

KOOPERATİFÇİLİK

SAYI: NUMBER: 73

TEMMUZ - AĞUSTOS - EYLÜL

1986

JULY - AUGUST - SEPTEMBER 1986



THE TURKISH CO-OPREATIVE ASSOCIATION was founded at İstanbul University in the year 1931, under the name of the Turkish Co-operative Society (Türk Kooperatifçilik Cemiyeti).

Its headquarters was moved to Ankara in late 1933, and at the beginning of 1934 amended its Statutes in conformance with the conditions prevailing at that date.

The Society changed its name into the «Turkish Co-operative Association» In 1948, and modified its Statutes in conformance with the Law No. 3512. or Associations.

The General Assembly of the Association convened on 30 th May, 1964 and resolved that in the light of its 33 years of experience and in accordance with the requirements of the planned economy era, the Statutes of the Association should be re-written. The new Statutes drawn up accordingly were reviewed and adopted by the General Assembly at its meeting on 27th June, 1965.

The Government declared it as an association serving public interest in 1946. The subject with which the Association is concerned, is theoretical and practical co-operative work. Its object is to propagate co-operative ideas in theoretical and practical fields, to promote the co-operative spirit and ideas, and to support activities in this direction.

In order to achieve the objectives outlined in its Statutes, the Association engages in the following activities :

a. Conduct or cause to be conducted research on the subject of co-operative movement, commission its members or other scholars, experts and authors to write articles and books and prepare summaries of articles and books on subjects pertaining to co-operative movement and publish them.

b. Prepare or cause to be prepared standard states for the various types of co-operatives.

c. Make contacts nationally or internationally among all types of public and private agencies, organizations, associations and persons on the subjects related to co-operative movement, legislation and applications, and express its opinion on these subject either directly or on request.

d. Convene academic meetings and arrange co-operative weeks, festivals and general co-operative conventions.

e. Conduct lectures, courses, seminars and general knowledge competitions in different parts of the country on the subject of co-operatives.

f. Join as member those international organization and associations whose objects are similar to its own.

g. Set up a library in the headquarters of the Association, closely connected with the co-operative movement concept, legislation and application and composed of books, periodicals and brochures in Turkish and foreign languages.

h. Participate in the conversions of international co-operative organizations, attend conferences to be arranged by such organizations and make the Turkish co-operative movement commonly known.

i. Make endeavours to ensure that the concept and application of the co-operative movement is widely diffused, that it develops and takes root, that it is included in the curricula of vocational schools, that chairs on the co-operative movement are instituted in the universities, academies, schools and that institutes specializing in the co-operative movement are founded.

k. Support and sustain the activities and enterprises of existing co-operatives act as guide to them in every respect, and at the request of the member co-operatives in solving their management problems.

KOOPERATİFÇİLİK

ÜÇ AYLIK KOOPERATİF İNCELEMELER DERGİSİ

Sayı: 73

TEMMUZ - AĞUSTOS - EYLÜL - 1986

Türk Kooperatifçilik Kurumu Tarafından

Üç ayda Bir Yayınlanır.

Fiyatı: 500 TL.

Yıllık Abone: 2000 TL.

Yurtdışı: 4000 TL.

Yazışma Adresi: Türk Kooperatifçilik Kurumu

Mithatpaşa Caddesi 38/A Yenisehir-ANKARA

Tel: 31 61 25 — 31 61 26

*

Türk Kooperatifçilik Kurumu adına sahibi

Hüsnü POYRAZ

*

Yazı İşleri Müdürü

Prof.Dr. Rasih DEMİRCİ

*

Yayın Komitesi

Başkan : Doç.Dr. Celâl ER

Raportör: Doç.Dr. Orhan ARSLAN

Üye : Halil BİLİCİ

Üye : Ayhan İNAL

Üye : Alâaddin KORKMAZ

Yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına aittir.

İÇİNDEKİLER

Başyazı: Kooperatifçilik Araştırmalarının Önemi/ Doç.Dr.Celâl ER	3
Kooperatiflerin Denetimi ve Finansmanı/Doç.Dr. Dursun BİNGÖL	7
Kooperatifçilikte Denetim ve Finansman/ Dr. Mustafa DOYUK	15
Tarım Ürünlerinin Pazarlanmasında Kooperatifçilik/Doç.Dr.Raif ARIKAN	25
Zirai Üretim ve Pazarlamada İşbirliği K.Creupeland'dan Tercüme	
Yusuf ALPER	45
Türkiye'de Konut Meselesi/ Hakan KOÇ	55

CO – OPERATION

A QUARTERLY PUBLICATION ON COOPERATIVE WORKS

NUMBER: 73

JULY – AUGUST – SEPTEMBER – 1986

Quarterly Published by the Turkish Co-Operative Association

Correspondence Address:

Türk Kooperatifçilik Kurumu

Mithatpaşa Caddesi 38/A Yenisehir – ANKARA

Tel: 31 61 25 – 31 61 26

*

Proprietor on behalf of the Turkish Co-Operative Association

Responsible Editor

Hüsni POYRAZ

(The opinions expressed in the articles belong to the authors)

CONTENTS

	Page
<i>Editorial: Importance of co-operative studies</i>	
Assoc. Prof. Dr. Celâl ER	3
<i>Auditing and financing of co-operatives</i>	
Assoc. Prof. Dr. Dursun BİNGÖL	7
<i>Auditing and financing in the co-operation</i>	
Assoc. Prof. Dr. Mustafa DOYUK	15
<i>Co-operation in the marketing of agricultural products</i>	
Assoc. Prof. Dr. Rauf ARIKAN	25
<i>Collaboration in agricultural production and marketing</i>	
Translated from H. Creupeland: Yusuf ALPER	45
<i>Housing problem in Turkey</i>	
Hakan KOÇ	55

Başyazı

KOOPERATİFÇİLİK

ARAŞTIRMALARIN

ÖNEMİ

Doç.Dr.Celâl ER

Türkiyede kooperatifçilik çalışmaları, eğitim öğretim ve araştırma faaliyetleri, bugünkü anlaşılan mânâsı ile oldukça yenidir. Memleketimizde kooperatifçeğin tarihine baktığımızda hemen bütün görüş ve kaynakların ittifak ettiği başlangıç olarak 1863 yılı karşımıza çıkmaktadır. Bilindiği gibi günümüzde anlaşılan ve kastedilen mânâdaki kooperatifçilik anlayışı batı kaynaklıdır. Hemen bütün dünya literatüründe kooperatif fikrinin başlangıcı ve uygulamaya intikal tarihi olarak 19. yüsyılın ortalarında İngiltere'de tüketim kooperatiflerinin kurulduğu tarih kabul edilmektedir. Cemiyetimizdeki kooperatif şeklindeki ilk kuruluşlar 1863 yılında Tuna Valisi Mithat Paşa tarafından faaliyeti geçirilmiş olan Memleket Sandıklarıdır.

Bu durum tesbit edildikten sonra tarihimizin derinliklerine dönüp baktığımızda, hemen her devirde Türklerin birbirleri ile karşılıklı olarak yardımlaşdıklarını, belli bir dayanışma içinde olduklarını ve hatta bu dayanışma ve yardımlaşma faaliyetlerini düzenli ve başarılı bir şe-

kilde gerçekleştirebilmek için müesseseler kurduklarını da görmekteyiz. Ancak kooperatifçilik anlayışına benzer bir anlayışla kurulan, gelişen ve daha sonra belirli bir şekilde yaygınlaşarak bulundukları zaman dilimi içinde fonksiyonlarını en iyi şekilde yerine getiren bu müesseseler tarihe mâl olmuştur.

Kooperatifçilik fikrini benimseyen ve kooperatifçilik konusunda çalışanların devamlı bir tarzda ifade ettikleri gibi kooperatifçiliğin geliştirilmesi ve toplumun her kesiminde yaygınlaştırılması bir sevgi ve gönül meselesi olduğu kadar eğitim ve öğretim, hattâ bir kültür meselesidir. Bilindiği gibi kooperatifler; ne tamamen ekonomik ve ne de tamamen sosyal kurum olarak telaki edilebilir. Kooperatifler bu iki alan arasında nev-i şahsına münhasır bir işletme şekli olarak temâyüz etmektedirler. Kooperatifler, aynı neviden ihtiyaçları, müşterek gayret sarfederek temin etmek gayesi ile birleşen insanların meydana getirdiği teşekküllerdir. Bunlar belirli ve ortak bir amaca ulaşmak için fertlerin ekonomik varlık ve güçlerini bir araya getirdikleri kuruluşlardır. Kooperatiflerde kar birinci plânda değildir. Kooperatifler sosyal gâye ile karı ikinci plana atmışlardır. Bu şekildeki bir anlayışla toplumumuzda kooperatiflerin kuruluşu ve fonksiyonlarını yerine getirebilmeleri için yapılan çalışmalar 1930'lu yıllardan sonra tekrar başlamış ve giderek de gelişmiştir.

Herhangi bir konunun iyi bir şekilde anlaşabilmesi ve o alanda karşılaşılan meselerin çözümü için ciddî ve kapsamlı araştırmalara ihtiyaç vardır. Türkiyede bizâtihi kooperatifçilik konusunda yapılmış araştırma sayısı son derece az ve seviye itibarıyla da tatminkâr değildir. Araştırma plânlı ve sistemli bir tarzda veriler toplayarak ve bunları analiz ve izah ederek karşılaşılan problemlere çözüm yollarının bulunması işlemidir. Herhangi bir konuda yapılan araştırmanın amacı ise, bilinen sonuçların, teorilerin ve kanunların yeni deney ve gözlemlerinin ışığı altında yeniden gözden geçirilmesi ve bu gibi yeni veya geliştirilmiş bilgilerin pratiğe uygulanmasıdır. Yapılan araştırmalar niteliklerine göre; temel araştırmalar, uygulamalı araştırmalar ve geliştirme araştırmaları olarak tasnif edilmektedir. Esasın tabii ilimler ile sosyal ilimler sâhalarında yapılacak araştırmalar bakımından son derece değişiklik arz etmektedirler. Özellikle kooperatifçilik konusu gibi çok boyutlu sosyal alanlarda araştırmalar yapmak ve yapılan bu araştırmalardan uygulamada faydalanaabilecek neticeleri ortaya koymak çok dikkatli olmayı gerektirmektedir. Çünkü sosyal birimlerde olayları, zaman ve mekânı disipline edebilmek mümkün değildir. Bir diğer ifade ile sosyal bilimler konularında araştırmalar yaparken olayları laboratuvara sokmak ve bazı değişkenleri dik-kate alarak bazılarını elimine etmek son derece zor hattâ mümkün olmamaktadır.

Türkiye kooperatifçilik konusu 1960'lı yıllardan sonra daha da önem kazanmaya ve gelişmeye başlamıştır. Meselenin bu kadar yeni oluşu kooperatifçilik alanındaki araştırmaların az yapılmış olmasının bir başka sebebidir. Bir memlekette herhangi bir konuda araştırma ya-

pıcak kuruluşlar Üniversiteler başta olmak üzere daha çok uygulamaya dönük kamu kesimindeki araştırma enstitüleridir. Kooperatifçilik konusundaki araştırmalar gerek üniversitelerimizin ilgili fükülte ve yüksekokullarında olsun gerekse kamu kesiminde olsun kalitatif olarak da tatminkâr değildir. Yapılan araştırmalar dar çerçeveli ve ekseriyeti tez şeklinde olduğu için pratik değeri fazla olmayıp, bu araştırmalardan elde edilen neticeleri şümüllendirmek sor derece zordur.

Türk Kooperatifçilik Kurumumuz hemen her yıl çalışma programlarına paralel olarak başta kooperatifçilik konuları olmak üzere değişik mevzularda araştırma ilânları vermekte ve bunun için mâli destekler sağlanmaktadır. Fakat itiraf etmeliyiz ki bu konulara talep son derece kıt, hatta bazen hiç olmamaktadır. Belki de vaad edilen mali destek yeterli görülmemekte ve sosyal ilimlerde ciddî ve doyurucu araştırmalar yapmak için verilen sürülen kafi bulunmamaktadır. Fakat bugüne kadar Kurumumuza bu istikamette de herhangi bir talep olmamıştır.

Netice olarak şunu ifade etmek istiyoruz ki; kooperatifçiliğin geliştirilmesi ve yurt sathında yaygınlaştırılması için kooperatifçiliği sevmek ve benimsemek, ayrıca kooperatifçilik eğitim ve öğretimi ne kadar gerekli ise, her seviyede tesbit edilen kooperatifçilik problemlerini de çözmek için araştırmalar yapmak o kadar gerekli ve önemlidir. 1987 çalışma yılının başlangıcında bütün üniversitelerimizin ilgili fakülte ve yüksekokulları ile kooperatif üst birlikleri dâhil olmak üzere kamu kesiminde kooperatifçiliğin iktisâdî ve sosyal kalkınmada önemli ve vazgeçilmez bir araç olduğunu kabul eden herkesten kooperatifçilik araştırmalarına gereken önemi vermeleri ve bu konuda faaliyet göstermelerini ümit ediyor ve diliyoruz. Türk Kooperatifçilik Kurumu ve Türk Kooperatifçilik Kurumu Eğitim Vakfı olarak amatör bir ruh ve heyecanla bugüne kadar olduğu gibi bundan sonra da imkanlarımız ölçüsünde biz kooperatifçilik araştırmalarını desteklemeye devam edeceğiz. Diğer müesseselerin de aynı şekilde davranmasını temenni ediyoruz.

Bu vesile ile Kooperatifçilik konularında araştırma yapan ve yapacak olan, araştırmacılara ve bilim adamlarına başarılar diliyoruz.

Kooperatifçi selamlarımızla...!..

TÜRK
KOOPERATİFÇİLİK
KURUMU'NDAN
ARAŞTIRMA İLÂNI

Kurumumuzun 1986-1987 yılı faaliyet programı gereğince;

- 1- "Hayvancılığın gelişmesi yönünden kooperatiflerin uygulayabileceği tip projelerinin araştırılması",
- 2- "Gizli İşsizliğin azaltılması ve boş zamanların değerlendirilmesi yönünden kırsal alanda kooperatifleşmenin önemi ve doğuracağı istihdam imkânlarının araştırılması",
- 3- "Türkiye'de kredi kooperatiflerinin uygulama imkânının araştırılması"

konularında üç araştırma yaptırılacaktır. Bu araştırmalardan birincisi için 750.000.-TL
ikincisi için 750.000.-TL.
üçüncüsü için de 500.000.-TL ödenecektir.

Her araştırma süresi 12 ay olup, konu ile ilgili ayrıntılı bilgi, Türk Kooperatifçilik Kurumu / Mithatpaşa Caddesi 38/A ANKARA" adresinden temin edilecektir.

İlgilenen şahıs ve kurumların en geç 30 Kasım 1986 tarihine kadar seçecekleri bir araştırma konusunda (Şartnâme Kurumdan temin edilebilir veya posta ile istenebilir.) yapacakları ön hazırlık çalışmaları ile birlikte müracaat etmeleri duyurulur.

TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

KOOPERATİFLERİN DENETİMİ

VE

FİNANSMANI

Doç.Dr.Dursun BİNGÖL*

Toplumlar ,bazen yavaş ve bazan hızlı bir şekilde bazı faktörlerin etkisiyle ekonomik ve sosyal bakımdan gelişme göstermişlerdir. İnsanların ülkü birliğinin, karşılıklı yardımlaşma, sevgi ve dayanışma isteklerinin doğurduğu kooperatifçilik hareketi de özellikle son bir kaç asırdan beri bu gelişmede ve refahın arttırılmasında etkili ve başarılı bir rol oynamış ve oynamaya devam etmektedir.

Bireyler kendi başlarına çözemedikleri ortak ekonomik ve sosyal meselelerini karşılıklı yardım ve dayanışma esasına bağlı olarak halletmek üzere kooperatifleri bir araç olarak kullanmışlardır.

Çağımızda, milletlerin ekonomik ve sosyal problemlerini çözme hususunda yardımcı olan işbirliğinin yeni şekillerinin geliştirilmiş bulunduğu gerçek bir olgudur. Bugün toplumların içten gelen, dayanışma duygusundan doğan ve insanları birlik, berâberlik ve dayanışma

* Doç.Dr.Dursun BİNGÖL: Atatürk Üniversitesi-İktisadi ve İdâfî Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi.

(XI. Türk Kooperatifçilik Haftası'nda Erzurum'da verilen konferans).

KOOPERATİFLERİN DENETİMİ VE FİNANSMAN

duygusu içerisinde ekonomik hayatın güçlüklerine iten gerçekçi bir görüşten ortaya çıkan bir kooperatifleşme olayı, teknolojik gelişme ile toplumsal ekonomisi içerisinde meydana gelen aksaklıkları ve serbest piyasa ekonomisi içerisindeki aksak rekabet şartlarını en aza indirebilmektedir. Hatta hükümetler kooperatifleri bir sosyal politika aracı olarak da kullanabilmektedirler.

Genel olarak belirttiğimiz bu ana amaçları gerçekleştirebilmek için üç önemli unsurun birarada bulunması gerekir. Bunlar, fikir birliği, emek birliği ve sermaye birliğidir.

Sosyal dayanışma ve ve gelişme için fikir birliği ile emek birliği ne kadar gerekli ise, belirtilenlerle birlikte ekonomik gelişmenin ve ekonomik mâhiyetteki amaçların gerçekleştirilmesi ve kooperatiflerin iktisadîlik prensibi doğrultusunda faaliyet gösterebilmeleri için de sermaye birliği unsurunun varlığı da o kadar önemlidir. Bu durum ise, finansman konusunu karşımıza çıkarmaktadır.

KOOPERATİFLERDE FİNANSMAN

Finansman kavramı, "Ödeme vâsıtası sağlama fonksiyonu" olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım dar anlamda finansman fonksiyonunu ifade etmektedir. Zaten dar anlamda finansman fonksiyonu işletmenin ihtiyaç duyduğu fonları en uygun şartlarla sağlamak demektir. Burada fon kavramı her türlü ödeme vâsıtası anlamında kullanılmaktadır. Bu anlamda borçlar da fon sayılır. Finansman fonksiyonunun geniş anlamı ise fon tedârikine ek olarak fonların etkili bir şekilde kullanılmalarını da kapsar. O halde finansman fonksiyonu işletmenin amaçlarına ulaşması için fon akımı yöntemiyle ilgili faaliyetleri için almaktadır.¹ Bu bakımdan finansman konusu, bütün işletmeler için olduğu kadar, kooperatif şeklindeki kuruluşlar için de öneme sahiptir. Kooperatiflerin ekonomik ve sosyal amaçlarını gerçekleştirmesi, kuruluşun ihtiyacı için gerekli fonların tedarikini plânlamaları ve bu fonların etkin yerlerde ve biçimlerde kullanılmalarını gerektirir.

Kooperatiflerin fon tedârikinde veya finansman ihtiyaçlarının karşılanmasında, kooperatif ortaklarının sermaye payları ön sırayı almaktadır. Ancak, ortakların kendi imkanları ölçüsünde taahhüd etmiş oldukları veya ödemiş bulundukları sermaye payları, kuruluşun bugün sözkonusu olan ekonomik ve sosyal şartlar çerçevesinde amaçlarını tam mânâsıyla gerçekleştirmesinde yeterli olmamaktadır. Kooperatifin gerek borçlanma, gerekse iç finansman konusunda kendi kendine dayanıyor olmasından dolayı, kalkınmakta olan ülkelerde kooperatiflerin gelişmeleri sınırlı olmakta ve mâlî yönden güç durumlara düşebilmektedirler. Gerçektende ortaklar, çeşitli nedenlerle düşük sermaye payları ile kooperatiflere ortak olmaktalar ve bazı durumlarda taahhüt ettikleri sermaye miktarlarına ulaşamamaktadırlar. Dahası bir fon tedârik kaynağı olarak başvuru sermaye arttırım talepleri ortaklarca karşılanmamaktadır. Bu yüzden, kooperatifler sınırlı finansmanla faaliyetlerini başarı ile sürdürememektedirler. Öte yandan kooperatifler, kâr gözeten kuruluşlar olmadıklarından, gelir fazlalıkları her bir üyeye, kooperatifle olan işlemlerinin hacmi oranında dağıtılmaktadır. Bunun sonucu olarak da, üyeliklerini sürdürmeye yetecek miktarın dışında bir sermayeyi kooperatife yatırıma eğilimi göstermemektedirler.

Ülkemizde 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu uyarınca, bir ortaklık payının âzamî miktarı, bilindiği üzere 30.000TL'dir. Böyle bir tavanın konulmasının nedeni kooperatiflerde ser-

maye hakimiyetinin temerküz etmesidir. Bu doğru ve yerinde bir düşüncedir. Buna rağmen, âzamî ortaklık payının günün ekonomik şartları doğrultusunda ayarlanması, yükseltilmesi gerekir. Gerçi her ne kadar arttırılması gerektiğini vurguluyorsak da, çoğu kooperatiflerde üyeler, bugünkü âzamî ortaklık payına dahî ulaşamamışlardır. Diğer yandan, Tarım Kredi Kooperatiflerinde bir ortaklık payının âzamî haddinin 150.00 TL. olup Tarım Satış Kooperatiflerinde ise bu miktar 500.000 TL'dir. Fakat aynı alanda faaliyet gösteren Pancar Ekicileri İstihsal Kooperatifinde âzamî ortaklık payı, yukarıda belirttiğimiz ve özel kanunları bulunan kooperatiflerin aksine 1163 Sayılı Kanun çerçevesinde âzamî 30.000 TL'dir.

Görüldüğü gibi, faaliyet alanları farklı kooperatiflerin değişik kanunlara tâbi olması, ortaklık payları konusunda ayrıcalıkların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu durumun ortak bir mevzuatla düzeltilmesi yerinde olacaktır. Aksi takdirde hukûkun eşitlik prensibine aykırılık devam edecektir.

Kooperatiflerin yukarıda belirttiğimiz iç finansman kaynakları dışında bilindiği üzere; yedek akçeler, dağıtılmayan risturnler ve belirli amaçlarla kârdan ayrılan diğer fonlardır. Kuşkusuz, bunların finansman kaynağı olarak değerleri büyüktür. Ancak, özellikle öz-kaynakların büyük bir bölümünün sabit yatırımlara yönlendirildiğini de unutmamak gerekir.

Bir kooperatifin amacı, ihtiyacı olan finansman kaynağını kendi kendine yaratmaktır. Buna rağmen, ihtiyacın mâhiyetine göre dış tayanaklara da başvurmak zorunluluğu vardır. Gelişmekte olan bir ülke olarak Türkiye'de geniş halk kitlelerinin reel geliri düşüktür. Gerek kırsal kesimde yaşayanların, gerek küçük esnaf ve sanatkarların, tek başına konut sahibi olmayacakların kuracakları kooperatifler, yalnız kendi üyelerinin mali gücüne dayandıkları takdirde, beklenen ölçüde etkili olamazlar. Bu durumda ek mâlî kaynaklar harekete geçirilmeye çalışılır.

Devlet Yardımları:

Kooperatiflerin finansman ihtiyaçlarının karşılanmasında öz-kaynakları dışında en önemli ve zorunlu kaynak, "Devlet Yardımları"dır. Elbette devlet yardımlarının bir finansman kaynağı olmasından ziyade; kooperatif eğiliminin yaratılması kooperatifçilik eğitim ve öğretiminin yaygınlaştırılması; ortakların haklarının korunmak ve istismarları önlemek üzere yasal düzenlemeler yapılması şeklindeki devlet desteği daha fazla önem arz etmektedir. Bu konuda tartışma yapma, konumuzun sınırlarını aşmaktadır. Belirttiğimiz önemli destek dışında devletin kooperatiflerin kuruluş sermayelerine katıldığı, Hindistan, A.B.D. gibi bazı yabancı ülkelerde görülmektedir. Bu ülkelerde kooperatiflerin süratle faaliyete geçmelerine imkân verilmiş bulunmaktadır.

Devletler, sermayeye katılmaktan başka şekilde değişuk usûller denenmektedir. Doğrudan doğruya bir yardım niteliğinde olmamakla beraber, en azından belirli bir hizmetin görülmesini finanse ederler veya dolaylı yardımlarda bulunurlar.²

Ülkemizde, kooperatifçiliğin hukuki esası ve devletin bu konudaki fonksiyonu, Anayasamızın 171. maddesinden kaynaklanmaktadır. 171. madde, şüphesiz kooperatifçiliğimiz için bir ışıktır, bir ümittir. Devletin, Anayasamızın koruyucu şemsiyesi altında bulunan koo-

peratiflere çeşitli şekillerde yardımları bulunmaktadır. Bunlar doğrudan doğruya para yardımı şeklinde olmazsalarda, para ile ölçülebilir mâhiyettendirler.

Ülkemizde kooperatifçilik hareketi 1163 Sayılı Kooperatifler, Tarım Kredi Kooperatifleri ile Tarım Satış Kooperatifleri Kanunları ile düzenlenmektedir. Bu kanunlar ve bazı vergi kanunları çerçevesinde kooperatiflere bazı önemli muafiyetler tanımaktadır. Örneğin 422 sayılı Kurumlar Vergisi Kanununun 7. maddesi uyarınca bazı şartlar kooperatiflerin kurumlar vergisinden muaf tutulmaları; gümrük muafiyetleri, bazı vergilerde indirimler veya muafiyetler v.b..³ Bunlar gerçekten kooperatifler için önemli sayılabilecek yardımlar olup, bir finansman kolaylığı olarak kabul edilebilecek yardımlardır. Öte yandan Devlet, sahibi bulunduğu bankalar vâsıtasıyla özellikle Tarımsal alanda faaliyet gösteren bazı kooperatiflere düşük faizle kredi vermektedir. Ayrıca değişik yapıya sahip yapı kooperatiflerine, Toplu Konut Fonundan devletin açtığı krediler de devlet yardımına örnek gösterebiliriz.

