

## **Altın Arz ve Talebinin Yoğun Olduğu Piyasaların Finans Sektörü ile İlişkileri ve Mevcut Pazar Yapısının Sosyo-Ekonomik Açından Analizi: Şanlıurfa ve Yöresinde Ankete Dayalı Bir İnceleme**

*Relation of Market Where Gold Supply And Demand is Intensive With Finance Sector and Analyze Of Present Market Structure in Terms Of Socio-Economic: A Study Based On Survey in Şanlıurfa and in the Region*

**Mehmet CİHANGİR**

Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi  
[cihangir1964@hotmail.com](mailto:cihangir1964@hotmail.com)

**M. Fatih SANCAR**

Siirt Üniversitesi  
[mf.sancar@hotmail.com](mailto:mf.sancar@hotmail.com)

### **Özet**

Türkiye’de altının en fazla alınıp satıldığı illerden biri Şanlıurfa’dır. Özellikle bazı özel günlerde İstanbul ve Ankara’dan sonra altının en fazla işlem gördüğü yer olması, bu ilde altının alım-satımının yapıldığı kuyumculuk sektörünün mercek altına alınmasını ve bu sayede altının bölge ekonomisine olan katkılarının yanı sıra diğer yönlerinin de incelenmesini zorunlu kılmıştır. Bu açıdan altının ve kuyumculuk sektörünün Şanlıurfa iline sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan etkilerinin kapsamlı biçimde araştırılması amacıyla tüm ili içeren kapsamlı bir anket çalışması yapılmış ve bu etkilerin yansımalarının doğrudan olayın taraflarının ifadeleriyle aktarılması amaçlanmıştır. Böyle yoğun altın alım-satımının yapıldığı bölgede bir takım sorunların ortaya çıkmasının kaçınılmazlığı da göz önüne alınarak en fazla görülen sorunlar saptanmış ve bunların çözümüne yönelik önerilerde bulunulmuştur. Ayrıca bir yatırım aracı olan altının bölgede algılanma biçimi ve bölge ekonomisine olan katkıları gözlenmeye çalışılmıştır. Özellikle kredi kartının sektörde kötüye kullanımının bölgeye verdiği zarar saptanmaya ve soruna çözüm önerileri getirilmeye çalışılmıştır. Yastık altı olarak ifade edilen ve ekonomiye doğrudan katkısı az sayılan altının Şanlıurfa ekonomisine kazandırılması durumunda sağlayabileceği yararlar üzerinde durulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Şanlıurfa, Altın, Kuyumculuk

### **Abstract**

*One of the provinces where gold is purchased and sold mostly is Şanlıurfa. Especially trading of gold mostly in some special days following İstanbul and Ankara has made necessary that jewelry sector in this province where gold is purchased and sold is put under the scope and thereby examination of the contribution of gold to region economy as well as its other aspects. Within this scope a detailed questionnaire study to search gold and jewelry sector in Şanlıurfa in point of social, cultural and economical effects have been carried out and it has been aimed to explain these effects*

*directly from explanations of parties of incident. Considering the inevitability of emergence of some problems in a region where such extensive sale and purchase is made, the problems seen mostly have been determined and proposals regarding the solution of these have been made. In addition it has also been aimed to observe perception manner of gold and its contribution to region economy as a investment vehicle in the region. Especially the damage of misleading of credit card in sector has been tried to determine and made solution recommendations to the problem. It has been pointed out on the benefits in case the gold called mattress and considered its effect to economy is little is gained to Şanlıurfa economy.*

**Key Words:** Şanlıurfa, Gold, Jewelry

## GİRİŞ

Altının gerek dünya genelinde genel ülkemizde algılanış biçimi farklıdır. Bazı yerlerde yatırım enstrümanı olarak anlam kazanırken bazı yerlerde bir kültürü ifade etmektedir. Ülkemizin de içinde bulunduğu özellikle Doğu coğrafyasında altına olan talep dünyanın pek çok yöresinden daha fazladır. Bu yoğunluk altının ve alım-satımının yapıldığı kuyumculuk sektörünün ülkemiz açısından incelenmesini zorunlu kılmaktadır.

Hatırlatmak gerekirse, kuyumculuk sadece “altını alıp satma işi” olarak algılanmamalıdır. Bu sektörde sermeye koyarak malzeme temin eden, işçi olarak emek katan, satıcı durumda olan ya da ya da üçünü birden kendi bünyesinde bulunduran şirketsel örgütlü kuyumcuların bulunduğunu vurgulamakta yarar vardır. ([www.kuyumcu-web.com](http://www.kuyumcu-web.com)) e.t: 23.01.2009.

Dünyada yaşanan tüm sıkıntılı dönemlerde en güvenilir yatırım aracının altın olduğu bir gerçektir. Günümüzde yaşanmakta olan küresel kriz, dünyanın pek çok ülkesini olduğu kadar, Türkiye'yi de etkilemeye başlamıştır. Bu durum özellikle küçük yatırımcılar için hangi yatırım aracının daha karlı olduğu tartışmalarını da beraberinde getirmiştir. 2008 yılında yatırımcısına en fazla getiri sağlayan yatırım aracının altın olduğu düşünülürse bu durumun kriz dönemlerinde de devam edip etmeyeceğinin tartışılması son derece doğaldır. Altının diğer yatırım araçlarına göre daha istikrarlı olması, döviz gibi ani iniş ve yükselişler göstermemesi onu diğer yatırım araçları karşısında avantajlı kılmaktadır. Altının yatırım aracı olması dışında dünyanın her yerinde farklı bir kabul görmesi, altın stokunun tüm ülkeler için en büyük zenginlik kaynaklarından biri olarak kabul görmesi altının diğer görece avantajı olmaktadır.

Türkiye açısından baktığımızda, altının özellikle son 10-15 yıldır yoğun biçimde alım-satımına konu olduğu görülmektedir. Ancak ülkemizde altın madeni olmasına karşın çıkarma maliyetlerinin yüksek olması yüzünden talebin büyük bölümü ithalat yoluyla karşılanmaktadır. Bu yüzden altın fiyatı özellikle kuyumculuk sektörü ve yatırımcı için hayati önem taşımaktadır. Altın ithalatı yönünden Türkiye dünyanın ilk beş ülkesi içerisinde yer almaktadır. Yine Türkiye’de altının işlendiği kuyumculuk sektöründe 40 bin dolayında işletme vardır ve bu işletmelerde 250 bin dolayında insan çalışmaktadır. Sektörde yaklaşık 300 civarında ise ihracatçı işletme bulunmaktadır (Kırılıoğlu, 2006, s. 43).

Türkiye’nin bu potansiyeli bazı yatırımcı işletmeleri de bu sektöre çekmiştir. Bu işletmeler süs ve takının yanı sıra yatırımcılarına yatırım amaçlı altın ürünler sunmaya başlamışlardır.

Türkiye’de Osmanlı döneminde altın para olarak kullanılmıştır. Cumhuriyet dönemi başlangıcı ve sonrasında para olma niteliğini kaybetmesine karşın halkın gözünde hem bir süs eşyası hem de en büyük yatırım araçlarından biri olarak kabul görmeye devam etmiştir. 1980 öncesi dönemde, dövizin serbestçe alınıp satılamaması, ithalata dayalı kuyumculuk sektöründe ciddi sorunlara neden olmuştur. Öyle ki sektör, gerçek işlemlerin yanı sıra, kara para aklama faaliyetlerinin de yürütüldüğü örgütsüz piyasa görünümüne bürünmüştür (Aslan, 2001, s. 38). 1983- 1984 yıllarında yeni kararlar alınarak döviz kurları serbestleştirilmiş, altının yurt içi ticareti ve ithalatı serbest bırakılmıştır. MB döviz kurlarıyla beraber altın fiyatlarını da belirlemede yetkili kılınmıştır. MB nezdinde “TL karşılığı Altın Piyasası” kurulmuştur. Böylece MB İsviçre bankalarından konsinye olarak altın ithal edip, Türkiye’deki kişi ve kurumlara TL karşılığında satmaya başlamıştır (Toraman, 1997, s. 158). Şüphesiz bu durum sektörü görece de olsa rahatlatmıştır.

1990’lı yıllarda kuyumculuk sektöründe bir ihracat patlaması yaşanmış, buna bağlı olarak sektörün büyüme hızı artmıştır. Bunun sonucunda sektörde teknolojik yenilikler yapılmış, yurtiçi ve yurtdışı pazarlarda söz sahibi olabilmek için takı dizaynına önem verilerek bu alanda eğitim kurumları açılmıştır. 1997 yılında Vadeli İşlemler ve Opsiyon Piyasası kurularak sektörün rekabet gücünü kısıtlayan fiyat ve kur risklerinin minimize edilmesi sağlanmaya çalışılmıştır (Kaplan, 2003, s. 33). Takiben 1991’de Altın Borsası kurulması sayesinde dünya fiyatlarında hammadde temin edilir hale gelmiştir. Bu durum sektörü daha rekabetçi konuma getirmiştir (Başlangıç, 2005, s. 16-17). Ancak sektörün markalaşma, ürün tasarımı, teknolojik yenilikler, pazarlama stratejileri gibi konularda kendini gelişim göstermesine karşın yasal düzenlemelerdeki eksiklikler özellikle küçük çaptaki kuyumcu esnafının rekabet gücünü zayıflatmaya devam etmektedir.(Kırılıoğlu, 2006, s. 40).

