

GÖÇ VE PAZARLAMA İLİŞKİSİ ÜZERİNE BİR SAHA ARAŞTIRMASI

Doç. Dr. Recai ÇINAR(*)

"Toprağı işlemek, yerleşmeyi bilmektir."

Paul Valery

I. GİRİŞ

Pazarlama ekonomik ve sosyal yönü olan bir bilim dalıdır. Çağdaş toplumlarda pazarlama herkesi etkiler ve günlük hayatta hemen herkes pazarlamayla ilgilenir (6, s.1). Pazarlama fonksiyonu yardımıyla insanlar, kurum ve kuruluşlar ürünlerini piyasaların veya başka insanların sürekli değişen istek ve ihtiyaçlarına uydururlar. Bugün hiçbir ekonomik ve siyasal sistemde, pazarlamanın söz konusu olmadığı bir konu veya alan düşünülemez (22, s.1). Dolayısıyla pazarlama insanları yakından ilgilendiren bir faaliyet alanıdır. Bunun için pazarlamacılar da insanlarla yani nüfusla, nüfusun demografik özellikleriyle ve her türlü nüfus hareketiyle ilgilenmekte ve etkilenmektedirler. Bundan dolayı ulusal pazarın incelenmesinde nüfus hareketleri ve nüfusun dağılışı hakkında bir bilgiye sahip olmak gerekir (14, s.54). Bu itibarla bir çok pazarlamacı da pazarlama faaliyetlerini dinamik bir sosyal yapı içerisinde ele alıp, pazarlama yönteminin başarısını yakından etkileyebilecek pazarlama bileşenleri, sosyo-kültürel faktörler ile tüketici unsurlarının karşılıklı etkilerini içerecek tarzda sunmaktadırlar (21, s.10).

Nitekim antropoloji, dilbilim, ekonomi, felsefe, psikoloji, siyasal bilgiler, sosyoloji ve tarih gibi sosyal bilimlerde insan davranışlarında odaklaşır, insan davranışlarının nasıl ve niçinini anlamaya çalışır (1, s.1). Göç de nüfusla ilgili çok önemli bir sosyal olay olup, çeşitli alanlarda olduğu gibi pazarlama faaliyetlerini de önemli ölçüde etkilemektedir. Nitekim göç, pazar alanlarının genişlemesi veya daralmasını doğrudan etkileyen bir olaydır. Başka bir deyişle göç olayı pazarlama kararları üzerinde etkin bir faktördür. Çünkü, göç edenler gerek üretici gerekse tüketici olarak ekonomik faaliyetleri çeşitli yönlerde etkilemektedirler. Dolayısıyla göç olayı ile ekonomik faaliyet dizisi (üretim-pazarlama) birbirinden ayrılmaz ve karşılıklı etkileşim içinde bulunurlar. Netice itibarıyla her türlü ekonomik faaliyet insan ihtiyaçlarına yönelik olmakta ve bunun için de nüfus hareketleri ve özelliği, ekonomik kararları ve özellikle pazarlama kararlarını en fazla etkileyen değişkenleri oluşturmaktadır (26, s.36).

(*) Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi

başta et ihracatı ile bir canlanma olmuştur. Et yanında un, yem, likit yağ ve margarin, likit gaz dolun, zirai aletler, kazan, tuğla, plastik, boya, şekerli mamüller, el halısı, mobilya, yün ve sentetik iplik gibi alanlarla, özel sektör yatırımları olmuştur.

Erzurum'da başta manyezit olmak üzere kromit ve linyit kömürü üretilmekte ve ihraç edilmektedir. Erzurum perlit, kireç, Oltutaşı, manyezit, diatomit kaynaklarına sahiptir (19, s. 49). Nüfusun yaklaşık 0.73'ü tarımla uğraşmaktadır. 2232 işyerinde yaklaşık 21 200 işçi çalışmaktadır. 1069 küçük, 36'sı büyük olmak üzere 1105 imalat işyeri vardır ve 5131 kişi bu işyerlerinde istihdam edilmektedir (9). Erzurum'da gıda maddesi, ev ihtiyaç malzemeleri, manifatura, konfeksiyon, inşaat ve elektrik malzemeleri gibi konularda ticari hayat yoğunlaşmıştır. Tarımda başta hayvancılık olmak üzere önemli bir potansiyel vardır. Sığır besiciliği, tavukçuluk, arıcılık, yün yapağı, şeker pancarı ve yem bitkileri ilin önemli gelir kaynaklarıdır.

Erzurum "kalkınmada öncelikli iller" arasında yer almış olmasına rağmen, şehrin sanayisini ve ticaretini geliştirecek önemli bir yatırım son yıllarda yapılmamıştır. Sanayi faaliyetleri daha çok il merkezi ile yakın çevrede toplanmıştır. Sanayi tesislerinin çoğu Pasinler-Erzurum-İlca ve Aşkale kara ve demiryolu güzergahı üzerinde yer almıştır.

E) Eğitim Durumu

Erzurum'da altı ve daha yukarı yaşlardaki nüfusun okur yazar oranı % 69.5'dir. Merkez ilçe oranı ise % 81.3'dür. Türkiye'de okur yazar ortalaması da yaklaşık olarak % 80'dir. Buna göre ilin okur yazar oranı Türkiye ortalamasından düşük iken, merkez ilçeninki Türkiye ortalamasından yüksektir. Bunun sebebi de şehir merkezinde bir üniversitenin ve orta öğretim veren kurumların yoğun bulunmasıdır. İilde 285 000 ilkokul, 34 000 ortaokul, 38 000 lise ve dengi meslek okulunda ve 20 000 öğrenci de üniversite ve yüksek okullarda öğrenim görmektedir.

F) Pazarlama Durumu

Erzurum'da daha çok tarımsal üretim ve tarıma dayalı küçük çaplı yan sanayiler oluşmuştur. Hizmet sektöründe ise daha çok üniversite öğrencilerine yönelik, lokanta, pastahane, kafeterya ve benzeri işletmeler faaliyet göstermektedir. Turizm gelişmemiş, Doğu Anadolu bölgedeki turistik yerlere gelip gidenlerin uğradığı ve çok kısa kaldığı bir yer konumundadır. Yaz aylarında üniversite öğrencileri ve memurlar ile bir kısım yerli halkın Batıya tatile gitmesi sebebiyle hizmet sektöründeki faaliyetler önemli ölçüde azalmakta, ticaret yavaşlamaktadır. Özellikle tarım sektöründe optimal işletme büyüklüğü hemen hemen söz konusu değildir. Küçük işletme bile olmayacak üreticiler, sadece kendi geçimlerini sağlayacak tarzda

üretim yapmaktadırlar. 15 bin konutluk Yenişehir toplu konut, 5 bin konutluk Dadaşkent ve diğer yapılaşma yerleri bulunması sebebiyle inşaat sektörü, inşaat mevsiminde oldukça canlı geçmektedir.

