



Kooperatif Postası

KARINCA

HAZİRAN 2022 YIL: 89 SAYI: 1026 ISSN: 1300-1450





KARINCA

Yıl: 89 Sayı: 1026
Haziran 2022

ISSN: 1300 - 1450

Türk Kooperatifçilik Kurumu Basın, Yayın, Araştırma
Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri İşletmesi Adına

Sahibi

Prof. Dr. Ali Fuat ERSOY

Yazı İşleri Müdürü ve Baş Editör

Prof. Dr. Hasan YAYLI

Editörler Kurulu

Prof. Dr. Nurettin PARILTI

Prof. Dr. Serdar SAĞLAM

Prof. Dr. Muharrem ÇETİN

Prof. Dr. Turhan ÇETİN

Prof. Dr. Haşim ÖZÜDOĞRU

Prof. Dr. Hasan YAYLI

Prof. Dr. Mehmet BAŞ

İdare ve Yazışma Adresi (Yönetim Yeri)

Head Office and Correspondence Address

Mebusevleri Mah. Turgut Reis Cad. No: 15/6

06570 Çankaya - ANKARA

Tel: (0312) 472 99 59 - 472 99 11

Belge Geçer: (0312) 472 97 64

www.koopkur.org.tr

koopkur@gmail.com

admin@koopkur.org.tr

Hesaplarımız

T.C. Ziraat Bankası Anadolu Meydanı Şubesi

Hesap Nu: 7970378-5004

IBAN: 15 0001 0012 8207 9703 7850 04

Abone Şartları

Yıllık Abone Bedeli: 225 TL. (KDV Dahil)

Fiyatı: 18,75 TL. (KDV Dahil)

The Subscription Price to the review is (USA Dollars)
24 a year, airmail included Correspondence relating to
the review should be sent to

"Türk Kooperatifçilik Kurumu" Basın, Yayın, Araştırma
Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri İşletmesi Adına
Mebusevleri Mah. Turgut Reis Cad. No: 15/6

06570 Çankaya - ANKARA

20 Mayıs 1931'de kurulan kamu yararına çalışır,

TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

Basın, Yayın, Araştırma Danışmanlık ve Eğitim

Hizmetleri İşletmesinin aylık dergisi

"KARINCA" is the monthly journal of Turkish Cooperative

Association founded in 1931

Yazılarda savunulan fikirler yazarlarına aittir.

Gönderilen yazı ve haberler iade edilmez

Yazılar elektronik ortamda teslim edilir.

Yayın Türü

Yaygın Süreli Yayın

Basım Tarihi

30 Haziran 2022

Basım Yeri & Tasarım

GÜVEN MATBAACILIK

Ali Ferhat ÖREN

Kazım Karabekir Cad. 39/47 İskitler/ANKARA

Tel: 0312 342 02 82 Faks: 0312 342 02 32

info@guvenmatbaacilik.net

Bu Sayıda.....

BAŞYAZI	3
ÖZDEM SATICI TOPRAK KOOPERATİFLERDE TİCARET UNVANI	5
HASAN YAYLI TÜRKİYE'DE KOOPERATİF İSTATİSTİKLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME	8
FERHAT GÜNGÖR KAŞ'TA TURİZM VE TURİZM POTANSİYELİ (1)	12
NAZİLA MAHDAVİKİA BİR REKABET ARACI OLARAK TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ (SCM), KRİTERLERİ VE SÜREÇLERİ	30
YETER DEMİR USLU SAĞLIK HİZMETLERİNDE DİJİTALLEŞME	35
MERVE ŞENER DUYGUSAL ZEKÂ	40
VEDAT SADIOĞLU TÜRK KOOPERATİFÇİLİK BAYRAMI VE DÜNYA KOOPERATİFÇİLİK GÜNÜ ÜZERİNE GENEL BİR DEĞERLENDİRME	45

*Dergimizde yayınlanan yazıların sorumluluğu
yazarlarına aittir.*

Başvazı

Değerli Kooperatif dostları,

1972 yılında İsveç'in Stockholm kentinde yapılan Birleşmiş Milletler Dünya Çevre Konferansı'nda alınan bir kararla, 5 Haziran günü Dünya Çevre Günü olarak kabul edilmiştir. Ülkemizde de 5 Haziran'ı içine alan hafta Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığınca duyurulacak bir temayla her yıl **"Türkiye Çevre Haftası"** olarak kutlanacak. Her yıl farklı bir temada, **"Tek Bir Dünya"** sloganıyla kutlanan Dünya Çevre Günü; 2022 yılında sürdürülebilir, doğa ile uyumlu, daha temiz, daha yeşil yaşam vurgusunu ön plana çıkaran bir yaklaşımla kutlanması için Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan imzası ile Resmi Gazetede bir genelge de yayımlanmıştır. Genelgeye göre; doğal çevrenin korunması, sürdürülebilir yaşam çevrelerinin oluşturulması, iklim değişikliği ile mücadele konularında çevre bilincinin her geçen gün giderek arttığı ülkemizde Dünya Çevre Günü kutlamalarının daha katılımcı, çok paydaşlı şekilde gerçekleştirilmesi, çevre sorunlarının ve gelişmelerin değerlendirilmesi amacıyla her yıl 5 Haziran tarihinin bulunduğu hafta Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı tarafından duyurulacak bir temayla **"Türkiye Çevre Haftası"** olarak kutlanacak.

Türkiye Çevre Haftası kapsamında düzenlenecek tüm etkinlikler Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığınca belirlenecek usul ve esaslar çerçevesinde ilgili kamu kurum ve kuruluşlarla birlikte yürütülecek. Söz konusu etkinliklerden Cumhurbaşkanlığınca belirlenecek olanlar ise Cumhurbaşkanlığı himayesinde yapılabilecek.

Uluslararası arenada ise 2021'de başlayan **BM** Ekosistemi Yenileme On Yılı kapsamındaki ilk kutlama olan 5 Haziran 2022 Çevre Günü teması, geçmişten bugüne atıfla **"Sadece Tek Bir Dünya"** olarak seçilerek, gezegenimizi yenileme ve koruma için küresel ortaklaşa eylem çağrısı ile güçlendirilmiştir. Dolayısı ile 5 Haziran Dünya Çevre Günü teması bu yıl **"Sadece Tek Bir Dünya"** olarak seçildi. Evrende milyarlarca galaksi var. Galaksimizde milyarlarca gezegen var. Ama **"Sadece Bir Dünya Var"**.

Özellikle iklim değişikliği ve biyolojik çeşitliliğin azalması başlıkları altında yok sayamayacağımız, endişe kelimesinin yetersiz olduğu, korkmak gereken bir durumdayız. Geleceğimizi güvence altına almak, yeni salgınları önlemek için iklim değişikliği, biyoçeşitlilik kaybı ve kirlilik sorunlarımız için siyasi, ekonomik ve teknik çözümler bulmalı, daha sürdürülebilir üretim ve tüketim yaklaşımları geliştirerek doğa ile barışmalı, **"Sadece Tek Bir Dünya" var diyerek tüm ekosistem için yaşamı sürdürülebilir kılmalıyız."**

Stockholm çevre konferansının sonunda üye ülkelere tavsiye niteliğinde kararlar içeren bir bildirge yayınlanmıştır. Bu bildirmede yer alan hususlar zaman içinde üye ülkeler tarafından mutlak anlamda uygulanmamış olsa bile dünyada önemli etkiler bıraktığı açıktır.

Zira 1972 sonrası dönemde hem uluslararası kamuoyunda “**çevre sorunları**” önemli bir sorun alanı olarak üzerinde durulmaya başlanmış ayrıca başta gelişmiş ülkeler olmak üzere bir çok ülkede, hükümet programlarında ve seçim beyannamelerinde “**çevre sorunları**”nın çözümüne yönelik politika önerileri önemli başlıklardan biri haline gelmiştir.

Stockholm çevre konferansı ile başlayan “**çevre sorunları**” ile küresel düzeyde mücadele etme düşüncesi zaman içerisinde uluslararası boyutta bir çevre hukukunu da doğurmuş ve ülkeler iç hukuklarında çevre sorunlarını ortaya çıkmadan önleyecek ve temel kirliliklerle mücadele etmeye yasal dayanak oluşturacak düzenlemeler yapmışlardır.

Günümüzde çevre sorunları insanoğlunun gündemini bu kadar yoğun işgal eden ender sorunlardan biridir. Özellikle klasik kirliliklerin artmasının yanı sıra küresel ısınma ve iklim değişikliği dünya gündeminde son yıllarda daha çok “**çevre sorunları**” ile etkin mücadele edilmesine yönelik bir gerekliliğin politika oluşturuculardan talep edilmesine yönelmiştir. 21. yüzyılda teknolojiye, sanayide, meydana gelen baş döndürücü gelişmelerin tüketici alışkanlıklarını ve seçiciliklerini arttırmıştır.

Bu hızlı gelişmeler sonucu, doğada aşırı derecede tahribatlar oluşmuş, doğal kaynaklarımız cömertçe kullanılmış, kaynaklarımızın hızla tükenmesine, kalitesinin bozulmasına ve kirlenmesine neden olmuştur.

Canlı bir organizma olarak görülmesi gereken dünya ekosistemi son yıllarda kendisini yenileme potansiyelinin üzerinde kullanılmakta bu da doğal çevrede onarılması güç tahribatlara neden olmaktadır.

Çevre sorunlarının çözümünde izlenecek en etkili yol yasal ve kurumsal düzenlemelerle kirliliğin önlenmesinden ziyade bireylerin davranışlarında doğal çevreye saygı ve dünya ekosisteminin kendini yenileme potansiyelini aşmayacak bir tüketim davranışına yönelik bilincin oluşturulması yönünde politikaların geliştirilmesi olmalıdır.

Zira dünya bize atalarımızın bıraktığı bir miras değil torunlarımızın emanetidir. Onun için, Dünyamıza bir emanet hassasiyeti ile yaklaşmak, ve sahip olduğu tüm değerleri, kaynakları, güzellikleri torunlarımızın da kullanabilmesinin ve hissedebilmesinin kaygısını taşımak durumundayız. Bu yükümlülüğün gereklerine göre yaşamak, insani, ahlaki, hukuki ve aynı zamanda da dini bir tutumdur.

KOOPERATİFLERDE TİCARET UNVANI

Özdem SATICI
TOPRAK*

I - Giriş

Gerçek kişilerde olduğu gibi tüzel kişilerde de, kişiyi diğerlerinden ayırt etmeye yarayacak bir ismin olması gerekir. Tacirler bu amaçla ticaret unvanı kullanırlar.

Ticaret unvanı kullanmak tacirler için gerekli olduğu kadar tacir olmanın getirdiği yükümlülüklerden biri olup; gerek seçimi ve gerekse kullanımında bazı yasal kısıtlamalar söz konusudur.

Kooperatiflerin kullanacakları ticaret unvanı ile ilgili düzenlemelere 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'nun yanında 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nda da yer verilmiş; bu düzenlemelere aykırı eylemlerle ilgili olarak her iki yasada da bir takım yaptırımlar öngörülmüştür.

II - Ticaret Unvanı Ve Yasal Dayanağı

Ticaret unvanı, tacirin ticarî işletmesi dolayısıyla kullandığı isimdir. Ticaret unvanı bir taciri diğer tacirlerden ayırt etmeye yarayan tanıtma vasıtası olması sebebiyle sadece tacirler tarafından kullanılabilir. ¹

6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nda her tacirin, kanuna uygun bir ticaret unvanı seçmek, ticari işletmesine ilişkin işlemleri, ticaret unvanıyla yapmak, işletmesiyle ilgili senetlerle diğer belgeleri bu unvan altında imzalamak zorunda olduğu hüküm altına alınmıştır. (TTK Md.18/1, Md. 39/1)

Ayrıca 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'nda kooperatiflerin unvanlarına yönelik muhtelif düzenlemelere yer verilmiş; 14/02/2014 tarih ve 28913 sayılı Resmi Gazete'de "Ticaret Unvanları Hakkında Tebliğ" yayımlanmıştır.

III - İlgili Mevzuata Göre Ticaret Unvanına Yönelik Düzenlemeler

III.1. 1163 Sayılı Kooperatifler Kanunu ile Tebliğ Düzenlemeleri

1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'nda ticaret unvanının tanımı ile ilgili bir düzenlemeye yer

***Ticaret Başmüfettişi, Ticaret Bakanlığı**

1) <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/262672>



verilmemiş; yasanın bazı bölümlerinden *kooperatifin unvanı* kelimesi yerine *kooperatifin adı*² ibaresi kullanılmıştır.

Bununla birlikte, kooperatif unvanının tescil edilmesi, ana sözleşmede bulunması, ortaklık senedinde kooperatif unvanının yer alması gerektiği, kooperatifin temsilinde kooperatif unvanının birlikte kullanılmasına dair ticaret siciline tescil edilmiş olan kayıtların saklı olduğu, kooperatifin temsile yetkili kılınan kimselerin imzalarını ancak kooperatifin unvanı altına koymak suretiyle kooperatifi bağlayacakları hüküm altına alınmıştır. **(KK Md.3,4,18,59,60)**

Diğer taraftan, aynı yasada kooperatifler ve üst kuruluşlarının unvanlarında, kamu kurum ve kuruluşlarının isimlerine yer verilemeyeceği belirtilmiş olduğundan, kooperatif unvanlarında kamu kurum ve kuruluşlarını çağrıştırarak kişilere yanlış izlenim verecek unvanlar kullanılamayacaktır. **(KK Md.2/4)**

1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'na 3476 sayılı yasayla eklenen bu hüküm doğrultusunda unvanları bu düzenlemeye uymayan kooperatifler altı ay içinde ana sözleşme değişikliği yaparak unvanlarında kamu kurum ve kuruluşlarını çağrıştıran ibareleri çıkarmakla yükümlü kılınmışlardır.³

Bu bağlamda, genel bütçeye dâhil kuruluşlar, katma bütçeli kuruluşlar, döner sermaye ile çalışan kuruluşlar, il özel idareleri, köy tüzel kişileri, belediyeler ve belediyelere bağlı kuruluşlar, kamu iktisadi teşebbüsleri ile bunlara ait müesseseler, işletmeler, bağlı ortaklıklar, özel kanuna veya özel kanunla verilmiş yetkiye dayanarak kurulan devlet banka ve kuruluşlarının adları kooperatif unvanlarında kullanılamayacaktır.⁴ Öte yandan, ülkemiz kooperatifçiliğinde ortakların kooperatif borçlarından dolayı sınırlı sorumlu olması esas benimsenmiş olduğundan tüm kooperatiflerin unvanlarının başına **“Sınırlı Sorumlu”** ibaresi eklenmekte; söz konusu ibarenin olmadığı kooperatiflerin kuruluşlarına ilgili bakanlıklarca⁵ izin verilmemektedir. **(KK Md.30)**

Ticaret Unvanları Hakkında Tebliğ⁶ hükümlerine göre, işletme konusu ile şirket türünü gösteren ibareler Türkçe olmak kaydıyla ticaret unvanı serbestçe belirlenebilecek, ticaret unvanında yer alacak ibareler, tacirin kimliği, işletmesinin genişliği, önemi ve finansal durumu hakkında üçüncü kişilerde yanlış bir görüşün oluşmasına sebep olacak nitelikte ve gerçeğe aykırı olamayacak, ticaret unvanında yer alan ibareler kamu düzenine, ulusal çıkarlara ve ahlaka aykırı olamaz, kültürel ve tarihi değerleri zedeleyecek şekilde belirlenemeyecektir. Yine anılan Tebliğe göre kamu kurum ve kuruluşları ile ulusal ve uluslararası diğer kuruluşların adları ya da bunları tanımlayan kısaltılmış adları ticaret unvanlarında ek olarak kullanılamayacak; **“Türk”, “Türkiye”, “Cumhuriyet”, “Millî”** kelimeleri ise ancak Cumhurbaşkanlığı kararı ile unvana konulabilecektir. **(Tebliğ Md.4)**

III. 2. 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu Düzenlemeleri

Türk Ticaret Kanunu'na göre her tacir, kanuna uygun bir ticaret unvanı seçmek, ticari işletmesine ilişkin işlemleri, ticaret unvanıyla yapmak, işletmesiyle ilgili senetlerle diğer belgeleri bu unvan altında imzalamak, tescil edilen ticaret unvanını, ticari işletmenin görülebilecek bir yerine okunaklı

2) Örneğin Yasa'nın 4. ve 85. Maddesi

3) https://www5.tbmm.gov.tr/tutanaklar/KANUNLAR_KARARLAR/kanuntbmmc072/kanuntbmmc072/kanuntbmmc07203476.pdf

4) <https://kars.ticaret.gov.tr/birimlerimiz/esnaf-sanatkarlar-ve-kooperatifcilik-subesi/kooperatifin-unvani-nasil-belirlenmelidir>

5) İlgili Bakanlık deyiminden, tarımsal amaçlı kooperatifler ile tarım kredi kooperatifleri için Tarım ve Orman Bakanlığı, yapı kooperatifleri için Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı, genel amaçlı diğer kooperatifler ile tarım satış kooperatifleri için ise Ticaret Bakanlığı anlaşılmalıdır.

6) Bkz. 14/02/2014 tarih ve 28913 sayılı Resmi Gazete

bir şekilde yazmak ve işletmesiyle ilgili olarak düzenlediği ticari mektuplar ile ticari defterlere yapılan kayıtların dayandığı belgelerde ticaret unvanına yer vermekle yükümlüdür. **(TTK Md.18/1, 39/1-2)** Kooperatifler işletme konusu gösterilmek ve tacirin kimliği, işletmesinin genişliği, önemi ve finansal durumu hakkında, üçüncü kişilerde yanlış bir görüşün oluşmasına sebep olacak nitelikte bulunmamak üzere ek yapılabileceği gibi gerçeğe ve kamu düzenine aykırı olmamak, ayrıca **“kooperatif”** kelimesi bulunmak şartıyla kooperatifler ticaret unvanlarını serbestçe seçebilirler. **(TTK Md.43, 46/1)**

IV - Yaptırımlar

Ticaret unvanının yasaya aykırı olarak tescili ve kullanımı 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nda muhtelif yaptırımlara bağlanmıştır. Anılan Yasa'ya göre usulen tescil ve ilan edilmiş olan ticaret unvanını kullanma hakkı sadece sahibine ait olup, bütün mahkemeler, memurlar, ticaret ve sanayi odaları, noterler ve Türk Patent Enstitüsü görevlerini yaparlarken bir ticaret unvanının tescil edilmediğini, kanun hükümlerine aykırı olarak tescil edildiğini veya kullanıldığını öğrenirlerse durumu yetkili makamlara bildirmekle yükümlüdür. **(TTK Md.50/1, 51/1)**

Burada bahsedilen yetkili makamlar hakkında yasada açıklama yapılmamış; ancak 26/6/2012 tarihli ve 6335 sayılı Kanunun 7 nci maddesiyle değişmeden önce, bu fıkra yetkili makamlar olarak **“ticaret sicili müdürü”** ve **“Cumhuriyet savcılığı”** işaret edilmiştir.

Bununla birlikte, aynı Yasa'nın ticaret unvanı kullanma, tescil ve şekline ilişkin yükümlülükleri düzenleyen maddelerini ihlal edenler idari para cezası; ticaret unvanında yasaya aykırı ekler kullananlar, ticaret unvanını yasada belirtilen şekil dışında devredenler, devralan ve kullananlar hapis veya adli para cezasıyla cezalandırılacaktır. **(TTK Md.51)** Ayrıca, ticaret unvanının, ticari dürüstlüğü aykırı biçimde bir başkası tarafından kullanılması hâlinde hak sahibi, bunun tespiti, yasaklanmasını; haksız kullanılan ticaret unvanı tescil edilmişse kanuna uygun bir şekilde değiştirilmesini veya silinmesini, tecavüzün sonucu olan maddi durumun ortadan kaldırılmasını, gereğinde araçların ve ilgili malların imhasını ve zarar varsa, kusurun ağırlığına göre maddi ve manevi tazminat isteyebilecektir. **(TTK Md.52/1)**

V - Sonuç

Ticaret şirketi sayımları dolayısıyla kooperatifler de ticaret unvanı seçmek ve kullanmak yükümlülüğüne tabidir. 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu ve 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu ile Ticaret Unvanları Hakkında Tebliğ hükümleri uyarınca kooperatifler başında **“Sınırlı Sorumlu”** ibaresi bulunan ve kooperatifin türünü gösteren bir Türkçe bir ticaret unvanı seçmek, tescil ettirmek, kullanmak, kooperatifle ilgili belgeleri bu unvan altında imzalamak, tescil edilen ticaret unvanını kooperatifin görülebilecek bir yerine okunaklı bir şekilde yazmakla yükümlü kılınmıştır.

Ticaret unvanının yasaya aykırı kullanımı ile ilgili olarak 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nda cezai ve idari yaptırımlar öngörülmüş; ayrıca, ticaret unvanı sahibine ticaret unvanının ticari dürüstlüğü aykırı biçimde bir başkası tarafından kullanılması hâlinde maddi ve manevi tazminat hakkı sağlanarak ticaret unvanının korunması amaçlanmıştır.

Kaynakça

- 1-T.C.Yasalar (1163 sayılı Kooperatifler Kanunu, 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu)
- 2-Ticaret Unvanları Hakkında Tebliğ (14/02/2014 tarih ve 28913 sayılı Resmi Gazete)

TÜRKİYE'DE KOOPERATİF İSTATİSTİKLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Hasan YAYLI*

Bir ülkedeki ekonomik görünümün en önemli göstergelerinden birisi, kurulan ve kapanan şirket istatistikleridir. Daha önce TÜİK tarafından açıklanan kurulan ve kapanan şirket istatistikleri 2010 yıl başından itibaren Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından yayımlanmaktadır. Anılan istatistik, şirket, kooperatif ve gerçek kişilere ait işletmelerin verisini kapsamaktadır. Veri kaynağını, Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi'nde yayımlanan kurulan/kapanan şirket ilanları oluşturmakta ve her ay düzenli olarak TOBB tarafından kamuoyu ile paylaşılmaktadır..

Ticari işletme ve şirket kuruluşunda, gerçek ve tüzel kişi tacirlerin tescil işlemleri için ticaret ve sanayi odaları ile ticaret odaları bünyesindeki ticaret sicili müdürlüklerine başvurmaları gerekmektedir. Tescil, MERSİS programında gerçekleştirildikten sonra ilgili bilgiler TOBB Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi Müdürlüğüne iletilir ve TOBB bu verileri aylık ve yıllık bazda ayrıntılandırarak, ekonomik faaliyet alanlarına göre de sınıflandırarak paylaşır.

Aşağıdaki tabloda 2021 yılına ilişkin kapana/kurulan ticari işletme istatistiklerinin genel görünümü yer almaktadır.