Günümüze gelindiğinde sektörün hala önemli problemlerinin olduğu görülmektedir. Mali mevzuattaki yetersizlik, finansal yetersizlikler, kalifiye eleman yetersizliği, ayar problemleri, teknoloji yetersizliği, pazarlama ve tanıtım problemleri hala temel problemler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak belki de sektör açısından seviniyecek bir durum, sektörün hala küçük atölyeler şeklinde varlığını devam ettirmesine karşın, son yıllarda ihracata yönelmelerdeki artış sonucunda, şirketleşme çalışmalarının hız kazanmış olması ve sektörde kurumsallaşma eğilimlerinin yoğunlaşmaya başlamasıdır(Fidan, 2006, s. 46).

Kuyumculuk sektöründe tüm çabalara karşın sigorta konusuna pek ilgi duyulmaması ilginç bir durum olarak ortadadır. Özellikle son yıllarda ortaya çıkan yeni kuyumculuk sigortaları, kuyumcular için önemli güvenceler sağlamaya başlamıştır. Buna karşın hala beklenen ilgiye kavuşulamamıştır.

### **ŞANLIURFA’ DA ALTIN VE KUYUMCULUĞA GENEL BAKIŞ**

Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde altın takılarıyla meşhur olan Şanlıurfa'da yılda yaklaşık 1.5 ile 2 ton arasında alım-satımı yapılmaktadır. Şanlıurfa'da kuyumcular odasına kayıtlı 272 kuyumcu bulunurken bu rakam ilçelerle birlikte 350 dolayındadır. Bu kadar fazla kuyumcu işletmesinin varlığı şüphesiz yöre halkının altına olan yoğun ilgisinin bir sonucudur. Bu bölgede özellikle evlilik sırasında alıma konu olan altının bu yoğunlukta katkısı büyüktür. Evlilikte istenen bu altının bir yaşam sigortası olarak

görülmesinin yanı sıra, elbette sosyo-kültürel boyutu da söz konusudur. ([www.kentport.com](http://www.kentport.com)) e.t: 20.01.2009.

Çalışmamız daha ziyade altının ekonomik açıdan incelenmesini kapsadığından elbette bu yönünü çalışma kapsamı dışında bırakmak durumundayız. Ancak bu yoğun alım satımın çok sayıda işletme kurulmasına neden olması, bu işletmelerde çok sayıda işgücünün değerlendirilmesi ve kuyumculuk sektörünün yöredeki önemli ekonomik ağırlığının irdelenmesi çalışmamız kapsamı içerisindedir.

Bankalararası Kart Merkezi verilerine göre, Anneler Günü'nü kapsayan 10-12 Mayıs'ta kredi kartıyla yapılan kuyumculuk işlemlerinin yüzde 17'si Şanlıurfa'da gerçekleşmiş, kent bu oranla İstanbul ve Ankara'nın ardından en yüksek harcama yapılan 3'üncü il olarak kayıtlara geçmiştir. İlde kuyumculuk sektörünün bu büyüklüğü kayıtdışılık gibi bir takım sorunları da beraberinde getirmektedir. Örneğin bazı kuyumcularda altının hiç olmamasına karşın kredi kartları aracılığıyla kredili sanal altın alım-satımı ile tefecilik yapıldığı iddiaları ülke gündemine kadar girmiş, bu ilde büyük soruşturmanın yapılmasına neden olmuştur. ([www.iyibilgi.com](http://www.iyibilgi.com)) e.t: 28.01.2009.

## YÖNTEM

Çalışmada Şanlıurfa yöresinde altın ve kuyumculuk sektörünün durumu ankete dayalı olarak sosyo-ekonomik açıdan incelenmiş ancak çalışmada altın ve kuyumculuk sektörünün yöreye ekonomik açıdan katkıları incelenirken, sosyo-ekonomik yönü de vurgulanmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın amacına uygun olarak birincil kaynaktan bilgi sağlanmasına yönelik veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi uygulanmıştır. Anket sonuçlarıyla ilgili veriler toplanmış ve istatistik programı yardımıyla analiz edilerek yorumlanmıştır. Hazırlanan anket ile kuyumcuların demografik özellikleri, altın sektörünün sorunları, mali açıdan özellikleri, sosyal ve ekonomik hayata etkisi ve devlet ile ilişkileri hakkında somut bilgiler elde edilmesi amaçlanmaktadır. Anket sorularının hazırlanması aşamasında çeşitli kitap, makale ve benzer çalışmalar incelenmiş, altın sektörü çalışanlarıyla yüz yüze görüşülerek sektör hakkında önemli konuların ankete dahil edilmesi sağlanmıştır. Anakütle olarak Şanlıurfa ve ilçelerinde aktif olarak çalışan kuyumcu işletmelerinin sahipleri ve yöneticileri seçilmiştir. Araştırma 2008 yılı Ekim ayında başlamıştır. Hem sürecin hızlanması hem de daha güvenilir cevapların alınabilmesi amacıyla anket yüz yüze görüşme metoduyla yapılmıştır. Bu kapsamda il ve ilçelerde bulunan toplam 350 kuyumcu işletmesinin 150 tanesi ile anket yapılması planlanmış ve anketler bu sayıda işletmeye iletilmiştir. Ancak bir kısım işletme sahip ve yöneticileri kendilerince mazeret belirterek anketimize cevap vermek istememişlerdir. Bunun sonucunda hedef seçtiğimiz kitleden 86 tanesi anketimizi cevaplamışlardır. Anketimiz, sektörün sorunları, altının ve kuyumculuğun durumunu ildeki sosyo-ekonomik açıdan değerlendirmeye yönelik sorulardan oluşmuştur. Ankette 39 adet soru bulunmaktadır. 39 sorudan 21'i 5'li Likert ölçeği kullanılarak hazırlanmış kapalı uçlu sorulardır. Ankette bulunan diğer sorular sıralama soruları ve dereceleme ölçeğinden oluşan sorulardan oluşmaktadır. Anket ile elde edilen verilerin analiz edilmesi için Statistical Packages for the Social Sciences (SPSS) 10.0 İstatistik Programı kullanılmıştır. Anket verileri SPSS 10.0 programında hazırlanan veri dosyasına aktarılmış ve frekans analizi yapılmıştır. Anketi cevaplayanların oranı ve demografik özellikleri kapsamında yaş gruplarına, cinsiyetlerine, eğitim düzeylerine ve sektördeki deneyimlerine göre aşağıda gösterilmiştir

**Tablo 1. Anketi Cevaplayanların Demografik Durumları ve Tecrübeleri**

<b>Yaş Dağılımı</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
20-29	11	12,8
30-39	23	26,7
40-49	31	36,0
50'nin Üstü	21	24,4
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>
<b>Eğitim Durumu</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
İlkokul	3	3,5
Ortaokul	22	25,6
Lise	52	60,5
Üniversite	9	10,5
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>
<b>Kuyumculuk Deneyimi</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
5 Yıldan Az	5	5,8
6-10	12	14,0
11-15	38	44,2
16-20	17	19,8
20 Üzeri	14	16,3
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Kuyumcuların demografik özelliklerine bakıldığında, ankete cevap veren kuyumcuların tamamı erkektir. % 60,4'ü orta yaş üzeri olup, % 60,5 gibi büyük bir çoğunluk lise mezunudur. Kuyumcuların %80,3'ü ise mesleklerinde 10 yıldan daha fazla tecrübeye sahiptir. Ankete cevap veren kuyumcuların demografik özellikleri ile ilgili bilgiler Tablo 1'de verilmiştir

### **BULGULAR**

Araştırma sonucu elde edilen bulgular aşağıda tablolar halinde sunulmuştur.

**Tablo 2. Şanlıurfa'da Çok Sayıda Kuyumcu Bulunma Nedenleri**

<b>Seçenekler</b>	<b>Sayı</b>	<b>%</b>
Çok Karlı Olması	23	26,7
Prestijli Olması	20	23,3
Kolay Olması	40	46,5
Zevkli Olması	1	1,2
Diğer	2	2,3
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Çok sayıda kuyumcu bulunması nedeniyle, kuyumculara kuyumcu sayısındaki fazlalığın nedeni sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 2'de verilmiştir. Anketi cevaplayan kuyumcuların % 46,5'i kolay olması, %26,7'si çok karlı olması, %23,3'ü prestijli olması nedeniyle Şanlıurfa'da çok sayıda kuyumcu bulunduğunu düşünmektedir. Anketten çıkan sonuca göre kuyumculuk mesleği kuyumcular tarafından zevkli bir meslek olarak görülmemektedir.

**Tablo 3 : Kuyumculuk Sektörünün Şanlıurfa Ekonomisine Katkısı**

Seçenekler	Sayı	%
Çok Fazla	4	4,7
Fazla	40	46,5
Normal	38	44,2
Az	4	4,7
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Bu kadar çok sayıda kuyumcunun ekonomiyeye olan katkısı şüphesiz merak konusudur. Yanıtlar Tablo 3'te verilmiştir. Anketten çıkan sonuca göre kuyumculuk sektörünün Şanlıurfa ekonomisine katkısı kuyumcuların %46,5'ine göre fazla olarak değerlendirilmişken, %44,2'sine göre orta seviyede katkıda bulunmaktadır.