Başta tarımsal ürünler olmak üzere Erzurum'da üretilen mallar için rakabete dayanan düzenli bir pazar yoktur. Tarım ürünlerinin çoğu şehirde belli semtlerde veya rastgele yerlerde satışa sunulmaktadır. Bu malların fiyatları o günün şartlarına göre oluşmaktadır. Çok kere üretici ürününü değer fiyatına satamamaktadır. Şehir merkezinde 1980 yılına kadar semt pazarı yoktu. Semt pazarının önemi ve gereği konusunda yapılan bir araştırma (7, s.102), Erzurum Belediyesine Atatürk Üniversitesi İşletme Fakültesi Dekanlığınca bildirilmiş, konu takip edilmiş ve nihayet şehirde semt pazarlarının kurulması gerçekleştirilmiştir.

Üreticiler ve tüketiciler pazar konularında çok kere bilgi sahibi olamamaktadırlar. Bu yüzden üreticiler, ürünlerini tam değerlendirememekte, tüketiciler de istedikleri malı, istedikleri yerde ve zamanda almakta güçlük çekmektedirler. Nitekim Erzurum'daki tüketicilerin % 50'si standardizasyonun ne olduğunu ve yararlarını bilmedikleri yapılan bir araştırma sonucu tesbit edilmiştir (8, s.75). Yine şehirde faal olan tüketici örgütü yoktur. Tüketici genelde hakkını arayamamakta ve bunun yöntemini bilememektedir. Keza tüketicilerin yarısı hala kalite ve standard kavramının ifade ettiği gerçeklerden habersizdirler (8, s. 76). Aldatılan ve aldığı maldan memnun olmayan tüketicilerin tamamına yakını aktif direniş gösterememektedirler.

Süt, bal, patates ve benzeri mahalli ürünlerde, toplama, işleme, depolama ve dağıtma uygun ve yeterli değildir.

Ulaşım pahalı ve çok zordur. Üreticiler ürünleri ya pazara ulaştıramamakta veya birkaç vasıta değiştirerek satabilmektedirler. Bu arada değer ve kalite kayıpları olmakta ve maliyetler artmaktadır. Çok kere ürün, üreticinin elinde kalmaktadır. Erzurum'da yetersiz ve klasik pazarlama uygulamaları, üretici ve tüketicilerin aleyhine olmaktadır. Nitekim fiilen 1982-1990 yılları arasında uygulanan 130 milyon dolarlık Erzurum Kırsal Kalkınma Projesinin başarısızla sonuçlanmasının önemli bir sebebi yetersiz bir pazarlama faaliyeti olarak gösterilmiştir (20).

Başta tarım ürünleri olmak üzere, birçok mal doğrudan pazarlama suretiyle tüketiciye intikal ettirildiği için: pazar haberleri, talep, fiyatlar ve alıcılar hakkında bilgi elde etmek zordur. Başta depolama, nakliye olmak üzere birçok pazarlama fonksiyonu gelişmemiştir (37, s.18-21). Bölgede ürünlerin bir kısmı örneğin hayvan alım satımları köylerde, üretim yerlerinde veya organize olmamış mahalli pazarlarda yapılmaktadır.

Canlı hayvanlar pazara yürütülerek götürülmekte, kamyon veya diğer araçlarla pek yapılmamaktadır. Erzurum'dan diğer tüketim merkezlerine de taşıma canlı olarak kamyon-vagonda yapılmakta ve büyük bir fire ve kayıplara sebep olmaktadır (37, s.37).

yerleşim alanlarından büyük merkezlere doğru her zaman göçler olmuş, yeni şehirler oluşmuş ve mevcut şehirlerin yanlarında birçok yerleşim alanları kurulmuştur. Dolayısıyla öteden beri göç ve şehirleşme olgusu kaçınılmaz olmuştur. Bu olgu belli ölçüde kalkınmaya katkıda bulunmakla beraber, alt yapının yetersiz kalması durumunda da; insanlar doğup büyüdüğü yerle olan ilişkilerini kopararak birdenbire büyük şehirleri doldurmuşlar, hiçbir hazırlık ve tecrübeleri olmadan zor şartlarla karşı karşıya kalarak, buldukları yerlere ekonomik ve sosyal problemleri getirmişlerdir. Nitekim gelişmiş ülkelerde sanayileşme ve şehirleşme süreci genelde birbirine paralel olarak bir gelişme gösterirken, gelişmekte olan ülkelerde köylülerin ve geri kalmış yörelerin batıdaki büyük şehirleri doldurma olgusu, mevcut sanayileşme ve ekonomik alt yapının çok üzerinde seyretmektedir. Bu dengesizliğin olduğu bütün ülkelerde büyük şehirlerde, yoğun bir gecekondulaşma olduğu açıkça gözlenmektedir (16, s.32). 1990 genel nüfus sayımı sonuçlarına göre Türkiye şehir ağırlıklı bir toplum haline gelme yolunda hızlı bir dönüşüm geçirmektedir. Ancak, ülkemizdeki sağlıksız ve hızlı kentleşme, zamanla Türkiye'de "kentlerin köyleşmesi" denilen bir sosyal olguya sebep olmaktadır (34, s.107).

Nitekim, bunun en iyi örneğini İstanbul'da görebiliriz. Bu ilimizde çevresinde meydana gelen birçok gecekondu semtleri, şehrin köyleşmesinin en güzel örnekleridir. Gecekondu kenti durumuna gelen İstanbul'a günde ortalama 1000 kişi eklenmekte; ormanlara, baraj havzalarına tecavüz eden gecekondu bölgeleri kentin ayrılmaz bir parçası olmaktadır (28). Şehirde ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan bir arabeskleşme yaşanmaktadır. İstanbul başta olmak üzere göç alan büyük illerimizde, o kente göç eden insanlarımız geldikleri yörenin kültürünü aynen korumakta, kentleşmeye ayak uyduramamaktadırlar. Hatta geldikleri yörenin adını verdikleri semtler veya mahalleler kurmaktadır (24).

Bu olgu pazarlama faaliyetlerine de bir karmaşa getirmektedir. Dolayısıyla modern pazarlama uygulaması imkanlarını kısıtlamakta, ürettiğini satmak için, günü birliğine ve el yordamına dayanan pazarlama uygulamaları söz konusu olmaktadır. Sağlıksız bir kentleşme ve kırsal hayat tarzına alışık olan insanlarımızın kent hayatının dinamik yapısına uyum sağlamaması yüzünden birtakım yan kültürlerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (34, s.107). Dolayısıyla kültürde bir kirlenme veya soğuma söz konusu olabilmektedir. Ekonomik ve sosyal hayatta bir kaos yaşanabilmekte ve buna bağlı olarak pazarlama faaliyetleri de o ölçüde düzenli yapılamamaktadır. Tüketiciyi aldatma, kapkaçtı bir düzen ortaya çıkabilmektedir. Nitekim göç alan büyük şehirlerimizde suçluluk, fuhuş, alkolizm, uyuşturucu alışkanlıkları, intiharlar, akıl hastalıkları ve benzeri toplumsal bozukluklar, devyant davranışlar günlük yaşamın bir parçası haline gelmiştir. Zira zamanla sağlıksız kentleşmede, gecekondulaşan insanlar toplumun egemen kültüründen saparak, kendilerine has bir yan kültür alanı teşkil ederler ve bu yan kültür alanı da genellikle "yoksulluk kültürü" olarak ifade edilir (34, s.109). Dolayısıyla ekonomik faaliyetler de bu kültüre uydurulmaya çalışılır.