Krediler :

Kooperatiflerin kredi ihtiyaçları, genellikle devletin kurduğu veya kuruluşuna iştirak ettiği bankalar, özel bankalar ve diğer bazı kuruluşlar aracılığı ile karşılanır.⁴ Bu kurumlar niteliklerine göre;

- Kooperatif birliklerine veya kooperatiflerine kredi açarlar,
- Kooperatiflerin sağladığı krediyi garanti ederek, finansman kolaylığı sağlarlar.

Ülkemizde özellikle bankalardan kooperatiflere kredi akışı, tarımsal alanda başarılı olmuştur. Bilindiği gibi tarımsal alanda kurulan kooperatifler, kar amacı gözetmemekte, üyelerin sosyo-ekonomik gelişmelerini hedef almaktadırlar. Bu nedenle, bilhassa düşük faiz sözkonusu olmadığı için, kooperatifler büyük zorunluklar olmadıkça bile, kredileri geri ödemekte güçlük çekmektedirler. Bu olumsuz faktörler nedeniyle kooperatifler, günümüzde mâlf sorunlarla yüz yüze gelmektedirler.

Diğer yandan tarım kesiminde aynı konuda faaliyet gösteren ortaklarının tarım araç ve gereçlerini temin amacıyla kurulan Tarım Kredi Kooperatiflerine; Ziraat Bankası kanalıyla, örneğin, 1983 yılında 101.8 milyar liralık kredi kullanılırken Pancar Ekicileri İstihsal Kooperatifleri bu imkan mahrum bırakılmakta, kooperatifler arasında ayrıcalıklara sebebiyet verilmekte ve bu nedenle de kooperatif faaliyetleri olumsuz yönde etkilemektedir. Kısaca, ülkemizde tarımsal alanda amaçları aynı fakat faaliyet alanları değişik bu kooperatifler, farklı finansman kuruluşları ile muhatap olmaktadır, farklı miktar ve faiz uygulamalarıyla kredi alabilmektedirler. Bu durum ise, ülkede tarımsal alanda ve dolayısıyla bu alanda kurulan kooperatifler için tutarlı bir politikanın bulunmadığını ortaya koymaktadır.

Tarım alanı dışında kurulan, özellikle tüketici kooperatifleri ise, herhangi bir finans kuruluşundan mahrum bulunmaktadırlar. Bu tür kooperatifler, kendi aralarında bir birlik meydana getiremedikleri ve kredi alma imkanına sahip olamadıkları için fonksiyonlarını ifa edememektedirler. Halbuki, 1982 Anayasası'nın Tüketicilerin Korunmasıyla ilgili 172. maddesi gereğince; tüketim kooperatiflerinin hem devletçe, hem de kredi kolaylıkları sağlanarak ilgili kuruluşlarca desteklenmeleri zorunludur. Özellikle serbest piyasa ekonomisinin uygulandığı ve enflasyon oranının yüksek olduğu bir ortamda tüketicilerinin kooperatifler kurmak suretiyle ihtiyaçlarını doğrudan üreticiden sağlamaları kaçınılmazdır. Bunun için bu

KOOPERATİFÇİLİKTE DENETİM VE FİNANSMAN

alanda kooperatifleşme eğilimini ve eğitimini sağlamak, bunların çeşitli kademelerde örgütlenmelerini temin etmek, bunlara teknik ve mâlî yardımında bulunmak devletin Anayasal ödevidir.

Diğer yandan, toplu konut alanında kurulan kooperatifler son yıllarda yoğunluk kazanmış ve bazı başarılı örnekleri günümüzde görülmeye başlanmıştır. Ancak, yapı kooperatifleri, diğer tür kooperatiflere nazaran farklı özelliklere sahip olup, bugün ülkemizde daha ziyade orta gelirli kişiler tarafından kurulmaktadır. Bu nedenle toplu konut amacıyla kurulan yapı kooperatifleri, finansman ihtiyaçlarını kendi üyelerinin katkıları yanında, kredi veren çeşitli kuruluşlara başvurmak suretiyle karşılamaya çalışmaktadırlar. Bugün yapı kooperatifçiliğinde en önemli destek Toplu Konut Fonundan açılan kredilerdir. Ancak bugün maalesef fiat artışları sonucu konut inşaatı maliyetleri hızla yükselirken kredi limiti mâliyetlerin % 50'sinden daha az bir kısmını karşılar duruma gelmiş ve faiz oranları da yükselmiştir. Genellikle memur, işçi ve emekli kesiminin üye olduğu bu kooperatiflerin finans ihtiyacının karşılanması, daha kolay şartlarla sağlanması ve kredi limitlerinin artırılması zorunludur.

Kooperatifler, ortaklarının ekonomik ve sosyal gelişmelerini sağlamak, iktisadîlik prensibine göre faaliyetlerini yürütmek amacıyla ihtiyaçları olduğu fonların, yukarıda belirttiklerimiz dışında; tahvil çıkarmak, tasarruf mevduatı toplamak, ülke dışı kaynaklardan elde edilenler vasıtasıyla da karşılanması mümkündür. Ancak ülkemizde bu tür finansman kaynakları çok önemsiz kalmakta ya da uygulamada sözkonusu olmamaktadırlar.

Finansman kaynağı ne olursa olsun, temin edilen kredilerin elde edilen yardımların nasıl kullanılacağını bilmek, bunları en etkin bir şekilde değerlendirmek önemlidir. Örneğin, daha önce aldığımız krediyi vâdesi gelince geriye ödememiz zorunludur. Eğer aldığımız krediden âzamî şekilde yararlanmış iseniz, bunu geriye ödemeniz güçleşir. Bunun için ölçülü bir finansman politikası izlemeniz gerekir. Bu konuda politika oluştururken şu noktaları göz önünde bulundurmak gerekir:⁵

"1- Ödeme Gücü: Borç sermayesi varlıklarca karşılanacak ölçüde olmalıdır. Diğer yandan, çok yüksek karşılık oranından kaçınılmalıdır. Aşırı sermayelendirme, ortaklığa, pahalıya mal olur.

2- Kararlılık: Sermaye, niteliği açısından, değişmez bir likidite durumu sağlamalıdır. Süresi dolan borçları ödeyebilmek için, varlıklar kaloyca paraya çevrilebilir nitelikte olmalıdır.

3- Finansman sürecinde. öz sermayenin oranını sürekli olarak arttırarak uzun ve orta süreli finansmanda kendine yeterli olmak; Kooperatifler en azından değişmez varlıkların finansmanını öz-sermayeden sağlamalıdır. Kredi ortaklıklarında, öz sermayenin, bilanço toplamının % 10'undan çok olması istenir. Tüm bu amaçlara ulaşmak için kooperatiflerin bir finansman plânı olmalı ve plân ile uygulama sürekli olarak denetlenmelidir."

Diğer işletmelerde olduğu gibi kooperatif işletmelerde de finansman politikası ve paln-laması büyük bir önem arz etmektedir. Ancak, finansla yönetimle birlikte denetimi de üzerinde durulması gereken bir konudur.

KOOPERATİFLERDE DENETİM

Denetim fonksiyonu, işletmede diğer fonksiyonların neyi, nasıl ve hangi ölçüde başar-

dığını araştıran ve belirleyen bir yönetim faaliyetidir. Denetim faaliyetlerinin en önemli amacı, işletme faaliyetlerinin yürütülmesinde iktisadîlik prensibinin uygulanmasının sağlanmasıdır.⁶

Denetim olmaksızın herhangi bir işletmenin başarıya ulaşması düşünülemez. Kaldı ki, toplumsal bir olay olan ve toplum kalkınmasına hizmet eden kooperatiflerin daha titiz bir denetimden geçmeleri gerekir. Denetim, sadece bir suistimalin varlığını hatırlatmamalıdır. Denetim, kooperatifin gelecekte, idârî, mâlî ekonomik ve eğitim yönünden zamanın teknik ve bilimsel yöntemlerini takipleyeni bir plân ve proje ile kalıcı ve sürekli bir başarı grafiğini çizmesine neden olur.

Denetimde ana amaç idârî, mâlî ve ekonomik açıdan olmak üzere, kooperatiflerin çalışmalarını ıslah etmek, genellikle ticârî ve mâlî bilgi ve deneyime sahip olmadığı düşünülen ortakların menfaatlerini ve özellikle kooperatifle ilişkisi bulunan üçüncü kişilerin haklarını korumaktır.⁸

Bu durumda, kooperatiflerin ülke ekonomisinde kendilerine düşen görevleri yerine getirebilmeleri ve gelişme gösterebilmeleri için denetimin gerekli olduğunu kesinlikle belirtiriz. Denetimin ne olduğu, bundan ne gibi faydalar sağlandığı, ancak işlerin aksaması halinde açık bir şekilde ortaya çıkar. Denetim, kooperatif şeklindeki kuruluşun varlığına denge, huzur ve istikrar getirecek şartları yaratarak, modern yönetimin kurulmasını kolaylaştıracak ve böylece de bütün ortaklar için güzel ufukların açılmasına hizmet etmiş olacaktır.⁹

Açıklamalarımız ışığı altında diyebiliriz ki; denetim, kooperatiflerin yöneticilerini aydınlatmak, çalışmalarını ıslah etmek, genellikle iktisadî ve mâlî bilgi ve deneyime sahip olmadıkları düşünülen ortakların menfaatlerini korumak yönündedir.

Diğer yandan denetim, sadece geçmişte tekabül etmez, fakat aynı zamanda gelecekle ilgili plan ve faaliyetlere de yönelik olmalıdır. Bu nedenle ülkemizde de, gerek sınırlı imkanlara sahip olan kooperatif ortaklarının menfaatlerini korumak, gerek kooperatiflerin ülkenin ekonomik ve sosyal gelişmesindeki rollerini arttırmak, gerekse kooperatiflere verilen kredilerin geriye dönüşünü sağlamak için bir fonksiyon ifa etmesi zorunludur. Eğer denetimi yapan kuruluş veya kişiler, bu ruha sahip değillerse, denetimden beklenen yarar sağlanamaz. Denetim, sadece bilinçli veya bilinçsiz olarak yapılan hataları ortaya çıkarmaz, fakat aynı zamanda o, daha iyi, daha doğruyu gösterir ve bu nedenle de eğitici bir nitelik taşır. Ancak, ülkemizdeki kooperatifçilik hareketinde yöneticiler, ortaklar ve kooperatifle ilişkisi olan kuruluş ve kişiler olarak mükemmel olduğumuzu söyleyemeyiz.

Ülkemizde denetleme fonksiyonu çok değişik kişi ve kuruluşlar tarafından; mâlî, ekonomik ve idârî alanlarda ifa edilmektedir. Kooperatiflerin tutarlı bir politika çerçevesinde yönetilmeleri, hedeflerine ulaşabilmeleri, kooperatifler arasında koordinasyonun sağlanabilmesi ve ortakların daha iyi bir şekilde menfaatlerinin korunabilmesi için farklı ve çok miktardaki denetleme yerine; merkezi bir örgütün üzerinde durulmalıdır. Ayrıca, denetlemeyi yapacak bütün görevlilerin, kooperatifçilik konusunda çok iyi eğitilmeleri ve bunlara kooperatifçilik bilincinin verilmesi zorunludur.

SONUÇ

Gelişmekte olan ülkelerde kooperatiflerin, özellikle tarımsal alanda kurulanların, fi-

KOOPERATİFÇİLİKTE DENETİM VE FİNANSMAN

nansman sorunu, bugün ve gelecekte çözümlenmesi gereken sonuçların en önemlilerinden birisidir. Ülkemizde de kooperatiflerimiz için bu sorun önem arz etmektedir. Kendi kendine yeten kooperatif sayısı pek azdır. Kooperatifler, işlevlerini yerine getirebilmeleri için dış finansman kaynaklarına başvurmak zorunda kalmaktadırlar. Özellikle tarım kesiminde; amaçları aynı fakat faaliyet alanları farklı kooperatifler, değişik finans kuruluşlarıyla muhatap olmakta, farklı miktar ve faiz uygulamalarıyla kredi almaktadırlar. Tarım alanı dışında kurulan özellikle tüketim kooperatifleri daha güçlü hale gelmek amacıyla üst birlikler oluşturmadıkları gibi bir finans kuruluşundan mahrum bulunmaktadır. Bu durum ve kooperatifçilik mevzuatının dağınıklığı, âdil olmayan uygulamaları ortaya çıkarırken, devletin ve bankaların bir yılda kooperatiflere açtıkları kredi, bunlardan sağlanan fayda, denetim ve bu kredilerin geriye dönüşü çok dağınık ve sağlıklı değildir. Ayrıca bunlar, ülkede tutarlı bir kooperatifçilik politikasının uygulanmasını engellemekte ve zaman kaynak ve fırsat israfına büyük ölçüde yol açmaktadırlar. Bu şartlar altında; kooperatiflerin ülke kalkınmasındaki katkılarını arttırmak için mevzuat ve örgütlendirme yönünden olduğu kadar, Devlet eğitimi, yol gösterici ve denetleyici rolünü plânlı ve verimli bir şekilde yaparsak, sürekli ve etkin bir kooperatifçilik politikası belirlenmelidir. Ayrıca, Amerika, Avrupa ve Asya'da bulunan birçok ülkede hiçbir zaman başarısızlığa uğramamış KOOPERATİFLER BANKASININ kurulması için devlet, maddî ve teknik yardımda bulunmalıdır.

-
- 1 TÜRKO, R.Metin: İşletme Finansmanı. Ders Notları. Atatürk Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları, Erzurum, 1981, s. 1.
 - 2 Demirci, R.Poyraz,H.,Turan: Kooperatiflerde Eğitim-Kooperatiflerde Denetim-Kooperatiflerde Finansman. Türkiye Tarım Krade Kooperatifleri Yayınları No.8. Ankara 1986, s. 65.
 - 3 Erkilet, Şaban: Kooperatiflerin Vergilendirilmesi ve Vergi Sorunları. Türk Kooperatifçilik Kurumu Yayınları: 47. Ankara, 1982 (Bu konuda ayrıntılı bilgi için bu yayına başvurulabilir.)
 - 4 Demirci,R., Poyraz,H., Turan, K.: a.g.e., s. 65.
 - 5 C.Helm, Franz: Kooperatif İşletme Ekonomisi. Çeviri: İ. Cemalcılar. Eskişehir İ.T.İ.A. Yayınları, No:150/92. Eskişehir, 1976, s. 199-200.
 - 6 Düzerdik,Recep: Denetimin Anlamı ve Önemi. Panko Birlik Yayınları, Ankara.1983, s. 1.
 - 7 Demirci, Poyraz ve Turan: a.g.e., s. 32.
 - 8 Ete, Muhlis-Pastanoğlu, Harun: "Kooperatiflerin Denetim". 1163 Sayılı Koop.Kanununun Uygulanmasında Kooperatiflerinin Durumu ve Sorunları. C.I. VII.Türk Kooperatifçilik Kongresi Tebliğleri. Ankara, 1970, s. 5.
 - 9 Ete, M.-Pastanoğlu, H.: a.g.e., s. 6.

**MİLLÎ EĞİTİM, GENÇLİK ve SPOR BAKANLIĞI
YAYIMLAR DAİRESİ BAŞKANLIĞINDAN**

SAYI : 660. Yar. Drs Kit. Şb. Md. - 03766

Tarılı : 23.5.1985

**KONU: "Karıncı Kooperatif Postası",
"Kooperatifçilik" adlı dergiler.**

Türk Kooperatifçilik Kurumu (Mithatpaşa Cad. 38/A Yenışehir-Ankara) tarafından yayımlanan aşağıda adı yazılı dergiler, 1739 sayılı "Milli Eğitim Temel Kanunu"nun 55. maddesi gereğince incelenmiş, ortaöğretim öğretmen ve öğrencilerine duyurulması eğitim ve öğretim açısından sakıncalı bulunmamışlardır.

BAKAN ADINA

**Ömer HAİPOĞLU
Daire Başkanı**

Derginin Adı

Fiyatı

Karıncı Kooperatif Postası

Sayı: 574, 575, 576, 577, 578

200'er TL.

Kooperatifçilik

Sayı: 59, 60, 61, 62, 63, 65, 66

100'er TL.

KOOPERATİFÇİLİKTE DENETİM

VE

FİNANSMAN

Dr. Mustafa DOYUK*

Finansman ,

Kooperatifçilik faaliyetlerinde finansman konusu, kooperatifçiliğin gelişmesini ve yaygınlaşmasını etkileyen en önemli faktördür. Bilindiği gibi kooperatifler birer ekonomik işletmedir. Ekonomik faaliyet yapabilmek için ilk olarak sermaye teşekkülü gereklidir. Kooperatifler kendilerinden beklenen görevleri gerektiği şekilde yapabilmeleri için sağlam bir mâli yapıya sahip olmalıdır. Çünkü mâlî kaynakların yeterli olmadığı durumlarda ekonomik faaliyetler başarısız olmaktadır. Bütün gerçek kooperatiflerin esas amacı nüfusunun yaşama seviyesini yükseltmek ortak çaba ile ekonomik ve diğer aksaklıkların ortadan kaldırılması düşüncesidir. Bir kooperatifin mâlî temelleri ne kadar kuvvetli olursa etkisi ve faydası o oranda artar. Bu kuvvetli yapı kooperatiflerin kendi içlerinde oluşmalıdır. Diğer bir ifâdeyle kooperatifler önce ortaklarının gücüne inanmak ve ona dayanmalıdır.

Finansman Kaynakları:

Kooperatiflerin iki türlü sermaye kaynağı vardır. Bunlar

I- Öz Kaynak

II- Yabancı Kaynak

Kooperatiflerin öz kaynakları ortaklarının finansman güçleri ile ilgilidir. Bütün koopera-

* Tarım Reformu Genel Müdürlüğü APR süresi Araştırma Şube Müdürü

* (XI. Türk Kooperatifçilik Haftası'nda Silifke'de verilen Konferans)

tifçilik faaliyetlerinde kooperatiflerin finansmanı ortaklardan sağlanan iştirak payları ile meydana getirilmiştir. Başlangıçta toplanan bu iştirak payları kooperatiflerin yegâne sermaye kaynaklarının oluşturmuştur. Diğer kaynaklar ise yedek akçeler, dağıtılmayan risturnlar ve diğer fonlardır.

Yabancı kaynaklar olarak kasarruf tevdiâtı, tavhil ihrâcı, devlet yardımları ve kredilerin saymak mümkündür.

Şimdi kısaca bu kaynakların mâhiyetine, hangi şekilde ve hangi şartlarda sağlandığını açıklamaya çalışalım.

1- Özkaynaklar

a- Ortaklık Payları :

Ortaklık payları kooperatiflerin öz sermaye kaynaklarının en önemlisini teşkil eder. Kooperatiflerin kuruluşu sırasında veya sonradan ortakların almış olduğu iştirak paylarıdır. Kooperatif sermayesi bu katılma paylarının toplamı ile meydana gelir.

Özellikleri itibariyle sınırlı ve olarak üye kabul eden yapı kooperatifleri gibi bazı kooperatifler hâric kooperatif sermayesi esas itibariyle değişebilme karakterini taşımaktadır. Yani kooperatif sermayesi yeni ortakların kâbûlü yahut ek ortaklık paylarının alınması ile kendiliğinden artar. Diğer taraftan üyelerden bir kısmının ihraç yolu ile, istifa ile veya vefatıyla azalması sonucunda kooperatif sermayesi azalır. Bu hususlar ortaklık paylarının mâhiyetini teşkil etmektedir.

Kooperatiflerde ortaklık payları sermaye şirketlerindeki hisse senetlerine göre özellikler arzeder. Sermeye şirketlerindeki hisse senedi herşeyden önce hem riziko taşıyan hem de şirket karından pay bekleyen bir yatırımdır. Kooperatiflerdeki iştirak payı veya ortaklık payı ise bunun tam aksine, kooperatifin kendisinden hizmetleri en iyi şekilde yapılabilmesi için ihtiyaç duyulan mâli kaynaklara her ortağın yapmış olduğu bir katılımdır.

Sermaye şirketinin hisse senedine karşılık kooperatifin iştirak sermayesinin bu özel rolü şu özelliklerden dolayı daha iyi anlaşılmaktadır.

a) Kooperatiflerin bir anlamda şahıslar topluluğu olması keyfiyeti ortaklık paylarına ayrı bir özellik kazandırmaktadır. Ortaklık payı ortaklık sıfatı gibi şahsidir ve nama yazılır. Kooperatifin müsadesi olmadan kimseye devdemez.

b) İştirak payları beklenen hizmetlere karşılık kooperatife verilmiş bir avans mâhiyetindedir. Dolayısıyla hisse senetleri spekülasyon vasıtası yapılamaz. Kooperatif hisse senetleri ödenirken satın alınan değerden kooperatifçiye tediyesinin sebebi budur. Hatta bazı geri verme olayında sermeye zarara uğradıysa hisseye tekabül eden zarar kısmı kesintiye tabî tutularak ödeme yapılır.

c) Kooperatif iştirak sermayelerine temettü verilmez. Bunlara sadece sınırlı ve sâbit bir faiz verilmesi düşünülebilir.

d) Her ortağın kooperatifin yapmasını istediği masraflara uygun oranlarda kooperatif sermayesine katılması uygun ve meşru kabul edilir.

b- Yedek Akçeler

Kooperatiflerin öz kaynakları faslındadır. Yedek akçeler ilerde muhtemel zararları kar-

KOOPERA TİFÇİLİKTE DENETİM VE FİNANSMAN

şlamak ve teşebbüsün mâli bünyesini kuvvetlendirmek, netice olarak üçüncü şahıslar nezdinde kooperatifin itibarını artırmak amacıyla ayrılırlar. Yedek akçeler lehte fiat farkından ayrılır. Kooperatiflerin yıl sonunda gerçekleştirilmiş olduğu lehte fiat farkları genel kurulun tasarrufu altındadır. Kooperatifler kanununun 39. maddesine göre gelir gider farkının en az % 10 unun yedek akçeye ayrılır ve bu sağlandıktan sonra üst tarafı ortaklara dağıtılabilir.

Yedek akçelerin kime âit olduğu konusunda farklı ülkelerde farklı görüşler vardır. Ancak bizim kooperatifler kanununun 59. maddesinde olduğu gibi ortakların hiç birinin yedek akçeler üzerinde şahsî hakları olmayacağı ve yedek akçenin ortaklar arasında pay edilemeyeceği görüşü ağırlık kazanmaktadır.

c- Dağıtılmayan Risturlar

Kooperatiflerde her faaliyet yılı kapandıktan sonra her ortağın hakkı olan risturnlar bir kısmı, bazın tamamı kooperatifçe dağıtılmayarak kooperatife bırakılır. Kooperatife bırakılan risturnların tamamı "münferit yedek akçeleri" teşkil eder, Kooperatife bırakılan her risturn, ortak tarafından yatırılmış bir "mevduat" veya verilmiş bir borç para gibi düşünülür. Dağıtılmayan risturnlar ya ortaklara verilen bir cüzdana işlenen yahut her ortak adına kooperatife açılan bir hesaba kaydedilir. Her iki durumda da ilgili ortağa faiz tahakkuk ettirilebilir. Ortak yedek akçelerinde ise faiz söz konusu yapılamaz. Risturnlar için tesbit edilen vade olduğu zaman ilgililere geri verilmeye başlanır. Bu arada yeni risturnlar da duruma göre kooperatifte tutulmaya devam edilir.

d- Diğer Fonlar Karşılıklar;

Karşılıklar belli olmayan bir rizikonun karşılanması için ancak sınırlı bir oto finansman olabilir. Ancak vergisiz bir karşılık tesisinin maliyecilere açıklanması zor olmaktadır. Bu yüzden sınırlı kalmaktadır.

Kooperatifler kanununun 38. maddesine göre ortak dışı işlemlerden elde edilen hâsıla dağıtılmayarak kooperatifin gelişmesine yarıyacak işlerde kullanılmak üzere özel fonlarda toplanır. Dolayısıyla yedek akçeye de aktarılması sözkonusu değildir.

Kooperatiflerin özkaynaklarını teşkil eden ve besleyen diğer bir yol sermaye atımıdır. Sermaye artımı ya yıl sonunda elde edilen olumlu sonuçlar üzerinde belli bir payın sermayeye eklenmesi, ya da ek ödemeler yapılması suretiyle olur.

Kooperatifçilik faaliyetlerinde sermayeye verilecek faiz kanunla sınırlandırılmış olduğundan hisse senetleri ortağa özel bir hak sağlamayacağından sermaye artırımını ortağa câzip görünmez. Kooperatif ortığının cebinden para çıktığının hissettirmemek için sermaye artırımını daima ortaklara verilen risturnlar üzerinden ayrılacak paylarla gerçekleştirilir. Bu yüzden özellikle tüketim kooperatiflerinde sermaye artırımını sade bir oto finansman metodu olmaktadır.

Kooperatiflerin oto finansman oranı satış tutarının yüzde 0.70 ile % 1 i arasında bulunur. Batı ülkelerinde tüketim kooperatifleri yatırımlarının %90-95 ini oto finansman metoduyla gerçekleştirmişlerdir. Şurası gerçektir ki yıl sonundaki lehte fiyat farkı hiç değilse

gerekli amortismanları çıkaracak kadar olmalı ki oto finansman mümkün olsun. Kooperatiflerin uyguladığı veya uygulayacağı aktif fiyat politikası (piyasa fiyatına satış) risturnu azaltır dolayısıyla oto-f finansman imkânlarını azaltır.

Amortismanlar

Kooperatiflerin finansmanında amortisman önemli bir yer tutar. Amortismanlar bir gider olarak düşünüldüğünden dağıtımâ tâbî kazanç içine girmezler. Ekonomik anlamda amortisman sabit değerlerin finansman mallarına karşılık yeni değerler kazanmak için ayrılırlar. Kooperatiflerde amortismanlar genellikle düşük tutulduğundan sınırlı bir kaynak olma durumundadır.