**Tablo 4: Şanlıurfa'da Yıllık Altın Alım-Satım Miktarı**

Seçenekler	Sayı	%
1 Tonun Altında	12	14,0
1-1,5 Ton Arası	12	14,0
1,5-2 Ton Arası	7	8,1
2-2,5 Ton Arası	26	30,2
2,5 Tonun Üstünde	29	33,7
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Medyada özellikle bu bölgede altın alım satımının çok fazla olduğu ortaya konulmaktadır. Bundan dolayı kuyumculara yıllık altın alım satım miktarı sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 4'de verilmiştir. Anketi cevaplayan kuyumcuların %63,9'u Şanlıurfa'da altın alım-satımının 2 tonun üstünde olduğunu belirtirken, %36,1'i ise 2 tonun altında olduğu görüşündedir. Resmi kayıtlarda 1,5 ton civarında altının işlendiği belirtilen bölgede, resmi rakamın yaklaşık 2 katı dolayında altının işleniyor olması bölgede kayıtdışı alım-satımın miktarı hakkında bazı veriler sağlamaktadır.

**Tablo 5: Şanlıurfa' da Altının Döviz Karşı Alternatif Olma Düzeyi**

Seçenekler	Sayı	%
Evet Kesinlikle Alternatiftir	11	12,8
Evet Alternatiftir	59	68,6
Alternatif Olabilir	16	18,6
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Altının döviz karşı alternatif olup olmadığı günümüzde önemli bir tartışma konusudur. Kuyumculara altının döviz karşı alternatif olup olmadığı sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 5'te verilmiştir. Şanlıurfa'da altını döviz alternatif olarak gören kuyumcuların oranı %81,4'ü bulmakta iken, %18,6' sı ise alternatif olabileceği düşüncesindedir. Ankete cevap veren kuyumcular arasında altının döviz karşı alternatif olamayacağı düşüncesinde olanlar bulunmamaktadır.

**Tablo 6: Altın Şanlıurfa İşlenme Düzeyi**

Seçenekler	Sayı	%
İşlenmiş Olarak Alınıyor	2	2,3
Hem İşlenmiş Alınıyor, Hem de Şanlıurfa da İşleniyor	84	97,7
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Bölgede özellikle altın işlemeciliğine önem verildiği görülmüştür. Bu durumun rakamsal olarak ortaya çıkarılması amacıyla, altının kuyumcular tarafından nasıl temin edildiği, yani işlenerek mi yoksa ham olarak mı alındığı sorusu sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 6'de verilmiştir. Şanlıurfa kuyumcularının %97,7'lik gibi büyük bir kısmı Şanlıurfa'da satılan altınların hem dışarıdan işlenmiş olarak alındığını, hem de Şanlıurfa'da işlendiğini belirtmiştir. %2,3 oranında kuyumcu ise sadece işlenmiş olarak alındığını belirtmiştir.

**Tablo 7: Şanlıurfa'da Altın Piyasasının Canlandığı Dönemler**

Seçenekler	Sayı	%
Aralık-Ocak-Şubat	1	1,2
Mart-Nisan-Mayıs	1	1,2
Haziran-Temmuz-Ağustos	79	91,9
Eylül-Ekim-Kasım	2	2,3
Diğer	3	3,5
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Altın piyasası genel olarak ülkemizde bazı dönemlerde daha canlıdır. Bu anket sorusu hangi dönemlerin daha yoğun geçtiğini göstermek amacıyla sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 7'de verilmiştir. Yapılan anket göstermektedir ki Şanlıurfa'da yaz aylarında büyük miktarda altın satışı yapılmaktadır. Kuyumcuların %91,9'u yaz aylarında altın piyasasının daha canlı olduğu görüşündedirler. Yapılan birebir görüşmelerde bu yoğunluğun nedeninin yaz aylarında yapılan düğünler olduğu belirtilmiştir.

**Tablo 8: Şanlıurfa'da İşyerine Gelen Müşterilerin Alışveriş Durumu**

Seçenekler	Sayı	%
% 20'den Daha Azı Alışveriş Yapmaktadır	40	46,5
%20-40 Arası Alışveriş Yapmaktadır	46	53,5
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Kuyumcularla yapılan yüz yüze görüşmeler ile iş yerlerine gelen müşterilerin çok azının alışveriş yaparak ayrılmasından yakınan, çok sayıda kuyumcu olduğunun görülmesi bu sorunun ankette yer almasını sağlamıştır. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 8'de verilmiştir. Anket sonuçlarına göre Şanlıurfa'da kuyumculara giden müşterilerin %20'den daha azının alışveriş yaptığını söyleyen kuyumcuların oranı %40 iken, kuyumcuya gelenlerin %20 ile %40'ının alışveriş yaparak ayrıldığını belirten kuyumcuların oranı %53,5 dolayındadır.

**Tablo 9: Şanlıurfa’da Darphane Dışında Basılan Suriye Halep Altınlarının Engellenmesi**

Seçenekler	Sayı	%
Tam Olarak Engellenebilir	9	10,5
Engellenebilir	36	41,9
Kısmen Engellenebilir	39	45,3
Engellenemez	2	2,3
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Şanlıurfa’da darphane dışında basılan Suriye altınlarına rastlanmaktadır. Bu altınların kalitesinin Şanlıurfa altınlarına olan güveni azaltabileceği düşüncesi Şanlıurfa kuyumcuları tarafından dile getirilmektedir. Kuyumculara Suriye altınının engellenip engellenemeyeceği sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 9’de verilmiştir. Ankete katılan kuyumcuların %97,7’sine göre bu altınlar istenilmesi durumunda engellenebilecektir. Bu görüşe karşın söz konusu altınların Ş.Urfa kuyumcularında alım-satımına konu olmaya devam etmesi bu altınların karj marjlarındaki yükseklikten kaynaklanmaktadır. Ancak Ş.Urfa Kuyumcular Odası yetkilileriyle yapılan görüşmede bu altınların alım-satımını engellemek için yoğun bir mücadele verildiği ifade edilmiştir.

**Tablo 10: Şanlıurfa’da Altın Alışverişinde Kredi Kartı Kullanım Oranı**

Seçenekler	Sayı	%
Çok Yaygın	7	8,1
Yaygın	55	64,0
Nadiren	16	18,6
Yaygın Değil	2	2,3
Hiç Kullanılmıyor	6	7,0
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Kredi kartı günümüz ekonomisinde önemli bir yere sahiptir. Günümüzde yapılan alışverişlerde ödemelerin önemli bir kısmında kredi kartının kullanıldığı görülmektedir. Bu anket sorusu kredi kartının altın alışverişindeki kullanımındaki yoğunluk hakkında rakamsal bir veri sağlanması amacıyla sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 10’da verilmiştir. Şanlıurfa’da altın alışverişinde kredi kartı kullanımı konusunda, kuyumcuların %72,1’i yaygın ve çok yaygın cevabı verirken, %28’i kredi kartı kullanımının az olduğunu belirtmiştir. Ancak sektördeki “altınsız kuyumculuk” olarak ifade edilen ve tefecilik olarak adlandırılan uygulamanın verdiği rahatsızlık nedeniyle bu sorunun cevabında kuyumcuların tereddütlü davrandıkları gözlenmiştir.

**Tablo 11: Şanlıurfa’da Altın Kredisi Kullanım Oranı**

Seçenekler	Sayı	%
Nadiren Kullanılıyor	3	3,5
Az Kullanılıyor	13	15,1
Hiç Kullanılmıyor	70	81,4
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Altın kredisi varlığı çok az bilinen bir kredi türü olup, kullanımının ne kadar yoğun olduğunun ortaya çıkarılması amacıyla bu soru sorulmuş, bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 11’de verilmiştir. Şanlıurfa’da ankete cevap veren kuyumcuların %81,4’ü



hiç altın kredisi kullanılmadığını belirtirken, %15,1'i az kullanıldığını, %3,5'i ise nadiren kullanıldığını belirtmiştir. Bu durum tüketicilerin bankalardan tüketici kredisi yöntemiyle altın almadıklarını, muhtemelen birikimleriyle altın aldıklarının göstergesidir.

**Tablo 12: Şanlıurfa'da Alım-Satım Konu Olan Altın Ayarları**

Seçenekler	Sayı	%
22 Ayar	86	100,0

Çeşitli ayarlarda altın bulunmakta olup, bu soru en çok alım satımı yapılan altın ayarının tespiti amacıyla sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 12'de verilmiştir. Ankete cevap veren kuyumcuların tamamı Şanlıurfa'da en çok 22 ayar altın satışı yapıldığı hususunda ortak fikirdedir.

**Tablo 13: Şanlıurfa'daki Kuyumcuların Fuarlara Katılımı**

Seçenekler	Sayı	%
Bazen Gidiyoruz	3	3,5
Çok Nadir Gidiyoruz	2	2,3
Gitmiyoruz	48	55,8
Hiç Gitmiyoruz	33	38,4
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Altın sektörünün gelişimi için fuarlar önemli organizasyonlardır. Bölge kuyumcularının altın sektörü için önemli olan fuarlara katılımlarının ortaya çıkarılması amacıyla sorulan sorunun sonucuna göre Şanlıurfa kuyumcu esnafının %94,2'si yurtiçi ve yurtdışında yapılan fuarlara katılmamaktadır. Sadece %5,8'i çok nadir olarak fuarlara gitmektedir.