Normal ölçü ve sürelerdeki göç şüphe yokki ekonomik hayatın, şehir hayatının ve milli kültürün zenginleşmesine katkıda bulunacaktır. Ancak çok kısa sürede meydana gelen ani ve hızlı şehirleşmeye sebep olan göç, aynı genel kültür dahilinde köksüz ve geleneksiz birçok yan kültür alanlarına yol açarak milli kültür dokularının yozlaşmasına ve bozulmasına ortam hazırlamaktadır (16, s.33). Keza beraberinde birçok ekonomik sıkıntıları da getirmektedir. Göçle beraber gelen kültürler, geldiği kaynağı daima hatırlatan bir unsur olmakta devam ettiği sürece, ekonomik ve sosyal yapı olumsuz olarak etkilenecektir. Dolayısıyla birçok farklı kültürlerin birarada, çelişir ve çatışır tarzda bulunduğu İstanbul'da: ekonomik hayatta da makveyelist bir yaklaşımı da ortaya çıkarmıştır. Bu bakımdan ekonomik hayatta, gayeye erişmek konusunda yol üzerindeki her engelin yıkılması meşru görülmektedir (27, s.9). Dolayısıyla tüketicinin tatminine yönelik bir pazarlama uygulaması ve pazarın niteliklerine uygun bir üretim planlaması böylesine bir kaosda pek mümkün olmayacaktır.

Göçten önce köy ve kasabalarda yaşayan insanlarımızın kültürün hem taşıyıcısı hem de koruyucuları iken bugün bunlar "ekmek kavgası" uğruna büyük şehirlerde gecekonduların kuşakları oluşturmakta ve İstanbul'da nüfusun yarısından fazlası gecekonduların alanlarında yaşayanlardan ibaret olmaktadır (35). Bunlar geldikleri yerlerde değer verdikleri kültürlerini bir geçim savaşı uğruna feda etmek durumunda kalmaktadırlar. Yoksulluk kültürünü yaşayanların yanında "al-kullan ve at" türünden ısraf ekonomisini yaşayan zenginlik kültürü arabeskin diğer kanadını oluşturmaktadır. Kültürel kirlenme veya kültürel arabeskleşmeyi yansıtan hem yoksulluk hem zenginlik kültürü sahibi insanlarımız; buldukları ortamda "kendi şahsi çıkarları için toplumun genel çıkarlarını bozan" bir homo-ekonomik tipe dönüşmektedir (34, s.140). Böylesine bir ortamda üretici, pazarlamacı ve tüketici birbirinden kopuk olarak gününü kurtarmayı düşünmektedirler. Günlük politikalarla ekonomik faaliyetler görülmektedir. Zengin olabileceğin yolda zengin ol veya para en sadık dosttur türünden bir dünya görüşü, etliye-sütlüye karışmaz veya kaçma-karışma tarzında sosyal fırsatçılığa kadar varan bir düşünce tarzı oluşmaktadır. "Sonradan görme zenginleri" oluşturan zenginlik kültürüne sahip kimselerin gösterişe yönelik harcamaları, üreticilerin ve pazarlamacıların sosyal sorumluluklarını, tüketiciye yönelik faaliyetlerini engelleyebilecek ve geciktirebilecek niteliktedir. Dolayısıyla bir tarafta "kaldır at" davranışı, diğer taraftan geçim savaşı, şehirleri sosyal ve ekonomik bir kaosa götürebilmektedir. Bilinçli bir tüketici toplumunun gelişmesi geçkelebilir. Göç eden insan bir yandan geçim sıkıntısı çekerken diğer yandan daha yüksek düzeyde tüketim arzusunun taşıyabilmektedir (5).

Bütün bunlar diğer faktörlerle beraber insan kişiliğinin oluşmasına katkıda bulunan hususlardır. Temelde kişilik değişmez ama, kişiliğe şekil veren unsurların bir kısmında bazı değişmelerin meydana gelmesi durumunda, buna bağlı olarak birtakım özelliklerin değişmesi kaçınılmazdır. Belirli çevre unsurlarına ve şartlarına

göstermek ve Erzurum'dan göç edenlerin mevcut ve göçten önceki hayat standartlarını karşılaştırarak halkı bilinçlendirmek ve ilgililerin dikkatini çekmek amacıyla bu araştırma yapılmıştır.

Araştırmanın kabul edilen varsayımları şunlar olmuştur; Erzurum Türkiye'nin batısına sürekli nüfus ihraç eden ve göç miktarı gittikçe artan bir il olmuştur. Bu nüfus kaybının sebebi; son on yılda Erzurum'da bazı devlet binalarının dışında, istihdamı sağlayacak yatırım yapılmadığı için halk iş bulmak daha iyi hayat şartalarına kavuşmak için Batıya göç etmek istemektedir.

Diğer bir varsayım da, şehirde gittikçe iktisadi şartların kötüleşmesi, üreticilerin ürünlerini değer fiyatın pazarlayamamaları ve bu yüzden zarar etmeleri sebebiyle düşük bir gelir seviyesinin söz konusu olmasıdır. Keza ulaşım zor ve pahalıdır. Şehirde çok sert ve uzun geçen bir kış mevsimi, batıyla maaş farkı olmayan kamu çalışanlarını da zorlamaktadır.

Göç dolayısıyla Erzurum'da rant çok düşük olduğu için, yurtdışındaki bu yörenin işçileri dönüşlerinde ev, arsa ve işyerini Erzurum yerine batıdan bir yerden alarak buralara yatırım yapmaktadırlar. Böylece Erzurum'daki diğer akraba ve çevrelerini de göçe özendirilmektedirler. Ev, daire veya arsa almak isteyen yerli halk, batı şehirlerindeki yüksek rant sebebiyle parasını Erzurum'a yatırmamaktadır. Batıdaki illerde daire veya arsa saunalmakta ve bir süre öyle bekletmektedirler. Başlangıçta yatırım maksadıyla yapılan bu harcama daha sonra mal sahibini göçe zorlamaktadır.

Pazarlama faaliyetlerini verimli tarzda yürütmek için, yöneticinin çevresel faktörler hakkında bilgi sahibi olması gerekir. Bu anlamda nüfus, özellikleri ve nüfus hareketlerinin takibi ve dikkate alınması, pazarlama stratejisinin tayininde önemli bir faktördür. Bu itibarla Erzurum'daki nüfus hareketlerinin pazarlamayı olumsuz yönde etkilediği kabul edilmiştir.

