TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

SOSYAL EKONOMİ AĞLARI: KÜRESEL DEĞİŞİM İÇİN İŞBİRLİĞİ

"SOCIAL ECONOMY NETWORKS: COOPERATION FOR GLOBAL CHANGE"

22. MİLLETLERARASI TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KONGRESİ
22nd INTERNATIONAL TURKISH COOPERATIVE CONGRESS

Bildiriler Kitabı / Proceedings Book

05-07 Ekim 2017 Nevşehir-TÜRKİYE
October 05-07 2017 Cappadocia-TURKEY

SOSYAL EKONOMİ AĞLARI: KÜRESEL DEĞİŞİM İÇİN İŞBİRLİĞİ

SOCIAL ECONOMY NETWORKS: COOPERATION FOR GLOBAL CHANGE

22. MİLLETLERARASI TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KONGRESİ
22nd INTERNATIONAL TURKISH COOPERATIVE CONGRESS

Bildiriler Kitabı / Proceedings Book

Baş Editör / Editor in Chief

Prof. Dr. Enver AYDOĞAN

05-07 Ekim 2017 Nevşehir-TÜRKİYE
October 05-07 2017 Cappadocia -TURKEY

Türk Kooperatifçilik Kurumu Yayın No: 105

© 1. Basım,
Sosyal Ekonomi Ağları: Küresel Değişim İçin İşbirliği

© 2017, KoopKur
Bu kitabın bütün hakları Türk Kooperatifçilik Kurumu'na aittir.
KoopKur'un yazılı izni olmaksızın, kitabın tümünün veya bir kısmının elektronik, mekanik veya fotokopi yoluyla basımı, yayımı, çoğaltma ve dağıtımı yapılamaz.

Grafik Tasarım:
ALTINYAPRAK MATBAACILIK BASIN YAYIN LTD. ŞTİ.
Kazım Karabekir Cad. No 39/65 ANKARA
Tel : 0312 384 44 02
altinyaprakmatbaa@gmail.com

Türk Kooperatifçilik Kurumu
The Turkish Cooperative Association
Ehlibeyt Mah.Tekstilciler Cad. No: 35/9-10
Balgat, Çankaya-Ankara/TÜRKİYE
Tel: + 90 312 472 99 59 – + 90 312 472 99 11
Faks: + 90 312 472 97 64
e-posta: admin@koopkur.org.tr
e-posta: koopkur.org.tr - koopkur@gmail.com
www.koopkur.org.tr

ÖNSÖZ / FOREWORD

Türk Kooperatifçilik Kurumu 1944 yılından bugüne kadar 21 Milletlerarası Kooperatifçilik Kongresi düzenlemiştir. Bugüne kadar gerçekleştirilen Türk Kooperatifçilik Kurumu tarafından düzenlenen Milletlerarası Kooperatifçilik Kongrelerin ana temaları, tarihleri ve düzenlendiği yerler şöyle sıralanabilir:

1. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "KOOPERATİFLERİN MAHİYETİ VE EKONOMİDEKİ ROLÜ" 21-25 Aralık 1944, Ankara
2. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "TÜRK KOOPERATİFLERİ KANUN TASARISI", 21-25 Aralık 1947, Ankara
3. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "KOOPERATİFLERİN

   KANUN TASARISI VE VERGİ MEVZUATI", 21-25 Aralık 1950, Ankara
4. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "KOOPERATİFLER VE HAYAT PAHALILIĞI", 21-23 Aralık 1953, Ankara
5. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "KOOPERATİFLER VE DEVLET" 11-13 Ocak 1963, Ankara
6. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "TARIMSAL KALKINMADA KOOPERATİFÇİLİK", 21-24 Aralık 1966, Ankara
7. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "1163 SAYILI KOOPERATİFLER KANUNU", 21-25 Aralık 1970, Ankara
8. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "KOOPERATİFLERİN EKONOMİK VE SOSYAL KALKINMADAKİ ROLÜ", 20-23 Aralık 1966, Ankara
9. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "EKONOMİK VE SOSYAL GELİŞMELER VE KOOPERATİFÇİLİK", 19-22 Aralık 1979, Ankara
10. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "KOOPERATİFÇİLİKTEN BEKLENEN GELİŞMELER", 21-23 Aralık 1981, Ankara

11. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "GÜNÜMÜZ SORUNLARIN ÇÖZÜMÜNDE KOOPERATİFLER", 19-21 Aralık 1984, Ankara
12. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "KONUT KOOPERATİFLERİ, PAZARLAMA, ORTAK PAZAR İLİŞKİLERİ", 15-17 Aralık 1987, Ankara
13. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "DÜNYA KOOPERATİFÇİLİĞİNDE GELİŞMELER VE TÜRKİYE", 08-10 Kasım 1990, Ankara
14. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "21. YÜZYILA DOĞRU KOOPERATİFÇİLİK", 03-06 Kasım 1993, Ankara
15. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "DÜNYADA KOOPERATİFÇİLİĞİN YAPILANMASI VE TÜRKİYE", 06-09 Kasım 1996, Ankara
16. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "3. SEKTÖR OLARAK 2000'Lİ YILLARDA KOOPERATİFÇİLİK", 03-06 Kasım 1999, Ankara
17. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "21. YÜZYILDA KOOPERATİFÇİLİK", 31 Ekim-02 Kasım 2002, Ankara
18. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "KOOPERATİFÇİLİ-ĞİN SORUNLARI, ÇÖZÜMLER-FIRSATLAR", 29-30 Eylül 2005, Ankara
19. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "KOOPERATİFLERDE DEĞİŞİM VE DÖNÜŞÜM İHTİYACI" 09-12 Ekim 2008, Ankara
20. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "EKONOMİK KRİZLERİN ÖNLENMESİNDE SOSYAL EKONOMİK POLİTİKALARIN ROLÜ VE ÖNEMİ", 06-07 Ekim 2011, Ankara
21. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "KÜRESELLEŞME SÜRECİNDE EKONOMİ-SİYASET-TOPLUM VE KOOPERATİFÇİLİK", 14-15 Mayıs 2015, Karabük
22. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi: "SOSYAL EKONOMİK AĞLAR: KÜRESEL DEĞİŞİM İÇİN İŞBİRLİĞİ" 5-7 Ekim 2017, Nevşehir/Kapadokya

Genel olarak **"Sosyal Ekonomik Ağlar: Küresel Değişim için İşbirliği"** ana temasına sadık kalınmaya çalışılmış ve duyurular da bu tema üzerine

yapılmıştır. Ancak Kongrenin programı, gelen özetlerin başlık ve içerikleri ile hakemler tarafından değerlendirilerek uygun görülen genişletilmiş özetler-tam metinler esasında yapılmıştır. Hakem değerlendirmesi sonunda kabul edilen bildiriler, birbiriyle konu yakınlıkları açısından tasnif edilmiş, salon ve gün sayıları da düşünülerek sınıflandırılmıştır. Kongre'de gerçekleştirilen oturumlar, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Kongre Merkezinde bulunan ***"Refik Başaran Salonu", "Hakkı Atamulu Salonu"*** ve ***"Avanoslu Selahattin Salonu"*** olmak üzere toplam üç farklı salonda gerçekleştirilmiştir.

Kongre'de bildiri başlıkları olarak *"Sosyal Ekonomi Ağları ile Yönetim, Pazarlama ve Strateji Oluşturma", "İnovasyon ve Girişimciliğin Sosyal Ekonomik Ağlar Üzerinde Etkisi", Bilgi Hareketliliği, Transferi ve Eğitiminde Kolektif Hareketlerin Etkisi", "Sosyal Ekonomi Bölgesel Gelişimi için Ağlar", "Ağlar, Yönetişim ve Kamu Politikası", "Sürdürülebilir Gelişim için Kooperatifçilik", "Sermaye Piyasası ve Sermaye Edinimde Erişim Zorlukları", "Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi", "Beşeri Sermaye ve Uzmanlık Temelli İşgücü Planlaması"* seçilmiştir.

Kongrenin açılış konuşmaları, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Kongre Merkezinde bulunan Karavezir Salonunda gerçekleştirilmiştir.

Açılış konuşmalarını, Türk Kooperatifçilik Kurumu Yönetim Kurulu Başkanı ***Prof.Dr. Ali Fuat ERSOY,*** Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Rektörü ***Prof.Dr. Mazhar BAĞLI***, CIRIEC (International Center of Research and Information on the Public, Social and Cooperative Economy) Başkanı ***Prof. Dr. Bernard THIRY*** ve Kongre Koordinatörü ***Prof. Dr. Enver AYDOĞAN*** yapmıştır.*

Bildiri sahipleriyle, bildiri metinleri üzerindeki yazım hatalarını gidermeleri veya varsa güncel gelişmeleri işleyebilmeleri ve böylece metne son şeklini vermeleri için irtibat kurulmuştur. Bildirilerin bu kitapta sıralanma usulünde Kongre Programı ve oturumların gerçekleştirilmiş olduğu salonlardaki sıra takip edilmiş, oturum tarihi, saati ve oturumların gerçekleştirildiği salonlardaki sıra esas alınmıştır.

Ekte sunulan 22. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi Programı, oturumlar öncesinde ilan edilen ve uyulan programdır. Programda adı bulunan ancak bildiri sahibinin oturuma katılmaması nedeniyle sunulmayan *"Transformation and dynamics of cooperatives in European post-communist countries: the case of Romania The role of cooperative networks"* adlı bildiri bu kitapta yer almamıştır.

22.Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi, Türk Kooperatifçilik Kurumu'nun Dış Münasebetler ve Kongre Düzenleme Çalışma Kurulu üyelerinin kongre düzenleyici kurulu olarak çalışmasıyla başlatılmıştır. Kongre Düzenleme Kurulu, Prof. Dr. Alper ASLAN, Prof. Dr. Enver AYDOĞAN, Prof. Dr. Mehmet ARSLAN, Doç. Dr. Abdulkadir UZUNÖZ, Doç. Dr. Cemalettin AKTEPE, Doç. Dr. Mehmet BAŞ, Doç. Dr. Metin KAPLAN, Doç. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ, Doç. Dr. Turhan ÇETİN, Arş. Gör. Emre Burak EKMEKÇİOĞLU, Arş. Gör. Gülfiz ERGİN DEMİRDAĞ ve Arş. Gör. Mücahit Burak ÜNLÜÖNEN'den oluşmuştur.

Başta Türk Kooperatifçilik Kurum Yönetim Kurulu Başkanı Prof. Dr. Ali Fuat ERSOY'a, Yönetim Kurulu üyelerine ve Genel Müdür Salim ARSLAN'a, Sayın Mehmet BAĞ ve Sayın Doğukan ERBEK'e, kongrenin her aşamasında bulunan ve çıkan ve çıkması muhtemel sorunlara çözüm ürettikleri için araştırma görevlileri Emre Burak EKMEKÇİOĞLU, Gülfiz ERGİN DEMİRDAĞ ve Mücahit Burak ÜNLÜÖNEN'e, kongrenin katılımcılarını ağırladığı ve gerekli donanımı sağladığı için Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Rektörü Prof.Dr. Mazhar BAĞLI'ya teşekkür ederiz.

Bilim ve Hakem Kurulunda bulunan ve/veya bildiri özet ve tam metinlerinin değerlendirmesini yapan öğretim üyelerine ve Düzenleme Kurulu üyelerine, 22. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi'nin gerçekleştirilmesindeki özverili çalışmalarından dolayı teşekkür ederiz.

Aralık, 2017

Prof. Dr. Enver AYDOĞAN

Baş Editör

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

ÖNSÖZ / FOREWORD 4

İÇİNDEKİLER / CONTENTS 8

AÇILIŞ KONUŞMALARI / OPENING SPEECHES..... 11

İstiklal Marşı ve Saygı Duruşu.....21

Türk Kooperatifçilik Kurumu Başkanın Açılış Konuşması
Prof.Dr. Ali Fuat ERSOY.....22

Kongre Düzenleme Kurulu Başkanı Açılış Konuşması
Prof.Dr. Enver AYDOĞAN 25

Gümrük ve Tic. Bak. Kooperatifçilik
Arif Sami SEYMENOĞLU 28

Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Rektörü
Prof. Dr. Mazhar BAĞLI.....29

I. OTURUM : SOSYAL EKONOMİ AĞLARI İLE YÖNETİM, PAZARLAMA VE OLUŞTURMA 34

SECTION I : CREATING MANAGEMENT, MARKETING AND STRATEGY WITH SOCIAL ECONOMY NETWORK.....34

Ertuğrul GÜREŞCİ

Türkiye'de Kooperatiflerin Temel Sorunları Ve Çözüm Önerileri Üzerine Düşünceler.....36

The Thoughts On Solıtıon Suggestıons And Maın Problems Of The Cooperatives In Turkey 36

Kadir DOĞAN

İstanbul İli Su Ürünleri Kooperatiflerinin Yönetim ve Organizasyon Yapısı.....37

Management and Organization Structure of Fisheries Cooperatives In Istanbul.....37

Bakiye KILIÇ TOPUZ - Mehmet BOZOĞLU - Uğur BAŞER

Güncel Gelişmeler Kapsamında Türkiye'deki Çiftçi Örgütlerine Yönelik Mevzuatın Değerlendirilmesi.....40

Evaluation of Farmer Organizations Legislation in Turkey under Recent Developments.....41

Elif Gül KÖSE - Fatih Cemil ÖZBUĞDAY
Tarımsal Kooperatiflerin Dönüşümünde Son Aşama: Yeni Nesil Mega Kooperatifçilik.....45
The Thoughts On Solıtıon Suggestıons And Maın Problems Of The Cooperatives In Turkey 47
Muharrem ÇETİN
Kooperatif Kuruluşlarının İşbirliğinde İletişimin Rolü.....50
The Role of Communication in Collaboration of Cooperative Organizations 57

I. OTURUM : İNOVASYON VE GİRİŞİMCİLİĞİN SOSYAL EKONOMİK AĞLAR ÜZERİNDE ETKİSİ.....66
SECTION I : THE IMPACT OF INNOVATION AND ENTREPRENEURSHIP ON SOCIAL ECONOMIC NETWORKS.....66
Gibrán Rivera GONZÁLEZ - Li XUGUANG - Gabriela Medina TAPİA
Social media tools: fostering collaboration, knowledge transferand innovation within cooperatives.....67
Bernard THIRY
The International Center of Research and Information on the Public, Social and Cooperative Economy (CIRIEC), a network to better understand and promote the social economy and cooperative entrepreneurship.....70

I. OTURUM : BİLGİ HAREKETLİLİĞİ, TRANSFERİ VE EĞİTİMİNDE KOLEKTİF HAREKETLERİN ETKİSİ 74
SECTION I : THE INFLUENCE OF COLLECTİVE MOVEMENTS IN INFORMATION MOBILITY, TRANSFER AND EDUCATION.....74
Mehmet BAŞ - Selin GÖRAL
Tüketicilerin Perakende Markalarına Bakışı; Kooperatif Marka Örneği.....75
The View of Consumers to Retail Brands; An Example of A Cooperative Brand 77
Cemalettin AKTEPE - Hilal Sadet ÇİFTCİ
İnovasyon ve Girişimciliğin Sosyal Ekonomik Ağlar Üzerindeki Etkisi: Türkiye'de Faaliyet Gösteren Kooperatiflerin İnovasyon Yetenekleri Üzerine Bir Araştırma.....80
The Impact Of Innovation And Entrepreneurship On Social Economic Networks: A Research On Innovation Capabilities Of Cooperatives Operating In Turkey.....81

Asude Yasemin ZENGİN - Elif BODUROĞLU
Oyunlaştırma Uygulamalarına İlişkin Tutum Ve Ağızdan Ağıza İletişim Eğilimleri:Demografik Özelliklere Göre Bir İnceleme.....82
Attitude And Word Of Mouth Intensions Regarding Gamification: An Investigation On Demographics.....83
Mustafa ÜNSALAN
C Kuşağına Yönelik Müşteri Elde Tutma Stratejileri.....87
Customer Retention Strategies for Generation C.....88

II. OTURUM : BİLGİ HAREKETLİLİĞİ, TRANSFERİ VE EĞİTİMİNDE KOLEKTİF HAREKETLERİN ETKİSİ.....90
SECTION II : THE INFLUENCE OF COLLECTIVE MOVEMENTS IN INFORMATION MOBILITY, TRANSFER AND EDUCATION.....90
Hasan Hüseyin ŞEN
Gıda Fiyatları Ve Fiyatlar Genel Düzeyi İlişkisi.....92
Food Prices And Overall Price Level Relevance.....93
Sezer Bozkuş KAHYAOĞLU - Ganite KURT
Kooperatiflerde Modern Denetim Tekniklerinin Uygulanması.....95
Implementation Of Modern Auditing Techniques For Cooperatives.....96
Gülfiz Ergin DEMİRDAĞ - Ahmet DEMİRDAĞ - Enver AYDOĞAN
Toplumsal Cinsiyet Çıkmazında Kadın Kooperatifleri.....97
Women's Cooperatives in the Gender Impasse.....100
Sezer Bozkuş KAHYAOĞLU
Yapı Kooperatiflerinde Kurumsallaşma Süreci:KUYAŞ Örneği.....105
Governance Process At Building Cooperatives:The Case Of KUYAS.....106
Furkan Kayhan - Cemil Şenel - Abdurrahman Okur
Türkiye'de Ürün İhtisas Borsacılığı Ve Lisanslı Depoculuk Sistemi.....108
Product Specialized Stock Exchange And Licensed Warehousing System In Turkey.....110

II. OTURUM : SOSYAL EKONOMİ BÖLGESEL GELİŞİMİ İÇİN AĞLAR.....114
SECTION II.: NETWORKS FOR REGIONAL DEVELOPMENT OF SOCIAL ECONOMY.....114
Ayten Esra ZEYREK
Sürdürülebilir Kalkınma İçin Çiftçiliğin Özendirilmesi Ve Tarımsal Örgütlenmenin Önemi: Türkiye'deki Kooperatifçilik Uygulamalar.....115
Encouragement Of Farming And Importance Of Agricultural Organization For Sustainable Development: Cooperative Practices In Turkey.....118

Sinem CANOL - VARDARLİER
Özel Hastanelerde Çalışan Sağlık Personelinin Kurumlarında Uygulanmakta Olan Performans Değerlendirme Sistemlerine Duydukları Memnuniyet Ve Bir Örnek Uygulama.....121
Satisfaction With Performance Evaluation Systems Applied To Health Personnel Working In Private Hospitals And An Example Application.....124
Gülfiz Ergin DEMİRDAĞ - Ahmet DEMİRDAĞ
Kalıpyargıları Çevrimiçi Yıkanlar: Sosyal Medya'da Kadın Girişimciler.....129
Overthrowing Stereotypes Online: Women Entrepreneurs In Social Media.....132
Metin KAPLAN - Hatice UÇAK
Psikolojik Sermayenin İş Erteleme Davranışı Üzerindeki Etkisi; Hemşireler Üzerinde.....135
The Impact Of Psychological Capital On Job Postponement Behavior; A Research On Nurses.....136
Hayati BAŞARAN - Burçin BAŞARAN
Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinde Hayvansal Üretim Ve Hayvansal Ürünler Ticaretinin İncelenmesi.....141
Investigation Of Animal Production And Animal Products Trade In Turkish Republic Of Northern Cyprus.....142

II. OTURUM : AĞLAR, YÖNETİŞİM VE KAMU POLİTİKASI.....146
SECTION II. : NETWORKS, GOVERNANCE AND PUBLIC POLICY.....146
Ebru ÖZER TOPALOĞLU - Murat TOPALOĞLU
Türkiye'de Kadın Girişimci Kooperatifleri: Bacıyanı Örneği.....147
Women Entrepreneur Cooperatives in Turkey: The Example of the Bacıyanı.....147
Filiz KINIKLI - Ayşe UZMAY - Murat YERCAN - Muhammed ZEYTİN H. Can DEMİRKAYA
Pamuk Üreticilerinin Mevcut Örgütlenme Durumları Ve Örgütlenmeye Bakış Açılarının Belirlenmesi: Aydin İli Örneği.....155
Determining The Current Organizations Of Cotton Farmers And Their Aspects Of Organization: A Case Of Aydin.....158
Metin KAPLAN - Nilüfer ŞAHİN PERÇİN - Eda ÖZGÜL KATLAV
İşe Adanmışlığın Demografik Özellikler Açısından Analizi.....164
An Analysis Of Work Engagement In Terms Of Demographic Variables....166
Ali ERBAŞI Şükran GÜNGÖR TANÇ - Abdurrahman GÜMRAH
Sürdürülebilir Kalkınmaya Yönelik Bilgi, Tutum Ve Davranış Düzeyinin

Ölçülmesi: Nevşehir Tarım Kredi Kooperatifi Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma.....167
Measurement Of Knowledge, Attitude And Behavior Levels On Sustainable Development: A Study On Nevşehir Agriculture Credit CooperativeStaff...167
Gökhan EŞEL
Küresel Değişim İçin İşbirliğine Bir Örnek: İsveç Uluslararası Kalkınma Ajansı'nın TürkKadın Kooperatifçilere Desteği.....175
An Example Of Collaboration For Global Change: Swedish International Development Agency's Support Of The Turkish Women Cooperatives.....178

III. OTURUM : SÜRDÜRÜLEBİLİR GELİŞİM İÇİN KOOPERATİFÇİLİK.....182
SECTION III : COOPERATIVES FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT.....182
Hayati BAŞARAN - Serkan BİRİNCİ - Selçuk MERT
Yatırım Sermayesi Ediniminde Kooperatiflerin Önemi.....183
The Importance Of Cooperatives In Investment Capital Accumulation.....183
Şahnaz KOÇOĞLU - Cihat ERBİL
Kooperatiflerin Finansmanında Alternatif Bir Yöntem Olarak Kitlesel Fonlama (Crowd Funding): Kapsayıcı İşletmecilik (Inclusive Business) Becerileri Üzerinden Bir Değerlendirme.....186
Crowd Funding As An Alternate To Conventional Financing For Cooperatives: An Evaluation Through Inclusive Business Capabilities.....188
Sibel BİLGİN - Vildan Hilal AKÇAY
Sürdürülebilir Kalkınma Politikasında Yenilenebilir Enerji Kooperatiflerine Yönelik FinansalVe Vergisel Teşviklerin Rolü.....191
The Role Of Financial And Taxational Incentives In Renewable Energy Co-Operatives OnThe Policiy Of Sustainable Development.....195
Fetullah AKIN
Sürdürülebilir Yüksek Büyüme İçin Yurtiçi Tasarrufların Önemi.....197
The Importance Of Domestic Savings For Sustainable High Growth.....200
Tuğba KOYUNCU - Alper ASLAN
Etkin Piyasa Hipotezi ve Gelişmiş Borsalar Üzerine Bir Uygulama: Panel Veri Analizi.....202
Efficient Market Hypothesis And An Application On Developed Stock Markets:Panel Data Analysis.....203

III. OTURUM : SERMAYE PİYASASI VE SERMAYE EDİNİMİNDE ERİŞİM ZORLUKLARI.....206
SECTION III : CAPİTAL MARKETS AND ACCESS DIFFICULTIES İN CAPITAL ACQUISITION.....206

Yasemin MEMİOĞLU

Türk Kooperatifçiliğinin Dönemsel Analizi (1950-1960 Dönemi).....207

Periodical Analysis Of Turkish Cooperation (1950-1960 Period).....210

Sait ENGİNDENİZ - Ayşe UZMAY - Duygu AKTÜRK - A.Ferhan SAVRAN
Nedim KOŞUM - Turgay TAŞKIN - Harun KESENKAŞ - Mukadderat GÖKMEN
Görkem ÖZTÜRK

İzmir, Çanakkale Ve Balıkesir İllerinde Keçi Yetiştiriciliği Yapan İşletmelerin Damızlık Koyun Ve Keçi Yetiştiricileri Birliğinin İşlevleri Üzerine Görüş Ve Beklentileri.....213

The Opinions And Expectations Of Goat Farms In İzmir, Çanakkale And Balıkesir Provinces About The Functions Of Sheep And Goat Breeders' Associations.....215

Sait ENGİNDENİZ - Filiz KINIKLI - Mine BURHAN - Cansu ÇELİK
Görkem ÖZTÜRK

İzmir'de Kooperatif Ortağı Olan Konvansiyonel Süt Sığırcılığı İşletmelerinin Organik SütÜretme Eğilimleri.....217

Tendencies Towards Organic Milk Produce Of Conventional Dairy Cattle Farms As Member Of Cooperatives In 219

Nuri Özgür DOĞAN - Yusuf ERSOY

Zeytin Ve Zeytinyağı Alan Tarım Satış Kooperatifleri Birliklerinde VZA İle Etkinlik Ölçümü: Marmarabirlik Örneği.....221

Efficiency Measurement In The Agricultural Sales Cooperative Unions Receiving Olive And Olive Oil Via Dea: A Case Study In Maramarabirlik..224

Aydın GÜREL - Ebru IRMAK

Sosyal Ekonomik Ağ Açısından Enerji Üreten ve Tüketen Kooperatif Modeli 228

Cooperative Model of Energy Producing and Consuming in Terms of Social Economic Network Panel Data Analysis.....231

III. OTURUM : KOOPERATİFLER ARASI İŞBİRLİKLERİNİN TEŞVİK EDİLMESİ.....234

SECTION III : ENCOURAGEMENT OFCOOPERATIVES COOPERATION 234

Aysel Gamze YÜCEL IŞILDAR - Mustafa TÜRKMEN

İklim Değişikliğini Önleme Ve Adaptasyon İçin Bir Model: "Çevresel Yönetişim".....235

A Model For Mitigation And Adaptation To Climate Change: "Environmental Governance".....238

Bahar AŞÇI

Stratejik Planlama Sorunsallarına Sistem Yaklaşımı Çerçevesinde Cevap Arayışı.....241

Seeking an Answer in the Framework of the System Approach to the Problems of Strategic Planning.....244

Hakan REYHAN - Ayşen SATIR REYHAN

Ekolojik Krize Bir Çözüm Aracı Olarak Sürdürülebilir Tarım ve Kooperatif Örgütlenme.....247

A Solution to The Ecological Crisis As a Tool For Association of Sustainable Agriculture and Cooperatives.....250

Okan FİDANLI - Sinan ŞEKEROĞLU - Kadir ÖZER

Avrupa Birliği'nde Tarımsal Örgütlenme: Avrupa Birliği Tarım Kooperatifleri Konfederasyonu (Cogeca) Ve Türkiye İçin Öneriler.....253

Agricultural Organization In The European Union: Confederation Of European Union Agricultural Cooperatives (Cogeca) And Recommendations For Turkey.....255

Hasan MUTLU

Tarım Kredi Kooperatiflerinin Sermaye Birikimine Etkileri (Atatürk Dönemi 1935-1938).....258

The Effects Of Agriculture Credit Cooperatives To Capital Association (Ataturk 'S Period 1935-1938).....261

4. OTURUM : BEŞERİ SERMAYE VE UZMANLIK TEMELLİ İŞGÜCÜ PLANLAMASI.....265

SECTION 4. : HUMAN CAPITAL AND WORKFORCE PLANNING WITH EXPERT BASED.....265

Yusuf ERSOY - Süleyman GÖKÇE- Tuğçe Hanim ERSOY

Tarımsal Ürünlerdeki Kalıntı Pestisit Analizlerinin Tarım Satış Kooperatifleri Açısından Önemi.....266

Importance Residual Pesticide Analysis In Agricultural Products For Agricultural Sales Cooperatives..... 269

Filiz KINIKLI - Cem ÇIKIKÇI - Murat YERCAN -Yunus Emre İNCE

Ortakların Kooperatif Hizmetlerinden Memnuniyet Durumlarının İncelenmesi: İzmir İli Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Örneği..... 273

A Research On Members' Satisfaction For Cooperative Services: A Case On Gödence Rural Development Cooperative.....277

Elif TAŞDELEN - Haşim ÖZÜDOĞRU
Kooperatiflerde Üst Örgütlenme Ve Denetimin Pazarlama Faaliyetleri Açısından Değerlendirilmesi.....282
Upper Organization And Audit In The Cooperatives Are Evaluated In Marketing Activities 284
Ahmet Bahadır ŞİMŞEK -Tuğçe ŞİMŞEK
ASürdürülebilir Gelişim İçin Kooperatifçilik Faaliyetlerinde Yöneylem Araştırması.....286
Ebru IRMAK - Aydın GÜREL
Girişimcilik ve Kooperatiflerde Tarımsal Yayımın Mevcut Durumu.....293
Current Situation of Agricultural Extension in Entrepreneurship and Cooperatives.....294

4. OTURUM : BEŞERİ SERMAYE VE UZMANLIK TEMELLİ İŞGÜCÜ PLANLAMASI......321
SECTION 4. : HUMAN CAPITAL AND WORKFORCE PLANNING WITH EXPERT BASED..... 321
Yeter DEMİR USLU - Şeyda DÜNDAR EGE
İnovasyon Ve Girişimciliğin Sosyal Ekonomi Ağları Üzerinde Etkisi.....322
The Effects Of Innovation And Entrepreneurship On Social Economic Networks.....324
Mustafa TAHİROĞLU - Ali MEYDAN
Okul Kooperatifçilik Çalışmalarının Öğrencilerin Girişimcilik Becerileri Ve Girişimci Kişilik Özellikleri Açısından Değerlendirilmesi.....327
Ayşe GÖKÇEN KAPUSUZ - Fedai ÇAVUŞ
Geçmişten Yeni Bir Kavram:Yeşil (Eko) Girişimcilik.....331
New Concept From The Past: Green (Eco) Entrepreneurship.....332
Mehmet GÜNEŞ
Sosyal Sorunların Yönetim Ve Çözümünde Geleceği Şekillendirmek: Sosyal Girişimci Kooperatifçilik Ve Avrupa Girişimcilik Ağı Örneği.....337
Shaping The Future At The Management And Solution Of Social Problems: Social Entrepreneur Cooperatives And The Example Of Enterprise Europe Network.....340

4. OTURUM : BEŞERİ SERMAYE VE UZMANLIK TEMELLİ İŞGÜCÜ PLANLAMASI 344
SECTION 4. : HUMAN CAPITAL AND WORKFORCE PLANNING WITH EXPERT BASED.....344

Yeter DEMİR USLU - Erman KEDİKLİ
Sürdürülebilir Kalkınmada Yenilenebilir Enerji Kooperatiflerinin Türkiye Açısından Rolü Ve Önemi.....345
The Role And Importance Of Renewable Energy Cooperatives Over Sustainable Development In Terms Of Turkey.....348
Selma AYTÜRE
Avrupa Birliği'nin Arıcılık Ve Bal Politikası (Sürdürülebilir Kooperatifçilik Bağlamında Türkiye İçin Bir Değerlendirme).....352
European Union's Beekeeping And Honey Policies (Evaluation For Turkey In The Context Of Sustainable Cooperatives).....353
İmam Bakır KANLI
Dünyada Ve Türkiye'de Sağlık Kooperatiflerine Stratejik Bakış 357
A Strategic View Of Health Co-Operatives Globally And In Turkey.....361
Süleyman AKDEMİR
Etkin, Verimli Ve Sürdürülebilir Bir Kooperatifçilik İçin Temsilcilik Ve Tahkim Kurumlarının Önemi.....368
The Importance Of Representation And Arbitration Institutions For An Efficient And Sustainable Cooperative System.....372
Hasan YAYLI - Sinan AVAN
Türkiye'de Konut Politikalarının Konut Kooperatifçiliği Üzerine Etkileri Ve KonutKooperatiflerinin Konut Üretimindeki Rolü Üzerine Bir İnceleme.....377
A Study On The Effects Of Housing Policies On Housing Cooperation In Turkey And The Role Of Housing Cooperation On Housing Production.....379

5. OTURUM : KOOPERATİFLER ARASI İŞBİRLİKLERİNİN TEŞVİK EDİLMESİ.....382
SECTION 5. : ENCOURAGEMENT OF COOPERATIVES COOPERATION 382
Metin KAPLAN - Havva GÖKER
Duygusal Zekânın İç Girişimcilik Performansı Üzerindeki Etkisi.....383
The Impact Of Emotional IntelligenceOn The Performance Of Internal Entrepreneurship.....387
Esra BAYTÖREN - Yeter DEMİR USLU
Türkiye'de Kooperatiflerin Ar-Ge Ve İnovasyon Stratejileri: Ab Ülkeleri Üzerine Bir Karşılaştırma.....392
R & D And Innovation Strategies Of Cooperatives İn Turkey: A Comparison On Eu Countries.....393

İsmail GÖKDENİZ - Çağlar KARAMAN
Küçük Sanayi İşletmelerinde Çırak-Kalfa-Usta Temini Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma.....396
An Applied Research On Apprentice-Foreman-Master In Small Industry ENTERPRİSES.....397
Ethem MERDAN - Himmet KARADAL
Sosyal Sermaye Hizmet İnovasyon Davranışı ve İç Girişimcilik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.....403
Investigation of the Relationship Between Social Capital Service Innovation Behavior and Intrapreneurship.....406

5. OTURUM : BEŞERİ SERMAYE VE UZMANLIK TEMELLİ İŞGÜCÜ PLANLAMASI
SECTION 5. : HUMAN CAPITAL AND WORKFORCE PLANNING WITH EXPERT BASED 411
Fatih ÖZDEN - Fazıl Akın OLGUN
Kırsal Kalkınmada Yerel Yönetimler İle Üretici Örgütlerinin İşbirliği Olanakları Üzerine BirİnceleMe: İzmir İli Örneği..... 412
A Review On Cooperation Possibilities Of Local Governments And Producer Organizations For Rural Development: The Case Of İzmir Province..... 415
Abdullah ÇİFCİ
Kooperatifler Arası İşbirliği İlkesi Çerçevesinde Türkiye'de Tarımsal Kooperatiflerin Üst Örgütlenmesinin Uluslararası Örnekler Işığında İncelenmesi.....422
Sylvia Monique De ROOİJ - Seyfi ÖZGÜZEL - Kamil Ufuk BİLGİN
Türk Kooperatif Yönetim Performansına Etkisi Açısından Toplumsal İletişim Ağı Kooperatifçilikte Hollanda Örneği "Nautilus".....426
On The Effect Of Turkish Cooperative Management Performance Community Communication Network Netherlands Example In Co-Operativism "Nautilus".....428
Bilge MEYDAN
Smaa Yöntemi İle İllerin Finansal Başarı Sırasının Belirlenmesi Ve Kooperatifçilik Faaliyetlerine Kaynak Oluşturulması Üzerine Bir Uygulama.....430
An Application Of Ranking Turkish Provinces' Financial Potential With Smaa Method To Cooperativity.....433
Meltem KESKİN KÖYLÜ
Kooperatiflerin Finansal Sorunları ve Finansal Yönetimi.....438
Financial Problems and Management of Cooperatives.....440

5. OTURUM : BEŞERİ SERMAYE VE UZMANLIK TEMELLİ İŞGÜCÜ PLANLAMASI
SECTION 5. : HUMAN CAPITAL AND WORKFORCE PLANNING WITH EXPERT BASED 443

Görkem ÖZTÜRK - Sait ENGİNDENİZ - Önder Volkan BAYRAKTAR

Türkiye'de Örtü Altı Domates Üretimi Ve Pazarlamasındaki Gelişmeler Ve SWOT Analizi.....444

Developments In Production And Marketing Of Greenhouse Tomato In Turkey And Swot Analysis.....446

Tuğçe Şimşek - Ahmet Bahadır Şimşek

Kooperatifçilik Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi Ve Resmi Raporlar Doğrultusunda Güncel Tez Konularının Belirlenmesi...451

Bibliometric Analysis Of The Graduate Thesis Conducted On Cooperatives AndDetermination Of Current Thesis Topics In Line With Official Report.....455

Ufuk KAYA

Türkiye'de Sigorta Kooperatiflerinin Ve Ortaklarının Vergilendirilmesinin İncelenmesi.....460

Examination Of Taxation Of Insurance Cooperatives And Members In Turkey.....462

Fazıl Akın OLGUN - Onur TERZİ

Türkiye'de Bankaların Tarımsal Kooperatiflere Sunduğu Finansal Kaynaklar, BunlarınDeğerlendirilmesi ve Bu Kaynakların İyileştirilmesine YönelikÖneriler.....465

Financial Resources Offered by Banks to Agricultural Cooperatives and Suggestions for Improving These Financial Resources.....469

6. OTURUM : KOOPERATİFLER ARASI İŞBİRLİKLERİNİN TEŞVİK EDİLMESİ 472
SECTION 6. : ENCOURAGEMENT OF COOPERATIVES COOPERATION 472

Belgin AYDINTAN - Halil İYİDEMİRCİ

Çalışan Motivasyonu, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi; Ankara Ostim Organize Sanayi'nde Bir Araştırma.....473

The Relationship Between Workers Motivation, Organizational Citizenship Behaviours And Intention To Quit: A Research In Ankara Ostim Industrial Cluster.....477

Adnan ÇELİK - Ahmet GÖZEN

Geleneksel Ve Öğrenen Organizasyonların Öğrenme Boyutu Açısından Karşılaştırılması.....483

Comparison Of Traditional And Learning Organization In Terms Of Learning Dimension.....484

Tahir AKGEMCİ - Esra YILDIZ
Çok Ortaklı Örgüt Formu Ve İslami Holdingler: Nasıl Patlama Yaşandı, Neden Düşüşe Geçti?.....485
Multi-Player Organization Form And Islamic Holdings: How Was Booming Experienced? Why Did They Go Into A Decline?.....486
Nuri Özgür DOĞAN - Yusuf ERSOY
Uşak İlinde Faaliyet Gösteren Tarımsal Kalkınma Kooperatiflerinin SWOT Analizi.....489
SWOT Analysis Of Agricultural Development Cooperatives That Operate In Province Of Uşak.....492
Aykut GÖKSEL - Muhammet Burak DELİBAŞ
Duygusal Zekâ Ve Problem Çözme Yeteneği İlişkisi: Ankara İnşaat Malzemesi Sektöründe Bir Uygulama.....496
The Relationship Between The Emotional Intelligence And The Problems Solving Skill:An Application On The Construction Sector.....499

6. OTURUM : KOOPERATİFLER ARASI İŞBİRLİKLERİNİN TEŞVİK EDİLMESİ 503
SECTION 6. : ENCOURAGEMENT OF COOPERATIVES COOPERATION 503
Nurgün KOMŞUOĞLU YILMAZ - Salih GÜNEY
Yatırım Kararlarının Verilmesinde Psikolojik Faktörlerin Etkisinin Davranışsal FinansAçısından Genel Bir Değerlendirilmesi.....504
A General Evaluation Of The Impact Of Psychological Factors On Investment Decisions In Terms Of Behavioral Finance.....507
Alptekin SÖKMEN - Emre Burak EKMEKÇİOĞLU
Kariyer Tatmini Ve Algılanan Örgütsel Destek İlişkisi:Görgül Bir Araştırma.....514
The Relationship Between Career Satisfaction And Perceived Organizational Support:An Empirical Study.....515
Aybala DEMİRCİ AKSOY - Gülay GÜNAY
Türkiye'de Kadın Kooperatifçiliği.....518
Women's Co-operatives in Turkey 518
Işıl GÜRBÜZER - Cihan TANRIÖVEN - Haşim ÖZÜDOĞRU - Furkan YILDIRIM
Türkiye'de Kadın Kooperatifleri Ve Sermaye Ediniminde Karşılaştıkları Zorlukların Çözülmesinde Mikrofinans Önerisi.....522
Women Cooperatives In Turkey And For Resolving Challenges Of Their Capital Acquisition Microfinance Suggestion.....525
Enver AYDOĞAN - Emre Burak EKMEKÇİOĞLU - Zafer EROL
Kişisel Ağ Ve Grup Üyeliğinin Bilgi Paylaşımındaki Rolü.....529
The Role Of Personal Network And Group Membership In Knowledge Sharing.....531

6. OTURUM : KOOPERATİFLER ARASI İŞBİRLİKLERİNİN TEŞVİK EDİLMESİ 534
SECTION 6. : ENCOURAGEMENT OF COOPERATIVES COOPERATION 534
Erdal ÜNSALAN - Mustafa ÜNSALAN
Yer Markalamada Ortak Marka Oluşturma Üzerine Bir Araştırma.....535
A Research on Co-Branding in Place Branding.....536
Selma KALYONCUOĞLU - Emel FAİZ
Tekno-Girişim Sermayesi Desteği Hibe Programının Sosyal Pazarlama Karması Açısındanİncelenmesi Üzerine Bir Araştırma.....541
A Study On The Investigation Of Techno-Initiative Capital Support Grant Program In Terms Of Social Marketing Mix.....542
Hazal OĞUZ - Oğuz METE
Kooperatiflerde Markalaşma Ve Tüketici-Kooperatif Ürünleri İlişkisi: Torku Örneği.....546
Branding In Cooperatives And Relationship Between Consumer-Coopeative Products:Torku Case.....548
Bahar AYDIN CAN - Sait ENGİNDENİZ - Onur CAN
Kırsal Kalkınmada Kooperatiflerin Rolü Ve Önemi; SS Çavuşlu Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Örneği.....551
The Role Of Cooperatives And Importance In Agricultural Development; S.S. Çavuşlu Agricultural Development Cooperative Sample.....554.
Nilgün KİNDİK - Alper ASLAN
Karlılık Sürdürülebilirliği ve Karlılığı Etkileyen Faktörlerin Analizi: Bir Kooperatif İşletmesi Olan Konya Şeker Fabrikası.....557
Analysis of Factors Affecting Profitability Sustainability and Profitability: The Konya Sugar Factory with a Cooperative Operation.....560

İstiklal Marşı ve Saygı Duruşu

Prof. Dr. Ali Fuat ERSOY
Türk Kooperatifçilik Kurumu Başkanı

Sayın Rektörüm, Rektör Yardımcılarım, Dekanlarım, Genel Müdürüm ve değerli katılımcılar.

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi'nin ev sahipliğinde Türk Kooperatifçilik Kurumu, Uluslararası Kooperatifçilik Araştırma Merkezi (CIRIEC) ve Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi ile ortaklaşa düzenlemiş olduğumuz "Sosyal Ekonomik Ağlar: Küresel Değişim için İşbirliği" konulu 22. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresine hoş geldiniz. Türk Kooperatifçilik Kurumunun 1944 yılından itibaren düzenlediği Milletlerarası Kooperatifçilik Kongrelerinden yirmi ikincisini yüksek huzurlarınızda açmaktan kıvanç duyduğumu belirtmek istiyorum.

Değerli katılımcılar, hemen yeri gelmişken ben burada hazirun da bulunan özellikle üniversite öğrencilerimizi ve kurum hakkında bilgisi az olanları bilgilendirmek maksadıyla kısaca kurumumuzu tanıtmak isterim. Türk Kooperatifçilik Kurumu 1931 yılında kurulmuş ve o tarihten itibaren 86 yıldır sürekli olarak teorik ve pratik bakımdan kooperatifçilik fikrini ülke düzeyinde yaymak, bu konuda yayınlar yapmak, dergiler çıkarmak, konferanslar, paneller, seminerler, kurslar düzenlemek ve her üç yılda bir Milletlerarası Kongreler tertiplemek, kurum tarafından yapılan çabaların özümsenmesini ve kooperatifçilik konuları ve sorunları hakkında bilimsel alış veriş yapmak için çalışmaktadır.

Türk Kooperatifçilik Kurumu herhangi bir siyasal yanı olmayan, bilimsel çabalar sarf eden "Kamu Yararına Çalışan Dernek" statüsünde bir kuruluştur. Türk Kooperatifçilik Kurumu 20 Mayıs 1931 tarihinde Cumhuriyetimizin kurucusu ulı önder Mustafa Kemal Atatürk'ün direktifleriyle İstanbul da kuruldu. Kurulduğunda adı "Türk Kooperatifçilik Cemiyeti" idi.1946 yılında Bakanlar Kurulu kararıyla "Kamu Yararına Çalışan dernek" olan Kurum, 1948 yılında "Türk Kooperatifçilik Kurumu" adını aldı. Kooperatifçilik alanında bilimsel çalışmalar yapmak, kooperatif düşüncesini Türkiye'ye yaymak ve kooperatifçiliği sevdirip yaygın bir biçimde uygulamaya koymak amacıyla kurulmuştur. 1968 yılında Milletlerarası Kooperatifçilik Birliği (ICA)'ne, 1983 yılında Milletlerarası Raiffeisen Birliği (IRU)'ne ve 1998 yılında da Milletlerarası Kamu, Sosyal ve Kooperatifçilik Ekonomisi Araştırma Merkezi (CIRIEC)'ne üye oldu. Türk Kooperatifçilik Kurumu kurulduğundan bu yana kooperatifçilikle ilgili yayınlar yapmaktadır. Birçok kitap ve projenin yanı sıra süreli yayın olarak ***"Karınca Kooperatif Postası"*** dergimiz 970. Sayıya, 6 ayda bir yayınlanan hakemli "Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi" dergimiz 190. Sayıya, Türk çocuklarına kooperatifçiliği sevdirmek amacıyla 1988 yılından bu yana Karınca Kooperatif Postası dergimizin eki olarak yayınladığımız "Karınca Kardeş" dergimiz ise 60. sayıya ulaşmıştır.

Kooperatifçilikle ilgili çeşitli etkinlikler düzenleyen Kurumumuzun yirmi ikincisini düzenlediği Milletlerarası bu kongrede iki gün süresince kooperatifçilik konularında toplam 85 bildiri sunulacaktır.

Hanımefendiler, beyefendiler,

Ülkelerin hedefledikleri amaçlara ulaşabilmelerinde, ülke halkının ve çeşitli mesleklerin örgütlenmesinin sağlanması, bireylerin oluşturdukları organizasyonların ülkelerin ihtiyaçlarına uygun

hizmetler verebilmesi önemlidir. Bu amaçların gerçekleştirilmesinde başta gelen organizasyonlardan biriside üçüncü sektör içinde yer alan kooperatiflerdir. Kooperatifler, belli bir amaca birlikte ulaşmak için işbirliği yaparak bir araya gelen bireylerin oluşturduğu ve kendi kendine yardım, kendi kendini yönetme ve gönüllülük esasına dayanan kuruluşlardır.Kooperatifler toplumun çeşitli kesimlerindeki bireylerin korunmasında ve yaşam standartlarının yükselmesinde önemli katkıda bulunmaktadır. Çoğu ülkede de kalkınmanın araçlarından birisi olarak kullanılmaktadır. Türkiye'de de kooperatifler sosyal ve ekonomik kalkınmanın bir aracı olarak uzun zamandır kullanılmaktadır. Uzun bir geçmişe sahip olan kooperatifçilik hareketi ve sorunları büyük önem arz etmektedir. Bu sorunların ve çözümleri için geçtiğimiz yıllarda ülkemizde 2012-2016 kooperatifçilik eylem planı ortaya konulmuş, söz konusu planda 7 stratejik hedef, 36 öncelikli eyleme yer verilmiştir.

Geçtiğimiz aylarda Gümrük Ticaret Bakanlığı, Kooperatifçik Genel Müdürlüğü önderliğinde ilgili bakanlıkların, Türk Kooperatifçilik Kurumunun, Milli Kooperatifler Birliğinin katılımlarıyla eylem planı değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme neticesinde hedeflerden bazılarına ulaşıldığı, bazılarına kısmen ulaşıldığı, bazılarına da ulaşılamadığı tespit edilmiştir. Ulaşılan hedefler kooperatifçilik adına sevindiricidir. Ulaşılamayan hedefler için yeniden çalışmalar yapılmasına karar verilmiştir.Temenni ediyoruz ki 2018-2022 yıllarında gerçekleşmeyen hedefler de gerçekleşir. Kooperatifçilik 2023 te arzu edilen seviyeye ulaşır. Biz Türk Kooperatifçilik Kurumu olarak bu konuda elimizden gelen çabayı gösteriyoruz göstereceğiz de. Bu dilek ve temennilerle kongremizin ülkemize, üniversitemize, kurumumuza, bu alanda çalışan ve kooperatifçiliğe gönül veren herkese hayırlı olmasını dilerim.

Konuşmama burada son verirken bu kongrenin düzenlenmesinde emeği geçen başta Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Rektörü Sayın Prof.Dr.Mazhar Bağlı hocamız olmak üzere Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi akademik ve idari personeline, öğrencilerine, tüm kongre düzenleme kurulunda yer alan arkadaşlarımıza, kongre sekretaryasına, Kurum çalışanlarımız Salim Aslan ve Mehmet Bağ'a, özellikle bildirileri ile katılan tüm katılımcılara dinleyicilere, öğrencilerimize ve bizleri burada yalnız bırakmayan Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğüne, değerli misafirlerimize, kurumumuzun değerli üyelerine ve dinleyicilerimize Yönetim Kurulumuz adına ayrı ayrı teşekkür ederim.

Prof.Dr. Enver AYDOĞAN
Kongre Düzenleme Kurulu Başkanı

-Sayın Arif Sami SEYMENOĞLU-Gümrük ve Tic. Bak. Koop. Genel Müdürü

-Sayın Prof. Dr. Ali Fuat ERSOY-Türk Kooperatifçilik Kurumu Yönetim Kurulu Başkanı

-Sayın Prof. Dr. Bernard THIRY-CIRIEC Genel Direktörü

-Sayın Prof. Dr. Mazhar BAĞLI - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Rektörü

Türk Kooperatifçilik Kurumu (TKK), Gazi Mustafa Kemal Atatürk'ün talimatlarıyla kurulduğu 20 Mayıs 1931 tarihinden bu yana, kuruluş amacına uygun olarak kooperatifçilik düşüncesini halka yaymaya çalışmaktadır. Cumhuriyet kurumlarından Türk Kooperatifçilik Kurumu'nun Türk Milletine ve dünya uygarlığına hizmet aşkıyla faaliyetlerini sürdürdüğünü ifade etmek isterim.

Kooperatifçilik "ekonomik işbirliğini ifade eden, ortak amaçlara ulaşmak isteyen kişiler tarafından oluşturulan bir organizasyon modeli" olarak ön plana çıkmaktadır. Tek başlarına büyüme ve gelişme gösteremeyecek kişi ve küçük ekonomik yapılar yerine biraraya gelen kişi ve sermaye gruplarının oluşturduğu ekonomik yapılar, ulusal ve küresel rekabet ve başarının anahtarı olmaktadır.

Bugün dünyada yaşanan ekonomik kriz ve riskler, artan gıda ve yiyecek-içecek güvenliğine yönelik ihtiyaç, çevresel felaketler ve iklim değişiklikleri karşısında, kooperatifçilik düşüncesi ve bu düşüncenin ortaya koyduğu sosyo-ekonomik örgütlenme modelleri daha da önem kazanmıştır.

Ülkemizde ve dünyada, toplumsal ve ekonomik ihtiyacın bulunduğu hemen hemen her sektörde kendisine yer bulabilen Kooperatifler, tür ve sayı bakımından farklılaşmakta ancak sağladığı katkılarla daha stratejik boyuta gelmektedir.

20 Mayıs 1931 tarihinden bu yana, kuruluş amacına uygun olarak kooperatifçilik düşüncesini halka yaymaya çalışmakta olan Türk Kooperatifçilik Kurumu; kooperatifçilik alanındaki faaliyetleri, aylık ve periyodik olarak yayımlanan bilimsel eserleri ile Türk Kooperatifçiliğe katkılar sağlamaktadır. 21 Aralık 1944 yılında Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi ile başlayan kongre faaliyetlerimiz üçer yıllık periyotlarla kesintisiz devam edegelmiş ve bugün Nevşehir'de 22. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi ile sizlerin karşısına çıkartmıştır.

2 yıllık bir çalışmanın ürünü olan kongremize katkı sağlayan -Sayın Prof. Dr. Ali Fuat ERSOY-Türk Kooperatifçilik Kurumu Yönetim Kurulu Başkanına, Sayın Prof. Dr. Bernard THIRY-CIRIEC Genel Direktörüne,

Sayın Prof. Dr. Mazhar BAĞLI-Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Rektörüne, Türk Kooperatifçilik Kurumu Yönetim Kurulu üyeleri ve personellerimize, bildirilerin değerlendirilmesi yaparak katkı sağlayan bilim kurulu üyesi meslektaşlarıma, kongre düzenleme kurulu ve sekreteryasında büyük çaba ve özveri ile görev yapan arkadaşlarıma sonsuz minnet ve şükranlarımı sunarım. 2 gün boyunca sürecek kongremizde bilimsel, akademik, sosyo-ekonomik bilgi, iyi örnek ve uygulamalarının paylaşılacağı, yeni işbirliklerinin ortaya çıkacağı, kooperatifçilik vizyonuna olumlu katkılar sağlanacağı beklentisini taşıyorum. Kongremize farklı ülke ve şehirlerden katılan kooperatifçilik sevdalıları, akademisyen ve araştırmacılara hoşgeldiniz diyor, Türk Kooperatifçilik Kurumu adına selam ve saygılarımızı sunarım.

Arif Sami SEYMENOĞLU
Gümrük ve Tic. Bak. Kooperatifçilik
Genel Müdürü

Prof. Dr. Mazhar BAĞLI
Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Rektörü

MİLLETLERARASI TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KONGRESİNİN 22. Sİ YAPILDI

KOOPERATİFÇİLER NEVŞEHİR'DE BULUŞTU

Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi 5-7 Ekim 2017 tarihleri arasında Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi'nde yapıldı. Kongreye

başta Nevşehir Hacı Bektaş Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mazhar Bağlı, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürü Arif Sami Seymenoğlu CIRIEC Genel Sekreteri Bernard Thiry, Türk Kooperatifçilik Kurumu Başkanı Prof. Dr. Ali Fuat Ersoy ve Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Emekli Müsteşarı Hüsnü Poyraz ile bir çok yerli ve yabancı kooperatifçi katıldı.

Kongrenin açılışı 5 Ekim 2017 tarihinde Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Kongre ve Kültür Merkezi'nde yapıldı. Kongrenin açılışı, Kongre Düzenleme Kurulu Başkanı Prof. Dr. Enver Aydoğan'ın açılış konuşmasıyla başladı. Aydoğan konuşmasında, kongrenin ana temasının "Sosyal Ekonomik Ağlar: Küresel Değişim İçin İşbirliği" olarak belirlenmesinde, küreselleşen dünyada toplumların sosyal ve ekonomik ağlar kurmak durumunda kalmalarının önemli bir etken olduğunu vurguladı.

Kongrenin açılışında konuşan Türk Kooperatifçilik Kurumu Başkanı Prof. Dr. Ali Fuat Ersoy Türk Kooperatifçilik Kurumu'nun kuruluşundan bu zamana kadar yaptığı faaliyetler hakkında bilgi verdi. Ersoy konuşmasında "ülkelerin hedefledikleri amaçlara ulaşabilmelerinde, ülke halkının ve çeşitli mesleklerin örgütlenmesinin sağlanması, bireylerin oluşturdukları organizasyonların ülkelerin ihtiyaçlarına uygun hizmetler verebilmesi önemlidir. Bu amaçların gerçekleştirilmesinde başta gelen organizasyonlardan biriside üçüncü sektör içinde yer alan kooperatiflerdir.

Kooperatifler, belli bir amaca birlikte ulaşmak için işbirliği yaparak bir araya gelen bireylerin oluşturduğu ve kendi kendine yardım, kendi kendini yönetme ve gönüllülük esasına dayanan kuruluşlardır. Kooperatifler toplumun çeşitli kesimlerindeki bireylerin korunmasında ve yaşam standartlarının yükselmesinde önemli katkılarda bulunmaktadırlar. Türkiye'de kooperatifler sosyal ve ekonomik kalkınmanın bir aracı durumundadırlar. Uzun bir geçmişe sahip olan kooperatifçilik hareketi ve sorunları büyük önem arz etmektedir. Bu sorunların ve çözümleri için geçtiğimiz yıllarda ülkemizde 2012-2016 kooperatifçilik eylem planı ortaya konulmuş, söz konusu planda 7 stratejik hedef, 36 öncelikli eyleme yer verilmiştir." dedi.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürü Ali Sami Seymenoğlu yaptığı konuşmada önceki aylarda Gümrük Ticaret Bakanlığı, Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü önderliğinde

ilgili bakanlıkların temsilcileri ile Türk Kooperatifçilik Kurumu ve Milli Kooperatifler Birliği'nin katılımlarıyla hazırlanan eylem planının değerlendirildiğini.

Bu değerlendirme neticesinde hedeflerden bazılarına ulaşıldığı, bazılarına kısmen ulaşıldığı, bazılarına da ulaşılamadığının tespit edildiğini belirterek amaçlarının hedeflere ulaşılması olduğunu söyledi.

Açılışta konuşan Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Rektörü Prof. Dr. Mazhar Bağlı, "böyle bir toplantının ev sahipliğini yapmaktan büyük onur duyduğunu, özellikle kooperatifçiliğin küreselleşen dünyada ülkelerin kalkınmasında önemli bir yeri olduğunun farkında olunmaya başlandığını belirterek, Türkiye'de de kooperatif kuruluşlarının sosyal, ekonomik ve kültürel yönden hak ettikleri yerleri alabilecek yönde çalışmalar içerisinde olmaları gerektiğini, burada yapılacak olan çalışmalardan yeterince faydalanacaklarını umduğunu söyledi.

CIRIEC Genel Sekreteri Prof.Dr.Bernard Thiry ise Türkiye'de böyle bir bilimsel toplantı için bulunmaktan son derece memnun olduğunu, buradaki bilimsel çalışmalardan faydalanacağını belirtti.

Kongre, Türk Kooperatifçilik Kurumu, Uluslararası Kooperatifçilik Araştırma Merkezi (CIRIEC) ve Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi'nin işbirliği ile düzenlendi ve ev sahipliğini Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Rektörlüğü yaptı.

Ana temasını "Sosyal Ekonomik Ağlar: Küresel Değişim İçin İşbirliği" olan kongrede on sekiz oturum gerçekleştirildi.

Kooperatifçilikle ilgili bir çok konunun ele alındığı oturumlarda, bilim adamları ve uzmanlar ile kooperatif uygulayıcıları dünyadaki gelişmeleri ve ülkemizdeki uygulamaları tartışarak, daha iyi, daha etkili ve daha güçlü bir kooperatif yapılanmasının gerçekleşmesi için hem devletin hem de kooperatiflerin yapması gerekenlerin neler olması gerektiği üzerinde durdular.

NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ

NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ

Türk Kooperatifçilik Kurumu Yayın Standı Görünüş

I. OTURUM : Sosyal Ekonomi Ağları ile Yönetim, Pazarlama Ve Strateji Oluşturma

SECTION I : Creating Management, Marketing and Strategy with Social Economy Networks

Sosyal Ekonomi Ağları ile Yönetim, Pazarlama Ve Strateji Oluşturma

Oturum Başkanı

Prof.Dr.Ayhan TAN

Türkiye'de Kooperatiflerin Temel Sorunları Ve Çözüm Önerileri Üzerine Düşünceler

Yrd.Doç.Dr.Ertuğrul GÜREŞCİ

İstanbul İli Su Ürünleri Kooperatiflerinin Yönetim Ve Organizasyon Yapısı

Uzman Kadir DOĞAN

Güncel Gelişmeler Kapsamında Türkiye'deki Çiftçi Örgütlerine Yönelik Mevzuatın Değerlendirilmesi

Dr.Bakiye KILIÇ TOPUZ **Doç.Dr.Mehmet BOZOĞLU**

Araş.Gör.Uğur BAŞER

Tarımsal Kooperatiflerin Dönüşümünde Son Aşama: Yeni Nesil Mega Kooperatifçilik

Araş. Gör. Elif Gül KÖSE **Yard.Doç.Dr. Fatih Cemil ÖZBUĞDAY**

Kooperatif Kuruluşlarında İşbirliğinin Sağlanmasında İletişimin Rolü

DoçDr.Muharrem ÇETİN

Gün : 5 Ekim 2017, Perşembe
Saat : 14:00-15:30
Salon : Salon: 1
Yer : Refik Başaran Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ

Türkiye'de Kooperatiflerin Temel Sorunları Ve Çözüm Önerileri Üzerine Düşünceler

The Thoughts On Solıtıon Suggestıons And Maın Problems Of The Cooperatives In Turkey

*Ertuğrul GÜREŞCİ**

Özet

Ülkemizde cumhuriyet öncesi Memleket Sandıkları ile başlayan kooperatifleşme hareketi, cumhuriyetten sonra atılan bazı adımlarla gelişme imkânı bulabilmiştir. Ancak Türk toplumunun temel sosyo-kültürel değerleri arasında yardımlaşma, imece ve Ahilik benzeri yapılaşma ve anlayışların bulunmasına rağmen kooperatifçilik Türkiye'de yeterince ve istenilen ölçüde bir gelişme gösterememiştir. Bu sorun incelendiğinde temelinde hukuki, ekonomik, eğitim ve diğer sorunlar başlığında toplanan ve birbiriyle bağlantılı sorunlar olduğu ortaya çıkacaktır. Kooperatifçiliğin Türkiye için öneminin tam olarak ortaya konulması ekseninde bu sorunların bütüncül bir yaklaşımla çözüme kavuşturulması oldukça önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Kooperatif, sektör, mevzuat, sosyo-ekonomi*

Abstract

The cooperative movement, which started with the Pre-Republican Country Funds in our country, was able to develop with some steps taken after the republic. However, even though the basic socio-cultural values of the Turkish society have helping, imece and Ahilik-like constructions and understandings, cooperativeism has not shown sufficient and desired development in Turkey. When this problem is examined, it will be revealed that there are problems related to each other, which are mainly based on legal, economic, educational and other problems. It is very important that these problems are solved by a holistic approach on the axis of cooperativeism in Turkey.

Keywords: *Kooperative, sector, legislation, socio-economy*

* *Yrd.Doç.Dr., Ahi Evran Üniversitesi*

İstanbul İli Su Ürünleri Kooperatiflerinin Yönetim ve Organizasyon Yapısı

Management and Organization Structure of Fisheries Cooperatives In Istanbul

*Kadir DOĞAN**

Özet

Türkiye'de deniz ve içsu kaynaklarının bulunduğu 68 İlde örgütlenmiş 552 su ürünleri kooperatifi ve 30.817 balıkçı ortağı bulunmaktadır. İstanbul 48 birim kooperatif ve dört bine yakın balıkçı ortağıyla ülke genelinde öncü konumdadır. İstanbul'da Marmara Denizi, Karadeniz ve İstanbul Boğazı'na kıyısı olan 21 ilçede su ürünleri kooperatifi faaliyet göstermektedir. En fazla kooperatif ve ortak sayısı Sarıyer ilçesinde, en az balıkçı ortağın olduğu kooperatif ise Maltepe ilçesindedir.

Anahtar kelimeler: *Balıkçılık, İstanbul, Kooperatifçilik, Örgütlenme, Su Ürünleri Kooperatifi,*

Abstract

In Turkey, there are 552 fisheries cooperatives and 30,817 fishermen associations organized in 68 provinces within the marine and inland water resources. Istanbul is a pioneer in the country with 48 cooperatives and over four thousand fishing associations. In Istanbul there are 21 fisheries cooperatives operating in the Marmara Sea, the Black Sea and the Bosporus. The largest number of cooperatives and partners can be found in the Sarıyer district, whereas Maltepe has the least number.

Keywords: *Fisheries, Istanbul, Cooperatives, Organization, Fisheries cooperatives*,

**Uzman İstanbul Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesi, Yetiştiricilik Bölümü. Eposta: kadogan@istanbul.edu.tr*

Giriş

Türkiye'de 2016 yılı verilerine göre deniz ve içsu kaynaklarının bulunduğu 68 ilde örgütlenmiş 552 birim su ürünleri kooperatifi ve 30.817 balıkçı ortağı balıkçılık sektöründe faaliyet göstermektedir.

Sektörde dağınık halde olan balıkçıları bir çatı altında toplayıp balıkçılığı geliştirmek ve ortakların ekonomik kazanımlarına katkı sağlamak amacıyla ilk su ürünleri kooperatifi 1943 yılında İstanbul'da kurulmuştur. İstanbul balıkçılık ve su ürünleri kooperatif sayısı bakımından ülkemizde ilk sırada yer almaktadır.

Sürdürülebilir balıkçılık yönetiminde ve kaynak yönetiminde kooperatiflerin yaptıkları faaliyet nedeniyle etkisi ve sorumluluğu kaçınılmazdır.

Bu çalışmada İstanbul'da faaliyet gösteren su ürünleri kooperatiflerinin yönetim organizasyon yapısı, balıkçılık kaynaklarının yönetimi ve balıkçılık aktivitelerine bakış açıları araştırılmıştır.

Materyal ve Yöntem

Araştırmanın materyalini İstanbul'da faaliyet gösteren su ürünleri kooperatif yöneticilerinden anket yoluyla elde edilen veriler oluşturmaktadır.

Araştırmada ana kitle, İstanbul İlindeki su ürünleri kooperatiflerinde görev yapan yöneticilerden oluşmaktadır. İstanbul İlindeki kooperatiflerin listesi Gıda, Tarım ve Hayvancılık İstanbul İl Müdürlüğü kayıtlarından temin edilmiştir. Araştırmada tam sayım yöntemine göre kooperatif yöneticileri ile kooperatiflerin yönetim mekânında yüz yüze görüşme ile anket yapılmıştır.

Araştırmada yöneticiler tarafından doldurulan anketlerle kooperatiflerin genel yapısı, kooperatif yöneticilerinin sosyo-ekonomik yapısı, balıkçılığa bakışları, yönetim organizasyon yapıları ve balıkçılık yönetimine katkıları ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Anketler 2016 yılı Kasım ve 2017 yılı Mart aylarında uygulanmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Araştırmada, İstanbul ilinde Marmara Denizi, Karadeniz ve İstanbul Boğazı'na kıyısı olan 21 ilçede 48 su ürünleri kooperatifinin faaliyet gösterdiği saptanmıştır. İlçelere göre kooperatif sayısında %14,3 ve ortak sayısında %23,5'lik oranla Sarıyer ilk sırada yer aldığı saptanmıştır.

İncelenen kooperatiflerde ortakların %57,7'si son yapılan genel kurula katılırken, %42,3'ünün katılmadığı, yöneticilerin %57,1'i yönetim kurulu %42,9'u ise denetim ve üst kurul üyesi olarak görev yaptığı tespit edilmiştir. İncelenen kooperatiflerde yöneticilik görevine talip ortak sayısının az olduğu, önceki dönemlerde görev yapmış tecrübeli yöneticilerin tercih edildiği aynı yöneticilerin üst üste tekrar görev aldıkları görülmüştür.

Kooperatiflerde yöneticilerin tamamının 30 yaş üzerinde ve %38,2'lik en yüksek oranla 51-60 yaş arasında oldukları saptanmıştır. Eğitim durumlarının en yüksek oranda (%32,9) ortaokul seviyesinde olduğu görülmüştür. Yöneticilerin yarısından fazlasının (%52,1) balıkçılık tecrübesi 30 yılın üzerinde olduğu görülmüştür.

Kooperatiflerin yönetici seçiminde adaya duydukları güven, tecrübe, eğitim durumu ve yaş önemli bulunmuştur. Yapılan çalışmada birim kooperatiflerin başarısında mesleki, yönetim ve organizasyon konusunda bilgisi olan yöneticilerin daha başarılı oldukları görülmüştür. Bu nedenle yöneticilerin mesleki, idari, mali, girişimcilik, yönetim ve organizasyon konularında eğitim almalarının teşvik edilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir.

Sonuç

Balıkçılık, doğasından kaynaklanan nedenlerden dolayı üretimden pazarlamaya kadar geçen süreçte çeşitli risklerle karşı karşıya kalmaktadır. Riskleri ve olumsuzlukları gidermek için kooperatiflerin ticari işletme kurallarına göre yönetilmesi, balıkçıların balık stoklarının yönetiminde sorumluluk ve söz sahibi olacak organizasyon yapısına sahip olmaları gerekir. Ayrıca kooperatif yönetimine aday olacak kişilerin balıkçılık ve kooperatifçilikle ilgili gerekli eğitimleri almaları organizasyonun işlerliği için faydalı olacaktır.

Güncel Gelişmeler Kapsamında Türkiye'deki Çiftçi Örgütlerine Yönelik Mevzuatın Değerlendirilmesi

Evaluation of Farmer Organizations Legislation in Turkey under Recent Developments

Bakiye KILIÇ TOPUZ Mehmet BOZOĞLU** Uğur BAŞER****

Özet

Çiftçilerin etkili olarak örgütlenmesi, tarım sektörünün kalkındırılmasında çok önemli bir araçtır. Türkiye'de çiftçi örgütleri sayısal olarak önemli bir gelişme göstermesine rağmen, üyelerine hizmet sunma açısından yeterince etkili olamamaktadırlar. Çiftçi örgütlerinin üyelerine etkin olarak hizmet sağlayamamalarında mevzuattan kaynaklanan sorunların etkisi bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki çiftçi örgütlerinin tabi oldukları mevzuatın güncel gelişmeler kapsamında bir değerlendirmesini yaparak genel olarak mevzuatta yapılması gereken değişikliklerin ortaya konulmasıdır. Çalışmanın ana materyalini, çiftçi örgütlerine yönelik yasal mevzuat oluşturmaktadır. Çalışmada Türkiye'deki çiftçilerin örgütlenmesine yönelik mevzuatın çok sayıda olduğu, farklı yapılarının öngörülmesine rağmen sivil ve demokratik bir örgütlenme yaklaşımının esas alınmadığı, farklı örgütlere aynı amaçların yüklendiği, denetimleri açısından farklı kamu kurumlarına yetki verildiği ile çiftçilerin ihtiyaçlarını yeterince karşılayamadıkları ortaya konulmuştur. Tarım işletmeleri, çok farklılık gösteren ihtiyaçlarını çok sayıda örgüte üye olarak karşılamak zorunda kalmaktadır. Daha etkin bir yapıda çiftçi örgütlenmesi gerçekleştirilebilmesi için; mevzuat ve örgüt yapısında sadeleştirmeye ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun için de çiftçilerin her türlü

**Dr., Samsun,Türkiye. e-mail: bakiyekilic@hotmail.com*
***Doç.Dr., Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, 55200 Samsun,*
Türkiye. e-mail: mehmetbo@omu.edu.tr
****Araş.Gör., Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, 55200 Samsun,*
Türkiye. e-mail: ugur.baser@omu.edu.tr

ihtiyaçlarını mümkün olduğunca tek bir örgütten karşılayabileceği bir yapının tartışılması ve oluşturulması gerekli görülmektedir. Bununla birlikle, kamunun her türlü hizmetlerinin de çiftçi örgütlerine tek bir kamu kurumu tarafından sağlanması gerekli görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Tarım, Çiftçi Örgütleri, Mevzuat, Durum Analizi, Türkiye. Jel Kodları: Q13, Q18*

Abstract
Organizing farmers effectively is one of very important tools to develop the agricultural sector. Although the farmers' organizations in Turkey had shown significant improvement in quantity, they could not provide sufficient services to their members. This fact was partly related with the problems arising from the legislation inadequacy. The main aim of this research was to expose an assessment of the legislation on the farmer organizations in Turkey under recent developments and to recommend necessary changes in the legislations. The main material of this research was the legislation on the farmer organizations. The research results showed that there were many legislations on the farmer organizations in Turkey and these legislations established different kind farmer organizations. A civil and democratic approach was not taken as a basis on establishing them. The same aims were given to the different farmer organizations, different public institutions were authorized on auditing the farmer organizations. Their structure did not adequately reflect their member needs and current developments. The farmers had to be a member to the numerous farmer organizations to meet their different needs. In order to organize the farmers effectively, the current legislation on the farmer organizations should be simplified with a general framework. For this, it is necessary to discuss and create a single organizational structure which can meet all needs of the farmers. The government should also provide all public services to this farmer organization though only one public institution.
Keywords: Agriculture, Farmer Organization, Legislation, Case Analysis, Turkey.

Kaynakça

Albayram Doğan, Zübeyde; Yercan, Murat (2016), "Türkiye ve AB Ülkelerindeki Kooperatifçilik Mevzuatının Karşılaştırmalı Analizi", Tarım Ekonomisi Dergisi, C: 22, S: 2, s: 49-58

Ceylan, İsmail Coşkun (2001), "Çiftçi Örgütlerinde Yayım Eğitimi", Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Dergisi, S: 137, s: 28-31.

Demirci R., Tanrıvermiş H., Özüdoğru H., (2004), "Türkiye'de Tarımsal Kooperatifler ve Üretici Birlikleri Tartışmaları Ve Uygun Örgütlenme Modelleri", VI. Tarım Ekonomisi Kongresi, 16-18 Eylül, Tokat, Türkiye.

GTB (2012), Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, Türkiye Kooperatifçilik stratejisi ve Eylem Planı 2012-2016.

GTHB (2013), Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 2013-2017 Stratejik Planı, (http://www.tarim.gov.tr, 21.09.2017).

Gülçubuk, Bülent (2005), "Kırsal Kalkınma", Türkiye'de Tarım Kitabı, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, s: 68-93.

Hansen M.H., Morrow J.L., Batista J.C., (2002), "The Impact of Trust on Cooperative Membership Retention, Performance and Satisfaction: An Exploratory Study", The International Food and Agribusiness Management Review, Cilt: 5, Sayı: 1, s: 41-59

IRFO (2008), Çiftçi Örgütlerinin Kurumsal Güçlendirilmesi Projesi, Uygulama ve Tamamlama Raporu, Türkiye Ormancılık Kooperatifleri Merkez Birliği (OR-KOOP)

İnan, İsmail Hakkı (2004), Türkiye'de Tarımsal Kooperatifçilik Hareketi ve Avrupa Modeli, İstanbul Ticaret Odası Yayın No: 2004-40, İstanbul.

Karantinis, Kostas; Zago, Angelo M (2001), "Endogenous Membership in Mixed Duopsonies", American Journal of Agricultural Economic, C: 83, S: 5, s: 1266–1272

Kılıç Bakiye (2011). "Samsun İlindeki Tarımsal Kalkınma Kooperatiflerinde Ortak-Kooperatif İlişkilerinin Analizi" Yüksek Lisans Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Samsun.

Kılıç Topuz Bakiye (2017). "Samsun İli Tarımsal Üretici Birliklerinde Güven ve Performansa Etkili Faktörler" Doktora Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Samsun.

Kızılaslan, Halil; Menek, Mehmet (2011), "Türkiye'de Kooperatiflerin Hukuki Statüsü ve Vergiler Karşısındaki Durumu", ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, C: 7, S: 13, s: 37–52

Kurtaslan, Temur; Doğaner, Mustafa (2004), "Çiğ Süt Pazarlamasında Çiftçilerin Tarımsal Kooperatiflere Yaklaşımlarının Değerlendirilmesi (Aydın İli Örneği)", Türkiye VI. Tarım Ekonomisi Kongresi, 444-451, Tokat, Türkiye.

Mülayim, Ziya Gökalp (2010), Kooperatifçilik, Yetkin Yayınları, Yayın Kodu: ISBN 978-975-464-035-9, Ankara.

Österberg, Peter; Nilsson, Jerker (2009), "Members' Perception of Their Participation in the Governance of Cooperatives: The Key to Trust and Commitment in Agricultural Cooperatives", Agribusiness, C: 25, S: 2, s: 181-197

Özdemir G., Keskin G., Özüdoğru H., (2010), "Türkiye'de Ekonomik Krizlere Alternatif Bir Çözüm Önerisi: Tarımda Güçlü ve Etkin Üretici Örgütlenme Modeli", IX. Tarım Ekonomisi Kongresi, 22-24 Eylül, Şanlıurfa, Türkiye.

Özüdoğru Haşim (2004), "Köy-Koop Kırklareli Birliği'nin Ekonomik Analizi ve Yöneticilerin Kooperatif İşletmelerinin Başarısına Etkilerinin Değerlendirilmesi". Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Rehber, Erkan (2006), "Tarımda Örgütlenme ve Sorunları", Uludağ Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü.

RG (1957). 6964 sayılı Ziraat Odaları ve Ziraat Odaları Birliği Kanunu, 15.05.1957 tarih 9614 Sayılı Resmi Gazete.

RG (1969), 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu, 24.04.1969 tarih 13195 Sayılı Resmi Gazete.

RG (1972), 1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri ve Birlikleri Kanunu, 18.04.1972 tarih 14172 Sayılı Resmi Gazete.

RG (2000), 4572 sayılı Tarım Satış Kooperatif ve Birlikleri Hakkında

Kanun, 01.06.2000 tarih 24081 Sayılı Resmi Gazete.

RG (2001), 4631 Sayılı Islah Amaçlı Yetiştirici Birliklerinin Kurulması ve Hizmetleri Hakkında Yönetmelik, 10/3/2001 tarih 24338 sayılı Resmî Gazete.

RG (2004), 5200 sayılı Tarımsal Üretici Birlikleri Kanunu, 06.07.2004 tarih 25514 Sayılı Resmi Gazete.

RG (2006), 5488 Sayılı Tarım Kanunu, 18.04.2006 tarihli Resmi Gazete.

RG (2010), 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu, 13.06.2010 tarih 27610 Sayılı Resmi Gazete.

RG (2011), 6172 Sayılı Sulama Birlikleri Kanunu, 22.03.2011 tarih 27882 Sayılı Resmi Gazete.

RG (2012), 28374 Sayılı 04.08.2012 tarihli Resmi Gazete. Sebze ve Meyve Üretici Örgütleri Hakkında Yönetmelik

RG (2013), 06.07.2013 tarih 28699 Sayılı Kanun, 10. Kalkınma Planı.

Tan, Sibel; Karaönder, İlker (2013), "Türkiye'de Tarımsal Örgütlenme Politikalarının ve Mevzuatının İrdelenmesi: Tarımsal Amaçlı Kooperatifler Örneği", ÇOMÜ Ziraat Fakültesi Dergisi, C: 1, S: 1, s: 87-94

tarim.gov.tr/TRGM, 2016. Tarım Reformu Genel Müdürlüğü, Tarımsal Örgütlenme Tablosu. (http://www.tarim.gov.tr/TRGM/Belgeler/Tar.%20%C3%96rg%C3%BCtlenmeTablosu%2004.04.2016.pdf, 02.10.2017).

Terin M., Yavuz F., Yıldırım İ., Güler O.İ., (2010), "Hayvansal Üretimin Gelişmesinde Kooperatiflerin Rolü: Kırklareli Merkez Erikler Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Örneği", Türkiye IX. Tarım Ekonomisi Kongresi 542-549, Şanlıurfa, Türkiye.

tuik.gov.tr, 2017. Türkiye İstatistik Kurumu, İstihdam Verileri, (http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist, 22.09.2017).

Tarımsal Kooperatiflerin Dönüşümünde Son Aşama: Yeni Nesil Mega Kooperatifçilik

The Last Stage in The Transformation of Agricultural Cooperatives: The New Generation Mega Cooperatives

*Elif Gül KÖSE * - Fatih Cemil ÖZBUĞDAY***

Değişim ve gelişim günümüz dünyasında ve Türkiye'sinde karşı konulamaz bir olgudur. Bütün sektörlerde olduğu gibi tarım sektöründe de bu değişim büyük bir hızla kendini göstermektedir. Tarımsal kalkınmada çok büyük bir rolü olan kooperatifler de bu değişimden payını almaktadır. Bu noktada kooperatifler kısaca çiftçilerin ekonomik çıkarlarını korumak için kaynakların bir araya getirildiği iş birlikleri olarak tanımlanabilir. Piyasada ihtiyaç duyulan ürünlerin ve hizmetlerin uygun fiyatlarda ve makul kalitelerde bulunamaması üzerine de bu iş birliklerinin kurulması kaçınılmaz olmuştur. Diğer bir deyişle, kooperatifler sayesinde hem üreticilerin piyasa gücü artmakta hem de tüketicilerin yaşam standardı yükselmektedir.

Uluslararası Kooperatifler Birliği'nin (UKB) (International Cooperative Alliance)'nın tanımına göre bir kooperatif, üyeleriyle birlikte ortak mülkiyetin olduğu ve demokratik olarak yönetilen bir işletme aracılığıyla, üyelerinin ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaç ve isteklerini karşılamak üzere kurulan, özerk bir birlikteliktir. Bu bağlamda, ilk olarak kurulan ve geleneksel kooperatif olarak adlandırılan tarım kooperatifleri, üretimi gerçekleştiren çiftçilerin haklarını korumak, bu iş birliği sayesinde satılan kaynakların daha yüksek fiyata satılmasıyla çiftçilere daha yüksek kâr sağlamak ve bu iş birliği aracılığıyla alınması gerekli üretim araçlarının daha uygun bir fiyata alınmasına aracı olarak çiftçilerin maliyetlerini düşürmek

**Araş. Gör. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İktisat Bölümü, koseelifgul@gmail.com*
*** Yrd. Doç. Dr. Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, İktisat Bölümü, fcozbugday@ybu.edu.tr*

amacı taşımaktadır. Temel olarak sınıflandıracak olursak geleneksel kooperatiflerin varlık sebepleri, pazarlık gücünü arttırmak, piyasada rekabet imkânı elde etmek, yeni iş fırsatlarına sermaye sağlamak, hem daha kaliteli hem daha uygun fiyatlı ürün ve hizmetlere ulaşım sağlamak, maliyetleri düşürmek ve riskleri yönetmektir denilebilir.

Zamanla birlikte geleneksel kooperatifçiliğin evrimi devam etmiş ve Yeni Nesil Kooperatifçilik (YNK) tanımı ortaya çıkmaya başlamıştır. Buna göre, Yeni Nesil Kooperatifçilik (YNK) (New Generation Cooperative) tanımını yapacak olursak, kendi bünyelerindeki kaynakların girdi olarak kullanıldığı iş kollarına atılarak kendi üretimlerini de gerçekleştirip, bundan kâr elde etmeyi amaçlamaya başlayan kooperatiflerdir diyebiliriz. Kuruluş ve yönetim şekli itibariyle geleneksel kooperatiflerle benzerlik gösterse de diğer konularda birbirlerinden büyük ölçüde ayrılmaktadırlar. Bu farklılıklardan bahsedecek olursak, geleneksel kooperatifler temelde piyasa gücünü arttırmayı hedeflerken, yeni nesil kooperatifler kârlılık amacı gütmektedir. Ek olarak yeni nesil kooperatifçilikte, geleneksel kooperatifçiliğin aksine üyelerle bir sözleşme ilişkisi kurularak, üyelerin sahip oldukları pay ölçüsünde kooperatife ürün katkısı yapmaları beklenmektedir. Bu sayede ürün kalitesi artmakta ve kontrolü sağlanmaktadır.

Kooperatiflerin bu değişimi zaman içinde devam etmiş ve günümüzde "Yeni Nesil Mega Kooperatifçilik" diyebileceğimiz yeni bir tanım oluşmaya başlamıştır. Buna göre, bu iş birlikleri sadece kendi kaynaklarının girdi olarak kullanıldığı sektörlere değil, bu kaynakların kullanılmadığı çok farklı sektörlere de yatırım yaparak yepyeni iş kollarına atılım yapmaya başlamıştır. Bu duruma, Pankobirlik (Pancar Ekicileri Kooperatifleri Birliği) örnek verilebilir. Burada girdisi şeker pancarı olan sektörlerin dışında enerji, bankacılık gibi sektörlere de giriş yapılarak, kooperatifçilikte bir nevi özel yatırımcıların holdingleşmesi benzeri adımlar atılmıştır.

Küreselleşen dünyada, diğer tüm sektörler gibi tarım sektörünün de küreselleşmesi ile kooperatifçilik tanımı da yeni anlamlar kazanmaya başlamıştır. Geleneksel tanıma sahip tarım kooperatiflerinin ise günümüz şartlarında üyelerinin ihtiyaçlarını karşılamaktan öte, onlara farklı imkanlar yaratması noktasında ne derece yeterli oldukları tartışmaya açık bir konudur. Bu ihtiyaçlar doğrultusunda ortaya çıkan yeni nesil kooperatifçilik ise eksiklikleri gidermek adına son derece

önemli adımların atılmasını sağlamıştır. Devam eden süreçle birlikte ise yeni ihtiyaçlar ve bu sayede yeni kavramlar ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada kooperatifçiliğin tarihsel gelişimi verildikten sonra, geleneksel kooperatifçilik ve yeni nesil kooperatifçilik tanımları üzerinde durulacak, aralarındaki benzerlikler ve farklar ortaya konulacak ve devamında bu değişimin ve gelişimin getirdikleri doğrultusunda yeni nesil mega kooperatifçiliğe giden yolda ne gibi gelişmeler olduğu saptanmaya çalışılacaktır. Örnek olarak ise günümüzde yeni nesil mega kooperatifçiliğin en önemli temsilcisi denilebilecek Pankobirlik'in yaptığı farklı alanlardaki yatırımlar, Yeni Nesil Kooperatifçilik kavramı etrafında incelenecek ve Yeni Nesil Mega Kooperatifçiliğe doğru yönelen evrim ortaya konmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Kooperatifçilik, Tarım Kooperatifçiliği, Geleneksel Kooperatifçilik, Yeni Nesil Kooperatifçilik, Yeni Nesil Mega Kooperatifçilik, Pankobirlik.*

JEL Kodları: *J54, P13, Q13*

Change and development are irresistible phenomena in today's world and in Turkey. As in all sectors, this change can also be seen in the agricultural sector. Cooperatives, which have a great role in agricultural development, also receive their share from this change. At this point, cooperatives can be shortly defined as the cooperation where resources are gathered together to protect the economic benefits of farmers. It is inevitable to establish these associations on the basis that the products and services needed in the market cannot be found at affordable prices and reasonable qualities. In other words, thanks to the cooperatives, the market power of the producers increases and the living standards of the consumers increase.

According to the definition of the International Cooperatives Alliance (ICA), a cooperative is an autonomous union established to meet the common economic, social and cultural needs and wishes of its members through the joint ownership of its members and through a democratically managed enterprise. In this context, agricultural cooperatives, which were established as traditional cooperatives at the beginning, aim to protect the rights of the farmers who carry out the

production, to increase the profit of the farmers by selling the products at higher prices and to get a more favorable price for the factors of production to reduce the costs of farmers. In other words, the main principals of traditional cooperatives are to increase bargaining power, to gain competitive advantage in the market, to provide capital for new business opportunities, to provide access to higher quality and more affordable products and services, to reduce costs and to manage risks.

Over time, the evolution of traditional cooperatives continued and the definition of New Generation Cooperatives (NGC) began to emerge. According to this, we can define the new generation cooperatives as they aim to making profit from their own productions by beginning into work them into the business lines in which the sources of their own structures are used as input, if they define the New Generation Cooperatives. Accordingly, we can define the New Generation Cooperatives as, they begin to work at the business lines in which their resources are used as input, and they realize their own production and profit from it. Although they are similar to traditional cooperatives in terms of establishment and management, they are largely separated from each other in other issues. These differences can be mentioned as follows. While traditional cooperatives mainly aim to increase market power, new generation cooperatives are aiming for profitability. In addition, in the next generation cooperatives, contrary to the traditional cooperatives, members are expected to deliver their products to the cooperatives by the share of their ownership by establishing a contractual relationship. In this way, product quality increases and control mechanism is provided.

This change of cooperatives has continued over time and a new definition that we can call today as "New Generation Mega Cooperatives" has started to be formed. Accordingly, these associations have started to enter new business lines by investing not only in the sectors where their resources are used as inputs but also in the very different sectors in which these resources are not used. An example of this is Pankobirlik (Association of Sugar Beetle Cooperatives). In addition to the sectors with sugar beet as input, energy, banking and other sectors have also been introduced. At this point, this cooperative has begun to act like a holding.

In the globalizing world, like all other sectors, the definition of cooperatives with the globalization of the agricultural sector has

also begun to gain new meanings. It is a matter of debating whether traditional agricultural cooperatives are sufficient to meet the needs of their members in today's conditions and to create different opportunities for them. The new generation of cooperatives emerging in the direction of these needs has made vital steps taken in order to eliminate the deficiencies. Along with the ongoing process, new needs and new concepts continue to appear.

In this study, we will firstly focus on the historical development process of cooperatives, definitions of traditional cooperatives and the next generation cooperatives, with the similarities and differences between them will be revealed. Finally, in the direction of this change and progress, we will try to find out which steps are on the way to the next generation mega cooperatives.

Keywords: *The Cooperative System, Agricultural Cooperatives, Traditional Cooperatives, New Generation Cooperatives, New Generation Mega Cooperatives, Pankobirlik.*

JEL Codes: *J54, P13, Q13*

Kooperatif Kuruluşlarının İşbirliğinde İletişimin Rolü

The Role of Communication in Collaboration of Cooperative Organizations

Muharrem ÇETİN*

Kooperatifler, bireyin kendi başına yapmasının ve üstesinden gelmesinin mümkün olmadığı ve birlikte yapılması gereken üretimin ve hizmetin yapılmasına olanak veren yapılardır. Bireyler bir araya gelmek suretiyle hem bilgi, hem ekonomik ve hem de teknik alanda işbirliğine gitmektedirler. Özellikle küçük işletmelerin yaygın olduğu yerlerde işletme sahipleri kooperatifleşmek suretiyle gereksinim duydukları girdileri daha az maliyetle temin etme yoluna gitmeyi amaçlamaktadırlar. Kooperatifler, ortakların belli miktarda sermaye koymak suretiyle oluşturdukları, günümüz ekonomik yapılar içerisinde önemli yeri olan kuruluşlardır. Gelişmiş ülkelerde ekonomik büyüklükleri ve faaliyet alanları bakımından güçlü kooperatif kuruluşları mevcuttur. Gelişmekte olan ülkeler ile az gelişmiş ülkelerde faaliyet gösteren kooperatif kuruluşları hem ekonomik büyüklükleri, hem teknolojik olanakları ve hem de etkililikleri bakımından gelişmiş ülke kooperatifleri ile kıyaslanamayacak derecede küçük kuruluşlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Ülkemizde de çok değişik alanlarda faaliyet gösteren binlerce kooperatif kuruluşu mevcuttur. Bu çalışmada tarımsal kooperatifler üzerinde durulmaktadır.

TÜİK (2008) tarafından 2006 yılında yapılan tarımsal işletme yapı araştırmasına göre Türkiye'de tarımsal işletmelerin %32.7'si 20-49 dekar işletme büyüklüğüne, %78.9'u da 100 dekardan az işletme büyüklüğüne sahiptir. Tarımsal işletmelerin 5'de 4'ünü, 100 dekardan küçük arazide faaliyetini sürdüren küçük ölçekli işletme niteliğinde işletmeler oluşturmaktadır. Bu tür küçük işletmeler faaliyetlerini sürdürebilmek için gerekli araç-gereç, ekim-dikim, ilaçlama-

---

* *Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, İletişim Fakültesi, cetinm@gazi.edu.tr*

gübreleme vb. gereksinimlerini uygun şartlarda karşılayabilecekleri organizasyonlara her zaman ihtiyaç duyacaktır. Küçük ölçekli tarım işletmeleri, yeterli ekonomik büyüklüğe sahip olmadıklarından modern tarım tekniklerini uygulamaya matuf yatırım yapabilme olanağına sahip değillerdir. Bu durum tarımsal mekanizasyon kullanımı bakımından da geçerlidir.

Küçük tarım işletmelerinin verimli üretim yapabilmeleri için gerekli olan tarımsal mekanizasyon ile tarımsal tekniklere sahip olmaları güçlü organizasyonlar sayesinde mümkün olabilmektedir. Bu organizasyonların en başında kooperatif kuruluşları gelmektedir. Küçük işletme sahiplerinin kooperatifleşme oranlarının artırılması için kooperatif yönetimlerinin yeni iletişim stratejileri geliştirmeleri kaçınılmazdır. Bu iletişim stratejisi iki temel unsur üzerine inşa edilmelidir. Birincisi; mevcut ortakların mevcudiyetlerini devam ettirmelerinin ve aktif olmalarının sağlanması olmalıdır. Ayrıca, kooperatif ortağı olmamakla birlikte tarımsal üretim faaliyetleri içerisinde olan başka bir ifadeyle ortak olma ihtimali ve potansiyeli bulunan bütün işletme sahiplerine yönelik iletişim faaliyetleri yürütülmelidir. Bu bağlamda, yerel bakış açıları ve anlayışları da göz önünde bulundurularak onların anlayacağı ve dikkatlerini çekecek türden mesajlar hazırlanıp iletilmelidir. Burada önemli olan iletişim çalışmalarını yürüten birimlerin, ulaşılmak istenilen kişi ya da kişilere, onlara ulaşılması muhtemel tüm kontakt noktalarında iletişimin organize edilerek, onların zihinlerinde kooperatif kuruluşu ile ilgili olumlu bir yer edinilmeye çalışılmasının önemli olduğunun farkında olunmasıdır. Böylece ürünün ekiminden hasadına kadar tüm aşamalarında gereksinim duydukları bütün girdileri uygun fiyatlarla sağlayabilmelerinin yanı sıra modern ekim biçim için yine gereksinim duydukları bilimsel bilgiye de ulaşabilmelerine imkân veren bir yapının varlığının farkında olmaları sağlanacaktır. İkincisi; kooperatif kuruluşlarının kendi aralarında işbirliğini sağlamaya yönelik iletişim stratejilerinin geliştirilmesidir. Ülkemizde bugün için kooperatif kuruluşlarının kendi aralarında etkili bir iletişim içinde olduklarını ve işbirliğini geliştirmeye yönelik çalışmalar yaptıklarını söylemek çok da mümkün görülmemektedir. Kaynakların daha verimli ve etkili kullanımını sağlamak, güç birliği içinde olmak için her kooperatif kuruluşunun faaliyet gösterdikleri alanlarda diğer kooperatif kuruluşları ile işbirliği içerisinde olmaları hayati derecede önem arz etmektedir.

Kooperatif kuruluşlarının işbirliği yapmaları ve kaynakları verimli ve etkili bir biçimde kullanmaları, dolayısıyla faaliyet alanlarında güçlü yapılar olarak ortaya çıkmaları, başta ortakları ve onların yakınları olmak üzere toplum nezdinde olumlu imaja sahip olmalarını sağlayacaktır. Birey ya da kuruluşla ilgili bireyin ya da bireylerin zihninde olumlu görüş ve düşüncelerin oluşturulması süreci olarak tanımladığımız imaj, bireylerin herhangi bir kişi ya da kuruluş hakkında değerlendirme yapması sürecinde önemli rol oynamaktadır. Bir kuruluş, çevresinde olumlu bir imaja sahip ise o kuruluşa ve faaliyetlerine yönelik algı da olumlu olacaktır. Kuruluşun ürettiği ürünlere, sunduğu hizmetlere talep ile gereksinim duyduğu nitelikli personelin temini, personelin verimli çalışmasının sağlanması ve dolayısıyla toplumsal, siyasal ve ekonomik desteğin elde edilmesi söz konusu olacaktır.

İşbirliği için olmazsa olmaz olan iletişimdir. İletişim, bireylerin, grupların ve kuruluşların içinde yer aldıkları sosyal yapılarla ve bu yapılar içerisinde yer alan diğer bireyler ve kuruluşlarla etkileşimlerini sağlayan temel bir süreçtir. Bireylerin diğer bireyleri anlamak ve tanımak için iletişim kurması ve etkileşim içinde olması ne kadar önemli ise kuruluşların da birbirlerini tanımaları için iletişim kurmaları ve etkileşim içinde olmaları o denli önemlidir. Etkili bir iletişim kurma yoluyla bir kuruluş, kendi faaliyetlerini, mevcut durumunu, potansiyelini, amaçlarını ve hedeflerini ortaya koymanın yanı sıra karşıdaki yani etkileşim içerisinde olduğu kuruluşun da faaliyetlerini, mevcut durumunu, potansiyelini, amaçlarını ve hedeflerini öğrenme fırsatı elde etmiş olacaktır. Böyle bir durumda kuruluş, ürettiği mal ve ürünler ile sunduğu hizmetler için gerekli olan girdileri temin ile çıktılarını daha iyi bir şekilde değerlendirme fırsatlarını yakalamış olacaktır.

Ülkemizin her bir köşesinde faaliyet gösteren bin altı yüz yirmi beş Tarım Kredi Kooperatifi söz konusudur (http://www.tarimkredi.org.tr/index.php/tr/kurumsal/kooperatiflerimiz.html). Bu kooperatifler birim kooperatif kuruluşu olarak on yedi bölge birliğine bağlı kuruluşlardır. Bölge birlikleri de 1977 yılında Ankara'da kurulmuş olan Merkez Birliği'ne bağlıdır. Tarım Kredi Kooperatifleri böylece dikey örgütlenmesin tamamlamış, Merkez Birliği, Bölge Birliği ve Birim Kooperatif şeklinde örgütlenmiş bir yapıya sahiptir. Tarım Kredi Kooperatifleri'nin amacı, küçük ve orta ölçekli işletmelerin üretimlerini devam ettirmeleri için gereksinim duydukları girdileri

uygun şartlarda temin etmelerini; ekim, dikim, biçim vb. konularda yeni teknik ve yöntemdeki gelişmeleri takip edip ortaklarını eğitmek suretiyle bilgilenmelerini sağlamak olarak açıklanabilir. Bütün bunların yapılabilmesi için de ortakların kısa ve orta vadeli kredi ihtiyaçlarını karşılaması, ürünlerini değerlendirmesi, mesleki ve teknik bilgilerini artırması gerekir. Tarım Kredi Kooperatifleri'nin 1972 yılında yayınlanan 1581 sayılı kuruluş kanunu, belirtilen bu amaçları ve daha fazlasını kapsar niteliktedir.

Ülkemizin bir diğer büyük kooperatif kuruluşu Pankobirlik'tir. 1163 sayılı kooperatifler kanununun kabulü sonrası pancar ekicileri kooperatifleri, birlik kurmak üzere teşebbüse geçmiş ve Raiffeisen modeli benimsenerek PANKOBİRLİK 31.03.1972 tarihinde kurulmuştur. Pankobirlik'in amaçları da Tarım Kredi Kooperatifleri'nin amaçlarına benzer nitelik arz etmektedir. Pankobirlik, ülkemizin 64 ilinin, 13.750 yerleşim biriminde pancar üretimi yapan ortaklarına, 31 pancar kooperatifinin 315 şubesi ile hizmet sunmaktadır. Ayrıca, Amasya, Kayseri, Boğazlıyan, Konya ve Çumra'da faaliyet gösteren ve üretim yapan beş kooperatif şeker fabrikası mevcuttur. Bunlara ilaveten tarımsal yem ile et ve süt ürünleri üretimi başta olmak çeşitli alanlarda faaliyet gösteren birçok iştirake sahiptir (http://www.pankobirlik.com.tr/AnaSayfa/Genel_Bilgi_ve_Tarihce). Pankobirlik'e bağlı bir fabrika olan Konya Şeker Fabrikası kristal şeker üretiminin yanı sıra bitkisel ve hayvansal gıda ürünleri de üretmektedir. TORKU markası ile ürettiği hem bitkisel, hem de hayvansal ürünlerini ülkemiz pazarına sunmaktadır.

İşbirliğinin sağlanması ve geliştirilmesinin temeli etkili bir iletişim stratejisinin oluşturulmasına dayanmaktadır. İletişim her türlü bilginin, becerinin, haberin, düşüncenin ve yeniliğin her türlü teknik, metot ve aracın kullanılması ile mümkündür. Kuruluşlar işbirliğine karar vermeleri durumunda mevcut anlayışlarını bir kenara bırakmak durumundadırlar. Yeni bir yapı kurmaları gerekir. Kooperatif kuruluşlarının üst düzey yöneticileri ile doğrudan irtibatı sağlayacak "kooperatifler arası işbirliği ve koordinasyon merkezi" adında kendi bünyelerinde birer organizasyon oluşturulmalıdır. Bu birimde iletişim alanında uzman kişilerle birlikte tedarik, pazarlama, üretim, finans konuları başta olmak üzere ihtiyaç duyulan diğer alanlardan uzmanlar istihdam edilmelidir. Bunlar her türlü girdi temini, finans sağlanması, pazarlama, teknik ve teknolojik gelişmeleri takip ederek, ülkemiz başta

olmak üzere dünyadaki gelişmelerden kuruluşların yöneticilerini bilgilendirmelidirler. Temin edilecek girdilerin en uygun fiyatlarla teminini, takası söz konusu mal ya da hizmetleri de mübadelesini sağlamalıdırlar. Her iki kuruluşun dışında kalan diğer kooperatifler de ihtiyaç duydukları girdilerin temininin bu birimlerle iletişime geçmek suretiyle temin etmelerinin yolu da açık tutulmalıdır. Böyle olması durumunda işbirliğinin etkili ve güçlü sonuçlarının alınması söz konusu olacaktır. Bunun için de bu birimler en son iletişim teknolojisi başta olmak üzere gerekli teknik ve teknolojik ekipmanlara sahip olmalıdır.

Kavramsal Bir Olgu Olarak İletişim

İletişimi birey ya da bireyler ile örgütlerin içinde yer aldıkları sosyal sistemle ve bu sistemdeki diğer birey ya da bireyler ile örgütlerin uyumunu ve etkileşimini sağlayan temel süreç olarak tanımlamakta söz konusudur. Böylece iletişim insan-insan, insan-örgüt, örgüt-örgüt ve örgüt-toplumsal sistem ilişkilerini ve etkileşimini sağlayan bir araç özelliği taşımaktadır. Bir bireyin diğer bireyleri, örgütleri kısacası kendisinin dışında var olan dünyayı tanıyabilmesi, olayları ve düşünceleri anlayıp algılayabilmesinde iletişim sürecinin büyük rolü vardır. Kısacası, birey ve örgütlerin dış dünyalarıyla anlam yüklü bir bütün oluşturabilmeleri ya da oluşmuş bütünlük içinde yer alabilmeleri için iyi işleyen iletişim sürecine ihtiyaç duyulmaktadır (Türkmen, 1992:3).

Burada iletişim türlerinden örgütsel iletişim türü konunun özü bakımından ele alınmaktadır. Diğer iletişim türlerinin de zaman zaman devreye girmesinin söz konusu olduğu örgütsel iletişimde örgüt içi iletişimin yanı sıra örgütler arası iletişim üzerinde de durulmaktadır. Örgütler arası iletişimin sağlıklı işlemesi ve belirlenen amaç ve amaçların sağlanması için örgüt içi iletişimin de sağlıklı işlemesi gerekmektedir.

Örgütsel İletişim

Örgüt bir amacı ya da amaçları gerçekleştirmek üzere yasaların belirlediği çerçevede kurulmuş yapılardır. Bir örgütte görev alan kişi ya da kişilerin tanımlanan işi yapmaya matuf özellikleri taşıması gerekir. Çalışan her bir kişinin yapacağı iş ve görevi önceden tanımlanmıştır. Tanımlanan işi ve görevi etkili bir biçimde yapmanın yolu etkili bir örgütsel iletişime bağlıdır. "Örgütsel kurallar çerçevesinde oluşturulan

biçimsel iletişim, çalışanların kişiliklerinden soyutlanmış, konumlar arası bir iletişim türüdür. Buna göre biçimsel iletişim yapısı örgütlenme düzenine göre şekillenir." (Can vd. 2006:349).

Literatürde, örgütlerde biçimsel iletişimin üç biçiminin olduğu belirtilmektedir. Yukarıdan aşağıya, aşağıdan yukarıya olmak üzere dikey iletişim, yatay iletişim ve çapraz iletişimdir. Yukarıdan aşağıya iletişimde bir mesaj, hiyerarşik sıra düzen içerisinde üst yöneticiden ast yönetici ve çalışana kadar emir komuta içerisinde iletimine dayanır. Aşağıdan yukarıya doğru iletişim, astların yaptıkları iş ve görevlerle ilgili bilgileri yine hiyerarşik yapıyı dikkate alarak üstlerine aktarma işlemidir. Yatay iletişim, aynı düzeydeki çalışanların yaptıkları işlerle ilgili kendi aralarında işbirliği yapmaları bağlamında kurdukları iletişim biçimidir. Çapraz iletişim ise üstlerin ara kademeleri atlamak suretiyle her hangi bir konuyla ilgili o konuyu bilen bir çalışanla doğrudan iletişim kurmasıdır.

Örgütler arası iletişim ise örgütlerin birbirleriyle olan her türlü iletişim faaliyetleridir. Örgütler varlıklarını sürdürebilmek için mutlak surette çevreleriyle etkileşim içerisinde olmalıdırlar. Kooperatif kuruluşları da varlıklarını sürdürmek ve ortaklarına daha iyi ve daha kaliteli hizmeti daha uygun şartlarda sunabilmek için mutlaka çevresiyle etkileşim içerisinde olmalıdırlar. İki ya da daha fazla kooperatif kuruluşunun işbirliği içerisine girip, birbirlerini destekleyen faaliyetler içerisinde olmaları, kooperatifçiliğin gelişmesinde ve etkili konuma yükselmesinde önemli bir rol oynayacaktır.

Yukarıdaki şekilde görüldüğü gibi üç kuruluş arasında çift yönlü bir iletişim söz konusudur. Her bir kuruluş kendi hiyerarşik yapısı içerisinde üst yöneticiye bağlı bir birim oluşturmalıdır. Bu birimlerde değişik alanlarda uzman personelin görev yapması sağlanmalıdır. Bu birimler aynı zamanda kooperatiflerin birer AR-GE birimi olarak da çalışmalıdır. Alanla ilgili dünyadaki ve ülkemizdeki gelişmeleri takip etmeli ve gelişmeler çerçevesinde yapılması gerekenleri bir rapor halinde yönetime iletmelidir. Bu birimlerde çalışan personelin yabancı dil bilmesinin de önemli olduğundan hareketle istihdam edilen personel belirlenirken buna da dikkat edilmelidir.

Birimlerin Temel Görevleri *Bu birimler öncelikle birbirleri ile etkileşim içerisinde olmalıdırlar. Kooperatif kuruluşları arasında*

kesintisiz bir iletişimin sağlanması işbirliğinin zeminini oluşturmalıdır. Hangi alanlarda ne tür işbirliği içerisinde olunacağı belirlenmelidir. Bu işbirliği öncelikle ürün, mal ve ekipmanın tedarikinde, ulaşımında ve pazarlanmasında olabilir. Öncelikle kuruluşların gereksinimleri olan mal, ürün ve ekipmanın miktarı ve adedi belirlenmelidir. Hangi şartlarda ve nereden daha uygun temin edileceği hususu araştırılmalıdır. Uygun şartlarda mal, ürün ve ekipmanın temini söz konusu olduğu zaman yönetimlere bilgi verilmelidir. Bu bağlamda en kısa sürede kuruluşların mali durumları da dikkate alınarak ihaleye çıkılması sağlanmalıdır. Gübre, ilaç, yem gibi girdileri toplu alımlarda üretici firmalar kendi aralarında iş birliğine giderek yüksek fiyattan satmayı planlayabilirler. Bu durum göz önünde bulundurularak hareket edilmelidir. Ortağın gereksinimi öncesi dönemlerde fiyatların uygun olması koşuluyla, kuruluşların finans olanakları da dikkate alınmak suretiyle peyderpey alım yapılması cihetine gidilmelidir.

Kooperatiflerin kendi iştiraklerinin ve şirketlerinin kapasiteleri tespit edilmeli ve girdiler öncelikle kendi iştiraklerinden ve işletmelerinden temin edilme cihetine gidilmelidir. İştiraklerden ve şirketlerden temin edilen mallar ulaşım ve depolama avantajları dikkate alınarak en uygun zaman ve şartlarda yerlerine ulaştırılmalıdır. Bu tür bir işbirliği aynı zamanda ulaşım giderlerinde belli miktarlarda azalmaya imkân verecektir. İşbirliği içerisinde olan kooperatiflerin ortakları o bölgede faaliyet gösteren Tarım Kredi Kooperatifleri iştiraki veya Pankobirlik iştiraklerinden hangi mevcutsa oradan ihtiyaçları olan girdiyi temin edebileceklerdir. Böylece iştiraklerin ve işletmelerin üretim kapasiteleri artacağından daha fazla üretim daha çok kazanç ve daha fazla yatırım yapılması söz konusu olacaktır. Bu da daha fazla istihdam sağlanması demektir. Böylece ülke ekonomisine istihdam sağlamak, vergi vermek ve yatırım yapmak suretiyle katkı sağlanmış olacaktır.

Ortakların ürünlerinin değerinden alınıp gerekli ambalaj ve diğer işlemler yapılarak pazara sunulması, hatta ihraç edilmesi sağlanmalıdır. Kooperatif ortaklarının üretimi olan kuru bakliyat başta olmak üzere diğer ürünler de pazar durumu dikkate alınarak alınıp ambalajlandıktan sonra pazara sunulmalıdır. Öncelikle kooperatif kuruluşlarının kendi marketlerinin yıllık satış miktarları dikkate alınarak ortakların ürünlerini alma yoluna gidilmelidir. Zamanla iç piyasanın talebi de dikkate alınabilir. Diğer marketler ile de görüşmeler yapılarak onlara da satış yapılabilir. Ortak ürünü değerlendirilmesi

demek, ortağın ürününü değerinden satması demektir. Böyle bir sistem oluşturulduğunda aracı kurumlar aradan çıkmış olacak ve ürünün üreticiden tüketiciye doğrudan ulaşımı sağlanmış olacaktır. Burada kooperatif kuruluşlarından birisinin ortaklarından temin ettiği herhangi bir tarımsal ürünü diğer kooperatif kuruluşlarının ve iştiraklerinin işbirliği sağlanarak mevcut marketleri ya da birim kooperatifleri aracılığı ile ortakları başta olmak üzere halka ulaştırılması söz konusu olacaktır.

Co-operatives are structures that allow the fulfillment of the production and performance that are impossible for an individual to fulfill and overcome alone and require to be done collectively. For this reason, individuals come together and cooperate in informational, economic and technical fields. In places where small businesses are particularly prevalent, business owners seek to meet their requirements with less cost by becoming cooperatives. Cooperatives are institutions that have an important place in today's economic constructions. Cooperatives have to continue their activities in line with their own aims and fields of activity. In developed countries, there are strong cooperative institutions in terms of economic size and areas of activity. Cooperatives operating in developing and underdeveloped countries appear as small organizations that are not comparable with developed country cooperatives in their economic sizes, technological facilities and effectiveness. There are also cooperatives operating in many different areas in our country.This study focuses on agricultural cooperatives.

According to the agricultural enterprise structure survey conducted by TÜİK (2008), 32.7% of the agricultural enterprises in Turkey have 20-49 decares of the enterprise size, and 78.9% less than 100 decares. Four in five active agricultural enterprises are small enterprises operating on a ground size of less than 100 decares. These small businesses will always need organizations from which they conveniently procure the necessary tools and equipment, and their needs regarding sowing-planting, spraying-fertilizing, etc. Small agricultural enterprises lack the chance of making direct investments in modern agricultural techniques, because they lack a sufficient economic size for that. This also applies to the use of agricultural mechanization.

It is possible for small farmers to have the agricultural mechanization and agricultural techniques required for efficient production thanks to

the powerful organizations. The most important of those organizations is cooperatives. It is inevitable for cooperative managements to develop new communication strategies in order to increase the cooperative rates of small business owners. This communication strategy should ground on two important elements. The first strategy should be ensuring that existing partners maintain their presence and be active. Also, communication activities should be carried out for all potential business owners that, despite not being a cooperative partner, engage in agricultural production activities, in other words, are likely to become a partner and have the makings of it. In this context, it is necessary to prepare and convey the kind of messages that they will understand and pay attention to by considering local perspectives and insights. What is important here is that the departments carrying out the communication activities are aware of the fact that it is crucial to gain a positive ground in people's minds regarding the cooperative organization by organizing communication in every possible contact points which are likely to make the connection with them. Thus, they will recognize a structure allowing them to reach the scientific knowledge they need for the modern sowing-planting as well as providing all inputs they need at every stage, from sowing to the harvest, at affordable prices. The second strategy is the development of communication strategies aimed at ensuring cooperation among the cooperative institutions. It seems impossible to say that cooperative organizations in our country effectively communicate with each other and that they work to develop cooperation. It is vitally important for each cooperative organization to cooperate with other cooperative organizations in areas where they operate in order to provide more efficient and effective use of resources and to combine the powers.

Being in cooperation, utilizing resources efficiently and effectively, therefore, emerging as powerful structures in their field of activity will ensure that cooperatives have a positive image particularly in the eyes of their partners and their relatives, and before the society. The image that we define as the process of creating positive opinions and thoughts in the mind of the individual or organization plays an important role in the process in which individuals make evaluations about an individual or an organization. If an organization has a positive image around it, the perception towards that organization and its activities will be positive. When the products produced and the services offered by the

organization are demanded, it will be possible for the organization to provide the qualified personnel it needs, ensuring that the personnel work effectively, and therefore, to obtain societal, political and economic support.

Communication is essential for cooperation. Communication is a fundamental process that enables individuals, groups and organizations to interact with social structures and other individuals and organizations within these social structures. It is important for organizations to communicate and interact in order to know each other, as much as it is important for individuals to communicate and interact in order to understand and know others. Through an effective communication, the organization will have the opportunity to learn about the activities, current status, potential, aims and objectives of the organization with which it communicates with, as well as manifesting its own activities, current status, potential, aims and goals. In such a case, it would have the opportunity to acquire the inputs necessary for the goods and products it produces and the services it provides and to better evaluate its outputs.

One thousand six hundred and twenty-five Agricultural Credit Cooperatives operating in each corner of our country are mentioned (http://www.tarimkredi.org.tr/index.php/en/kurumsal/kooperatiflerimiz.html). These cooperatives are affiliated to seventeen regional unions as a unit cooperative organization. Regional unions are also affiliated to the Central Union, which was established in Ankara in 1977. Agricultural Credit Cooperatives have thus completed their vertical growth and been organized in the form of Central Union, Regional Union and Unit Cooperative. The aim of the Agricultural Credit Cooperatives is to ensure that small and medium-sized enterprises have the necessary inputs for sustaining their production in convenient conditions and that they follow the new techniques and methods of sowing, planting and harvesting etc. and train their partners. In order to achieve all these aims, it is necessary for the partners to meet short and medium term loan needs, evaluate their products and increase their vocational and technical knowledge. The Law on Establishment No. 1581 of the Agricultural Credit Cooperatives published in 1972 covers these purposes and more.

Another big cooperative organization of our country is Pankobirlik.

Following the adoption of the Cooperatives Law no. 1163, beetroot planters' cooperatives have attempted to establish a union and have adopted the Raiffeisen model and established PANKOBIRLIK on 31.03.1972. The aims of Pankobirlik are similar to those of Agricultural Credit Cooperatives. Pankobirlik serves beetroot planters in 64 provinces and 13.750 residential areas through the 315 branches of 31 beetroot cooperatives. In addition, there are five cooperative sugar factories operating in and producing in Amasya, Kayseri, Boğazlıyan, Konya and Çumra. In addition to this, it has more than fifty affiliations which are active in various fields, mainly agricultural fodder and meat and dairy products (http://www.pankobirlik.com.tr/AnaSayfa/Genel_Bilgi_ve_harihce). Konya Sugar Factory which is a factory affiliated to Pankobirlik produces crystal sugar as well as vegetable and animal food products. TORKU brand of Konya Sugar offers the herbal and animal products it produced to the market in our country.

Ensuring and developing cooperation depends on the establishment an effective communication strategy. Communication is possible through the use of all kinds of information, skills, knowledge, thinking and innovation, all kinds of techniques, methods and vehicles. Organizations have to leave their current understanding if they decide to cooperate. They need to build a new structure. An organization called "Cooperation and Coordination Center between Cooperatives", which will provide direct contact with senior managers of cooperative organizations, should be established. In this center, chief specialists should work. Specialists should also be employed in the fields of procurement, marketing, production, finance as well as other areas that are needed in communication. They must keep track of every kind of input providing, finance, marketing, technical and technological developments and inform the managers of organizations about the developments in the world, especially in our country. They should provide the inputs at most reasonable prices, and provide goods and services through barter, if possible. It should be possible for other cooperatives apart from those two institutions to provide their inputs by getting in contact with these departments. So, the cooperation will give effective and powerful results. To this end, these centers should have the necessary technical and technological equipment, especially the cutting-edge communication technology.