Şanlıurfa'da en çok tercih edilen altın türleri incelendiğinde, bileziklerin %73,3 ile 1. sırada en çok tercih edilen altın takısı olarak ön plana çıktığını görüyoruz. 1. sırada bilezikleri %12,8' er ile yüzükler ve kolyeler takip etmektedir. Kuyumcular yaptığı sıralamanın 2. sırasında %65,5 ile yüzükler yer almakta iken, yüzükleri bilezikler takip etmektedir. Sıralamanın 3. sırasında küpeler %43,0 ile ön plana çıkarken, küpeleri %23,3 ile yüzükler ve kolyeler takip ediyor. Anket sonuçlarına göre sıralamanın 4. sırasında %40,7 ile kolyeler yer alıyor. Kolyeleri küpeler ve gerdanlıklar takip ediyor. Sıralamanın 5. sırasında gerdanlıklar % 66,3 ile il sırada iken, gerdanlıkları küpeler ve kolyeler takip ediyor. Sıralamanın 6. sırasında kemerler %69,9 oranında iken, 7. sırada iğneler %74,4' tür.

Buradan çıkan genel sonuca göre Şanlıurfa'da altın takı satışında bilezikler ilk sırayı alırken, bilezikleri sırasıyla yüzükler, küpeler, kolyeler, gerdanlıklar, kemerler ve iğneler takip etmektedir.

Şanlıurfa kuyumcu esnafına, Şanlıurfa ilçelerinde altın alışveriş yoğunluğunun sıralanmasıyla ilgili sorduğumuz soruda, sıralamanın 1. sırasında %65 ile Merkez ilçe ön plana çıkarken, Merkez ilçeyi %19,8 ile Harran ve %10,5 ile Siverek takip etmektedir.

Sıralamanın 2. sırasına baktığımızda Harran %36,6 iken Siverek %36 oranında belirtilmiştir. Bunları sırasıyla Merkez, Hilvan, Suruç ve Birecik takip etmektedir.

Sıralamanın 3. sırasında %38,4 ile Siverek gelirken, Suruç %29,1 oranındadır. Bunları sırasıyla Merkez ilçe, Harran, Birecik ve Hilvan takip etmektedir.

Sıralamanın 4. sırasında Suruç %37,2 ile ilk sırada iken, onu %18,6 ile Harran, %12,8 ile Siverek takip ediyor.

Sıralamanın 5. sırasında %32,6 oranında Birecik cevabı verilirken, %17,4 Viranşehir, %16,3 Suruç ve %12,8 oranında Bozova cevabı verilmiştir.

**Tablo 14: Kredi Kartı**

Seçenekler	Sayı	%
1. Sıra	3	3,5
2. Sıra	72	83,7
3. Sıra	10	11,6
4. Sıra	1	1,2
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

**Tablo 15: Türk Lirası**

Seçenekler	Sayı	%
1. Sıra	83	96,5
2. Sıra	3	3,5
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

**Tablo 16: Dolar ve Euro**

Seçenekler	Sayı	%
2. Sıra	9	10,5
3. Sıra	70	81,4
4. Sıra	7	8,1
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Bu soru müşterilerin altın alışverişinde ödemeyi nasıl yaptıklarının öğrenilmesi amacıyla sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 14, 15 ve 16'da verilmiştir. Altın alışverişinde müşteriler ödemeyi daha çok TL ile yaparken, Türk Lirasını sırasıyla kredi kartı, döviz takip etmektedir.

**Tablo 17: Şanlıurfa'da Altın Bir Kültür mü?**

Seçenekler	Sayı	%
Evet, Kesinlikle Bir Kültür	29	33,7
Bir Kültür Sayılabilir	30	34,9
Bazı Durumlar İçin Kültür Diyebiliriz	27	31,4
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Bölgede altının bir kültür olup olmadığı sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 17'de verilmiştir. Ankete cevap veren kuyumcuların %33,7'si Şanlıurfa'da altının kesinlikle bir kültür olduğu görüşündedir. Kuyumcuların %66,3'ü de altının kültür olarak sayılabileceği görüşünü savunmaktadırlar. Şanlıurfalı kuyumcuların hiçbiri Şanlıurfa'da altının kültür olmadığı görüşünü belirtmemiştir.

**Tablo 18: Şanlıurfalı Kadınların Altına Olan Yoğun Talep Nedenleri**

Seçenekler	Sayı	%
Yatırım İçin	14	16,3
Süs Amaçlı	6	7,0
Prestij Amacıyla	30	34,9
Gelenekler İçin	36	41,9
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Kuyumculara bölge kadınının altına olan yoğun talebi sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 18’de verilmiştir. Şanlıurfalı kadınların çok altın satın almalarının nedenlerinden en önemlisi geleneklerdir. Kuyumculara göre kadınların %41,9’u gelenekler için altın satın alıyor. Prestij için altın satın alan kadınların oranı %34,9 olup yatırım için altın alanların oranı %16,3’tür.

**Tablo 19: Şanlıurfa’da Bir Evlilik İçin Alınan Toplam Altın Miktarı**

Seçenekler	Sayı	%
1 Kg Altı	39	45,3
1-3 Kg Arası	46	53,5
7 Kg Üzeri	1	1,2
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Özellikle medyada sık sık bölgede yapılan düğünlerde takılan altınların aşırı fazlalığı habere konu olmaktadır. Bu durumu rakamsal açıdan ortaya koymak amacıyla kuyumculara evlilik için alınan toplam altın miktarı sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 19’da verilmiştir. Şanlıurfa’da bir evlilik için alınan toplam altın miktarında, ankete cevap veren kuyumcuların %53,5’i 1-3 kg arasında olduğu görüşündedirler, %45,3’ü ise 1 kg’ ın altında olduğu görüşündedirler. Sadece %1,2’si 7 kg üzeri olduğu görüşünü savunmaktadır.

**Tablo 20: Kız Tarafından İstenilen Fazla Miktarda Altın Hayat Sigortası mı?**

Seçenekler	Sayı	%
Kesinlikle Hayat Sigortası	6	7,0
Hayat Sigortası	52	60,5
Hayat Sigortası Değil	27	31,4
Kesinlikle Hayat Sigortası Değil	1	1,2
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Bölgede yapılan evliliklerde kız tarafının erkek tarafından kilolarca altın istediği bilinmektedir. Kuyumculardan kız tarafının fazla miktarda altın istemesinin nedeni sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 20’de verilmiştir. Kız tarafından istenilen altınların %60,7 oranında hayat sigortası olduğu görüşü hakimken, %32,6 oranında ise hayat sigortası olmadığı görüşü vardır.

**Tablo 21: Ayrılık Durumunda Altınlar Kimde Kalıyor?**

Seçenekler	Sayı	%
Kız Tarafında	28	32,6
Erkek Tarafında	3	3,5
Büyük Kısmı Kız Tarafında	45	52,3
Büyük Kısmı Erkek Tarafında	2	2,3
Eşit Olarak Paylaşıyor	8	9,3
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Şanlıurfa'da evliliklerde meydana gelen ayrılık durumlarında, ankete cevap veren kuyumcular %32,6 oranında altınların tamamının kız tarafında kaldığı görüşündedir. %52,3'ü altınların büyük kısmının kız tarafında kaldığını belirtmişlerdir. %9,3'ü eşit olarak paylaşıldığı, %3,5'i erkek tarafında kaldığı, %2,3'ü ise büyük kısmının erkek tarafında kaldığı görüşündedir.

**Tablo 22: Altın ve Kuyumculuk Sektörüne Devlet Desteği**

Seçenekler	Sayı	%
Evet Var	2	2,3
Belli Zaman Aralıklarında Var	7	8,1
Çok Az Var	50	58,1
Hiç Yok	27	31,4
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Devletin diğer sektörlerde olduğu gibi, kuyumculuk sektöründe de desteği son derece önem teşkil etmektedir. Bundan dolayı kuyumculara sektörle ilgili devlet desteği sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 22'de verilmiştir. Ankete cevap veren Şanlıurfa kuyumcularının %58,1'i çok az devlet desteği olduğu cevabını verirken, %31,4'ü hiç devlet desteği olmadığını belirtmiştir. Evet devlet desteği var diyenlerin sayısı ise sadece %2,3 oranındadır.

**Tablo 23: Altının Diğer Yatırım Araçlarına Göre Getirisi**

Seçenekler	Sayı	%
Getirisi Çok Daha Fazla	11	12,8
Fazla	57	66,3
Neredeyse Aynı	17	19,8
Çok Daha Az	1	1,2
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Kuyumculardan altının diğer yatırım araçlarına göre getirisi hakkındaki düşünceleri istenmiştir. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 23'de verilmiştir. Kuyumcuların %79,1'i altının getirisinin diğer yatırım araçlarından daha fazla olduğu görüşünde iken, %19,8'i getirilerinin aynı olduğu, sadece %1,2'si ise altının getirisinin daha az olduğu görüşündedir.

**Tablo 24: Kuyumcuların Mesleklerinden Memnuniyet Durumu**

Seçenekler	Sayı	%
Evet Çok Memnunum	5	5,8
Memnunum	46	53,5
Yeterli Sayılır	32	37,2
Memnun Değilim	3	3,5
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Mesleklerinden memnuniyet durumu sorulmuş olup, Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 24’de verilmiştir. Ankete göre kuyumcuların %59,3’ü yaptıkları kuyumculuk mesleğinden memnun olup, %37,2’si mesleklerinin orta seviyede tatmin edici olduğunu belirtmiştir. Mesleklerinden memnun olmayan kuyumcuların sayısı yalnızca %3,5’tir.

