

**T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
COĞRAFYA ANABİLİM DALI
BEŞERİ VE İKTİSADİ COĞRAFYA BİLİM DALI**

**KENTSEL MEKÂNLARIN KULLANIMI VE SEYYAR
SATICILIK: DİYARBAKIR ÖRNEĞİ**

DOKTORA TEZİ

DANIŞMAN

PROF. DR. HARUN TUNÇEL

HAZIRLAYAN

TANER KILIÇ

ELAZIĞ – 2010

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
COĞRAFYA ANA BİLİM DALI
BEŞERİ VE İKTİSADİ COĞRAFYA BİLİM DALI

KENTSEL MEKÂNLARIN KULLANIMI VE SEYYAR SATICILIK:
DİYARBAKIR ÖRNEĞİ

DOKTORA TEZİ

Bu tez 20/05/2010 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından oy birliği/oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

Danışman
Prof. Dr.
Harun TUNÇEL

Üye
Prof. Dr.
Y. Cemalettin ÇOPUROĞLU

Üye
Prof. Dr.
Emrullah GÜNEY

Üye
Doç. Dr.
Erdal KARAKAŞ

Üye
Yrd. Doç. Dr.
Ayşe ÇAĞLAYAN

Bu tezin kabulü, Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun / /
tarikh ve sayılı kararıyla onaylanmıştır.

Prof. Dr. Erdal AÇIKSES
Enstitü Müdürü

ÖZET**Doktora Tezi****KENTSEL MEKÂNLARIN KULLANIMI VE SEYYAR SATICILIK:****DİYARBAKIR ÖRNEĞİ****Taner KILIÇ****Fırat Üniversitesi****Sosyal Bilimler Enstitüsü****Coğrafya Ana Bilim Dalı****Beşeri ve İktisadi Coğrafya Bilim Dalı****ELAZIĞ – 2010, Sayfa: XX+154**

Günümüz kentlerini şekillendiren önemli unsurlardan birisi de seyyar satıcılarıdır. Seyyar satıcılar özellikle yoğun göç alan kentlerde varlıklarını daha fazla hissettirirler. Kentsel nüfusun yoğunlaştığı mekânları bir iş sahası olarak kullanırlar. Köşe başları, alt ve üst geçitler, kırmızı ışıklarda kavşaklar, otobüs durakları, metro istasyonları, vapur iskeleleri, kaldırımlar vb. yerler, seyyar satıcıların satış yaptıkları mekanlardır.

Gelişmiş ülkelerde göreceli olarak az rastlanan seyyar satıcılara, gelişmekte olan ülkelerde daha sık rastlanır. Seyyar satıcılar, Asya, Afrika, Güney Amerika gibi gelişmekte olan ülkelerin göç ile beslenen büyük kentlerinin adeta değişmez görüntüleridir. Gelişmekte olan birçok ülke, bu işi engellemek bir yana, yoksulluğa çare olarak gördüklerinden seyyar satıcılığı desteklemektedir. Bangladeş, Hindistan, Meksika bu ülkelere örnek olarak verilebilir.

Ülkemizde seyyar satıcılığın tarihi eski dönemlere kadar iner. Köy köy gezen çerçiler seyyar satıcıların ilk örnekleri arasındadır. Osmanlı dönemi kentlerinde de seyyar satıcılara rastlanır. Cumhuriyet döneminde ise 1950’li yıllardan itibaren kırsal alanlardan kentsel alanlara doğru olan göçler sonucunda; İstanbul, İzmir, Ankara ve Diyarbakır gibi hızla büyüyen kentlerimizde seyyar satıcıların sayıca çok fazla arttığı görülmektedir.

1990'lı yıllar Diyarbakır'ın kentsel alan ve kent nüfusu açısından çok büyüdüğü yıllardır. Bu dönemde Diyarbakır farklı bir göç olgusu ile karşı karşıya kalmıştır: Zorunlu göç. Bölgede yaşanan terör olayları ve buna bağlı olarak köylerin boşaltılması kentsel nüfusu son 25 yılda iki katından fazla artırmıştır. Kent merkezine sığınan bu vasıfsız insanların tek geçim kaynağı gündelik işler ve seyyar satıcılık olmuştur.

İşte bu çalışmanın konusunu da Diyarbakır'da önemli bir geçim kaynağı olan seyyar satıcılık ve seyyar satıcıların kentsel mekânları kullanımı oluşturmaktadır. Diyarbakır'daki seyyar satıcılar, araç ve yaya trafiğinin yoğunlaştığı sokak ve caddeleri aralarında resmi bir sözleşme olmaksızın paylaşmışlardır. Diyarbakır'daki seyyar satıcıların çoğunluğunu erkekler oluşturmaktadır. Çocuk yaştaki seyyar satıcılar da azımsanmayacak bir sayıdadır. Seyyar satıcılar arasında evli olanların sayıca fazla olması da bu işin önemli bir geçim kaynağı olduğunun göstergesidir. Diyarbakır'daki seyyar satıcılar kalabalık ailelerden gelmektedir. Ailelerin kalabalık olması ataerkil aile yapısından değil, çocuk sayısının fazlalığından ileri gelmektedir. Seyyar satıcıların eğitim seviyeleri ve elde ettikleri kazançlar da düşüktür. Seyyar satıcıların çoğunluğu göç ile gelenlerin yerleştiği ve gelir seviyesi düşük olan mahallelerde oturmaktadırlar.

Anahtar Kelimeler: Seyyar satıcı, Kentsel mekânların kullanımı, Kentsel yoksulluk, Göç, Diyarbakır

ABSTRACT**Phd Thesis****USE OF URBAN SPACES AND PEDDLING: SAMPLE OF DİYARBAKIR****Taner KILIÇ**

**Fırat University
Graduate School of Social Sciences
Department of Geography
Section of Human and Economic Geography**

ELAZIĞ-2010, Page: XX+154

One of the important elements that shapes present day cities is peddlers. Peddlers are seen more especially in cities that get a lot of migration. They use the spaces with increasing urban population as a work field. Street corners, underpasses, overpasses, crossroads when the light is red, bus stops, metro stations, ferryboat wharves, pavements, etc. are the spaces where peddlers sell things.

Peddlers are rarely seen in developed countries while they are more frequently found in developing countries. Peddlers are almost unchangeable images of the big cities that get continuous migration in developing countries of Asia, Africa, and South America. A lot of developing countries are supporting peddling rather than preventing it since they see it as a solution to poverty. Bangladesh, India and Mexico can be given as examples to those countries.

In our country too the history of peddling goes back to the old times. Some kind of peddlers called “çerçi”, who travel from village to village, are among the examples of first peddlers. In cities of Otoman Period peddlers existed as well. In Republican Era, we see peddlers in an increasing number in our rapidly growing cities because of migrations from rural areas towards urban areas that have continued since 1950s. İstanbul, İzmir, Ankârla, and Diyarbakır can be given as examples to those cities.

1990s are the years in which Diyarbakır grew largely in respect to urban area and urban population. In this period, Diyarbakır faced with a different phenomenon of

migration: Forced migration. Because of terror events and the evacuation of villages in the region as a consequence, the urban population has increased more than two-fold over the last 25 years. The only means of living of those unqualified people who had to migrate to the city has been daily works and peddling.

The subject of this study is peddling as a means of living of the population from rural areas and the use of urban spaces of peddlers. The reasons of occurrence of peddling, which is one of the informal economic activities, and demographic, occupational, and economic characteristics of peddlers in Diyarbakır are major research topics of this study. Most of the peddlers in Diyarbakır consist of men. However, the number of child peddlers should not be underestimated. That the number of married peddlers is high as well is an evidence that peddling is an important means of living. The families are crowded not because of having a patriarchal family structure but because of having a lot of children. The education level and the earnings of the peddlers are low. Most of the peddlers live in districts where migrants with low incomes live.

Key Words: Peddler, Use of Urban Spaces, Urban Poverty, Migration, Diyarbakır

İÇİNDEKİLER

ÖZET	II
ABSTRACT.....	IV
İÇİNDEKİLER	VI
TABLolar LİSTESİ	IX
FOTOĞRAFLAR LİSTESİ.....	XIII
ŞEKİLLER VE BELGELER LİSTESİ.....	XVI
ÖNSÖZ	XVII
KISALTMALAR	XIX
BİRİNCİ BÖLÜM: GİRİŞ	
1. GİRİŞ	2
1.1. Araştırmanın Amacı.....	4
1.2. Araştırmanın Kısıtlılıkları.....	5
1.3. Araştırmanın Hipotezleri	5
1.4. Araştırmanın Yöntemi	7
İKİNCİ BÖLÜM: TEORİK ALT YAPI	
2.1. Ekonomik Faaliyetlerin Tanımı ve Türleri	11
2.1.1. Ekonomik Faaliyetlerin Tanımı	11
2.1.2. Ekonomik Faaliyetlerin Türleri	11
2.1.3. Enformel Ekonomik Faaliyetler.....	13
2.1.3.1. Enformel Ekonomik Faaliyetlerin Tanımı	15

2.1.3.2. Enformel Ekonomik Faaliyetlerin Ortaya Çıkış Sebepleri	16
2.1.3.3. Enformel Ekonomik Faaliyetlerde Yer Alan İş Kolları.....	21
2.1.3.4. Seyyar Satıcılığın ve İşportacılığın Tanımlanması	22
2.2. Dünya’da ve Türkiye’de Enformel Ekonomik Faaliyetler, Türkiye’de Seyyar Satıcılığın Tarihçesi ve Türkiye’de Seyyar Satıcılara İlişkin Mevzuat	24
2.2.1. Dünyada Enformel Ekonomik Faaliyetler	24
2.2.2. Türkiye’de Enformel Ekonomik Faaliyetler.....	30
2.2.3. Türkiye’de Seyyar Satıcıların Tarihçesi	31
2.2.4. Türkiye’de Seyyar Satıcılara İlişkin Mevzuat	38
2.3. Seyyar Satıcıların Coğrafya Araştırmaları İçerisindeki Yeri ve Seyyar Satıcıların Kentsel Mekânları Kullanımı.....	40
2.3.1. Seyyar Satıcıların Coğrafya Araştırmaları İçerisindeki Yeri.....	40
2.3.2. Seyyar Satıcıların Kentsel Mekânları Kullanımı	43

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: SEYYAR SATICILAR VE DİYARBAKIR

3.1. Diyarbakır’da Enformel Ekonomik Faaliyetler ve Seyyar Satıcılar	55
3.2. Diyarbakır’da Seyyar Satıcıların Yoğunlaştığı Mekânlar	59
3.3. Diyarbakır’daki Seyyar Satıcıların Sosyokültürel Özellikleri	67
3.3.1. Demografik Yapı	67
3.3.2. Eğitim Düzeyleri.....	74
3.3.3. İkametgâh Özellikleri	75
3.3.4. Göç.....	76
3.4. Diyarbakır’daki Seyyar Satıcıların Mesleki Özellikleri	83

3.4.1. İşe Başlama Sebepleri ve Memnuniyetleri	84
3.4.2. Çalışma Süreleri.....	90
3.4.3. Sattıkları Mallar	97
3.4.4. Kullandıkları Araçlar	107
3.4.5. Sorunları.....	111
3.5. Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Ekonomik Özellikleri.....	117
3.6. Seyyar Satıcıların İkametgâhları ve Satış Yaptıkları Mekânlar Arasındaki Mesafe İlişkisi.....	122
3.7. Diyarbakır'da Mevsimlere Göre Seyyar Satıcı Sayısında ve Satılan Ürün Türlerinde Görülen Değişimler.....	128
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM: SONUÇ VE ÖNERİLER	
4. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	133
KAYNAKÇA	142
EK: (UYGULANAN ANKET FORMU)	148
ÖZGEÇMİŞ	154

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Bazı Gelişmiş Ülkelerde Enformel Ekonominin Milli Gelire Oranı.

Tablo 2: Diyarbakır'a Göç ile Gelen Nüfus'un Mesleki Dağılımı (1990-2003).

Tablo 3: Diyarbakır'a Göç ile Gelen Nüfusun Göç Etme Nedenleri (1990-2003).

Tablo 4: Diyarbakır'a Göç ile Gelen Nüfusun Meslek ve Sosyal Güvence Dağılımı (2007).

Tablo 5: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Cinsiyetleri (2009).

Tablo 6: Diyarbakır'da Seyyar Satıcıların Yaş Gruplarına Bölünüşü (2009).

Tablo 7: Diyarbakır'da Seyyar Satıcıların Cinsiyet ve Yaş Gruplarının Karşılaştırılması (2009).

Tablo 8: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Doğum Yerleri (2009).

Tablo 9: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Medeni Durumları (2009).

Tablo 10: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Cinsiyet-Medeni Durum İlişkisi (2009).

Tablo 11: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Medeni Durum-Yaş ilişkisi (2009).

Tablo 12: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Oturduğu Evi Paylaşma Durumu (2009).

Tablo 13: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Ailelerindeki Çocuk Sayısı (2009).

Tablo 14: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Hane Halkı Büyüklüğü (2009).

Tablo 15: Diyarbakır'da Öğrenci Olmayan Seyyar Satıcıların Eğitim Düzeyleri (2009).

Tablo 16: Diyarbakır'da Öğrenci Olan Seyyar Satıcıların Eğitim Düzeyleri (2009).

Tablo 17: Diyarbakır'da Seyyar Satıcıların Oturdukları Konutların Mülkiyet Yapısı (2009).

Tablo 18: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların İkamet Ettikleri Yerler (2009).

Tablo 19: Seyyar Satıcıların Diyarbakır'a Göç Etme Nedenleri (2009).

Tablo 20: Seyyar Satıcıların Diyarbakır'a Göç Ettikleri Yerler (2009).

Tablo 21: Diyarbakır'ın İlçelerinden Diyarbakır'a Göç Eden Seyyar Satıcıların Göç Etme Sebepleri (2009).

Tablo 22: Diğer İllerden Diyarbakır'a Göç Eden Seyyar Satıcıların Göç Etme Sebepleri (2009).

Tablo 23: Diyarbakır'a Göç ile Gelen Seyyar Satıcıların Göç Etme Dönemleri ve Memleketleri ile İletişimlerinin Devam Edip Etmediklerinin Karşılaştırılması (2009).

Tablo 24: Diyarbakır'a Göç ile Gelen Seyyar Satıcıların Göç Etme Dönemleri ve Memleket veya Köyüne Geri Dönmeyi Düşünüp Düşünmediklerinin Karşılaştırılması (2009).

Tablo 25: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Bu İşe Başlama Sebepleri (2009).

Tablo 26: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların İşe Başlama Şekilleri (2009).

Tablo 27: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Yaptıkları Diğer İşler (2009).

Tablo 28: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Daha Önce Başka Bir İşte Çalışıp Çalışmadığı (2009).

Tablo 29: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Seyyar Satıcılar Derneği Üyelik Tercihi (2009).

Tablo 30: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Yaş ve Seyyar Satıcılık Yapma Süresi İlişkisi (2009).

Tablo 31: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların İş Memnuniyeti ve Seyyar Satıcılık Yapma Süresi İlişkisi (2009).

Tablo 32: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Haftalık Çalışma Süreleri (2009).

Tablo 33: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Günlük Çalışma Süreleri (2009).

Tablo 34: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Çalışma Zamanları (2009).

Tablo 35: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Çalışma Yerleri (2009).

Tablo 36: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Gün İçerisinde En Fazla Bulundukları İlçe (2009).

Tablo 37: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Sattıkları Malların Türlerine Göre Sınıflandırılması ve Cinsiyetlerinin Karşılaştırılması (2009).

Tablo 38: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Yaş Grupları ile Sattıkları Malların Türleri İlişkisi (2009).

Tablo 39: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Sattıkları Ürünleri Aldıkları Yerler (2009).

Tablo 40: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Sattıkları Ürün Türlerindeki Değişmeler (2009)

Tablo 41: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Kendi Değerlendirmelerine Göre Sattıkları Ürünlerin Niteliği (2009).

Tablo 42: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Satış Yaparken Kullandıkları Araçlar (2009).

Tablo 43: Diyarbakır'da 15 Yaşından Küçük Olan Seyyar Satıcıların En Önemli Sorunları (2009).

Tablo 44: Diyarbakır'da 15 Yaşından Büyük Olan Seyyar Satıcıların En Önemli Sorunları (2009).

Tablo 45: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Belediye ve Zabıtalılarla Olan Sorunlarını Aşma Biçimi (2009).

Tablo 46: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Herhangi Bir Kişi ya da Kuruma Para Ödeyip Ödemedikleri (2009).

Tablo 47: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Yaptıkları İş Dışındaki Gelir Kaynakları (2009).

Tablo 48: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcı Ailelerinde Başka Çalışan Olup Olmadığı ile Seyyar Satıcıların Yaşlarının Karşılaştırılması (2009).

Tablo 49: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Sosyal Güvence Durumları ile Cinsiyetlerinin Karşılaştırılması (2009).

Tablo 50: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Sosyal Güvence Durumları ile Yaşlarının Karşılaştırılması (2009).

Tablo 51: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Aylık Gelirleri (2009).

Tablo 52: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcı Ailelerinin Aylık Toplam Gelirleri (2009).

Tablo 53: Diyarbakır'da Kış ve Yaz Mevsimlerindeki Seyyar Satıcı Sayıları ve Satılan Malların Türleri (2009).

FOTOĞRAFLAR LİSTESİ

Foto 1: Enformel ekonomik faaliyetlerde çalışanların temel amacı kendilerine istihdam sağlamak ve geçimlik gelir elde etmektir. Fotoğraftaki seyyar satıcı Diyarbakır'ın en işlek caddelerinden biri olan Gazi Caddesi'nde küpe, kolye, yüzük vb. gibi takılar satarak geçimini sağlamaktadır.

Foto 2: Meyan kökünden yapılan şerbeti satan seyyar satıcılar. Bu şerbetin tüketimi yaz mevsiminde ve Ramazan ayında arttığından, bu dönemlerde seyyar satıcı sayısında da bir artış görülmektedir.

Foto 3: Bu işi için özel yaptırılmış tekerlekli aracı ile New York'ta (ABD) yiyecek ve içecek satan bir seyyar satıcı.

Foto 4: Meksika'nın başkenti Mexico City'de kavşakta kırmızı ışıktaki duran araçlara bir şeyler satmaya çalışan bir seyyar satıcı.

Foto 5: Diyarbakır'ın değişmeyen görüntülerinden birisi de çocuk yaştaki seyyar satıcılardır.

Foto 6: Gazi Caddesi'nde sağlıklı olmayan koşullarda satış yapan bir tavuk döner tezgâhı.

Foto 7: Diyarbakır'da seyyar satıcıların yoğun olarak görüldüğü caddelerden birisi de Gazi Caddesi'dir. Seyyar satıcılar Diyarbakır'ın değişmez görüntülerindendir.

Foto 8: Ofis Sağlık Ocağı yolu üzerindeki seyyar satıcılar. Bu yol trafiğe kapalı olduğundan hafta içi öğleden sonra, hafta sonu ise tüm gün boyunca seyyar satıcıların akınına uğramaktadır.

Foto 9: Diyarbakır'ın en kalabalık caddelerinden biri olan Ekinciler Caddesi'nde yüzük, künye, kolye, anahtarlık vb. şeyler satan bir seyyar satıcı.

Foto 10: Saat, çakmak, elektronik eşya vb. gibi kıymetli ürünlerin satıldığı tezgâhlar genellikle camekânlıdır.

Foto 11: Ofis Senti'ndeki Gevran Caddesi'nde minibüsünün bagajını ve kampeti tezgâh olarak kullanan bir seyyar satıcı.

Foto 12: Hz. Süleyman Caddesi'nde otomobilinin bagaj ve üst kısmını tezgâh olarak kullanan bir seyyar satıcı.

Foto 13: Ofis Sağlık Ocağı yolu üzerinde kaldırımın kenarındaki duvarı sergilik olarak kullanan bir seyyar satıcı.

Foto 14: Ofis Sağlık Ocağı yolu kenarındaki kaldırımda ayakkabı kutularını sergi aracı olarak kullanan bir seyyar satıcı. Bu seyyar satıcı Diyarbakır'ın bir ilçesi olan Hazro'dan göç ile geldiğini belirtmiştir.

Foto 15: Ofis Sementi'nde ayakkabı malzemeleri de satan ilköğretim çağındaki ayakkabı boyacısı çocuklar.

Foto 16: Gazi Caddesi'nde kürsü üzerinde kaçak sigara satan bir seyyar satıcı-arkadaş kemeri satan bir başkası. Diyarbakır'daki seyyar satıcıların büyük kısmını kente göç ile gelen seyyar satıcılar oluşturmaktadır.

Foto 17: Günlük çalışma süreleri çok uzun olan seyyar satıcılar iklim koşullarından fazlasıyla etkilenmektedir. Özellikle kışın soğuk havada uzun süre gezmek ve ayakta kalmak zorunda olan seyyar satıcılar, çeşitli sağlık sorunlarıyla da karşılaşmaktadır.

Foto 18: Balıkçılarbaşı'ndaki otobüs duraklarında çay ve simit satan ve artık yerleşik hale gelmiş bir seyyar satıcı.

Foto 19: Gazi Caddesi'nde el arabası ile meyve satan bir seyyar satıcı.

Foto 20: Gazi Caddesi'nde esans satan bir seyyar satıcı.

Foto 21: Ofis Sementi'ndeki Gevran Caddesi'nde çekçek arabaları ile taşıma hizmeti veren seyyar satıcılar.

Foto 22: Gazi Caddesi'nde camekânlı bir tezgâhta kaçak sigara satan çocuk seyyar satıcı. Diyarbakır'da yurda kaçak yollarla sokulan sigaraları satan çok sayıda seyyar satıcı bulunmaktadır.

Foto 23: Gazi Caddesi'nde eski bir somya üzerinde şapka ve çorap satılan seyyar bir tezgâh.

Foto 24: Pazardan alınan ürünleri taşımak amacıyla müşteri bekleyen el arabacı çocuklar.

Foto 25: Özel olarak yaptırılmış tekerlekli dönme dolap ile mahalleleri gezerek çocuklara eğlence hizmeti veren bir seyyar satıcı.

Foto 26: Gazi Caddesi'nde işe özel olarak yaptırılmış tekerlekli ve camekânlı bir kuruyemiş tezgâhı.

Foto 27: Nebi Camii önünde ayakkabı boyayan ve tamir eden ayakkabı boyacıları.

Foto 28: Kıbrıs Caddesi'ndeki Büyük Postane önünde kimliklere PVC kaplama ve fotokopi hizmetleri veren seyyar bir tezgâh. Bu hizmetleri verirken kullanılan jeneratör seyyar hizmet verenlerin ne kadar yaratıcı olduğunu göstermesi bakımından ilgi çekicidir.

Foto 29: Kıbrıs Caddesi'nde özel yapılmış tezgâhında çay, simit ve ayran satan bir seyyar satıcı.

Foto 30: Ofis Sağlık Ocağı yolu üzerinde el arabası ile çok değişik mallar satan çocuk satıcı. Resmin sağ köşesinde yer alan babası ise bir başka seyyar tezgâhta satış yapmaktadır.

Foto 31: Diyar Galeria önünde el arabası ile patlamış mısır satan çocuk seyyar satıcı.

Foto 32: Hz. Süleyman Caddesi'ne özellikle perşembe günleri satış yapmak için gelen seyyar satıcılar.

Foto 33: Kıbrıs Caddesi'nde çay satan bir seyyar satıcı.

Foto 34: Gazi Caddesi'nde ayran ve simit satan seyyar satıcılar.

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Kentsel Ekonomik Faaliyetlerin Ayrımı.

Şekil 2: Enformel Ekonomik Faaliyetlerde Çalışma Biçimleri ve Bunlar Arasında Seyyar Satıcılığın Konumu.

Şekil 3: Diyarbakır’da Seyyar Satıcıların Yoğunlaştığı Başlıca Alanlar.

Şekil 4: Bağlar İlçesi’nde Seyyar Satıcıların Yoğunlaştığı Başlıca Alanlar.

Şekil 5: Suriçi İlçesi’nde Seyyar Satıcıların Yoğunlaştığı Başlıca Alanlar.

Şekil 6: Yenişehir İlçesi’nde Seyyar Satıcıların Yoğunlaştığı Başlıca Alanlar.

Şekil 7: Hz. Süleyman Caddesi’nde Seyyar Satıcıların Mekânsal Düzeni (06.01.2010).

BELGELER LİSTESİ

Belge 1: 16 Teşrinisani 1913 tarihli Tasvir-i Efkâr Gazetesi.

ÖNSÖZ

Dünya nüfusunun büyük bir kısmı, günümüzde kentlerde yaşamaktadır. Kentler insanlığın meydana getirmiş olduğu en büyük yerleşmelerdir. Ancak kentsel mekânların kullanımı dünyanın her yerinde aynı nitelikte ve özellikte değildir. Güneydoğu Asya'daki kentsel mekânlar ile Türkiye'deki kentsel mekânlar ve bunların kullanımı aynı değildir. Hatta ülkemizin farklı bölgelerinde kentsel mekânların dokusu ve kentsel mekânların kullanımı arasında bile büyük farklılıklar bulunmaktadır.

Araştırmamıza konu olan Diyarbakır kenti de kendine özgü mekânsal dokusu ile dikkat çekmektedir. Kentin kuruluşu tarihi 5000 yıl öncesine kadar iner. Tarihi kent yerleşmesi bugün surların içerisinde kalmıştır. Diyarbakır surları dünyada ayakta kalabilen en uzun surlar arasındadır. Modern kent ise surların dışına taşmış ve oldukça büyümüştür.

1950'li yıllar Türkiye'de kırsal alanlardan kentsel alanlara doğru olan göçlerin hız kazandığı bir dönemdir. Kırsal alanlardan bu göçler günümüzde de devam etmektedir. Bu göçler Diyarbakır'ı da etkilemiş ve göçler 1980'li yıllara kadar devam etmiştir. 1980'li yıllarda ve özellikle 1990'larda Diyarbakır yeni bir göç olgusuyla karşı karşıya kalmıştır: Zorunlu Göç. Bu göç aynı tarihlerde bölgede yaşanan terör olaylarına bağlı olarak, güvenlik gerekçesiyle köylerin boşaltılması sonucu ortaya çıkmıştır. Tek bildikleri iş; çiftçilik ve hayvancılık olan bu insanlar köylerinden zorunlu olarak göç etmek zorunda kalmışlardır. Kente sığınan bu insanlar yaşam tarzlarını bilmedikleri bir ortamda, beş parasız, başlarını sokacak bir evden yoksun, gecekondularda ve zor şartlarda kente tutunmaya çalışmışlardır. Vasıfsız olan bu insanların birçoğu gündelik işlerde çalışmışlardır. Birçoğu da işe başlaması kolay olan, fazla sermaye gerektirmeyen, dükkân kirası ve işçi çalıştırma gerektirmeyen seyyar satıcılığı seçmişlerdir. Seyyar satıcılık sadece bu kesimlerin değil, kentte yaşayan vasıfsız ve işsiz kitleler için de önemli bir gelir kaynağı olmuştur.

Diyarbakır'a gelen birçok kişinin dikkatini çeken ilk konulardan birisi de kentteki seyyar satıcıların fazla oluşudur. Sayıca fazla olan ve kentin önemli bir gerçeği olan seyyar satıcılar, kentsel mekânları nasıl kullanıyorlar? Nereelerde ikamet ediyorlar? Kentin hangi kısımlarında ve neden oralarda yoğunlaşıyorlar? Demografik, mesleki ve ekonomik özellikleri nelerdir?

İşte bu çalışmada bu ve benzeri pek çok soruya cevap aranmıştır. Bu alanda Türkiye'deki coğrafyacılar arasında daha önce çalışma yapılmamış olması araştırmada izlenecek metot konusunda zorluk çıkarmıştır. Bu konuda sınırlı da olsa, Türkiye'de yapılan çalışmalar; ekonomistlerin ve sosyologların yaptıkları çalışmalardır. Bu çalışmalardan da yararlanılmıştır.

Çalışma sırasında seyyar satıcılarla derinlemesine mülakatlar ve anketler yapılmıştır. Bu mülakatları ve anketleri yapmak da hiç kolay olmamıştır. Önce onların güveni kazanılarak bu çalışmanın sadece bilimsel amaçlarla yapıldığı konusunda ikna edilmişlerdir. Yapılan çalışmanın güvenilirliği açısından bu duruma önem verilmiştir. Anketler yapılırken seyyar satıcıların güvenini kazanmak için Diyarbakırlı olan öğrencilerimizden de yararlanılmıştır.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında, konu seçiminden tezin bitimine kadar olan süreçte, değerli görüş ve önerileri ile her konuda yardımcı olan doktora tez danışmanı Prof. Dr. Harun Tunçel'e teşekkür ederim.

Kaynaklara ulaşmada Prof. Dr. Emrullah Güney ve Yrd. Doç. Dr. Ahmet Yıldırım'a, tezin yazım aşamasında bilgisayarda karşılaştığım sorunları çözmede Arş. Gör. Yakup Kenan Koca, Yrd. Doç. Dr. Sabri Karadoğan ve Göksel Işık'a, Tasvir-i Efkâr gazetesinin orijinal metnini bulmada Yrd. Doç. Dr. Mehmet Salih Erkek'e, İngilizce kaynakları okumada ve özetin yazılmasında Okt. Ecevit Bekler'e, Fransızca kaynakları okumada Okt. Deniz Erbilgin'e, tezi okuyarak Türkçe düzeltmeleri yapmada yardımcı olan Yrd. Doç. Dr. Abdülbasit Sezer'e ve tez izleme komisyonunda yer alan değerli görüş ve önerileri ile beni yönlendiren Prof. Dr. Y. Cemalettin Çopuroğlu'na ve Doç. Dr. Erdal Karakaş'a teşekkür ederim. Ayrıca anket çalışmalarında yardımcı olan Dicle Üniversitesi, Coğrafya Eğitimi Bölümü öğrencileri; Zuhale Ersoy, Oya Sevdâ Sincar, Abdülsamet Çelik, Murat Eken, Özkan Güzel, Özcan Öner, Selma Yalçınkaya, Abdülvahab Güçsüz ve Raife Yıldızhan ile değerli öğretmen arkadaşlarım; İrfan Uygur ve Yücel Şahin'e teşekkür ederim.

Son cümle olarak bütün bu çalışmalarım sırasında bana destek olan sevgili eşim Gökben'e ve bütün sevimliliği ile bana moral kaynağı olan kızım Gökçe'ye teşekkürü bir borç bilirim.

KISALTMALAR

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

akt. : Aktaran

ATO : Ankara Ticaret Odası

Bkz. : Bakınız

DİE : Devlet İstatistik Enstitüsü

DPT : Devlet Planlama Teşkilatı

EUROSTAT : Statistical Office of European Communities

(Avrupa Birliği İstatistik Ofisi)

GAP : Güneydoğu Anadolu Projesi

GSMH : Gayri Safi Milli Hâsıla

Gündem 21 : 21. Yüzyılda çevre ve kalkınma sorunlarıyla başa çıkılmasına ve sürdürülebilir kalkınma hedefine ulaşılmasına yönelik ilkeleri ve eylem alanlarını ortaya koyan eylem planı. 1992 Rio Yeryüzü zirvesinde kabul edilmiştir.

HABİTAT : The United Nations Human Settlements Programme

(Birleşmiş Milletler İnsan Yerleşimleri Ajansı)

IBGE : Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

(Brezilya Coğrafya ve İstatistik Enstitüsü)

ILO : International Labour Office

(Uluslararası Çalışma Örgütü)

IRS : Internal Revenue Service

(ABD Gelir İdaresi)

İİB	: İmar ve İskân Bakanlığı
KİT	: Kamu İktisadî Teşekkülleri
lat.	: Latince
OECD	: Organization for Economic Co-Operation and Development (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü)
OSB	: Organize Sanayi Bölgeleri
M.Ö.	: Milattan Önce
NASVİ	: National Association of Street Vendors of India (Hindistan Ulusal Sokak Satıcıları Derneği)
SGK	: Sosyal Güvenlik Kurumu
SSCB	: Sovyet Sosyalist Cumhuriyetleri Birliği
TBMM	: Türkiye Büyük Millet Meclisi
TDK	: Türk Dil Kurumu
TMMOB	: Türkiye Mühendis ve Mimar Odaları Birliği
TOKİ	: Toplu Konut İdaresi
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
vb.	: ve benzeri
vs.	: vesaire

BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ

1. GİRİŞ

Günümüz dünya nüfusunun büyük bir kısmını barındıran kentler, insanların meydana getirmiş olduğu en büyük yerleşim birimleridir. Kentlerin mekânsal kullanılışları toplumlara göre farklılıklar gösterir. Beşeri coğrafyanın başlıca konularından birisi de bu mekânsal farklılıkları ortaya koymaktır. Bu bağlamda fiziksel mekânların nasıl şekillendiği, insanların fiziksel mekânlar yoluyla nasıl bağlantı kurdukları, mekânları nasıl örgütledikleri, mekânsal kullanımların mekân algılarına göre nasıl değiştiği beşeri coğrafyanın başlıca inceleme konuları arasındadır.

Bununla birlikte mekân kavramı sadece fiziksel bir anlam taşımamakta ekonomik, toplumsal, siyasal, kültürel, tarihsel ve daha birçok anlamı içerisinde barındırmaktadır. Bundan dolayı coğrafi görünümün durmadan değiştiği kentlerde, bu değişime sebep olan süreçlerin dikkatli bir şekilde ele alınması gerekmektedir.

Kentlerde mekânı şekillendiren birçok unsur bir arada bulunur. Bu unsurlardan biri de seyyar satıcılardır. Gelişmiş ülkelerin kentlerinde görece daha az rastlanan seyyarlara, gelişmekte olan ve geri kalmış ülkelerin kentlerinde daha sık rastlanır. Seyyar satıcılık mesleği ve onu istihdam biçimi olan seyyar satıcılar da özellikle gelişmekte olan ülkelerin kentlerinde yoğun biçimde varlığını hissettirmektedirler.

Çalışmanın konusunu oluşturan Diyarbakır kentinin kuruluş tarihi çok eski dönemlere kadar inmektedir. Diyarbakır kent merkezinde yerleşilen ilk nokta, surlar içerisinde yer alan İçkale'dir. Kentin kuruluş tarihi hakkında kesin bir bilgi olmamakla birlikte başlangıç olarak M.Ö. 3. binler tahmin edilmektedir. Bu noktaya ilk kenti kuranlar Hurriler'dir (Diyarbakır Büyükşehir Belediye Başkanlığı, 2004: 28). Bugün Elcezire/Mezopotamya denilen Dicle-Fırat nehirleri arasındaki bölgeye, Sümer Akkad'lardan kalma belgelerde Subartu denilmektedir (Beysanoğlu, 1999: 41). Subaru da denilen Hurriler ise, Yukarı Mezopotamya'nın en eski uygar halkıdır (Güney, 1991: 28). Diyarbakır, Hurri Krallığı'ndan sonra Mitanniler, Asurlular, Persler, Romalılar, Bizanslılar, Araplar, Selçuklular, Artuklular, Akkoyunlular, Safaviler ve Osmanlılar'ın egemenliğinde kalmıştır (Arslan, 1999: 85).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde ekonomik, askeri ve kültürel bir merkez konumunda olan Diyarbakır, Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasından sonra da bir il merkezi haline getirilerek bölgesel açıdan bu özelliklerini korumuştur.

Ülkemizde 1950’li yıllardan itibaren, kırsal alanlardan kentsel alanlara doğru olan göçler sonucunda, kentler hem alansal hem de nüfus olarak çok büyümüştür. Göçün mekânsal boyutunu oluşturan gecekondualarda yaşayan göçmen nüfusun kentlerde bulunabilecek formal işler için mesleki becerilerden yoksun olmaları onları enformel işlere yönlendirmiştir. Çalışılan enformel işler arasında en önemlilerinden birisi de seyyar satıcılık olmuştur. Özellikle göçlerin yoğun olduğu kentlerde sokak ve caddeler, seyyar satıcılar tarafından geçim sahası haline getirilerek adeta işgal edilmişlerdir. İstanbul, İzmir, Diyarbakır bu kentlere örnek olarak verilebilir.

Ülkemizin Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nde yer alan kentleri de özellikle 1990’lı yıllarda bölgede yaşanan terör olayları nedeniyle çok fazla göç almışlardır. Şanlıurfa, Gaziantep, Batman, Mardin, Adıyaman ve Diyarbakır bu yıllarda çok fazla göç almışlardır. Kırsal alanlarda tarım ve hayvancılıkla geçimini sağlayan bu göçmen nüfus, hem mevcut işlerin azlığı hem de mesleki vasıf gerektiren becerilere sahip olmadıklarından kentlerde tutunabilmek için enformel alanlara ve özellikle seyyar satıcılığa yönelmişlerdir.

Bu çalışmanın konusunu Diyarbakır’daki seyyar satıcıların demografik, mesleki ve ekonomik durumları ile onların kentsel mekânı nasıl kullandıkları oluşturmaktadır. Kentin ekonomisinde, mekânsal kullanımında, sosyal ve kültürel yapısında önemli bir yeri olan seyyar satıcıların tüm bu özelliklerini ortaya koymak kenti daha iyi tanımak bakımından önemlidir.

Çalışma dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; araştırmanın amacı, kısıtlılıkları, hipotezleri ve yöntemi üzerinde durularak konuya giriş yapılmıştır.

İkinci bölümde; çalışmaya temel oluşturacak teorik altyapı oluşturulmuştur. Ekonomik faaliyetlerin tanımı yapılarak, ekonomik faaliyetlerin türleri üzerinde durulmuştur. Seyyar satıcılık işi, enformel ekonomik faaliyetler içerisinde yer aldığından, bu faaliyetlerin tanımı, bu faaliyetler içerisinde yer alan iş kolları ve bu faaliyetlerin ortaya çıkış sebepleri açıklanmıştır. Genellikle seyyar satıcı ile eş anlamlı olarak kullanılan işportacı kavramı incelenerek benzer ve farklı yönleri ortaya konulmuştur.

Yine bu bölümde dünyada ve Türkiye’de enformel ekonomik faaliyetler genel olarak ele alınarak, Türkiye’de seyyar satıcılığın tarihçesi ve seyyar satıcılara ilişkin mevzuat üzerinde durulmuştur.

Bu bölümün sonunda ise seyyar satıcıların kentsel mekânları kullanımı ve günümüzde kentsel mekânların önemli unsurlarından biri olan seyyar satıcıların coğrafya içerisinde neden ele alınması gerektiği açıklanmıştır.

Üçüncü bölümde çalışma alanı olan Diyarbakır’daki enformel ekonomik faaliyetler ve seyyar satıcılık üzerinde durularak, seyyar satıcıların yoğunlaştıkları mekanlar incelenmiştir. Seyyar satıcıların demografik, mesleki ve ekonomik özellikleri yapılan anketlerin ışığında incelenmiştir. Yine bu bölümde Diyarbakır’da seyyar satıcıların yoğunlaştıkları mekânlar, ikamet ettikleri ve satış yaptıkları mekânlar arasındaki mesafe ilişkisi ile mevsimlere göre seyyar satıcı sayısında ve satılan ürün türlerinde görülen değişimler üzerinde durulmuştur.

Dördüncü bölüm ise sonuç ve öneriler bölümüdür. Bu bölümde araştırmanın sonuçları, bilime katkısı ve uygulamaya yönelik öneriler ele alınmıştır.

Seyyar satıcıların demografik, mesleki ve ekonomik özelliklerini tespit etmeye yönelik anket formu ise ekler kısmında yer almaktadır.

1.1. Araştırmanın Amacı

Seyyar satıcılar günümüz kentlerinin önemli unsurlardan birini oluşturur. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin göç ile beslenen kentlerinde ve bu arada ülkemizin bazı kentlerinin ekonomisinde, sosyal ve kültürel özelliklerinin şekillenmesinde seyyar satıcıların önemli bir yeri vardır.

1980’li ve özellikle 1990’lı yıllarda, ülkemizin Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde ortaya çıkan zorunlu göç sonucunda kentlere yığılan nüfus, kentsel yoksulluğun artışı ve bu kentlerde kayıt dışı ekonominin büyümesine yol açmıştır. Bunun yanı sıra kentsel mekânların kullanımında değişikliklere yol açarak, kültürel coğrafi görünümü değiştirmişlerdir. Bu durum sadece göç edenleri değil geldikleri kentlerdeki diğer insanların da yaşam koşullarını etkilemiştir. Kentlerde biriken bu nüfusun önemli geçim kaynaklarından birisi de seyyar satıcılık olmuştur. Ancak bu konuda yeteri kadar çalışma yapılmamıştır.

Seyyar satıcılık kent ekonomisinde enformel ekonomik faaliyetler içerisinde yer almaktadır. Enformel ekonomik faaliyetler kayıt dışı olmakla birlikte yasal ekonomik faaliyetleri de kapsamaktadır.

Bu çalışmada enformel ekonomik faaliyetler içerisinde önemli bir istihdam alanı olan seyyar satıcılar; Diyarbakır örneğinde ele alınmıştır. Seyyar satıcıların kentsel mekânları nasıl kullandıkları, kentin nerelerinde yoğunlaştıkları, neden o mekânları tercih ettikleri, demografik, mesleki ve ekonomik özellikleri incelenmiştir.

Çalışma evreni olarak Diyarbakır kent merkezi seçilmiştir. Diyarbakır’da seyyar satıcıların en yoğun olduğu cadde ve sokaklarda gözlem, mülakat ve anketler yapılmıştır. 2009 Şubat ve Ağustos aylarında seyyar satıcılar sayılarak; yaz ve kış mevsimindeki sayı ve dağılımları ile ürün türleri karşılaştırılmıştır. Bu cadde ve sokaklarda yapılan sayımlar sonucunda şubat ayında 530, ağustos ayında 573 seyyar satıcıya rastlanmıştır. Uygulanan 301 anketin araştırma evrenini temsil ettiği varsayılmıştır.

1.2. Araştırmanın Kısıtlılıkları

- Bu araştırma sonuçları, Diyarbakır gibi son 25 yılda özellikle terör olaylarına bağlı olarak, kırsal alanlardan hızlı göç alan ve nüfusu iki katından fazla artış gösteren özellikle Güneydoğu Anadolu kentlerinde geçerli olabilir.
- Bu araştırma sonuçları, il merkezine bağlı köy ve ilçeler ile çevre illerden göç alan kentlerde geçerli olabilir.
- Anketler ağustos ayı içerisinde uygulandığından, araştırma sonucunda elde edilen bulgular, bu dönemdeki örneklemden gelen özellikler dikkate alınarak değerlendirilmelidir.

1.3. Araştırmanın Hipotezleri

- Seyyar satıcıların büyük kısmını genç erkek nüfus oluşturmaktadır.
- Seyyar satıcıların büyük bir kısmını 1990’lı yıllarda Diyarbakır’a göç ile gelen nüfus oluşturmaktadır.

- Seyyar satıcılar, genellikle kalabalık ailelerden gelmektedir.
- Seyyar satıcıların eğitim seviyeleri düşüktür.
- Seyyar satıcıların mesleki vasıfları yoktur.
- Seyyar satıcılar, düşük gelir gruplarının oturduğu mahallelerde ikamet etmektedirler.
- Seyyar satıcıların göç ettikleri yerlerle ilişkileri devam etmektedir.
- Seyyar satıcıların büyük bir kısmı üç yıldan fazla bir süredir bu işi yapmaktadır.
- Seyyar satıcıların büyük bir kısmı yaptığı işten memnun değildir ve seyyar satıcılığı sürekli bir iş olarak görmemektedir.
- Seyyar satıcılar, haftanın yedi günü çalışmaktadırlar.
- Seyyar satıcılar, araç ve yaya trafiğinin yoğunlaştığı yerlerde çalışırlar.
- Seyyar satıcılar, yıl boyu satış yaparlar.
- Seyyar satıcılar, sattıkları ürünleri Diyarbakır'daki işyerlerinden sağlarlar.
- Seyyar satıcılar, düşük kaliteli malları satarlar.
- Seyyar satıcıların büyük bir kısmı sabit mekânları olmasını isterler.
- Seyyar satıcılar, düşük gelir grubunda yer alırlar.
- Seyyar satıcıların büyük bir kısmı herhangi bir sosyal güvenceye sahip değildirler.

Bu hipotezleri test etmek için;

- Araştırmadaki örneklem sayısının araştırma evrenini temsil edebileceği varsayılmıştır.
- Anket uygulaması için belirlenen sokak ve caddelerdeki seyyar satıcıların büyük bir kısmına ulaşıldığı varsayılmıştır.
- Araştırmada anket uygulanan seyyar satıcıların tamamının soruları tam olarak anladığı ve samimi cevaplar verdiği varsayılmıştır.

1.4. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmaya başlarken öncelikle yerli ve yabancı kaynaklar taranarak literatür oluşturulmuştur. Çalışmanın ilerleyen aşamalarında bunlara yenileri eklenmiştir. Bu konu ile ilgili Türkiye’de coğrafya alanında yapılmış çalışma bulunmadığından, sosyoloji ve ekonomi ile ilgili kaynaklar da taranmıştır. Yabancı kaynaklara da elden geldiğince ulaşılmaya çalışılmıştır.

Seyyar satıcılar kayıt dışı bir sektör olan enformel sektör içerisinde yer aldığından istatistiki bilgiler elde etmek güç olmaktadır. Seyyar satıcılarla ilgili elde edilecek sağlıklı bilgilere ancak alan araştırması ile ulaşılabilir. Alan araştırmaları ise genellikle gözlem, anket ve mülakatlara dayanır. Gözlem, anket ve mülakat sonuçları yerel farklılıklara bağlı olarak ülkelere ve hatta ülke içinde yer alan bölgelere göre değişiklik gösterebilir. Yapılacak alan çalışmaları ile bu değişiklikler ve benzerlikler ortaya konabilir. Bu araştırmada alan çalışması olarak Diyarbakır kenti seçilmiştir. Diyarbakır’daki seyyar satıcıların demografik, mesleki ve ekonomik özellikleri ile kentsel mekânları nasıl kullandıklarını ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Alan çalışması olarak Diyarbakır kent merkezinde seyyar satıcıların yoğun olduğu; Ekinciler Caddesi, Ofis-Sağlık Ocağı Sokağı, Gevran Caddesi, Sanat Sokağı, Anıtpark, Akkoyunlu Caddesi, Melik Ahmet Caddesi, Gazi Caddesi, Hz. Süleyman Caddesi, Emek Caddesi, Sunay (Koşuyolu) Caddesi, Koşuyolu Parkı, Nühket Coşkun Caddesi, Kıbrıs Caddesi ve Sakarya Caddesi seçilmiştir.

Öncelikle bu mekânlarda seyyar satıcılarla derinlemesine mülakatlar yapılarak konu daha iyi kavranmaya çalışılmıştır. Daha sonra şubat ayında seyyar satıcıların kış sayımı yapılarak, ağustos ayında yapılan yaz sayımı ile karşılaştırma yoluna gidilmiştir. Seyyar satıcılar bu sayımlarda sattıkları ürünlere göre tasnif edilmiştir. Derinlemesine mülakatlardan ve sayımlarda yapılan gözlemlerden elde edilen sonuçlar doğrultusunda, anket soruları hazırlanmıştır. Seyyar satıcıların sayıları tam olarak bilinmediğinden yapılan anketlerin tesadüfi örneklem yoluyla seçildiği kabul edilmelidir.

Uyguladığımız anket 49 sorudan oluşmaktadır. Ankette, kapalı uçlu sorulara ağırlık verilmiştir. Bazı soruların niteliği dikkate alınarak yarı açık uçlu sorulara da yer verilmiştir.

Anketin ilk 17 sorusu, seyyar satıcıların demografik özelliklerini öğrenmeye yönelik sorulardan oluşurken; 18. sorudan 44. soruya kadar olanlar mesleki özellikleri ve 45. sorudan 49. soruya kadar olan sorular ise ekonomik durumlarını öğrenmeye yönelik sorulardan oluşmaktadır.

Anket uygulanırken 9 anketörden de yararlanılmıştır. Bu anketörler, Dicle Üniversitesi, Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi, Coğrafya Eğitimi Anabilim Dalı öğrencileri arasından seçilmiştir. Anketörlere konunun teorik boyutu anlatılarak konu ile ilgili bilgiler verilmiştir. Anketteki her soru tek tek ele alınarak niçin hazırlandığı anlatılmıştır. Anketler deneme amaçlı olarak uygulanmış ve gerekli düzeltme ve düzenlemeler yapılmıştır. Seçilen alanlarda 315 anket uygulanmıştır. Anketler gözden geçirilerek uygun olmayan 14 tanesi elenmiş ve değerlendirilecek anket sayısı 301 olarak belirlenmiştir.

Anketler bilgisayar ortamına aktarılarak SPSS 10 programı ile değerlendirilmiştir. Düz ve çapraz tablolar hazırlanarak; bu tabloların yorumları yapılmıştır.

Yapılan gözlem, mülakat ve anketler sonucunda seyyar satıcıların temel olarak bir ekonomik faaliyet gerçekleştirdiklerinden hareketle, sattıkları mallara göre tasnif edilmesi daha uygun bulunmuştur. Diyarbakır'daki seyyar satıcılar sattıkları mallara göre üç grupta ele alınmıştır.

Yiyecek ve içecek satanlar; meyve, sebze, döner, kebab, ayran, meyve suyu, limonata, şalgam suyu, gazlı içecekler gibi meşrubat, çay, kuruyemiş, dondurulmuş meşrubat, çekirdek, pamuk şekeri, simit, çörek, şekerleme, kek, çikolata, meyhan kökünden yapılan şerbet, haşlanmış mısır, yeşil nohut, tost, gözleme, çiğ köfte ve ıskın (lat. Rheun ruhes <http://gatae.gov.tr/htmls/birimler/kekik.html>) gibi ürünler oluşturmaktadır.

Yiyecek ve içecek dışı mallar satanlar; gömlek, iç çamaşırı, çorap, etek, eşarp, tişört gibi tekstil ürünleri, cep telefonu ve aksesuarları, cüzdan, kemer, sigara, çakmak, balon, perde, kenarları dantelle işlenmiş el işi yazmalar, peçetelik, tıraş malzemeleri, oyuncak, takı, tespih, gözlük, saat, hırdavat, alet, edevat, elektrik malzemeleri, züccaciye ürünleri, çatal, mutfak eşyaları, kozmetik, esans, ayakkabı boyası, bağcık, keçe, kâğıt

mendil, TV kumandası, ayakkabı, korsan kitap, CD ve milli piyango gibi ürünler oluşturmaktadır.

Hizmet sunanlar; ayakkabı boyama, tartma, saat tamiri, inşaat arabası, el arabası, çekçek arabaları ve sepetli motorlar ile taşıma hizmetleri, ayakkabı tamiri, kimlikleri pres yapma ve kente gelen turistlere rehberlik etme gibi hizmetlerden oluşmaktadır.