II. Yabancı Kaynaklar :

Kooperatiflerin faaliyetleri için gerekli olan sermayeyi bulma imkanları başlangıçta ortakların mâlî güçleri ile yakından ilgilidir. Özellikle yeterli öz kaynakları toparlıyamadan süratli bir gelişme eğilimi gösteren kooperatiflerin büyüme, yeni tesisler, yeni ihtiyaçlar ve teknik yenilikler için yabancı kaynaklara ihtiyacı olur.

Kooperatif ortaklarının amacı kendi teşebbüslerinin sahibi olmak dolayısıyla kooperatifi mümkün olduğu kadar yabancı paradan uzak tutmak olmalıdır. Bu yüzden borç para alırken bu paranın kooperatif çalışmalarına hız verip veremeyeceği, ihtiyaçları karşılayıp karşılayamayacağı ve son olarak borcun geri ödenmesi imkanları iyi hesaplanmalıdır.

a- Tasarruf Tevdiatı

Mâlî kaynak arayan kooperatiflerin baş vurdukları en yakın kaynak bizzat kendi ortaklarıdır. Özellikle ortak sayısı kalabalık olan tüketim kooperatifleri gibi kooperatifler ortaklarına vâdeli veya vâdesiz olarak tasarruf tevdiatına teşvik ederler ve böylece yeter kaynak temin etmiş olurlar. Bu metod batılı ülkelerde de en çok baş vurulan bir metod olmakla beraber yeterli durumda olmamaktadır.

Kooperatif tasarrufunun gelişmesine engel teşkil eden konuları iki noktada toplamak mümkündür.

1. Hemen hemen her ülkede mevcut olan enflasyon, uzun vâdeli yatırımlar konusunda tasarruf sahibininide bir güvensizlik duygusu yaratmaktadır.

2- Devletin özellikle para ve krediyi kontrol etmek amacıyla mevzuat alanına getirmiş olduğu bir takım sınırlayıcı tedbirler de tedirginlik doğurmaktadır.

Batılı ülkelerdeki kooperatifler tasarruf sahiplerininin bu saydığımız nedenlerden dolayı güvensizlik duygularını giderebilmek için bazı usuller kabul etmişlerdir. Mesela istikrazın vâdesine göre paranın düşüş değeri gözönüne alınarak tadrîci olarak artan primli istikraz tahvilleri çıkarmak. Batılı ülkelerdeki kooperatifler sermaye temininde kısa ve uzun vâdeli olarak "kasa bonusu" usûlünü kullanmaktadırlar. Bir nevi borç senedi olan kasa bonusu karşılığında sağlanan paralar genellikle kooperatiflerin kısa vâdeli ve âcil işlerinin görülmesi için kullanılmaktadır. Alınan bu paralara belli bir oranda faiz uygulanmaktadır.

KOOPERATİFLERİN DENETİMİ VE FİNANSMAN

b- Tahvil İhracı :

Kooperatifler ihtiyaç duydukları parayı temin etmek amacıyla uyguladıkları usullerden birisi de tahvil çıkarmaktır. Çıkarılan tahvillerin taşıdığı şartlar ülkelerin ekonomik yapı ve durumlarına göre değişmektedir. Genellikle tahvil uygulaması sonunda enflasyon üzerinde bir faiz uygulaması esas olmaktadır.

c- Devlet Yardımları

Sermayeye Katılma:

Sosyal ve ekonomik sebeplerden dolayı kooperatiflerin denetlenmesi gerektiği durumlarda devlet kooperatif kuruluşlarının kapitaline katkıda bulunmaktadır. Böylece kooperatiflerin süratli faaliyette bulunması imkânı sağlanmış olur. Bu tip uygulamayı başta Hindistan olmak üzere bir kısım ülkelerde görmek mümkündür.

Bu tip uygulamalarda devlet kooperatiflerin işlerine karışmamayı esas almakta ve kooperatifler durumlarını kuvvetlendikleri zaman yavaş yavaş serri ödemeler vâsıtasıyla yapılan yardımın alınması sağlanmıştır.

Devletin Diğer Yardımları

Devletler kooperatifçiliği desteklemek üzere sermayeye katılmaktan başka dolaylı olarak yardımda bulunurlar. Bunlar:

- Kooperatifçilik eğitimine ve kooperatifçilik çalışmalarına devletin katılması
 - Kooperatiflere açılan kredilere düşük faiz uygulaması veya kredi faizlerinin bir kısmını ödemesinin devletin üstlenmesi
 - Teknik yardım ve teknik eleman sağlamasıdır.
- Ülkemizde uygulamada gerek kooperatifler kanunu, gerekse Tarım Kooperatifleri ile ilgili kanunlar, kooperatiflere bazı vergi bağışlıkları tanımışlar.

Krediler

Kooperatiflerin para bulma konusunda günün ekonomik şartlarına göre gerektiği zaman uyum sağlama ve bazı ferakırlara katlanmaları gereklidir. Kooperatiflerin gerekli parayı sağlama konusunda fazla borçlanmaları arzu edilmekle beraber borçlanma yaptıkları zaman makul bir faiz ödemeleride düşünülebilir. Ayrıca kooperatifli üyelerinin tasarruflarını kooperatiflere çekmek amacıyla iştirak paylarına ödeyecekleri faiz oranını çok fazla olmamak kaydıyla mâkul ölçüde artırabilirler.

Banka Kredileri

Krediler vâdesine göre, dolasıyla kullanılacağı yere göre bir bakıma üç guruba ayrılırlar, Bunlar, uzun vâdeli, orta vâdeli ve kısa vâdeli kredilerdir. Uzun vâdeli krediler genel olarak gayri menkul ve tesis malzemesi satın almak için kullanılır. Orta vâdeli kredilerin cevap verdiği ihtiyaçlar çeşitli ve karışıktır. Kısa vâdeli krediler ise teşebbüslerin ticârî işlemlerini besleyen krediler durumundadır.

Kooperatiflerin kredi ihtiyaçları daha ziyâde orta ve uzun vâdeli yatırım kredileri türündedir. Değışik ülkelerdeki kooperatifler bu gibi kredi ihtiyaçlarını bankalardan sağlamakta güçlük çektiklerinden kendilerini mahsus kredi kurumları kurmuşlardır.

Kooperatiflere Mahsus Kredi Kuruluşları:

Genel olarak kooperatiflerin kredilendirmeleri konusu önde gelen bir konudur. Kredilendirme, bilhassa tüketim kooperatifleri için ayrı bir önem taşımaktadır. Çünkü tüketim kooperatifçiliğİ devamlı olarak yatırımları gerektirir. Yatırımların da gereken hızda yapılabilmesi için krediye ihtiyaç duyulmaktadır.

Önümüzdeki yıllarda kooperatiflerin yatırım ihtiyaçlarının artması, bilhassa tüketim kooperatifçiliğİ alanında atılacak adımları düşünerek kooperatifçilik hareketinin kendine mahsus kredi kurumunun kuruluş hazırlıkları yapmaya gerek vardır.

Genel olarak kooperatifler uzun vâdeli kaynaklar ve bilhassa özkaynaklar yönünden fakirdirler. Kooperatifilerin kaynakları da kooperatiflerin sermayesine katılma imkânları sınırlıdır. Esasen kooperatiflerin sermayesine büyük oranda katılmaya imkân vermek. Bu nedenle kooperatif kuruluşları yatırımları için bir kooperatif bankasına müracaat etmek durumundadırlar. Kooperatif bankalar kazanç sağlamak amacıyla kurulmazlar. Bu bankalar müşterileri olan ortaklara hizmet etmeyi ilk plânda tutarlar. Yeni ortaklarının kredi ihtiyaçlarını en iyi şartlarda karşılamak amacını güderler. Bu arada ortaklarına fikir vermek, bilgi vermek ve çeşitli yatırım imkanları teklif etmek şeklinde de yardımcı olurlar. Bu açıdan kooperatif kredi kuruluşları modern üniversal bankacılığın bu türünü oluştururlar.

Kooperatif kredi kuruluşları modern pazarlama metodlarına uymalıdır. Yani müşterilerinin bilgi eksikliklerini ve özel sorunlarını gözden uzak tutmamak ve onlara komple bir hizmet programı sunulmalıdır.

Kooperatif bankaları kooperatifçiliğİn ileri olduğı ülkelerde Avrupa ve Amerika lkelerinde kooperatif kuruluşları tarafından kurulmuştur. Mesela İngiltere, Almanya, İsveç, İsvere, Avusturya ve Fransada çeşitli kooperatif kuruluşları kendi finansman kurumlarını kendileri kurmuşlardır. Bazı ülkelerde ise kooperatifçiliğİnin gelişmesini görev olarak kabul eden hükümetler bizzat işe karışmış ve kooperatif kuruluşları için bir kooperatif bankası kurmuşlardır. Bu gibi örnekleri İtalya, Finlandiya, Brezilya ve Batı bizaryada görmek mümkündür. Ülkemizde henüz kooperatif kredi veren ve bir kooperatif bankası niteliğİnde kuruluş bulunmamaktadır.

Kooperatif bankası kuruluşu söz konusu olduğı zaman konunun ülkenin ekonomik durumu ile yakından ilgili olduğı ortaya çıkar, özellikle sıkı para politikası uygulayan, bunun sonucu olarak kredi taleplerinin fazla olduğı dolayısıyla kredilere fazla faiz uygulandığı ülkelerde bir kooperatif bankasının kuruluşunda güçlükler meydana gelmektedir. Aslında kooperatif bankası kooperatiflerin sanayiye dönük büyük projelerini finanse edecek bir yatırımlar bankası niteliğİ taşıması gerekir.

Kooperatif Bankasının Yönetimi

Bir kooperatif bankasının kurulmasında yönetimin nasıl olacağı önemli bir konudur.

Devletin her yıl sermaye katkısında bulunduğu kooperatif bankasının yönetimi devletin mi yoksa kooperatiflerin mi elinde bulunmalıdır?

Devletin kuruluşunu katkıda bulunduğu kooperatif bankasının yönetiminde kooperatiflerinde temsilci bulundurması gereklidir. Özellikle ülkemizde kooperatif bankasının yönetiminde devletin söz sahibi olması başlangıç durumunda yararlıdır.

Kaynak Sağlama:

Bu kooperatif bankasının bankalar arasında mevduat toplama yarışına girmesi, diğer taraftan sermayesini genellikle uzun vâdeli kredilerde kullanma pratikte güçlükler meydana getirecektir. Bu bakımdan kooperatif bankalarına devletin kaynak sağlaması ortaya çıkmaktadır.

Denetim

Kooperatifler amaçlarını gerçekleştirebilmeleri için faaliyet gösterdikleri konularda başarı sağlamaları gerekir. Bu başarıyı kanun, ana sözleşme, yönetmelik hükümleri ve bunlara bağlı olarak genel kurul ve yönetim kurulu kararları çerçevesinde çalışıp iş görmeleriyle ulaşırlar, Kooperatifin başarısında, yöneticilerin mevcut mevzuatlara uyması yanında bizzat ortakların kendileri, kooperatifin ve üst kuruluşun, denetim organları ile ilgili kuruluşlarının payı büyüktür.

Kooperatif ortakları genel kurul sonunda kanatlerini reyleri ile belirleyerek denetimlerini yapmış olurlar. Genel kurul toplantılarında seçilen denetleyiciler içinde yönetim kurulu toplantılarını izlemeleri, kayıtların zamanında ve doğru olarak işlenmelerini takip ve kontrolleri gereksiz problemlerinin ortaya çıkmasını önler.

İlgili kuruluşların yapacakları denetimler ise öğretici eksiklikleri giderici ve hatâları önleyici yapıda olmalıdır. Kooperatiflere yapılacak devlet katkılarının kooperatife zamanında ulaşabilmesi için kooperatifin hesap ve işlemlerinin ve yönetiminin mevzuata uygun biçimde yürümesinin tesbiti gereklidir. Bunun için kooperatifin kamu denetimine açık ve hazır olması lâzımdır.

Kooperatiflerin denetlendirdikleri konuları ilk olarak iki ana başlık altında inceleyebiliriz. Bunlar,

1. İdârî Denetim
2. Mâlî Denetimdir.

I- İdârî Denetim :

Kooperatif yönetim faaliyetlerinin hangi düzeyde bulunduğu, yönetimin mevzuata uygun ve amaçları gerçekleştirecek nitelikte başarılı olup olmadığının araştırılması ve tesbit edilen yönetim hatalarının giderilmesi için alınacak tedbirlerin belirtilmesi amacıyla yapılan denetime idârî denetim denilmektedir.

İdârî denetim için kooperatiflerin amaçlarını gerçekleştirmesini sağlayacak şekilde faaliyetlerin tesbiti ve tamamının yapılıp yapılmadığını, faaliyetlerin gerektiği şekilde yürütülmesine imkan verecek teşkilâtın kurulup kurulmadığını araştırmak gereklidir. Diğer taraftan

kanunlar, karanameler, tüzükler ve yönetmelikler: Kooperatifin makro ve mikro plânlarının yapılabilmesi ve gerektiği şekilde uygulanabilmesi için ne derece yeterlidir. Kooperatif bu açıdan da denetlenmeli ve mevzuatta eksik-kalan veya uygulama sonucu değiştirilmesi icabeden hususlar varsa; bunların gerçekleştirilmesi için gerekli tedbir ve tavsiyeler tesbit edilmeli ve yöneticiler bu konuda ikaz edilmelidir.

İyi bir organizasyon için bilimlerin herbirinin amaçlarını gerçekleştirmeleri için belirlenen görevlerini yapabilecek nitelikte olması, birimler arasında görev ve yetki karşılıklığının bulunmamasına ve organizasyonunun ekonomik olmasına dikkat edilmelidir. Bu şartların varlığının tesbiti için yapılacak denetimde özellikle şu konular üzerinde durulmalıdır.

- Organizasyonda birimlerin sayısı yeterli midir?
- Amaçların tamamını gerçekleştirmek için, birimler, görevleri karşılayacak niteliktedir mi?
- Birimler en yüksek randımanı verecek şekilde organize edilmiş midir?
- Birimlerin görev, yetki ve sorumluluklarının açık ve dengeli bir tarzda tesbiti birimler oranındaki doğrudan ve dolaylı ilişkilerin açıklıkla belirtilmesi, birimler arasındaki koordinasyonun sağlanması mümkün olmuş mudur?

Diğer taraftan kooperatifin karar organı olan ve politikasını tesbit eden yönetim kurulu üzerinde de durmalıdır. Yönetim kurulunun teşekkül tarzı, işbirliği anlayışı, üyelerin kooperatifçilik konusunda bilgi ve yetenekleri ile görev anlayışları alınan kararların isabet derecesi ve dolayısıyla kooperatifin başarısı açısından son derece önem taşımaktadır.

İdârî denetimin en önemli konusu amaçların gerçekleşmesi için yapılması gereken işleri yürüten personelin durumudur. İdârî denetimin sonuçları bakımından personelin geleceğe güven duygusunu artırıcı, refah durumunu imkanlar ölçüsünde artırıcı, fizik ve masal gücü ile bilgi ve görgülerini geliştirici faaliyetler üzerinde durulmalıdır.

Mâlî Denetim

Mali denetim, kooperatiflerin blanço, Gelir-gider tabloları ile fon akış tablolarının yani mâlî tablolarının analizi yoluyla yapılır. Mâlî tabloların analizi işletmenin mali durumunun, mâlî yönden gelişmesini yeterli olup olmadığını, mâlî tablolarda yer alan kalemler arasındaki ilişkilerin incelenmesinden ibarettir. Kooperatiften fayda bekleyen ortaklar kuruluşun mâlî durumu ve faaliyet sonuçları hakkındaki esaslı bilgileri mâlî tabloların analizi ile alabilmekte ve bunları değerlendirerek kooperatif yöneticileri hakkında kanaata sahip olmaktadır. Mâlî tabloların analizi yoluyla yapılan denetim sonucu elde edilen bilgiler kooperatif yönetimi ile ilgili çeşitli problemlerin çözülmesinde idârecilere yol gösterici olmaktadır. Esasen mâlî tablolar belli geçici dönemler için hazırlanır. Dolayısıyla bir kooperatifin öz varlığı ve nihai gelir gider durumu ancak tasfiye sonucunda anlaşılır. Kooperatifin mâlî tablolar ve mâlî analizleri, kooperatifin yönetiminden sorumlu olanlar, ortaklar, finansman kurumları ve kooperatifle ticari ilişkide bulunan diğer işletmeler için büyük önem taşır.

Mâlî denetimi amaçlarına şu şekilde tasnif yapabiliriz.

- a- Kooperatifin genel ekonomik durumu ile başarı derecesini tesbit ve yönetime bu mak-

KOOPERATİFLERİN DENETİMİ VE FİNANSMAN

satla yön vermek üzere yapılan mâlî denetim.

b- Kooperatifin yatırım durumunu tesbit ve takip edilecek yatırım politikalarının belirlenmesi idareye tavsiyede bulunmak amacıyla yapılan mâlî denetimi

c- Kooperatifin kredi ihtiyaçları ve kaynaklarının durumu ve ortaklarına sağlayabileceği aynı ve nakdi kredi imkân ve miktarını tesbit amacıyla mâlî denetim.

Mâlî denetim kapsamına göre:

- Stok analizi yolu ile yapılan mâlî denetim.
- Dinamik analiz yolu ile yapılan mâlî denetim.

olmak üzere iki bölümde incelenebilir.

Statik analiz yoluyla yapılan denetimde belli bir tarihte düzenlenmiş mâlî tablolarda yer alan kalemler arasındaki ilişkiler incelendiği halde dinamik analiz yoluyla yapılan denetimde birbirini takip eden dönemlerdeki mâlî tablolar ve tablolardaki kademelerin göstermiş olduğu değişikliklerin incelenmesi ile yapılır.

Mali denetim yapan kimsenin kooperatifin idârî bünyesinde veya dışında bulunması bakımından

- a- İşletme içi denetçiler tarafından yapılan mâlî denetim.
- b- İşletme dışı denetçiler tarafından yapılan mâlî denetim.

olarak da tasnif edilebilir.

Mâlî tâblolar analizinde kullanılan metodlar genel olarak dört grupta toplanırlar. Bunlar;

- 1- Karşılaştırmak analiz metodu
- 2- Yüzde metodu ile analiz metodu
- 3- Eğilim yüzdeleri metodu
- 4- Oranlar metodu

1- Karşılaştırmak analiz farkı tarihlerde düzenlenmiş mâlî tablolarda yer alan kalemlerde görülen değişikliklerin incelenmesi ve bu değişikliklerin değerlendirmesi ile yapılır. Dinamik bir analizdir.

2- Yüzde analiz metodunda mâlî tablolardaki her kalem yüzdiirli ifade edilir. Bu yüzde ifadesi her kalemin toplam içindeki yüzde oranıdır. Yüzde analiz metodu ile tekniği aynı endüstri kolunda çeşitli kooperatifler arasındaki karşılaştırma yapılmasına ve her endüstri koluna âit ortalama nisbetlerinin hesaplanmasına imkan vermesi yönünden yararlıdır.

3- Eğilim yüzdeleri metodu, belli tarih ve dönemler arasında mali tablolarda yer alan kalemlerdeki artış veya azalışları ve bu değişikliklerin baz yılına kıyasla nisbî önemlerini açıkça ortaya koyarak dinamik bir analiz yapılmasına meydan örmektedir. Denetçiler mâlî tablolardaki kalemlerin göstermiş oldukları eğilimleri inceleyerek olumlu veya olumsuz gelişmeler hakkında sonuçlara varmaktadır.

4- Oranlı metodunda kooperatiflerin karlılığı ve verimliliğini değerlendirirken mâlî tablolardaki kalemler arasındaki oranlardan yararlanılır. Bu methodda kalemler arasında her kalemin diğer kalemle karşılaştırılması açısından çok sayıda oran çıkarmak mümkündür. Ancak esas olan ve kooperatif yöneticileri bakımından önemli olan, kooperatifin borç ödeme kabiliyeti, mâlî bünyesi, karlılığı, sermayesinin ve iktisâdî varlığının verimli bir şekilde

kullanıp kullanmadığı konularını açıklayacak bir faydası ve mantığı yoktur. Esas amaç oranların hesaplanması değil, bulunan oranların değerlendirilmesi ve yorumlanmasıdır.

Mâlî tabloların analizinde oranlar metodunu kullanırken şu esasları gözden uzak tutmak gereklidir.

- a- Analizde anlamsız oranlar kullanmaktan kaçınmalıdır.
- b- Oranların hatalı bir şekilde yorumlanmasından kaçınmalıdır.
- c- Oranlar değerlendirilirken mevsimlik konjonktür hareketlerinin etkileri dikkate alınmalıdır.
- d- Oranlar yorumlanırken fiyatlardaki değişiklikler dikkate alınmalıdır.
- e- Oranlar değişik kaynaklardan elde edilen bilgilerin ışığı altında yorumlanmalıdır.
- f- Bir kooperatifin oranlarını değerlendirirken aynı endüstri kolundaki benzer kooperatiflerin oranlarından yararlanmak ve o endüstri kolundaki genel eğilimler gösönünde tutulmalıdır.
- g- Kooperatifler arasında mukayeselerde oranların kullanılması halinde kooperatiflerin muhasebe tetbikatlarının ve takip ettikleri politikaların aynı olmasına dikkat edilmelidir.
- h- Oranlar geleceğe âit tahminlerde kullanılabilirler, bir konuda yol gösterici oldukları sürece faydalıdır.

Mâlî Denetimin Başarı Şartları :

Mâlî tabloların analizi yoluyla yapılan denetimin başarılı olabilmesi için şu ön şartların bulunması gerekir.

1- Mâlî tabloların sıhhatli bir şekilde hazırlanmış ve analize esas alınan bilgilerin doğru olması gerekir.

2- Gerek işletme içi gerekse işletme dışı denetimde denetim aracı olarak kullanılacak hesaplarla ilgili olarak yeknesak bir hesap planının geliştirilmesi zorunlu olduğu gibi aynı şekilde muhasebe denetiminin, özellikle işletme içi ve işletmeler arası mukayeselerde, en önemli denetim araçları olan finansal tablolar ile ilgili olarak tip blanço ve tip gelir tablosu modellerinin tanzim edilmesi gerekir.

3- Mâlî tablolardaki terimler tam açıklığa kavuşturulmamış olması düzenlenen blanço ve gelir tablolarının bir şekil birliğinden yoksun olması, muhasebe verilerinin işletme analizlerinde kullanılabilmelerinde önemli bir engeldir.

4- Mâlî tabloların sıhhatli bir şekilde yorumu için denetçilerin teori ve tatbikatını iyi bilmesi gerekir.

5- Analize tâbi tutulan kooperatifin özellikleri ve âit olduğu endüstri kolunun iyi bilmesi gerekir.

6- İnceleme dönemindeki genel ekonomik şartları ve eğilimleri tesbit edilmelidir.

7- İncelenen kooperatifin üretim, fiyat, finansman, kar dağıtım vb. muhasebe usullerinin denetçiler tarafından bilinmesi gerekir.

8- Denetçiler iyi bir muhakeme, yaratma ve sezîş kabiliyetine sahip olmalıdır.

9- Analiz kooperatifin birkaç oran ve yüzdesine bakarak o kooperatifin durumu ve faaliyet sonucu hakkında kesin sonuçlara varılmalıdır.

TARIM ÜRÜNLERİNİN PAZARLANMASINDA

KOOPERATİFÇİLİK

Doç. Dr. Rauf ARIKAN*

1. Tarımsal Üretim, Kooperatifçilik ve Pazarlama

Bu yazıda kooperatifçilik ile pazarlama arasındaki ilgi tarım ürünleri açısından ele alınacaktır.

Tarım ürünleri, ülkemizde irili ufaklı 3.6 milyon sayıdaki tarım işletmesi dediğimiz ünite-

* A.Ü. Ziraat Fakültesi Zirai Ekonomi Bölümü
(XI. Türk Kooperatifçilik Haftası'nda Adapazarı'nda verilen Konferans)

lerde üretilmektedir. Tarım işletmelerinde üretilen ürünler pazarlama açısından aşağıda sıralanan kısıtlara göre gruplandırılabilir.

- 1- Bitkisel ürünler
- 2- Hayvansal ürünler
- 3- Olduğu gibi tüketilen gıda maddeleri; et, yumurta, taze meyve ve sebze gibi.
- 4- İşlendikten sonra tüketilebilen sanayi hammaddeleri; buğday, yapağı, pamuk, tütün, şeker pancarı, çiğ süt v.b. gibi.
- 5- Muhafazası, depolanması ve taşınması nisbeten kolay olan ürünler; buğday, baklagiller, antep fıstığı pamuk, süt tozu gibi.
- 6- Muhafaza, depolama ve taşınması güç veya masraflı olan ürünler; taze sebze ve meyveler ile tüm hayvansal ürünler
- 7- Talep açısından fiyat ve gelir esneklikleri yüksek olan lüks denilebilecek tarım ürünleri; bazı heçmetli peynirler, etler ve sanayi hammaddeleri gibi
- 8- Yine talep açısından fiyat ve gelir esneklikleri düşük olan zorunlu gıda maddeleri veya harcı derin ürünler; tahıl ve tahıl ürünleri, patates, soğan, çiğ süt, yağsız peynir, bir kısım bakliyat v.b. gibi.
- 9- Üretimi veya tüketimi yıl içerisinde dalgalanma gösteren ürünler; daha çok yazın üretilen ve tüketilen meyve ve sebzeler, kışın üretimi azaldığı halde tüketimi artan içme sütü, yazın çok tüketilen yoğurt ve ayran bu gruba dahildir.
- 10- Daha çok dış piyasaya yönelik olan tarım ürünleri; pamuk tütün, fındık, kuru üzüm gibi geleneksel ihraç ürünlerimiz ile gül çiçeği, haşhaş kellesi gibi ürünler.
- 11- Daha çok iç piyasada tüketilen tarım ürünleri; tahıl ve tahıl ürünleri, şeker pancarı, süt ve süt ürünleri gibi,
- 12- Taban fiyatları uygulanması ve Devletçe satın alma gibi yoğun Devlet desteğine konu olan ürünler (şeker pancarı, tütün, haşhaş, ayçiçeği, soya gibi) ile dikkate değer Devlet desteği görmeyen baklagiller, hayvansal ürünler, balıkçılık ürünleri.
- 13- Daha çok ithalata dayalı tarım ürünleri; pirinç, kahve gibi.