**Tablo 25: Kuyumculuk ve Altın Piyasası İle İlgili Yasal Düzenlemelerin Yeterliliği**

Seçenekler	Sayı	%
Evet Yeterli	1	1,2
Yeterli	3	3,5
Yeterli Sayılır Ama Tam Değil	1	1,2
Yetersiz	53	61,6
Oldukça Yetersiz	28	32,6
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Kuyumculuk ve altın piyasası ile ilgili yasal düzenlemeler hakkında kuyumcuların değerlendirmeleri istenmiştir. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 25’de verilmiştir. Ankete cevap veren kuyumcuların %94,2 gibi büyük bir kısmı kuyumculukla ilgili yasal düzenlemeleri oldukça yetersiz ve yetersiz olarak görmektedir. Yasal düzenlemeleri yeterli olarak görenlerin sayısı yalnızca %4,7 oranındadır.

**Tablo 26: İşçilik Ücretleri**

Seçenekler	Sayı	%
1. Sıra	35	40,7
2. Sıra	30	34,9
3. Sıra	21	24,4
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

**Tablo 27: Devlete Ödenen Vergi**

Seçenekler	Sayı	%
1. Sıra	50	58,1
2. Sıra	19	22,1
3. Sıra	17	19,8
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

**Tablo 28: Sigorta Primi**

Seçenekler	Sayı	%
1. Sıra	1	1,2
2. Sıra	37	43,0
3. Sıra	48	55,8
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Şanlıurfa'daki kuyumcu esnafına, kuyumculuk sektöründeki maliyet unsurlarını öncelik sırasına göre sıralamalarını istediğimiz anket sorusuna ilişkin yanıtlar Tablo 26, 27 ve 28'de verilmiştir. Vergi %58,1 ile en önemli maliyet unsuru olarak ortaya çıkmaktadır. Yine kuyumcuların %40,7'si işçilik giderlerini en önemli maliyet unsuru olarak görmektedir. Sonuç olarak kuyumculara göre kuyumculukta en önemli maliyet unsuru vergi iken, vergiyi sırasıyla işçilik ve sigorta giderleri takip etmektedir.

**Tablo 29: Mali Mevzuatın Yetersizliği**

Seçenekler	Sayı	%
1. Sıra	61	70,9
2. Sıra	21	24,4
3. Sıra	1	1,2
4. Sıra	2	2,3
5. Sıra	1	1,2
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

**Tablo 30: Kalifiye Eleman Yetersizliği**

Seçenekler	Sayı	%
1. Sıra	15	17,4
2. Sıra	35	40,7
3. Sıra	24	27,9
4. Sıra	11	12,8
5. Sıra	1	1,2
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

**Tablo 31: Teknoloji Yetersizliği**

Seçenekler	Sayı	%
2. Sıra	1	1,2
3. Sıra	7	8,1
4. Sıra	24	27,9
5. Sıra	54	62,8
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

**Tablo 32: Pazarlama ve Tanıtım Problemleri**

Seçenekler	Sayı	%
1. Sıra	10	11,6
2. Sıra	26	30,2
3. Sıra	32	37,2
4. Sıra	14	16,3
5. Sıra	4	4,7
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

**Tablo 33: Ayar Problemleri**

Seçenekler	Sayı	%
2. Sıra	3	3,5
3. Sıra	23	26,7
4. Sıra	35	40,7
5. Sıra	25	29,1
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Ankete cevap veren kuyumcular, kuyumculuk sektörünün en önemli problemlerinin sıralanmasında, 1. sırada en önemli problem olarak %70,9 ile mali mevzuatın yetersizliğini görmekteyiz. Mali mevzuatın yetersizliğini %17,4 ile kalifiye eleman yetersizliği takip etmektedir. Kuyumcuların yaptıkları sıralamanın 2. sırasında %40,7 ile kalifiye eleman yetersizliği ön plana çıkarken, onu %30,2 ile pazarlama ve tanıtım problemleri ve %24,4 ile mali mevzuat yetersizliği takip etmektedir. Sıralamanın 3. sırasında pazarlama ve tanıtım problemleri %37,2 ile ilk sırada iken, onu %27,9 ile kalifiye eleman yetersizliği ve %26,7 ile ayar problemleri takip etmektedir. Kuyumcuların ankete verdikleri cevaplara göre, sektörün en önemli problemi mali mevzuat yetersizliği olup, onu sırasıyla kalifiye eleman yetersizliği, pazarlama ve tanıtım problemleri, ayar problemleri ve teknolojik yetersizlikler takip etmektedir. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 29, 30, 31, 32 ve 33'te verilmiştir

**Tablo 34: Kriz Dönemlerinin Şanlıurfa Kuyumcularına Etkisi**

Seçenekler	Sayı	%
Kriz Çok Olumsuz Etkiledi	17	19,8
Olumsuz Etkiledi	68	79,1
Çok Olumlu Etkiledi	1	1,2
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Bilindiği üzere kriz dönemleri birçok sektörü olumsuz etkilemektedir. Krizin kuyumcuları ne derece etkilediği altın sektörü açısından önemli bir konudur. Bu soru ile bölge kuyumcularından kriz dönemlerinin etkilerini değerlendirmeleri istenmiştir. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 34'de verilmiştir. Yapılan araştırmaya göre kuyumcuların %79,1'inin krizden olumsuz etkilenmiş olup, %19,8'i krizden çok olumsuz yönde etkilenmiştir. Sadece %1,2'sinin olumlu olarak etkilendiği görülmektedir. Bu durum sektörün krizden ciddi biçimde etkilendiği izlenimi vermektedir.

**Tablo 35 Şanlıurfa'da Kriz Döneminde Kapanan Kuyumcu Sayısı**

Seçenekler	Sayı	%
0-19	84	97,7
20-39	2	2,3
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Krizin sektörü ne kadar etkilediği, sektörde ne kadar kuyumcunun kapandığının bilinmesiyle daha iyi anlaşılacaktır. Kriz döneminde kapanan kuyumcu sayısı ile ilgili veriler Tablo 35'te gösterilmiştir. Yapılan araştırmaya göre Şanlıurfa'da kriz döneminde kapanan kuyumcu sayısı %97,7 oranında 0–19 arasındadır. %2,3 oranında ise 20–39 arasındaki sayıda kuyumcu kapanmıştır.

**Tablo 36: Şanlıurfa’da Tefecilik Benzeri Kuyumculuk Yapıldığı Haberlerinin Doğruluğu**

Seçenekler	Sayı	%
Evet Doğru Olabilir	1	1,2
Evet Doğru	24	27,9
Kesinlikle Doğru	61	70,9
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Bölgede son zamanlarda mali polis tarafından bazı kuyumculara baskınlar düzenlenmiştir. Bu baskınların nedeni altınsız kuyumculuk olarak ta bilinen, kredi kartıyla borç verme işlemi ile tefecilik benzeri bir özelliğe sahip, kuyumculuk kılıfı ile yapılan faaliyettir. Kuyumculardan bu konu hakkında yorumları istenmiştir. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 36’da verilmiştir. Yapılan ankette kuyumcuların tamamı Şanlıurfa’da tefecilik benzeri kuyumculuk yapıldığını belirtmişlerdir. Şanlıurfa’da tefecilik benzeri kuyumculuk yapılmadığı görüşünde olan bir tek kuyumcu bile bulunmamaktadır. Kuyumcuların %98,8’i Şanlıurfa’da tefecilik benzeri kuyumculuğun yapıldığını belirtirken, sadece %1,2’si bu haberlerin doğru olabileceği görüşünü belirtmişlerdir.

**Tablo 37: Tefecilik Benzeri Kuyumculuğun Şanlıurfa Ekonomisine Katkısı**

Seçenekler	Sayı	%
Az	43	50,0
Çok Az	43	50,0
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Çok sayıda olduğu tespit edilen tefecilik benzeri kuyumculuğun bölge ekonomisine katkısı merak konusudur. Bundan dolayı kuyumculara altınsız kuyumculuğun ekonomiye katkısı sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 37’de verilmiştir. Ankete cevap veren kuyumculara göre Şanlıurfa’da tefecilik benzeri kuyumculuğun, Şanlıurfa ekonomisine katkısı azdır veya hiç yoktur. Ankete cevap veren kuyumcular %50’şer olarak az ve çok az cevabı vermişlerdir.

**Tablo 38: Şanlıurfa’da Anneler Gününde Kredi Kartıyla Yapılan Kuyumculuk İşlemlerinin Fazla Olmasınının Tefecilik Benzeri Kuyumculukla İlgisi**

Seçenekler	Sayı	%
Kesinlikle Tefecilik Benzeri Kuyumculuğun Etkisidir	28	32,6
Tefecilik Benzeri Kuyumculuğun da Etkisi Vardır	54	62,8
Çok Az Etkisi Vardır	4	4,6
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Şanlıurfa’da Anneler Gününün olduğu haftada kredi kartıyla yapılan kuyumculuk işlemlerinin fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun tefecilik benzeri kuyumculukla ilişkili olduğu düşünülmüş olup, Şanlıurfalı kuyumcuların %95,4’üne göre tefecilik benzeri kuyumculuğun etkisi vardır. %4,6 oranında ise çok az etkisi olduğu görüşü bulunmaktadır. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 38’de verilmiştir.