Communıcatıon As A Conceptual Phenomenon

Communication is defined as the basic process that ensures the harmony and interaction between the individual(s) and organizations, and the other individuals(s) in the social system. Therefore, communication is a means that enables individual-individual, people-organization, organization-organization and organization-social system relations and interaction. The communication process plays an important role in an individual's ability to recognize other individuals, organizations, in short, the world that exists outside him, and to understand and perceive events and thoughts. In short, a well-functioning communication process is needed for individuals and organizations to be able to form a meaningful whole with their external worlds or to take part in the formed unity (Turkmen, 1992: 3).

Here, the nature of organizational communication, which is a kind of communication, is discussed. Intra-organizational communication as well as inter-organizational communication will be focused within the frame of organizational communication, in which the other types of communication also occasionally come into play. In order to ensure a healthy inter-organizational communication and to achieve the determined aims and objectives, a healthy intra-organizational communication is a must.

Organizational Communication

An organization is a structure established within a frame set by the law to achieve an aim or aims. The person or persons involved in an organization should carry the characteristics of the job intended to be performed. The work and the task of each employee are defined in advance. An effective rganizational communication is the way to carry out the job and task determined. "Formal communication created within the framework of organizational rules is an inter-positional type of communication which is isolated from the personalities of employees. According to this, the formal communication structure is shaped by the organization order "(Can et al., 2006: 349).

The literature states that there are three forms of formal communication in organizations: Vertical communication, from top to bottom and bottom to top; horizontal communication; and cross communication. In a top-down communication, a message is based

on hierarchical order, from top executive to subordinate manager and employees. Communication from top to bottom is a process of transferring the information regarding the actions and tasks to the executives considering hierarchical structure. Horizontal communication is the form of communication that employees of the same level establish in the context of cooperating with each other about the work they do. Cross-communication is the communication established by executives directly with an employee who have the information in relevant issue, by skipping the intermediate positions.

Inter-organizational communication is all kinds of communication activities between organizations. Organizations must interact with their environment in order to be able to sustain their existence. Co-operative organizations must also interact with their environment to maintain their existence and to offer better and more quality service to their partners on more favorable terms. Two or more cooperatives cooperating with each other and carrying out activities supporting each other will play an important role in development and rise of cooperative organizations.

As you can see the diagram above, there is a two-way communication between the three organizations. Each organization must create a unit linked to the senior executive in its own hierarchical structure. These units must be provided with experts in different areas. These units must also work as AR-GE units of cooperatives at the same time. They must follow the developments in the world and in our country related to the field and conveyed that information to the management in a report. Considering that the knowledge of foreign language is important for the staff working in these departments, this factor must be taken into consideration.

Basic Tasks of Units

These units must first interact with each other. Providing uninterrupted communication between co-operative organizations must form the basis of the cooperation. The kind of cooperation to be established in certain areas must be determined. This cooperation can primarily be in the supply, transportation and marketing of products, goods, and equipment. First, the amount of goods, products, and equipment that are required by organizations must be determined. The conditions and places for the procurement must be investigated.

Where appropriate, the management must be informed when favorable conditions are possible for the procurement of goods, products and equipment. In this context, a tender must be made as soon as possible considering the financial status of the institutions. Producers can plan to sell at higher prices by joining forces in mass purchases including fertilizers, medicines, fodder, etc. This must be taken into consideration. Provided that the prices are appropriate in the periods before the need of the partner, the purchase must be done gradually by considering the financial opportunities of the establishments.

The capacities of the cooperatives' own subsidiaries and companies must be determined and inputs must be procured primarily from those subsidiaries and businesses. The goods from the subsidiaries and companies must be transported to their places at the most appropriate times and conditions taking into consideration the transportation and storage advantages. Such cooperation will also allow for a certain reduction in transport costs. The partners of the cooperatives in cooperation could be able to procure the needed inputs from the Agricultural Credit Cooperatives or Pankobirlik subsidiaries, whichever exists. Thus, as production capacities of subsidiaries and businesses increase, more production, more profit and more investment will be the possible. This means more employment. Thus, contribution will be made to the country's economy by providing employment, taxation and investment

The products of partners must be purchased at their actual values, and presented, even exported, by carrying out other processes such as packaging. Other products, especially dried legumes, which are the products of cooperative partners, must be marketed after packaging process by considering the market conditions. First of all, the cooperative organizations must evaluate the annual sales volumes of their own markets and purchase the products of the partners. Over time, the demands of the internal market can also be evaluated. They can also make sales to other markets by negotiating with them. Evaluating a partner product means the partner selling its product at the actual value. When such a system is established, intermediary institutions will fade from the scene, and direct access to the consumer will be ensured. Therefore, any partner of the cooperative organization will be able to make an agricultural product procured from its partners available for the public through the market or the cooperatives.

In this case, any agricultural product obtained from the partners of one of the cooperative organizations will be delivered to the public through cooperation with the other cooperative organizations and their affiliates through existing stores or through the unit cooperatives.

Kaynakça:

CAN, Halil, Öznur Aşan ve Eren Miski Aydın (2006) Örgütsel Davranış, İstanbul: Arıkan Yayınevi

PANKOBİRLİK, http://www.pankobirlik.com.tr/AnaSayfa/Genel_Bilgi_ve_Tarihce Erişim Tarihi: 09.10.2017

TKK, http://www.tarimkredi.org.tr/index.php/tr/kurumsal/kooperatiflerimiz.html, Erişim Tarihi: 09.10.2017

TÜİK (2008) Haber Bülteni, Aralık 2008, S. 196

TÜRKMEN, İsmail (1992), Etken İletişim Modeli, Ankara: MPM Yayınları

References:

CAN, Halil, Öznur Aşan ve Eren Miski Aydın (2006) Örgütsel Davranış, İstanbul: Arıkan Yayınevi

PANKOBİRLİK, http://www.pankobirlik.com.tr/AnaSayfa/Genel_Bilgi_ve_Tarihce Erişim Tarihi: 09.10.2017

TKK,http://www.tarimkredi.org.tr/index.php/tr/kurumsal/kooperatiflerimiz.html, Erişim Tarihi: 09.10.2017

TÜİK (2008) Haber Bülteni, Aralık 2008, S. 196

TÜRKMEN, İsmail (1992), Etken İletişim Modeli, Ankara: MPM Yayınları

Prof. Dr. Bernard THIRY
CIRIEC Genel Sekreteri

I. OTURUM : İnovasyon Ve Girişimciliğin Sosyal Ekonomik Ağlar Üzerinde Etkisi
SECTION I : The Impact of Innovation and Entrepreneurship on Social Economic Networks

İnovasyon Ve Girişimciliğin Sosyal Ekonomik Ağlar Üzerinde Etkisi

Oturum Başkanı

Prof.Dr. Mehmet ARSLAN

Social media tools: fostering collaboration, knowledge transfer and innovation within cooperatives

Gibran RIVERA **Li XUGUANG**
Gabriela Medina TAPIA

The International Center of Research and Information on the Public, Social and Cooperative Economy (CIRIEC), a network to better understand and promote the social economy and cooperative entrepreneurship

Prof. Dr. Bernard THIRY

Transformation and dynamics of cooperatives in European post-communist countries: the case of Romania The role of cooperative networks

Vamesu ANCUTA

Gün : 5 Ekim 2017, Perşembe
Saat : 14:00-15:30
Salon : Salon: 1
Yer : Hakkı Atamulu Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

Social media tools: fostering collaboration, knowledge transfer and innovation within cooperatives

Gibrán Rivera González - Li Xuguang**- Gabriela Medina Tapia****

Extensive Summary

Enabled by web-based technologies and based on the ideology of users' content from the Web 2.0 technologies (Kaplan & Haenlein, 2010) the tools of social media have proliferated in their types, uses and applications simultaneously opening challenges and opportunities for organisations (Vaast & Kaganer, 2013). In the context of organisations, using these platforms to create value is increasingly common (Meske & Stieglitz, 2013, Wamba & Carter, 2013) and they have been used to develop products collaboratively and promote open innovation processes (Peltola & Mäkinen, 2014), improve absorption capacity (Ooms, Bell, & Kok, 2015), improve communication and customer relationship (Low, Chen, & Wu, 2015), increase purchase intention and brand promotion (Zhang, Zhang, Lee, & Feng, 2015), improve internal communication and collaboration and support knowledge transfer and management (Meske & Stieglitz, 2013; Von Krogh, 2012; Zhao & Chen, 2013). Derived from these uses organisations have a great opportunity to minimize costs, increase profits and develop innovation with the support of social media tools (Antunes & Isaias, 2014).

Taken together these studies allow us to appreciate the usefulness and benefits that organisations can gain from the use of social media tools. Furthermore, the vast majority of these studies have focused on studying these processes in the context of large companies (e.g., Gallaugher & Ransbotham, 2010; Müller & Stocker, 2011; Richter, Richter, Hamann, Riemer, & Vehring, 2013; Zhang, Qu, Cody, & Wu, 2010). Fewer studies have addressed the processes of adoption and use of social media in the context of small-sized cooperatives. This situation

* *Instituto Politécnico Nacional-UPIICSA, MÉXICO*
** *Central China Normal University, CHINA*
*** *Instituto Politécnico Nacional-UPIICSA, MÉXICO*

is striking given the importance of cooperatives and SMEs in several countries (Meske & Stieglitz, 2013; S. Wamba & Carter, 2014).

The present study analyses how a social media tool i.e., corporative micro-blog, is used to promote knowledge transfer, collaboration and innovation. The study took place in a cooperative of Mexico City dedicated to the sale, installation and maintenance of software and computer equipment. The study follows an emerging research design, primarily using qualitative methods for both data collection and data analysis. Interviews and netnography were used as primary methods for data collection and were conducted to learn about their related experiences, uses, benefits and perceptions from people who could provide complementary perspectives on the phenomenon studied so to represent the largest possible number of opinions (Eisenhardt, 1989).

As a fundamental analysis tool, a thematic analysis was used which is considered a "fundamental method for qualitative analysis" (Braun & Clarke, 2006: 78). This method of analysis was used "for the identification, analysis and reporting patterns (themes) within the data" (Braun & Clarke, 2006: 79) through careful reading and re-reading of the data. The following steps for analysis were followed: data familiarization, generating initial codes, search for topics, definition and classification of topics, presentation of results.

The findings of the study suggest a range of benefits that can be derived from its continuous and collective use within a cooperative. In this sense, the study contributes to literature on adoption and use of social media tools in small-sized cooperatives. Key findings the benefits derived from the continual use of the platform impacts not only on the cooperative's customers, but also the organisational environment, the knowledge transfer processes within and outside the cooperative context, the capacacity to innovate, and the collaboration within their members.

This work is particularly important since the adoption and use of a corporate micro-blog in the context of small-sized cooperatives is relatively little studied. Given the peculiar characteristics of this type of organisations where the behaviour of its members is governed by the values of mutual help, responsibility, democracy, equality, equity and solidarity (Ramírez Vanore, 2013) the study shows how the social media

tool allows reproducing and strengthening these values.

Among some implications and recommendations from this study are the following:

• Be clear about a detected need to encourage the adoption and use of a social media tool and evaluate the selection of the most appropriate Platform.

• Promoting principles of collaboration and participation in the organisation that increases the chances that are reproduced in adopted collaborative tools.

• Evaluating contents, uses and risks that arise on the Platform adoption and usage process to enable feedback on its operation.

Core References

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3, 77–101. http://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa

Eisenhardt, K. (1989). Building theories from case study research. Academy of Management Review. Retrieved from http://amr.aom.org/content/14/4/532.short

Gallaugher, J., & Ransbotham, S. (2010). Social Media and. MIS Quarterly Executive, 9(4), 197–212.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons, 53(1),

Meske, C., & Stieglitz, S. (2013). Adoption and Use of Social Media in Small and Medium-Sized Enterprises, 151, 61–75.

The International Center of Research and Information on the Public, Social and Cooperative Economy (CIRIEC), a network to better understand and promote the social economy and cooperative entrepreneurship

*Bernard THIRY**

CIRIEC is a non-governmental scientific organization. It is a worldwide network with many members (national sections, other institutional members, researchers, ...). For many years CIRIEC has realized and published a lot of scientific works on the social economy and especially on cooperatives.

The purpose of this article is to synthetize the main topics dealt with by the members of the CIRIEC scientific network and to develop the current issues on the agenda.

The two main themes studied by the members of the CIRIEC scientific network during the last years are firstly the relation between social economy organizations and territories and secondly the evaluation of the social economy especially in the European Union.

Social economy and territories

The relation with the territory, the region, the local area is a key element of the social economy, even to the point of sometimes being considered as one of its constitutive values. To better understand this relation CIRIEC set up a working group with researchers from ten countries and two continents Europe and Americas. The results of this group will be soon published (X. ITCAINA and N. RICHEZ-BATTESTI (editors), Social and solidarity-based economy and territory: between interaction and co-construction, Peter Lang, in progress).

An important conclusion is the strong ability of cooperatives and other SE organizations to mobilize resources and to build social capital to cope with the consequences of economic and social crisis

---

* *Prof. Dr. , General Director of CIRIEC*

and to satisfy the new needs of the people. They play very often an important role in territorial governance and they are able to develop new experiments, new forms of organizations and new solutions (short food supply chains, new modalities of job creation, responsible finance, management of common goods as water, ...) taking advantage of their strong territorial anchorage.

The more traditional forms of SE organization such as cooperative banks and agricultural cooperatives, generally of large size, tend also to reinvent their relation to the territory, sometimes seeing it as a factor for competitiveness.

Evaluation of the social economy

Under the joint coordination of Prof Marie BOUCHARD and Prof Damien ROUSSELIERE, a publication was brought out in 2015 presenting the results of another CIRIEC working group on the production and interpretation of statistics on the social economy (M. BOUCHARD and D. ROUSSELIERE (editors), The weight of the social economy, Peter Lang, 2015).

On basis of this work and of many other researches carried out by members of CIRIEC scientific network, CIRIEC was chosen by the European Social and Economic Committee to study the recent evolutions of the SE in the 28 member states of the European Union. This very recent report (still in progress) realized under the direction of Prof. J L MONZON and Prof R. CHAVES focuses in three areas : firstly the research made an overview of competing or emergent concepts (non-profit, third sector, civil society, voluntary sector, corporate social responsibility, social enterprises, social innovation, circular economy, collaborative economy), comparing them with the EU established concept of the SE. Secondly the research focused on the policies deployed by governments at the EU level, at the national and regional level towards the cooperatives and other SE organizations. These policies can facilitate the development of SE organizations or can be external barrier to them. Thirdly the report provided quantitative data on the SE in the 28 members states advocating for the establishment of satellite accounts of companies in the SE. Such accounts developed

by national statistical offices would make clear the quantitative weight of the cooperatives and other SE companies in the economy. Too often because the policymakers are not fully aware of the real weight of the SE organizations, they do not pay enough attention to these and to the impact of policies on them.

According to the preliminary results, the EU SE provides:

• Over 13.6 million paid jobs in the EU

• Equivalent to about 6.3% of the working population

• More than 232 million members of cooperatives, mutual and similar entities

• Over 2.8 million entities and enterprises.

Keywords: *social economy, cooperatives, territory, social innovations, satellite account, weight*

JEL Codes: *P13, M14, E01*

I. OTURUM : Bilgi Hareketliliği, Transferi Ve Eğitiminde Kolektif Hareketlerin Etkisi
SECTION I : The Influence of Collective Movements in Information Mobility, Transfer and Education

Bilgi Hareketliliği, Transferi Ve Eğitiminde Kolektif Hareketlerin Etkisi

Oturum Başkanı

Prof.Dr.Nurettin PARILTI

Tüketicilerin Perakende Markalarına Bakışı; Kooperatif Marka Örneği
The View of Consumers to Retail Brands; An Example of A Cooperative Brand

Assoc. Prof.Mehmet BAŞ - Selin GÖRAL

İnovasyon Ve Girişimciliğin Sosyal Ekonomik Ağlar Üzerindeki Etkisi: Türkiye'de Faaliyet Gösteren Kooperatiflerin İnovasyon Yetenekleri Üzerine Bir Araştırma
The Impact Of Innovation And Entrepreneurship On Social Economic Networks: A Research On Innovation Capabilities Of Cooperatives Operating In Turkey

Cemalettin AKTEPE - Hilal Sadet ÇİFTCİ

Oyunlaştırma Uygulamalarına İlişkin Tutum Ve Ağızdan Ağıza İletişim Eğilimleri: Demografik Özelliklere Göre Bir İnceleme | Attitude And Word Of Mouth Intensions Regarding Gamification: An Investigation On Demographics

Asude Yasemin ZENGİN - Elif BODUROĞLU

C Kuşağına Yönelik Müşteri Elde Tutma Stratejileri
Customer Retention Strategies for Generation C

Arş. Gör. Dr.Mustafa ÜNSALAN

Gün : 5 Ekim 2017, Perşembe
Saat : 14:00-15:30
Salon : Salon: 3
Yer : Avanoslu Selahattin Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

Tüketicilerin Perakende Markalarına Bakışı; Kooperatif Marka Örneği

The View of Consumers to Retail Brands; An Example of A Cooperative Brand

Mehmet BAŞ - Selin GÖRAL***

Abstract

Brand, the primary strategy in differentiation of the products, is to be positioned correctly in the line of consumers and researched according to the steps related to those products. Nowadays, brands do not refrain from strategic advances providing transition to different areas. The accuracy of these advances changes depending on the consumers' perceptions.

Retail brands, named and created specifically by the retailer, could be used for a variety of product range. On the other hand, Cooperative brands, the institutions having shared economic, social and cultural needs and wants, usually operates in a more specific product range. Whether the differentiation strategies provided by these retail and cooperative brands will be the correct move or not is determined by how the consumers perceive this differentiation.

It will be necessary for retail brands that assess prospectively the usage of a brand in a broad scope and developing cooperative brands to know which products consumers purchase, what decision processes they make and about which factors affect these processes and to take their strategic moves according to these processes. In today's time, where ideas and information spread quickly, consumers' perceptions of brands are affected by a plenty of factors. Identifying these factors correctly will guide the brands to take their new steps in the right direction and reveal the information related to appropriate positioning

** Assoc. Prof., Gazi Üniversitesi, İ.İ.B.F., mbas@gazi.edu.tr*
*** Gazi Üniversitesi, singrl1302@gmail.com*

criteria. For this reason, in the decision process of brand strategies the interpreting consumer behaviors will gain great prominence.

Retail could be simply defined as mediation services supplying a product to the final consumer. In other words, retail concludes all the operations including goods or services to bring a product to the non-commercial consumers for personal uses (Kotler and Keller, 2016:233).

In primitive societies, trade, embarking on exchanging products, has put forth the concept of retail by improving in centuries. Although it has not improved in the same way in every society, we are able to encounter retail every part of the world.

AMA has defined retail as a name, symbol, design or various combination of these for products defined by people who offer these products and to differ these aforementioned products from the products sold by others. However, brand is more than just a name or symbol; brand is the key factor presenting the interrelations of an institution with its consumers. Brand represents everything about a product for the consumer regarding views and feelings on the performance of it (Kotler and Armstrong, 2014:231).

In business management, like every field, there have been changes in marketing. These rapid changes presented with globalization have created a fast-paced improvement and alteration in the field of information technologies and caused an intense competition in both national and international areas. With more selective and conscious consumers and intense competition, circumstances have forced retailers to find alternative strategies to be able to differentiate and benefit from the advantage of competition. One of these differentiation types is to present these products to the appreciation of the customers under the name of retailer brands that have different advantages compared to others. This type of retailer brand application has been put into effect in franchises in the USA first and has become widespread since then (Kurtuluş vd., 2000:349).

A cooperative can be defined as an organization that is controlled democratically and voluntarily by people who have shared economic, cultural and social interests. A cooperative brand, similarly, is also defined as a brand that is chosen and used by corporate organizations that may also have another firm and established to provide control of production among industries and agriculture. "Tariş", a brand

established by olive producers, can be given as an example of one of these cooperative brands that launch olive oil to the market for consumer use.

Cooperative brands do not only aim for economic success but embrace a social, ecological, righteous and mutually supported approach as well. Instead of having the idea of making a profit, these cooperative brands tend to be institutions directed with values and sharing common principles such as collaboration so that they can create a better world altogether.

Key words: *Brand, Retail Brands, Cooperative Brands, Positioning, Brand Awarenes*

Research Method

In this study, consumer's perspective of cooperative brand compared with retail brand is examined with an example. Data were collected from 200 participants with a face to face survey method. The behavior of people towards retail and cooperative brands is searched for whether they are changing according to sex, income level or location. Non-parametric statistics were used, The Mann Whitney U test was used to test whether the scores obtained from two unrelated samples significantly differed between the participants. For K unrelated group, also, Kruskal Wallis H test was done.

Findings

45,5% of the participants are male and 54,5% are female for the survey performed in order to determine the view of consumers to retail brands.

• 81% of the participants know the concept of retail brand and 54% of the participants know the concept of cooperative brand,

• 54% of the participants know the concept of retail brand from malls, 16,5% from television, 9% from the people around them who uses the products, 12,5% from brochures, 2,5% from other media tools (internet, radio) and 5,5% of people didn't know the concept

• Participants are directed to producer branded products with 63% and cooperative branded products with 7% of retail branded products with 30%

• The most well-known cooperative brand is "Torku" with a

68% percentage and the others are "Marmarabirlik" with 14%, "Fiskobirlik" with 10%, "Tariş" with % 7 and 1% of the participants know none of the cooperative brands displayed in the survey.

• It was found that there is a statistically significant difference between male and female participants in terms of their shopping habits. Women tend to do shopping more often than men.

• It was also found out that there is a difference between 500 TL and between 501 and 501 thousand TL in retail brands while there is no difference between cooperatives brands according to income levels of participants.

• It was found that there was no difference according to location.

Conclusion and Suggestions

The most significant factor has been the perception of quality among customers' product seeking. Products establish trust with the help of quality perception in their minds. It has been observed that the products that customers assume to be of quality or they are familiar with are chosen.

In course of shopping, there is a need for informing the customers that tend to be directed mostly to producer's brand about retail and cooperative brands. Even if customers have heard about these retail and cooperative brands, it has been observed that they have no idea about these brands. Brands should focus their attention more on informative advertisements aiming at raising awareness among customers.

"Torku", which has been specified as the most famous brand among customers, should be concentrating more on cooperative brand emphasis and state what values they contribute to on customers' preferences.

Upon the information of women's being more selective, it has been discussed that marketing operations towards women should be of greater importance.

It has been observed that most of the participants have been shopping from malls. Brands should give the first place to the malls in course of advertise of products.

Referencess

Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane, A Framework for Marketing Management. Pearson, Sixth Edition, Global Edition, 2016

Kotler, Philip; Armstrong, Gary, Principles Of Marketing. Pearson, 14. Edition, 2014

Kurtuluş S., Kurtuluş K., Yeniçeri T., Yaraş E., "Tüketicilerin Perakendeci Markası Tercihleri Üzerine Bir Pilot Araştırma", 5. Ulusal Pazarlama Kongresi Bildiri Kitabı, Antalya, s:349-371.

İnovasyon ve Girişimciliğin Sosyal Ekonomik Ağlar Üzerindeki Etkisi: Türkiye'de Faaliyet Gösteren Kooperatiflerin İnovasyon Yetenekleri Üzerine Bir Araştırma

Cemalettin AKTEPE - Hilal Sadet ÇİFTCİ***

Özet

Daha çok işletme faaliyetlerinde; işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet), veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesi olarak tanımlanan inovasyon kavramı girişimcilik kavramı ile sıkı bir ilişki içerisinde olmuştur ve yapılan çalışmalarda birlikte incelendiği görülmüştür.

Girişimcilik kavramı ise hem bireyler açından hem işletme perspektifinden hem de kamu hizmeti veren kurumlar açısından değerlendirilebilen ve uygulanılabilen bir öğrenme süreci olarak nitelendirilmektedir. İşletmelerin hepsinin bu öğrenme süreci için özel bir yatırım yapmadığı gerçeği göz önüne alındığında "girişimcilik yönetimi" özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler için, işletme çalışanlarının bireysel performansı ve inovasyon takibindeki bireysel performansı ile sıkı bir ilişki içerisindedir.

Ayrıca belirli bir alanda veya sektörde benzer faaliyetlerde bulunan işletmelerin birbirleriyle ilişkileri yani meydana getirdikleri sosyal ekonomik ağlar, inovatif ve girişimci faaliyetlerin takibi için oldukça önemli bir alandır. Bu çalışma kapsamında ülkemizde kooperatifçilik faaliyetinde bulunan organizasyonların inovatif faaliyetlerde bulunup bulunmadıkları, ortak faaliyet gösterdikleri alanlarda inovatif süreçlerin ilişkilerine bir şekil verip vermediği araştırılacaktır. Nitel araştırma yöntemi ile yapılacak araştırmada, veriler mülakat yöntemi ile toplanacak olup, içerik analizi yapılarak inovatif faaliyetlerde bulunan kooperatiflerin bu faaliyetlerinin girişimcilik yapısı üzerindeki

** Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, caktepe@gazi.edu.tr*
*** PTT Genel Müdürlüğü,hsciftci@gmail.com*

etkisi için bazı bulgulara ulaşılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *İnovasyon, girişimcilik, sosyal ekonomik ağlar, kooperatifçilik.*

The Impact of Innovation and Entrepreneurship on Social Economic Networks: A Research on Innovation Capabilities of Cooperatives Operating in Turkey

Abstract

Usually in business activities; the concept of innovation, which is defined as the realization of a product (goods or service), or a process, a new marketing method or a new organizational method, which is improved in new or significantly improved in internal applications, in the workplace organization or in external relations, is closely related to the concept of entrepreneurship Have been studied together in studies. The concept of entrepreneurship is defined as a learning process that can be evaluated and applied both from the point of view of the individual and the enterprise and from the point of view of the public service institutions. Given the fact that not all businesses have made a special investment in this learning process, "entrepreneurship management" is closely tied to the individual performance of enterprise employees and the individual performance following the innovation, especially for small and medium sized enterprises. In addition, the social economic networks that are related to each other, that is, businesses that have similar activities in a specific area or sector, are a very important field for following innovative and entrepreneurial activities. Within the scope of this study, it will be investigated whether the organizations that are operating in cooperatives in our country are in innovative activities and whether they give a shape to the relations of innovative processes in areas where they operate in common. In the research to be conducted by the qualitative research method, the data will be gathered by the interview method and content analysis will be made to some findings about the effect of these activities of the cooperatives in the innovative activities on the entrepreneurship structure.

Keywords: *Innovation, entrepreneurship, social economic networks, cooperation*

Attitude and Word of Mouth Intensions Regarding Gamification: An Investigation on Gender and Income

A. Yasemin ZENGİN - Elif BODUROĞLU

Abstract

Rapid developments in communication technology have provided various opportunities for businesses. Improvements in technology enable businesses to interact with consumers through social networks. Today businesses use applications that allow consumers to organize via Internet and smart phones in order to gain competitive advantage through catching up with demand changes. Gamification that enables consumers to organize regardless of time and place has recently become widespread all around the world as well as Turkey.

Gamification is defined as "service design aimed at providing game like experiences to users, commonly with the end goal of affecting user behavior" (Huotari and Hamari, 2012). Deterding, et al. (2011) defines gamification as "the use of game elements in non-game contexts to motivate and increase consumer usage". Gamification contexts include services as reward and reputation systems (points, leader board, ranking, badges). Gamification often aims to afford experiences reminiscent of games (autonomy, mastery, ect.), to affect motivations rather than attitude/behavior directly, and refers to adding gamefulness to existing systems rather than building an entirely new game (Hamari and Koivisto, 2013).

Even the number of studies concerning the gamification and consumer behavior has been increasing recently, it can be said there is still limited studies in this area. In Turkey most of the studies on gamification focuses on educational sciences e.g. language applications (Bozkurt and Genç-Kumtepe, 2014; Gökkaya, 2014; Karataş, 2014; Sarı and Altun, 2016). Besides these, recently researchers have started

***Aksaray University yasasuzengin@hotmail.com**

****Atılım University bodurogluelif@gmail.com**

to search on health applications (Güler, 2015; Güler and Eby, 2015) and, motivation related gamification applications on human resources (Vardarlıer and İnan, 2017).

Although gamification is a relatively new concept, the idea of using game elements to increase consumer motivation. Businesses have been using gamification elements in order to build up loyalty and encourage repurchase. Airlines, hotels and retailers have developed various loyalty programes and these programes have found to be successful in user participation (Werbach and Hunter, 2012).

The main purpose of this research is to determine whether attitude towards the gamification and word of mouth intentions of Turkish consumers differs in terms of gender and income level.

Keywords: *Gamification, Attitude, Word of Mouth, Social Networks, Gender, Income Level.*

Research Method

Research conducted on the active users of Foursquare and Swarm- the applications that perform with game instruments for consumers to find out new places- that widely accepted as two of the most common examples of gamification. Data was collected through online survey. Survey prepared on Google docs conducted on 234 consumers who actively use Foursquare/Swarm. In accordance with the objective of the research, non parametric statistics Mann Whitney U test conducted.

Findings

Respondents are mostly university students (88,5%) and 87,2 % of them are at the age between 18-24. 52,1% of them are women and 47,9% men. In terms of income 64,5% of the participants income is more than 5400 TL.

• With respect to gender, attitude towards using gamification is more positive for men (= 118,03) compared to (= 117,01). But this difference is not statistically significant (p=0,908).

• Women have higher intention for WOM (= 120,44) than men (= 111,03) but the difference is statistically insignificant (p= 0,28).

• Research results reveal that the attitude towards using gamification

is more positive for the users whose income less than 5400 (=123,58) when compared to 5401 TL and over income group consumers (= 110,51). But this difference is statistically insignificant (p=0,139).

• Lower income group consumers' intention to WOM are higher (= 124,45) than the group that their income is higher than 5401 TL and more (= 108,18). Although group means are different are not statistically significant (p=0,065).

Conclusion and Suggestions

Analysis results reveals that attitude towards gamification do not differs in terms of gender. Although literature suggests that men have more positive attitide towards using information technology (Venkatesh and Morris, 2000) result of this study is contradictory. The most important reason fort his result may be that gamification aims to change consumer behaviour via using game elements regardless of gender (Werbach and Hunter, 2012). Additionally, findings indicate that there is no significant difference in terms of attitude towards gamification with regards to income level. Since the fact that gamfication applications that are focused in this study are free this result can found to be acceptable.

Findings of this study postulates that women and men are not differs in terms of intention to WOM. Literature claims that women have higher tendency to share their experiences (Garbarino and Strahilevitz, 2004). One of the possible explanations of this result is that the sample profile. As majority of the respondents are students in the same age group their communication styles remain similar regardless of their gender. Study results indicate that there is no statistically significant difference between income groups with regards to intention to WOM. This result is parallel with the findings of Öztürk et.al. (2012).

Further research may focus on different socio demographic samples in order to figure out possible differences both in terms of attitude and WOM. And, search for the effect of personal traits on attitude towards using gamification and WOM.

Referencess

Bozkurt, A. Kumtepe, Evrim Genç (2014), "Oyunlaştırma, Oyun Felsefesi Ve Eğitim: Gamification". Akademik Bilişim Dergisi, 5-7 Şubat 2014, Mersin Üniversitesi, Mersin.

Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., &Nacke, L. (2011). From Game Design Elements To Gamefulness: Defining Gamification. In Proceedings Of The 15th İnternational Academic Mindtrek Conference: Envisioning Future Media Environments. Finland, 9–15.

Garbarino, E. and Strahilevitz, M. (2004). Gender Differences in the Perceived Risk of Buying Online and the Effects of Receiving a Site Recommendation. Journal of Business Research, 57, 768-775. https://doi.org/10.1016/S0148-2963(02)00363-6

Gökkaya, Z. (2014). Yetişkin Eğitiminde Yeni Bir Yaklaşım: Oyunlaştırma. Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı:11 Cilt: 1, s.71-84.

Güler, Emel (2015), "Mobil Sağlık Hizmetlerinde Oyunlaştırma". Açıköğretim Uygulamaları Ve Araştırmaları Dergisi, Cilt. 1, Sayı: 2, s.82-101.

Güler, C., Güler, E. (2015), "Çevrimiçi Öğrenme Ortamlarında Oyunlaştırma: Rozet Kullanımı". Eğitim Ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 3, s.125-130.

Hamari, J, Koivisto, J., Sarsa, H., (2014), "Does Gamification Work? A Literature.-A Literature Review of Empirical Studies on Gamification. In Proceedings of the 47th Hawaii International Conference on System Sciences, USA.2014.s.3025-3034.

Hamari, J. andKoivisto, J., (2013). "Social Motivations To Use Gamification: An Empirical Study Of Gamifying Exercise" ECIS 2013 Proceedings. s.122. http://aisel.aisnet.org/ecis2013/122

Hamari, Juho (2013). Transforming Homo Economicus İnto Homo Ludens: A Field Experiment On Gamification İn A Utilitarian Peer-To-Peer Trading Service. Electronic Commerce Research And Application, Cilt:12, Sayı:4, s.236–245.

Huotari, K., &Hamari, J. (2012). Defining Gamification – A Service Marketing Perspective. In Proceedings Of The 16th International Academic Mindtrek Conference, Finland. S.17–22.

Karataş, Erinç (2014), "Eğitimde Oyunlaştırma: Araştırma Eğilimleri". Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt:15, Sayı:2, s.315-333.

Koivisto, J., & Hamari, J. (2014). Demographic Differences İn

Perceived Benefits From Gamification. Computers İn Human Behavior, Sayı:35, s.179-188.

Öztürk, S., Coşkun A., Dirsehan, T., (2012).Fırsat Sitelerine Yönelik E-Sadakati Belirleyen Boyutların İncelenmesi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Cİlt:7, Sayı:2, S.217-239.

Vardarlıer, P., & İnan, K. (2017). Gamification Model Proposal For The Improvement Of Sales Personnel Performance. Journal Of Behavior At Work, Cilt:2, Sayı:1.

Venkatesh, V., & Morris, M. G. (2000). WhyDon't Men Ever Stop To Ask For Directions? Gender, Social İnfluence, And Their Role İn Technology Acceptance And Usage Behavior. MIS Quarterly, s.115-139.

Werbach, K., &Hunter, D. (2012). The Gamification Toolkit. Wharton Digital Press. Philedeliphia.

C Kuşağına Yönelik Müşteri Elde Tutma Stratejileri

Mustafa ÜNSALAN

Özet

Teknolojik gelişmelerden sonra dijital çağ başladı ve bunun başlıca sonuçlarından bir tanesi de bilgisayar kullanımının ve tüketicilerin etkileşiminin artmasıdır. Bu yeniçağ ve sosyal medyanın kullanımının popülaritesinin artması ile birlikte Sosyal Medya Kuşağı olarak da tanımlanan ve C Kuşağı olarak adlandırılan bağlı tüketiciler ortaya çıkmıştır. Bu tüketiciler birbirleri ile bağlıdırlar ve bir ürün veya hizmet ile ilgili deneyimlerini paylaşmaktadırlar. Tüketiciler arasındaki bağın temel faktörü olan sosyal medya, C Kuşağının tüketim alışkanlıklarını şekillendirmektedir. Bugünlerde, sosyal medyanın kullanımından dolayı geleneksel tutundurma stratejileri geçtiğimiz yüzyıldaki kadar başarılı olamamaktadır. Bu çalışmada, dijital çağ, sosyal medya ve C Kuşağı kavramı tartışılmıştır. Bu çalışmanın amacı bu kavramların işletmelerin C Kuşağına yönelik tutundurma stratejilerini etkilemesi üzerine kavramsal bir tartışma ortaya koymaktır. Bu yazıda yeni kuşağın kapsamlı bir şekilde sunulması pazarlama araştırmacıları için faydalı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Çağ, C Kuşağı, Müşteri, Tutundurma, Tutundurma Stratejileri

Jel Kodu: M30, M31

Customer Retention Strategies for Generation C

Abstract

After the technological developments, the digital age started, and

Arş. Gör. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, mustafaunsalan@nevsehir.edu.tr

one of the main results of it is the increase of computer usage and interaction between consumers. The new age and rising popularity of social media have revealed the connected consumers which can be called as a Generation C that is described as a Social Media Generation. These consumers can connect with each other and share their experiences about product and services. Gen C's consumption behavior can be shaped by social media that is the core factor of connection between consumers. Nowadays, because of the using social media, the traditional promotion strategies could not be successful as much as last century. In this paper, digital age, social media, the concept of Gen C are discussed. The aim of this paper is to reveal a conceptual discussion the influence of Generation C on the companies' promotion strategies. This paper will be useful for marketing researchers towards comprehensive presenting of the new generation.

Keywords: *Digital Age, Generation C, Customer, Promotion, Promotion Strategies*

Jel Code: M30, M31

C KUŞAĞI

C Kuşağı daha önce ortaya atılan X veya Y kuşağı gibi jenerasyonları çaprazlamasına kesen, yaş veya demografik kıstaslardan daha çok ilgileri, inandıkları, yaklaşımları, değerler ve yaşam biçimleri ile ayrışan ve 7/24 birbirine bağlı, dijital iletişimi yaşam döngüsü ile bütünleşmiş, teknolojiye hakim bir kitle olarak tanımlanmaktadır (İçil, 2016). C Kuşağını tanımlamak için birçok uzman farklı kelimeler kullanırken yapılan bu tanımların en önemli ortak noktası tanımlayıcı kelimelerin "C" harfi ile başlamasıdır. Bu kuşağın ismini oluşturan "C" harfi ilk olarak "connected" (bağlı) kelimesini temsil ederken, daha sonraları bu harf "content" (içerik), "communicating" (iletişim kuran), "creativity" (yaratıcılık), "control" (kontrol), "celebrity" (ünlü), "computerized" (bilgisayarlı) ve "clicking" (tıklayan) gibi kelimeleri de kapsayan bir anlam oluşturmuştur (Ercan, 2012; Hardey, 2011:749).

SOSYAL MEDYA VE C KUŞAĞI

Dünyada sosyal medyada aktif kullanıcı sayısı her geçen gün artmaktadır. Sosyal medyanın bir aracı olan sosyal ağlara aktif üye

sayısı ise birçok ülke nüfusundan fazladır. Örneğin, sosyal ağda aktif kullanıcı sayısı ile birinci sırada yer alan Facebook'un yaklaşık olarak 1.7 milyar güncel aktif kullanıcısı bulunmaktadır (Zephoria, 2016).

Radyo, televizyon, dergi ve gazete gibi geleneksel medya kanallarında tek taraflı iletişim gerçekleşirken sosyal medya kanalları farklı yeni bir boyut kazandırmaktadır. İnternetin getirmiş olduğu yenilikler ve özellikler ile insanlar zamandan ve mekandan bağımsız olarak interaktif bir şekilde iletişime geçmektedirler. Bu özellik sadece teknolojinin özelliği olarak değil; insanların birbirleri ile ve kurumların insanlarla bire bir iletişiminde bulunması gibi sosyal içerikli ilişki ve iletişim kurma fırsatından kaynaklanmaktadır (Sohn, 2005:14). Evans (2008), sosyal medya kanallarını geleneksel medya kanallarına alternatif olarak değil onun bir parçası olarak değerlendirmektedir. Bunun en önemli temeli ise sosyal medya kullanıcıları da geleneksel medyadan etkilenmesi, aradaki önemli fark ise insanların sosyal medyada kendi yorumlarını ve deneyimlerini ekleyebilmeleridir (Evans, 2008:33).

Bir diğer sosyal medya aracı olan Facebook ile markalar, müşterileri çift taraflı iletişime girerek daha sıcak bir ilişki kurabilirler. Bunun yanında Facebook üzerinden kampanyalarını da uygulayabilirler.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Hızla gelişen teknoloji ile günümüz tüketicisi bir anda kendini dijital çağ da bir başka deyişle bilgi çağına geçiş yapmış bulmaktadır. Dijital çağ ile tüketicilerin bilgiye ulaşmaları kolaylaşmış ve istedikleri zaman kendi bilgilerini ve deneyimlerini de diğer tüketicilerle paylaşabilir duruma gelmişlerdir. İnternetin tüketicinin davranışlarını etkilemesiyle sosyal medya eğlence aracı olmaktan çıkıp bir tutundurma aracı konumuna gelmiştir.

C Kuşağı işletmeler tarafından sosyo-ekonomik boyutta incelenmeli değerlendirilmeli ve analiz edilmelidir. Tek yönlü iletişim yerine karşılıklı iletişim kurmalılar fakat bu iletişim arkadaşça ve onların içerik oluşturmalarına, oluşturdukları bu içerikleri kendi sosyal çevreleri ile paylaşmalarına olanak sağlamalılardır.

II. OTURUM : Bilgi Hareketliliği, Transferi Ve Eğitiminde Kolektif Hareketlerin Etkisi
IINDSESSION : The Influence of Collective Movements in Information Mobility, Transfer and Education

Bilgi Hareketliliği, Transferi Ve Eğitiminde Kolektif Hareketlerin Etkisi

Oturum Başkanı

Prof.Dr.Ganite KURT

Gıda Fiyatları Ve Fiyatlar Genel Düzeyi İlişkisi
Food Prices And Overall Price Level Relevance

Dr.Hasan Hüseyin ŞEN

Kooperatiflerde Modern Denetim Tekniklerinin Uygulanması
Implementation Of Modern Auditing Techniques For Cooperatives

Sezer Bozkuş KAHYAOĞLU Prof. Dr. Ganite KURT

Toplumsal Cinsiyet Çıkmazında Kadın Kooperatifleri
Women's Cooperatives In The Gender Impasse

Araş.Gör.Gülfiz Ergin DEMİRDAĞ Araş.Gör.Ahmet DEMİRDAĞ
Prof. Dr Enver AYDOĞAN

Yapı Kooperatiflerinde Kurumsallaşma Süreci: Kuyaş Örneği
Governance Process At Building Cooperatives: The Case Of Kuyas

Sezer Bozkuş KAHYAOĞLU

Türkiye'de Ürün İhtisas Borsacılığı Ve Lisanslı Depoculuk Sistemi
Product Specialized Stock Exchange And Licensed Warehousing System In Turkey

Araş.Gör.Furkan Kayhan Dr.Cemil Şenel
Yrd. Doç. Dr Abdurrahman Okur

Gün : 5 Ekim 2017, Perşembe
Saat : 16:00-17:30
Salon : Salon: 1
Yer : Refik Başaran Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

GIDA FİYATLARI VE FİYATLAR GENEL DÜZEYİ İLİŞKİSİ

Hasan Hüseyin ŞEN* - Afşin ŞAHİN**

Genişletilmiş Özet

Bu çalışmada; Türkiye'de gıda fiyatları ve fiyatlar genel düzeyi arasındaki ilişki, dünya geneli göz önüne alınarak, fiyat hedeflemesi ve gıda politikaları üzerinden değerlendirmeye çalışılmaktadır. Son dönemde dünya ekonomisi içinde her geçen gün önemini arttıran gıda fiyatları, Türkiye gündeminde TCMB' nin açıkladığı Enflasyon Hedeflemesi Raporları'nda daha belirgin bir şekilde yer almaya başlamıştır. Gerçekleşen enflasyonun beklenen enflasyondan belirgin bir biçimde sapması üzerine, TCMB konunun önemli bir sebebinin de gıda fiyatlarında gözlenen artış olduğunu pek çok defa ilan etmiştir. Kamuoyunda, TCMB'nin açıklaması ile uyumlu olarak, gıda fiyatlarına olan artan ilgi nedeniyle de, yükselen fiyatlar genel düzeyinde belirleyici faktörün gıda fiyatları olduğu kanısını uyandırmıştır. Konunun aktörü tüketicilerin de temel ve vazgeçilmez ihtiyaçlarından bir tanesinin gıda olması, konuya olan ilgiyi arttırmıştır. Gıda fiyatlarında yaşanan bu artış, toplumun tüm kesimlerini ilgilendirmesi yanında, özellikle alt gelir gruplarının harcamalarının büyük bir kısmını bu kaleme ayırmasından dolayı da toplumsal refah açısından ayrıca büyük önem arz etmektedir. Gıda fiyatlarında yaşanan bu istikrarsız durum, hem ekonomik hem sosyal olarak önemli sonuçlar meydana getirmektedir.

Literatürde konu ile ilgili son yıllarda pek çok çalışmanın yayınlandığı görülmektedir. Akçelik ve Yücel (2016) gıda fiyatlarındaki

**Sorumlu yazar: Şen, Hasan Hüseyin. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bankacılık Yüksek Lisans Programı, Öğrencisi. E-mail: hhsgazi@gmail.com.*
Bu çalışma "Gıda Fiyatları ve Fiyatlar Genel Düzeyi İlişkisi" başlıklı tez çalışmasından türetilmiştir.
***Dr., Gazi Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu, Bankacılık Bölümü, Beşevler, Ankara. E-mail: afsinsahin@gazi.edu.tr.*

yüksek oynaklığın 2010-2016 döneminde de sürdüğünü belirtmiştir (1). Şahin ve Doğan (2017) genel enflasyon ve alt bileşenlerindeki oynaklıklar arasındaki ilişkileri incelemiştir (2). Gıda fiyatlarında meydana gelen bu oynaklık, iktisat politikası yapıcılarının da dikkatini çekmiş; 2014 yılında Gıda ve Tarımsal Ürün Piyasaları Değerlendirme Komitesi kurulmuş ve erken uyarı mekanizmasının hayata geçirilmesi planlanmıştır. Kurulan komite, atılacak politik adımlara yol gösterebilecek ve olumlu sonuçları olabilecektir.

Sonuç olarak; gıda fiyatlarında yaşanan bu oynaklıktan Türkiye ekonomisinin istenmeyen yönde etkileneceği açıktır. Hedeflenen enflasyon oranında yaşanan sapmalar, enflasyon ile mücadelede yeni etkili yol ve yöntemleri gerekli kılmaktadır. Politika yapıcılar ise konuyu ve süreci yakından takip etmekte ve hızlı, güvenilir adımlar atmaya çalışmaktadırlar. Bu süreçte, yeni kurullar oluşturularak gıda fiyatlarında yaşanan bu istikrarsızlık ile daha etkin mücadele etme niyeti ortaya konmaktadır. Bu çalışmanın bir amacı da gıda fiyatlarında yaşanan bu oynaklığın negatif yansımalarının azaltılması için alınabilecek önlemlere dikkat çekmektir. Hem sosyal hem ekonomik etkileri düşünüldüğünde, gıda fiyatlarının yakından takip edilmesi toplumun geneli açısından önem taşımaktadır.

Anahtar kelimeler: Gıda fiyatları, Fiyatlar genel düzeyi.

Food Prices and Overall Price Level Relevance

Extensive Summary

In this study; the relationship between food prices and overall price level in Turkey by also considering the situation in the world is tried to be evaluated over price targeting and food politics. Food prices, which are becoming increasingly important in the world economy during the recent years have been more prominently featured in the Inflation Targeting Reports of the CBRT during the last few periods. Following the substantial deviations of the realized inflation from the expected inflation, CBRT declared that it is because of an essential increases in the food prices. Due to the growing interest in the public to the food prices in line with the CBRT's declarations, there became a perception that food prices are the most important factor effecting the increasing overall prices level. The fact that one of the fundamental

and indispensable needs of the consumers, whom are the actors of the subject, is food and this has been increasing the interest to the subject. This increase in food prices is of great importance not only for all sectors of the society and social welfare but also for the fact that the lower income groups allocate a larger part of their expenditures to this item. This unstable situation in food prices brings important economic and social consequences.

In the literature, it is seen that there are several studies have been published during the recent years. Akçelik and Yücel (2016) reported that the high volatility in food prices had been continued during the period spanning 2010-2016 (1). Şahin and Doğan (2017) examined the relationship between volatilities of general inflation and its sub-components (2). This volatility in food prices attracted attention in policy makers; In 2014, the Food and Agricultural Product Market Assessment Committee was established and the early warning mechanism was planned to be passed on. The established committee will be able to lead to the political steps to be taken and may have positive results.

As a result; It is clear that this volatility in food prices will affect the Turkish economy in an undesirable direction. Deviations from the inflation target require new ways and methods to combat with the inflation. Policy makers are following the process closely and trying to take fast, reliable steps. In this process, the creation of new committees reveals the intention to deal more effectively with the instability in food prices. One of the goals of this study is to draw attention to precautions that can be taken to reduce the negative reflections of this fluctuation in food prices. Considering both social and economic effects, it is important to monitor food prices closely.

Key words: *Food prices, General level of prices.*

Kaynakça

1. Akçelik, Fatih; Yücel, Canan Yüksek (2016). "Türkiye'de Gıda Fiyatları: Uluslararası Bir Karşılaştırma", TCBM Ekonomi Notları, C: 2016, S: 23.

2. Şahin, Afşin; Doğan, İmdat (2017). "İstanbul Ticaret Odası TEFE Genel Endeksi Enflasyonu ve Alt Bileşenleri Arası İlişki: Türkiye Üzerine Asimetrik Sabit Koşullu Korelasyon Analizi, 1968-2015", Journal of Yaşar University, C: 12, S: 47, ss: 215-235.

Kooperatiflerde Modern Denetim Tekniklerinin Uygulanması

Sezer Bozkuş Kahyaoğlu*- Ganite Kurt**

Genişletilmiş Özet

Uluslararası Kooperatifler Birliği'nin kooperatif kimliği üzerine açıklaması bir kooperatifi "ortaklaşa sahip olunan ve demokratik olarak kontrol edilen bir işletme aracılığıyla ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaç ve isteklerini karşılamak için gönüllü olarak bir araya gelen kişilerin özerk bir birliği" olarak tanımlamaktadır. Bu bağlamda, kooperatif, bir grup bireyin karşılıklı faydaları için sahip olduğu ve işlettiği bir ticari organizasyon olarak değerlendirilebilir. Kooperatif üyeleri, ürün veya hizmetlerin üreticileri veya tüketicileri olarak veya çalışanları olarak yakın bir ilişki içindedir. Bu ilişkilerin kooperatif toplumunda kurumsal yönetim ilkeleri perspektifinde ele alınması ve şeffaflığın sağlanması amacıyla modern denetim tekniklerinin uygulanması önemli olmaktadır. Kooperatiflerin denetimi temel olarak kooperatif toplumuna odaklanır ve her işin hukuk sınırları dahilinde değerlendirilmesini sağlayan önemli bir görevdir. Bir kooperatif toplumunun denetimi bir şirketin denetiminden farklıdır. Bunun en önemli nedeni bir kooperatif toplumunun temel unsurları ve iş süreçleri bir şirketten çok farklıdır. Bu araştırma, kooperatiflerin uluslararası standartlara dayalı denetiminin önemini göstermek için kooperatifler için yönetişim ve denetimle ilgili temel konuları analiz etmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca kooperatif denetiminde en iyi uygulama örnekleri için politika önerileri yapılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Kooperatif, İş Modeli, Risk Esaslı Denetim, Veri Analizi*

Jel Kodları: *M40, M42*

** Genel Müdür, SMM Bilişim ve Finansal Hizmetler A.Ş., Gazi Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu, Dr., Yarı Zamanlı Öğretim Üyesi, sbozkus@gmail.com*
*** Prof.Dr., Gazi Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu Başkanı, ganitekurt@gmail.com*

Implementation of Modern Auditing Techniques for Cooperatives

Extensive Summary

The International Cooperative Alliance's Statement on the Cooperative Identity defines a cooperative as "an autonomous association of persons united voluntarily to meet their common economic, social, and cultural needs and aspirations through a jointly-owned and democratically-controlled enterprise". In that respect, cooperative is a business organization owned and operated by a group of individuals for their mutual benefit. Members have a close relationship with the enterprise as producers or consumers of its products or services, or as its employees. Addressing these relationships within the perspective of corporate governance principles and application of modern auditing techniques become important to ensure transparency for cooperative societies. Basically, cooperative auditing focuses on cooperative societies and the assessment of every work within the limits of the law signal an important task regarding the knowledge of employees and directors. The audit of a cooperative society is different from that of a limited liability company (company) because the objects and business processes of a cooperative society are quite different from those of a company. This research aims to analyze key issues on governance and auditing for cooperatives to demonstrate the importance of auditing for cooperatives based on international standards. Also policy recommendations are made for best practices of cooperative auditing.

Keywords: *Cooperative, Business Model, Risk Based Audit , Data Analytics*

TOPLUMSAL CİNSİYET ÇIKMAZINDA KADIN KOOPERATİFLERİ

Gülfiz ERGİN DEMİRDAĞ* - Ahmet DEMİRDAĞ**
Enver AYDOĞAN**

Genişletilmiş Özet

Toplumun en küçük birimi olan aile içindeki iş bölümü sadece biyolojik farklılıklardan değil, toplumun cinsiyetlere yüklediği rollerden kaynaklanmaktadır. Cinsiyet (sex) terimi; kadın ya da erkek olmanın biyolojik yönünü ifade ederken (Dökmen, 2010); feminist yaklaşıma göre toplumsal cinsiyet, "kadın ve erkeğin biyolojik farklılaşmasına kültürler tarafından yüklenen anlamlar ve değerler ya da kadınlar ve erkekler için toplumsal olarak oluşturulmuş roller, öğrenilmiş davranış ve beklentiler" olarak tanımlanır (Başak, 2010: 29-30). Kadın ve erkeklere verilen roller toplumsal cinsiyet rolleri olarak bilinmektedir; "kadın ve erkeklerin toplumun yazdığı senaryoya bağlı kalarak rollerini oynamaları beklenir" (Dökmen, 2010: 29).

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğüne göre (2008: 13) "Türkiye'de 1980 sonrasında sürdürülen mücadeleler sonucunda toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda özellikle eğitim, sağlık, hukuk gibi geleneksel politika alanlarında belli bir duyarlılık oluşmuşsa da toplumsal cinsiyet eşitliği bakış açısını istihdam, yetki ve karar alma süreçlerine katılım, araştırma, bütçe ve mali politikalar gibi alanlara yerleştirme konusunda istenilen duyarlılık henüz oluşmamıştır". Bu durumun bir sonucu olarak Türkiye'de çalışma hayatında toplumsal cinsiyet temelli eşitsizlikler halen devam etmektedir. Çocukken oynadıkları oyun ve oyuncakları farklılaşan kız ve erkek çocukları büyüdüklerinde ise, çalıştıkları işler ayrılmaktadır (Günindi-Ersöz, 1999). Kadınların

** Araş.Gör., Gazi Üniversitesi, İşletme Bölümü, gulfizer@gmail.com*
***Araş.Gör.,Ankara Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, ahmetdemirdag@yahoo.com*
**** Prof. Dr., Gazi Üniversitesi, İşletme Bölümü, enveraydogan@gmail.com*

yaptıkları işler genellikle el emeğine dayalı işlerin yapıldığı sektörlerde (ör. dokuma, dikiş, yiyecek üretimi) (Ecevit, 1998) ve geleneksel rollerin uzantısı olarak nitelendirilebilecek (ör. sınıf öğretmenliği, hemşirelik, sekreterlik, çocuk doktorluğu vb.) işlerde yoğunlaşmaktadır (Kuzgun ve Sevim, 2004).

Ülkemizdeki kadın-erkek nüfus oranı aşağı yukarı eşit olmasına (Türkiye İstatistik Kurumu [TÜİK, 2016] rağmen kadın ile erkek istihdam rakamları arasında büyük bir uçurum bulunmaktadır. Örneğin, 15-64 yaş aralığındaki nüfus arasında işgücüne katılma oranı erkeklerde %77,6 iken kadınlarda %36,2'dir (TÜİK, 2016).

Her ne kadar yıllar içinde çalışma hayatında kadının varlığı artsa da karşılaşılan çeşitli sorunlar devam etmektedir. Uluslararası Çalışma Örgütü (UÇÖ [ILO]) tarafından hazırlanan rapora göre kadın erkekle aynı işi yapsa dahi; daha az ücretle çalıştırılmakta ve bu durum "kadın işi" olarak adlandırılan mesleklerde de geçerliliğini korumaktadır. Ev işlerinin sorumluluğu daha çok kadının üzerindedir ve yüksek oranda enformel işlerde istihdam edilen kadın, yasal hakları yerine getirilmeden çalışmak zorunda bırakılmaktadır (ILO, 2003). Ayrıca, yıllar içinde azalmış olsa da gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kadınların ücretsiz çalışma oranları erkeklere göre daha yüksektir (ILO, 2016). Nitekim, Türkiye'de tarım sektöründe ücretsiz aile işçisi olarak çalışanların yaklaşık %74'ü kadındır (OECD, 2010: 6).

Çalışma hayatındaki cinsiyet eşitsizliği yukarıda da ele alındığı gibi devam ederken, özellikle yoksulluktan ve işsizlikten en çok etkilenen dezavantajlı grup olarak kadınlar "kadın kooperatifleri" ile bunu aşmaya çalışmaktadır (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (GTB), 2012). Uluslararası Kooperatifler Birliği (UKB [ICA], 2017) kooperatifi, "müşterek sahip olunan ve demokratik olarak kontrol edilen bir işletme yoluyla; ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını ve arzularını karşılamak için gönüllü olarak bir araya gelmiş kişilerin özerk birliği" olarak tanımlamaktadır.

Türkiye'de Kadın Kooperatifçiliği'nin çok kısa sayılabilecek bir tarihi vardır: "Kadın kooperatifçiliği hareketi ülkemizde 2000'li yılların başında; kadın işgücünün ekonomiye kazandırılması, kadınların sosyal ve kültürel faaliyetlerinin geliştirilmesi, korunması, desteklenmesi, sağlıklı ve gelişmiş çevrede yaşamalarının sağlanması amacıyla kadın girişimcilerin talepleri doğrultusunda tabandan gelen bir hareketle

kurulmaya başlanılmıştır. Bu tür kooperatiflerin ortaklarının % 80-100'ü kadındır" (GTB, 2012: 11). Kadın kooperatifleri dünyanın farklı yerlerindeki kadınların kendi işlerinde çalışmalarını sağlayarak onların güçlenmelerine (empowerment) ve aynı zamanda liderlik yapmalarına da olanak sağlamaktadır (ICA ve ILO, 2014).