Tarım ürünü olmadığı için yukarıdaki grupların dışında kalan üretim girdileri dediğimiz bir mal grubu daha vardır ki bu da tarım sektörünün şekillenmesinde önemli bir yere sahiptir. Kimyasal gübreler, ilaçlar, makina ve ekipmanlar tarımsal üretimde "faktör piyasasını" oluş-

TARIM ÜRÜNLERİNİN PAZARLANMASINDA KOOPERATİFÇİLİK

turmaktadır ve her bakımdan tarım işletmesini etkileyerek onları yönlendirmektedir.

Yukarıdaki gibi gruplandırılabilen tarım ürünleri; insanların beslenmesi, millî sanayi ve hammadde, ihracat yoluyla döviz sağlama, milyonlarca kişiye işyeri ve hayat tarzı temin etmek gibi görevleri yerine getirmektedir. Tarımsal üretim ve tarım ürünleri sanayi ürünlerden farklı olduğu için, tarım ürünleri pazarlaması sanayideki üretim ve pazarlama faaliyetlerden farklıdır ve daha çok güçlüklerle (risk ve belirsizliklerle) karşı karşıyadır. Çünkü:

- Tarımda azalan verimler câri olduğu için sürekli verim artışı ve "mass production" denilen kitle üretimi sınırlıdır.
- Tarımda üretim, toprak ve iklim şartlarına büyük oranda bağımlıdır.
- Gerek bitkisel, gerekse hayvansal ürünler, organik canlı maddeler olduğu için çabuk bozulurlar, uzun sene depolanmaya veya taşımaya elverişli değildirler.
- Genelde tarımsal ürünler arzının ve talebinin gayri esnek oluşundan kaynaklanan King Kanunu sebebiyle, bol ürün yıllarında vuku bulan aşırı fiyat düşüşleri üreticinin gelirini çok azaltır. Buna karşılık, kıt ürün yıllarında da fiyat artışlarından piyasanın ve talebin özelliğinden dolayı gerektiği şekilde yararlanamaz*.
- Tarımsal üretim, sermaye yetersizliği çeken küçük kapasiteli çok sayıdaki işletmede yapıldığı ve bunlarda şirket, kooperatif veya board gibi herhangi bir teşkilat içerisinde organize olmadıklarından gerek ürün arzını, gerekse piyasayı kontrol edememekte, bu konularda etkin olamamaktadırlar.
- Gerek üretim faktörleri piyasasında, gerekse ürün piyasasında çiftçilerin pazarlık güçleri yoktur. Çünkü üretim girdileri tekel benzeri piyasalardan sağlanırken, kendi ürünlerini hasattan hemen sonra düşük fiyatlarla yarışmalı pazarlarda satmaktadırlar.

* King Kanununu ortaya koyan Gregory KING, Malthos gibi İngiliz iktisatçısıdır ve 1948-1712 döneminde yaşadığı için ona göre daha öncü durumdadır. Bu gün sebze ve meyve bolluğunun yarattığı durumu o zaman KING gözlemiştir. KING kanunu olarak bilinen durum kısaca şöyledir: Talep elastikiyeti sınırlı olan tarım ürünleri üretimin de küçük miktardaki azalma, bu ürünlerin fiyatlarını yüksek oranlara artırmaktadır ki Türkiye bu durumu 1984 döneminde yaşamıştı. Kendi zamanında King, buğday üretiminde % 10 bir azalmanın, buğday fiyatını % 30 artırdığını belirlenmiştir. Malthos'un nüfus teorisinde olduğu gibi King kanununa göre de, tarımsal üretim sistem aritmetik bir dizi halinde azalışı, ürün fiyatları ters yönde ve geometrik bir dizi takibetmek üzere hızla düşmektedir. Ya da üretim aritmetik artarsa, fiyatlar geometrik olarak daha hızla düşecektir. Toplam 1985 Türkiye'sinde üretici bölgelerde olduğu gibi, bunun sonunda tarımsal üretim artışı çiftçi gelirlerinin hızla düşmesiyle sonuçlanmaktadır.

Ürünler çiftçinin elinden çıktıktan sonra piyasa şartları değişmekte ve ticaret erbabının beklediği gibi fiyatlar hızla yükselmektedir.

- Bütün bu özelliklerin sonucu olarak tarım sektöründeki ortalama gelir seviyesi diğer sektörlerle göre $\frac{1}{3}$ oranında düşük bulunmaktadır.

Müteakip bölümlerde pazarlamanın konusu ve yerine getireceği hizmetler ayrıntılı şekilde ortaya konulacaktır. Ancak tarım ürünlerinin ve tarımsal üretimin özelliklerini yukarıda olduğu gibi geniş şekilde ele almamızın bir sebebi de "pazarlama" olayının üç temel unsurdan oluşmasıdır:

1. Mal (ürün bilgisi :Pazarlama konusu olacak ürünlerin bütün yönleriyle iyice bilinmesi.
 2. Müşteri (tüketici) bilgisi: Gıda maddesini, hammaddeyi veya yarı mamül ara maddeyi satın alacak olan kişi, aile, kuruluş veya firmaların iyi tanınması, onların gerçek ihtiyaçlarının neler olduğunun bilinmesi, satın alma olayını etkileyen faktörlerin analiz edilerek ortaya konulması, birbirine rakip olan veya birlikte kullanılan ürünler arasındaki ilişkilerin anlaşılması gereği modern pazarlamada tüketici "müşteri" konusunu sistemin odak noktası haline getirmektedir. Çok pahalı lüks gıda maddelerinin sadece zengin müşterilere satılabileceği, Türkiye'de yaz aylarında yoğurt ve ayran tüketiminin artarak içme sütü tüketiminin azalması, margarin ile tereyağının, yün ile sentetik elyafın tüketim açısından birbirlerine rakip olması gibi.
 3. Piyasa bilgisi: Ürünlerin alınıp satıldığı, el değiştirdiği pazarın tam rekabet, eksik rekabet veya monopol benzeri olması veya bu pazarda rol oynayan güçlerin durumu fiyatların oluşumu ve değişmesi konusunda fikir verecektir. Türkiye'de şeker pancarının veya haşhaş kellesinin kamu kuruluşlarına satılabilmesi, pamukta hem kamu hem de özel sektör alımlarının etkili olması; bakliyat, sebze ve meyveler ile hayvansal ürünlerin yarışmalı pazar şartlarındaki işlem görmesi çeşitli piyasalar hakkında tipik örnekleri teşkil etmektedir.
- O halde pazarlama çok yönlü bir konudur ve özellikle tarım ürünleri pazarlaması üretim alanında çok sayıda küçük işletmeleri, tüketim açısından da geniş halkı kitlelerini ilgilendirdiğinden daha da karmaşık bir olaydır. Çeşitli mallarda ve farklı kademelerde üreticiler ve tüketiciler arasındaki ilişkilerin, teknik ve ekonomik yönden incelenmesi pazarlamanın konusunu oluşturmaktadır. Pazarlama her ne kadar, üretimden sonra başlar sanılmakta ise de, pazarlama üretime de yön verici özelliktedir. Ekonomide faydayı artıran her faaliyet üretim sayıldığından, pazarlama da bir üretim faaliyetidir. İşletmecilik açısından ise pazarlama ve üretim farklı şekilde değerlendirilmektedir. Maddelerin fiziksel ve kimyasal özelliklerini, ya da her ikisini birden değiştirerek fayda yaratan her olay işletmecilikte üretim sayılır.

TARIM ÜRÜNLERİNİN PAZARLANMASINDA KOOPERATİFÇİLİK

Pazarlamayı üretimden ayırmak aslında güç bir iştir. Çünkü pazarlamanın her kademesinde değişik kaynaklar farklı şekilde kombine edilmekte ve yeni faydalar ortaya çıkarılmaktadır. Bu da üretimin kendisidir. Belirli bir ayırım, marketingden beklenen amacı dikkate aldığımızda yapabiliriz*.

Marketingin amacı, üretilen mallarla talep edilen mallar arasındaki etkin kombinasyonu sağlamaktır. O halde mübadele ekonomisinde marketing, üretici ile tüketici arasındaki KÖPRÜ'dür. Üretimden tüketime doğru olan ekonomik faaliyetin muhtelif kademelerini koordine etmekle ilgili ekonomik ve davranışsal aktiviteler yığınıdır. O halde amaç bakımından üretim ile pazarlamayı ayırmakta yarar vardır. Bu ayırımın yapılması, pazarlama etkinliğinin kontrolü için gerekli bulunmaktadır.

İktisatçılara göre üretim faaliyetlerinden sayılan pazarlama, ürünlerin üreticiden sonra tüketiciye ulaşmasına kadar yapılan işlemleri inceler. Bu işlemler sayesinde malların yer, zaman, şekil ve mülkiyet faydalıkları artmaktadır. Malların el değiştirdiği ve birçok işlemlere uğradığı yörelere pazarlama kanalları adı verilir. Çeşitli pazarlama kanallarında yapılan işlemler, çeşitli masraflara yol açarlar. Bu masraflara katlanan pazarlamacılar, karşılığında bir gelir ve kâr beklerler. Söz konusu olan sektörün dengeli olarak gelişmesi için, pazarlama sisteminin rasyonel işlenmesi gerekmektedir. Daha çok kaynak kullanarak üretim ve arz yükseltilebilir. Fakat bu arz, iyi bir pazarlama düzeni sayesinde yeter taleple karşılaşmazsa istenen amaca erişilemeyecektir. Genel olarak amaç, faydanın en üst düzeye çıkarılması, yani refahın yükselmesidir. Bu genel amaç çerçevesinde, pazarlamanın temel amaçlarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür:

1. Tüketicilerin istedikleri mal ve hizmetleri vermek, yani tüketici ihtiyaçlarını karşılamak.

2. Mal ve hizmetleri, tüketicilerin istedikleri yerlerde arz etmek. Bunun için taşımacılık görevini yüklenerek, malların yer faydalılığını artırmak gerekmektedir. Üretim bölgelerinden tüketim bölgelerine yapılan taşımacılık veya malların ucuz olduğu bölgelerden pahalı olduğu yerlere yapılan taşımacılık, yer faydalılığını artırmaktadır.

3. Mal ve hizmetleri istenilen zamanda arz etmek de pazarlamanın temel amaçları arasındadır. Dayanıklı mallar, bol ve ucuz olduğu dönemlerde satın alınarak, kıtlığın duyulduğu ileriki dönemlerde arz etmek, ya da dayanıksız malları bazı işlemlerden geçirerek dayanıklı ve depolanabilir hale getirdikten sonra, malın bulunmadığı veya üretilmediği mevsimlerde piyasaya sunmak, malların zaman faydasını artırmak demektir.

4. Malların tüketicilerin arzu ettikleri kalitede ve şekilde arz etmek, dereceleme, standar-

* İngilizceden dilimize geçmiş olan marketing kelimesi pazarlama kelimesinin karşılığıdır.

dizasyon ve ambalajlama fonksiyonlarını kapsar ve pazarlamanın temel amaçları arasında şekil faydalılığını artırmak olarak yer alır. Değişik kalitedeki mallara farklı fiyatlar uygulanacağı için, satışlar da bu sayede artırılabilir.

5. Satın alma gücü farklı olan değişik tüketici gruplarına uygun fiyatlarla mal ve hizmet arz etmek de pazarlamanın amaçları arasında bulunmaktadır. Bunu yukarıdaki 4. madde anılan amaçla beraber incelemek mümkündür.

O halde pazarlamada tüketiciler önemli bir yere sahiptir. Tüketici isteklerinin ve davranışlarının pazarlamacılar tarafından iyice izlenmesi ve bu isteklerin üreticilere ulaştırılması icabetmektedir. Bu bakımdan pazarlama, iki yönlü çalışmayı zorunlu kılar. Bunlardan birincisi, mevcut olan malların tüketilmesi için talepleri değerlendirmek; ikincisi de üretimi, muhtemel müşterilerin isteklerine uygun hale getirmek ve ayarlamaktır. Buna göre arzın bünyesini yansıtan üreticiler, talebi yansıtan tüketiciler ve nihayet pazarlamada yer alan araçlar hep birlikte pazarlama sistemindeki değişkenleri oluşturmaktadırlar. Bu sistem içerisinde gelirler ve masraflar makul şekilde bölüştürülürse, karşılıklı bilgi ve haber akışı düzenli olursa, mal ve hizmet akışı düzenli olacak ve pazarlama sistemi rasyonel şekilde çalışacaktır. Amaç ekonomik gelişme olduğu için, pazarlama sisteminin rasyonelleşmesi ekonomik gelişmeyi de olumlu yönde etkileyecektir.

Yukarıda söylenen tanımlara ilâve olarak çeşitli amaçlara göre pazarlamanın değişik tanımları yapılmaktadır.

- Pazarlama, sürüm ve satışı artırma gayretlerini ifade etmektedir.
- Pazarlama, arz ve talebi bir araya getiren bir işletme fonksiyonudur.
- Pazarlama, mal ve hizmet akımını yaratan ve bunun devamını sağlayan bir dağıtım fonksiyonudur.

Pazarlama hizmetleri sayesinde yeni faydalar ortaya çıkartılır, malların tedârîki, işlenmesi, depolanması ve dağıtımı gibi işler düzenli şekilde daha az masrafla yapıldığı durumda toplumun refahı artar, dolayısıyla ekonomik gelişmeye yardımcı olunur. Pazarlama konusunda halk arasında da değişik görüşler vardır. Çoğu kez, satış ve marketing kelimeleri birbiriyle karıştırılır. Gerçekte, satış işin bir yanındır ve marketingin temel amaçlarından birinin fiziksel olarak yerine getirilmesi demektir. Pazarlama ise daha geniş bir işletmecilik kavramıdır, ancak her ikisinin birlikte yürütülmesi gereği aşîkârdır.

İngiliz Marketing Enstitüsü şöyle bir tanım ortaya koymuştur:¹

Pazarlama öyle bir işletmecilik fonksiyonudur ki, belirli bir ürün veya hizmet için müşterinin satın alma gücünü değerlendirmek, efektif talebe dönüştürmek ve firmanın ortaya koy-

1 Anonymous: Marketing, Intertext Training Services, London, 1968, s. 1.

TARIM ÜRÜNLERİNİN PAZARLANMASINDA KOOPERATİFÇİLİK

duğu kâr amacına veya diğer amaçlara ulaşacak şekilde ürün veya hizmeti nihai kullanıcıya ulaştırmak şeklindeki faaliyetleri organize eder ve yönetir.

Pazarlama üretim veya imalat noktasından itibaren başlar ve dışa doğru genişler. Pazarlamanın içerdiği konular çok çeşitlidir. Başlıcalarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.

- a. Pazarın değerlendirilmesini yapmak, satış potansiyelini tahmin etmek
- b. Pazarlama politikasını belirlemek.
- c. Hem iç hem de dış organizasyonu plânlayarak ve işleterek işletmenin amaçlarını gerçekleştirmek.
- d. Satışları artırıcı faaliyetlerde bulunmak.
- e. Pazarlama işlemlerinin mâliyet ve bütçe hesaplarını yapmak.
- f. İşletme içi bilgileri kullanarak ve pazar özelliklerini dikkate alarak sonuçları değerlendirmek.

Pazarlama Hizmetleri ve Pazarlama Fonksiyonları:

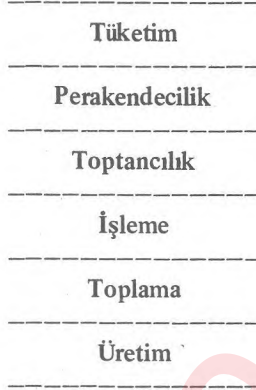
Pazarlama anlayışı gerek uygulamada gerekse teoride hızlı bir değişme göstermiştir. Bu bakımdan eski ve yeni pazarlama anlayışından söz etmek mümkündür. Bu iki anlayış arasında pazarlamanın hedefi, uygulama yöntemleri ve sonuçları bakımından farklılık vardır.¹ Eski den pazarlama konuları, "çiftlik kapısı"ndan itibaren ele alınır, böylece üretim noktasından sonra mal ve hizmetlerin akışı ile ilgili tüm ekonomik faaliyetlerin incelenmesi söz konusuydu. Diğer bir değişle, fiziksel üretimin bittiği yerde marketing başlar denilmekteydi. Olayların, üretimden sonra tüketime doğru tek yönlü hareket ettiği ve oluştuğu üzerinde durulmaktaydı. Bu bakımdan üretim ve tüketim arasındaki fonksiyonlar silsesi önem taşımaktaydı.

Her dönemde, dönemin özelliğine veya ağırlık taşıyan konulara göre pazarlama kavramı değişmiş ve gelişmiştir. 1950 lerde "Marketing mübâdeledir" denilmekteydi. Daha sonra Philips, marketingi "bilgi toplama ve haberleşme" ile sınırlamayı ileri sürmüştür.²

Üretim ve tüketim arasında klasik olarak toplama, işleme, toptancılık ve perakendecilik gibi faaliyet kademeleri bir silsile halinde yer almaktadır. Ancak, aşağıdaki gibi sıralanabilen bu kademeler,

1 Ç. Uraz, Temel Pazarlama Bilgileri AİTİA Yayını No: 18, Ankara 1978. s. 4.

2. W. Purcell, Agricultural Marketing: Systems, Coordination, Cash and Future Prices, Reston Publishing Co. Inc., (USA), 1979, s. 4 vd.



her üründe farklı olabileceği gibi, yer ve zamana göre de değişebilir. Ekonomik gerekçeler, teşvikler, politik kararlar dolayısıyla zamanla bu şekildeki sistem değişebilir. Eski pazarlama anlayışında hedef mallar ve mallarla ilgili bilgiler olduğu halde, yeni pazarlama anlayışında hedef tüketiciler ve tüketicilerin izlenmesidir.

Eski pazarlama anlayışında sonuç, satışları artırmak ve kâr etmek olduğu halde, yeni anlayışta tüketiciyi tatmin ederek kâr etmektir.

Bu tarihi gelişim içerisinde, pazarlama problemleri araştırmasında ve analizinde bazı kademeler gözlenmektedir. Buna göre pazarlama konularına yaklaşım şekillerini 5 kademe içerisinde görüyoruz :

1. **Ürün Yaklaşımı:** Ürünler münferit olarak ele alınır. Olaylar ve ortaya çıkan durumlar kritik edilir. Daha iyi sonuç alınması için yol gösterici alternatif durumlar sunulur. Bu yön-temin iyi tarafı, kolay anlaşılması ve takip edilmesinin basit olmasıdır. Ancak, pazarlamada önemli olan kişisel ve davranışsal boyutlardan yoksundur ve kademeler arası ilişki ele alınmaktadır.

2. **Kurum Yaklaşımı:** Pazarlamada kurumlar çok önemlidir ve pazarlama kurumlar arası ilişkilere dayanmaktadır. Kurumlar davranışsal karar prosesinin esasını teşkil etmektedir. Kurumlarda kademeler arası hareketler ve karşılıklı etkileşimler gözden uzak tutulmamalıdır.

3. **Fonksiyonel Yaklaşım:** Şekil, zaman ve yer faydalılıklarının üretimi için, pazarlama fonksiyonları zarûridir. Amaca göre uzmanlaşmayı ön gördüğü için yukarıdakilere göre daha çağdaş bir yaklaşımdır. Toplama, işleme, taşımacılık ve perakendecilik gibi çeşitli fonksiyonlar da kazanılarak daha etkin çalışmak mümkün olacaktır.

TARIM ÜRÜNLERİNİN PAZARLANMASINDA KOOPERATİFÇİLİK

4. Sistem Yaklaşımı: Burada fiziksel ve ekonomik prosesler bir bütün halinde ele alınmakta, üretim ile talebin koordinasyonu sağlanmaktadır. Bunun için matematik modellerin kurulması, test edilmesi ve uygulanması gerekebilir. Sistem yaklaşımı için şu durumların var olması gerekir:

- Ekonomik faaliyetin kesiksiz yürümekte olması, Marketing sisteminde mal ve bilgi akışı da devamlıdır ve çift yönlüdür.
- Çeşitli ekonomik faaliyetleri yürütmek ve denetlemek için kontrol merkezleri vardır. Bu iş sistemin her kademesinde yapılır.
- Kontrol mekanizması çeşitli faaliyetleri sisteme entegre etmelidir.

Böylece iç ve dış ilişkiler ve etkileşimler bir bütünlük içerisinde total sistem bünyesine dahil edilmektedir.

Amaç aynı olmakla beraber, pazarlamanın fonksiyonları da çeşitli yazarlar tarafından değişik şekilde sınıflandırılmaktadır. Burada yalnızca iki değişik çerçeveye ele alınacaktır.

Güneş, tarımsal pazarlama kavramı çerçevesinde toplama, işleme ve dağıtım hizmetlerini pazarlamanın ana fonksiyonları olarak ele almakta ve yardımcı hizmetleri de aşağıdaki gibi sıralamaktadır:¹

Pazarlamanın Ana Fonksiyonları:

1. Toplama
2. İşleme
3. Dağıtım

Pazarlamanın yardımcı fonksiyonları:

1. Dereceleme,
2. Paketleme ve ambalajlama,
3. Taşıma,
4. Depolama,
5. Zarar (Risk) tehlikesinin göze alınması,
6. Fiyatın kararlaştırılması,
7. Pazarlamanın mâlî işlemlerinin yapılması,

1. T. Güneş, Genel Tarımsal Pazarlama, A.Ü. Ziraat Fakültesi Yayınları, No: 211, Ankara 1968, s. 124 v.d.

8. Muhasebe işlerinin yapılması,
9. Satış,
10. Talep yaratma.

Converse ve arkadaşları ise mülkiyet değiştirme, taşıma ve yönetim şeklinde üçe ayırdıkları ana pazarlama fonksiyonlarını aşağıdaki şekilde açıklamaktadır:¹

Pazarlama fonksiyonları:

1. Mülkiyetin el değiştirmesi, satın alma ve satış hizmetleri :

1. İhtiyaçların belirlenmesi,
2. Talep yaratma ve talebi harekete geçirme,
3. Alıcı ve satıcı bulma,
4. Fiyat ve satış şartları üzerinde pazarlık ve anlaşma,
5. Salık verme,
6. Standartlaştırma,
7. Mülkiyetin devredilmesi,
8. Risk taşıma,

II. Malların taşınması :

1. Taşıma,
2. Depolama,
3. Paketleme,
4. Bölme,
5. Sınıflama,
6. Siparişleri toplama.

III. Pazarlama Yöntemi :

1. Politikaların hazırlanması,
2. Örgütün kurulması,
3. Araç ve gereçlerin temini,
4. Yönetim ve denetleme,
5. Finansman,
6. Risk taşıma,
7. Bilgi toplama ve araştırma.

1. Converse, Huegy, Mitchell, Elements of Marketing, Prentice-Hall, 1958, s. 140.

TARIM ÜRÜNLERİNİN PAZARLANMASINDA KOOPERATİFÇİLİK

Pazar olayları çok karmaşık ve önceden tahmini güç olduğu için pazarlama çeşitli yönleri olan bir bilim ve işletmecilik fonksiyonudur. Pazarlama ile uğraşan firma ve kişiler, hangi pazarlama fonksiyonunu yerine getirdiklerini bakılmaksızın, çok sayıda faktörlerin etkisi altında bulunduklarını kolayca farkedebileceklerdir. Söz konusu etkenleri iki grup altında incelemek mümkündür. Birinci grupta yer alan ve pazarlama işletmesinin kontrol edemediği çevresel faktörler şunlardır:

1. Ekonomik ve davranışlar bakımından pazarın yapısı.
2. Politik ve hukuki açıdan pazarın yapısı.
3. Sosyal açıdan pazarın özellikleri.
4. Rekabet şartları bakımından pazarın yapısı.
5. Pazarı etkileyen teknolojik durum ve faktörler.
6. Pazardaki mallarla ilgili taşıma ve dağıtım sisteminin yapısı.

İkinci grupta ise işletmenin kendi isteği ve imkânları ile değiştirilebileceği faktörler yer almaktadır. Bu faktörleri değiştirebilmek de tüketici davranışları ile sınırlandırılmıştır:

1. Pazarlama işletmesinin kuruluş yeri,
2. Üretimin yapısı,
3. Finansman imkânları,
4. Personel durumu,
5. Araştırma ve inceleme olanakları,
6. Firma konusunda yaratılan itibar ve imaj, pazarlamacı tarafından önemli derecede değişikliğe uğratılabilecek etkenlerdir. Bu etkenlere göre mamül çeşitleri, dağıtım şekli, fiyat seviyesi ve satış artırıcı işlemler belirlenebilecektir.