**Tablo 39: Şanlıurfa Kuyumcularının Kuyumcu Paket Sigortası Hakkındaki Bilgisi**

Seçenekler	Sayı	%
Kısmen Bilgim Var	11	12,8
Fikrim Yok	27	31,4
Az Bilgim Var	41	47,7
Hiç Bilgim Yok	7	8,1
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Kuyumcu paket sigortası son yıllarda kuyumcuların ihtiyaçları doğrultusunda ortaya çıkan bir sigorta türüdür. Ankette kuyumculara bu paket sigorta hakkında bilgilerinin olup olmadığı sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 39’da verilmiştir. Ankete cevap veren kuyumcuların %8,1’inin kuyumcu paket sigortası hakkında bilgisi yoktur. %47,7’sinin ise bu sigorta hakkında az bilgisi varken, %12,8’i kısmen bilgi sahibidir. Bu konuda fikri olmayanların oranı, yani bu konudan haberdar olmayanların oranı %31,4’tür.

**Tablo 40: Şanlıurfa Kuyumcularının Sigorta Yaptırıp Yaptırmadıkları**

Seçenekler	Sayı	%
Evet Yaptırdım	1	1,2
Hayır Yaptırmadım	54	62,8
Yaptırmadım Ama Yaptırmayı Düşünüyorum	31	36,0
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Kuyumculara işyerlerini sigorta yaptırıp yaptırmadıkları sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 40’da verilmiştir. Kuyumcuların Sadece %1,2’sinin sigorta yaptırdıkları görülmekte olup, %98,8’i sigorta yaptırmamıştır. Ayrıca sigorta yaptırmayan kuyumcuların % 62’8’i sigorta yaptırmayı düşündüğünü belirtmiştir.

**Tablo 41: Kuyumculuk İçin Sigortanın Gerekliliği**

Seçenekler	Sayı	%
Evet Kesinlikle Gerekli	3	3,5
Evet Gerekli	34	39,5
Fikrim Yok	49	57,0
<b>Toplam</b>	<b>86</b>	<b>100,0</b>

Son yıllarda özellikle Avrupa ülkeleri ve ABD’de altın sektöründe sigorta önemli bir konuma gelmiş ve bir ihtiyaç olarak görülmeye başlamıştır. Bölge kuyumcularına sigortanın gerekliği sorulmuştur. Bu soruya ilişkin yanıtlar Tablo 41’de verilmiştir Şanlıurfa’lı kuyumcuların %43’üne göre sigorta kuyumculuk için gerekli iken, kuyumcuların %57’si bu konuda fikir belirtmemiştir.

## SONUÇ VE TARTIŞMA

Şanlıurfa ve yöresi altın ve kuyumculuk sektörü araştırmasına ilişkin anketimizin en ilginç sonuçlarından birisi ankete katılan kuyumcuların tamamının erkek olmasıdır. Diğer dikkat çekici husus, kuyumcuların %71'inin lise ve üniversite mezunu olmalarıdır. Anketi cevaplayanların %60,4'ünün yaşlarının 40 ve daha yukarıda olduğunu göz önüne alırsak Şanlıurfa ili okuma yazma oranına göre bu oran oldukça yüksek bir değer olduğunu kabul etmemiz gerekmektedir. Bir diğer dikkat çekici husus ise hemen tüm kuyumcuların tecrübeli sayılabilecek bir geçmişlerinin olmasıdır ki anketi cevaplayanların %80'inden fazlası meslekte 10 yılın üzerinde faaliyet gösterdiklerini ifade etmişlerdir. Bu saptamaları yapma nedenimiz, almış olduğumuz cevapların derlendirilmesi aşamasında, ankete cevap verenlerin mesleki kalitesi konusunda duyulabilecek endişelerin minimum düzeye indirilmesidir.

Bulgularımıza gelince; en önce sordüğümüz soru Ş.Urfa'da neden ülkemiz ortalamasının üzerinde kuyumcu bulunduğudır. Aldığımız cevapların içinde sadece %25'i karlı bir meslek olduğunu vurgulamıştır. İlginç olanı ise mesleği prestij için seçenlerin de aynı oranda olmasıdır. Bu soruda belki de en ilginç cevap mesleği kolay bulan yaklaşık %50'lik orandır. Şanlıurfa halkının kanaatkar ve genellikle dışarıya karşı güçlü görünme arzusunda olan bir halk olduğu göz önüne alındığında alınan cevapların sürpriz olmadığı açıktır. Her şeye rağmen kuyumcuların tamamına yakını mesleklerinden memnuniyet duymaktadır.

Kuyumculuk sektörünün il ekonomisine katkısının ortalama bir düzeyde olduğu biçiminde ortaya çıkan sonuç çok inandırıcı değildir. Bu sorunun cevaplanması aşamasında vergi tetkiki gibi nedenlerle doğru cevaptan kaçınıldığı izlenimi edinilmiştir. Oysa çok sayıdaki kuyumcu atölyeleri, dükkanları sayesinde bölgeye sağladığı istihdam bile azımsanamayacak ölçüde büyüktür. Ayrıca ülke ortalamasının çok üzerindeki işlem hacminin ilave ekonomik getirilerinin yörede kaldığı bir gerçektir.

Resmi veriler Ş.Urfa ve yöresinde yılda 1,5 ton civarında altın tüketimi olduğunu gösterirken anket bulguları %72 oranında bir cevapla tüketimin 1,5 tondan fazla olduğunu vurgulamaktadır. Öyle ki ankete katılanların %34 oranında bir kısmı tüketimin yıllık olarak, 1,5 ton değil 2,5 tonun bile üzerinde olduğunu belirtmişlerdir. Resmi verilerle bulgular arasındaki farklılığın kayıtdışı işlemlerden kaynaklandığını düşünmekteyiz.

Şanlıurfa yöresinde kuyumcuların %72'si, altın alımında tüketicinin yaygın biçimde kredi kartı kullandığı görüşündedir. İlginç bir durum özellikle evliliklerde çok yüksek miktarda altın talebi olmasına karşın, bu altınlar için bankalardan pek de kredi kullanılmadığı gözlemdir. Bunun kaçınılmaz bir sonucu kredi kartlarına yapılan taksitlendirme ve yörede hala geçerliliğini sürdüren ürün üzerine borçlanma yoluyla altın alımının gerçekleştirilmesidir. Bu arada altın ödemelerinde öncelikle TL tercih edilirken bunu kredi kartı ve döviz takip etmektedir.

Yöre kuyumcuları gerek ülke içi, gerekse ülke dışı fuarlara pek ilgi duymamaktadır. Bunun nedeni ya kanaatkar olunması ya da iç tüketimin yeterli görünmesi olsa gerektir.

Sosyo kültürel özelliklere bakıldığında altına olan talebin genellikle Haziran-Temmuz-Ağustos aylarında yoğunlaştığı gözlenmektedir. Bu durumun tarıma dayalı bir

ekonomisi olan Şanlıurfa yöresinde düğünlerin genellikle ürünlerin alındığı yaz aylarında yapılıyor olması ile açıklanması sözkonusudur.

Şanlıurfa'da Darphane dışında basılan ve Suriye altını denilen altınlara rastlanmaktadır. Bu altınların kalitesi düşüktür. Ancak yöre halkının Suriye halkı ile yakın akrabalıklarının da bulunması nedeniyle yörede Suriye altınlarına sıkça rastlanmaktadır. Kuyumcular Odası'nın da yoğun çabaları bu altınları azaltma yönündedir. Ancak bu sorun hala çözülebilmemiş değildir. Ancak kuyumcu esnafının neredeyse tamamına yakını bu sorunun daha yüksek bir ilgi ile çözülebileceği kanaatinde-dir.

Şanlıurfa' da genel olarak sıralama yapılacak olursa, altın piyasasının en canlı olduğu yer Şanlıurfa Merkez iken, burayı sırasıyla Harran, Siverek, Suruç, Birecik, Bozova, Viranşehir, Akçakale, Ceylanpınar, Halfeti ve Hilvan takip etmektedir. Bu veriler altına olan talebin Şanlıurfa genelinde ve ilçeler bazında bile farklı olduğunu göstermektedir. Sözelimi nüfus sayısına bakıldığında sıralamanın Ş.Urfa Merkez(yaklaşık 530 bin nüfus), Siverek(217 bin), Viranşehir(186 bin), Suruç(80 bin), Akçakale(78 bin), Birecik(74 bin), Ceylanpınar ve Bozova (70'er bin), Harran(56 bin) ve Hilvan(38 bin) biçiminde olduğu görülür. Ancak sadece Harran ilçesi incelendiğinde Merkez'den sonra en fazla altın talebi burada görülmektedir. Oysa burası Şanlıurfa'nın nüfusu en az olan ikinci ilçesidir. Bu durumun yerleşik kültüre bağlanmasının gerçekçi bir yaklaşım olacağını düşünüyoruz. Bulgularda da kuyumcuların tamamına yakınının bunu bir kültürel ayrışım olarak gördüğü gözlenmiştir.

Yörede özellikle kadınların altına olan yoğun taleplerinin nedenleri arasında gelenek öne çıkarken, benzer oranda bir görüş prestij amaçla alındığı yönündedir. Yatırım amacıyla alındığı görüşü %16 gibi çok düşük bir orana sahiptir. Bu görüşleri destekleyebilecek bir bulgu düğünlerde alınan altının 1-3 kg arasında olduğunu belirten kuyumcuların oranının %50'nin üzerinde olmasıdır. Bazı itibarlı ailelerde bu miktarın çok arttığı 7 kg ve üzerine bile çıktığını belirten kuyumcular bulunmaktadır. Bu kadar fazla miktarda altının alımını kadınların üçte ikisi hayat sigortası olarak görmektedir. Nitekim kuyumcuların %90'ı düğün sonrası bir ayrılık durumunda altınların kız tarafında kaldığını ifade etmektedirler. Bu durumun evliliklerde kız tarafının neden bu kadar fazla altın talep ettiğini biraz daha açıkladığını düşünüyoruz.