2021 Yılı Genel Görünümü

		Şirket Türleri					Genel Toplam
		Anonim	Kollektif	Komandit	Limited	Kooperatif	
Kurulan	Sayı	14.630	24		95.041	1.430	111.125
	Sermaye (TL)	33.619.726.715	10.635.000		46.770.852.925		80.401.214.640
Sermayesi Artan	Sayı	11.930	95		30.780	34	42.839
	Eski Sermaye(TL)	789.930.992.069	15.071.049.301		927.016.281.806	700.000	1.732.019.023.176
	Yeni Sermaye(TL)	2.168.474.885.377	228.124.543		200.797.358.684	22.910.400	2.369.523.279.005
Sermayesi Azalan	Sayı	-	-	-	-	-	561
	Eski Sermaye(TL)	-	-	-	-	-	66.885.321.602
	Yeni Sermaye(TL)	-	-	-	-	-	53.139.123.542
Kapanan	Sayı	2.899	33	8	13.282	962	17.184

Kaynak: Türkiye Ticaret Sicili Gazetesi

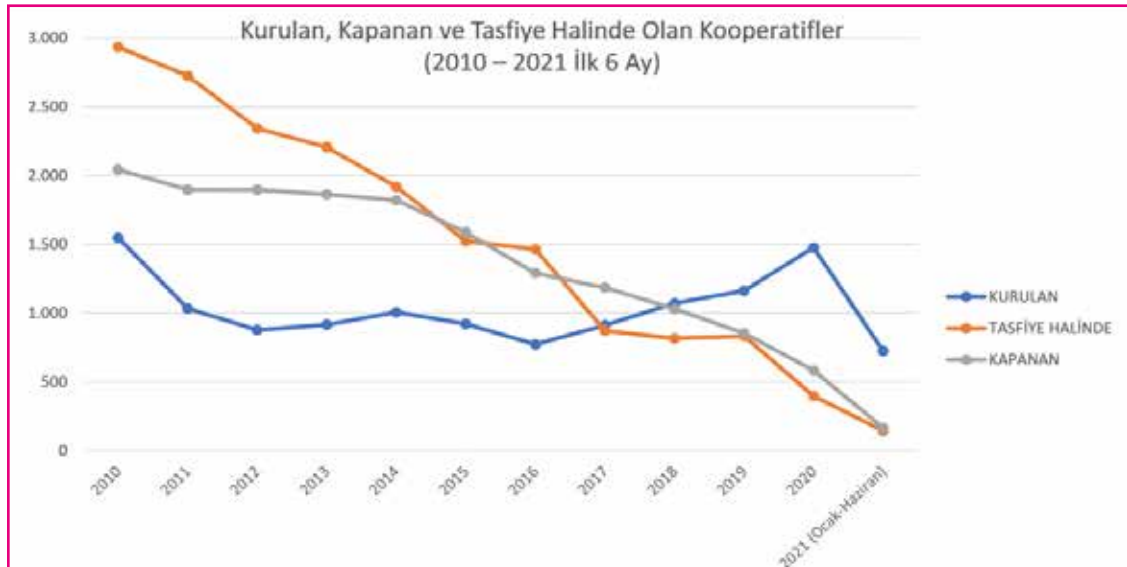
*Prof.Dr., Karınca Dergisi Yazı İşleri Müdürü

Tabloda görüldüğü gibi 2021 yılında kurulan toplam kooperatif sayısı 1430 iken kapanan kooperatif sayısı ise sadece 962 olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılının hemen hemen tamamı pandemi etkisinde yaşanmış bir yıl olmasına rağmen kooperatif kuruluş sayısında bir önceki yıla göre küçük bir azalma ortaya çıkmış olsa da stabil bir seyir söz konusu olmuştur. 2018 yılında başlayan ve hızlı bir büyüme gösteren kooperatif sayılarının 2022 sonrasında yeniden hızlı bir artış göstereceği öngörülebilir bir durumdur.

Zira 2020 yılında toplam kurulan kooperatif sayısı 1476 iken kapanan kooperatif sayısı ise 583'dür. 2019 yılında ise kurulan kooperatif sayısı 1161 iken kapanan kooperatif sayısı ise 853 olarak gerçekleşmiştir.

2018 yılında ise kurulan kooperatif sayısı 1070, kapanan kooperatif sayısı ise 1029 dur.

Aşağıdaki tabloda 2010-2021 yılları arasında kurulan ve kapanan kooperatif sayıları görülmektedir.



Kaynak: TOBB Kurulan Kapanan Şirket İstatistikleri (<https://www.tobb.org.tr/BilgiErisimMudurlugu/Sayfalar/KurulanKapananSirketistatistikleri.php>)

Her iki tablo birlikte değerlendirildiğinde 2018 yılından itibaren Türkiye’de yeni kurulan kooperatif sayısının kapanan kooperatif sayısından daha yüksek gerçekleşmiş olduğu hususudur.

2018 yılına kadar kapanan kooperatif sayısı yeni açılan kooperatif sayısından daha yüksek bir sayı iken 2018 yılından itibaren bu ilişki tersine dönmüş ve yeni kurulan kooperatif sayısı daha yüksek olarak gerçekleşmiştir.

Dolayısı ile 2018 yılına kadar kooperatif işletmeleri küçülme eğiliminde iken 2018 yılı sonrasında yeniden artma eğilimine girmiştir. Her ne kadar 2020 sonrasındaki artış görece daha düşük olsa da bu durumun pandemi etkisi ile olduğu söylenebilir.

Dolayısı ile pandemi öncesinde ortaya çıkan büyüme eğiliminin normalleşme ile yeniden eski düzeyine ulaşacağı öngörülebilir bir durumdur.

Kooperatif işletmelerin son dönemde yaşadığı bu artışın en önemli nedenlerinden birisi kooperatif işletmelerin yapısından kaynaklı avantajlar olduğu kadar bir diğer etken de özellikle **KOOP-DES** ile gerçekleştirilen teşvik uygulamalarıdır.

Aşağıdaki tabloda ise 2012 yılından 2021 sonuna kadar türleri itibari ile kurulan kooperatiflerin ayrıntılı dökümü verilmiştir.

KOOPERATİF TÜRÜ	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	TOPLAM
Konut Yapı Kooperatifi	413	407	343	446	354	418	484	468	647	661	4641
Tarımsal Kalkınma Koop.	148	128	129	85	93	116	131	188	179	137	1334
Motorlu Taşıyıcılar Koop.	127	133	156	82	57	87	112	92	68	80	994
İşletme Kooperatifi	9	17	22	38	47	64	104	162	362	382	1207
Küçük Sanayi Sitesi Yapı Koop.	28	36	48	31	35	49	50	20	—	2	299
Sulama Koop.	24	86	189	101	53	46	23	47	39	35	643
Toplu İşyeri Yapı Kooperatifi	30	46	41	34	43	43	57	45	1	1	331
Üretim ve Pazarlama Koop.	8	6	12	19	28	25	37	49	81	52	317
Turizm Geliştirme Koop.	16	8	7	10	5	11	20	29	40	25	171
Su Ürünleri Kooperatifi	15	8	11	10	17	10	6	11	10	15	113
Tüketim Kooperatifi	1	2	8	7	5	9	10	14	7	10	73
Eğitim/Araştırma ve Geliştirme Kooperatifi	2	6	9	6	3	9	8	8	5	8	66
Deniz Motorlu Taşıyıcılar Koop.	—	3	3	3	2	3	5	—	2	1	22
Hizmet Kooperatifi	—	—	1	3	1	3	3	9	16	14	50
Site İşletme Kooperatifi	3	3	1	7	—	2	—	—	2	2	20
Danışmanlık Kooperatifi	—	—	—	1	—	2	—	—	3	2	8
Temin Tevzi Kooperatifi	2	6	2	3	2	1	5	4	3	0	28
Tütün Satış Tarım Kooperatifi	—	—	—	—	—	1	—	—	—	0	1
Enerji Kooperatifi	—	—	—	—	—	1	2	1	—	0	4
Esnaf Sanatkâr Kredi ve Kefalet Kooperatifi	10	9	7	15	17	—	3	2	2	0	65
Küçük Sanat Kooperatifi	—	1	1	1	—	—	—	1	2	0	6
Yardımlaşma Kooperatifi	—	—	—	—	—	—	—	—	2	0	2
Sigorta Koop.	—	1	—	2	1	—	—	1	—	0	5
Tedarik Kooperatifi	—	—	—	—	—	—	—	—	1	1	2
Sağlık Hizmetleri Kooperatifi	—	1	—	—	—	—	—	—	—	0	1
Tarım Satış Koop.	2	—	4	—	—	—	—	—	—	0	4
Yayıncılık Koop.	1	—	—	—	—	—	—	—	—	0	1
Birlikler	38	8	11	17	8	12	10	10	4	2	120

2012-2021 döneminde en çok kurulan kooperatifler sırasıyla, konut yapı (4641), tarımsal kalkınma (1334), motorlu taşıyıcılar (994) kooperatifleri ve işletme kooperatifleri (1207) dir. Türkiye’de mevcut kooperatiflerin dağılımında 2020 yılına kadar ilk üç sırayı alan konut yapı kooperatifi, motorlu taşıyıcılar kooperatifi ve tarımsal kalkınma kooperatifi sıralaması 2021 yılı sonu itibari le değişmiş ve motorlu taşıyıcılar kooperatifleri üçüncü sıradaki yerlerini işletme kooperatiflerine bırakmışlardır.

Bunun temel nedeni de özellikle 2018 yılından itibaren artan “**işletme kooperatifi**” sayısıdır. Gerçekten 2018 yılından itibaren sırası ile 104, 162, 362, ve 382 olarak gerçekleşen işletme kooperatifi kuruluş sayısının dört yıllık toplamı 1010 iken aynı dönemde kurulan motorlu taşıyıcılar kooperatifi sayısı ise sadece 352 olmuştur.

Benzer bir durum Türkiye’deki geleneksel kooperatif formunun en önemli aktörü olan tarımsal kalkınma kooperatifleri için de söz konusudur. Zira adı geçen dört yıllık dönemde kurulan tarımsal kalkınma kooperatifi sayısı 635 adettir. Benzer bir eğilim gelecekte de devam eder ise çok yakın bir gelecekte en çok kooperatif işletmesi türleri arasında işletme kooperatiflerinin 2. Sıraya yükseleceği görülmektedir.

Diğer taraftan yukarıda ifade edildiği gibi 2018 yılından itibaren Türkiye’de kurulan kooperatif sayısının kapanan kooperatif sayısından fazla olmasından kaynaklı kooperatif sektöründeki büyüme eğiliminin de temel nedeni bu dönemde artan işletme kooperatiflerinin sayısı olarak ortaya çıkmaktadır.

Geleneksel kooperatif sayılarında görece daha yavaş bir artış söz konusu iken yeni nesil kooperatifler başta olmak üzere işletme kooperatiflerinin sayısal artışındaki ivme işletme kooperatiflerini Türk kooperatifçilik sektörünün lokomotifi haline getirmiş görünmektedir.

Peki, işletme kooperatiflerine bu yöneliş nedeni nedir? Bu kısa yazı kapsamında, ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarındaki değişimin yanı sıra başta kamu sektörü olmak üzere, yerel yönetimlerin ve uluslararası örgütler ve sivil toplum kuruluşlarının desteklerinin – **KOOP-DES kapsamında kadın kooperatiflerine verilen hibe desteği gibi** – söz konusu artışta pay sahibi olduğunu söylemek mümkün görünmektedir.

Türkiye’de kooperatifçilik sektörünün yeniden büyüme eğilimine girdiği görülmektedir. Ancak bu eğilimin yeterli bir büyüklüğü ifade etmediği de açıktır.

Sektör açısından birçok fırsat söz konusudur ve aynı zamanda da birçok teşvik de söz konusudur. Pandeminin insanlığa öğrettiği temel kazanımlardan biri olan dayanışmacılık ilkesinin ekonomik hayattaki karşılığı kooperatif örgütlenmeleridir. Diğer taraftan gıda güvenliği ve tarladan sofraya ilkelerinin de en önemli paydaşı olma potansiyeline sahip işletme türü de kooperatiflerdir.

Diğer yandan doğa ile barışık bir ekonomik kalkınmayı öngören ve doğal varlıkların değerini öz değeri ile ilişkilendiren bir kalkınma anlayışını ifade eden yeşil kalkınma devrimi döneminde de kooperatifler güçlü bir aktör ve ekonomik kalkınmanın ve gelir dağılımında adaletin en önemli paydaşlarından biri olmalıdır. Yeni ekonomik paradigmanın bir çok parametresinin kooperatifçiliğin temel ilkeleri ile kesiştiği bu dönemde kooperatiflerin bu durumu fırsata çevirmesi gerektiği de açıktır.

KAŞ'TA TURİZM VE TURİZM POTANSİYELİ (1)

Ferhat GÜNGÖR*

Özet

Turizmin tarihi Sümerler'e kadar dayandırılmasına rağmen gelişim göstermesi 20. yüzyılda başlamıştır. Turizm ilk başlarda daha çok gezginler tarafından gerçekleştirilen bir faaliyet iken günümüzde ekonomik yönden imkâna sahip her bireyin yapabileceği bir aktivite haline gelmiştir. İnsanların yaşam kaliteleri sanayileşme ve teknolojik gelişmelerinde etkisiyle artış gösterirken, günümüzde insan ilişkileri de karmaşık bir hal almıştır. Bu karmaşık ilişkiler insanların dinlenme, eğlenme ve yeni yerler görme isteği gibi gereksinimlerini artırırken bu süreçler turizm sektörünü önemli hale getirmiştir.

Beş bölümden oluşan bu çalışma turizm hakkında kısa bir bilgi sunmakla beraber, turizmin tarihi gelişimi, dünyada ve Türkiye'de gelişimi, turizm ve turist kavramlarını açıklarken bir turizm destinasyonu olan Kaş hakkında da geniş bilgiler vermektedir. Burada ilk önce Kaş'ın tarihi, coğrafi yapısı ve kültürel değerleri ile doğal güzelliklerinin yanında Kaş'ın turizm potansiyeli hakkında yerinde ve ilk elden edinilen bilgiler sunulacaktır. Çalışmanın sonuç kısmında ise, çalışmaya yönelik genel bir değerlendirme yapılarak Kaş turizmine yönelik önerilerde bulunulacaktır.

Anahtar Sözcükler: Turizm, turist, Kaş ve turizm potansiyeli.

Abstract

Although the history of tourism dates back to the Sumerians, its development started in the 20th century. While tourism was initially an activity mostly carried out by travelers, today it has become an activity that every individual with economic means can do. While the quality of life of people has increased with the effect of industrialization and technological developments, today human

*Antalya Belediyesi Kaş Zabıta Müdürü, ferhatgungor01@hotmail.com

relations have also become complex. While these complex relationships increase the needs of people such as rest, entertainment and the desire to see new places, these processes have made the tourism sector important.

Although a brief information about this study tourism consists of five sections, the historical development of tourism in the world and in Turkey, the development of the tourism and tourist concepts describing a tourism destination gives comprehensive information about Kas. Here, first-hand information will be presented about Kaş's history, geographical structure, cultural values and natural beauties as well as the tourism potential of Kaş. In the conclusion part of the study, a general evaluation of the study will be made and suggestions for Kaş tourism will be made.

Key Words: Tourism, tourist, Kaş and tourism potential.

1. Giriş

Turizm gelişmiş ülkelerde 20. yüzyıl başlarında, gelişmekte olan ülkelerde 1960'lı yıllardan sonra, Türkiye'de ise 1980'li yılların başından itibaren gelişimini göstermiştir. İnsanlar 24 saatten az olmamak üzere sürekli yaşadıkları yerin dışına çıkarak dinlenme, eğlenme, stres atma, gezme, görme, alışveriş yapma gibi birçok etkinliğe katılarak turizm faaliyeti gerçekleştirmektedirler.

Yine turizmi anlatması açısından, **“Tebdil-i mekânda fayda vardır”** atasözü de, mekân değişikliğinin insana ferahlık verdiğini bize anlatmaktadır. Bazen yer değişikliği, kısa süreliğine de olsa bir tatil stresten kurtulmanın en iyi yollarından birisidir. Turizm bireyler için gezip-görme, eğlenme, dinlenme, kültürel ve toplumsal etkileşim sağlama gibi birçok eksikliği giderici özelliğe sahipken, bir turizm işletmesi açısından gelir getirici, bir ülke içinse ülkeye döviz girdisi sağlayarak ekonomik katkısının yanında istihdam artırıcı bir özelliğe de sahiptir.

Bu çalışmanın ana konusunu bir turizm kenti olan Antalya'nın en batı ilçesi olan Kaş oluşturmaktadır. Kaş, tarihi ve kültürel zenginliğinin yanında doğal güzellikleriyle de ön planda olan bir yerdir. Bu tarihi ve kültürel zenginlikler arasında, Patara, Xanthos, Apollonia, Timunehi-Tymnessos, Phellos, Aperlai, Nisa, Komba, Kandyba, İsinde, Koraba ve Tüse antik kentleri yer almaktadır. Günümüzde Patara ve Xanthos antik kentleri tarihi kalıntıları ve yapılan kazı çalışmalarıyla daha ön planda yer almaktadır. İlçede tarihi kentlerin yanında birçok anıt ve kaya mezarları, antik tiyatro, lahit, su kemeri gibi çeşitli tarihi yapılarda mevcuttur.

Kaş, her alanıyla doğal bir güzelliğe sahiptir. Ancak bu çalışmada Kaş'ta ön plana çıkmış olan Kaputaş ve Patara plajları, Saklıkent Kanyonu ile Uçarsu'nun doğal güzellikleri anlatılmaya çalışılmıştır. Bunun yanında yine Kaş'ın doğal güzelliklerine dâhil edebileceğimiz Gömbe, Sütleşen, Bezirgân ve Gökçeören yaylalarına da yer verilmiştir.

Son yıllarda Kaş deyince akla gelen aktivitelerin başında su altı dalışı gelmektedir. Günümüzde bu destinasyon alanında dalışla ilgili; Besmi Adası, Kanyon-Dimtri (*Pamuk*) Batığı, Oasis Kayalığı, Kovanlı Adası, Deve Taşı (*Camel*), Uçanbalık Bankosu (*Flying Fish*), Heybeli Ada, Pina Banko, Sarıot Adası, Tünel-Çoban Burnu, Büyük Mağara, Limanağzı-Fener ve Uçak Batığı, Hidayet-Arkeopark, Güvercin Adası, Neptün-Üçkaya ve Gürmenli Ada-Kapadokya dalış noktaları ön planda bulunmaktadır.

Yine Kaş'ta turizme yönelik son yılların popüler olmuş bir başka aktivitesi ise günübirlik tekne turlarıdır. 15-20 Nisan turizm haftasıyla başlayan ve sezon boyunca oldukça yoğun talep gören tekne turları, Kaş turizmi için oldukça önemli bir yere sahiptir. Sezonda Kaş limanından başlayıp Ufak Dere Koyu, Akvaryum, Kekova Adası, Batıkşehir, Kaleköy, Üçağız, Tersane ve İnönü Koyları

ve tekrar Kaş Limanı'nda son bulmaktadır. Bu güzergâhın yanında yine isteğe bağlı olarak Limanağzı, Adalar, Güvercin Adası, Kaputaş plajı, Mavi Mağara gibi farklı yerlere de tekne turları düzenlenmektedir.

Yukarıda bahsedilen turizm alternatiflerinin dışında Likya yolu ve dağ yürüyüşü, paraşütle atlama, çeşitli parkurlarda dağ bisikleti sürme, deniz kanosu vb. birçok etkinlikler yapılabilmektedir. Bu etkinliklere dair bilgiler çalışmanın ilerleyen sayfalarında açıklayıcı bir şekilde sunulmuş bulunmaktadır. Yine bu destinasyon alanı temiz deniz suyuna sahip birçok plajı, butik otelleri, villaları, Cumhuriyet Meydanı, Uzun Çarşı'sı, rengarenk begonvil bitkileri ve yaşam alanları ile görülmeye değerdir.

Projenin Kaş ile ilgili bölümlerinde verilen bilgilerin yanında, son bölümde ise Kaş'ta turizmin daha da geliştirilmesi, turizmin sadece sezonla sınırlı kalmayıp yılın on iki ayına yayılması için neler yapılabileceği yönünde verilen önerilerde dikkate değerdir.

1.1. Temel Kavramlar ve Tanımlar

İnsanlar günümüzde günlük yaşamlarını sürdürdükleri topraklardan belli bir süre için başka yerlere seyahat etmektedirler. Bu seyahatler sırasında çeşitli ulaşım imkânlarından faydalanılmakta ve varılan yerde çeşitli konaklama tesislerini kullanmaktadırlar. Özellikle 20. yüzyıla özgü bu durum, modern bir olgu olmakla birlikte yer değiştirme eylemi insanlık tarihi kadar eski bir durumdur. Bu durum dinamik bir yapıya sahip olup, farklı kavramlarla çeşitli dillerde ifadesini bulmaktadır. Ve son olarak bu dinamik olayların gelişimi ve bazı terimlerin karışıklığı sonucunda, tüm dikkatler **“turizm”** sözcüğü üzerinde toplanmış bulunmaktadır (Çevik, 2016, s. 4).

Turizm kavramı köken olarak Latince **“dönme”** hareketi anlamında kullanılan **“tornus”** sözcüğünden meydana gelmektedir. Nitekim İngilizcede **“Tour”** bir kısım şehirlerin ve yörelerin ziyareti ile iş ve eğlence maksadıyla yapılan bir yer değiştirme hareketini anlatır. Zevk için gerçekleştirilen eğitici, öğretici ve kültürel nitelikli seyahatler için **“Touring”** deyiimi kullanılmaktadır. Dilimizde ise yolculuk-gezi manasına **“seyahat”** kelimesi karşılık gelirken, turist terimiyle de gezgin **“seyyah”** terimi eşleşmektedir (Turan, 1992, s. 9).

Yapılan çeşitli çalışmalara bakıldığında, turizm kavramı ve terimi üzerine ilk çalışmalar 19. yüzyılın sonlarına dayanmaktadır. Birçok yazar tarafından üzerinde çalışma yapılan **“Turizm”** tanımı 1905 yılında E. Guyer ve Feuler tarafından ortaya atılmıştır. Turizm özellikle ticaret ve sanayinin gelişmesi, ulaşım araçlarının gün geçtikçe kusursuz hale gelmesi, milletlerin ve toplumların dinlenmeye ihtiyaç duymaları, yine insanların doğal güzellikleri ve tarihi değerleri görme istekleri, modern çağa özgü bir olayın sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Çevik, 2016, s. 4).

1.1.1. Turizm

Turizm, insanların sürekli yaşadıkları ve çeşitli gereksinimlerini karşılamak amacıyla iş yaptıkları yerler dışına seyahat ederek boş zamanlarını değerlendirme adına buralarda turizm işletmelerinin ürettikleri ürün ve hizmetlerden faydalanmaları sonucu oluşan ilişkiler bütünü olarak tanımlanabilir (Sergün, 1992, s. 3). Boş zamanları değerlendirme kişiden kişiye, kültürden kültüre farklılıklar gösterebilmektedir. Örneğin, bir Türk ile bir Amerikalının boş zamanı değerlendirme biçimleri farklıdır.