Bütün bu çalışmalar tamamlandıktan sonra elde edilen veriler değerlendirilerek ulaşılan sonuçlar rapor haline getirilmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM
TEORİK ALTYAPI

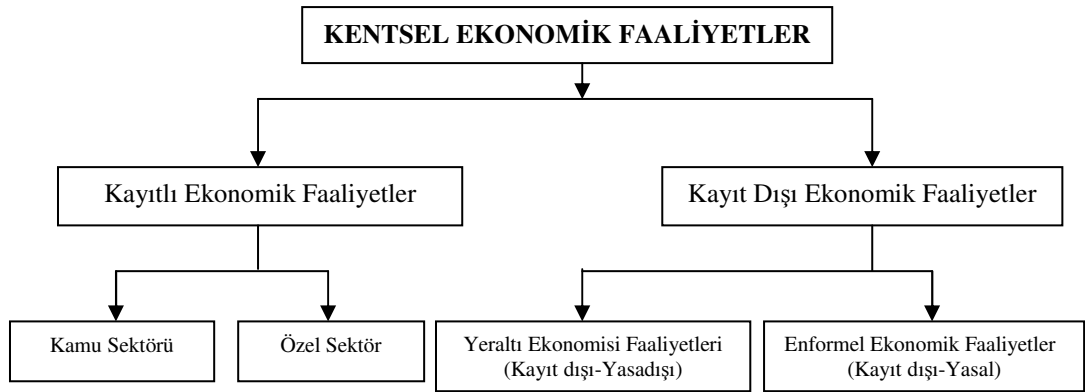
2.1. Ekonomik Faaliyetlerin Tanımı ve Türleri

2.1.1. Ekonomik Faaliyetlerin Tanımı

Ekonomik faaliyetler genel anlamda gelir/çıkar elde etmeye yönelik her tür çalışma, etkinlik olarak tanımlanabilir. Tanımın kayıtlı ekonomik faaliyetlerin yanı sıra, kayıt dışı ekonomik faaliyetleri de kapsadığı söylenebilir (Şişman, 1999: 8-9). Ekonomik coğrafya ise; insanın hayatını kazanmak ve sürdürmek için uğraştığı “üretim, tüketim, mübadele ve hizmet faaliyetlerindeki fonksiyonel bakımdan ilişkilerle, alanlar arasındaki farklılık ve benzerlikleri araştırmaktadır (Tümertekin, 2005: 108).

2.1.2. Ekonomik Faaliyetlerin Türleri

Ekonomik faaliyetleri kentsel ve kırsal ekonomik faaliyetler olarak ikiye ayırmak mümkündür. Kırsal ekonomik faaliyetler bu çalışmanın konusu dışında olduğundan, kentsel ekonomik faaliyetler üzerinde durulacaktır. Seyyar satıcılık kentlerde enformel ekonomik faaliyetler içerisinde ele alınmaktadır. Enformel ekonomik faaliyetler ise kayıt dışıdır (Bkz. Şekil: 1).



Şekil 1: Kentsel Ekonomik Faaliyetlerin Ayrımı (Şişman, 1999: 15).

Uluslararası Çalışma Örgütü (International Labour Office-ILO) kentsel ekonomik faaliyetleri, formel ekonomik faaliyetler ve enformel ekonomik faaliyetler olarak ikiye ayırmakta, formel ekonomik faaliyetleri; daha çok ithal ve sermaye yoğun teknoloji kullanan, yabancı işletmelerin de yer aldığı, ruhsat alımı gibi bürokratik prosedürü gerekli kılan piyasalarda faaliyet gösteren, nispeten büyük ölçekli işletmelerin faaliyetleri olarak değerlendirmektedir. Enformel ekonomik faaliyetler ise, yerli kaynaklar kullanan, çalışanların eğitim ve becerilerinin resmi okul sistemi dışında

kazandığı, emek yoğun ve uyarlanmış teknolojiden yararlanan, devlet denetimi altında olmayan ve yeni işletmelerin girişinin kolay olduğu rekabetçi piyasalarda faaliyet gösteren küçük ölçekli aile işletmelerinin faaliyetleri kapsamında değerlendirilmektedir (Charmes, 1990: 18; akt. Şişman, 1999: 13).

Kayıtlı ekonomik faaliyetler; malların üretimi ve değişimini içeren, devletin düzenleyici ve denetleyici kurallarının uygulandığı, istatistiksel olarak ölçülebilen, gelir elde etmeye yönelik, mali otoriteler ve sosyal güvenlik kuruluşlarına kayıtlı bu anlamda resmi ekonomik birimlerce yapılan ekonomik faaliyetler olarak tanımlanabilir. Bu çerçevede kayıtlı ekonomik faaliyetler, sanayi ve hizmetler kesiminde, kamu sektörü ve özel sektör tarafından mal ve hizmet üretimine yönelik tüm faaliyetleri kapsamaktadır (Şişman, 1999: 17).

Kayıt dışı ekonomik faaliyetler ise; devletin denetleyici ve düzenleyici kurallarının uygulanmadığı, gelir elde etmeye yönelik, istatistiksel olarak ölçülemeyen, bu nedenle de GSMH hesaplarına yansımayan, mali otoriteler veya sosyal güvenlik kuruluşlarında kaydı olmayan bu anlamda gayriresmî ekonomik birimlerce yapılan ekonomik faaliyetler olarak tanımlanabilir (Şişman, 1999: 25-26).

İlgın, kayıt dışı ekonomiyi; ekonomik ve politik kurumlar tarafından düzenlenmemiş bütün gelir getirici faaliyetler olarak tanımlamakta ve bu durumda enformel ekonomi kavramının tercih edildiğini belirtmektedir (İlgın, 1999: 9). Aynı kavramla farklı şeylerin ifade edildiği de olmaktadır. Örneğin, enformel (gayriresmî) kavramı Gersuny tarafından hane halkının faaliyetleri ve sosyal amaçlı faaliyetler ile hırsızlık ve vergi kaçırma gibi ekonomik boyutlu olan faaliyetler için kullanılırken, ABD Gelir İdaresi (IRS) tarafından işportacılar için kullanılmaktadır (Carson, 1984: 21; akt. İlgın, 1999: 9).

Enformel ekonomik faaliyetler de kayıt dışı olmasına rağmen, yeraltı ekonomisi faaliyetlerinden; yasa dışılık ve ahlaka aykırılık yönünden ayrı tutulmalıdır. Çünkü enformel ekonomik faaliyetlerde, yer altı ekonomisi faaliyetlerinden farklı olarak faaliyetin kendisi yasaklanmamış, sadece faaliyet yasaların öngördüğü şekilde yapılmamıştır ya da yasal herhangi bir düzenleme mevcut değildir. Eş deyişle, enformel ekonomik faaliyetlerde yasa dışılık değil, kural dışılık söz konusudur. Oysa yeraltı ekonomisi faaliyetlerinde faaliyetin yasaların öngördüğü şekilde yapılmaması (kural

dışılık) değil, faaliyetin kendisinin yasaklanmış olması (yasa dışılık) söz konusudur. Aynı şekilde yeraltı ekonomisi faaliyetlerinde ahlaka aykırılığın bulunduğunu söylemek mümkün iken, enformel ekonomik faaliyetlerin ahlaka aykırılığından söz etmek güçtür (Şişman, 1999, 26). Dolayısıyla enformel ekonomi aslında büyük ölçüde yasadışı faaliyetleri değil, yasal ancak yasal açıdan düzenlenmemiş aktiviteleri tanımlamaktadır (Fleming ve diğ., 2000: 387).

2.1.3. Enformel Ekonomik Faaliyetler

Enformel sözcüğü resmi olmayan, standart dışı anlamına gelmektedir. Enformel sözcüğünü sosyal bilimler yazınında ilk kullanan Manchester Üniversitesi'nde sosyal antropolog olarak çalışan Keith Hart'dır (Hart, 1973). Hart, Gana'nın başkenti Akra'nın yoksul mahallelerinde yaptığı alan çalışmasında önceleri farklı adlarla anılan faaliyetleri "kayıt dışı faaliyetler" olarak tanımlamıştır. "Kayıt dışı kesim" kavramı 1970'lerin başında ILO'nun başlattığı Dünya İstihdam Programı ve bu program kapsamında yer alan Kenya raporu ile de yaygınlık kazanmıştır (Özar, 1996: 3). Enformel sektör, konunun istihdam boyutunu açıklarken, enformel ekonomi ise, daha çok ekonomik ağırlıklı bir perspektif vermektedir (Akgeyik ve diğ., 2004: 26).

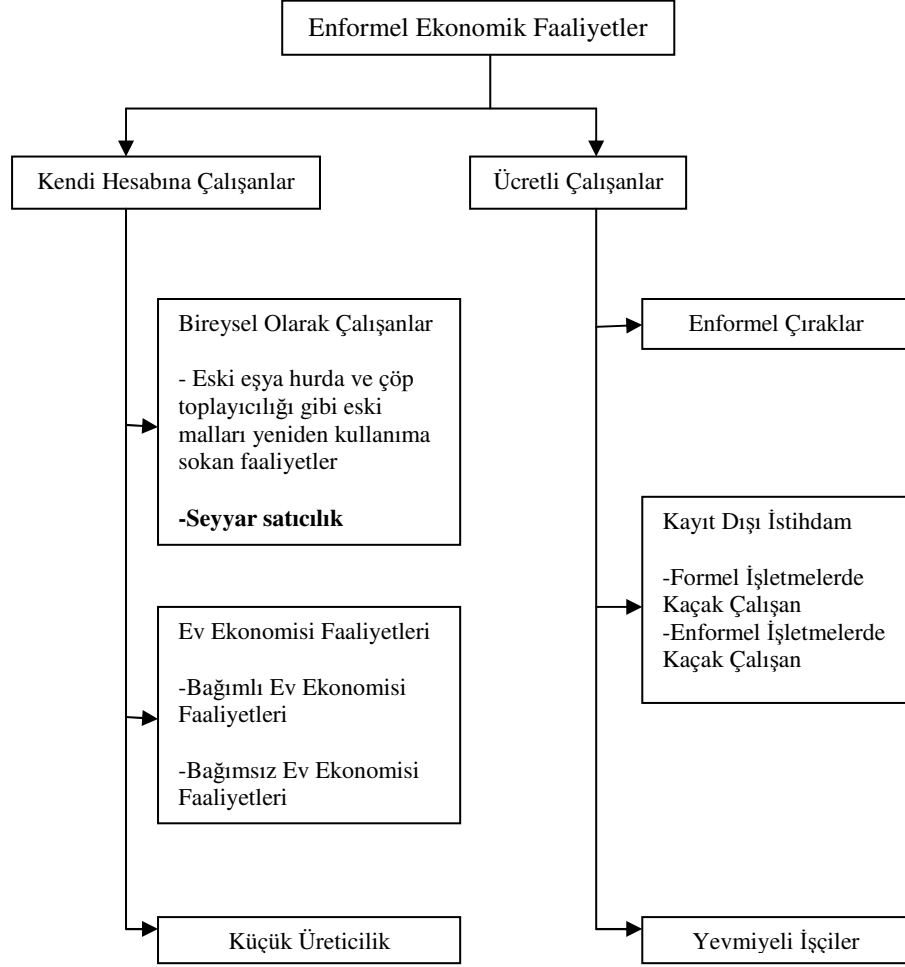
Enformel ekonomik faaliyetlerde bulunanlar bazen kentsel yoksul olarak da adlandırılabilir, yol, su, elektrik vb. kentsel refah imkânlarından en az yararlanan, düşük gelirli hane halkları şeklinde ifade edilmiş, böylece bu kişilerin istihdam yapılarıyla sosyal yapıları birlikte nitelendirilmiştir (Şişman, 1999: 27). Bazen de enformel ekonomik faaliyetlerin genel ekonominin içinde olup olmadığı tartışılmış ya da işsizlik ve eksik istihdamla ilişkilendirilmiştir (Charmes, 1990: 10-12; Güngör, 1993: 7; akt. Şişman, 1999: 27). Enformel ekonomi, günümüzde modern ekonomi öncesinin bir uzantısı olarak da görülmektedir (Akgeyik ve diğ., 2004: 26).

Kayıt dışı ekonomik faaliyetler zaman içinde farklı açılardan ve farklı amaçlarla ele alınmış, 1950'lerde azgelişmiş ülkelerde sanayi ve tarım sektöründe iş bulamayan yoksulların hayatta kalma stratejisi olarak sarıldıkları marjinal faaliyetler olarak nitelendirilirken, 1970'lerde bu türden faaliyetlere istihdam ve büyümeyi olumlu etkileyen bir araç olarak bakılmıştır. 1980'lerde ise kayıt dışı kesimin faaliyetleri, esnek uzmanlaşma ve ihracata dönük gelişme politikaları çerçevesinde ele alınmıştır (Özar, 1996: 1).

Enformel ekonomi kavramı gelişmekte olan ÷lkelerde modern çalışma ilişkilerinin ve kapitalist girişimin birincil amacı olan “kâr g÷d÷s÷” dışında işleyen; birincil amacı istihdam ve geçimlik gelir yaratmak olan kıt emek ve sermayenin, b÷y÷k ÷l÷de aile ve geleneksel çalışma ilişkilerinin egemen olduğu, basit iş ÷rg÷tlenmesine dayalı ÷retim biçimlerini ifade etmek ÷zere ekonomik kalkınma terminolojisine girmiştir. Enformel ekonomik faaliyetler kavramı, ÷retim biçimini ifade etmek kadar, bu faaliyetlerde çalışan işg÷c÷n÷ ayırmak ve tanımlamak için de kullanılmıştır (şışman, 1999: 29-30; Bkz. Foto 1). Enformel ekonomik faaliyetlerde çalışanları kendi hesabına ve ÷cretli çalışanlar olarak ikiye ayırmak m÷mk÷nd÷r (Bkz. şekil 2).



Foto 1: Enformel ekonomik faaliyetlerde çalışanların temel amacı kendilerine istihdam sağlamak ve geçimlik gelir elde etmektir. Fotoğraftaki seyyar satıcı Diyarbakır’ın en işlek caddelerinden biri olan Gazi Caddesi’nde k÷pe, kolye, y÷z÷k vb. gibi takılar satarak geçimini sağlamaktadır.



Şekil 2: Enformel Ekonomik Faaliyetlerde Çalışma Biçimleri ve Bunlar Arasında Seyyar Satıcılığın Konumu (Şişman, 1999: 48).

2.1.3.1. Enformel Ekonomik Faaliyetlerin Tanımı

Enformel ekonomik faaliyetler çeşitli şekillerde tanımlanabilmektedir. Bu faaliyetleri evrensel olarak anlatan üzerinde uzlaşmış tek bir tanım bulunmamaktadır. Tanımlamalarda vurgulanan ortak şeyler ise mali otoritelere ve sosyal güvenlik kuruluşlarına kayıtlı olmama ile kişilere istihdam sağlama durumudur. Bu tanımlamalardan bazıları aşağıda verilmiştir.

ILO yayınlamış olduğu bir raporda, enformel ekonomik faaliyetlerin hem yasal hem de yasal olmayan faaliyetleri içerdiğini belirtmiştir. Bu faaliyetlerin ortak özelliği kayıt dışı olmasıdır. Enformel ekonomik faaliyetler içerisinde yer alan işlerde çalışanların iş koşulları belirsiz, çalışma saatleri uzun ve yaptıkları işler çoğunlukla

insan sağığına uygun değıldir. Bu tip işlerde çalışan kadın, çocuk ve göçmen işçilerin durumu daha da kötüdür. Sendikal örgütlenmenin olmadığı, sosyal haklar ve güvenceden yoksun olan işlerdir. İşçilerin mesleki eğitimi zayıf ve kullanılan teknoloji seviyesi düşüktür. Buna bağılı olarak da üretilen malların kalitesi yüksek değıldir. Pazar payı ise sınırlı kalmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerde enformel ekonomi ve buna bağılı olarak da enformel sektör daha yaygın olarak görölmektedir (<http://www.ilo.org/public/french/standards/relm/ilc/ilc90/pdf/pr-25res.pdf>).

EUROSTAT; enformel ekonomik faaliyetleri, mali otoriteler veya sosyal güvenlik kuruluşları kayıtlarında bulunmayan gayriresmî ekonomik birimlerin faaliyetleri olarak tanımlamaktadır (Şişman, 1999: 31).

Şişman; enformel ekonomik faaliyetleri; birincil amacı ilgili kişilere istihdam ve geçimlik gelir yaratmak olan, basit iş örgütlenmesine dayalı, devlet denetimi altında olmayan piyasalarda faaliyet gösteren, küçük ölçekli, gayriresmî ekonomik birimlerin; herhangi bir yerde kaydı bulunmayan, vergileme bakımından izlenemeyen, yasalar tarafından düzenlenmemiş, bu anlamda yasal korumadan yararlanmayan ekonomik faaliyetler olarak tanımlamaktadır (Şişman, 1999: 33).

2.1.3.2. Enformel Ekonomik Faaliyetlerin Ortaya Çıkış Sebepleri

Enformel ekonomik faaliyetlerin ortaya çıkışı ülkelerin sosyal, kültürel ve ekonomik özellikleri ile ilgilidir.

Enformel ekonomik faaliyetler az veya çok bütün ülkelerde var olmakla birlikte, gelişmekte olan ülkelerde daha yaygın olduğu görölmektedir. Nüfus artış hızının yüksek olması, göç, çarpık kentleşme, işsizlik, gelir yetersizliği, kalabalık aileler, enflasyon ve ekonomik krizler, yüksek vergi ve sosyal güvenlik primleri, bürokratik engeller, ekonomik yapı, işletme büyüklüğü, istihdam politikası vb. faktörler bu tür ekonomik faaliyetlerin ortaya çıkışındaki başlıca etkenlerdir.

Enformel ekonomik faaliyetlerin ortaya çıkışı kentleşme ile de yakından ilgilidir. Türkiye'deki kentleşme itici, iletici ve çekici güçlerin etkisi altında oluşan ve değışen bir nüfus hareketidir. İtici etmenler, genellikle, nüfusu köyden ve tarımdan köy dışına iten etmenlerdir (Keleş, 2008: 70). Kırsal alanlardaki toprakların miras yoluyla küçülmesi, verim düşüklüğü, tarımda makineleşme sonucunda insan emeğine olan

ihtiyacın azalması ve nüfus artış hızının yüksek olması, mevcut kaynakların artan nüfusu besleyemez hale gelmesine neden olmuştur.

İletici güçler ile kast edilen köyünden kopan nüfusu kentlere taşıyan ulaşım araçlarındaki ve olanaklarındaki gelişmelerdir (Keleş, 2008: 70). Türkiye’de iletilici güçlerin gelişiminde görülen hızlanma, haberleşmenin ve ulaşımın merkezi olan kentlere nüfus göçünü hızlandırmıştır. 1950 yılından itibaren karayolu ulaşım sektöründe Türkiye’de görülen gelişmeler, kırsal kesimin şehir ile bağlantısını artırmıştır (Karakaş, 1999: 143).

Çekici güçler ise köyünden ayrılan ya da ayrılmaya hazır bulunanları kentlere doğru çeken ekonomik ve toplumsal etmenlerdir (Keleş, 2008: 70). Kentlere nüfus yığılmasına sebep olan nedenlerin başında sanayi gelmektedir. Sanayi kuruluşlarının büyük çoğunluğu kent merkezlerine yakın sahalarda kurulmuşlardır. Kentlerde sanayi sektörünün yanı sıra hizmet sektörünün de gelişmiş olması kentlerin nüfus çekmesinde etkili olmaktadır.

Ülkemizdekine benzer bir durum İran’da da yaşanmıştır. Ülkedeki iç göçler 1950 sonrası bir olgudur. İran’da devlet yatırımlarının şehirlere yapılması, tarım sektörünün unutulması, petrol gelirlerinin artması, işçi ve memur gelirlerinin yükselmesi, daha fazla iş imkânı şehir hayatının çekiciliği ve sosyo-ekonomik hizmetlerin daha üst düzeyde olması köyden şehre olan göçlerde tek tek önemli faktörler olarak rol oynamaktadır (Tarky, 2006: 280). İran gibi gelişmekte olan ülkelerde sanayileşme gerçekleşirken şehrin ekonomik yapısı akın akın şehre gelen göçlere uyumlu tepki verecek durumda değildir. Birçok durumda kırdan şehre göçler yalnızca gelinen yerdeki sosyo-ekonomik yapıyı tahrip etmekle kalmamakta, aynı zamanda şehirde ekonomik faaliyetlerde de kargaşaya neden olmaktadır; örneğin marjinal sektörün gelişmesi gibi. Şehirlerdeki altyapıdaki yetersizlikler (şehir suyu, konut, elektrik sağlık merkezleri) ve işsizlik şeklinde büyüyen kriz, kırdan şehre göçlerle şehrsel gelişme ve planlama arasındaki uyumsuzluğu daha da büyültmektedir (Tarky, 2006: 287).

Köylerde nüfusun hızla artması ancak yapılan üretimin bu artışla orantılı olmaması nispi aşırı nüfus artışına neden olmuştur. Bu yüzden köylüler şehirlere akın etmişlerdir. Şehirlerin iktisadi gelişmesi yeni işler yaratmaya elverişli olmadığından

şehirlere göç ile gelen bu nüfus işportacılık gibi “marjinal” işlerde çalışmak zorunda kalmışlardır. Yerleştikleri taşkın konut bölgeleriyle (gecekondu) şehrin görünüşünde de bozulmalara neden olmuşlardır (George, 1991: 74-75). Hızlı sanayileşmeden kaynaklanmayan bir kentleşmenin, “köylerdeki gizli işsizliğin kentlere taşınması” olarak nitelenmesi önemli bir gerçeği yansıtmaktadır. Türlü hizmet dallarında “iş bulmuş” görünenlerin ulusal ekonomiye yaptıkları katkı sanayileşmeye dayanan, alternatif bir istihdam politikası sonucunda aynı nüfusun sağlayabileceği katkının yanında çok düşüktür. Bu anlamdaki kentleşmeye, gerçek kentleşmenin karşısı olarak “sahte”, “sağlıksız”, ya da “aşırı” gibi isimler verilmektedir. İstanbul ve Ankara gibi kentlerde, hizmet kesimlerinde seyyar satıcılık, at arabacılığı, ayakkabı boyacılığı, apartman kapıcılığı, simitçilik, eskicilik, hamallık ve çöpçülük gibi hizmet türleri oldukça yaygındır (Keleş, 2008: 77-78).

Giderek artan sayıda vasıfsız işçinin ya da tarım işçisinin kent merkezlerine göç etmesi, resmi ekonominin bu işgücünü soğurmasını güçleştirmektedir. Kalkınmakta olan dünyadaki birçok şehirde, kayıt altındaki ekonomiye dâhil olamayan kişilerin ihtiyaçlarının karşılanmasını kayıt dışı ekonomi sağlamaktadır. İmalat ya da inşaat sektöründen küçük ölçekli ticari etkinliklere kadar, denetlenemeyen kayıt dışı sektör yoksul ya da vasıfsız işçilere para kazanma olanağı sunmaktadır. OECD kalkınmakta olan ülkelerin şehirlerindeki nüfus artışını karşılamak için, 2025 yılında 1 milyar yeni işe ihtiyaç olacağını tahmin etmektedir. Bütün bu işlerin kayıt altındaki ekonomi ile yaratılması pek de mümkün değildir (Giddens, 2008: 970).

Hızlı nüfus artışının kaçınılmaz sonuçlarından birisi de kırsal alanlardan kentlere doğru olan göçler sonucunda meydana gelen hızlı kentleşmedir. Kentleşen nüfusun çalıştırılmasına olanak verecek temel sanayi yatırımlarının yapılamaması, başka bir deyişle kentleşmenin sanayileşmenin önünde gitmesi, işgücünün marjinal işlerde ve türlü hizmet dallarında yığılmasına neden olmaktadır (Keleş, 2008: 40). Kırsal alanlardan olan göçün başlıca sebebi ekonomik olduğundan kentlere göç ile gelenler istihdam imkânı bulana kadar enformel sektörde çalışmaktadır. Kısacası istihdam olanaklarını kendileri oluşturmakta ve kentsel rantları paylaşma mücadelesine girişmektedirler.

Göç ile birlikte kentsel mekânlar da değişime uğramaktadır. Bu değişimin fiziksel boyutunu gecekondu mahalleleri oluşturmaktadır. Kentlerde fiziksel değişimin

yanı sıra sosyal ve kültürel değişimler de yaşanmakta ve yeni kent kültürleri ortaya çıkmaktadır.

Gecekondu mahallerine sığınan nüfus kentsel işsizliğin yaygınlaşmasına neden olmaktadır. İşsiz olan bu kitleler girmesi kolay olan enformel sektöre ve özellikle seyyar satıcılığa başlamaktadırlar.

Kentlerde yaşam maliyetinin pahalı olmasına bağlı olarak birçok insan ek gelire ihtiyaç duyar. Ek gelir elde etmek için başvurulacak yollardan birisi de enformel sektöre girmektir. Seyyar satıcılık enformel sektördeki başlıca uğraşı alanlarından biridir. Formel ekonomide mal ve hizmet satın alamayan düşük gelirli grupların gereksinimlerinin bir sonucu olarak da enformel sektörde bir artış görülür.

Kırsal alanlardan kentlere göç eden aileler genellikle kalabalık ailelerden oluşmaktadır. Kalabalık aileler kentlerde yaşamlarını sürdürebilmek için daha fazla gelire ihtiyaç duyarlar. Bunu sağlamanın en kolay yollarından birisi de herhangi bir vasıf gerektirmeyen işler olmaktadır. Bu da kentlerde enformel sektörde çalışanların oranını artırmaktadır.

Ekonomistler, enformel ekonomik faaliyetlerin ortaya çıkmasına neden olan etkenleri iki başlık altında ele almaktadırlar: İkili ekonomik yapı ve iktisadi rasyonalizm (Şişman, 1999: 81).

Gelişmekte olan ülkelerin ticari sistemlerinin temel özelliği modern ve geleneksel olmak üzere belirgin bir yapısal ikiliğe sahip olmasıdır (Beaujeu-Garnier ve Delobez, 1983: 135). Bu ülkelerde kentsel alanda yer alan modern sektör içinde bir yandan ileri gelişmişlik düzeyindeki ülkelerin piyasa yapısına, ileri teknolojisine, gelişmiş sosyal ilişkilerine, ileri kurum ve organizasyonlarına rastlanabileceği gibi, öte yandan geri kalmışlığın tipik özelliklerinden aile içi üretim, geri ve ilkel teknoloji, durgun bir sosyal yapı içindeki geleneksel kurum ve organizasyonlara da rastlanabilecektir. Enformel ekonomik faaliyetler de bu ikili yapı çerçevesinde ortaya çıkmaktadır (Şişman, 1999: 82). Ancak gelişmekte olan ülkelerin ekonomik örgütlenmesinde geleneksel ticaret önemli bir rol oynamaktadır. Bu tip ticaret her şeyden önce toplumsal bir öneme sahiptir; çünkü yoksulların yaşamlarını sürdürmesini sağlayarak bir güvenlik supabı oluşturmaktadır (Beaujeu-Garnier ve Delobez, 1983: 156).

Serbest rekabete dayalı, liberal ekonomik ortamlarda girişimcinin birincil güdüsü olan kârı maksimize etmek amacıyla girdiler düşürülerek gelirler artırılmalı, ekonomik faktörlerin kullanımında fayda ve maliyet karşılaştırılarak rasyonel davranılmalıdır. Bu anlamda işgücünün de, üretimde gerekli ekonomik faktörlerden birisi olduğu düşünüldüğünde, müteşebbisin işgücünü kullanırken rasyonel davranması gerektiği söylenebilir. Bu amaçla ücretleri düşürmek doğrudan artı değer oranını, dolayısıyla kâr oranını yükseltmek anlamına gelecektir. Bu doğrultuda 1980’li yıllarda hızlanan küreselleşme sürecinin, rekabette üstünlük sağlama çabası içindeki birçok işletmeyi kayıt dışına ittiği izlenmiştir (Şişman, 1999: 84-85). Böylece enformelleşme sadece yerel koşulların bir sonucu olmadığı, küresel iktisadi yeniden yapılanmanın bir sonucu olarak da ortaya çıktığı görülmektedir (Özar, 2000: 3).

Küçük işletmelerin yaygın olması kayıt dışılığa ortam hazırlayan önemli faktörlerden biridir. Küçük işletmelerin yaygınlığı bir taraftan izleme ve denetlemeyi zorlaştırırken, diğer taraftan bu işletmelerin pek çok yasal düzenlemelerin dışında kalmalarına yol açmakta; vergi, iş, sosyal güvenlik, muhasebe vb. konularla ilgili yasalar genellikle bu tür küçük işletmeleri kapsamamaktadır (http://kayitdisiekonomi.com/files/Kayit_disi_ekonomi-2008-10.pdf).

Kayıt dışı ekonomik faaliyetler içerisinde yer alan bir diğer alan ise yer altı ekonomisi faaliyetleridir.

Yer altı ekonomisi faaliyetlerini bir ülkede geçerli hukuk ve ahlak kurallarına aykırı faaliyetler olarak tanımlamak mümkündür. Burada önemli olan, faaliyetin yasalarda öngördüğü şekilde yapılmaması yani kural dışılık değil, faaliyetin kendisinin yasaklanmış ve yasa dışı olmasıdır. Daha çok kamu düzenini ilgilendiren ve devletin güvenlik güçlerinin uğraşı alanı içinde olan bu faaliyetleri; silah, uyuşturucu, kıymetli maden ve tarihi eser kaçakçılığı, kalpazanlık, sahte pasaport ve vize ticareti, yasadışı iş takibi, çek senet tahsilâtı, tefecilik, rüşvet ve kadın ticareti gibi faaliyetler olarak saymak mümkündür (Şişman, 1999: 58).

Bir ülkenin sahip olduğu ekonomik sistemin kendisi ve yapısal özellikleri kayıt dışılığa uygun bir zemin oluşturabilir. Bir ekonominin gelişmişlik düzeyi, gerekli yatırımların yapılarak yeterli kalkınma hızının gerçekleştirilememesi ve kayıtlı istihdam imkânlarının yaratılamaması, kamu kesiminin ekonomik faaliyetler içindeki ağırlığı,

düzenlemelerin ve sınırlamaların yoğunluğu kayıt dışılıkta rol oynayan faktörlerdir (İlgin, 1999: 24). Bunun yanı sıra; tarım ve hizmet sektörlerinin oransal fazlalığı, gelir dağılımındaki adaletsizlik, yüksek enflasyon, iktisadi kriz ve durgunluk dönemleri, küreselleşmeye bağlı rekabet sonucunda ucuz işgücüne yönelme, fayda-maliyet ilişkileri, uygulanacak cezaların caydırıcı olmaması, ağır vergiler, ev işlerinde çalıştırılan kadın işçilere ödenen düşük ücretler, toplumun eğitim ve kültür düzeyi, teknolojik gelişmeler gibi pek çok faktör etkili olmaktadır (İlgin, 1999: 24-31).

2.1.3.3. Enformel Ekonomik Faaliyetlerde Yer Alan İş Kolları

Enformel ekonomik faaliyetlerin başlıca özellikleri işe giriş kolaylığı, küçük ölçekli olması, düşük gelir, kuralsız, güvencesiz ve örgütsüz bir yapıda olmasıdır (Şişman, 1999: 37). Bundan dolayı enformel sektörde çalışanların yaptıkları işler ve sattıkları mallar çok çeşitlidir ve birçok iş kolundan söz edilebilir, bunlardan bazı iş kolları o ülkelere özgü olabilmektedir. Uzakdoğu ülkelerinde bisikletle yolcu taşınması, akarsulardaki kayıklar üzerinde sebze ve meyve satılması, çekçek arabaları ile yolcu taşınması bunlara örnek olarak verilebilir.

Türkiye’de enformel sektör içerisinde yer alan başlıca işler şunlardır: Seyyar satıcılar, işportacılar, özel ders verenler, kapıdan pazarlama yapanlar, bohçacılar, arzuhalciler, çocuk bakıcıları, ev temizliğine gidenler, ev kadınlarının evlerinde yaptıkları iğne oyası, dantel süs eşyası, küpe, yüzük, kolye yapımı, vb. el işleri ve özellikle hazır giyim sektörünü destekleyecek nitelikte parça başı eve aldıkları işler, hamallar, otoparkçılar, tarım sektöründe çalışanlar, sokakta çalışan çocuklar, çöp ayıklayıcılar ve toplayıcıları, dilenciler, el arabası ile pazardan alınan malları evlere taşıyan çocuklar, motosiklet ile taşımacılık yapanlar, tartıcılar vs. sayılabilir. Enformel sektör içerisinde yer alan bütün bu işler istihdam olanağı sağlaması bakımından oldukça önemlidir.

Araştırma konumuzu oluşturan seyyar satıcılar ve işportacıların sattıkları ürün ve verdikleri hizmetler de çok çeşitlidir. Satılan ürünler ve verilen hizmetler bölgelere göre çeşitlilik gösterebilmektedir. Diyarbakır’da özellikle Ramazan ayında satılan meyan kökünden yapılan şerbet (Bkz. Foto 2) ile yaz dönemlerinde Adana’ya özgü bir tatlı olan bici bici buna örnek olarak verilebilir. Bici bici, geçmişte neredeyse tamamen

seyyar satıcılarda satılan bir ürün olmasına rağmen son yıllarda restoranlarda ve kafelerde de tatlı olarak sunulmaktadır (http://tr.wikipedia.org/wiki/Bici_Bici).



Foto 2: Meyan kökünden yapılan şerbeti satan seyyar satıcılar. Bu şerbetin tüketimi yaz mevsiminde ve Ramazan ayında arttığından, bu dönemlerde seyyar satıcı sayısında da bir artış görülmektedir.

2.1.3.4. Seyyar Satıcılığın ve İşportacılığın Tanımlanması

İşportacılık veya seyyar satıcılık konuşma dilinde çoğunlukla benzer-eşanlamlı kelimeler gibi kullanılmakla birlikte anlam açısından farklılıklar içermektedir. Türk Dil Kurumu (TDK) sözlüğünde işportanın İtalyanca “sporta” kelimesinden dilimize geçtiği vurgulanarak, öncelikle gezici satıcıların mallarını koymaya yarayan yayvan sepet veya bu işi gören, ona benzer araç, sergi ve ikinci olarak da açıkta yapılan satış olarak tanımlanmıştır. İşportacı, işporta ile mal satan kişi; işporta malı da değersiz, nitelsiz mal olarak tanımlanmıştır. Seyyar ve seyyar satıcının ise Arapça kökenli olduğu vurgulanarak, seyyar kelimesinin belli bir yeri olmayan, gezici, gezgin anlamları taşıdığı ve ayrıca kolay taşınabilen, katlanarak taşınabilir duruma getirilebilen, portatif anlamlarına geldiği ifade edilmektedir. Seyyar satıcı ise belli bir satış yerinde çalışmayan, tüketicinin bulunduğu yere giderek malını satışa sunan kimse olarak tanımlanmaktadır (TDK 2005).

Bu tanımlamalarda; seyyar satıcılığın bir hareketliliği anlatması, belli bir satış yerinin olmaması, mallarını koymaya yarayan araç veya sergilerinin olması, açık

mekânlarda yapılan bir ticareti ifade etmesi ve düşük kalitede malların satılması dikkat çeken özelliklerdir.

Seyyar satıcı-işportacı ayrımı yaparken gezici olanlar (seyyar satıcı) ve sabit bir yerde satış yapanlar (işportacılar) şeklinde bir ayrım da yapılmıştır (Kıray, 1998a: 122) Bu durumda Kıray'a göre; seyyar satıcı-işportacı ayrımı yapılırken satış yapılan yerin sabit olup olmadığı dikkate alınmalıdır.

Bazı araştırmacılar seyyar satıcı-işportacı ayrımını satılan ürünün niteliğine göre yapmaktadır. Seyyar satıcılık; sabit bir fiziki ortama sahip olunmadan en son alıcılara (tüketicilere) yönelik olarak yapılan mal ve hizmet satış olayıdır ve kendi içinde seyyar yiyecek ve içecek satanlar, seyyar yiyecek ve içecek dışı mallar satanlar ve seyyar hizmet sunanlar olarak üç kategoriye ayrılabilir. Seyyar yiyecek ve içecek satanlara; seyyar satıcı, pazarcı veya gezici satıcı denilirken seyyar yiyecek ve içecek dışı mallar satanlar işportacı olarak adlandırılmakta, seyyar hizmet sunanlar ise verimliliğin çok düşük olması nedeniyle marjinal kesim çalışanı olarak tanımlanabilmektedir. Bu tür faaliyetler tüm toplumlarda ticari yaşamın en düşük şekli olarak algılanmaktadır (Şişman, 1999: 49-50).

Seyyar satıcı-işportacı ayrımını daha farklı yapanlar da vardır. Seyyar satıcı kavramı, herhangi bir mekâna bağlı olmaksızın, mal veya hizmet sunan kişiler anlamında iken; işportacı, belediyeye kayıtlı olan ve vergi veren satıcılar anlamında kullanılmaktadır (Yıldız, 2008: 344). Ancak bu tanımlamaya tam anlamıyla katılmak mümkün değildir. İşportacı terimi kullanılırken belediyeye kayıtlı olup olmaması ve vergi verip vermemesi değil yerinin sabit olup olmaması dikkate alınmaktadır. Kentin cadde ve sokaklarını paylaşan seyyar satıcılar veya işportacılar çoğunluğu ne belediyeye kayıtlıdır, ne de vergi vermektedir.

Bu çalışmada seyyar satıcı kavramı geniş kapsamlı olarak kullanılmıştır. Seyyar satıcılardan kasıt, sadece gezerek satış yapanlar değil, cadde ve sokakların belli kısımlarını sahiplenen satıcıları da içermektedir. Çünkü bu tip satıcıların kira ödedikleri bir dükkânları olmadıkları gibi, bazı durumlarda yerlerini de değiştirmek zorunda kalmaktadırlar.

2.2. Dünyada ve Türkiye’de Enformel Ekonomik Faaliyetler, Türkiye’de Seyyar Satıcılığın Tarihçesi ve Türkiye’de Seyyar Satıcılara İlişkin Mevzuat

2.2.1. Dünyada Enformel Ekonomik Faaliyetler

Enformel ekonomik faaliyetler sadece az gelişmiş ülkelerde görülmezler. Gelişmiş ülkelerde de sebepleri farklı da olsa değişik oranlarda ve niteliklerde enformel ekonomik faaliyetlere rastlanır (Bkz. Foto 3). Ancak az gelişmiş ülkelerde enformel ekonomik faaliyetlerin gelişmiş ülkelere olan farkı; enformel ekonomik faaliyetlerin bu ülke ekonomilerinde önemli bir yer tutması ve seyyar satıcılığın kitlesel ve tipik bir görünüm kazanmasıdır. Günümüz dünyasında bir milyardan fazla insan enformel işlerden hayatlarını kazanmaktadır (Knox ve Sallie, 2001: 477). Gelişmekte olan birçok ülke kentsel yoksulluğu azaltması, istihdam ve gelir olanağı yaratması ve ekonomiye yardımcı olmasından dolayı bu tür faaliyetleri desteklemektedir. Bangladeş’te kendi becerileri ile ürettikleri çeşitli eşyaları enformel ekonomide satabilmeleri için, toplumun yoksul kesimlerinde mikro kredi de denilen çok küçük kredilerle destek verilmektedir (Gibson ve Kelley, 1994: 167; akt. Akgeyik ve diğ., 2004: 29).



Foto 3: Bu işi için özel yaptırılmış tekerlekli aracı ile New York’ta (ABD) yiyecek ve içecek satan bir seyyar satıcı.

2003 yılı için gelişmiş ülkelerde yapılan bir araştırmada, kayıt dışı ekonominin tahmini büyüklüğü; ABD’de % 8,7, İngiltere’de % 12,3, İtalya’da % 26,2, Almanya’da % 16,8, Hollanda’da % 12,8, Kanada’da % 15,4’tür (Schneider, 2005: 598-642; akt. Kılıç ve Özçelik, 2006).

Geçiş ülkeleri de denilen, SSCB’den bağımsızlığını kazanmış ya da Sosyalist Blok’ta yer alan ve sonradan serbest piyasa ekonomisini benimseyen ülkeler için 2000 yılında yapılan bir araştırmada, kayıt dışı ekonominin GSMH’ye oranı; Azerbaycan’da % 60,6, Gürcistan’da % 67,3, Bulgaristan’da % 36,9, Romanya’da % 34,4, Ermenistan’da % 46,3 ve Rusya’da % 46,1’dir (Schneider, 2005: 598-642; akt. Kılıç ve Özçelik, 2006).

1990-1993 yılları arasında yapılan bir başka araştırmada gelişmekte olan Afrika, Uzakdoğu ve Güney Amerika ülkelerinde de enformel sektörün GSMH’ya oranı oldukça yüksektir. Afrika ülkeleri olan; Nijerya’da % 68, Mısır’da % 76, Tunus’ta % 39, Fas’ta % 45’tir. Uzakdoğu ülkeleri olan; Tayland’da % 70, Filipinler, Sri Lanka, Malezya ve Güney Kore’de % 38 ila 50 arasında, Hong Kong ve Singapur’da % 13’tür. Güney Amerika ülkeleri olan; Guatemala, Meksika, Peru ve Panama’da % 40 ila 60 arasında, Şili, Kosta Rika, Venezüella, Brezilya, Paraguay ve Kolombiya’da ise % 25-30 arasında değişmektedir (Fleming ve diğ., 2000: 405).

Özellikle 1990’lı yıllarda yaşanan global ekonomik krizler nedeniyle enformel sektörün hacmi, gelişen tüm ülkelerde çok belirgin bir artış göstermiştir. Sadece 1998 finansal krizinde Güney Kore’de en az 2 milyon, Tayland’da 3 milyon ve Endonezya’da 10 milyon insan işsiz kalmıştır (ILO, 1999; Mc Nally, 1998; akt. Bayat, 2004: 29). İşsiz kalan bu insanların geçinebilmek için bulduğu başlıca çare enformel sektöre girmek olmaktadır.

Küresel yeniden yapılanmanın gelişmekte olan ülkelerdeki temel sonuçlarından biri, bir yandan bütünleşmeyi, öte yandan toplumsal dışlanma ve enformalizasyonu içeren ikili bir süreç olmuştur (Bayat, 2006: 27). İki süreç de Üçüncü dünyadaki kentsel tabanlar adına büyük bir hoşnutsuzluk yaratmaktadır. İlk olarak, kentsel yoksunlar arasında, pazar disiplini, sözleşmeler, değişim değeri, hız ve bürokratik mantık tarafından nitelenen modernleştirici iktisadi ve kültürel sistemler içerisinde, iş görmeyi, yaşamayı ve çalışmayı zor bulan birçokları bulunmaktadır. Bu insanlar alternatif ve

daha tanındık ya da enformel kurumlar ve ilişkiler arayarak böylesi toplumsal ve iktisadi düzenlerden çıkmaya çalışmaktadır. İkinci olarak, küreselleşme, yapısal düzenleme programları dolayısıyla birçok insanı işsiz kılarak ya da onları enformel üretim, ticaret, barınma ve ulaşım iterek bir enformelleştirme eğilimi taşımaktadır (Bayat, 2006: 57-58). Bu yeniden yapılanma çok sayıda “kent yoksulu-marjinaleri” ortaya çıkarmıştır. Bu döneme dair orijinal olan, büyük orta sınıf kesimlerinin marjinalleşmesidir. Gecekonduarda yaşamak, geçici işler ve sokak satıcılığı artık geleneksel yoksulların niteliği olmaktan çıkmış, daha yüksek statü, beklenti ve toplumsal becerilere sahip eğitilmiş gençler arasında yaygın hale gelmiştir (Bayat, 2006: 29).

20. yüzyılın son çeyreğinde yaşanan değişim ile birlikte, üretim süreçlerinde esnek üretim olarak nitelendirilen, genellikle küçük işletmelerde fason üretime dayanan, yeni bir üretim organizasyonunun uygulanmakta olduğunu ve bunun ekonomik kriz koşullarında firmalar açısından son derece başarılı sonuçlar yarattığı görülmektedir. Ancak üretim süreçlerinin bazı aşamalarının taşeron şirketlere devredilmesi sonucunda, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde, özellikle de ihracata yönelik üretim yapan, ucuz emeğe dayalı, elektrik, elektronik, kozmetik, dayanıklı tüketim malları, hazır giyim gibi üretim alanlarında enformel ekonomik faaliyetlerinde büyük oranda arttığı görülmektedir. 1980’lerde ise 13 OECD ülkesinde, kendi hesabına çalışanların göreceli payındaki artışın bir nedeni ise, bazı firmaların eve iş verme şeklindeki tercihleri ile açıklanmıştır. Sonuçta özellikle ev ekonomisi faaliyetlerinde önemli artışlar kaydedilmiştir. Enformel ekonomik faaliyetlerdeki bu tür artışların ise, iş güvenliği yasalarının daha kısıtlayıcı olduğu ve işverenin katkı paylarının göreceli yüksek olduğu ülkelerde daha yaygın olarak gözlenmektedir. Yüksek vergi oranlarının ve gelişen kamu hizmetlerinin de enformel ekonomik faaliyetleri genişleten faktör olduğu iddia edilmekte ve neo-liberal politikalar önerilmektedir (Şişman, 1999: 42-43).

Günümüzde gelişmiş ülkelerde dahi enformel ekonomik faaliyetler, özellikle kriz dönemlerinde, sınırlı da olsa bir istihdam yaratmakta ve enformel ekonomik faaliyetlerin örneklerine gittikçe daha sık rastlanmaktadır. Sonuçta enformel ekonomik faaliyetler gittikçe büyümekte ve önemi azalmamaktadır. Örneğin 1990-1993 yılları arasında Latin Amerika ülkelerinde yaratılan istihdamın % 83’ünün enformel ekonomik faaliyetlerde olduğu ifade edilmektedir. Aynı şekilde son 10-12 yıllık dönemde kentsel ekonomik faaliyetlerde enformel istihdamın payının Fas’ta % 57, Tunus’ta % 47,

Mısır'da % 40'a ulaştığı, Sahra'nın güneyinde yer alan Afrika ülkelerinde ise % 62,5 olduğu tahmin edilmektedir (Şişman, 1999: 44).

Birçok Afrika ülkesi enformel ekonomik faaliyetlerin teşvik edilmesine yönelik politikaların belirlenmesi amacıyla geniş ölçekli bir şekilde veri toplama ve sistematik planlama faaliyetlerine girişmiştir. Bunun ötesinde Tunus, Gana, Madagaskar, Zaire gibi ülkeler milli gelir tahminlerini yeniden gözden geçirmiş ve istatistik enstitülerinden enformel ekonomik faaliyetler ile ilgili çalışmaları kapsamlı bir şekilde yapmasını istemiştir. Ekvator, Kolombiya, Peru ve Meksika'da Uluslararası Çalışma Örgütü'nün yardımıyla enformel ekonomik faaliyetlere ilişkin araştırmalar yapılmıştır (Şişman, 1999: 44-45).

“İşporta ekonomisi” olarak adlandırılan Peru ekonomisinde, kayıtlı milli gelire ilave olarak % 29 oranında kayıt dışı milli gelir yaratılmaktadır (Main, 1989; akt. Ilgın, 1999: 80). Peru'daki işgücünün yarısı resmi (formel) sistem dışında çalışmakta ve toplam işgücü saatinin % 60'ı kayıt dışı işlere ayrılmaktadır. Peru'daki kayıt dışılığın sebebi olarak aşırı bürokratik yapı ve düzenlemeler ile adaletsiz uygulamaları göstermekte ve halkın böyle bir durumda yaşamlarının sürdürebilmeleri için kayıt dışı faaliyetlerde bulunmaktan başka çareleri olmadığını belirtmektedir (Bailey, 1989; akt. Ilgın, 1999: 80-81). Bolivya, Arjantin, Brezilya, Kolombiya gibi Latin Amerika ülkelerinde enformel sektörün payı oldukça yüksektir (İlgın, 1999: 81-82).

1989 yılında Güney Amerika'yı kapsayan bir araştırmada, enformel sektörün toplam ekonomi içindeki payı; Arjantin için % 22, Peru için % 55, Jamaika için % 35'tir. Afrika ülkelerinden Sierra Leone'de bu oran % 90'lara kadar çıkmaktadır (Gibson ve Kelley, 1994: 168; akt. Akgeyik ve diğ., 2004: 33). Aynı amaçla yapılan bir başka araştırmada, Meksika için % 55, Bolivya'da % 49'tur. Uzakdoğu ülkelerinden Endonezya'da bu oran % 69'dur (Ozay ve Evers, 1994: 3; akt. Akgeyik ve diğ., 2004: 33).

Brezilya Coğrafya ve İstatistik Enstitüsü'nün (IBGE) 2000 yılı verilerine göre metropoliten alanlarda yaşayanların % 55'i enformel sektörde çalışmaktadır. Bu da aktif çalışan nüfusun büyük bir kısmını oluşturmaktadır (Gomes ve Reginensi, 2007: 6). Enformel sektörde çalışanların bu kadar fazla olmasında temel sebep ülkede 1970'li yıllardan beri süregelen formel alanlarda iş bulmanın zorluğudur. Brezilya'da kentsel

mekânı şekillendiren unsurlardan birisi de seyyar satıcılardır (Gomes ve Reginensi, 2007: 7). Yapılan bir çalışmada Brezilya'daki seyyar satıcıların profil tanımlamaları ile ilgili şu sonuçlara ulaşılmıştır; Seyyar satıcıların % 61,4'ü erkektir. Bu işi yapanların yaklaşık % 75'i 25-55 yaş arasındadır. 12-24 yaş grubunda % 15, 56 yaş ve üzerinde olanlar ise % 10 civarındadır. Erkeklerin eğitim seviyeleri, kadınlara göre daha yüksektir. Okula gitme sürelerinin yoğunlaştıkları aralık kadın ve erkelerde 5-8 yıldır. Seyyar satıcıların % 70'inden fazlası 2 yıldan daha fazla bir süredir bu işi yapmaktadır (Gomes ve Reginensi, 2007: 11-13). Bu sonuçlara göre Brezilya'da seyyar satıcılık, daha çok bir erkek mesleğidir. Çalışma koşullarının zorluğu belli bir yaştan üstünde ve altındakilerin bu mesleği yapmalarını güçleştirmektedir. Eğitim seviyeleri düşük ve genellikle uzun bir süredir bu işi yapmaktadırlar.

Gelişmekte olan ülkelerde enformel sektör, işsizlik ve yoksullukla mücadelenin bir aracı olarak görüldüğünden, bu sektörü ortadan kaldırmak bir yana, çeşitli teşviklerle de desteklendiği görülmektedir. Bu ülkelerde enformel sektör ile ilgili olarak yapılan çalışmalar daha ziyade, bu sektörü ıslah etme ve kontrollü bir büyüme sağlama yönünde olmaktadır.