Altının fazla talep edilmesindeki diğer bir etken halkın altının getirisini diğer yatırım araçlarından fazla olarak gözlemlemeleridir. Bu yönüyle altın özellikle dövize karşı kesin bir alternatif olarak görülmektedir. Bütün bunlara ilaveten yöre halkının dindar olduğu ve bu nedenle faizden kaçındığı vurgulanmaktadır. Bunun bir göstergesi olarak da altına olan talebin yanı sıra faizsiz bankacılık yaptığını ifade eden katılım bankalarına olan talebin yoğunluğu gösterilmektedir.

Sektörde en büyük maliyet unsurunun vergi olduğu ifade edilmektedir. Bunu işçilik ücretleri ve işyeri sigortalarının aldığı vurgulanmaktadır. Ancak kuyumcuların işyerlerine sigorta yaptırıp yaptırmadıkları biçiminde sorduğumuz soruya %98,8 gibi oranla yaptırmadık cevabı verilmiştir. En büyük maliyet unsurları arasında işyeri sigortalarının olduğu biçiminde verdikleri cevapla bu cevabın zıtlığının nedeni ise anlaşılammış, bunun ancak sigorta acentalarından işyeri değerlerinin öğrenilerek vergi idaresine haber verileceği endişesi ile açıklanabileceği düşünülmüştür.

Yörede sektöre devlet desteğinin olmadığı görüşü ağır basmaktadır. Kuyumcuların tamamına yakını sektörün bir takım yasal düzenlemelerle koruma altına

alınması gerektiğini beyanla bu alandaki yasal düzenleme eksikliğine vurguda bulunmaktadırlar. Temel sorunlarını ifade ederken de bunu dile getiren ve en önemli sorunlarının mali mevzuatın yetersizliği olduğunu ifade eden kuyumcuların bu sorunlarını kalifiye eleman yetersizliği takip etmektedir. Bunları pazarlama ve tanıtım problemleri, ayar problemleri ve teknolojik yetersizlikler takip etmektedir. Özellikle pazarlama ve tanıtım problemleriyle karşı karşıya bulunan esnafın ulusal ve uluslar arası fuarlara hiç ilgi duymamaları ilginç karşılanmıştır.

Uluslar arası finansal krizin yaşandığı yaklaşık bir yıldan bu yana Şanlıurfa'da 20 civarında kuyumcu işyerini kapatmak zorunda kalmıştır. Nitekim esnafın tamamına yakını krizden çok ciddi ve olumsuz biçimde etkilendiklerini ifade etmişlerdir.

Türkiye'de son dönemlerde tefeciliğin kayıt altına alınmış bir şekli gündemdedir. Tefeciler bu işlemi yaparken bankalardan sağladıkları POS cihazlarını kullanmakta, para talep edenlere ürün satmış gibi göstererek sanal bir satışta bulunmaktadırlar. Bu satışta vade farkı uygulanarak talep alıcıya istediği miktarda para verilmekte ve üstüne vade farkı konarak kredi kartıyla kişi borçlandırılmaktadır. Böylelikle bu işlemi yapan işyeri sahibi kredi riskinin önemli bölümünü bankaya yüklemektedir. Talep edilen paranın yüksekliği dikkate alınacak olursa bu iş için en uygun sektör kuyumculuk sektörüdür. Ve nitekim Şanlıurfa'da oldukça yaygın bir uygulamanın olduğu bizzat kuyumcular tarafından belirtilmektedir. Özellikle 2008 yılı Anneler Günü'nde İstanbul ve Ankara'dan sonra kredi kartı ile altın alımının en fazla olduğu il Şanlıurfa olmuştur. Bu işlemin ne kadarının gerçek bir alışveriş, ne kadarının sanal alışveriş olduğu tartışılabilir. Burada tüm kuyumcuları zan altında bırakmak büyük haksızlık olacaktır. Bu işin yörede "altınsız kuyumcu" olarak tabir edilen, vitrinine bir iki tane küçük altın koyan, yine vitrinlerine "kredi kartıyla altın satılır" şeklinde yazan çok sayıda kuyumcu esnafı tarafından yapıldığı belirtilmektedir. Yasal olmayan bu süreçte kamu otoritesinin zaafiyeti sıklıkla konuşulmaktadır. Zira bu işlemin bir ayağı bankalardır. İstenildiğinde kolaylıkla saptanabilir görülen işlem için yörede "alan memnun-satan memnun" yaklaşımıyla sıkça karşılaşmak olasıdır. Esnaf kredi kartı ile sattığı için vergisini vermek zorundadır. Bu yönüyle belki de vergi idaresi sessiz kalmaktadır. Ancak bu kadar altın giriş faturası nereden sağlanmaktadır. Görünen odur ki ya sanal hayali bir fatura sağlanmakta, ya da transfer fiyatlamalar yapılmaktadır. Bankalar için yararlı yönleri tartışmaya bile değmeyecek kadar büyüktür. Halk açısından ise özellikle yüksek kredi kartı borçları bu sistemle daha ucuza kapatılmaktadır. Şüphesiz bunlar aysbergin görünen yüzüdür. Kamu mal ve can güvenliği ve otoritesi açısından ciddi sorunlar doğuracağı aşikar olan bu işlemin Şanlıurfa'da yoğun biçimde yapıldığı haberlerine basın yayın organlarında sıkça rastlanılmaktadır. Bu yönde kuyumculara sorduğumuz soruya verilen cevap yüzde yüze yakın oranda bu işlemin Şanlıurfa'da yoğun biçimde yapıldığı biçimindedir. Bu tür işlemlerin Şanlıurfa ekonomisine değil dış ekonomilere yarar sağladığı görüşü de anketi cevaplayan tüm kuyumcular tarafından paylaşılmaktadır. Benzer şekilde bu işlemin tefecilik olduğu neredeyse tüm kuyumcular tarafından paylaşılmaktadır.

Sektörde son dönemlerde özellikle İstanbul gibi altının çok işlendiği yerlerde yaygın biçimde uygulamaya konulan kuyumculuk paket sigortası yörede hem fazla bilinmemekte hem de bu sigortaya pek itibar edilmemektedir. Bunun ana nedeni yörede soygun ve hırsızlık benzeri olayların çok fazla görülmemesi olsa gerektir.

Araştırmanın bize sağladığı sonuçları özetleyecek olursak, yörede altın bir gelenektir, prestij ögesidir, kadınlar için hayat sigortasıdır. Kısa vadede getirisine pek bakılmamaktadır. Döviz ve faize karşı bir alternatiftir. Sektörün devletten mevzuat alanında düzenleme beklentileri görülmektedir. Ciddi bir kayıtdışılık gözlemlenmektedir. Bu gerek Suriye altınları sayesinde, gerekse “altınsız kuyumcular” sayesinde yapılmaktadır. Bunların sonucunda sahte resmi belgelerin de düzenleniyor olması kuvvetle muhtemeldir. Tefecilik resmileşmiştir. Bankaların buradaki büyük rolü devlet tarafından istenildiğinden kısa zamanda yok edilebilir. Ancak devlet otoritesinin burada etkin olmadığı görüşü hakimdir.

Ankete katılan kuyumcuların bir takım eksik cevaplamalarına karşın iyi niyetlerinden şüphe duymamak gerektir. Her sektörde olduğu gibi bu sektör oyuncularının da sektöre özel her şeyi bir anda ortaya döküp saçmalarını beklemek zaten safdillik olacaktır. Bu nedenle tarafımıza verilen yanıtlar bile yöredeki kuyumculuk sektörü, yöre halkının davranış modelleri ve yaklaşımları hakkında literatüre önemli katkılar sağlayacak, sonraki dönemde ve daha farklı çalışmalara kaynaklık edebilecektir.

## KAYNAKLAR

Aslan, H., (2001). Altın ve Gümüş İşlemleri Muhasebesi( Aracı Kurumlar, Bankalar), Türkmen Kitabevi, İstanbul.

Başlangıç, A., (2005). Kuyumculuk Sektörünün Vizyonu, A&G Yayını, İstanbul.

Efe, G., (1997). Altın Borsası ve Türkiye’ de Altın Piyasalarının Yeniden Yapılanması, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Fidan, M., Kırhoğlu, H., (2006). “Kuyumculuk Sektörümüz, Sorunları ve Çözüm Önerileri”, Muhasebe ve Finansman Dergisi, Sayı: 29, 40-49.

Kaplan, K., (2003), Kuyumculuk ve Altın, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Sayı:43, 33.

Oymak, M., Kürçüoğlu, C., (2002). Şanlıurfa Uygarlığın Doğduğu Şehir, Tisamat Basım, Ankara.

Toraman, C., (1997). Bir Yatırım aracı Olarak Altın ve Sermaye Piyasasına Aktarılmasında İstanbul Altın Borsasının Rolü, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, 158.

[www.iko.org.tr](http://www.iko.org.tr) Erişim Tarihi: 04.02.2009.

[www.e-kuyumcu.org](http://www.e-kuyumcu.org) Erişim Tarihi:16.12.2008.

[www.kuyumcu-web.com](http://www.kuyumcu-web.com) Erişim Tarihi: 23.01.2009.

[www.kentport.com](http://www.kentport.com) Erişim Tarihi: 20.01.2009.