Türkler boş zamanlarını daha çok kahvehanelerde (çay ocağı) değerlendirirken, Amerikalılar barları, İngilizler pubları tercih etmektedirler. Ayrıca, gençler spor yapmayı, orta yaşta bulunanlar sinema ve tiyatroyu, yaşlılar ise daha çok sağlık kulüplerini tercih etmektedirler. Dünya genelinde bireylerin zamanı nasıl değerlendirdiklerine bakıldığında, genel olarak şu şekilde olduğu görülmektedir:

- Spor yapmak,
- Kitap, makale, dergi vb. bir şeyler okumak,
- Sinema ve tiyatroya gitmek,
- TV seyretmek,
- Yürüyüş yapmak,
- Balık tutmak,
- Bilgisayarda oyun oynamak,
- Yüzmek,
- Radyo dinlemek,
- Pikniğe gitmek,
- Gezintiye çıkmak,
- Koleksiyon yapmak,
- Alışveriş yapmak,
- Oyun oynamak,
- Kafede oturup bir şeyler içmek,
- Çeşitli turizm aktivitelerine katılmak vb.

Bu listeye yukarıdaki gibi daha pek çok boş zaman değerlendirme çeşitleri eklenebilir. Ama burada dikkat edilmesi gerekenin turizmin bir boş zaman değerlendirme şekli olup olmadığıdır. Turizm, çeşitli yerleri çeşitli zamanlarda gezme, görme, dinlenme, ziyaret etme gibi pek çok aktiviteyi de içinde barındıran bir kavramdır (**Denk, 2018, s. 3**). Günümüzde turizm, ülkeye döviz girdisi sağlayıp, istihdamı artırıcı özellikleriyle ülke ekonomisine önemli ölçüde katkıda bulunan ve insanlar arasında kültürel ve toplumsal etkileşim sağlayarak bütünleştirici bir etkiye de sahiptir. Ülke ekonomisi içinde vazgeçilmez bir öneme sahip olan turizm, ülkelerin dış ticaret açığına, işsizliğe ve enflasyona çare olarak devletlerin önemle üzerinde durduğu bir sektör haline gelmiştir (**Hepaktan ve Çınar, 2010, s. 139**).

Turizmi sadece bir bilim dalıyla ilişkilendirmek onu anlamamız adına eksik kalır. Turizm; coğrafya, iktisat, sosyoloji, psikoloji, tıp, hukuk ve siyaset bilimi gibi birçok bilim dalı ile yakından ilişki içindedir. Bu bilim dallarından biri olan coğrafyanın turizm üzerinde etkisi oldukça yüksektir. Örneğin, turizm mekânının turizme uygunluğu onun coğrafi özellikleri ile olur. Burada coğrafi özellikleri sadece doğal özelliklerle değerlendirmek eksik kalır. Doğal özelliklerin yanında beşeri özelliklerinde turizm açısından büyük bir önemi vardır (**Sergün, 1992, s. 3-4**).

Bir ülkenin doğal ve tarihi güzelliklerini görmek üzere çeşitli nedenlerle yapılan gezilere de turizm denilmektedir. 1910'lu yıllarda Hermann Von Schuller turizmin sadece ekonomik yönü üzerinde durarak turizmi; *“başka bir ülkeden, şehir ya da bölgeden yabancıların gelmesi ve geçici süre kalmalarıyla meydana çıkan hareketin ekonomik yönünü ilgilendiren faaliyetlerin tümüdür”* diyerek turizmin sosyo-kültürel yönüne dikkat çekmiştir (**Turan, 1992, s. 10**). Turizm ürününün en önemli özelliği, onun fiziksel bir mal oluşandan ziyade, bir hizmet olmasıdır. Müşterinin bir turizm paketi satın alması, turizm hizmeti veren ile hizmeti alan alıcıların karşılıklı güvenine dayanan spekülasyon bir yatırım aracıdır. Diğer birçok sektörde ürünler sermaye, emek, doğa ve girişimci gibi birden çok üretim faktörünün bir araya gelmesi ile üretilirken turizm de ise ürünü üretmek için, bu faktörlerin yanında kültürel ve doğal kaynaklarında bir araya getirilmesi önemlidir. Bu unsurların birçoğu verimli olmadıkları ve diğer sektörlerde yeteri katkıyı sağlamadıkları için kullanılamazlar. Turizm sektöründe emek yoğun bir üretim gerçekleştirildiği için hizmet sektörüne dâhil edilmektedir. Bu nedenle hizmet sektöründe, emek becerisinin kalitesine göre verilen hizmetin kalitesinde ya düşüş ya da yükselme meydana gelecektir. Sonuç olarak, turizm sektöründen en fazla pay elde

eden emek faktörüdür (**Hepaktan ve Çınar, 2010, s. 137**). Turizm, gün geçtikçe artan önemi ve gösterilen ilgi sayesinde önümüzdeki dönemlerde de ülkelerin bölgesel eşitsizliklerini giderme, yoksullukla mücadele etme ve vatandaşlarına istihdam olanakları sunma gibi konularda da önemle üzerinde durulması gereken bir konudur. Bu bağlamda farklı kurumlar tarafından turizme yönelik yapılacak planlamalarının ve bu alanda yapılacak yatırımların birbiri ile tutarlı ve uyumlu olması önemli görülmektedir (**Türkiye Turizm Stratejisi, 2007, s. 6**).

1.1.2. Turist

İnsanlar çeşitli amaçlar ve nedenlerle yaşadıkları yerlerin dışında başka yerleri de görme ve keşfetme isteği duymuşlardır. Çeşitli dillerde değişik kavramlarla açıklanan bu görme ve keşfetme isteği dinamik bir yapıya sahiptir. Burada bu dinamik yapı ve birçok terimin oluşturduğu karışıklığın bir sonucu olarak tüm dikkatler turist sözcüğü üzerinde toplanmıştır. Günümüze değin turist sözcüğü üzerine özel, teknik vb. günümüze kadar bir takım tanım yapılmış olsa da henüz kapsamlı bir tanımın yapılmadığı anlaşılmaktadır. Tam olarak net bir tanımın yapılamamasının nedeni olarak, öznesinin insan olması ve sosyal, ekonomik, politik, psikolojik gibi değişik öğelerin bir araya gelmesinden kaynaklanmaktadır (**Sarı, 2007, s. 18**).

Turizm faaliyetini gerçekleştiren kişiye turist denilmektedir. Çeşitli tanımları yapılan turistin temel özellikleri ise aşağıda verildiği gibidir;

- Turist, turizm hareketlerini belirleyen ve turizme yön veren kişidir,
- Turist, eğlenme, boş zamanları değerlendirme, sağlık, din vb. ticari bir amaç gütmeyip seyahat eden kişidir,
- İlmî, yönetsel, dini, sportif, diplomatik veya bu tür toplantılara iştirak etmek amacıyla seyahat gerçekleştiren kişilerde turist olarak görülürler,
- Turist, seyahat ettiği sürece asıl amacı psikolojik tatmin olan, ekonomik açıdan ise belirli bir güce sahip olup, tüketici sayılan ve zamanı sınırlı olan kişidir,
- Gittiği yerde en az bir gece konaklama gerçekleştiren ve günübirlikçi olarak tabir edilenlerde turist olarak kabul edilmektedirler (**Yağcı, 2013'den akt. Yıldız, 2011, s. 55-56**).

Yalın anlamıyla turist, kısa bir süreliğine gezmek, görmek, öğrenmek, alış-veriş yapmak ve dinlenmek amacıyla bulunduğu yerden değişik bir yere giden insana denilmektedir (**Turan, 1992, s. 12**). Turizm faaliyetinde bulunmak isteyen turist, bir paket tur satın aldığı zaman bu paketin içeriğinde uçak biletinden, ulaşımına, otel odasına, günlük üç öğün yemeği gibi birden fazla içeriği satın almış bulunmaktadır. Bu hizmetlerin yanında alışık olmadığı yabancı bir çevre, kültür ve coğrafik özellikleri kullanmak ya da onlardan faydalanmak hakkını da satın almış olur. Örneğin, gidilen yerlerin tarihi zenginliği ve doğal güzellikleri yanında gidilen yerin kültürü, konukseverliği, hizmet kalitesi gibi fiziksel olmayan hizmetleri de satın almış olur (**Hepaktan ve Çınar, 2010, s. 137**).

Burada ayrıca yabancı ve yerli turiste de değinmek yerinde olacaktır. Yabancı turist; **OECD** Turizm Komitesinin 1963 yılında üye ülkelere yaptığı tanıma göre, “devamlı oturduğu ülkenin dışında herhangi bir ülkeyi 24 saatten az olmayan bir süre için ziyaret eden kişi”, yabancı turist olarak belirtilmiştir. Bu tanıma göre, yerleşik bulundukları ülkeden başka bir ülkeye seyahat ederek turizm faaliyeti gerçekleştiren kişiler yabancı turist olarak tanımlanmışlardır (**Denk, 2018, s. 7**). Yabancı turist, özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomileri için oldukça önemlidir. Çünkü turizmden elde edilen gelir, diğer ülkelerden alınan yardımlara göre daha önemli üstünlüklere sahiptir. Herhangi bir baskı aracı olarak kullanılmamasının yanında politik ve ekonomik kısıtlamalardan da uzaktır. Turizme ait mal ve hizmetlerinin fiyatları her şeyden önce gelişmekte olan ülkelerin geleneksel olan dış satım ürünlerinin fiyatlarına göre kendi denetimi altında sayılır (**Hepaktan ve Çınar, 2010, s. 144**).

Yerli turist ise; ikamet ettiği ülkenin sınırları içerisinde seyahat eden kişiye denilmektedir. Başka bir söylemle yerleşik olarak bulundukları ülke içerisinde turizm faaliyetine katılan kişilerdir. Burada anlamı sık sık karıştırılan ziyaretçi, seyyah (**gezgin**) ve günü birlikçi kavramlarıdır. **BM**'nin İstatistik Komisyonu tarafından Roma'da 1963 yılında Turizm ve Seyahat Komisyonu tarafından yapılan tanımda ziyaretçi, “devamlı ikamet ettiği ülke dışında herhangi bir ülkeyi, o ülkede çalışma amacı dışında ziyaret eden kişi” olarak tanımlanmışken turist ise, “ziyaret ettiği ülkede en az yirmi dört saat kalan ve ziyaret amacı boş zaman değerlendirme, iş, toplantı ve ailevi nedenler olan geçici ziyaretçi” olarak belirtilmiştir (**Denk, 2018, s. 7**).

Ülkeler turizm planlamalarını yaparken sadece dış ülkelere gelen turiste odaklanıp kalmamalı, aynı zamanda kendi iç pazar potansiyellerine de bakmalıdırlar. Bu bağlamda, ülkeler planlamalarını ulus ötesi, ulusal ve yerel ölçekte yaparak bireylerde turizm bilincinin geliştirilmesi için medyanın kullanımı, eğitim ve öğretim kurumları ile birlikte çalışmalarını yaparak yeterli etkinliği sağlamalıdırlar. Yapılan bu tür faaliyetler, turizm gelirindeki artışın yanında tarihi ve kültürel değerlerin tanınması ve korunmasında da önemli rol oynayacaktır (**Türkiye Turizm Stratejisi, 2007, s. 15**).

1.2. Turizm Kavramının Tarihsel Evrimi

Turizm olayının başlangıcını MÖ 4000'li yıllarda Sümerlere kadar götürmek mümkündür. Bu dönemde paranın, yazının ve tekerleğin bulunup kullanılması önemli bir etkidir. Dünyada ilk gezginler Fenikelilerde görülmektedir. Yine MÖ 3000'lerde Mısır'da piramitler ve tapınaklarda o dönem gezginlerinin ilgisini çeken etkenler olmuştur. Eski Mısır ile Babil krallıklarında yine gezginlerin geçiş yollarının güvenliğinin sağlanıp konaklamaları ve dinlenmeleri için ev ve bahçeler inşa ettikleri bilinmektedir (**Yıldız, 2011, s. 56**). İnsanlar tarihin her döneminde çeşitli amaçlarını gerçekleştirmek için turizm faaliyetine katılmışlardır. Bu da turizm tarihinin insanlık tarihi kadar eski olduğunun bir göstergesidir. Turizm, yaşanan dönemin şartlarına göre döneminin gelişmelerinden (politik, ekonomik, teknolojik vb.) etkilenecek çeşitli değişimler sağlayarak büyük bir gelişme göstermiştir. Turizmin bu gününü anlayıp geleceğine dair öneriler sunabilmek için tarihsel gelişimini incelemek gerekmektedir (**Çevik, 2019, s. 13**).

Başlarda ekonomik amaçlarla başlayan turizm faaliyeti özellikle Bizanslı bilginlerin Roma'ya sığınmaları ve burada Yunancayı öğrenmeleri, antik kültüre olan ilginin artmasına neden olmuştur. Böylece kültür turizmi de önemli hale gelmiştir. Daha sonraki yıllarda Portekizli denizciler Vasco da Gama ve Macellan'ın yaptığı çeşitli seyahatler ise bilmedikleri yerleri görmek, tanımak gibi nedenlerle yapmış oldukları gezilerin temelini oluştururken, eski Yunan'da olimpiyatlara iştirak edenlerin seyahat edip çeşitli konaklama faaliyeti gerçekleştirmeleri de turizmin ortaya çıkmasına öncülük etmiştir (**Yıldız, 2011, s. 56**). Buradan hareketle çalışmanın bu bölümünde turizmin dünyada ve Türkiye'de gelişimine değinilecektir.

1.3. Dünya'da Turizmin Gelişimi

I. Dünya savaşının ardından 1918-1920 yılları arası modern turizmin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Turizm bu dönemde, otel, motel, ulaşım araçları ile yolları, çeşitli eğlence yerleri, kumsalları, plajları, spor alanları, tüm alt ve üst yapısıyla birlikte büyük bir sektör haline gelmiş bulunmaktadır (**Evliyaoğlu, 1994'den akt. Yılmaz, 2011, s. 57**). Bu sektör, özel girişimcilerin yanında kamu hizmetleri ile de yakın bir ilişki içindedir. İyi bir turizm ürünü ortaya çıkarabilmek için kamu ile özel sektör birbiriyle uyum içinde bulunmak zorundadır. Bu nedenle kamu ile özel sektörün birlikte oluşturacakları turizm bilinciyle ortak bir anlayış sağlamış olmaları zorunluluğu vardır (**Hepaktan ve Çınar, 2010, s. 138**). Dünyanın en büyük ekonomik faaliyetleri arasında yer alan turizm faaliyeti; içinde barındırdığı büyük kitlelerle popüler bir hale gelmiştir. Turizm etkinliği, insanların yaşadıkları yer dışında bir yılı aşmayacak şekilde eğlenme, dinlenme veya iş amaçlı

seyahat gerçekleştirip konaklama süresince turizm işletmelerinin ürettiği mal ya da hizmetlerden talep edecekleri faaliyetler bütününe tekabül etmektedir (**Yücel ve Arıkan, 2019, s. 658**).

Günümüzde ise, bireyin yaşam standardının yükselmesi, teknolojideki gelişmeler ve küreselleşmenin de etkisi, turizm etkinliklerine katılan insan oranının hızla artmasına neden olmuştur (**Yıldız, 2011, s. 57**). Bu artış ile sektörün ekonomik ve coğrafi alanları dikkate alındığında, turizm sektörünün dünyanın en büyük sektörlerinin başında geldiğini söyleyebiliriz. Hiç şüphesiz turizm, küresel alanda birçok sorunun çözümünde aktif role sahiptir. Turizm, gün geçtikçe önemini artıran ve ekonomiye ileri düzeyde katkı sağlayan hizmet sektörü haline gelmiş bulunmaktadır. Sektörün gelişmesi sadece elde edilen ekonomik gelirlerin yükselmesi ile sınırlı kalmayıp birçok ülke insanının da tanışıp kaynaşmasına öncülük etmiş ve yine bu alanda pek çok bilimsel çalışmanın yapılmasına da vesile olmuştur (**Güdü Demirbulat ve Tekin Dinç, 2016, s. 21**).

1.4. Türkiye’de Turizmin Gelişimi

Dünya’da hızla gelişerek büyüme gösteren turizm sektörünün ülkemizdeki durumu daha çok gelişmekte olan ülkelerle paralellik göstermektedir (**Yıldız, 2011, s. 57**). Türkiye bulunduğu coğrafi konumu itibarıyla dünya kıtalarından Avrupa, Asya ve Afrika arasında doğal bir köprü vazifesi görmektedir. Bu sebeptendir ki ekonomi politikalarının tartışılmaya başlandığı 1960’lı yıllar Türkiye için turizmde öneminin kavranmaya başlandığı yıllar olmuştur (**Hepaktan ve Çınar, 2010, s. 139**). Türkiye’de planlı dönem öncesi olarak da bilinen 1923-1962 yılları arasında turizm alanında ilk çalışma, Raşit Saffet Atabinen’in öncülüğünde bir gurup aydınında katılımıyla “**Seyyahın Cemiyeti**” kurulması ile başlamıştır. Bu cemiyetin çalışmaları sonucunda Türkiye’nin ilk afişleri, prospektüsleri (**tanıtım**) ilk karayolu haritaları bastırılmış, turizmle ilgili ilk incelemeler yapılarak tercümanlık alanında ilk sınavlar yapılmıştır (**Yıldız, 2011, s. 57-58**). Türkiye’de turizm sektörünün gelişmesi özellikle 1980’li yıllardan sonra kendini göstermiş ve bu sektörün gelişme göstermesi ekonomide itici bir güç haline gelmiştir. Ülkemizin turizm pazarından daha çok pay alabilmesi için ulusal bütçeden turizmi geliştirmeye yönelik önemli miktarlarda pay aktarılmıştır. Bu tür çabalar sonucunda ülkemizin en yeni ve dinamik sektörlerinden birisi haline gelen turizm, yatırım olanaklarıyla birlikte istihdama büyük katkı sağlamış ve elde edilen gelirlerle gelişmenin lokomotif haline gelmiştir (**Yücel ve Arıkan, 2019, s. 658-659**).

Türkiye’de 2023 Turizm Stratejisi Eylem Planı ile sürdürülebilir kalkınma hedefine ulaşabilmek amacıyla bölgeler arasındaki gelişme farklılıklarının giderilerek, sürdürülebilir turizm yaklaşımı benimsenmiştir. Bu tür planlarla ülke turizminin uzun dönemli planlanarak tüm aylara yayılması, alternatif turizm alanlarının oluşturulması ve bunun sürdürülebilir hale getirilmesi hedeflenmiştir (**Güdü Demirbulat ve Tekin Dinç, 2016, s. 21**). 1980 yılından sonra ihracat odaklı sanayinin geliştirilmesine yönelik yapılan çalışmalar sonucunda serbest piyasa ekonomisi temel prensip edinilmiştir. Yapılan bu çalışmalar sonucunda etkili, verimli ve daha ucuz bir araç olarak turizm sektörü ön plana çıkarılmıştır. Turizm sektörünün ülkemiz de hızlı bir şekilde yükselişinde ise hiç kuşkusuz 1982 yılında sektöre yönelik olarak çıkarılan 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu ile sektöre yönelik turizm teşvikleri ve sağlanan parasal destekler etkili olmuştur (**Hepaktan ve Çınar, 2010, s. 136**).

Son yıllarda çeşitli nedenlerle ülkemize gelen yabancı turist sayısında bir miktar düşüş gözlenirse de turizm sektörü hala büyümekte ve önemini koruyup artırmaktadır. Hiç bir zaman önemini kaybetmeyen ve gün geçtikçe önemi daha da artan kavramlardan birisi de güvendir. Sektöre olan güven çok önemlidir. Burada müşteri memnuniyeti ve sadakati oluşturabilmek için, turiste güven ortamı oluşturularak yeteri güveni vermek son derece önemlidir. Turistin işletmeye duyduğu güven, sunulan hizmetin kalitesi ve sektörde çalışan personelin vizyonu da yakından ilgilidir (**Yücel ve Arıkan, 2019, s. 661**).

Kaş'ın tarihi, MÖ 3000 yıl öncesine uzanan ve en eski Akdeniz uygarlığından birisi olan Likya'lılara dayanır. Elmalı ve çevresindeki kazılarda bulunan eserler kalkolitik ve bronz çağında Teke Yarımadasında yerleşim bulunduğunu göstermiştir. MÖ 2200 yıllarında Anadolu'ya göç eden kavimlerden Luwiler'in Ege ve Akdeniz kıyılarına yerleştirildiklerini, zaman içinde Antalya-Fethiye arasında kalan ve günümüzde Teke Yarımadası olarak geçen bölgede önce Lukka, daha sonra da Likya adıyla bilinen bir uygarlık kurdukları bilinmektedir (**Kaş Belediyesi Stratejik Planı 2015, s. 11**).

MÖ II. yüzyıl'da Likya'daki kentler bir araya gelerek bir ilki gerçekleştirerek Likya Birliği'ni kurarlar. Aydınlanma Çağı'nın önemli yazarı Montesquieu *"eğer iyi bir federatif cumhuriyet modeli veremem gerekirse, Likya Cumhuriyeti'ni gösteririm"* demekte ve bu model çağdaş dünyaya da öncülük etmektedir (İşkan ve Şahin, 2020, s. 49-54). Bu birleşme sonucunda, Likya Birliği ekonomik ve kültürel anlamda çok büyük bir ilerleme göstermiştir.

MÖ I. yüzyıl'daki Mithridates başkaldırısından Roma, Likya üzerindeki siyasi ve idari gücünü artırır. Korsanlar bölge için ciddi bir sorun olmaya başlayınca da Likya'lıları bu sakıncalı durumdan kurtarır. Ancak daha sonra Roma imparatoru Brutus, başkent Xanthos'u talan ettiğinde Likya'lılar yüzyıllar önce Persler'e yaptıkları gibi kentleri ateşe vererek yakarlar. Sonraları Augustus, Traianus ve Hadrianus tarafından tekrar inşa edilen şehir, bir canlanma süreci yaşar. MS 141 yılında Likya bölgesi çok büyük bir depremle yerle bir olur. Varlıklı kişiler ile Roma İmparatorluğu'nun yardımları sayesinde tekrar inşa edilir. Yaklaşık yüz yıl sonra ki ikinci deprem de benzer yardımı göstermeyen Roma'nın bölge üzerindeki tesiri git gide azalır. **"Karanlık Dönem"** diye adlandırılan Roma sonrası döneme ilişkin yeterli bilgi bulunmamaktadır.

MS 1071 yılında Türkler Malazgirt Zaferi ile Anadolu'nun kapılarını açmışlardır. Selçuklu Sultanı Gıyaseddin Keyhüsrev kuzey de Alexsios II Komnenos'u yenerek güneyde ise Antalya ve çevresini ele geçirerek 1207 yılında Antalya limanını donanmaya üs olarak açar. İlhanlıların Anadolu'yu ele geçirmesi ve Selçukluların parçalanmasından sonra Anadolu Türkmen Beylikleri ortaya çıkmış ve Likya bir süre İlhanlıların egemenliğinde kalmıştır. Bu yönde kurulan Teke Oğulları yaklaşık 113 yıl Antalya yöresinde hüküm sürmüş ve başta Sultan Sehavil Emir Mubarezuddin Mehmet Bey zamanında Teke-Eli olarak tanınmaya başlanmıştır. Bu zamanlarda Teke Yarımadasının iç taraflarına Türkmen aşiretleri yerleşmeye başlamışlardır. Kınık'ta Çini cemaati, Teke Karahisarı'nda İsalu, Menteşe, İğdir, Gögez, Karakoyunlu ve İmreoğlu toplulukları, Antalya kazılarında Saruhanoğlu, Kızılca, Keçeli, Kaş Gelendos'ta Bozdoğan, Ozanlar, Oğuzhanlı ve Milli de Bayat toplulukları iskân edilmişlerdir. Bu topluluklar daha sonra yaşadıkları bu yerlere kendi isimlerini vermişlerdir. 13. yüzyıl'da bölge tamamen Türkmenleşmiştir. Kaş önce Selçukluların daha sonrada Osmanlıların yönetimi altına girmiştir.