Meksika'da hükümet, enformel sektörün varlığına izin verdiği gibi, başkent Meksiko City'de 10 bin sokak satıcısını (Bkz. Foto 4) barındıran bir enformel piyasa alanı inşa etmiştir. Meksika'da oldukça hassas politik bir mesele konumunda olan işportacıların, giderek politik bir aktör olma eğilimi taşıdıkları ve hükümetlerin de bu sektörle savaşmak bir yana, bu sektörü legalleştirecek bir çabaya girdikleri kaydedilmektedir (Cross, 2003: 1; akt. Akgeyik ve diğ., 2004: 39). Bangladeş'te de enformel sektörde çalışanların oranı yüksektir. Bu ülkede enformel istihdam, yoksullukla mücadelenin bir aracı olarak görülmekte ve toplumun yoksul kesimlerinin kendi becerileri ile ürettikleri çeşitli eşyaları enformel ekonomide satabilmeleri için, mikro kredilerle destek de verilmektedir (Gibson ve Kelley, 1994: 168; akt. Akgeyik ve diğ., 2004: 29). Hindistan'da 10 milyondan fazla seyyar satıcı olduğu tahmin edilmektedir. Hindistan'daki seyyar satıcılar haklarını daha iyi koruyabilmek amacıyla; 1998'de bir de dernek kurmuşlardır (National Association of Street Vendors of India-NASVI). Bu derneğin oldukça aktif olan bir de web sitesi bulunmaktadır (<http://www.nasvinet.org/about.htm>).



Foto 4: Meksika'nın Başkenti Mexico City'de kavşakta kırmızı ışıktaki araçlara bir şeyler satmaya çalışan bir seyyar satıcı (Monnet ve diğ., 2007: 14).

Uzakdoğu ülkeleri olan Hong Kong, Singapur, Kuzey Kore ve Tayvan gibi ülkelerde de enformel sektörün ekonomideki payı yüksektir. Bu ülkelerde enformel sektörün daha çok maliyet tasarrufu sağlayıcı niteliklerinin ön plana çıktığı görülmektedir (Akgeyik ve diğ., 2004: 35).

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde formel olmayan işgücü çocukları da kapsar. Aşırı fakirliğin olduğu çevrelerde her aile bireyinin bir şeye katkıda bulunması gerekir ve bundan dolayı çocukların kendilerine düşeni yapmaları beklenir. Formel sektördeki endüstriler genelde bu durumdan faydalanır. Pek çok firma ürünlerini fabrikalarda değil çocuk işçileri kullanarak ev ortamlarında yaparlar. Bu ortamlarda iş standartlarının uygulanması neredeyse imkânsızdır. Şehirlerde yaşayan çocukların bir kısmı da kayıt dışı istihdam edilmektedir. Örneğin; Türkiye'de çalışan her yüz kişiden 6'sını, 6-14 yaş grubundaki çocuklar oluşturmaktadır (Timor, 2006: 90). Şehirlerde yaşayan kadınlarda özellikle kayıt dışı sektörlerde büyük ölçüde istihdam edilmektedirler (Özgüç, 1998: 124). Türkiye'de toplam sanayide çalışanlar açısından bakıldığında büyük işyerlerinde çalışan erkek sayısı, kadınlara göre oldukça fazla çıkmaktadır. Buna karşılık, özellikle İstanbul'da kadınlar evlerini terk etmeden de imalat sanayi sektöründe çalışmakta, fakat bu işler, diğer gelişmekte olan ülkelere olduğu gibi, kayıtlarda gözükmemektedirler (Özgüç, 1998: 133).

Filipinler’de kırsal alanlarda yaşayan çocuklar, elbise üretim mağazalarında çalıştırılmak üzere sendikalar tarafından kente getirilmektedir. (Knox ve Marston, 2001: 477). Bu durum özellikle büyük şirketlerin rekabeti açısından önem kazanmaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerle kıyaslandığında; gelişmiş ülkelerde enformel sektörün oranının daha az olduğu söylenebilir. Araştırmalar, gelişmiş ülkelerde enformel ekonominin toplam milli gelirin % 8-30’u arasında bir orana ulaştığını göstermektedir (Fleming ve diğ., 2000: 407). Ancak bu rakamlar da azımsanmayacak rakamlardır ve bu ülkelerin ekonomilerinde de enformel sektörün önemli bir yer tuttuğunu göstermesi bakımından önemlidir (Bkz. Tablo 1).

Tablo 1: Bazı Gelişmiş Ülkelerde Enformel Ekonominin Milli Gelire Oranı

Ülke Grupları	%
Yunanistan, İtalya, İspanya, Portekiz ve Belçika	24-30
İsveç, Norveç, Danimarka, İrlanda, Fransa, Hollanda, Almanya ve İngiltere	13-23
Japonya, ABD, Avusturya ve İsviçre	8

Kaynak: “Shadow Economy”, (Fleming ve diğ., 2000: 407)

1990’lı yıllarda Amerika’da 1,7 milyon, İtalya’da 5 milyon, İngiltere’de 2,5 milyon kişi enformel sektörde istihdam edilmektedir. İtalya’da 2 milyon kişi de yaptığı formel işe ek olarak enformel iş yapmaktadır. Tüm bu rakamlar, gelişmiş ülkelerde resmi işgücünün yaklaşık % 10’unun enformel sektörde işgücü olarak çalıştığını ortaya koymaktadır (Akgeyik ve diğ., 2004: 37).

2.2.2. Türkiye’de Enformel Ekonomik Faaliyetler

Gelişmekte olan ekonomiler, geçiş ekonomileri ve OECD ülkelerinden oluşan 110 ülkede kayıt dışı ekonominin tahmini büyüklüğünü belirleyen bir çalışmada; 2000 yılındaki kayıt dışı ekonominin ortalama büyüklüğü, gelişmekte olan ülkelerde % 41, geçiş ekonomilerinde % 38 ve OECD ülkelerinde % 18 olarak belirlenmiştir. Türkiye’de kayıt dışı ekonominin tahmini büyüklüğü % 32,1 ile OECD ortalamasının oldukça üzerindedir (http://kayitdisiekonomi.com/files/Kayit_disi_ekonomi-2008-10.pdf). Türkiye’de kayıt dışı ekonominin oransal olarak fazlalığında vergi oranlarının yüksek olması en başta gelen sebeptir.

Kayıt dışı ekonomi ile bağlantılı olan kayıt dışı istihdam, günümüzde tüm ülkelerin en önemli ekonomik ve sosyal sorunlarından birisidir. Son dönemde, küresel

rekabetin artması, bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle beraber kayıt dışılığı da içinde barındıran üretimde esnekliğin artması ve buna bağlı olarak resmi olmayan işgücü piyasasının toplam işgücü içinde önemli oranlara ulaşması, kayıt dışı istihdam sorununun büyümesini tetiklemektedir (http://kayitdisiekonomi.com/files/Kayit_disi_). İşverenler maliyeti azaltmak için kayıt dışılığa yönelmektedirler.

Hane halkı işgücü anketi sonuçlarına göre, 2007 Aralık itibariyle toplam istihdam 20. 443. 000, kayıt dışı istihdam ise 8. 868. 000'dir. Kayıt dışı istihdam oranı % 43,4'tür. Toplam istihdamın çok önemli bir bölümünü kayıt dışı istihdam oluşturmaktadır (http://kayitdisiekonomi.com/files/Kayit_disi_ekonomi-2008-10.pdf). Hane halkı işgücü anketinde kayıt dışı istihdam, kişinin yaptığı işten dolayı Emekli Sandığı, Bağ-Kur ve Sosyal Sigortalar Kurumu gibi herhangi bir sosyal güvenlik kuruluşuna kayıtlı olmayanlar olarak tanımlanmaktadır (TÜSİAD, 2002, 98). Yukarıda sayılan sosyal güvenlik kuruluşları 20.05.2006 tarihinde 26173 sayılı resmi gazetede yayınlanan bir kanunla Sosyal Güvenlik Kurumu (SGK) adı altında birleştirilmiştir (http://www.ttb.org.tr/mevzuat/index.php?option=com_content&task=view&id=401&Itemid=28).

2.2.3. Türkiye’de Seyyar Satıcılığın Tarihçesi

Eskiden beri varlığı bilinen bir iş olan seyyar satıcılık, günümüzde genellikle göç ile karakterize edilir. Göçün sebebi ne olursa olsun; göç ile gelen nüfus, kente uyum sağlama sürecinde geçimini sağlamak için fazla vasıf gerektirmeyen işler yapmaktadır. Bu işlerden birisi de seyyar satıcılıktır. Seyyar satıcılığın örneklerine geçmişte de rastlıyoruz.

Orta Çağ Avrupa’sında Fransa’da “colporteur” adı verilen seyyar satıcılar, sırtlarında taşıdıkları yüklerle veya küçük bir araçla köyden köye, kentten kente, kapı kapı dolaşarak mallarını satmaya çalışıyorlardı (Monet, 2006: 10). Brezilya’da seyyar satıcılığın kökleri sömürge dönemlerine kadar dayanır. Bu dönemde seyyar satıcılar çok değişik ticari malları satıyor; çoğu kendi üretimleri olan sebze ve meyveleri, buz, şerbet, süt, ekmek, küçük şekerli ürünler vb. ürünleri tüketicinin ayağına kadar götürüyorlardı. Bu dönemde seyyar satıcılara “pregoeiros” deniliyordu (Gomes ve Reginensi, 2007: 4).

Ülkemizde de çerçiler, seyyar satıcıların ilk örnekleridir. Geçmişi çok eskilere inen çerçilere günümüzde az da olsa kırsal kesimlerde hala rastlanılmaktadır.

Çerçi kavramı şu biçimlerde tanımlanmaktadır; Köy, pazar ve benzeri yerlerde dolaşarak ufak tefek tuhafiye eşyası satan gezginci esnaf (Türkçe Sözlük, 1998: 462). Moğolcadan, Türkçeye geçen Car kelimesi, Moğolcada ses, haber anlamına gelmektedir. Eski Türkçede ise çarçı, çerçi haberci anlamındadır. Köy köy dolaşarak ufak tefek tuhafiye eşyası satan ve çoğu zaman para yerine yün, tahıl vb. şeyleri alan esnaf olarak tanımlanmaktadır (Meydan Larousse, 1970: 198).

Sattığı malları tüketicinin ayağına kadar götüren ve çok değişik mallar satan çerçiler; bugünkü kitle iletişim araçlarının olmadığı zamanlarda haberlerin yayılması bakımından da önemlidir. Çerçilerin satışlarında kullandıkları takas sistemi, günümüzde bazı koşullarda hala sürdürülebilmektedir. Günümüz seyyar satıcı müşteri ilişkisi kadar olmasa da o dönem için çerçilerin ürün yelpazelerinin geniş olduğunu varsaymak mümkündür.

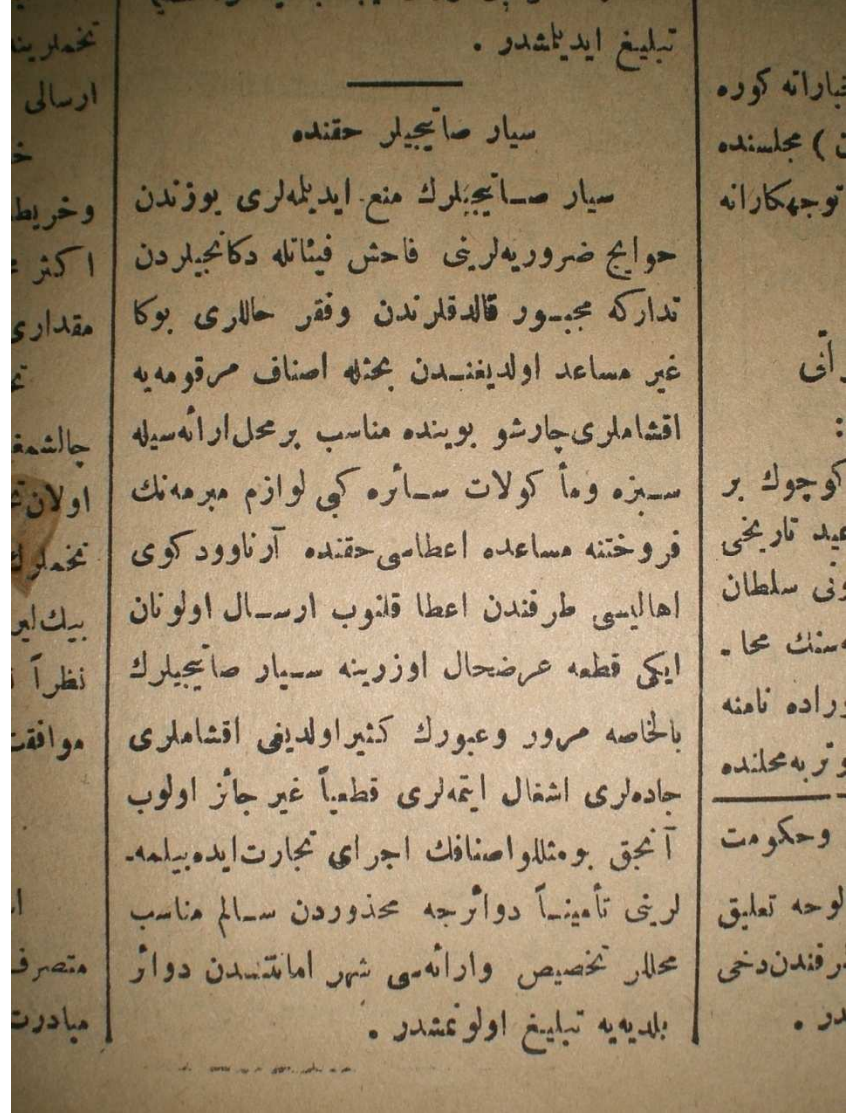
16. yüzyıl Anadolu'sunda da göç ile seyyarlık arasında bir bağlantı söz konusudur. Göçmen, hele beş parasız değilse, seyyar satıcılık yapmaktadır. Sıradan insanların çarşıda harcayabileceği para genellikle çok sınırlı olması dolayısıyla birçok köylü ve yoksul kentli yerleşik esnaftan çok, seyyar satıcıdan alışveriş etmeyi yeğlemektedir. Ulaşım güç ve masraflı olduğundan, seyyar satıcıların yokluğu halinde, bu tüketicilerin alışveriş hacminin daha da düşeceği tahmin edilmektedir (Faroqi, 2000: 344-345).

16. yüzyılın sonlarında Osmanlı toplumunda “çift bozan akçesi” adı altındaki göçü önlemeye yönelik tedbire rağmen, ülkede başlayan iktisadi kriz sonucu kırsal kesimden İstanbul'a büyük çapta nüfus akını olmuş; bu durum şehirdeki iktisadi ve sosyal hayatı istikrarsızlığa itmiştir. Yeni gelen nüfusun ortaya çıkardığı uyum ve bütünleşme problemi uzun müddet rahatsızlıklara sebebiyet vermiştir (Taşdelen, 1990: 244).

Osmanlı İmparatorluğu döneminde kadılara seyyar satıcılarla ilgili şikâyetlerin de olduğu görülmektedir. Kastamonu'da XV. ve XVIII. yüzyıllar arasında seyyar olarak gezen ve adına “Acem tüccarı” denilenler hakkında kusurlu mal sattıkları gerekçesiyle iki adet dava olduğu bilinmektedir (Kankal, 2004: 184). Yerleşik esnaf, koltukçu adı verilen seyyar satıcıların rekabetini haksız diye nitelendirmektedir. Çünkü koltukçular, dükkânlardan ve pazaryeri tezgâhlarından alınan vergilerin önemli bir kısmından

kaçınabilmektedir. Ayrıca mallarını rekabet ettikleri dükkânların önüne sererek ve biraz daha ucuza satarak müşteri çekebiliyorlardı. Bazı koltukçular veresiye satış da yapmakta ve başarılı olanlar ticaretle tefeciliği birlikte yürütmüş olmaları mümkün görünmektedir. Kentlerle ilgilenen Osmanlı görevlileri de vergilendirilmeleri ve hele denetlenmeleri güç olduğu için, koltukçulardan hoşlanmazlardı. Han ve bedesten idarecileri kimi zaman, bugün de kullanılan yöntemlere başvurarak, koltukçuları kentteki ticari yapılarda yer kiralamaya zorlamaya çalışırlardı. Loncaların ve muhtesibin müdahalesinden görece uzak olması, seyyar satıcılığı göçmenler için çekici kılmış olmalıdır. Bu avantajdan özellikle koltukçunun kırlık bölgeleri gezerek köylülerle kent pazarı arasındaki bağı oluşturduğu sırada yararlandığı düşünülebilir (Faroqhi, 2000: 345).

Seyyar satıcılarla ilgili şikâyetlerin yanı sıra, seyyar satıcıların kaldırılmasına yönelik şikâyetler de bulunmaktadır. 16 Kasım 1913 tarihli Tasvir-i Efkâr gazetesinde; Arnavutköy ahalisinin seyyar satıcıların men edilmeleri yüzünden zaruri ihtiyaçlarını dükkâncılardan fahiş fiyatla almaya mecbur kaldıkları şikâyet edilmektedir. Bu tür esnafa münasip mahaller tahsis edilmesi için belediyeye başvuru yapıldığından bahsedilmektedir (Bkz. Belge 1).



Belge 1: 16 Teşrinisani 1913 tarihli Tasvir-i Efkâr Gazetesi.

Tasvir-i Efkâr-16 Teşrinisani 1913

Seyyar satıcıların men edilmeleri yüzünden havâyic-i zaruriyelerini (Zaruri ihtiyaclarını) fahiş fiyatla dükkâncılardan tedarike mecbur kaldıklarından ve fakir halleri buna gayrı müsait olduğundan bahisle esnaf-ı merkumeye akşamları çarşı boyunda münasip bir mahal iraesıyla (gösterilmesiyle) sebze ve me'kulât-ı saire gibi (Yenilecek gıda maddeleri gibi) levazım-ı mübremenin (kaçınılmaz olan levazımın) fîruhtuna müsaade itası hakkında Arnavutköy ahalisi tarafından ita kılınıp irsal olunan iki kuta arzıhal üzerine seyyar satıcıların bilhassa mürur ve uburun kesir olduğu akşamları caddeleri işgal etmeleri katiyen gayrı caiz olup ancak bu misillü esnafın icra-yı ticaret edebilmelerini teminen devairce mahzurdan salim münasip mahaller tahsis ve iraesî şehremanetinden devair-i belediyeye tebliğ olunmuştur.

Türkiye, özellikle 1950’li yıllardan itibaren kırsal alanlardan, kentsel alanlara doğru yaşanan bir göç olgusu ile karşı karşıyadır. Kırsal alanlardan yaşanan bu göçlerin temelinde hızlı nüfus artışı sonucunda tarım topraklarının yetersiz kalması, tarım topraklarının miras yoluyla bölünmesi, tarımda makineleşme, kentlerde eğitim, sağlık, sosyal ve kültürel olanakların çekiciliği, iş olanaklarının genişliği vb. gibi birçok faktör etkili olmuştur (Bu konuda ayrıntılı bilgi için bakınız Tümerterkin, 1968).

Kırsal alanlardan kentlere doğru olan bu göçlerin sonucunda kent nüfusları da olağanüstü bir artış göstermiştir. Kentlerdeki bu nüfus artışı çarpık kentleşmeye neden olmuş ve gecekondu ortaya çıkmıştır. Kentlere olan göçün bir diğer sonucu da kentsel işsizlik oranlarında ciddi bir artışa sebep olmasıdır. Gecekondularda yığılan çoğu vasıfsız bu işsiz nüfus, sosyal güvenceden yoksun enformel istihdam alanlarına yönelmiş ve özellikle seyyar satıcılık yapmışlardır. Seyyar satıcılığa yönelmelerindeki temel sebepler; vergi, sigorta vb. gibi formel ekonomi kurallarının uygulanmaması, fazla sermaye gerektirmemesi ve işe başlamanın kolay olmasıdır.

Enformel sektörün kuramsal boyutları ve Eminönü (İstanbul) İlçesi’ndeki işportacılara ilişkin çalışmalar da yapılmıştır. Bunlarda genellikle enformel bir sektör olan seyyar satıcılığın ortaya çıkışında göçün etkisi vurgulanmıştır. Özellikle son 20 yılda artan göç olgusu, bu sektörün giderek genişlemesine yol açmaktadır. Böylece kentsel formel alanlarda iş bulamayan geniş kitleler, işportacılık biçimindeki enformel (kayıt dışı) çalışmaya yönelmektedir. Sonuçta işportacılık, bir yaşam tarzının gelir boyutunu simgeleyen bir gerçeklik haline dönüşmüştür. Kayıt dışı istihdamın büyüklüğü İstanbul’da toplam istihdamın % 40’ına ulaşmaktadır. Bazı araştırmalarda ise, % 60’lardan bahsedilmektedir. Bu oranının önemli bir kısmı işportacılık biçiminde görülmektedir (Akgeyik, 2004: 20-21). 1996 yılında DPT tarafından enformel sektörün büyüklüğüne yönelik bir çalışma yapılmıştır. Buna göre, Türkiye’de tarım dışı ekonomik büyüklüğün % 40’ı enformeldir (Akgeyik ve diğ., 2004: 42).

Özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinin kırsal alanlarında, 1984 yılından itibaren başlayan terör olaylarına bağlı olarak, kırsal alanların boşalmasıyla, 1990’lı yıllarda bu bölgelerde yer alan kentlerin nüfuslarında adeta patlamalar yaşanmıştır (Bu konuda ayrıntılı bilgi için bakınız Yüceşahin ve Özgür, 2006). Bazı kentlerin nüfusları iki üç katına ulaşmıştır. Kentlere göç eden ailelerin gelirlerinin düşük olması sebebiyle özellikle küçük çocuklar da çalıştırılmış, bu sebeple bu çocukların bir

kısmı eğitimini terk ederek okulu yarım bırakmıştır. Sonuçta sokaklarda kâğıt mendil, sakız satan çocuklar, elinde tartı ve boya sandıklarıyla müşteri arayan çocuklar bu kentlerin adeta değişmeyen görüntüleri haline gelerek kanıksanmışlardır (Bkz. Foto 5).



Foto 5: *Diyarbakır'ın değişmeyen görüntülerinden birisi de çocuk yaştaki seyyar satıcılardır.*

Yapılan bir çalışma, 1975-1993 döneminde kayıt dışı ekonomik faaliyetlerin oranının, GSMH'nın % 37'si seviyesinde olduğunu göstermektedir (İlgın, 1999: 142). 1992 verilerine göre ülkemizde sosyal güvenlik sistemi açısından tarım sektöründe çalışanların % 77'si, tarım dışı sektörlerde çalışanların % 30'u kayıt dışıdır. Çalışan kadın kesimindeki kayıt dışılık, erkek kesimine oranla daha yüksektir. Tarım sektöründe kayıt dışılık, erkeklerde % 60 iken kadınlarda % 95 seviyesindedir. Tarım dışı sektörlerde ise bu oranlar sırasıyla % 24 ve % 42'dir (İlgın, 1999: 144). Bu rakamlar ülkemizde hem mali hem de sosyal güvenlik kuruluşları bakımından kayıt dışılığın çok yüksek olduğunu göstermesi bakımından önemlidir.

Enformel ekonomik faaliyetleri belirlemede en kolay kullanılabilecek ölçütlerden biri, çalışanların kayıtsızlığı ve sosyal güvenlik sistemine üye olmamalarıdır (Şişman, 1999: 157). Yapılan çeşitli çalışmalarda 1994 yılında Türkiye'deki enformel istihdam oranının % 48 ile % 57 arasında olduğu belirlenmiştir (Şişman, 1999: 155-156). Her halükarda enformel ekonomik faaliyetlerin genel ekonomi içindeki payının oldukça yüksek olduğu görülmektedir.

Ankara Ticaret Odası'nın (ATO) "İşporta Ekonomisi" konulu raporunda; Devlet İstatistik Enstitüsü'nün (DİE) 2003 yılı Hanehalkı İşgücü Anketi verilerine dayanarak, Türkiye'de çalışan 21 milyon kişiden 451 bininin işportacı olarak çalıştığı belirtilmiştir. Aynı raporda kayıtlara geçmeyen ve ek iş olarak yapılan işporta tezgâhlarının da eklenmesiyle bu sayının toplam 3 milyonu bulduğu kaydedilmiştir. Buna göre çalışan her 7 kişiden birinin işporta tezgâhlarından ekmeğini kazandığı vurgulanmıştır. İşportacıların günlük kazancının 5 ila 100 milyon arasında değiştiği ifade edilen raporda, günlük ortalama kazancın 50 milyon lira olduğu varsayıldığında; Türkiye çapında günlük cironun 150 trilyon lira, yıllık cironun ise 50 katrilyon lirayı aştığı tespit edilmiştir. Bunun 10 katrilyonunun ise vergi kaçağı olduğu kaydedilmiştir. Raporda bazı şirketlerin bile mallarının vitrinden indirip işporta tezgâhlarına sürerek pazarlamaya başladıkları bildirilmiştir. Rapora göre işportacılık başta İstanbul olmak üzere; Ankara, İzmir, Bursa, Adana ve Diyarbakır gibi büyük kentlerde yaygındır (<http://www.atonet.org.tr/yeni/index.php?p=187&l=1>).

Seyyar satıcılar ve işportacılar enformel ekonomik faaliyetler içerisinde Kendi Hesabına-Bireysel Olarak Çalışanlar grubu içine yer alırlar (Bkz Şekil 2). Kendi hesabına çalışanlar içerisinde enformel istihdamın payı yüksektir. Türkiye'de, 2006 sonu itibariyle kayıtlı ve kayıt dışı çalışanların sektörel görünümü ile oransal boyutu incelendiğinde; çalışanların toplam sayısı 22 milyon 330 bindir. Bunun 11 milyon 503 bini kayıtlı, 10 milyon 827 bini kayıtlı değildir. Kayıt dışı istihdam oranı ise % 48,5'tir (http://kayitdisiekonomi.com/files/Kayit_disi_ekonomi-2008-10.pdf). Kayıt dışı istihdamın ne kadarının seyyar satıcı olduğunu tam olarak tespit etmek imkânsızdır. Ancak işveren ve kendi hesabına çalışanlar grubunda yer aldığını varsayarak bazı tahminlerde bulunulabilir. Seyyar satıcılar; toptan ve perakende ticaret, lokanta ve oteller sektörü ile toplum hizmetleri sosyal ve kişisel hizmetler sektörlerinde ağırlık kazanmışlardır. Toptan ve perakende ticaret, lokanta ve oteller sektöründe kayıt dışı çalışanların sayısı 766 bin kişi iken (% 41,2), toplum hizmetleri sosyal ve kişisel hizmetler sektöründe kayıt dışı çalışanların sayısı 146 bin kişidir (% 52,2) (http://kayitdisiekonomi.com/files/Kayit_disi_ekonomi-2008-10.pdf). Bu iki sektörde çalışanların yarısının bile seyyar satıcılık yaptığı varsayılırsa; Türkiye'deki seyyar satıcıların sayısının 450-500 bin arasında olduğu tahmin edilebilir.

2.2.4. Türkiye’de Seyyar Satıcılara İlişkin Mevzuat

Ülkemizde seyyar satıcıları doğrudan ilgilendiren yasalar bulunmamasına rağmen; 1593 Sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanunu (kabul tarihi 24.04.1930), 5179 Sayılı Gıdaların Üretimi Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkındaki Kanun (kabul tarihi 27.05.2004) ve 5272 Sayılı Belediye Kanunu (kabul tarihi 07.12.2004) gibi kanunlarda seyyar satıcılara ilişkin hükümler yer almaktadır.

Cumhuriyet döneminde seyyar satıcılara ilişkin hükümlerin bulunduğu ilk kanun 24.04.1930 tarihinde yayınlanan 1593 Sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanunu’dur. O tarihlerde sokakları ve pazaryerlerini gezerek; gıda maddeleri, eşya ve levazım satan seyyar satıcıların denetleneceğine dair hükümlerin bulunması seyyar satıcıların varlığını göstermektedir. Böyle bir kanunun varlığı seyyar satılan malların halkın sağlığına zarar vermemesi ve tüketiciyi korumak için gerekli tedbirlerin alındığını ortaya koyması bakımından önemlidir. Gelişen şartlara bağlı olarak bu kanunda değişiklikler yapılmış ve yeni kabul edilen kanunlara seyyar satıcılara ilişkin hükümler konulmuştur.

1593 Sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanunu’nun, belediyelerin yapmakla yükümlü olduğu görevleri düzenleyen 20. Maddesinin 9. bendinde “umumi mahallerde halkın sıhhatine zarar veren amiller izale” şeklinde bir hüküm yer almaktadır. Aynı kanunun 194. Maddesi “Sokaklarda, pazar yerlerinde seyyar olarak gıda maddeleri ve 183. Maddede zikredilen eşya ve levazımı satanların sattıkları eşya dahi teftişe tabi olup bunlardan lüzumuna göre numune alınabilir” hükmü yer alır. 183. Maddede zikredilen eşya ve levazım ise şöyle sıralanmıştır:

- 1- Gıda maddelerinin istihsalı, ihzarı ve vezni ve muhafazası ve sevki için kullanılan bilumum eşya ve zarflar (Mülga: 27.04.2004-5179/37. Md).
- 2- Cilt, saç, tırnakların temizlenmesi, boyanması ve güzelleştirilmesi için kullanılan maddeler ve bütün sabunlar.
- 3- Oyuncaklar, duvar kâğıtları, mumlar ve suni nebatat.
- 4- Gıda maddelerine karıştırmaya mahsus boyalar (Mülga: 27.04.2004-5179/37. Md).
- 5- Umumun istimaline mahsus ve yukarıda zikredilen maddelere benzer mahiyette olup İcra Vekilleri Heyetince tayin ve ilan edilecek maddeler.

195. Madde “seyyar esnaf, alakadar memurların teftişlerini ve numune almalarını kolaylaştırmaya ve kendilerine istedikleri izahatı vermeye mecburdurlar (Mülga: 27.04.2004-5179/32. Md). (http://www.zmo.org.tr/mevzuat/mevzuat_).

1593 Sayılı Hıfzıssıhha Kanunu, 1930 yılında kabul edilen bir kanun olduğundan, gelişen koşullara bağlı olarak bugün birçok maddesi değişmiş durumdadır. 183. Maddenin 1. ve 4. bentleri ve 195. Madde ortadan kaldırılarak, 5179 Sayılı Kanun ile yeniden düzenlenmiştir.

5179 Sayılı Kanun’un çeşitli hükümler kısmında, 1593 Sayılı Hıfzıssıhha Kanunu’nda yer alan 195. Madde aşağıdaki gibi değiştirilerek “Seyyar esnaf, alakadar memurların teftişlerini ve numune almalarını kolaylaştırmaya ve kendilerine istedikleri izahatı vermeye mecburdurlar” şeklinde bir hüküm konmuştur (Madde 32).

5272 Sayılı Belediye Kanunu’nun belediyelerin yetkileri ve imtiyazlarını düzenleyen 15. Maddesinin m bendinde seyyar satıcıların faaliyetlerine ilişkin düzenlemelere yer verilmiştir. Buna göre; “Beldede ekonomi ve ticaretin geliştirilmesi ve kayıt altına alınması amacıyla izinsiz satış yapan seyyar satıcıları faaliyetten men etmek, izinsiz satış yapan seyyar satıcıların faaliyetten men edilmesi sonucu, cezası ödenmeyerek iki gün içinde geri alınmayan gıda maddelerini gıda bankalarına, cezası ödenmeyerek otuz gün içinde geri alınmayan gıda dışı malları yoksullara vermek” şeklinde düzenlenmiştir. Aynı kanunun 51. Maddesi zabitanın görev ve yetkilerini düzenlemektedir. Bu maddeye göre; “seyyar satıcıların denetlenmesi zabitanın görevleri arasındadır. Bu maddeye göre; belediye zabıtası, beldede, esenlik, huzur, sağlık ve düzenin sağlanması ile görevli olup bu amaçla, belediye meclisi tarafından alınan ve belediye zabıtası tarafından yerine getirilmesi gereken emir ve yasaklarla bunlara uymayanlar hakkında mevzuatta öngörülen diğer ceza ve yaptırımları uygular. Görevini yaparken zabıtaya karşı gelenler, devlet zabıtasına karşı gelenler gibi cezalandırılır” (http://www.alomaliye.com/5272_sayili_kanun_belediye.htm).

Türkiye’deki kanunlarda halk sağlığı ve tüketiciyi koruma bakımından seyyar satıcıların denetlenmesine ilişkin yeterli hükümler bulunmaktadır. Ancak bu kanunların uygulanmasında bir işlerlik söz konusu değildir. Göç ile gelen nüfusa ve kentsel işsizlere istihdam yaratması ve sosyal patlamaları önlemesi bakımından yerel ve

merkezi yönetimler bu durumu görmezlikten gelmekte ya da ıslah etmeye çalışmaktadırlar (Bkz. Foto 6).



Foto 6: Gazi Caddesi'nde sağlıklı olmayan koşullarda satış yapan bir tavuk döner tezgâhı.

2.3. Seyyar Satıcıların Coğrafya Araştırmaları İçerisindeki Yeri ve Seyyar Satıcıların Kentsel Mekânları Kullanımı

2.3.1. Seyyar Satıcıların Coğrafya Araştırmaları İçerisindeki Yeri

Modern toplumlarda mekân ve zaman soyut olgulardır (Yırtıcı, 2009: 59). Mekân, kendi başına varlığı olan bir nesne değil, özellikle kapitalist üretim tarzında verili toplumsal ilişkiler sonucunda üretilen bir nesnedir (Işık, 1994: 18). Modernlik sonrası tartışmalar sayesinde coğrafya disiplini kapitalizmi, politik, ekonomik, tarihsel ve kültürel coğrafya olarak kavramsallaştıran, bunların coğrafyasını üreten bir dönüşüm yaşamıştır. Sonuç olarak, bir yandan yaşadığımız tüm çevreyi etkileyen, yaşamlarımızı dönüştüren bir kapitalist dünya pazarı içinde, bulunduğumuz ortamların doğasını anlamak yaşamsal bir öneme sahiptir. Sosyal bilimler ve coğrafyanın bunu kavramsallaştırma çalışmaları önemli bir tartışma ve araştırma konusu olarak karşımızda durmaktadır (Yırtıcı, 2009: 65).

Günümüz kentleşme süreci hareketliliğin yoğunlaşması ile karakterize edilir. Bu hareketlilik sosyal ve ekonomik küreselleşme dinamikleri ile bağlantılı; kentler büyüdükçe çeşitlenen, artan bilgileri, malları ve insan hareketliliğini içerir. Sonuçta gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin metropoliten alanlarında yoğunlaşan ve

seyyar/enformel/sokak ticareti olarak adlandırılan ticaretini günümüzdeki konumunu araştırmak oldukça önemlidir (Monnet, Giglia, Capron, 2007: 2). Sosyo-ekonomik koşullarla doğrudan bağlantılı olarak ortaya çıkan bu tip ticaret, kentlerde hareketliliğin yoğun olduğu alanlarda yapılır. Genellikle kentlerin kenar mahallelerinden gelen seyyar satıcılar sahiplendikleri mekânları geçimlerini sağladıkları bir iş sahası haline dönüştürürler. Gelişmiş ülkelerdeki kentlerde görece daha az göze çarpan bu tip ticarete, gelişmekte olan ülkelerin kentlerinde daha sık rastlanır. Hatta bu tip ticaret bazı kentlerin değişmez görüntüleri arasındadır. Mexico City, Rio de Janeiro, Tahran, İstanbul ve Diyarbakır gibi kentler buna örnek verilebilir (Bkz. Foto 7). Bu durum ekonomik anlamda üst düzeyde bir işbölümünün gerçekleştiği kentlerde; formel iş alanlarının, kırsal alanlardan gelen eğitim ve beceri düzeyleri düşük nüfus gruplarına yeterli bir iş olanağı sunamaması ile ilgilidir.



Foto 7: Diyarbakır'da seyyar satıcıların yoğun olarak görüldüğü caddelerden birisi de Gazi Caddesi'dir. Seyyar satıcılar Diyarbakır'ın değişmez görüntülerindendir.

Ekonomik coğrafya ve ekonomi ele aldığı konular bakımından birbirine oldukça yakındır. Ancak disiplinleri birbirinden ayırmada önemli olan konu değil, konuyu ele alış şekli, yani yaklaşımdır. Ekonomik coğrafya ve ekonominin esas konuları olan ekonomik faaliyetler başka birçok bilim disiplinin de araştırma alanına girmektedir. Burada şunu belirtmekte yarar vardır; zamanımızda bilimler arasındaki işbirliği, herhangi bir konuda başka bilimlerde uygulanan yöntemlerden, o bilimin dışındakilerin de yararlanmasına yol açmaktadır. Örneğin haritaların kullanılması ya da belirli yerel

ilişkilere yer verilmesi gibi (Tümertekin, 1994: 41). Ekonomik Coğrafya, kısaca, insanların hayatlarını kazanma yolları ve hayatını kazanma sırasında ürettiği mal ve hizmetlerin mekânsal bakımdan nasıl bir düzen gösterdiği ve bu düzenin nasıl açıklandığının incelemesi olarak tanımlanmıştır (Alexander 1964; Thoman 1974; akt. Tümertekin, 1999: 116). Günümüz gerçeklerine ve meydana gelen büyük değişimlere uygun olarak, ekonomik coğrafyanın tanımında ekonomik faaliyetlerin nerede yer aldığının ve mekânsal ilişkilerinin neler olduğunun incelenmesine ek olarak, ekonomik sistemlerine gelişme ve mekânsal örgütlenmeleriyle, insanın yeryüzü kaynaklarından nasıl yararlandığı ve bunlara nasıl zarar verdiğini de inceleyen bir bilim dalı olma özelliği de vurgulanmaktadır (Berry, Conkling ve Ray, 1993; akt. Tümertekin, 1999: 116).

Günümüz kentleri ekonomik hayatın merkezinde yer almaktadır. Bundan dolayı seyyar satıcılığın kentlerde ortaya çıkış sebepleri, kentin hangi mekânlarında yoğunlaştıkları, neden bu mekânları seçtikleri, seyyar ekonomik faaliyetlerin özellikleri, kullandıkları araçlar, kentsel ve bölgesel ilişkiler, uygulanan ekonomi ve kamu politikaları ile ilişkileri gibi pek çok husus ekonomik coğrafya içerisinde ele alınabilmektedir.

Seyyar satıcılık genellikle göç ile karakterize edilmektedir. Göç ile gelen nüfusun büyük bir kısmı vasıfsız olduğundan, seyyar satıcılık gibi enformel istihdam alanlarına yönelmektedir. Seyyar satıcılar, hareketliliğin ve nüfusun yoğunlaşmış olduğu alanları kendilerine seçtiklerinden, kentin bu kısımlarında sayıca artış göstermektedir. Böylece seyyar satıcılar kentlerin değişmez görüntüleri haline gelerek; kent içerisinde farklı mekân parçaları ve sosyal grupların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Göç ile gelen nüfus, kentlerin fiziksel mekânlarında değişikliklere yol açarak çarpık kentleşmeye de neden olmaktadır. Bu özellikleri ile seyyar satıcılar, kent coğrafyası bakımından da araştırılması gereken konulardan birisidir.

Gelişmiş ülkelerde seyyar satıcılık ile geçimlerini sağlayanların önemli bir kısmını, geri kalmış ve gelişmekte olan ülkelere gelen göçmen nüfus oluşturur. Seyyar satıcılık gelişmekte olan ülkelere de aynı şekilde kırsal alanlardan kentlere doğru olan göçler sonucunda, göçmen nüfusun kentlerde tutunabilmek için başvurduğu önemli geçim yollarından birisidir. Bu durum ülkemiz için de geçerlidir. Ülkemizde 1950’li yıllardan itibaren artan göç hareketleri sonucunda kentlere yerleşen göçmen

nüfusun önemli geçim kaynaklarından birisi de seyyar satıcılık olmuştur. Türkiye'deki kentsel mekânların kullanılmasında ve ekonomilerinde önemli bir yeri olan seyyar satıcıların incelenmesi nüfus coğrafyası çalışmalarında da önemli bir yeri vardır.

İnsan, yalnızca fiziki mekân ya da çevreyle değil, diğer insanlarla da karşılıklı etkileşim halinde olduğu için, toplumsal mekân ya da çevreyle de ekonomik, toplumsal ve siyasal ilişkiler içindedir. Bu karşılıklı etkileşim, insanların gittikçe artan bir orandaki kısmını, özellikle kasaba ve şehirlerde yaşayanları, fiziki ya da doğal çevrenin doğrudan etkisinden ayıran bir mekân oluşturmıştır (Tümertekin, 2000: 265). Bu mekânsal sistemler ve ilişkiler sosyal coğrafya içerisinde ele alınması gereken önemli konular arasındadır. Sosyal coğrafyanın başlıca konularını; barınma ve geçim imkânları, yoksulluk-zenginlik, gelir dağılımındaki denge ve düzensizlikler, sosyal adalet ve adaletsizlik, suç işleme nedenleri ve oranları, ırk ve cinsiyet ayrımcılığı, ülke kaynaklarının kullanımında veya paylaşımında yaşanan durumlar, bunların ideolojik akımlara ve politikaya yansımaları, şehirlerde ve kırsal kesimde sosyal yönde meydana gelen kurumsallaşmalar oluşturur (Özçağlar, 2003: 123). Bundan dolayı sosyal coğrafya; sosyoloji, sosyal antropoloji, ekonomi gibi birçok bilim dalı ile disiplinler arası bir çalışma alanıdır.

Seyyar satıcılık, sosyal coğrafya bakımından da ele alınması gereken bir konudur. Seyyar satıcıların ikamet ettiği mahalle ve konutlar, gelir düzeyleri, sosyal adalet duyguları, suç eğilimleri ve oranları, ayrımcılığa uğrayıp uğramadıkları, ideolojik akımlarla olan ilişkileri ve bunların politikaya yansımaları vb. birçok konu bu bağlamda ele alınarak incelenebilir.

2.3.2. Seyyar Satıcıların Kentsel Mekânları Kullanımı

Özellikle büyük kentlerimizin değişmez görüntülerinden olan seyyar satıcıların kentsel mekânları ne şekilde kullandığına geçmeden önce, seyyar satıcıların neden bu kentlerde yoğunlaştıklarını açıklamak gerekir.

Cumhuriyetin kuruluşundan günümüze kadar geçen süre içinde kentlerimiz büyük bir mekânsal değişim süreci içerisine girmişlerdir. Bu değişim sürecini çeşitli evrelere ayırmak mümkündür (Eraydın, 2006: 26-27).

1- Cumhuriyetten İkinci Dünya Savaşı'na Kadar Olan Dönem (1923-1945): Bu dönem yeni bir ulus devlet yaratma ve modernite projesi kapsamında dönüşümün başlatılması dönemi olarak tanımlanmaktadır. Mekânsal gelişmeyi yönlendiren ana dinamikler; modern dünyanın kurallarına uyum, ulusal bir ekonomi yaratılma çabası, sanayinin ülkenin çeşitli yörelerine dağıtılması, yeni başkentin tanımlanması, yeni ulaşım ağları ve ülkenin farklı yörelerinin yeni ulaşım sistemi ile birleştirilmesi ve nüfus değişimi sonucu bazı yörelerin yetişmiş insan gücü kaynağını kaybetmesidir. Mekândaki somut gelişmeler; dış dünyadan şehircilik bilgilerinin aktarılması, alt yapı ve sanayinin çeper bölgelere yönlendirilmesi, hızla büyüyen başkent, diğer kentlerde düşük nüfus artışı ve kentlerin fiziksel ve şekillenmesidir. Ana tartışma ve araştırma alanları; şehircilik ilkelerine yönelik yabancı yayınların tercüme edilmesi, kenti anlamak, Türk kentleri coğrafyası, bölgesel yapının yeniden şekillenmesi ve planlama girişimleridir. Uygulamalar ise modern şehirciliğin kurallarının aktarılması, çoğu yabancılar tarafından hazırlanan kent planları, Kamu İktisadi Teşekküllerinin (KİT) farklı bölgelere konumlandırılması, farklı bölgeler arasında ulaşım bağlantılarının geliştirilmesidir (Eraydın, 2006: 29).

2- İkinci Dünya Savaşı'ndan Planlı Döneme Kadar Olan Dönem (1945-1960): Bu dönem dönüşümün sürecini denetim altına alma çabalarının olduğu bir dönem olarak tanımlanmaktadır. Mekânsal gelişmeyi yönlendiren ana dinamikler; demografik geçiş süreci ve hızlanan demografik artış, Marshall yardımlarıyla tarımda makineleşmenin başlaması ve tarımdaki emek gereksinimindeki düşüş ve hızlı kentleşme sürecinin yarattığı sorunlardır. Mekândaki somut gelişmeler; kırdan kente hızla artan göç, büyük kentlerde gecekondulaşmanın başlaması, kentlerde ortaya çıkan konut sorunları ve mevcut kapasitenin ve yeni kurumların sorunlar karşısında yetersizliğidir. Ana tartışma ve araştırma alanları; dönüşüme demografik bakış, gecekonduya yönelik takınılması gereken tavır, konut sorununun çözümü, kentlerin planlanmasında karşılaşılan sorunlar ve yasal-kurumsal düzenlemelerdir (Eraydın, 2006: 31).

3- Planlı Dönemin Başlangıcı ve Sonuna Kadar Olan Dönem (1960-1980): Bu dönem planlı başlangıç dönemin başlangıcı ve sonu, nüfus artışının ve göçün kentlerde yarattığı sorunlar dönemi olarak tanımlanmaktadır. Mekânsal gelişmeyi yönlendiren ana dinamikler; demografik geçiş süreci ve hızlanan demografik artış, tarımda dönüşüm, az gelişmiş yörelerin pazar için üretime başlaması, bölgesel dengesizlikler ve ekonomik

gelişme, sanayileşme çabalarının hızlı kentleşme karşısında yetersiz kalmaktadır. Mekândaki somut gelişmeler; süregelen iç göç, dış göç, tarımda açığa çıkan nüfusun kırsal alandan kopuşu, göçlerin büyük kentlere yönelimi, metropoliten alanların ortaya çıkışı, kalkınması planlanmasına yönelik çabalar, bölge planlamalarının gündeme gelmesi ve bölgesel dengesizlikler ve kaynakların tahribidir. Ana tartışma ve araştırma alanları; kentleşme-iç göçler, kırdan kente göç, şehirlerarası göç, dış göçe kaynaklık eden bölgeler, dış göçün mekânsal boyutları, göçün kaynağı tarımsal yapı, tarımda makineleşme, kırsal alanın sosyal yapısı-gelişme önündeki engeller, köyün modernleşmesi, göçün yönlendirdiği kentlerin tanımlanması, örgütlemeyen-enformelleşen kentler, tampon mekanizmalar, kentlerdeki ikili yapı, kentteki istihdam olanakları, örgütlemeyen işler, emek piyasası gecekondü ilişkisi, metropoliten planlamanın tanımı, bölgesel yapının ve dengesizliklerin belirlenmesi, bölgesel yapı analizleri, sosyo-ekonomik gelişme indeksi, milli fiziki plan tartışmaları, bölge planları, ülke bütününe irdelenmesi ve alternatif yaratma çabaları, nüfus baskısı altındaki kentleri korumak-planlamak, yerel yönetimlerin yeniden düzenlenmesidir. Uygulamalar ise; organize sanayi bölgeleri (OSB), küçük sanayi siteleri, nazım plan bürolarının kurulması, az gelişmiş bölgelere sağlanan ek teşvikler, Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) ve İmar İskân Bakanlığı'nın (İİB) bölge planı hazırlaması, yerel yönetimlerin yeni işlevleridir (Eraydın, 2006: 34).

4- Bunalım Sonrası Neo-liberal Politikaların Mekânsal Süreçleri Tanımladığı Dönem (1980 sonrası): Bu dönem, küresel bütünleşmeden artan beklentiler ile süregelen ve çözülemeyen sorunlar dönemi olarak tanımlanmıştır. Mekânsal gelişmeyi yönlendiren ana dinamikler; süregelen sorunlar, göç, bölgesel dengesizlik, yeni kentsel gelişme dinamikleri ve dönüşümler, liberalleşen ekonomi, küreselleşme eğilimleri, dünyadaki fırsatların değerlendirilmesi ve yeniden tanımlanan kent ve insan ilişkisidir. Mekândaki somut gelişmeler; bölgeler arasındaki dengesizliğin ekonomik ve siyasal niteliği ile gündeme gelmesi, kentsel kalitenin yükseltilmesi, gecekondü alanlarındaki dönüşüm, toplu konut alanlarının oluşturulması, küreselleşen ilişkiler, küresel kentlerin ortaya çıkışı, yeni sanayi merkezlerinin ortaya çıkışı ve yerel siyasettir. Ana tartışma ve araştırma alanları; nüfus ve göç, mekânsal dönüşüm ve artan dengesizlikler, bölge planlamaları ve Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP), ülke mekanının değişimi, kentsel dönüşüm ve kentsel kalite, kentsel ulaşım, kentlerin dönüşen sosyal yapıları, gecekondü

alanlarının mekansal dönüşümleri, gecekondu ve değişen sosyal yapı, konut, küresel kent, yeni üretim-sanayi odakları, popülizm, hemşerilik, yerel yönetimler, demokrasi, yeni kent insanı ve yönetişimdir. Uygulamalar ise; teşviklerde desteğin sürdürülmesi, İİB'nin kaldırılması, GAP idaresinin kurulması büyükşehir belediyelerinin kurulması, kentsel projelerle kentin niteliğini geliştirme çabaları, imar affı yasaları, Toplu Konut İdaresi'nin (TOKİ) kurulması, HABİTAT, Gündem 21 ve sivil toplum kuruluşlarının kârlar süreçlerine katılım talepleridir (Eraydın, 2006: 41).

1923-1945 dönemi Türkiye'deki kentlerin fiziksel ve toplumsal olarak şekillendiği bir dönemdir. Bu dönemde başkent Ankara hızla büyürken, diğer kentlerde nüfus artışı düşük kalmıştır.

1945-1960 dönemindeki Marshall yardımlarıyla, tarımda makineleşmenin başlaması ve buna bağlı olarak emek gereksinimindeki düşüş ve hızlı kentleşme, kentlerdeki mekânsal gelişmeyi yönlendiren ana faktörlerdir. Buna bağlı olarak kırdan kente hızlı göçler yaşanmış ve büyük kentlerde konut sorununa bağlı olarak gecekondu ortaya çıkmıştır. Bu dönemde kentlerin planlanmasında sorunlarla karşılaşmış ve yerel yönetimler sorunlar karşısında yasal ve kurumsal olarak yetersiz kalmışlardır.

1960-1980 döneminde özellikle kırsal alanlarda hızlı nüfus artışı ve buna bağlı göçlerin devam ettiğini görmekteyiz. Bu dönemde Türkiye'de dış göçler de yaşanmıştır. Türkiye'deki iç göçler daha çok büyük kentlere yönelmiştir. Büyük kentlerde gecekondu mekânsal değişimin önemli göstergelerinden biri olmuştur. Gecekonduarda yığılan bu nüfus, enformelleşen kentlerin ortaya çıkışına sebep olmuşlardır. Gecekondu bu dönemde göç eden nüfusun kentle bütünleşebilmesi için adeta tampon bir mekanizma görevi üstlenmişlerdir. Yine bu dönemde kentlerde modern ve geleneksel ikili ekonomik yapının ortaya çıktığını görmekteyiz. Geleneksel ekonomik yapı kişiye ve ailesine geçimlik gelir sağlama amaçlıdır. Kentlere göç eden vasıfsız bu kitlelerin düzenli bir iş bulma şansları düşük olduğundan ancak marjinal bir sektör olan seyyar satıcılığa yönelmişlerdir.