[www.iyibilgi.com](http://www.iyibilgi.com) Erişim Tarihi: 28.01.2009.

[www.izko.org.tr](http://www.izko.org.tr) Erişim Tarihi: 01.02.2009.

[www.kuyumcularsitesi.com](http://www.kuyumcularsitesi.com) Erişim Tarihi: 16.12.2008.

[www.kenthaber.com](http://www.kenthaber.com) Erişim Tarihi: 13.03.2009.

[www.kuyumcularportali.com](http://www.kuyumcularportali.com) Erişim Tarihi: 08.02.2009.

[www.igeme.gov.tr](http://www.igeme.gov.tr) Erişim Tarihi: 26.04.2009.

[www.goldnews.com.tr](http://www.goldnews.com.tr) Erişim Tarihi: 11.04.2009

[www.dernex.com](http://www.dernex.com) Erişim Tarihi: 06.03.2009

## **Relation of Market Where Gold Supply And Demand is Intensive With Finance Sector and Analyze Of Present Market Structure in Terms Of Socio-Economic: A Study Based On Survey in Şanlıurfa and in the Region**

**Mehmet CİHANGİR**

Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi  
[cihangir1964@hotmail.com](mailto:cihangir1964@hotmail.com)

**M. Fatih SANCAR**

Siirt Üniversitesi  
[mf.sancar@hotmail.com](mailto:mf.sancar@hotmail.com)

Perception manner of gold both in the world and our country is generally different. Especially in eastern geography where our county is located, the demand to gold is bigger than many region of the world. This density makes compulsory to examine jewelry sector which gold is purchased and sold in terms of our country. It is real that the most reliable investment vehicle in the trouble periods experienced in the world is gold. Gold was used as Money in Ottoman period in Turkey. Although it has lost the character of being Money in the start and later of Republic period, it has been continued to be accepted both one of the most reliable investment vehicle and a knickknack in the eye of public. Before 1980's, not purchasing and selling of foreign Exchange freely caused serious problems in jewelry sector based on import. In 1990's, an export boom was experienced in jewelry sector and the growing rate of the sector increased depending on that. As a result of that, technological innovations have been made at the sector and training institutions have been opened, giving importance to jewellery design to have a voice in foreign and domestic markets. It has been tried to minimize price and foreign Exchange risks restricting competition power of the sector by establishing Futures and Option Market in 1997.

It has been seen that gold especially in last 10-15 years have been subjected to extensive purchase and sale. The great part of demand is provided by import because of high cost of mining of gold ore in our country. There is 40.000 enterprises approximately processing gold and around 250.000 persons are employed in these enterprises. Around 300.000 exporter enterprises exist in the sector.

One of the provinces where gold is purchased and sold mostly in Turkey is Şanlıurfa. Nearly 1.5- 2 ton gold is purchased and sold in Şanlıurfa being renowned with gold jewelleries in South Eastern Anatolia Region. 272 jeweller registered to jeweller chamber exist in Şanlıurfa and his figure is around 350 together with towns. The existence of such high number jeweller is undoubtedly the result of extensive interest of region public. Considering the inevitability of emergence of a number of problems in a region where such extensive purchase and sale are made; the problems seen mostly have been determined and made solution recommendations to them. In addition it has also been aimed to observe perception manner of gold and its contribution to region economy as an investment vehicle in the region. Especially the damage of misleading of credit card in sector has been tried to determine and made solution recommendations to the problem. It has been pointed out on the benefits in case the gold called mattress and considered its effect to economy is little is gained to Şanlıurfa economy.

In the study, the situation of gold and jewelry sector in Şanlıurfa region has been examined in terms of socioeconomic aspect but while examining the economic contributions of gold and jewelry sector to the region it has been tired to stress its socioeconomic aspect.

With respect to obtaining information from primary source in line with the objective of research, questionnaire method has been used as data collection method. The owners and managers of jewelry enterprises in operation actually in Şanlıurfa and its towns have been selected as universe. Research was started on November 2008. It has been planned to make questionnaire with 150 of 350 jewelry enterprises located in province and towns and these questionnaires have been transmitted to these enterprises. However some enterprise owners and managers wanted to not reply our questionnaire stating an apology arbitrarily. In the end, 86 of the universe we have selected have replied our questionnaire. Our questionnaire has comprised of the questions to evaluate the status of gold and jewelry in the province in terms of socio-economic aspect. The results of the questionnaire we made have been analyzed by SPSS 10.0 Statistics Program.

One of the most interesting results of our questionnaire is that all of the participants to our questionnaire on search of gold and jewelry sector in Şanlıurfa region is man. The other interest grabbing point is that 71% of jeweller has high school and university degree. When it is taken into consideration that the age of 60.4% of respondents is 40 or over, we should accept that this ratio is quite high considering literacy rate of Şanlıurfa province. Another remarkable point is that nearly all jewellers have a background to be accepted as experienced and over 80% of respondents have explained that they are in operation in this profession over 10 years. The percentage of the ones who selects the profession for its prestige and found it profitable is 25%. Possibly the most interesting reply in this questionnaire that the ratio of the ones who find profession easy is around 50%. When it is considered that Şanlıurfa public is contended and has desire to appear strong against outside, it is apparent that the replies taken is not surprising. The results taken explaining that the contribution of jewelry sector to province economy is medium level is not very conclusive.

While official data explains that 1.5 ton gold consumption annually exists in Şanlıurfa and its region, questionnaire findings points out that the consumption is over 1.5 ton according to 72% of replies. We think that the difference between official data and the findings is arisen from unrecorded transactions. 72% of jewellers in Şanlıurfa region think that consumer use credit card extensively in purchase of gold.

Region jewellers are not interested both in domestic and foreign fairs. The reason for it is that either they are contended or find domestic consumption sufficient.

When socio-cultural characteristics are looked at, it is observed that the demand is concentrated on June-July-August months. It is possible to explain this situation by that the marriages are made generally in summer months in Şanlıurfa having a economy based on agriculture.

If a general ranking is to be made, the liveliest place for gold market is Şanlıurfa centre and follows Harran, Siverek, Suruç, Birecik, Bozova, Viranşehir, Akçakale, Ceylanpınar, Halfeti and Hilvan respectively. When Harran is examined the most gold demand is seen here following the centre. On the contrary here is the second town



having less population. We think to depend this situation to settled culture is a realistic approach.

Convention comes forward for the reasons among the extensive demand especially among women, a view having similar ratio is that it is purchased for prestige. It is seen that the rate of jewellers saying that the gold purchased in marriages is between 1-3 kg. is over 50%. There are some jewellers saying that this figure even rises over 7 kg at some esteemed families.

One of the important elements for excessive demand to gold is that public sees more the profit of gold than other investment vehicles. In addition, it is pointed out that region public is religious and avoids from interest because of that. Extensive demand to participation banks explaining they make interest free banking is shown as an indicator at the demand to gold.

The biggest cost elements in the sector are explained in tax. But when we asked to whether they have made insurance to their workplaces, 98,8% of them replied no. The contrast of this reply has not been understood with the reply stating the biggest cost element is workplace insurance but it is deemed that it can be revealed with the concern that workplace value can be learned and informed to tax administration by insurance agencies. The view regarding the lack of government support in the sector is prevalent in the region. The inadequacy of qualified personnel, marketing and publicity problems, accuracy problems and technological insufficiencies follows the problems of jewellers explaining the insufficiency of fiscal legislation as their most important problems while stating their main problems. Since one year the international financial crisis taken place, around 20 jewellers had to close their workplace in Şanlıurfa. In similar way, nearly all of the craftsmen have stated that they have been affected negatively and serious way from the crisis.

In recent periods, a recorded type of usury is in agenda in Turkey. Usurer use POS equipment while making this transaction and make virtual sale showing as if it sells product to the ones who request Money. In this sale, the Money requested is given to client by applying delay interest and person is charged by credit card, applying delay interest on. In this way, workplace owner making this transaction load the great part of credit risk to bank. Considering the volume of the Money requested is taken into consideration, the most suitable sector for his job is jewelry sector. In this illegal process, the weakness of public authority is talked about frequently. However, how is such high gold entrance receipt provided?. It is clear that it is either provided by virtual imaginary receipt or transfer pricing is made. Its beneficial sides are big as much as worth not even to be discussed. In terms of public, high debts of credit card is closed cheaper by this system. Nearly 100% of the reply to the question that we have asked for this reason is that this transaction is carried out extensively in Şanlıurfa. The view that such transactions benefits not only to Şanlıurfa economy but also to external economies is shared by all jewellers replying this questionnaire.

Jewelry package insurance which put into practice widely in the places where gold is processed like especially İstanbul in the sector in recent periods is not known well in the region and this insurance is not credited at the same time.

If we summarize the main results of the research it provides us, gold in the region is a convention, prestige element and life insurance for women. Its short term profit is ignored. It is an alternative to foreign Exchange and interest. The expectations of the

sector on legislation from government are seen. A serious black economy is observed. This is made both by means of Syria gold and by jewelers not having gold. It is strongly possible as a result of them, false official documents are issued. Usury has been officialized. The big roles of banks here can be eliminated by government in short time if it is desired. However the view of government authority is not efficient here is prevalent.

Although a number of incomplete replies of some jewellers participating to the questionnaire it should not be doubt of their good wills. Even replies given to us will give great contributions to literature with regard to attitude models and approaches of region public, jewelry sector in the region and will be able guide to further studies in later period.