Kurtuluş Savaşı'nın ardından 1923 yılında Türkiye ve Yunanistan arasında Lozan Barış Antlaşması'na ek olarak, Türkiye-Yunanistan nüfus mübadelesi denen ve iki ülke yurttaşlarının din esaslı üzerine mecburi göçe tabi tutulmasını öngören bir sözleşme yapılmıştır. Yapılan bu sözleşme neticesinde Ortodoks Hristiyan Rumlar Anadolu'dan Yunanistan'a gitmek zorunda kalmıştır. Buna karşılık, Yunanistan'da yaşayan Türk halkı da Türkiye'ye göç etmiş ve ülkenin pek çok yöresinde olduğu gibi Akdeniz kıyılarına da yerleşmişlerdir. Kaş'a adının verilmesi ise; Osmanlı İmparatorluğunun 16. yüzyılda bir gezgini olan Evliya Çelebi'nin buradan geçtiği bir zamanda sahilinin yarım ay şeklinde oluşu ve tıpkı kaşa benzemesi, hemen karşısında bulunan Meis Adası'nın da coğrafi yapısı gereği göze benzemesinden esinlenerek verdiği ileri sürülmektedir.

Kaş tarihsel olarak bu dönemleri geçirdikten sonra Cumhuriyete kadar Teke Sancağı'na bağlı bir kaymakamlıktı. Kaza merkezi 1903 yılına kadar Kasaba Köyü'nde bulunmaktaydı. İlçe merkezi 1903 yılından itibaren şimdiki Kaş (**o zaman Andifli mahallesi**) ilçesine aktarılmıştır. 1. Dünya savaşında Meis Rumları tarafından ilçe merkezinin işgal edilmesiyle devlet memurlarından

birçoğunun tutsak edilerek Meis adasına götürülmeleri üzerine, ilçe merkezi boşaltılmış ve tekrar eski ilçe merkezi olan Kasaba köyüne taşınmıştır. Kasaba'dan ikinci defa 1922 yılında Kaş'a taşınmış ve o tarihten bu yana Kaş (**Andifli**) ilçe merkezi olmuştur (**Kaş Belediyesi, 2015-2019 Stratejik Planı 2014, s.11, 12 ve 13**).

2.3. Kaş'ın Coğrafi Yapısı

Kaş'ın yüzölçümü 2231 km²'dir. Batıda Eşen Çayı ile Muğla'nın Seydikemer ilçesinden ayrılırken, doğuda Antalya'nın Demre (*Kale*) ilçesi, Kuzeyde Elmalı ilçesi ve kuzey doğuda Finike ilçelerinden ayrılmaktadır. Akdeniz'de tam karşısında 2100 metre uzaklıkta Yunanistan'a bağlı Meis adası bulunur. Deniz seviyesinden 700 metre mesafeye kadar Akdeniz ikliminin etkisi görülürken yüksek kesimlerde ise karasal iklim görülmektedir. Kaş yazları Akdeniz sahil şeridinin en serin yeri ve nem oranı açısından ise en düşük yerlerinden birisi olurken, kışın ise hava sıcaklığının 0'ın altına düşmeyen Türkiye'deki ender yerlerden birisidir.

Kaş ilçesinin coğrafi yapısından dolayı sahil bölgelerinde maki bitki örtüsü hâkim iken yüksek kesimlerde sedir ve iğne yapraklı çam ağaçları bulunmaktadır. Yapı itibarı ile dağlık bir arazi yapısına sahip olmasına rağmen sınırları içerisinde 3025 rakımlı Akdağlar bulunmaktadır. Akdağlar Kaş ilçesinin en yüksek zirvesidir.

Harita-2: Kaş Fiziki Haritası.



Kaynak: <https://www.google.com/maps/> E. Tarihi: 01.01.2021

Kaş fiziki haritasından da anlaşılabileceği gibi, Kaş'ın geniş coğrafi yapısı, sahil şeridinin girintili çıkıntılı oluşunun yanında birçok küçük koy, ada ve kayalıktan oluşan bir kıyı yapısına sahiptir. Kaş, açık denize kapalı olması özelliği ile uzun yıllar açık denizde seyreden gemilerin fırtınalı havalarda sığınma alanı olarak kullanılmıştır. 1990'lı yılların başına kadar bir balıkçı barınağı olarak bilinen Kaş bu yıllardan itibaren turizm fonksiyonuyla ön plana çıkmıştır (**Sergün, 1992, s. 2**).

Kaş siyasi haritasında da görüldüğü gibi, Kaş'ın doğusunda Demre, kuzey doğusunda Finike, kuzeyinde Elmalı ilçeleri bulunurken, batısında ise Muğla ili sınırı bulunmaktadır.

Harita-3: Kaş Siyasi Haritası.



Kaynak: Kaş Belediye Başkanlığı 2015-2019 Stratejik Planı, (2014, s. 35).

Tablo-1: Kaş Mahalle, Nüfus ve Uzaklık Bilgileri.

S/N	Mahalleler	Nüfus Dağılımı	Kaş'a Uzaklığı (Km)	Antalya'ya Uzaklığı (Km)
1	Ağullu Mahallesi	1.061	10 Km	180 Km
2	Ahatlı Mahallesi	254	15 Km	175 Km
3	Aklar Mahallesi	377	50 Km	198 Km
4	Akörü Mahallesi	422	25 Km	195 Km
5	Andifli Mahallesi	8.783	Merkez Mahalle	190 Km
6	Bayındır Mahallesi	883	7 Km	188 Km
7	Beldibi Mahallesi	272	68 Km	175 Km
8	Belenli Mahallesi	777	14 Km	184 Km
9	Belkonak Mahallesi	33	25 Km	166 Km
10	Bezirgan Mahallesi	2.010	42 Km	193 Km
11	Boğazcık Mahallesi	254	22 Km	198 Km
12	Cemre Mahallesi	286	55 Km	160 Km
13	Çamlıköy Mahallesi	206	75 Km	200 Km
14	Çamlıova Mahallesi	189	50 Km	183 Km
15	Çataloluk Mahallesi	130	28 Km	198 Km
16	Çavdır Mahallesi	3.618	47 Km	237 Km
17	Çayköy Mahallesi	1.463	40 Km	231 Km
18	Çerler Mahallesi	94	20 Km	175 Km
19	Çeşme Mahallesi	174	40 Km	220 Km
20	Çukurbağ Mahallesi	582	11 Km	183 Km
21	Dere Mahallesi	189	20 Km	201 Km
22	Dirgenler Mahallesi	989	35 Km	216 Km
23	Doğantaş Mahallesi	684	52 Km	232 Km
24	Gelemiş Mahallesi	833	45 Km	236 Km
25	Gökçeören Mahallesi	1.380	16 Km	208 Km
26	Gökçeyazı Mahallesi	119	30 Km	175 Km
27	Gömbe Mahallesi	1.311	70 Km	150 Km
28	Gürsu Mahallesi	236	50 Km	230 Km
29	Hacıoğlu Mahallesi	268	27 Km	228 Km
30	İkizce Mahallesi	182	47 Km	190 Km

S/N	Mahalleler	Nüfus Dağılımı	Kaş'a Uzaklığı (Km)	Antalya'ya Uzaklığı (Km)
31	İslamlar Mahallesi	2.675	37 Km	195 Km
32	Kalkan Mahallesi	3.647	27 Km	217 Km
33	Karadağ Mahallesi	1.259	45 Km	180 Km
34	Kasaba Mahallesi	1.462	25 Km	195 Km
35	Kemer Mahallesi	573	35 Km	215 Km
36	Kınık Mahallesi	6.046	44 Km	234 Km
37	Kızılağaç Mahallesi	232	40 Km	201 Km
38	Ortabağ Mahallesi	226	55 Km	235 Km
39	Ova Mahallesi	5.402	42 Km	232 Km
40	Palamut Mahallesi	1.079	52 Km	242 Km
41	Pınarbaşı Mahallesi	176	15 Km	196 Km
42	Sahilkılınçlı Mahallesi	232	23 Km	182 Km
43	Sarıbelen Mahallesi	1.002	24 Km	232 Km
44	Sarılar Mahallesi	196	17 Km	174 Km
45	Sinneli Mahallesi	137	30 Km	216 Km
46	Sütleğen Mahallesi	886	65 Km	174 Km
47	Uğrar Mahallesi	870	25 Km	196 Km
48	Üzümlü Mahallesi	1.378	35 Km	225 Km
49	Yaylakılınçlı Mahallesi	368	80 Km	165 Km
50	Yaylapalamut Mahallesi	238	70 Km	180 Km
51	Yeniköy Mahallesi	163	8 Km	191 Km
52	Yeşilbarak Mahallesi	583	85 Km	188 Km
53	Yeşilköy Mahallesi	3.651	36 Km	226 Km
54	Yuvacık Mahallesi	299	55 Km	178 Km
Toplam		60.839	2.006 Km	10.764 Km
Kaş İlçe Merkezine Mahallelerin Ortalama Yol Mesafesi			37,14 Km	199,33 Km

Kaynak: www.tuik.gov.tr ve Kaş Belediyesi Ulaşım Ağı Tablosu.

Yukarıdaki tabloya baktığımızda tabloda, Kaş'ın mahalle sayıları ile adları, mahalle nüfusları, mahallelerin Kaş ve Antalya'ya uzaklıkları ile ilgili bilgiler verilmiş bulunmaktadır.

2.4. Kaş'ın Nüfusu

TÜİK verilerine göre Kaş ilçesinin 2020 yılı toplam nüfusu 60.839'dur. Bu nüfusun 31.306'sını



erkek, 29.533'ünü ise kadınlar oluşturmaktadır. Yüzdesel olarak %51,46 erkek, %48,54'ü ise kadın nüfusa sahiptir (www.tuik.gov.tr). Ancak, yaz aylarında özellikle Kaş merkez, Kalkan, Gelemiş (**Patara**) ve Gömbe mahallelerinde turizmin de etkisiyle %50 dolaylarında bir nüfus artışı meydana gelmektedir (www.kas.bel.tr).

2.5. Kaş'ın Gelir Çeşitliliği

Kaş'ın en önemli gelir kaynağı turizmdir. Turizmin yanında tarım ve hayvancılıkta önemli gelir kalemleri arasında yer almaktadır.

2.5.1. Turizm

Ülkemizde turizm ilk önce kendini Ege kıyıları ve Akdeniz'in orta kesimlerinde göstermiştir. Bu gelişme ilerleyen yıllarda Kaş ve çevresinde de etkisini göstermeye başlamıştır. Gösterilen bu etkide, bölgenin beşeri unsurlarının yanında tarihi ve kültürel zenginliğinin de önemi fazladır. Bu yönüyle Kaş'ın turizmini sadece denize bağlayamayız. Denizin yanında, tarihi ve kültürel zenginliği ile doğal güzelliğinin de etkisi büyüktür. Günümüzde ise bu etkilere ilave olarak Kaş'ın alternatif turizm imkânlarını da eklemek yerinde olacaktır (**Sergün, 1992, s. 2-3**).

Kaş turizm potansiyeli yüksek bir yerdir. Halkın başlıca gelir kaynakları arasında turizm bulunmaktadır. İlçe de bulunan butik oteller, pansiyonlar ve villalarla gelen yerli ve yabancı turistlere hizmet sunulmaktadır. İlçe merkezinde bulunan Konaklama tesisleri daha çok Küçükçakıl, Atatürk Bulvarı, Hastane Caddesi, Yeni Cami Caddesi, Süleyman Yıldırım Caddesi, Çukurbağ Yarımadası, Kalkan yolu üzeri, Kalkan Mahallesi ve Gelemiş (Patara) de bulunmaktadır (Kaşa Belediyesi 2015-2019 Stratejik Planı, 2015, s. 44). Bu konaklama tesislerinin yanında yine Kaş merkezde, Kaş Kamping, Olimpos Mocamp, Can Mocamp, Gizli Vadi Kamping, Harnup Mocamp ve Evren Kamping, Ptara'da; Camel Kamping ve Medusa Kamping, Saklıkent'te ise Gorge Kamping adında kamp alanları bulunmaktadır.

Kaş turizminde Kalkan, Patara, Kaputaş, Saklıkent, Seyrekçakıl, Akçagerme, İnceboğaz, Hidayetin Koyu, Küçükçakıl, Büyükçakıl, Limanağzı ve Kekova gibi yerlerin önemi oldukça fazladır (**Sergün, 1992, s. 8**). Bu destinasyon alanlarının her birisi Kaş turizmi için ayrı bir öneme sahiptir.

2.5.2. Tarım

Kaş ilçesinin arazi yapısı ve tarım alanlarının kullanım amaçlarına göre dağılımı tablo 2'de gösterildiği gibidir.

Tablo-2: Kaş Tarım Alanlarının Kullanım Amaçlarına Göre Dağılımı.

Tarım Alanlarının Kullanım Amaçlarına Göre Dağılımı		
	Miktar	Oran (%)
Tarla Bitkileri	58.300	%43
Örtü Altı (Sebze)	26.800	%20
Meyvelik Alan	44.850	%33
Nadas	5.000	%4
Toplam	134.950	%100

Kaynak: Kaş Belediyesi 2017-2019 Yıllarını Kapsayan Revize Stratejik Planı, (2016, s. 28) ve Kaş İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğü.

Kaş'ta turizmin yanında tarımda önemli bir gelir kaynağıdır. Kaş'a bağlı Kınık, Ova, Yeşilköy, Çavdır, Çayköy, Kasaba, Dirgenler, Karadağ ve Uğrar mahalleleri örtülü seracılık yönünden oldukça gelişmiş durumdadır. Bu mahallelerden, Kaş'ın batısında bulunan Kınık, Ova, Yeşilköy, Çavdır ve Çayköy mahallelerinde daha çok domates yetiştirilirken, doğusunda bulunan Kasaba, Dirgenler, Karadağ ve Uğrar mahallelerinde ise kapa biber yetiştirilmektedir. Yine Kaş'a bağlı Gömbe ve Sütleğen Mahalleleri ile bu mahallelerin çevre yerleşkelerinde de Elma üreticiliği yapılırken, Üzümlü Mahallesi ise meşhur margaz üzümünden pekmez yapılmaktadır. Bu gelir kalemlerinin yanında ilçenin özellikle sahil şeridinde zeytincilikte yapılmakta ve yılın belirli döneminde zeytinyağı üretilmektedir.

3.5.3. Hayvancılık

Yörükler yazın yaylalarda, sonbaharda güzlüklerde, kışın ise kışlıklarda küçüklü-büyük gruplar halinde hayvancılıkla uğraşan konar-göçer Türklerdir. Yörüklerin hayatında göçebe kültürü önemli bir yere sahiptir. Günümüzde göç olgusu hala ekonomik, doğa ve iklim gibi değişik şartlar nedeniyle yerli halk arasında sürmektedir. Yerli halk yaz aylarında daha çok Gömbe, Sütleğen, Bezirgan ve Gökçeören yaylalarına göç etmektedir. Kaş'ta daha çok küçükbaş hayvancılık yapılmaktadır (**Kaşa Belediyesi 2015-2019 Stratejik Planı, 2014, s. 55**).

Kaş coğrafi yapısı gereği dağlık bir alana sahip olduğu için küçükbaş hayvancılığa elverişlidir. Bölgede 1979 yılında 1.285,480 adet, 1983 yılında ise 1.345,730 adet küçükbaş hayvan olduğu bilinmektedir (**Turan, 1992, s. 69-70**) Günümüzde ise, küçükbaş hayvancılık daha çok Kaş'a bağlı Belenli, Sahilkılınçlı, Boğazcık, Kasaba, Karadağ, Doğantaş, Gökçeören ve Sarıbelen Mahallelerinde bulunmaktadır (**Kaşa Belediyesi 2015-2019 Stratejik Planı, 2015, s. 13**). Kaş İlçe Tarım ve Orman Müdürlüğünden alınan güncel verilere göre, günümüzde, Kaş'ta 4.300 büyükbaş, 93.200'de küçükbaş hayvan bulunmaktadır. Yukarıda verilen veriler değerlendirildiğinde, 1973 yılına göre 1983 yılında küçükbaş hayvan sayısında artış olsa da, günümüze baktığımızda hayvancılığın hızlı bir şekilde azalarak yok olma noktasına gelmiş olduğu söylenebilir.

2.6. Kaş'ın Tarihi ve Kültürel Değerleri İle Doğal Güzellikleri

Kaş tarihi ve kültürel değerlerinin yanında doğal güzellikleriyle de turizm potansiyeli açısından oldukça önemli bir öneme sahiptir. Bu bölümde, Kaş'ın önemli görülen kültürel ve tarihi değerlerinin yanında doğal güzelliklerine de yer verilecektir.

2.6.1. Kaş'ın Tarihi ve Kültürel Değerleri

Kaş tarihi ve kültürel değerleri bakımından oldukça zengin bir ilçedir. Kaş mülki sınırları içerisinde, Patara (Gelemiş, Xanthos (Kınık), Apollonia (Boğazcık/Sahilkılınçlı), Timonehi-Tymnessos (Bezirgan-İkizce-İslamlar), Phellos (Çukurbağ), Aperlai (Boğazcık), Nisa (Beledibi), Komba (Gömbe), Kandyba (Çataloluk), İsinda (Belenli), Koraba (Gökçeyazı ve Tüse (Ahatlı-Sarılar) antik kentleri bulunmaktadır (Kaş Alternatif Turizm Fizibilitesi ve Tematik Haritalandırma Çalışması, 2014, s. 24) Bu kentlerin yanında birçok anıt mezar, kaya mezarları, lahitler gibi çeşitli tarihi ve kültürel yapılar mevcuttur. Kaş'ın tarihi ve kültürel değerleri olarak bu bölümde; Patara Antik Kenti, Xanthos Antik Kenti, Kaya Mezarları ve Antiphellos Antik Tiyatrosu ile ilgili aşağıda başlıklar halinde açıklama yapılacaktır.

2.6.1.1. Patara Antik Kenti

Gelemiş (Patara) mahallesi ilçe merkezine yaklaşık olarak 45 km mesafede bulunmaktadır. Kentin tarihi 3. Binyıl başına dayanmaktadır. Kuzey batısında bulunan Eşen Çayı'nın getirdiği

alüvyonlarla tarihi yerleşim alanının büyük bir kısmı kumlar altında kalmış bulunmaktadır. Antik dönemde önemli bir liman kenti olan Gelemiş (Patara), Hristiyan dünyasında “Noel Baba” olarak bilinen Saint-Nicholas’un burada doğduğu kabul edilmektedir. Patara erken Hristiyanlık döneminde Piskoposluk Merkezi olmuştur. Yine İmparator Nero Döneminde yapılan ve dünyada bilinen ilk Deniz Feneri ile Meclis Binası da burada bulunmaktadır.

Patara Antik Kentinde Bulunan Başlıca Tarihi Eserler:

- Likya Birliği Meclis Binası (Bouleterion),
- Nekropoller
- Kent Kapısı
- Kent Bazilikası
- Liman Hamamı
- Yol Anıtı (Antalya Müzesine taşınmıştır),
- Nero Hamamı
- Liman Caddesi
- Ortaçağ Kalesi
- Korint Tapınağı,
- Bizans Kilisesi,
- Patara Tiyatrosu ve
- Patara Deniz Feneri (Kaş Belediyesi 2015-2019 Stratejik Planı, 2014, s. 45-46) gibi belli başlı bilinen tarihi eserler bulunmaktadır.

Deniz Feneri, MS 64-65 yıllarında Roma İmparatoru Nero tarafından “**denizcilerin selameti için**” yaptırılmıştır. Yüksekliği yaklaşık 26 metre olan Deniz Feneri ortaya çıkarıldığı günden bu yana ülkemizin en önemli arkeolojik kalıntıları arasında yer almaktadır.

Patara, yalnızca kültürel dokusuyla değil, aynı zamanda doğasıyla büyüleyici bir güzelliğe sahiptir. Özellikle 12 km uzunluğunda ve yer yer 200 metre genişliğinde bulunan kumsalı ile her zaman Dünya’nın en gözde plajlardan birisi olarak kabul edilmiştir (**Kaş Belediyesi Turizm Amaçlı Tanıtım Kitapçığı, 2020, s. 55**).

Çevre ve Orman Bakanlığınca 18.01.1990 tarih ve 90/77 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile Patara’nın 197,1 km²’lik alanı “**Özel Çevre Koruma Alanı**” tespit edilerek ilan edilmiştir. Genel özellikleri ile Patara, Özel Çevre Koruma Bölgesi; Muğla ile Antalya illerinin Seydikemer ve Kaş ilçelerine bağlı on mahalleden (Kumluova, Karadere, Karaköy, Kınık, Ova, Yeşilköy, Üzümlü, Çavdır, Çayköy ve Patara) oluşmaktadır. Bu mahallelerden Kumluova, Karadere, Karaköy Seydikemer’e, Kınık, Ova, Yeşilköy, Üzümlü, Çavdır, Çayköy ve Patara ise Kaş’a bağlı bulunmaktadır. Antalya ili Kaş ilçesi sınırları içerisinde bulunan Gelemiş (Patara) Likya Uygarlığına ait antik bir kenttir. Yönetmel olarak Gelemiş (Patara) Özel Çevre Bölgesinin büyük bir alanı Kaş ilçesi, diğer kısmı ise Seydikemer ilçe sınırları içerisinde bulunmaktadır. Bölgede arkeolojik kazılar sonucu yapılan araştırmalara göre, Likya Uygarlığının en eski kentlerinden biri olan Patara Tunç Çağı’ndan itibaren ana limanı durumunda olan yer, Kalkan Erendağı batısında üçgen şeklinde bir ova üzerine kurulmuş (<https://csb.gov.tr/>) bulunmaktadır. Ayrıca Çevre ve Orman Bakanlığınca “**Özel Çevre Bölgesi**” ilan edilen yer içerisinde bulunan Patara kumsalı, deniz kaplumbağalarının (Caretta-Caretta) önemli bir yuvalama alanıdır (**Kaş Belediyesi 2015-2019 Stratejik Planı, 2014, s. 46**).