1980 sonrası dönemde gecekondu alanlarında dönüşümler başlatılarak, toplu konut uygulamalarına ağırlık verilmiştir. Liberalleşen ekonomi de bu süreci etkileyen faktörler arasında yer alır. Bu dönemde bölgeler arasındaki dengesizliğin ekonomik ve

siyasal niteliği ile gündeme gelmesi sonucunda ülke içerisinde yeni bir göç dalgası yaşanmıştır.

Türkiye’de 1950’li yıllarda başlayan ve 1960’larda en yüksek oranlarına ulaşan kırdan kente göçün önemli sonuçlarından birisi de kentsel yoksullukta meydana gelen artıştır. Kent marjinalleri olarak da tanımlanan bu gruplar; geçim kaynağı olarak enformel sektöre yönelmişler ve özellikle kentin kamusal mekanları olan sokak ve caddeleri kendilerine istihdam alanı olarak seçmişlerdir (Bkz. Foto 8).



Foto 8: Ofis Sağlık Ocağı yolu üzerindeki seyyar satıcılar. Bu yol trafiğe kapalı olduğundan hafta içi öğleden sonra, hafta sonu ise tüm gün boyunca seyyar satıcıların akınına uğramaktadır.

Bayat, bu durumu “sessiz tecavüz” ve “sokak siyaseti” kavramları ile açıklamıştır. Toplumsal malların, kentsel kamusal alan; toprak; kent suyu, elektrik ve benzeri kentsel kolektif tüketim; iş olanakları; yer ve etiket elde etme biçiminde, kolektif olmayan ve çatışmaya dayanmayan yeniden paylaşım siyaseti “sessiz tecavüz” olarak tanımlanmaktadır (Bayat, 2006: 17). Bu kavramla dalgalanan toplumsal grupların göçmenlerin, mültecilerin, işsizlerin, gecekonducuların, sokak satıcılarının, sokak çocuklarının ve artışları iktisadi küreselleşme ile hızlanan diğer marjinal grupların hayat boyu süren mücadeleleri kastedilmektedir. Kırsal göçmenler, kentlere ve kentlerin kolektif tüketimine, mülteciler ve uluslararası göçmenler konuk devletlere ve onların sağladıklarına, gecekonducu ve işgalciler kamusal ve özel arazilere ya da hali hazırda inşa edilmiş evlere ve işsizler, geçimini sokaktan sağlayan insanlar olarak kamusal mekânlara ve dükkân esnafı tarafından yaratılan iş olanaklarına el uzatmaktadırlar.

Hepsi birden Üçüncü Dünya seçkinlerince benimsenen düzen, modern kent ve kentsel yönetim kavramlarına meydan okumaya meyletmektedirler (Bayat, 2006: 47-48).

“Sokak siyaseti” ise, sokağın toplumsal ve fiziksel alanında şekillenen ve ifade edilen çatışmalar olarak tanımlanmıştır (Bayat, 2006: 17). Kent yoksulları için sokaklar, gündelik işlerini yapabilecekleri temel, belki de tek yerdir. Buna ek olarak sokaklar aynı zamanda, polis devriyesi, trafik düzenlemesi ve mekânsal ayrımlar, kısaca kamu düzeni olarak ifade edilen devlet varlığının en aşikâr biçimde görülebileceği kamusal mekânlardır. Mütecavizler ve otoriteler arasındaki iktidar ilişkisinin dinamiği, Bayat’ın “sokak siyaseti” dediği şeydir. “Sokak siyaseti” ile dar sokaklardan daha göz önündeki caddelerin kaldırımına, kamu park ve spor alanlarına kadar, “sokaklar”ın fiziksel ve toplumsal mekânında oluşan ve ifade edilen, kolektif bir nüfus ile otoriteler arasındaki bir dizi çatışma ve buna bağlı saklı anlamları kastedilmektedir (Bayat, 2006: 55-56).

Kentlerdeki sosyal gruplar arası gelir farklılıkları göç ile gelen nüfusun kentlilerle bütünleşmesindeki zorluklar kentteki barışı olumsuz etkilemektedir. Kentsel rantların eşitsiz dağılımı da bu sürecin olumsuz etkilerini artırmaktadır (Eraydın, 2006: 53). Bu durumu Bayat “pasif ağlar” şeklinde tanımlamaktadır. Kamusal alan olarak sokağın, aktif ağ olmaksızın insanların harekete geçmesini mümkün kılan kendine has bir özelliği vardır. Bu özellik, “pasif ağlar” -atomize bireyler arasında ortak kimliklerinin sessizce tanınmasıyla ve mekân aracılığıyla kurulan ani iletişim- sayesinde pratiğe yansımaktadır. Bir sokaktaki işportacılar hiç konuşmasalar da birbirlerini tanımakta ve aralarında pasif bir ağ bulunmaktadır (Bayat, 2006: 145). Pasif ağı eyleme bağlayan ortak tehdittir. Bu atomize bireyler kazanımlarına yönelik bir tehditle karşılaştıklarında, pasif ağları bir anda aktif ağa ve toplu eylemlere dönüşmektedir. Bu nedenle, tahliye tehdidi, birbirlerini tanımasalar da birçoğunu bir araya getirmektedir. Bu basitçe, psikolojik kaynaklı ya da “irrasyonel sürü davranışı” değil, daha sosyolojik bir olgu olan çıkar farkındalığı ve gizil iletişimdir (Bayat, 2006: 146). Kazanımları bir kez tehdit edildiğinde, çoğu kez bunları kolektif ve sesli şekilde savunarak, hareketlerinin ve kazanımlarının değerinin bilincine varmaya meyletmektedirler. Kazanımlarını ille de kolektif direnişe geçmeden sessiz itaatsizlikle de koruyabilmektedirler. Kahire’de ya da İstanbul’da seyyar satıcılar, zabıta geldiğinde kolektif olarak işlerinin başlarında durmak yerine, arka sokaklara çekilmekte ve zabıta gider gitmez hızla işlerinin başına geri dönmektedirler. Öyle ya da böyle, aktörlerin

otoriterle karşı mücadelesi bir kazanım elde etmek değil, esasen hâlihazırda elde edilmiş kazanımları korumak ve geliştirmekle ilgilidir (Bayat, 2006: 53). Kahire, İstanbul ve Tahran’da yüz binlerce sokak satıcısı, dükkân esnafının yarattığı elverişli iş olanaklarına tecavüz ederek belli başlı ticari merkezlerde sokakları işgal etmiştir. Bu kentlerde binlerce kişi, denetim altında tuttukları ve azami park yeri yaratmak üzere dikkatle düzenledikleri sokaklarda araba parkından kazandıkları bahşişlerle geçimlerini sağlamaktadır. Son olarak Güney Kore’dekiler gibi, birçok üçüncü dünya şehrinde sokak satıcılarının etiket ve markaların telif haklarına yönelik tecavüzü çok uluslu şirketlerin kaçınılmaz tepkilerine yol açmaktadır (Bayat, 2006: 49). Kahire’de 600 000, Tahran’da ise yaklaşık 150 000 sokak satıcısı bulunmaktadır (Bayat, 2006: 110). İstanbul’da ise seyyar satıcıların sayısı 500 000’den fazladır (İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2004: 84).

Sanayileşmeye bağlı olarak gelişen bir kent ile sanayileşmenin olmadığı, ancak yüksek yaşam standartları umuduyla göç eden kitlelerin biçimlendirdiği kentlerin gelişimini birbirinden ayıran Çelik, Türkiye’deki kentleşmeyi aşağıdaki şekilde değerlendirmiştir: “Türkiye’deki şehirleşme olgusu bir yönüyle, sanayileşmeye dayanmayan üçüncü dünyacı bir şehirleşme pratiğinin özgün yansımalarını taşımaktadır. Bu durum sanayinin istihdam edemediği kentsel yığılmaların, işbölümü, beklentiler, talepler ve kurumsal işleyiş bakımından kendi yapısal gelişimine uygun bir rasyonaliteye dayanması anlamına gelmektedir. Bir başka deyişle şehirlerin fiziki ve kültürel genişlemesinde ve sosyal hayat ilişkilerinde etkili olan sınıflar, daha çok sığınmak amacıyla göç eden, ancak şehre baskın gelen kitleler olmaktadır” (Çelik, 2007: 4-5).

Nüfusun hızlı artışıyla birlikte kırsal alanlardan kentlere doğru olan göçler sonucunda kentsel mekânlar değişime uğramıştır. Bu değişimin fiziksel boyutunu gecekondu mahalleleri oluşturmaktadır. Kentsel mekânlarda farklılaşmaya neden olan ve kente göç ile gelen dezavantajlı grupların yerleştiği bu mahallelere sığınan kitleler kentsel işsizlikte artışa neden olmuşlardır. Göç ile gelen bu nüfus, geçimini sağlamak için, girişin nispeten kolay olduğu enformel sektöre ve özellikle seyyar satıcılığa yönelmiştir. Seyyar satıcılık yaparak kendilerine istihdam alanı oluşturan bu insanlar için kentin sokak ve caddeleri gündelik geçimlerini sağlayabilecekleri en önemli mekânlar haline gelmiştir.

Seyyar satıcılık kavramı, bir hareketliliği de ifade etmektedir. Bu hareketlilik hem kentlerde yaşayanların, hem de seyyar satıcıların hareketliliği şeklinde ele alınabilir. Kentlerde işlerine, okullarına, alış veriş yapmaya vb. yerlere giden insanlar sokak ve caddeleri kullanırlar. Kentlerde özellikle nüfusun yoğunlaştığı alanlar seyyar satıcılar için çok iyi iş fırsatları sunar (Bkz. Foto 9).



Foto 9: *Diyarbakır'ın en kalabalık caddelerinden biri olan Ekinciler Caddesi'nde yüzük, künye, kolye, anahtarlık vb. şeyler satan bir seyyar satıcı.*

Tunçel, yaptığı bir çalışmada Elazığ'da halkın özellikle sebze ve meyve ihtiyacını karşıladığı önemli alışveriş yerleri arasında şehrin merkezi alanlarında, dolmuş duraklarının çevresinde, yaya trafiği açısından işlek cadde ve sokakların köşe başlarında duran, tekerlekli arabalar üzerinde meyve ve sebze satan, “tablacı” olarak adlandırılan seyyar satıcılardan bahsetmektedir (Tunçel, 2003: 55). Gerçekten de kentlerin işlek cadde ve sokakları, köşe başları ile araç ve yaya trafiğinin yoğunlaştığı dolmuş ve otobüs durakları, seyyar satıcıların en çok rağbet gösterdikleri gözde yerler arasındadır.

Tren ve otobüs garları, vapur iskeleleri, metro istasyonları, otobüs durakları bekleme alanları olduğundan seyyar satıcı ve müşterileri için önemli karşılaşma alanlarıdır. Alt ve üst geçitler, trafik lambaları, yaya geçitleri seyyar satıcıların yoğunlaştığı diğer yerlerdir.

Kentin kavşakları da seyyar satış ve hizmet için önemli mekânları oluşturur. Bu kavşaklar yaya ve araç trafiğinin karşılaştığı alanlardır. Özellikle trafiğin akışkan olmadığı zamanlarda ve ağır ağır ilerleyen araçlara çok çeşitli ürün ve hizmetler sunabilmektedir. Kırmızı ışıkları takip eden seyyar satıcılar da bulunmaktadır. Bunlar da çok değişik ürün ve hizmetler sunabilmektedirler. Cam silenler, arabada gördükleri çiftlere çiçek satanlar, buzlu havalarda zincir satanlar, sakız, şekerleme, kâğıt mendil vb. birçok ürün satmaya çalışırlar.

Kentin kaldırımları da seyyar satıcılar tarafından paylaşılmıştır. Sahiplenilen alanlarda başka seyyar satıcıların çalışmasına izin vermezler. Seyyar tezgâhlarda ve üzerlerinde taşıdıkları ürünleri ve verecekleri hizmetleri müşterilerine buralarda ulaştırırlar. Kendilerine ait olarak gördükleri bu alanlarda bir nevi *yerleşik* hale gelerek başka seyyar satıcıların çalışmasına izin vermezler (Kılıç ve Tunçel, 2008: 211). Müşteri için de zamandan tasarruf etmesi, ihtiyaçları hatırlatılarak anında karşılanması ve aynı malı ve hizmeti dükkânlardan daha pahalıya alabileceği düşüncesi, seyyara yönelmesinde önemli bir etkidir.

Seyyar satıcıların kullandıkları araçlar satılan mallarla doğrudan ilişkilidir. Genellikle taşınması kolay olan çorap, iç çamaşırı gibi hafif ürünler, karton veya muşamba, branda gibi malzemelerden yapılmış basit taşınabilir tezgâhlarda yere serilerek ya da basit kampetler üzerinde satışa sunulmaktadır. Ancak elde taşınması mümkün olmayan malların sergilenmesi ve satışı çoğunlukla işe özgü hazırlanmış çeşitli tipte ve büyüklükteki tekerlekli arabalarla yapılmaktadır. Bunun dışında özellikle gıda maddesi ile saat, çakmak gibi görece kıymetli ürünlerin satıldığı tezgâhlar çoğunlukla camekânlıdır (Bkz. Foto 10). Kimi satıcılar da otomobillerin bagaj ve üst kısımlarını satış ünitesi olarak kullanmaktadırlar (Bkz. Foto 11 ve 12). Ayakkabı satanlar ayakkabı kutularından sergi aracı olarak yararlanırken, kıyafet satanlar kaldırımların kenarlarındaki duvarları ve demir parmaklıkları da sergi aracı olarak kullanabilmektedirler (Bkz. Foto 13).



Foto 10: Saat, çakmak, elektronik eşya vb. gibi kıymetli ürünlerin satıldığı tezgâhlar genellikle camekânlıdır.



Foto 11: Ofis Senti'ndeki Gevran Caddesi'nde minibüsünün bagajını ve kampeti tezgâh olarak kullanan bir seyyar satıcı.



Foto 12: Hz. Süleyman Caddesi'nde otomobilinin bagaj ve üst kısmını tezgâh olarak kullanan bir seyyar satıcı



Foto 13: Ofis Sağlık Ocağı yolu üzerinde kaldırımın kenarındaki duvarı sergilik olarak kullanan bir seyyar satıcı.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SEYYAR SATICILAR VE DİYARBAKIR

3.1. Diyarbakır'da Enformel Ekonomik Faaliyetler ve Seyyar Satıcılar

Kentsel enformel sektör, Diyarbakır'ın ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Enformel sektör içerisinde yer alan işletmeler küçük işletmelerdir. Nitekim GAP Bölge Kalkınma İdaresi'nin yapmış olduğu Kentsel Enformel Sektörde İstihdamın ve İş Potansiyelinin Geliştirilmesi Projesi isimli araştırmada 5'den az kişinin çalıştığı küçük girişimlerin yaygın olduğu belirtilmiştir. Çoğunlukla üretimin çok basit yöntemlerle yapıldığı bu işletmelerde aile içi işgücü, yarı zamanlı işgücü ve bazen de çocuk işçi kullanılmaktadır. İşgücü ilişkileri ise enformel olup iş sözleşmesi, sosyal güvenlik vb. gibi yasal haklar bulunmamaktadır. Becerilerin çoğu da iş sırasında kazanılmıştır (<http://www.gap.gov.tr/Turkish/Sosprj/enform.html>).

Resmi kayıtlara göre, 580 bin nüfusu olan (2000 Genel Nüfus Sayımı) Diyarbakır kent merkezinde işsizlik % 30, ilçe merkezlerinde ise % 43 oranındadır. Kent merkezindeki işsiz sayısının 150 bin civarında olduğu tahmin edilmektedir. Sivil toplum kuruluşlarına göre ise işsizlik oranı % 78'dir. Diyarbakır'ın toplam nüfusunun bugün yaklaşık 1,5 milyon olduğu düşünülürse, bu oranın doğru olma ihtimali kuvvetle mümkündür (Kaya, 2009: 120). İşsizlik oranının bu kadar yüksek olduğu kentte seyyar satıcılık önemli bir geçim kaynağı olarak karşımıza çıkmaktadır. Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi'nin hazırlamış olduğu raporda enformel sektörün güçlenmesi ile birlikte, yoksulluktan en fazla etkilenen kadın ve çocukların emeğinin sömürülmesinde ciddi artış yaşandığı saptaması da yapılmıştır. Çok kötü koşullarda çoğu zaman sosyal güvencesi olmadan çalışmak zorunda kalan kadın ve çocuklar çok düşük ücret almaktadır. Türkiye'de yeşil kart uygulamasının en yoğun gerçekleştiği illerin başında Diyarbakır gelmektedir (Kaya, 2009: 121).

1980'li yıllardan bu yana bölgede yaşanan şiddet olayları ve buna bağlı olan göç, ekonomiyi olumsuz yönde etkileyerek kente yapılabilecek olan yatırımları engellemiştir. Bu durum istihdamı da olumsuz etkilemiştir. Formel iş alanlarında istihdam olanaklarının sınırlı olması enformel sektörde artışa sebep olmuştur. Enformel sektörde yapılan işlerin başında da seyyar satıcılık gelmektedir (Bkz. Foto 14).



Foto 14: Ofis Sağlık Ocağı yolu kenarındaki kaldırımda ayakkabı kutularını sergi aracı olarak kullanan bir seyyar satıcı. Bu seyyar satıcı Diyarbakır'ın bir ilçesi olan Hazro'dan göç ile geldiğini belirtmiştir.

Bu saptamayı destekleyen bir çalışma da Diyarbakır için yapılmıştır. Bu çalışmada Diyarbakır'a göç ile gelen nüfusun mesleki dağılımına bakıldığında en büyük oranı % 39 ile günübirlik geçici işlerde çalışanlarla, seyyar satıcılar grubu oluşturmaktadır (Bkz. Tablo 2). Yapılan bütün çalışmalarda göç ile oluşan gecekondu bölgelerinde yaşayanların istihdam olarak marjinal sektör kavramı ile açıklanan iş alanlarında çalıştığı ortaya çıkmıştır (Erkan ve Bağlı, 2005: 114).

Tablo 2: Diyarbakır'a Göç ile Gelen Nüfus'un Mesleki Dağılımı (1990-2003)

Meslekler	Kişi Sayısı	%
Gündelik İşçi, Seyyar Satıcı	78	39,0
Ev Kadını	44	22,0
Esnaf	35	17,5
İşsiz	16	8,0
Kapıcı	14	7,0
Memur	8	4,0
Tarım İşçisi	5	2,5
Toplam	200	100

Kaynak: "Göç ve Yoksulluk Alanlarında..." (Erkan ve Bağlı, 2005: 114).

Aynı çalışmada göçün nedenleri üzerinde de durulmuştur (Bkz. Tablo 3). Türkiye'deki göçlerin çoğunluğu gönüllü göç grubunda yer almakla birlikte Güneydoğu'ya ve Diyarbakır'a özgü olarak yüksek oranda zorunlu göç olgusuyla da karşılaşmıştır (Erkan ve Bağlı, 2005: 117).

Tablo 3: Diyarbakır'a Göç ile Gelen Nüfusun Göç Etme Nedenleri (1990-2003)

Göç Nedeni	Kişi Sayısı	%
Güvenlik Nedeni (Zorunlu Göç)	75	37,5
Çocukların Eğitimi İçin	44	22,0
İş bulmak İçin	43	21,5
Ailevi Nedenler	28	14,0
Diğer	6	3,0
Kan Davasından Dolayı	4	2,0
Toplam	200	100

Kaynak: "Göç ve Yoksulluk Alanlarında..." (Erkan ve Bağlı, 2005: 117).

1980 ve 1990'lı yıllar ülkemizin farklı bir göç olgusu ile karşı karşıya kaldığı bir dönemdir. Bu göçler üzerinde yalnızca devlet desteğinin tarımdan çekilmesi değil, ayrıca siyasal nedenler de etkili olmuştur. Siyasal karışıklıklar zorunlu göçlere yol açmıştır. Bazı köyler güvenlik nedeniyle boşaltılmış, bazı köylerde güvenliğin yanı sıra siyasal karışıklıkların da artırdığı ekonomik nedenlerle boşalmaya başlamıştır. Siyasal nedenli göç, etnik grupları kentlere getirip yerleştirmiştir. Yeni gelenler ya kentlerin çeperlerinde dönüşemeyen eski gecekondu mahallelerine kiracı olarak eklenmiş ya da kent merkezine zenginlerin çeperdeki yeni konut alanlarına yerleşmesi, ticaret ve küçük imalatın dışa kaçması ile boşalan çöküntü alanlarına girmişlerdir. Özellikle de bu çöküntü alanlarında bugün gerçek yoksulluk yaşanmaktadır (Şenyapılı, 2006: 112-113). İstanbul bu tip göçleri kabul eden kentlerimizin başında gelmektedir. Diyarbakır Ticaret ve Sanayi Odaları Başkanı Kutbettin Arzu yapılan bir toplantıda olumsuz göçe dikkat çekmek için şu çarpıcı ifadeyi kullanmıştır: " Geçtiğimiz günlerde Eminönü'nde dolaştım. Aynen Diyarbakır gibiydi; çünkü seyyar satıcı, dilenci, otoparkçı, kapkaççı hepsi Diyarbakırlı" (<http://www.cafesiyaset.com/preview.php?nID=5670>).

1984 yılında başlayan ve günümüze kadar devam eden terör olayları sonucunda bölgede ve Diyarbakır'da birçok köy ve mezra boşalmıştır. Diyarbakır Göç-Der'in yapmış olduğu bir araştırmada 1984-1999 yılları arasındaki dönemde zorunlu göçe tabi tutulan insanların tam sayısına ulaşamadığı belirtilmiştir. TBMM Araştırma Komisyonu'nun raporunda 1997 yılı itibarıyla Olağanüstü Hal kapsamındaki ve mücavir alandaki iller ile bazı çevre illerde 905 köy ve 2523 mezranın terörle mücadele çerçevesinde boşaltıldığı; göç eden toplam nüfusun 378.335 olduğu belirtilmiştir. Yerel, ulusal ve uluslararası kuruluş ve sivil toplum örgütleri sayının çok daha yüksek olduğuna işaret etmektedir (Özdoğan ve Ergüneş, 2007: 8).

Diyarbakır'da 1982 ve 1996 yılları arasında 299 yerleşme boşaltılmıştır. 1982'de 1 köy, 1988'de 3 köy, 1992'de 20 köy ve 8 mezra, 1993'te 1 ilçe, 139 köy ve 28 mezra, 1994'te 44 köy, 37 mezra, 1995'te 11 köy, 1996'da 4 köy ve 3 mezra boşaltılmıştır. Yerleşmelerin % 0,3'ü 1982, % 1'i 1988, % 9,3'ü 1992, % 56'sı 1993, % 27'si 1994, % 3,7'si 1995 ve % 2,3'ü 1996 yılında boşaltılmıştır (Özdoğan ve Ergüneş, 2007: 44). Yerleşmelerin boşaltılmasının 1992, 1993 ve 1994 yıllarında yoğunluk kazandığı görülmektedir.

Diyarbakır'ın en yoğun göç aldığı dönem de yine bu yıllardır. Bu yıllardan sonra Diyarbakır mekânsal olarak yatay ve dikey yönde çok büyümüştür. İskanевleri, Alıpınar, Cumhuriyet, İplik, Aziziye, Kayapınar, Huzurevleri vb. birçok yeni mahalle ortaya çıkmış ve bu mahallelere binlerce insan göç ederek yerleşmiştir. 2000 yılından sonra kentsel dönüşüm projeleri de uygulanmaya başlamıştır. Gecekondu'lara yönelik imar ıslah çalışmaları, toplu konut projeleri, Kayapınar gibi modern yeni yerleşim alanlarının planlanması bunun örneklerindendir. Kent merkezinde yapılan değişiklikler, yeşil alan miktarında görülen artışlar Diyarbakır'da son yıllarda yaşanan mekânsal değişikliklerdir.

Diyarbakır Göç-Der'in aynı araştırmasında “meslek ve sosyal güvence dağılımı” da araştırılmıştır. Buna göre göç edenlerin % 1,6'sı seyyar satıcılık ile geçimini sağlamaktadır. Seyyar satıcıların büyük bir kısmının sosyal güvencesi ise yeşil karttır. İşsiz ve bağımlı nüfus oranları da bir hayli yüksektir (Bkz. Tablo 4).

Tablo 4: Diyarbakır'a Göç ile Gelen Nüfusun Meslek ve Sosyal Güvence Dağılımı (2007)

İşi	Sosyal Güvence			Toplam	
	Yeşil Kart	SSK, Bağ-Kur ve Emekli S.	Güvencesiz	Kişi Sayısı	%
Kamu Çalışanı	-	4	-	4	0,2
Ücretli İşçi (Sigortalı)	-	34	-	34	1,6
Ücretli İşçi (Sigortasız)	34	2	25	60	2,9
Seyyar Satıcı	25	3	5	33	1,6
İşsiz İş Aramıyor	90	10	30	130	6,2
Mevsimlik İşçi	31	1	8	40	1,9
Emekli	6	13		19	0,9
İşsiz	213	32	89	334	16,0
Ücretsiz Aile İşçisi	197	61	66	324	15,5
Gündelikçi	65	7	27	99	4,7
Çiftçi	25	1	20	46	2,2
Öğrenci	371	125	87	583	27,9
Çalışmaya Elverişli Değil	194	41	82	317	15,2
Kendi Hesabına	28	7	16	51	2,4
Engelli	15	1	1	17	0,8
Toplam	1294	342	456	2092	100
%	61,9	16,4	21,8	100	

Kaynak: 5233 Sayılı Yasa ve Uygulamalarının...(Özdoğan ve Ergüneş, 2007: 38)

3.2. Diyarbakır'da Seyyar Satıcıların Yoğunlaştıkları Mekânlar

Diyarbakır'daki seyyar satıcılar araç ve yaya trafiğinin yoğunlaştığı hareketli mekânları satış yapmak için daha fazla tercih etmektedirler.

Diyarbakır'daki seyyar satıcılar kentin merkezi iş ve ticaret alanları olan; Ekinciler Caddesi, Gevran Caddesi, Akkoyunlu Caddesi, Emek Caddesi, Sakarya Caddesi, Nükhet Coşkun Caddesi, Sunay (Koşuyolu) Caddesi, Gazi Caddesi, Melik Ahmet Caddesi ve Kıbrıs Caddesi'nde yoğundur. Bunun yanı sıra halkın dinlence alanları olan; Anıtpark ve Koşuyolu Parkı ile daha çok gençlerin tercih ettikleri; Sanat Sokağı seyyar satıcıların satış yapmak için tercih ettikleri yerler arasındadır. Ofis semti ile Bağlar İlçesi'ni birbirine bağlayan yol üzerinde bulunan ve yayaların tercih ettikleri kestirme bir yol olan Ofis Sağlık Ocağı Yolu yine seyyar satıcıların satış yapmak için tercih ettikleri alanlar arasındadır. Şanlıurfa ile birlikte peygamberler diyarı olarak anılan Diyarbakır'da, Hz. Süleyman ve 27 Şehit Sahabe Türbesi, halk arasında kısmet açma, dilek, adak gibi dinsel büyüsel inanışların odağı olarak kabul edildiğinden ve

perşembe günleri halkın akın ettiği bir mekân olduğundan seyyar satıcıların en çok rağbet ettiği alanlar arasında yer almaktadır (Bkz. Şekil 3).

Bağlar İlçesi'nde seyyar satıcıların yoğunlaştığı başlıca alanlar; Sunay (Koşuyolu) Caddesi, Koşuyolu Parkı, Sakarya Caddesi, Emek Caddesi ve Nühket Coşkun Caddesi'dir (Bkz. Şekil 4).

Sunay (Koşuyolu) Caddesi, Bağlar İlçesi'ni Ofis semtine bağlayan ana güzergâhlardan biri olduğundan hem araç hem de yaya trafiğinin yoğunlaştığı bir caddedir. Bu cadde üzerinde üç tane de okulun bulunması seyyar satıcıların burada yoğunlaşmasına neden olmaktadır. Sunay (Koşuyolu) Caddesi'nin hemen kenarında yer alan ve bu caddenin boydan boya bir kısmını oluşturan Koşuyolu Parkı'nın bulunması da seyyar satıcıların artışında etkili olan bir faktördür. Nühket Coşkun Caddesi, Bağlar İlçesi'nin ana caddelerinden birini oluşturmaktadır. Bu cadde üzerine çok sayıda işyeri bulunduğundan yaya ve araç trafiğinin yoğunlaştığı bir alandır. Nühket Coşkun Caddesi'ne açılan Sakarya Caddesi ise trafiğe kapalıdır. Trafiğe kapalı olan Sakarya Caddesi, Bağlar'ın önemli alışveriş mekânlarından biridir. Sakarya Caddesi'nde çok sayıda dükkânın yanı sıra çok sayıda seyyar satıcı da bulunmaktadır. Emek Caddesi Bağlar İlçesi'nin önemli ana caddelerinden birisidir. Bu cadde üzerinde çok sayıda dükkân ve konut bulunduğundan yoğunlaşmanın olduğu bir caddedir. Emek Caddesi'ne açılan bazı sokaklarda haftanın değişik günlerinde pazarların kurulması, okulların bulunması da seyyar satıcıların sayıca artmasında etkili olmaktadır.

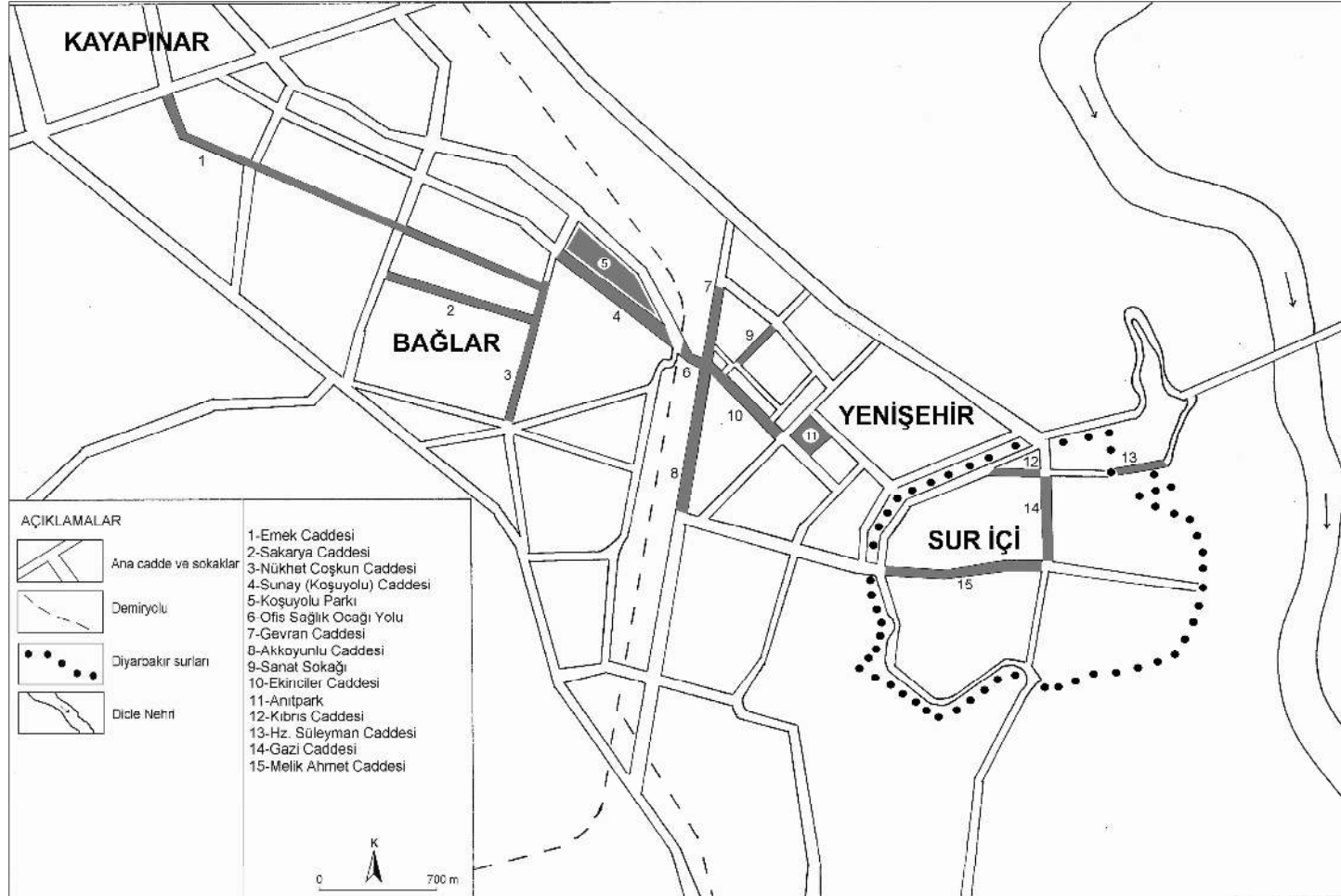
Suriçi İlçesi'nde seyyar satıcıların yoğunlaştığı başlıca alanlar; Hz. Süleyman Caddesi, Melik Ahmet Caddesi, Gazi Caddesi ve Kıbrıs Caddesi'dir (Bkz. Şekil 5 ve 7).

Dağkapı semtindeki Melik Ahmet Caddesi ve Gazi Caddesi Diyarbakır'ın başlıca alışveriş merkezleri arasındadır. Bu caddelerde evin her türlü ihtiyacının bulmak mümkündür. Gazi Caddesi'nde yer alan Kuyumcular Çarşısı, Ulu Camii ve Hasan Paşa Hanı gibi yerlerin bulunması bu caddedeki yoğunluğu artırırken, Melik Ahmet Caddesi'nde yer alan Japon 1 ve Japon 2 Pasajları da araç ve yaya trafiğinin yoğunluğunun artışında etkilidir. Kıbrıs Caddesi sur diplerindeki çay bahçelerinin kaldırılmasından sonra eski yoğunluğunu yitirse de yine seyyar satıcıların uğrak yerleri arasındadır. Hz. Süleyman Camii ve çevresi ise yukarıda değinildiği gibi özellikle perşembe günleri seyyar satıcıların akınına uğramaktadır.

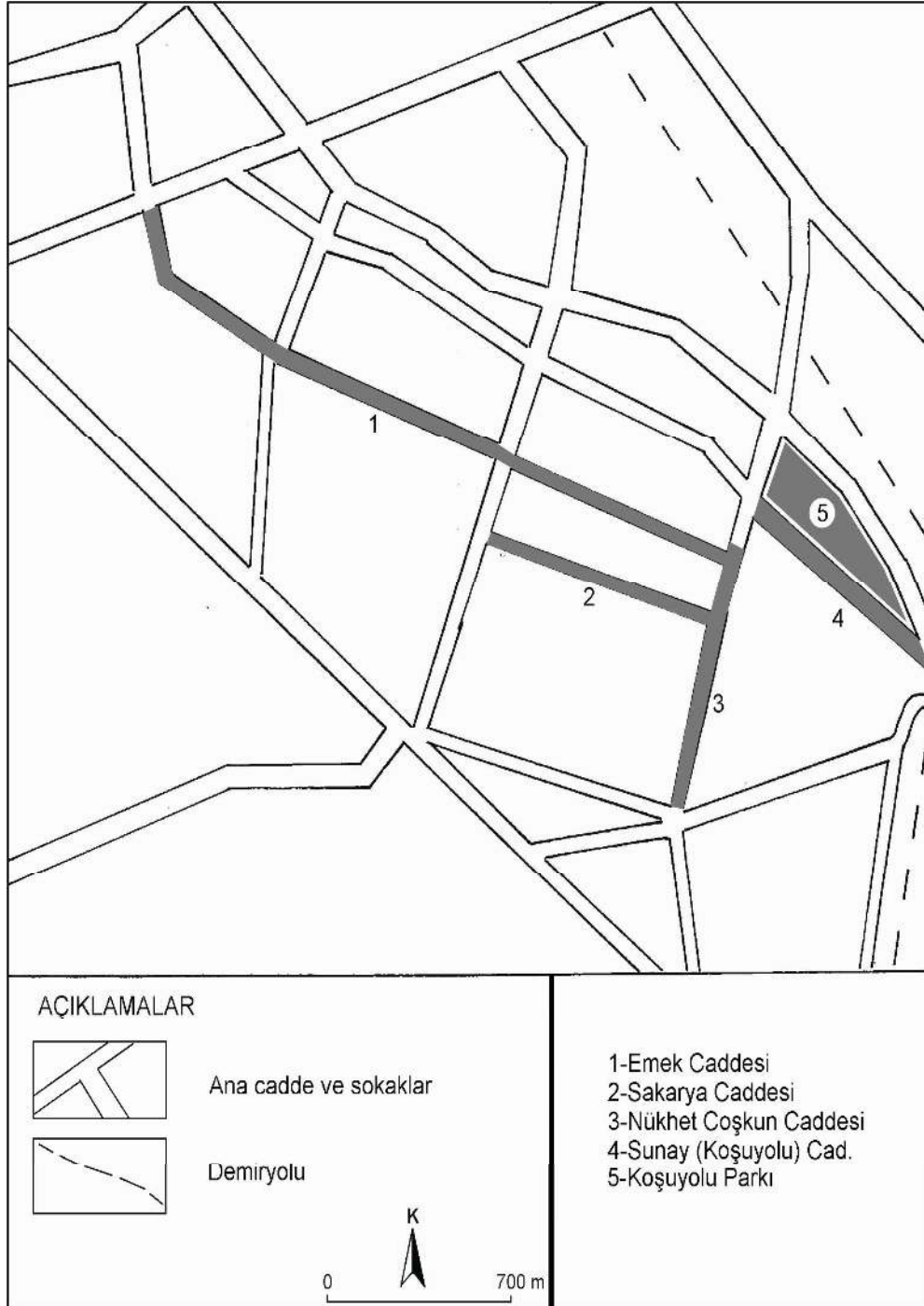
Yenişehir İlçesi'nde seyyar satıcıların yoğunlaştığı başlıca alanlar; Gevran Caddesi, Sanat Sokağı, Ekinciler Caddesi, Anıtpark, Ofis-Sağlık Ocağı Caddesi, Akkoyunlu Caddesi'dir (Bkz. Şekil 6).

Diyarbakır'da seyyar satıcıların yoğunlaştığı caddelerin başında Ofis semtindeki Ekinciler Caddesi gelmektedir. Ekinciler Caddesi Diyarbakır'ın başlıca iş ve ticaret alanların yoğunlaştığı bir cadde olduğundan günün hemen her saatinde yoğun bir yaya ve araç trafiğine sahne olmaktadır. Ekinciler Caddesi ile kesişen Gevran ve Akkoyunlu Caddeleri de seyyar satıcıların yoğun olduğu caddeler arasındadır. Ofis'i Bağlar İlçesi'ne bağlayan bir güzergâhta olan Ofis Sağlık Ocağı yolu araç trafiğine kapalıdır. Bundan dolayı bu sokak seyyar satıcılar tarafından adeta işgal edilmiş durumdadır. Yine Ofis semtinde yer alan Sanat Sokağı ise özellikle üniversiteli öğrencilerin tercih ettiği çayevleri ve kafelerin bulunduğu bir mekândır. Burası günün hemen her saatinde yoğundur. Araç trafiğine kapalı olması da yaya trafiğini artırmaktadır. Diyarbakır Valiliği'nin tam karşısında yer alan Anıtpark merkezi bir alanda yer alan bir park olduğundan yine seyyar satıcıların gözde yerleri arasındadır.

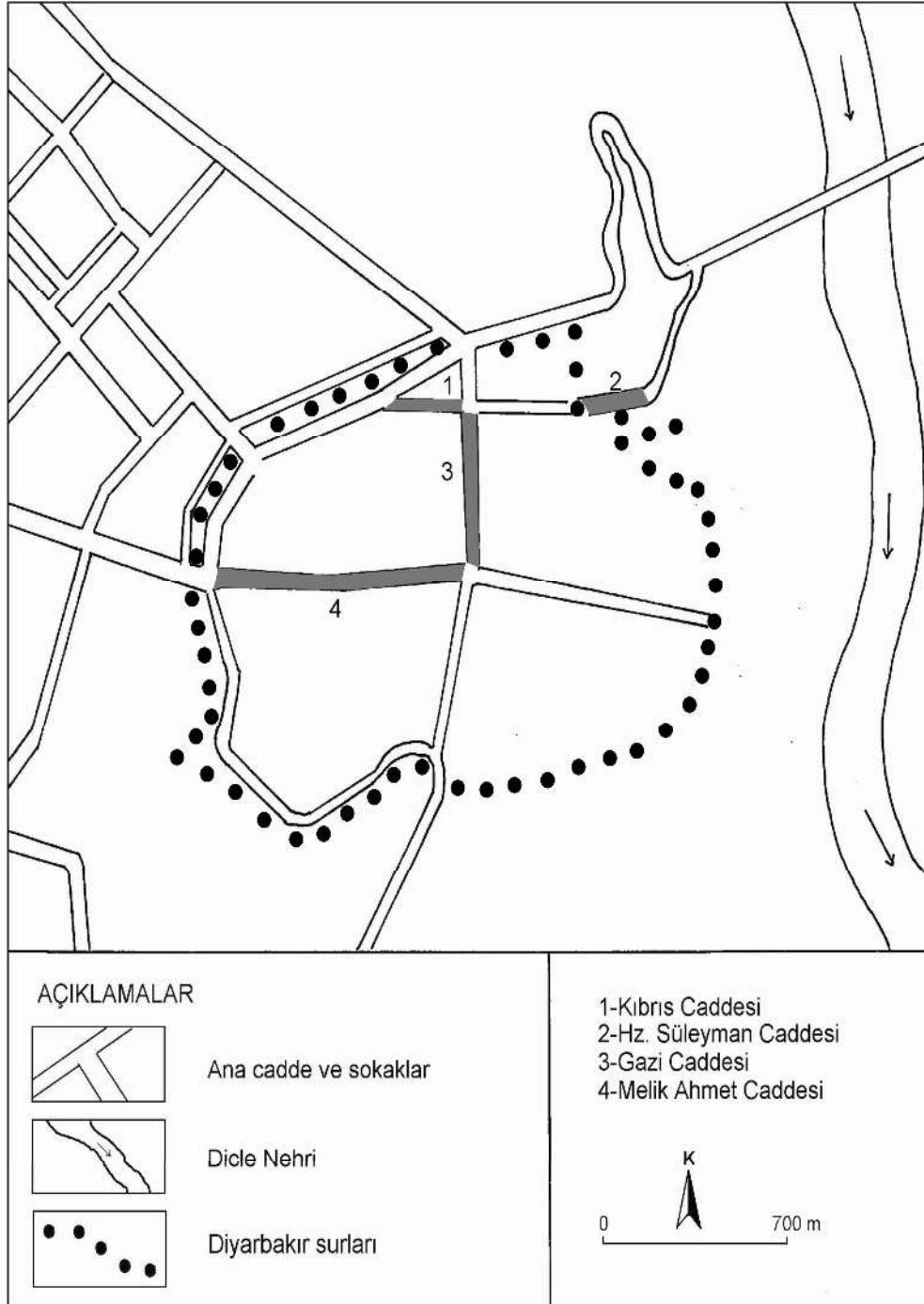
Kayapınar 2004 yerel seçimlerinde belediye haline getirilerek yeni bir ilçe merkezi oluşturulduğundan, bu ilçede seyyar satıcıların yoğunlaştığı bir alandan bahsetmek güçtür.



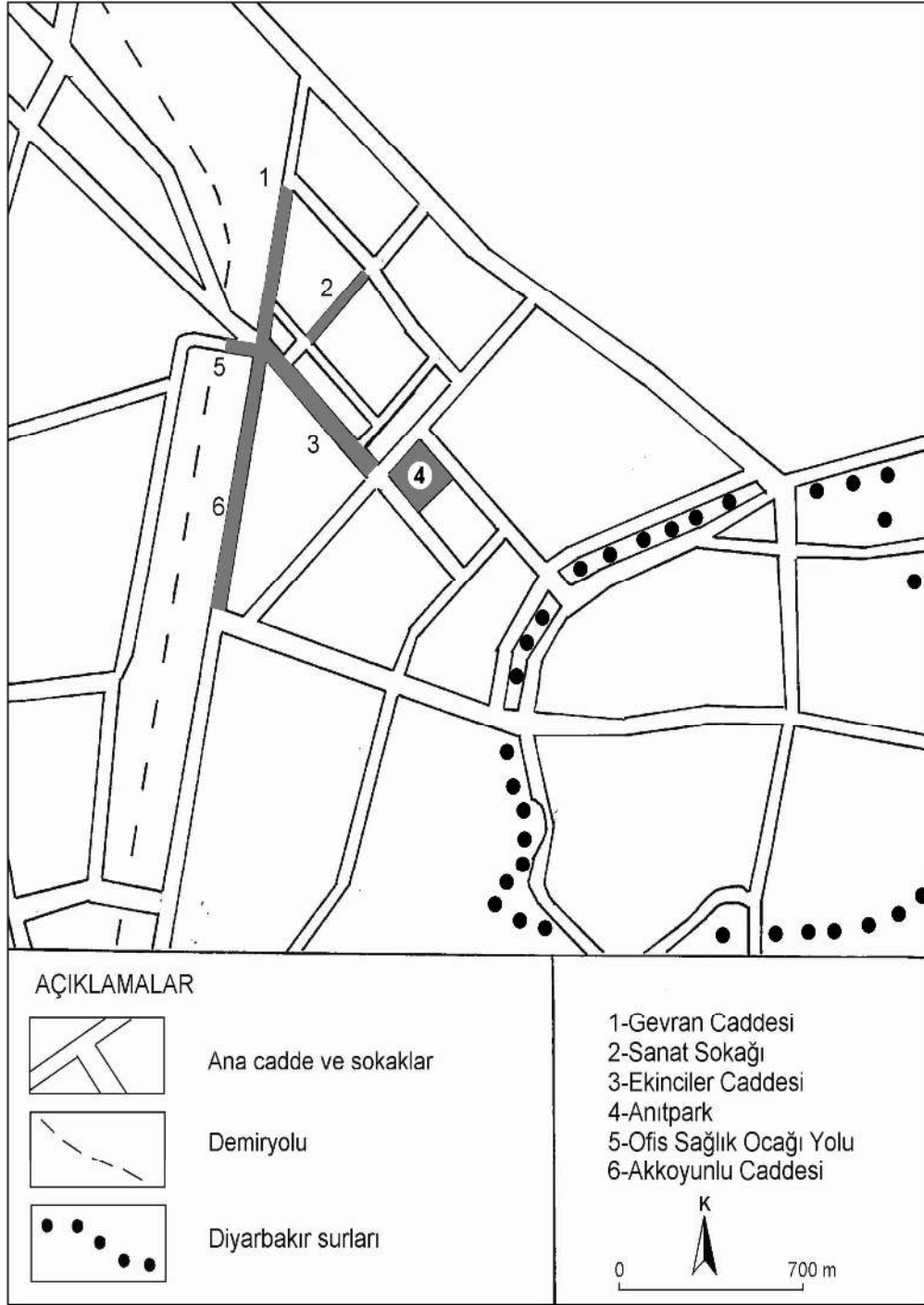
Şekil 3: Diyarbakir’da Seyyar Satıcıların Yoğunlaştığı Başlıca Alanlar (2009).



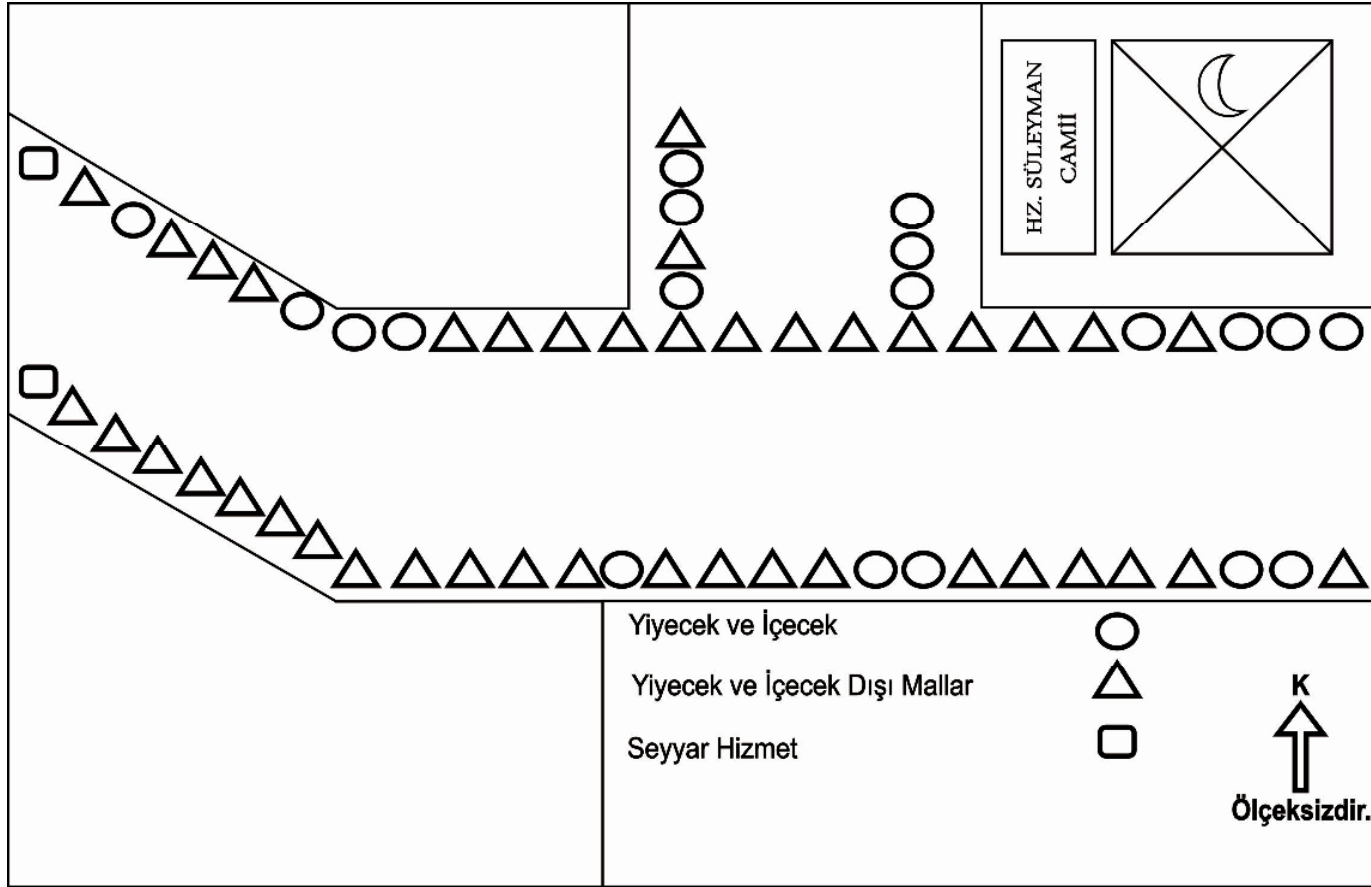
Şekil 4: Bağlar İlçesi'nde Seyyar Satıcıların Yoğunlaştığı Başlıca Alanlar (2009).