Onyedi il Erzurum'un verdiği göçü almaktadır. Erzurumdan en çok göç alan illerimiz sırasıyla İstanbul, İzmir ve Ankaradır. İstanbul % 0.225'le son beş yılda verilen yaklaşık 80 bin göçmenin 18 binini almıştır. Erzurum ilinden göç edenlerin % 0.116 İzmir, % 0.109 ise Ankara almıştır. Dolayısıyla en çok göç alan İstanbul ili, temsil gücü daha fazla olacağı ve Doğudan Batıya yerleşmek üzere birinci derecede tercih edilen il ve nüfus hareketlerinin önemli bir merkezi olması sebebiyle (30, s.28) araştırma sahası olarak seçilmiştir. Araştırmanın sınırlarının İstanbul olarak tesbit edilmesinin sebebi, anket yöntemiyle toplanacak birincil elden bilgilerin toplanmasının çok zor ve masraflı olmasıdır. Diğer göç alan illeri de kapsayacak şekilde araştırmayı genişletmeğe maddi imkan elvermemiştir. Esasen Erzurum'dan göç alan iller içerisinde en büyük pay da İstanbul'a aittir. Anakütleyi İstanbul'a Erzurum ilinden göç edenler oluşturmaktadır. Sadece İstanbul'un seçilmesine rağmen, bu araştırma için 1992 yılı cari fiyatlarıyla 7 milyon lira harcanmıştır. Anakütlemiz zaman açısından da 1985-1990 yılları arasında kapsamaktadır. Coğrafi açıdan sınırlandırma da yukarıda izah edildiği gibi İstanbul ve Erzurum illeri olarak yapılmıştır.

Araştırma, mecburi göçe tabi tutulmayan başka bir deyişle gönüllü olarak göç edenlerle sınırlandırılmıştır.

III- ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmamız iki bölümden meydana gelmektedir. Birinci bölümde araştırma alanı olarak seçilen Erzurum'un tarihi, coğrafyası, ticareti gibi ekonomik ve sosyal özellikleri hakkında bilgiler verilerek, bu ilimizin ekonomik ve sosyal profili belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca önemli bir nüfus hareketi olan göç olayı hakkında genel bilgiler verilmiştir. Dolayısıyla çalışmamızın bu bölümü ikincil kaynak araştırmasına dayandırılmıştır. Kütüphane araştırmalarından elde edilen bilgilerle, birinci bölümdeki konular incelenmiştir.

Bir saha araştırması özelliğini taşıyan çalışmamızın ikinci bölümü ise birincil kaynak araştırmasına dayanmakta olup, dolayısıyla bu bölümde birincil elden veriler kullanılmıştır. Verilerin toplanmasında anket yönteminden yararlanılmıştır. Anket Erzurum iliden İstanbul'a göç edenlere uygulanmıştır. Anakütleimiz zaman açısından 1985-1990 nüfus sayım dönemi olarak sınırlandırılmıştır. Bu süre içerisinde İstanbul'a göç edenlerin sayısı 17 bindir. Başka bir deyişle anakütlemizin büyüklüğü İstanbul'a göç eden 17 bin Erzurum'ludur. Anakütleden anket uygulanacak örnek büyüklüğü ise, 0.05 önem düzeyinde ve 0.10 hata payı ile ($p=0.05$) 100 olarak tesbit edilmiştir (36, s.886). Örnek büyüklüğü anakütleyi 0.005 oranında temsil etmektedir. Tesbit edildiği kadarıyla anakütlerde yer alan yüzdelerine göre; 100 örnek birimi memur, işçi, serbest meslek, işportacı, emekli ve işsiz-boş gruplarına paylaştırılarak anket uygulanmıştır.

Araştırmanın en önemli kısıtlamasını, İstanbul'da bulunan Erzurum'lu göçmenlerin adreslerini temin konusu olmuştur. Belirtilen meslek gruplarına göre yüz anketin uygulanmasında İstanbul'da faaliyet gösteren Erzurumlu dernek ve vakıflardan yararlanılmıştır. Bu vakıf ve derneklere kayıt olanların meslek gruplarındaki yüzdelerine göre 0.25 memur, 0.15 işçi, 0.10 işportacı, 0.35 serbest meslek, 0.10 emekli ve 0.05 de işsiz Erzurumlu göçmenlere yüz anket uygulanmıştır.

Bulguların değerlendirilmesinde sayı ve yüzdelerden yararlanılmıştır. Davranışlarla ilgili bilgilerin yorumlanması ve analizinde de likert ölçeği kullanılmıştır.

IV BULGULAR VE TARTIŞMA

Denekler Hakkında Genel Bilgiler

Değerlendirmeye alınan yüz ankete cevap verenlerin 39'u serbest meslek sahibi, 23'ü memur, 16'sı işçi, 12'si işsiz-boş, 5'i işportacı ve 5'i de emeklidir. Örnek birimlerinin 30'u ilkokul, 20'si ortaokul, 24'ü lise ve 26'sı da yüksek okul mezunu oldukları belirlenmiştir. Yine deneklerin 20'si 1-2 milyon, 20'si 2-3 milyon, 12'si 3-4 milyon, 9'u 4-5 milyon, 19'u 5-6 milyon ve 20'si de 6 milyon ve daha fazla gelir sahibi oldukları tesbit edilmiştir. Anket Erzurum ilinden göç eden aile reislerine uygulanmıştır. İstanbul'da bulunan ve mülakat yapılan aile reislerinden bayan örnek birimine rastlanmamıştır.

Erzurum İlinden Göçün Nedenleri

Öncelikle Erzurum ilinden İstanbul'a göçün sebepleri belirlenmeye çalışılmıştır. Göç etmeden önce Deneklerin büyük çoğunluğu (0.56) işsiz olup, iş bulmak için ilden göç etmişlerdir. 0.08'i de kamu çalışanları (işçi, memur) olup, işlerini nakletmeleri dolayısıyla göç etmişlerdir. Göç edenlerin 0.08'i de, uzun kış ve kötü hava şartları ile Batıya ulaşımın pahalı ve zor oluşunu sebep olarak göstermişlerdir. Deneklerin yaklaşık 0.10'u da Erzurum'daki imkanlarıyla İstanbul'da daha çok kazanıp daha iyi yaşayacaklarına inandıkları için göç ettiklerini belirtmişlerdir. Deneklerin 0.05'i de çocuklarının yüksek tahsilleri sebebiyle Erzurum'dan ayrıldıklarını söylemişlerdir. Deneklerin 0.30'u Erzurum'da akrabaları kalmadığı ortamda yaşamak amacıyla göç ettiklerini belirtmişlerdir. 0.06'sı da göçleri için "diğer sebepleri" işaretlemişlerdir ve fakat belirtmemişlerdir.

Göçün sebepleri yanında, Erzurum'un hangi yörelerinden İstanbul'a göç edildiği de tesbit edilmeye çalışılmıştır. Buna göre 0.44 merkez ilçeden, 0.37 Erzurum'un ilçelerinden 0.17 de köylerinden İstanbul'a göç olmuştur. 0.02 oranında da önceden komşu illerden gelip Erzurum'a yerleşmiş olup, bir süre sonra İstanbul'a göç etmişlerdir.