2. Kooperatifçiliğin tanımı ve Amacı

Tarım sektörünün ve tarımsal üretimin yukarıda belirtilmiş olan ekonomik yapısı ve meseleleri karşısında kooperatifçilik bir araç ve çare olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çiftçinin ve köylünün karşılaştığı başlıca meseleleri aşağıdaki gibi gruplandırmak mümkündür:

- Üretim ve verim düşüklüğünden kaynaklanan gelir (refah) azlığı,
- Elde edilen ürünü etkin şekilde pazarlama gücü,
- Çeşitli sebeplerle ortaya çıkan gizli ve açık işsizlik,
- Gerekli alt-yapı yatırımlarının tamamlanması,
- Her konuda etkin Devlet desteği.

Bu problemlerin halledilmesinde kooperatifçiliğin ne derece etkin bir görev yapabileceğini görebilmek için, kooperatifçilik hareketini; doğuş şekli, prensipleri ve çeşitleri açısından kısaca incelemekte yarar vardır.

2.1. Kooperatifçilik Hareketinin Doğuşu ve Amacı

Kooperatifçilik hareketinin uzun bir tarihi geçmişi vardır. Kooperatifçiliğin temelinde karşılıklı yardımlaşma esasına dayanan bir araya gelme ve güç birliği yapma fikri bulunduğu için basitten karmaşığa doğru çeşitli örnekleri zikretmek mümkündür. Eski devirlerdeki toplumlar tarım karakterli olduğu için, kooperatifçiliğin ilk örneklerinin çiftçi ve köylü kesimlerde geliştiğini söylemek mümkündür. Eski Mezopotamya'da sulama amacıyla bir araya gelmeler, Alplerde ortak süthaneler, geçmiş dönemlerde Anadolu köylerinde ortak mülkiyetli üretim ve sosyal tesisler ve nihayet Ahflik teşkilatının çalışma şekli kooperatif hareketin ilk örnekleri olarak gösterilebilir.

Günümüzde, çağdaş kooperatifçiliğin 1844 yılında İngilterede kurulan Rochdale hareketiyle sistemleştiği kabul edilmektedir.

Rochdale kasabasında 28 dokuma işçisinin kurduğu tüketim kooperatifi, ortaya koyduğu prensiplerle modern kooperatifçilikte öncülük etmişlerdir. Aynı yüzyıl içerisinde Almanya'da kredi kooperatifçiliği, Fransa'da ise üretim kooperatifçiliği alanında önemli gelişmeler sağlamışlar ve öncülük etmişlerdir.

Mithat Paşa'nın 1863 yılında kurduğu "Memleket Sandıkları" bizdeki ilk modern kooperatifçilik hareketi olarak bilinmektedir. Bu dönemde tefecilere ödenen çok yüksek faizler sebebiyle borç yükü içerisinde kıvranan çiftçinin durumunu iyileştirmek amacı, memleket sandıklarının bir kredi teşkilatı olarak ortaya çıkmasına yol açmıştır. Her çiftçinin yarım dönüm yerden elde edilen mahsülü sandığa vermesi gelir kaynağını teşkil etmekteydi. İmce yoluyla sağlanan bu gelir yerine, daha sonra çift öküz başına 15 kg. buğday alınması yoluna gidilmiştir.

Çeşitli ihtiyaçları karşılamak amacıyla, muhtelif kanunlar ve düzenlemeler sonucunda bu günkü kooperatifçilik bünyemiz oluşmuştur. Cetvel 1 de halen yurtdışımızda mevcut olan kooperatif verileri, sayıları ve bunların tâbi oldukları kanunlar belirtilmiştir.

Cetvelde yer alan tarım satış, tarım kredi ve tarım-toprak reformu kooperatiflerinin dışında kalan kooperatiflerin tümünün 1163 sayılı kooperatifler kanununa tâbi olduğu görülmektedir.

Ülkemizde 40136 sayıda kooperatifin, 5 milyon kadar ortağının bulunduğu tahmin edil-

TARIM ÜRÜNLERİNİN PAZARLANMASINDA KOOPERATİFÇİLİK

mehtir. Toplam kooperatif sayısının % 32 sinin (13086 kooperatif) ve toplam ortak sayısının % 74 ünün tarım amaçlı olduğu anlaşılmaktadır. O halde Türk kooperatifçiliğinde zirâî karakterin ağırlık taşıdığını ifade edilebilir.

2.2. Kooperatif Çeşitleri

Konumuz açısından kooperatifleri iki büyük grupta ayırmak mümkündür.

a) Kırsal alanda faaliyet gösteren zirai amaçlı kooperatifler; Başlıcaları Tarım Satış, Tarım Kredi, Köy Kalkınma, Pancar İstihsal ve Satış, Toprak-Su v.b. gibi kooperatifler olup, cetvel 3'de ilk 12 kooperatif bu gruba dahil edilmiştir.

b) Diğer kooperatifler ki, bunlar da daha çok şehirlerde yayılmışlardır ve tarım dışı alanlarda faaliyet göstermektedirler. Yapı kooperatifleri, küçük sanat, esnaf ve kefalet kooperatifleri ve diğerleri örnek olarak verilebilir.

Kooperatiflerin diğer bir ayırım şekli de tek ve çok amaçlı olup olmadıklarına göre dir. Her kooperatif genellikle kendi ekonomik amacına ve çalışma alanına göre isimlendirilmekte ise de belirli bir kanunun gösterdiği şekilde sınırlı bir çalışma alanı varsa bunlara tek amaçlı kooperatifler denilmekte, birden çok amaç ve hizmet için çok yönlü olarak çalışıyorlarsa çok amaçlı kooperatif şeklinde adlandırılmaktadır. Sadece satış veya kredi ya da girdi temini, konut sahibi olma gibi belirli amaç güden kooperatifler tek amaçlıdır. Ülkemizde tarım satış, tarım kredi ve yapı kooperatifleri tek amaçlı kooperatiflere örnek olarak verilebilir.

Buna karşılık kredi ve girdi temini, ürün satış ve değerlendirme gibi birçok hizmetleri bir arada gören, Köy Kalkınma Kooperatifleri, Pancar Ekicileri İstihsal Kooperatifleri ya da Orman Köylerini Kalkındırma Kooperatifleri çok amaçlı kooperatif durumundadırlar.

2.3. Kooperatifçilik Prensipleri

Kooperatifçilik ortaklarının ekonomik amaçlarına hizmet eden bir işbirliği şeklidir. Bu işbirliğini şirketlerden veya derneklerden ayıran bazı özellikleri vardır. Sadece kâr peşinde koşturmak, ortakların yararı için eşit şartlar altında sermaye ve hizmet bakımından güçbirliği yapma ve ekonomik amaçlı dayanışma burada vurgulanmak istenen özelliklerdir.

Türk Ticaret Kanununda kooperatiflerin tanımı şöyledir:

"Kooperatif şirket, ortaklarının iktisadî menfaatleri ve husûsiyle meslek ve geçimlerine âit ihtiyaçlarını karşılıklı yardım ve kefalet sayesinde sağlayıp korumak maksadiyle bir ticâ-

DOÇ. DR. RAUF ARIKAN

Cetvel: 1. Türkiye'de Kooperatif Nevileri ve Sayıları

Kooperatif Nevi	Tabi Olduk- ları Kanunlar	Kooperatif Sayısı	Ortak Sayısı	Kooperatif Başına Ortak Sayısı
1. Tarım Satış	2834	861	674026	783
	237 KHK			
2. Tarım Kredi	1581	2286	1350004	591
3. Tütün Tarım Satış	1196	12	4780	398
4. Köy Kalkınma	1163	6350	625376	98
5. Pancar İstihsal ve Sat.	1163	22	741342	33697
6. Orman Köyleri Kalkınma	1163	1749	123235	70
7. Toprak-Su	1163	1195	120584	101
8. Hayv. Ürün. Tedarik ve Paz.	1163	156	17370	111
9. Su Ürünleri	1163	343	26500	77
10. Elektrik Sağlama	1163	3	327	109
11. Çay İstihsal ve Satış	1163	101	64014	634
12. Top. ve Tarım Ref.*	1757	8	119	15
Ara Toplam		13086	3697680	283
13. Yapı Kooperatifleri	1163	19627		
14. Küçük Sanayi Sitesi K.	1163	385		
15. Turizm Geliştirme K.	1163	30		
16. Tüketim Kooperatifleri	1163	4214		
17. Temin ve Tevzi K.	1163	115		
18. Üretim ve Pazarlama K.	1163	71		
19. Tedarik ve Kefalet K.	1163	36		
20. Motorlu Taşıyıcılar K.	1163	1144		
21. Küçük Sanat K.	1163	648		
22. Sigorta Kooperatifleri	1163	1		
23. Yayım Kooperatifleri	1163	3		
24. Esnaf ve Kefalet K.	1163	776	471.558	608
Ara Toplam		27050	1302320	48
GENEL TOPLAM		40136	5000000	125

* 1973'de çıkartılan bu kanunun kooperatiflerle ilgili kısımları 1978 de iptal edilmiştir.

ret ünvanı altında kurulan değişir sermayeli bir şirkettir". Ancak kooperatifler sermaye ve şahıs şirketlerinden birçok yönlerden ayrılmaktadır.

TARIM ÜRÜNLERİNİN PAZARLANMASINDA KOOPERATİFÇİLİK

Kıymetli bilim adamlarımızdan Prof. Z. Fahri Fındıkoğlu da kooperatifi şöyle tanımlamaktadır. "İstihsal, kredi, tüketim ve mesken temini gibi başlıca ekonomik ihtiyaçların tatmini maksadıyla kendi arzu ve iradeleriyle biraraya gelen, bu ihtiyaçları karşılamak için kendi iktisadî gayretleriyle bir iş yeri işletme vücûda getiren insanların birleşme teşebbüsü" dır (Fındıkoğlu, 1967, s. 119).

Bu tanımları daha iyi değerlendirebilmek ve kooperatif faaliyetinin özelliklerini aydınlatabilmek için, geçmişte çeşitli gayretlerin sonucunda geliştirilen ve temelde Rochdale öncülerinden kaynaklanan kooperatifçilik prensiplerini incelemek yararlı olacaktır. 1966 yılında Viyana'da Milletlerarası Kooperatifler Birliği tarafından son şekli verilen bu prensipler altı tanedir;

a. Serbest giriş ilkesi: Kooperatifin faaliyet alanına ve amacına uygun olarak herkes kooperatife üye olabilir veya üyelikten ayrılabilir. Kooperatife girişte veya üyelikten ayrılmada herhangi bir mecbûriyet konulmaz.

b. Demokratik idare ilkesi (her ortağa bir oy hakkı ilkesi): Kooperatif yönetiminde, sermayesi ve ünvanı ne olursa olsun her ortak bir oy sahibidir.

c. Kârın belirli kısmının Risturn olarak dağıtılması ilkesi: Sağlanan kârın bir kısmı, kooperatif ortaklarına, kooperatifle yapmış oldukları alışveriş oranında dağıtılır.

d. Ortak sermayesine sınırlı faiz verilmesi ilkesi: Kârın tümünün faiz giderlerine harcanması için, ortak sermayesine piyasadaki faiz oranlarından daha düşük faiz ödenir.

e. Kooperatifçilik eğitimini geliştirme ilkesi: Kooperatifçilik bir eğitim işi olduğu için, kooperatiflerde eğitime özel bir önem verilmeli ve fon ayrılmalıdır.

f. Kooperatiflerle işbirliği ilkesi: Başka kooperatiflerin deneylerinden yararlanmak amacıyla ülke içindeki ve dışındaki kooperatiflerle her türlü işbirliği yapılmalıdır.

3. Kooperatiflerin Yaptıkları Başlıca İşler (Faaliyet alanları):

1. Âlet-makina, tohumluk, gübre, ilâç gibi üretim vasıtalarının uygun şartlarla ve kaliteli olarak sağlanması (Bizdeki Köy Kalkınma Kooperatifleri gibi).

2. Uygun şartlarla kredi tedâriki, Tarım Kredi Kooperatifleri, Toprak ve Tarım Reformu Kooperatifleri gibi.

3. Üretimin pazar isteklerine göre düzenlenmesi ve plânlanması,

4. Çeşitli ürünleri işleyecek tesislerin kurulması ve işletilmesi. Ülkemizde çeşitli kooperatif birliklerinin (Çukobirlik, Tarış, Fiskobirlik gibi) kurdukları işleme tesisleri böyledir.

5. İşlenmiş ve işlenmemiş ürünlerin muhafazası, depolanması, paketlenmesi ve taşınması gibi pazarlama hizmetlerinin yapılması, et ve Süt Ürünleri, bakliyat, mısır, sebze konusunda çalışan kooperatifler için bu tür pazarlama hizmetleri çok önem taşımaktadır.

6. Ürün alımı için önceden taban fiyatı veya garanti fiyatlar belirleyerek, piyasadaki fiyat istikrarsızlığına karşı üreticilerin korunması.

7. Üretici ve tüketim arasında yer alan pazarlama halkalarını kısaltarak aşırı aracı kârlarının ortadan kaldırılması ve oluşan mâkul kârın ortaklara intikalinin sağlanması.

8. Spekülasyon amacından uzak kalınarak, iç ve dış piyasalarda ürün akışının devamlı kılınması, mal ve hizmetlerin tüketicilere ucuz ve kaliteli şekilde ulaştırılması.

Tedârik kooperatifleri direkt istihsale yönelik olduğu halde, toplama, tasnif, dereceleme, paketlenme, depolama, taşıma, dağıtım ve satış gibi işlemler temel pazarlama görevleridir ve bu hizmetler pazarlama kooperatiflerince kararlı şekilde yürütülmektedir.

Gerek pazarlama kooperatifleri, gerekse çok amaçlı kooperatifler ürün satışlarında veya girdi tedarikinde büyük kapasitelerle çalıştıklarından, alımlarda mümkün olan asgari fiyat, satışlarda ise fiyatı dikte ettirebilecek pazarlık gücüne sahip olmaktadır.

Pazarlama kooperatifleri pazar isteklerine uygun şekilde ürün yetiştirilmesi, işlenmesi ve pazara hazırlanması konularında çiftçilere yardımcı olmaktadır. Kooperatifler bu hizmetleri yaparlarken, ürünün işlenmesi, dağıtım ve satışı gibi tüm pazarlama kademelerinde etkinliklerini ve denetimlerini sürdürmektedirler. Birçok ülkelerde olduğu gibi, Türkiye’de de sütçülük, besicilik, kümes hayvancılığı, arıcılık, sebze ve meyveler, baklagiller ve köy el sanatları gibi faaliyet alanları, yoğun işgücü ve özel itina isteyen küçük âile işletmeciliğine dayandığı için pazarlama kooperatifleri daha çok yaygınlık kazanması, kooperatifçilik hareketinin ruhuna da uygun düşmektedir. Tek olarak yetersiz kalan üreticilerin kendi rızalarıyla bir araya gelerek, güç ve amaç birliği içerisinde etkinlik kazanmaları ancak kooperatifler yoluyla mümkün olabilmektedir. Bu kooperatiflerin çok amaçlı olarak çalışmaları sayesinde pazarlama, satın alma ve bunlara ilişkin hizmetler arasında ürün toplama, depolama ve paketlenme fonksiyonları daha çok yerel kooperatiflerce yapılırken, işleme, büyük kapasiteli depolama ile iç ve dış satışlar, merkezi birlikler tarafından gerçekleştirilmelidir.

TARIM ÜRÜNLERİNİN PAZARLANMASINDA KOOPERATİFÇİLİK

Bir tek kooperatif içerisinde veya bir kooperatif birlik içerisinde bazı işlemlerde ve hizmetlerde ihtisaslaşmaya gidilmesi maliyetleri azaltarak etkinliğin sağlanması mümkün olmaktadır. Plastik, karton veya tahta sandık gibi ambalajların bir tarım işletmesi içerisinde yer alması ekonomik olmamaktadır. Bunlar için ayrı bir ihtisas işletmesinin bulunması gereklidir. Bir manda kooperatifinde tuz üretimi veya teneke simali ekonomik olmayacaktır. Yurtiçi araştırma gezilerinde bunlara ilişkin çok sayıda örneklerle karşılaşmıştır.

İç ve dış piyasa ile ilgili pazar ve fiyat durumlarının kooperatif birliklerle işlenmesi ve pazar bilgilerinin ortaklara ulaştırılması da pazarlama kooperatiflerinin görevleri arasındadır.

Bilindiği gibi küüperatiflerin önem kazandığı ve ilgi duyduğu diğer bir alan da dış ticarettir. Tarımsal ürün ihracatı yüksek olan ülkeler için bu önem daha da artmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) bu konuda ilginç bir örnek teşkil etmektedir. Bu ülkede toplam tarımsal üretimin % 25 kadarı ihracata gitmektedir ve 1982 yılı tarım ürünleri ihracatı 27 milyar Dolar olmuştur. ABD de tarım ürünleri ihracatının % 9 kadarı kooperatiflerce yapılmaktadır. Ancak bu ülkenin ihracatında kooperatiflerle şirketlerin oluşturduğu ortak teşebbüsler önem taşımaktadır. Çünkü tüm ABD de 1981'de 6211 tarım kooperatifi ve 5,6 milyon da kooperatif ortağı bulunmaktadır. Kooperatif mevcudunun 3743'ü pazarlama kooperatifi, 2356'sı tedarik kooperatifi, geriye kalan 112'si de hizmet kooperatifidir. ABD'de kooperatif ortaklığı son yıllarda giderek azalma göstermiştir ve bunun sebebi de; aşırı büyüklükteki şirketlerin ekonomide ağırlık kazanması (yaygınlaşması) ve teknik açıdan etkin işletmeciliğe ve profesyonel yönetime rağbet edilmesi, marketing sisteminin karmaşık hale gelmesi ile tüm ekonomide küçük birimlerin birleşmeye zorlanması şeklinde açıklanmaktadır. ABD örneği bize göstermektedir ki gerek iç, gerekse dış pazarlamada kooperatiflerin başarılı olması için belirli bir ürün grubunda hem pazarlama, hem de işletme-yönetim açısından en üst düzeyde ihtisaslaşma gerekmektedir.

Fransa'da da kooperatifler dış ticarete önemli bir paya sahiptirler. Toplam tarım ürünleri ve gıda maddeleri ihracatının % 25-30'nun kooperatiflerce yapıldığı bildirilmektedir.

Danimarka, Hollanda ve İskandinav ülkelerinde süt ürünlerinin üretiminde ve ihracatında kooperatifler hakim şekilde rol oynamaktadırlar.

Norveç ve Avustralya'da süt üretiminde kotalar kooperatiflerce belirlenmekte ve bu ürünlerin ihracatının yarısından fazlası kooperatiflerce gerçekleştirilmektedir.

Türkiye'nin tarımsal ihracatında özel sektörden sonra tarım kooperatifleri ikinci sırada yer almaktadırlar. 1976-1980 döneminde toplam ihracatımızın % 15,7 sinin kooperatiflerce gerçekleştirildiği tahmin edilmektedir. Aynı dönemde kooperatiflerce ihraç edilen ürün çe-

şidi 26 kadardır Güneş, 1985 s. 16-32). Özellikle pamuk, nârenciye dahil her türlü yaş ve kuru meyve ve sebze ihracatı yaygın şekilde kooperatifler veya kooperatif birlikleri tarafından yapılmaktadır. Bunlar arasında Çukobirlik, Antbirlik, Tarış, Fiskobirlik, Narko, Nenas Güneydoğu Birlik sayılabilir. Yaş sebze ve meyve ihracatımızın yarısı kooperatiflerce gerçekleştirilmektedir.

Dış ticaretimizde önemli yeri olan Tarım Satış Kooperatifleri pamuk, üzüm, incir, fındık, antepfıstığı zeytinyağı, zeytin, yerfıstığı, bakliyat, gül, iplik ve linter ihracatı yapmakta-

Köy Kalkınma Kooperatifleri de kendileri adına veya aracı firmalar kanalıyla taze meyve ve sebzeler, taze üzüm, yumrulu bitkiler, meyve konserveleri, su ürünleri, çiçek soğanı, halı, yonga ve ambalaj sandık tahtası gibi ürünleri ihraç etmektedirler.

İçkobirlik, Gümesko gibi çok amaçlı üretici kooperatifleriyle Menas ve Narko gibi şirket tarzı kooperatifler de çeşitli tarım ürünleri ihraç etmektedirler.

4. Sonuç ve Öneriler

Kırsal kesimde yaşayan tarım üreticilerinin gelirlerinin artırılarak hayat seviyelerinin yükseltilmesinde etkin bir pazarlama büyük önem taşımaktadır. Ürünlerin toplanması, işlenmesi dereceleme paketleme ve ambalajlama, depolama, finansman tedariki, yeterli fiyatın elde edilmesi, dağıtım ve satış gibi karmaşık pazarlama hizmetlerinin, küçük ve dağınık üreticilerin kendileri tarafından yapılması hem güç hem de rasyonel değildir. Özellikle tarım ürünlerinin dış pazarlamasında zaman zaman yabancı kuruluşlardan ve firmalardan yardım istenmektedir. F-16 uçaklarının yapımıcısı firmayla öngörülen off-set anlaşması veya FAO teşkilatından istenen destekler buna örnek teşkil etmektedir. Bu nedenledir ki çok sayıda çiftçi tarafından küçük partiler halinde üretilen ürünlerin pazarlanmasında kooperatiflerin başarılı çalışmalar yaptıkları ortaya çıkmaktadır. Pazarlama kooperatifleri ürünleri değeri fiyatına satın alma ve satış hizmetlerini yaparlarken, ürünle ilgili çeşitli işletme, depolama ve dağıtım tesislerine de sahip olmakta, üretimin planlanmasında ve üretim girdilerinin verimli şartlarla tedarikinde ortaklarına yardımcı olmaktadır.

Tarım ürünleri pazarlamasında kooperatiflerin yurt düzeyinde daha başarılı olmaları için aşağıdaki hususların yerine getirilmesi yararlı bulunmaktadır.

a. Kooperatifçilik eğitimine ülkede önemli bir yer verilmeli, kooperatiflerin amaçları ve çalışma prensipleri konusunda kamu oyu aydınlatılmalıdır.

TARIM ÜRÜNLERİNİN PAZARLANMASINDA KOOPERATİFÇİLİK

b. Kooperatif idaresinde, işletmeciliğinde ve denetiminde yetişmiş profesyonel bir kadronun yer alması sağlanmalıdır.

c. Çalışma alanına giren ürünlerin üretiminde ve pazarlanmasında uyulması gereken her türlü teknik ve ticârî hususlarda ortaklar aydınlatılmalı, bu işin kontrollü olarak tâkibi sağlanmalıdır.

d. Kooperatiflerin, sermaye şirketlerinden, dernek veya hayır kurumlarından farklı olduğu göz önünde tutularak sağlanacak olan Devlet desteği iyi plânlanmış bir strateji içerisinde yürütülmelidir.

Özellikle son düzenlemeler sayesinde mâlf açıdan güçlü hale gelen mahalli idârelerin (Belediyeler ve İl Özel İdareleri) kooperatif sistem içerisinde yer almaları sağlanmalı mahallî idârelerin artan finansman imkânlarının yerel kooperatifler kanalıyla kullanılabilmesinin şartları hazırlanmalıdır.

FAYDALANILAN KAYNAKLAR

kitaplar

- Akal, Zuhâl, -Eker, Nilgün - Aksoy, Serap- M.P.M. Endüstrisi Şb. *Türk İnşaat ve Konut Sektörünün Güncel Sorunları*, Millî Produktivite Merkezi Yayınları 292. Ankara, 1983.
- Akyol, Taha, *1980'lerde Türkiye*, Başak Yayınları, Ankara, 1980.
- Doğan, Mehmet, *Türk'ün Güç Kaynağı - Devlet Baba Gelenegi*, Emel Yayınları, Ankara, 1976.
- Erder, Türköz, *Kentsel Bütünleşme*, Olgaç Matbaası, Ankara, 1982.
- Kartal, S.Kemal, *Ekonomik ve Sosyal Yönleri İle Türkiye'de Kentleşme*, Yurt Yayınları, Ankara, 1983.
- Keleş, Ruşen, *100 Soruda Türkiye'de Şehirleşme Konut ve Gecekondu*, 3. Baskı, Gerçek Yayın, İstanbul, 1983.
- Pancarcı, Veli, *Türkiye'nin Bunalımı ve Kalkınması*, Pancarcı Yayınları No: 1., Ankara, 1973.
- Şeker, Mehmet, *Fetihlerle Anadolu'nun Türkleşmesi ve İslâmlaşması*, Ötüken Yayınevi, İstanbul, 1973.
- Türdoğan, Orhan, *Türkiye'nin Kalkınma Yolu - Sosyo-ekonomik Sistem Tartışmaları*, 4. Baskı, Yeni Ergenekon Yayınevi, İstanbul.
- Türkdoğan, Orhan, *Toplum Kalkınması*, Dedekorkut Yayınları, 2. Baskı, İstanbul 1977.
- Türkdoğan, Orhan, *Yoksulluk Kültürü, Gecekonduların Toplumsal Yapısı*, Dedekorkut Yayınları, 2. Baskı, İstanbul 1977.

DOÇ. DR. RAUF ARIKAN

Ünal, Tahsin, *Tarım Kentleri*, Milli Ülkü Yayınevi, 5. Baskı, Konya, 1976.

Ünal, Tahsin, *Osmanlılar'da Fazilet Mücadelesi*, 3. Baskı, Burak Yayın, İstanbul.

Yayla, Yıldızhan, *Şehir Plânlaşmasının Başlıca Hukuki Meseleleri ve İstanbul Örneği*, Fakülter Matbaası, İstanbul, 1975.

Türkiye'de Toplumsal ve Ekonomik Gelişmenin 50. Yılı, Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, Yayın No:683, Ankara, 1973.

XIII. İskân ve Şehircilik Haftası Konferansları, 25-25 Mart 1982, Toplu Konut Sorunları ve Piyasası, A.Ü. ve Basın Yayın Yüksek Okulu Basımevi, Ankara, 1983.