Türkiye'deki kadın kooperatifleri çok farklı faaliyetler yürütmektedir. İkinci Kadın Kooperatifleri Buluşması Raporu'na (KKB; 2008) göre kadın kooperatifleri temel olarak dokuz alanda faaliyet göstermektedir: erken çocuk bakım ve eğitim hizmetleri; üretim; tekstil; hediyelik eşya; el sanatları; gıda; fason işler; hizmet ve eğitim çalışmaları (kadın hakları, üreme sağlığı, iletişim, girişimcilik, çocuk eğitimi, kadına yönelik şiddet, liderlik, vb). Yakın zamanlı bir çalışmaya (Duguid, Durutaş ve Wodzicki, 2015) göre, ilk olarak gelir getirici faaliyetler, ardından sosyo-kültürel faaliyetler son olarak ise kadınların ve toplumlarının yaşamını iyileştirmeyi hedefleyen bir dizi sosyal içerikli faaliyeti gerçekleştirdikleri görülmektedir.

Beşinci Kadın Kooperatifleri Buluşması Raporu'na göre GTB'ye bağlı olarak bugüne kadar kurulan kadın kooperatifi sayısı 152'dir; bunlardan 80'i aktif olarak faaliyet göstermektedir (KKB, 2015). 2004 ile 2015 yılları arasında ilki 14, sonuncusu 58 kadın kooperatifi ile olmak üzere toplam altı buluşma yapılmıştır. Bu buluşmalar bilgi alışverişi sağlamak, iletişimi artırmak ve dayanışmayı güçlendirmek gibi amaçlara hizmet etmektedir (KKB, 2015).

Kadınların kooperatiflere katılma nedenleri toplumsal itibar elde etme, beceri kazanma, sosyal aktivite, aidiyet duygusu gibi ifade edilebilir (KKB, 2005). Kadınlar kooperatifler aracılığıyla hem ekonomik hem de toplumsal yaşamda daha aktif hale gelmektedir. Benzer şekilde, Gümüşoğlu'nun (2012) görüştüğü kooperatif üyesi kadınlar özgüvenlerinin arttığından bahsetmektedir.

Sonuç olarak kooperatifçilik kadınların toplumsal cinsiyet bağlamında sıkıştığı alandan dışarı çıkmasında önemli bir rol oynuyor görünmektedir. Yukarıda atıf yapılan kaynakların da belirttiği üzere, kadın kooperatiflerine üye kadınlar üreterek ve ürünlerin satışlarıyla ekonomik olarak güçlenmekte, faaliyet alanları üzerine aldıkları kısa süreli eğitimler ile uzmanlık kazanmakta, faaliyette bulundukları bölgedeki kurum ve kişilerle iletişim kurarak güçlenmekte, en önemlisi de dayanışmayı, birlikten kuvvet doğacağını öğrenmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Toplumsal cinsiyet, toplumsal cinsiyet rolleri, kadın kooperatifleri, kadın emeği, kooperatifçilik.*

Jel kodları : *J16, L31*

Women's Cooperatives in the Gender Impasse

Extensive Summary

The division of labor within the family, which is the smallest unit of society, is not only due to biological differences, but also due to the role that society imposes on genders. Whereas sex expresses the biological part of being male or female (Dökmen, 2010), gender according to the feminist approach, is defined as "the meanings and values borne by cultures on the biological differences of women and men, or socially constructed roles, learned behaviors and expectations for women and men" (Başak, 2010: 29-30). The roles given to women and men are known as gender roles; "women and men are expected to play their roles by adhering to the script written by the society" (Dökmen, 2010: 29).

According to the Directorate General on the Status of Women (2008: 13) "Although there has been a certain sensitivity to gender equality in traditional policy areas such as education, health and law in the aftermath of the 1980s in Turkey, there has not yet been the desired sensitivity in areas such as employment, authorization and being active in decision making, research, budget and fiscal policies". As a result of this situation, gender-based inequalities , in Turkey still continue in working life. Girls' and boys' games and toys differs during their childhoos and when they grow up their jobs are differentiated (Günindi-Ersöz, 1999). The work done by women is mainly concentrated on the sectors in which manpower based work is done (e.g. weaving, sewing, food production) (Ecevit, 1998) and can be described as an extension of traditional roles (e.g. teacher, nursing, secretarial, pediatrics) (Kuzgun and Sevim, 2004).

Despite the fact that the ratio of female and male population in our country is almost equal, there is a great gap between male and female employment proportions (Turkish Statistical Institute [TURKSTAT], 2016). For example, the labor force participation rate among males aged 15-64 is 77.6% while it is only 36.2% among women (TURKSTAT, 2016).

Although the existence of women in working life has increased over the years, various problems are still continuing. According to the International Labor Organization (ILO) report, even if women do the same work with men, they are paid less and this is also true in jobs that so called "women's work".In addition, the housework responsibility is more on women who are highly employed in informal jobs, where they are forced to work without basic social and/or legal rights (ILO, 2003). Moreover, although it has been declined over the years in developed and developing countries, women's unpaid work ratio is still higher than men's (ILO, 2016). For example about 74% of the unpaid family workers in the agriculture sector in Turkey are females (OECD, 2010: 6).

As gender inequality in working life continues women as a disadvantaged group who is especially affected by poverty and unemployment, are trying to overcome this through "women's cooperatives" (Ministry of Customs and Trade, 2012). The International Union of Cooperatives (ICA, 2017), describes cooperatives as "through a jointly owned and democratically controlled enterprise; autonomous unity of people who voluntarily come together to meet their common economic, social and cultural needs and desires ".There is a very short history of women's cooperatives in Turkey: "The movement of women's cooperatives emerged in the country in the beginning of 2000s in order to provide woman labor force to economy, to develop, protect and support the social and cultural activities of women and to provide a healthy and developed environment for living by women entrepreneurs with a grassrotes movement. 80% to 100% of the members of such cooperatives are females "(GTB, 2012: 11). Women's cooperatives also allow women in different parts of the world to work in their own jobs so that they empower and take a lead (ICA and ILO, 2014).

The women's cooperatives in Turkey has carried out various activities. According to the 2nd Women's Cooperative Meeting Report (KKB; 2008), women's cooperatives basically operate in nine areas: early child care and education,services, production, textile, souvenir, handicrafts, food, outsourcing works, services and training (women's rights, reproductive health, communication, entrepreneurship, child education, violence against women, leadership, etc.). According to a recent study (Duguid, Durutas and Wodzicki, 2015), cooperatives involve in mainly income-generating activities, socio-cultural activities,

and several social activities aimed to improve their and the society's lives.

According to the 5th Women's Cooperatives Meeting Report, the number of women's co-operatives established to date is 152, 80 of which are actively operating (KKB, 2015). Since 2004, a total of six meetings were held, with 14 women's cooperatives in the first and 58 in the last meeting. These meetings generally function as a platform of exchanging ideas and information, enhancing communication and strengthening self-confidence (KKB, 2015). The reasons why women participate in cooperatives included gaining social reputation, acquiring skills, participating in social activities and developing sense of belonging (KKB, 2005). Indeed, through co-operatives, fosters women's active participation both in economic and social life. For example, Gümüşoğlu's (2012) study shows that cooperative members reported an increased self-confidence.

As a result, the cooperative system appears to play an important role in getting women out of the gender-box. It can be said that, members of women's cooperatives compared to non-members, become stronger economically through sales of their products, gain expertise in short-term trainings on their fields of activity, expand their network through communication opportunities with the institutions and authorities in their region, and most importantly experience what "united we stand, divided we fall" literally means.

Keywords: *Gender, gender roles, women's cooperatives, women labour, the cooperative system*

KAYNAKÇA

Beşinci Kadın Kooperatifleri Buluşması Raporu (KKB). (2015). http://www.kedv.org.tr/wp-content/uploads/2016/03/5.Kad%C4%B1n-kooperatifleri-bulusmasi.pdf (Erişim Tarihi: 10 Temmuz 2017)

Dökmen, Z. (2010). Toplumsal cinsiyet (2.basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.

Ecevit, Y. (1998). Türkiye'de ücretli kadın emeğinin toplumsal cinsiyet temelinde analizi. 75 Yılda Kadınlar ve Erkekler (Ed: A.B. Hacımirzaoğlu). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları, 267-285.

Fiona Duguid, F., Durutaş, G. ve Wodzicki, M. (2015). Türkiye'de Kadın Kooperatifleri'nin Mevcut Durumu, Dünya Bankası.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (GTB). (2012). Kooperatifçilik ve Kadın Kooperatifleri. http://koop.gtb.gov.tr/data/51f7a6fe487c8e14b4454624/Kooperatif%C3%A7ilik%20ve%20Kad%C4%B1n%20Kooperatifleri%20Kitap%C3%A7%C4%B1k%20 18.12.2012.pdf (Erişim Tarihi: 20 Haziran 2017).

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (GTB). (2017). https://www.gtb.gov.tr (Erişim Tarihi: 20 Haziran 2017).

Gümüşoğlu, F. (2012). Kadınların Toplumsal Alanda Güçlenmesine Bir Örnek:"Yağlar Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi". Kadın Araştırmaları Dergisi, (10).

Günindi-Ersöz, A. (1999). Cinsiyet rollerine ilişkin beklenti, tutum, davranışlar ve eşler arası sorumluluk paylaşımı (Kamuda Çalışan Yönetici Kadınlar Örneği). Ankara: TC. Kültür Bakanlığı Başvuru Eserleri.

International Labor Organization (ILO) ve International Co-operative Alliance (ICA). (2014). Cooperatives and Sustainable Development Goals: A Contribution to the Post-2015 Development Debate A Policy Brief. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/documents/publication/wcms_240640.pdf (Erişim Tarihi: 10 Temmuz 2017).

International Labor Organization (ILO). (2003). Facts on women at work. Geneva: International Labor Office.

İkinci Kadın Kooperatifleri Buluşması Raporu (KKB). (2005). http://www.kadinkooperatifleri.org/koop/index.php?option=com_content&view=article&id=148-ii-kooperatifler-bulumas-raporu&catid=54-bilgi-ve-doekuemanlar&Itemid=98 (Erişim Tarihi: 10 Temmuz 2017).

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM). (2008). Toplumsal cinsiyet eşitliği ulusal eylem planı 2008–2013. Ankara.

Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü. (2017). Türkiye'de Kooperatifçilik. http://koop.gtb.gov.tr/kooperatifler-hakkinda/turkiyede-kooperatifcilik (Erişim Tarihi: 20 Haziran 2017).

Kuzgun, Y. ve Sevim, A. S. (2004). Kadınların çalışmasına karşı

tutum ve dini yönelim arasındaki ilişki. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 37(1), 14-27.

The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). (2010). Türkiye Raporu. http://www.tisk.org.tr/download/yayinlar/OECD-2010.pdf (Erişim tarihi: 15 Temmuz 2017).

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2016). http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=temelist (Erişim Tarihi: 10 Temmuz 2017).

Uluslararası Kooperatifler Birliği (UKB [ICA]). 2017). What is a co-operative? https://ica.coop/en/what-co-operative (Erişim Tarihi: 20 Haziran 2017).

Yapı Kooperatiflerinde Kurumsallaşma Süreci: KUYAŞ Örneği

Sezer Bozkuş Kahyaoğlu*

Genişletilmiş Özet

Günümüzde iktisat bilimi "girişimciliği" ve "girişimcileri" üretim sürecinde temel bir üretim faktörü olarak kabul etmeye başlamıştır. Tarihsel olarak, ülkelerin kalkınma politikalarına dayalı olarak girişim kültürünün gelişmesine yönelik faaliyetler piyasa ekonomisinde belirlenen hedeflere ulaşmak amacıyla, önem kazanmaya başlamıştır. Bu konuda Japonya, Güney Kore deneyimleri önemli örnekler olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu ülkeler kalkınma sürecine geç girmiş olsalar bile, girişimcilik kültürünü geliştirerek farklı kurumsal yapılar altında farklı alanlarda ortaklıklar yoluyla bir gelişim sağlamışlardır. Bundan dolayı söz konusu ülkelere ait gelişim süreci "ekipleşmeye dayalı girişimcilik" olarak tanımlanabilir. Bu süreç küreselleşme süreciyle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde de ortaya çıkmaya başlamıştır. Dışa açık ekonomilerde dışarıdan gelen rekabetten dolayı ölçeklerin büyümesinin gerekliliği farklı alanlarda ya da aynı alanda faaliyet gösteren girişimcilerin bir araya gelerek ülkenin rekabet gücünün artmasına yol açması beklenmektedir. Buradan hareketle bu çalışmada bir olay çalışması olarak bu sürece örnek olan Kuyumcukent Gayrimenkul Yatırımları A.Ş.'nin (KUYAŞ) kurumsal yapısının gelişimi bir örnek olay olarak ele alınmaktadır. Bir örnek olay olarak KUYAŞ'ın Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler açısından sağlamış olduğu bulgular vardır. Bunlardan ilki, sermaye birikiminin hızlanmasına dönük olarak girişimcilerin bir araya getirilmesinin şirketleşme, kurumsallaşma gibi süreçleri sağlıyor olmasıdır. İkincisi ise, şirketlerin iç fonlarının bir tasarruf olarak sermaye birikim sürecine katılmasını sağlamasıdır.

** Genel Müdür, SMM Bilişim ve Finansal Hizmetler A.Ş., Gazi Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu, Dr., Yarı Zamanlı Öğretim Üyesi, sbozkus@gmail.com*

Başka bir ifadeyle, ülkenin tasarruflarının artmasını sağlamasıdır. Bu çerçevede bu çalışmada kurumsallaşmanın ve şirketlerde kurum kültürünün gelişmesinin sermaye birikiminin hızlanmasında önemli bir katkı sağlayacağı yönündeki bulgu da ortaya konmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Kurumsal Yönetim, Yapı Kooperatifi, Kurum Kültürü*

Jel Kodları: *G20, G23, M40*

Governance Process At Building Cooperatives: The Case Of KUYAS

Extensive Summary

Today, economics has begun to regard "entrepreneurship" and "entrepreneurs" as a fundamental factor of production in the production process. Historically, activities aimed at improving enterprise culture based on the development policies of countries have begun to gain importance in order to reach goals targeted in market economies. In this regard, Japan and South Korea experiences are emerging as remarkable examples. Even if these countries have started to go through development process late, they have made progress, improving entrepreneurship culture by way of cooperations in different fields under different corporate structures. Consequently, the improvement process of the countries aforesaid, can be qualified as "entrepreneurship based on team formation". This process has started to manifest itself in developing countries, in which Turkey ranked, in connection with that of globalization too. In the open economies, in the face of vitality of scale-up with enterprises owing to global competition, it has been expected that entrepreneurs operating in different fields of activity or in the same field, will have joined forces with each other, whereby competitive capacity of the country would be likely to grow stronger. Thus, in this paper the development of corporate structure of Kuyumcukent Gayrimenkul Yatırımları A.S. (KUYAS) being epitomic for that process, has been handled as case study. There is a notion relevant to developing countries, in which Turkey ranked, provided by the case of KUYAS. The first of these, bringing entrepreneurs close together to serve purpose of speeding accumulation of capital up, paves the way for processes such as incorporation and governance. Latter, it

ensures participation of company's internal funds with saving function to capital accumulation process. In other words, it ensures increase of national savings. Within this scope, in this paper it was also put forth that corporate governance and improvement of corporate culture within companies would make a big contribution to accumulation of capital.

Keywords: *Corporate Governance, Building Cooperative, Corporate Culture*

TÜRKİYE'DE ÜRÜN İHTİSAS BORSACILIĞI VE LİSANSLI DEPOCULUK SİSTEMİ

Furkan KAYHAN - Cemil ŞENEL** - Abdurrahman OKUR****

Genişletilmiş Özet

Türkiye Dünya üzerindeki konumu bakımından bir çok tarım ürünün yetiştirilmesine uygun iklim ve ekolojik özelliklere sahip olup bu yönü ile tarımsal üretim açısından avantajlı bir konuma sahiptir. Bunun yanı sıra ülke içerisindeki toplam istihdamın önemli bir payının tarım sektörü içerisinde yer alması tarımsal üretimin gelişmesi adına bir diğer önemli faktördür. Türkiye ekonomisi açısından önemli bir yere sahip olan tarımsal ürün piyasamızın gelişmesi süreci içerisinde modern altyapıya sahip sistemleri oluşturmak, müesseseleri kurmak ve bu konular ile ilgili entegre projeleri hayata geçirmek son derece önem arz etmektedir. Türkiye'de Tarım Ürünleri Lisanslı Depoculuk Kanunu ile ürün sahiplerinin sağlıklı ve sigortalı depo imkânına kavuşması, mahsullerin kalitesinin korunabileceği bir biçimde depolanması için yaygın bir sistemin oluşturulması, tarım ürünleri ticaretinin standartları belirlenmiş ürünler üzerinden yapılması ve kaliteli üretimin teşvik edilmesi amaçlanmıştır.

Bunların yanı sıra tüccar ve işletmelerin ihtiyaç duydukları miktar ve kalitedeki tarım ürünlerine istenen zamanda ulaşabilmeleri için uygun bir sistemin oluşturulması planlanmıştır. Tarım Ürünleri Lisanslı Depoculuk Kanunu 2005 yılında yayımlanmış olmasına rağmen ilk lisanlı depo şirketi 2010 yılında TMO ve TOBB ortaklığı ile kurulmuştur. TMO-TOBB ortaklığı ile kurulan lisanslı depolar örnek teşkil etmiş olup, sağlanan vergi avantajları, depo, kira ve faiz desteği son yıllarda

** Araştırma Görevlisi, GAZİ ÜNİVERSİTESİ, Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu, Bankacılık Bölümü furkankayhan@gazi.edu.tr*

*** Dr., GAZİ ÜNİVERSİTESİ, Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu, Bankacılık Bölümü cemilsenel@gazi.edu.tr*

**** Yrd. Doç. Dr., GAZİ ÜNİVERSİTESİ, Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu, Bankacılık Bölümü okur@gazi.edu.tr*

lisanslı depoculuğa duyulan ilgiyi artırmıştır. 2017 yılı itibariyle 89 lisanslı depo işletmesine kuruluş izni verilmiş olup, bunlardan 30 lisanslı depo işletmesine lisans verilip faaliyetlerine geçmeleri sağlanmıştır. Türkiye'nin farklı illerinde faaliyet göstermekte olan söz konusu 30 lisanslı depo işletmesi hububat, baklagiller, yağlı tohumlar, pamuk, zeytin ve zeytinyağının depolanmasına aracılık etmektedir.

Mevcut durumda toplam depo kapasitesi 1 256 200 ton iken, kurulan tüm şirketlere lisans verilmesi halinde toplamda 8 180 400 tonluk depo kapasitesinin oluşturulması planlanmaktadır. Lisanslı depoculuk sisteminin yaygınlaşması ve gelişmesi süreci içerinde ülkemiz açsından önde gelen, depolanmaya uygun nitelikteki diğer tarım ürünlerinin sisteme dâhil edilip, bu ürünler üzerinden de uygun depolama koşulların sağlanması oldukça önemlidir.

Bunun yanı sıra Türkiye açısından lisanslı depoculuk sistemi geçmişinin yeni olması nedeniyle gerek üreticiler gerekse sektör açısından tanınması, sistemin amacına uygun olarak faaliyet göstermesi ve lisanslı depoların optimum doluluk oranına ulaşabilmesi adına eğitim ve tanıtım faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi son derece önem arz etmektedir. Ayrıca Tarım Kredi Kooperatifleri ve Toprak Mahsulleri Ofisi'nin lisanslı depoculuk sistemine sağlayacağı katkılar lisanslı depoların ülke geneline yayılması açısından oldukça önemlidir.

Tarımsal ürün piyasamızın küresel ölçekte gerçekleşen önemli değişimlere uyum sağlayabilmesi açısından bir diğer önemli faaliyet de yakın dönemde, kurulmasına ilişkin kararın alındığı ürün ihtisas borsacılığı sistemidir. Söz konusu ürün ihtisas borsacılığı ile lisanslı depoculuk kapsamındaki tarımsal ürünlerin ulusal ve uluslararası düzeyde pazarlanmasına imkân tanıyacak, ürünlerin gerek fiziksel olarak gerekse elektronik ürün senetleri aracılığıyla alınıp satılmasını sağlayacak ve tarım ürünlerinin ticaretini kolaylaştıracak bir sistemin oluşturulması amaçlanmaktadır.

Ürün ihtisas borsacılığın yaygınlaşıp, gelişebilmesi, yüksek işlem hacimlerine ulaşabilmesi ve giderek üreticiler tarafından tercih edilen bir sistem halini alabilmesi, lisanslı depoculuk sisteminin ürün ihtisas borsacılığı sistemi ile entegre bir biçimde çalışması ve bu sistemler hakkında üreticilerin bilgi edinmesini sağlayacak eğitim ve tanıtım faaliyetlerinin yerine getirilmesi gibi konular ile yakından ilişkilidir. Tüm bu anlatımlar ışığında Türkiye tarımı ve ekonomisi açısından

oldukça önemli olan lisanslı depoculuk ve ürün ihtisas borsacılığı sistemleri ile tarımsal ürün piyasamızın giderek gelişebilmesi ve işlerlik kazanması ve böylece Türkiye'nin içinde bulunduğu bölge bakımından tarım ürünlerinin ticaret merkezi halini alabilmesi adına önemli adımlar atılmış olacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Ürün İhtisas Borsacılığı, Lisanslı Depoculuk Sistemi, Elektronik Ürün senedi, Ürün Borsalarını Geliştirme Projesi, Türkiye Tarım Piyasasında Sürdürülebilir Kalkınma*

Jel Kodları: *Q01, Q02, Q13, Q14*

Product Specialized Stock Exchange and Licensed Warehousing System in Turkey

Extensive Summary

Turkey has an advantageous position in terms of agricultural production with its climate and ecological characteristics suitable for the cultivation of many agricultural products in terms of its position on the world. In addition, the fact that a significant share of total employment in the country is included in the agricultural sector is another important factor in the development of agricultural production. It is crucial to establish systems with modern infrastructure, to establish institutions and to pass on integrated projects related to these issues within the development process of our agricultural product market which has an important place in terms of Turkish economy. With the Agricultural Products Licensed Warehousing Law in Turkey, it is aimed to obtain a healthy and insured warehouse possession for the owners of products, to establish a common system to store the quality of the crops in a form in which the quality of the crops can be preserved, to make the trade of agricultural products with the products whose standards are specified and to encourage quality production. In addition to these, it is planned to establish a suitable system so that the merchants and businesses can access the amount and quality agricultural products they need at any time. Although "The Agricultural Products Licensed Warehousing Law" was published in 2005, the first licensed warehouse company was established in 2010 with TMO and TOBB partnership. The licensed warehouse established with the TMO-TOBB partnership

has set an example and the provided tax benefits, warehouse, rent and interest support have increased the interest in the licensed warehouse in recent years. As of 2017, 89 licensed warehouse operations have been granted establishment permits and 30 licensed warehouses have been granted licenses to operate them.

The 30 licensed warehouse operations that are operating in different regions of Turkey are intermediating in the storage of cereals, legumes, oilseeds, cotton, olives and olive oil. In the current situation, the total warehouse capacity is 1 256 200 tons, and if all the companies established are licensed, it is planned to create a total of 8 180 400 ton storage capacity. During the process of proliferation and development of licensed warehousing system, it is very important to include the other agricultural products, which are prominent in our country and suitable for warehousing, to the system and to provide suitable warehousing conditions through these products. In addition to this, due to the fact that the licensed warehousing system in Turkey is new, it is very important to be known by both producers and the sector, and to perform training and promotion activities to make the sector operate in accordance with its purpose and the optimum occupancy rate of licensed warehouses can be reached. Besides, the contributions of the Agricultural Credit Cooperatives and the Soil Crop Office to the licensed warehousing system are very important in terms of spreading licensed warehouses throughout the country.

Another important activity in terms of enabling our agricultural product market to adapt to the significant changes taking place on a global scale is the product specialist stock exchange system in which the decision on its establishment is taken in the recent period. It is aimed through aforementioned product specialization market to create a system which will allow the marketing of agricultural products within the scope of licensed warehouses at national and international levels, ensure that the products are physically bought and sold through electronic product notes and facilitate the commerce of agricultural products.

The issues such as the expansion and development of product specialization stock market and its access to high transaction volumes and gradually becoming a preferred system by producers are closely related to the operation of licensed warehousing system with the product specialization stock market in an integrated manner and the fulfillment

of training and promotional activities to enable producers to obtain information about these systems. With all these narratives, important steps will be taken in order to enable our agricultural product market to gradually develop and function with the licensed warehousing and commodity specialized stock exchange systems which are very important in terms of agriculture and economy of Turkey and thus to become the commercial center of agricultural products in terms of the region in which Turkey is located.

Keywords: *Product Specialized Stock Exchange, Licensed Warehousing System, Electronic Product Bill, Product Exchange Development Project, Sustainable Development In Agriculture Of Turkey*

I. OTURUM : Sosyal Ekonomi Bölgesel Gelişimi İçin Ağlar

2ND SESSION : Networks for Regional Development of Social Economy

Sosyal Ekonomi Bölgesel Gelişimi İçin Ağlar

Oturum Başkanı

Doç.Dr. Mehmet BAŞ

Sürdürülebilir Kalkınma İçin Çiftçiliğin Özendirilmesi Ve Tarımsal Örgütlenmenin Önemi: Türkiye'deki Kooperatifçilik Uygulamalar
Encouragement Of Farming And Importance Of Agricultural Organization For Sustainable Development: Cooperative Practices In Turkey

Ayten Esra ZEYREK

Özel Hastanelerde Çalışan Sağlık Personelinin Kurumlarında Uygulanmakta Olan Performans Değerlendirme Sistemlerine Duydukları Memnuniyet Ve Bir Örnek Uygulama
Satisfaction With Performance Evaluation Systems Applied To Health Personnel Working In Private Hospitals And An Example Application

Öğr. Gör. Sinem CANOL Doç.Dr. Pelin VARDARLİER

Kalıpyargıları Çevrimiçi Yıkanlar: Sosyal Medya'da Kadın Girişimciler
Overthrowing Stereotypes Online: Women Entrepreneurs In Social Media

Araş.Gör.Gülfiz Ergin DEMİRDAĞ Araş.Gör.Ahmet DEMİRDAĞ

Psikolojik Sermayenin İş Erteleme Davranışı Üzerindeki Etkisi; Hemşireler Üzerinde Bir Araştırma
The Impact Of Psychological Capital On Job Postponement Behavior; A Research On Nurses

Doç.Dr.Metin KAPLAN Öğr. Gör.Hatice UÇAK

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinde Hayvansal Üretim Ve Hayvansal Ürünler Ticaretinin İncelenmesi
Investigation Of Animal Production And Animal Products Trade In Turkish Republic Of Northern Cyprus

Dr.Hayati BAŞARAN Dr.Burçin BAŞARAN

Gün : 5 Ekim 2017, Perşembe
Saat : 16:00-17:30
Salon : Salon: 2
Yer : Hakkı Atamulu Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA İÇİN ÇİFTÇİLİĞİN ÖZENDİRİLMESİNİN VE TARIMSAL ÖRGÜTLENMENİN ÖNEMİ: TÜRKİYE'DEKİ KOOPERATİFÇİLİK UYGULAMALARI

Ayten Esra ZEYREK - Memnune Sıla ÜLTANIR**

Sürdürülebilir kalkınma, son otuz-kırk yıllık süreçte dünya genelinde en fazla tanımı yapılmaya çalışılan kavramlardan birisidir.

Sürdürülebilir kalkınma kavramına ilişkin görüşler ilk olarak 1980 yılında yayınlanan "Dünya Koruma Stratejisi Raporu" sonrasında gelişmeye başlamış ve "Ortak Geleceğimiz" Raporuyla daha geniş kullanım alanı bulmuştur.

İlk zamanlarda çevresel hassasiyetler ile ekonomik büyümeyi birleştirmeyi öngören bu kavram daha sonra eşitlik, adalet, sağlık, eğitim gibi sosyal konuları da içerisine almıştır.

Böylece, sürdürülebilir kalkınma kavramı iktisadi, sosyal ve çevresel boyutları ile çok boyutlu bir olgu haline gelmiştir.

Kavramın iktisadi tarafı, insan refahının yükseltilmesini; sosyal taraf, insan ilişkilerinin kuvvetlendirilmesini; çevre tarafı ise ekosistemlerin korunmasına ilişkin boyutları ifade etmektedir.

Sürdürülebilir kalkınmada konsepti ile tarım sektörü arasında çok güçlü bağların olduğu görülmektedir.

Dünya nüfusunun artması, gıdaya daha fazla ihtiyaç duyulmasıyla birlikte güvenilir gıdaya herkes tarafından ve çevreye duyarlı bir şekilde ulaşılması gerekliliğini doğurmuştur. Yeterli tarımsal üretimin yapılabilmesi, güvenilir gıdanın bireylere sunulması ve aynı zamanda çevrenin korunması ise çiftçilik faaliyetlerinin sürdürülmesiyle yakından ilgilidir.

---

* *T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı*

** *T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı*

Kırsal yerleşimde çiftçilik yaparak geçimini sağlayan bireylerin varlığı ve onların refah düzeylerinin artması, tarımsal üretimin devamını sağlayan en önemli etkenlerdendir.

Çünkü tarım sektörü, doğa koşullarına doğrudan bağlıdır ve kırsalda tarım dışı iktisadi faaliyetlerin çeşitliliği sınırlı kalmaktadır.

Tüm dünyada tarımın sanayi ve hizmet sektörlerine göre milli hasılada ve istihdam bakımından payı düşmektedir.

Ancak sanayi ve hizmet sektörünün tarımdan bağımsız olarak büyümesi de mümkün görünmemektedir.

Özellikle, az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için tarım sektörü etkisini halen devam ettirmektedir.

Bu bağlamda, çiftçiliğin özendirilmesi ve genç çiftçi sayısının arttırılması tarım politikalarının sağlıklı bir şekilde yürütülmesi için büyük önem arz etmektedir.

Çünkü tarım, kırsalın en önemli iktisadi, sosyal ve çevresel faaliyetlerini oluşturmaktadır.

Çiftçiliğin devamı ve bu alanda faaliyet gösteren bireylerin yaşam şartlarının daha iyi konuma gelmesinde ise tarımsal örgütlenin önemi büyüktür.

Bu çerçevede, doğrudan ekonomik hayata katkısı, üreticilerden oluşması ve dayanışma içinde iş yapma kültürünü barındırması nedeniyle kooperatifler, çiftçilerin daha fazla gelir elde etmeleri ve tarımsal üretimin sürdürülebilirliği açısından çok önemli görevler üstlenmektedirler.

Ülkemizde tarımsal örgütlenme; tarımla ilgilenen kamu kurum/ kuruluşları, mesleki örgütlenmeler, sosyal amaçlı ve gönüllü örgütlenmeler ile ekonomik amaçlı örgütlenmeler başlıkları altında ele alınabilir.

Özellikle ekonomik amaçlı örgütlenmeler içeresindeki kooperatifler, üreticilerden/çiftçilerden oluşması nedeniyle doğrudan ekonomik hayata önemli katkıları olan kuruluşlardır.

Günümüzde gelişmiş birçok ülkede kooperatifler, özellikle tarım

sektöründe etkin bir şekilde faaliyette bulunmaktadır.

İnsan ihtiyaçlarının karşılıklı yardımlaşma ve dayanışma yoluyla giderilmesi ve özellikle ekonomik ve mesleki çıkarların korunmasını sağlayan kooperatifler, üreticilerin pazar gücünü arttırırken özellikle alt ve orta gelir grubundaki küçük tarım işletmelerinin (aile işletmeleri) ekonomik hayatta ayakta kalabilmelerini sağlamaktadırlar.

2016 Ülke Kooperatifçilik Raporu'na göre tarımsal amaçlı kooperatifler toplam kooperatiflerin %23'üne ve ortak sayısı ise bütün ortak sayısının %52'sine denk geldiği görülmüştür.

Tarımsal amaçlı kooperatifler, ortaklarının tohum, gübre, kredi, yem, zirai ilaç, makine gibi birçok ihtiyacını karşılamaktadırlar. Ülkemizde faaliyet gösteren tarımsal amaçlı kooperatifleri, Tarım Satış Kooperatifleri, Pancar Ekicileri Kooperatifleri, Tarım Kredi Kooperatifleri, Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri, Sulama Kooperatifleri, Su Ürünleri Kooperatifleri, Yaş Sebze ve Meyve Pazarlama Kooperatifleri olarak sıralayabiliriz.

Ülkemizde, tarımsal örgütlenme ve kooperatifleşmenin daha çok güçlenebilmesi ve etkin hale gelebilmesi için üreticilere, birlikte iş yapmanın faydaları ve getirileri hakkındaki gerekli bilgilerin ve örgütlenme bilincinin aktarılması gerekmektedir.

Bilgili, birlikte iş yapma kültürüne sahip ve çok sayıda üreticinin bir araya geldiği bir üretici topluluğu oluşturmak sürdürülebilir kalkınma açısından hayati öneme sahiptir.

Bu kapsamda, tarım sektöründe idari-mali ve teknik yönden kapasiteleri gelişmiş kooperatiflerin kurulması ve yaygınlaştırılması ülke tarımına büyük katkı sağlayacaktır.

Girişimcilik ve birlikte iş yapma kültürünün geliştirilmesine, yoksulluğun azaltılmasına, gelirin adil paylaşımına, kısaca sürdürülebilir kalkınmaya çok önemli katkıları olan kooperatiflerin, çiftçilerin özendirilmesinde ve tarımsal örgütlenmede çok etkin role sahip oldukları aşikârdır.

Bu çalışmada, sürdürülebilir kalkınma için çiftçiliğin özendirilmesi ve tarımsal örgütlenmenin önemi, Türkiye'deki kooperatifçilik uygulamaları ele alınarak vurgulanmaya çalışılacaktır.

Anahtar kelimeler: *Sürdürülebilir kalkınma, çiftçilik, tarımsal örgütlenme, tarımsal amaçlı kooperatifler, kooperatifçilik.*

ENCOURAGEMENT OF FARMING AND IMPORTANCE OF AGRICULTURAL ORGANIZATION FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT: COOPERATIVE PRACTICES IN TURKEY

Sustainable development is an important concept which has been discussing for last thirty-forty years.

The first opinions about sustainable development have started to be developed after World Conservation Strategy Report published in 1980 and Brundtland Report in 1987.

This concept, which in the early days was intended to unite economic sensitivities with economic growth, then included social issues such as equity, justice, health and education.

Thus, the concept of sustainable development has become a multidimensional phenomenon with its economic, social and environmental dimensions.

Economics side refers to welfare of people; social side refers to strengthening the relationship between people and environment side refers to conservation of ecosystems.

It is seen that there is link between the concept of sustainable development and agriculture.

Because of increasing the world population and being in need for more food, it is a necessity for all people to reach safe food by respecting the environment.

Sufficient agricultural production, supply of safe food and protection of environment are connected with the sustainable farming activities.

Living of people who get income by farming in the rural areas and remaining their livelihoods are the most important factors for continuation of agricultural production.

Because agriculture is directly linked to natural conditions and

workforce diversity is limited in the rural areas.

The ratio of agriculture in gross national product in comparison with industry and service sectors has been decreasing.

But it is not possible for growing of ındustry and service sectors separately agricultural sector.

Especially, agricultural sector has an important position for underdeveloped and developing countries.

In this regard, it can be encouraged farming activities and increasing the number of young farmers.

Because agriculture is formed by activities of economics, social and environment in rural areas.

Agricultural organization is the key factor for continuation of farming activities and reach of the best livelihood standards for farmers. Within this framework, cooperatives contribute economic benefits to their members and support solidarity.

In our country, agricultural organization is examined under the titles of state institutions, occupational, voluntary, and economic organizations.

Especially, cooperatives in economic organizations contribute to the economic life directly. Nowadays, cooperatives operate in the agricultural sector in many developed countries.

Cooperatives that aim to supply the human needs with mutual assistance and solidarity increase the bargaining power of the producers.

So, small farming enterprises could survive in the economic life. According to 2016 Turkey' Cooperative Report, agricultural cooperatives are 23% of all cooperatives. In addition, number of members corresponds 52 % of all cooperatives members.

Agricultural cooperatives supply with many needs of their members such as seed, fertilizer, pesticide, machine and credit.

We can categorize the agricultural cooperatives as agriculture sales

cooperatives, beetroot cooperatives, agricultural credit cooperatives, agricultural development cooperatives, irrigation cooperatives, aquaculture cooperatives and fresh fruit and vegetable marketing cooperatives.

For the development of agricultural organization and cooperatives, producers must be trained about co-operative culture and organizational awareness. It is essential for the sustainable development to create producer organizations that are consisted of many well-informed and having co-operated culture producers. In this context, the establishment of the advanced cooperatives that have administrative, financial and technical capacities will contribute to the agricultural sector in our country.

Consequently, cooperatives have many contribution to the development of entrepreneurship and co-operative culture, poverty reduction, fair share of income namely sustainable development. Accordingly, cooperatives have an important role in encouragement of farming and agricultural organization.

In this study, encouragement of farming and the importance of agricultural organization try to be emphasized with cooperative practices in Turkey.

Keywords: *Sustainable development, farming, agricultural organization, agricultural cooperatives, cooperative.*

ÖZEL HASTANELERDE ÇALIŞAN SAĞLIK PERSONELİNİN KURUMLARINDA UYGULANMAKTA OLAN PERFORMANS DEĞERLENDİRME SİSTEMLERİNE DUYDUKLARI MEMNUNİYET VE BİR ÖRNEK UYGULAMA

Sinem CANOL*-Pelin VARDARLIER**

ÖZET

Performans değerlendirme uygulamaları zaman içerisinde dönüşüme uğrayarak işletme içerisinde önemini ve uygulama alanını arttırmıştır.

Performans değerlendirme uygulamaları küreselleşme ile birlikte önem kazanarak özel sektörde uygulanma alanı artmaya başlamıştır.

İşletmeler için en önemli unsur sahip olduğu insan kaynağıdır ve bu insan kaynağını en etkili ve en verimli şekilde kullanma amaçları vardır.

Bu nedenle personelin işi yapmada ne derece başarılı olduğu, iş görme yeteneklerinin ne olduğunu görmek işletme için önemlidir.

İnsan kaynakları fonksiyonlarının en önemli unsurlarından olan performans değerlendirmenin bireyi ve örgütü ortak amaç ve hedefler doğrultusunda birleştirmesi nedeniyle etkinliğinin ve verimliliğinin ölçülmesi büyük önem taşımaktadır.

Performans değerlendirme uygulamalarının personelin etkinliğinin ve verimliliğinin ölçülmesini sağlaması işletmelerde performans değerlendirme uygulamalarını vazgeçilmez kılmıştır.

Performans değerlendirme işletme açısından değerli olduğu kadar

* *Öğr.Gör., İstanbul Ayvansaray Üniversitesi, İnsan Kaynakları Yönetimi, sinemcanol@ayvansaray.edu.tr*
** *Yrd.Doç.Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi, İnsan Kaynakları Yönetimi, pvardarlier@medipol.edu.tr*

personel içinde değerlidir.

Personel yaptığı işin çıktılarını ve başarılarının sonuçlarını görmek isteyerek kariyer planlamasında performans değerlendirmenin etkili olmasını beklemektedir .

Bu nedenle uygulanan sistemin ve performans değerlendirmenin etkin yapılabilmesi için değerlendirme yapacak kişinin, değerlendirme kriterlerinin ve değerlendirme yönteminin ne olacağının belirlenmesi gerekmektedir.

Değerlendirme sonucunda hem firmanın hem de personelin var ise eksik yönleri, personelin yetkinliğini geliştirmesi gereken yönleri de belirlenmiş olur. Bu bağlamda performans değerlendirme işletmenin ve çalışanın karşılıklı etkileşim içerişinde bulunduğu bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır.

Günümüz sağlık hizmetlerinin rekabetçi bir hal alması nedeniyle insanların sağlık hizmetlerinden beklentileri artmıştır. Sağlık sektöründe ise performans değerlendirme çıktılarının en çok etki ettiği meslek grubu ise sağlık personelidir.

Sağlık hizmetleri yoğun maliyet ve yoğun iş gücü gerektirmesi ve artan talep nedeniyle nedeniyle sağlık hizmetlerinde performans değerlendirme uygulamaları kaçınılmaz hale gelmiştir.

Özel hastaneler arasında artan rekabet nedeniyle insanların ihtiyaçlarını kalite, miktar ve hizmet olarak en iyi şekilde karşılama gerekliliği ortaya çıkmıştır. Performans değerlendirme ile sektördeki mevcut insan kaynağı ve diğer kaynakların en etkin şekilde kullanılması sağlanmaktadır.

Sağlık hizmetlerinde hastaneler ve sağlık çalışanları insan yaşamında önemli bir yere sahip olup aynı zamanda kaynakları etkin kullanılması halinde toplumun sağlık düzeyini yükselterek sağlık hizmeti maliyetlerini, hizmet kullanımını, hizmetin kalitesini, sağlık çıktısını arttırarak ülke ekonomisine de olumlu yönde katkı sağlamaktadır.

Günümüzde sağlık sektörünün en önemli sorunlarından biri verilen hizmet kalitesine önem verilmemesi ve buna bağlı olarak kaynakların etkin ve verimli bir şekilde kullanılamamasıdır.

Bu nedenle işletilen performans değerlendirme sistemlerine hasta memnuniyeti, kaliteli bir sağlık hizmeti sunmak, sahip olunan kaynakları verimli bir şekilde kullanmak gibi kriterler de eklenerek hasta ve sağlık personelinin memnuniyet düzeyleri arttırılmaya ve sübjektifliğin etkisi daha da azaltılmaya çalışılmaktadır.

Sağlık sektöründe uygulanmakta olan performans değerlendirme sistemleri kurumlara göre farklılıklar göstermektedir çünkü performans değerlendirme yöntemleri klasik ve çağdaş yöntemler olarak ayrışmaktadır.

Özel sektörde uygulanmakta olan performans değerlendirme sistemleri bu yöntemlere ve günümüz İnsan Kaynakları uygulamalarına uygun düşmektedir.

Bu çalışmanın amacı özel sektör hastanelerinde uygulanan performans değerlendirme sistemlerini inceleyerek, sağlık personelinin performans değerlendirme sistemlerine olan memnuniyet düzeylerini ortaya koymaktır.

Çalışmada öncelikle performans değerlendirme konusuyla ilgili olarak kapsamlı bir inceleme yapılmış ve "Performans Değerlendirme Kavramı" başlığı altında sunulmuştur.

Çalışmanın diğer bölümlerinde ise performans değerlendirme yöntemleri, sağlık sektöründe sistemin etkinliğine etki eden faktörler ve çalışanların sisteme yönelik algı ve memnuniyet düzeylerine ilişkin ,açıklamalar ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Son bölümde olasılıklı örnekleme yöntemi ile özel hastanelerde çalışan sağlık personeline performans değerlendirme sistemlerine duydukları memnuniyeti ölçmek amacıyla anket uygulanarak önerilerde bulunulmuştur.

Bu çalışmanın araştırma kısmında; Çakmak ve Biçer (2006) tarafından literatür taraması ile performans değerleme alanında daha önceden yapılmış çalışmaların bir incelemesi yapılarak oluşturulmuş anket formu kullanılmıştır.

Anket olasılıklı örnekleme yöntemi ile özel sektör hastanelerinde çalışan sağlık personeline uygulanarak sonuçları SPSS'de yorumlanmıştır.

Kısaca, performans değerlendirme kapsamlı bir şekilde ele alınarak, özel sektörde uygulanmakta olan performans değerlendirme sistemleri incelenerek sağlık personeli üzerinden detaylı bir araştırma gerçekleştirilmiş ve elde edilen sonuçlar değerlendirilerek hastanelerimizde uygulanacak performans değerlendirme sistemleri için bir kaynak oluşturulmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: *Performans Değerlendirme, Sağlık Sektörü, Sağlık Personeli, Memnuniyet, İnsan Kaynakları Yönetimi*

Jel Kodları: *O15,E24,J24,I1,L25*

SATISFACTION WITH PERFORMANCE EVALUATION SYSTEMS APPLIED TO HEALTH PERSONNEL WORKING IN PRİVATE HOSPITALS AND AN EXAMPLE APPLICATION

Extensive Summary

Performance evaluation applications have been transformed over time, increasing the importance and application area within the enterprise. Performance evaluation practices have gained importance in conjunction with globalization and the area of implementation in the private sector has begun to increase.

The most important element for business is the human resource it has and aims to use this human resource in the most effective and efficient way.

Therefore, it is important for business to see what the staff is capable of doing the job, what their job vision is.

Performance evaluation, which is one of the most important elements of human resources functions, is of great importance to measure effectiveness and efficiency because of the combination of the organization and the organisation in line with the common objectives and objectives.

Performance evaluation applications have made the performance evaluation applications indispensable in enterprises ensuring the effectiveness and efficiency of the staff is measured.

Performance evaluation is valued within the staff as much as it is valued in terms of business.

The staff expects to see the outcomes of their work and the achievements of performance evaluation in career planning.

Therefore, it is necessary to determine the evaluation criteria and evaluation method of the person who will evaluate the system and performance evaluation to be performed effectively.

As a result of the evaluation, the missing aspects of both the company and the staff are determined to improve the competence of the staff. In this regard, performance evaluation is a system where the business and the employee engage in mutual interaction.

Due to the competitive health of today's healthcare services, the expectations of human health have increased.

The health sector is the most affected by the performance evaluation outputs and the occupational group is the health staff. Health services have become inevitable due to the intensive demand for cost and intensive workforce, and performance assessment practices in healthcare services due to increased demands.

Due to the increasing competition among private hospitals, it has emerged to meet the needs of the people in the best way as quality, quantity and service.

Performance evaluation provides the most effective use of the current human resource and other resources in the sector.

Hospitals and healthcare professionals have an important place in human life and also improve the health care costs, service usage, the quality of the service in the event of effective use of resources.

Contributes positively to the country's economy by increasing health output.

Today, one of the most important problems of the healthcare sector is not to be given importance to the quality of service and, depending on the effective and efficient use of resources. Therefore, the satisfaction levels of patient and health personnel by adding criteria such as patient satisfaction, providing quality health service to the performance

evaluation systems, and using the resources that are owned efficiently The effect of increased and subjective effects is further reduced.

The performance assessment systems that are being applied in the healthcare sector differ according to the institutions, because performance evaluation methods are divided into classical and contemporary methods.

The performance assessment systems applied in the private sector are suited to these methods and today's human resources applications.

The aim of this study is to examine the performance assessment systems applied in private sector hospitals to reveal the level of satisfaction of health personnel to performance evaluation systems. In the study, a thorough review of the performance assessment was conducted and presented under the title "Performance evaluation Concept". In other departments of the study, performance evaluation methods, factors affecting the effectiveness of the system in the healthcare sector and the level of perceptions and satisfaction of the employees are tried to be revealed.

In the last chapter, a questionnaire was applied to measure the satisfaction of the health personnel working in private hospitals with the probability sampling method and the performance evaluation systems.

In the research section of this study; The survey form was created by the literature screening by Çakmak and Biçer (2006) and conducted a review of the previously conducted studies in the field of performance valuation.

The questionnaire is applied to the health personnel working in private sector hospitals with probability sampling method and the results are interpreted in SPSS. In short, the performance evaluation has been examined extensively and the performance assessment systems that are being applied in the private sector have conducted detailed research through health personnel and the results obtained Evaluation of the performance evaluation systems to be applied in our hospitals.

Keywords: *Performance Evaluation, Health Sector, Health Personnel, Satisfaction, Human Resources Management*

KAYNAKÇA

Ünsar, A. S. (2015). İnsan Kaynakları Yönetimi ve Çağdaş Güncel Konular.

Uyargil, C. vd. (2010). İnsan Kaynakları Yönetimi.

Ergeneli, A. vd. (2014). İnsan Kaynakları Yönetimi.

Ateş, H., & Kırılmaz, H. (2015). Sağlık Personelinin Performans Yönetimine İlişkin Görüşleri Üzerinde Kişisel Faktörlerin Etkileri. Amme İdaresi Dergisi, 48(4), 97–128.

Akçakanat, T. (2009). İnsan Kaynakları Yönetiminde Performans Değerlendirme: Isparta İl Emniyet Müdürlüğü'nde Bir Uygulama.

Camgöz, S. M., & Alperten, İ. N. (2006). 360 Derece Performans Değerlendirme ve Geri Bildirim: Bir Üniversite Mediko-Sosyal Merkezi Birim Amirlerinin Yönetsel Yetkinliklerinin Değerlendirilmesi Üzerine Pilot Uygulama Örneği. Yönetim ve Ekonomi, 13(2), 191–212.

Recep YÜCEL. (1999). İnsan Kaynakları Yönetiminde Başarı Değerlendirme. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(3), 110–128

Temür, Y., & Bakirci, F. (2008). Türkiye'De Sağlık Kurumlarının Performans Analizi: Bir Vza Uygulaması. Sosyal Bilimler Dergisi /, 10(3), 261–282.

Aydın, S. (2008). Sağlıkta performans: Ne için, nereye kadar? Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü, 6, 34–37.

Kestane, D. (2003). Performansa Dayalı Ücret Sistemi ve Kamu Kesiminde Uygulanabilirliği. Maliye Dergisi, 142, 126–144.

M.Akif Helvacı. (2002). Performans Yönetimi Sürecinde Performans Değerlendirmenin Önemi. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi, 35(1–2), 155–169.

Çakmak, F. (2005). Performans Değerleme Sistemi Etkinliğinin Değerleyici Ve Değerlenen Bakış Açısından İncelenmesi, 1–132.

Bakan, İ., & Kelleroğlu, H. (2003). Performans Değerlendirme - Çalışanların Performans Değerlendirme Uygulamalarından Beklentileri. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 8(1), 103–127.

Sedat, Y. (2008). Performans Değerlemesinin Etkinliğine Etki Eden Faktörlerin Tespitine Yönelik Alan Araştırması. Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları, 6(10), 44–62.

Yelboğa, A. (2006). Kişilik Özellikleri Ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. "İş,Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 8(2), 196–211.

Sani Mert, I. (2011). Çalışanların Performans Değerlendirme Sisteminin Çıktı ve Engellerine Yönelik Algıları. Business and Economics Research Journal, 2(3), 87–108. Retrieved from www.berjournal.com

Tunçer, P. (2013). Örgütlerde Performans Değerlendirme Ve Motivasyon. Sayıştay Dergisi, 88, 87–108.

Kırılmaz, H. (2013). Hasta Memnuniyetini Etkileyen Faktörlerin Sağlık Hizmetlerinde Performans Yönetimi Çerçevesinde İncelenmesi: Poliklinik Hastaları. Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 4(1), 11–21.

KALIPYARGILARI ÇEVRİMİÇİ YIKANLAR: SOSYAL MEDYA'DA KADIN GİRİŞİMCİLER

Gülfiz Ergin DEMİRDAĞ* - Ahmet DEMİRDAĞ**

Genişletilmiş Özet

Teknolojik gelişmelerle birlikte internet kullanımının artması ve sosyal medya araçlarının çoğalması girişimciler için yeni fırsatlar doğurmuştur.

Çoğunlukla evde üretim yapan kadınların el emeği ürünlerini farklı sosyal medya araçları (örn., Instagram, Facebook, Pinterest gibi) vasıtasıyla ekonomik açıdan değerlendirmeye başlaması kadın girişimciliği içinde incelenmesi gereken yeni bir alan olarak görülmektedir.

Bu çalışma kapsamında, girişimci kadınların girişimcilik hikâyelerinin paylaşıldığı ve onlar için girişimcilik, sosyal medya stratejileri, kişisel gelişim vb. gibi pek çok konuda bilginin paylaşıldığı bir web sitesi olan işBİLENKADIN'da (www.isbilenkadin.com) kadın girişimcilerle yapılmış röportajlar arasından seçkisiz olarak 15 tanesi seçilerek analize tabi tutulmuştur. Y

aşları 28 ile 54 arasında değişen örneklemdeki girişimci kadınların yaş ortalaması 36,69'dur (Girişimcilerden 2'si yaşını belirtmemiştir); 9'u (%75) eğitim durumunu lisans mezunu olarak, 3 kişi (1'er kişi; %8.33) ise yüksek lisans, yüksekokul ve lise mezunu olarak belirtmiştir (Girişimcilerden 3'ü eğitim bilgisini paylaşmamıştır.).

Kadın girişimcilerin faaliyet gösterdiği alanlar el emeği yoğun

* *Araş.Gör., Gazi Üniversitesi, İşletme Bölümü, gulfizer@gmail.com*
** *Araş.Gör.,Ankara Üniversitesi, Psikoloji Bölümü, ahmetdemirdag@yahoo.com*

alanlar olup takı, ahşap süsleme, çanta, giyim, seramik, minyatür bahçe (teraryum), çeyizlik, keçe ve kanaviçe süslemeler şeklinde farklılık göstermektedir.

Girişimciler; *kendi işini yapanlar, işini bırakıp girişimciliğe başlayanlar, ev hanımı iken girişimci olmaya karar verenler ve son olarak profesyonel işi ile birlikte girişimcilik faaliyetleri yürütenler olmak üzere dört farklı kategoriye ayrılabilir. Bu ayrıma göre örneklemdekilerin 6'sı (%40) ev hanımıyken girişimci olanlar, 5'i (%33,33) işinden ayrıldıktan sonra ya da emekli olduktan sonra girişimciliğe başlayanlar, 3'ü (%20) aldıkları eğitimle paralel olarak kendi işini yapanlar ve 1'i (%6,6) ise profesyonel işinin yanında girişimcilik faaliyetlerine devam edenler şeklinde birbirinden ayrılmaktadır.*

Örneklemde yer alan girişimci kadınların tamamı kişiye özel ürünler üretmektedir.

Girişimcilerin bir kısmı müşteri profilini tanımlarken cinsiyete ve yaşa dayalı bir ayrım yaparken, tüm girişimcilerin hem fikir olduğu nokta el emeğine önem veren, standartlaşmış ürünlerden sıkılan ve özgün tasarımlardan hoşlanan bir müşteri profilleri olduğudur.

Girişimcilerden 3'ü (%20) ise müşteri kelimesinden hoşlanmadığını, ürünleri satın alanları takipçi ya da arkadaşları olarak gördüğünü ifade etmektedir.

Röportaj soruları arasında yer alan "Girişiminiz için devlet ya da bu tarz destekler veren kuruluşlara başvurdunuz mu? Sizce bu konularda girişimcilere yeterince bilgi veriliyor mu?" sorusuna verilen cevapların tamamı girişimcilerin herhangi bir destek almadan girişimcilik yaptığını göstermektedir.

Bunun yanında örneklemde yer alan bir girişimci KOSGEB'in eğitimlerine katıldığını ve faydalı bulduğunu ifade ederken, girişimcilerin genelindeki kanı prosedürlerin uzun sürdüğü ve yorucu olduğu bunun yanında bu desteklerle ilgili yeterli bilgilendirmenin yapılmadığı yönündedir.

Bu veriler, Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM) tarafından 2008 yılında yayınlanan Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planı'nda de yer alan "Kadınların istihdam edilebilirliklerinin,

işgücü piyasasının ihtiyaçları doğrultusunda eğitim, mesleki eğitim, girişimcilik eğitimi, yetişkin eğitimi ve aktif işgücü programları ile artırılması, ayrıca sosyal ve psikolojik danışmanlık, kamu kurumlarıyla tanışma, özgüven kazanma, çatışma çözme vb. konularda güçlendirme eğitimi verilmesi" (s.40) hedefinin 2017 yılında bile tam anlamıyla yerine getirilemediğine işaret etmektedir.

Son olarak örneklemde yer alan tüm kadın girişimcilerin sosyal medya'da (özellikle Instagram ve Facebook) hesabının bulunduğu çoğunluğunun bu mecraları satış kanalı olarak kullandığı görülmektedir. Bunun yanında örneklemdekilerden 3'ünün (%20) web sitesi de bulunmaktadır. Instagram ve Facebook gibi sosyal medya platformlarına ücretsiz ulaşıldığı ve web sitesinin tasarım, alan satın alma gibi masrafları olduğu düşünüldüğünde web sitesi sahibi girişimcilerin diğerlerine göre daha profesyonel bir çalışma anlayışı içinde oldukları söylenebilir.

Yine bu argümanı destekleyecek şekilde girişimcilerin 4'ünün (%26,66) ürün tanıtımını daha profesyonel şekilde yürüttüğü görülmektedir.

Bu girişimciler Instagram üzerinden "blogger"larla işbirlikleri yapmakta, geleneksel medya'da programlara katılarak ürünlerini tanıtmakta ya da profesyonel bir sosyal medya uzmanıyla çalışmaktadır.

Sonuç olarak girişimcilerin yaptıkları iş ve eğitim arka planları ile dört farklı kategoride yer aldığı, kadınların çoğunun lisans ya da yüksek lisans düzeyinde eğitim aldığı diğer bir deyişle eğitim düzeyinin yüksek olduğu görülmektedir.

Sosyal medyayı aktif olarak kullanan kadın girişimcilerin ürünleri, el emeği ve kişiye özel ürünler üreterek fabrikasyon ürünlerden farklılaşmaktadır.

Son olarak ise girişimcilerin herhangi bir kurum ya da kuruluştan destek almadan faaliyetlerine başladığı ve sürdürdüğü söylenebilir.

Anahtar Kelimler: *Kadın girişimcilik, girişimcilik, sosyal medya, sosyal medya girişimciliği, cinsiyet kalıpyargıları*

Jel Kodları: *J16, L26*

Overthrowing Stereotypes Online: Women Entrepreneurs in Social Media

Extensive Summary

Increased use of the Internet along with technological improvements and the rise of social media tools have created new opportunities for entrepreneurs.

This seems to have led women who mostly produced within their homes to utilize different social media tools (e.g. Instagram, Facebook, Pinterest) for their handcrafted products economically, which can be seen as a new channel/medium in women entrepreneurship.

In this study, interviews of women entrepreneurs on işBİLENKADIN (www.isbilenkadin.com) were analyzed, a web site where women's entrepreneurship experiences are shared as well as news and advice on several topics, including entrepreneurship, social media strategies, personal development, are provided.

Fifteen interviews out of 138 were randomly selected and analyzed. The average age is 36, 69 (range, 28-54; 2 of the entrepreneurs did not state their age); while 9 (75%) of the participants have a bachelor's degree, 3 of them (each %8, 33) have masters, college or high school degree (3 of the entrepreneurs did not state their education level).