Deneklerin Memnuniyet Durumları

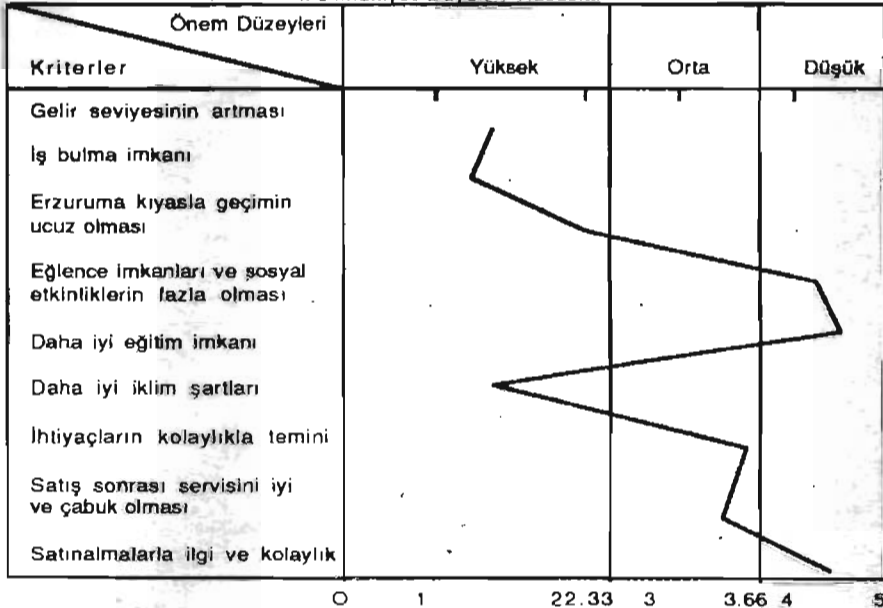
İstanbul'a göç eden deneklerin 0.77'si Erzurum'dan göç etmiş olmalarından dolayı memnun olduklarını beyan etmişlerdir. Elde edilen bilgiler likert ölçeği ile değerlendirilmiş olup, şu sonuçlara ulaşılmıştır. Göç etmekten memnun kalan deneklerin gelirin artması, iş bulma imkanı, Erzurum'a kıyasla geçimin ucuz olması ve iklim şartlarının iyi olmasını yüksek derecede önemli görmüşlerdir. Yine denekler ihtiyaçlarını kolaylıkla temin edebilmeye ve satış sonrası servis imkanlarına orta derecede önem verirken, eğlenme ve sosyal etkinliklere, eğitim şartlarına ve satınalmalarda gördükleri iygiye önem vermemişlerdir.

TABLO-1

Memnuniyet Duyulan Hususlar	Örnek Büyüküğü (n)	Değişkenin puanı (x)	Önem Düzeyi (*)
Gelir seviyesinin artması	77	1.15	Yüksek
İş bulunması	77	1.10	"
Erzurum'a Kıyasla geçimin ucuz olması	77	1.53	"
Eğlenme imkanları ve sosyal etkinliklerin çoğalması	77	3.71	Düşük
Çocukların daha iyi eğitim imkanlarına kavuşması	77	3.78	"
İklim şartlarının daha iyi olması	77	1.17	Yüksek
İhtiyaçların kolaylıkla temini	77	3.64	Orta
Satış sonrası servis imkanlarının çok olması	77	3.55	Orta
Satınalmalarda ilgi ve kolaylık	77	3.74	Düşük
TOPLAM Σ	77	2.60	Orta

100-2.33=Yüksek, 2.34-3.66=Orta, 3.67-5.00=Düşük

Memnuniyet Duyulan Hususlar



Nitekim göç de, pazarlama faaliyetlerini etkileyen nüfusla ilgili sosyal bir faaliyettir. Pazarlamacıların göç olayını yakından takip etmesi, nedenlerini olumlu ve olumsuz yanlarını incelemesi ve alacağı kararlarda gözönünde bulundurması gerekir.

Ülkemizde her zaman ve özellikle iç göçleri yaşamak ve görmek mümkündür. Göçlerin Doğudan Batıya doğru olduğu ülkemizde, genelde Doğu illeri göç veren, Batı illeri ise göç alan durumdadırlar. Araştırma konumuz olan Erzurum da göç veren iller arasında olup, net göç verme oranı bakımından göç veren iller içerisinde 8. sırada yer almaktadır.

23 Temmuz 1919 Kongresine sahne olan Erzurum, Doğu Anadolu Bölgesinde merkezi bir konuma sahip olup, bölge içerisinde ekonomik-sosyal açıdan etkinliği bulunan bir ilimizdir. 1985 yılına kadar şehrin nüfusunda ortalama % 2,5'lük bir artış gözlenmesine rağmen, son yıllarda bu artış durmuş ve hatta bir azalma olmuştur. Batıya doğru olan süratli göç, ekonomik ve sosyal açıdan şehri zayıflatmıştır. Oysa geçmişte; tarihi ipek yolu üzerinde, Karadeniz ve Akdeniz limanları birbirine bağlayan yolların kesişme noktasında Erzurum önemli bir ticaret merkezi olmuştur. 1918 yılından sonra duraklayan ticari hayata canlılık getirilmesi amacıyla Et ve Balık Kurumu, TMO, Şeker ve Çimeto Fabrikaları gibi tesisler kurulmuştur. Uzun bir süre şehrin ekonomisi gelişmiş ve ticaret artmıştır. Atatürk Üniversitesi eğitime başlamasıyla da şehirde ekonomik-sosyal hayatta büyük illerlemeler olmuştur. Ancak 1980'lerde başlayan hızlı göç bu gelişmeyi engelleyen, yatırımları yavaşlatan, ticareti zayıflatan ve işsizliği artıran önemli bir faktör olmuştur. Gittikçe gerileyen Erzurum "kalkınmada öncelikli iller" arasına alınmasına rağmen sanayide ve ticarete önemli yatırımlar ve gelişmeler olmamıştır.

Erzurum'da daha çok tarımsal üretim ve tarıma dayalı küçük çaplı yan sanayiler olmuştur. Hizmet sektöründe ise daha çok üniversite öğrencilerine yönelik lokanta, pastane, kafeterya ve küçük çaplı yan sanayiler olmuştur. Hizmet sektöründe ise daha çok üniversite öğrencilerine yönelik lokanta, pastane, kafeterya ve benzeri işletmeler faaliyet göstermektedir. Turizm gelişmemiş, sadece Doğu Anadolu Bölgesindeki turistik yerlere gelip gidenlerin geçtiği ve çok kısa sürelerle kaldığı bir yer konumundadır. Üniversitenin tatile girdiği yaz aylarında ise hizmet sektöründe de duraklama olmaktadır.

Özellikle tarım sektöründe optimal işletme büyüklüğü hemen hemen söz konusu değildir.

Toplam 20 bin konutluk gecekondü önleme bölgeleri sebebiyle inşaat sektörü oldukça canlı geçmektedir.