Patara ayrıca, Likya Birliği’nin başkenti olmasının yanında, Osmanlı İmparatorluğu’nun Afrika’da bulunan toprakları ile iletişim kurabilmek için 1916 yılında ilk telsiz-telgraf istasyonunun kurulduğu yerdir. II. Abdülhamit, Osmanlı İmparatorluğu’nun karasal bağlantısı kalmayan Trablusgarp ile

daha hızlı iletişim sağlanması amacıyla birisi Patara'da diğeri Derne'de olmak üzere iki istasyon yaptırmıştır. İki istasyon arası kuş uçuşu mesafe 580 kilometreyi bulurken, döneminin en yeni teknolojik cihazlarıyla donatılan bu istasyonlar arasında günlük 4 bin kelimenin aktarılması hedeflenmiştir (**Anadolu Ajansı, 2019**). 16 Mayıs 2020 tarihli ve 31129 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararı ile Patara Antik Kenti'nde bulunan Telsiz Telgraf İstasyon bina kalıntılarının restorasyonunun yapılması amacıyla söz konusu yerde bulunan taşınmazların hazine adına tapu tescillerinin yapılması için Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından kamulaştırılmasına karar verilmiş bulunmaktadır (**16 Mayıs 2020 tarih ve 31129 sayı numaralı Resmi Gazete**). Bölgemizin ve ilçemizin en önemli antik kentlerinin başında yer alan Patara Antik Kenti, “**2020 Patara Yılı**” olarak ilan edilmiş bulunmaktadır. 2019 yılının Aralık ayında Çin'in Wuhan kentinde meydana çıkan ve tüm dünyayı etkisi altına almış bulunan Coronavirüs (**Covid-19**) nedeniyle turizm sezonunun istenen şekilde geçmemesi nedeniyle “**2020 Patara Yılı**” 2021 yılında da “**Patara Yılı**” olarak kutlanmaya devam edilecektir (**Anadolu Ajansı, 2020**).

2.6.1.2. Xanhtos Antik Kenti

Eski adının Arne olduğu söylenen Xanthos Antik Kenti, Yunanlılar tarafından MÖ 7. yüzyılda kurulmuş, Likya uygarlığına başkentlik yapmış ve MÖ 470 yılında ise büyük bir yangın geçirmiştir. Roma ve Bizans dönemlerini de yaşamış bulunan antik kent günümüzde halen barındırdığı Likya şehir kalıntıları ile ziyaretçilerin uğrak noktalarından birisi haline gelmiştir. Heredot'a göre Xanthos şehri Pers istilasına kadar bağımsızlığını sürdürmüş ve şehir her ne kadar Helen etkisinde kalmışsa da, dilini koruyarak Atina'nın etkisinden uzak kalmayı başarmıştır. Ancak kent, Büyük İskender'in MÖ 334'de bölgeyi istila etmesi sonucunda Helen hâkimiyeti altına girmek zorunda kalmıştır (**Turan, 1992, s. 129-130**).

Xantos Antik Kenti Kaş'a bağlı Kınık ile Seydikemere bağlı Karadere mahallelerini sınır çizen Eşen Çayı'nın Kınık tarafında yükselen kuzey-güney doğrultusunda bir tepenin yamacına konumlanmış bulunmaktadır. Kent, 1838 yılında İngiliz Charles Fellows (1799-1860) tarafından keşfedilmiştir. Kentte bulunan önemli tarihi kalıntıların birçoğunun İngiltere'de bulunan Britanya Müzesi'ne götürülerek orada sergilendiği bilinmektedir. Kentte bilimsel araştırmalar 1950'li yıllarla birlikte yapılmaya başlamış bulunmaktadır. Kent özellikle klasik dönem içerisinde ekonomik ve idari yönden Likya Bölgesi'nin en güçlü kenti haline gelmiştir (**Kaş Belediyesi Turizm Amaçlı Tanıtım Kitapçığı, 2020, s. 57**).

Likya bölgesinin en büyük dini ve idari merkezi konumunda olan kent, 3. yüzyılda önce Mısır asıllı Yunanlı Ptolemelerin, sonrasında ise Romalıların hâkimiyeti altına girmiştir. Roma iç savaşları sırasında MÖ 42 yılında zarar gören kent, akabinde bir Roma eyaleti haline getirilmiştir. Şehir, MS 7. yüzyılda Arapların istilası sonrasında yok olma noktasına gelmiştir. Dört tarafı surlarla çevrili bulunan kentte Akropol, Roma Agorası, Likya mezar anıtları, Roma tiyatrosu, Bizans Bazilikası, Likya Kralı Kheri'nin MÖ 5. yüzyıla ait savaşlarını tasvir eden Kitabeli Piliye, Likya tapınağı, Bizans sarnıcı, Taş mezar odası ve kaya mezarları gibi birçok tarihi yapı bulunmaktadır (**Turan, 1992, s. 130-131**).

2.6.1.3. Kaya Mezarları

Tarihi ve sanatsal değeri yüksek olan lahitlerden birisi de uzun çarşı üzerinde bulunmaktadır. Kaş'ın en güzel sokağıdır uzun çarşı. Aşağıdan yukarıya doğru uzanan rengârenk begonvil bitkileriyle süslü bu sokağın sonunda karşınıza çıkan görkemli bir anıttır kral mezarı. Yöre halkının “Körüstan” adıyla andığı yüksek ve kapalı bu tarihi yapının bir krala ait olduğu tahmin edilmektedir. MÖ 4. yüzyıldan kalan bu tarihi eser, tek bloktan oluşmakta ve üzerinde dört adet aslan başı bulunmaktadır. Üzerinde sekiz satırlık Likya dilinde yazılmış kitabesi bulunan bu anıt mezar Kaş'ın

sembölüne haline gelmiştir. Likyalılardan günümüze ulaşmış eserlerin başında Likya kentlerinin bazılarında kayalara oyulmuş kaya mezarları-lahitler yer almaktadır (**Kaş Belediyesi Turizm Amaçlı Tanıtım Kitapçığı, 2020, s. 29 ve Turan, 1992, s. 158**). Kaş'ın kuzey yamacında yer alan kayalara oyulmuş mezarlar gerek dış cephe işçilikleri gerekse üzerinde bulunan yazıtlarla Likya Uygarlığının en güzel örneklerini barındırmaktadırlar. Bunun yanında, Kaş ve çevresinde bulunan birçok tarihi kentte daha geç devirlerde yapıldığı bilinen Likya tipi kaya mezarları geçmişten günümüze kalmış tarihi değerlerdir (Kaş Belediyesi 2015-2019 Stratejik Planı, 2014, s. 45).

2.6.1.4. Antiphellos Antik Tiyatrosu

Likya bölgesinin en eski tiyatrosu olan ve Kaş şehir merkezinin batısında Çukurbağ yarımadasına giden yolun sağında bulunan Helenistik karakterdeki Antik tiyatro İÖ 2-3. yüzyıla özgü bir anıtsal yapıdır. Küçük bir tepeye doğru yaslanmış ve cephesi denize bakan yapıda Roma dönemi eklentisi olmadığından sahne binası ile taban döşemesi bulunmamaktadır. Bu durum, antik çağ döneminde inşa edilmiş bulunan tiyatrolarda olduğu gibi bu yapının da sahnesinin ahşaptan yapıldığının bir göstergesidir. Tiyatronun sıralarına oturulduğunda deniz, Meis Adası ve diğer küçük adalar net bir şekilde görülmektedir. Helenistik dönemin özelliklerini barındıran tiyatro çağdaşlarına göre daha sağlam bir şekilde geçmişten günümüze ayakta kalabilmiştir. Yapının taşlarının tamamı düzgün kesilmiş yerel kireç taşından oluşmaktadır. Oturma yerleri bir birinden bağımsız bulunan Antik tiyatro, 26 basamaktan oluşmakta ve 4 adet ara çıkış merdiveni bulunan tiyatro 4 bin kişi kapasitelidir. Son olarak yapı, 2010 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından restore edilerek tekrar kullanıma açılmıştır (**Kaş Belediyesi 2015-2019 Stratejik Planı, 2015, s. 44, Turan, 1992, s. 156 ve Sergün, 1992, s. 26**).

2.6.2. Kaş'ın Doğal Güzellikleri

2.6.2.1. Kaputaş Plajı

Kaş ile Kalkan arasında bulunan Kaputaş plajı, Kaş'a 20, Kalkan'a ise 7 km mesafededir. Plaj, dar bir kanyonun geniş ağzının denizle buluştuğu noktadadır. Plajın sahili küçük çakıl taşlar ve sarı renkte kumlardan oluşmaktadır. Denizin içinden çıkan doğal kaynak suyunun serinliği ve turkuaz rengi, bu doğa harikası yerin yalnızca ülkemizin değil dünyanın da sıralı güzel plajları arasında yer almasını sağlamaktadır. Plajın hemen yakınında (**Kaş tarafında**) bulunan ve Mavi Mağara olarak isimlendirilen mağara ise görülmeye değer bir yerdir. Geçmişte Akdeniz foklarının yaşam alanı olarak bilinen mağaraya Kaputaş Plajından yüzerek veya tekne ile ulaşım sağlanmaktadır (**Kaş Belediyesi Turizm Amaçlı Tanıtım Kitapçığı, 2020, s. 34**). Kaputaş Plajına 150 metre uzaklıkta bulunan Mavi Mağara 1972 yılında Jeolog Temuçin Aygen tarafından keşfedilmiştir. Mağara yaklaşık olarak 50 metre uzunluğunda, 40 metre genişliğinde ve 15 metre yüksekliğindedir. Güneş ışıkları mağaranın içine deniz yüzeyinden yansıyarak girmekte ve parlak bir mavi (**fosforesans**) rengi meydana getirmektedir. Turizme kazandırılması gereken Mavi Mağara bölgede önemli ve görülmeye değer bir güzelliğe sahiptir (**Turan, 1992, s. 112**).

2.6.2.2. Patara Plajı

Bölgenin doğal güzelliği ile tarihi zenginliğinin korunması amacıyla 1990 yılında Bakanlar Kurulunun 90/77 sayılı kararı ile Patara'nın da içinde bulunduğu alan Özel Çevre Koruma Alanı (**ÖÇK**) olarak ilan edilmiştir. Bu alanın içerisinde yer alan Patara kumsalı, deniz kaplumbağalarının (Caretta-Caretta ve Chelonia mydas türü) yumurtalarını bırakıp üreme yaptıkları önemli alanlar arasında yer almaktadır (<https://csb.gov.tr/>). Her ne kadar Patara'nın Özel Çevre Koruma altına alınması 1990 yılında gerçekleşmiş olsa da, Patara kumsalında deniz kaplumbağalarına

yönelik çalışmalar 1989 yılında başlamıştır. Önceleri küçük alanlar halinde başlayan yuvalama çalışmaları yıllar itibariyle hız kazanmış bulunmaktadır. Örneğin, 1994 yılında 33 yuva tespiti yapılmışken, 2016 yılında ise 254 yuva tespit edilmiştir (**Başkale, vd. 2019, s. 8**). Patara plajı, ince kum yapısı ve doğal güzelliğiyle büyüleyici bir güzelliğe sahiptir. Özellikle 12 km uzunluğunda ve yer yer 200 metre genişliğinde bulunan kumsalı ile her zaman Dünya'nın en gözde plajlardan birisi olarak kabul edilmiştir (**Kaş Belediyesi Turizm Amaçlı Tanıtım Kitapçığı, 2020, s. 55**). Patara kumsalında, kumlar kıyıda iç kesimlere doğru yayılarak geniş bir kumsal alan oluşmasını sağlamıştır. İç kesimlere doğru oluşan kum tepeleriyle kumsal, tam anlamıyla bir çöl görünümüne benzemektedir. Yöre hem bu doğal görünümleri hem de antik kenti ile birlikte yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir (**Sergün, 1992, s. 27-31**). Plajda, Kaş Belediyesi tarafından turizm sezonu boyunca işletilen bir adet işletme bulunmaktadır. Bu işletme Patara Plajına gelen yerli ve yabancı turistlere yeme-içme, duş, tuvalet, şezlong, şemsiye, cankurtaran, Wi-Fi, araç park yeri gibi çeşitli hizmetler sunmaktadır. Yine plajın kuzey batısında bulunan ve “**kum tepesi**” adıyla anılan tepede özellikle turistlerin gün batımını izledikleri doğa harikası bir yerdir.

2.6.2.3. Uçarsu

Uçarsu Kaş'a bağlı Gömbe Mahallesi sınırları içerisinde yer almaktadır. Yazın sahilin sıcağından bunalıp serinlemek isteyenlerin kaçamak noktalarından birisi olan Uçarsu, serin ve temiz havası ile doğa yürüyüşü yapmak isteyenler içinde ideal bir yerdir (**Kaş Belediyesi 2015-2019 Stratejik Planı, 2015, s. 50**). Yeşilgöl'ün yaklaşık bir kilometre güneybatısında Aygır adıyla anılan küçük bir göl daha bulunmaktadır. Bu gölden batan suların yamaç yüzeyinden çıkması sonucu Uçarsu Şelalesi oluşmaktadır. Bu şelalenin suyu Gömbe tarafına akarak Subaşı deresi ile buluşmakta ve akıntı Avlan gölüne ulaşmaktadır. Uçarsu'ya ulaşan insanların görmek istedikleri bir başka doğa harikası da Yeşil göldür. Yeşilgöl, 0,5 km²'lik alanıyla oldukça küçük bir göldür. Göle büyük olasılıkla renginden dolayı Yeşilgöl denilmiştir. Ayrıca Haziran ayının ilk haftasında Elmalı ilçesinin Tekke Mahallesi'nde Abdal Musa şenlikleri düzenlenmektedir. Bu şenliklere katılanlar Uçarsu'ya gelip burada kurbanlar kesip dilekleri dilemektedirler (**Sarı, 2007, s. 108-142-143**).

2.6.2.4. Saklıkent Kanyonu

Saklıkent Kanyonu, Antalya-Muğla sınırını çizen Eşen Çayı'nın bir kolu olan Karaçay'ın oluşturduğu kanyondur. Suyun aşındırdığı kalkerli arazide fay çatlaklarının da etkisiyle sarp ve derin bir kanyon oluşmuştur. Kanyonun uzunluğu 18 km, yüksekliği 200 m, genişliği ise yer yer değişmekle birlikte en dar yeri 2 metreye kadar düşmektedir. Kanyona giriş, kanyonun dik yamaçlarına demir profillerle tutturulan yaklaşık 200 metre uzunluğunda ahşap bir köprüyle yapılmaktadır. Köprü'nün hemen bitiminde kayalıkların altından çıkan oldukça soğuk su kaynakları bulunmaktadır. Kanyon ve çevresi 06.06.1996 tarihli Resmi Gazetede yayımlanan Bakanlar Kurulu kararıyla Saklıkent Milli Parkı ilan edilerek koruma altına alınmıştır (**Kaş Belediyesi Turizm Amaçlı Tanıtım Kitapçığı, 2020, s. 67**). Yine, 26 Haziran 2019 tarih ve Karar Sayısı: 1248 olan Cumhurbaşkanlığı Kararı ile Saklıkent Kanyonu Doğal Sit Alanı'nın yeniden değerlendirilmesine yönelik yapılan çalışmada, 1 numaralı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesinin 109. maddesi gereği olarak kanyon, “**Kesin Korunacak Hassas Alan**” olarak tescil ve ilan edilmiş bulunmaktadır (**27 Haziran 2019 tarih ve 30814 sayılı Resmi Gazete**). Zengin su kaynağının çıktığı kanyona, kayalıklara yapılmış demir ve ahşaptan oluşan bir yürüme yoluyla ulaşıldığında sizi karşılayan dar bir vadiden dolayı buraya Saklıkent adı verilmiştir (**Sergün, 1992, s. 46**). Ayrıca kanyonun giriş kısmında iki taraflı restoranlar, piknik alanları, ağaç evlerden oluşan kamp alanı buraya gelen yerli ve yabancı turistlere hizmet vermektedir.

BİR REKABET ARACI OLARAK TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİMİ (SCM), KRİTERLERİ VE SÜREÇLERİ

Nazila Mahdavia*

1.Giriş

Günümüzde artan rekabet koşullarında firmalar sürekli olarak pazar paylarını artırmaya çalışırken, bir yandan da maliyetlerini düşürmeyi hedeflemektedirler. 1950'ler sonrası dönemde çoğu üretici, birim üretim maliyetlerini en aza indirmek için birincil iş stratejisi olarak çok az ürün ve süreci benimsemiştir. Bu dönemde, yeni ürün geliştirme yavaş ve tamamen firma içi teknoloji ve kapasiteye bağlı olmaktadır.

Bu yüzden potansiyel müşterilere gereken zamanda gereken ürünleri gereken şekilde ulaştırmak gerekirken, bir yandan da bunu gerçekleştirmek için tedarikçilerle etkin bir şekilde çalışarak gereken hammadde veya malzemeyi gereken zamanda ve en düşük maliyetle tedarik etmek gerekmektedir.

Teknoloji ve uzmanlığın müşterilerle veya tedarikçilerle paylaşılması çok riskli ve kabul edilemez olarak görülmektedir. Aynı şekilde, işletmeler arası işbirliği ve **alıcı-tedarikçi** ortaklığı üzerine ilginin de çok az olduğu görülmektedir.

1990'lardan sonra durum farklılaşmıştır. İşletme kararlarının tam merkezinde müşteri vardır ve firmalar müşterilerini tatmin edebilmek için yer aldıkları değer zinciri içindeki bütün üyelerle (**tedarikçi, üretici, perakendeci vb.**) işbirliği yollarını geliştirmeye çalışmaktadırlar. Bu işbirliği süreci Tedarik Zinciri Yönetimi¹ olarak tanımlanmaktadır.

Tedarik Zinciri Yönetimi olarak adlandırılan, firmalar arası süreçlerin düzenli biçimde kontrolü ve

* **Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Öğrencisi**

1) HOULIHAN, J.B. (1985), "International Supply Chain Management", *International Journal of Physical Distribution and Materials Management*, Vol.15 No.1, p.22-38.

koordinasyonu modeli, maliyetleri düşürmede, kaliteyi ve faaliyetlerin hızını artırmada kullanılan geleceğin modelidir. Bu noktadan sonra verimlilik savaşları yapılacaktır. Galip gelenler işlerine yeni yaklaşımlar getirebilen, geleneksel işletme sınırlarını aşarak iş ortaklarıyla iş süreçlerini tasarlama ve yönetmede yakın çalışan firmalar olacaktır².

“Tedarik zinciri” kavramı literatürde iyi yerleşmiştir ve genellikle piyasaya bir ürün veya hizmet getiren şirketler koalisyonu olarak anılır³. Tedarik zinciri üreticileri, tedarikçiler, nakliyeciler, depolar, toptancılar, perakendeciler, diğer araçlar ve hatta müşterilerin kendilerini içerir. Tüketim malları piyasasında işlem gören herhangi bir ürün, hammaddeden bitmiş ürüne evriminde, işletmeden işletmeye pazarda bir dizi ardışık işlemde geçmektedir.

Örneğin, son tüketici bir şişe Coca Cola satın aldığı anda, doğrudan Coca Cola'dan değil, bir aracından (**örneğin hipermarket veya mahalle mağazası**) satın alır ve ürün, Coca-Cola – **toptancı – perakendeci** – nihai tüketici devresinde işletmeden işletmeye pazarda çeşitli işlemlerden geçer⁴.

2. Tedarik Zinciri Yönetimi Tanımları

Tedarik zinciri, hammadde aşamasından ürün/hizmetin son tüketicisine kadar mal ve bilgi akışıyla ilgili tüm faaliyetler ve süreçten oluşur. Tedarik zincirinin üyeleri arasında faaliyetlerin ve süreçlerin entegrasyonu sıklıkla Tedarik Zinciri Yönetimi olarak adlandırılır⁵.

Tedarik Zinciri Yönetimi (**SCM**) alanı, müşteriler, işletmeler ve tedarik zinciri ortaklarından oluşan bir ağda bilgi, ürün ve hizmet akışını yönetmek için doğmuştur ve 1980'lerde bir kavram olarak tanıtılmasından bu yana, tedarik zinciri yönetimi önemli değişiklikler ve genişlemeler geçirmiştir⁶.

*“Tedarik zinciri yönetimi, temel hammaddelerin tedarikinden nihai ürüne (ve olası geri dönüşüm ve yeniden kullanıma) kadar malzeme/tedarik yönetimini kapsar. Tedarik zinciri yönetimi, firmaların tedarikçilerinin süreçlerini, teknolojisini ve rekabet avantajını artırmak için yeteneklerini nasıl kullandıklarına odaklanır.”*⁷

*“Tedarik Zinciri Yönetimi, tedarik zinciri içindeki hizmet ve malzeme akışında yer alan kaynakları organize etmek, kontrol etmek ve motive etmek için bir strateji geliştirmekten oluşur.”*⁸

2) HAMMER, M. (2001), “The Superefficient Company”, Harvard Business Review, Vol. 79, No.9, p.84.

3) Lambert, D.M., Stock, J.R. and Ellram, L. M., 1998. Fundamentals of Logistics Management. Boston: Irwin/McGraw-Hill.

4) Căescu, Ş.C. and Dumitru, I., 2011. Particularities of the competitive environment in the business to business field. Management & Marketing, 6 (2), pp. 273-284.

5) Handfield, R. B. and Nichols, E. L., 2003. Introduction to Supply Chain Management. 2nd edition. Upper Saddle River: Prentice Hall.

6) Russel, R. S. and Taylor, B.W., 2009. Operations Management along the Supply Chain. 6th edition. Hoboken: John Wiley & Sons.

7) Tan, K.C., Kannan, V.R. and Handfield, R.B., 1998. Supply chain management: supplier performance and firm performance. International Journal of Purchasing and Material Management , 34 (3), pp. 2-9.

8) Krajewski, L.J., Ritzman, L.P. and Malhotra, M.K., 2007. Operations management: processes and value chains. Upper Saddle River: Pearson Prentice Hall.

“Lojistik - veya tedarik zinciri yönetimi - malzemelerin orijinal tedarikçilerden, ara işlemler yoluyla ve nihai müşterilere olan yolculuklarında nakliyesinden ve depolanmasından sorumlu işlevdir”⁹.

SCM, lojistik yönetim faaliyetlerinden oluşsa bile, tedarik zinciri yönetimi kavramı ile geleneksel lojistik kavramı arasında bir fark vardır. Lojistik, tek bir organizasyonun sınırları içindeki tüm malzemelerin hareketinden sorumlu yönetim fonksiyonu iken, SCM, tedarik zincirini oluşturan tüm ilgili organizasyonlar boyunca daha geniş bir hareket görüşü almaktadır. Tedarik zinciri yönetimi, tüm geleneksel lojistiği kabul eder ve ayrıca pazarlama, yeni ürün geliştirme, finans ve müşteri hizmetleri gibi faaliyetleri içerir¹⁰.

Tedarik zincirinde üç geleneksel aşama vardır: tedarik, üretim ve dağıtım. Bu aşamaların her biri dünyanın farklı yerlerindeki birkaç tesisten oluşabilir¹¹. Örneğin, otomotiv endüstrisinde montaj fabrikaları, farklı bileşenlerin tedarikçileri yerine başka ülkelerde yer almakta ve dünya çapında dağıtım yapmaktadır.