Results indicated that the areas where women entrepreneurs operate are mainly hand work intensive areas, such as jewelry, wooden ornaments, bags, clothing, ceramics, terrarium, dowry, felt, and embroidered ornaments.

Entrepreneurs can be categorized in four categories based on how they started their entrepreneurship career:

1) those who do their own work from the very beginning,

2) those who start entrepreneurship after quitting their professional job,

3) those who decide to become entrepreneurs while being a housewife, and finally

4) those who carry out entrepreneurial activities along with their

professional job. Based on this classification, 3 (20%) are in the first category,

5 (33.33%) in the second, 6 (40%) in the third, and 1 (6.6%) in the fourth category.

All of the women entrepreneurs produce customizable products. Although some of them describe their customer profiles on the bases of sex and age, all of them share the same opinion that their customers are those who value handcrafted products, like original designs, and get bored of standardized products.

Three of the entrepreneurs (20%) said that they do not like the word "customer", and instead said that they see the buyers as followers or friends.

Among the interview questions, there is a question which is related to supports for entrepreneurs: "Do you apply to the state or any institutions that provide some kind of support for your enterprise? Are you adequately informed about entrepreneurs in these matters? ", All of the answers given by entrepreneurs show that they became entrepreneurs without any support.

However, although one entrepreneur stated that she participated in KOSGEB's trainings and found it useful, entrepreneurs generally believed that the procedures are long and exhausting and that there is not enough information about these supports.

This data shows that the objective of the National Action Plan for Gender Equality set by the General Directorate on the Status of Women (KSGM) in 2008, which is read as "Increasing the employability of women through training, vocational training, entrepreneurship training, adult education and active labor programs in line with the needs of the labor market; providing training on social and psychological counseling, making meetings with public institutions, helping them improve self-confidence, and conflict resolution abilities" (p.40), is not fully achieved even in 2017.

Finally, it is observed that most of the women entrepreneurs have social media accounts (especially Instagram and Facebook) and are using social media tools as sales channels. Furthermore, 3 (20%) of

them even have websites.

Given that social media platforms such as Instagram and Facebook are accessed for free and personal websites have costs with regards to its design, domain allocation, and maintenance, it can be said that website owner entrepreneurs are more professional oriented.

Again, supporting the argument above, 4 (26.66%) of the entrepreneurs advertise their products in a more professional manner.

These entrepreneurs collaborate with bloggers through Instagram, introduce their products through appearances on traditional media, or work with a professional social media expert.

In conclusion, the data indicate that entrepreneurs fall within four different categories with regards to their work area and education backgrounds, and that most of the women have undergraduate or graduate level, suggesting that they have generally a high level of education.

Products of women entrepreneurs who actively use social media differ from fabricated products in that they are handmade and personalized products.

Finally, it seems that the entrepreneurs started and maintained their activities without any support from any institution or organization.

Key Words: *Women entrepreneurship, entrepreneurship, social media, social media entrepreneurship, gender stereotypes*

KAYNAKÇA

İşBilenKadın (2017). Girişimci Kadınlar. https://www.isbilenkadin.com/girisimci-kadinlar/ (Erişim Tarihi: 10 Temmuz 2017)

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü (KSGM). (2008). Toplumsal cinsiyet eşitliği ulusal eylem planı 2008–2013. Ankara.

PSİKOLOJİK SERMAYENİN İŞ ERTELEME DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ; HEMŞİRELER ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Metin KAPLAN * - Hatice UÇAK **

Özet

Sağlık kuruşlarının hasta güvenliği açısından, tıbbi hatanın en az yaşandığı güvenilir bir hastane olabilmeleri ve hayatta kalabilmeleri için, istihdam ettikleri insan gücünün sahip olduğu eğitim, deneyim ve bilişsel yetenekler önem arz etmektedir.

Bu araştırmada, "çalışma hayatına özgü, ölçülebilir, geliştirilebilir ve yönetilebilir, olumlu bir kişilik özelliği" olarak ifade edilen psikolojik sermaye kavramı ve iş erteleme davranışı üzerinde durulmuştur (Öğüt, Kaplan; 2015; 88).

Pozitif örgütsel davranış kavramından türemiş olan psikolojik sermaye, bireyin pozitif psikolojik durumunu, gelişimini ifade eder (Met, 2010: 892).

Psikolojik sermaye;

(1) mücadele gerektiren görevleri başarmak için gerekli çabayı sarf edebileceğine dair kendine güven duyma (öz yeterlilik), (2) şu anda ve gelecekte başarılı olacağına dair olumlu yüklemede bulunma (iyimserlik), (3) başarmak için amaçlara giden yolları değiştirebilmek (umut) ve (4) sorun ve zorluklarla karşılaşınca başarılı olabilmek için güçlü durmak ve kendini toparlayabilmek (dayanıklılık) olarak tanımlanmıştır (Luthans vd., 2008: 223).

İş erteleme ise: İşleri yarına kadar erteleme, daha sonraya

**Doç. Dr. Nevşehir Hacıbektaş Veli Üniversitesi İİBF- e-posta: mkaplan@nevsehir.edu.tr*
*-**Öğr. Gör. Kapadokya Üniversitesi MYO - e-posta: haticeucak2008@gmail.com*
2. Bu çalışma 22.Milletlerarası

bırakma, ağırdan alma ve geciktirme anlamına gelmektedir.

Alan yazında erteleme davranışının öncülleri arasında; görevden kaçınma, belirsizlik, başarısızlık korkusu, düşük öz saygı gibi birçok değişkenin yanı sıra düşük öz yeterlilik de sayılmaktadır (Karacaoğlu, Kaplan 2013;339).

Sağlık çalışanlarından arzu edilen çıktıların elde edilebilmesi, pozitif bir psikoloji ile işini ertelemeden, zamanında ve doğru şekilde yapmalarına bağlıdır.

Bu bağlamda hemşireler, hastanın yaşamını etkileyen tıbbi tedavi ve bakım hizmetlerinin en vazgeçilmez kuralı olan işi zamanında ve doğru yapmakla yükümlüdürler.

Bu bağlamda temel araştırma sorusu şudur: Hastanelerde çalışan hemşirelerin iş erteleme davranışında psikolojik sermaye ne düzeyde etkilidir?

Bu araştırmanın amacı, Nevşehir ilinde faaliyet gösteren iki özel hastanede çalışan 80 hemşire örnekleminde psikolojik sermeyenin iş erteleme davranışı üzerindeki etkisini ortaya koymaktır.

Araştırma bulgularına göre, psikolojik sermeyenin alt boyutları olan umut, özyeterlilik, iyimserlik ve dayanıklılık boyutlarının iş erteleme davranışı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar sözcükler: *Psikolojik sermaye, iş erteleme, hemşire*

JEL: *M10-M12*

The Impact Of Psychological Capital On Job Postponement Behaviour; A Research On Nurses

Abstract

Education, experience, and cognitive abilities are important in terms of patient safety in terms of health behaviors, the human power they employ, so that they can become a reliable hospital with the least amount of medical error and survive.

In this research, the concept of psychological capital expressed

as "a characteristic of working life, measurable, developable and manageable, a positive personality characteristic" and the behavior of procrastination are emphasized (Öğüt, Kaplan; 2015; 88

Psychological capital, derived from the concept of positive organizational behavior, expresses the positive psychological state of the individual, development (Met, 2010: 892). Psychological capital; (Hope) to achieve self-reliance (self-sufficiency), (2) positively assuming that it will succeed at this moment and in the future (optimism), (3) and (4) being able to stand strong and recover (resistance) in order to be successful in the face of problems and difficulties (Luthans vd., 2008: 223).

Job postponement: Jobs mean postponement until tomorrow, postponement, take-over and delay. Among the precursors of postponement behavior in the field are; low self-sufficiency as well as many variables such as avoidance of duty, uncertainty, fear of failure, low self-esteem(Karacaoğlu, Kaplan 2013;339).

The ability to obtain desired output from healthcare professionals depends on positive psychology and timely and accurate postponement. In this context, nurses are obliged to make the most indispensable work of medical treatment and care services affecting the life of the patient on time and in the right way.

In this context, the basic research question is: What is the effect of psychological capital on postponement behavior of nurses working in hospitals?

The purpose of this study is to reveal the effect of psychological capital on postponement behaviors of 80 nurses' survey working in two private hospitals in business in Nevşehir.

According to the research findings, it has been determined that the dimensions of hope, self-efficacy, optimism and endurance which are the sub-dimension of psychological capital do not have a significant effect on job postponement behaviour.

Key Words: *Psychological capital, job postponement, nurse*

JEL: *M10-M12*

KAYNAKÇA

Akdoğan, Asuman ve Polatçı, Sema "Psikolojik sermayenin performans üzerindeki etkisinde iş aile yayılımı ve psikolojik iyi oluşun etkisi." Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 17.1 (2013).

Bitmiş, Gökhan (2015) "Psikolojik Sermayenin İş Tatminine Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Rolü: Sağlık Sektöründe Bir Uygulama" 23. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 14-16 Mayıs 2015, Muğla

Chang-Yue Shang Guan, Yu Li and Hong-Lin Ma (2017) "The Mediating Role of Psychological Capital on the Association between Occupational Stress and Job Satisfaction among Township Cadres in a Specific Province of China: A Cross-Sectional Study" Int. J. Environ. Res. Public Health 2017, 14(9), 972; doi:10.3390/ijerph14090972

Albert Ellis ve William J. Knaus, Overcoming Procrastination, Institute for Rational Living, New York, USA, 1977

Erkutlu, Hakan.(2015) "Pozitif örgütsel davranış" Akademisyen kitabevi, Ankara, ss; 133-149,

Erkmen, Turhan; Esen. Emel (2012)"Psikolojik Sermaye Konusunda 2003-2011 Yıllarında Yapılan Çalışmaların Kategorik Olarak İncelenmesi/ Categorıcal Investıgatıon Of Researches In Psychologıcal Capıtal Between 2003-2011 Years." Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi 9.19.

Gül Ali Yavuz (2015) "İş Yaşamında İşi Erteleme Davranışı Ve Nedenleri" Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı İnsan Kaynakları Programı Yüksek Lisans Tezi, İzmir

Junhui, H.ve ark. (2015), Article, Department of Epidemiology and Health Statistics, School of Public Health, Jinzhou Medical University, No. 40, Section 3, Songpo Road, Linghe District, Jinzhou 121001, Liaoning, China

Keleş Hatice Nejla (2011) "Pozitif Psikolojik Sermaye: Tanımı, Bileşenleri Ve Örgüt Yönetimine Etkileri" Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi Cilt 3, Sayı 2, ISSN: 1309 -8039 (Online)

Karacaoğlu, Korhan; Kaplan, Aslı. (2013) "İşi erteleme (procrastınatıon) ile öncüllerinden biri olan öz yeterlilik ilişkisi: üniversite personeli üzerine bir araştırma" ss: 339, 21.Ulusal Yönetim Ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı

Luthans, Fred (1995). Organizational Behavior, Seventh Edition, McGraw-Hill, Inc. (Literatür Yayıncılık, İstanbul).

Luthans, Fred; Norman, M. Steven; Avolio, J. BrujeandAvey, B. James (2008). "TheMediating Role of PsychologicalCapital in theSupportive OrganizationalClimate-EmployeePerformanceRelationship", Journal of OrganizationalBehavior, Vol: 29, pp: 219-238.

MET, Ömer L. (2010). "Pozitif Psikolojinin Örgütsel Davranışın Gelişmesi Üzerinde Etkileri ve Psikolojik Sermaye Kavramı", 18. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Çukurova Üniversitesi, Adana, 20-22 Mayıs, ss: 889-895.

Ocak, Metin; Güler, Murat (2017), "Psikolojik Sermayenin Tükenmişlik Üzerine Etkisi: Görgül Bir Araştırma" Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Arşiv Cilt 0, Sayı 49

Öğüt, Adem, Kaplan, M. (2015), " Sağlık Sektöründe Psikolojik Sermayenin İş Performansı Üzerindeki Etkisi" Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi (The Journal of Social Economic Research) ISSN: 2148 – 3043 / Yıl: 15 / Sayı: 30

Özkalp, Enver (2009). "Örgütsel Davranışta Yeni Bir Boyut: Pozitif (Olumlu) Örgütsel Davranış Yaklaşımı Ve Konuları", 17. Ulusal yönetim ve organizasyon kongresi bildiriler kitabı, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir, 21-23 Mayıs, Ss: 491-497.

Piers Steel, (2010), Personality And Individual Differences Arousal, Avoident And Decisional: Do they exist?, University of Calgary Haskeyne of Bussiness, Human Resources and Org. Developement, Alberta, Canada, S. 929, Table 3.

Süral Özer, Pınar; Topaloğlu, Tayfun; Timurcanday Özmen Ömür N. (2013) "Destekleyici Örgüt İkliminin, Psikolojik Sermaye ile İş Doyumu İlişkisinde Düzenleyici Etkisi" Ege Akademik Bakış, Cilt: 13 • Sayı: 4 • ss. 437-447

Steven L. Dutschmann (1996), Procrastination As A Predictor Of Job PerformanceUSAF, Department Of The Air Force Air University, Air Force İnstitute of Technology, Ohio, USA, S. 3-7, Tablo 3-4.

Topaloğlu, Tayfun; Süral Özer, Pınar (2014), "Psikolojik Sermaye İle İş Performansı Arasındaki İlişkiye Otantik Liderliğin Düzenleyici Etkisi" Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi Cilt 6, Sayı 1, Issn: 1309 -8039 (Online)

Yıldız, Harun; Örücü; Edip (2016) Sağlık Sektörü Çalışanlarının Pozitif Psikolojik Sermaye Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi - Cilt:14 Sayı:1 - Doi: http://dx.doi.org/10.11611/JMER817

KUZEY KIBRIS TÜRK CUMHURİYETİNDE HAYVANSAL ÜRETİM VE HAYVANSAL ÜRÜNLER TİCARETİNİN İNCELENMESİ

Hayati BAŞARAN*- Burçin BAŞARAN**

ÖZET

Tarım, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ekonomisinde önemli bir sektör olma özelliğini korumaktadır.

Hayvancılık faaliyetleri ve hayvansal ürün ticareti tarım sektörünün en önemli alt kolu olarak önemimi sürdürmektedir.

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinde hayvancılık faaliyetleri büyükbaş hayvancılık, küçükbaş hayvancılık, kanatlı yetiştiriciliği, balıkçılık ve arıcılık üzerine yoğunlaşmıştır.

Ülkede balıkçılık ve arıcılık yeterince gelişmemiş, küçükbaş hayvan yetiştiriciliği genellikle küçük aile işletmeleri tarafından yapılırken, büyükbaş hayvancılık ve kanatlı yetiştiriciliği ileri tarım tekniklerini kullanan işletmelerce yapılmaktadır.

Ülkede büyükbaş hayvancılık faaliyetinde üretici/işletme sayısı 1.025, küçükbaş hayvancılık faaliyetinde bulunan üretici/işletme sayısı 3.558 dir.

İşletme başına düşen sığır ortalama sayısı 65,7, küçükbaş ortalama sayısı 94,5 dir.

Hayvansal ürünlerin değerlendirilmesi ve pazarlanmasında sorunlar bulunmaktadır.

Süt ürünleri ihracatı süreklilik göstermekte olup dönemsel olarak sorunlarla karşılaşılmaktadır.

** Dr., Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü H.basaran@gtb.gov.tr*
*** Dr., Namık Kemal Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü bbasaran@nku.edu.tr*

Tarımsal ürün ticaretinde serbest piyasa koşulları yeterince oluşmamıştır..

Çiğ süt alım ve destekleme politikaları, kısa dönemli endişelere çözüm bulmaya yönelik, genellikle üreticilere fiyat desteği sağlamama şeklinde, tedbirlerden oluşmaktadır.

İç pazarın küçüklüğü yanında ihracatta karşılaşılan sorunlar üretim hacmini olumsuz etkilemektedir.

Bu durum verimliliği düşürmekte ve maliyetleri artırmaktadır.

Tarım ürünleri ülke ihracatında ilk sırada yer almaktadır. 2016 yılı ihracat gelirinin yaklaşık %34'ü süt ürünleri, %27'si bitkisel ürünler (narenciye, sebze ve diğer), %6'sı kanatlı eti ürünlerden olmak üzere yaklaşık %67'si tarım ürünlerden elde edilmiştir.

Bu çalışmada; Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinde hayvancılık sektörünün durum analizi yapılarak hayvansal ürünlerin üretim ve ticareti üzerine değerlendirme yapılmıştır.

Çalışmanın ana materyalini Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Devlet Planlama Örgütü ile Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Tarım ve Doğal Kaynaklar Bakanlığının yayınlanmış verileri oluşturmaktadır.

Ayrıca daha önce yapılmış çalışma ve araştırma sonuçlarından yararlanılmıştır

Anahtar kelimeler: *Tarım, hayvancılık, hayvansal ürün, tarımsal yapı, dış pazar*

INVESTİGATİON OF ANİMAL PRODUCTİON AND ANİMAL PRODUCTS TRADE İN TURKİSH REPUBLİC OF NORTHERN CYPRUS

ABSTRACT

Agriculture, an important sector in the economy for Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC). Livestock and animal product trade activities continue as the most important sub-branches of the agricultural sector.

Livestock farming activities in the Turkish Republic of Northern Cyprus, sheep farming, poultry farming, focused on fishing and beekeeping.

Fishing and beekeeping is sufficiently developed in the country.

There are 1,025 enterprises in livestock activities in the country.

There are 3558 continued the business activities of small ruminants.

The average number of cattle per farm 65.7, the number of small ruminants 94.5.

There are problems in the evaluation of animal products and marketed. It shows the continuity of exports of dairy products.

The free market conditions did not occur sufficiently in agricultural trade. In TRNC, agricultural industry is largely underdeveloped, inputs are met through imports in the sector.

Furthermore, agricultural product market is underdeveloped, product purchases are in the monopoly of institutions that influence public authority.

Imports of agricultural inputs are mainly made by cooperative enterprises while the imports of food and other ag products are carried out under free market conditions in TRNC.

Raw milk purchases and support policies, is intended to find solutions to short-term concerns.

Usually shaped to provide price support to producers, it consists of measures.

The problems encountered in exports to the small size of the domestic market, adversely affects the volume of production.This situation reduces productivity and increases costs.

Agricultural products ranks first in the country's exports. Approximately 34% of the milk product export revenues in 2016, 27% of vegetable products (citrus, vegetables and other), including approximately 67% from 6% of poultry meat products have been obtained from agricultural products.

In this study; Turkish Republic of Northern Cyprus situation analyzes of the livestock sector in the evaluation was made on the production and trade of animal products.

The main material Working with the Turkish Republic of Northern Cyprus constitute State Planning Organization published data of the Turkish Republic of Northern Cyprus Ministry of Agriculture and Natural Resources. It has also been utilized in previous studies and research results.

Key words: *Agrıculture, animal productıons, agricultural structure, marketing system, foreign markets*

2. OTURUM : Ağlar, Yönetişim ve Kamu Politikası

2ND SESSION : Networks, Governance and Public Policy

Ağlar, Yönetişim ve Kamu Politikası

Oturum Başkanı
Doç.Dr. Nuri ÖZGÜR DOĞAN

Türkiye'de Kadın Girişimci Kooperatifleri: Bacıyanı Örneği
Women Entrepreneur Cooperatives in Turkey: The Example of the Bacıyanı

Ebru ÖZER TOPALOĞLU Murat TOPALOĞLU

Pamuk Üreticilerinin Mevcut Örgütlenme Durumları Ve Örgütlenmeye Bakış Açılarının Belirlenmesi: Aydin İli Örneği
Determining The Current Organizations Of Cotton Farmers And Their Aspects Of Organization: A Case Of Aydin

Filiz KINIKLI Ayşe UZMAY Murat YERCAN
Muhammed ZEYTİN H. Can DEMİRKAYA

İşe Adanmışlığın Demografik Özellikler Açısından Analizi
An Analysis Of Work Engagement In Terms Of Demographic Variables

Metin KAPLAN Nilüfer ŞAHİN PERÇİN
Eda ÖZGÜL KATLAV

Sürdürülebilir Kalkınmaya Yönelik Bilgi, Tutum Ve Davranış Düzeyinin Ölçülmesi: Nevşehir Tarım Kredi Kooperatifi Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma
Measurement Of Knowledge, Attitude And Behavior Levels On Sustainable Development: A Study On Nevşehir Agriculture Credit Cooperative Staff

Ali ERBAŞI Şükran GÜNGÖR TANÇ
Abdurrahman GÜMRAH

Küresel Değişim İçin İşbirliğine Bir Örnek: İsveç Uluslararası Kalkınma Ajansı'nın Türk Kadın Kooperatifçilere Desteği
An Example Of Collaboration For Global Change: Swedish International Development Agency's Support Of The Turkish Women Cooperatives

Gökhan EŞEL

Gün : 5 Ekim 2017, Perşembe
Saat : 16:00-17:30
Salon : Salon: 3
Yer : Avanoslu Selahattin Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİ KOOPERATİFLERİ: BACIYAN-I MERAM ÖRNEĞİ

Ebru Özer TOPALOĞLU* - Murat TOPALOĞLU**

ÖZET

Bir ülkenin ekonomik kalkınması için girişimcilik yapısı önem arz etmektedir.

Girişimcilik; bir fırsatı algılayarak kar amacı güden yeni bir işletme kurma veya büyütme ve yeni bir mal veya hizmet ortaya çıkarma sürecidir. (Yılmaz ve Sünbül,2009).

Ülkemizde de son yıllarda girişimcilik faaliyetlerinin artması, kişilerin iş fikirlerini hayata geçirebilmelerini sağlamak adına devletimiz tarafından girişimcilik destekleri verilmektedir.

Bu desteklerde kadınlara özel destek limitleri belirlenmekte ve ülkemizdeki kadın girişimci sayısının arttırılması çalışılmaktadır. Kadın girişimcilerin karşılaştıkları çeşitli sorunlar vardır.

Bu sorunlar girişimcilik fikirlerini hayata geçirmeden başlamaktadır. Yaşadıkları çevrenin fikirlerini desteklememesi, ailelerinin ve sosyal çevrelerinin tepki göstermesi gibi sorunlar yaşamaktadırlar.

Kadın girişimciler iş fikirlerini gerçekleştirdiklerinde de sorun yaşamaktadır. Piyasadaki dengesizlikler, krizler de kadın girişimcileri etkilemektedir.

Kooperatifler belirli bir amaca ulaşabilmek için birbirine güvenen insanların tek başlarına yapamayacakları işleri veya birlikte yapılması daha yararlı olacak işleri maliyet fiyatına yapmak üzere dayanışma ile

**Öğretim Görevlisi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, eozer@konya.edu.tr*
*** Araştırma Görevlisi, Kafkas Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, mtmurattopaloglu@gmail.com*

ekonomik güçlerini bir araya getirmeleri olarak tanımlanabilir (Uzel, 1970; Mülayim ,2013).

Kadın işgücünün ekonomiye kazandırılması, kadınların sosyal ve kültürel faaliyetlerinin geliştirilmesi, desteklenmesi, kadın istihdamının artırılması amacıyla kadın girişimcilerin talepleri doğrultusunda devletimiz 2013 yılında 'Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi' adıyla Gümrük ve Ticaret bakanlığınca örnek anasözleşme yayınlanmış ve birçok yeni kadın kooperatiflerinin kurulması gerçekleştirilmiştir (Başaran, vd.,2015).

Bu Ülkemizdeki ekonomisi için en önemli yapı taşlarından biri olan kooperatifçilik yapısı incelendiğinde kadın kooperatiflerinin sayısının az olduğu görülmektedir.

Çalışmamızın örnek olayını oluşturan Bacı Yanı Meram'ın araştırmaya seçilme nedeni Türkiye'de benzeri bir kooperatif yapısının olmamasıdır.

Kadın girişimcilerin sayısının artması için bu tür kooperatiflerin sayısının çoğalması önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Kooperatif, Kadın, Girişimci*

Giriş

Kooperatifçilik fikri işbirliği düşüncesiyle ortaya çıkmış toplum temelli, demokratik özelliklere sahip olan, değişen koşullara çabucak uyum gösterebilen, katılımcı ilişki ağına sahip yerel ihtiyaçlara önem veren bir yapıdır (Geray,2014; Çetin,2009).

Kooperatifçiliğin tarihsel gelişimi incelendiğinde belirli dönemlerde çok ilerleme gösterirken, dönemin koşullarına ve politikalarına göre önemini bazen kaybettiği görülmektedir (Kocabaş, 2010).

Çalışmanın temel konularından biri olan kooperatifler belirli bir amaca ulaşabilmek için birbirine güvenen insanların tek başlarına yapamayacakları işleri veya birlikte yapılması daha yararlı olacak işleri maliyet fiyatına yapmak üzere dayanışma ile ekonomik güçlerini bir araya getirmeleri olarak tanımlanabilir (Uzel,1970; Mülayim,2013).

Türkiye'deki kooperatifçilik hareketini Osmanlı zamanında Mithat Paşa başlatmıştır.

1863 yılında Mithat Paşa tarafından Memleket Sandıkları kurulmuştur.

Mithat Paşa'nın Memleket Sandıkları'nı kurmasındaki temel amaç devlete ait boş toprakların köylüler tarafından imece usulü ile tatil günlerinde ekilmesi ve elde edilen ürünlerin satışından sağlanan gelirle sandığa sermaye olarak yatırılmasıydı.

Memleket sandıkları sağlanan kazançtan yönetim gelirleri düşüldükten sonra kalan paranın üçte birinin üyelere dönem sonu karı olarak dağıtılması nedeniyle Türk Kooperatifçilik hareketinin başlangıcı sayılmaktadır (Uzel,1970).

Memleket Sandıkları 1883 yılında Menafi Sandıklarına dönüşmüş ve 1888 yılında Menafi Sandıkları'da kaldırılarak yerine Ziraat Bankası kurulmuştur. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurulmasının ardından kooperatifçilik hareketlerini başlatan Mustafa Kemal Atatürk'tür.

Atatürk kooperatifçilik yapısına ayrıca önem vermekteydi. Bu nedenle de Cumhuriyet kurulmadan önce 23 Nisan 1920 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi'nin açılışında 1. İcra Vekilleri tarafından hazırlanıp 27 Eylül 1920'de Meclise sunulan 77 maddenin yer aldığı Kooperatif Şirkeler yasa tasarısı hazırlanmıştır.

Kurtuluş Savaşı'nın o dönemde devam etmesi nedeniyle yasa tasarısının sadece 5 maddesi onaylanmış ve geri kalan maddeler tümüyle Meclisten geçememiştir (Mülayim, 2013).

O yüzden de 1923 yılında toplanan 1. İzmir İktisat Kongresi'nde kooperatifçiliğin geliştirilmesi konusu üzerinde durulmuştur.

Türkiye'de kooperatifler kuruluşlarından itibaren devlet vesayatinde olması nedeniyle kooperatifler devletin müdahalesi ile gelişen ve devletin kalkınmasını hızlandırmak istediği kesimlerde yardımcı olduğu bir örgüt yapısı olarak karşımıza çıkmaktadır (Demirci,1981).

Türkiye'deki kadın kooperatifleri incelendiğinde kadınlar tarafından ülkemizde kırsal alanda kurulan ilk kooperatifin bir proje kapsamında 2003 yılında İzmir'in Kiraz ilçesi Yağlar Köyü'nde yaşayan kadınların

kurmuş olduğu kooperatiftir.

Ailelerine destek olmak ve yaşadıkları bölgede yaşam koşullarının daha iyi olması için bu kooperatifi kuran kadınlar sadece kooperatifi kurmakla kalmamış kendilerini geliştirmek için eğitimler düzenlemişlerdir.

Erkek üyenin kabul edilmediği kooperatif sayesinde Gümüşoğlu'nun yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre kadınlar bulundukları dar kalıptan çıkıp kooperatif sayesinde dünyaları genişlemiştir.

Kendi kapalı çevrelerinde yaşayan kadınlar kooperatifleri kurulduktan sonra dış kurumlara aşina olmuşlardır.

Kooperatife üye kadınlar kolektif olmanın verdiği güçle özgüven kazanmışlardır.

Özellikle kooperatif faaliyetleri başladıktan sonra aldıkları eğitimlerle yeni rol ve ben imajları gelişmiştir.

Son olarak kadınların hane içinde itibarı artmıştır (Gümüşoğlu, 2012). Yağlar köyü 6 Aralık 2012 tarihinde 6360 sayılı kanunla mahalleye dönüştürülmüştür.

Duguid, Durutaş ve Wodzicki (2015) tarafından hazırlanan Türkiye'de Kadın Kooperatiflerinin Mevcut Durumu isimli raporda kadın kooperatifleri için yerel kadın örgütlenmeleri olduklarından belediyelerle işbirliği önem arz etmektedir.

Son dönemlerde belediyeler de bu işbirliklerinde yer almaya başlamış olup iyi sonuçlar alınmaktadır.

Kadın kooperatifleri ve belediye işbirliklerine İstanbul'da Kartal, Kağıthane, Bahçelievler, İzmir'de Balçova, Karşıyaka, Ödemiş, Seferihisar, Menemen, Mordoğan, Çanakkale'de Biga, Karabiga, Balıkesir'de Burhaniye örnek verilebilir (Duguid, vd., 2015).

Çalışmamızın örnek olayını oluşturan Bacıyanı Meram Kadın Girişimci Kooperatifi de Konya Meram Belediyesi tarafından kurulmuştur.

Örnek Olay

Çalışmamızda ülkemizdeki kadın girişimcilik kooperatiflerine güzel bir örnek olan Bacıyan-ı Meram Kadın Girişimci Kooperatifi incelenecektir.

Çalışmada kooperatifin kurucu Meram Belediye başkanı Fatma Toru'nun gazetelere verdiği demeçler analiz edilecektir.

Ayrıca kurumun web sayfasından faydalanılacaktır. Araştırmamızda Bacıyanı Meram kooperatifi 2015 yılında Konya'nın Meram ilçesinde Meram Belediyesi'nin desteğiyle kurulmuştur.

Konya'nın ilk kadın girişimci kooperatifi olan Bacıyanı Meram ismini XIII. yüzyılda, Anadolu'da Ahilik teşkilatının kadınlar kolu olarak Türkmenler tarafından kurulan ve dünya tarihinde ilk kadın örgütlenmesi olarak gösterilen Bacıyân-ı Rûm dan alan kooperatif şu anda tamamı kadın olan 600'den fazla üye ile faaliyetlerine devam etmektedir (Sırım,2015).

Fatma Toru vermiş olduğu bir demeçte "Kooperatif üyelerinden 60 civarında kadın; yarı zamanlı olarak sürekli çalışmakta, üretime katkı sağlamaktadır.

Haftanın yedi günü açık olan kooperatif binamız 08.00-18.00 saatleri arasında hizmet vermekte, özel gün ve gecelerde de rezervasyonlu olarak çalışmalarını sürdürmektedir" demiştir.

Meram Belediye Başkanı yapmış olduğu bir açıklamada kooperatifin temel felsefesinden şu şekilde bahsetmiştir: "Temel felsefemiz; kadınların kendi ayakları üzerinde durabilmesi ve aile ekonomisine katkı sağlayabilmesidir".

Meram Belediye Başkanı Fatma Toru ayrıca kooperatifin kuruluş amacını şöyle açıklamıştır: "Geçmişimizle bağ kurmak üzere Ahilik Teşkilatı'nı model alarak Bacıyan-ı Meram Kadın Girişimci Kooperatifi'ni kurduk".

Ayrıca Fatma Toru gelecekteki hedefleri ile ilgili de şöyle bir açıklama yapmıştır: "Temennim kadınlarımızın ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmasına katkı sağlayacak bu yapının; Bacıyan-ı İnegöl, Bacıyan-ı Bursa, Bacıyan-ı İstanbul gibi farklı isimlerle yerel

yönetimlerin desteğiyle tüm Türkiye'ye yayılmasıdır".

Meram Belediyesi'nin dezavantajlı grup olan ev hanımlarını istihdama ve ekonomiye katmak için kadınların sosyal, kültürel ve ekonomik tüm ihtiyaçlarını göz önünde bulundurarak projeler üretmeyi amaçlayarak bu kooperatifi kurmuştur.

Kooperatif üyesi kadınların bir kısmı belediye tarafından tahsis edilen merkezde çalışırken bir kısmı da evde üretim yapmaktadır.

Öncelikli olarak mefruşat, gıda ve el sanatları branşlarında hizmet vermektedir.

Bacıyanı Meram kooperatifi kadın girişimcileri desteklemek amacıyla projeler de geliştirmektedir. Satış merkezleri ile kadın girişimciler desteklenmektedir.

Kadınların el emeklerini satmalarına aracı olan kooperatif bu faaliyetleri geliştirmek için de yeni atılımlar yapmaktadır.

Meram Belediye Başkanı Fatma Toru'nun önderliğinde kurulan kooperatif yapısı Türkiye'deki diğer yerel belediyelere örnek teşkil etmektedir.

Türkiye'de bu tür kooperatiflerin sayısının artması kadınların maddi ve manevi anlamda güç kazanmasını sağlayacaktır.

Maddi anlamda kadınlar yaptıkları ürünleri, el işlerini çok daha kolay satıp kendilerine ve ailelerine gelir sağlayabilecektir.

Bu tür kooperatiflerin önderliğinde iş fikirlerini hayata geçirip kendi işlerini kurabileceklerdir.

Manevi anlamda ise kadınlar elde ettikleri başarılar ile kendilerini ve ailelerini motive edeceklerdir.

Kendi ayakları üstünde durdukça hem ailelerine hem de ülkesine çok daha faydalı bireyler haline geleceklerdir.

Sonuç

2012 yılında Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan Kooperatifçilik ve Kadın

Kooperatifleri isimli çalışmada yer alan önerinin hayata geçmesi belediyelerin kadın kooperatiflerine desteklerini arttırmalarını sağlayacaktır.

Kooperatifleşmenin teşvik edilmesi amacıyla Belediyeler Kanununda kadın kooperatiflerine maddi kaynak aktarılmasına yönelik değişiklik yapılması önem arz etmektedir.

Bacıyan-ı Meram gibi kadın girişimci kooperatiflerinin artması ekonomik gelirin artışını sağlayacaktır hem de yeni istihdam kapıları açacaktır.

O nedenle yerel yönetimlerin bu tür kooperatifler kurması önem arz etmektedir.

Devletin vereceği desteklerle veya projelerle de bu tür kooperatiflerin güçlenmesi gerekmektedir.

Devletten alınacak destekler kadın girişimci kooperatiflerinin yaşam ömürlerini uzatacaktır.

Kaynakça

Başaran, H., Birinci, S., Şener, H. B., Özçağlar, A., & Zeyrek, A. E. (2015). Yerel Dayanışmadan Büyük İşletmelere (Yüzyıllık Geçmişiyle Tarım Satış Kooperatifleri). Tebliğ (Basılmamış), 21.

Çetin, H. (2009). Kalkınma Sürecinde Kooperatifçiliğin Sosyal, Ekonomik ve Demokratik Etkileri Üzerine Genel Bir Değerlendirme.Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Dr. H. İbrahim Bodur Girişimcilik Uygulama ve Araştırma Merkezi Yayınları, 2009 (Cilt 4, Sayı 2).

Demirci, R., 1981. Türkiye'de Kooperatifçilik Hareketi ve Kooperatifçiliğimizden Beklenen Gelişmeler, X. Türk Kooperatifçilik Kongresi, Türk Kooperatifçilik Kurumu Yayınları No:44, Ankara, s.25-38.

Duguid, F., Durutaş, G., ve Wodzicki, M., (Aralık,2015). Türkiye'de Kadın Kooperatiflerinin Mevcut Durumu, The World Bank.

Geray, C. (2014). Kooperatifçilik, Nika Yayınevi, Ankara.

Gümüşoğlu, F. (2012). Kadınların Toplumsal Alanda Güçlenmesine Bir

Örnek: "Yağlar Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi". Kadın Araştırmaları Dergisi, (10).

Kocabaş, Ö. Y. (2010). Türkiye'de tarımsal kooperatifçilik düşüncesinin gelişimi. Libra Kitap.

Mülayim, Z.G. (2013). "Kooperatifçilik" Ankara: Yetkin Yayıncılık

Sırım, V. (2015). Osmanlı Kadınının Ekonomik Hayata Etkin Katılımı: Baciyan-ı Rum Örneği. Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, 4(8).

Uzel, Haluk. (1970). Kooperatifçilik, Gürsoy Basımevi, Ankara.

http://www.baciyanimeram.com/, Erişim Tarihi: 28.08.2017

http://meram.bel.tr/icerik/23/3257/baciyani-merami-cok-begendiler.aspx, Erişim Tarihi: 28.08.2017

http://www.hurriyet.com.tr/baciyan-i-meram-kooperatifi-acildi-37095713, Erişim Tarihi: 28.08.2017

PAMUK ÜRETİCİLERİNİN MEVCUT ÖRGÜTLENME DURUMLARI VE ÖRGÜTLENMEYE BAKIŞ AÇILARININ BELİRLENMESİ: AYDIN İLİ ÖRNEĞİ

Filiz KINIKLI*
Ayşe UZMAY**
Murat YERCAN***-
Muhammed ZEYTİN****-
H. Can DEMİRKAYA****

Genişletilmiş Özet

Ülkemizde tarım sektörü, toplum beslenmesine, işgücüne, verimliliğe, ekonomiye ve ihracata katkısı bakımından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle tarımsal üretiminin yoğun olarak yapıldığı kırsal bölgelerde yaşayan halkın ekonomik ve sosyal yönden kalkındırılması, iş olanaklarının artırılması, sosyal adaletin sağlanması, her konuda eğitim ve bilgi yönünden donatılmasıyla verimliliğin artırılması gerekmektedir.

Türkiye'de en çok tartışılan konuların başında, üreticilerin örgütlü bir yapıda olmaması gelmektedir. Tarımsal üretici örgütlerinin temelinde kooperatifler yer almaktadır. Kooperatifler kendisine has yapısı ve özellikleri ile belirli bir kültürel yapıyı, kendine özgü prensipleri ve tarihsel bir birikimi ifade etmektedir. Başta demokrasi kültürünün gelişmesine etkileri ve ülke kalkınmasında oynadığı rol olmak üzere birçok alandaki yararlarından dolayı konunun sürekli gündemde tutulması ve çözüm aranması son derece önem taşımaktadır.

Bu araştırmayla, Aydın ilinde pamuk tarımı yapan üreticilerin sosyo-ekonomik yapısı, örgütlenmeye bakışı, örgütlenme konusundaki bilgi düzeyleri, örgütlenmeden beklentileri, örgütlenmeye ilişkin sorunları belirlenmeye çalışarak, bu sorunlara çözüm önerileri

* *Araş. Gör., Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, filiz.kinikli@ege.edu.tr*
** *Doç. Dr., Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, ayse.uzmay@ege.edu.tr*
*** *Prof. Dr., Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, murat.yercan@ege.edu.tr*
**** *Ziraat Müh., Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü*

geliştirilmeye çalışılmıştır. Çalışmada, Aydın ilinde en çok pamuk üretimi yapılan 3 ilçe (Söke, Germencik, Koçarlı) araştırma kapsamına alınmıştır. Aydın ilindeki pamuk üreticilerini temsil etmek üzere görüşülecek üretici sayısı ise oransal örnek hacmi formülü yardımıyla hesaplanmıştır ve örnek hacmi 96 olarak bulunmuştur. Örnek hacmi ilçelerin pamuk üretim miktarındaki payı dikkate alınarak dağıtılmıştır. Buna göre, Söke'den 61, Germencik'ten 23, Koçarlı'dan 12 üreticiyle görüşülmüştür. Araştırmada pamuk işletmeleri ölçek büyüklüklerine göre farklı 3 grupta toplanmıştır. Buna göre sonuçlar çizelge ve grafikler halinde özetlenmiştir. Verilerin normal dağılış göstermediği belirlenmiştir. Normal dağılış göstermeyen değişkenler için Kruskal-Wallis ve Mann-Whitney U testi uygulanmıştır.

Araştırmaya katılan üreticilerin yaşları ortalama 47 yıl ve eğitimleri ilköğretim düzeyindedir. Üreticilerin ortalama hane halkı büyüklüğü 3.28 kişi olarak bulunmuştur. Aydın ilinin genel nüfus yapısında ortalama hane halkı büyüklüğü 3.21 kişidir. Aile başına düşen birey sayısı, bölgelerin sosyo-ekonomik yönden gelişme durumlarıyla yakından ilgilidir. Gelişmiş bölgelerden gelişmemiş bölgelere doğru bu sayı artış göstermektedir. Üreticilerin çiftçilik deneyimi ve pamuk üretim durumları incelendiğinde, çiftçilik deneyim yılı ortalama 27.70 yıl, pamuk üretim deneyim yılı ortalama 27.48 yıl olarak bulunmuştur. Bu durum da; üreticilerin tarımsal faaliyetlerine pamuk üretimi ile başladıklarını göstermektedir. Üreticilerin sahip oldukları toplam arazi miktarı ortalama 215.14 da iken pamuk ekim alanı ortalama 187.37 da' dır. Üreticilerin sahip oldukları toplam arazi varlığı içinde pamuğun payı %87'dir.

Ankete katılan üreticilerin tamamının ziraat odasına üye olduğu görülmüştür. Ayrıca üreticilerin; %82.3'ü sulama kooperatifine, %66.7'si tarım satış kooperatifine , %56.3'ü ise tarım kredi kooperatifine üyedir. Üreticilerin ortalama üyelik süreleri 23.60 yıldır. İşletme büyüklükleri, eğitim ve yaş ile üreticilerin örgütlere üye olma durumları incelendiğinde, gruplar arasında anlamlı bir fark olmadığı tespit edilmiştir. Bu durum üreticilerin örgütlere üye olmalarında işletme büyüklüklerinin, eğitimin ve yaşın etkili olmadığını göstermektedir. Genel olarak üreticilerin örgütlenme durumları incelendiğinde; örgütlenme düzeyinin oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Üreticilerin %71.9'u üye oldukları örgütlerin başarılı olduğunu düşünmektedir. Eğitim ve üreticilerin pamuk tarımından elde ettikleri geliri yeterli bulma durumları ile üyesi

oldukları tarımsal örgütleri başarılı bulma durumları incelendiğinde, gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Bu durum eğitimin ve üreticinin elde ettiği gelirden memnun olma düzeyinin, tarımsal üretici örgütlerine yönelik başarı değerlendirmesi yapmalarında etkili olduğunu göstermektedir. Örgüt bazında durum incelendiğinde ise; üreticilerin %77.1'i ziraat odasını başarılı bulurken, bölgede etkinliğinin yoğun olduğu bilinen TARİŞ'e üye olan üreticilerin yalnızca %22.9'u TARİŞ'i başarılı bulmaktadır. Ayrıca; üreticiler, tarımsal örgütlerin üreticilere sağladığı en önemli avantajların başında "tarımsal örgütlerin üreticilere, ayni ve nakdi ihtiyaçlarını uygun koşullarda sağlaması, pazarlama konusunda yardımcı olması ve daha demokratik kuruluşlar olması" gibi nedenlerin geldiğini belirtmişlerdir. Ankete katılan üreticiler, tarımsal üretici örgütlerinin en önemli sorunlarının ise; yönetim, finansman ve eğitim olduğunu düşünmektedirler. Üreticiler genel olarak üyesi olduğu tarımsal örgütleri başarılı bulduklarını söylemelerine rağmen, büyük bir çoğunluğun üye olduğu ve bölgede etkinliğinin yoğun olduğu bilinen TARİŞ'in, son yıllarda etkinliğini kaybettiğini belirtmişlerdir. TARİŞ'in etkinliğini kaybetmesiyle birlikte, pamuk üreticileri tüccara mecbur kalarak, büyük sorunlar yaşamışlardır. TARİŞ'e üye olan üreticilerin yalnızca %22.9'u TARİŞ'i başarılı bulduğunu belirtirken, diğer üye olan üreticiler TARİŞ'i başarılı bulmadığını ve bu nedenle memnun olmadıklarını belirtmişlerdir. Bu durum TARİŞ'in etkinliğinin artırılması, yapılan faaliyetler hakkında üreticilerin daha fazla bilgilendirilmesi için yayım çalışmalarının yapılması ve siyasetten arındırılması gerektiğini göstermektedir.

Bölgede tarımsal üretici örgütlerine üyelik durumu yüksek olsa da, bu durumun azalmaması ve daha da arttırılması için gençlere yönelik eğitim ve yayım faaliyetleri düzenlenmelidir. Ayrıca, bölge için önemli bir tarım ürünü olan pamuğun devamlılığının sağlanması için gençleri pamuk tarımına teşvik edici yasal düzenlemeler yapılabilir.

Anahtar Kelimeler: *Pamuk, Tarımsal örgütlenme, Üretici örgütleri, Ko**operatif, Aydın***

Jel Kodları: *Q13*

Determının The Current Organızatıons Of Cotton Farmers And Their Aspects Of Organızatıon: A Case Of Aydın

Extensive Summary

Agriculture sector has vital importance in point of the nutrition of community, labour, productivity, economy and the contribution to the exportation in Turkey. . Therefore, it is required to increase the productivity by improving the economic and social aspects of people who live in countryside in where agricultural production is done intensely; increasing the employment opportunities for them; providing social justice for them; and equipping them with education and information in every aspect.

One of the most controversial problem in Turkey is that producers are not organized.

Cooperatives are at the core of agricultural producers' organizations. Cooperatives mean a historical accumulation, specific principals and certain cultural structure with a special structure and characteristic that can be connoted as the culture of cooperatives. With its impacts and the benefits on the developments of the culture of democracy and its role in the development of a nation, it must be kept on the agenda and searching for solution is very important.

The current situation of agricultural producer organizations which are active in Aydın, the socioeconomic structure of producers, their perspective to the organization, their knowledge level in point of organizing, their expectations from organizing, and their problems in organizing were determined and solution suggestions against these problems were improved by this research.

In the study, 3 districts (Söke, Germencik, Koçarlı) with the most cotton production in Aydın province were included in the research.

The number of producers to represent cotton producers in Aydın Province was calculated with proportional sampling method and the required sample size was found to be 96. Sampling method was distributed taking account of cotton production.

Accordingly, 61 farmer from Söke, 23 farmer from Germencik and 12 farmer from Koçarlı were interviewed. In the study, cotton farmers were divided into 3 as far as scale sizes. Accordingly, results were summarized as tables and graphics.

The normal distribution test was done with the Kolmogorov-Smirnov test for continuous variables. It was determined that the variables did not show normal distribution. Kruskal-Wallis test and Mann-Whitney U test were applied for the variables.

The farmers participating in the research have an average age of 47 years and their education is at the primary level. The average household size is 3.28 people which is the same with Aydın Province average (3.21 people TURKSTAT) in 2016. The number of individuals per family is closely related to the socio-economic development of the regions.

This number is increasing towards developed regions from undeveloped regions.

When farmers' farming experience and cotton production status are examined; the average farming experience was 27.70 years, and the average cotton production experience was 27.48 years. In this case; it shows that farmers began their agricultural activities with cotton production.

The total amount of land owned by the producers is 215.14 decares and the average cotton planting area is 187.37 decares. The share of cotton in the total land possessed by the farmers is 87%.

It was seen that all farmers who participated in the survey are members of the chamber of agriculture.

Besides; 82.3% of farmers are members of irrigation cooperative, 66.7% of farmers are members of agriculture sales cooperative (TARİŞ) and 56.3% of farmers are members of agriculture credit cooperative. The average membership period of farmers is 23.60 years.

When the size of an agricultural enterprise, education and age with farmers' membership to organizations are examined, it is found that there is no significant difference between the groups.

This shows that the size of an agricultural enterprises, education and age are not effective in the fact that farmers are members of organizations.

In general, when the organizational status of farmers is examined; It is seen that the level of organization is quite high. 71.9% of farmers think that agricultural organizations are successful.

It was found that there was a statistically significant difference between the groups when education and producers found that the income they obtained from cotton farming was satisfactory and their agricultural organizations were successful.

When the education and income satisfaction and the success of agricultural organizations are examined, it is found that there was a statistically significant difference between the groups. In this case shows that education and income satisfaction is effective to evaluate success of agricultural organizations. 77.1% of farmers think that the chamber of agriculture is a successful and only 22.9% of farmers who membered to Tariş think that Tariş is a successful.

Farmers indicate that the most important advantages of agricultural organizations is : "

to provide the real and financial needs on appropriate conditions, to help with marketing and to be more democratic organizations". Farmers who participated in the survey think that the most important problem of agricultural organizations is : " Management, financing and education". Although, farmers generally think that the agricultural organizations to be successful, they stated that Tariş has lost effectiveness in recent years. And so, cotton farmers have had great problems. For example; they had to sell their cottons to a merchant.

Only 22.9% of farmers who membered to Tariş think that Tariş is a successful, others do not think it's successful and they do not satisfied to its. This situation show that the necessity of clearing the politics, and extension services to make producers more informed about the activities are undertaken to increase the effectiveness of Tariş. Although membership in agricultural producer organizations in the region is high, training and extension activities for young people should be organized for this situation not to decrease and to increase further. In

addition, legal arrangements can be made to encourage young people to cotton farming which is an important agricultural product for the region to ensure the continuity of cotton.

Keywords: *Cotton, Agricultural organization, Farmer organization, Cooperative, Aydın*

KAYNAKÇA

Acar, İ., Yıldırım, İ., (2000), "Mandıra İşleten Dönerdere Tarımsal Kalkınma Kooperatifine Ortak İşletmelerin Ekonomik Analizi", Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Bilimleri Dergisi (J.Agric. Sci.), 2000, 10(1):61-70.

Aksoy, E., Dölekoğlu,T., (2003), "Dünya'da ve Türkiye'de Organik Pamuk Üretim ve Ticareti", Türkiye VI. Pamuk, Tekstil Ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildirileri, 24-25 Nisan 2003, Antalya.

Aktaş, E., (2006), "Çukurova Bölgesi'nde Pamuk Arz Duyarlılığının Tahmini Üzerine Bir Çalışma", Munich Personal RePEc Archive, http://mpra.ub.uni-muenchen.de/8648/ (erişim tarihi: ekim 2017)

Anonim 2017a, T.C. Gümrük Ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü 2015 Pamuk Raporu, (http://koop.gtb.gov.tr, 20.04.2017)

Anonim 2017b, T.C. Gümrük Ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü 2015 Pamuk Raporu, (http://koop.gtb.gov.tr, 20.04.2017)

Can, N., (2002), "Örgütlenme Gereksinimi ve Önemi", Eğilim ve Bilim 2002, Cilt 27, Sayı 125 (74-78).

Çıkın, A., Yercan. M., (1995), "Tarımda üretici örgütlenmesi", Türkiye Ziraat Müh. IV. Teknik Kongresi. TOBB. Ziraat Mühendisleri Odası. Ankara.

Everest, B., (2015), "Tarım Kredi Kooperatiflerinde Ortakların Kooperatifçilik İlkelerini Algılamaları Ve Yönetime Katılmalarını Etkileyen Faktörlerin Analizi Üzerine Bir Araştırma: Balıkesir Bölge Birliği Örneği", Basılmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir

Gençer, O., Özüdoğru, T., Kaynak, M., Yılmaz, A., Ören, N., (2004), "Türkiye'de Pamuk Üretimi ve Sorunları", Çukurova Üniversitesi Pamuk Araştırma ve Uygulama Merkezi, 01330-Adana

Gönlügür, A., (2015), "Tarımsal Kalkınma Kooperatiflerinde Yönetime Katılımı Etkileyen Faktörler: Aydın İli Ör-Koop Örneği", Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa

Işın, F., Işın, Ş., Uzmay, A., (2009), "Economic analysis of cotton production and adoption of harvest mechanization: A case study of the Aegean Region of Turkey", Journal of Food, Agriculture & Environment Vol.7 (2) : 387-393. 2009.

İnan, H., (2008), "Türkiye'de Tarımsal Kooperatifçilik ve AB Modeli", İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın no:2008-73, İstanbul

Karaca, A., Gültek, A., İntişah, A., S., Engürülü, A., Karlıoğlu, A., Türkiye'de Tarım Sigortaları Uygulamaları,(www.zmo.org.tr, 18.10.2015)

Karlı, B., Çelik, Y., (2003), GAP Alanındaki Tarım Kooperatifleri ve Diğer Çiftçi Örgütlerinin Bölge Kalkınmasındaki Etkinliği, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Yayın.

Kıllı, F., Bölek, Y., (2004), "Kahramanmaraş Pamuk Üretiminin Türkiye Üzerindeki Yeri", Hammaddeye İlişkin Tekstilci Sorunları, Kahramanmaraş Sempozyumu,1265.

Miran, B., Abay, C., Günden, C., (2002), "Pamukta Girdi Talebi: Menemen Örneği", Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 2002, 39 (3): 88-95 ISSN 1018-8851

Mülayim, Z., G., (2010), Kooperatifçilik. Yetkin Basımevi Yayınları. Ankara.

Özüdoğru, T., (2003), "Pamuk Durum ve Tahmini 2003/2023", Türkiye Vı. Pamuk, Tekstil Ve Konfeksiyon Sempozyumu Bildirileri, 24-25 Nisan 2003, Antalya.

Özüdoğru, T., Miran, B., (2015), "Türkiye'de Farklı Destekleme Politikalarının Pamuk Arzı Üzerine Etkileri", Tarım Ekonomisi Araştırmaları Dergisi, Cilt 1, Sayı 2.

Sağlam, U.,(2013), "Uşak İlinde Tarımsal Üretici Örgütlenmesi ve Yapısal Sorunlar", Basılmamış Doktora Tezi, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Tekirdağ

Terin, M., (2008), "Van İlindeki Tarım Üreticilerinin Örgütlenmeye

Bakışı ve Örgütlenmeye İlişkin Sorunları", Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Yüzüncü Yıl Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Bölümü, Van

Terin, M., Ateş, H., (2010), "Çiftçilerin Örgütlenme Düzeyi ve Örgütlerden Beklentileri Üzerine Bir Araştırma: Van İli Örneği", Ege Üniv. Ziraat Fak. Derg., 2010, 47 (3): 265-274 ISSN 1018 – 8851.

TGSD, (2015), Türkiye Giyim Sanayicileri Derneği (http://www.tgsd.org.tr/assets/Uploads/TTSSTHG -SEKTR-RAPORU2015.pdf(10.10.2017)

TUIK, (2017), Türkiye İstatistik Kurumu (ttp://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=58, 05.09.2017).

Turan, A., Mülayim, Z. G., (1994), "Süt Fabrikası İşleten Tonya ve Bütün Köylerini Kalkındırma Kooperatifinin Tarımsal Kooperatif İşletmeciliği Yönünden Analizi", 94 Kooperatifçilik Yıllığı. Türk Kooperatifçilik Kurumu, Yay. No:85, s:34-45, Ankara.

UPK, (2016), "Ulusal Pamuk Konseyi" http://www.upk.org.tr/User_Files/kitaplik/resim.pdf(01.09.2017).

Uzmay, A., Adanacıoğlu, H., (2009), "A study on whether maize for silage is an alternative to cotton farming in Izmir, Turkey: Gross margin and data envelopment analysis", Journal of Food, Agriculture & Environment Vol.7 (3&4) : 603-608. 2009.

Uzmay, A., Işın F., Koyubenbe, N., (2009), "Farmers' behaviors regarding the decrease in the area of cotton plantations of Turkey; Izmir case", Spanish Journal of Agricultural Research, Vol 7 No. 2., 248-256.

Uzmay, A., Işın, F., Koyunbenbe, N., (2006), "AB'nde ve Türkiye'de Pamukta Uygulanan Destekleme Politikalarının Karşılaştırılması," VII. Tarım Ekonomisi Kongresi, Antalya.

İŞE ADANMIŞLIĞIN DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER AÇISINDAN ANALİZİ

Metin KAPLAN*
Nilüfer ŞAHİN PERÇİN**
Eda ÖZGÜL KATLAV***

Özet

Rekabetin yoğun bir şekilde yaşanmış olduğu günümüzde işletmelerin rekabet üstünlüğü sağlamalarında rakipler tarafından taklit edilemeyen insan unsurunun önemi her geçen gün artmaktadır. Bu önemin farkına varan işletmeler geçmişteki gibi insanı bir maliyet unsuru olarak değil, yatırım aracı olarak görmeye başlamıştır. Büyük yatırımlar yapılan insan unsurundan maksimum çıktı elde edilmesinde çalışanların kendilerini işe adamaları hem işletme hem de çalışanların amaçlarına ulaşmasında önemli katkılar sağlamaktadır.

İşe adanma kavramı, hakkında geliştirilen farklı teorilere de bağlı olarak farklı şekillerde tanımlanmıştır. Kahn (1990) işe adanmayı, "örgüt üyelerinin iş performansları sırasında, fiziksel, bilişsel ve duygusal açıdan kendilerini iş rollerine tamamen vermeleri" olarak tanımlamaktadır.

İşe adanmanın fiziksel boyutunu, bireyin iş performansını yerine getirecek fiziksel enerjiye sahip olup olmaması oluştururken, bilişsel boyutta örgüte ilişkin inançlar, liderler ve iş koşulları, duygusal boyutta ise örgüt ya da lidere karşı olan tutumu yer almaktadır (Ertemli,2011). Literatürde işe adanma (work engagement); iş-aile çatışması (Turgut,2011), başarı hedef yönelimleri ve iş özellikleri (Turgut,2013), tükenmişlik (Kara ve Sığrı,2013); Burke vd. (2013) çalışanların işe adanmaya karşı tutumlar gibi değişkenlerle ilişkilendirilmiştir. Ancak

* *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi*
** *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi*
*** *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi*

yapılan yazın taramasında çalışanların demografik özellikleri açısından işe adanma düzeyleri arasında farklılıklar olup olmadığını inceleyen çalışmalar oldukça sınırlıdır (Banihani, Lewis ve Syed, 2013).

Küreselleşme neticesinde farklı kültürlere sahip bireyler aynı işletmede çalışmaya başlamışlardır.