Şekil 5: Suriçi İlçesi'nde Seyyar Satıcıların Yoğunlaştığı Başlıca Alanlar (2009).



Şekil 6: Yenisehir İlçesi'nde Seyyar Satıcıların Yoğunlaştığı Başlıca Alanlar (2009).



Şekil 7: Hz. Süleyman Caddesi'nde Seyyar Satıcıların Mekânsal Düzeni (06.01.2010).

3.3. Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Sosyokültürel Özellikleri

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların sosyokültürel durumlarını ortaya koyabilmek için yapılan anketlerde toplam 19 soru sorulmuştur. Bu sorular; cinsiyet, yaş grupları, doğum yeri, medeni hali, çocuk sayısı, eğitim durumu, ikametgâh durumu ve göç ile ilgili sorulardan oluşmaktadır.

3.3.1. Demografik Yapı

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların % 95,3 gibi çok büyük bir kısmını erkek seyyar satıcılar oluşturmaktadır (Bkz. Tablo 5). Bu durumun ortaya çıkmasında bölgedeki feodal yapının etkisi bulunmaktadır. Seyyar satıcılığın dışarıda yapılan bir iş olması ve erkek işi olarak görülmesinden dolayı toplum yapısı yetişkin kadınların seyyar satıcılık yapmasına izin vermemektedir. Bundan dolayı Diyarbakır'da seyyar satıcılar arasında sadece küçük kız çocukları görülmektedir. Yapılan anketler sırasında Hz. Süleyman caddesinde rastlanılan çok az sayıdaki kadın seyyar satıcı buraya sadece ziyaret günleri olan perşembe günleri geldiklerini belirtmişlerdir. Bunların da büyük kısmını sebze satanlar oluşturmaktadır. Bir kadın seyyar satıcı ise yazma ve iğne oyası ile kendi yaptığı yazma kenarlıklarını satmaktadır.

Seyyar satıcılığın iklim koşullarından fazlasıyla etkilenmesi, yorucu, yıpratıcı ve fiziksel dayanıklılığı gerektirmesi genellikle erkeklere ait bir iş olarak görülmesine yol açmıştır. Eskişehir'de bu konu ile ilgili yapılan bir araştırmada seyyar satıcıların % 94'ünün erkek olduğu belirlenmiştir (Şişman, 1999: 185). Brezilya'nın Rio de Janeiro kentinde yapılan başka bir çalışmada ise seyyar satıcıların % 61,4'ü erkektir (Gomes ve Reginensi, 2007: 11-13). Brezilya'da da erkek seyyar satıcıların fazla olması seyyar satıcılığın erkek mesleği olduğunu doğrulamaktadır. Ancak bu ülkede kadın seyyar satıcı oranının Türkiye'ye göre yüksek çıkması kültürel yapının farklı olması ile açıklanabilir.

Tablo 5: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Cinsiyetleri (2009)

Cinsiyeti	Kişi Sayısı	%
Erkek	287	95,3
Kadın	14	4,7
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'daki seyyar satıcılar, dört farklı yaş grubuna bölünerek ele alınmıştır. 0-14 yaş grubu; 8 yıllık eğitimin (ilköğretim) tamamlanabileceği en küçük yaştan 14 olabileceği hesaplanarak oluşturulmuştur (DİE, 2002: 31). 15-30 yaş grubu; ilköğretim çağı sonrasında hayatını düzene sokacağı mesleki bir arayış dönemi olarak ele alınmıştır. Bu yaş grubunda iş değiştirme ve geçici işlerde çalışma ihtimali yüksektir. 31-60 yaş grubu ise mesleki olarak oturmuş ve artık mesleğin benimsenmiş olduğu bir dönem olarak ele alınmıştır. 61 ve üzeri yaş grubu ise yaşlı ve emeklilik çağı gelmiş olanlar oluşturmaktadır.

Seyyar satıcıların % 15,3'ünü 14 yaşından küçükler oluşturmaktadır (Bkz. Tablo 6). Bu oranının daha fazla olması gerektiği beklenebilir. Ancak anketler yapılırken bu işten gerçekten geçim sağlayan daha üst yaş grupları tercih edilmiştir. Çünkü Diyarbakır'da temel geçim kaynağı seyyar satıcılık olan büyük bir nüfus bulunmaktadır. Bu nüfus iş olanaklarının kısıtlı olduğu kentte başka bir iş yapmamakta veya yapamamaktadır. Ek gelir olarak bu işi yapanlar sayıca azdır. 14 yaşından küçük olanlar ise bu işi temel geçim kaynağı olmaktan ziyade aileye ek gelir olarak yaptığından bu yaş grubu farklı bir araştırmanın hedef kitlesini oluşturabilir. Seyyar satıcılar arasında 15-30 yaş grubunun % 37,9 ve 31-60 yaş grubunun % 43,2 ile oransal olarak yüksek çıkması; Diyarbakır'da seyyar satıcılığın gerçek bir geçim kaynağı olduğunun bir göstergesidir. Son 20-25 yıllık dönemde ciddi bir göç alan Diyarbakır'da seyyar satıcılığa başlamanın kolay olması ve fazla bir sermaye gerektirmemesi de seyyar satıcıların sayıca artmasında etkili olmaktadır. 61 ve üzeri yaş grubu seyyar satıcıların oranı ise % 3,7'dir. Seyyar satıcılığın zor ve yorucu bir iş olması, bu yaş grubundaki seyyar satıcıların çeşitli sağlık sorunlarının bulunması ve yapılan işin iklim koşullarından fazlasıyla etkilenmesi bu yaş grubu seyyar satıcıların sayıca az olmalarına sebep olmaktadır.

Tablo 6: Diyarbakır'da Seyyar Satıcıların Yaş Gruplarına Bölünüşü (2009)

Yaş Grupları	Kişi Sayısı	%
14'den küçük	46	15,3
15-30	114	37,9
31-60	130	43,2
61'den büyük	11	3,7
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Örnekleme grubunun yaş ve cinsiyet ilişkisine bakıldığında; seyyar satıcı olarak çalışan kadın nüfusun % 71,4'ünün (10 kişi), 14 yaşın altında olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 7). 15-30 yaş arası kadın seyyar satıcıya ise hiç rastlanmamıştır. Bunda evlenme çağında ve yeni evli olan bu yaş grubunun bu işte çalışmasının hoş görülmemesinin etkisi vardır. 31-60 yaş arasında rastlanan seyyar satıcı kadınlar ise orta yaş grubunu oluşturur (% 28,6). Bunlardan üçü ile Hz. Süleyman Camii önündeki, Hz. Süleyman Caddesi'nde anket yapılmıştır. Bunlar da buraya sadece ziyaret günü olan perşembe günleri geldiklerini ifade etmişlerdir. Perşembe günleri yoğun bir ziyarete sahne olan Hz. Süleyman Camii'ne gelenlerin büyük bir kısmını da kadın nüfus oluşturmaktadır. 61 yaş ve üzeri kadın seyyar satıcıya rastlanmamıştır.

Erkek seyyar satıcılar arasında en büyük grubu % 43,9 ile 31-60 yaş grubu seyyar satıcılar oluşturmaktadır. Seyyar satıcıların büyük bir kısmı daha iyi bir iş buldukları takdirde bu işi bırakacaklarını ifade etseler de, bu yaş grubunda yer alan seyyar satıcıların artık bu işi benimsedikleri söylenebilir. 15-30 yaş grubu % 39,7 ile ikinci sıradadır. Bu grupta yer alan seyyar satıcıları genç işsizler oluşturmaktadır. 0-14 yaş grubu % 12,6 ve 61 ve üstü yaş grubunun oranı ise % 3,8'dir. Fiziksel dayanıklılık gerektiren bu mesleği 61 ve üstü yaş grubunun yapması zor olduğundan çalışan sayısında bir azalma görülmektedir.

Tablo 7: Diyarbakır'da Seyyar Satıcıların Cinsiyet ve Yaş gruplarının Karşılaştırılması (2009)

Cinsiyet	Yaş				
	0-14	15-30	31-60	61 ve üstü	Toplam
Erkek	36	114	126	11	287
Kadın	10	-	4	-	14
Toplam	46	114	130	11	301
%	15	38	43	4	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'daki seyyar satıcılar doğum yerlerine göre değerlendirilirken; Diyarbakır'da ve diğer illerde doğanlar olarak iki grupta ele alınmıştır. Buradan Diyarbakır dışı doğumlu olan seyyar satıcıların hangi illerde yoğunlaştıklarının bulunması amaçlanmıştır.

Seyyar satıcıların doğum yerlerine göre dağılımı incelendiğinde, % 91,4'lük bir oran ile büyük kısmının Diyarbakır doğumlu olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 8).

Diyarbakır dışında doğanların oranı ise % 8,6'dır. Diyarbakır dışında doğanlar arasında en büyük pay 10 kişi ve % 38,4 oran ile Mardin doğumlulara aittir. Mardin doğumluları; 5 kişi ve % 19,2 oran ile Bingöl, 2 kişi ve % 7,6 oran ile Elazığ doğumlular izlemektedir. Diyarbakır dışı doğumlu olup; Diyarbakır'a komşu illerde doğan seyyar satıcıların oranı ise 19 kişi ile % 73'tür. Sonuç olarak Diyarbakır'daki seyyar satıcıların büyük bir kısmını Diyarbakır doğumlular oluştururken, bunu Diyarbakır'a komşu olan illerde doğanlar takip etmektedir.

Tablo 8: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Doğum Yerleri (2009)

Doğum Yeri	Kişi Sayısı	%
Diyarbakır	275	91,4
Diğer	26	8,6
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların medeni durumları incelendiğinde evli olanların oranının % 56,8 olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 9). Bu rakam bize seyyar satıcılığın Diyarbakır'da önemli bir iş ve gelir kaynağı olduğunu göstermektedir. Bekârların oranı ise % 42,5'dir. Seyyar satıcılık özellikle işsiz genç nüfus için başlıca iş kaynakları arasındadır. Dul veya boşanmış olan seyyar satıcıların oranının (% 0,7) az çıkmasında bölgenin kültürel yapısının etkisi bulunmaktadır. Diyarbakır ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde boşanma olayı hoş karşılanmamakta ciddi sorunlara neden olabilmektedir.

Tablo 9: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Medeni Durumları (2009)

Medeni Durumu	Kişi Sayısı	%
Evli	171	56,8
Bekâr	128	42,5
Dul-Boşanmış	2	0,7
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların cinsiyet-medeni durum ilişkisi incelendiğinde (Bkz. Tablo 10); erkeklerin % 58,5'inin evli, % 40,8'sinin bekâr, % 0,7'inin ise dul veya boşanmış olduğu görülmektedir. Erkeklerin % 58,5'inin evli olması yukarıda da belirtildiği gibi, seyyar satıcılığın önemli bir geçim kaynağı olduğunu ortaya koymaktadır. Seyyar satıcılık işsiz genç bekâr nüfus için de önemli bir gelir kaynağıdır.

Kadınların ise % 78,5'i bekârdır (Bkz. Tablo 10). Bekâr olan kadın seyyar satıcı oranının bu kadar yüksek çıkmasında 14 yaşın altında 10 tane çocuk seyyar satıcı bulunması etkili olmuştur. 31-60 yaş grubunda bekâr kadın sayısı sadece 1 kişidir. Bu kişinin de akli dengesi yerinde olmadığından evli değildir ve seyyar satıcılık yaparak ailesine ekonomik bakımdan destek sağlamaktadır. Evli olanlardan 3 tanesi ise Hz. Süleyman Caddesi'nde sadece perşembe günleri satış yaptıklarını belirtmişlerdir. Sonuç olarak Diyarbakır'ın ana caddelerinde evli bayan seyyar satıcıya rastlamak neredeyse imkânsızdır. Ancak Hz. Süleyman Camii ve çevresi gibi ziyaret yerlerinde kendi yaptıkları el işlerini veya kendi ürettikleri sebzeleri satabilmektedirler.

Tablo 10: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Cinsiyet-Medeni Durum İlişkisi (2009)

Cinsiyet	Medeni Hali			
	Evli	Bekâr	Dul-Boşanmış	Toplam
Erkek	168	117	2	287
Kadın	3	11	-	14
Toplam	171	128	2	301

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların medeni durum-yaş ilişkisi incelendiğinde 14 yaş ve altı grupta evli olan yoktur. 15-30 yaş grubunda ise evli olanların oranı % 32,5 iken, bekâr olanların oranı % 66,6'dır. Bu yaş grubunda bekâr olanların oranı, evli olanlara göre daha yüksektir. Dul ve boşanmışların oranı ise % 0,9'dur. 15-30 yaş grubunda evlilik oranının düşük çıkmasında elde ettikleri gelirin düşüklüğü ve evlilik için gerekli maddi olanaklara ulaşamamaları etkili olmuştur. 31-60 yaş grubunda evlenmiş olanların oranı % 94,6 ulaşırken, 61 ve üstü yaş grubunda ise evlilik oranı % 100'dür (Bkz. Tablo 11).

Tablo 11: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Medeni Durum-Yaş ilişkisi (2009)

Medeni Durum	Yaş				
	0-14	15-30	31-60	61 ve üstü	Toplam
Evli	-	37	123	11	171
Bekâr	46	76	6	-	128
Dul-Boşanmış	-	1	1	-	2
Toplam	46	114	130	11	301

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların % 43,8'i eş ve çocuklarıyla, % 40,2'si anne-baba ve kardeşleriyle birlikte, % 13'ü anne-baba-kardeş-eş ve çocuklarıyla, % 2,7'si yalnız ve % 0,3'ü akrabalarının yanında kalmaktadır (Bkz. Tablo 12). Arkadaşlarıyla birlikte kalana ise hiç rastlanmamıştır.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların büyük bir kısmı % 43,8'lik bir oran ile eş ve çocuklarıyla aynı evi paylaşmaktadır. Bu durum hipotezlerimizin aksine Diyarbakır'daki seyyar satıcıların geniş ailelere değil, çekirdek ailelere sahip olduğunu göstermektedir. Bu durumun ortaya çıkmasında kentleşmenin etkisi bulunmaktadır. Kentlerde geniş aile tipinin ekonomik anlamda gelişmesi çok zor olmaktadır. Bu görüşü destekleyen bir başka bulgu bekâr ve çocuk yaşıta olan seyyar satıcıların % 40,2'lik bir oranla anne-baba ve kardeşlerden oluşan ailelerde yaşıyor olmasıdır. Geniş aile diyebileceğimiz anne-baba-kardeş-eş ve çocuklarla yaşayan seyyar satıcıların oranı ise % 13'te kalmaktadır. Akraba yanında ve yalnız yaşayanların oranı ise % 3 gibi bir oran ile düşük çıkmaktadır. Arkadaşlarıyla kalana ise hiç rastlanmamıştır. Akraba yanında kalanların oranının düşük çıkmasında kentleşme olgusu ve çekirdek aile hâkimiyeti bulgusunu desteklemektedir.

Tablo 12: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Oturduğu Evi Paylaşma Durumu (2009)

Hane Halkı Niteliği	Frekans	%
Eş ve çocuklar	132	43,8
Anne-baba-kardeş	121	40,2
Anne-baba-kardeş-eş ve çocuklar	39	13,0
Yalnız	8	2,7
Akraba Yanı	1	0,3
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların ailelerindeki çocuk sayısı incelendiğinde çocuk sayısının fazlalığı açıkça ortaya çıkmaktadır. Dört ve üzeri çocuk bulunan seyyar satıcı ailelerinin oranı % 61,8'e ulaşmaktadır. Üç çocuklu ailelerin oranı % 15, iki çocuklu ailelerin oranı % 9,6, tek çocuklu ailelerin oranı % 6,3 ve çocuksuz ailelerin oranı ise % 7,3'tür (Bkz. Tablo 13). Diyarbakır'daki seyyar satıcılarda anne-baba ve çocuklardan oluşan çekirdek aile tipi hâkim olsa bile ailedeki çocuk sayısı fazladır. Bu durum bölgenin sosyo-kültürel yapısı ile açıklanabilir. Ailelerdeki çocuk sayısının

fazlalığı da geniş aile tiplerinin oluşumu için bir engeldir. Çocuk sayısı fazla olan ailelerde büyükanne, büyükbaba, kardeş, akraba vb. kimselerin aynı evi paylaşması ekonomik açıdan da zordur.

Tablo 13: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Ailelerindeki Çocuk Sayısı (2009)

Ailedeki Çocuk Sayısı	Kişi Sayısı	%
Çocuksuz	22	7,3
1	19	6,3
2	29	9,6
3	45	15,0
4 ve üzeri	186	61,8
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların hane halkı büyüklüğü incelendiğinde ev nüfusunun kalabalık olduğu açıkça ortaya çıkmaktadır. Ev nüfuslarının kalabalık olmasındaki temel faktör, ataerkil aile yapısı değil, çocuk sayısındaki fazlalıktır. Beşten fazla kişinin yaşadığı hanelerin oranı % 67,8'e ulaşmaktadır. Beş kişinin yaşadığı hanelerin oranı % 13,6, dört kişinin yaşadığı hanelerin oranı % 7,3, üç kişinin yaşadığı hanelerin oranı % 6,6, iki kişinin yaşadığı hanelerin oranı % 2,3 ve tek kişinin yaşadığı hanelerin oranı ise % 2,3'tür (Bkz. Tablo 14). Seyyar satıcıların hane halkı büyüklükleri ile Diyarbakır il merkezindeki hane halkı büyüklükleri karşılaştırdığında hane halkı büyüklüklerinde bir paralellik görülmektedir. İl merkezinde beşten fazla kişinin yaşadığı hane oranı % 64,1 iken, beş kişinin yaşadığı hane oranı % 14,8'dir (DİE, 2002: 208).

Tablo 14: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Hane Halkı Büyüklüğü (2009)

Hane Halkı Büyüklüğü	Frekans	%
1	7	2,3
2	7	2,3
3	20	6,6
4	22	7,3
5	41	13,6
5'ten fazla	204	67,8
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

3.3.2. Eğitim Düzeyleri

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların eğitim düzeylerini belirleyebilmek için iki soru sorulmuştur. Bu sorularla öğrenci olanların daha çok hangi okulda okudukları tespit edilmeye çalışılırken, öğrenci olmayanların ise eğitim seviyeleri belirlenmek istenmiştir.

Diyarbakır'da öğrenci olmayan seyyar satıcıların eğitim durumları incelendiğinde % 54,7'lik bir oranla yarıdan fazlasının ilkokul mezunu olduğu görülmektedir. İkinci sırada ise % 17'lik bir oran ile okuryazar olmayanlar gelmektedir. Lise mezunlarının oranı % 14,8, herhangi bir okul bitirmeyenlerin oranı % 13,1, üniversite mezunlarının oranı ise % 0,4'tür (Bkz. Tablo 15). Bu veriler hipotezimizi doğrular niteliktedir. Diyarbakır'da seyyar satıcılık yapanların büyük bir kısmını eğitim seviyesi düşük olanlar oluşturmaktadır. Eğitim düzeyi ilköğretim ve daha düşük seviyede olanların oranı ise % 85'e ulaşmaktadır.

Tablo 15: Diyarbakır'da Öğrenci Olmayan Seyyar Satıcıların Eğitim Düzeyleri (2009)

Eğitim Durumu	Frekans	%
Okuryazar değil	40	17,0
Okuryazar	31	13,1
İlköğretim	129	54,7
Lise	35	14,8
Üniversite	1	0,4
Toplam	236	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'da seyyar satıcılar arasında öğrenci olanların eğitim durumları incelendiğinde % 83,1'inin ilköğretim okullarında, % 15,4'ünün lisede, % 1,5'inin üniversitede okudukları dikkati çekmektedir (Bkz. Tablo 16). Diyarbakır'daki seyyar satıcılar arasında ilköğretim çağında çok sayıda çocuk bulunmaktadır (Bkz. Foto 15). Bu çocuklar ailelerine ek gelir sağlamak amacıyla seyyar satıcılık yapmaktadırlar. Aynı şey lise çağındaki seyyar satıcılar için de geçerlidir. Diyarbakır'da üniversitede okuyan veya bitirmiş seyyar satıcılara çok az rastlanmaktadır. Diyarbakır'da işsiz olan üniversite mezunları seyyar satıcılık dışındaki diğer iş kollarında çalışabildiğinden seyyar satıcılığa pek fazla ilgi göstermemektedirler.

Tablo 16: Diyarbakır’da Öğrenci Olan Seyyar Satıcıların Eğitim Düzeyleri
(2009)

Eğitim Durumu	Frekans	%
İlköğretim	54	83,1
Lise	10	15,4
Üniversite	1	1,5
Toplam	65	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)



Foto 15: Ofis Senti’nde ayakkabı malzemeleri de satan ilköğretim çağındaki ayakkabı boyacısı çocuklar.

3.3.3. İkametgâh Özellikleri

Diyarbakır’daki seyyar satıcıların oturdukları konutların mülkiyet yapısı incelendiğinde; ev sahibi olanların % 54,2’lik bir oran ile daha fazla olduğu görülmektedir. Kiracı olanların oranı % 45,5’tir. Akraba yanında kalanlar ise % 0,3’lük bir orana sahiptir (Bkz. Tablo 17). Diyarbakır’daki seyyar satıcılar arasında ev sahibi olanların sayıca fazla olmasında seyyar satıcıların büyük bir kısmının Diyarbakırlı olmasının etkisi bulunmaktadır.

Diyarbakır 1980’li yıllardan bu yana çok fazla göç aldığından gecekonduyla adeta işgal edilmiştir. İlk başlarda derme çatma olarak inşa edilen gecekondu, özellikle Bağlar İlçesi’nde zamanla kaçak yapılan apartmanlara dönüşmüştür. Bazı kaynaklarda Diyarbakır’daki gecekondu sayısı 10 000 olarak verilmektedir. Bu

gecekonduların büyük kısmının sit alanlarında olması kentin tarihi mirasında da ciddi tahribata yol açmaktadır (Kaya, 2009: 121).

Tablo 17: Diyarbakır’da Seyyar Satıcıların Oturdıkları Konutların Mülkiyet Yapısı (2009)

Mülkiyet Durumu	Frekans	%
Ev Sahibi	163	54,2
Kiracı	137	45,5
Akraba Yanı	1	0,3
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Seyyar satıcıların ikamet ettikleri mahalleler sorularak Diyarbakır’ın hangi mahalle ve ilçelerinde yoğunlaştıkları tespit edilmiştir. Buna göre; seyyar satıcıların büyük bir kısmı % 58,8’lik bir oran ile Bağlar İlçesi’nde ikamet etmektedir (Bkz. Tablo 18). Bağlar İlçesi 1980’lerden sonra Diyarbakır’a göç edenlerin yerleştikleri bir yerleşim yeri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bağlar, Diyarbakır’da çarpık kentleşmenin en yoğun olduğu alanların başında gelmekte ve büyük bir nüfus kitlesini barındırmaktadır. Bağlar İlçesini, % 27,6’lık bir oran ile Suriçi İlçesi takip etmektedir. Bu ilçe de düşük gelir gruplarının ikamet ettikleri bir yerleşim yeridir. Seyyar satıcıların % 7’si Yenişehir ve % 5’i ise Kayapınar İlçesi’nde ikamet etmektedir. Buralar gelirleri daha fazla olan grupların ikamet ettikleri ilçelerdir.

Tablo 18: Diyarbakır’daki Seyyar Satıcıların İkamet Ettikleri Yerler (2009)

İkamet Yeri	Frekans	%
Bağlar	177	58,8
Suriçi	83	27,6
Yenişehir	21	7,0
Kayapınar	15	5,0
Diğer	5	1,7
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

3.3.4. Göç

Anket yapılan seyyar satıcıların % 46,3’ü iş bulmak, % 33,9’u köylerinin boşaltılması, % 11,9’u terör olayları, % 2,3’ü akraba ve tanıdıkların etkisiyle, % 1,1’i kan davası ve % 4,5’i ise diğer nedenlerle Diyarbakır’a göç etmişlerdir (Bkz. Tablo 19).

Diğer nedenler arasında; Lice depremi, kentlerde daha iyi koşullarda yaşama isteği, ebeveyn tayini gibi nedenler gelmektedir.

Araştırmaya başlarken hipotezlerden biri; seyyar satıcıların çok büyük bir kısmının 1990'lı yıllarda Diyarbakır'a göç ile gelenlerin oluşturduğu idi. Seyyar satıcıların büyük kısmını göç ile gelenler oluştursa da, azımsanmayacak bir orandaki seyyar satıcının da Diyarbakır şehri doğumlu olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasında kentteki iş imkânlarının az olması etkilidir. 2008 Hanehalkı İşgücü araştırması yıllık sonuçlarına göre Türkiye'de istihdam oranının Siirt'ten sonra en düşük olduğu il % 22,7 ile Diyarbakır'dır (TÜİK Haber Bülteni, 2009). Yapılan ankette dikkati çeken bir başka durum ise seçeneklerde yer almasına rağmen; Diyarbakır'a göç etme nedenleri arasında eğitim durumunun hiç işaretlenmemiş olmasıdır. Bu durum üzerinde Diyarbakır'a olan göçün arka planında ekonomik ve sosyal nedenlerin olması gelmektedir. Sosyal nedenlerin başında köylerin boşaltılması ve terör olaylarından kaçmak gibi nedenler gelmektedir. Özellikle dağlık alanlardan olan bu göçler sonucunda, bu tip alanlar adeta boşalırken, kent merkezlerindeki nüfus hızlı bir artış göstermiştir.

Tablo 19: Seyyar Satıcıların Diyarbakır'a Göç Etme Nedenleri (2009)

Göç Nedeni	Frekans	%
İş bulmak	82	46,3
Köyüm boşaltıldı	60	33,9
Terörden kaçmak	21	11,9
Diğer	8	4,5
Akraba ve tanıdıkların etkisi	4	2,3
Kan Davası	2	1,1
Toplam	177	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'a göç ile gelen seyyar satıcıların % 83,6'sı Diyarbakır'ın ilçelerinden, % 13,6'sı diğer il ve ilçelerden gelmiştir. Bunların dışında günübirlik veya mevsimlik olarak gelenler de vardır. Bu şekilde seyyar satıcılık amacıyla gelenlerin oranı ise % 2,8'dir (Bkz. Tablo 20). Mevsimlik olarak gelen toplam 3 kişi bulunmaktadır. Birbiriyle akraba olan bu kişiler Eskişehir'den gelmekte ve yaz mevsiminde Diyarbakır'da kalarak hediyelik eşya, takı vb. ürünler satmaktadır. Günübirlik olarak gelen ise 2 kişi bulunmaktadır. Bunlar da Çermik'ten perşembe günleri Hz. Süleyman Camii çevresinde satış yapmak için gelmektedir.

Tablo 20: Seyyar Satıcıların Diyarbakır'a Göç Ettikleri Yerler (2009)

Göç Edilen Yer	Frekans	%
Diyarbakır ilçeleri	148	83,6
Diğer il ve İlçeler	24	13,6
Günübirlik-mevsimlik	5	2,8
Toplam	177	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'ın ilçelerinden göç eden seyyar satıcıların 30'u Lice, 23'ü Hazro, 20'si Silvan, 20'si Kulp, 20'si Dicle, 13'ü Bismil, 8'i Eğil, 6'sı Çınar, 3'ü Çermik, 2'si Ergani, 1'i Hani, 1'i de Kocaköy'den göç etmiştir (Bkz. Tablo 21). Göç eden seyyar satıcıların büyük bir kısmını Diyarbakır'ın kuzeyinde kalan ilçelerden gelenler oluşturmaktadır, bunlar tarım arazilerinin az olduğu, dağlık, ekonomik faaliyetlerin sınırlı ve terör olaylarının daha sık yaşandığı ilçelerdir. Bu ilçeler aynı zamanda özellikle 1990'lı yıllarda köy boşaltmalarının yaygın olduğu yerleşim birimleridir.

Tablo 21: Diyarbakır'ın İlçelerinden Diyarbakır'a Göç Eden Seyyar Satıcıların Göç Etme Sebepleri (2009)

Sebepler İlçeler	Köy Boş.	Terörden Kaçmak	İş Bulmak	Deprem	Akraba ve Tan. Etkisi	Kan Davası	Tayin	Kentte Yaşama İs.	Günübirlik	Toplam
Lice	16	7	5	2	-	-	-	-	-	30
Hazro	9	5	6	-	2	1	-	-	-	23
Silvan	6	1	12	-	-	-	1	-	-	20
Kulp	11	3	5	-	-	-	-	1	-	20
Dicle	10	2	7	-	-	-	-	1	-	20
Bismil	1	-	12	-	-	-	-	-	-	13
Eğil	1	-	7	-	-	-	-	-	-	8
Çınar	-	-	6	-	-	-	-	-	-	6
Merkez köy	-	-	3	-	-	-	-	-	-	3
Çermik	-	-	1	-	-	-	-	-	2	3
Ergani	-	-	1	-	-	1	-	-	-	2
Kocaköy	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1
Hani	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Toplam	55	18	66	2	2	2	1	2	2	150

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'ın ilçelerinden Diyarbakır'a göç eden seyyar satıcıların göç etme sebeplerini incelediğimizde; % 44,5'lik bir oran ile iş bulmak, % 37,1'lik bir oran ile köy boşaltmaları ve % 12,1'lik bir oran ile terörden kaçmak gibi sebeplerin önde geldiği

görülmektedir. Yani bu göçlerin ağırlığını ekonomik ve sosyal sorunlar belirlemektedir. Diğer sebeplerin oranı ise % 6,3'de kalmaktadır.

Diğer illerden Diyarbakır'a göç eden seyyar satıcıların göç etme sebeplerini incelediğimizde; % 70,8'lik bir oran ile iş bulmak, % 20,8'lik bir oran ile köy boşaltmaları ve % 12,5'lik bir oran ile terörden kaçmak önde gelen sebeplerdir (Bkz. Tablo 22). Yani il dışından olan göçler de ekonomik ve sosyal sorunlardan kaynaklanmaktadır. Yalnız buradaki en önemli fark ekonomik sebeplerin biraz daha ön plana çıkmasıdır.

Tablo 22: Diğer İllerden Diyarbakır'a Göç Eden Seyyar Satıcıların Göç Etme Sebepleri (2009)

İller \ Göç Sebebi	Köy Boşaltma	Terörden Kaçmak	İş Bulmak	Akraba ve Tan.	Toplam
Mardin	3	2	7	-	12
Bingöl	1	1	1	-	3
Batman	-	-	1	-	1
Bitlis	-	-	1	-	1
Elazığ	1	-	-	1	2
Şanlıurfa	-	-	1	-	1
Muş	-	-	1	-	1
Şırnak	-	-	1	-	1
Gaziantep	-	-	1	-	1
Bursa	-	-	-	1	1
Eskişehir (Mevsimlik)	-	-	3	-	3
Toplam	5	3	17	2	27

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'a göç ile gelen seyyar satıcılar arasında ağırlığı % 60,5'lik bir oran ile 1984-1999 döneminde gelenler oluşturmaktadır. Bu durum araştırmaya başlarken ortaya koyulan hipoteze uygundur. Diyarbakır bu dönemde yaşanan terör olaylarına bağlı olarak çok göç almıştır. Göç ile gelen nüfusun geçimini temin etmek için başvurduğu yollardan birisi de seyyar satıcılıktır. 1984'ten önce göç edenlerin oranı % 29,4 iken 2000 ve sonrası göç edenlerin oranı % 10,1'e düşmektedir (Bkz. Tablo 23).

Diyarbakır'a göç ile gelen seyyar satıcıların % 59,8 gibi büyük bir kısmının memleket veya köyü ile iletişimi devam etmektedir. İletişimi olmayanların oranı ise % 40,2'dir (Bkz. Tablo 23). Seyyar satıcıların memleket veya köyü ile iletişim halinde

olmaları onlara ekonomik ve sosyal anlamda destek de sağlamaktadır. Köyden getirdikleri un, bulgur, peynir vb. gıda maddelerini tüketmek ile başları dara düştüğünde memleketteki yakınlarına sığınmak ve gerektiğinde onlardan yardım istemek bu desteklerden bir kısmını oluşturmaktadır.

Diyarbakır'a göç ile gelen seyyar satıcıların göç etme tarihleri ile memleket veya köyleri ile iletişimlerinin devam edip etmeme durumları karşılaştırıldığında; 1984-1999 yılları arasında gelen asıl büyük kitlenin memleket veya köyleri ile olan iletişimlerini daha fazla devam ettirdikleri görülmektedir. Bu dönemde göç edenlerin % 72,8'inin memleket veya köyü ile iletişimi devam etmektedir. 1984'ten önce gelenlerin % 36,5'inin, 2000 ve sonrasında gelenlerin % 50'sinin memleket veya köyleri ile olan iletişimleri devam etmektedir (Bkz. Tablo 23). 1984-1999 yılları arasında gelenlerin büyük bir kısmını zorunlu göç ile gelenler oluşturduğundan, bu kesim köylerinden tam olarak kopamamış, fırsat buldukça köyleri ile iletişimlerini devam ettirmişlerdir. 1984'ten önce göç edenler ile 2000 ve sonrasında göç edenler karşılaştırıldığında göç etme dönemi eskiye gittikçe geldikleri yerler ile iletişimlerinin azaldığı söylenebilir.

Tablo 23: Diyarbakır'a Göç ile Gelen Seyyar Satıcıların Göç Etme Dönemleri ve Memleketleri ile İletişimlerinin Devam Edip Etmediklerinin Karşılaştırılması (2009)

Göç Ettiği Dönem	Memleket ile İletişiminin Devam Edip Etmediği			
	Evet	Hayır	Toplam	%
1984'ten önce	19	33	52	29,4
1984-1999	78	29	107	60,5
2000 ve sonrası	9	9	18	10,1
Toplam	106	71	177	100
%	59,8	40,2	100	

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'a göç ile gelen seyyar satıcıların büyük bir kısmının memleket veya köyü ile iletişimi devam etse de geri dönmeyi düşünenlerin oranı % 23,2'de kalmaktadır (Bkz. Tablo 24). Kentin ekonomik koşulları zor olsa da; kentsel yaşam tarzına alışılması, çocukların eğitim durumları, eşlerin kentleri tercih etmesi vb. koşullar geri dönme konusundaki engelleri oluşturmaktadır. Böylelikle seyyar satıcıların % 76,8 gibi büyük bir kısmı artık geri dönmeyi istememektedir. Geri dönmeyi düşünenler arasında başlıca neden olarak ekonomik koşullar karşımıza çıkmaktadır. Kent yaşamının stres ve sıkıntısından kurtulma isteği de bir diğer nedendir.

Diyarbakır'a göç ile gelen seyyar satıcıların göç etme tarihleri ile memleket veya köylerine geri dönmeyi düşünüp düşünmedikleri karşılaştırıldığında; geri dönmeyi en fazla düşünenlerin % 29,9'luk bir oran ile 1984-1999 yılları arasında göç ile gelen seyyar satıcılar olduğunu görmekteyiz. Bu grup daha önce de belirtildiği gibi ağırlıklı olarak zorunlu göç ile gelenlerden oluşmaktadır. 1984'ten önce gelenlerin % 15,3'ü, 2000 ve sonrasında gelenlerin ise % 5,5'i memleket veya köylerine geri dönmeyi düşünmektedirler (Bkz. Tablo 24). 1984 ve öncesinde göç edenlerde geri dönmeyi düşünenlerin oranının, 2000 ve sonrasında göç edenlerden fazla çıkmasında, ekonomik sorunlar ön plana çıkarken, 2000 ve sonrasında gelenler kent hayatına henüz uyum sağlayanlardan oluşmaktadır.

Tablo 24: Diyarbakır'a Göç ile Gelen Seyyar Satıcıların Göç Etme Dönemleri ve Memleket veya Köyüne Geri Dönmeyi Düşünüp Düşünmediklerinin Karşılaştırılması (2009)

Göç Ettiği Dönem	Memleketine Geri Dönmeyi Düşünüp Düşünmediği			
	Evet	Hayır	Toplam	%
1984'ten önce	8	44	52	29,4
1984-1999	32	75	107	60,5
2000 ve sonrası	1	17	18	10,1
Toplam	41	136	177	100
%	23,2	76,8	100	

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların demografik özellikleri genel olarak değerlendirildiğinde; Diyarbakır'daki seyyar satıcıların büyük bir kısmının erkek olduğu görülmektedir. Bunda seyyar satıcılığın iklim koşullarından etkilenen, zor, yıpratıcı ve sokakta yapılan bir iş olması etkilidir. Diyarbakır'ın sosyal ve kültürel yapısı da sokakta yapılan bir iş olan seyyar satıcılık işinde kadınların çalışmasını engellemektedir.

Diyarbakır'da orta yaş grubu seyyar satıcıların oransal olarak fazlalığı bu işin gerçek bir geçim kaynağı olduğunun göstermektedir. Son 25-30 yıl içerisinde çok fazla göç alan Diyarbakır'da seyyar satıcılık önemli bir geçim kaynağıdır. Bunda özellikle kırsal alanlardan göç ile gelen nüfusun zaten iş imkânlarının sınırlı olduğu kentte yapacak başka bir iş bulamamaları etkilidir.

Seyyar satıcıların çoğunluğu Diyarbakır doğumludur. Diyarbakır dışında doğanların ise büyük bir kısmını Diyarbakır'a komşu olan Mardin, Bingöl ve Elazığ illeri doğumlular oluşturmaktadır.

Seyyar satıcıların çoğunluğu evlidir. Evli seyyar satıcıların çok olması bu işin gerçek bir geçim kaynağı olmasının bir başka göstergesidir. Seyyar satıcıların büyük bir kısmı çekirdek ailelere sahip olmasına karşın ailedeki çocuk sayısı fazladır. Hane halkı büyüklüğünün fazla çıkmasında çocuk sayısının fazlalığı etkilidir.

Seyyar satıcıların eğitim seviyeleri düşüktür. Büyük bir kısmı ilköğretim düzeyinde eğitim görmüştür. Öğrenci olan seyyar satıcıların ise çoğunluğu ilköğretim okulu öğrencileridir.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların çoğunluğu ev sahibidir. Bunda seyyar satıcıların büyük bir kısmının Diyarbakırlı olması etkilidir. Seyyar satıcıların çoğunluğu düşük gelir gruplarının yoğunlukla yaşadığı Bağlar ve Suriçi ilçelerinde ikamet etmektedirler.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların çoğunluğunu göç ile gelenler oluşturmaktadır. Diyarbakır'a olan göçün arka planında ekonomik ve sosyal sorunlar bulunmaktadır. İş bulma isteği, terör olayları nedeniyle köylerin boşaltılması ve terör olaylarından kaçmak göçün başlıca sebepleridir. Göç ile gelen seyyar satıcıların çoğunluğunu Diyarbakır'ın ilçelerinden gelenler oluşturmaktadır. Seyyar satıcıların göç ile geldiği ilçelerin başında Diyarbakır'ın kuzeyinde kalan ilçeler gelmektedir. Bu ilçeler tarım arazilerinin az, engebeli, ekonomik faaliyetlerin sınırlı ve terör olaylarının daha sık yaşandığı ilçelerdir. Aynı zamanda boşaltılan köylerin de fazla olduğu ilçelerdir.

Diyarbakır'a göç ile gelen seyyar satıcıların büyük kısmını 1984-1999 yılları arasında gelenler oluşturmaktadır. Bu durumda bölgede yaşanan olayların etkisi bulunmaktadır. Göç ile gelen seyyar satıcıların çoğunluğunun memleket ve köyleriyle iletişimleri devam etmektedir. İletişimin devam etmesi ekonomik ve sosyal bir destek sağlamaktadır. Seyyar satıcıların memleket veya köyleri ile iletişimleri devam etse bile göç ettikleri yerlere dönmek isteyenlerin sayısı azdır. Bunda kentsel yaşam tarzına alışılması, çocukların eğitimi ve eşlerin kentleri tercih etmesi gibi nedenler etkili olmaktadır (Bkz. Foto 16).



Foto 16: *Gazi Caddesi'nde kürsü üzerinde kaçak sigara satan bir seyyar satıcı-arkada kemer satan bir başkası. Diyarbakır'daki seyyar satıcıların büyük kısmını kente göç ile gelen seyyar satıcılar oluşturmaktadır.*

3.4. Diyarbakır'da Seyyar Satıcıların Mesleki Özellikleri

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların mesleki özelliklerini ortaya koyabilmek için yapılan anketlerde toplam 27 soru sorulmuştur. Bu sorular; ne kadar zamandır bu işi yaptıkları, yaptıkları işten memnuniyetleri, haftanın kaç günü ve günde kaç saat çalıştıkları, çalışma yerleri, ne tür mallar sattıkları, sattıkları ürünleri nerelerden temin ettikleri, sattıkları ürünlerin nitelikleri, seyyar satıcılığa başlama sebepleri, seyyar satıcılığın sorunları ve satış yaparken kullandıkları araçlar ile ilgili sorulardan oluşmaktadır.

Seyyar satıcıların karşılaştıkları problemleri belirlemeye yönelik soru ankette 15 yaşın altında ve 15 yaşın üstünde olan seyyar satıcılar için farklı hazırlanmıştır. Çünkü farklı yaş gruplarının satış yaparken karşılaştıkları ortak sorunların yanı sıra değişik sorunları da bulunmaktadır. Diyarbakır'daki seyyar satıcıların ne kadar zamandan beri bu işi yaptıkları sorusu hazırlanırken ise 3 dönem ayırt edilmiştir. 3 yıldan az bir süredir bu işi yapanlar yani bu işe yeni başlayanlar, 3-9 yıldır bu işi yapanlar yani bu işi daha fazla benimseyenler ve 10 yıldan fazla bir zamandır bu işi yapanlar yani bu işi artık bir “meslek” haline getirenler olarak gruplandırılmıştır.

3.4.1. İşe Başlama Sebepleri ve Memnuniyetleri

Ankete katılan seyyar satıcıların % 70,1 gibi büyük bir çoğunluğunun bu işe başlama sebebi işsizliktir. Diyarbakır gibi işsizliğin çok yoğun olduğu bir kentte bu sebebin başta gelmesi şaşırtıcı değildir. Seyyar satıcılığa başlamada ikinci sebep ek gelir elde etmektir. Ailenin veya kişinin kendi gelirinin yetmemesi seyyar satıcılığa başlamada önemli bir sebeptir. Ankete katılanların % 5'i başka bir mesleğe sahip olmadığından bu işi yaptıklarını belirtmişlerdir. Karlı bir iş olarak görenlerin oranı ise sadece % 1'dir (Bkz. Tablo 25). Bunun dışında fiziksel özürllüler, daha önce sahip olduğu işi kaybedenler ya da bunu rahat bir iş olarak görenler de vardır. Bunlar diğer başlığı altında değerlendirilmiştir.

Tablo 25: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Bu İşe Başlama Sebepleri (2009)

Başlama Sebebi	Frekans	%
İşsizlik	211	70,1
Ek Gelir	65	21,6
Başka Mesleğim Yok	15	5,0
Diğer	7	2,3
Kârlı Bir İş	3	1,0
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların % 65,4'ü seyyar satıcılığa kendiliğinden başladığını ifade etmiştir. Seyyar satıcılığa başlamak için fazla bir sermaye gerekmemesi, etrafta gördüğü diğer seyyar satıcılar, dükkân kirası, elektrik parası vb. masrafların olmaması bu işe girişi kolaylaştırmaktadır. Aile tavsiyesi ile bu işe başlayanların oranı ise % 18,9'dur. Ailede bu işi yapanların olması, küçük yaşta olanların simit, kâğıt mendil, ayakkabı boyacılığı veya tartıcılığa özendirilmesi önemli sebeplerdir. Arkadaş tavsiyesi ile başlayanların oranı ise % 15,6'dır (Bkz. Tablo 26).

Tablo 26: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların İşe Başlama Şekilleri (2009)

İşe Başlama Şekli	Frekans	%
Kendiliğimden	197	65,4
Aile Tavsiyesi	57	18,9
Arkadaş Tavsiyesi	47	15,6
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların % 74,4'ü yaptıkları işi başkalarına tavsiye etmemektedirler. Buradan seyyar satıcıların yaptıkları işten memnun olmadıkları sonucuna varılmaktadır. Tavsiye edenlerin oranı ise % 25,6'dır. Tavsiye edenlerin büyük bir kısmı da “hiç yoktan iyidir” mantığı ile işsiz olanlara bu işi tavsiye etmektedirler.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 70,1'i herhangi bir mesleki vasıflarının olmadığını belirtmiştir. Bu durum araştırmaya başlarken ortaya konulan hipoteze uygundur. Mesleki vasfı olmayanların yöneldikleri önemli geçim kaynaklarının başında seyyar satıcılık gelmektedir. Mesleki vasfı olanların büyük bir çoğunluğunu ise boyacılık, sıvacılık, fayansçılık ve amelelik gibi inşaat işlerinde çalışanlar oluşturmaktadır. Bunların yanı sıra elektrikçilik ve su tesisatçılığı gibi meslek gruplarından olanlar da bulunmaktadır.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 75,1 gibi büyük bir kısmı seyyar satıcılığı sürekli bir iş olarak görmemektedir. Daha iyi bir iş bulduklarında bu işi bırakacaklarını belirtmektedirler. Bunda gelirin düşük olması, fiziksel olarak yıpratıcı olması, iklim koşullarından etkilenmesi, işin sürekli olmaması, zabıta ile olan sorunlar ve toplumsal itibarı düşük bir iş olması gibi sebepler başta gelmektedir. Sürekli bir iş olarak görenlerin oranı ise % 24,9'dur.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 88,4'lük büyük çoğunluğu kamu veya özel sektörde düşük gelirli ama sosyal güvencesi olan bir iş bulduklarında bu işi bırakacaklarını ifade etmektedir. Bu veriler de iş memnuniyetsizliğini ortaya koyması bakımından önemlidir. Hayır diyenlerin oranı ise % 11,6'dır. Bunların büyük kısmını da küçük yaştaki çocuklar veya yaşı bir hayli ilerlemiş olan seyyar satıcılar oluşturmaktadır.

Ankete katılan seyyar satıcıların yaş grupları ile sosyal güvencesi olan ama düşük gelirli bir iş fırsatı bulduklarında değerlendirip değerlendirmeyecekleri karşılaştırıldığında bütün yaş gruplarında büyük oranlarda yaptıkları işi değiştireceklerini ifade etmişlerdir. 0-14 yaş grubunun % 76'sı, 15-30 yaş grubunun % 89,5'i, 31-60 yaş grubunun % 92,3'ü ve 61 yaş ve üstü grubun % 81,2'si bu soruyu evet olarak cevaplamışlardır. Sosyal güvence ile asıl ilgilenen gruplar 15-30 ve 31-60 yaş grubudur. Çünkü 0-14 yaş grubu ebeveynlerinin kontrolünde iken, 61 yaş üstü grup

zaten böyle bir hak kazanmadıysa artık bundan sonra kazanmasının da zor olacağını farkında olduğundan bu gruplarda oran biraz daha azdır. Oysa 15-30 ve 31-60 yaş grubu sosyal güvencenin önemini ve bu güvenceyi elde edebilecek yaşa sahip olduklarından bu konu daha fazla ilgilerini çekmektedir.

Ankete katılan seyyar satıcıların cinsiyetleri ile sosyal güvencesi olan ama düşük gelirli bir iş fırsatı bulduklarında değerlendirip değerlendirmeyecekleri karşılaştırıldığında erkeklerin % 87,8'i (287 kişi), kadınların ise % 100'ü (14 kişi) bu soruyu evet olarak cevaplandırmışlardır.

Ankete katılan seyyar satıcıların ne tür mallar sattıkları ile sosyal güvencesi olan ama düşük gelirli bir iş fırsatı bulduklarında değerlendirip değerlendirmeyecekleri karşılaştırıldığında seyyar yiyecek ve içecek satanların % 87,9'u, seyyar yiyecek ve içecek dışı mallar satanların % 86,9'u ve seyyar hizmet verenlerin % 94,6'sı bu soruyu evet olarak cevaplandırmışlardır. Bu sonuçlardan hareketle seyyar satıcılar arasında yaptığı işten en az memnun olanların seyyar hizmet verenler olduğu ortaya çıkmaktadır.

Ankete katılan seyyar satıcıların mesleki vasıfları olup olmadıkları ile sosyal güvencesi olan ama düşük gelirli bir iş fırsatı bulduklarında değerlendirip değerlendirmeyecekleri karşılaştırıldığında mesleki vasfı olanların % 83,3'ü, herhangi bir mesleki vasfı olmayanların ise % 90,5'i bu soruyu evet olarak cevaplandırmışlardır. Her hangi bir mesleki vasa sahip olsun veya sahip olmasın seyyar satıcılar arasında iş değiştirme eğiliminin yüksek olduğu söylenebilir.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 89,7'si, sabit bir yerleri olmasını istemektedirler. Sabit yer istemelerindeki temel sebepler; olumsuz hava koşullarından korunmak, gezmek zorunda kalmamak, zabıtalara karışmaması ve satışların artabileceği yönündeki düşünceler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanı sıra; müşterilerin kendilerini kolay bulması, güvenilirliklerinin artması ve esnaf vasfı kazanmaları, sabit yer istemelerinin diğer sebepleri olarak sıralanabilir.

Sabit bir yeri olmasını istemeyenlerin temel sebepleri ise; seyyar satıcılara verilen yerlerin kenarda kaldığı/kalacağı yerler olması sonucunda müşterinin gelmeyeceği ve satışların düşeceği yönündeki kaygılardır. Ayrıca bu yerlerin kiralarını, elektrik ve su paralarını ödeyemeyecekleri ve rekabet edemeyecekleri yönünde de kaygıları bulunmaktadır. Nitekim önceki yıllarda Diyarbakır'da seyyar satıcılar için

bazı yerler hazırlanmış, ancak istenilen sonuca ulaşamamıştır. Balıkçılarbaşı semtindeki seyyar satıcılar için hazırlanmış mekânlar fazla müşteri çekememiş ve bu yüzden seyyar satıcılar tarafından terk edilmiştir. Benzer şekilde Ofis semtindeki yer altı geçidinin yakınındaki pasajın kiralarını ödeyememişler ve buradan dükkân alan esnaflarla rekabet edememişlerdir. Ayrıca Bağlar Polis Karakolu'nun hemen yanındaki Bağlar İş Merkezi ise fazla müşteri çekememektedir. Bundan dolayı sabit yer isteyen seyyar satıcılar bu dükkânların, insanların uğrayabileceği ve satış yapabilecekleri alanlarda olmasını istemektedirler. Bunun için de bir kısım seyyar satıcı Ofis semtindeki apartmanların aralarında kalan sokakların seyyar satıcılar tarafından değerlendirilebileceği görüşündedirler.