DERGİLER

1. Sanayi ve Toplum Kongresi, (Tebliğ Özetleri) Uzman Matbaacılık, Ankara, 1. 2. 3 Aralık 1978.

Bayındırlık ve İskan Bakanlığı Bülteni, Şubat-1986, Sayı: 91.

Karınca, Kooperatif Postası, Sayı: 588, Aralık-1985.

Karınca, Kooperatif Postası, Sayı: 589, Ocak-1986.

Karınca, Kooperatif Postası, Sayı: 590, Şubat-1986.

Bayındırlık ve İskân Bakanlığı Bülteni, Sayı: 82, Mayıs-1984.

Bayındırlık ve İskân Bakanlığı Bülteni, Sayı: 87, Mart-1985.

KANUNLAR

7 Kasım 1982 Tarihli ve 2709 Sayılı "T.C. Anayasası".

2 Mart 1984 Tarihli ve 2985 Sayılı "Toplu Konut Kanunu".

6 Haziran 1984 Tarihli ve 3016 Sayılı "20 Temmuz 1966 Tarihli ve 775 Sayılı Gecekondu Kanununun 26. Maddesinin Değiştirilmesine Dair Kanun".

"Konut Yapımı İle İlgili Diğer Kanunlar".

1976 Yılı Nisan Ayı İtibariyle "Açıklamalı Belediyelerle İlgili Kanunlar".

20 Temmuz 1966 Tarihli ve 775 Sayılı "Gecekondu Kanunu".

3 Mayıs 1985 Tarihli ve 3194 Sayılı "İmar Kanunu"

TÜZÜK VE YÖNETMELİKLER

20 Temmuz 1966 Tarihli ve 775 Sayılı "Gecekondu Kanunu Uygulama Yönetmeliği".

22 Haziran 1984 Tarihli "Toplu Konut Kanunu Fonu'nun Kullanımına İlişkin Tüzük".

23 Haziran 1984 Tarihli "Toplu Konut Kanunu Uygulama Yönetmeliği".

3194 Sayılı İmar Kanunu ve İlgili Yönetmelikler.

TARIMSAL ÜRETİM VE PAZARLAMADA ZİRÂÎ

İŞBİRLİĞİ

H.Creupeland *

Yusuf Alper**

1) İŞBİRLİĞİNİN FAYDASI VE ROLÜ

Sınırlı kaynaklara sahip fertler arasındaki işbirliğinin ortaya çıkardığı ekonomik, sosyal ve eğitimle ilgili avantajların ortaya çıkardığı ekonomik, sosyal ve eğitimle ilgili avantajların büyük öneme sahip olduğu herkes tarafından kabul edilmektedir. Nitekim günümüzde kırsal gelişmenin gerekli ve zorunlu bir unsuru olarak işbirliğinin önemini kabul etmeyen hiç

* F.A.O. Tarımsal Hizmetler Bölümü, Kredi ve Pazarlama Bölümü Uzmanı)

** Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdâri Bilimler Fakültesi Araştırma Görevlisi.

bir gelişmekte olan ülke yoktur.

İşbirliğinin, tarımsal pazarlama gibi uzmanlık gerektiren bir alanda daha az iddialı olması mümkündür. Fakat en azından ürünlerin toplanması aşamasında köylülerin doğrudan katılmaları sağlanmazsa, ürünlerini daha iyi fiyatla satmalarının ve pazarlama faaliyetlerini iyileştirmelerinin güç olacağı açıktır. Biz burada, ürünün değerlendirilmesinde karar verme ve hareket etme gücü olmayan, fakir köylü topluluklarıyla ilgileniyoruz. Bu köylüler, acil olarak finansman ihtiyaçları olduğu zaman krdeî alma, sermaye ve tüketim malları satın alımı ve ürün fazlalarının değerlendirilmesi gibi konularda genellikle küçük köy tüccarına bağımlıdır. Bu yüksek faizle borç para veren küçük köy tüccarları sınırlı bir etkiye sahip olmalarına rağmen, ülke düzeyinde ürünlerin dağıtılması ve pazarlanması konularında olduğu kadar, ihracat ve ithalat işlemlerinde geleneksel ticârî halkının vazgeçilmez bir parçası oluşturlar.

Daha etkin, kullanışlı ve güvenilir bir metodun yokluğu halinde, ticâret alanında küçük tüccarın ilk halka olarak faydalı olduğu kabul edilmektedir. Gerçek olan, bu tüccarların mantığı ve tek taraflı olarak yalnızca karlılıkla ilgilendikleri, genellikle çok yüksek sayılabilecek bir faiz haddiyle üreticileri borçlandırmada büyük rol oynadıklarıdır.

Aslında küçük üreticiler arasındaki işbirliğinin amacı, onları aracılarından ve haksız ticârî uygulamalardan korumak veya onlara daha az bağımlı hale getirmektir. Buna ilâveten, tabii olarak ürünlerin toplanması ve pazar için hazırlanmasında, rasyonalizasyonu sağlama ve ölçek ekonomisini başarma konuları ile de ilgilenmekteyiz.

Özellikle pazarlama faaliyetlerinde köylülerin aktif olarak katılmamaları sağlarsa, işbirliğinin gelir düzeyinde önemli yükselmeler sağlaması beklenir. Fakat ne yazık ki uygulamada her şeyi yapması beklenen devlet güdümündeki kooperatiflerin küçük tüccarın yerine geçecek bizzat kendisinin bir aracı olarak ortaya çıktığını görmektediriz.

Bu son belirttiğimiz husus, kooperatiflerin faydalı olduğu bir diğer alan içinde geçerlidir. Nitekim kırsal yöredeki insanların eğitimleri ve sosyal değişme için, bir ortak faaliyet çeşidi ve aracı olarak kooperatifler kullanılabilir. Fakat köylüler, kendi kooperatif örgütlerinin faaliyetlerine aktif olarak katılmazlarsa, bu alanda olumlu neticeler alınması seklenmemelidir.

2) TARIMSAL PAZARLAMADA İŞBİRLİĞİNİN ÖNEMİ VE DURUMU

Eğer biz yalnızca resmî istatistiklere güvenirsek (- ki bu istatistikler üye sayısı ve kooperatif sayısı hakkında çok cömertçe bilgi vermekte, halbuki ciroları ve mali sonuçları hakkında çık kısıtlı bilgiler vermektedirler-) birçok ülkede bu birliklerin (en azından kağıt üzerinde) gelişmesinin bizi şaşırtacak seviyede olduğu görülür.

Geniş kapsamlı olarak yapılacak bir araştırma ile, bu örgütlerin sir çoğunun özel sektörle yaptıkları rekabette, devletten aldıkları önemli miktardaki mâlf desteğin yanısıra, kuveetli

TARIMSAL ÜRETİM PAZARLAMADA İŞBİRLİĞİ

bir korumacı politika veya aşırı miktardaki ödenmemiş borçla ayakta kalabildikleri görülmektedir.

Gerçek olan, bu alanda elde edilen başarıların çok az, başarısızlıkların ise daha fazla olduğudur. Nitekim kooperatiflerin şekillerinde sık sık —ve hala da— yapılan değişiklikler bu başarısızlıkları göstermek bakımından çok anlamlıdır.

Kooperatifler tarafından elde edilen başarıların küçük olduğunu gösteren bir başka şeyde, üreticiler tarafından kooperatif kelimesinin daha az kullanıma eğiliminde olması, ve sonuçta biriken hoşnutsuzluklar nedeniyle ona allerji duyulmasıdır.

Bizde, bazılarının yaptığı gibi, ısrarla tarımsal pazarlama sektöründe kooperatiflerin çok iyi faaliyet gösterdiklerini söylersek, bunun gerçekle çok az ilişkisi olur. Öte yandan, üreticiler arasında işbirliği eğilimin gittikçe azaldığını söyleyenler ve prensip olarak kooperatifleri eleştirenler, bu kompilke alanda belirsiz düşüncelere sahip olanlar veya hiç bir iddiası olmayanlardır. Bu alanda önemli başarısızlıklar olduğu bir gerçektir. Fakat, üçüncü dünyadaki kırsal yöre nüfusunun az gelişmişliğini gözönüne almaksızın kooperatiflerden çok fazla şey beklenmesi sonucunda bu durumun ortaya çıktığını kabul etmek gerekir.

Aracı, tücar, çok zaman parazit olarak tanımlanmaktadır. Fakat gerçekte, bu kimseler sermaye ve tüketim malları satın alımında kredi ve gerekli hizmetlerin temin edilmesinde, veya ürünler için avans verilmesinde küçük üreticilerle tüccarlar arasındaki vazgeçilmez güçlü bir bağlantıyı oluştururlar. Bunlar faaliyetlerini yaparken bir sömürü ortaya çıkmakta, fakat köylüler bunu bir bakıma doğal karşılayarak rıza göstermektedirler. Bugün dahi küçük tüccarın sunduğu çok sayıdaki hizmeti yapmak için birim kooperatiflerin oluşturulmasında bir engel olarak ortaya çıkmaktadırlar. Şunuda kabul etmek gerekir ki, köy tüccarlarının işide herkesin sahip olamayacağı bazı vasıfları gerektirir. İş aleminde gerekli olan sağduyu, önemli miktardaki sermayeyi risk altına sokarak işe başlamak, ve gece gündüz her satte zor şartlar altında çalışmaya hazır olmak bu vasıflardan bir kaçını oluşturur.

Çok yapılan hatalardan birisi de, insanların, teorisyenlerin tam işbirliği olarak adlandırıkları idealleştirilmiş, standart bir kooperatif şeklini empoze etmeye çalışmalarıdır.

Günümüzde, az gelişmiş ülkelerdeki insanlar hala, üretimi artıracak ve ona daha fazla değer verecek ve küçük üreticilerin katılmalarıyla karşılaşılabilecek problemleri çözecek bir işbirliği çeşidini büyük bir heyecanla beklemektedir.

3) KAVRAM VE GELİŞİMİ

1) Serbest ticaret dönemi

Sömürge devresi olarak tanımladığımız bu dönem, "Laissez-faire" ticaret politikasıyla küçük tüccardan iş toplayan, ve dağıtımın kaynağını alan çok büyük ihracat-ithalat firmalarının üstünlüğü ile karakterize olmaktadır.

Bu dönemde yapılan işbirliği teşebbüslerinin çoğu, tamamen teorik düzeyde kalmıştır. "Herşey kooperatifler tarafından yapılır" itici ilkesi esas alınarak yalnızca pür işbirliği olarak düşünülmüştür. Bütün bir kooperatif şebekesi nihâf üreticiye yapılacak satışı, hatta ihracatı bile kapsayacak şekilde faaliyet göstermek üzere plânlanmıştı. Aslında, piyasada belli bir paya sahip olmadıkça en ufak başarı şansı olmayan ve hiçbir ticârî destekleme yapısına sahip olmayan temel kooperatifler için bu dikey integrasyon sistemi bir dereceye kadar zo-

runludur.

Klasik tüccarlar ve diğer ticari firmalarla rekabet etmek için bütünleşmiş kooperatif şebekesi oluşturma teşebbüsleri ve gayretleri çok zaman acı bir başarısızlıkla sonuçlandı. Ticârî uzmanlık ve uygun çalışma araçlarından yoksunluk gibi açmazlarda bulunan ve üstelik üyelerine karşı sosyal ve eğitimle ilgili sorumlulukları olan bu kooperatifler, özel sektörün acımasız rekabetine karşı koyacak güce sahip değildi.

II) Tarımsal Yenileşme Dönemi

Bu yenileşme ilk defa Birinci Dünya Savaşı esnasında oluştu. Uluslararası ticaretin devamlılığının sağlanması için devletin piyasaya müdahalesinin gerekli olduğu görüldü.

Özellikle üretim için yeni pazarlar bulmak ve fiyatları aynı düzeyde tutmayı sağlamak için, geleneksel alıcıların yerine yenileri bulmak gerekmişti. Dahası, birçok ülke normal ithalat girdilerini kısmada olduğu kadar, temel besin maddelerinin üretiminde de zorluklarla karşılaşyordu.

Bu durum, birçok ülkede pazarlama kurumları veya pazarlama ajanlarının ortaya çıkmasına neden oldu. Özellikle İngilizce konuşulan ülkelerde, üreticiler de dâhil olmak üzere, bütün bir sektör üzerinde zorlayıcı kanuni güce sahip olan pazarlama ajanlarının önemi büyüktü.

Devlet ihracat kurumları, savaşın sonunda da varlıklarını sürdürdüler. Bu kuruluşlar, ürünlerin dağıtımından (ihracat kontrol ofisleri), kendi işlemlerinin tekelleri yönetimine kadar (İhracat Pazarlama Ofisleri) bütün işlemleri tam kontrollerine alacak güce sahiptiler.

Bu teşkilatlar, daha sonra birçok ülkede, (genellikle bağımsızlıklarını kazandıkları zaman) yabancı döviz girişinin ve ihracat işlemlerinin doğrudan kontrolünün avantajları olduğunu kabul eden görüşün neticesinde yavaş yavaş kurulmaya başladılar. Ani dalgalanmalar ve zor piyasa şartları altında pazarlamanın ve devlet müdahalesinin bu şekilde ihracat işlemlerinde ortak bir cephe oluşturulmasını ve bir dereceye kadarda üretim fiyatlarını istikrarda tutmayı sağladı.

Daha yoğun devlet müdahalesi yönündeki bu gelişme, daha sert ihracat düzenlemeleri, istikrarlı banka kurma gayretleri ve ihracat monopol ofislerinin kurulmasıyla bugünde bir dereceye kadar devam etmektedir. Bu eğilim, yalnızca ihracat yapan ülkedeki ekonomik, sosyal ve politik baskılarla değil, dünya ticaretinde yapılan yeni anlaşmalar ve düzenlemelerle de desteklenmektedir.

Birçok endüstrileşmiş ülkede olduğu gibi, resmî ajanslar tarafından yapılan bazı müdahaleler, eski stokların ve kaynakların devamsızlığını sağlayarak arz ve talebi dengede tutma amacına yönelik olarak plânlanmıştı. Her ne kadar bu tip tahıl ofisleri (ihracat ofislerinin uygulamalarının aksine) tekelleri piyasada seyrek olarak müdahale yaparlarsa da, gerçekte bunlar fiyatlarda dâhil olmak üzere tahıl ticaretinin düzenlenmesini ve yapıdaki önemli değişmeyi üstlenmiş bulunmaktadır.

Kısaca söylemek gerekirse, birçok gelişmekte olan ülkenin başlıca tarımsal ürünlerinin ihracatı —kahve, kakao, fındık, pamuk vs.— ile ilgili olan ticari öğütleri ve kurumları şimdi doğrudan devlet kontrolü altındadır. Örnek verirsek, Afrika'da başlıca malların ihracatının %90'ı, pazarlama şebekesini ve nihâî satışları doğrudan kontrol eden Devlet İhracatı Ajanlarının elindedir. Aynı şekilde diğer kıtalarda yapılan düzenlemelerle ve pazarlama ajanlarıyla müdahale gerçekleştirilmektedir. Bütün gelişmekte olan ülkelerin, tahılda olduğu gibi, bu alanda belli bir organizasyonu vardır. Veyahut Millî tahıl bürolarını veya benzer örgütleri kur-

TARIMSAL ÜRETİM PAZARLAMADA İŞBİRLİĞİ

mayı plânlamaktadır. Bu durumda, bu ülkelerde ajans olarak kullanılan özel sektör ortaklarının (özellikle ihracat ofislerinde) uzun süre memnun olarak kendi menfaatlerine çalışmaları beklenemez.

Ticarî ilişkilerin bu yeni ortamında, birçok hükümet, özellikle küçük üretici düzeyinde toplama ajansı olarak, devlet tahıl ihracat ofislerini veya pazarlama ajanslarını bütünüyle fonsiyona sahip olacak kooperatifleri, yeniden daha pragmatik sebeplerle kurmaktadır.

Son zamanlarda kurulan kooperatifler için, özellikle fiyat ve pazar bulma konusundaki riskleri ortadan kaldıran bir ajansın himâyesi altında çalışmasının iyi bir avantaj olacağı şüphesizdir. Hükümetin üreticiler üzerinde uygulayacağı fiyat politikası için sorumlu ajans olarak kooperatifler, veya üretici birlikleri, daha uygun ve daha güvenilir aracı kuruluşlar olmaktadır. Çünkü ajansların küçük üreticilerle doğrudan ilgili olan satın alma şebekesini kendi kadrolarından kurmaları çok güçtür. Zaten yalnızca belli mevsimler için yapılan bu işlemlerin mâliyeti çok yüksek olacaktır.

Kısacası, tarımsal ticaret için yeni kurumların oluşturulması, üreticiler arasındaki kooperatifçilik hareketinin gelişmesinde yeni ufuklar açmaktadır. Öte yandan kooperatifçilik hareketini gönülden destekleyenler, bu yeni yapıyı, devlet örgütlerinin kendi kontrolleri altında bulundurmaya isteyecekleri bir sahada bir engel ve korku kaynağı olarak görmektedirler.

Bazı hükümetler, ticaret sektöründe kuvvetli etkilerinin olduğuna inanarak, ürün toplantisında kooperatiflere, ajans adına hareket eden bir temel örgüt yetkisi vermeyi arzulamaktadır. Fakat bu engel olarak olumsuz bir sonuçla geri tepmektedir. Çünkü kooperatiflerin idaresindeki ve organizasyon yapısındaki büyük eksikler aşırı derecede bir mâliyet artışına yol açmaktadır. Ayrıca bu kooperatifler üye olarak aldıkları marjinal kişilerin dinamizm eksikliği ve onlara uygun gaaliyetlerin olmaması nedeniyle de eleştirilmektedir.

Sonuçta, kooperatifler her şeyi, himâyesi altında faaliyet gösterdikleri ajanstan beklemeye başlamışlardır. Bir başka olumsuz noktada, üreticilerin kendilerini bu hareket içinde hissetmeleridir. Ayrıca bazı üreticilerde serbestçe yüksek bir fiyattan ürünlerini satamadıkları için kooperatiflere kırıngındırlar.

III) Tarımsal Gelişmeye Bütüncü Bir Yaklaşım

Birçok ülkede bu alanda gösterilen gayretler, tarımsal pazarlama, sermaye üretimi ve kredi sağlama konularında işbirliğini teşvik etmeye yöneliktir. Çok kere bu sektörler yetersiz ve birbirinden bağımsız bir şekilde faaliyet gösterirler. Şimdiye kadar uğranılan başarısızlıklar, dolayısıyla küçük üretici seviyesinde karşılaşılan pazarlama ve kredi problemlerini çözmek için faaliyetlerin bir bütün halinde yapılması yönünde, gittikçe artan bir eğilim ortaya çıktı.

Tarımsal pazarlamada olduğu gibi kredi alanında da millî düzeyde kurumlar kurulmakta veya oluşturulmaktadır. Oluşturulan kurumlar, gübre ve tohum gibi üretim araçlarının dağıtımı ve kurumlaşmış kredi ile ilgilenmektedirler. Bu aöanlarla üretici toplulukları arasındaki bağlantının güçlük yaratmadan gerçekleşmesi beklenmemelidir. Önemli olan, devlet için herhangi bir mâliyet artışı olmaksızın bu hizmetlerden üreticilerin faydalanmasını temin etmektir.

Bu hizmetler demeti, pazarlama alanında olduğu gibi üreticiler yararına olarak doğrudan millî ajanslar tarafından düzenlenemezler. Her kademede olmasa bile, bazı faaliyetlerin bir-

leştirilmesinin yanısıra, bir takım araçlar da sağlanmalıdır.

Böylece, daha önce kredi dağıtımındaki hesapların kapatılması hususunda uğrılan başarısızlıklara rağmen, birkez daha işbirliğine gidilmesi mantıklı olarak düşünüldü.

Çok amaçlı işbirliğini oluşturma düşüncesi, çok yeni bir fikir değildir. Fakat, bütüncü yaklaşımla işbirliği düşüncesi oldukça yenidir. Birim kooperatif düzeyinde bir organizasyon yerine, yeni kompleks yapıya sahip kredi, dağıtım ve pazarlama şebekesi oluşturma gayretleri fazla benimsenmemektedir. Kooperatifleri çok basit bir fonksiyonu yerine getiren bütüncü bir yapıyla sınırlama eğilimleri kuvvet kazanmakta, Millî örgütler tarafından desteklenmeleri öngörülmektedir. Bu gayretler şimdi, büyük ölçüde devlet tarafından yönlendirilen dağıtım ve pazarlama şebekeleri içinde oluşturulmaktadır. Bu durumda da şartlar, küçük üreticiler arasındaki işbirliğinin geliştirilmesi ve katılmalarının sağlanması yönünde daha olumlu olmaktadır. Zaten daha önce belirttiğimiz gibi üreticilere daha yüksek gelir ve daha güvenli işlemler garanti etmenin başka bir yolu yoktur.

Hâlâ, çiftçilerin tüccarlara olan kredi bonçlarını ortadan kaldırmayan bir kredi açmazı vardır. Çünkü hesapların kapatılmasında büyük güçlükler ve yapılacak ödemelerin zimmete geçirilme tehlikesi vardır.

IV) Yeni Kurumlar ve Kırsal Yörelere Bütünleşmesi

Hükümetler değişik metodlar uygulayarak, daima kırsal kesimlerde nüfusun tarımsal gelişmeyi olduğu kadar ülkenin ekonomik, sosyal ve politik hayatına da aktif olarak katılmalarını sağlamaya çalışmaktadırlar. Özellikle sosyalist ülkelerde olmak üzere, kooperatifler bu amaca yönelik olarak doğrudan iktidardaki parti tarafından kurulmaktadır. Başlangıçta, üreticiler arasında karşılıklı yardımlaşmayı sağlamaya yönelik olarak oluşturulan işbirliği düşüncesi, sonradan kırsal yörelere ve tarımın gelişmesinde en iyi araç olarak kabul edilmiştir. Bugün bir çok ülke, kırsal yöre nüfusunun üretim, ekonomi, sosyal ve politik faaliyetlerde bütünleşmesini sağlayan yeni bir işbirliği çeşidini geliştirmektedir. Kooperatifler, devlet veya devlete bağlı ticarî ve teknik kurumlar tarafından desteklenen, köy ve belediyeler için ekonomik, politik ve idarî açıdan lüzumlu olan temel bir örgüt veya ünite olarak kabul edilmektedir. Kooperatifleri destekleyen devlet kurumları arasında, kredi ofisleri, pazarlama ajanları, Millî dağıtım örgütleri ve arası olarak faaliyet gösteren hizmet kooperatiflerinin bazı türleri yer almaktadır.

Yukarıda bahsettiğimiz yapı, merkezî plânlamayı kabûleden ülkeler tarafından benimsenmiş bulunmaktadır. Diğer ülkelerde gönüllü birleşme prensip olarak kabul edildiğinden, otoriteler tarafından desteklenen ve arzulanan bu hareket kırsal yörelere yeniden düzenlenmesinde ve gelişmelerin sağlanmasında bir araç olarak kabul edilmekte ve yararlanılmaktadır. Bu temel yönetim ünitelerinin ticare faaliyetlerde doğrudan veya en azından kendi adlarına görev alamadıkları hatırlanmalıdır. Bununla beraber, basit-büyük hacimli arz ve talep faaliyetleri çalışma alanları olarak düşünülmelidir.

Filipinler'de, yalnızca bir bölgede oturanların örgütleyen temel teşkilat, Samahang Noyons'lar çeltiği topladıktan sonra tahıl ofislerine bu ürünü topla olarak satmakla yükümlüdürler. Tahıl ofisiyle yapılan doğrudan bağlantıda, toplama, işleme ve depolama faaliyetlerinin yerine getirilmesi için tam bir kooperatif şebekesi oluşturulması da plânlanır. Borçların kapatılmasında bankalar karşılıklı garanti veren Kredi Samahang Noyons'larında da durum aynıdır. Bu birim örgütler köylerin ve faaliyet gösterdikleri bölgenin sosyal ve politik hayatında

TARIMSAL ÜRETİM PAZARLAMADA İŞBİRLİĞİ

olduğu gibi kendi üyelerinin eğitimlerinde de önemli rol oynarlar.

Yukarıda belirtilenlerden dolayı, birim örgütlere aşırı sorumluluk yüklemekten, ülkenin sosyal ve politik hayatında kırsal yörelerdeki nüfusun gelişmesi ve bütünleşmesi amacına yönelik olarak yürütülen gerçek anlamda bir faaliyetle karşılaşırız.

Yine de, en azından başlangıç döneminde olmak üzere, kooperatifler bütün zorunlu hizmetleri yapmakla sorumlu tutulmazlar.

4) PAZARLAMADA İŞBİRLİĞİNİN GELİŞMESİNİN GELECEĞİ VE ROLÜ

Günümüzde, kooperatifler veya üretici birlikleri, ticaret sektöründe karşılaşılan problemleri çözen alternatif bir kuruluş olarak değil, piyasada aracı olarak faaliyet gösteren Millî Ajansları bütünleyici kurumlar olarak kabul edilmektedirler.

Bu bakış açısı, kooperatifçilik hareketini teşvik edenler tarafından —ki bunların büyük bir çoğunluğu en azından geçici bir süre için destekleme kurumları olarak pazarlama ajanslarının faydalı olduğuna inanmaktadır— kesinlikle desteklememektedir. Aksi görüşte olanlar ise, kooperatiflerin bağımsız faaliyetleri yerine getirmesi gerektiği fikrinde ısrar etmektedirler. Fakat bu durum gerçekte üreticilerle devlet pazarlama ofisleri arasındaki işbirliği için kurulacak teşkilatların gelecekteki gelişme problemlerini artırır.

Çözüm için üç alternatif düşünülebilir.