Çalışanların kendilerini işe adamaları sonucu yenilikçi fikirler üretmelerini sağlayabilmek için yöneticilerin bu farklılığı fark etmeleri ve bu farklılıklardan yararlanmaları kaçınılmaz hale gelmiştir.

Bu bağlamda çalışmanın temel araştırma sorusu şudur: "Otel işletmelerinde çalışanların işe adanmalarında demografik özellikler açısında anlamlı farklılıklar var mı?" Araştırma amacına ulaşabilmek için Nevşehir ilinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışanlardan anket tekniği ile veriler elde edilecektir.

Anket formu iki kısımdan oluşacaktır. Birinci kısımda Schaufeli vd. (2006) tarafından geliştirilen işe adanma ölçeği yer alacaktır.

İkinci kısımda ise çalışanların cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu gibi demografik özelliklerle ilgili sorular yer alacaktır. Verilerin normal dağılım gösterecek olursa t testi ve ANOVA, normal dağılım göstermezse Mann-Whitney-U ve Kruskall Wallis testleri uygulanacaktır.

Araştırma bulguları çerçevesinde literatürdeki araştırma bulguları ile karşılaştırılarak gelecekteki araştırmalara ve işletme yöneticilerine yönelik öneriler sunulacaktır.

Anahtar kelimeler: *işe adanma, demografik özellikler, turizm işletmeleri, 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri*

An Analysis Of Work Engagement İn Terms Of Demographic Variables

Abstract

The aim of this study is to reveal whether the staff employed in four and five star hotels in Nevsehir, Turkey has the significant differences among work engagement in terms of demographic variables or not. The sample of the research covers the employees working in the 4 and 5 star hotels with Tourism Operation Licence.

The survey will be used as a data collection method in the research. Work engagement will be measured with 5-point Likert scale (1=strongly decrease, 5=strongly agree) developed by Schaufeli et al. (2006).

In the second part of the survey, there will be questions related to the age, marital status, education level, taking the vocational tourism education, position in the hotel.

Cronbach Alpha, Kolmogrov-Smirnov, "t" or Mann Whitney U, ANOVA or Kruskall Wallis (according to the K-S test results) tests will be used for examining the variables in line with the research objectives.

In addition to the results, some limitations of these findings for theory and practice, and recommendations for the future research directions will be presented.

Keywords: *work engagement, demographic variables, hotel businesses.*

SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMAYA YÖNELİK BİLGİ, TUTUM VE DAVRANIŞ DÜZEYİNİN ÖLÇÜLMESİ: NEVŞEHİR TARIM KREDİ KOOPERATİFİ ÇALIŞANLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Ali ERBAŞI*, Şükran Güngör TANÇ**

Abdurrahman GÜMRAH***

Genişletilmiş Özet

Kooperatifler, kişilerin herhangi bir şeyi bireysel olarak yapamayacakları veya topluluk halinde yapmalarında fayda bulunan işleri, en iyi biçimde ve maliyetle yapmak üzere ekonomik güçlerini bir araya getirdikleri kuruluşlardır (Sayılı ve Adıgüzel, 2013:104).

Türkiye'de sayıca fazla ve tarım işletmelerinin büyük bir kısmını oluşturan aile işletmeleri eskiden olduğu gibi sadece kendi ihtiyaçlarını değil ulusal ve uluslararası ihtiyaçlar içinde üretimde bulunmaktadır.

Küçük ölçekli tarım işletmelerinin ise belirgin en önemli sorunları arasında finansman problemi gelmektedir. İşte söz konusu işletmelerin ve çiftçilerin kredi ihtiyaçlarını karşılayabilmek, onlara en uygun maliyetle kredi kullandırmak amacıyla kurulmuş olan organizasyonlar ise Tarım Kredi Kooperatifleridir (TKK) (Demir, 2017:207).

Faaliyetlerine 1929 yılında başlayan ve Türkiye'de kooperatifçiliğin oluşmasında öncü rol oynayan TKK'lar kooperatifler arasında önemli bir yere sahiptir. 2016 yılı sonu itibariyle 1625 adet kooperatif, 1.001.418 ortak, 13 şirket ve 3 vakıf ile TKK'lar Türkiye ekonomisine

** Doç.Dr., Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, aerbasi@selcuk.edu.tr*
*** Doç.Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü, sgungor@nevsehir.edu.tr*
**** Öğr.Gör., Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Yönetim – Organizasyon Bölümü, agumrah@selcuk.edu.tr*

büyük katkı sağlamaktadırlar (TKR, 2017:12).

Sürdürülebilir kalkınma kavramı, çevre sorunları, sosyal–ekonomik konular, yoksulluk, eşitsizlik ve insanlığın sağlıklı bir gelecek kaygısı konuları arasındaki ilişkilerin farkındalığının artmasının bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Kavram özellikle çevre ve sosyal-ekonomik konular arasında güçlü bir bağlantı kurmaktadır. Terim tüm dünyada yankı bulacak şekilde ilk olarak 1980'de resmi adıyla Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (World Commission on Environment and Development) olarak bilinen Brundtland Komisyonu'nun yayınlamış olduğu "Ortak Geleceğimiz" (Our Common Future) adlı raporda kullanılmıştır. Raporda sürdürülebilir kalkınma "Bugünün ihtiyaçlarının, gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetinden ödün vermeksizin karşılanması" şeklinde tanımlanmıştır (WCED, 1987: 43).

Kavramın temelinde bir takım çevresel konularla ilgili artan endişeleri, sosyal ve ekonomik konularla birleştirme olgusu yatmaktadır. Bu durum sürdürülebilir kalkınmanın, mevcut ve gelecekteki insanlık için temel zorlukları giderme potansiyeline sahip olmasından kaynaklanmaktadır (Hopwood ve diğ., 2005:38). Sürdürülebilir kalkınma kavramına olan ilginin artması, insanlığın doğayla arasında olan ilişkinin önemini anladığını gösteren bir işarettir (Giddings ve diğ., 2002:188). Ayrıca sürdürülebilir kalkınma, insanlığın karşılaştığı veya karşılaşması muhtemel sorunları bütünlük perspektifiyle ele almakta, kişilerin iyilik halini ekonomik ve sosyal açıdan artırmayı hedeflemektedir (Özmete ve Akgül Gök, 2015: 130).

Bu araştırmanın amacı, Nevşehir Tarım Kredi Kooperatifi çalışanlarının sürdürülebilir kalkınmaya yönelik bilgi, tutum ve davranışlarının ölçülmesi ve bunların bazı demografik değişkenler açısından farklılaşmasını incelemektir. Bu amaca ulaşabilmek için aşağıdaki araştırma soruları geliştirilmiştir:

-Nevşehir Tarım Kredi Kooperatifi çalışanlarının sürdürülebilir kalkınmaya yönelik bilgi, tutum ve davranış düzeyi nedir?

-Çalışanların sürdürülebilir kalkınmaya yönelik bilgi, tutum ve davranış düzeyleri arasındaki ilişki nasıldır?

-Çalışanların sürdürülebilir kalkınmaya yönelik bilgi, tutum ve

davranışlarının bazı demografik değişkenlerle ilişkisi nedir?

Araştırmada evren ve örneklem ayrımına gidilmemiş olup tamsayım tekniği kullanılmış ve Nevşehir Tarım Kredi Kooperatifi çalışanlarının tamamına ulaşılmaya çalışılmıştır.

Anketlerin uygulamasının yapıldığı Temmuz 2017 tarihinde işyerinde bulunan tüm personele anketler dağıtılmıştır. Aynı gün içerisinde anketler geri toplanmış olup bu aşamada gönüllülük esası uygulanmıştır.

Araştırmanın bu evren dahilinde yapılmasının sebebi, sürdürülebilir kalkınmaya yönelik çalışmalar yapan bir kurum olması ve kurum yönetiminin akademik çalışmalara verdiği destektir. Bu bağlamda 62 adet anketin geri dönüşümü sağlanmış olup analizlere devam edilmiştir.

Araştırmada, katılımcıların demografik özelliklerinin sınıflandırılması için bazı merkezi eğilim ölçülerinden (frekans ve yüzde dağılımları), çalışanların sürdürülebilir kalkınmaya yönelik bilgi, tutum ve davranış düzeylerini ölçebilmek için temel belirleyici istatistiklerden (ortalama ve standart sapma), çalışanların sürdürülebilir kalkınmaya yönelik bilgi, tutum ve davranış düzeyleri arasındaki ilişkileri inceleyebilmek için korelasyon ve regresyon testlerinden, bu düzeyler ile çalışanların bazı demografik özellikleri arasındaki ilişkileri inceleyebilmek için farklılaşma testlerinden faydalanılmıştır. Anketlerden elde edilen verilerin analizinde SPSS 21.0 programı kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin geçerliliğini test edebilmek için, öncelikle üç ölçeğe ayrı ayrı açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır. Veri setinin uygunluğuna ilişkin yapılan KMO testi sonucu çalışanların sürdürülebilir kalkınmaya yönelik bilgi ölçeği için 0,697, sürdürülebilir kalkınmaya yönelik tutum ölçeği için 0,662 ve sürdürülebilir kalkınmaya yönelik davranış ölçeği için 0,644 olarak belirlenmiştir.

Ayrıca Bartlett testi, her üç ölçek için istatistiksel açıdan anlamlı sonuçlanmış ve sıfır hipotezleri reddedilmiştir.

Katılımcıların sürdürülebilir kalkınmaya yönelik bilgi, tutum ve davranış düzeyi ortalamaları incelendiğinde, orta düzeyde bilgiye (x=3,2555), orta düzeyde tutuma (x=3,1345) ve yine orta düzeyde

davranış düzeyine (x=3,2903) sahip oldukları görülmektedir.

Yapılan ilişki testlerinden elde edilen bulgulara göre ise, çalışanların sürdürülebilir kalkınmaya yönelik bilgi düzeyi ile tutum düzeyi ve davranış düzeyi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Yalnızca çalışanların sürdürülebilir kalkınmaya yönelik tutum düzeyi ile davranış düzeyi arasında istatistiksel bakımdan anlamlı ve pozitif bir ilişki belirlenmiştir.

Bu ilişki dikkate alınarak çalışanların sürdürülebilir kalkınmaya yönelik tutumlarının davranışları üzerindeki etkisini incelemek amacıyla yapılan regresyon testi bulgularına göre ise, çalışanların sürdürülebilir kalkınmaya yönelik tutumlarının davranışları üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Son olarak çalışanların sürdürülebilir kalkınmaya yönelik bilgi, tutum ve davranışlarının bazı demografik değişkenlerle ilişkisini inceleyebilmek için geliştirilen çeşitli hipotezler test edilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre çalışanların sürdürülebilir kalkınmaya yönelik bilgi düzeylerinin yaş, medeni durum, cinsiyet, çalışma pozisyonu, eğitim düzeyi, kıdem değişkenlerine göre istatistiksel açıdan anlamlı farklılaşmadığı belirlenmiştir.

Ayrıca çalışanların sürdürülebilir kalkınmaya yönelik tutum düzeylerinin ve davranış düzeylerinin bu demografik değişkenlerden yalnızca çalışma pozisyonuna göre anlamlı düzeyde farklılaştığı, bu farklılaşmanın ise yönetici ve memur pozisyonlarındaki çalışanlarda olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimler: *Sürdürülebilir Kalkınma, Bilgi Düzeyi, Tutum Düzeyi, Davranış düzeyi*

Jel Kodları: *Q01, Q56*

Measurement Of Knowledge, Attıtude And Behavıor Levels On Sustaınable Development: A Study On Nevşehir Agrıculture Credıt Cooperatıve Staff

Extensive Summary

Cooperatives are organizations where people can not do anything individually or bring together the economic power to do business in the best way and at the cost, which is beneficial for them to do in community (Sayılı ve Adıgüzel, 2013: 104). As the number of families in Turkey is large and the majority of agricultural enterprises are in the past, they are in production not only of their own needs but also of national and international needs. Financing is one of the most important problems of small scale agricultural enterprises. These are the Agricultural Credit Cooperatives (TKK) (Demir, 2017: 207), which are established to meet the loan needs of the said enterprises and farmers and to give them credit at the most appropriate cost.

The TKK, which started its activities in 1929 and played a leading role in the formation of cooperatives in Turkey, has an important place among the cooperatives. As of the end of 2016, 1625 cooperatives, 1.001.418 partners, 13 companies and 3 foundations and TKKs have contributed significantly to the Turkish economy (TKR, 2017: 12).

The concept of sustainable development has emerged as a result of increasing awareness of environmental issues, social-economic issues, poverty, inequality, and the relationship between humanity and a healthy future concern. The concept has a strong connection, in particular, between the environment and social-economic issues. The term was originally used in 1980 as the "Common Future", the official name of the Brundtland Commission, known as the World Commission on Environment and Development, to resonate throughout the world. Raporda defines sustainable development as "meeting today's needs without sacrificing the ability of future generations to meet their needs" (WCED, 1987: 43).

At the basis of the concept is the increasing concern about a number of environmental issues, the union of social and economic issues. This is because sustainable development has the potential to overcome fundamental challenges for present and future humanity (Hopwood et al., 2005: 38).

The growing interest in the concept of sustainable development is a sign that humanity understands the importance of the relationship between nature and nature (Giddings et al., 2002: 188). In addition, sustainable development seeks to integrate the problems faced by mankind into the society and to increase the well-being of the people economically and socially (Özmete and Akgul Gök, 2015: 130).

The aim of this research is to examine the knowledge, attitudes and behaviors of the employees of Nevşehir Agricultural Credit Cooperative on sustainable development and to differentiate them in terms of some demographic variables.

The following research questions have been developed to reach this objective:

-What is the level of knowledge, attitude and behavior towards sustainable development of the employees of the City-Agricultural Credit Cooperative?

- How is the relationship between employees' attitudes and attitudes towards sustainable development?

- What is the relationship of employees' attitudes and attitudes towards sustainable development to some demographic variables?

Universe and sample were not distinguished in the study and integer technique was used and all employees of Nevşehir Agricultural Credit Cooperative were tried to be reached. All staff questionnaires were distributed at the workplace on July 2017 when the questionnaire was implemented.

Surveys were collected during the same day and volunteerism was applied at this stage. The reason why the research is carried out within this universe is that it is an institution that carries out studies for sustainable development and it is the support given by the management of the institution to academic studies. In this context, 62 questionnaires were recycled and the analyzes continued.

In the study, some central tendency measures (frequency and percentage distributions) for the classification of participants 'demographics, basic determinative statistics (mean and standard deviation) for employees to measure knowledge, attitudes and

behaviors towards sustainable development, employees' knowledge, attitudes and attitudes towards sustainable development correlation tests were used to examine the relationships between these levels and some demographic characteristics of employees. SPSS 21.0 program was used in the analysis of the data obtained from the questionnaires.

In order to test the validity of the scales used in the research, descriptive factor analysis was applied to three scales separately. The results of the BMD test for the suitability of the data set were determined to be 0,697 for the Sustainable Development Knowledge Scale, 0,662 for the Sustainable Development Scale and 0,644 for the Sustainable Development Scale. In addition, the Bartlett test was statistically significant for all three scales and null hypotheses were rejected.

When the average level of knowledge, attitude and behavior towards participants' sustainable development is examined, it is seen that they have moderate knowledge (x = 3,2555), moderate attitude (x = 3,1345) and moderate behavior level (x = 3,2903) .

According to the findings obtained from the relationship tests, there was no statistically significant relationship between the knowledge level of employees about sustainable development and attitude level and behavior level. Only a statistically significant and positive relationship was found between the level of attitude of employees towards sustainable development and the level of behavior.

According to the results of the regression test conducted to examine the effect of employees' attitudes towards sustainable development on the behavior of employees, it was determined that employees had a statistically significant effect on their attitudes towards sustainable development.

Finally, several hypotheses have been tested to examine the relationship between employees' knowledge, attitudes and behavior toward sustainable development and some demographic variables. According to the findings, it was determined that the knowledge level of the employees about the sustainable development did not differ statistically according to age, marital status, gender, working position, education level, seniority variables.

It is also seen that employees' attitudes and attitudes towards

sustainable development are significantly different from those of demographic variables only in terms of their working position, and those differences are in employees in executive and civil positions.

Key Words: *Sustainable Development, Knowledge Level, Attitude Level, Behavior Level*

KAYNAKÇA

Demir, E. (2017). Tarım Kredi Kooperatiflerinin Çiftçi Ortaklarına Kullandırdıkları Tarımsal Kredilerin Muhasebeleştirilme Uygulamalarının Uluslararası Muhasebe Ve Finansal Raporlama Standartları Açısından Değerlendirilmesi. Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, 52(1), 206–230.

Giddings, B., Hopwood, B. ve O'Brien, G. (2002). Environment, Economy And Society: Fitting Them Together İnto Sustainable Development. Sustainable Development, 10(4), 187–196.

Hopwood, B., Mellor, M. ve O'Brien, G. (2005). Sustainable Development: Mapping Different Approaches. Sustainable Development, 13(1), 38–52.

Özmete, E. ve Akgül Gök, F. (2015). Sürdürülebilir Kalkınma İçin Sosyal İnovasyon Ve Sosyal Hizmet İlişkisinin Değerlendirilmesi. Journal of Society & Social Work, 26(2), 127–143.

Sayılı, M. ve Adıgüzel, F. (2013). Tokat İli Merkez İlçede Tarım Kredi Kooperatiflerine Ortak Tarım İşletmelerinin Ekonomik Analizi. Tarım Ekonomisi Dergisi, 19(1), 103–116.

(TKR) Türkiye Kooperatifçilik Raporu (2017). Türkiye Kooperatifçilik Raporu 2016. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı. http://koop.gtb.gov.tr/data/592ea2dd1a79f514ac499aae/TKR-2016-2017%200530-BASIM.pdf (Erişim Tarihi:01.08.217)

WCED, (1987) UNCED. "Our common future." World Commission on Environment and DevelopmentOxford University Press .

KÜRESEL DEĞİŞİM İÇİN İŞBİRLİĞİNE BİR ÖRNEK: İSVEÇ ULUSLARARASI KALKINMA AJANSI'NIN TÜRK KADIN KOOPERATİFÇİLERE DESTEĞİ

Gökhan EŞEL*

Özet

1960'lı yıllarda kurulan İsveç Uluslararası Kalkınma Ajansı (SIDA), İsveç parlamentosu ve hükümeti adına dünyanın yoksulluğunu azaltma misyonu ile çalışan bir devlet kurumu olduğunu ifade etmektedir.

Bu misyon doğrultusunda çalışmalarında, diğer devletlerin çeşitli kurum ve kuruluşlarının yanı sıra özellikle sivil toplum örgütleri ile işbirliği içinde hareket ederek, İsveç Küresel Gelişim Politikasını (PGU) uygulamaya çalışmaktadır.

Halen Afrika, Asya, Latin Amerika ve Avrupa'da toplam 33 ülkede faaliyet gösteren İsveç Uluslararası Kalkınma İşbirliği Ajansı (SIDA) fonlarını belirtilen misyon doğrultusunda yoksulluğu azaltmak üzere kullandığını belirtmektedir.

Bu noktada Türkiye Cumhuriyeti, her ne kadar yoksulluk parametreleri açısından kritik bir durumda olmasa da, devam etmekte olan Avrupa Birliğine üyelik süreci ve bu geçiş sürecinin gerekli kıldığı reformların hayata geçirilmesini kolaylaştırmak amacıyla İsveç Uluslararası Kalkınma Ajansı tarafından desteklenen ülkeler arasında yer almaktadır.

Nitekim İsveç hükümeti bu doğrultuda, 1992 yılından bu yana İsveç Kızılhaçı ve Raoul Wallenberg Enstitüsü gibi kurumlar aracılığıyla Türkiye'de sivil toplumun ve üniversitelerin çalışmalarına destek olmaktadır.

** Yrd. Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İİBF, Uluslararası İlişkiler Bölümü, gesel@nevsehir.edu.tr*

1992 yılında maddi açıdan küçük desteklerle başlayan bu sürecin 2016 yılı verilerine göre yıllık 12,8 milyon ABD doları seviyesine ulaştığı ifade edilmektedir.

Bu noktada, İsveç'in Ankara Büyükelçiliği himayesinde faaliyet gösteren İsveç Uluslararası Kalkınma Ajansı bürosu, 2010-2013 yılları için uygulanan destekler hususunda "İsveç-Türkiye Kalkınma İçin İşbirliği Stratejisi" politikasının uygulamaya konulması ile verilen desteklerin daha iyi ve profesyonel bir koordinasyonla yürütülmesinin önemli hale geldiğini belirtmektedir.

İsveç Uluslararası Kalkınma Ajansı (SIDA) mali destekleri yürütme görevinin de kendileri ile birlikte İsveç Konsolosluğu'na verilmiş olduğunu ve bu gelişmelerin bir sonucu olarak, İsveç Uluslararası Kalkınma Ajansı'nın Ankara bürosunda yerleşik olarak faaliyet göstermeye başlaması, süregelen işbirliğinin daha da görünür hale gelmesini sağladığını ifade etmektedir.

İşte tam bu noktada Türkiye'de yörelerinde bir araya getirdiği kadınların ekonomik olarak ayakta kalmasını sağlayan 100'ü aşkın kadın kooperatifi, özellikle kırsaldaki kadınların bir araya gelerek üretim yapması ve bu ürünleri satması, İsveç Uluslararası Kalkınma Ajansı'nın da dikkatini çekmiştir.

Nitekim bu modelden etkilendiklerini ifade ederek, Türkiye'deki kadınların kooperatifleşmesine destek kararı almıştır. Bütün mali desteği İsveç Kalkınma Ajansı tarafından sağlanacak proje kapsamında, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü ile Dünya Bankası'nın işbirliğinde de söz edilmektedir.

Bu çerçevede Türkiye'de Kadın Kooperatifleri Tanıtım ve Kapasite Geliştirme Projesi adı altında yeni bir proje başlatılarak, kadın işgücünün ekonomiye kazandırılması, kadınların çalıştıkları işletmenin yönetimine katılımının sağlanmasının planlandığı anlaşılmaktadır. Proje kapsamında kadınlara, girişimcilik kabiliyetlerinin artırılmasına yönelik çeşitli eğitimlerin verileceği belirtilmektedir.

Bu doğrultuda, kadınların kooperatif kurmasını teşvik etmek için "Kadın Girişimi İşletme ve Üretim Kooperatifi" unvanı ile örnek bir sözleşmenin de hazırlandığı ifade edilerek, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın, diğer kadınlara da örnek olacak başarılı kadın

kooperatiflerinin tanıtımı için yayınlar hazırlanması noktasında çalışmalar yapacağı ifade edilmektedir.

İsveç Uluslararası Kalkınma Ajansı'nın Türkiye'de kadınlara yönelik olarak hazırladığı ve oldukça kapsamlı bir başka projesi de, Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) ve İş ve İşçi Bulma Kurumu (İŞKUR) işbirliği ile ve yine İsveç Uluslararası Kalkınma İşbirliği Ajansı'nın finansmanı ile yürütülmektedir.

Proje kapsamında başta İş ve İşçi Bulma Kurumu olmak üzere, çeşitli kamu kurum ve kuruluşlarının temsilcileri ile çeşitli sivil toplum örgütlerinin temsilcileri, işçi ve işveren sendikaları konfederasyonlarının temsilcilerinin bir araya gelmesi ile oluşturulan "Ulusal Teknik Ekip" tarafından hazırlanan ve 2016-2018 yılları arasında uygulanması amaçlanan "Kadınlar İçin Daha Çok ve Daha İyi İşler: Türkiye'de İnsana Yakışır İş için Kadınların Güçlendirilmesi" başlıklı proje çerçevesinde bir de "Kadın İstihdamı Eylem Planı" hazırlanmış ve kamuoyu ile paylaşılmıştır.

İsveç hükümeti tarafından kamuoyu ile paylaşılan eylem planının yanı sıra İsveç hükümeti tarafından hazırlanan raporlardan edinilen bilgilere göre 2016 yılında İsveç Hükümeti'nin İsveç Uluslararası Kalkınma Ajansı vasıtasıyla Türkiye'de yürütülen projelerden kadınlara yönelik olarak olanların toplam maliyetinin 1 milyon ABD doları seviyesinde olduğu anlaşılmaktadır.

Bu bildiride, genel olarak İsveç Uluslararası Kalkınma Ajansı'nın (SIDA) Dünya genelindeki faaliyetleri hakkında bilgiler verilerek ve bu faaliyetlerden Türkiye'ye yönelik olanlar noktasında Türkiye'de Kadın Kooperatifçiliğinin geliştirilmesine yönelik yapılmış olan ve yapılması planlanan projeler hakkında bilgi verilerek ve bu faaliyetlerin olumlu ve olumsuz yönleri üzerinde bilimsel perspektif ile durulmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Kadın İstihdamı, Küresel İşbirliği, Kooperatifçilik, Kalkınma, İsveç, Türkiye.*

Jel Kodları: *E24, F53, P13, R11.*

An Example of Collaboration for Global Change: Swedish International Development Agency's Support of the Turkish Women Cooperatives

ABSTRACT

The Swedish International Development Agency (SIDA), which was established in the 1960s, is a state institution that works with the Swedish parliament and the government on a mission to reduce the world's poverty.

Towards this mission, SIDA is working to implement the Swedish Global Development Policy (PGU) in their work within cooperation with various institutions and organizations of other governments, and in particular with NGOs. The Swedish International Development Cooperation Agency, currently operating in 33 countries in Africa, Asia, Latin America and Europe and using funds in order to reduce poverty in line with the stated mission in those regions.

At this point, the Republic of Turkey is among the countries supported by the Swedish International Development Agency in order to facilitate the process of membership in the ongoing European Union and the reforms required by this transition period, although it is not critical in terms of poverty parameters. Indeed, the Swedish government has been supporting the work of civil society and universities in Turkey through such institutions as the Swedish Red Cross and the Raoul Wallenberg Institute since 1992. It is stated that this process, which started in 1992 with little financial support, reached 12.8 million US dollars per year according to the data of 2016. At this point, the Swedish Agency for International Development, operating under the auspices of the Swedish Embassy in Ankara, has realized that the implementation of the "Swedish-Turkish Cooperation Strategy for Development" policy for the support for 2010-2013 has become important for better and professional coordination of support states. The Swedish International Development Agency (SIDA) has been assigned with the Swedish

Consulate to undertake financial support, and that as a result of these developments, the Swedish International Development Agency's establishment of operations in the Ankara bureau has made it possible for the ongoing partnership to become more visible. At this point, more than 100 women's cooperatives, especially women in rural areas, who come together to produce and sell these products, attracted the attention of the Swedish International Development Agency, which provided the economic survival of the women they brought together in their regions in Turkey. As a matter of fact, they expressed their influence on this model and decided to support the cooperative system of women in Turkey. Within the scope of the project to be provided by the Swedish Development Agency, all financial support is mentioned in the cooperation of the General Directorate of Cooperatives of the Ministry of Customs and Trade and also with the World Bank. In this context, it is understood that a new project will be initiated under the name of Women Cooperatives Promotion and Capacity Development Project in Turkey, and it is planned that women labor will be brought into the economy and that women will participate in the management of the enterprise they are working with.

Within the scope of the project, it is stated that various trainings will be given to increase the entrepreneurship abilities of women. In this respect, it is stated that the Ministry of Customs and Trade is working on the preparation of publications for the promotion of successful women cooperatives, which will be an example for other women, by expressing the title of "Women Entrepreneur Enterprise and Production Cooperative" and a sample contract to encourage women to establish cooperatives.

Another very comprehensive project prepared by the Swedish International Development Agency for women in Turkey is carried out by the cooperation of the International Labor Organization (ILO) and the Employment Agency (ISKUR) and also financed by the Swedish International Development Cooperation Agency. Within the scope of the project, the "National Technical Team" prepared by the representatives of various public institutions and organizations, representatives of various non-governmental organizations, representatives of workers and employers, trade unions confederations, especially by the Employment Agency. As a result of this cooperation, "Women's Employment Action Plan" was prepared and shared with the public in the framework of

the project entitled "More and Better Jobs for Women: Strengthening Women for Decent Jobs in Turkey" by the National Technical Team. Along with the action plan and the reports prepared and shared by the Swedish government, it is announced that the total cost of the projects of the Swedish Government for women in Turkey through the Swedish International Development Agency in 2016 is about 1 million US dollars.

In this paper, information on the activities of the Swedish International Development Agency (SIDA) in the world will be given and information on the projects planned for the development of the Women's Cooperative in Turkey will also be given, the positive and negative aspects of these activities will be tackled with scientific perspective.

Key Words: *Women Employment, Global Cooperation, The Cooperative System, Development, Sweden, Turkey.*

Jel Codes: E24, F53, P13, R11.

3. OTURUM : Sürdürülebilir Gelişim için Kooperatifçilik

3ND SESSION : Cooperatives for Sustainable Development

Sürdürülebilir Gelişim için Kooperatifçilik

Oturum Başkanı
Doç.Dr. Serdar ÖZTÜRK

Yatırım Sermayesi Ediniminde Kooperatiflerin Önemi
The Importance Of Cooperatives In Investment Capital Accumulation

Dr.Hayati BAŞARAN **Mühendis Serkan BİRİNCİ**
Uzman Selçuk MERT

Kooperatiflerin Finansmanında Alternatif Bir Yöntem Olarak Kitlesel Fonlama (Crowd Funding): Kapsayıcı İşletmecilik (Inclusive Business) Becerileri Üzerinden Bir Değerlendirme
Crowd Funding As An Alternate To Conventional Financing For Cooperatives: An Evaluation Through Inclusive Business Capabilities

Dr. Şahnaz KOÇOĞLU **Dr. Cihat ERBİL**

Sürdürülebilir Kalkınma Politikasında Yenilenebilir Enerji Kooperatiflerine Yönelik Finansal Ve Vergisel Teşviklerin Rolü
The Role Of Financial And Taxational Incentives In Renewable Energy Co-Operatives On The Policiy Of Sustainable Development

Yrd.Doç.Dr. Sibel BİLGİN **Yrd.Doç.Dr. Vildan Hilal AKÇAY**

Sürdürülebilir Yüksek Büyüme İçin Yurtiçi Tasarrufların Önemi
The Importance Of Domestic Savings For Sustainable High Growth

Yrd.Doç.Dr. Fetullah AKIN

Etkin Piyasa Hipotezi ve Gelişmiş Borsalar Üzerine Bir Uygulama: Panel Veri Analizi
Efficient Market Hypothesis And An Application On Developed Stock Markets: Panel Data Analysis

Yük. Lis. Öğr. Tuğba KOYUNCU **Prof. Dr. Alper ASLAN**

Gün : 6 Ekim 2017, Cuma
Saat : 9:00-10:30
Salon : Salon: 1
Yer : Refik Başaran Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

YATIRIM SERMAYESİ EDİNİMİNDE KOOPERATİFLERİN ÖNEMİ (TARIM SATIŞ KOOPERATİFLERİ ÖRNEĞİ)

Hayati BAŞARAN*
Serkan BİRİNCİ**
Selçuk MERT***

ÖZET

Mithat Paşa'nın kurduğu "Memleket Sandıkları" Türk kooperatifçiliğinin ilk uygulamasıdır.

Bu uygulamanın zihinsel temelini, köylülerin (tarımsal üreticilerin) finansal sorunlarına çözüm üretmek ve tarımsal ürünlerin ortaklık temelli pazarlanması oluşturmaktadır.

Memleket Sandıkları deneyimi tarım satış kooperatiflerinin kurulmasını ve yaygınlaşmasını sağlamıştır.

Tarım satış kooperatif ve birlikleri, 1935 tarihli ve 2834 sayılı Tarım Satış Kooperatifleri ve Birlikleri Hakkında Kanun'la yasal zemin kazanmıştır. 2834 sayılı Kanun ve buna dayanarak 1937 yılında yürürlüğe konulan anasözleşmelerle, tarım satış kooperatifleri ya ürün bazlı yada bölgesel olarak birlikler halinde örgütlenmişlerdir.

Halen, 4572 sayılı Tarım Satış Kooperatif ve Birlikleri Hakkında Kanun yürürlüktedir.

Tarım satış kooperatifleri, üreticilerin (ortaklarının) karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle tarımsal üretim faaliyetleri ile mesleki faaliyetlerinde ihtiyaçlarını karşılamak, ürünlerini daha iyi değerlendirmek ve ekonomik menfaatlerini korumak amacıyla hizmet vermektedir.

** Dr. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü H.Basaran@gtb.gov.tr*
*** Mühendis. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, S.Birinci@gtb.gov.tr*
**** Uzman. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, S.Mert@gtb.gov.tr*

Bu amacı gerçekleştirmek için ortaklarının üretim girdilerini temin etmek, ürünlerini alıp en iyi şartlarda değerlendirmek gerekirse işleyip mamul haline getirerek piyasaya sürmek ve ortaklarının finansman ihtiyaçlarını ayni veya nakdi kredi yoluyla karşılamak faaliyetlerinde bulunmaktadır.

Bu faaliyetleri sürdürebilmek için yatırımlar yaparak ekonomik olarak büyüyen tarım satış kooperatif ve birlikleri, sermaye birikimi yetersiz ve işletme ölçeği küçük Türkiye için zamanla önemli ekonomik birimler haline gelmişlerdir.

Nitekim kurumsallaşan birlikler tarım politikalarının önemli aktörleri olarak kabul edilmiş ve 1960'lı yıllardan sonra, hükümetler tarafından, devlet destekli alım yapan kurumlar haline getirilmiştir.

Bu dönemde, çok sayıda yağ işleme tesis ve fabrikası, çırçırlama tesisi, üzüm işleme tesisi ve büyük hacimli depolama tesislerine sahip olan tarım satış kooperatif birlikleri, ülkenin en büyük sanayi kuruluşları haline gelmişlerdir.

Devlet destekli alım döneminin sona ermesinin ardından birliklerin piyasadaki payları azalsa da halen bu kuruluşlar ortaklarının başta tarım alet ve makine ihtiyaçları olmak üzere tohumluk, gübre ve akaryakıt ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik faaliyetlerini sürdürmektedirler.

Tarım satış kooperatif birliği sahip oldukları varlıklar ve sermaye yapılarıyla İstanbul Sanayi Odası tarafından her yıl açıklanan Türkiye'nin 500 büyük Sanayii Kuruluşu listesinde yer bulmaktadırlar.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğünün 2016 yılı verilerine göre 306 tarım satış kooperatifine 323.596 ortağı bulunmaktadır.

Türkiye genelinde 51 İl'de, 20 tarımsal ürün üzerinde faaliyet gösteren tarım satış kooperatif birlikleri, faaliyette bulunduğu bölgelerde ekonomik ve sosyal açıdan önemli kurumlar olarak kabul edilmektedirler.

Türkiye tarım sektörünün başta ölçek büyüklüğü olmak üzere yapısal sorunları nedeniyle rekabet gücünün zayıf olduğu kabul edilir.

İşletme ölçeği sorununa rağmen fındık, incir, üzüm ve zeytin

türlerinde küresel etkilere karşı rekabet edebilmeyi başarmış işletmeler bulunmaktadır. Bu işletmelerin dünya ticaretinde söz sahibi olmayı sürdürmelerinde tarım satış kooperatif birliklerinin etkisi bulunmaktadır

Türk tarım sektöründe günümüze kadar çözüm üretilememiş yapısal sorunlarından biri de, finansmana erişimde karşılaşılan güçlüklerdir. Finansal yetersizlikler sermaye edinimini zorlaştırmakta ve işletme yatırımlarının yapılmasını sınırlandırmaktadır.

Dünya genelinde küçük ölçekli tarım üreticilerinin finansman sorununa çözüm üretmek ve üretimi sürekli kılabilmek için örgütlenme ve genelde kooperatifleşme yoluyla çözümler üretilmiştir.

Türkiye'de tarımsal işletmelerin halen sermaye birikimi yetersiz ve öz sermaye ile yatırım yapabilme kabiliyeti düşüktür.

Türk Kooperatifçiliğinin ilk uygulamaları tarım satış kooperatifleriyle başlamıştır.

Tarım satış kooperatifleri, ilgili mevzuatta öngörülen güçlü sermaye yapısı ve Devlet desteklemelerinin de katkısıyla tarımsal alanda sermaye birikimi ve yatırımının önemli bir örneğini oluşturmuştur.

Bu çalışmada; tarım satış kooperatif ve birliklerinin tarım sektörü açısından önemine değinilmiş, günümüzde ulaştığı büyüklüğün tarımsal sermaye birikimi ve yatırımlara katkısı değerlendirilmiş ve analizi yapılmıştır.

Çalışmanın ana materyalini, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (GTB), Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK) ve Tarım Satış Kooperatif ve Birliklerinin verileri oluşturmaktadır.

Ayrıca, daha önce yapılmış bilimsel çalışmalar incelenmiş ve bu çalışmalardan da yararlanılmıştır.

Anahtar Sözcükler: *Tarım, tarım satış kooperatifleri, yatırım, sermaye birikimi, sanayileşme*

KOOPERATİFLERİN FİNANSMANINDA ALTERNATİF BİR YÖNTEM OLARAK KİTLESEL FONLAMA (CROWD FUNDİNG): KAPSAYICI İŞLETMECİLİK (INCLUSİVE BUSİNESS) BECERİLERİ ÜZERİNDEN BİR DEĞERLENDİRME

Şahnaz KOÇOĞLU* Cihat ERBİL**

Özet

Sosyal gereksinimlerin giderilmesi için gereksinim duyanların bir araya gelerek oluşturdukları yapılar olan kooperatifler, kalkınmanın aktörleri olarak ele alınırlar.

Ancak, —Türkiye özelinde—eksik ya da hatalı pratikler, kooperatiflerin kalkınma-aktörü rolünü aşındırmıştır.

Kalkınma-aktörü rolündeki aşınmada, finansal kaynaklara düşük erişim becerilerinin de belirleyici olduğunu ifade etmek gerekir.

Kooperatiflerin temel finansal kaynakları, üyelerden toplanan katkılar, kooperatifin elde ettiği karlar ve yabancı kaynak olarak farklı şekillerde elde edilen borç olarak gruplandırılabilir.

Üyelerden kooperatif kurulum aşamasında sermaye katkısı talep edilmekte, bu kooperatifin özsermayesini oluşturmaktadır.

Ayrıca, ileriki zamanlarda üyelerden aidat da toplanabilmektedir.

Her ne kadar üyelerin katkısı, kooperatiflerin birincil finansal kaynağı gibi dursa da, tek başına şirket kurmaya yetecek gücü olmayan ve genelde maddi sıkıntı içinde olan üyelerin aktarabildiği finansal kaynak sınırlı olmaktadır.

* *Dr, Gazi Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, sahnazkocoglu@gmail.com*
** *Dr, Gazi Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, cht.erbil@gmail.com*

Tamamen kar amaçlı olarak kurulan limited ve anonim şirketlerin aksine, kooperatiflerin sosyal fayda yaratması beklenen kuruluşlar olması, elde edilen karın finansal kaynak olarak kullanılmasında engel teşkil etmektedir.

Karşılaşılan kayda değer sorunlardan birisi de bankacılık sektörünün kooperatiflere özgü tasarımlanmış borçlanma araçlarını sunmada yetersiz kalmasıdır.

Bu bakımdan, hem başlangıç aşamasında hem de süreç içerisinde, kooperatifler finansal kaynaklara ulaşmakta güçlük çekmektedir.

Aşınma ile birlikte, gereksinimlerin piyasa temelli yaklaşımlarla karşılanmasına yönelik benimsenen yönetsel eğilimlerin takip edilemiyor olması, kooperatifleri demodeleştirmiştir.

Nitekim, kooperatiflere sunulan önceliklerin ve finansal destek hızla düşmekte olduğunu işaret eden FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) gittikçe daha rekabetçi olan serbest piyasa koşullarında kooperatif kurmanın çok daha zor hale geldiğini belirtmektedir.

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği verilerine göre de 2016 yılında yaklaşık 63.700 şirkete karşılık, büyük kısmı konut yapı alanında faaliyet göstermek üzere 771 kooperatif kurulmuştur.

Bu bakımdan, çalışma, kooperatiflerdeki işaret edilen aşınma ve demodeleşmenin önüne geçilmesi için, kooperatifçilik esaslarının, güncel yaklaşımlarla yeniden ele alınması gerekliliğine dayalı öneriler sunmak üzere tasarlanmıştır: Küçük yatırımcıların bir araya gelmesi ile gerçekleştirilen, alternatif bir yöntem olarak kabul edilen kitlesel fonlamanın kooperatifler için kullanım aşamaları ve alanları değerlendirilmiştir.

Kitlesel fonlamanın harekete geçirilmesinde etken olan "meşrutiyetin" kooperatifler tarafından kazanılmasında, — gereksinim sahiplerinin, değer yaratım zincirine dahil edilmesi ve sürecin çıktıları ile sosyal fayda yaratımının sağlanmasını

hedefleyen bir iş modeli olarak— kapsayıcı işletmeciliğin yeri ve kooperatiflere uyarlanabilirliği sorgulanmıştır.

Kuramsal nitelikli bu çalışma ile, kooperatifçiliğin esaslarını piyasa mekanizmaları ile bütünleştiren kapsayıcı işletmeciliğin, kitlesel fonlama yatırımcılarına ulaşmayı ve bu yatırımcıların ikna edilmesini kolaylaştıracağı ileri sürülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Kooperatifçilik, Finansal Kaynak, Kitlesel Fonlama, Kapsayıcı İşletmecilik*

Crowd Funding as an Alternate to Conventional Financing for Cooperatives: An Evaluation through Inclusive Business Capabilities

Abstract

Cooperatives as the actors in social development are formed by individuals gathered to satisfy the social needs.

However, -in Turkey- their role in development has been eroded by deficient or wrong practices.

Their limited access to financial sources is one of the reasons on the corroded role in development.

The financial sources for cooperatives are contributions by the members, profits from business activities and debt as short term and long term liabilities.

The contributions by the members (as equity shares) of the cooperatives at the beginning is the equity of the cooperative.

And extra contribution may also be demanded after the foundation.

Although the contributions of the members are the primary financial source for the cooperatives, the fact that the members are usually from low middle income segment of the society and

incapable of establishing a new firm alone because of limited resources does not help solving the financial problems of the cooperatives.

Moreover, cooperatives are not profit maximizers like the limited liability companies or the corporations as they have social responsibilities.

Therefore, profits from operations are not enough to finance the business solely.

Another problem regarding access to finance is that banks are not offering unique financial instruments designed for cooperatives.

All these facts raise difficulties for the cooperatives in being financed both at the establishment stage and at the later stages.

With implied corrosion, cooperatives have become out of date because the managerial tendencies adopted to meet market-based approaches cannot be followed.

FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) states that financial support and priorities offered to cooperatives has been diminished and establishment of cooperatives in this highly competitive business environment is more difficult than ever.

According to TOBB, approximately 63.700 companies were established in 2016 while only 771 cooperatives were founded.

This study offers a new approach to overcome the erosion and obsolescence of cooperatives and to evaluate the principles of cooperatives through contemporary approaches.

Crowd funding defined as investors gathered with relatively small contributions is evaluated as a potential financial source for cooperatives.

In the acquisition of "legitimacy" by cooperatives, which is

the key factor in the mobilization of crowd funding, the place of inclusive business (a business model that aims to include low-income/disadvantaged communities in value creation chain and ensures social benefits by its outputs) and its adaptability to cooperatives has been questioned.

In this theoretical study, it is argued that inclusive business, integrating the principles of cooperatives and market mechanism, encourages crowd funding investors for financial contribution.

Keywords: *Cooperatives, Financial Source, Crowd funding, Inclusive Business*

SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA POLİTİKASINDA YENİLENEBİLİR ENERJİ KOOPERATİFLERİNE YÖNELİK FİNANSAL VE VERGİSEL TEŞVİKLERİN ROLÜ

Vildan Hilal AKÇAY* - Sibel BİLGİN**

ÖZET

Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından "gelecek kuşakların kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme imkanından ödün vermeksizin, bugünün ihtiyaçlarını karşılayabilecek kalkınma" olarak tanımlanan 'sürdürülebilir kalkınma'nın temel felsefesi, ekonomik ve sosyal yapı ile çevre etkileşiminin bütüncül bir şekilde değerlendirilerek bugünkü ve gelecekteki nesillerin, kalkınmanın getirdiği fırsatlardan hakkaniyetli bir şekilde yararlanmalarını sağlamaktır.

Bu bağlamda kooperatifler, sürdürülebilir kalkınmanın en önemli paydaşlarından biri olma özelliğini taşımaktadır.

Zira pek çok sektörde faaliyette bulunan kooperatifler; ortaklarının demokratik katılımına dayalı yönetimi esas alarak adil paylaşımı hedeflemektedir.

Kooperatifçiliğin ekonomik kalkınmayı sürdürülebilir kılmadaki işlevini hakkıyla gerçekleştirebilmesi, öncelikle kendi varlığını sürdürülebilir kılmasına bağlıdır.

Kendi kıt imkanlarıyla üretmeye çalıştıkları ürünü pazarlama güçlüğü çeken kooperatifler, varlıklarını idame ettirebilmeleri, ulusal ve uluslararası ölçekte kapitalist sistem içinde erimeden ve pazarın hakimiyetini elinde tutma çabası içinde olan "sermaye" ile var olma mücadelesi vermek durumunda olan ekonomik müesseselerdir.

İşte bu çalışmada, kooperatifçiliğin rekabetçi güçlerini etkileyen faktörlerin ardından, bu faktörlerden biri olan 'özel sektör direnci

**Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniversitesi, Ankara, hilalvildan@gazi.edu.tr*
***Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniversitesi, Ankara, bsibel@gazi.edu.tr*

ve sermaye baskısı' karşısında kooperatiflere yönelik finansman desteği ve vergisel teşviklerin rolünün ve Yenilenebilir Enerji (YE) Kooperatifçiliği özelinde bu desteklerin mevcut durumunun ortaya konulması amaçlanmıştır.

Küresel ısınma ve iklim değişikliği olgusunun bütün dünya ülkeleri açısından kalkınma ve enerji stratejilerinin en belirleyici parametresi haline gelmesi dolayısıyla ülkemiz açısından da kalkınma stratejilerini bu parametrelere göre yürütülecek politikalarla bütünleştirme zorunluluğu ortaya çıkmaktadır.

İşte bu politikalardan biri 2012-2016 Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planında yer alan 'Kooperatifçilik potansiyeli yüksek yeni alanlar tespit edilerek bu alanlarda kooperatif kurulması ve geliştirilmesine yönelik özendirici çalışmalar yapılacaktır' hedefinden hareketle, YE kooperatiflerinin kurulması ve geliştirilmesidir.

Bu çalışmada YE kooperatifleri, sürdürülebilir kalkınma politikaları açısından sahip olduğu bu rolden ötürü incelenmektedir.

Çalışma kapsamında elde edilen bilgilere göre; YE alanında tüm dünyada uygulanan tek bir destek mekanizmasının olmadığı; yaygın olarak kullanılan mekanizmaların mali ve düzenleyici teşvikler olmak üzere temelde iki grup altında toplandığı görülmektedir.

Düzenleyici teşvik uygulamaları kapsamında sabit fiyat garantisi, prim garantisi, ihale yöntemi yer alırken; mali teşvikler kapsamında vergi muafiyeti ve indirimleri, düşük faizli yatırım kredileri, sübvansiyonlar bulunmaktadır.

Bunlar içerisinde YE kooperatiflerinin de faydalandığı finansal destekler; devlet, yerel yönetimler ve vakıflar tarafından verilen hibe ve aynî yardımlar, çeşitli alanlarda uzmanların gönüllü desteği, kooperatif bankacılık sistemi ya da topluluk hissesi yöntemi aracılığıyla sağlanan destekler olarak örneklendirilebilir.

YE faaliyetlerine yönelik Türkiye'de uygunalanan destek mekanizmaları ise; başlıcası sabit fiyat garantisi olmak üzere, YE kaynaklarının elektrik enerjisi üretmek amacıyla kullanılması durumunda taşınmazların izni, kirası ve irtifak hakkı hususunda ilgili bakanlıklarca indirim yoluyla sağlanan destek, elektrik üretmek üzere

YEK belgesi alan lisanslı üreticiler için belli süre için sağlanan lisans bedeli muafiyeti, kullanılan yenilenebilir kaynağın türüne göre ilgili kamu kuruluşlarından teknik destek, AB fonlarıyla sağlanan finansman desteği olarak örneklendirilebilir.

Sayılan bu desteklerin yanında ülkemizde YE kooperatiflerine lisans almaksızın -belli koşullarda- elektrik üretim hakkı tanınmıştır.

Vergi teşvikleri açısından ele alındığında,Türkiye'de kooperatiflerin vergi sistemi içerisinde Kurumlar Vergisi (KV) mükellefi sayıldığı, kooperatif ortaklarının da Gelir Vergisi Kanunu (GVK) gereğince elde ettikleri kazançları bakımından gelir vergisi ile ilişkilendirildikleri, ayrıca Katma Değer Vergisi (KDV) Kanununda yer alan ve verginin konusuna giren işlemleri yapan kooperatiflerin KDV mükellefi oldukları, bazı harç ve fonlardan sorumlu oldukları görülmektedir.

Kooperatifçiliğin geliştirilmesi ve desteklenmesine yönelik KVK'da yer alan özel şartlara dayalı muafiyet ve risturn istisnası ön plana çıkmaktadır. GVK açısından usulüne uygun olarak dağıtılan risturnler kazanç dağıtımı sayılmadığından, elde edenler açısından vergisel bir sonuç doğurmamaktadır.

Vergi sisteminde bazı harç ve fon avantajları da bulunmaktadır.

Bu düzenlemeler vergi kanunları açısından sosyal amaçlı kooperatifçiliğin teşvikinin bir göstergesi olup YE kooperatifçiliğine özgü değildir.

Türkiye'nin enerji sektöründe tercihlerinin değişmesi ile birlikte mevzuatta birçok değişikliğe gidilmiştir.

Buna karşın vergi sistemi içerisinde mevzuat değişikliklerine paralel olarak kooperatiflere ilişkin özellikli düzenlemelere yer verilmemiş; tam aksine 2009 yılında KVK'da yapılan değişiklikle yatırımlara getirilen vergi indirimi teşvikinden enerji yatırımları ve kooperatifler yararlanmamıştır.

Diğer taraftan 2013 yılında hazırlanan KVK tasarısında kooperatifler açısından var olan ve dar kapsamlı olan vergi avantajları dışında üretim ve yatırım süreçlerinin her birinde uygulanabilecek vergi muafiyeti ve istisnası gibi teşvikler yer almamıştır.

Tasarı, YE sektörünü yatırımcılar açısından cazip kılacak özel vergi avantajlarını da içermemektedir. Oysa ki aynı süreçte fosil yakıtlarla ilgili düzenlemelerde yatırım ve üretim süreçlerinde ÖTV, Damga Vergisi ve harçlara yönelik istisnalar ile enerji özelleştirilmelerinde KV ve KDV istisnaları uygulanmıştır. Bu istisnalar, yenilenebilir enerjiye yönelik yatırım motivasyonunu azaltmakta ve kamuoyu desteğinin oluşmasına engel olabilmektedir.

Sonuç olarak, ülkemizde vergi teşvik uygulamaları açısından YE kooperatiflerine özel bir düzenlemeye gidilmemiştir ve yenilenebilir enerjiye yönelik teşvik uygulamaları bu alanda önde gelen ülkelerle kıyaslandığında yetersizdir.

Kooperatifler tüm hizmetleri belgelendirme, hesap verme ve denetlenme konularında diğer kuruluşlara göre daha şeffaf olan, böylelikle ülke ekonomisine önemli katkıda bulunan; dolayısıyla, sermaye şirketleriyle kıyaslandığında, onlara sağlanan vergi avantajlarıyla vergi kaybına neden olmayan kuruluşlardır.

Zira, muafiyet ve istisnalardan yararlanmanın sağladığı vergi kaybı, ekonomik faaliyetlerin kayıt altına alınması sonucunda, daha fazla miktarda vergi geliri sağlayacaktır.

Bu nedenle sürdürülebilir kalkınmanın en önemli paydaşlarından biri olan kooperatifler lehinde, bunların hem sermaye şirketleri hem de konvansiyonel enerji kaynaklarıyla üretim yapanlarla rekabet edebilmeleri için, destek mekanizmalarının süratle (YE üretimi ile ilgili mevzuatın tüm bileşenleri arasında koordinasyon sağlanarak) düzenlenmesi gerekmektedir.

Anahtar Sözcükler: *Sürdürülebilir kalkınma, yenilenebilir enerji kooperatiflerinde finansal ve vergisel teşvikler*

Jel kodu: *O44, P13, Q28, Q42, Q48*

The role of financial and taxational incentives in renewable energy cooperatives on the policy of sustainable development

ABSTRACT

The concept of sustainable development was presented first in World Commission on Environment and Development (Brundtland Commission) report in 1987 and defined as "development which meets the needs of current generations without compromising the ability of future generations to meet their own needs". In this context, adopting economic participation and democratic control as principle, cooperatives have a most important role in sustainable development.

To perform this role cooperatives should sustain their entity.

Striving to survive in the capitalist system as economic entities, cooperatives should be subsidized via financial and taxational incentives.

In this study we examine the financial and taxational incentive mechanisms in renewable energy cooperatives.

Because the parameters of 'global warming' and 'climate change' force the countries to integrate their envirenmental, economic and social policies to their development strategies by taking these parameters into consideration. One of the policies is to establish and sustain renewable energy cooperatives.

That's why we chose to study on renewable energy cooperatives.

According to acquierd knowledge, there is no single incentive mechanism for the field of renewable energy around the world. Countries use different incentive mechanisms according to their market structure and source of energy that they have.

These mechanisms are categorised in two main groups as financial incentives and regulatory incentives.

Feed in tariff, feed in premium, and tender are the instruments of regulatory incentives; tax immunity, tax reductions, low interest investment loan, subventions are the instruments of financial incentives.

The financial incentives which the renewable energy cooperatives can use are donations and real estates given by governments, local governments and foundations, cooparative banking systems, communityshare systems.

In Turkey, the incentives for the field of renewable energy are feed in tariff, related ministry's support in renting real estates for producing electirical energy, being exempt from licence fee, technical support of related public enterprise, the EU funds.

Beside all these, it is possible cooperatives to produce electricity without licence in certain circumstances.

From the taxational incentives point of view, cooperatives are both corporate and value-added taxpayer, and also tax responsible for some fees.

Members of cooperatives are taxpayer for their incomes. According to corporate tax law, in certain circumstances cooperatives have the opportunity of tax exemptions and reductions. And also patronage dividend is not subject of the income tax.

Though all of these exemptions and reductions are a sign of incentives for development of cooperatives, these are not specific to renewabe energy cooperatives.

Consequently, in Turkey, there is no specifc tax incentive legislative regulation for renewable energy cooperatives.

Compared to developed countries in renewable energy production, our incentive instruments are not enough for cooperatives to develop.

Keywords: *Sustainable development, financial and taxational incentives in renewable energy co-operatives*

Jel codes: *O44, P13, Q28, Q42, Q48*

SÜRDÜRÜLEBİLİR YÜKSEK BÜYÜME İÇİN YURTİÇİ TASARRUFLARIN ÖNEMİ

Fetullah AKIN*

Özet

Gelişmekte olan ülkelerin en önemli problemlerinden biri gerekli kalkınmayı sağlama hususunda başarısız olmalarıdır.

Ekonomik kalkınmanın itici gücü, motoru ise sermaye birikimidir.

Ekonomik kalkınma; bağlı olduğu yetişmiş insan gücü, müteşebbis sayısı ve niteliği, piyasa büyüklüğü, bilgi birikimi gibi faktörlere ilave olarak daha çok doğrudan ve yüksek oranda sermaye birikimine ihtiyaç duymaktadır.

Bir ekonomide sermaye birikiminde artış sağlamak, yatırım mallarına yapılacak ilavelerle mümkündür.

Daha açık bir ifadeyle, ekonomide yeni yatırımlar sermaye birikimini artırmaktadır.

Sermaye birikimi sağlamanın kaynağı ise tasarruflardır.

olan ülkelerin ekonomik kalkınmalarının önündeki en büyük engel, yatırıma dönüştürecek yeteri kadar tasarrufun olmayışıdır.

Bu anlamda gelişmekte olan ülkeler bir kısır döngü içindedirler: yeteri kadar yatırım yapamadıkları için verimlilikleri düşük kalmakta, bu da gelirin düşmesine yol açmakta, düşük gelirlerde de tasarruflar düşük kalmakta, yeteri kadar tasarruf yapılamadığı için de yatırım için yeterli kaynak bulunamamaktadır.

Türkiye'de iç tasarruf oranı GSYH'nın %12-14 civarındadır.

* *Doç.Dr., Gazi Üniversitesi, İ.İ.B.F., İktisat Bölümü, feakin@gazi.edu.tr*

Bu tasarrufların da bir kısmına iç borç için devlet el koymakta yatırım için geriye çok az tasarruf kalmaktadır.

Yatırım-tasarruf açığı olarak da ifade edilebilen bu kısır döngüden kurtulmak, hükümetlerin en çok uğraştığı önemli ekonomik problemlerden biri olarak ortaya çıkmaktadır.

Türkiye'nin 1980-2000 döneminde zaman zaman % 8-10'lar mertebesinde yakaladığı ekonomik büyüme oranları,[1] özellikle kamu cari harcamalarının desteğiyle tüketim harcamalarındaki artıştan kaynaklanmıştır.

Tüketime dayalı gerçekleşen bu büyüme oranları süreklilik arz etmemiş, büyümeyi sağlayan yılı takip eden yılda veya yıllarda ekonomik durgunluk ve hatta ekonomik kriz yaşanmıştır.

Bir ekonomide yatırımlara dayalı, üretimde verimliliği yükselten ve üretim kapasitesinde artışlar sağlayan bir büyüme, ekonomik kalkınma ve gelişmeyi daha hızlı sağladığı gibi, büyümeyi de sürekli hale getirir.

Gelişmiş ülkelerde, ekonomik kalkınma sürecini geçiren bütün ülkeler bu tarz bir ekonomik gelişme sağlayarak kalkınmayı başarabilmişlerdir.

Özellikle ekonomide verimlilik artışı sağlamak çok önemlidir.