Daha önceki bölümlerde de belirtildiği gibi; seyyar satıcılar yaya ve araç trafiğinin yoğunlaştığı, hareketli alanlarda satış yapmayı tercih etmektedirler. Bu alanlar potansiyel olarak daha fazla müşteri ile karşılaşabilecekleri alanlardır. Seyyar satıcılar daha çok alışveriş yapmak için dışarı çıkan insanlara değil, herhangi bir sebeple oradan geçen veya ulaşım araçlarını kullanan insanlara ihtiyaçlarını hatırlatarak anında satış yapmaktadırlar. Bundan dolayı yoğunluğun olmadığı alanlara seyyar satıcılar için ayrılmış mekânlar yapmak bu soruna çözüm olmamaktadır. Nitekim Diyarbakır'da seyyar satıcılar için yapılan bu tip uygulamalar başarılı olmamıştır. Çünkü müşteriler kenarda kalan bu alanlara sadece seyyar satıcılardan alışveriş yapmak için gitmemekte; çekiciliği daha fazla olan mağazaları tercih etmektedirler.

Sabit bir yeri olmasını isteyen seyyar satıcıları sattıkları mal grupları ile ilişkilendirecek olursak; yiyecek ve içecek satanların % 89,9'u, yiyecek ve içecek dışı mallar satanların % 92,2'si ve seyyar hizmet verenlerin % 81'i sabit bir yerleri olmasını istemektedirler. Sabit bir yerleri olmasını en fazla isteyen seyyar satıcılar yiyecek ve içecek dışı mallar satanlardır. Bunda bu tür seyyar satıcıların büyük bir kısmının tekstil ürünleri satmasının etkisi vardır. Tekstil ürünlerinin sabit bir mekânda daha fazla satılacağını düşünmektedirler.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 61,1'i seyyar satıcıların aynı mekânda toplanmasını isterlerken, % 38,9'u buna karşı çıkmaktadırlar. İki görüşte olanların da temel kaygıları ekonomiktir. Aynı mekânda toplanmasını isteyenlerin büyük bir kısmı satışların artacağına inanırlarken, aynı mekânda toplanmasını istemeyenlerin büyük bir kısmı da satışlarının düşeceğine inanmaktadırlar.

Seyyar satıcıların aynı mekânda toplanmasını isteyenlerin temel dayanakları şunlardır: Satış artar, müşteri bizi tanır, zabıta bizimle uğraşmaz, yerimiz belli olur, iş sürekli olur, mal taşıma derdinden kurtuluruz, müşteri artar, alışır, güven oluşur ve müşterinin seçme şansı artar, esnaf baskısından kurtuluruz, kaldırımlar işgal edilmez ve belediyenin işi kolay olur, çevre görüntüsü bozulmaz ve başka seyyar satıcılar giremez.

Seyyar satıcıların aynı mekânda toplanmasını istemeyenlerin temel dayanakları; satış düşer, rekabet olur, maliyet artar, müşterinin gelemeyeceği yerlere kurulur, seyyar satıcı gezerse daha fazla iş yapar, bir araya gelirse çok sorun çıkar ve çözüm olmaz şeklindedir.

Sabit bir yerleri olmasını isteyen seyyar satıcıların % 97,8'i aynı zamanda seyyar satıcıların aynı mekânda toplanmasını istemektedirler. Sabit bir yerleri olmasını istemeyen seyyar satıcıların ise % 12,9'u seyyar satıcıların aynı mekânda toplanmasını istemekte, % 87,1'i ise seyyar satıcıların aynı mekânda toplanmasını istememektedirler. Sabit bir yerleri olmasını istemeyen seyyar satıcıların aynı mekânda toplanmak istemeyişleri kendi içinde tutarlıdır. Çünkü bu seyyar satıcılar rekabeti getirecek olan aynı mekânın kullanımına karşıdırlar. Seyyar satıcılığın ancak gezilerek yapılacak ve kendi pazarını oluşturacak bir iş olduğu düşüncesindedirler.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 93,4'ü seyyar satıcılık dışında başka bir iş ile uğraşmamaktadırlar. Diyarbakır'da iş imkânlarının kısıtlı olması bu durum üzerinde etkili olmaktadır. Seyyar satıcılar arasında memur ve esnafa rastlanmamıştır. Diyarbakır'da toplumun diğer kesimlerine göre ekonomik açıdan nispeten iyi durumda olan memurlar bu işe ilgi göstermemektedirler. İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük kentlerde olağan olarak karşılanan bu durum, Diyarbakır'da hoş karşılanmamaktadır. Aynı durum esnaflar için de geçerlidir. Bayramlarda malını dükkânının önüne sererek satış yapan esnaf diğer zamanlarda seyyar satışa rağbet göstermemektedir. Seyyar satıcıların % 5,6'sı seyyar satıcılık dışında serbest meslek olarak da nitelendirebileceğimiz işler yapmaktadır. Bunların başında inşaat işlerinde sıvacı, boyacı, amele, su tesisatı, elektrik işleri vb. işlerde iş buldukça da çalıştıklarını ifade etmektedirler. Diğer olarak cevaplayan % 1'lik kesim ise seyyar satıcılık dışında pazarcılık, mevsimlik tarım işçisi ve çiftçi olarak çalıştıklarını ifade etmişlerdir (Bkz. Tablo 27).

Tablo 27: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Yaptıkları Diğer İşler (2009)

Yapılan iş	Frekans	%
Yok	281	93,4
Amele	17	5,6
Diğer	3	1,0
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların % 55,8'i daha önce başka bir işte çalışmadığını ifade etmiştir. Diyarbakır'da işsizlik oranı yüksek olduğundan seyyar satıcılık önemli bir geçim kaynağıdır. Daha önce işçi olarak çalışanların oranı ise % 35,9'dur. İşçi olarak çalışanların büyük bir kısmı inşaat işlerinde ve genellikle sigortasız olarak çalışanlardan oluşturmaktadır. Daha önce sabit esnaf olarak çalışanların oranı % 6'dır. Esnaf olanların büyük kısmını ise ekonomik krizler ve işlerinin iyi gitmemesi nedeniyle işyerlerini kapatanlar oluşturmaktadır. Gerçekten de Türkiye'de yaşanan ekonomik krizler yüzünden esnaf iş yapamaz hale gelmekte ve işyerlerini kapatmaktadır. İşyerini kapatan esnafların bir kısmı da seyyar satıcılık yapmaktadır. Kapanan işyerlerinin önleri ise seyyar satıcılar tarafından adeta işgal edilmektedir (<http://www.milliyet.com.tr/Yazdir.aspx?aType=HaberDetayPrint&ArticleID=114680>). Daha önce çiftçilik yapanların oranı ise % 2'dir. Bunları da kırsal kesimden göç ile gelenler oluşturmaktadır. Daha önce memurluk yapan bir kişidir (Bkz. Tablo 28). Bu kişi de emekli olduktan sonra bu işi yaptığını belirtmiştir.

Tablo 28: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Daha Önce Başka Bir İşte Çalışıp Çalışmadığı (2009)

Daha Önceki İş	Frekans	%
Yok	168	55,8
İşçi	108	35,9
Sabit esnaf	18	6,0
Çiftçi	6	2,0
Memur	1	0,3
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların % 60,1'i seyyar satıcılar derneği kurulursa üye olabileceğini belirtmektedir. Buna sebep olarak da seyyar satıcılar ile ilgili düzenlemelerde söz sahibi olabileceklerini göstermektedirler. Ancak dernek kurulması

amacıyla bugüne kadar yapılan girişimler başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Bunda seyyar satıcıların büyük kısmının aidat ödemeye yanaşmaması etkili olmuştur. Hayır diyenlerin oranı ise % 30,2'dir. Bu soruyu hayır olarak cevaplayan seyyar satıcılar böyle bir dernek kurulsa bile bu derneğin sorunlarına çözüm bulabileceğine inanmadıklarını belirtmişlerdir. Kararsız olanların oranı ise % 9,6'dır (Bkz. Tablo 29).

Tablo 29: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Seyyar Satıcılar Derneği Üyelik Tercihi (2009)

Üyelik Tercihi	Frekans	%
Evet	181	60,1
Hayır	91	30,2
Kararsız	29	9,6
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

3.4.2. Çalışma Süreleri

Ankete katılan seyyar satıcıların % 37,5'i, 10 yıldan fazla bir süredir bu işi yapmaktadır. Bu grupta yer alan seyyar satıcıların yaptıkları iş artık "meslek" haline getirerek profesyonelleştikleri görülmektedir. Uzun zamandan beri bu işi yaptıklarından kendileri aksi görüş belirseler de bundan sonra başka bir iş yapmaları oldukça zor görünmektedir. 3-9 yıldan beri bu işi yapanların oranı % 30,6'dır. Bu grupta yer alanların da artık bu işi benimsedikleri söylenebilir. 3 yıldan az bir zamandır bu işi yapanların oranı ise % 31,9'dur (Bkz. Tablo 30).

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların ne kadar zamandır bu işi yaptıkları ile yaşları karşılaştırıldığında; 0-14 yaş grubunun % 69,6'sı 3 yıldan daha az, % 30,4'ü ise 3-9 yıldır seyyar satıcılık yapmaktadır. Bu grupta yer alan seyyar satıcıların yaşları küçük olduğundan 3 yıldan daha az bir zamandır bu işi yapmaları beklenebilecek bir durumdur. Ancak hiç de azımsanmayacak bir oranda 3 yıldan fazla bir süreden beri aileye ek gelir olması amacıyla seyyar satıcılık yapanlar da bulunmaktadır. 15-30 yaş grubunun % 33,3'ü 3 yıldan daha az, % 41,2'si 3-9 yıldır bu işi yaparken, % 25,5'i ise 10 yıldan fazla bir zamandan beri seyyar satıcılık yapmaktadır. Seyyar satıcıların yaşları arttıkça bu işi yapma süreleri de uzamaktadır. Nitekim 31-60 yaş grubunun % 18,5'i 3 yıldan daha az, % 21,5'i 3-9 yıldır bu işi yaparken, % 60'ı ise 10 yıldan fazla bir zamandan beri seyyar satıcılık yapmaktadır. 61 ve üstü yaş grubunun da % 18,2'si 3

yıldan az, % 27,3'ü 3-9 yıldır bu işi yaparken, % 54,5'i ise 10 yıldan fazla bir zamandan beri seyyar satıcılık yapmaktadır (Bkz. Tablo 30).

Tablo 30: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Yaş ve Seyyar Satıcılık Yapma Süresi İlişkisi (2009)

Süre	Yaş					%
	0-14	15-30	31-60	61 ve üstü	Toplam	
3 yıldan az	32	38	24	2	96	31,9
3-9 Yıl	14	47	28	3	92	30,6
10 Yıldan fazla	0	29	78	6	113	37,5
Toplam	46	114	130	11	301	

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların % 64,8 gibi büyük çoğunluğu yaptığı işten memnun değildir. Bu da bize seyyar satıcılığın isteyerek değil zorunluluklardan yapılan bir meslek olduğunu göstermektedir. Kısmen olarak cevaplayanların oranı ise % 12,6'dır. Kısmen olarak cevaplayanlar da bu gruba dâhil edilebilir. Çünkü kısmen olarak cevaplayanların büyük çoğunluğu yaptıkları işten memnun olmasalar da, tek geçim kaynaklarının bu iş olduğunu belirtmişlerdir. Memnun olanların oranı ise % 22,6'lık bir oranda kalmaktadır (Bkz. Tablo 31).

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların bu işi yaptıkları süre ile yaptığı işten memnun olma durumu karşılaştırıldığında; yaptığı işten memnun olanların en fazla olduğu grubun 3 yıldan az bir süredir bu işi yapanlar olduğu görülmektedir. 3 yıldan az bir süredir bu işi yapanların % 40,6'sı yaptıkları işten memnundur. 3-9 yıl arasında yapanların % 17,4'ü yaptığı işten memnun iken, 10 yıldan fazla bir süredir bu işi yapanların % 11,5'i yaptıkları işten memnundur. Seyyar satıcılık yapma süresi uzadıkça yaptığı işten memnun olma oranı da azalmaktadır. İşsizliğin çok büyük boyutlara ulaştığı Diyarbakır'da, seyyar satıcılığı tek geçim kaynakları olarak görme eğilimi, bu işe yeni başlayanlar üzerinde etkili olmaktadır. Uzun süredir bu işi yapanlar ise işin zorluklarını daha iyi bildiklerinden yaptıkları işten memnun olma oranları azalmaktadır.

Tablo 31: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların İş Memnuniyeti ve Seyyar Satıcılık Yapma Süresi İlişkisi (2009)

Süre	Memnuniyet			
	Evet	Hayır	Kısmen	Toplam
3 Yıldan az	39	48	9	96
3-9 Yıl	16	66	10	92
10 Yıldan fazla	13	81	19	113
Toplam	68	195	38	301
%	22,6	64,8	12,6	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların % 73,1'i haftanın 7 günü de çalışmaktadır. Kazançların günlük olmasından dolayı tatil yapma gibi bir fırsatları da bulunmamaktadır. Sağlık, ailevi vb. önemli sorunlar hariç, her gün işe çıkmak zorundadırlar. Haftanın 6 günü çalışanların oranı ise % 13'tür (Bkz. Tablo 32). Çalışma sürelerinin uzunluğu ve günün bütün dilimlerinde çalışan seyyar satıcıların fazlalığı da bu durum ile uyumluluk göstermektedir (Bkz. Tablo 33-34).

Tablo 32: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Haftalık Çalışma Süreleri (2009)

Çalışılan Gün	Frekans	%
1	9	3,0
2	8	2,7
3	4	1,3
4	9	3,0
5	12	4,0
6	39	13,0
7	220	73,1
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların günlük çalışma süreleri oldukça uzundur. 12 saatten fazla çalışanların oranı % 32,2 iken, 9-12 saat arası çalışanların oranı % 38,9'dur. Seyyar satıcıların % 71,1'i günlük ortalama çalışma süresi olan 8 saatin üzerinde çalışmaktadır (Bkz. Tablo 33). Bu uzun çalışma süreleri iklim koşullarıyla da ilişkilendirilecek olursa; seyyar satıcılığın ne kadar zor ve yorucu bir iş olduğu kendiliğinden ortaya çıkmaktadır (Bkz. Foto 17).

Tablo 33: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Günlük Çalışma Süreleri (2009)

Günlük Çalışma Süresi	Frekans	%
1-4 Saat	4	1,3
5-8 Saat	83	27,6
9-12 Saat	117	38,9
12 Saatten fazla	97	32,2
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)



Foto 17: Günlük çalışma süreleri çok uzun olan seyyar satıcılar iklim koşullarından fazlasıyla etkilenmektedir. Özellikle kışın soğuk havada uzun süre gezmek ve ayakta kalmak zorunda olan seyyar satıcılar çeşitli sağlık sorunlarıyla da karşılaşmaktadır.

Seyyar satıcıların günün hangi saat dilimlerinde daha çok satış yaptıklarını belirlemek amacıyla hazırlanan soruda gün içerisinde farklı saat dilimleri ayırt edilmiştir. Çünkü bazı seyyar satıcılar günün belli saatlerinde işe çıkıp satış yaparken bazıları ise tüm gün boyunca satış yapmaktadır. Örneğin ilköğretim okullarında öğrenci olan seyyar satıcıların büyük bir kısmı öğleden sonra satış yaparlarken, bir kısım köfte ve kebab türü yiyecek satan seyyar satıcılar geceleyin satış yapmaktadır.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 66,1 gibi büyük bir çoğunluğu sabah, öğle ve akşam olmak üzere günün bütün dilimlerinde çalışmaktadır. Öğleden sonra ve akşam çalışanların oranı ise % 20,3'tür (Bkz. Tablo 34). Bu oranlar da çalışma süresinin

uzunluğunu ve zorluğunu göstermesi bakımından önemlidir. Sadece sabah ve sadece öğleden sonra şeklinde cevaplayanların büyük kısmını da öğrenciler oluşturmaktadır. Bu tip seyyar satıcılar okulun olmadığı zamanlarda satış yapmaya çıkmaktadır.

Tablo 34: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Çalışma Zamanları (2009)

Gün İçinde Çalışılan Dilim	Frekans	%
Sabah	1	0,3
Öğleden sonra	15	5,0
Sabah ve öğleden sonra	18	6,0
Öğleden sonra ve akşam	61	20,3
Gece	7	2,3
Gün boyu	199	66,1
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Seyyar satıcıların satış yaparlarken nasıl yer değiştirdiklerini belirlemek amacıyla hazırlanan soruda; Diyarbakır'daki seyyar satıcıların sürekli aynı yerlerde mi durdukları, devamlı yer mi değiştirdikleri ya da haftanın belli günlerinde veya günün belli saatlerinde mi yer değiştirdikleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 71,4 gibi büyük bir çoğunluğunu sürekli aynı yerde olan seyyar satıcılar oluşturmaktadır (Bkz. Tablo 35). Bu grupta yer alan seyyar satıcıların bulundukları mekânları sahiplendikleri ve ticari kazanç alanı haline getirdikleri söylenebilir (Bkz. Foto 18). Yerleştikleri bu mekânlar için belediyeye herhangi bir ücret ödememekte, ancak başka seyyar satıcıların da burada çalışmalarına izin vermemektedirler. Bu mekânları adeta kendi aralarında sessiz bir sözleşme çerçevesinde paylaşmışlardır. Bu mekânları kaybetme gibi bir tehlike söz konusu olduğunda ortak hareket edebilmekte ve savunmaya geçebilmektedirler.



Foto 18: Balıkçılarbaşı'ndaki otobüs duraklarında çay ve simit satan ve artık yerleşik hale gelmiş bir seyyar satıcı.

Devamlı yer değiştiren seyyar satıcıların oranı % 19,3'tür. Bu grupta yer alan seyyar satıcılar; yeni insanlarla (müşterilerle) karşılaşabilecekleri, yoğunluğun fazla ve satış yapabilecekleri alanlara doğru yer değiştirdiklerini ifade etmişlerdir. Bunlara bir de kentin değişik yerlerinde gezen; saat 16:00'dan sonra belediye zabıtasının mesaisinin bitimiyle Ofis Semtine akın eden seyyar satıcıları eklemek gerekmektedir.

Belli saatlerde yer değiştiren seyyar satıcıların oranı ise % 3'tür. Bu grupta yer alan seyyar satıcılar; okul çıkış saatlerinde okul önlerinde, cuma namazından sonra camilerin önlerinde, maç günlerinde maça giriş ve çıkış saatlerinde, toplantı, gösteri ve mitinglerin olduğu yerlere gittiklerini ifade etmişlerdir.

Haftanın belli günlerinde belli yerlerde olurum diyen seyyar satıcılar ise % 6,3'tür. Bu grupta yer alan seyyar satıcılar; perşembe günleri Hz. Süleyman Camii çevresinde, pazarların olduğu günlerde pazarların çevresinde ve kendilerine mekân olarak seçtikleri bazı alanlarda satış yaptıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 35: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Çalışma Yerleri (2009)

Çalışma Yeri	Frekans	%
Sürekli aynı yerde olan	215	71,4
Devamlı yer değiştiren	58	19,3
Belli saatlerde yer değiştiren	9	3,0
Hafta içinde yer değiştiren	19	6,3
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların gün içerisinde en fazla bulundukları ilçeler; Bağlar, Yenişehir ve Suriçi ilçeleridir. Kayapınar ilçesi ile her gün bir yerde olurlar diyenlerin oranı ise oldukça azdır (Bkz. Tablo 36). Yenişehir ilçesi sınırları içerisinde kalan Ofis semti ve Suriçi ilçesi sınırları içerisinde kalan Dağkapı semti kentin iş, ticaret ve alışveriş merkezlerinin olduğu alanlar olduğundan; araç ve yaya trafiğinin yoğunlaştığı bu yerleri seyyar satıcılar satış yapmak için tercih etmektedir. Bağlar İlçesi'nde ise alışverişi kolaylaştırmak amacıyla araç trafiğine kapalı olan Sakarya Caddesi ve işyerlerinin yoğunlaştığı Emek Caddesi ile Nühket Coşkun Caddesi seyyar satıcıların rağbet gösterdikleri mekânlardır.

Bağlar İlçesi'nde seyyar satıcıların en fazla satış yaptıkları mekânlar; Sakarya Caddesi, Emek Caddesi, Nühket Coşkun Caddesi, Koşuyolu Caddesi ve Koşuyolu Parkı'dır (Bkz. Şekil 4). Suriçi İlçesi'nde seyyar satıcıların en fazla bulundukları mekânlar; Gazi Caddesi, Hz. Süleyman Caddesi, Melik Ahmet Caddesi'dir (Bkz. Şekil 5 ve 7). Yenişehir İlçesi'nde seyyar satıcıların en fazla oldukları mekânlar; Ekinciler Caddesi, Gevran Caddesi, Akkoyunlu Caddesi, Sanat Sokağı, Anıtpark, Kıbrıs Caddesi ve Sağlık Ocağı yoludur (Bkz. Şekil 6).

Tablo 36: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Gün İçerisinde En Fazla Bulundukları İlçe (2009)

İlçe	Frekans	%
Bağlar	108	35,9
Yenişehir	108	35,9
Suriçi	78	25,9
Kayapınar	2	0,7
Her gün bir yerde	5	1,7
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

3.4.3. Sattıkları Mallar

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların sattıkları malları veya verdikleri hizmetleri gruplandırmaya yönelik hazırlanan soru da seyyar satıcıların sattıkları mallar ve verdikleri hizmetler; seyyar yiyecek ve içecek satanlar, seyyar yiyecek ve içecek dışı mallar satanlar ve seyyar hizmet verenler şeklinde ayırt edilmiştir. Böylece çeşitli mallar satan ve değişik hizmetler veren seyyar satıcılar bir araya getirilerek gruplandırılmıştır.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 47,5'ini yiyecek ve içecek, % 40,5'ini yiyecek ve içecek dışı mallar satanlar oluşturmaktadır. % 12'si ise seyyar hizmet vermektedirler (Bkz. Tablo 37).

Tablo 37: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Sattıkları Malların Türlerine Göre Sınıflandırılması ve Cinsiyetlerinin Karşılaştırılması (2009)

Satılan Malların Türü	Cinsiyet			
	Erkek	Kadın	Toplam	%
Seyyar yiyecek ve içecek	133	10	143	47,5
Seyyar yiyecek ve içecek dışı mallar	118	4	122	40,5
Seyyar hizmet	36	0	36	12
Toplam	287	14	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Seyyar satıcıların sattıkları yiyecek ve içecekleri; meyve, sebze, döner, kebab, kuruyemiş, pamuk şekeri, simit, çörek, şekerleme, kek, çikolata, haşlanmış mısır, ıskın, yeşil nohut, tost, gözleme, çiğ köfte, ayran, meyve suyu, limonata, şalgam suyu, gazlı içecekler gibi meşrubatlar, çay, dondurulmuş meşrubat, meyan kökünden yapılan şerbet, gibi ürünler oluşturmaktadır (Bkz. Foto 19).



Foto 19: Gazi Caddesi'nde el arabası ile meyve satan bir seyyar satıcı.

Seyyar satıcılar yiyecek ve içecek gibi ürünlerin yanı sıra diğer ihtiyaç maddelerini de satmaktadır. Bu ihtiyaç maddeleri yiyecek ve içecek dışı mallar olarak gruplandırılmıştır.

Seyyar satıcıların sattıkları yiyecek ve içecek dışı malları; gömlek, iç çamaşırı, çorap, etek, eşarp, tişört, kenarları dantelle işlenmiş el işi yazmaları vb. tekstil ürünleri; cüzdan, kemer, ayakkabı gibi deri ürünleri; cep telefonu ve aksesuarları, TV kumandası ve CD gibi elektronik ürünler; perde, peçetelik, züccaciye ürünleri, mutfak eşyaları, hırdavat, alet, edevat, elektrik malzemeleri gibi evlerde kullanılan ürünler; tıraş malzemeleri, kozmetik, esans vb. kişisel bakım ürünleri; takı, tespih, saat, gözlük gibi süs eşyaları; çocuklar için balon ve çeşitli oyuncaklar; sigara, çakmak, ayakkabı boyası, bağcık, keçe, kâğıt mendil, korsan kitap ve milli piyango gibi diğer ürünler oluşturmaktadır (Bkz. Foto 20).



Foto 20: Gazi Caddesi'nde esans satan bir seyyar satıcı.

Seyyar satıcılar sadece ihtiyaç maddeleri satmamakta bunun yanı sıra çeşitli hizmetler de vermektedir. Seyyar satıcıların verdikleri hizmetleri; inşaat arabası, el arabası, çekçek arabaları ve sepetli motorlar ile çeşitli malları taşıma hizmetleri ile ayakkabı boyama, tartma, saat ve ayakkabı tamiri, kimlikleri pres yapma ve kente gelen turistlere rehberlik etme gibi hizmetlerden oluşmaktadır (Bkz. Foto 21).



Foto 21: Ofis Senti'ndeki Gevran Caddesi'nde çekçek arabaları ile taşıma hizmeti veren seyyar satıcılar.

Seyyar satıcıların yoğun olduğu ve anket için seçilmiş olan alanlarda satılan malların ve verilen hizmetlerin türlerine göre nasıl bir dağılım gösterdiğine bakmakta yarar vardır.

Koşuyolu Caddesi'nde toplam 17 anket yapılmıştır. Ankete katılan seyyar satıcıların 12'si yiyecek ve içecek, 5'i ise diğer malları satmaktadır. Koşuyolu Caddesi'nde ağırlığı seyyar gıda ve içecek satan seyyar satıcılar oluşturmaktadır. Bu durumda Koşuyolu Parkı'na yakın olması etkilidir. Parka gelenler kuruyemiş, meşrubat, meyve, döner vs. gibi ürünleri satın almaktadır.

Koşuyolu Parkı'nda 26 anket yapılmıştır. Ankete katılan seyyar satıcıların 22'si yiyecek ve içecek, 3'ü yiyecek ve içecek dışı mallar, 1'i de seyyar hizmet vermektedir. Koşu yolu Parkı'nda da seyyar gıda ve içecek satanların fazla olması yukarıdaki görüşü desteklemektedir. Ayrıca 2 balon 1 de tekstil ürünleri satıcısı vardır. Seyyar hizmet veren ise ayakkabı boyacıdır.

Hız. Süleyman Caddesi'nde 23 anket yapılmıştır. Ankete katılan seyyar satıcıların 6'sı yiyecek ve içecek, 15'i yiyecek ve içecek dışı mallar satanlar, 2'si de seyyar hizmet verenlerden oluşmaktadır. Hız. Süleyman Camii aynı zamanda 27 şehit sahabenin de mezarının bulunduğu bir ziyaret yeridir. Diyarbakır halkı özellikle perşembe günleri buraya akın etmektedir. Yoğunlaşmanın olduğu bu yer seyyar satıcılar içinde önemli bir satış mekânıdır. Hız. Süleyman Caddesi'nde ağırlığı seyyar yiyecek ve içecek dışı mallar satanlar oluşturmaktadır. Bu malların çoğunluğunu da gömlek, tişört, etek, eşarp, çorap, iç çamaşırı vb. tekstil ürünleri oluşturmaktadır. Gıda da ise şekerleme, lokum, gofret ile meyve ve sebzeler dikkati çeker. Buradan alınan şekerleme, gofret, lokum, bisküvi vb. ürünler hayır amaçlı olarak ya cami çevresinde ya da evlerine döndüklerinde akraba ve komşulara dağıtılır.

Gevran Caddesi'nde 14 anket yapılmıştır. Ankete katılan seyyar satıcıların 4'ü gıda ve içecek, 9'u yiyecek ve içecek dışı mallar, 1'i de seyyar hizmet vermektedir. Gevran Caddesi'nde seyyar yiyecek ve içecek dışı mallar satanların fazlalığı dikkati çeker. Bunlar sigara, çakmak, tekstil, oyuncak gibi ürünlerden oluşmaktadır. Gevran Caddesi kentin merkezi kısmında işyerlerinin ağırlıkta olduğu bir cadde olduğundan hareket halindeki yayalara bu tür malları satmak daha kolay olmaktadır. Yiyecek ve içecek satışında ise kuruyemiş, meyve ve simit tercih edilen ürünlerdir.

Kıbrıs Caddesi'nde 8 anket yapılmıştır. Ankete katılan seyyar satıcıların 2'si gıda ve içecek, 6'sı gıda ve içecek dışı mallar satanlar oluşturur. Seyyar gıda ve içecek dışı mallar satanları takı ve tekstil ürünleri satanlar oluşturur. Kıbrıs Caddesi kentin

merkezi yerlerinden biri olan Dağkapı'ya yakın olduğundan yaya ve araç trafiğinin olduğu bu tip alanlarda bu tür mallar daha kolay satılmaktadır.

Sakarya Caddesi'nde 35 anket yapılmıştır. Ankete katılan seyyar satıcıların 17'si yiyecek ve içecek, 15'i yiyecek ve içecek dışı mallar, 3'ü de seyyar hizmet verenlerden oluşmaktadır. Sakarya Caddesi, Bağlar ilçesinde seyyar satıcıların en yoğun olduğu alandır. Seyyar satıcıların Sakarya Caddesi'nde bu kadar yoğunlaşmasında, bu caddenin çevre halkı tarafından rağbet görmesi etkilidir. Ana caddenin hemen kenarında yer alan bu cadde, araç trafiğine kapalı olduğundan yayalar tarafından rahat kullanılmaktadır. Bundan dolayı hem gıda ve içecek, hem de gıda ve içecek dışında seyyar satış yapanlar için oldukça uygun bir mekândır. Buradaki esnafın büyük çoğunluğu da mallarını dükkân önüne sererek satış yapmaktadır. Burada yapılan anketlerde sabit dükkânı olanlar ankete dâhil edilmemiştir.

Emek Caddesi'nde 21 anket yapılmıştır. Ankete katılan seyyar satıcıların 14'ü gıda ve içecek, 4'ü gıda ve içecek dışı mallar, 3'ü de seyyar hizmet vermektedir. Gıda ve içecek satan seyyar satıcıların yoğunlukta olmasında, Emek Caddesi ve çevresinde işyerlerinden ziyade konutların ağırlıkta olmasıdır.

Sanat Sokağı'nda 17 anket yapılmıştır. Bunlardan 14'ü gıda ve içecek, 2'si gıda ve içecek dışı mallar 1'i de seyyar hizmet vermektedir. Sanat sokağı Diyarbakır kent merkezinde özellikle üniversiteli gençlerin rağbet ettiği, kafeteryaların ağırlıkta olduğu bir mekândır. Bu sokakta gençler sohbet etme, tanışma ve sosyalleşme imkânı bulmaktadırlar. Bu sokakta seyyar gıda ve içecek satanları; haşlanmış mısır, meyan kökünden yapılan şerbet, kuruyemiş, simit ve dondurma gibi bu sokakta satılması ve tüketilmesi uygun olan ürünler oluşturmaktadır. Gıda ve içecek dışı mallar satanları ise sigara ve çakmak satanlar oluşturmaktadır. Seyyar hizmet verenleri ise ayakkabı boyacıları oluşturmaktadır.

Melik Ahmet Caddesi'nde 16 anket yapılmıştır. Ankete katılanların 7'si gıda ve içecek, 6'sı gıda ve içecek dışı mallar satanlar, 3'ü de seyyar hizmet verenlerden oluşmaktadır. Melik Ahmet Caddesi özellikle düşük gelir grubuna hitap eden kentin alışveriş merkezlerinden birisidir. Bundan dolayı hem gıda ve içecek satanlar, hem de gıda ve içecek dışı mallar satanların toplandığı bir mekândır.

Ekinciler Caddesi'nde 26 anket yapılmıştır. Ankete katılanların 6'sı gıda ve içecek, 17'si gıda ve içecek dışı mallar satanlardan, 3'ü de seyyar hizmet verenlerden oluşmaktadır. Gıda ve içecek satanlar; meyve, haşlanmış mısır, kuruyemiş, simit satanlardan oluşur. Gıda ve içecek dışı mallar satanlar ise; sigara, çakmak, takı, tespih, gözlük, hediyelik eşya, tekstil ürünleri, hırdavat, ayakkabı boyası, keçe, bağcık ve milli piyango satanlardan oluşur. Ekinciler caddesi kentin merkezinde işlek bir cadde olduğundan bu tür malların satılması daha kolay olmaktadır. Seyyar hizmet verenleri ise kimliklere pres yapanlar ve tartıcılar oluşturur.

Gazi Caddesi'nde 39 anket yapılmıştır. Ankete katılanların 15'i gıda ve içecek, 14'ü gıda ve içecek dışı mallar, 10'u da seyyar hizmet vermektedir. Gazi Caddesi özellikle düşük ve orta gelir grubuna hitap eden Diyarbakır'ın önemli alışveriş merkezlerinden birisidir. Gıda ve içecek satanlar; meyve, sebze, meyan kökünden yapılan şerbet, ayran, simit, meyve suyu, kebab vb. ürünler satmaktadır. Gıda ve içecek dışı mallar satanlar ise; tekstil ürünleri, hırdavat, parfümeri, esans, sigara, çakmak, tespih, saat, TV kumandası ve milli piyango satmaktadır. Seyyar hizmet sunanlar ise; ayakkabı boyama ve tamiri, tartı ve tarihi mekânların yoğun olması nedeniyle gelen turistlere rehberlik yapmaya çalışan genç ve çocuklardan oluşmaktadır.

Anıtpark'ta 17 anket yapılmıştır. Ankete katılanların 12'si gıda ve içecek, 2'si gıda ve içecek dışı mallar, 3'ü de seyyar hizmet verenlerden oluşur. Seyyar gıda ve içecek satanları; simit, meyan kökünden yapılan şerbet, kuruyemiş, meyve suyu ve meyve satanlardan oluşur. Anıtpark gibi kentin merkezinde yer alan parklarda bu tip ürünlerin satışı kolay olmaktadır. Gıda ve içecek dışı mallar satanları sigara ve kâğıt mendil satanlar oluşturur. Seyyar hizmet verenleri ise; ayakkabı boyacıları, tartıcılar ve kimliklere pres yapanlar oluşturur.

Ofis semtinde yer alan sağlık ocağı yolu üzerinde 23 anket yapılmıştır. Ankete katılanların 5'i yiyecek ve içecek satanlar, 17'si gıda ve içecek dışı mallar satanlar, 1'i de seyyar hizmet verenlerden oluşmaktadır. Seyyar gıda ve içecek satanlar; kuruyemiş, meyve ve sebze, gözleme, ayran ve ciğer satanlardan oluşur. Gıda ve içecek dışı mallar satanları ise; tekstil ürünleri, ayakkabı, saat, cep telefonu, hırdavat, alet, edevat ve CD satanlardan oluşur. Seyyar hizmet verenler ise; ayakkabı boyacılarından oluşmaktadır. Bu yol; bağlar-ofis arasında kullanılan önemli bir geçiş alanıdır ve yoğun olarak kullanılır. Bundan dolayı seyyar satıcılar için iyi bir satış alanıdır. Ağırlığı yiyecek ve

içecek dışı mallar satanlar oluşturur. Seyyar satıcılarla yapılan mülakatlarda da ofis semtinde bu tür malların daha iyi satıldığı şeklinde görüş bildirmişlerdir. Seyyar gıda ve içecek satanlar ise yoldan geçenlere eğlencelik kuruyemiş, ucuz ve hızlı karınlarını doyurabilecekleri ürünler ve evlerine dönerlerken meyve ve sebze alma imkânı sunmaktadırlar. Seyyar hizmet verenleri ise ayakkabı boyacıları oluşturur.

Nükhet Coşkun Caddesi'nde 10 anket yapılmıştır. Ankete katılanların 5'i gıda ve içecek, 1'i gıda ve içecek dışı mallar 4'ü de seyyar hizmet sunanlardır. Nükhet Coşkun Caddesi işyerlerinin yanı sıra, konutların yoğunlukta olduğu bir yer olduğundan yiyecek ve içecek satanlar fazladır. Seyyar hizmet sunanları çekçek arabaları, el arabaları, sepetli motorlar ile nakliyat işi yapanlar ile ayakkabı boyacıları oluşturur. Yiyecek ve içecek dışı mal satan ise alet ve edevat satmaktadır.

Akkoyunlu Caddesi'nde 9 anket yapılmıştır. Ankete katılanların 2'si gıda ve içecek, 6'sı gıda ve içecek dışı mallar, 1'i de seyyar hizmet sunanlardan oluşur. Akkoyunlu Caddesi de kentin merkezi kısımlarında yer aldığından gıda ve içecek dışı mallar daha iyi satılmaktadır. Gıda ve içecek dışı mallar satanları; Tekstil ürünleri, cüzdan, kemer, kâğıt mendil ve korsan kitap satanlar oluşturur. Seyyar gıda içecek satanları; mısır ve simit satanlar, seyyar hizmet verenleri ise ayakkabı boyacıları oluşturur.

Ankete katılan seyyar satıcıların ne tür mallar sattıkları ile cinsiyetleri karşılaştırıldığında; erkeklerin % 46,3'ünün seyyar yiyecek ve içecek, % 41,1'ini seyyar yiyecek ve içecek dışı mallar sattıkları, % 12,6'sının ise seyyar hizmet verdikleri görülmektedir. Kadınların ise % 71,4'ü seyyar yiyecek ve içecek, % 28,6'sı ise seyyar yiyecek ve içecek dışı mallar satmaktadırlar (Bkz. Tablo 37). Seyyar hizmet verenler arasında kadınlara rastlanmamıştır. Seyyar hizmetler arasında inşaat arabası, el arabası, çekçek arabaları ve sepetli motorlar ile taşıma hizmetleri, ayakkabı boyama, tartma, saat ve ayakkabı tamiri, kimlikleri pres yapma ve kente gelen turistlere rehberlik etme gibi hizmetlerden oluştuğundan, Diyarbakır koşullarında bu sektörlerde kadınların çalışması zordur. Her iki grupta da seyyar gıda ve içecek satanlar öndedir. Meyve, sebze, simit, kuruyemiş, kebab, meşrubat vb. yiyecek ve içeceklerden oluşan mal grupları her zaman satışı daha kolay olan ürünlerdir.

Ankete katılan seyyar satıcıların sattıkları malların türü ile yaşları karşılaştırıldığında; 0-14 ve 15-30 yaş grubunda seyyar yiyecek ve içecek satanlar daha fazla iken; 31-60 ve 61 ve üstü yaş gruplarında seyyar yiyecek ve içecek dışı mallar satanlar daha fazladır (Bkz. Tablo 38). Bunda seyyar yiyecek ve içecek grubunda olan malları hazırlamanın, korumanın ve taşımanın zor olması etkilidir. Seyyar yiyecek ve içecek dışı malların büyük kısmını tekstil ürünleri oluşturduğundan saklanması ve taşınması kolaydır. Tekstil ürünleri satışının daha kârlı bir iş olarak görülmesi de bu durum üzerinde etkili olmaktadır.

Tablo 38: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Yaş Grupları ile Sattıkları Malların Türleri İlişkisi (2009)

Satılan Malların Türü	Yaş				
	0-14	15-30	31-60	61 ve üstü	Toplam
Seyyar yiyecek ve içecek	26	65	53	5	149
Seyyar yiyecek ve içecek dışı mallar	9	39	61	6	115
Seyyar hizmet	11	10	16	0	37
Toplam	46	114	130	11	301

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların % 82,4'ü sattığı ürünleri Diyarbakır'dan almaktadır. Diyarbakır'da da özellikle Suriçi ilçesinde bulunan Balıkçılarbaşı semtindeki toptancılardan almaktadırlar. İstanbul'dan mal getirenlerin oranı ise % 6'dır (Bkz. Tablo 39). İstanbul daha ucuz olmasına rağmen mal getirme oranının az çıkmasında peşin ödeme ve büyük miktarda mal getirtme zorunluluğunun olması etkilidir. Diyarbakır Balıkçılarbaşı semtinden mal alanlar vadeli veya malı satınca ödeme şeklinde anlaştıklarından buradan mal almayı tercih etmektedirler.

Sadece hizmet sunanların oranı ise % 3,3'tür. Bunların büyük çoğunluğunu; el arabaları, inşaat arabaları, çekçek arabaları veya sepetli motorlar ile taşımacılık yapanlar ve tartıcılık yapanlar oluşturmaktadır. Diyarbakır'a gelen turistlere sayıları az olsa da amatör rehberlik hizmeti verenler de bulunmaktadır.

Diğer illerden mal getirenlerin oranı ise % 8,3'tür. Mal getirilen iller; Şırnak, Şanlıurfa, Gaziantep, İzmit, Batman, Muş, Mersin, Ağrı, Siirt, Adana, Mardin, Antalya ve Hatay'dır. Sınırlarımıza yakın olan bu illerden yurda girişi belki de kaçak yollarla olan çok çeşitli ürünler getirilmektedir.

Tablo 39: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Sattıkları Ürünleri Aldıkları Yerler
(2009)

Alındığı Yer	Frekans	%
Diyarbakır	248	82,4
İstanbul	18	6,0
Diğer İller	25	8,3
Sadece hizmet	10	3,3
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Sigara, Şırnak'ın Silopi İlçesi'ndeki Habur sınır kapısından gelen otomobiller aracılığı ile yurda sokulmakta, oradan diğer illere olduğu gibi Diyarbakır'a da getirilmektedir (Bkz Foto 22). Şanlıurfa'dan; oyuncak, takı, saat, meyve sebze, Gaziantep'ten; tekstil ürünleri, mısır, Antep fıstığı, ayakkabı ve saat getirilmektedir. İzmit'ten; pişmaniye, Batman'dan; şerbet yapılan meyankökü, Muş'tan; ışkın, Mersin'den; meyve, sebze, mısır, tekstil ürünleri, Ağrı'dan; İran'dan yurda sokulan ve girişi belki de kaçak olan çoğu Uzakdoğu imalatı ahşap hediyelik eşyalar, Siirt'ten; Siirt fıstığı, Adana'dan; meyve, sebze, mısır, şalgam suyu, Mardin'in ilçeleri olan Midyat ve Nusaybin'den saat, Hatay'dan ayakkabı getirilmektedir.



Foto 22: Gazî Caddesi'nde camekânlı bir tezgâhta kaçak sigara satan çocuk seyyar satıcı. Diyarbakır'da yurda kaçak yollarla sokulan sigaraları satan çok sayıda seyyar satıcı bulunmaktadır.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 83,4'ü yıl boyunca aynı ürünleri sattıklarını belirtmişlerdir. Bunda sattıkları ürünlerde uzmanlaşma, nerede nasıl satacaklarını bilme,

kısaca o işi öğrenme etkili olmaktadır. Mevsimden mevsime ürün değiştiririm diye cevaplayanların oranı ise % 12,3'tür. Bu şekilde cevap verenler ürün türü değişmemesine rağmen, yazın yaz sebze ve meyveleri; kışın kış sebze ve meyveleri satanlar ile yazlık ve kışlık kıyafet satma şeklinde yorumlamışlardır. Aynı gün içinde farklı ürünler satarım diyen iki seyyar satıcıdan biri sabahları çay ve simit, akşamları kuruyemiş sattığını ifade etmiştir. Bir diğeri ise yine sabahları simit, akşamları meyve ve sebze sattığını ifade etmiştir. Diğer olarak cevaplayan seyyar satıcıların oranı ise % 3,7'dir (Bkz. Tablo 40). Bunlar ayakkabı boyacıları, rehberlik yapanlar ve günden güne farklı ürünler satanlardan oluşmaktadır. Bir satıcı, perşembe günleri Hz. Süleyman Camii çevresinde peçetelik, diğer günler toka, gözlük ve takı gibi ürünler sattığını belirtmiştir. Elde yapılan bu peçeteliğe ev kadınlarının rağbet ettiğini dile getirmiştir.

Tablo 40: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Sattıkları Ürün Türlerindeki Değişmeler (2009)

Ürün satışı	Frekans	%
Sürekli aynı ürünleri satarım	251	83,4
Mevsimden mevsime ürün türünü değiştiririm	37	12,3
Aynı gün içinde farklı ürünler satarım	2	0,7
Diğer	11	3,7
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların % 56,1 gibi büyük bir çoğunluğu sattıkları ürünleri orta kalite olarak değerlendirmektedir. Kaliteli ve ucuz olarak nitelendirenler % 19,6, kaliteli ve pahalı olarak nitelendirenler % 16,6, kalitesiz ucuz olarak nitelendirenler ise % 3,7'dir (Bkz. Tablo 41). Seyyar satıcılar sattıkları ürünleri kaliteli ve orta kaliteli olarak nitelendirdikleri halde kalitesiz olarak nitelendiren seyyar satıcı sayısı çok az çıkmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasında alışkın olduğu ürün yelpazesinin benzer olmasının etkisi bulunmaktadır. Diğer olarak cevaplandırılanların oranı ise % 4'tür. Bunları; taşıma hizmeti verenler, tartıcılar, rehberlik yapanlar ve milli piyangocular oluşturmaktadır.

Tablo 41: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Kendi Değerlendirmelerine Göre Sattıkları Ürünlerin Niteliği (2009)

Ürünün Niteliği	Frekans	%
Orta Kalite	169	56,1
Kaliteli ucuz	59	19,6
Kaliteli ve pahalı	50	16,6
Diğer	12	4,0
Kalitesiz ucuz	11	3,7
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

3.4.4. Kullandıkları Araçlar

Seyyar satıcıların satış yaparken kullandıkları araçlar çok çeşitlidir. Alan çalışmasında kullanılmış olan bu anket hazırlanırken seyyar satıcıların kullanabilecekleri araçların belli başlıları düşünülerek ankete yerleştirilmiştir. Ancak yapılan anketler sonucunda en fazla verilen cevabın diğer olduğu görülmüştür. Tahmin edemediğimiz birçok araç, seyyar satıcılar tarafından satış yapılırken kullanılmaktadır.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 37,9'u diğer cevabını vermişlerdir (Bkz. Tablo 42). Somya, döner tezgâhı, termos, bidon, sopa, poşet, tepsi, çaydanlık, boya sandığı, tartı, tahta tezgâh, tahta ve plastik kasa, çuval, meyan kökü için şerbet takımı, kürsü, ayakkabı tamir makinesi, kazan, ayakkabı kutusu, masa ve sepetli motor satış yaparken kullandıkları diğer araçları oluşturmaktadır (Bkz. Foto 23).



Foto 23: Gazi Caddesi'nde eski bir somya üzerinde şapka ve çorap satılan seyyar bir tezgâh.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 26,9'u satış yaparken el arabası kullanmaktadır (Bkz. Foto 24). Pazar arabaları üzerinde meyve, sebze, alet, edevat, hırdavat, kuruyemiş, şekerleme, takı, oyuncak, kemer, cüzdan, zücadeye, mutfak araç ve gereçleri ve tekstil daha çok satılmaktadır. İnşaat arabaları üzerinde daha çok meyve ve sebze satılmakta ve özellikler küçük çocuklar pazarlarda nakliye aracı olarak kullanılmaktadır. Diyarbakır'da yaygın olarak görülen çekçek arabalarından ise nakliyat amacı ile yararlanılmaktadır.



Foto 24: Pazardan alınan ürünleri taşımak amacıyla müşteri bekleyen el arabacı çocuklar.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 14'ü satış yaparken yaptığı işe uygun olarak hazırlanmış tekerlekli araçları kullanmaktadır. Çocuk arabaları üzerinde değişiklikler yaparak takı satanlar, tekerlekli araçların üzerine camekânlar yaptırarak meyve suyu ve simit satanlar, tekstil ürünlerini sergileyecekleri ekler yapanlar, tüp ve kazan yerleştirerek haşlanmış mısır satanlar, araçlarına çeşitli bölmeler yaparak kuruyemiş satanlar, araçlarına tost makinesi yerleştirerek tost satanlar, özel hazırlanmış araçlarda dondurma satanlar, kebab yapmaya uygun hale getirilmiş araçlarda kebab ve ciğer yapanlar, kimliklere PVC kaplama yapanlar ve fotokopi çekenler, özel hazırlanmış araçlarda meyan kökünden hazırlanmış şerbet ve şalgam suyu satanlar, tekerlekli dönme dolap ile mahalleleri gezerek çocuklara eğlence hizmeti sunanlar bunların başlıcalarını oluşturmaktadır (Foto 25).



Foto 25: Özel olarak yaptırılmış tekerlekli dönme dolap ile mahalleleri gezerek çocuklara eğlence hizmeti veren bir seyyar satıcı.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 10,3'ü satış yaparken karton, muşamba, branda, bez vb. araçları kullanmaktadırlar. Bu araçlar üzerinde sattıkları ürünleri ise; cep telefonu aksesuarı, cüzdan, kemer, tekstil ürünleri, peçetelik, sebze, kaçak sigara, çakmak, tütün, ayakkabı ve ayakkabı malzemeleri, takı, tespih, gözlük, hırdavat, saat, parfüm ve korsan kitaplar oluşturmaktadır. Bunlar içerisinde en fazla satılanları ise tekstil ürünleri oluşturmaktadır.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 7'si satış yaparken camekânlı tezgâh kullanmaktadırlar. Bu tip tezgâhlarda satılan ürünler daha sınırlı ve nispeten daha değerli ürünlerdir. Bir kısmını da yiyecek içecek maddeleri oluşturmaktadır (Foto 26). Kaçak sigara, çakmak, saat, gözlük ve cep telefonu satılan başlıca ürünlerdir. Yiyecek maddelerini ise; kuruyemiş, limonata, meyve suyu, ayran gibi meşrubatlar, simit ve bisküvi gibi ürünler oluşturmaktadır.



Foto 26: Gazi Caddesi'nde işe özel olarak yaptırılmış tekerlekli ve camekânlı bir kuruyemiş tezgâhı.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 2,3'ü satış yaparken kampet kullanmaktadır. Kampet üzerinde sattıkları ürünleri ağırlıklı olarak tekstil ürünleri oluştururken; bunun yanı sıra sigara ve ayakkabı boyası malzemeleri satanlara da rastlanmıştır.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 1,7'si satış yaparken otomobil bagajını satış aracı olarak kullanmaktadır. Bagajda satılan başlıca ürünleri; tekstil, meyve ve sebze ile pişmaniye oluşturmaktadır.

Tablo 42: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Satış Yaparken Kullandıkları Araçlar (2009)

Kullanılan Araçlar	Frekans	%
Diğer	114	37,9
El arabası	81	26,9
Özel yapılmış tekerlekli araç	42	14,0
Karton-muşamba-branda-bez	31	10,3
Camekânlı tezgâh	21	7,0
Kampet	7	2,3
Otomobil bagajı	5	1,7
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

3.4.5. Sorunları

Ankete katılan seyyar satıcıların 46'sı 0-14 yaş grubundadır. Bu grupta yer alan seyyar satıcılar içerisinde yaptıkları işin en önemli sorunu olarak çok yorucu olmasını görenlerin oranı % 43,5'tir. Seyyar satıcılık fiziksel dayanıklılık gerektiren bir iştir. Ayakta durularak veya gezilerek yapılan bu iş iklim koşullarından da doğrudan etkilenmektedir. Yaşları küçük olan seyyar satıcılar da bu işi yaparlarken çok yorulmaktadırlar. Bu sorunu % 34,8'lik bir oran ile okulu aksatması sorunu izlemektedir. Okul çağında yer alan bu grup, okuldan geldikten hemen sonra, boya sandığını, kâğıt mendilini, tartısını, dondurulmuş içecek vs. ürünlerini alarak hemen işe çıkmakta ve hava kararana kadar bu işi yapmaktadırlar. Bu da doğal olarak okullarını aksatmaktadır. Oyun oynayamamak şeklinde cevaplayanların oranı % 15,2'dir. 0-14 yaş grubu için oyun hala önemli bir aktivitedir. İşe çıkmak zorunda kalan bu grup için oyun oynamak bir hayal olarak düşünülmektedir. Acıktığında eve gidemem şeklinde cevaplayanların oranı ise % 6,5'tir (Bkz. Tablo 43). Daha çok kazanç elde etme, belki de evde yeterince yiyecek bulunmaması gibi sebeplerle bu gruptaki çocuklar ne yazık ki iyi beslenememektedirler.