Başta tarımsal ürünler olmak üzere üretilen mallar için şehirde rakabete dayalı düzenli bir pazar yoktur. Tarım ürünlerinin çoğu belli semtlerde veya rastgele yerlerde satışa sunulmaktadır. Fiyatlar o günün şartalarına göre oluşmakta, üretici ürününü değer fiyatına satamamaktadır. Şehir merkezinde 1989 yılına kadar semt pazarı yoktu. Bu konuda yaptığımız araştırma sonucu Erzurum Belediyesine

üniversitemiz İşletme Fakültesi aracılığı ile bildirilmiş ve takip edilmiştir. Bu yıldan sonra da bir kaç semt pazarları kurulmuş ve faaliyete başlamıştır.

Bazı mahalli ürünlerde (süt, bal, patates gibi) toplama, işletme, depolama ve dağıtımuygun ve yeterli değildir. Üreticiler pazarların niteliklerini bilememekte ve pazardaki değişiklikleri takip edememektedirler. tüketicilerin çoğu bilinçli satınalma yapamamaktadır.

Ulaşım pahalı ve zordur. üreticiler ürünlerini ya pazara ulaştıramamakta veya birkaç vasıta değiştirmek zorunda kalmaktadırlar. Bu arada değer ve kalite kayıpları olmakta ve maliyetler artmaktadır. Yetersiz ve klasik pazarlama uygulamaları vardır ve genelde satıcı pazara hakim bulunmaktadır.

Nüfus hareketleri ve buna paralel olarak kültürel değişiklikler, pazarlamayı ve pazarlama kararlarını etkileyen önemli bir faktör olmaktadır. Göç de insanların kültürel yaşantılarında ve dolayısıyla pazarlamada etkili olan bir faktördür. Pazar alanlarının genişlemesinde veya daralmasında etkili olmaktadır. Göç bir ülkenin ekonomik ve sosyal yaşantısına olumlu etkide bulunacağı ve kalkınmayı zorlayacağı söylenebilir. Ancak göçün, göç alan ve veren yörelerin alt yapısıyla paralel gittiği ölçüde bu yararından bahsedilebilir. Nitekim bugün araştırma konusu olan İstanbul ve Erzurum aruk göçten olumsuz yönden etkilenmektedirler.

Bugün İstanbul alt yapısının yetmediği büyük bir göçe sahne olmaktadır. İstanbul'a göç eden her insan kendinden önce bulunanların yaşantılarını zorlaşturmakta, çok kere göçten önceki hayat standardından daha kötü bir çevreye düşmektedir.

Göçten dolayı alt yapısı olmayan veya yetersiz yerleşim alanlarındaki insanlar zorunlu ihtiyaçlarını karşılama mücadelesi verirken, tüm şehrin yaşantısını da olumsuz yönde etkilemektedirler. Alt yapının yetmediği hızlı bir nüfus artışına sahne olan İstanbul'da üretilen her şeyin satılabileceği eğilimler ortaya çıkmakta, üreticilerin böyle bir ortamda tüketicileri düşünecek vakitleri olmamaktadır. Diğer yandan göç veren Erzurum'da nüfusun artmaması pazarların küçülmesine ve gelişmemesine sebep olmakta, ticari hayat sönük geçmektedir. Dolayısıyla böyle bir toplumda üreticiler ve tüketiciler güçsüz olmakta canlı bir pazarlama faaliyeti olmamaktadır. Şehrin verdiği göç, bütün üretim faktörleri üzerinde olumsuz etki yapmakta, yatırımlar olmamakta ve işsizlik çoğalmaktadır.

Bugün alt yapının yetersiz kaldığı İstanbul'u, insanlar doğup büyüdüğü yerle olan mevcut ilişkilerini kopararak birdenbire doldurmuşlar, herhangi bir hazırlıkları olmadığı için zor şartlarla karşılaşmışlar ve ekonomik-sosyal problemlerini de beraberinde getirmişlerdir. Dolayısıyla sağlıklı ve ekonomik alt yapıdan daha hızlı bir kentleşme "kentin köyleşmesi" denilen bir sosyal olguyu ortaya çıkarmaktadır.

Günde ortalama bin kişi eklenen İstanbul'da ormanlara, baraj havzalarına tecavüz eden gecekondu bölgeleri kentin ayrılmaz bir parçası olmaktadır. Şehirde ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan bir arabeskleşme yaşanmaktadır. İnsanlarımız

geldikleri yerin kültürünü korumakta, kentleşmeye uyum sağlayamamaktadırlar. Nitekim göç alan büyük şehirlerimizde suçluluk, fuhuş, alkolizm, uyuşturucu alışkanlıkları, intiharlar, akıl hastalıkları ve benzeri toplumsal bozukluklar, devyant davranışlar günlük yaşantının bir parçası haline gelmiştir. Sağlıksız kentleşmede gecekondulaşan insanlar toplumun egemen kültüründen saparak kendilerine has bir yan kültür alanı teşkil etmektedirler. Bu da genellikle "yoksulluk kültürü" olarak ifade edilmektedir. Dolayısıyla ekonomik faaliyetler de bu kültüre uydurilmaya çalışılmaktadır.

Çünkü köksüz ve geneleksiz oluşan birçok yan kültürlerin dolayısıyla birçok farklı kültürlerin yaşandığı İstanbul'da ekonomik hayatta, pazarlama faaliyetlerinde makveyelist bir yaklaşım da ortaya çıkacaktır. Göçten önce köy ve kasabalarda yaşayan insanlarımıza kültürün hem taşıyıcı hem de koruyucuları iken, bugün bunlar "ekmek kavgası" uğruna büyük şehirlerde gecekondulu kuşakları oluşturmaktadır ve İstanbul'da nüfusun yarısından fazlası gecekondulu alanlarından ibaret olmaktadır. Bunlar geldikleri yerdeki değer verdikleri kültürlerini bir geçim savaşı uğruna feda etmek durumunda da kalmaktadırlar.

Diğer yandan yoksulluk kültürünü yaşayanların yanında "alkullan ve at" türünden ısraf ekonomisini yaşayan zenginlik kültürü sahipleri de kültürel arabeskin diğer kanadını oluşturmaktadırlar. Kültürel kirlenmeyi yansıtan hem yoksulluk hem zenginlik kültürü sahibi insanlarımıza; buldukları ortamda "şahsi çıkarları için toplumun genel çıkarlarını bozan, genel refahını tehdit eden" bir homo-ekonomik tüpe dönüşmektedir. Böylesine bir ortamda üretici, pazarlamacı ve tüketici birbirinden kopuk olarak günlerini kurtarmaya çalışmaktadırlar. Günlük politikalarla ekonomik faaliyetler götürülmek istenmektedir.

Zengin olabileceğin yolda zengin ol veya para en sadık dosttur türünden bir dünya görüşü, etliye-sütlüye karışmaz veya kaçma-karışma tarzında sosyal fırsatçılığa kadar varan bir düşünce tarzı oluşmaktadır. "Sonradan görme zenginleri" oluşturan zenginlik kültürüne sahip kimselerin gösterişe yönelik harcamaları, üreticilerin ve pazarlamacıların sosyal sorumluluklarını, tüketiciye yönelik faaliyetlerini engelleyebilecek ve geciktirebilecek niteliktedir. Dolayısıyla bir tarafta "kaldır at" davranışı, diğer taraftan geçim savaşı, şehirleri sosyal ve ekonomik bir kaosa götürebilmektedir. Bilinçli bir tüketici toplumun gelişmesi geçkelebilmektedir. Göç eden insan bir yandan geçim sıkıntısı çekerken diğer yandan daha yüksek düzeyde tüketim arzusunu taşıyabilmektedir.