Dünya Bankası'nın bir raporunda[2] Güney Kore, İspanya ve Türkiye ekonomileri kalkış aşaması olarak belirlenen dönemlerde verimlilik açısından değerlendirilmektedir.

Güney Kore'nin kalkış dönemi olarak kabul edilen 1965-1989 arasında verimlilikte yıllık ortalama artış % 16, İspanyanın kalkış dönemi olarak kabul edilen 1964-1990 aralığında verimlilikte yıllık ortalama artış % 8 iken, Türkiye'nin kalkış dönemi olarak kabul edilen 1981-1997 döneminde yıllık ortalama verimlilik artışı % 4'ten düşük çıkıyor.

Yapılan bir çok araştırmada da diğer gelişmiş ülkelere nispetle Türkiye'de verimlilik düşük çıkmaktadır.

Ekonomide verimlilik artışı ile yatırım artışı arasında sıkı bir ilişki vardır.

Verimliliği sağlamak için daha çok yatırım yapmak gerekmektedir.

Özellikle yatırımları finanse edecek kaynak yaratmak gerekir.

Türkiye böyle bir kaynak üretemiyor.

Ekonomik gelişme ve teknolojik gelişme için yatırım malları sanayilerine yönelik yeni yatırımlar yapmak gerekir.

Yatırım malları sanayiinin gelişmesi, beraberinde verimliliği ve gelir artışını sağlayarak, ekonomide tasarrufların artmasına ve daha çok yatırım için ya da yatırıma dayalı bir büyüme için kaynak üretimine yol açar.

Türkiye'nin yatırım artışı sağlayarak, mevcut teçhizatın yenilenmesini ve dünyadaki teknolojik gelişmeyi sağlaması gerekmektedir.

Yatırım malları sanayinin gelişmesine dayalı bir büyüme, aynı zamanda üretim kapasitesinde bir genişlemeye yol açtığı için, daha kolay bir büyüme oranına ulaşılabilmektedir.

Türkiye'de mevcut iç tasarruflara ilave tasarruf elde etmenin iki kaynağı bulunmaktadır: birincisi dış tasarruflar, ikincisi ise yine iç tasarruflara dayalı kooperatifçiliği geliştirerek kooperatifler yoluyla tasarruf sağlamak.

Yurtiçi tasarruflar ekonomik büyümeye kaynaklık eden yatırımlar için fon sağlayan güvenilir bir kaynaktır.

Yurtiçi tasarrufları kalkınmaları için gerekli olan yatırımı finanse etmede yetersiz kalan gelişmekte olan ülkeler dış tasarruflar ile yatırımlarını finanse etmektedirler.

Özellikle 2003 yılından sonra Türkiye sermaye hareketleri yoluyla önemli miktarda dış tasarruf sağlamıştır.

Ancak dış tasarruflar belirli bir süre için yüksek büyüme sağlasa da makro ekonomik göstergelerde meydana gelen bozulmalara son derece duyarlı oldukları için, her an ülkeden çıkma riski taşımaktadırlar.

Bu durum ülke ekonomisini dış şoklara açık hale getirmekte, dış tasarrufların ani çıkış göstermesi ise ekonomide ciddi tahribatlara

yol açmaktadır. Bu nedenle dış tasarruflara dayanan büyüme sürdürülebilirlik endişesi yaratmaktadır.

Dış tasarruflardaki artışın yurtiçi tasarruflarda azalma meydana getirmesi de üzerinde durulması gereken hususlardandır.

Zira bu durumun geçerli olduğu ekonomilerde, güvenilir kaynaklar yerine ekonomide kırılganlık yaratan kaynak kullanımı gerçekleşmektedir.

Türkiye ekonomisinde, 2003 yılı sonrasında ekonomik ve politik istikrar ortamının da etkisiyle dış tasarruflarda artış meydana gelmiştir.

Bununla birlikte ilgili dönemde yurtiçi tasarruf oranlarında meydana gelen düşüşler dikkat çekicidir.

Bu dönemde uygulanan sıkı para ve maliye politikalarının etkisiyle kamu tasarruf oranlarında artış yaşanırken özel tasarruflarda ciddi bir düşüş meydana gelmiştir.

Böylece büyümeyi sağlayan kaynak kompozisyonunda dış tasarrufların payının artması sürdürülebilirlik endişelerini artırmıştır.

Türkiye'de birazda küçük üreticilerin kooperatifler yoluyla birleşerek daha yüksek bir iç tasarruf sağlamaları mümkün görülmektedir.

Bu yolla iç tasarrufların artması, yatırım için daha sağlam bir kaynak ortaya çıkacaktır.

Anahtar Kelimler: *Sürdürebilir büyüme, iç tasarruf, dış tasarruf, kalkınma kooperatifçilik*

The importance of domestic savings for sustainable high growth

Abstract

One of the important problems developing countries face is their failure in generating a sustainable development path.

The engine of economic development is capital accumulation.

Together with human capital-qualified labor force, number and

quality of entrepreneurs, size of the market and knowledge accumulation, economic development necessitates capital accumulation.

In an economy capital accumulates through additions to investment goods.

Domestic savings is a safe resource for financing investment to generate economic growth.

Developing countries not having sufficient domestic savings for financing investments use external savings for that purpose.

Turkey received significant amount of external savings through capital flows specifically after 2003.

However, although external savings contribute to high growth rates for a certain time, because it is very sensitive to deteriorations in macroeconomic indicators, there is always the risk of a sudden outflow.

This makes the country vulnerable to external shocks, and sudden outflows create serous destructions in the economy.

Therefore, economic growth based on external savings creates concern for the sustainability of growth.

In Turkey it seems possible that small size producer can generate a high level of domestic savings through organizing into cooperatives. The increase in domestic saving through this process will form a sound resource for the investment.

Key Words: *Sustainable growth, domestic savings, foreign savings, development, cooperatives*

ETKİN PİYASA HİPOTEZİ VE GELİŞMİŞ BORSALAR ÜZERİNE BİR UYGULAMA: PANEL VERİ ANALİZİ

Tuğba Koyuncu* Alper Aslan**

Genişletilmiş Özet

Mevcut bilgilerin menkul kıymet fiyatlarına tam ve doğru yansıdığı piyasalar etkin piyasa olarak adlandırılmaktadır.

Bir menkul kıymet piyasasında, piyasada alınıp satılan menkul kıymetlerin fiyatları mevcut tüm bilgiyi yansıtıyorsa ve fiyatlar yeni bilgiye hızlı ya da yaklaşık ve sapmasız bir şekilde tepki veriyorsa bu piyasa etkin bir piyasa olarak nitelendirilir.

Etkin Piyasa Hipotezine göre içinde bulunulan zamanın herhangi bir anında finansal varlıklar mevcut tüm bilgiyi yansıtmaktadır ve herhangi bir yeni bilgi girişi halinde de bunun anında finansal varlıkların fiyatlarına yansıyacağı düşünülmektedir.

Küreselleşmenin artmasıyla ve bilgi çağına girilmesiyle birlikte etkin piyasa kavramı yatırımcılar arasında önemli bir yere sahip olmaktadır.

Yatırımcılar geçmiş fiyat hareketlerine dayanarak gelecekteki fiyat hareketlerini ve getiri beklentilerini bu şekilde oluşturmaktadırlar.

Bu bağlamda Etkin Piyasa Hipotezinin gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomileri üzerinde önemi günden güne artmaktadır.

Bu çalışmada Etkin Piyasa Hipotezi çerçevesinde dünyadaki gelişmiş ve gelişmekte olan bazı borsaların etkinlikleri ve etkileşimleri incelenmektedir.

Çalışmanın öncelikli amacı dünyadaki gelişmiş borsalarla çeşitli

* *Yüksek Lisans Öğrencisi Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, tugbakoyuncu9106@gmail.com*
** *Prof. Dr. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, alperaslan@nevsehir.edu.tr*

gruplandırmalar yapıp bu borsaları mini gruplara ayırarak zayıf formda etkinliğinin araştırılması ve ayrıca bu borsalar arasında artan karşılıklı transferlerin piyasa etkinliği açısından yansımalarını incelemektir.

Çalışmada dokuz farklı gelişmiş borsanın 3 Ocak 2012 – 30 Aralık 2016 yılları günlük kapanış endeks verileri kullanılarak hem zaman serisi analizleri ile hem de panel olarak zayıf formda etkinlik sınaması gerçekleştirilmiştir. Uygulanan panel birim kök testi sonuçlarına göre etkinliğin gelişmiş ülke borsalarında dahi gözlemlenemediği görülmüştür. Daha sonra bir borsadan diğer borsaya ya da borsalara yatırım transferleri olup olmadığını araştırmak üzere Granger Nedensellik Analizi yapılmıştır. Bu analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre genel olarak gelişmiş ülke borsalarından daha az gelişmiş ülke borsalarına doğru bir nedensellik olduğu görülmüştür. Dolayısıyla bu durum gelişmiş ülke borsalarından daha az gelişmiş ülke borsalarına doğru yatırım transferlerinin olduğunu göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: *Piyasa Etkinliği, Etkin Piyasalar Hipotezi, Panel Veri Analizi, ARDL Sınır Testi, Borsalar Arası Etkileşim*

Jel Kodları: *G15, G10, G12,*

Efficient Market Hypothesis And An Application On Developed Stock Markets: Panel Data Analysis

Expanded Summary

Markets where the available information is fully and accurately reflected in the securities prices are called the effective markets.

If the prices of securities bought and sold on the market in a securities market reflect all available information and the prices respond quickly or with little or no deviation ,this market is considered as an efficient market.

According to the effective market hypothesis, at any moment in time, financial assets reflect all available information and if any new information is entered it will be immediately reflected in the prices of the financial assets.

With the increase of globalization and entry into the age of information, the concept of effective market has an important place among investors.

In this way, investors build up future price movements and return expectations based on past price movements. In this context, the importance of effective market hypothesis on developed and developing country economies is increasing day by day.

This study examines the activities and interactions of some developed and emerging stock markets around the world under the Efficient Market Hypothesis.

The study's primary objective is to investigate the weak form of activity by grouping the developed stock markets into various groups and dividing them into mini-groups, as well as examining the implications of increasing mutual transfers between these exchanges in terms of market efficiency.

In the study, nine different developed stockbrokers were tested for weakness in the form of both time series analysis and panel by using daily closing index data for January 3, 2012 - December 30, 2016. According to the results of the panel root test, it is observed that the activity can not be observed even in developed country stock exchanges.

Later, Granger Causality Analysis was conducted to investigate whether there was a stock exchange or stock exchange investment. According to the findings of this analysis, it is generally seen that developed countries have a causality towards the stock markets of less developed countries.

Therefore, this indicates that investment transfers from developed country stock exchanges to less developed countries' stock markets are indicative.

Key Words: *Market Activity, Effective Market Hypothesis, Panel Data Analysis, ARDL Boundary Test, Interactions Between Stock Exchanges*

Jel Codes: *G15, G10, G12*

3. OTURUM : Sermaye Piyasası Ve Sermaye Ediniminde Erişim Zorlukları
3ND SESSION : Capital Markets and Access Difficulties in Capital Acquisition

Sürdürülebilir Gelişim için Kooperatifçilik

Oturum Başkanı
Prof.Dr.Adnan ÇELİK

Türk Kooperatifçiliğinin Dönemsel Analizi (1950-1960 Dönemi)
Periodical Analysis Of Turkish Cooperation (1950-1960 Period)

Uzman Yard. Yasemin MEMİOĞLU

İzmir, Çanakkale Ve Balıkesir İllerinde Keçi Yetiştiriciliği Yapan İşletmelerin Damızlık Koyun Ve Keçi Yetiştiricileri Birliğinin İşlevleri Üzerine Görüş Ve Beklentileri
The Opinions And Expectations Of Goat Farms In İzmir, Çanakkale And Balıkesir Provinces About The Functions Of Sheep And Goat Breeders' Associations

Sait ENGİNDENİZ - Ayşe UZMAY - Duygu AKTÜRK
A.Ferhan SAVRAN - Nedim KOŞUM - Turgay TAŞKIN
Harun KESENKAŞ - Mukadderat GÖKMEN - Görkem ÖZTÜRK

İzmir'de Kooperatif Ortağı Olan Konvansiyonel Süt Sığırcılığı İşletmelerinin Organik Süt Üretme Eğilimleri
Tendencies Towards Organic Milk Produce Of Conventional Dairy Cattle Farms As Member Of Cooperatives *In Izmir*

Sait ENGİNDENİZ - Filiz KINIKLI - Mine BURHAN
Cansu ÇELİK - Görkem ÖZTÜRK

Zeytin Ve Zeytinyağı Alan Tarım Satış Kooperatifleri Birliklerinde VZA İle Etkinlik Ölçümü: Marmarabirlik Örneği
Efficiency Measurement In The Agricultural Sales Cooperative Unions Receiving Olive And Olive Oil Via Dea: A Case Study In Maramarabirlik

Doç. Dr.Nuri Özgür DOĞAN Uzman Yusuf ERSOY

Sosyal Ekonomik Ağ Açısından Enerji Üreten ve Tüketen Kooperatif Modeli Cooperative Model of Energy Producing and Consuming in Terms of Social Economic Network Panel Data Analysis

Prof. Dr. Aydın GÜREL Doktora Öğr. Ebru IRMAK

Gün : 6 Ekim 2017, Cuma
Saat : 9:00-10:30
Salon : Salon: 2
Yer : Hakkı Atamulu Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

TÜRK KOOPERATİFÇİLİĞİNİN DÖNEMSEL ANALİZİ (1950-1960 DÖNEMİ)

Yasemin MEMİOĞLU*

ÖZET

1950-1960 dönemi, II. Dünya Savaşı'nın sona erdiği, ekonomide canlanmaların başladığı ve çok partili siyasal hayata geçişle birlikte ilk iktidar değişiminin yaşandığı bir dönemdir.

İktidara gelen yeni hükümet, hükümet programlarında da bahsettiği özel sektör eliyle iktisadi kalkınma politikasını benimsemiştir.

Atatürk'ün vefatı ve arkasından II. Dünya Savaşı yıllarında yaşanan sıkıntılar sebebiyle ekonominin durgunlaşması sonucu kooperatifçilik hareketleri yavaşlamıştır.

Çok partili siyasal hayata geçilmesi, ekonominin dış yardım ve yabancı sermayeye açılması ile savaş yıllarında özel sermaye birikiminin ileri boyutlara ulaşması, ekonomik ve sosyal gelişme için uygun ortamı hazırlamıştır.

Liberal politikaların ön plana çıktığı bu süreçte, özellikle dönemin ilk yarısında, ekonomi önemli oranda büyümüştür.

Bu gelişmede tarım sektörünün rolü önemlidir.

Hızlı makineleşme, yeni alanların üretime açılması ve mevsim şartlarının elverişliliği ile tarım kesimi hızla gelişmiştir.

Buna bağlı olarak tarımsal girdileri kullanan gıda, tütün, dokuma gibi sanayi dalları gelişmiştir.

Özellikle dayanıksız tüketim malları üretimi, tüm nüfusun

**Uzman Yardımcısı. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, y.memioglu@gtb.gov.tr*

ihtiyaçlarını karşılayacak seviyede artmıştır. Hizmet sektörü de ticaret, ulaştırma, inşaat başta olmak üzere bu dönemde önemli ilerlemeler kaydetmiştir.

Bu on yıllık süreçte ortalama %6,3 oranında büyüyen Türkiye ekonomisindeki iyileşme, kooperatifçilik alanına da yansımıştır.

Cumhuriyet Dönemi, kooperatifçilik sektörü için çok verimli geçmiştir. Yasal düzenlemeler ve kurulan yeni kooperatifler ile kooperatifçilik fikri yayılmış, sağlam bir altyapı oluşturulmuştur.

Bu altyapıyı devralan yeni hükümet de hükümet programlarında, kooperatiflere gereken önemin verilmesi, kooperatifçilik yasal düzenlemelerinin yapılması mevzularına yer vermiştir.

Nitekim 1951 yılında, ilk esnaf ve sanatkârlar kefalet kooperatifi olan Ankara Esnaf Kefalet Kooperatifi kurulmuştur.

Böylece esnaf, sanatkâr ve küçük sanayicinin kredi sorunu çözülmüştür.

Kısa zamanda sayıları artan bu kooperatifler 1954 yılında ilk Esnaf Kefalet Kooperatifleri Birliği'ni kurmuştur.

Yine 1951 yılında, şeker sanayinin geliştirilmesi amacıyla ilk pancar ekicileri kooperatifi kurulmuştur.

Zamanla sayıları artan ve PANKOBİRLİK adıyla üst birliklerini kuran bu kooperatifler, ülke tarımının gelişmesine önemli katkılar yapmıştır.

Bunların kredi ve enerji gibi ihtiyaçlarını karşılamak için de 1953'te Şekerbank açılmıştır.

Temelleri daha eskiye dayanan tarım kredi kooperatifleri ile tarım satış kooperatiflerinin sayısı ile bu işletmelere kullandırılan kredi miktarı da dönem süresince ciddi olarak artmıştır.

Ülkemizdeki ilk sigorta kooperatifi de bu dönemde kurulmuştur.

Ortaklarının sigorta ihtiyaçlarına cevap vermek amacı güden bu kooperatifin ilk örneği, 1958 yılında kurulan Birlik Sigortadır.

Yeni bir kooperatif kanunu çıkarılması fikriyle bu dönemde çeşitli

kanun projeleri hazırlanmıştır.

Bunlardan biri Colombain projesidir. Kooperatifçilik alanındaki eksiklerin giderilmesi amacıyla ülkemize gelen Colombain, aslında yetişmiş tecrübeli kooperatifçilerimizin bulunduğunu, ihtiyacın kooperatifçilik fikrinin tam anlamıyla yasalara yansıtılması olduğunu vurgulamıştır.

Bu amaçla da bir kanun tasarısı hazırlamıştır.

Colombain'in projesi Yusuf Sami Atasagun'un da bir proje kapsamında hazırladığı kanun tasarısı ile birleştirilip meclise sunulmuştur.

Başka kanun tasarıları da meclise sunulmuş olsa da bir kooperatifçilik kanununun çıkması 1969 yılını bulmuştur.

Onun yerine, 1956 yılında çıkarılan yeni Türk Ticaret Kanunu'nda kooperatif şirketler yeniden düzenlenmiştir.

Kanun hazırlığı gelişmeleri ise özellikle basında yankı uyandırmıştır.

Kooperatifçilik hareketlerinin anlatıldığı bu çalışmanın amacı, hem ekonomik hem sosyal hayatta önemli bir yeri olan kooperatifleri dönemsel olarak inceleyip analizler yapmaktır.

Siyasal hayatta yaşanan değişimlerin ekonomideki değişmelerle birleşmesi sonucunun, kooperatifler üzerindeki etkisinden bahsetmektir. Olumlu gelişmeler kaydedilen bu süreçte, çözülemeyen sorunlar da mevcuttur.

Bir kooperatifler kanununun çıkarılamaması ve kooperatifçilik eğitiminin yeterli olmayışı bu dönemde öne çıkan en önemli sorunlardır.

Elbette her dönemin olduğu gibi bu dönemin de hem olumlu hem olumsuz yönleri mevcuttur.

Olması gerekenin maksimum kârı hedeflemek yerine, sürdürülebilir ekonomik ve sosyal kalkınmayı amaç edinmek olduğu kooperatifçiliğin, tüm eksiklerine rağmen, bu dönemde sağlam temeller attığı görülmektedir.

Öyle ki birçoğu halen faaliyetlerini sürdürmektedir.

Anahtar kelimeler: *Kooperatif, 1950-1960 dönemi, ekonomi, Colombain projesi, sürdürülebilir kalkınma*

ABSTRACT

The period of 1950-1960 is an era that World War II ended, economic recovery started and first political power changed as soon as transition to the multi-party system.

The ruling new government has adopted the economic development by private sector policy which is also mention in government program. After Ataturk's death and difficulties experienced during World War II, cooperatives movement slowed down.

Transition to the multi-party political life, opening of the economy to foreign aid and foreign capital, accumulation of private capital in war years prepare appropriate environment for economic and social development. In this period, liberal policies were at the forefront, especially in the first half of it, economy grew considerably.

The role of the agricultural sector in this development is important.

The rapid mechanization in agriculture, opening of new areas for agricultural production and the availability of seasonal conditions developed the agricultural sector rapidly.

As a result, industrial branches such as food, tobacco, and textile which use agricultural inputs, have developed.

Especially, the production of non-durable consumption goods has increased at a level that meets the needs of the entire population.

The service industry has also made significant progress in this period, particularly in trade, transportation and construction.

The improvement in the Turkish economy, which grew by an average of 6.3% over the last ten years, also reflected in the field of cooperatives.

The Republic Period was very productive for the cooperative sector.

With legal regulations and foundations of new cooperatives, cooperation idea spread and a solid background was established.

The new government, which took over this background, mentioned some subjects including paying attention to cooperatives, making legal regulations of cooperatives, in their government program. Thus, in 1951, Ankara Tradesmen Credit and Guarantee Cooperative, first tradesmen and craftsmen credit and guarantee cooperative, was stated up. So, the credit problem of tradesmen, artisans and small industrialists has been solved. In 1954, these cooperatives, which increased in number in a short time, established the first Union of Tradesmen Credit and Guarantee Cooperative. Also in 1951, for the purpose of developing sugar industry, the first beet planters cooperative was founded. Increasing in number over time and founding their union under the name of PANKOBIRLIK, these cooperatives made significant contributions to the development of the country's agriculture sector.

Sekerbank was opened in 1953 for the purpose of financing their needs such as credit and energy. The number of agricultural sales cooperatives and agricultural credit cooperatives and the amount of credit used for these cooperatives increased significantly during the period.

The first insurance cooperative in our country was established in this period. The first example of this type of cooperative is Birlik Insurance, which was established in 1958 to respond to the insurance needs of its shareholders.

With the idea of introducing a new cooperative law, various law projects were prepared in this period. One of them is the Colombain project.

Colombain came to our country in order to overcome the shortcomings in the field of cooperatives and emphasized that there were experienced cooperationists in our country, in fact the necessity was the reflection of the full sense of the idea of cooperation.

For this purpose, he prepared a draft law. Colombain's project was combined law draft prepared by Yusuf Sami Atasagun under a project and presented to the parliament.

Although other law drafts were presented to the parliament, a cooperative law was accepted in 1969. Instead, in the new Turkish Commercial Code, issued in 1956, cooperative companies were

reorganized.

The developments in the preparation of the law had good impressions especially in media.

The purpose of this work, which cooperative proceedings are explained, is to make periodical reviews and analyzes of cooperatives, important for both economic and social life.

It is to talk about how changes in political life unifying the changes in the economy effect cooperatives.

There are also unresolved problems in this period where positive developments are recorded.

The lack of a cooperative law and inadequate cooperative education are the prominent problems.

Of course, there are both positive and negative aspects in this period as it is in every one. In spite of all the shortcomings of cooperatives, which aim to achieve sustainable economic and social development, instead of aiming for maximum profit, it seems that they have established solid basis in 1950-1960. So, many of them are still active.

Key words: *Cooperative, 1950-1960 period, economy, Colombain project, sustainable development*

İZMİR, ÇANAKKALE VE BALIKESİR İLLERİNDE KEÇİ YETİŞTİRİCİLİĞİ YAPAN İŞLETMELERİN DAMIZLIK KOYUN VE KEÇİ YETİŞTİRİCİLERİ BİRLİĞİNİN İŞLEVLERİ ÜZERİNE GÖRÜŞ VE BEKLENTİLERİ

Sait ENGİNDENİZ [1],Ayşe UZMAY [1],
Duygu AKTÜRK[2], A.Ferhan SAVRAN[2],
Nedim KOŞUM[3], Turgay TAŞKIN[3] ,
Harun KESENKAŞ[4],
Mukadderat GÖKMEN[5], Görkem ÖZTÜRK [6]

ÖZET

Keçi yetiştiriciliğinde kamuoyu oluşturulması, ürünlerinin tanıtım ve bilinirliğinin arttırabilmesi, devlet desteklerinin ve hayvancılık politikalarının yönlendirilmesi ve oluşturulmasına doğrudan katılabilme olanağı sağlanması açısından örgütlenme çalışmaları gereklidir. Ancak keçi yetiştiriciliğinde herhangi bir ekonomik örgütlenme yoktur ve fiyatlar alıcılar tarafından üreticiler aleyhine belirlenmektedir. Türkiye'de halen 5996 Sayılı Kanuna tabi olarak 80 Damızlık Koyun ve Keçi Yetiştirici Birliği faaliyet göstermektedir. Bu birliklere toplam 191.675 üretici üye durumundadır. Bu araştırmanın amacı, İzmir, Çanakkale ve Balıkesir illerinde keçi yetiştiriciliği yapan işletmelerin Damızlık Koyun ve Keçi Yetiştirici Birliğinin işlevleri konusundaki görüş ve beklentilerini ortaya koymaktır.

Araştırma kapsamına her ilden keçi yetiştiriciliğinin yoğun olarak yapıldığı beş ilçe alınmıştır. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı İl Müdürlükleri verilerine göre; Balıkesir'de keçi mevcudunun yaklaşık %55'i Merkez, Bigadiç, Dursunbey, Sındırgı ve Susurluk ilçelerinde; Çanakkale'de keçi mevcudunun yaklaşık %60'ı Merkez, Ayvacık,

1) Ege University, Faculty of Agriculture, Department of Agricultural Economics, Bornova-Izmir
2)Canakkale Onsekiz Mart University, Faculty of Agriculture, Department of Agricultural Economics, Canakkale.
3) Ege University Faculty of Agriculture, Department of Animal Science, Bornova-Izmir
4)Ege University Faculty of Agriculture, Department of Dairy Technology, Bornova-Izmir/.
5)Balıkesir University Faculty of Veterinary, Department of Food Hygiene and Technology, Balikesir.
6) Plant Health Research Institute, Bornova-Izmir

Bayramiç, Ezine ve Gelibolu ilçelerinde; İzmir'de ise keçi mevcudunun yaklaşık %50'si Dikili, Karaburun, Kınık, Menemen ve Seferihisar ilçelerinde bulunmaktadır. Dolayısıyla her ilde adı geçen bu ilçeler kapsama alınmıştır. Birlik kayıtlarına göre, araştırma kapsamına alınan ilçelerde toplam üye işletme sayısı 2926'dır ve bu ana kitleyi oluşturmuştur.

Araştırmada öncelikle işletmeler hayvan sayısına göre üç gruba ayrılmıştır. Birinci grubu 75 baş ve daha az hayvana sahip işletmeler, ikinci grubu 76-150 baş arasında hayvana sahip işletmeler, üçüncü grubu da 151 ve daha fazla hayvana sahip işletmeler oluşturmuştur. Gruplar belirlendikten sonra, her gruptan araştırma kapsamına alınacak işletme sayısının saptanmasında tabakalı tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmış ve %99 olasılık ile %5 hata payı esas alınmıştır. Yapılan hesaplamalar sonucunda birinci gruptan 144 işletme, ikinci gruptan 33 işletme, üçüncü gruptan ise 57 işletme olmak üzere, toplam 234 işletme araştırma kapsamına alınmıştır. Her ilde anket yapılacak işletme sayısının belirlenmesinde, gruplara göre toplam işletme sayısı içerisinde illerin payları esas alınmıştır. Bu yaklaşımla Çanakkale ilinden 100, Balıkesir ilinden 73, İzmir ilinden de 61 işletme araştırma kapsamına alınmıştır. Araştırmada anket yöntemiyle işletme sahibi üreticilerden 2013 üretim dönemine ait veriler derlenmiştir.

İşletmelerden elde edilen veriler, örnekleme ve veri toplama aşamasında kullanılan hayvan sayısı grupları ve il grupları itibariyle analiz edilmiştir. İşletmelerin analizinde önce sosyo-ekonomik özellikler incelenmiştir. Daha sonra işletmelerde keçi yetiştiriciliğinin teknik ve ekonomik yönleri analiz edilmiştir (sağılan hayvan sayısı, laktasyon süresi, hayvan başına süt verimi, sütün pazarlanması ve üretici eline geçen fiyatlar, yapılan değişken masraflar, elde edilen brüt üretim değeri ve brüt marj). Son olarak ise, işletmelerde örgütlenme şekilleri, birliğe üyelik süreleri, birlik faaliyetlerinden memnuniyet düzeyleri ve birlikten bekledikleri işlevler ortaya konulmuştur.

Anahtar kelimeler: *keçi yetiştiriciliği, hayvancılıkta örgütlenme, yetiştirici birliği, ekonomik analiz.*

THE OPINIONS AND EXPECTATIONS OF GOAT FARMS IN IZMIR, CANAKKALE AND BALIKESIR PROVINCES ABOUT THE FUNCTIONS OF SHEEP AND GOAT BREEDERS' ASSOCIATIONS

ABSTRACT

Agricultural organization is necessary in order to forming public opinion in goat breeding, increase presentation and familiarity of their products and enable them to directly participate in orientation and formation of government support and livestock policies. However, there is no economic organization in the goat breeding and the prices are determined by the buyers against the farmers. There are currently 80 Sheep and Goat Breeders' Associations subject to Law No. 5996 in Turkey. A total of 191675 farmers are members of these associations. The aim of this research is to understand the opinions and expectations of goat farms in İzmir, Çanakkale and Balıkesir provinces about the functions of Sheep and Goat Breeders' Associations.

Five districts from each province were included in the research where goat breeding takes place intensively. According to Republic of Turkey Ministry of Food, Agriculture and Lıvestock data, 55% of goat number in Balıkesir is in Merkez, Bigadic, Dursunbey, Sindirgi and Susurluk districts, 60% of goat number in Canakkale is in Merkez, Ayvacik, Bayramic, Ezine and Gelibolu districts, 50% of goat number in Izmir is in Dikili, Karaburun, Kinik, Menemen and Seferihisar districts. Therefore, this districts were included in each province. The main population of the research consists of totally 2,926 farmers found in the districts included in the concept.

First of all, in the research, the farmers were divided into three groups. First group consists of farms with 75 goats and less, second group consists of farms with 76- 150 goats while third group consists of farms with 151 goats and more. After the determination of the groups, the proportional sampling formula has been used in order to determine the number of the farmer from each group that will be included in the content of the research and %99 of probability and %5 of error margin have been taken into consideration. As a result of the calculations, 144 farmers from the first group, 33 farmers from the second group, 57 farmers from the third group and 234 farmers in total have been included

in the research content. For the determination of the number of farmers to whom the survey will be conducted in each district, the shares of the provinces in terms of the number of the total farmers according to the groups were considered. By this approach, 100 farmers from the province of Canakkale, 73 farmers from the province of Balıkesir, 61 farmers from the province of İzmir were included in the context of the research. The research is based on the production period of 2013.

The farms were analyzed according to the groups of the number of animals and groups of the provinces. In the analysis of data, firstly socio-economic characteristics of the farms were examined. After that technical and economic analysis of goat breeding(Number of milked goats, Lactation period, milk yield per animal, milk marketing and goat milk price received by the farmers, variable costs, gross production value and gross margin) were performed. Finally, the types of organization of goat farms, participation durations to associations of goat farms, levels of satisfaction of goat farms about associations activities and expectations of goat farms from associations

Key Words: *goat breeding, organization in livestock, breeders' associations, economic analysis*

İZMİR'DE KOOPERATİF ORTAĞI OLAN KONVENSİYONEL SÜT SIĞIRCILIĞI İŞLETMELERİNİN ORGANİK SÜT ÜRETME EĞİLİMLERİ

Sait ENGİNDENİZ *
Filiz KINIKLI *
Mine BURHAN *
Cansu ÇELİK *
Görkem ÖZTÜRK**

ÖZET

Özellikle gelişmiş ülkelerde toplum bilincinin insan ve çevre sağlığına yoğunlaşması, doğal ürün kullanımına yönelmesi, organik tarım olarak tanımlanan yeni bir tarım sistemini gündeme getirmiştir.

Organik tarım; üretimde kimyasal girdi kullanmadan, üretimden tüketime kadar her aşaması kontrollü ve sertifikalı bir tarımsal üretim biçimidir.

Organik hayvancılık ise, çevre dengesi yanında hayvan refahının da dikkate alındığı ve ürün miktarından çok, sağlık kriterlerinin öncelikli olduğu, ürün kalitesine yönelik bir üretim şeklidir.

Türkiye'de üretilen toplam konvansiyonel sütün %35'i Ege bölgesinde üretilmektedir.

Ege bölgesi içinde İzmir ili %22'lik payı ile süt üretiminin en yüksek olduğu illerden birisidir.

Bu araştırmanın temel amacı, İzmir'in Tire ilçesi örneğinden yola çıkarak konvansiyonel süt sığırcılığı işletmelerinin organik süt üretme eğilimlerini ortaya koymaktır.

** Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, İzmir*
***Zirai Mücadele Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Bornova, İzmir*

Örgütlenmenin organik süt üretimini olumlu etkileyebileceği düşüncesi ile kapsama S.S. Tire Süt Müstahsilleri Kooperatifine ortak olan işletmeler alınmıştır. Hali hazırda kooperatife ortak toplam 2093 işletme bulunmaktadır.

Araştırmada kapsama alınan işletme sayısının belirlenmesinde oransal örnekleme formülünden yararlanılmıştır. %90 güven aralığı ve %10 hata payı kullanılarak örnek hacmi 63 olarak hesaplanmıştır.

Araştırmanın ana materyalini işletme sahibi üreticilerle yüz yüze yapılan anketlerden elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Ayrıca Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, TÜİK gibi kurum ve kuruluşlardan çeşitli veriler elde edilmiştir. Bunların dışında, konuyla ilgili olarak Türkiye'de yapılmış diğer araştırmaların sonuçlarından da yararlanılmıştır.

İşletmelerin analizinde önce sosyo-ekonomik özellikler incelenmiştir.

Daha sonra işletmelerde süt sığırcılığının teknik ve ekonomik yönleri analiz edilmiştir (sağılan hayvan sayısı, laktasyon süresi, hayvan başına süt verimi, sütün pazarlanması ve üretici eline geçen fiyatlar, yapılan değişken masraflar, elde edilen brüt üretim değeri ve brüt marj).

Son olarak ise, işletmelerde organik süt üretimine ilişkin bilgi düzeyi ve kaynakları, organik süt üretimine ilişkin tutum ve eğilimler ortaya konulmuştur. Bu aşamada beşli likert ölçeğinden yararlanılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre; organik süt üretimi konusunda işletmelerin %50.79'u bilgiye sahip değilken, %38.10'u az bilgiye sahiptir.

İşletmelerin %50.79'u gelecekte organik süt üretmeyi düşünmezken, %34.92'si kararsızdır. İşletmelerin %61.90'ı süte verilen destekleri yetersiz bulmaktadır. İşletmelerin gelecekte organik süt üretmeyi düşünme nedenlerinin başında "yüksek fiyat ve pazar garantisi" gelirken, gelecekte organik süt üretmeyi düşünmeme nedenlerinin başında "maliyetin yüksek ve sermayenin yetersiz olması" gelmektedir.

Anahtar kelimeler: *süt sığırcılığı, inek sütü, organik süt, işletme analizi, ekonomik analiz.*

TENDENCIES TOWARDS ORGANIC MILK PRODUCE OF CONVENTIONAL DAIRY CATTLE FARMS AS MEMBER OF COOPERATION IN IZMIR

ABSTRACT

Especially in the developed countries, concentrating consciousness on human and environmental health, turning to use of natural products, lead new agriculture system which is defined as organic agriculture.

Organic agriculture is a practice, which is certificated and controlled in every production steps, from the production to consumption without using chemical inputs in production.

Organic livestock is a practice aimed at product quality, in which animal welfare is taken into consideration as well as environmental balance, and health criteria are more important than product quantities.

35% of the total conventional milk production area in Turkey is produced in the Aegean region.

Izmir has been one of the highest milk production cities in Aegean region with a share of 22%. The main purpose of this study is to reveal the tendency of conventional dairy cattle farms to produce organic milk by way of the example of Tire in İzmir.

Member farmers of S. S. Tire Milk Producers Cooperative were included in the research with the idea that the organization could positively affect organic milk production.

There are currently 2093 farmers in the cooperative.

The proportional sampling formula has been used in order to determine the number of the farmer that will be included in the content of the research. The sample volume was calculated as 90 % confidence interval and 10 % error margin according to the proportional sample volume formula. Sample size is calculated as 63. Data obtained from farmers face-to-face interviews using pre-arranged questionnaires constitute the primary material of the study.

Furthermore, various data obtained from the institutions and

organizations such as Turkish Statistical Institute, The Turkish Ministry of Food, Agriculture and Animal Husbandry. In addition, studies concerning with the subject in Turkey were also utilized.

In the analysis of data, firstly socio-economic characteristics of the farms were examined. After that technical and economic analysis of dairy cattle farmers (Number of milked goats, Lactation period, milk yield per animal, milk marketing and goat milk price received by the farmers, variable costs, gross production value and gross margin) were performed.

Finally, level of knowledge and information sources of farmers related to organic milk production, attitude and behavior of farmers about organic milk production were examined. In this stage, a five-point Likert scale was used.

According to the results of the research; 50.79% of the farmers are unknowledgeable, 38.10% of the farmers are less knowledgeable about organic milk production.

While 50.79% of the farmers do not think organic dairy farming in the future, 34.92% of the farmers are undecided. 61.90% of the farmers state that government support is insufficient.

While the main reason for farmers to think about organic milk production in the future is "high price and market guarantee", the main reason for farmers not thinking organic milk production in the future is "high cost and inadequate capital"

Keywords: *dairy cattlefarming, cow milk, organic milk, farm analysis, economic analysis*

ZEYTİN VE ZEYTİNYAĞI ALAN TARIM SATIŞ KOOPERATİFLERİ BİRLİKLERİNDE VZA İLE ETKİNLİK ÖLÇÜMÜ: MARMARABİRLİK ÖRNEĞİ

Nuri Özgür DOĞAN* - Yusuf ERSOY**

Özet

Ekonomik ve kültürel ihtiyaçların demokratik olarak kontrol edilen bir işletme vasıtasıyla karşılanması için insanların gönüllü olarak bir araya gelerek oluşturduğu özerk bir teşkilat olan kooperatifler, kültürel ve ekonomik kalkınmanın lokomotiflerinden birisidir ve sosyal devlet politikalarının uygulanmasında önemli bir role sahiptir.

Kooperatifler bankacılık ve sigortacılık, tarım, toptan ve perakende ticaret, üretim alanında, konut yapım sektöründe, su, elektrik ve sağlık sektöründe, hayvancılık alanında ve diğer birçok alanda faaliyet göstermektedir.

Dünyanın birçok ülkesinde kooperatiflere kamusal destekler verilerek kooperatiflerin faaliyetlerinin sürdürülebilirliğinin ön planda tutulması amaçlanmaktadır.

Çeşitli alanlarda faaliyet gösteren birçok kooperatif türünün olduğu görülmektedir.

Zeytin ve zeytinyağı alan tarım satış kooperatifleri de bunlardan biridir.

Zeytin ve zeytinyağı alan tarım satış kooperatifleri birliklerinin faaliyetlerini sürdürmeleri tarımsal, kırsal, sosyal ve ekonomik kalkınma açısından oldukça önemlidir.

** Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü*
*** Uzman, Uşak Üniversitesi Bilimsel Analiz ve Teknolojik Uygulama ve Araştırma Merkezi*

Günümüzde dünya genelinde sağlıklı ve dengeli beslenme, organik ürün tüketimi alışkanlıkları ve yaşam süresini uzatma çabaları insanların zeytin ve zeytinyağı tüketimi miktarını artırmıştır.

Türkiye'nin önemli tarımsal ihraç ürünlerinden birisi olan zeytin ve zeytinyağı kırsal kalkınma açısından önemli bir ürün grubudur.

Türkiye, dünya zeytin ve zeytinyağı üretiminde önemli yeri olan İspanya, İtalya, Yunanistan, Portekiz, Tunus, Suriye gibi ülkelerden birisidir.

Kooperatiflerde etkinlik ölçümü, kooperatiflerin faaliyetlerinin sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir.

İşletmeler girdi olarak isimlendirdikleri kaynaklarını birtakım süreçlerden geçirerek çıktı adı verilen yeni hizmet ya da ürünlere dönüştürmektedir.

Etkinlik, faydalı çıktıların elde edilebilmesi için dışarıdan sağlanan kaynakların hangi oranda etkin kullanıldığını anlatan bir kavramdır.

Etkinlik ölçümü sayesinde kaynakların nasıl kullanıldığı hakkında fikir yürütmek mümkündür.

Etkinlik analizinde çoğunlukla oran analizi, parametrik ve parametrik olmayan yöntemler kullanılmaktadır.

Veri Zarflama Analizi (VZA), parametrik olmayan yöntemlerden birisi olup, etkinlik ölçümünde yaygın olarak kullanılmaktadır.

VZA, birbirine benzer karar verme birimlerinin ürettikleri mal veya hizmet bakımından göreceli olarak etkinliklerinin değerlendirilmesinde kullanılan doğrusal programlama tabanlı bir yöntemdir.

İlk olarak kamu kurumları ve kâr amacı gütmeyen kuruluşların göreceli etkinliklerini ölçmek için geliştirilmiş bir yöntem olan VZA, daha sonraları kâr amacı güden işletme ve organizasyonlar tarafından da kullanılmaya başlamıştır.

VZA, çoklu girdi ve/veya çıktının söz konusu olduğu durumlarda etkili bir şekilde uygulanabilmektedir. VZA'da kullanılan değişik modeller vardır.

Charnes, Cooper ve Rhodes tarafından geliştirilmiş olan CCR modelleri ile Banker, Charnes ve Cooper tarafından geliştirilmiş olan BCC modelleri en temel modellerdendir.

Bu çalışmada zeytin ve zeytinyağı alan tarım satış kooperatifleri birliklerinden birisi olan Marmarabirlik'in etkinlik düzeyinin VZA yöntemi kullanılarak belirlenmesi amaçlanmıştır.

Bu amaç doğrultusunda Marmarabirlik için 2006-2016 yılları arasındaki toplam on bir yıla ilişkin etkinlik ölçümü yapılmıştır.

Her bir yıl karar verme birimi olarak alınmıştır.

Çalışmada girdi odaklı CCR modeli kullanılmıştır. Girdi odaklı CCR modelinde ölçeğe göre sabit getiri varsayımı dikkate alınmaktadır. Bu kapsamda ton olarak Yağlık Zeytin Alımı (YZA) ve para birimi cinsinden Zeytin Yağına Ödenen Prim Miktarı (ZPM) girdi değişkenleri olarak, ton olarak Üretilen Zeytin Yağı Miktarı (ÜZM) ise çıktı değişkeni olarak alınmıştır.

Girdi değişkenlerinden birisi olan ZPM, yıl bazında farklılık gösterdiğinden Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB) döviz satış kurları kullanılarak para biriminin TL yerine Dolar olarak alınmasına karar verilmiştir.

Analizlerde iki girdi ve bir çıktı değişkeni kullanılarak girdi odaklı CCR modeli ile etkinlik ölçümü yapılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda etkinlik skorunun 1 yani % 100 olduğu yıllarda Marmarabirlik'in etkin olduğu; bu değerlerden düşük olan diğer yıllarda ise etkin olmadığı belirlenmiştir.

Söz konusu analiz sonuçları Marmarabirlik üyeleri, yöneticileri ve sektör temsilcilerine faydalı bilgiler verebilecek niteliktedir.

Bu çalışmada zeytin ve zeytinyağı alan tarım satış kooperatifleri birliklerinden birisi olan Marmarabirlik'in farklı yıllardaki etkinlik düzeyi ölçülmüştür.

Literatürde zeytin ve zeytinyağı alan tarım satış kooperatifleri birlikleri ile ilgili çalışmaların sayısı son derece kısıtlıdır.

Çalışma VZA yöntemi kullanılarak zeytin ve zeytinyağı alan

tarım satış kooperatifleri birliklerinden birisi olan Marmarabirlik üzerine gerçekleştirilmesiyle literatürdeki diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır.

Bu çalışma kooperatifçilik üzerine araştırma yapacaklara ve kooperatifçilik alanında faaliyet gösteren organizasyonlara yol gösterebilecek niteliktedir.

Gelecekte girdi odaklı CCR modelinin kullanıldığı bu çalışmadan farklı olarak, çıktı odaklı CCR modelinin kullanılması da bir başka çalışmaya konu olabilir.

Bu konu ile ilgili olarak ileride yapılacak olan çalışmalarda, yeni girdi ve/veya çıktı değişkenleri dahil edilerek daha kapsamlı etkinlik ölçümlerinin gerçekleştirilmesi düşünülebilir.

Ayrıca gelecekte zeytin ve zeytinyağı alan tarım satış kooperatifleri birliklerinin etkinlik açısından karşılaştırılacağı çalışmaların yapılması da düşünülebilir.

Anahtar Kelimeler: Etkinlik Ölçümü, Kooperatif, Veri Zarflama Analizi, Zeytin, Zeytin Yağı.

EFFICIENCY MEASUREMENT IN THE AGRICULTURAL SALES COOPERATIVE UNIONS RECEIVING OLIVE AND OLIVE OIL VIA DEA: A CASE STUDY IN MARMARABİRLİK

Cooperatives which are autonomous organizations consist of people coming together voluntarily for meeting the economic and cultural needs through a democratically controlled business, is one of the locomotives of cultural and economic development and have an important role in the implementation of social state policies. Cooperatives operate in banking and insurance, agriculture, wholesale and retail trade, manufacturing, residential construction, water, electricity, healthcare, animal husbandry and in many other sectors or fields.

In many countries of the world, it is aimed to keep the sustainability of the activities of the cooperatives in the foreground by giving public support to the cooperatives.

It is seen that there are many cooperative types operating in various fields. Agricultural sales cooperative unions receiving olive and olive oil are one of them.

Carrying on the activity of agricultural sales cooperative unions receiving olive and olive oil is very important in terms of agricultural, rural, social and economic development.

Nowadays, healthy and balanced diet, organic food consumption habits and efforts to extend life expectancy have increased the amount of people's consumption of olives and olive oil, worldwide.

Olive and olive oil, which are one of the important agricultural export products of Turkey, is important in terms of rural development.

Turkey is one of the countries such as Spain, Italy, Greece, Portugal, Tunisia and Syria, which have an important place in olive and olive oil production, worldwide.

Efficiency measurement in cooperatives is important for the sustainability of the activities of cooperatives.

Businesses transform their resources called inputs into new services or products called outputs through a series of processes.

Efficiency is a concept that tells us how efficient the outsourced resources are used so that useful output can be obtained.

It is possible to express an opinion about how resources are used through efficiency measurement.

Ratio analysis, parametric and nonparametric methods are mostly used in efficiency analysis.

Data Envelopment Analysis (DEA) is one of the nonparametric methods and is widely used for efficiency measurement.

DEA is a linear programming based method that is used in evaluating the relative efficiency of similar decision-making units in

terms of goods or services they produce.

Initially, DEA is a method developed to measure the relative efficiency of public institutions and nonprofit organizations, afterwards has also begun to be used by for-profit organizations and businesses.

DEA can be applied effectively where multiple inputs and/or outputs exist.

There are different models that are used in the DEA. The CCR models developed by Charnes, Cooper and Rhodes and the BCC models developed by Banker, Charnes and Cooper are the basic models.

In this study, by using the DEA method it was aimed to determine the efficiency level of Marmarabirlik, which is one of the agricultural sales cooperatives unions receiving olive and olive oil.

In accordance with this purpose, efficiency was measured for a total of eleven years between 2006 and 2016 for Marmarabirlik.

Each year was taken as a decision making unit. The input-oriented CCR model was used in the study.

The assumption of constant returns to scale is taken into account in input-oriented CCR model. In this context olive purchased for oil production as tons (OOB) and amount of premium paid to olive oil in currency (OPA) are taken as input variables, amount of olive oil produced in tons (POA) is taken as output variable.

OPA, which is one of the input variables, differs from year to year, it has been decided to use the Central Bank of The Republic of Turkey (CBRT) foreign exchange selling currency in dollars instead of TL. In the analyses, variables of two inputs and one output were used to measure the efficiency with the input-oriented CCR model.

As a result of the analyses, it was determined that Marmarabirlik was efficient in the years where its efficiency score was 1 (that is 100%) and inefficient in the years where its efficiency score was lower than these values.

The results of the analyses may give useful information to Marmarabirlik members, managers and sector representatives.

In this study, the efficiency level of Marmarabirlik, which is one of the agricultural sales cooperatives unions receiving olive and olive oil, was measured in different years.

The number of studies relevant with agricultural sales cooperatives unions receiving olive and olive oil is extremely limited in literature. The study differs from other studies in the literature by using DEA method on Marmarabirlik, which is one of the agricultural sales cooperatives unions receiving olive and olive oil.

It is hoped that this study may lead to researchers who study on cooperatives and to organizations that operate in this field. In the future, using output-oriented CCR model may be discussed in another study, unlike this one where input-oriented CCR model was used.

Furthermore, more comprehensive efficiency measurements may be made on this subject by including new input and/or output variables.

It may also be considered to conduct studies that are comparable in terms of efficiency of agricultural sales cooperatives unions receiving olive and olive oil in the future.

Key Words: *Efficiency Measurement, Cooperative, Data Envelopment Analysis, Olive, Olive Oil.*

SOSYAL EKONOMİK AĞ AÇISINDAN ENERJİ ÜRETEN VE TÜKETEN KOOPERATİF MODELİ

Aydın GÜREL*- Ebru IRMAK**

Genişletilmiş Özet

Giriş, Amaç ve Yöntem: Bilindiği gibi, dünya nüfusu hızla artmaktadır. 1950 yılında 2,5 milyar olan dünya nüfusunun 2020 yılında 7,5 milyar olacağı beklenmektedir.

Dolaysıyla artan nüfus ihtiyacı nasıl karşılanır? Sorusuna bilim insanı yanıt aramak zorundadır.

Bu bağlamda bitkilerin rolü oldukça büyüktür.

Bitkiler, meyve ve sebzeleriyle insanların yiyecek ihtiyacını karşıladığı gibi, iplik, sağlık, doku vb. özellikleriyle giyecek vb. ihtiyaçları da karşılamaktadır.

Bitkiler aynı zamanda insanların petrol, yakıt ihtiyaçlarını da karşılaya bilmektedir.

Bitkilerin güneşten almış oldukları enerji biyo yakıta dönüştürüle bilmektedir.

Kanola (raps), mısır gibi bitkilerden petrolden elde edilen dizele eşdeğer biyo dizel elde edilebildiği gibi, yenilenebilir plastik de üretilmekte olup, atıklar ise değerli gübre olarak kullanılmaktadır.

Türkiye yenilenebilir enerjide gelişen dünya ülkelerini takip etmek zorundadır.

Yenilenebilir enerjiler arasında önemli yere sahip olan biyo yakıtın hammaddesi çiftçimizin tarlada ürettiği tarımsal ürünlerdir.

Günümüzde bu ürünler içinde biyogaz ve bundan elektrik elde

** Prof. Dr., Namık Kemal Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, a.gurel2@gmail.com*
*** Doktora öğr. , Gıda Tarım ve Hayvancılık Lalapaşa İlçe Müdürlüğü, ebruirmak22@hotmail.com*

edilen "ENERJİ TARIMI" AB ve diğer birçok gelişmiş ülkelerde önemli yere sahiptir.

Enerji Tarımı potansiyeli açısından Türkiye zengin bir ülke olmasına karşın, Kooperatifleşmeyi zorunlu kılan küçük tarım işletmeleri yapısı nedeniyle bu alanda dünya ülkelerinin oldukça gerisinde kalmıştır.

Kooperatiflerimizi çok yakından ilgilendirecek olan bu sektörün gelişmesi gerek kırsal kalkınma ve gerekse sosyal ekonomik ağın gelişimi açısından oldukça önemli ve gereklidir.

Bu bildirinin amacı, elde edilen araştırma bulguları ışığında sosyal ekonomik ağ açısından kırsalda enerji üreten ve tüketen kooperatif modelini irdelemektir.

Bulgular ve Tartışma: Dünyada enerji krizinden en fazla etkilenen ülkelerden biri de Türkiye'dir.

Türkiye'de enerji tarımı alanındaki çalışmalar 1963 yılında Topraksu ve 1968 yılında Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi nezdinde başlamışsa da, günümüzde gelişmiş ülkelerin oldukça gerisindeyiz.

Enerji tarımı ürünleri olarak ABD'de mısır ve soya fasulyesi ön plana çıkarken, Brezilya'da şeker kamışı, Avrupa Birliği ülkelerinde keten tohumu ve kolza (kanola) gibi ürünler önemli rol oynamaktadır.

Türkiye'de ise örneğin: Aspir, kanola, mısır, ayçiçeği, hububat, şeker pancarı, gibi önemli enerji bitkileri yanı sıra orman, kağıt, sebze, meyve, tahıl, yağ, gıda ve şeker endüstrisi atıkları, deri ve tekstil endüstrisi atıkları vb. organik maddeler enerji potansiyeli açısından önemli ürünlerdir.

Ülkeler bazında Biyoetanol üretiminde ABD 50 milyar lt ile ilk sırada yer alırken bunu 27 milyar lt ile Brezilya ve 4 milyar litre ile AB ülkeleri ve Çin izlemektedir.

Dünya tarım alanlarının % 2'sinde enerji bitkileri üretilmektedir.

Kırsalda enerji üreten AB ve diğer gelişmiş ülkeler irdelendiğinde, kırsal kesimde bitkilerinden enerji üreten tarım işletmelerinin büyük işletmeler olduğu görülmektedir.

Türkiye'de ise tarım işletmeleri küçük tarım işletmelerinden

oluşmaktadır. Bu bağlamda AB ülkelerinde tarım işletmelerinin ortalama büyüklüğü 17,4 hektar ve ABD'de 180 hektardır.

Türkiye'de ise bu değer 5,9 hektardır. AB'de 50 hektardan daha büyük işletme sayısı (27 ülke) 698'dir.

Türkiye'de ise 50 hektardan daha büyük işletme sayısı 22'dir.

Yapılan araştırmalar da göstermektedir ki, Türkiye tarım işletmelerinin takriben %60'ı 50-150 da ile küçük işletme oldukları, örgütlenmede sosyal ağın yeterli olmadığı, bazı bölgelerde örgütlenmeye ilgi duyanların oranının %14,3 gibi düşük olduğu ve örgütlenme etkinliğinin de %6,1 gibi düşük olduğu saptanmıştır.

Kooperatifleşmeyi zorunlu kılan küçük tarım işletmeleri yapısı yanı sıra kırsal kalkınma ve sosyal ekonomik ağın geliştirilmesi açısından kırsalda enerji üreten ve tüketen kooperatif modelinin geliştirilmesi önemli ve gerekmektedir. Bu model ile kooperatif enerji üreten tesis ile hammadde üreten ve bundan elde edilen enerjiyi tüketen çiftçiler arasında köprü rolü oynamaktır.

Kooperatif üreticilerden satın alacağı organik atıkları (bitkisel ve hayvansal) biyogaz tesisine yönlendirecektir.

Ayrıca bir tarımsal yayım sürecinde çiftçilere ürettireceği kanola, ayçiçeği, mısır gibi enerji bitkilerini de biyogaz tesisi için satın alacaktır. Kooperatif aynı zamanda biyogaz tesisinde üretilen gaz, ısı, elektrik, akaryakıt ve fermente gübreyi çiftçilere ulaşımını (satışını) sağlayacaktır.

Sonuç: *Enerji Tarımı potansiyeli açısından Türkiye önemli bir yere sahiptir.*

Bu enerji potansiyelinden yararlanmak için tarım işletmelerimizin küçük olması önemli bir engel teşkil etmektedir.

Gerek kırsal kalkınma ve gerekse sosyal ekonomik ağın geliştirilmesi açısından kırsalda enerji üreten ve tüketen kooperatif modelinin geliştirilmesi önemli ve gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal Ekonomik Ağ, Enerji Üretimi, Kooperatif, Kırsal Kalkınma, Enerji.*

Cooperative Model of Energy Producing and Consuming in Terms of Social Economic Network

Expanded Summary

Introduction, Purpose, Method: As is known, the wold population, which was 2,5 billion in 1950 is expected to be 7,5 billion in 2020. So how do you meet the growing population needs? Scientist have to search for answers to this question.

In this context, the role of plants is quite large.

The plants meet the food needs of people with fruits and vegatables, as well as clothing needs with their yarn and other qualities.

At the same time, plants can meet people's oil and fuel needs.

The energy that plants have from the sun can be converted into biofuel.

Biodiesel can be obtainded from plants such as canola and corn, which is equivalent to diesel derived from petroleum as well as renewable plastics and waste is used as a valuable fertilizer.

Turkey has to follow the developing countries of the world with renewable energies.

The raw material of the biofuel, which is important among the renewable anergies, are the agricultural products produced by our farmers in the field.

Today, among these products, biogas and energy farming is important in the EU and many ather developed countries.

Although Turkey is a rich country in terms of energy farming potential, this area is far behind the countries of thestructure of small farming enterprises which are obliged for cooperate the development of this sector which will be very interested our cooperatives is very necessary and important and social economic network.

The purpose of this report is to examine the cooperative model of energy production and consumption in rural areas in terms ofsocial economic network in the light of the research findings obtained.

Findings and Discussion: Turkey is one of the countries most afffected by the energy crisis in the word. Although studiesin the field of energy agriculture in Turkey started in 1963 in Soil Water and in 1968n in the Faculty of Agriculture of Ankara University, we are far behind developing countries today.

In the US, corn, and soya bean jelly come to the fore as energy forming products, while sugar cane in Brazil and flaxseed and canola in the European Union Countries play an important role.

In Turkey for example; organicmatter matter such as forests, paper, vegatables, fruits, grain, oil, food and sugar industry wastes are important products in terms of energy potential such as aspirin, canola, corn, sunflower, cereals and sugar cane.

On the basis of the countries 'Bioethanol production USA is in the 1st place with 50 billion liters and it is followed by Brazil with 27 billion liters and EU countries and China with 4 billion liters.

Energy plants are produced in %2 of the world's agricultural areas.

When the EU and other developed countries producing energy in rural areas areexamined, agricultural enterprises producing energy from plants in the countryside are seen as large enterprises.