—I) Bağımsız Kooperatif Şebekesi

Burada, üreticilerin bir pazarlama departmanının himâyesine ihtiyaç duymadan kendi ürünlerini değerlendirme ve hattâ özel sektörle rekabet etme gücüne sahip oldukları düşüncesine kabul edilmektedir. Fakat bu yönde bir gelişme için ortadaki emâreler pek fazla ümit verici değildir.

Çünkü kooperatifler, bu alanda şimdiye kadar uğranılan başarısızlıklarla olduğu kadar hükümetlerin tekel ürünlerin ihracatını kontrol altında tutan isteğinden kaçgeçmeme eğilimiyle de mücadele etmek zorunda kalacaklardır.

Kooperatiflerin, ürün alım satımı gibi konularda bağımsız faaliyet göstermek istedikleri ilk yıllarda tahıl ofislerinden daha yüksek fiyatlarla çalıştıklarını, ürünün bol olduğu ve fiyatların düşme eğiliminde bulunduğu dönemlerde de üreticinin zarara uğramasını önlemek için belirlenen fiyatlardan ürünün tamamını almayı talep eden ilk örgütler olduğunu belirtmek gerekir.

Bununla beraber gözlemler, devlet kontrolünde olmayan spesifik ürünlerde (meyve ve sebzeler, süt ürünleri, kümes hayvanları, yumurta v.s.) geçmişte olduğu gibi bağımsız kooperatif çalışma şebekesinin gelişmesi ihtimalini dışarda tutmamaktadır.

—II) Bir ajan olarak faaliyet gösteren kooperatif şebekesi

Bu, başlıca tarım ürünlerinin pazarlanmasında doğrudan sorumlu veya monopol güce sahip olan Millî Ajanslar tarafından üretici birliklerine verilen ve gün geçtikçe artan önemin mantıklı bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu birlikler, basit forksiyonlar ve sınırlı faaliyetlerden daha öte, bir departman adına faaliyet gösterebilmekte, (Fas'ta tahıl, Şenegal'da Fındık için olduğu gibi) depolama, taşıma ve hatta işleme gibi fizikî faaliyetleri yavaş yavaş üstlenebilmektedirler.

—III) Kooperatiflerle pazarlama monopolü oluşturma

Hükümetin özel sektörün rekabetine karşı koymak için geliştirdiği himâyeci politika ve-

ya piyasaya müdâhale yönünde alınan bir karar, kooperatif sektörü, genellikle devlet ajansı adına hareket eden ve önemli ürünlerin pazarlanmasıyla ilgilenen bir ajan olarak piyasada, ucuza başına bırakabilir.

Uygulamada hükümetlerin, kooperatif işmini taşıyan tek bir örgüt kaldığı zaman, bir kooperatif örgüte tam bir pazarlama yetkisi vermesi çok nâdir gerçekleşir. Bu durum, menfaatlerini daha iyi korumak ve geliştirmek için işbirliği yapan üreticilerle, ilk önce kamunun menfaatlerini düşünen, millî ekonomiyi ve politik istikrarı korumak isteyen, ve şehirlerde yaşayan tüketicilerin çok etkili olan tepkilerini ve dikkate almak zorunda olan hükümetler arasında önemli bir menfaat çatışması olduğu gerekçesiyle açıklanabilir.

5) GENEL DEĞERLENDİRME

Küçük üreticiler arasındaki işbirliğini teşebbüsleri yıllardır devam etmesine rağmen, insanlar hala, talep ettikleri hizmetleri etkin olarak sağlayan, pazarlama işlemlerinde entegrasyonu sağlayarak iyi bir organizasyonun nimetlerinden faydalanmalarını temin eden bütünleştirici bir kooperatif formülünün arayışı içindedirler.

Özel sektörün üstün olduğu alanlarda pur kooperatif şebekesi oluşturma teşebbüsleri gelişmekte olan ülkelerin bir çoğunda başarılı olamamıştır. Genelde bu örgütler özel sektörde rekabet etme gücüne sahip olamamışlar, üyelerini bir araya getirmede yetersiz kalmışlardır.

Öte yandan, devletin yaptığı özel korunmanın ve mâlî desteğin verdiği rahatlığa alışan kooperatifler, söz konusu ülkelerde birden ve çok sayıda örgüt kurma yoluna gitmişlerdir. Burada tekrar belirtmede yarar vardır ki, bu örgütlerin yaşama süreleri çok kısadır ve ekonomik açıdan ayakta kalmalarını sağlamak için garanti verilmesi gerekmektedir.

Eğer başarısızlıkların nedenleri kolaylıkla belirlenebilirse, işbirliğinin sağlanması için alınacak bütün düzenleyici tedbirlerin alınması da güç olmayacaktır. Nitekim kooperatiflerin gelişmesi için engellere, ekseriya kırsal nüfusun az gelişmiş olduğu ülkelerde rastlanmaktadır ; Diğer ülkelere göre buralardaki gelişmeyi engelleyen faktörlerin daha çok olduğu görülmektedir. Geleneklerin, aile yapısının ve kabile hayatının etkileri, sıkıcı sosyal hayat, ekonomik kurumlar, ve tarımda ticari faaliyeti elde tutma gayretleri bu engellerden bir kaçını oluşturmaktadır.

Kooperatif gelişme programlarının uygulamasında bir çok hata yapıldı ve hâlâ da yapılmaktadır. Çözümlemek istenen pazarlama problemlerinin kompleks olması, bu kompleks sorunları çözmek için gerekli kurumların oluşturulmasındaki gecikmeler, konuya yüzeysel ve aceleci bir yöntemle yaklaşmasına neden oldu. Çok sayıda ve kompleks üniteler ve şebekeler oluşturuldu. Yüksek kademe yöneticilerin etkin olamaması, idârî kadronun eğitim eksikliğinden zayıf kalması sorunları artırdı. Bütün bu sayılanlar üretici üyelerin kendi örgütlerine uzak kalmalarına, faaliyetlerine aktif olarak katılmamalarına ve sisteme olan güvenlerinin sarsılmasına neden oldu.

TARIMSAL ÜRETİM PAZARLAMADA İŞBİRLİĞİ

Gerçek olan, bir ekonomik faaliyet olarak işbirliğinin, yerini alacağı kurumlar kadar etkili çalışabileceğini ve hattâ onlardan daha etkin olarak bu hizmetleri yerine getirebileceğini ispatlamadıkça, üretici topluluklarının bir araya getirilmesinde başarılı olunamayacağıdır. Bunu başarmak için doktriner tercihlerden veya hükümetin müdahalesi kararlarından daha fazlası gerekmektedir. Bunun içinde ilk önce, üyelerin kooperatif faaliyetlerine aktif olarak katılmalarını sağlayacak bir ortamı yavaş yavaş ve emin adımlarla oluşturarak, mevcut sınırlı kaynaklarla gerçekleştirilebilecek hedefler, gerçekçi bir bakış açısıyla belirlenmelidir.

Uğranılan çok sayıdaki başarısızlığa rağmen, yukarıda belirttiklerimiz göz önünde tutularak, gerek üretim, gerekse pazarlama konularında üreticiler arasında yapılacak işbirliğinin yararlılığından şüphe edilmemesi gerekir. Bu sahada yapılan yeni işbirliği şekilleri oluşturma gayretleri bir bakıma tecrübe kazanılmasını sağlamaktadır.

Eğer amaç küçük üreticilerin durumlarını düzeltmekse, özellikle üretilen malların dağıtımında olmak üzere onları doğrudan ilgilendiren hizmetlerin sağlanmasında, ürünlerinin piyasada değerlendirilmesinde v.s. aktif olarak kooperatif örgütün faaliyetlerine katılmaya ikna edilmeleri gerekir.

Buda, ancak doğrudan veya dolaylı olarak devlete bağımlı olan pazarlama ve dağıtım aöansları gibi destekleme kurumları tarafından yapılan basit ve büyük hacimli faaliyetleri üretici düzeyinde bütün olarak planlamakla mümkün olabilir.

Böyle bir durumda temel birliklerin, üyelerinin ürünlerinin pazarlanmasında daha güvenli bir pazar bulmaya ve sınırlı mâlî riskle basit faaliyetleri ele almaya imkan edilmesi gerekir. Bu basitleştirme ve normal ticârî risklerden birlikleri koruma, "Herşey kooperatifler tarafından yapılır" ilkesini savunan doktriner görüşe sahip olanları tatmin etmezse de, ticârî işbirliğinin spesifik şekillerinin geliştirilmesinde yeni umutlar ortaya atacaktır. Başlangıçta birim kooperatiflerin ve birliklerin eğitim alanındaki etkilerinin çok sınırlı bir düzeyde kalabileceğini kabul etmek gerekir.

Kırsal gelişmenin temelini oluşturan genel eğitim problemini çözmenin bir yolu, hiç olmazsa ilk dönemlerde, eğitim ve sosyal konularda yoğunlaşan kooperatif faaliyetleri olabilir. Aynı zamanda da üyeler, millî örgütler ve devlet ajansları tarafından sağlanan kredi, dağıtım ve pazarlama hizmetlerinden minimum gayretle faydalanabilirler.

İkinci safhada, talep edilen araç ve yönetici kadronun büyüklüğüne göre bölgesel düzeyde hizmet kooperatifleri kurularak, toplama, dağıtım, depolama ve hatta millî ajanslar adına işleme faaliyetlerini yürüten bir ajan veya aracı kuruluş olarak çalışmak mümkündür.

Eğer zorunlu değilse, pazarlama ajanlarının ve bu örgütlerin yönetim kurullarında üreticilerin ve ticaret uzmanlarının (özellikle kooperatifler için bu geçerlidir) yeterli oranda temsil edilmesinin yararına bu aşamada kesinlikle kabul etmeye zorlamaktadır.

Tam entegre olmuş bir kooperatif çalışma şebekesini oluşturmanın ihtimal dâhilinde olduğu son safhada, ekonomik ve teknik görüşlerden ziyade, yetkililerin kooperatif terimine vermek istedikleri anlama ve politik kararlara bağılı olarak kooperatifin yapısı şekillenecektir.

Bütün bunlardan sonra hükümetin kurduğu bir pazarlama bürosuda millî düzeyde bir işbirliği çeşidi olarak düşünülebilirdi. Fakat, diğer yandan böyle bir büronun tamamen üreticilerin menfaatlerini savunduğunu ve onlar tarafından desteklendiğini kabul etmeye zorlamak güç olacaktır.

“ALTIN BİLEZİK,,
Esnaf ve Sanatkârlar Kefalet
Kooperatifleri Semineri

19 Mart 1986

TEBLİĞLER



Türk Kooperatifçilik Kurumu Yayınları_65

TÜRKİYE'DE KONUT MESELESİ

Hakan KOÇ *

Bilindiği gibi, içinde bulunduğumuz yüzyıl, büyük savaşlar ve ihtilaller yüzyılı olduğu kadar, yeni buluşlar ve teknolojik değişikliklerin de gerçekleştirdiği bir yüzyıldır.

Çok büyük maddî ve mânevî zararlarına mukabil, II. Dünya savaşından sonra, Asya ve Afrika milletlerinde kuvvetli bir milliyetçilik duygusu ve akımı ile birlikte, şiddetli hürriyet

* A.Ü. Çankırı Meslek Yüksek Okulu

(3 Mayıs 1986'da Çankırı'da yapılan "Kooperatifçilik Günü'nde verilen konferans)

mücadelelerinin doğmasına sebep olmuştur. Yine bu ülkeler siyasal istiklal'in sosyal ve ekonomik alandaki istiklal'e bağlı olduğu gerçeğini de kavramışlardır. Bilhassa, toplum yapısında görülen "dinamizm", her toplumun zaman içinde değişim gerçeğine önceki toplumsal değişim, hızlı ve etkili olmayan bir özellik taşıyordu. Sanayileşme hareketleriyle, aktif hale gelen bu değişim toplum yapılarında; köklü, sarsıntılı, bunalımlı ve hatta ihtilallere sebep olan boyutlar kazanmıştır.

İşte günümüzün az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerinin tamamında olduğu gibi, bu değişimin Türkiye için de önemli bir yeri vardır. Hiç şüphesiz ki, Türk milleti ve onun kurduğu devletlerin tamamı sosyal muhtevâlî "toplumsal değişim"ye ve bunun ortaya çıkardığı meselere karşı çok hassas yaklaşımlarla, köklü tedbirler getirmiştir.

Dünya'daki gelişmelere bağlı olarak, Türkiye'deki sanayileşme hareketleri'de, sosyal değişim açısından ağır problemler meydana getirmiştir. Ekonomik gelişmenin canlılık kazandığı 1950'den sonraki 35 yıllık dönemde, ekonomi ilminin "zarûri ihtiyaçlar" arasında saydığı barınma yani "konut ihtiyacı" giderek mesele haline gelmiştir.

Konut meselesi'ni iki dönem halinde inceleyerek ve milletimizin engin kültür yapısını kısaca tetkik edeceğiz.

Bilindiği gibi Türkler, çok eski devirlerden itibaren; göçebe, yarı göçebe ve yerleşik hayata geçiş dönemlerini yaşamışlar ve ileri bir kültür seviyesinin yanında, sağlam bir sosyal yapıya da sahip olmuşlardır. Bilhassa, idârf teşkilatlılıkları sayesinde, büyük devletler ve imparatorluklar kurmuşlardır. Esti Türklerde dahi devlet teşkilatı ile oymak ve boy kuruluşları mütenasiplik sağlamıştı. O zamandan günümüze kadar, Türk içtimâî sistemi ve iktisâdî düzenin aile yapısı, sosyal tabakalaşma, mülkiyet sistemi ve iktisâdî faaliyet bakımından getirdiği esaslı düzenlemeleri belirtmek gerekir.

Orta Asya Türk Uygarlığı'nda yayla ve kışlak hayatıyla kaydedilen ilerlemeler, tarih içinde; Selçuklu, Eyyûbî, Memlûk ve Osmanlı devletlerinde aynı özelliğini koruyarak devam etmiştir. Türk töresine göre Hakan, bütün milletin babası gibi selahiyet ve vazifelere hâiz olarak onun hayat tarzı, mâîşeti ve iskânıyla yakından alâkalı bir mesuliyet yüklenmişti. Türkler de şehir kurmak ve şehirlerde oturmak fikri, idârf kadroların öncülük etmesiyle başlamıştır. Hunlar'la başlayan şehircilik IV. yüzyıl'dan itibaren Göktürk ve Uygurlar'ca devam ettirilmiştir. IX. yüzyılda 16 Türk şehrinin bulunması ve VIII. yüzyıl başlarında kalabalık bir nüfusun şehirlerde oturur hale gelmesi önemli bir göstergedir. Bu yıllarda yaşanan "Moğol istilası", Türk şehir hayatına onulmaz darbeler vurmuştur. Öyle ki, şehirlerden bir çokları varlıklarını sürdüremeyip yok olurken, diğerleri de ehemmiyetlerden çok şey kaybettiler.

Eski Türklerin şehir manasına gelmek üzere, "balık" ve "Kend" kavramlarının kullanıldıklarını biliyoruz. Konut kavramı için de, "turug" yani "konak" ve "eb" yani "ev" deniyordu ve Uygur harfleriyle yazılmış olan Destanı'nda, "bedük ev" yani "büyük ev" deyişi tam manasıyla ve büyük bina ve saray olarak kullanılmıştır. Selçuk çağının başlarında "evlûk" yani "evlik-evli" denince "ev kadını" anlaşılırdı. "Evlig" sözü de, "evi olan-ev sahibi"ni ifade ederdi. İlk olarak XIV. yüzyılda kullanılan "duvar" kelimesi için, "tam" ve duvarcı için

TÜRKİYEDE KONUT MESELESİ

de "titigçi" denilmektedir. Eski Türkler'deki yerleşik hayatın en gelişmiş, iklim şartları ile evin şekli arasındaki çok yakın ilgiler olduğu ve her bölgenin durumuna göre evlerin dış şeklinin değiştiği belirtilmektedir.

Orta Asya Türkleri "komşu için "koynı" derken, Oğuzlar bu sözü "konşı" şeklinde kullanmışlardır. Kırgız Türkleri'de "gecelenen yer" manasına gelen "konuş" kelimesini kullanmışlardır. Bugün söylediğimiz "konum, komşu" sözünü Eski Türkler "Konum, konşı" şeklinde kullanmışlardır. Kısaca belirtmek gerekirse, Eski Türkler'in yerleşik hayata geçişte ve zamanın şartları içinde, iskan politikası uyguladıkları ve bu amaçla şehirler kurdukları seylenebilir.

Selçuklu ve Osmanlı'lardaki politika'nın daha müessir olduğunu görüyoruz. Çünkü, Anadolu'nun fethini gerçekleştiren Türk Boyları'nın göçü başıboş, gelişigüzel hareket, saldırı ve akınlar şeklinde olmamıştır. Eğer böyle olsaydı; bugünkü Türk vatani Anadolu olmayabilirdi. Zira, büyük devlet ve imparatorluklar kurabilmek için, yüzyılların oluşturduğu maddî ve mânevî kültür birikimine ihtiyaç vardır. Bu birikimi harekete geçiren faktör, istikrarlı bir şekilde yetiştirilmiş ve sağlıklı bir bünye'ye sahip nüfus potansiyelidir. Kısaca nüfus tarihinin belli başlı yapıcılarının biri olup, Selçuklu ve Osmanlı imparatorlukları'nın kuruluşunda da hareket ve haysiyet kaynağı olmuştur. Her iki dönemin mücizevî gelişmeleri, nüfusun kesâfet ve dinamizm derecesiyle, memleket içindeki dağılımına büyük ölçüde dayanmaktadır. Anadolu'da güdülen ustaca bir siyasetle, göçmen kitleleri muhtelif bölgelere yerleştirilmişlerdir.

Bizlere düşen görev, tarihimizi kendi gözümüzle yeniden süzgeçten geçirip düşünmemiz ve tefekkür etmemizdir. Ecdâdımız'ın adlî, içtimâî ve ahlâkî konularındaki hassasiyeti incelemeyle daha iyi anlaşılacaktır. Selçuklu döneminde başlayıp, Osmanlılarda devam ettirilen sosyal yapının tatbikatında, "vakıf sistemi"nin önemli bir yeri vardır. Toplumdaki sosyal dengenin önemli bir unsuru olarak görülen vakıflar; dîni, ahlâkî, iktisâdî ve siyâsî hedefler için kurulmuş müesseselerdir. Buralarda; beslenme, giyinme ve barınma'nın yanında hastalar tedavi edilmiş ve yetimlere sahip çıkılmıştır. İskân politikasının bu köklü yapısı, "konut meselesi"ni kendi bütünlüğü içinde çözmüştür.

Osmanlı İmparatorluğu'nun zayıflamaya başladığı yıllardan itibaren toplumsal huzursuzluklar ortaya çıkmıştır. 1683'lü yıllardan beri, Avrupa'nın ateşli silahları karşısındaki başarısızlığa, 1800'den itibaren ekonomik sıkıntılar ve batı'daki sanayileşmenin uzantısı olan etkiler eklenmiş ve İmparatorluğun yıkılmasına sebep olmuştur.

Cumhuriyetin ilânına kadarki dönemde, savaşların ve istikrarsızlıkların yaşanması, ekonomik ve sosyal alandaki sıkıntıları artırmıştır.

Türkiye, 1923'e büyük zorlukları yenerek geldi. Bu mücadelelerin neticesinde elde edilen zafer, başta Cumhuriyetimizin kurucusu Atatürk olmak üzere, onun vatan perver silah arkadaşlarına aittir. Atatürk, büyük Türk Milletine güvenmiş ve bu güvenden hareketle emsalsiz başarılar elde etmiştir. Siyasi istiklâl için, ekonomik istiklâlin önemini veciz bir şekilde belirterek 17 Şubat 1923'te I. İzmir İktisat Kongresi'nin toplanmasına öncülük eümüştür. Bu kongre başta olmak üzere, daha sonraki Meclis açış konuşmalarında da; Yeni Türkiye Cumhuriyeti'nin gündemindeki meselelerin "iktisadiyet" ve "memleketi mâmur etme" olduğunu belirtmiştir. Atatürk, memleketin mâmur edilmesi ve ülke îmarının düzenlenmesiyle ilgili olarak, detaylı bir hedefler demetini geliştirmiş, "iskân siyâseti" ve "yeni kentleşme politikaları"nın uygulanmasını sağlamıştır. Kendisinin "kentleşme, sanayileşme ve tarımda modernleşme" ile ilgili görüşleri "Nutuk"larından yer almaktadır.

Bir zamanlama uzmanı olarak Atatürk'ün bundan 63 yıl önce ve İzmir İktisat Kongresi

ndeki tarihi kararlarda, önemle ele alınmasını belirttikleri ve çözüm için getirdikleri köklü tedbirlerle yalaşmda bulundukları "iskan" ve buna bağılı olarak :konut:: meselesi, giderek muhtelif boyutla kazanmış ve günümüzde devletin en önemli meselerinden biri haline gelmiştir.

Târiht gelişimi, kısaca ve ana hatlarıyla belirttikten sonra, modern anlamda konut kavramının ne olduğunu, Cumhuriyet Dönemi itibariyle ve günümüze kadar kaydedilen gelişmelerin neler olduğunu açıklamaya çalışalım.

Konut kavramı, dilimizdeki "mekan", ev ve yuva kelimelerinin ifade ettiğı mânâların bileşkesi olarak kullanılan bir kavramdır. Ayrıca, konup-göçmekten gelen bir mana da ifade etmektedir.

Milletimiz evini basit bir barınak, ya da dam altı olarak göstermemekte, sıcak bir yuva olmanın yanında, toplumun pekçok müesseselerinin yer aldığı ve değerlerinin yaşandığı anlamlı bir mekândır. müesseselerin yaşatıldığı "ev" çeşitli fonksiyonel (komşuluk, misafirlik, ibâdet, dernek vb.) görevler yerine getirir. Sahipliğın ve âdiyetin ifâdesi mekân (konut), emniyetin ifadesi "yuva"dır.

Kendini yerleşik ve emniyette hissetmeyen kişilerin, kalıcı çevrelerine faydalı olmaları ve hatta "bağlılık" duymaları da güçtür. Bu temel gerçekler'den hareketle Cumhuriyet dönemine (1950 öncesi, 1950-1960 arası, 1960-1980 arası ve 1980 sonrası) dört kısım halinde tahlil edeceğiz.

Yukarıda belirttiğimiz gibi, Cumhuriyetin ilk yıllarında çizilen temel politikalarda, kalkınmaya yönelik altyapı yatırımları ve tedbirleriyle iskan (yerleşim) politikasına önemle yer verilmiştir. Ancak, daha sonraki yıllarda artan toplum istekleri ve kıpırdama gösteren yatırıma yönelik gayretler, iskân alanında az da olsa hissedilmeye başlayan meseleler oluşturmaya başlamıştır. Konut sektörüyle dolaylı ilişkisi bulunan 8 kanun ve 1 tüzük çıkarılmıştır. Bugün konut sektöründe önemli bir araç olarak görülen yapı kooperatifçiliğı uygulaması'nın ilk denemesi de 1934'de kurulan "Bahçelievler Yapı Kooperatifi" ile gerçekleştirilmiştir. Diğer gelişmeler 1580 sayılı Belediyeler Kooperatifi Kanunu, Türkiye Emlâk Kredi Bankası Kuruluş Kanunu ve 4792 sayılı İşçi Sigortaları Kanunu ile mevzuat düzenlemelerinin yapılması olarak sayılabilir.

1950- 1960 arasında konut meselesi kendisinden bahsettirir olmuştur. Problemin ilk etkisi kent merkezlerinde sanayileşme hareketlerinin sonucu olarak kırsal alandan kente doğru başlayan nüfus hareketidir. Bu dönemde, kent nüfusu %5.4 ve kırsal nüfus %2.9 artmıştır. Genel nüfusun da %2.8'lik bir dönem artışıyla, başka sanayi merkezi durumundaki kentler olmak üzere, ülke genelinde "konut meselesi"ni gündeme getirmiştir. Artık Başına bir sektör haline gelen "konut sektörü" üzerindeki tedbir ve denetim yetersizliğı, "gecekondulaşma" hissesini ortaya çıkarmıştır.

Ülkenin değişmeye başlayan sosyal ve ekonomik şartları karşısında devlet, konuyla doğrudan ve dolaylı ilgisi bulunan 6 kanun, 1 nizamname ve 1 talimatnâme çıkarmıştır. Önemli kanunlar, "Bina Yapımına "Teşvik Kanunu", "İmar ve İskan Bakanlığı Kuruluş Kanunu" ile "Âfetler Kanunu.. olarak sayılabilir. Yapı Kooperatiflerinin sayısında önemli artış oluş, Ankara'da 200 ve Türkiye'de 5088'i bulmuştur.

1960-1980 arasındaki 10 yıllık devrede, Türk Milleti ve devlet yapısında önemli gelişme ve değişimlerin olduğunu görüyoruz. Bu devletin görevleri çoğalmış 1961 Anayasası ile "Sosyal devlet" kavramı ağırlık kazanmıştır. Bu anlayışlı, devlet yapacağı yatırımların ve götüreceğı hizmetleri'de pahnlamak ihtiyacı duymuştur. 27 Mayıs 196-, 12 Mart 1971 ve 12 Eylül 1980 tarihlerinde demokrasiyi tehdit eden sosyo-ekonomik meselerin baskısı altındaki devlet, ağır bunalımlara sürüklenirken, Türk Silahlı Kuvvetlerince müdahaleler yapılmış ve

TÜRKİYEDE KONUT MESELESİ

etkin tedbirler almak lüzumu duyulmuştur. Bu dönemin, 1980'e kadarki gelişmeleri çok yönlüdür. Zira biraz önce belirttiğimiz sosyal devlet olma vasfı kanunun başlığında "mesele" olarak belirtmek ihtiyacını gerekli kılmıştır. Çıkarılan kanun sayısı, 1961 Anayasası dahil 13, Tüzük, Yönetmelik ve Talimat sayısı 8'dir. Bu alandaki kanunlar, "Sosyal Sigortalar Kurumu Kanunu" ile "Bayındırlık Bakanlığının Kuruluş Kanunu" olup, konut meselesiyle doğrudan ve dolaylı olarak ilgileri vardır.