Erzurum ilinden zengin, fakir her durumda insanlarımızın göç ettiğini görüyoruz. Bunların büyük çoğunluğu (0.56) iş bulmak için ilden göç etmişlerdir. Diğerleri iş nakli, uzun kış ve kötü hava şartları sebebiyle ilden ayrılmışlardır. Yaklaşık 0.10'u da Erzurum'daki imkanlarıyla İstanbul'da daha iyi hayat şartları elde edebileceklerine inandıkları için göç etmişlerdir.

Göç eden deneklerin alış-veriş alışkanlıklarında da değişiklikler gözlenmiştir.

Göçten önce market, mahalle manav ve bakkalından ihtiyaçlarını satınalan denekler, şimdi işportacı (0.85) semt pazarları (0.95) ve süpermarketlerden (0.65) satınalmaktadırlar. Deneklerin pek azı (0.06) da lüks mağazalardan mal almaktadırlar. Ayrıca deneklerin teknolojik imkanlardan yararlanma durumlarında da değişiklikler gözlenmiştir. Örneğin göçten önce 0.12 denneğin otomatik çamaşır makinesi varken şimdi bu oran 0.58'e çıkmıştır. Keza göten önce 0.05'inin otomobili varken bu oran şimdi 0.18'e ulaşmıştır. Deneklerin 0.06'sı bulaşık makinesi, 0.08 video, 0.02'si bilgisayar kullanırken, bulaşık makinesi 0.19'a, video 0.45'e, bilgisayar kullanım oranı da 0.08'e çıkmıştır.

Deneklerin 0.77'si Erzurum'dan göç etmiş olmalarından dolayı memnun olduklarını ve umduklarını bulduklarını belirtmişlerdir. Gelirlerinin artmasını, iş bulma imkanı elde etmelerini, Erzurum'a kıyasla geçimin ucuz ve iklim şartlarının daha iyi olması yüksek derecede önemli sebepler olarak görmüşlerdir. Bununla beraber İstanbul'a göç etmekten memnun olmayan ve geri dönmek isteyen denekler de olmuştur. Bunlar memnuniyetsizlik sebepleri olarak kültürel çevreye uyum sağlayamamayı, ulaşım, trafik ve çevre kirliliğini, aile fertlerinin kötü alışkanlıklar edinmelerini, barınma şartlarının kötü olmasını yüksek derecede önemli saymışlardır. Hayat pahalılığını, su problemini, akraba, eş ve dostlardan kopmuş olmalarını da orta derecede memnuniyetsizlik sebebi olarak göstermişlerdir.

Kişisel bazda birtakım avantajlar olsa bile, artık bugünkü haliyle göçün hem göç veren il durumundaki Erzurum'a hem de göç alan il durumundaki İstanbul'a bir yararı kalmamıştır. Aksine her iki il de bundan dolayı ekonomik ve sosyal açıdan yukarıda tartışılan problemlerle karşılaşmışlardır. Bu itibarla Doğu Anadolu Bölgesinin en fazla nüfusuna sahip ve kuruluş yeri itibarıyla merkezi bir durumda olan Erzurum'un ekonomik-sosyal kalkınması için bazı tedbirlerin alınması gerekir:

Öncelikle ilde hizmet sektöründe (başta sağlık ve eğitim olmak üzere) üretim ve pazarlama faaliyetlerinin canlandırılması gerekir. Aynı şekilde turizm ele alınması gerekli olan başka bir alandır. Özellikle kış turizmi için Erzurum'un büyük potansiyeli vardır. Kış, yayla ve ılıca turizmi için bölgenin imkanları kullanılmalıdır.

Ayrıca dağcılık, avcılık, spor ve eğlence etkinlikleri de geliştirilmelidir. Atatürk Üniversitesi yaz ve gece eğitimi yaparak, şehrin hizmet sektörüne önemli bir canlılık getirebilir. Hizmet sektöründeki canlılık, diğer sektörlerin de itici gücü olacaktır.

Keza tarım il ekonomisinin en önemli sektörüdür. Toplam istihdamın % 72'si ile toplam gelirin de % 32'sini bu sektör sağlamaktadır (31, s.114). Dolayısıyla tarım sektöründe sanayileşmeye gidilmeli, Üretim potansiyeli değerlendirilmelidir. Buna paralel olarak taşıma, depolama ve standardizasyon olmak üzere fiziksel dağıtım fonksiyonları etkin bir şekilde kullanılmalıdır. Tarımsal pazarlama, tarım sektörünün gelişimi ile birlikte ele alınmalıdır. Üretim ve pazarlama için üniversitenin imkanları kullanılmalıdır. üretici ve tüketiciyi bilinçlendirme

çalışmaları yapılmalı, firmalar için pazarlama araştırmalarına önem verilmeli ve desteklenmelidir. Elde edilecek pazar haberleri mahalli medyadan yararlanılarak yayınlanmalıdır.

Pazarlama kooperatifleri kurulmalı ve fiziksel dağıtımda meydana gelen değer ve kalite kayıplarını önleyecek tedbirler alınmalıdır. Satandırtılma ve ambalajlama yaygınlaştırılmalıdır.

Erzurum'da çok az sayıda semt pazarı vardır. Semt pazarlarının sayısının artırılması ve bunların daha organize halde çalıştırılması sağlanmalıdır.

Ulaştırma Erzurum için en önemli problemlerden birini oluşturmaktadır. Karayolu en canlı ulaşımdır. Demiryolu insan taşımada, havayolu da kargo taşımacılığında oldukça zayıftır. Kara ve demiryolunun ıslahı ve demiryolu ve havayolu taşımacılığının geliştirilmesi mevcut problemlerin çözümünde önemli bir çıkış yolu olacaktır.

Diğerlerine kıyasla ticaret ve inşaat ilde en canlı sektörlerdir. Bu sektörler de turizm gibi diğer sektörlerin canlandırılıp geliştirilmesinde yardımcı olabilirler. Çünkü Erzurum bölgenin merkezi olması nedeniyle, çeşitli mallar ticarete konu olmakta ve hareketli bir nüfus bulunmaktadır. Bölgedeki diğer illerden göç alan bir il konumu da vardır.

Erzurum ve ilçelerinde halıcılık, kilim, çeyiz ve benzeri el sanatlarının yaygınlaştırılarak ticari hayata canlılık getirilebilir. Bu konuda Atatürk Üniversitesinin potansiyelinden yararlanılabilir. Böylece göçün sebebi olan işsizliğe bir ölçüde çözüm bulunabilir.