3. Tedarik Zinciri Yönetimi Kavramının Dört Ana Kriteri¹²

kriterler	kavramlar	Tanım
1. Yönetim faaliyetler	Anahtar kavramlar: planlamak, organize etmek, uygulamak, motive etmek, kontrol Türetilmiş Kavramlar: mallar, hizmetler, verimlilik	SCM planlama, organize etme, uygulama, motive etme ve İlk tedarikçiden nihai müşteriye kadar mal ve hizmetlerin hareketine ilişkin tüm faaliyetlerin etkin bir şekilde kontrol edilmesi.
2. Lojistik faaliyetler	Anahtar Kavramlar: nakliye, işleme, depolama Türetilmiş Kavramlar: hammaddeler, yarı mamul envanteri, bitmiş ürünler	SCM, hammaddelerin taşınmasını, işlenmesini ve depolanmasını, süreç içi envanteri ve ilk çıkarma aşamasından nihai müşteriye kadar bitmiş ürünleri içerir.
3. Hedefler	Anahtar Kavramlar: değer, müşteri gereksinimleri, güven, rekabet avantajı, ilişkiler Türetilmiş Kavramlar: sürdürülebilir, uzun vadeli	SCM, müşteri gereksinimlerini karşılamak, uzun vadeli ilişkiler kurmak, tedarik zinciri ortakları arasında güven oluşturmak ve sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmek için tasarlanmış bir dizi katma değerli süreç içerir.
4. Bileşenler	Anahtar kavramlar: tedarikçiler, üreticiler, depolar, mağazalar Türetilmiş Kavramlar: ürünler, hizmetler	SCM, ürün ve hizmetlerin çıkış noktasından tüketim noktasına hareketinde yer alan tedarikçileri, üreticileri, depoları, mağazaları ve diğer araçları kapsar.

9) Waters, D., 2008. *Supply Chain Risk Management: Vulnerability and Resilience in Logistics*. London: Kogan Page.

10) Hugos, M.H., 2006. *Essentials of Supply Chain Management*. 2nd edition. Hoboken: John Wiley & Sons.

11) Thomas, D. J. and Griffin P.M., 1996. *Coordinated supply chain management*. *European Journal of Operational Research*, 94 (1), pp. 1-15.

12) Eymen, U. E. *Tedarik Zinciri Yönetimi*, Kaliteofisi Yayınları No: 14 şubat 2007.

Tedarik Zinciri Yönetimi Uzmanları Konseyi (**CSCMP**)'na göre, “Tedarik Zinciri Yönetimi şunları kapsamaktadır; kaynak bulma ve satın alma, dönüştürme ve tüm lojistik yönetim faaliyetlerine dahil olan tüm faaliyetlerin planlanması ve yönetimi.”

Alanında tanınan bir diğer kuruluş olan Küresel Tedarik Zinciri Forumu (**GSCF**), **SCM**'nin bir organizasyonun başarısı için gerekli yeni bir iş modeli olduğunu ve organizasyondaki herkesin dahil olması gerektiğini belirtmektedir.

GSCF tanımına göre, “Tedarik Zinciri Yönetimi, son kullanıcıdan orijinal tedarikçilere, ürünleri sağlayan, müşteriler ve paydaşlar için değer katan hizmetler ve bilgiler” olarak tanımlanmaktadır.

APICS - Association for Operations Management'tan gelen tanım, **GSCF** ile aynı koordinatları dikkate alır; **APICS** için **SCM**, “net değer yaratmak, rekabetçi bir altyapı oluşturmak, arzı taleple senkronize etmek ve küresel olarak performansı ölçmek amacıyla tedarik zinciri faaliyetlerinin tasarımı, planlanması, yürütülmesi, kontrolü ve izlenmesi” anlamına gelir¹³.

4. Tedarik Zinciri Yönetimi Süreçleri

Literatürde tedarik zinciri yönetimini oluşturan süreçlerin geniş biçimde tanımına her yerde rastlamak mümkün olmasa da Global Tedarik Zinciri Forumu (**The Global Supply Chain Forum**) üyelerinin tanımladığı sekiz süreç genel kabul görmüştür¹⁴.

Bu süreçler aşağıdaki gibidir:

- 1) Müşteri İlişkileri Yönetimi (Customer Relationship Management)
- 2) Müşteri Hizmet Yönetimi (Customer Service Management)
- 3) Talep Yönetimi (Demand Management)
- 4) Sipariş İşleme (Order Fulfillment)
- 5) İmalat Akış Yönetimi (Manufacturing Flow Management)
- 6) Satın alma (Procurement)
- 7) Ürün Geliştirme ve Ticarileştirme (Product Development and Commercialization)
- 8) İadeler (Returns) Forumun yapmış olduğu bu sınıflamada satın alma süreci tedarikçilerle olan ilişkilerle ilgili olduğundan bu sürece Tedarikçi İlişki Yönetimi (Supplier Relationship Management) adı verilmektedir.

Ayrıca iadeler yerine iade yönetimi denilmesi de uygun görülmüştür¹⁵.

13) Lambert, D.M., Cooper, M.C. and Pagh, J.D., 1998. Supply Chain Management Implementation Issues and Research Opportunities. *The International Journal of Logistics Management*, 11 (1), p. 1-17.

14) CROXTON, K.L., DASTUGUE-GARCIA, S.J., LAMBERT, D.M. and et All (2001), “The Supply Chain Management Process”, *The International Journal of Logistics Management*, Vol.12, No.2, p.13-35.

15) Özdemir, A. İ. Tedarik Zinciri Yönetiminin Gelişimi, Süreçleri Ve Yararları, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 23, Temmuz-Aralık 2004, ss. 87-96.

5. Sonuç

Bir hammaddenin tüketiciye ürün olarak ulaşması bir dizi işlem gerektirmektedir, işlemlerin sırasıyla yapılması ve işletmelerin birbirleriyle olan ilişkileri bir tedarik zincirini oluşturmaktadır. Bu zincirdeki her bir halka bir önceki halkanın müşterisi, bir sonraki halkanın ise tedarikçisi durumundadır. Amaç zincirin sonundaki, nihai müşteriye, yani tüketiciye en iyi hizmeti sunmak, müşteri memnuniyetini kazanmaktır.

Günümüzde gelişmiş ülkelerdeki işletmelerde uygulanması gerekliliği iyice anlaşılan ve firma için hayati önem taşıyan e-iş sistemlerinden biri olarak kabul edilen tedarik zinciri yönetimi sisteminin ülkemizdeki işletmelerce öneminin ve yararlarının anlaşılması gereklidir.

Gelişen bilgi ve haberleşme teknolojilerinin de yardımı ile işletmeler arası bütünleşmeler ve işbirliğinin değer yaratıcı biçimde yayıldığı görülmektedir. İşletmelerin tek tek rekabetçi olmaları kavramı yerine yer aldıkları tedarik zincirlerinin bütününün oluşturduğu rekabet ortamı oluşmaktadır.

Bu ortamda ülkemizdeki işletmelerin de rekabetçi kalabilmeleri ve gelecek kuşaklara işlerini aktarabilmeleri için birlikte çalıştıkları tedarikçileri ve müşterileri ile işbirliği yollarını daha da ileri götürerek iş ortaklığı prensibi ile hareket etmeleri, güven ortamı oluşturmaları ve iş süreçlerini birbirlerine açmaları gerekmektedir.

Böylece tedarik zinciri içinde sınırların ortadan kalkması ile oluşturulacak bir zincir yönetiminin koordinasyonu ile işletmelerin tek tek amaçlarını en iyilemek yerine zincirin bütününde en iyileme yolu sayesinde bütün zincir üyeleri için daha çok yarar elde etme imkanı doğacaktır.

Genel olarak bir zincirde, ürünün hammaddesinin tedarikçisi, gerekli işlemleri yaparak piyasaya sunumlu hale getiren imalatçı firma, toptancılar ve ürünü müşteriyle buluşturan perakendeciler yer almaktadır. Bu zincirin iyi idare edilmesi satışların, kazancın ve dolayısıyla rakip firmalar arasındaki rekabet gücünün artırılması için bir fırsat olmaktadır.

Zaten günümüzde başarılı bir şekilde entegre edilmiş zincirlerde yer alan firmalar ayakta kalabilmektedir. Tedarik zincirindeki tüm firmalar kendilerini, sanki tek bir firmanın birbiri ardına gelen fonksiyonları gibi gördükleri zaman başarıya ulaşılabilirler. Klasik olarak, birçok şirket kendilerini diğer şirketlerden bağımsızmış gibi görürler ve hayatta kalmak için diğerleri ile yarış halindedirler. Geçmişte, tedarikçiler ve müşterilerin yardımlaşmaktan daha ziyade rekabet içinde oldukları sıkça görülmektedir.

SAĞLIK HİZMETLERİNDE DİJİTALLEŞME

Yeter DEMİR USLU*

1. Giriş

Teknolojik gelişmeler bireylerin yaşam kalitesini her sektörde olumlu etkilemektedir. Geçmiş 18. yüzyıla kadar uzanan Sanayi Devrimi'ne ve endüstride kullanılan insan gücünün yerini buhar, makine ve su gücüne bırakmasına dayanan dijitalleşme ile sektörlerdeki üretim miktarı artış göstermiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımıyla, elde edilen veri, veriden üretilen bilgi ve süreçlerin dijital ortama taşınarak etkin verimli hizmet üretilmesi dijital dönüşüm olarak tanımlanmaktadır (*Uysal ve Semiz, 2022*).

Birçok sektörde olduğu gibi sağlık sektöründe de olumlu gelişmelerin yaşanmasına katkı sağlamıştır. Sağlık teknolojilerindeki gelişmeler, birçok ülkede sağlık hizmetlerinin sunumunda toplum için yeni tıbbi bakım organizasyonunun ve yöntemlerinin geliştirilmesini hızlandırmıştır. Bu sayede sağlık hizmetlerinde verimlilik artmış, yaşam kalitelerinde iyileşmeler sağlanmış ve oluşacak komplikasyonlar azalmıştır. Ayrıca sağlıkta kullanılan dijital teknolojiler ile hastaların uzaktan izlemeleri, 24 saat çevrimiçi tıbbi tavsiye, önerici tedbirlerin sunulması internet, telefon ve video konferans gibi iletişim aracıyla sağlık hizmet sunumu gerçekleşmektedir (*Şimşir ve Mete, 2021*).

2. Sağlık Hizmetlerinde Dijital Dönüşüm

Gelişen teknoloji ve değişen ihtiyaçlar doğrultusunda ülkeler hızla dijital dönüşüme uğramaktadır. Özellikle sağlık sektöründe gelişen teknoloji ile hastalıkların teşhisi, klinik uygulamalar ve tedavi süreçlerinde kolaylık sağlamıştır. Bu yüzden işletmelerin teknolojik yeniliklere odaklanarak, yeni teknolojileri uygulanması, teknoloji kullanımını sağlık sektörünün öncelikli konuları arasına taşıması gerekmektedir. Sağlık sektöründe işletmelerin varlığını sürdürebilmesi, maliyetlerin düşürülmesi, kaliteli hizmet anlayışı, erişilebilir bilgi üretmek için bilgi teknolojileri ve dijital uygulamalar kullanılmaktadır (*Demirci, 2019*). Sağlıkta dijital teknolojiler kişinin kendisinin ve hekiminin sağlık durumunu takip edebilmesi, taşınabilir sağlık teknolojileri, tanı, teşhis, tedavi gibi alanlarda akıllı

*Prof. Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi Öğretim Üyesi

bağımsız sistemlerin kullanılabilmesi, sanal hastane gibi kavramları kapsamaktadır. Hastaların fiziksel bir ortamda değil sağlık ile ilgili süreçlerini sanal bir ortamda gerçekleşmesini ifade etmektedir. Sağlık hizmetlerinde yönetim ve uygulama alanlarında doğru kararlar almak, alternatif tedavi yöntemlerinden hasta için etkili olanına karar verebilmek için hem sağlık hizmeti sunucuları hem de sağlık yöneticileri açısından teknolojiyle entegre edilmiş sağlık sisteminin oluşturulmasını zorunlu kılmaktadır (**Şimşir ve Mete, 2021**). Dijital teknolojiler, sağlık hizmetlerinin geleceğini şekillendirmek ve etkili sağlık hizmet sunmak için birçok fırsatı sağlamaktadır. Sağlık hizmetleri ve tıp uygulamalarındaki ilerlemeler incelendiğinde önceden tedavi ve iyileşme odaklı olan yaklaşım son dönemlerde hastalıklardan korunma, hastalıkları önleme, yaşam kalitesini arttırma ve alışkanlıkları değiştirme odaklı bir yaklaşım sürecine girdiği gözlemlenmektedir. Değişen bu yaklaşım ile hastaların ve hatta sağlık sisteminin tüm paydaşlarının katılımını, güven ortamı inşa etmeyi, karşılıklı fayda gözetimini, hizmet sunumunda işbirliğini ve yenilik yaratmayı beraberinde getirmiştir (**Wong ve Bressler, 2016**).

2.1. Dijital Sağlık Hizmetleri

İnsanların ihtiyaç duydukları her zaman ve her yerde sağlık hizmetine ulaşmaları dijitalleşme süreci ile mümkün olmuştur. Dijital sağlık hizmetleri, sağlığın iyileştirilmesi ve geliştirilmesine, sağlık hizmetleri kalitesinin artırılması için katkıda bulunan sağlık hakkındaki bilgileri toplamak, ilgili yer ve kişilerle paylaşmak, analiz etmek ve güvenilir bir ortamda saklamak için dijital teknolojilerin kullanımı olarak tanımlanmaktadır (**Rezaei vd., 2021**).

Dijital sağlık; hastane bilgi sistemleri, kişisel dijital asistan, teletıp, E-Reçete (**elektronik reçete**), E-Sağlık (**elektronik sağlık**), M-Sağlık (**mobil sağlık**) gibi çeşitli modern teknoloji uygulamalarını ve sistemlerini kapsamaktadır. Son dönemlerde sağlık hizmetlerinde, elektronik sağlık kayıtları, sanal ziyaretler, giyilebilir teknolojiler, yapay zeka ve makine öğrenimi gibi karmaşık analitik araçlar dahil olmak üzere dijital sağlıkta önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Dijital sağlık teknolojisindeki ilerlemeler sağlık sektöründe önemli dijital dönüşümlere katkı sağlamaktadır (**Bergier, vd., 2021**).

3. Dijital Hastane

Kuruluşunun ilk yıllarında Selçuklu döneminde inşa edilen hastanelere darüşşifa ve şifahane (**Kayseri Gevher Nesibe Darüşşifası, Edirne Sultan II. Bayezid Darüşşifası vb.**) adı verilmiş, medrese, cami ve hamam gibi yapılardan oluşan külliyeler içinde yer almışlardır. Hastaneler geleneksel yapılarına 1900'li yılların başında bağımsız hizmet binaları ile kavuşmuşlardır (**Sonnur ve Saygın, 2014**). Günümüzün ihtiyaçları doğrultusunda, ilk örneklerinden farklı olarak dönüşüm geçiren hastaneler, artık fiziksel mekana bağlı hizmet veren geleneksel yapıların aksine zaman ve mekan sınırı olmaksızın “**dijital hastane**” kavramı ile son teknolojiyi (**teletıp, mobil sağlık, dijital hastaneler vb.**) hizmet süreçlerine entegre etmeyi ve hizmetlerini uzak bölgelere taşımayı hedeflemektedir.

Dijital hastane kavramı son yıllarda gelişmiş ülkeler tarafından ön plana çıkan ve yatırım yapılan bir uygulamadır. Amerika Birleşik Devletleri, dünyada bir ilki gerçekleştirerek ve Missouri'de uzaktan tanı ve tedavi yöntemleri sunan Mercy Virtual Care Center adlı yataksız bir hastane kurarak bir adım daha ileri gitmiştir (**Wang, 2004**).

Türkiye, dünyadaki gelişmeleri yakından takip etmekte ve buna bağlı olarak sağlık hizmetlerinde reformlar yapmakta ve bu doğrultuda “**dijital hastane**” çalışmalarına 2013 yılında başlamış ve 2016 yılında Avrupa'nın en üst düzey dört dijital hastanesinden birini İzmir'de Tire Devlet

Hastanesi'ni inşa etmiştir. Daha sonra Türkiye'nin, Sağlık Bilgi Yönetim Sistemleri Topluluğu'nun (HIMSS) Elektronik Sağlık Kaydı Benimseme (**EMRAM**) modelindeki en yüksek seviye olan 7. seviyeye sahip hastane sayısı Avrupa'da lider, dünyanın da sayılı ülkelerinden biri haline gelmiştir. Bir taraftan sağlık altyapısına yatırım yapılırken, bir taraftan da dijitalleşme sürecini hızlandıran Türkiye'de dijital hastane açısından **HIMSS** mükemmeliyet seviyesi olan hastane sayısı artmaktadır. 24.11.2021 tarihi itibarıyla Avrupa ülkelerinde sadece 5 hastane 7. seviyeye sahipken, Türkiye'de Tire Devlet Hastanesi, Yozgat Şehir Hastanesi, Ödemiş Devlet Hastanesi, Bahçelievler Devlet Hastanesi, Isparta Şehir Hastanesi, Düzce Ağız ve Diş Sağlığı Merkezi ile Sakarya Ağız ve Diş Sağlığı Hastanesi yeni validasyon süreçlerini eksiksiz yerine getirerek seviye 7 olan "**Dijital Hastane**" unvanı almıştır. Türkiye'de, çok kısa sürede 14 ağız ve diş sağlığı merkezi seviye 6 olarak tescillenmiştir.

Türkiye'de validasyonunu tamamlayarak seviye 6 konumuna gelen hastane sayısı 66 olmuştur. Dijital hastanelerin çıktıları, bu sistemi uygulayan hastanelerin %35 oranında verimlilik sağladığını göstermektedir (**Levina vd., 2022**). Bilimsel ve teknolojik yenilikler, biyotıp, tıp mühendisliği, klinik teşhis, sıhhi ekonomi, hastane yönetimi ve kültürü alanlarında faaliyet gösteren hastanelerin her yerinde çeşitli veri ve olguların elde edilmesini, arşivlenmesini, ele alınmasını ve görselleştirilmesini sağlamaktadır. Dijital Hastane, tıbbi cihazlar, akıllı bilgi sistemleri, tesis kontrolü, konum tabanlı hizmetler, sensörler ve dijital iletişim araçları gibi en son teknolojileri sağlık süreçlerine entegre ederek personel verimliliğinin artırılmasına, hastane operasyonlarının kolaylaştırılmasına, süreç kalitesinin iyileştirilmesine ve hasta güvenliğinin sağlanmasına katkıda bulunan bir konsepttir (**Della, 2001**). Tıbbi bilgi kaynaklarının paylaşımı ve yerel koşullara adaptasyon, bilgi işleme ve iletişim işlevinin, mevcut hastane yönetimine ve gelecekteki tıbbi çevreye bütünlük sunan eksiksiz bir platformda gerçekleştirilmesini sağlar.

Sağlık Bakanlığı'na göre Dijital Hastane, idari, mali ve tıbbi süreçlerde maksimum düzeyde bilgi teknolojilerinin kullanıldığı bir hastaneden, her türlü iletişim aracı ve tıbbi cihazın birbiriyle ve diğer bilgi sistemleriyle entegre olduğu, sağlık personeli ile hastaların tele-tıp ve mobil tıp uygulamalarını kullanarak hastane içinde veya dışında veri alışverişinde bulunabildiği bir hastaneye kadar geniş anlamda tanımlanabilmektedir. Dijital hastane, tıbbi gelişmeyi teşvik etmek ve sağlık hizmeti kalitesini artırmak için oldukça önemlidir (**Allen, 2000**). Sağlık hizmetlerinde hastalıkların önlenmesi, teşhisi, tedavisi ve izlenmesi ile sağlık danışmanlığının sağlanması için bilgi ve iletişim sistemlerinin kullanımı "e-Sağlık" olarak ifade edilmektedir. Bu bağlamda "**Dijital hastane, mobil sağlık, teletıp ve robotik sağlık**" e-Sağlık'ın alt bileşenleri olarak tanımlanmaktadır. Dijital Hastane, kaliteli sağlık hizmeti sunabilmek için bilgi ve iletişim teknolojilerini klinik ve idari iş akışı süreçlerine entegre ederek, aynı zamanda birbirinden uzak lokasyonlarda çalışan sağlık personeli ve birimlerini birbirine bağlayarak hastane hizmetlerini hastane sınırları dışındaki bireylere taşımaktadır (**Chang, 2003**). Dijital hastane kavramı son zamanlarda sağlık sektöründe ön planda olan uygulamalardan biridir. Bu nedenle Avrupa ve Türkiye'de birçok hastane dönüşüm sürecinden geçerek "dijital hastane" sertifikası almak için akreditasyon faaliyetlerine başlamıştır. **HIMSS**, 1961 yılında kurulmuş, **ABD**, Avrupa ve Asya'daki (**EMRAM**) yapılarla dünya çapında 52.000 sağlık hizmeti veren kurum, 600 firma ve 250 dernek / vakfı bünyesinde barındıran kar amacı gütmeyen bir kuruluştur. **EMR Benimseme Modeli(EMRAM)** , Avrupa ve dünyadaki diğer sağlık kuruluşlarına karşı ilerlemenizi izlemenizi sağlayan sekiz aşamalı bir modeldir. Kuruluşunun amacı, sağlık hizmetlerinin sunumunda ve geliştirilmesinde bilgi teknolojilerinin optimum kullanımını sağlamaktır. Hastanelerin dijitalleşme düzeyleri uluslararası düzeyde **EMRAM** ile derecelendirilmektedir.

Bu süreçte, sağlık kuruluşlarının işleyişinde bilgi sistemlerinin kullanım düzeyi denetlenmekte ve akredite edilmektedir. **HIMSS**, dijital süreçleri değerlendirmek ve başvuran hastanelerin aşamalarını belirlemek için evrensel olarak kabul edilen akreditasyon ve standart model **EMRAM**'ı kullanır.

Bu modelde hastaneler 1'den 7'ye kadar derecelendirilirken, 6. ve 7. aşamalara kadar dijitalleşme sürecini tamamlayanlara sertifika verilmektedir. **EMRAM** evrelemesi ile **HIMSS**, hastanelerin uluslararası standartlarda sürekli büyüyen sağlık bilgi teknolojilerine adaptasyonunu kolaylaştırmaktadır. Bir hastanenin dijital hastane olabilmesi için, akreditasyon kurumu **HIMSS** tarafından değerlendirilmesi ve sertifika ile ödüllendirilmesi gerekir. Hastaneler **HIMSS** ajansına başvurur, **HIMSS** tarafından görevlendirilen uzmanlar, ilgili hastaneyi yerinde denetler ve yayınlanan kriterlere uygunluğuna göre derecelendirir ve buna göre bir sertifika ile ödüllendirir (**Kumar vd., 2021**).