Tablo 43: Diyarbakır'da 15 Yaşından Küçük Olan Seyyar Satıcıların En Önemli Sorunları (2009)

Sorun	Frekans	%
Çok yorucu olması	20	43,5
Okulu aksatması	16	34,8
Oyun oynayamamak	7	15,2
Acıktığınızda eve gidememeniz	3	6,5
Toplam	46	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların 255'i, 15 yaş ve üstündedir. Bu grupta yer alan seyyar satıcılar içerisinde yaptıkları işin en önemli sorunu olarak gelir düşüklüğünü görenlerin oranı % 44,7'dir. Bu grupta yer alan seyyar satıcılar ev geçindirmede sorumluluk sahibi olduklarından başlıca sorun olarak gelirin düşüklüğünü görmektedirler. Ağır ve kötü çalışma koşulları % 16,5'lik bir oran ile ikinci sırada gelmektedir. Yukarıda da değinildiği gibi seyyar satıcılık fiziksel dayanıklılık gerektiren ve çok yorucu bir iş olduğundan çalışma koşulları ağırdır. Yaptığımız mülakatlarda da birçok seyyar satıcıda sağlık sorunları olduğu ortaya çıkmıştır. Eklem ve bel ağrıları en

başta gelen şikâyetleri oluşturmaktadır. İşin sürekli olmaması % 12,2'lik bir oranla üçüncü sıradadır. Yağmurlu, karlı, soğuk havalarda seyyar satıcılar işe çıkamamakta, işleri azalmakta ve gelir kaybına uğramaktadırlar. Herhangi bir sosyal güvencenin olmayışını önemli bir sorun olarak görenlerin oranı % 11,4'tür. Seyyar satıcıların büyük bir kısmının en önemli sosyal güvencesi yeşil karttır. Bir kısmı da sosyal güvenceden tamamen yoksundur. Bu durumda sağlık sorunları ile karşılaştıklarında tedavi olmakta güçlük çekebilmektedirler. Esnaf baskısını en önemli sorun olarak görenlerin oranı % 6,3'tür. Seyyar satıcılar zaman zaman esnaf ile sorunlar yaşamaktadır. Esnaf dükkânının önünün kapandığından, seyyar satıcıların vergi ödemedikleri ve başka giderleri olmadığından haksız rekabet yaptıklarından, görüntü kirliliğinden şikâyetçidir. Bu şikâyetlerde esnafı haklı gören seyyar satıcılar da bulunmaktadır. Ancak yapacak başka bir şeyleri olmadığını da belirtmektedirler. Belediye zabıta baskısını en önemli sorun olarak görenlerin oranı ise % 4,3 ile küçük bir orandadır. Gerçekten de yapılan mülakatlarda seyyar satıcılar zabıta ile fazla bir problem yaşamadıklarını ifade etmişlerdir. Zabıta saat 16:00'dan sonra kentin merkezi yerlerinde seyyar satıcılara göz yummakta herhangi bir yaptırım uygulamamaktadır. Yalnız saat 16:00'ya kadar kent merkezinde satış yapmalarına pek fazla izin vermemektedir. Arka sokaklara ve kenar mahallelere ise neredeyse hiç karışmamaktadır. Zabıta baskısını sorun olarak gören seyyar satıcılar, bu saatten önce de satış yapmak isteyen seyyar satıcılardır. Polis baskısı ve elverişsiz hava şartlarını en önemli sorun olarak gören seyyar satıcıların oranı % 2,3'tür (Bkz. Tablo 44). Elverişsiz hava şartlarını sorun olarak gören seyyar satıcılar genellikle sağlık problemi olan ve yaşı ilerlemiş olan seyyar satıcılardır. Polis baskısını en önemli sorun olarak gören seyyar satıcıları ise sadece CD satıcıları oluşturmaktadır. Korsan CD satışı yasadışı olduğundan bu tip seyyar satıcılar muhtemel para ve hapis cezasından çekinmektedirler.

Tablo 44: Diyarbakır’da 15 Yaşından Büyük Olan Seyyar Satıcıların En Önemli Sorunları (2009)

En Önemli Sorun	Frekans	%
Gelir düşüklüğü	114	44,7
Ağır ve kötü çalışma koşulları	42	16,5
İşin sürekli olmaması	31	12,2
Herhangi bir sosyal güvencenin olmayışı	29	11,4
Esnaf Baskısı	16	6,3
Belediye zabıta baskısı	11	4,3
Polis Baskısı	6	2,3
Elverişsiz Hava şartları	6	2,3
Toplam	255	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların % 91,4’ü belediye ve zabıta ile görüşerek sorunlarını aştıklarını belirtmişlerdir. Seyyar satıcılarla yapılan mülakatlarda zabitanın dediklerini yaptıklarında bir sorunla karşılaşmadıklarını belirtmişlerdir. Belediye ve zabıta mesai saatleri içerisinde, seyyar satıcıların kentin merkezi kısımlarında özellikle Ofis semti civarında görünmesini istememektedir. Ofis semti Diyarbakır’ın sosyal, kültürel ve ekonomik olarak en merkezi yeri olduğundan seyyar satıcılar da bu durumu kabullenmektedir. Saat 16:00’ya kadar zabitanın pek uğramadığı arka sokaklarda ve bina aralarında bulunan seyyar satıcılar bu saatten sonra yoğun olarak Ofis semtindeki ana cadde ve sokaklara çıkmaktadırlar. Dağkapı semtinde gün boyu satış yapan ve hizmet veren seyyar satıcılar da bulunmaktadır. Bu seyyar satıcılar arasında Nebii Camii önündeki ayakkabı boyacıları, Ulu Camii yakınındaki ayakkabı tamircileri, Büyük Postane önündeki tost ve döner satıcısı, Balıkçılarbaşı’ndaki otobüs duraklarındaki çay ve simit satıcısı sayılabilir. Bu seyyar satıcılarla yaptığımız mülakatlarda belediyenin bu yeri kendilerine gösterdiğini ancak herhangi bir kira ödemediklerini belirtmişlerdir (Bkz. Foto 27). Aracılar vasıtasıyla sorunlarını aşanların oranı % 6’dır. Burada araçlardan kastedilen; hatırı geçen kişiler, belediyede çalışan akraba ve tanıdıklar ve seyyar satıcılar arasında öne çıkan bazı kişiler olmaktadır. Diğer diyenlerin oranı ise % 2,7’dir (Bkz. Tablo 45). Diğer olarak cevaplayan seyyar satıcılar zabıtalara sorun yaşamadıklarını ya da zabıtanın kaçarak veya tartışarak sorunlarını çözdüklerini ifade etmişlerdir.



Foto 27: Nebi Camii önünde ayakkabı boyayan ve tamir eden ayakkabı boyacıları.

Tablo 45: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Belediye ve Zabıtalarla Olan Sorunlarını Aşma Biçimi (2009)

Sorunları Aşma Biçimi	Frekans	%
Belediye ile görüşerek	275	91,4
Aracılar vasıtasıyla	18	6,0
Diğer	8	2,7
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların % 97'si herhangi bir kişi ya da kuruma ödeme yapmadıklarını belirtmişlerdir. Bu soruyu seyyar satıcılara sorduğumuzda bazen gülümseyerek cevaplamışlardır. Verdikleri cevapların başında neyimiz var ki, neyi verelim gelmektedir. Evet diyenlerin oranı ise % 3'tür (Bkz. Tablo 46). Soruyu evet olarak cevaplayan seyyar satıcılardan bazı büfe sahipleri belediyeye, kapalı araçlarda simit satanlar aracın da sahibi olan fırıncıya, dükkânının önünde satış yaptıkları esnafa ve semt pazarlarına gittiklerinde pazardan yer alırlarsa belediyeye kira ödediklerini belirtmişlerdir.

Tablo 46: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Herhangi Bir Kişi ya da Kuruma Para Ödeyip Ödemedikleri (2009)

Ödeme Durumu	Frekans	%
Evet	9	3
Hayır	292	97
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların mesleki özelliklerinin genel bir değerlendirmesi yapılacak olursa; seyyar satıcıların yaklaşık olarak üçte ikisinin üç yıldan fazla bir süredir bu işi yaptığı görülecektir. Uzun zamandan beri bu işi yapanların bu işi benimsedikleri ve hatta bir “meslek” haline getirdikleri söylenebilir. Uzun bir zamandan beri bu işi yapanlar da dâhil olmak üzere seyyar satıcıların büyük bir kısmı yaptıkları işten memnun değildirler.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların büyük bir kısmı haftanın yedi günü de çalışmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasında kazançlarının günlük olması etkilidir. Çalışmadıkları gün para kazanamayacaklarından her gün işe çıkmak zorunda kalmaktadırlar. Seyyar satıcıların günlük çalışma süreleri de uzundur. Büyük bir kısmını çalışma süreleri günde sekiz saatin üzerine çıkmaktadır. Bu bakımdan seyyar satıcılığın zor ve yorucu bir iş olduğu söylenebilir.

Seyyar satıcıların büyük bir kısmı sürekli aynı yerde tezgâh açmakta ve tezgâh açtıkları bu alanları sahiplenmektedirler. Yaz mevsiminde saat 16:00, kış mevsiminde ise daha erken saatlerde, kentin merkezi yerlerinde daha belirgin olarak ortaya çıkmaktadırlar. Kentin merkezi alanları iş, ticaret, yaya ve araç trafiğinin yoğunlaştığı alanlar olduğundan bu yerleri kendilerine satış yerleri olarak seçmektedirler. Ofis semtinde; Ekinciler Caddesi, Gevran Caddesi, Sanat Sokağı; Dağkapı semtinde Gazi Caddesi, Hz.. Süleyman Camii ve çevresi, Bağlar ilçesinde Sakarya Caddesi bu alanlara örnek olarak verilebilir.

Diyarbakır'daki seyyar satıcılar çok değişik ürünler satmaktadırlar. Sattıkları ürünlerin büyük çoğunluğunu da Diyarbakır'dan almaktadırlar. Bunda Diyarbakır'da mal aldıkları toptancıların veresiye mal vermeleri, malı satınca ödeme yapmaları etkili olmaktadır.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların büyük bir kısmı yıl boyunca aynı tür ürünleri satmaktadır. Bunda sattıkları ürünlerde uzmanlaşma, nasıl satacaklarını bilme kısaca o işi öğrenme etkili olmaktadır. Sattıkları ürünlerin kalitelerini orta ve üzerinde üstelik de ucuz olarak görmektedirler.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların bu işe başlamalarındaki temel sebep işsizliktir. Diyarbakır gibi işsizliğin yüksek oranda olduğu bir kentte seyyar satıcılık önemli bir iş ve gelir kaynağıdır. Seyyar satıcıların büyük çoğunluğu bu işi çevreden görerek kendiliğinden başladıklarını belirtmişlerdir. Aile ve arkadaş tavsiyesi ile de bu işe başlayanlar azımsanmayacak bir orandadır.

Seyyar satıcılar genellikle yaptıkları bu işi başkalarına tavsiye etmemekte ve seyyar satıcılığı sürekli bir iş olarak görmemektedirler. Gelirin düşük olması, fiziksel olarak yıpratıcı olması, sürekli bir iş olmaması ve toplumsal itibarının düşük olması bu durumun ortaya çıkmasında etkili olmaktadır.

Seyyar satıcıların çoğunluğu sabit bir yerleri olmasını istemektedir. Olumsuz hava koşullarından korunmak, gezmek zorunda kalmamak, zabıaların karışmaması, satışların artabileceği güvenilirliklerinin artması, müşterilerinin kendilerini kolay bulması ve esnaf vasfı kazanmaları sabit yer istemelerindeki temel faktörlerdir.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların çoğunluğunun tek geçim kaynağı yaptıkları bu iştir. Bu iş yaparken zabıta ile yaşadıkları sorunları konuşarak aştıklarını belirtmişlerdir.

Diyarbakır'da seyyar satıcılarla yapılan mülakatlarda tarikat, siyaset ve mafya gibi ilişkilerin varlığından pek bahsedilmemiş, bu tür ilişkilerin bireysel kaldığı ifade edilmiştir. Genellikle geçim derdinde olduklarını “Diyarbakır çocuğu” olduktan sonra bu tür ilişkilerin pek fark etmediğini vurgulamışlardır. Bir başka ifade ile seyyar satıcılar arasında bir mikro milliyetçilik de söz konusudur (Kılıç ve Tunçel, 2008: 216).

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların kullandıkları araçlar da çok çeşitlidir. Kullandıkları araçları; el arabası, özel yapılmış tekerlekli araç, karton, muşamba, branda, bez, camekânlı tezgâh, kampet, otomobil bagajı ve diğer araçlar şeklinde gruplandırılabilir. Seyyar satıcıların satış yaparken kullandıkları araçlarda dikkati çeken bir durum ise diğer olarak gruplandırılan araçların fazlalığıdır. Seyyar satıcılar birçok şeyi satış aracı olarak kullanabilmektedirler (Bkz. Foto 28-29).



Foto 28: Kıbrıs Caddesi'ndeki Büyük Postane önünde kimliklere PVC kaplama ve fotokopi hizmetleri veren seyyar bir tezgâh. Bu hizmetleri verirken kullanılan jeneratör seyyar hizmet verenlerin ne kadar yaratıcı olduğunu göstermesi bakımından ilgi çekicidir.



Foto 29: Kıbrıs Caddesi'nde özel yapılmış tezgâhında çay, simit ve ayran satan bir seyyar satıcı.

3.5. Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Ekonomik Özellikleri

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların ekonomik durumlarını ortaya koyabilmek için yapılan anketlerde toplam 5 soru sorulmuştur. Bu sorular; seyyar satıcılık dışında başka bir gelire sahip olup olmadığı, ailede başka çalışan olup olmadığı, herhangi bir sosyal

güvenceye sahip olup olmadığı, seyyar satıcılıktan kazandığı aylık gelir ve ailenin toplam geliri ile ilgili sorulardan oluşmaktadır.

Ankete katılan seyyar satıcıların % 87'si seyyar satıcılık dışında, başka bir gelire sahip değildir. Seyyar satıcılık bu insanlar için tek gelir kaynağıdır. Dolayısıyla kentsel görünüm açısından şikâyet edilen seyyar satıcıları ve seyyar satıcılık işini ortadan kaldırmak kolay değildir. Birçoğu vasıfsız olan bu insanları başka işlere yönlendirmek de kolay değildir. Seyyar satıcılık dışında başka gelire sahip olanların oranı ise % 13'tür. Bu insanların en büyük desteği de yine aileleridir (% 6,6). Başka bir işte çalışanların oranı % 1,7 iken, kira geliri olanın oranı % 0,3'tür. Bu soruyu diğer olarak cevaplayanların oranı ise % 4,3'tür (Bkz. Tablo 47). Diğer olarak cevaplayan 13 kişiden 6 tanesi özürlü aylığı, 1 tanesi kendi emekli geliri, 1 tanesi aileden emekli geliri, 1 tanesi yaşlılık maaşı, 1 tanesi valilik yardımı, 3 tanesi de düzenli olmamakla beraber bazen ek iş yaptıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 47: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Yaptıkları İş Dışındaki Gelir Kaynakları (2009)

Diğer Gelir	Frekans	%
Yok	262	87,0
Aile	20	6,6
Diğer	13	4,3
Başka bir iş	5	1,7
Kira	1	0,3
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların % 61,8'i ailelerinin geçimlerini tek başlarına üstlenmektedirler. % 38,2'sinin ailelerinde ise çalışan başka aile fertleri de bulunmaktadır (Bkz. Tablo 48). Ailede sizden başka çalışan var mı? Sorusunu evet olarak cevaplayanların % 46'sında (53 kişi) aile fertlerinin bir kısmı yine seyyar satıcılık yapmaktadır (Bkz. Foto 30). Seyyar satıcılık bu aileler için önemli bir geçim kaynağıdır. Geriye kalan % 54'ünde ise (62 kişi) diğer aile fertleri serbest meslek diyebileceğimiz sürekliliği olmayan işlerde çalışmaktadır.



Foto 30: Ofis Sağlık Ocağı yolu üzerinde el arabası ile çok değişik mallar satan çocuk satıcı. Resmin sağ köşesinde yer alan babası ise bir başka seyyar tezgâhta satış yapmaktadır.

Ailede başka çalışan olup olmamasını yaş ile ilişkilendirilecek olursa; 0-14 yaş grubunda yer alan % 87'si bu soruyu evet olarak cevaplandırmışlardır. Bu grupta yer alanların seyyar satıcılığı ailelerine ek gelir amacıyla yaptıklarını söylenebilir. 15 yaş ve üzerinde ise bu soruyu evet olarak cevaplandıranların oranı azalmaktadır. 15-30 yaş grubunda % 46,5'e, 31-60 yaş grubunda % 14,6'ya, 61 yaş ve üstünde ise % 27,2'ye düşmektedir (Bkz. Tablo 48).

Tablo 48: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcı Ailelerinde Başka Çalışan Olup Olmadığı ile Seyyar Satıcıların Yaşlarının Karşılaştırılması (2009)

Diğer Çalışan	Yaş				
	0-14	15-30	31-60	61 ve üstü	Toplam
Var	40	53	19	3	115
Yok	6	61	111	8	186
Toplam	46	114	130	11	301

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların % 18,6'sı herhangi bir sosyal güvenceye sahip değildir. Seyyar satıcıların % 10'u Sosyal Güvenlik Kuruluşu'na (SGK) bağlı iken, % 71,4'ü ise yeşil kartlıdır (Bkz. Tablo 50). Diyarbakır, Şanlıurfa'dan sonra Türkiye'de yeşil kartın en fazla verildiği ildir. Diyarbakır'daki yeşil kart sayısı 10 Aralık 2009 tarihi itibarıyla 570.769'dur. (http://ykart.saglik.gov.tr/ykbs/ykbs_ilaktif.jsp). Herhangi bir sosyal güvencesi olmayan bu insanların tedavi olabilmek için tek yolları yeşil kart sahibi olabilmektir.

Seyyar satıcıların sosyal güvence durumları ile cinsiyetleri karşılaştırıldığında erkeklerin % 19,2'sinin herhangi bir sosyal güvenceye sahip olmadıkları görülmektedir. % 10,1'i SGK'ye kayıtlı iken, % 70,7'si ise yeşil kart sahibidir. Kadınların ise % 85,7'si yeşil kart sahibidir (Bkz. Tablo 49). Yeşil kartın herhangi bir sosyal güvenceye sahip olmayanlara devlet tarafından verilen bir imkân olduğu düşünülürse, seyyar satıcılar arasında sosyal güvencenin ne kadar az olduğu ortaya çıkacaktır.

Tablo 49: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Sosyal Güvence Durumları ile Cinsiyetlerinin Karşılaştırılması (2009)

Sosyal Güvence	Cinsiyet			
	Erkek	Kadın	Toplam	%
Hayır	55	1	56	18,6
SGK	29	1	30	10,0
Yeşil Kart	203	12	215	71,4
Toplam	287	14	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcılar arasında 0-14 yaş grubunun % 13'ü herhangi bir sosyal güvenceye sahip değildir. 15-30 yaş grubunun % 24,6'sı, 31-60 yaş grubunun % 15,4'ü, 61 ve üstü yaş grubunun % 18,2'si herhangi bir sosyal güvenceye sahip değildir. Sosyal güvenceye en az sahip olan kesim 15-30 yaş grubu, yani genç seyyar satıcılar oluşturmaktadır. Yeşil kart bütün yaş gruplarında en yüksek orana sahiptir (Bkz. Tablo 50).

Tablo 50: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Sosyal Güvence ile Yaşlarının Karşılaştırılması (2009)

Sosyal Güvence	Yaş				
	0-14	15-30	31-60	61 ve üstü	Toplam
Yok	6	28	20	2	56
SSK	6	10	7	0	23
Bağ-Kur	1	1	2	1	5
Emekli Sandığı	0	0	2	0	2
Yeşil Kart	33	75	99	8	215
Toplam	46	114	130	11	301

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların % 89,4'ünün aylık geliri 500 TL'den azdır. Yani seyyar satıcıların büyük çoğunluğu çok zor koşullar altında yaşamlarını sürdürmektedirler. 501-1000 TL arasında geliri olanların oranı ise % 10'dur. Bu grupta

yer alanları Diyarbakır için orta gelir grubunda değerlendirilebilir. Durumu iyi olanlar diyebileceğimiz; geliri 1001 TL'den fazla olanların oranı ise sadece % 0,7'dir (Bkz. Tablo 51).

Tablo 51: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcıların Aylık Gelirleri (2009)

Aylık Gelir	Frekans	%
500 TL'den az	269	89,4
501-1000 TL	30	10,0
1001 TL ve daha fazla	2	0,7
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Ankete katılan seyyar satıcıların % 61,8'inde ailenin aylık toplam geliri 500 TL'nin altındadır. Seyyar satıcı ailelerinin düşük gelirlerle yaşamlarını sürdürmek zorunda kaldıklarını söylenebiler. % 34,2'sinin aylık toplam geliri ise 501-1000 TL arasındadır. Bu aileleri yukarıda belirtilen gibi Diyarbakır için orta gelir grubunda ele alınabilir. 1001 TL ve üzeri gelir grubunda olanların oranı ise sadece % 4'tür (Bkz. Tablo 52).

Tablo 52: Diyarbakır'daki Seyyar Satıcı Ailelerinin Aylık Toplam Gelirleri (2009)

Aylık gelir	Frekans	%
500 TL'den az	186	61,8
501-1000 TL	103	34,2
1001 TL ve daha fazla	12	4,0
Toplam	301	100

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların ekonomik özelliklerinin genel bir değerlendirmesi yapılacak olursa; seyyar satıcıların büyük bir çoğunluğunun yaptıkları iş dışında başka bir gelire sahip olmadıkları görülmektedir. Seyyar satıcılık bu insanların tek geçim kaynağıdır.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların büyük kısmı ailelerinin geçimlerini tek başlarına üstlenmektedir. Çocuk seyyar satıcıların ailelerinde başka çalışanların bulunma oranı, 15 yaşın üstündeki seyyar satıcılara oranla daha fazladır. Çocuk seyyar satıcıların önemli bir kısmı aileye ek gelir olması için bu işi yapmaktadır (Bkz Foto 31).

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların çoğunluğu yeşil kartlıdır. Diyarbakır, Şanlıurfa'dan sonra yeşil kartın en fazla olduğu ikinci ildir.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların aylık gelirleri 500 TL'nin altındadır (Yaklaşık 350\$). Yine ankete katılan seyyar satıcıların yarıdan fazlasının ailesinin aylık toplam geliri de 500 TL'nin altındadır.



Foto 31. Diyar Galeria önünde el arabası ile patlamış mısır satan çocuk seyyar satıcı.

3.6. Seyyar Satıcıların İkametgâhları ve Satış Yaptıkları Mekânlar Arasındaki Mesafe İlişkisi

Seyyar satıcıların ikamet ettikleri mekânlarla satış yaptıkları mekânları karşılaştıracak olursak; seyyar satıcıların genellikle yakın mesafeleri tercih ettikleri görülecektir. Diyarbakır'daki seyyar satıcıların durumlarının anlayabilmek için, seyyar satıcıların yoğunlaştığı 15 alanda anket yapılmıştır. Bu alanlar; Koşuyolu Caddesi, Koşuyolu Parkı, Hz. Süleyman Caddesi, Gevran Caddesi, Kıbrıs Caddesi, Sakarya Caddesi, Emek Caddesi, Sanat Sokağı, Melik Ahmet Caddesi, Ekinciler Caddesi, Gazi Caddesi, Anıtpark, Ofis-Sağlık Ocağı Yolu, Nükhet Coşkun Caddesi, Akkoyunlu Caddesi'dir.

Koşuyolu Caddesi'nde 17 anket yapılmıştır. Ankete katılardan 16'sı Koşuyolu Caddesi'ne yakın mesafedeki 5 Nisan, Mevlana Halit, Kaynartepe ve Fatih

Mahallelerinde ikamet ederken, yalnızca bir tanesi Koşuyolu Caddesi'ne uzak sayılabilecek Şehitlik Mahallesi'nde oturduğunu belirtmiştir.

Koşuyolu Parkı'nda ise 26 anket yapılmıştır. Ankete katılanların tamamı Koşuyolu Parkı'na yakın olan 5 Nisan, Mevlana Halit, Kaynartepe, Fatih ve Muradiye mahallelerinde ikamet etmektedirler.

Hız. Süleyman Caddesi'nde 23 anket yapılmıştır. Ankete katılanlardan 12'si Suriçi'nde yer alan Hasırlı, Fatih Paşa, Dabanoğulları, Savaş, İskenderpaşa ve Melik Ahmet Mahallelerinde; 4 tanesi Bağlar İlçesi'nde yer alan Kaynartepe, Mevlana Halit ve 5 Nisan Mahallelerinde; 4 tanesi Yenişehir İlçesi'nde yer alan Şehitlik ve Feritköşk Mahallelerinde; 1 seyyar satıcı da Kayapınar İlçesi'nde yer alan Gaziler Mahallesi'nde oturduğunu ifade etmiştir. Hız. Süleyman Caddesi'nde anket yapılan 2 seyyar satıcı ise Diyarbakır'ın Çermik İlçesi'nden sadece perşembe günleri geldiklerini belirtmişlerdir. Hız. Süleyman Caddesi'nde uzaktan gelen seyyar satıcıların nispeten fazla olmasında Hız. Süleyman Camii'nin ve 27 Şehit Sahabe'nin mezarlarının bulunması ve dolayısıyla ziyaretgâh olması etkilidir. Diğer günler tek tük görülen seyyar satıcılar perşembe günleri adeta buraya yığılmaktadır (Bkz. Foto 32). Bundan dolayı buradaki anketler perşembe günü yapılmıştır.



Foto 32: Hız. Süleyman Caddesi'ne özellikle perşembe günleri satış yapmak için gelen seyyar satıcılar.

Gevran Caddesi'nde 14 anket yapılmıştır. Ankete katılanlardan 8'i Bağlar İlçesi'nde yer alan 5 Nisan, Kaynartepe, Yanıkköşk, Yunus Emre, Mevlana Halit Mahallelerinde; 3 tanesi Suriçi İlçesi'nde yer alan Hasırlı, Alipaşa ve Mardinkapı Mahallelerinde; yine 3 tanesi de Kayapınar İlçesi'nde yer alan Huzurevleri ve Diclekent Mahallelerinde oturmaktadırlar. Gevran caddesi şehrin merkezinde yer aldığından kentin değişik mahallerinden seyyar satıcılar buraya gelmektedirler.

Kıbrıs Caddesi'nde 8 anket yapılmıştır. Ankete katılanlardan 5 tanesi Kıbrıs Caddesi hemen yakınında yer alan ve Suriçi İlçesi'ne bağlı olan İsmetpaşa, İskenderpaşa, Lalabey ve Azizoglu mahallelerinde ikamet ederken 3 seyyar satıcı da il dışından (Eskişehir) geldiklerini belirtmiştir (Bkz. Foto 33). İl dışından gelen seyyar satıcıların 3'ü de akrabadır. Diyarbakır'a yazın gelerek yüzük, kolye, küpe, çakmak, saat vs. gibi hediyelik eşya sattıklarını belirtmişlerdir. 16:00-17:00 saatlerine kadar Kıbrıs Caddesi civarında satış yaptıklarını, bu saatten sonra kentin daha yoğun nüfuslu merkezi olan Ofis semtine gittiklerini belirtmişlerdir. Bu saatlerde gitmelerinin sebebi olarak da; bu saatten sonra zabitanın karışmamasını göstermişlerdir. Eskişehir'den mevsimlik olarak gelen bu seyyar satıcılar perşembe günleri Hz. Süleyman Caddesi'nde de satış yapmaktadırlar.



Foto 33: Kıbrıs Caddesi'nde çay satan bir seyyar satıcı.

Sakarya Caddesi'nde 35 anket yapılmıştır. Sakarya Caddesi Bağlar İlçesi'nde seyyar satıcıların en yoğun olduğu alandır. Ankete katılan seyyar satıcıların 33 tanesi

Bağlar İlçesi'ne bağlı olan 5 Nisan, Fatih, Yunus Emre, Kaynartepe, Mevlana Halit Mahallelerinde ikamet ederlerken, 1 seyyar satıcı Suriçi İlçesi'ne bağlı olan Melik Ahmet, 1 Seyyar satıcı da Kayapınar İlçesi'ne bağlı olan Huzurevleri Mahallesi'nde ikamet ettiğini belirtmiştir. Bu rakamlardan Sakarya Caddesi'nde satış yapan seyyar satıcıların ağırlığının yakın mahallelerden oldukları görülür.

Emek Caddesi'nde 21 anket yapılmıştır. Ankete katılan seyyar satıcıların 19 tanesi Emek Caddesi'nin de içinde yer aldığı Bağlar İlçesi'nin 5 Nisan, Kaynartepe, Mevlana Halit, Şeyh Şamil ve Fatih Mahallesi'nde ikamet ettiklerini belirtmişlerdir. 2 Seyyar satıcı ise sanayi ve Huzurevleri mahallerinde ikamet ettiklerini belirtmişlerdir. Emek Caddesi'ndeki seyyar satıcıların büyük kısmı yakın mahallelerde oturanlardan oluşmaktadır.

Sanat Sokağı'nda 17 anket yapılmıştır. Ankete katılan seyyar satıcıların 9 tanesi Bağlar İlçesi'nde yer alan 5 Nisan, Mevlana Halit, Fatih ve Kaynartepe Mahallelerinde; 3 tanesi Suriçi İlçesi'ne bağlı Şehitlik, Fatih Paşa Mahallelerinde ve Karabaş Köyünde ikamet ettiklerini belirtmişlerdir. 3 tanesi Yenişehir İlçesi'ne bağlı olan Ofis ve Çamlıca mahallelerinde ikamet ettiklerini belirtirken, 2 kişi de Kayapınar'a bağlı Peyas ve Kelebek mahallelerinde ikamet ettiklerini belirtmişlerdir. Sanat Sokağı'nda satış yapan seyyarların ikamet ettikleri mahallelerin çeşitlenmesinde, gençlerin tercih ettikleri bir sokak olan Sanat Sokağı'nda satış yapma imkânının fazla olması ve Diyarbakır'ın merkezi bir yerinde bulunması etkilidir.

Melik Ahmet Caddesi'nde 16 anket yapılmıştır. Ankete katılan seyyar satıcıların 10'u Suriçi'nde yer alan Melik Ahmet, Ali Paşa, Cemal Yılmaz, Hasırlı, Melik Ahmet, Lalabey, Ben'u Sen ve Mardinkapı Mahallelerinde ikamet ettiklerini belirtmişlerdir. 3'ü Bağlar İlçesi'ne bağlı 5 Nisan, Mevlana Halit ve Murat Mahallelerinde oturduklarını belirtirken, 2'si Yenişehir İlçesi'ne bağlı Şehitlik Mahallesi'nde, 1 tanesi de Kayapınar İlçesi'ne bağlı Huzurevleri Mahallesi'nde oturduğunu belirtmiştir. Melik Ahmet Caddesi'nde de seyyar satıcıların büyük kısmı yakın mahallelerde ikamet etmektedirler.

Ekinciler Caddesi'nde 26 anket yapılmıştır. Ankete katılan seyyar satıcıların 15'i Bağlar İlçesi'ne bağlı 5 Nisan, Kaynartepe, Selahaddin-i Eyyubi, Mevlana Halit ve Fatih Mahallelerinde ikamet etmektedirler. 8'i Suriçi'ne bağlı İskenderpaşa, Hasırlı, Melik Ahmet, Saraykapı, Cevat Paşa, Nebi Cami Mahallelerinde ikamet ederken, 3'ü de

Yenişehir'e bağlı Ofis ve Şehitlik Mahallelerinde ikamet etmektedirler. Ekinciler caddesi merkezi bir konumda olduğundan buradaki seyyar satıcılar da değişik mahallelerden buralar gelmekte, ağırlığı ise ekonomik yapının nispeten düşük olduğu Bağlar ve Suriçi'nden gelen seyyar satıcılar oluşturmaktadır.

Gazi Caddesi'nde 39 anket yapılmıştır. Ankete katılan seyyar satıcıların 32 tanesi Suriçi İlçesi'ne bağlı Fatih Paşa, Melik Ahmet, Dabanoğlu, İskenderpaşa, Saraykapı, Cevat Paşa, Ziya Gökalp, Camii Kebir, Süleyman Nazif, Feritköşk Mahallelerinde ikamet etmektedirler. 3'ü Bağlar İlçesi'ne bağlı Fatih, Kaynartepe, Muradiye Mahallelerinde ikamet ederlerken, 2'si Yenişehir İlçesi'ne bağlı Şehitlik ve Fiskaya, 2'si de Kayapınar'a bağlı 500 Evler Mahallesi'nde ikamet etmektedirler. Gazi caddesi Suriçi İlçesi sınırları içerisinde kaldığından, buradaki seyyar satıcıların büyük kısmını da yine yakın mahallelerden gelen seyyar satıcılar oluşturmaktadır (Bkz Foto 34).



Foto 34: Gazi Caddesi'nde ayran ve simit satan seyyar satıcılar.

Anıtpark'ta 17 anket yapılmıştır. Ankete katılan seyyar satıcıların 7 tanesi Yenişehir İlçesi'ne bağlı Şehitlik, Kooperatifler Mahallesi, Seyrantepe ve Dağkapı semtlerinde ikamet etmektedirler. 5'i Bağlar İlçesi'ne bağlı olan 5 Nisan, Mevlana Halit, Yunus Emre ve Fatih Mahallelerinde ikamet ederlerken, 4'ü Suriçi İlçesi'ne bağlı Dabanoğlu, Hançepek ve İskenderpaşa Mahallelerinde, 1'i de Kayapınar İlçesi'ne bağlı 450 Evler Mahallesi'nde ikamet etmektedir. Anıtpark kentin merkezi bir yerinde yer

aldığından kentin değişik yerlerinden gelen seyyar satıcılar olmasına rağmen ağırlık Anıtpark'ında içerisinde yer aldığı Yenişehir ilçesi sınırları içerisinde ikamet eden seyyar satıcılar oluşturmaktadır.

Ofis-Sağlık Ocağı Caddesi'nde 23 anket yapılmıştır. Ankete katılan seyyar satıcıların 19 tanesi Bağlar İlçesi'ne bağlı Kaynartepe, Muradiye, Şeyh Şamil, Fatih ve Mevlana Halit Mahallelerinde ikamet etmektedirler. 2'si Kayapınar İlçesi'ne bağlı olan Huzurevleri ve Gaziler mahallelerinde, 1'i Suriçi İlçesi'ne bağlı Hasırlı, 1'i de Yenişehir İlçesi'ne bağlı olan Şehitlik Mahallesi'nde ikamet etmektedir. Ofis-Sağlık Ocağı Caddesi'ni mekân tutan seyyar satıcıların ağırlığını da buraya yakın mahallelerden gelen seyyar satıcılar oluşturmaktadır.

Nükhet Coşkun Caddesi'nde 10 anket yapılmıştır. Ankete katılanların tamamı Nükhet Coşkun Caddesi'ni de içine alan Bağlar İlçesi'ne bağlı olan 5 Nisan, Muradiye ve Kaynartepe Mahallelerinde ikamet etmektedirler. Buradaki seyyar satıcıların tamamı yakın mahallelerde ikamet etmektedirler.

Akkoyunlu Caddesi'nde 9 anket yapılmıştır. Ankete katılanların 7'si Bağlar İlçesi'ne bağlı olan 5 Nisan, Şeyh Şamil, Fatih Mevlana Halit ve Kaynartepe Mahallelerinde ikamet etmektedirler. 2'si ise Suriçi'ne bağlı olan Camii Kebir ve Hasırlı Mahallelerinde ikamet etmektedirler. Akkoyunlu Caddesi'nde de ağırlık bu caddeye yakın yerlerde oturan seyyar satıcılar oluşturmaktadır.

Sonuç olarak Gevran, Ekinciler, Sanat sokağı, Anıtpark gibi kentin merkezinde yer alan mekânlarda satış yapmaya değişik ve uzak mahallelerden gelen seyyar satıcılarda bir çeşitlenme görülürken, kentin biraz daha kenarında yer alan mekânlarda daha çok yakın çevreden gelen seyyar satıcılar satış yapmaktadır. Bunda yakın mahallelerden gelen seyyar satıcıların buraları sahiplenmeleri ve kendilerini daha güvende hissetmeleri etkili olurken, kentin merkezi yerlerinde satış imkânını daha fazla olması değişik mahallelerden gelen seyyar satıcıların artışında etkili olmaktadır. Hz. Süleyman Caddesi'ne ayrıca değinmekte yarar vardır. Hz. Süleyman Caddesi özellikle perşembe günleri adeta seyyar satıcıların akınına uğramaktadır. Kentin değişik mahallelerinden seyyar satıcılar buraya satış yapmak için gelmektedir. Hatta Diyarbakır'ın ilçelerden satış yapmak için buraya gelen seyyar satıcılar bulunmaktadır. Eskişehir'den gelen ve yaz boyu Diyarbakır'da seyyar satıcılık yapanlara anket

yaptığımız gün burada da rastladık. Bu haliyle Hz. Süleyman Caddesi seyyar satıcılar için önemli bir satış yapma mekânıdır.

3.7. Diyarbakır’da Mevsimlere Göre Seyyar Satıcı Sayısında ve Satılan Ürün Türlerinde Görülen Değişimler

Diyarbakır’da yaz ve kış mevsiminde seyyar satıcı sayısında ve satılan ürün türlerindeki değişimleri ortaya koymak amacıyla da sayımlar yapılmıştır. Kışın yapılan sayımlar 19 ve 26 Şubat 2009 tarihlerinde 14:00-16:00 saatleri arasında yapılmıştır. Bu saat aralıklarının belirlenmesinde kışın havanın erken kararması ve soğuk olması etkili olmuştur. Yazın yapılan sayımlar 27 Ağustos 2009 tarihinde 16:00-22:00 saatleri arasında yapılmıştır. Bu saat aralıklarının belirlenmesinde ise seyyar satıcıların bu saatlerde yoğunlaşmaya başlamasının etkisi olmuştur.

Ekinciler Caddesi’nde seyyar satıcı sayısında kış ve yaz sayımları arasında sayıca fazla bir fark görülmemiştir (Bkz. Tablo 53). Ancak satılan ürünlerde bazı değişiklikler bulunmaktadır. Örneğin kestane kış meyvesi olduğundan kış sayımında rastlanan kestane satıcılarına yaz mevsiminde rastlanmamıştır. Bunun tersine kış mevsiminde rastlanmayan meyan kökünden yapılan şerbeti satanlara ise yaz sayımında rastlanmıştır. Bu durum üzerinde taze meyan kökünün bu mevsimde bulunması kadar yapılan şerbetin yazın serinletici olmasının da etkisi bulunmaktadır. Meyan kökünden yapılan şerbeti satanların sayıca fazla olmasında sayım yaptığımız zamanın ramazan ayı olmasının da etkisi vardır. Diyarbakır’da ramazan ayında meyan kökünden yapılan şerbet tüketimi artmaktadır. Bu şerbetler naylon poşetlere konularak kilo ile satılmakta ve iftarda tüketilmektedir.

Ofis Sağlık Ocağı Sokağı’nda kış ve yaz sayımı arasında sayıca ve satılan ürünler açısından büyük farklılıklar gözlenmemiştir. Yaz sayımında ramazan ayı olması sebebiyle meyan kökünden yapılan şerbet ve tandırda yapılmış olan ekmek satışı dikkat çekicidir.

Gevran Caddesi’nde yaz ve kış sayımı arasındaki fark çok azdır. Yazın seyyar satıcı sayısında az da olsa bir artış görülmektedir. Gevran Caddesi’nde yaz sayımında meyan kökünden yapılan şerbet satıcılarının fazla olması yukarıda da belirtildiği gibi sayım yapılan tarihin ramazan ayı içerisinde olması ile ilgilidir. Bu cadde üzerinde kaçak sigara satışının fazla olması da dikkat çekicidir. Kaçak sigara satışının fazla

olmasında Gevran Caddesi'nin kolorduya bağı askerlerin çarşıya çıkış güzergâhında olması ve Ofis semtinde yer aldığından yoğunlaşmanın olduğu bir yer olması etkili olmaktadır.

Sanat Sokağı'nda yaz ve kış sayımı arasındaki fark fazla değildir. Yaz sayımında seyyar gıda ve içecek dışı mallar satanlar biraz fazla çıkmıştır. Bunda yaz tatili nedeniyle yaşı ufak seyyar satıcıların jilet, tespih, çakmak vb. ürünleri satmaları ile gençlerin kendi yaptıkları takıları ve ikinci el kitapları satışa çıkarmaları etkilidir.

Anıtpark'ta yaz ve kış sayımı arasında sayıca fazla bir fark yoktur. Yaz sayımında seyyar gıda ve içecek satanlar ile gıda ve içecek dışı mallar satanlar biraz fazla çıkmıştır. Sayımın yapıldığı zamanın ramazan ayı olması nedeniyle kuruyemiş satanlara rastlanmazken, özellikle iftarda tüketilen meyankökünden yapılan şerbeti satan seyyar satıcılara rastlanılmıştır.

Akkoyunlu Caddesi'nde yaz ve kış sayımı arasında fazla bir farka rastlanmamıştır. Yaz sayımında seyyar gıda ve içecek satanların sayısında bir artış olmuştur. Bunda ramazan ayı olması sebebiyle meyan kökünden yapılan şerbetin ve tandır ekmeği satışının olması etkili olmuştur.

Melik Ahmet Caddesi'nde yaz ve kış sayımı karşılaştırıldığında yaz sayımındaki seyyar satıcı sayısı biraz fazla çıkmıştır. Seyyar gıda ve içecek satanların sayısında fazla bir değişiklik olmazken, gıda ve içecek dışı mallar ile seyyar hizmetlerde bir artış olmuştur. Bunda kış sayımında rastlanmayan çekçek arabalarının eklenmesi etkili olmuştur. Çekçek arabaları insan gücüne dayandığından kış koşullarında taşıma yapmak daha zordur. Oysa yaz mevsiminde bu araçlarla rahatlıkla taşımacılık hizmetleri verilebilmektedir.

Gazi Caddesi'nde yaz ve kış sayımı karşılaştırıldığında yaz sayımındaki seyyar satıcı sayısı kış sayımına göre oldukça fazla çıkmıştır. Seyyar yiyecek ve içecek satanların sayısında artış olmasında, ramazan nedeniyle meyve, sebze ve meyan kökünden yapılan şerbet satışındaki artış etkili olmuştur. Yiyecek ve içecek dışı malların satışında da özellikle tekstil ürünlerindeki artış etkili olmuştur. Seyyar hizmetlerde görülen artışta ise kış sayımında rastlanmayan çekçek arabalarının ve motosikletlerin artması etkili olmuştur. Yukarıda da belirtildiği üzere çekçek arabaları insan gücüne dayandığından kış koşullarında taşıma yapmak daha zordur.

Hız. Süleyman Caddesi'nde yaz ve kış sayımı karşılaştırıldığında yaz sayımındaki seyyar satıcı sayısı kış sayımına göre düşük çıkmaktadır. Seyyar gıda ve içecek satanların sayısının düşük çıkmasında sayımın ramazan ayında yapılması etkili olmuştur. Seyyar gıda ve içecek dışı mallar ile seyyar hizmetlerde yaz ve kış sayımı arasında fazla bir farka rastlanmamıştır.

Emek Caddesi'nde yaz ve kış sayımı karşılaştırıldığında; yaz sayımında, kış sayımına göre iki katından fazla seyyar satıcıya rastlanmıştır. Bu artışta seyyar gıda ve içecek satanlar ile seyyar hizmet verenler etkili olmuştur. Gıda ve içecek satanların sayısının artmasında ramazan ayı olması nedeniyle meyve ve sebze satanların sayısındaki artış etkili olurken; seyyar hizmet verenlerin sayısındaki artışta el arabası ve çekçeklerin sayısındaki artış etkili olmuştur. Çekçek arabaları insan gücüne dayalı olduğundan kışın pek fazla rastlanmazken, el arabasındaki artış emek caddesine açılan bir sokakta sayım yapılan gün pazar kurulması ve okulların tatil olması ile ilgilidir.

Sunay (Koşuyolu) Caddesi'nde yaz ve kış sayımı karşılaştırıldığında sayıca fazla bir fark görülmemektedir. Ancak satılan ürünlerde bir değişim söz konusudur. Seyyar gıda ve içecek satanların sayısı düşmüştür. Bunda kış sayımında döner, tatlı ve ciğer satanlara Ramazan ayı olması nedeniyle rastlanmaması etkili olmuştur. Gıda ve içecek dışı mallar satanlarda ise sayıca bir artış söz konusudur. Gıda ve içecek dışı mal satanlarda görülen artışın nedeni okulların tatil olması nedeniyle çocuk seyyar satıcıların sayısındaki artıştır.

Nükhet Coşkun Caddesi'nde yaz ve kış sayımı karşılaştırıldığında sayıca fazla bir fark olmadığı görülmektedir. Ancak satılan ürünler ve verilen hizmetlerin niteliğinde bir değişim söz konusudur. Seyyar gıda ve içecek satanlar sayıca düşüş göstermiştir. Kuruyemiş, tost, simit, tatlı, ciğer vb. gıda maddeleri satanların sayısında Ramazan ayı nedeniyle bir düşüş yaşanmıştır. Seyyar hizmet verenler ise sayıca artmıştır. Çekçek arabası ve motorla nakliye hizmeti verenler sayıca artış göstermiştir.

Sakarya Caddesi'nde yaz ve kış sayımı karşılaştırıldığında yaz sayımı kış sayımına göre daha düşük çıkmaktadır. Bunda seyyar gıda ve içecek ile gıda ve içecek dışı mallardaki düşüş etkili olmuştur. Ramazan ayı nedeniyle hemen tüketilmesi gereken ürünlerin satışında bir düşüş yaşanırken, gıda ve içecek dışı malların satışındaki

düşüşü seyyar satıcılar esnafın şikâyetine bağlamaktadır. Seyyar hizmetlerdeki artışa ise el arabası, çekçek arabaları, motosiklet gibi nakliye araçlarındaki artış sebep olmaktadır.

Koşuyolu Parkı'nda kış ve yaz sayımı karşılaştırıldığında yaz sayımı biraz düşük çıkmıştır. Bu durumda seyyar gıda ve içecek satanların sayısındaki azalma etkili olmuştur. Yaz sayımının ramazan ayında yapılması nedeniyle aynı gün içinde tüketilmesi gereken simit, çay, tatlı ve tost satanlara yaz sayımında rastlanmamıştır.

Kıbrıs Caddesi'nde kış ve yaz sayımı karşılaştırıldığında yaz sayımı daha yüksek çıkmaktadır.

Tablo 53: Diyarbakır'da Kış ve Yaz Mevsimlerindeki Seyyar Satıcı Sayıları ve Satılan Malların Türleri (2009)

Sayım Yapılan Yer	Satılan Malların Türleri							
	Kış	Yaz	Kış	Yaz	Kış	Yaz	Toplam	
	A	A	B	B	C	C	Kış	Yaz
Ekinciler Caddesi	11	13	23	20	12	14	46	47
Ofis-Sağlık Ocağı Sokağı	9	8	37	40	3	2	49	50
Gevran Caddesi	8	14	14	12	3	4	25	30
Sanat Sokağı	14	14	1	5	2	2	17	21
Anıtpark	2	3	2	3	4	4	8	10
Akkoyunlu Caddesi	1	4	4	4	2	2	7	10
Melik Ahmet Caddesi	11	10	14	16	3	6	28	32
Gazi Caddesi	9	17	11	15	18	33	38	65
Hız. Süleyman Caddesi	43	26	57	59	7	5	107	90
Emek Caddesi	7	23	6	5	9	17	22	45
Sunay (Koşuyolu) Caddesi	17	11	9	18	2	1	28	30
Nükhet Coşkun Caddesi	29	15	5	6	4	15	38	36
Sakarya Caddesi	29	21	54	41	1	9	84	71
Koşuyolu Parkı	19	6	3	7	3	8	25	21
Kıbrıs Caddesi	2	5	4	9	2	1	8	15
Toplam	211	190	244	260	75	123	530	573

Kaynak: Alan Anketleri (2009)

- A. Yiyecek ve İçecek Satanlar
- B. Yiyecek ve İçecek Dışı Mallar Satanlar
- C. Hizmet Verenler

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
SONUÇ VE ÖNERİLER

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Seyyar satıcılık günümüzde ortaya çıkan bir iş değildir. Kökeni çok eskilere kadar iner ve genellikle göç ile karakterize edilir. Göç ile kente gelen nüfusun, kente uyum sağlama sürecinde geçimini sağlamak için başvurduğu önemli yollardan birisidir. Bu durumun örneklerine geçmişte de rastlıyoruz.

Ortaçağ Avrupa'sında Fransa'da "colporteur" adı verilen seyyar satıcılar, Brezilya'da sömürge döneminde "pregoeiros" adı verilen seyyar satıcılar, kökeni Orta Asya'ya kadar inen Türkiye'deki "çerçiler" seyyar satıcıların ilk örnekleri arasındadır. Faroqi, 16.yüzyıl Osmanlı Anadolu'sunun kentsel gelişmesini tasvir etmeye yönelik olarak hazırladığı kitabında göç olgusu ile seyyarlığı ilişkilendirmektedir.

Türkiye özellikle 1950'li yıllardan itibaren kırsal alanlardan, kentsel alanlara doğru yaşanan bir göç olgusu ile karşı karşıyadır. Bu dönemde başlayan göçlerin temeli ekonomiktir. Kırsal alanlardan kentlere doğru olan bu göçlerin sonucunda kent nüfusları olağanüstü bir artış göstermiştir. Kentlere olan göçün bir sonucu da kentsel işsizlik oranlarında ciddi bir artışa sebep olmasıdır. Gecekondulara yığılan çoğu vasıfsız bu işsiz kitleler geçimlerini sağlamak amacıyla mesleğe girişin kolay olduğu, fazla sermaye gerektirmeyen, formel ekonomi kurallarının uygulanmadığı, sosyal güvenceden yoksun enformel istihdam alanlarına yönelmiş ve özellikle seyyar satıcılık yapmışlardır.