Devletin kooperatifler eliyle vatandaşları konut sahibi yapma çabaları, 1962'den sonra (S.S.K.Kredileriyle) hızlanmış ve 285 bin sigortalı bu imkandan faydalanmıştır. Planlı döneme geçişten itibaren ekonominin birçok kesiminde kurulması özenderilen kooperatifler gide-rek aktif bir görev ifâ etmişlerdir.

Nüfus, göç, kentleşme, sosyal güvenlik kavramı, gelir, ailelerin küçülmesi, evlenme ve mevcut konutları yenileme isteklerinden kaynaklanan konut ihtiyacı, bu sektörün kendi iş-leyişi içinde çözülmeye çalışılmış; ancak üretimin belirleyici faktörleri (finansman, yapı tek-nolojisi, ana teşkilatlanma vb.—'ndeki sınırlı imkanlar sebebiyle, konut talebi sağlıklı bir şe-kilde karşılanamamıştır.

1980'den sonra gelişmeleri incelemeye başlamadan, bu noktadaki toplum yapısını belirlemek istiyoruz. Yazar Taha Akyol, 1980'lerde Türkiye adlı kitabında şu cümlelere yer veriyor.

"Türkiye zor günler yaşıyor, buna itiraz eden yok. Ama Türkiye gerçekten de tarihinin en zor günlerini mi yaşıyor? Öyleyse bu zorluklar nasıl zorluk ki, Türkiye'yi Mondros Müta-rekesinin en zor ve utanç verici şartlarından daha ağır olarak pençesi altına olmuş olsun"

Bu cümleler Türkiye'nin bunalımda geldiği noktaya ifade ediyor. Nihayet, yazarın ciddi-yetle ifade ettiği bunalıma devlet 12 Eylül 1980'de dur diyor. Devlet otorite ve gücünün tesiri ile yeni kanun hazırlıklarılarına geçiliyor. Bu tarihten önce "24 Ocak İstikrar Tedbirleri" ve "Millî Konut Politikası Kararnâmesi" çıkarılmıştır. 12 Eylül'den sonraki devlet görüşü'de "konut meselesi"nin ulaştığı tehlikeli boyutları görüyor ve ilk ciddi girişimi 1981'de "2487 Sayılı Toplu Konut Kanunu"nun çıkarılmasıyla gerçekleştiriliyordu. Bu kanun, muhtelif se-beplerle beklenen etkinliği sağlayamamakla beraber, önemli bir kanun, 7 Tüzük ve Yönet-meilik ile çok sayıda KHK ve Talimatların çıkarıldığı son, 5.5 yılda, reform niteliğinde düzen-lemeler yapılmıştır. Konut meselesi, 1982 Anayasasına girmiş, kooperatifçilik alanında ve yine Anayasa hükmüyle "denetim" kavramından bahsedilir olmuştur. Bununla'da kalınma-mış ve devlet Anayasanın 57. maddesiyle verilen görevi "Devlet, şehirlerin özelliklerini ve çevre şartlarını gözeten bir planlama çerçevesinde, konut ihtiyacını karşılayacak tedbirleri alır, ayrıca toplu konut teşebbüslerini destekler." yerine getirmek üzere 2.3.1984'de kabul edilen 2985 Sayılı "Toplu Konut Kanunu"nu çıkarmıştır.

Toplu konut Uygulamasıyla getirilen imkânları, sınırlı zamansız içinde belirtmek müm-künkün olamadığı için özet bilgiler verip, kanunla ilgili uygulama sonuçlarını "mikro anket" denemesiyle ilgili verilere temas edeceğiz. "Toplu Konut Kanunu"nu tanıtmadan önce, Tür-kiye'nin bu kanundan önceki yapısını yansıtan bazı verilere yer verelim.

Türkiye'de "konut meselesi"ni belirleyen faktörlerin başında nüfus artışı (yıllık %2.1), şehirleşme (yıllık %4.6(ve sanayileşme ile refah devleti olma çabaları sayılabilir.

Bilhassa, sanayi sektörünün tarım sektörünü 1977'den sonra geride bırakması, sanayileş-me oranı ve şehirleşmenin arttığını, buna bağlı olarak konut talebinin yükseldiğini göster-mektedir. Bununla da kalmayıp, Devlet İstatistik Enstitüsünce, 1984'de başlatılan "bina sa-yımı" ile ilgili anket neticeleri incelenirse durum memnuniyet verici değildir. Buna göre ül-kemiz'deki 4.387.971 binanın sadece 1.302.697'si sağlam geriye kalan 3 milyon'dan fazla bina ise sikkh olmayan şartlara sahiptir. Belediye teşkilatının bulunduğu yerlerdeki binaların

Hakan KOÇ

866.941 tanesinde sıhhi tesisat borusunun olmaması ve yaklaşık 700.000 tanesinde elektriğin bulunmaması da düşündürücüdür.

1980'li yıllarda sanayileşme bakımından "geçiş toplumu" olarak nitelenen ve bunun izleri yaşanan Türkiye'de, alt kültür gruplarının oluşması da, konunun diğer önemli bir boyutudur. Sanayileşme, geleneksel "aşiret", "kabile", "hemşehri" yapılarını bozmakta ve bu kimliğe sahip insanların gecekondulara göçmesine sebep olmaktadır.

Weber sosyolojisi kavramlarıyla belirtmek gerekirse, "verilmiş statü" değerleri "kazanılmış statü" için harekete geçirilir. Köyden şehire gelen insan, "kazanılmış statü"yü elde etmek için geleneksel bağlarını seferber eder.

"gecekondu" kültürü olarak isimlendirilen bu durumu" bir ozanın şu cümleleri vezir bir şekilde dile getiriyor.

"Geçimi zorlaşan köyden kopuyor
Konu komşunun elini öpüyor
Şehre gelip gecekondu yapıyor
Güneşi göremeyen koylarımız var"

Devletin konut üretimini artırıcı uygulamaları, doğrudan üretim veya tüketimi teşvik edici düzenlemeler olarak düşünülebilir. Üretimi teşvik etmenin ana aracı "Toplu Konut Kanunu'nun uygulanmasıdır. Kanunla getirilen "fon" kavramı bir nevi "oto finansman" niteliği taşımaktadır. Daha sonra çıkarılan "uygulama Yönetmeliği"de kanuna işlerlik kazandırmıştır.

Toplu konut Kanunu'nda Yapı Kooperatiflerinin önemli bir yeri vardır. Belki de, kanunun başarısını kooperatiflerin konut sektöründeki payı tayin edecektir. 15 Kasım 1985 itibarıyla, kanunla getirilen fon imkanlarından faydalanan kooperatif sayısı 3.337 ortak sayısı 206.852, açılan kredi 358.0 milyar ve fon kaynaklarından yapılan ödeme 175.1 milyar TL'dir.

Türkiye'de nisan 1986 ayı içinde Valilik Makamının 12.3..1986/472 sayılı müsadresiyle yapılan "2985 Sayılı Kanunun Uygulanmasıyla" ilgili anket sonuçlarının ortaya koyduğu veriler şöyledir:

Anket Çankırı İl merkezinde 40 ve ilçe merkezlerinde 12 olmak üzere toplam 52 kooperatife yönelik yapılmış olup, konut yapımıyla ilgili hazırlıklarını tamalayan aktif kooperatif sayısı 45'dir. Bu kooperatiflerden 2'si yeni, 32'si 1-5 yıl ve 18'i 5 yıldan fazla kuruluş süresine sahiptir. Ortak sayıları 15'inde 7-20 kişi, 25'inde 21-50 kişi, 8'inde 51-100 kişi ve 4'ünde 100 kişiden fazladır.

Sermaye ve özvarlık itibarıyla 4 kooperatifinki 10.000 TL.'den az, 16'ında 10 bin ile 5 milyon arasında, 8'inde 5-10 milyon, 10'nda 10-50 milyon, 8'inde 50-100 milyon TL.'lik imkanları vardır. 48 kooperatif arsa temin etmiş, 4'ü henüz arsa almamıştır. Arsaların 6'sı 100-500 m, 8'i 501-1000 m, 34'ü ise 1000 m den büyüktür. Yine bu arslardan 14'ü imarlı ve Toplu konut alanında, 31'i imarlı ve toplu konut alanı dışında, 3 kooperatife (Merkez 1, Kurşunlu 1, Korgun 1) ait arsalar imarsızdır. Konut inşaatı için ruhsat alan kooperatif sayısı 46'dır.

Arsa alımıyla ilgili problemin olup-olmadığına 28 kooperatif cevap vermiş ve bunlardan 6'sı "resmî daireleri", 22'sinde belediyelerin tutumunu dile getirmiştir. Bu soruya verilen cevapların %78'i belediyeleri ve % 22'sinde resmî daireleri ilgilendirmektedir.

Daire maliyetlerinin dağılımı ise, 3'ünde 2 milyon TL, (eski maliyet), 21'i 2-5 milyon TL, 19'u 5-7 milyon TL ve 5'de 7-10 milyon TL. şeklindedir.

Kuruluş sırasındaki problemleri için, 9'u ortaklar, 12'si İl yönetimi, 12'si Bakanlıkla ilgili sıkıntılarının olduğunu belirtirken, 12'si bu konuda sıkıntılarının olmadığını belirtmiştir.

45 kooperatiften 8'i alt yapı problemlerinin olduğunu 37'si olmadığını ifade etmiştir.

2985 Sayılı kanunun yeterli olup-olmadığı sorusuna 30 kooperatif yeterli (%58'i) ve 22'si yetersiz (%42'si) cevabını vermiştir.

Kooperatifler, yoruma dayalı sorular için, Toplu konut alanları yetersiz, mevzuatla ilgili hükümler tanımlıyor, bürokratik işlemler çok, krediler miktar olarak az, faizleri yüksek, çevre düzenlemesi, ruhsat, altyapı, kat sınırlaması, maliyet değişkenliği ve kırtasiye işlemlerinin çokluğu şeklinde cevaplar vermişlerdir.

Çankırı'daki kooperatifleşme eğilimi Türkiye ortalamasının altındadır. Buna göre 1976 Nisan ayında Türkiye nüfusu 51.4 milyon şehir nüfusu 24.7 milyon yapı kooperatifi sayısı 26.002 (Nisan 1986) dır. Çankırı'da il nüfusu 267.322 ve şehir nüfusu 40.856'dır. Türkiye de her 1/1977, şehinde 1/950 kişi kooperatif mensubu iken, Çankırı ilinde 1/5140 ve şehir merkezinde (40 kooperatife göre) 1/1.020 oranını göğüyoruz.

Toplu Konut Kanunu uygulaması yönünden Çankırı'daki kooperatifleşme sayı olarak artmış olmasına rağmen, Toplu Konut alanları yetersizdir. Zira mevcut kooperatiflerin 14'ü (%26) Toplu Konut alanında ve 38'i (% 74) dışındadır.

1985 yılı itibarıyla halen Çankırı ve İlçe merkezlerinde 781 Gecekondu 1.442'de imar mevzataına aykırı yapı vardır.

Muhtelif yönleriyle incelediğimiz konut meselesi için tespitlerimiz şunlardır.:

Yeryüzünde hiçbir mellele nasip olmayan sistematiik uygulamaların Türk'lerde mevcut olduğumu görüyoruz. Bunlardan " devlet-baba geleneğimiz" bilinen yazılı tarihimiz kadar eski ve sağlam bir özellik taşımaktadır.

Eski Türkler'de, Selçuklu ve Osmanlılar'da ciddi bir iskan politikası tatbik edilmiştir. Cumhuriyet döneminde ise, büyük Atatürk'ün önderliğinde I. İzmir İktisat Kongresi düzenlenmiş, yine Atatürk tarafından, köklü tedbirlerle "iskan siyaseti" ve "yeni şehirleşme" politikaları tatbik edilmiştir.

1950 öncesinde hareket kazanan, 1950-1960 arasında devam eden ve 1960'dan sonra hızlanan sanayileşme ve şehirleşme gayretleri çok yönlü meseler meydana getirmiştir. Bunların sonucunda toplumsal dengenin bozulmasıyla, kültür yapısında sarsıntılar yaşanmıştır. 1970'lere karad tarım toplumu olan ölkemiz, sanayileşme ve sanayi toplumu olma özleminin bocalaması içindedir.

Türkiye, çağdaş uygarlık seviyesinin üzerine çıkmak ölküsüyle, kalkınma çabalarında sanayileşmeye ağırlık veren bir ölkedir.

Yıllık % 2'nin üzerinde genel ve % 4.6 şehir nüfus artış hızına sahip olan Türkiye'nin konut talebi hızla artmış ve yıllık 300.000 birim olmuştur. Mevcut binaların 3/4 muhtelif problem ve eksiklikleri vardır.

1980 'e kadar getirilen yenilikler ve mevzuat düzenlemeleri yeterli olmamış, problemler hızla artmıştır.

Konut meselesi; sosyo-kültürel, "norm-değer" niteliği taşıyan ve alt kültür olarak isimlendirilen "Gecekondu kültürleri" ni ortaya çıkarmış ve "verilmiş-kazanılmış statü" leri mücadelesinin zemin hazırlamıştır.

1982 Anayasasının "Konut Hakkı" ile ilgili hükümleri devlete önemli görevler vermiş ve devlet'de bu görevlerinin bir bölümünü 2985 sayılı kanun çıkarmakla yerine getirmiştir.

Konut meselesiyle ilgili tekliflerimiz üç ana konuda toplamaktadır. Bunlar kültürel, yapı kooperatifleri ve Toplu Konut Kanunun'yla ilgilidir.

1- Kültürel Tedbirler:

— Sosyal ve ekonomik bunalımların eklenmesiyle oluşan kültür boşluğu ve "kimlik kavramı" dikkatle ele alınmalıdır.

— Eskiden beri toplum hayatına ve insan davranışlarına yön veren "norm" ların "anorm" haline dönüşmesi önlenmelidir.

— Devletin güçlülüğü için, kişinin kendine güven duyması, toplundaki güven duygusunun yaygınlaşması ve milli şuur aktivitesi canlı tutulmalıdır.

—Bugünkü toplumun meseleleri için getirilecek tedbirler onun ihtiyaç ve beklentilerine cevap verici olmalıdır.

—Gecekondulaşma ıslah edilirken, fiziki tedbirler kültürel tedbirlerle ve bir şefkat duygusu içinde yürütülmelidir.

2—Yapı Kooperatifleri İle İlgili Tedbirler:

—Türk Kooperatifçilik hareketinin mazisi çok eskilere dayanmakta ve toplumsal kalkınma aracı olarak görülmektedir. Yapı kooperatifçiliğinde 1934'den beri geliştirelmiş ancak bu alandaki rakama dayalı artış beklenen katkıyı sağlayamamıştır. Bu konuda, ihtiyaç duyulan mevzuat çalışmaları tamamlanmalıdır.

—Kooperatifçilik fikriyatı'nın temilindeki "estetik" dengeyi muhafaza edici tedbirler yapı kooperatifçiliği için de düşünülmeli ve geliştirilmelidir.

—Kooperatifçilik eğitimi, yapı kooperatifçiliği için de elzemdir.

—Kooperatifçiliğin haksız yere yıpratılması önlenmeli ve bilhassa, yapı kooperatifleri için bu konuda hassasiyet gösterilmelidir.

—Yapı kooperatifleriyle ilgili Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ile taşra teşkilatlarının, rehberlik niteliğinde fonksiyonel görevler yapmaları ve "eğitim fonu" nda oluşan potansiyeli daha etkin değerlendirmeleri gerekir.

—Yine aynı Bakanlığın kooperatiflerle ilgili istatistiki çalışmaları ve arşiv hizmetleri etkinleştirilerek, bilim adamı ve kooperatifçilerin hizmetine sunulmalıdır.

—Yönetim ve denetim faaliyetlerinde etkin tedbirler alınmalıdır.

3—Toplu Konut Kanunuyla İlgili Tedbirler:

—2985 sayılı kanuna istinaden getirilen "Fon" 'un kaynakları genişletilmelidir.

—Kooperatiflerin, kanunda yapılmasını talep ettikleri değişiklikler ve yenilikler dikkate alınmalıdır. (Çankırı'daki enkete göre kooperatiflerin % 42'si Kanunu yeterli bulmamıştır.)

—Valiliklerce İlân edilen toplu konut alanları genişletilmeli(Çankırı'da toplu konut alanına dahil kooperatif sayısı 14 ve oranı % 26)'dır.

—Diğer yatırım alanlarında olduğu gibi konut sektöründe de devlet-özel sektör işbirliği yapılmalı ve konut piyasası daha da canlı hale getirilmelidir.

—Dar gelirli halkın ihtiyaçlarını gözetecek şekilde, toplu konut üretim sistemiyle öngörülen tedbirlerin kapsamı genişletilmelidir.

—Vatandaşın konut meselesinin çözümünde ortaya konun devlet gücü, toplumun tüm kesimine yaygınlaştırılmalı " devlet-millet işbirliği sağlanmalı" devlet -baba geleneği tam olarak uygulanmalı, devlete ve millete bağlılık şuurı geliştirilmelidir.

—Bütün bu gerçeklerin yanında: Türkiye'deki konut açığının sağlıklı çözümü için, teşkilatlanma, finansman ve teknolojik olarak ihtiyaç duyulan birikin "mevcut model" Geliştirilerek karşılanmalıdır.

—Bu gerçeklerin dikkate alınmasın hen kanun uygulamasının etkinliğini temin etmeyecek, hem de tebliğimizde önemli yer verdiğimiz " Sosyal değişim" hadisesi daha ağır problemler meydana getirecektir.

"II. Kooperatifçilik Günü" 'nün milletimize ve kooperatifçiliğimize hayırlı ve uğurlu olmasını diler, bu mutlu günümüzde aranımıza katılmakla bize şeref veren siz sayın davetlilerimize teşekkürlerimi, saygılarımı sunarım.

**TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU YAYINLARI VE
KURUMDAN SAĞLANACAK KİTAPLAR**

	KDV
	<u>Dahil</u>
1- Tarımsal Kalkınmada Kooperatifçilik VI. Türk Kooperatifçilik Kongresinde verilen Tebliğ ve Tartışmalar (2 Cilt)	250.-TL
2- 1163 Sayılı Kooperatifler Kanununun Uygulanmasında Kooperatiflerin Durumu ve Sorunları VII.Türk Kooperatifçilik Kongresinde verilen Tebliğ ve Tartışmalar	350.-TL
3- Kooperatiflerin Ekonomik ve Sosyal Kalkınmasındaki Rolü ve VIII. Kongre Tebliğ ve Tartışmaları	350.-TL
4- Ekonomik ve Sosyal Gelişmeler Karşısında Türkiye'de Kooperatifçilik Politikası IX. Türk Kooperatifçilik Kongresi Tebliğleri	350.-TL
5- X.Türk Kooperatifçilik Kongresi Tebliğleri	600.-TL
6- Az Gelişmiş Ülkelerin Ekonomik ve Toplumsal Kalkınmasında Kooperatiflerin Rolü	150.-TL
7- Dünya Kooperatifçiliğinden Örnekler	150.-TL
8- Çeşitli Ülkelerde Toprak Reformu Uygulamaları	150.-TL
9- Kooperatiflerde Muhasebe	150.-TL
10- Az Gelişmiş Ülkelerde Kooperatif ve Devlet	150.-TL
11- Kooperatif Şirketler	100.-TL
12- Kooperatifçilik ve İlkokul	100.-TL
13- Kooperatifçilik Bilgisi	150.-TL
14- Büyük Mağazacılık ve Tüketim Kooperatifçiliği	150.-TL
15- Kooperatifçilik ve Kooperatifçilikle İlgili Yayınlar Bibliyografyası	150.-TL
16- Türk Kooperatifçiliği Üzerine Düşünceler	150.-TL
17- Kooperatiflerin Vergilendirilmesi ve Vergi Sorunları	200.-TL
18- Türkiye Ekonomisinde Tarımsal Amaçlı Kooperatifçilik İşletmeleri	400.-TL
19- Kooperatiflerin Dış Ticaret Açısından Milli Ekonomiye Katkıları	600.-TL
20- Köy Kalkınma Kooperatiflerinde Yönetim	200.-TL
21- Atatürk ve Kooperatifçilik	200.-TL
22- The Co-operative Movement In Turkey And Its Expected Develop.	250.-TL
23- Co-operatives In Developing Countries And Turkish Experience	250.-TL
24- A Comparative Study of Agricultural Cooperatives And Their Marketing Functions On Foreign Trade In Turkey And In The United States Of America	1200.-TL
25- Çorlu İlçesi Seymen Köy Kalkınma Kooperatifinde Grup Tarımının Ekonomik Analizi	500.-TL
26- Vakıflar Tüzüğü	200.-TL
27- Karınca Dergisi Kooperatifçilikle İlgili Bibliyografya	1000.-TL
28- XI. Türk Kooperatifçilik Kongresi (Tebliğler).....	1200.-TL
29- XI. Turkish Co-operative Congress	1200.-TL
30- Türkiye'de Kooperatiflerin Verimli Çalışmaları Açısından Yatay ve Dikey Bütünleşme Hareketleri	1000.-TL
31- Tarımsal Üretimde Kooperasyon ve Türk Tarımına Uygulanabilirliği	750.-TL
32- Dünya'da Mekan Konut Kooperatifleri Semineri	600.-TL
33- Altı Bilezik Esn. ve Sanat. Kef. Koop. Semineri (Tebliğler)	400.-TL
D E R G İ L E R İ M İ Z	
ÜÇ AYLIK KOOPERATİFÇİLİK DERGİSİ YILLIK ABONESİ	2.000.-TL
AYLIK KARINCA DERGİSİ YILLIK ABONESİ	3.600.-TL
ALTI AYLIK COOPERATION IN TURKEY DERGİSİ YILLIK ABONESİ	3.000.-TL

NOT: ÖDEMELİ GÖNDERME USULÜ BAZI AKSAKLIKLAR NEDENİYLE UYGULANMAMAKTADIR

AYRICA: Satın alınacak kitapların bedelleri yekûnuna 1 adet kitap olur ise 50.-TL listedeki kitapların yarısı olduğu takdirde 500.-TL, bütün kitaplar istendiği takdirde 1.000.-TL PTT masrafını ekleyip Kurumun "T.C.Ziraat Bankası Ankara Kızılay Şubesindeki 630/4 sayılı hesabına" yatırılır ve bir mektupla Kuruma istenen kitaplar bildirilirse hemen adresinize postalanır.

ADRES: Mithatpaşa Caddesi NO: 38/A Yenî Şehir-ANKARA
TELEFON: 316125-316126

Kendi imzanızla
paraya dönüştüreceğiniz
Emlak Kredi garantisi

**TEK
GEK**



**TÜRKİYE
EMLAK KREDİ
BANKASI**
size avantaj sağlar

KOOPERATİFÇİLİK

Founded in 1931

Kooperatifçilik is the publication of the Turkish Co-operative Association, it is published four times a year. The subscription price to the review is \$ 4 a year, air mail included. Correspondance relating to the review should be sent to «Türk Kopperatifçilik Kurumu, Mithatpaşa Caddesi 38/A, Ankara - Turkey.» The Turkish Co-operative Association assumes no responsibility for the views expressed by authors whose articles appear in Kooperatifçilik.

Proprietor on behalf of
The Turkish Co-operative Association
Hüsni POYRAZ

Editor - in - chief
Prof. Dr. Rasih Demirci
Editorial Board

Doç Dr. Celâl ER

Doç.Dr. Orhan ARSLAN Halil BİLİCİ Prof.Dr. Rasih DEMİRCİ
Ayhan İNAL

Each issue of the review will contain some articles, research notes, communications book review, announcement and news notes on Co-operatives in English or French language. But the review is mainly issued for the Turkish readers. For that reason the contents will be mainly Turkish.

-----Managing Board-----

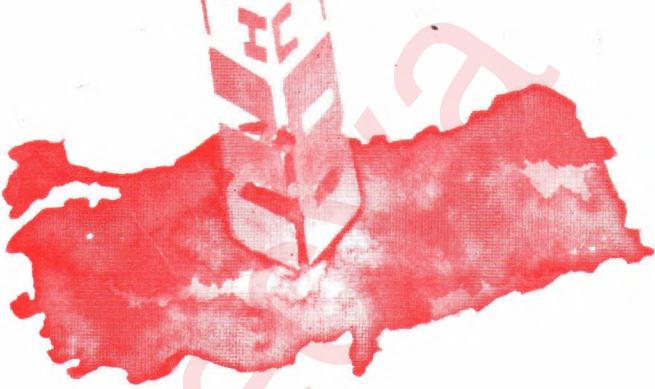
Hüsni POYRAZ	: President
Niyazi YÜKSEL	: Vice President
Turan TEKELİ	: Treasurer
Prof.Dr.Rasih DEMİRCİ	: Member
Dr.Mustafa DOYUK	: "
Doç.Dr.Celâl ER	: "
Dr.Şenol ERDOĞAN	: "
Aydın İMAMOĞLU	: "
Nafiz İMAMOĞLU	: "
Ayhan İNAL	: "
İrfan Ünver NASRATTINOĞLU	: "
Kâmil ÖZDEMİR	: "
Yrd.Doç.Dr. Atilla ÖZER	: "
S.Akın ŞEHİRLİOĞLU	: "
M.Nedim YILMAZ	: "

-----BOARD OR AUDITORS-----

Nail TAN	: President
----------	-------------

T.C. ZİRAAT BANKASI'na

gelin



**tasarrufunuzla
ulusal
kalkınmaya
katılın**

ZB