3.1. Dijital Hastanelerin Amaçları

Hastanelerin akredite edilerek dijital hastane olmalarıyla beraber bazı düzenlemeler yapılmaktadır. Hasta kabulü, hastaneye yatış ve diğer klinik süreçler, konsültasyon ve sevkler kağıtsız dijital platforma taşınmaktadır. Hastanede e-reçete, e-imza gibi uygulamalar başlatılmaktadır. MR, Röntgen, EKG, kan ve diğer tetkikler (*işitme testi vb.*) için verilen tetkik istekleri evraksız olarak bilgisayar ortamında sonuçlandırılır. Bu isteklerin sonuçları dijital kayıtlarda yer alıp bu sonuçlara hastalar ve sağlık çalışanları telefonla veya tabletle kolayca erişim sağlayabilmektedir. Oluşturulan tüm veriler (kayıtlar, sonuçlar, faturalar vb.) dijital ortamda arşivlenir ve bilgi güvenliği sağlanır. Hekimlerin tedavi emirleri tamamen online ortamda hem ve uzaktan erişim yoluyla işlenmektedir.

Hasta odalarına yerleştirilen bilgisayar terminaleri ile hemşireler tedavi bilgilerini girebilirler. Herhangi bir kağıt veya belge kullanmadan sisteme girmek, böylece eczane, stok takibi ve faturalama sistemi giriş ve çıkışları anında kayıt altına alma açısından oldukça kolay olur. İlaç uygulama sistemi sayesinde doğru ilaç, doğru hastaya, doğru dozlarda, doğru yoldan ve doğru zamanda uygulanır. Hastanedeki tüm idari belgeler ve yazışmalar (*satın alma hariç*) yasaların gerektirdiği belgeler elektronik sistemde takip edilmekte olup e-imza ile belgelendirilmektedir.

Kaynakları her zaman görüntülemek için bütçe ve stok uyarı sistemleri gibi programlar kullanılır. Yangın sistemi, güvenlik, elektrik, su ve doğalgaz gibi altyapı bileşenlerini merkezi bir sistem takip eder. Acil durumlarda, bu teknolojiler etkinleştirilebilir. Hastanede üretilen verilerin hiçbir kaybolmaz ve tüm verilere her yerden her zaman erişilebilir. Kağıt kullanılmadığı için sabit maliyetlerden tasarruf edilir. Akıllı yazılım sayesinde hastane hizmetleri hızlı ve verimli bir şekilde sağlanabilir (**Kılıç, 2016**).

4.Sonuç

Sağlık hizmetlerinde dijitalleşme ile beraber hastanelerin iş süreçlerinde hız ve verimlilik artmakta olup kağıt ve belge maliyetleri sıfıra inmektedir. Çalışan personel açısından insan kaynaklı hatalar ortadan kaldırılmakta ve veriler yetkili birimler, diğer sağlık kuruluşları ve hastalar tarafından anında veya geriye dönük olarak alınabilmektedir. Teşhis ve tedavi süreçleri sadece hastane duvarları içerisinde değil, uzak mesafelerden de yönetilebilmektedir. Bazı süreçler, insanlar tarafından takibe gerek kalmadan sensörler, kameralar ve erken uyarı sistemleri ile yönetilebilir buna örnek olarak ise kan değerlerinin normalin üzerinde veya altında çıkması durumuna karşı uyarı veren yazılımların olmasını verebiliriz.

Dijital Hastanelerin sunduğu hizmetlerden bir diğeri ise eczane ile hasta odası arasındaki ilaç yönetim sistemi ile ilaçlar doktor tarafından reçete edildikten sonra, akıllı yazılımlarla bir kanal üzerinden hastanın odasına ilgili personel tarafından götürülmektedir. İlaç dağıtım sistemi sayesinde hastalar sağlık hizmetlerinden daha iyi faydalanabilir ve ilaç israfı önenebilir (**Ak, 2013**). Dijital hastanelerde karar destek sistemleri sayesinde hızlı ve doğru kararlar alınabilmektedir. Son yıllarda çok tartışılan ve giderek daha fazla uygulanan bir yaklaşım olan yalın yönetim felsefesine

uygun bir yapı oluşturulmakta ve yalın hastane uygulamalarına geçiş hızlanmaktadır.

Dijital hastanelere yaygın erişim ile tüm bu avantajlardan yararlanmak ve en kısa sürede hastalara en etkin ve verimli sağlık hizmetini sunmak mümkün olacaktır. Hastane personelinin iş yükü daha az olacak ve hata yapma olasılığı daha az olacaktır.

Kaynakça

- Uysal, Ö. Ü. B., & Semiz, Ö. Ü. T. (2022). Sağlık Hizmetlerinde Dijitalleşme ve Geleceği.
- ŞİMŞİR, İ., & Mete, B. (2021). Sağlık Hizmetlerinin Geleceği: Dijital Sağlık Teknolojileri. *Journal of Innovative Healthcare Practices (JOIHP)*, 2(1), 33-39.
- Demirci, Ş. (2019). SAĞLIĞIN DİJİTALLEŞMESİ-DIGITALIZATION OF HEALTH. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(26), 710-721.
- Wong TY, Bressler NM. Artificial intelligence with deep learning technology looks into diabetic retinopathy screening. *JAMA - J Am Med Assoc.* 2016;316(22):2366–7.
- Rezaei M, Jafari-Sadeghi V, Cao D, Mahdiraji HA. (2021). Key indicators of ethical challenges in digital healthcare: A combined Delphi exploration and confirmative factor analysis approach with evidence from Khorasan province in Iran, *Technological Forecasting & Social.*
- Bergier H, Duron L, Sordet C, Kawka L, Schlencker A, Chasset F, Arnaud L. (2021). Digital health, big data and smart technologies for the care of patients with systemic autoimmune diseases: Where do we stand? *Autoimmunity Reviews*, 102864.
- Songur, H., Saygın, T. (2014). Şifahaneden Hastaneye: Sağlık Kuruluşlarının Değişimine Genel Bir Bakış, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 19.
- Wei-dong, W.A.N.G. (2004), The digital hospital in future: understanding and management of our future hospital, *Information of Medical Equipment*, 7.
- Levina, A., Iliashenko, VM, Kalyazina, S., & Overes, E. (2022). Akıllı Hastane Mimarisi: BT ve Dijital Yönler. *Bilgisayar Teknolojisine Dayalı Algoritmalar ve Çözümler* (s. 235-247). Springer, Şam.
- Della Mea V., What is e-Health (2001). The death of telemedicine?, *Journal of Medical Internet Research*, 3 (2001), 2, e22. doi:10.2196/jmir.3.2.e22.
- Allen A., Morphing Telemedicine - Telecare - Telehealth - eHealth. *Telemed Today*, Special issue: 2000 Buyer's Guide and Directory, 1 (2000), 43.
- Chang, Zhanjun, et al. , Realization of integration and working procedure on digital hospital information system, *Computer Standards & Interfaces* 25 (2003), 5, pp. 529-537.
- Kumar A, Dhanagopal R, Albreem MA, Le DN. (2021). A comprehensive study on the role of advanced technologies in 5G based smart hospital, *Alexandria Engineering Journal* 60, 5527–5536, <https://doi.org/10.1016/j.aej.2021.04.016>
- Kılıç, T., (2016). e-Sağlık ve Teletıp Hollanda ve Dünyadan İyi Uygulama Örnekleriyle, *AZ yayınları*, Turkey, pp.110-118.
- Ak B, (2013). Sağlıkta Yeni Hedef: Dijital Hastaneler, *Akademik Bilişim 2013 – XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri* (23-25 Ocak), Akdeniz Üniversitesi, Antalya, 971-976.

DUYGUSAL ZEKÂ

Merve ŞENER*

1. Giriş

Yaşanan değişimler ve gelişimler işletmelerin pazarda varlıklarını sürdürebilmeleri ve rekabet edebilmeleri için diğer işletmelerde bulunmayan benzersiz bir kaynağa sahip olma gerekliliğinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır.

Kendine özgü yetenekleri, bakış açıları vb. yetkinliklere sahip olan insan kaynağı günümüzde işletmeler için son derece önemli bir kaynak olarak görülmektedir. İnsan kaynağının bu derece önemli olmasıyla birlikte yönetim, karar alma ve stres yönetimi gibi durumlarda davranışları etkileyen duygu kavramının ve etkilerinin araştırılması gerekliliği doğmuştur. Son dönemlerde duygusal zekâ kavramına yönelik yapılan araştırmaların sayısının da artış göstermesi bu gerekliliğin bir sonucu olarak görülmektedir.

Duygusal zekâ kişinin kendisinin ve karşısındakinin duygularını anlama, ifade etme ve yönetebilme becerileri olarak ifade edilmektedir. Bu kavramın anlamı, gelişimi, boyutları, modelleri diğer bölümlerde detaylı bir şekilde incelenmektedir.

2. Duygusal Zekâ Kavramı ve Gelişimi

20. yüzyılın sonlarına kadar bireylerde yalnız bilişsel zekânın var olduğu ve bireylerde bulunan yeteneklerin bilişsel zekânın bir sonucu olduğu görüşü hâkim olmaktaydı. Ancak edebiyat, sosyal ilişkilerde yönetim, sanat gibi diğer alanlarda bilişsel zekâ dışında bazı zihinsel fonksiyonların da etkili olduğunun fark edilmesiyle duygusal zekâ kavramının araştırılmasına neden oldu. Bilişsel zekâ görüşüne karşı görüş bildiren ilk kişi Gardner oldu. Zekânın yalnız bilişsel zekâdan oluşmadığını farklı zekâ türlerinin de var olduğunu ifade etmiştir.

Bu gelişmelerden ve yapılan araştırmalardan sonra ulaşılan veriler bireyin zekâsının sadece bilişsel zekâdan ibaret olmadığını anlaşılmasıyla diğer zekâ türleri her alanda araştırılmaya ve önemli olmaya başladı.

Eğitim alanında ve iş yaşamında da duygusal zekâ yeteneklerinin anlaşılabilmesi ve öğretilmesi

*merve_senerr@hotmail.com

için çeşitli girişimlerde bulunuldu. Günümüzde bireylerin yaşam kalitesinin iyileştirilmesinde bilişsel zekâ kadar duygusal zekânın da önemli olduğu görüşü hâkim olmaktadır (**Baltaş, 2006:5-6**).

Salovey ve Mayer (1990:189) duygusal zekâyı, kişinin kendisinin ve başkalarının duygu ve duygularını izleme, bunlar arasında ayırım yapma ve bu bilgiyi kişinin düşünce ve eylemlerini yönlendirmek için kullanma yeteneğini içeren sosyal zekânın alt kümesi olarak tanımlamaktadır.

Salovey ve Mayer tarafından yapılan çalışmadaki bu tanımlama duygusal zekâ kavramının ortaya çıkmasına ve tanınmasına neden olmuştur. Reuven Bar-On'un duygusal zekâ kuramı ve geliştirdiği ölçekte bu kavramın tanınırlığının artmasını sağlamıştır (**Goleman, 2019:11-12**).

Duygusal zekâ kavramının popülerliğinin bütünüyle artması ise Daniel Goleman'ın "**Duygusal Zekâ Neden IQ'dan Önemlidir?**" adlı kitabını yayımlamasıyla gerçekleşmiştir (**Yeung, 2009:6**).

Duygusal zekâ duyguları anlayabilme, harekete geçebilme, karşılaşılan güçlüklerle rağmen devam edebilme, başkalarının duygularını anlayabilme ve empati kurabilme becerileri olarak ifade edilmektedir (**Goleman, 2019:62-63**).

Weisinger (1998:12)ise duygusal zekâyı en yalın şekilde duyguların iyi bir şekilde kullanılması olarak tanımlamaktadır. Kişiler sahip oldukları bu beceri sayesinde duygularını, davranışları için kılavuz olarak kullanır. Bu şekilde duygusal zekâ bilişsel zekâya benzer ancak duygusal zekâ davranışlarını yönlendirmede veri veya bilgi olarak duygularını kullanır (**Ameriks, Wrantik ve Salovey, 2009:2**).

Bir diğer tanımda duygusal zekâ başarılı ve mutlu olabilmek için bir bireyde bulunması gereken nitelikler olarak belirtilmektedir. Duygusal zekâ becerilerine sahip olan bireyler karşısındakilerin duygularını anlayabilen ve zorlu durumlarda karşısındakıyla uzlaşabilen bireylerdir (**Tarhan, 2019:22**).

Duygusal zekâ becerilerine sahip bireyler, yaşadıkları sorunları daha önceki duygusal deneyimleriyle ilişkilendirmektedir. Bu durum karşılaşılan sorunların kişiselleştirilmesine ve çözüm için daha yenilikçi çözümler aranmasına yardımcı olmaktadır (**Abraham, 2000: 171**).

Yine duygusal zekâ becerilerine sahip olan bireyler hissettikleri duyguları algılamada diğer bireylere oranla daha beceriklidir ve eğer kötü duygular hissediyorsa belirledikleri amaç doğrultusunda hedefe ulaşmak için bu duygularını yönlendirebilirler.

Diğer bir deyişle kendi kendilerini motive etme konusunda beceriklidirler. Başarısız oldukları zaman ya da kötü bir olayla karşılaştıklarında duygularını ve ruh hallerini değiştirebilirler. Öfkelendiklerinde öfkelerini kontrol etmeyi, heyecanlandıklarında kendilerini sakinleştirebilmeyi öğrenmişlerdir (**Yeung, 2009:7**).

Bireyler yaşamlarına duygusal zekâyı entegre ettiklerinde karşılaştıkları problemleri çözme konusunda diğer bireylere oranla daha avantajlı olurlar. Yine bu bireyler problemleri çözmek için daha yaratıcı fikirler üretebilirler ve daha esnekler. Bunun yanında belirledikleri çözümler yolları arasında seçim yapma sırasında duygularını kullanırlar (**Salovey ve Mayer, 1990:200**).

3. Duygusal Zekâ Modelleri

Goleman (2019:12) üç duygusal zekâ modeli olduğunu ifade etmektedir. Bunlar Salovey ve Mayer'in Duygusal Zekâ Modeli, Reuven Bar-On'un Duygusal Zekâ Modeli ve Goleman'ın Duygusal Zekâ Modeli.

Bu modellere daha sonrasında Cooper ve Sawaf'ın Duygusal Zekâ Modeli eklenmiştir.

3.1. Mayer ve Salovey' in Duygusal Zekâ Modeli

Duygusal zekânın kapsamı, duyguların sözlü ve sözsüz olarak değerlendirilmesini ve ifade edilmesini, kendinde ve başkalarında duyguların düzenlenmesini ve duygusal içeriğin problem çözmede kullanılmasını içerir (**Mayer ve Salovey, 1993:433**).

Mayer ve Salovey'in modeline duygusal zekâ dört beceriden oluşmaktadır. Bunlar (**Mayer, Salovey ve Caruso, 2000:401**):

- **Duyguların algılanması ve ifade edilmesi,**
- **Duyguyu düşüncede kullanılması,**
- **Duyguları anlamak ve analiz etmek,**
- **Duygunun düzenlenmesi/yönetilmesi.**

Bu model, duygusal zekânın dört duyguyla ilgili yetenek kümesi olduğunu öne sürer. Duyguları algılama yeteneği, yüzlerdeki, resimlerdeki, seslerdeki ve kültürel eserlerdeki duyguları algılama ve deşifre etme ve kişinin kendi duygularını tanımlama yeteneğini temsil eder.

Duyguları kullanma yeteneği, bilgi işleme ve karar verme gibi bilişsel faaliyetleri kolaylaştırmak için duygulardan yararlanma yeteneğidir.

Duyguları anlama yeteneği, duygu dilini, ayrık duygular arasındaki ayrımları ve duyguların nedenlerini ve sonuçlarını anlama yeteneğini temsil eder.

Son olarak, duyguları yönetme yeteneği, kişinin kendisindeki ve diğerlerindeki duyguları değiştirme yeteneğidir (**Coté, Lopes, Salovey ve Miners, 2010:497**).

3.2. Reuven Bar-On'un Duygusal Zekâ Modeli

Bar-On modeli, başlangıçta bu yapının çeşitli yönlerini değerlendirmek ve aynı zamanda onun kavramsallaştırmasını incelemek için geliştirilmiş olan duygusal zekâ için teorik bir temel sağlar.

Bu modele göre duygusal-sosyal zekâ, kendimizi ne kadar etkili anladığımızı ve ifade ettiğimizi, başkalarını ne kadar anladığımızı ve onlarla ilişki kurduğumuzu ve günlük taleplerle nasıl başa çıktığımızı belirleyen, birbiriyle ilişkili duygusal ve sosyal yetkinliklerin, becerilerin ve kolaylaştırıcıların bir kesitidir (**Bar-On, 2006:14**).

Bar-On'un duygusal zekâ modelinde beş becerinin varlığından söz etmektedir. Bunlar (**Bar-On, 2007:32**):

- **İçsel beceriler,**
- **Kişilerarası beceriler,**
- **Stres yönetimi,**
- **Uyum,**
- **Genel ruh hali.**

Her şeyden önce içsel beceriler, kişinin kendisinin farkında olması, güçlü ve zayıf yanlarını anlaması ve duygularını ve düşüncelerini yıkıcı olmayan bir şekilde ifade etmesi konusundaki içsel yeteneğine dayanır.

Kişilerarası düzeyde, duygusal ve sosyal olarak zeki olmak, başkalarının duygularının, hislerinin ve ihtiyaçlarının farkında olma ve işbirlikçi, yapıcı ve karşılıklı olarak tatmin edici ilişkiler kurma ve sürdürme yeteneğini kapsar.

Sonuç olarak, duygusal ve sosyal olarak zeki olmak, mevcut durumla gerçekçi ve esnek bir şekilde başa çıkarak, sorunları çözerek ve kararlar alarak kişisel, sosyal ve çevresel değişimi etkin bir şekilde yönetmek anlamına gelir. Bunu yapmak için, duyguları bize karşı değil, bizim için çalışacak şekilde yönetmemiz ve yeterince iyimser, olumlu ve kendi kendini motive etmemiz gerekir (*Bar-On, 2006:14*).

3.3. Goleman'ın Duygusal Zekâ Modeli

Goleman duygusal zekâ ile ilgili ilk araştırmalarında duygusal zekânın beş beceriden oluştuğunu belirtmektedir. Ancak daha sonraki çalışmalarında bunları dört beceri olarak güncellemiştir. Bu beceriler (*Goleman, Boyatzis ve McKee, 2002:48-49*):

- Özbilinç,
- Özyönetim,
- Sosyal bilinç,
- İlişki yönetimi.

Özbilinç, bireyin içsel durumlarını ve duygularını bilmesini; özyönetim, bireyin ruh hallerini ve duygularını yönetebilmesini; sosyal bilinç, bireyin kendisi dışındaki bireylerin duygularını anlayabilmesini; ilişki yönetimi, çevredeki bireylerle iyi iletişim kurulmasını ve sorunların çözülebilmesini ifade etmektedir (*Goleman, 1998*).

3.4. Cooper ve Sawaf'ın Duygusal Zekâ Modeli

Bu model bireyin yaşamında ve iş hayatında duygusal zekâsını geliştirmesini ve bunun üzerine yoğunlaşması gerektiğini belirtmektedir.

Bu model duygusal zekâyı bilimle bütünleştirmeyi hedefleyen ve onu yalnız felsefenin alanı olmaktan öteye taşıyan bir model olarak ifade edilmektedir. Bu model şu becerilerden oluşmaktadır (*Cooper ve Sawaf, 2003*):

- Duyguları öğrenmek,
- Duygusal zindelik,
- Duygusal derinlik,
- Duygusal simya.

Duyguları öğrenmek, bireyin duygularını fark etmesini ve değerlendirmesini; duygusal zindelik, bireyin kendi duygularını tanıma becerisinin geliştirilmesini; duygusal derinlik, bireyin karakterinin temelini oluşturmayı ve amacını geliştirmeyi; duygusal simya, bireyin duygularını eskiye oranla daha iyi farkında olmasını ve duyguları aracılığıyla etkinliğinin artmasını ifade etmektedir (*Cooper ve Sawaf, 2003*).

4. Sonuç

Duygusal zekâ son yıllarda sıklıkla araştırmalara konu olan önemli kavramlardan biri olmaktadır. Özellikle insan kaynağının benzersiz yeteneklerinin öneminin anlaşılmasıyla birlikte ve bireylerin karar alma, yönetme, stres yönetimi vb. davranışlarında ruhsal durumlarının ve duygularının etkili olduğunun da fark edilmesiyle bu kavram üzerindeki ilgi de giderek artmıştır.

Duygusal zekâ yetenekleri doğuştan beri var olmayan bireyin yaşamı boyunca öğrenebileceği yeteneklerdir. Birey bu becerileri öğrenebilir ve geliştirebilir.

Bu sayede birey kendisinin ve karşısındakilerinin duygularını rahat bir şekilde algılayabilir ve ifade edebilir, yönetebilir ve değiştirebilir.

Bu beceriler bireylerin sorunlarda daha kolay başa çıkmalarına, sosyal çevrelerindeki kişilerle iletişimlerinin iyi olmasına, motive olmalarına ve etkinliklerinin artmasına neden olmaktadır.

Duygusal zekâ becerisine sahip bireyler yaşamış oldukları iyi ya da kötü tecrübeler sırasında hissettikleri duyguları içselleştirir ve gelecekte benzer durumlarla karşılaştıklarında bu duyguları hatırlarlar. Bu durum da bireylerin sorunları kişiselleştirmesine ve bu sayede daha kolay çözmesine neden olmaktadır.

Duygusal zekâ kavramı her alanda üzerinde durulması, araştırılması ve düşünülmesi gereken bir kavramdır. Bireylere kattığı beceriler açısından da duygusal zekâ kavramı son derece önemlidir.

Kaynakça

Abraham, R. (2000). The Role of Job Control as a Moderator of Emotional Dissonance and Emotional Intelligence–Outcome Relationships. *The Journal Of Psychology*, 134(2), 169-184. doi: <https://doi.org/10.1080/00223980009600860>

Ameriks, J., Wranik, T., & Salovey, P. (2009). Emotional Intelligence and Investor Behavior. Charlottesville, VA: Research Foundation of CFA Institute.

Baltaş, Z. (2006). Duygusal Zekâ. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Bar-On, R. (2006). The Bar-On Model of Emotional-Social Intelligence (ESI). *Psicothema*, 18, 13-25.

Bar-On, R. (2007). The Bar-On Model of Emotional Intelligence: A Valid, Robust and Applicable EI Model. *Organizations and People*, 14(2), 27-34.

Cooper, R. K. & Sawaf, A. (2003). Liderlikte Duygusal Zekâ. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Côté, S., Lopes, P. N., Salovey, P., & Miners, C. T. (2010). Emotional Intelligence and Leadership Emergence in Small Groups. *The Leadership Quarterly*, 21(3), 496-508. doi:10.1016/j.leaqua.2010.03.012

Goleman, D. (1998). Working With Emotional Intelligence. New York: Bantam Books.

Goleman, D. (2019a). Duygusal Zeka Neden IQ'dan Daha Önemlidir?. İstanbul: Varlık Yayınları.

Goleman, D., Boyatzis, R. & McKee, A. (2002). Yeni Liderler. İstanbul: Varlık Yayınları.

Mayer, J. D., & Salovey, P. (1993). The Intelligence of Emotional Intelligence. *Intelligence*, 17, 433-442.

Mayer, J. D., Salovey, P. & Caruso, D. (2000). Models of Emotional Intelligence. R. J. Sternberg (Edt.), *Handbook of Intelligence* (p. 396-420). New York: Cambridge University Press.