Göçün bir başka sebebi olan iklim şartlarının değiştirilmesi mümkün olmadığına göre, iklimin ve coğrafyanın olumsuz etkisinin karşılığı olarak kamu çalışanlarına, Batı bölgelerine göre bazı avantajlar tanınmalıdır. En azından kötü iklim şartlarının getirdiği harcamalara katkıda bulunulabilir.

Erzurum'da yarım kalmış birçok tesis bulunmaktadır. Bunların biran önce tamamlanarak üretime geçilmesi, istihdama ve gelire önemli katkısı olacaktır. Ticaretin, ekonomik hayatın canlanması için bu tesisler önemli bir potansiyeldir.

İlçelere ve köylere hizmetlerin yaygınlaştırılmasına çalışılmalıdır. Sağlık ocakları, üretim-dağıtım-tüketim ve yapı kooperatifleri, yatılı bölge okulları, atölye ve tamirhaneler, anaçocuk sağlık merkezleri, tarım danışma büroları, YSE vePTT hizmetleri mümkünse buralara kadar götürülmeli veya birkaç yerleşim biriminin yararlanabileceği hizmet merkezleri oluşturulmalıdır.

Öncelikle Erzurum birinci derecede kalkınmada iller arasında alınmalıdır.

Türkiye Karadeniz Ekonomik İşbirliği Projesi, Türk Ortak Pazarı, Kalkınma İçin Bölge İşbirliği ve Doğu Anadolu Projesi (DAP) gibi önemli entegrasyon ve dışa açılma projelerinin pratiğe geçirilmesi gerekir.

Eğlence ve piknik yeri şeklinde kullanılan Erzurum Doğu Fuarının amacına uygun biçimde yeniden organize edilerek çalıştırılması yararlı olur.

Öngörülen bu tedbirler üretimi, istihdamı ve geliri artıracığından göçün önlenmesinde doğrudan etkili olacaktır. Başlangıçta Devletten beklenen bu tedbirler yanında, yöre halkının da bilgi, beceri ve sermayesini bölgenin kalkınmasına kanalize etmek gerekmektedir.

Ancak üretimin artırılması tek başına yeterli olmayacaktır. Bu itibarla üretimle pazarlamının birlikte ele alınması; alınacak tedbirlerin yöreye ve ülkeye yararlı kılacaktır.

Göç veren Erzurum'u kalkındırmak ve göç alan İstanbul'u yeniden yaşanan duruma getirebilmek için, öngörülen tedbirlerin daha fazla geciktirilmemesi kaçınılmazdır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- 1) Akkayan, Taylan., Göç ve Değişme, İ.Ü. Edebiyat Fakültesi yayını, No. 2573, İstanbul, 1979.
- 2) Arıkan, Osman., Erzurum Şehrinin Ekonomik Esasları, Atatürk Üniversitesi İşletme Fakültesi yayını, No.31, Ankara, 1973.
- 3) Atalay, Beşir., Sanayileşme ve Sosyal Değişme, DPT yayını, No.1917, Ankara, 1983.
- 4) Başol, Koray., Demografi, Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF yayını, No.6, İzmir, 1984.
- 5) Belge, Murat., "Toplumsal Değişme ve Arabesk", Birikim, Eylül 1980.
- 6) Cemalcılar, İlhan., Pazarlama; Kavramlar-Kararlar, yayını No.128, İstanbul, 1988.
- 7) Çınar, Recai., "Erzurum İçin Semt Pazarlarının Kurulmasının Gereği ve Önemi", İşletme Dergisi, Sayı 1-2, Kasım 1979.
- 8) - - - - -, Tüketicinin Korunmasında Standardizasyon ve Erzurum'da Bir Saha Araştırması, Erzurum, 1987.
- 9) DİE., Kasım 1991'de Türkiye Ekonomisi İstatistik ve Yorumlar, Ankara.
- 10) - - - - -, Genel Nüfus Sayımı, İli; Erzurum, 1985 ve diğer sayım istatistikleri.
- 11) Doğanay, Hayati., Erzurum'un Şehrsel Fonksiyonları, Atatürk Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi yayını, Erzurum, 1983.
- 12) DPT., Köyden Şehire İşgücü Göçleri, Ankara, 1971.
- 13) - - - - -, Türkiye'de 1950-1980 Dönemlerinde İller Arası Göçlerin Genel Değerlendirmesi, yayını No. 1944, 1981.
- 14) Erem, Tunç., Yönetim Açısından Pazarlama, 2. Baskı, İstanbul, 1978.

- 15) Erkal, Hüsnü., Sosyo-Ekonomik Bölgesel Gelişme, Dokuz Eylül Üniversitesi yayını, İzmir, 1987.
- 16) Eroğlu, Feyzullah., "Hızlı Şehirleşmenin Yolu kitle Toplumuna Çıkar"., Türk Yurdu, Cilt II, Ağustos 1991.
- 17) Erzurum Tarihi Araştırma Derneği, Tarih Yolunda Erzurum, 1991.
- 18) Erzurum İl Yıllıkları muhtelif sayıları.
- 19) Erzurum Valiliği., Erzurum-Türkiye'de Beldeler, 1986.
- 20) International Bank for Reconstruction ve Ziraat Bankası, Erzurum Kırsal Kalkınma Projesi.
- 21) Karabulut, Muhittin., Tüketici Davranışı, Genişletilmiş 2. Baskı, İ.Ü. İşletme Fakültesi yayını, No. 164, İstanbul 1985.
- 22) - - - - -., Örnek Olaylarla Veteriner İlaçları ve Hayvancılığa Sosyal Pazarlama Yaklaşımı, İ.Ü. İşletme Fakültesi yayını, No. 10, İstanbul, 1980.
- 23) - - - - -., Değişen Hayat Tarzı ve Hedonizm", Pazarlama Dünyası, Yıl 1, Sayı 1, (Ocak-Şubat 1987).
- 24) Karayalçın, Nevzat., "Kentleşme Sorunları ve Çözüm Önerileri", Atatürk Üniversitesi, Erzurum, 1992.
- 25) Kozak, İ.Erol., Erzurum İlinin Nüfus İşgücü, İstihdam Meseleleri ve Dönen İşçiler, Atatürk Üniversitesi, İşletme Fakültesi yayını, No.62. Erzurum, 1979.
- 26) Mucuk, İsmet., Pazarlama İlkeleri, Genişletilmiş 2. Baskı, İstanbul, 1984.
- 27) Meydan Larousse, Cilt 5.
- 28) Milliyet Gazetesi, 28. Nisan. 1992.
- 29) Oluç, Mehmet., Pazarlama İlkeleri ve Türkiye'de Uygulamaları, Cilt 1, İ.Ü. İktisat Fakültesi yayını, No. 276. İstanbul, 1970.
- 30) Tandoğan, Alaettin., Türkiye'de 1975-1980 Dönemlerinde İller Arası Göçler, Karadeniz Teknik Üniversitesi, İİBF, Trabzon, 1988.
- 31) T.Doğan, Muhsin., Erzurum İlinin Ekonomik Yapısı ve Gelişme Potansiyeli, Atatürk Üniversitesi, İİBF yayını, Erzurum, 1991.