1980'li yıllardan itibaren ve özellikle 1990'lı yıllarda ülkemiz farklı bir göç olgusu ile karşı karşıya kalmıştır: Zorunlu göç. Bu göç olgusundan en fazla Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgeleri etkilenmiştir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan Diyarbakır da zorunlu göçten en fazla etkilenen illerimiz arasında yer almaktadır.

1984 yılında başlayan ve günümüze kadar devam eden terör olayları sonucunda bölgede ve Diyarbakır'da birçok yerleşim birimi zorunlu göç ile boşaltılmıştır. Yerleşim alanları boşaltılan bu insanlar başka yerlere göç etmişlerdir. Göç ettikleri yerlerin başında da Diyarbakır kent merkezi gelmektedir. Bu göçlerden dolayı Diyarbakır mekânsal olarak yatay ve dikey yönde çok büyümüştür. Alt yapıdan yoksun gecekondu mahallelerinin yanı sıra; modern yeni yerleşim alanları da ortaya çıkmıştır.

Kırsal kesimde sadece tarım ve hayvancılıkla geçinen göçmen nüfusun kentlerde neredeyse tek geçim kaynağı gündelik işler ve seyyar satıcılık olmuştur. Diyarbakır'da

kültürel coğrafi görünümü yansıtan önemli öğelerden biri haline gelen seyyar satıcılar, kentin sokak ve caddelerini kendilerine birer iş alanı haline getirmişlerdir. Kâğıt mendil, sakız, kalem satan çocuklar, kendi doldurduğu veya korsan olarak çoğalttığı kaset ve CD'leri satanlar, tabla adını verdikleri tezgâhlarda kaçak sigara satanlar, el arabası üzerinde meyve sebze satanlar, Diyarbakır'ı yansıtan, orada yaşayan nüfusun önemli bir bölümünün sosyo-ekonomik ve kültürel yapısını belirginleştiren olgulardır. Bu yapı bize kente olan göçü, işsizliği ve yoksulluğu anlatması bakımından önemlidir.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların demografik durumlarını ortaya koyabilmek için yapılan anketlerde toplam 19 soru sorulmuştur. Bu sorular; cinsiyet, yaş grupları, doğum yeri, medeni hali, çocuk sayısı, eğitim durumu, ikametgâh durumu ve göç ile ilgili sorulardan oluşmaktadır.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların % 95,3'ünü erkek seyyar satıcılar oluşturmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasında bölgedeki geleneksel yapının etkisi bulunmaktadır. Ankete katılan seyyar satıcıların % 81,1'ini 15-60 yaş grubu oluşturmaktadır. Bu rakamlar Diyarbakır'da seyyar satıcılığın gerçek bir geçim kaynağı olmasının bir göstergesidir. Seyyar satıcıların % 91,4'ü Diyarbakır ili doğumludur. Evli olanların oranı % 56,8'dir. Bu rakamın da yüksek çıkması önemli bir geçim kaynağı olduğunun bir göstergesidir. Seyyar satıcıların % 43,5'i eş ve çocukları ile % 40,2'si ise anne-baba ve kardeşleriyle aynı evi paylaşmaktadır. Bu rakamlardan başlangıçtaki hipotezin aksine seyyar satıcıların büyük kısmının geniş ailelerden değil çekirdek ailelerden oluştuklarını göstermektedir. Seyyar satıcıların büyük çoğunluğu çekirdek ailelerden oluşsa da ailedeki çocuk sayısı fazladır. 4 ve üzeri çocuk sayısı olanlar seyyar satıcıların % 61,8'ini meydana getirmektedir. Buna bağlı olarak da hanede yaşayan insan sayısı fazla çıkmaktadır.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların eğitim seviyeleri düşüktür. İlköğretim ve daha altı eğitim seviyesine sahip olanların oranı % 84,8'e ulaşmaktadır. Öğrenci olanların % 83,1'ini ilköğretim çağındaki olanlar oluşturmaktadır.

Seyyar satıcıların oturdukları konutların sahibi olanların oranı % 54,2 iken kiracı olanların oranı % 45,5'tir. Ev sahibi olanların fazla çıkmasında seyyar satıcıların büyük kısmının Diyarbakırlı olmasının etkisi bulunmaktadır. Seyyar satıcıların % 57,5'i

ev sahibi veya kiracı olarak apartmanlarda otururken, % 18,3'ü ev sahibi ve kiracı olarak gecekondularda oturmaktadır.

Seyyar satıcıların % 58,8'i Bağlar, % 27,6'sı Suriçi ilçelerinde ikamet etmektedirler. Bu ilçeler düşük gelir gruplarının ikamet ettikleri yerleşmelerin yoğun olduğu yerlerdir. Bağlar ilçesi 1980'lerden sonra Diyarbakır'a göç edenlerin yerleştikleri bir yerleşim merkezi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Anket yapılan seyyar satıcıların % 41,2'si (124 kişi) Diyarbakırlıdır. % 58,8'i ise (177 kişi) Diyarbakır'a göç ile gelmiştir. Seyyar satıcılardan göç ile Diyarbakır'a gelenlerin % 46,3'ü iş bulmak, % 33,9'u köylerinin boşaltılması, % 11,9'u terör olayları, % 2,3'ü akraba ve tanıdıkların etkisiyle, % 1,1'i kan davası, % 4,5'i ise diğer nedenlerle Diyarbakır'a göç etmişlerdir. Diyarbakır'a göç ile gelen seyyar satıcıların % 83'ü (147 kişi) Diyarbakır'ın ilçelerinden, % 13,6'sı (24 kişi) diğer il ve ilçelerden, % 3,4'ü ise (6 kişi) Diyarbakır'a günü birlik veya mevsimlik olarak gelmektedir. Diyarbakır'a ilçelerinden göç edenlerin % 42,8'i iş bulmak, % 37,4'ü köy boşaltmaları, % 12,2'si ise terör olayları ve % 7,6'sı ise diğer nedenler ile göç ettiklerini belirtmişlerdir. Diğer illerden göç edenlerin % 63'ü iş bulmak, % 18,5'i köy boşaltmaları ve % 11'i terörden kaçmak amacıyla Diyarbakır'a göç etmişlerdir. Diyarbakır'a göç ile gelen seyyar satıcıların büyük bir kısmı 1984-1999 yılları arasında göç ile gelenler oluşturmaktadır (% 35,5). Diyarbakır'a göç ile gelen seyyar satıcıların % 59,8'inin memleket veya köyü ile iletişimi devam etmektedir. Diyarbakır'a göç ile gelen seyyar satıcıların büyük bir kısmının memleket veya köyü ile iletişimi devam etse de geri dönmeyi düşünenlerin oranı azdır (% 23,2).

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların mesleki özelliklerini ortaya koyabilmek için 27 soru sorulmuştur. Bu sorular kişinin; ne kadar zamandır bu işi yaptığı, yaptığı işten memnuniyeti, haftanın kaç günü ve günde kaç saat çalıştığı, çalışma yeri, ne tür mallar sattığı, sattıkları ürünleri nerelerden temin ettikleri, sattığı ürünlerin niteliği, seyyar satıcılığa başlama sebepleri, seyyar satıcılığın sorunları ve satış yaparken kullandığı araçlarla ilgili sorulardan oluşmaktadır.

Seyyar satıcıların büyük çoğunluğu (% 37,5) 10 yıldan fazla bir zamandan beri bu mesleği yapmaktadır. Bu gruba giren seyyar satıcıların artık bu mesleği benimsediklerini ve daha profesyonel hale geldiklerini söyleyebiliriz. Seyyar satıcıların

% 64,8'i yaptığı işten memnun değildirler. Bu da bize seyyar satıcılığın isteyerek değil zorunluluklardan yapılan bir meslek olduğunu göstermesi bakımından önemlidir. Seyyar satıcıların % 73,1'i haftanın 7 günü çalışmaktadır. Günde 8 saatten fazla çalışanların oranı % 71,1'e ulaşmaktadır. Bu uzun çalışma sürelerini iklim koşullarıyla da ilişkilendirecek olursak; seyyar satıcılığın ne kadar zor ve yorucu bir iş olduğu kendiliğinden ortaya çıkmaktadır.

Seyyar satıcıların % 71,4'ü sürekli aynı yerde satış yaptıklarını belirtmişlerdir. Bir başka ifadeyle seyyar satıcılar kentin belli mekânlarını sahiplenmişler ve bu mekânları ticari kazanç alanı haline getirmişlerdir.

Seyyar satıcılar sattıkları mal türlerine göre sınıflandırılacak olursa; % 49,2'sini gıda ve içecekler, % 38,2'sini gıda ve içecek dışı mallar ve % 12,6'sını ise seyyar hizmetler oluşturmaktadır.

Diyarbakır'daki seyyar satıcılar sattıkları ürünlerin % 82,4'ünü Diyarbakır'dan almaktadır. İstanbul % 6, diğer iller % 8,3 ile takip etmektedir. Seyyar satıcıların % 83,4'ü sürekli aynı ürünleri sattıklarını belirtmişlerdir. Bunda sattıkları ürünlerde uzmanlaşma, nerede nasıl satacaklarını bilme, kısaca o işi öğrenme etkili olmaktadır. Seyyar satıcıların % 56,1'i sattıkları ürünleri orta kalite ürünler olarak görmekte, kalitesiz ürün sattıklarını kabul etmemektedir. Bu durum çalışmanın başında ortaya koyulan düşük kalitede mallar sattıkları hipotezi ile çelişmektedir.

Seyyar satıcıların bu işe başlama sebeplerinin başında % 70,1 ile işsizlik gelmektedir. Diyarbakır gibi işsizliğin çok yoğun olduğu bir kentte bu sebebin başta gelmesi şaşırtıcı değildir. Seyyar satıcıların % 65,4'ü bu işe kendiliğinden çevrede görerek başladıklarını belirtmişlerdir. Seyyar satıcılar bu işi bir geçim kaynağı olarak görmelerine rağmen yaptığı işi dostlarına ve arkadaşlarına tavsiye etmemektedirler. Seyyar satıcıların % 70,1'i herhangi bir mesleki vasıfları olmadıklarını belirtmiştir. Bu durum araştırmaya başlarken ortaya koyduğumuz hipoteze uygundur. Seyyar satıcıların % 75,1'i seyyar satıcılığı sürekli bir iş olarak görmemektedirler. Daha iyi bir iş bulduklarında bu işi bırakacaklarını belirtmektedir. Buradan seyyar satıcıların yaptıkları işi devamlı bir iş olarak görmedikleri sonucuna ulaşılmaktadır.

Seyyar satıcıların % 89,7'si sabit bir yerleri olmasını istemektedirler. Sabit yer istemelerindeki temel sebepler; satışların artacağı, hava koşullarından koruması,

gezmek zorunda kalmayacakları ve zabıtalardan karışmayacağı yönündeki düşüncelerdir. Seyyar satıcıların aynı mekânda toplanmasını isteyenlerin oranı ise % 61,1 iken bunu istemeyenlerin oranı % 38,9'dur. İki tarafından temel kaygıları ekonomiktir. Aynı mekânda toplanmasını isteyenlerin büyük kısmı satışların artacağına inanırlarken, aynı mekânda toplanmasını istemeyenlerin büyük bir kısmı da satışların düşeceğine inanmaktadırlar.

Seyyar satıcıların % 93,4'ü seyyar satıcılık dışında başka bir iş ile uğraşmamaktadırlar. Diyarbakır'da iş imkânlarının kısıtlı olması bu durum üzerinde etkili olmaktadır. Ankete katılan seyyar satıcıların % 55,8'i daha önce başka bir işte çalışmadığını ifade etmiştir. Bu durum, seyyar satıcılığı işsizliğe karşı başvurulacak önemli yollardan biri olduğunu göstermesi bakımından önemlidir.

Seyyar satıcıların % 60,1'i seyyar satıcılar derneği kurulsaydı üye olabileceğini belirtmektedir. Buna sebep olarak da seyyar satıcılar ile ilgili düzenlemelerde söz sahibi olabileceklerini göstermektedirler.

15 yaşın altında olan seyyar satıcıların en önemli sorunu, bu işin çok yorucu olmasıdır (% 43,5). Bu sorunu okulun aksatılması izlemektedir (34,8). 15 yaşın üstündeki seyyar satıcıların en önemli sorunu ise gelir düşüklüğüdür (% 44,7). Bunu ağır ve kötü çalışma koşulları izlemektedir (% 16,5).

Seyyar satıcıların % 91,4'ü belediye ve zabıtalardan olan sorunlarını belediye ile görüşerek aştıklarını belirtmişlerdir. Belediye ve zabıta mesai saatleri içerisinde, seyyar satıcıların kentin merkezi kısımlarında özellikle Ofis semti civarında görünmesini istememektedirler. Ofis semti Diyarbakır'ın vitrini olan bir mekân olduğundan bu durum anlayışla karşılanabilir. Saat 16:00'dan sonra ise arka sokaklarda, aralarda takılan seyyar satıcılar yoğun olarak cadde ve sokaklara çıkmaktadırlar.

Seyyar satıcıların % 97'si herhangi bir kişi ya da kuruma ödeme yapmadıklarını belirtmişlerdir. Kalan % 3'lük kesim ise belediyeye ve dükkân sahiplerine ödeme yaptıklarını belirtmişlerdir.

Seyyar satıcılar, satış yaparken çok çeşitli araçlardan yararlanmaktadırlar. Karton, muşamba, branda, bez, kampet, özel yapılmış tekerlekli araçlar, el arabası, camekânlı tezgâhlar, otomobil bagajları, somya, döner tezgâhı, termos, bidon, sopa,

poşet, tepsi, çaydanlık, boya sandığı, tartı, tahta tezgâh, tahta ve plastik kasa, çuval, meyan kökü için şerbet takımı, kürsü, ayakkabı tamir makinesi, kazan, ayakkabı kutusu, masa ve sepetli motor satış yaparken kullandıkları araçlar arasındadır.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların ekonomik durumlarını ortaya koyabilmek için yapılan anketlerde toplam 5 soru sorulmuştur. Bu sorular kişinin; seyyar satıcılık dışında başka bir gelire sahip olup olmadığı, ailede başka çalışan olup olmadığı, herhangi bir sosyal güvenceye sahip olup olmadığı, seyyar satıcılıktan kazandığı aylık gelir ve ailenin toplam geliri ile ilgili sorulardan oluşmaktadır.

Seyyar satıcıların % 87'si seyyar satıcılık dışında herhangi bir gelire sahip değildir. Seyyar satıcılık bu insanlar için tek gelir kaynağıdır. Seyyar satıcıların % 61,8'i ailede kendisinden başka çalışan olmadığını belirtmiştir.

Seyyar satıcıların % 71,4'ü yeşil karta sahiptir. Türkiye'de yeşil kartın en fazla verildiği illerin başında Diyarbakır gelmektedir. Herhangi bir sosyal güvencesi olmayan bu insanların tedavi olabilmek için tek yolları yeşil kartlı olabilmektir.

Seyyar satıcıların % 89,4'ünün aylık geliri 500 TL'den azdır. 501-1000 TL arasında gelir sahibi olanların oranı % 10 iken, 1001 TL ve üstü gelir sahibi olanların oranı sadece % 0,7'dir. Yani seyyar satıcıların büyük çoğunluğu çok zor koşullar altında yaşamlarını sürdürmektedirler. Seyyar satıcı ailelerinin % 61,8'inin aylık toplam geliri 500 TL'nin altındadır. % 34,2'sinin aylık geliri 501-1000 TL arasında iken, 1001 TL ve üzerinde olanların oranı ise % 4'tür. Seyyar satıcı aileleri düşük gelirlerle yaşamlarını sürdürmek zorunda kalmaktadır.

Sonuç olarak seyyar satıcılık önceden beri var olan bir iştir ve genellikle göç ile ilişkilendirilir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin hepsinde seyyar satıcılara rastlanır. Gelişmiş ülkelerde, daha çok gelişmekte olan ülkelere gelen göçmenlerin yaptığı bu işi; gelişmekte olan ülkelere daha çok kırsal kesimden gelen göçmenler yapmaktadır. Ancak dünyada yaşanan ekonomik krizler, kentsel yoksulluğun artışı vb. birçok faktör orta sınıf insanların ve kentlerde yaşayan gençlerin de bu işe yönelmesine sebep olmaktadır. Ülkemizde 1950'li yıllarda hızlanan kırsal alanlardan, kentsel alanlara doğru olan göçlerle kentlerimizde sayıca artan seyyar satıcılara, işsizlik ve ekonomik krizler nedeniyle orta sınıf ve işsiz genç kitleler de eklenmektedir. Ülkemizin Doğu ve Güneydoğu bölgeleri ise ekonomik kökenli bu göçlerin yanı sıra farklı bir göç dalgası

ile karşı karşıya kalmıştır: Zorunlu göç. Zorunlu olarak yer değiştiren ve kırsal alanlarda tarım ve hayvancılıkla uğraşan bu insanlar, kentlerde ayakta kalabilmek için gündelik işlerde çalışmışlar ve seyyar satıcılık yapmışlardır.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların büyük bir kısmını erkeklerin oluşturması başlangıçtaki hipotezimize uygundur. Bu durum üzerinde bölgedeki geleneksel yapı etkili olmuştur. Evin geçindirilmesinde erkeğin birinci derecede sorumlu olması, erkek seyyar satıcıların fazla olmasında önemli bir diğer etkidir. Evli olan seyyar satıcıların fazlalığı bu durumu doğrulamaktadır.

Seyyar satıcıların çoğunluğunu göç ile Diyarbakır'a gelenlerin oluşturması da başlangıçtaki hipotezimize uygun düşmektedir. Göçmen nüfusun başlıca geçim kaynaklarından biri olan seyyar satıcılık sadece Diyarbakır'a özgü bir olgu değildir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki göçmen nüfusun da başlıca geçim kaynakları arasındadır. Göçmen nüfusun yanı sıra işsizlik ve ekonomik krizler nedeniyle kentlerde yaşayan daha geniş kitlelerin önemli bir geçim kaynağıdır. Ayrıca İstanbul, İzmir, Ankara gibi büyük kentlerde yapmakta olduğu işin yanında ek gelir amacıyla seyyar satıcılık yapanlara da rastlanılmaktadır. Diyarbakır'da ise durum farklıdır. Memur ve işçi gibi herhangi bir işi olanlara seyyar satıcılık yaparken rastlamak güçtür. Çünkü Diyarbakır'da bu kesim toplumun nispeten varlıklı kesimi olarak kabul edilmektedir.

Diyarbakır'daki seyyar satıcı ailelerinin genellikle kalabalık olması hipotezimize uygundur. Ancak Diyarbakır'daki seyyar satıcı ailelerinin kalabalık olması ataerkil aile yapısından değil, çocuk sayısının fazla olmasından kaynaklanmaktadır. Diyarbakır'daki seyyar satıcıların ailelerinin büyük kısmı çekirdek ailelerden oluşmaktadır.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların büyük kısmını kırsal kesimden göç ile gelenler oluşturduğundan mesleki vasıfları yoktur ve eğitim seviyeleri düşüktür. Bu durum da başlangıçtaki hipotezimize uygun düşmektedir. Kentlerdeki iş alanları genellikle mesleki eğitim gerektiren ve belli bir eğitim düzeyi gerektiren işler olduğundan göç ile gelen bu nüfus kentlerdeki formel iş alanlarında kendilerini geçindirecek bir iş bulmaları çok zor olmaktadır.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların çoğunluğu başlangıçtaki hipotezimize uygun olarak düşük gelir gruplarının ikamet ettiği mahallelerde oturmaktadırlar. Bu mahalleler

özellikle 1990'lı yıllarda yaşanan yoğun göçler sonucu ortaya çıkan gecekondu mahalleleridir.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların yarından fazlasının göç ile geldikleri yerler ile iletişimleri devam etmektedir. Bu durum başlangıçtaki hipotezimize uygundur. Bu ilişkinin devamı onlara ekonomik ve sosyal anlamda destek de sağlamaktadır. 1984-1999 yılları arasında göç ile gelen asıl büyük asıl büyük kitlenin geldikleri yerler ile iletişimlerinin daha fazla olduğu görülmektedir. Bu dönemde gelenlerin büyük kısmını zorunlu göç ile gelenler oluşturduğundan bu kesimin geldikleri yerler ile ilişkilerini tam olarak koparmamış ve fırsat buldukça geldikleri yerler ile iletişimlerini devam ettirmişlerdir. 1984'ten önce göç edenler ile 2000 ve sonrasında göç edenler karşılaştırıldığında göç etme dönemi eskiye gittikçe geldikleri yerler ile iletişimleri azalmaktadır.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların büyük bir kısmı üç yıldan fazla bir süredir bu işi yapmaktadır. Diyarbakır'daki seyyar satıcılar yaptıkları işten memnun değildirler ve bu işi sürekli bir iş olarak görmemektedirler. Daha iyi bir iş bulduğunda bu işi bırakacağını söyleyen seyyar satıcılar çoğunluktadır. Ancak üç yıldan fazla bir zamandan beri bu işi yapanların bu işi artık benimsedikleri ve artık bir “meslek” haline getirdikleri söylenebilir. Diyarbakır'daki seyyar satıcıların çoğunluğu haftanın yedi günü de çalışmaktadırlar. Bunda kazançlarının günlük olması etkilidir. Bu durum başlangıçtaki hipotezimize uygundur.

Alan çalışması olarak Diyarbakır kent merkezinde seyyar satıcıların yoğun olduğu; Ekinciler Caddesi, Ofis-Sağlık Ocağı Sokağı, Gevran Caddesi, Sanat Sokağı, Anıtpark, Akkoyunlu Caddesi, Melik Ahmet Caddesi, Gazi Caddesi, Hz. Süleyman Caddesi, Emek Caddesi, Sunay (Koşuyolu) Caddesi, Koşuyolu Parkı, Nühket Coşkun Caddesi, Kıbrıs Caddesi ve Sakarya Caddesi seçilmiştir.

Alan çalışması olarak bu mekânların seçilmesinde, seyyar satıcıların kentin bu kısımlarında toplanması etkili olmuştur. Seyyar satıcılar satış yapmak için yaya ve araç trafiğinin yoğunlaştıkları merkezi iş alanlarını seçmektedirler. Bunda müşteri sayısı ve çeşitliliğinin artması rol oynamaktadır.

Seyyar satıcılar kentin bu mekânlarını aralarında yazılı bir sözleşme olmaksızın paylaşmaktadırlar. Aynı ürün türleri satan seyyar satıcılar genellikle birbirinden uzak

durmakta ve kendi aralarında paylaştıkları satış yerleri başka bir seyyar satıcı tarafından kullanılmadıkça herhangi bir sorun çıkmamaktadır. Hafta içi saat 16:00'dan sonra ve hafta sonları (özellikle pazar günleri) kentin sokak ve caddelerini serbestçe kullanmaktadırlar. Bunun adeta zabıta ile aralarında problem çıkmaması için uyulan resmiyeti olmayan bir anlaşma uyarınca olduğunu ifade etmektedirler. Bu kurala uydukları sürece zabıta ile problem yaşanmadığını, zabıta ile genellikle anlaşma yoluna gittiklerini ve pek fazla zorluk çıkarmadıklarını ifade ederek, zabitanın mallarına el koyduğunda ise bir şekilde geri aldıklarını söylemektedirler.

Diyarbakır'daki seyyar satıcılar sattıkları ürünleri veresiye mal aldıkları Diyarbakır'daki toptancılardan almaktadır.

Diyarbakır'daki seyyar satıcıların aylık gelirleri 500 TL'nin altındadır (Yaklaşık 350 \$). Bu durum üzerinde müşteri hedef kitlesinin düşük gelirli olması sonucu hem kar hem de satış oranlarının az olması etkili olmaktadır.

Diyarbakır'ın sokak ve caddelerinde sıradan bir görüntü oluşturan seyyar satıcılar, kentsel yoksulluğu anlatması bakımından önemlidir. Kentsel yoksulluğu azaltmak ve yoksulluğa karşı mücadele etmenin yollarından birisi de seyyar satıcıların sorunlarıyla ilgilenmektir. Bu sayede bu insanlarla sosyal diyalog kurularak; pozitif ayrıcalıklar tanınabilir. Örneğin; seyyar satıcıların kendi işyerlerini kurabilmeleri için mikrokredilerle desteklenebilir. Çünkü kamu ve özel bankalar yasal zorunluluklarını yerine getirmiş işyerlerine kredi açmalarından dolayı mikrokredi uygulaması yasal vergi mükellefi olmayan seyyar satıcılar açısından önemlidir.

Seyyar satıcılığın zabıta önlemleriyle çözülemeyeceği de açıktır. Seyyar satıcılara sadece kayıt dışı ekonomi ve vergi açısından bakmamak gerekir. Seyyar satıcılık bu insanlar için önemli bir gelir kaynağıdır. Günlük koşuşturmalar arasında fark edemediğimiz ve tek istekleri yalnızca bir iş olan bu insanların sessiz çılgınlıkları duyulabilirse olası sosyal patlamalar önlenabilir ve sorunlar daha kolay çözülebilir.

Diyarbakır örneğinde ele alınan seyyar satıcılar ve onların kentsel mekânları kullanımı, Türkiye'de coğrafya alanında yapılan ilk çalışmadır. Bundan dolayı bazı eksiklikleri bulunabilir. Bu alanda diğer bilim disiplini alanlarında yapılan çalışmalar da sınırlıdır. Bu konuya yönelik kamuoyunda bir farkındalık oluşturulabilirse yapılan çalışmaların sayısı artacak ve sorunlara kalıcı çözümler üretilebilecektir.

KAYNAKÇA

- Akgeyik, T., Yavuz, A., Ersöz, H.Y., Özdemir, S., Şenocak, H., 2004,** İstanbul’da Enformel Sektör İşportacılar, Erguvan Yayınevi, İstanbul.
- Arseven, A., 2004,** Anket Hazırlama (Alan Araştırmaları İçin), Gündüz Eğitim ve Yayıncılık, Ankara.
- Arslan, R., 1999,** “Diyarbakır Kentinin Tarihi ve Bugünkü Konumu”, Diyarbakır: Müze Şehir, Yapı Kredi Yayınları, Sayfa: 80-107, İstanbul.
- Balcı, A., 2001,** Sosyal Bilimlerde Araştırma (Yöntem, Teknik ve İlkeler), Pegem A Yayınları, Ankara.
- Bayat, A., 2006,** Ortadoğu’da Maduniyet -Toplumsal Hareketler ve Siyaset- (Derleyenler: Özgür Gökmen-Seçil Deren), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Beysanoğlu, Ş., 1999,** “Kuruluşundan Günümüze Kadar Diyarbakır Tarihi”, Diyarbakır: Müze Şehir, Yapı Kredi Yayınları, Sayfa: 38-79, İstanbul.
- Cemaloğlu, N., 2009,** Bilimsel Araştırma Yöntemleri (Editör: Abdurrahman Tanrıöğen), “Veri Toplama Teknikleri” Sayfa: 133-164, Anı Yayıncılık, Ankara.
- Çelik, C., 2007,** “Türk’ün Şehirle İmtihanı”, Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi, Yıl: 5, Sayı: 10, Sayfa: 1-13, Konya.
- DİE, 2002,** Diyarbakır İli 2000 Genel Nüfus Sayımı, Nüfusun Sosyal ve Ekonomik Nitelikleri, Ankara.
- Diyarbakır Büyükşehir Belediye Başkanlığı, (?),** Diyarbakır Kent Haritası, Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi Yayınları, İstanbul.
- Diyarbakır Büyükşehir Belediye Başkanlığı, 2004,** Taşlar ve Düşler, Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi Başkanlığı Kültür ve Sanat Yayınları, İstanbul.
- Eraydın, A., 2006,** Değişen Mekan (Derleyen: Ayda Eraydın), “Mekansal Süreçlere Toplu Bakış”, Sayfa: 25-67, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.

- Erkan, R., Bağlı, M., 2005**, “Göç ve Yoksulluk Alanlarında Kentle Bütünleşme Eğilimi: Diyarbakır Örneği”, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, Cilt: 22, Sayı: 1, Sayfa: 105-124, Ankara.
- Farooqi, S., 2000**, Osmanlı’da Kentler ve Kentliler (3. Baskı), Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Fleming, M., Roman, J., Farrell, G., 2000**, “The Shadow Economy”, Journal of International Affairs, Spring, Vol. 53, Issue 2, pp. 387-410, USA.
- <https://dspace.lboro.ac.uk/dspace-jspui/bitstream/2134/642/3/Shadow%252520Economy.pdf>
- Garnier-Beaujeu, J., Delobez, A., 1983**, Pazarlama Coğrafyası (Çev. Erol Tümertekin ve Alp Tümertekin), İstanbul Üniv. Yay No: 3111, İşletme Fak. Yay No: 143, İşletme İktisadı Enst. Yay No: 61, İstanbul.
- George, P., 1991**, Nüfus Coğrafyası (Çev. Tanju Gökçöl), Cep Üniversitesi, Presses Universitaires de France, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Giddens, A., 2008**, Sosyoloji, Kırmızı Yayınları, İstanbul.
- Gomes, M.F.C., Reginensi, C., 2007**, “Vendeurs ambulants a Rio de Janeiro: expériences citadines et défis des pratiques urbaines”, Cybergeog: Revue européenne de géographie, N° 368, 17 Mars 2007, Paris, France.
- Güney, E., 1991**, Diyarbakır ve Yöresinde Doğa Kültür Turizmi –Koşullar, Olanaklar, Öneriler-, T.C. Dicle Üniversitesi Rektörlüğü Yayınları No: 4, Diyarbakır.
- Hart, J.K., 1973**, “Informal Income Opportunities and Urban Employment in Ghana”, Journal of Modern African Studies, Vol. 11, No. 1, Cambridge University Press, UK. <http://www.jstor.org/stable/159873?seq=9>
- İlgin, Y., 1999**, Kayıt dışı Ekonomi ve Türkiye’deki Boyutları, TC Başbakanlık DPT Yayın No: 2492, İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Işık, O., 1994**, Değişen Toplum/Mekân Kavrayışları: “Mekanın Politikleşmesi, Politikanın Mekanlaşması”, Toplum ve Bilim Dergisi, Sayı: 64-65 Güz/Kış, Sayfa: 7-38, İstanbul.

- İstanbul Büyükşehir Belediyesi, 2004**, İşportacılar Pazarcılar, Sosyal Doku Projesi Araştırmaları-4, APK Daire Başkanlığı, İstanbul.
- Kankal, A., 2004**, Türkmen'in Kaidesi Kastamonu, (XV. ve XVIII. Yüzyıllar Arası Şehir Hayatı), Zafer Matbaası, Ankara.
- Karakaş, E., 1999**, "Elazığ Şehrinin Gelişmesi" Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 1, Sayfa: 129-154, Elazığ.
- Kaya, A., ve diğ., 2009**, Türkiye'de İç Göçler Bütünleşme mi Geri Dönüş mü? İstanbul, Diyarbakır, Mersin, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları: 246, Göç Çalışmaları: 11, İstanbul.
- Keleş, R., 2008**, Kentleşme Politikası (10. Baskı), İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Kılıç, R., Özçelik, Ö., 2006**, Küresel Bir Sorun Kayıt Dışı Ekonomi, <http://kayitdisiekonomi.com/makale/detay.asp?id=36>
- Kılıç, T., Tunçel, H., 2008**, "Kentsel Mekanların Kullanımı ve Seyyar Satıcılık: Diyarbakır Örneği", Ankara Üniversitesi, Türkiye Coğrafyası Araştırma ve Uygulama Merkezi (TÜCAUM), V. Ulusal Coğrafya Sempozyumu (16-17 Ekim 2008) Bildiriler Kitabı, Sayfa: 211-219, Ankara.
- Kıray, B., M., 1998a**, Kentleşme Yazıları, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
- Kıray, B., M., 1998b**, Örgütlemeyen Kent: İzmir, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
- Knox, L.P., Marston, A.S., 2001**, Places and Regions in Global Context: Human Geography, 2nd ed., New Jersey, USA.
- Meydan Larousse**, Büyük Lügat ve Ansiklopedi, Cilt 3, "Çerçi maddesi", s. 198, İstanbul.
- Monnet, J., 2006**, "L'ambulantage: Réprésantations du commerce ambulant ou informel et métropolisation", Cybergeog: Revue euroéenne de géographie, N°355, 17 Octobre 2006, Paris, France.

- Monnet, J., Giglia, A., Capron, G., 2007**, Ambulantage et services a la mobilité: les carrefours commerciaux a Mexico. Cybergeog: Revue européenne de géographie, N° 371, 06 Avril 2007, Paris, France.
- Özar, Ş., 1996**, “Kentsel Kayıt dışı İstihdam Sorununa Yaklaşımlar ve Bir Önsaha Çalışması”, METU Studies in Development, Vol.23, No.4, pp. 509-534, Ankara.
- Özar, Ş., 2000**, “Enformel Kesimin İstihdam Açısından Değerlendirilmesi”, Tuncer Bulutay (ed.), Enformel Kesim (II), DİE Yayınları, Sayfa: 185-210, Ankara.
- Özçağlar, A., 2003**, Coğrafyaya Giriş, Hilmi Usta Matbaacılık, Ankara.
- Özdoğan, D., Ergüneş, R., 2007**, 5233 Sayılı Yasa ve Uygulamalarının Diyarbakır Ölçeğinde Araştırılması, Diyarbakır Göç-Der, Diyarbakır.
- Özgüç, N., 1998**, Kadınların Coğrafyası, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Sarpkaya, R., 2009**, Bilimsel Araştırma Yöntemleri (Editör: Abdurrahman Tanrıöğen), “Bilimsel Araştırmaların Raporlaştırılması” Sayfa: 251-276, Anı Yayıncılık, Ankara.
- Şahin, B., 2009**, Bilimsel Araştırma Yöntemleri (Editör: Abdurrahman Tanrıöğen), “Metodoloji” Sayfa: 111-130, Anı Yayıncılık, Ankara.
- Şenyapılı, T., 2006**, Değişen Mekan (Derleyen: Ayda Eraydın), “Gecekondu Olgusuna Dönemsel Yaklaşımlar”, Sayfa: 84-122, Dost Kitabevi Yayınları, Ankara.
- Şişman, Y., 1999**, Ekonomik Faaliyetlerde Enformelleşme ve Türkiye’de Enformel Ekonomik Faaliyetlerde Çalışanlara Yönelik Sosyal Politikalar (Eskişehir’deki Seyyar Satıcılar Üzerine Bir Alan Araştırması), TC Anadolu Üniv. Yay No: 1165, İkt. ve İd. Bil. Fk. Yay No: 161, Eskişehir.
- Tarky, H. A., 2006**, “İran’da Şehirleşme”, İnsan ve Mekan, Sayfa: 272-305, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Taşdelen, M., 1990**, “Şehirle Bütünleşemeyen Nüfusa Bir Örnek: Seyyar Satıcılar”, Fırat Üniversitesi Dergisi (Sosyal Bilimler), Cilt: 4, Sayı: 2, Sayfa: 243-269, Elazığ.

- Timor, A. N., 2006**, “Çocukların Coğrafyası: Genel Bir Bakış”, İnsan ve Mekan, Sayfa: 79-98, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Tunçel, H., 2003**, “Anadolu Şehirlerinde Semt Pazarları: Elazığ Örneği” Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 13, Sayı: 1, Sayfa 49-70, Elazığ.
- TÜİK Haber Bülteni, 2009**, T.C. Başbakanlık Türkiye İstatistik Kurumu, İl Düzeyinde Temel İşgücü Göstergeleri 2008, Sayı: 225, 22 Aralık 2009, Ankara.
- Tümertekin, E., 1968**, Türkiye’de İç Göçler, İstanbul Üniversitesi Yayın No: 1371, İstanbul.
- Tümertekin, E., 1994**, Ekonomik Coğrafya, İstanbul Üniversitesi, Edebiyat Fak. Yay No: 2926, İstanbul.
- Tümertekin, E., Özgüç, N., 1999**, Ekonomik Coğrafya -Küreselleşme ve Kalkınma-, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Tümertekin, E., 2000**, Coğrafya -Geçmiş Kavramlar Coğrafyacılar-, Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Türk Dil Kurumu, 2005**, Yazım Kılavuzu (24. Baskı), Türk Dil Kurumu Yayınları: 859, Ankara.
- Türkçe Sözlük, 1998**, Türk Dil Kurumu Yayınları No: 549, Türk Tarih Kurumu Basımevi, Ankara.
- TÜSİAD, 2002**, Türkiye’de İşgücü Piyasası ve İşsizlik, Yayın No: TÜSİAD-T/2002/12-354, İstanbul.
- Yıldız, M. C., 2008**, “Kent Yaşamının Değişmeyen Marjinalleri: Seyyar Satıcılar ve İşportacılar”, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 18, Sayı: 2, Sayfa: 343-366, Elazığ.
- Yırtıcı, H., 2009**, Çağdaş Kapitalizmin Mekansal Örgütlenmesi (2. Baskı), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları 96, Kent/Monografi 3, İstanbul.

Yüceşahin, M. M., Özgür, E. M., 2006, “Türkiye’nin Güneydoğusunda Nüfusun Zorunlu Yerinden Oluşu: Süreçler ve Mekansal Örüntü”, Coğrafi Bilimler Dergisi, Cilt: 6, Sayı: 2, Sayfa: 15-35, Ankara.

http://www.alomaliye.com/5272_sayili_kanun_belediye.htm

http://www.zmo.org.tr/mevzuat/mevzuat_detay.php?kod=25

<http://www.atonet.org.tr/yeni/index.php?p=187&l=1>

<http://www.gap.gov.tr/Turkish/Sosprj/enform.html>

<http://www.nasvinet.org/about.htm>

http://kayitdisiekonomi.com/files/Kayit_disi_ekonomi-2008-10.pdf

<http://gatae.gov.tr/htmls/birimler/kekik.html>

http://tr.wikipedia.org/wiki/Bici_Bici

http://ykart.saglik.gov.tr/ykbs/ykbs_ilaktif.jsp

<http://www.ilo.org/public/french/standards/relm/ilc/ilc90/pdf/pr-25res.pdf>

<http://www.milliyet.com.tr/Yazdir.aspx?aType=HaberDetayPrint&ArticleID=1146808>

<http://www.cafesiyaset.com/preview.php?nID=5670>

http://www.ttb.org.tr/mevzuat/index.php?option=com_content&task=view&id=401&Itemid=28

<http://www.yalovayg21.org/21/default.asp?dizayn=41&yg21=11>

EK:

ANKET FORMU

KENTSEL MEKÂNLARIN KULLANIMI VE SEYYAR SATICILIK: DİYARBAKIR KENT ÖRNEĞİ

Sayın Katılımcı,

Bu anket formundaki sorular ve vereceğiniz cevaplar, Fırat Üniversitesi'nde; Diyarbakır'daki seyyar satıcılar hakkında yapılan doktora tez çalışmasına bilgi toplamak amacıyla hazırlanmıştır. Cevaplarınızın tarafsızlığı ve doğruluğu araştırmamızın güvenilirliğini arttıracaktır.

Değerli katkılarınız için şimdiden teşekkür ederim.

Taner KILIÇ
Doktora Öğrencisi

Anket No:

Anketör No:

Anketin Yapıldığı Tarih:

Anketin Yapıldığı Saat:

Anketin Yapıldığı Yer:

DEMOGRAFI

1. Cinsiyetiniz?

- 1) Erkek 2) Kadın

2. Doğum tarihiniz?

- 1)

3. Doğum yeri

- 1) Diyarbakır 2)(il-belirtiniz)

4. Medeni Hali

- 1) Evli 2) Bekâr 3) Dul-boşanmış

5. Oturduğunuz evi kimlerle paylaşıyorsunuz?

- 1) Yalnız 2) Eş ve çocuklar 3) Anne-baba-kardeşler 4) Anne-baba/eş/çocuklar
5) Anne-baba/kardeş/eş ve çocuklar 6) Akraba yanı 7) Arkadaşlarla birlikte

6. Ailenizdeki çocuk sayısı kaçtır?

- 1) Çocuksuz 2) 1 3) 2 4) 3 5) 4 ve üzeri

7. Evinizde siz dâhil kaç kişi yaşamaktadır?

- 1) 1 2) 2 3) 3 4) 4 5) 5 6) 5' den fazla

8. Öğrenci değil iseniz eğitim durumunuz nedir?

- 1) Okuryazar değil 2) Okuryazar 3) İlköğretim 4) Lise 5) Üniversite

9. Öğrenci iseniz halen eğitim gördüğünüz okul hangisidir?

- 1) İlköğretim 2) Lise 3) Üniversite

10. Oturduğunuz konut kendinize mi ait?

- 1) Ev sahibi 2) Kira 3) Diğer (belirtiniz)

11. Nasıl bir konutta oturuyorsunuz?

- 1) Ev sahibi-apartman 2) Ev sahibi-gecekondu 3) Ev sahibi-müstakil
4) Kira-apartman 5) Kira-gecekondu 6) Kira-müstakil
7) Diğer (belirtiniz).....

12. İkamet yeri

- 1) Bağlar (mahalle belirtiniz).....
- 2) Suriçi (mahalle belirtiniz).....
- 3) Yenişehir (mahalle belirtiniz).....
- 4) Kayapınar (mahalle belirtiniz).....
- 5) Diğer (belirtiniz).....

13. Diyarbakır'a geliş nedeniniz nedir?

- 1) Diyarbakırlıyım 2) İş bulmak 3) Çocukların eğitimi için 4) Kan davası
- 5) Terörden kaçmak 6) Köyüm boşaltıldı 7) Akraba ve tanıdıkların etkisi
- 8) Diğer (belirtiniz)

.....

14. Diyarbakır'a nereden göç ettiniz?

- 1) Diyarbakır merkez 2) Diyarbakır ilçe (belirtiniz) 3) Diğer (il ve ilçe)

15. Diyarbakır'a ne zaman göç ettiniz?

- 1) 1984'den önce 2) 1984-1999 3) 2000 ve sonrası 4) Diyarbakırlıyım 5) Diğer

16. Memleket veya köyünüz ile iletişiminiz devam ediyor mu?

- 1) Evet 2) Hayır

17. Memleket veya köyünüze geri dönmeyi düşündüğünüz oluyor mu? (Neden)

- 1) Evet(belirtiniz).....2) Hayır

MESLEKİ PROFİL

18. Ne kadar zamandır seyyar satıcılık yapıyorsunuz?

- 1) 3 yıldan az 2) 3-9 yıl 3) 10 yıldan fazla

19. Yaptığınız işten memnun musunuz?

- 1) Evet 2) Hayır 3) Kısmen

20. Haftanın kaç günü çalışıyorsunuz?

- 1) 1 2) 2 3) 3 4) 4 5) 5 6) 6 7) 7

21. Günde kaç saat çalışıyorsunuz?

- 1) 1-4 2) 5-8 3) 9-12 4) 12 saatten fazla

22. Günün hangi dilimlerinde çalışıyorsunuz?

- 1) Sabah 2) Öğleden sonra 3) Sabah ve öğleden sonra
- 4) Öğleden sonra ve akşam 5) Akşam 6) Sabah-öğle-akşam

23. Çalışma yeriniz neresidir?

- 1) Sürekli aynı yerde bulunurum
- 2) Devamlı yer değiştiririm (niçin ve nasıl ayrıntılı olarak belirtiniz)
- 3) Belli saatlerde yer değiştiririm (niçin ve nasıl ayrıntılı olarak belirtiniz)
- 4) Haftanın belli günlerinde belli yerlerde olurum (niçin ve nasıl ayrıntılı olarak belirtiniz)
- 5) Diğer (belirtiniz).....

24. Gün içinde en fazla kaldığınız iş mekânı neresidir?

- 1) Bağlar (yer belirtiniz).....
- 2) Suriçi (yer belirtiniz).....
- 3) Yenişehir (yer belirtiniz).....
- 4) Kayapınar (yer belirtiniz).....

25. Ne tür mallar satıyorsunuz?

- 1) Seyyar gıda ve içecek (belirtiniz).....
- 2) Seyyar gıda ve içecek dışı mallar (belirtiniz).....
- 3) Seyyar hizmet (belirtiniz).....

26. Sattığınız ürünleri nerelerden alıyorsunuz? Nedenini belirtiniz.

- 1) Diyarbakır.....
- 2) İstanbul.....
- 3) Diğer iller.....

27. Sattığınız ürünler için aşağıdakilerden hangisini söylersiniz?

- 1) Sürekli aynı ürünleri satarım
- 2) Mevsimden mevsime ürün türünü değiştiririm (ayrıntılı belirtiniz)
- 3) Aynı gün içinde farklı ürünler satarım (ayrıntılı belirtiniz)
- 4) Diğer (belirtiniz).....

28. Sattığınız ürünlerin niteliği sizce nedir?

- 1) Kaliteli-pahalı
- 2) Orta kalite
- 3) Kalitesiz ucuz
- 4) Kaliteli ucuz

29. Seyyar satıcılığa başlama sebebiniz nedir?

- 1) İşsizlik
- 2) Ek gelir
- 3) Karlı bir iş
- 4) Başka mesleğim yok
- 5) Diğer (belirtiniz).....

30. Bu işe nasıl başladınız?

- 1) Kendiliğimden
- 2) Arkadaş tavsiyesi
- 3) Aile tavsiyesi
- 4) Diğer (belirtiniz)

31. Yaptığınız işi dostlarınıza/arkadaşlarınıza/akrabalarınıza tavsiye eder misiniz?

- 1) Evet
- 2) Hayır

32. Herhangi bir meslek vasfınız (sanatınız/zanaatınız) var mı?

- 1) Evet (belirtiniz).....
- 2) Hayır

33. Seyyar satıcılığa sürekli bir iş gözüyle bakıyor musunuz?
1) Evet 2) Hayır
34. Kamu veya özel sektörde sizinkinden daha düşük gelirli ama sosyal güvencesi olan bir iş fırsatı bulsanız değerlendirir misiniz?
1) Evet 2) Hayır
35. Sabit bir yeriniz olsun ister misiniz (Nedenini belirtiniz)?
1) Evet 2) Hayır
36. Seyyar satıcıların aynı mekânda toplanmasını (çarşı, pazar vb.) ister misiniz? (Neden).
1) Evet 2) Hayır
37. Seyyar satıcılıktan başka yaptığınız bir iş var mı?
1) Hayır 2) Memur 3) İşçi 4) Esnaf 5) Diğer (belirtiniz).....
38. Daha önce başka bir işte çalıştınız mı?
1) Hayır 2) Memur 3) İşçi 4) Sabit esnaf 5) Çiftçi
39. Seyyar satıcılar derneği kurulsa üye olmak ister misiniz?
1) Evet 2) Hayır 3) Kârlarsız
40. Seyyar satıcılığın sizce en önemli sorunu nedir? (15 yaşın altındakiler için)
1) Oyun oynayamamak 2) Okulu aksatması 3) Çok yorucu olması
4) Gece eve dönerken korkmanız 5) Acıktığınızda eve gidememeniz
6) Diğer (belirtiniz).....
41. Seyyar satıcılığın sizce en önemli sorunu nedir? (15 yaşın üstündekiler için)
1) Gelir düşüklüğü 2) İşin sürekli olmaması 3) Ağır ve kötü çalışma koşulları
3) Herhangi bir sosyal güvencesinin olmayışı 4) Belediye zabıta baskısı
5) Polis baskısı 6) Esnaf baskısı 7) Elverişsiz hava şartları
8) Diğer (belirtiniz).....
42. Belediye ve zabıtalarla sorunlarınızı nasıl aşıyorsunuz?
1) Belediye ile görüşerek 2) Aracılar vasıtasıyla
2) Diğer (belirtiniz).....
43. Herhangi bir kişi ya da kuruma bir şey (para-kira-haraç ya da satılan üründen pay) ödüyor musunuz? Cevabınız evet ise hangi kuruma ya da kişiye ne kadar ve nasıl ödeme yapıyorsunuz (aylık, yıllık veya ihale ile)
1) Evet (Örnek belediye-kira) 2) Hayır

44. Hangi ürünleri satıyorsunuz ve satış yaparken hangi aracı kullanıyorsunuz?
(Satılan ürünü lütfen karşısına yazınız)
- 1) Karton, muşamba, branda, bez vb.
 - 2) Kampet
 - 3) Özel yapılmış tekerlekli araç
 - 4) El arabası
 - 5) Cemekânlı tezgâh
 - 6) Otomobil bagajı
 - 7) Diğer (belirtiniz).....

EKONOMİK PROFİL

45. Seyyar satıcılık dışında, herhangi başka bir gelire sahip misiniz?
1) Hayır 2) Kira 3) Başka bir işte çalışıyorum 4) Aile 5) Diğer
(belirtiniz)
46. Ailede sizden başka çalışan var mı? Ne iş yapmaktadırlar.
1) Evet (Anne/baba/kardeş/çocuk belirtiniz)..... 2) Hayır
47. Hangi bir sosyal güvenceye sahip misiniz?
1) Hayır 2) SSK 3) Bağ-Kur 4) Emekli Sandığı 5) Yeşil Kart
48. Seyyar satıcılıktan kazandığınız aylık geliriniz ne kadar?
1) 500 TL'den az 2) 501-1000 TL 3) 1001 TL ve daha fazla
49. Ailenizin aylık toplam geliri ne kadardır?
1) 500 TL'den az 2) 501-1000 TL 3) 1001 TL ve daha fazla



ÖZGEÇMİŞ

1971 yılı Kayseri doğumluyum. İlkokulu babamın memuriyeti dolayısıyla İstanbul, Erzincan ve Ankara’da okudum. Ortaokul ve liseyi ise Ankara’da tamamladım. Yahya Kemal Beyatlı Lisesi mezunuyum.

1988 yılında Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi, Coğrafya Bölümü’nü kazanarak, 1992 yılında “Pınarbaşı’nın (Kayseri) Fiziki Coğrafyası” adlı bitirme tezi ile mezun oldum. 1993 yılında Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde yüksek lisans eğitimine başladım. 1996 yılında “İlgaz’ın (Çankırı) Beşeri ve İktisadi Coğrafyası” adlı çalışma ile mezun oldum. 1993-1999 yılları arasında Kahramanmaraş’ın Nurhak İlçesi’nde öğretmen olarak çalıştım. 1999 yılında Dicle Üniversitesi, Eğitim Fakültesi’ne öğretim görevlisi olarak atandım. 2006 yılında araştırma görevlisi kadrosuna geçtim. 2006 yılında Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü’nde doktora öğrenimine başladım. “Kentsel Mekânların Kullanımı ve Seyyar Satıcılık: Diyarbakır Örneği” adlı tezi hazırladım.

Şimdiye kadar 2 adet uluslararası, 3 adet ulusal hakemli dergilerde makalem yayınlanmıştır. 5 adet de ulusal sempozyumlarda sunulmuş bildirim bulunmaktadır. Diyarbakır’da yapılmış olan 1 panele ise konuşmacı olarak katıldım. Bunların yanı sıra 2006 yılında Diyarbakır’da verilen Avrupa Birliği Eğitim Kursu’na kursiyer olarak katılarak sertifika almaya hak kazandım.

Evli ve bir çocuk babasıyım. Eşim Diyarbakır’daki bir ilköğretim okulunda Türkçe öğretmeni olarak görev yapmaktadır.

TANER KILIÇ
DİYARBAKIR- 2010