Salovey, P. & Mayer, J. D. (1990). Emotional Intelligence. *Imagination, Cognition and Personality*, 9(3), 185-211. doi: <https://doi.org/10.2190/DUGG-P24E-52WK-6CDG>

Tarhan, N. (2019b). Duyguların Psikolojisi ve Duygusal Zekâ. İstanbul: Timaş.

Weisinger, H. (1998). İş Yaşamında Duygusal Zekâ. İstanbul: MNS Yayıncılık.

Yeung, R. (2009). The New Rules Emotional Intelligence. London: Marshall Cavendish.

TÜRK KOOPERATİFÇİLİK BAYRAMI ve DÜNYA KOOPERATİFÇİLİK GÜNÜ ÜZERİNE GENEL BİR DEĞERLENDİRME

Vedat SADİOĞLU*

Giriş

Kooperatifçilik, ekonominin ve toplumun vazgeçilmez bir sektörüdür. Kooperatifler, yerel kaynakları ve milli değerleri koruma ve geliştirmede lokomotif örgütlerdir. Küreselleşen dünyada ulusal ve uluslararası düzeyde ayakta kalmak için bu modelin daha aktif hayata geçirilmesi şattır. Burada, özel sektöre bir rekabet veya karşılık söz konusu değildir.

Kooperatifler zaten rekabetin anahtarıdır. Aynı zamanda dünyada gıda güvenliği kooperatifler tarafından sağlanmaktadır. Son yıllarda yaşanan küresel salgınların ve çatışmaların etkileri tüm sektörleri ve ülkeleri sarmıştır. Bu krizlerde kooperatiflerin, diğer şirket ve ticari oluşumlara göre ne denli güçlü olduğu kanıtlamıştır. Zira kooperatiflerin odağında önce **'kâr'** değil, **'insan'** vardır.

Kooperatifler, dünya insanlığı için en ideal modeldir. Son yıllarda dünyayı kasıp kavuran küresel ekonomik krizlerde kooperatifler, bu olumsuzluklardan en az etkilenen yapılar olmuştur. Kooperatifçiliğin kuralları ve uygulamaları evrenseldir. Odağında üretim ve insan vardır. Bu iki kavram, güçlenmenin de temelini oluşturmaktadır.

Krizlere rağmen güçlerini kaybetmeyen kooperatifler, başta Birleşmiş Milletler(**BM**) olmak üzere tüm dünya ülkelerinin ve yöneticilerinin de dikkatini çekmiştir.

Türkiye de bu alanda güçlenmeli ve güçlü kooperatif yapıları oluşturmak için daha çok çaba göstermelidir. Kısıtlı kaynak ve bölünmüş toprak yapısına rağmen, imece ve yardımlaşma kültürü gelişmiş olan Türk insanı, anlayışı ve kültürüyle kooperatifleşmeye daha yatkındır.

Türk kooperatifçiliğinin büyüyerek, gelişmesi ve yeni neslin de bu alana ilgi göstermesi, Türkiye'yi gelecekte çok daha güçlü bir hale getirecektir.

Tarihçe

İnsanlar hayatlarının her alanında birbirlerine ihtiyaç duyarlar. Birlik, beraberlik ve dayanışma toplumsal hayatta insanları kuvvetlendirir. Kooperatif, kişilerin tek başına karşılamalarında zorluk

**Araştırmacı Yazar (vsadioglu1960@hotmail.co*



Resim 1:
Günümüzde
kooperatifçilik,
çevrenin
korunması,
tarımın
gelişmesi ve
çağdaşlaşması,
sosyal ve
ekonomik
anlamda
kalkınma aracı
olarak kabul
edilmektedir



çektiği ihtiyaçlarını sağlamak amacıyla, maddi ve manevi güçlerini birleştirmeleriyle oluşan hayati bir yardımlaşma aracıdır.

Sosyal bir oluşum olan kooperatifçilik ilk kez 21 Aralık 1844 tarihinde İngiltere’de oluşturulmuştur. 21 Aralık 1844 tarihinde İngiltere’nin Rochdale kasabasında 28 dokuma işçisi tarafından ilk kooperatif kurulmuştur.

Uluslararası Kooperatifler Birliği (**ICA**) ve Birleşmiş Milletler (**BM**), 1923 yılından 1944 yılına kadar 21 Aralık tarihini ‘**Dünya Kooperatifçilik Günü**’ olarak kutlamaktaydı.

1895 yılında kurulan **ICA** ise, 1923 yılından itibaren her yılın Temmuz ayının ilk Cumartesi gününü ‘**Uluslararası Kooperatifler Günü**’ olarak kutlamaya başlamış ve bu gelenek halen devam etmektedir.

ICA bir adım daha atarak konuyu Birleşmiş Milletler Genel Kurulu’na taşımış, BM Genel Kurulu da 1995 yılından itibaren her yılın Temmuz ayının ilk Cumartesi gününün Uluslararası Kooperatifler Günü olarak kutlanmasını kararlaştırmıştır.

2022 yılında ise 2 Temmuz Cumartesi günü ‘Uluslararası Kooperatif Günü’dür. Hatta, Uluslararası Kooperatifler Günü birçok dünya ülkesinde resmi tatil günüdür.

Ülkemizde ise ilk kooperatif 1863 yılında “**Memleket Sandığı**” adı ile kurulmuştur. Cumhuriyet Döneminde, 1936 yılında bazı üreticiler Silifke’de bulunan çiftçilerle birlikte tarım kredi kooperatifi kurmak üzere Ziraat Bankasına bir dilekçe vermiştir.

Dilekçenin verildiği 30 haziran (1936) günü, günümüzde “**Kooperatifçilik Bayramı**” olarak kutlanmaktadır.

Kooperatif Nedir?

Kooperatif; ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaç ve istekleri müşterek sahip olunan ve



Şekil: Uluslararası Kooperatifler Birliği'nin (ICA) 1995 tarihleri arasında İngiltere'nin Manchester şehrinde yapılan 31. Kongresinde 'Kooperatifçilik İlkeleri' tartışılarak yeniden şekillenmiştir.

demokratik olarak kontrol edilen bir işletme yoluyla karşılamak üzere, gönüllü olarak bir araya gelen insanların oluşturduğu özerk bir teşkilattır. (Uluslararası Kooperatifler Birliği'nin tanımı)

Türk Dil Kurumu'nun tanımında ise; **"1. Ortaklarının gereksinimlerini uygun şartlarda elde etmelerini sağlamak amacıyla kurulan ortaklık. 2. Üreticilerin, aracıyı ortadan çıkararak ürünlerini daha iyi şartlarda pazarlamak için kurdukları ortaklık. 3. Ortaklarının belirli iktisadi çıkarlarını korumak, özellikle meslek veya geçimlerine ilişkin gereksinimlerini işgücü ve parasal katkılarıyla karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet yoluyla karşılamak amacıyla gerçek ve tüzel kişiler tarafından kurulan, değişir ortaklı ve değişir sermayeli tüzel kişiliğe sahip şirket."** şeklinde belirtilmiştir.

Kooperatifler, toplumsal kalkınmayı geliştiren ve ticari işletmeler için temel sağlayan özgün bir modele dayanmaktadırlar. Bu işletmeler aşağıdaki özellikleri bünyesinde barındırırlar:

ortakların sahipliği, ortaklarına hizmet etme ve ortaklarınca yönetilme, kendi kendine yetme, kendi kendine sorumluluk, demokrasi, eşitlik, adalet, dayanışma ve birlik ve 7 İlke'ye (**Kooperatifçiliğin Evrensel 7 İlkesi**) dayalı işletmecilik.

Atatürk, 1931 yılında İzmir Ticaret Odası'nda yaptığı konuşmasının bir bölümünü, kooperatiflere şöyle ayırmıştır;

"Kanaatim odur ki; birleşmede kesin olarak kuvvet vardır. Kooperatif yapmak; maddi ve manevi kuvvetleri, zekâ ve becerileri birleştirmektedir. Yoksa bir zayıf ile bir kuvvetlinin birleşmesinden bahsetmiyorum. Birleşmenin böylesi zayıf olanın kuvvetliye esir olması demektir. Üreticilerin birleşmesinden şahsi çıkarları bozulmuş olacağını düşünenler elbette şikâyet edeceklerdir..."

Görüldüğü üzere, Atatürk'ün düşünce sisteminde de her zaman zayıf olanın korunması ilkesi vardır. Aslında Atatürk'ün bu düşünceleri, Uluslararası Kooperatifler Birliği'nce oluşturulmuş **"7 İlke"** ile uyumaktadır.

Türkiye'deki İlk Kooperatif Hangisidir?

Cumhuriyet tarihimizdeki ilk kooperatif, 20 Mayıs 1931 tarihinde, Atatürk'ün direktifleriyle kurulan 'Türk Kooperatifçilik Cemiyeti'dir. Bu cemiyet kurulduğu zaman, oluşumun içinde, İstanbul Üniversitesi'nde öğretim üyesi olan bilim adamları vardı. Yani kooperatif, bilimsel ve akılcı bir çalışmanın ürünüdür. 1936 yılında, karşımıza ilk 'uygulamalı kooperatifçilik' örneği çıkar.

Atatürk'ün bizzat çabasıyla, İçel'in (Mersin) Tekir köyündeki çiftliğinin çevresindeki 35 köylünün ortak çabasıyla bir kooperatif kurulur. 1 nolu üye ve ilk imzayı atan Atatürk'tür. Kooperatifin adı, **'Silifke Kazası Tekir Çiftliği Tarım Kredi Kooperatifi'** olmuştur. Bu oluşum, Atatürk'ün kooperatifçiliğe olan inancının bir ürünüdür. Üstelik ilk kez, modern tarım ve yöntemlerinin

uygulanmasına da rehberlik etmiştir. Topluma her düşünce ve davranışıyla örnek olmaya çalışan Atatürk, 'Kooperatifçi' özelliğiyle de döneme damgasını vurmuştur.

Türk Kooperatifçilik Cemiyeti, 1948 yılında '**Türk Kooperatifçilik Kurumu**' adını almıştır. Kurumun amacı, (dünyadaki tüm kooperatif oluşumlarında olduğu gibi) ülkemizde de kooperatif fikrini yaymak ve bilimsel çalışmalar yapmaktır.



Resim 2:
Atatürk'ün
1936 yılında
kurdurduğu,
'Tekir
Tarım Kredi
Kooperatifi'
binası.

Kooperatiflerin Dünyadaki Etkileri Nelerdir?

- G20 ülkelerinde toplam istihdamın %12'lik bölümünü kooperatifler karşılamaktadır.
- Dünyadaki en büyük 300 kooperatifin 2016 yılı toplam cirosu yaklaşık 2,15 trilyon ABD dolarıdır. Kooperatifler, yaklaşık 280 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır. Dünyada yaklaşık bir milyar insanın kooperatiflere üye oldukları bilinmektedir.
- Finansal kooperatifler, yaklaşık 857 milyon insana veya dünya nüfusunun % 13'üne hizmet etmektedir. Bu kooperatifler, dar gelirli için ve küresel olarak günlük 2 dolarlık yoksulluk sınırının altında yaşayan 80 milyon müşteriye hizmet etmektedirler. En büyük mikro finans hizmeti sağlayıcılarıdır.
- Güney Kore'de su ürünlerinin %70'ini; Brezilya'da tarımsal ürünlerin %40'ını; Bolivya'da tasarrufların %25'ini; Kolombiya'da sağlık sektörünün %25'ini; Singapur'da perakende sektörünün %55'ini, Danimarka'da %35'ini ve Macaristan'da %15'ini kooperatifler karşılamaktadır.
- Bangladeş'te kırsal elektrik kooperatifleri 28 milyon insana hizmet sağlamaktadır. ABD'de 900 kırsal elektrik kooperatifi ülkede elektrik dağıtım hatlarının neredeyse yarısına sahiptir ve yaklaşık 50 milyon insana hizmet etmektedirler.
- Kooperatifler kırsal kalkınmada büyük bir rol oynarlar. Tahminlere göre küresel tarım ürünlerinin %50'si kooperatifler aracılığıyla pazarlanmaktadır.
- Tarımsal kooperatifler, ekonomik üretime kadınların da katılmalarını teşvik ederek, gıda üretiminin ve kırsal kalkınmanın artmasını sağlarlar. Ayrıca, tarımsal kooperatifler sürdürülebilir tarımsal uygulamaları kullanır ve gıda güvenliğine katkıda bulunurlar.
- Kooperatifler, karşılıklı sigorta şirketleri (mütüel) aracılığıyla sağlık sigortası, hayat sigortası, mülkiyet/hasar sigortası şeklinde sosyal güvence sağlarlar.
- Türkiye'de 2020 yılı istatistiklerine göre 40'a yakın türde ve toplamda 60 bin kooperatif bulunmaktadır. Bu kooperatiflerin toplam 6,6 milyon ortağı vardır.
- Kooperatifler, özellikle pandeminin de etkisi ile 2020 yılından sonra ortaya çıkan mevcut



Resim 3:
Kooperatifçilik,
Türkiye'yi gelecekte
çok daha güçlü ve
güvenli yapacaktır.

ekonomik yapıların kırılgan dokusu karşısında, kırılgan ekonomilerin dirençliliğini artırmaya yönelik önerilen ekonomik modeller olmuştur.

Sonuç Ve Öneriler

Kooperatifler, küresel ekonomik fabrikada önemli bir dişlidir. Ticaret hacimleri, gelişen ve gelişmekte olan ülkelerin gayrisafi yurt içi milli hasıla rakamlarının yaklaşık %3-10'nu oluşturmaktadır.

Kooperatifler; bireylerin, özellikle yoksul insanların, tek başlarına elde etmeleri zor olan ürünler ve hizmetler için katma değer yaratırlar. Bu durum, ortaklara ait kaynakların birlikte ve verimli şekilde kullanılmasıyla mümkün olmaktadır. Kooperatifler tüm ülkelerde mevcuttur ve dünya genelinde 1 milyardan fazla insana hizmet ettikleri tahmin edilmektedir. Birçok farklı biçimde ve tüm sektörlerde faaliyet göstermektedirler. Kooperatifler, ihtiyaç duyuldukları her yerde kurulabilmeleri avantajına sahip olmaları nedeniyle yoksulluğun azaltılmasında etkin bir araçtır. Ayrıca birçoğu, sosyal ve ekonomik destek sistemlerine, eğitim, sağlık, sigorta, kredi ve diğer gerekli hizmetlere erişim sağlamada önemli katkılarda bulunmaktadır. Unutmayalım ki; “ülkeler tarımsız, tarım ise kooperatifsiz kalkınamaz!”

Dünyanın ve ülkemizin sosyal adalet içerisinde ekonomik kalkınmasında, sanayileşmesinde, demokratikleşmesinde, milyonlarca dar gelirli üretici ve tüketicinin örgütlenerek aracılık, tefecilik ve vurgunculuğa karşı korunmasında kooperatifçilik büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda, ülke ekonomisinin güçlenmesi ve gelişimi için kırsal ve kentsel kooperatiflerin geliştirilmesi ancak uluslararası kooperatifçilik ilkeleri ve Avrupa Birliği normlarına göre çalıştırılması ile mümkündür. Gerekli önlemler alındığı ve kooperatifçilik desteklendiği takdirde, kooperatifçiliğin ülke tarımının gelişmesine büyük katkılar sağlayacağı açıktır.

Ülkemizde, ekonomik ve sosyal yapının gereği olarak en fazla kurulan kooperatifler tarım satış, tarım kredi, pancar ekicileri, sulama, esnaf kefalet, tüketim yapı ve köy kalkınma kooperatifleri olmuştur. Türkiye'nin bir tarım ülkesi olması, tarımsal kooperatifçiliğin önemini arttırmaktadır. Ülkemizde tarımsal kooperatifçiliğe önem kazandıran diğer bir neden de, Türkiye'nin tarım ürünlerinin büyük bir kısmının ihraç edilmesidir. İhracatta karşılaşılan en önemli güçlük ise dış pazarlara sunulan ürün fiyatlarının, dış piyasaya göre çok yüksek olmasıdır. Hem bu durumu dengelemek hem de ihracattan elde edilen gelirin büyük kısmının araçlar yerine üreticinin cebine girmesini sağlamak yönünden de tarımsal kooperatifçilik ülkemiz için ayrı bir önem taşımaktadır.

Sosyal sorumluluk ilkesi ile çalışan, temelinde dayanışma, topluma ve insana hizmet olan kooperatifler, bireylerin ve toplumun ekonomik ve sosyal kalkınması açısından da büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle kooperatiflerimizin gelişmesi için her türlü çalışma yapılmalı, onların kamu kurum ve kuruluşlarıyla olan ilişkilerinde yardımcı olunmalıdır. Devlet, kırsal kalkınmanın gelişmesinde anahtar rol oynayan kooperatiflerin kurulmasını teşvik etmelidir.

30 Mayıs-10 Haziran 2022 tarihleri arasında Cenevre'de(İsviçre) düzenlenecek Uluslararası Çalışma Konferansı öncesinde, **'İnsana Yakışır İş Sosyal ve Dayanışma Ekonomisi (SDE)'**



Resim 4: Türk Kooperatifçilik Kurumu, ilk Cumhurbaşkanımız Atatürk'ün direktifleriyle 20 Mayıs 1931 tarihinde İstanbul'da kuruldu. Kuruluş Amacı; Kooperatifçilik alanında bilimsel çalışmalar yapmak, kooperatifçilik düşüncesini Türkiye'ye yaymak ve kooperatifçiliği sevdiren yaygın bir biçimde uygulamaya koymaktır.

hakkında yeni bir rapor yayınladı. Bu rapor; Sosyal ve Dayanışma Ekonomisi (**SDE**), sosyal veya kamusal amaçlı, gönüllü işbirliğine, demokratik ve katılımcı yönetime, özerkliğe ve bağımsızlığa dayalı ekonomik faaliyetlerde bulunan, kurumsal birimleri ve kooperatifleri kapsamaktadır.



Resim 5: Mustafa Kemal Atatürk, tarımın ilerlemesi adına kooperatifliğin gelişmesinin önemli olduğunu yaşadığı dönemde söylemleri ve davranışlarıyla bugünün zeminini hazırlamıştır.

Kaynakça

- ÇIKIN, A., 1992. "Tarım Kesiminde Kooperatif Örgütlenme ve Tarımsal Kooperatifçilik Politikası". 2000'li Yıllara Doğru Türkiye Tarımı-Tarım Haftası'92 Sempozyumu, TMMOB-ZMO, 7-10 Ocak 1992, Ankara.
- GÜLÇUBUK, B., 1997. "Tarımda Üretici Örgütlenmesi ve Yayım". Agro-Tech Uluslararası Hayvancılık ve Tarım Dergisi, Sayı:6, İstanbul.
- <http://www.hidropolitikakademi.org/prof-dr-ayhan-cikin-bir-baskadir-kooperatifcilik.html>(Erişim Tarihi:26.11.2017).
- <https://www.aydinlik.com.tr/teori/2017-subat/yeni-bir-kooperatifcilik-cagi> (Erişim Tarihi:26.11.2017).
- <http://www.milasonder.com/kose-yazisi/9/kooperatif-kurmak>(Erişim Tarihi:26.11.2017).
- <http://www.daukoop.org/?pnum=85&pt=DÜNYADA+KOOPERATÇİLİK>(Erişim Tarihi:04.12.2017).
- <https://koop.ticaret.gov.tr/kooperatifler-hakkinda/kooperatifcilik-ilkeleri>(Erişim Tarihi:16.04.2019).
- <http://koopkur.org.tr/hakkimizda/tarihcemiz>(Erişim Tarihi:16.04.2019).
- <https://www.altayli.net/ataturk-ciftlikleri-ve-bunlarin-hazineye-devri.html>(Erişim Tarihi:16.04.2019).
- <https://www.gtb.gov.tr>(Erişim Tarihi:01.05.2019).
- <https://resmitatiller.net/uluslar-arasi-kooperatif-gunu>(Erişim tarihi:07.05.2022).
- <https://timesles.com/tr/holidays/international-day-of-cooperatives>(Erişim tarihi:07.05.2022).
- <http://corum.gov.tr/21-aralik-dunya-kooperatifcilik-gunu>(Erişim tarihi:07.05.2022).
- <https://www.gidahatti.com/-kooperatifcilik-yonuyle-ataturk>(Erişim tarihi:07.05.2022).
- <https://www.sivilsayfalar.org/2021/02/11/turkiyede-40a-yakin-turde-60-bin-kooperatifin-66-milyon-ortagi-var>(Erişim Tarihi:11.05.2022).
- http://koopkur.org.tr/uploads/files/karinca.april_2022.pdf(Erişim Tarihi:11.05.2022).

TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

YÖNETİM KURULU

Başkan	: Prof. Dr. Ali Fuat ERSOY
Başkan Yrd.	: Prof. Dr. Nurettin PARILTI
Muhasip Üye	: Prof. Dr. Mehmet ARSLAN
Üye	: Prof. Dr. Nevzat AYPEK
Üye	: Prof. Dr. Enver AYDOĞAN
Üye	: Prof. Dr. Turhan ÇETİN
Üye	: Prof. Dr. Haşim ÖZÜDOĞRU
Üye	: Prof. Dr. Mehmet BAŞ
Üye	: Prof. Dr. Cemalettin AKTEPE
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Abdurrahman OKUR
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Kadir ÖZER

TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

DENETİM KURULU

Prof. Dr. Muharrem ÇETİN
Doç. Dr. Emine ÖNER KAYA
Dr. Öğr. Üyesi Cemil ŞENEL

TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

HAYSİYET DİVANI

Hüsnü POYRAZ
Prof. Dr. İhsan ERDOĞAN
Özdemir ÜNSAL

Yazarlarımıza Duyuru

1. Dergiye gönderilen yazıların elektronik ortamda teslim edilmesi
2. Yazılarda yer alacak resimlerin yazarlar tarafından metne yerleştiriliş olarak teslim edilmesi
3. Yazıların 11 Punto ve Times New Roman karakteriyle yazılması
4. Tercüme yazılarda kaynak belirtilmesi
5. Araştırma ve bilimsel yazılar dışındaki yazıların en çok 5 (A4) sayfası olarak yazılması
6. Dergimize gönderilen yazıların başka bir dergiye gönderilmemiş ve yayınlanmamış olması gerekmektedir.

Yönetim Kurulu Herhangi Bir Maaş, Ücret ve Huzur Hakkı Almamaktadır.



Kooperatif Postası

KARINCA

HAZİRAN 2022 YIL: 89 SAYI: 1026 ISSN: 1300-1450



24. MİLLETLERARASI TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KONGRESİ

Yeni Ekonomik Trendler Kapsamında İnovasyon Yönetimi ve Kooperatifler



19-21
EKİM
KKTC

ÖNEMLİ TARİHLER



Özet Gönderim Son Tarihi
28 Ağustos 2022

Kabul Edilen Özetlerin İlanı
12 Eylül 2022

Tam Metin Son Gönderim Tarihi
31 Ekim 2022



9 771300 145005



TÜRK
KOOPERATİFÇİLİK
KURUMU



Detaylı Bilgi İçin
koopkurkongre.com