In Turkey, agricultural enterprises are composed of small enterprises. In this context, the average size of agricultural enterprises in the EU countries is 17,4 hectares and the US 180 hectares.

In Turkey, this value is 5,9 hectores. The number of enterprises that larger than 50 hectares in the EU is 22. Researches show that approximately 60% of this Turkish agricultural enterprises are small enterprises, social networking is not enough for organizng, the proportion of those who are interested in organizing in some regions is as low as 14.3 and organizing efficiency is as low as 6.1 %.

İt is important and necessary to develop a cooperative model that produces and consumes energy in rural areas in terms of the

development of rural development and social economic network as well as the structure of small agricultural enterprises which are obliged to cooperate.

With this model, the cooperative operates as a bridge between the energy generatingplant and the energy consuming farmers who produce the raw material the cooperatives will direct the organic wastes (plants and animals) that they will buy from the producers to the biogas plant.

In addition, he will buy energy crops such as canola, sunflower and corn for biogas plant, which will be produced by farmers in an agricultural extension process.

The cooperative will also provide transportation (sales) of gas, hea

t, electricity, fuel and fermented fertilizer produced in the biogas plant.

Result: *Turkey has an important place in terms of energy farming potential.*

The small size of agricultural business permits to take advantage of this energy potential constitutes a major obstacle.

It is important and necessary to develop e cooperative model that produces and consumes energy in rural areas in terms of both rural development and social economic networking.

Key Words: *Social Economic Network, Energy Production, cooperative, rural development, Energy.*

3. OTURUM : Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi

3ND SESSION : Encouragement of Cooperatives Cooperation

Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi

Oturum Başkanı
Prof.Dr.Tahir AKGEMCİ

İklim Değişikliğini Önleme Ve Adaptasyon İçin Bir Model: "Çevresel Yönetişim"

A Model For Mitigation And Adaptation To Climate Change:"Environmental Governance"
Doç.Dr.Aysel Gamze YÜCEL IŞILDAR Mustafa TÜRKMEN

Stratejik Planlama Sorunsallarına Sistem Yaklaşımı Çerçevesinde Cevap Arayışı
Seeking an Answer in the Framework of the System Approach to the Problems of Strategic Planning
Yrd.Doç.Dr.Bahar AŞÇI

Ekolojik Krize Bir Çözüm Aracı Olarak Sürdürülebilir Tarım ve Kooperatif Örgütlenme
A Solution to The Ecological Crisis As a Tool For Association of Sustainable Agriculture and Cooperatives.
Doç.Dr.Hakan REYHAN Yrd.Doç.Dr.Ayşen SATIR REYHAN

Avrupa Birliği'nde Tarımsal Örgütlenme: Avrupa Birliği Tarım Kooperatifleri Konfederasyonu (Cogeca) Ve Türkiye İçin Öneriler
Agricultural Organization In The European Union: Confederation Of European Union Agricultural Cooperatives (Cogeca) And Recommendations For Turkey
Ar. Gör.Okan FİDANLI Ar. Gör.Sinan ŞEKEROĞLU
Yrd. Doç. Dr.Kadir ÖZER

Tarım Kredi Kooperatiflerinin Sermaye Birikimine Etkileri (Atatürk Dönemi 1935-1938)
The Effects Of Agriculture Credit Cooperatives To Capital Association (Ataturk 'S Period 1935-1938)
Hasan MUTLU

Gün : 6 Ekim 2017, Cuma
Saat : 9:00-10:30
Salon : Salon: 3
Yer : Avanoslu Selahattin Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

İKLİM DEĞİŞİKLİĞİNİ ÖNLEME VE ADAPTASYON İÇİN BİR MODEL: "ÇEVRESEL YÖNETİŞİM"

Mustafa TÜRKMEN* Gamze YÜCEL IŞILDAR**

Genişletilmiş Özet

Günümüzde, çevre sorunlarının özellikle de iklim değişikliğinin tahrip edici etkileri ile birebir karşı karşıya olduğumuz kaçınılmaz bir gerçektir.

Dünya Ekonomik Forumu tarafından yayınlanan 2017 Küresel Riskler Raporu'nda, önümüzdeki on yıllık süreçte dünyayı etkileyecek 30 küresel risk içinde; şiddetli hava koşulları, doğal ve insan kaynaklı çevresel afetler en önemli risklerin başında yer almaktadır.

Üstelik küresel iklim değişikliği sadece bilim insanlarının, devlet başkanlarının, zirvelerin değil geniş perspektifteki etkileri nedeni ile sivil toplumun ve ekonomistlerin de gündem konusu haline gelmiştir (WEF, 2017).

Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi'nde iklim değişikliği, "karşılaştırılabilir bir zaman döneminde gözlenen doğal iklim değişikliğine ek olarak, doğrudan ya da dolaylı olarak küresel atmosferin bileşimini bozan insan etkinlikleri sonucunda iklimde oluşan bir değişiklik" biçiminde tanımlanmaktadır.

Sanayi devriminden beri, özellikle fosil yakıtların yakılması, ormansızlaşma ve sanayi süreçleri gibi çeşitli insan etkinlikleri ile atmosfere salınan sera gazlarının atmosferdeki birikimlerindeki hızlı artışa bağlı olarak, şehirleşmenin de katkısıyla doğal sera etkisinin kuvvetlenmesi sonucunda, yeryüzündeki ve atmosferin alt

** Yüksek Lisans Öğrencisi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Çevre Bilimleri A.D., mustafa.turkmen2@gazi.edu.tr*
*** Doç. Dr., Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Çevre Bilimleri A.D., akarakoc@gazi.edu.tr*

bölümlerindeki sıcaklık artışına "Küresel Isınma"ya ve dolayısıyla iklim değişikliğine neden olmaktadır.

İklim değişikliğinin etkisi sıcaklıklardaki artıştan ibaret değildir; kuraklık, seller, şiddetli kasırgalar gibi aşırı hava olaylarının sıklığı ve etkisinde artış, okyanus ve deniz suyu seviyelerinde yükselme, okyanusların asit oranlarında artış, buzulların erimesi gibi etkenler sonucunda bitkiler, hayvanlar ve ekosistemlerin yanı sıra insan toplulukları da ciddi risk altındadır.

Bugün gelinen noktada, iklim değişikliği ile mücadele ve uyum sürecinde başarıya ulaşılabilmesinin ancak "çok aktörlü", katılımcı çözümlerle mümkün olacağı, 1990lı yıllardan beri giderek ağırlık kazanan bir yaklaşım haline gelmiştir.

Bu çerçevede ilk kez 1989 yılında yayınlanan Dünya Bankası'nın bir raporunda 'good governance' olarak yer alan "yönetişim" bir model olarak çok yönlülüğü ve katılımcılığı, kararların alınmasında ve sorunların çözümünde merkezdeki/yereldeki ilgili tüm aktörlerin istişaresini ve ortak paydada buluşabilmelerini ifade eder.

Yönetişim, hem küresel, bölgesel, ulusal ve yerel boyutları hem de ekonomik, yönetsel, siyasal, çevresel ve kültürel boyutları olan bir kavramdır.

İklim değişikliğinin kaynaklarına bakıldığında doğal değişimlere ek olarak, özellikle 19.yüzyılın ikinci yarısından itibaren insan etkinliklerinin sonucu olarak ortaya çıktığı Hükümetler arası İklim Değişikliği Paneli (IPCC) tarafından 2014 yılında tamamlanan 5. Değerlendirme Raporunda (AR5) açıkça ifade edilmekte ve bilimsel kanıtları detaylı olarak sunulmaktadır (IPCC, 2014).

Bu durumda insan-doğa ilişkisinin gözden geçirilmesi; çevrenin korunması için, "doğanın yönetimi"nden ziyade, doğayı doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyecek "insan aktivitelerinin yönetimi"ni gerekli kılmaktadır.

Yani; ulus devlet gibi geleneksel aktörlere kıyasla piyasa dinamiklerine, ekonomik aktörlere (örneğin üreticiler, müşteriler, tüketiciler, kredi kurumları, sigorta şirketleri gibi) ve halkın katılımına ekolojik yeniden yapılanma sürecinde daha fazla önem verilmelidir.

Bu noktada doğa ve yönetim ilişkisine yeni bir bakış açısı getiren çevresel yönetişim kavramı ortaya çıkmaktadır.

Çevresel yönetişim; çevre sorunlarının çözümü için politikaların oluşturulma aşamasından başlayarak; uygulanması, denetimi ve izlenmesi de dahil tüm koruma-kullanma süreçlerinin daha kapsamlı, katılımcı, dinamik, sürekli evrim halinde ve değişen koşullara cevap veren bir sistem olma çabasıdır.

Çok boyutlu bir kavram olarak yönetişim, çevre sorunlarının aşılmasında, birçok organizasyonu, topluluğu, politika ve karar alma araçlarını, destekleyici finansal mekanizmaları, düzenlemeleri, hukuk kurallarını, devlet ve hükümet-dışı kuruluşları ve kuralları içerir.

Artık, "her şeye rağmen büyüme, her şeye rağmen gelişme" anlayışının terk edilmesini zorunluluk haline getiren küresel iklim değişikliği probleminin çözümü ve adaptasyon için kapsamlı ve etkin yönetişim sağlanmadığı takdirde bütün gösterilen çabalar ve ekosistemleri korumak için girişimler tehlikeye atılacaktır.

Buradan hareketle, bu çalışmanın amacı; İklim değişikliğinin önlenmesi için mücadele ve uyum faaliyetlerinde, "çevresel yönetişim" in önemi; iyi yönetişim uygulamaları için neler yapılması gerektiği; ulusal ve yerel bazda uygulanabilirliğinin dünyadaki örnekler üzerinden tartışılmasıdır.

Çalışmanın ilk bölümünde iklim değişikliği, ortaya çıkışı ve etkileri, yeni bir yönetim şekline (çevresel yönetişime) neden ihtiyaç duyulduğu ile ilişkilendirilerek verilmiştir.

İkinci bölümde, yönetişim nedir, iyi yönetişim esasları nelerdir, çevresel yönetişim nedir gibi kavramlar, iklim değişikliği perspektifinden açıklanmıştır.

Son bölümde ise, ülkemiz özelinde çevresel yönetişim örnekleri, yerel yönetimlerin uygulamaları bazında (kent konseyleri, vb) tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *İklim değişikliği, yönetişim, çevresel yönetişim, çevre sorunları, katılım*

Jel Kodları: *Q 01, Q 54, Q 56, Q 58*

A Model For Mitigation And Adaptation To Climate Change: "Environmental Governance"

Extensive Summary

Today, it is obvious that we are confronted with environmental problems, especially with the destructive effects of climate change. Severe weather conditions, natural and man-made environmental disasters are the most important global risks among 30 others, given in the 2017 Global Risks Report published by the World Economic Forum that will affect the world over the next ten years(WEF, 2017). Moreover, the global climate change has become the agenda of civil society and economists, not just of scientists, presidents and of the summits.

Climate Change is defined in the United Nations Framework Convention on Climate Change as "a change in the climate resulting from human activities that directly or indirectly disrupts the composition of the global atmosphere, in addition to the natural climate change observed during a comparable period of time". Several human activities such as burning fossil fuels, deforestration and industrial processes are the reasons behind rapid increase in the concentrations of greenhouse gases in the atmosphere with the contribution of urbanisation which cause global climate change (global warming in turn) since industrial revolution.

The impacts of climate change is not just about the increase in temperatures; human populations as well as plants, animals and ecosystems are at serious risk as a result of such factors as increasing the frequency and effect of extreme weather events such as drought, seller, severe hurricanes, rising ocean and sea water levels, increasing acid ratios of the oceans and melting of glaciers.

Today, it is cetainly agreed upon that, success of the mitigation and adaptation efforts can only be achieved through "multi-actor", participatory solutions approaches developing since 1990s. Along this line, "good governance" took place as first time in 1989 in the World Bank's Report and "governance" is defined as a model expressing diversity, participation, its ability to meet resolutions and consult common interests of all relevant actors in the central-local levels together.

Governance is a concept that has both global, regional, national and local dimensions as well as economic, managerial, political, environmental and cultural dimensions.

The most important source of climate change is declared as the emergence of human activities in the second half of the 19th century by the the 5th Assessment Report (AR5), of the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) in 2014 by presenting the scientific evidences in detail (IPCC, 2014).

In respect to that fact, for the environmental protection it is necessary to examine human-nature relationship and try to manage human activites which directly or indirectly affects nature instead of management of nature itself.

That is, greater emphasis should be given to market dynamics, economic actors (such as producers, customers, consumers, credit institutions, insurance companies) and the public in the process of ecological restructuring compared to traditional actors such as the nation state.

At this point, the concept of environmental governance emerges which brings a new perspective to the relationship between nature and management.

Environmental governance is efforts to establish an active, dynamic, participatory, comprehensive system for the solution of environmental problems starting from the phase of the policy development, including application, auditing and monitoring levels.

Governance as a multidimensional concept includes many organizations, communities, policy and decision-making tools, supporting financial mechanisms, regulations, legal rules, state and non-governmental organizations and rules in overcoming environmental problems.

Initiatives to protect all demonstrated efforts and ecosystems will be jeopardized if comprehensive and effective governance is not provided for the solution and adaptation of the global climate change problem, which now makes it a necessity to abandon the "growth despite whatever, despite all" concept.

Along this line, the aim of this study is to discuss the importance and necessity of "environmental governance" for climate change mitigation and adaptation measures; examine good environmental governanace cases, what needs to be done for nationally and locally good governance practices based on the examples in the world.

In the first part of the study, climate change, emergence and effects were linked to the need for a new management style (environmental governance).

In the second part, concepts such as governance, what are good governance principles and what are environmental governance are explained from the perspective of climate change.

In the last part, examples of environmental governance in our country will be discussed on the basis of practices of local governments (city councils, etc.).

Keywords: *Climate change, governance, environmental governance, environmental problems, participation.*

KAYNAKÇA

WEF (2017), "Global Riskler Raporu", https://www.weforum.org/reports/the-global-risks-report-2017 , (19.08.2017)

IPCC (2014), "5. Değerlendirme Raporu (AR5)", https://www.ipcc.ch/report/ar5/, (19.08.2017)

STRATEJİK PLANLAMA SORUNSALLARINA SİSTEM YAKLAŞIMI ÇERÇEVESİNDE CEVAP ARAYIŞI

Bahar AŞCI*

Çok geniş bir araştırma alanını ve farklı kavramları kapsayan sistem teorisi, yönetim alanı için de disiplinler arası bakış açıları geliştirme olanağını ortaya koymaktadır.

Aristoteles'in tek bir parça yerine bütüne odaklanan holistik (bütüncül) görüşünden sonra araştırmacılar, son yüzyılda, bu tarihsel yaklaşımdan etkilenerek çalışmalarında bütüne odaklanmaya başlamış ve böylece farklı disiplinler açısından sistem yaklaşımı doğmuştur.

Sistem yaklaşımı hemen her bilimin odağında yer almaktadır.

Hizmet ve yönetim bilimleri ile mühendislik ve mimari bilimler açısından baktığımızda hizmet sistemleri; sistem düşüncesi yaklaşımının ortaya koyduğu akıllı sistemler; şebeke teorilerinden ağ tipi sistemler; doğal bilimler açısından canlı sistemler; ekonomi bilimi için ekonomik sistemler; sosyoloji perspektifinde sosyal sistemler; kanunlar için kurumsal sistemler; güdü bilimciler için teknolojik sistemler; psikolojide algılayan sistemler ve ekolojik açıdan ekosistemler en sık duyduğumuz sistem tipleridir.

Her alan, sistemi kendi açısından tanımlamış olsa da temelde işleyiş biçimleri aynıdır.

Dolayısıyla sistemsel açıdan bütün, parçaların ayrı ayrı toplamından daha fazladır.

Dolayısıyla yönetim çalışmalarında da sistem yaklaşımı tekrar

* *Yrd. Doç. Dr., Karabük Üniversitesi, İktisat Bölümü, baharasci@gmail.com*

önem verilmesi gereken bir konu haline gelmiştir.

Son 20 yıldır özellikle yönetim alanında olmazsa olmazlar arasına giren stratejik yönetim kavramı günümüzde sorgulanması gereken bir noktaya gelmiştir.

Stratejik kararlarla ilgili yapılanmalarda strateji ne kadar doğru algılanıyor ya da kelime o konumlarda bulunanlar için ne ifade ediyor sorularına cevap alma ihtiyacı duymadan, genel olarak ezbere dayalı bir şekilde iş yapışları ile karşılaşmak şaşırtma özelliğini bile kaybetmiştir denilebilir.

Akademik çalışmaların en önemli özelliklerinden birisi olan uygulamaya eleştiri yapabilme noktasına, ülkemizde yapılan stratejik planlamalar ve benzer çalışmalar incelendiğinde gelmiş bulunduğumuzu da söylemek yanlış olmayacaktır.

Gözlemle başlayan eksikliklerin akademik olarak incelenmesi gerekir mi tartışmalarını yapabilmek adına da bu çalışmada birtakım sorulara yanıt aranmaktadır.

Özellikle planlamaların nasıl yapıldığı konusu üzerinde durulduğunda bu sorunsal karşımıza daha net bir şekilde çıkmaktadır.

Alanda yapılmış çalışmalar incelendiğinde stratejik yönetim süreçleri ve stratejik planlamanın aşamalarının ayrıntılı bir şekilde yapıldığı görülmektedir.

Ancak bu konularda karar vericilerin stratejik düşündüğü varsayımından hareket edildiği de aksi belirtilmediği ya da ispatlanmadığı için çalışmalardan anlaşılmaktadır.

Stratejik düşünme ile ilgili çalışmaların yönetim alanında kendisine yer bulamaması bu varsayımdan kaynaklanıyor demek de muhtemelen bu noktada hatalı olmayacaktır.

Ancak gerçekten stratejik kararlar diye tabir edilen kararların hepsini alanlar, ölçülmüş ve kanıtlanmış stratejik düşünme kabiliyetleri yüksek kişiler midir? Bir başka husus ise karar alıcılar stratejik düşünmek zorunda mıdır ya da bu sorunsalla ilgili kabiliyetlerini ölçmeye gerek var mıdır?

Elbette sistemleri stratejik yönetebilmek için stratejik planlara

ihtiyacımız vardır.

Planlamanın hareket noktası da iç ve dış çevre analizleridir.

Ancak bu analizler tepe yöneticileri ya da karar alıcılar tarafından yapılmazken, analizler sonucu toplanan bilgi yöneticilerin önüne gelir ve kendilerinden, stratejik düşünme kabiliyetine sahip olup olmadığı bilinmeyen kişiler tarafından toplanan bilgilerden, stratejik kararlar vermeleri beklenir ya da karar alıcıların stratejik düşünüp düşünmedikleri tespit edilmeksizin aldıkları kararların stratejik olduğu kabul edilir.

Bu konu hem şirketlerde hem de devletin her kademesindeki kurumlarında benzer işleyişe sahip bir olgudur.

Ancak yapılan çalışmaların sonuçları incelendiğinde birkaç soru akla gelmektedir: Stratejik planlamaların yapılabilmesi için ihtiyaç duyulan bilgileri toplayan birimler ne kadar stratejik düşünebiliyor ve ikinci soru da stratejik yönetim birimlerinde istihdam edilenler ve buna tepe yönetim de dahil, karar vericiler ne kadar stratejik düşünebiliyorlar.

Son olarak da stratejik yönetim ya da strateji üretimi, stratejik düşünme kabiliyeti olmadan gerçekleştirilebilir mi?

Bu çalışmanın temel sorunsalı da bu noktada ortaya çıkmaktadır.

Soruların cevaplarını örgütler için bulduğumuzda makro büyüklükler için uygulamak da mümkün olacaktır.

Dolayısıyla büyük resme odaklanma ihtiyacı tam da burada karşımıza çıkmaktadır ve konu sistem yaklaşımı bağlamında incelediğinde sorulara yanıt alabiliriz düşüncesiyle çalışmanın yöntemi olarak da betimsel tarama yöntemi seçilmiş ve sistem yaklaşımı çalışmaları aktarılmış ve stratejik planların; planlama, uygulama ve sonuçlanma süreçlerinde yaşanan sorunlara cevaplar sistem yaklaşımı çerçevesinde aranmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Sistem yaklaşımı, stratejik planlama, stratejik yönetim, yönetim, stratejik düşünme.*

JEL Kodları: *M10, M19, M21, L20, L29.*

Seeking an Answer to the Problems of Strategic Planning in the Framework of the Systems Approach

System theory covering a wide range of research areas and different concepts reveals the possibility of developing interdisciplinary perspectives for the management field.

After the holistic (holistic) view of Aristotle as a whole, the researchers began to focus on their work in the last century, influenced by this historical approach and thus system approach from different disciplines was born.

System approach is in the center of almost every science.

When we look at service and management sciences and engineering and architectural sciences, service systems; intelligent systems revealed by the system thinking approach; network type systems from network theories; living systems in terms of natural sciences; economic systems for economic knowledge; social systems in sociology perspective; institutional systems for laws; technological systems for motivators; psychological sensing systems and ecological ecosystems are the system types we hear most often.

Although each area has defined the system for its own sake, basically its operation is the same.

So systemically, the whole is more than the sum of the parts separately.

Therefore, system approach has become a subject that should be given importance again in management studies.

The concept of strategic management, which has become one of the essentials in the field of management especially in the last 20 years, has now reached a point where it has to be questioned.

In structuring strategic decisions, it can be said how much the strategy is perceived correctly, or even if the word expresses what it means for those who are in those positions, it does not even need

to answer the question, even when it comes to encountering work in general based on memorization.

It is not wrong to say that we have arrived at the point of criticizing the application which is one of the most important features of the academic studies and when we have studied the strategic plans and similar works in our country.

In order to be able to discuss whether deficiencies that start with observation should be examined academically, some questions are sought in this study.

Especially when the issue of how to make plans is emphasized, this problematic confrontation emerges more clearly.

When studies on field work are examined, it is seen that the stages of strategic management and strategic planning are done in detail.

However, it is understood from these studies that it is assumed that the decision makers are acted on the assumption that they are strategic in these matters because they are not mentioned or proved otherwise.

The fact that studies on strategic thinking can not find a place in the field of management is due to this hypothesis, which is probably not wrong at this point.

But are they really all of the decisions that are so-called strategic decisions, those with measured and proven strategic thinking abilities? Is there a need to think strategically about decision-makers or measure their ability to deal with this problematic?

Of course, we need strategic plans to strategically manage systems.

The planning of the planning is the internal and external environment analysis.

However, while these analyzes are not conducted by peer managers or decision makers, analyzes arrive at the conclusively gathered information managers and they are expected to make strategic decisions from information gathered by people who do not know whether or not they have strategic thinking ability, or whether decisions taken by decision- .

This issue has a similar function in both companies and institutions of every level of the state.

However, when the results of the studies are examined, a number of questions arise: how strategic are the units that can gather the information needed to make strategic plans, and the second question is how strategically the decision makers, including those employed in strategic management units and top management, can think.

Finally, can strategic management or strategy production be realized without strategic thinking ability?

The main problem with this study is that it emerges at this point. It is also possible to apply the answers of the questions for the macro sizes we find for the organizations.

Therefore, the need to focus on the big picture is exactly where we are confronted and we can get answers to questions when we examine it in the context of subject system approach.

Descriptive screening method was chosen as a method of studying thoughtfully and system approach works were transferred and strategic plans; The answers to the problems experienced during the planning, implementation and finalization processes were searched within the framework of system approach.

Keywords: *System approach, strategic planning, strategic management, management, strategic thinking.*

JEL Codes: *M10, M19, M21, L20, L29.*

EKOLOJİK KRİZE BİR ÇÖZÜM ARACI OLARAK SÜRDÜRÜLEBİLİR TARIM VE KOOPERATİF ÖRGÜTLENME

Hakan REYHAN - Ayşen Satır REYHAN***

Genişletilmiş Özet

Türkiye tarımında küçük çiftçilik ağırlık taşımaktadır.

Çiftçilerin dağınık olması, örgütsüz olması, ortak sorunları birlikte çözüme kavuşturma ve birlikte hareket etme eğilimlerinin zayıf olması nedeniyle tarımsal kooperatifçilik yeterince gelişememiştir.

Küçük çiftçilik, ekosistem ve habitatlarla daha uyumlu bir tarımsal üretim sistemidir.

Buna karşılık, "ticari tarım" gün geçtikçe etkinliğini, gücünü artıran çok uluslu şirketlerin denetiminde gerçekleşen büyük endüstriyel ve biyoteknolojik tarım süreci içerisinde gittikçe zayıflamaktadır.

Bu durum, ekosistemlere baskı yapamakta ve ekolojik ayak izini daha da büyütmektedir.

Ticari (endüstriyel-biyoteknolojik) tarımın ekolojik sistemlere verdiği zararlar; son çeyrek asırda "sürdürülebilir tarım" kavramını gündeme getirmiştir.

Sürdürülebilir tarım; ekolojik sisteme zarar vermeden, çevre ostu

** Doç.Dr., Hitit Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü Kent ve Çevre Bilimleri Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, hakanreyhan@hitit.edu.tr, hakreyhan@gmail.com*

*** Yrd.Doç.Dr., Hitit Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü Kent ve Çevre Bilimleri Anabilim Dalı Öğretim Üyesi, aysensatireyhan@hitit.edu.tr*

tarımsal yöntem ve teknikler kullanılarak tarımsal gelişimi sağlamaktır.

Sürdürülebilir tarım, esas olarak küçük çiftçiliği ve köylülüğü besleyen ve bunun üzerinde gelişen tarımsal işleri ifade etmektedir. Ancak, küçük çiftçiliğin ticari tarım ile, özellikle "tarım satış" sürecinde rekabet edebilme imkânı söz konusu değildir.

Bu yüzden; küçük çiftçilerin işbirliği içerisinde olmaları gerekir ve bu işbirliğinin en güçlü, sağlam örgütü ise kooperatiflerdir.

Günümüzde kooperatifçilik, küreselleşme sürecinin ulusal-yerel ekonomi alanlarındaki tahrip edici etkisine karşı en büyük dayanaklardan biridir.

Yine, tüketici hakları, gıda güvenliği ve ekolojik sürdürülebilirlik açısından çok önemli işlevlere sahip örgütlenme biçimidir.

Tarımsal kooperatiflerin, özellikle de tarım satış kooperatiflerinin örgütsel ve ekonomik olarak güçlü olması ile ülkelerin ekonomik ve ekolojik geleceği (sürdürülebilir kalkınma ve sürdürülebilir tarım) arasında doğrudan bağlantı vardır.

Tarımsal kooperatiflerin ve özel olarak bu bildiride odaklandığımız tarım satış kooperatiflerinin temel olarak iki önemli işlevi yerine getirdiklerini ya da getirme potansiyeli taşıdıklarını söylemek mümkündür: Bunlardan birincisi; küçük çiftçiliğin korunması ve ayakta kalmasını sağlayarak tarımsal üretimin devamlılığını güçlü bir şekilde desteklemek, İkincisi; Tüketici hakları açısından daha denetlenebilir, "ekolojik tarım" için daha elverişli bir üretim örgütlenmesi olmasıdır.

Bu açıdan, başarılı dünya deneyimlerini de dikkate alındığında; tarım satış kooperatifleri ile "sürdürülebilir tarım" arasında doğrudan güçlü bir bağlantının olduğu açıktır.

Bu yüzden; sürdürülebilir tarımın temel dayanağı; örgütsel gücü sağlam, üyelerinin ekonomik çıkarlarını tatmin eden ve rekabet edebilir nitelikteki tarımsal kooperatiflerdir.

Bildirinin genel amacı; kooperatif örgütlenme ile sürdürülebilir tarım arasındaki bağlantıları açıklamaktır.

Bu amaçla bu bildiride; öncelikle ekolojik krizin görünümü ve nedenleri üzerinde durulacaktır.

Bu çerçevede Dünya'daki ve Türkiye'deki kooperatif örgütlenmesi değerlendirilecek; kooperatif örgütlenme, sürdürülebilir tarım ile ilişkilendirilecek ve karşılaştırmalı bir çözümleme yapılacaktır.

Bu çalışmanın temel hipotezi; tarım satış kooperatiflerinin sürdürülebilir tarımı desteklemesidir ve bu temel düşünce genel olarak kooperatifçiliğin ; sürdürülebilir kalkınmaya uygun bir iktisadi örgütlenme biçimi göstermesidir.

Kooperatiflerin sürdürülebilir tarımı destekleyen kuruluşlar olduğu gibi, sürdürülebilir tarımın da kooperatif örgütlenme gibi başarılı sonuçlar vereceğini söylemek de mümkündür.

Sürdürülebilirlik kavramı, ekosistem ile doğrudan ilişkili olan tarım sektörü ile daha ilgili olduğu için tarım kooperatiflerin veya tarım satış kooperatiflerinin örgütsel-yönetimsel ve ekonomik açıdan güçlü olması sürdürülebilir tarımı kendiliğinden besleyen bir durum olacaktır. Sürdürülebilir tarımın hem ekonomik hem de ekolojik amacı vardır.

Yani hem tarımdan geçinen çiftçilerin çiftçi olarak var olabilmeleri, kendilerini geliştirebilmeleri, devamlılığı sağlayabilmeleri, yeterli bir ekonomik düzeyde olmaları sağlanmalı hem de tarımın ülke ekonomisine katkısı artmalıdır.

Bu yapılırken de elbette, varoluş merkezleri yani şimdiki ve gelecek nesillerin yaşam alanları (habitatları), ekosistemler yok edilmemelidir.

Bildiride; tarım satış kooperatifleri ile sürdürülebilir tarım bağlantısının nedenleri; nasıl bir uygulama stratejisiyle bu bağlantının uygulamaya geçirilebileceği üzerinde durulacaktır.

Ayrıca, stratejiler uygulanabilir olduğunda sürdürülebilir tarımın, kooperatifçiliğin güçlenmesi ve genel olarak hem ekonomik hem de ekolojik sistemin iyileşmesi açısından doğuracağı sonuçlar üzerinde durulacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Ekoloji, Sürdürülebilir Tarım, Kooperatif, Tarım Kooperatifi, Tarım Satış Kooperatifi*

Jel Kodları: *Q0, Q10, Q18, Q19, Q56*

A Solution to The Ecological Crisis As a Tool For Association of Sustainable Agriculture and Cooperatives

Extensive Summary

Small farming weight is carrying in Turkey agriculture.

Agricultural cooperatives have not improved sufficiently because of the scattered nature of the farmers, their lack of organization, their tendency to solve common problems together and to act together.

Small farming is an agricultural production system more compatible with ecosystems and habitats.

On the contrary, "commercial agriculture" is becoming increasingly weak in the large-scale industrial and biotechnological agriculture process, under the control of multinational corporations increasing their power.

This situation puts pressure on ecosystems and further increases the ecological footprint.

The damages caused by commercial (industrial-biotechnological) agriculture to ecological systems; Has brought the concept of "sustainable agriculture" into the agenda in the last quarter century. Sustainable agriculture; Without harming the ecological system, using environmentally friendly agricultural methods and techniques to provide agricultural development.

Sustainable agriculture is mainly agricultural jobs that feed on and develop small farming and peasantry.

However, it is not possible for small farming to compete with commercial agriculture, especially during the "agricultural sale" period.

That's why; Small farmers should be in cooperation, and the strongest and most durable organization of this cooperation is the cooperatives.

Co-operativeism today is one of the greatest obstacles to the destructive effect of the globalization process on the national-local economy.

Again, consumer rights are a form of organization with very important functions in terms of food safety and ecological sustainability.

There is a direct link between the economic and ecological future of countries (sustainable development and sustainable agriculture), and the organizational and economic strength of agricultural cooperatives, especially agricultural sales cooperatives.

It is possible to say that agricultural cooperatives and agricultural sales cooperatives, which we focus on in this report, have the potential to bring about two main functions: The first of these; Strongly support the continuity of agricultural production by providing protection and survival of small farming,

From this perspective, when their world is taken into account successful experience of agricultural sales cooperatives "sustainable agriculture" it is clear that a strong connection between direct.

That's why; Basic foundation of sustainable agriculture; solid organizational strength, the agricultural cooperatives that satisfy the members' economic interests and are in a competitive nature.

The general aim of the report is to explain the connections between sustainable agriculture with the cooperative association.

For this purpose; Firstly the view and reasons of the ecological crisis will be emphasized. In this frame, cooperative organization in the world and in Turkey will be evaluated; Cooperative organization will be related to sustainable agriculture and a comparative analysis will be made.

The basic hypothesis of this study is; Agriculture sales cooperatives support sustainable agriculture, and this basic idea is generally that of cooperatives; Is a form of economic organization suitable for sustainable development.

Since the concept of sustainability is more relevant to the agricultural sector, which is directly related to the ecosystem,

agricultural cooperatives or agricultural sales cooperatives will naturally sustain sustainable agriculture, which is strong from an organizational-managerial and economic standpoint.

It is also possible to say that cooperatives are institutions supporting sustainable agriculture and that sustainable agriculture will also have successful outcomes such as co-operative organization.

Sustainable agriculture has both economic and ecological goals. In other words, farmers from agriculture must be able to exist as farmers, develop themselves, ensure continuity, be in an adequate economic level and increase their contribution to the country's economy. When this is done, of course, the centers of existence, the habitats of current and future generations, ecosystems must not be destroyed.

In this report; *The causes of sustainable agricultural linkages with agricultural sales cooperatives; And how this link can be put into practice with an application strategy.*

It will also focus on sustainable agriculture when strategies are viable, the strengthening of co-operatives and the consequences for improving both the economic and ecological system in general.

Keywords: *Ecology, Sustainable Agriculture, Cooperative, Agricultural Cooperative, Agricultural Sales Cooperative*

Jel Codes: *Q0, Q10, Q18, Q19, Q56*

AVRUPA BİRLİĞİ'NDE TARIMSAL ÖRGÜTLENME: AVRUPA BİRLİĞİ TARIM KOOPERATİFLERİ KONFEDERASYONU (COGECA) VE TÜRKİYE İÇİN ÖNERİLER

Okan FİDANLI*
Sinan ŞEKEROĞLU**
Kadir ÖZER***

Özet

Günümüzde serbest piyasa koşulları karşısında ortaya çıkabilecek olumsuz durumlardan korunmak için toplumun örgütlenmeye ihtiyacı vardır.

Örgütlenme çabası çoğu sektörde olduğu gibi tarım sektöründe de ön plana çıkmaktadır.

Özellikle gelişmiş ülke ekonomilerinde tarım politikaları, üretici örgütlerinden yararlanılarak oluşturulmaktadır.

Uluslararası ülke ekonomilerinde istenilen hedeflere ulaşabilmek için kamu kurumlarının ve özel kuruluşların etkin bir şekilde çalıştırılması önem arz etmektedir.

Küresel ekonomilerde çoğu kamu kurumu ve özel kuruluşların ekonomik hedefleri ön planda olmasına karşın bazı kuruluşlarda sosyal amaçlar da en az ekonomik amaçlar kadar önemsenmektedir.

Hem ekonomik hem sosyal amaçları bünyesinde bulunduran kooperatifler, yeni istihdam olanaklarının oluşturulması, mevcut kaynakların kullanımında etkinliğin sağlanması, yatırım faaliyetlerine

*Ar. Gör., Gazi Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu, Bankacılık Bölümü, okanfidanli@gazi.edu.tr

**Ar. Gör., Gazi Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu, Bankacılık Bölümü, sinansekeroglu@gazi.edu.tr

***Yrd. Doç. Dr., Gazi Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu, Sigortacılık Bölümü, kozer@gazi.edu.tr

katkı sağlanması gibi ekonomik faydalarının yanında sürdürülebilir gelişim için doğanın korunması, toplum refahının arttırılması gibi sosyal konularda da gelişmeye katkıda bulunmaktadır.

Kırsal kesimde faaliyet göstermek amacıyla kurulmuş olan ve dayanışmayı esas alan tarımsal kooperatifler, üreticilerinin tek başına karşılayamadıkları ihtiyaçlarının toplu olarak karşılanması amacıyla oluşturulmuş kuruluşlardır.

Tarım kesimine yönelik politikaların ortaya konulmasında ve bu politikaların verimli şekilde uygulanmasında tarım kooperatiflerinin etkin bir rolü bulunmaktadır.

Özetle tarımsal kooperatifler; gelir adaletsizliğinin azaltılması, refahın arttırılması, üreticiler arasında dayanışmanın sağlanması ve işgücü verimliliğinin arttırılması gibi faydaların elde edilmesini sağlayan kuruluşlardır.

Günümüzde Avrupa Birliği ülkeleri, tarımsal örgütlerin daha yaygın ve gelişmiş olduğu ülkeler listesinin başında yer almaktadır.

Avrupa Birliği ülkelerinde uzun bir geçmişe sahip olan tarımsal örgütler, serbest piyasa ekonomisinde mevcut pazarlara yönelik üretimlerini gerçekleştirmekte ve ayrıca hükümetler tarafından maddi olarak desteklenmektedirler.

Avrupa Birliği ülkelerinde önemli tarımsal örgütlerden biri olan COGECA (Avrupa Birliği Tarım Kooperatifleri Konfederasyonu), 24 Eylül 1959 tarihinde, Avrupa Birliği ülkelerinde kooperatif işletme modelini geliştirmek ve tarım sektörüne ve kırsal kesime dönük politikaların ortaya konulmasına katkı sağlamak amacıyla kurulmuş tarımsal bir örgüttür.

COGECA, tarımsal kooperatifçilik sektörünün ilgili olduğu konuları kamuoyuyla paylaşmakta ve tarım kooperatiflerinin yasal, ekonomik, finansal ve sosyal konulardaki çalışmalarını yürütmektedir.

COGECA aynı zamanda Avrupa ülkelerinin tarım modelini ortaya koyan ve piyasalardan elde edilen tarım gelirlerini arttırmada etkili olan topluluk politikalarının hazırlanması ve geliştirilmesinde görev almaktadır.

Günümüzde küreselleşme süreciyle beraber kooperatiflerin yeniden yapılandırılması gerekli ve zorunlu bir hal almıştır.

Bu sebeple Türk kooperatifçiliğinin de bu süreçte faaliyete geçirmesi gereken uygulamalar ortaya çıkmaktadır.

Bilhassa piyasada doğru fiyatın oluşmasında etkili olan ürünlerin değerlendirilmesi ve pazarlanması konularında üreticileri bir araya getiren, üretici haklarının korunmasını sağlayan, ekonomik ve sosyal araştırmalarla haksız rekabeti önleyen, uluslararası kuruluşlarla yakın temaslarda bulunup iş birliğinde bulunan örgütlerin kurulması ve sayılarının çoğaltılması gerekmektedir.

Bu çalışmada Avrupa Birliği'nde tarımsal örgütlenme anlayışının ele alınarak COGECA'nın gerçekleştirmiş olduğu faaliyetlerin ve uygulamış olduğu politikaların açıklanması ve Türk Kooperatifçiliği'nin geliştirilmesi için öneriler sunulması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Tarımsal Örgütlenme, Tarım Sektörü, Kooperatifçilik, Tarımsal Kooperatifler, COGECA*

Agricultural Organization in the European Union: Confederation of European Union Agricultural Cooperatives (COGECA) and Recommendations for Turkey

Abstract

Today, the society needs to be organized in order to be protected from adverse situations that may arise in the face of free market conditions.

The effort of organizing is coming to the forefront in agriculture as well as in many sectors.

Especially in developed country economies, agricultural policies are created by using producer organizations.

In order to reach the desired targets in the international economies, it is important that public institutions and private institutions are operated efficiently.

Although the economic objectives of most public institutions and private institutions are preliminary in global economies, in some

organizations, social goals are at least as important as economic objectives.

Co-operatives that have economic and social objectives in structures of itself that place have contribute to the development of social issues such as new employment opportunities, the effectiveness in utilization of existing resources, the contribution to investment activities and they also contributes to the preservation of nature for sustainable development, and the promotion of community prosperity.

Agricultural cooperatives established to operate in the countryside and based on solidarity are organizations that are created in order to collectively meet the needs of the producers who can not meet the needs of themselves.

Agricultural cooperatives have an effective role in putting policies towards the agricultural sector and implementing these policies efficiently.

In summary agricultural cooperatives organizations that, provides reducing income inequality, increasing prosperity, ensuring sustainability among producers, and increasing labor productivity and similar benefits.

Nowadays the European Union countries are at the top of the countries list which agricultural organizations are more common and more developed.

Agricultural organizations which have a long history in the European Union countries and financially supported by the governments are intended to producing on the free market economy.

COGECA (Confederation of Agricultural Cooperatives of the European Union) is an agricultural organization established on September 24, 1959, in order to contribute to the development of the cooperative business model in the European Union countries and to the introduction of the agricultural sector and rural policies.

COGECA, publicly shares the issues related to the agricultural cooperatives sector and carries out the legal, economic, financial and social activities of agricultural cooperatives.

COGECA is also involved in the preparation and development of community policies that demonstrate the agricultural model of European countries and are effective in increasing agricultural incomes from the markets Today, with the globalization process, restructuring of cooperatives has become necessary and compulsory.

For this reason, the practices of Turkish cooperatives that should be active in this process are emerging.

In particular, it is necessary to establish organizations that are in close contact with and cooperate with international organizations, which prevent the unfair competition by economic and social research, which protect producers' rights, bring producers together in the evaluation and marketing of products which are effective in the correct price formation in the market and multiply the numbers.

The purpose of this declaration is to present the proposals for the cooperatives of Turkey by explaining the activities that COGECA has taken and the policies it has implemented, taking into consideration the understanding of agricultural organization in the European Union.

Key Words: *Agricultural Organization, Agriculture Sector, Cooperatives, Agricultural Cooperatives, COGECA*

TARIM KREDİ KOOPERATİFLERİNİN SERMAYE BİRKİMİNE ETKİLERİ (ATATÜRK DÖNEMİ 1935-1938)

Hasan MUTLU*

Genişletilmiş Özet

Modern kooperatifçiliğin ilk uygulamaları 18'nci yüzyılın ikinci yarısından itibaren İskoçya ve İngiltere'de görülmeye başlanmıştır.

Aynı dönemlerde gerçekleşen sanayi devrimi sonrası teknik alandaki yeni buluşlarla ekonomik, toplumsal ve politik değişmelere neden olmuştur.

Bu dönemdeki ekonomik değişmelerin başlangıcı üretim sisteminin yapısal farklılaşmasına dayanmaktadır.

El emeğinin geçerli olduğu üretim biçimi endüstrileşme sonucu makinenin hakim olduğu fabrika sistemine dönüşmüştür.

Bu üretim sisteminin gittikçe yaygınlaşması eski devrin ilkel kalan üretim şeklinin tamamen ortadan kalkmasına neden olmuştur. 19'ncu yüzyılın başlarında ise Robert Owen ilk defa kooperatif ismini kullanan kişi olmuştur.

1844 yılında İngiltere'nin Rochdale kasabasında 28 işçi tarafından kurulan ve "Rochdaleliler" diye anılan kooperatif ise Batı'da kooperatifçiliğin modern anlamda sermaye birikimi ve yatırımcılık olarak ilk uygulaması sayılabilir.

Aynı dönemler Osmanlı İmparatorluğunda veya Türk tarihinde modernleşme çabalarının başladığı siyasi, askeri alanlarla beraber

* *MEBS Başkanlığı, Plan Harekat Şube Müdürü, hasanmutlu1999@yahoo.com*

ekonomi konusunda da modernleşme yolunda adımlarının atılmaya başlandığı bir dönemdir.

Osmanlı İmparatorluğu'nda ekonominin temelini oluşturan Tımar sisteminin çökmesiyle beraber modernleşme çabalarında ekonomiye yönelik adımlar da atılmaya çalışılmıştır. Osmanlı ekonomisi malum olduğu üzere sanayi üzerine kurulu bir ekonomi değildi, büyük oranda toprak, tarım ve hayvancılık üzerine kurulmuş bir ekonomi rejimiydi.

Ekonominin düzeltilmesi genel olarak toplanan vergilerin arttırılmasına bağlıydı. Bunun ise tarımsal üretimin arttırılması yoluyla gerçekleşebileceği değerlendirilmiştir.

Çalışmamızın giriş bölümünde 1840 yılı itibarı ile nüfusunun %80'nini kırsal nüfusun oluşturduğu Osmanlı İmparatorluğunun Ekonomik yapısına kısaca baktıktan sonra Osmanlı İmparatorluğunda Mithat Paşa'nın başlattığı ve kooperatifçiliğin ilk uygulaması olan Memleket Sandıkları'nı, Ziraat Bankası'nın doğuşunu ve Osmanlı İmparatorluğunun son dönemindeki kooperatifçilik uygulamalarının sermaye birikimi ve ekonomik katkıları kısaca irdelendiğinde, bu süreçte kayda değer bir sermaye birikimine ulaşılarak, Türkiye Cumhuriyetine miras olarak kalan Ziraat Bankasının kurulduğu görülmektedir.

Birinci bölümde ise askeri alanda Milli Mücadeleyi kazanan Mustafa Kemal ve silah arkadaşlarının 1923 İzmir İktisat Kongresi ile başlattıkları ekonomik kalkınma mücadelesi incelenerek, kooperatifçiliğe başta Atatürk olmak üzere dönemin ekonomi yöneticilerinin bakış açıları ve bu dönemde kooperatifçilik alanında yaşanan gelişmelere değinilerek 1935 yılına kadar olan gelişmeler özetlenmeye çalışılmıştır. 1935 yılındaki duruma baktığımızda 1929 yılında kurulan Zirai Kredi Kooperatiflerinin sayısal olarak önemli gelişimler gösterse de çiftçinin üzerindeki faiz yükünü yeterince kaldıramadığı ve borç ödeme oranlarının düşük olduğu müşahede edilmiştir.

Büyük buhran sonrası Atatürk 1930-1931 yıllarında büyük bir yurt gezisine çıkarak yurdun demiryolu ve denizyolu ile gidilebilecek her yerine gitmiştir. Gezi sonrası iktisadi gelişmeyi hızlandırıcı tedbirlerin alınması yönünde çalışmalar başlamıştır.

1933 yılında ise Birinci Beş Yıllık Sanayi Programı uygulamaya konulmuştur. Cumhuriyetin ilanının hemen sonrasında, 1924 yılında

"İtibarin Zirai Birlikler Kanunu" ile başlayan ve 1929 yılında "Zirai Kredi Kooperatifleri Kanunu" ile devam eden kooperatifçiliğin geliştirilme çabaları, 1935 yılında çıkarılan "Tarım Kredi Kooperatifleri Kanunu" ile kooperatifçilik Türkiye Cumhuriyeti'nde kalkınmanın önemli bir ayağı olarak ele alınmış ve tarımsal kredi kooperatifçiliğinin gelişimi hızlandırılmaya çalışılmıştır.

Aynı zaman aralığında 1931 yılında İstanbul'da Atatürk'ün emri ile kurulan Türk Kooperatifçilik Cemiyeti, 1933 yılında Ankara'ya taşınmış ve 1934 Haziran'ından itibaren aylık Karınca dergisini çıkararak kooperatifçilik hakkında halkı bilinçlendirme çalışmalarına başlanan derginin 1934-1939 yıllarını içeren sayılarında yayınlanan haber, makale ve kooperatifçi mektupları tarafımızca incelenerek, Zirai Kredi Kooperatifleri ile Tarım Kredi Kooperatiflerinin gelişimi ve yaşadığı sorunlar tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışmamızın ikinci bölümünde ise 1935-1938 yılları içerisinde Tarım Kredi Kooperatiflerinin Türkiye'de gelişimi, sermaye birikimine katkıları ve tarımsal nüfusun yaşamına etkileri incelenmeye çalışılmıştır.

1935 yılında 2836 Sayılı Kanunla ve devamında yapılan düzenlemelerle Tarım Kredi Kooperatifleri çiftçinin üzerindeki faiz yükünü önemli derecede azalmıştır.

Kooperatiflere giriş şartlarının kolaylaştırmaya ve kredi takibini arttırmaya yönelik tedbirler başta olmak üzere birçok düzenleme yapılmıştır.

Söz konusu dönemde kooperatif sayısında azalma yaşanırken ortak sayısı 64.549'dan 114.383'e çıkmıştır ve alınan tedbirlerin halk nezdinde kabul gördüğü anlaşılmıştır. 1938 yılında, Türkiye'deki bankaların verdiği toplam kredi miktarının %8'inden fazlasını, Tarım Kredi Kooperatiflerince ortaklarına üretim kredisi olarak dağıtılması ve bankaların tasarruf mevduatlarında biriken paranın yaklaşık %4,5'i büyüklüğünde bir varlığın sermaye hesaplarında küçük üreticiler tarafından biriktirildiği değerlendirilirse; Tarım Kredi Kooperatiflerinin Türk çiftçisinin sermaye birikimine, olumlu katkı sağladığı kanaatine varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Tarımsal Kredi, Tarım Kredi Kooperatifi, Zirai Kredi Kooperatifi, Ziraat Bankası, Sermaye, Çiftçi, Atatürk Dönemi*

The Effects Of Ataturk 'S Perıod Agrıculture Credıt Cooperatıves To Capıtal Assocıatıon (1935-1938)

Extensive Summary

The first applications of modern co-operatives began to be seen in Scotland and England from the second half of the 18th century.

After the industrial revolution that took place during the same period, the technical innovations led to economic, social and political changes.

The start of economic changes in this period was based on the structural differentiation of the production system.

The way in which manual labor was prevalent transformed into a factory system in which the industrializing machine dominated.

The widespread use of this system of production led to the complete disappearance of the primitive production pattern.

At the beginning of the 19th century, Robert Owen became the first person used "cooperative" name.

The cooperative, which was founded by 28 employees in 1844 in Rochdale village in England and known as "Rochdale's", can be regarded as the first application of cooperatives in the modern sense of capital accumulation and investment.

During the same period, the political and military fields in the Ottoman Empire or in the Turkish history, where the struggle for modernization began, started to take steps to modernize the economy.

In the Ottoman Empire, along with the collapse of the Tımar system, which is the basis of the economy, some efforts also tried to develop the economy in the struggle for modernization.

The Ottoman economy was not an industry-based economy as it

was known, it was a regime of economics based on land, agriculture and animal husbandry.

The development of the economy was mainly depended on increase in the collected taxes. Therefore, it was evaluated that this could be achieved by increasing agricultural production.

In the introduction part of our study, after looking briefly at the economic structure of the Ottoman Empire, in which 80% of the population constituted people living in rural areas by the year 1840, Homeland Funds, which was the first application of the cooperative system initiated by Mithat Pasha, emerging of Ziraat Bank and the capital accumulation and economic contribution of the applications of the cooperative system of the late Ottoman Empire will be briefly examined.

In the first part, aspects about the cooperative system of Atatürk and economic administrators of the period and the developments experienced in the field of cooperatives will be mentioned in the light of the struggle for economic development initiated in 1923 İzmir Economic Congress by Mustafa Kemal, who won the National Struggle in the military field, his brothers in arm (fellow fighters).

When we look at the situation in 1935, the Agricultural Credit Cooperatives, which were established in 1929, showed significant improvements in the numerical value, but the interest rate on the farmer could not be adequately lifted and the debt repayment rates were low.

After the Great Depression, Ataturk went on a great nationwide tour from 1930 to 1931 and he went all the way to where he could travel by rail and sea.

After the trip, endeavors to take measures to accelerate economic development were begun. In 1933, the First Five-Year Industry Program was put into effect.

Following the declaration of the Republic, efforts to develop cooperatives started with the Reputable Agricultural Association Law in 1924 and followed with the Law on Agricultural Credit Cooperatives in 1929 and cooperatives with the Agricultural Credit Cooperatives Law, which was enacted in 1935, are important steps in the development

of the Republic of Turkey and the development of agricultural credit cooperatives has been tried to be accelerated.

At the same time, the Turkish Cooperative Association, which was founded in 1931 under the order of Ataturk in Istanbul, was moved to Ankara in 1933 and started to work on raising public awareness about cooperatives by publishing the monthly "Karınca Magazine" from June 1934. The news, articles and letters of the co-operators published in 1934-1939, were investigated in an attempt to determine the problems and evolution of Agricultural Credit Cooperatives.

In the second part of our study, the development of the Agricultural Credit Cooperatives in Turkey in the period of 1935-1938, contributions to capital accumulation and the effects on the life of the agricultural population were tried to be examined. In 1935, the interest load on the farmers farmers decreased considerably with the regulation no 2836 on Agricultural Credit Cooperatives and the subsequent regulation.

Many arrangements had been made, including measures to simplify the entry conditions for co-operatives and to increase credit follow-up. In the mentioned period, while the number of cooperatives decreased, the number of partners increased from 64,549 to 114,383, and we understood that the measures taken were accepted by the public.

By 1938, if it is judged that more than 8% of the total loan amount given by the banks in Turkey is distributed as a production loan to the partners of the Agricultural Credit Cooperatives and also an asset of about 4.5% of the money accumulated in the savings deposits of the banks is accumulated by the small producers in the capital accounts; Agricultural Credit Cooperatives have contributed positively to the accumulation of Turkish farmers' capital.

Key words: *Agricultural Credit, Agriculture Credit Cooperative, Agricultural Credit Cooperative, Ziraat Bank, Capital, Farmer, Atatürk Period.*

4. OTURUM : Beşeri Sermaye Ve Uzmanlık Temelli İşgücü Planlaması

4ND SESSION : Human Capital and Workforce Planning with Expert Based

Beşeri Sermaye Ve Uzmanlık Temelli İşgücü Planlaması

Oturum Başkanı

Doç.Dr. Hakan Vahit ERKUTLU

Tarımsal Ürünlerdeki Kalıntı Pestisit Analizlerinin Tarım Satış Kooperatifleri Açısından Önemi
Importance Residual Pesticide Analysis In Agricultural Products For Agricultural Sales Cooperatives

Uzman Yusuf ERSOY Kimyager Süleyman GÖKÇE
Yük Lis. Öğr. Tuğçe Hanim ERSOY

Ortakların Kooperatif Hizmetlerinden Memnuniyet Durumlarının İncelenmesi: İzmir İli Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Örneği
A Research On Members' Satisfaction For Cooperative Services: A Case On Gödence Rural Development Cooperative

Arşt.Gör.Filiz KINIKLI Ziraat Müh.Cem ÇIKIKÇI
Prof.Dr.Murat YERCAN Yunus Emre İNCE

Kooperatiflerde Üst Örgütlenme Ve Denetimin Pazarlama Faaliyetleri Açısından Değerlendirilmesi
Upper Organization And Audit In The Cooperatives Are Evaluated In Marketing Activities

Yük Lis. Öğr. Elif TAŞDELEN Doç.Dr. Haşim ÖZÜDOĞRU

ASürdürülebilir Gelişim İçin Kooperatifçilik Faaliyetlerinde Yöneylem Araştırmas

Ahmet Bahadır ŞİMŞEK Tuğçe ŞİMŞEK

Girişimcilik ve Kooperatiflerde Tarımsal Yayımın Mevcut Durumu
Current Situation of Agricultural Extension in Entrepreneurship and Cooperatives

Ebru IRMAK Aydın GÜREL

Gün : 6 Ekim 2017, Cuma
Saat : 11:00-12:30
Salon : Salon : 1
Yer : Refik Başaran Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

TARIMSAL ÜRÜNLERDEKİ KALINTI PESTİSİT ANALİZLERİNİN TARIM SATIŞ KOOPARATİFLERİ AÇISINDAN ÖNEMİ

Yusuf ERSOY*
Süleyman GÖKÇE**
Tuğçe Hanım ERSOY***

Özet

Tarım Satış Kooperatifleri belirli tarım ürünlerinin yetiştiricileri tarafından kurulan kuruluşlardır.

Bu kooperatiflerin temel amacı üreticinin ve köylünün ürettiği malları pazarlamaktır.

Küçük ve ekonomik bakımdan yetersiz konumdaki üreticilerin bireysel hareket ettikleri takdirde bulunduğu bölge dışındaki pazarlara açılabilmesi çok güçtür.

Fakat kooperatifler ürünleri iç ve dış piyasalarda daha iyi pazarlama olanağına sahiptirler.

Ayrıca, kooperatifler piyasa koşullarını yakından izleyip gerektiğinde ürünleri stoklarda bekletebilirler.

Böylelikle köylünün daha yüksek ve istikrarlı gelir sağlamasına katkıda bulunurlar.

Öte yandan, çok sayıda ufak üreticinin karşısına piyasada az sayıda büyük alıcı çıkması üreticinin emeğinin karşılığını alamamasına yol açmaktadır.

** Uzman, Uşak Üniversitesi Bilimsel Analiz ve Teknolojik Uygulama ve Araştırma Merkezi*
*** Kimyager, Uşak Üniversitesi Bilimsel Analiz ve Teknolojik Uygulama ve Araştırma Merkezi*
**** Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Öğrencisi*

Ancak kooperatif kanalıyla tek elden yapılan satışlarla üreticilerin pazarlık gücü yükselmiş olur.

Bu durum ise ürünün daha uygun bir fiyattan satışına ortam hazırlar.

Tarım satış kooperatifleri genellikle devletin koruması altındadır. Kamu kuruluşlarının üreticilerin her biriyle işbirliği içerisinde bulunmaları oldukça zordur.

Bunun yerine kooperatifler tarımsal kredi ve/veya teşvikler için aracılık etmelidirler.

Günümüzde tarımsal ürün zararlılarıyla mücadele büyük önem arz etmektedir.

İlaçlama, hormonlama ve uzun mesafeli nakliye işlerinde raf ömrü uzatma gibi faktörler verimlilik ve sürdürülebilirlik açısından pestisit kullanımını yaygın hale getirmiştir.

Pestisit, insan kullanımına sunulan gıdalarda istenmeyen hayvan veya bitkileri öldürmek amacıyla kullanılan alet, metot veya kimyasal olarak tanımlanabilir.

Pestisitler, insektisitler, fungusitler, herbisitler, nematositler ve rodentisitleri içermektedir.

Bir pestisit aktif ve inert (hiçbir kimyasal reaksiyona girmeyen) iki bileşenden oluşmaktadır.

Aktif bileşen haşereleri öldürmektedir.

İnert kısım ise, hedef bitkiye aktif bileşenin tek başına sağlayamayacağı püskürtme ve kaplanmayı kolaylaştırma etkisini sağlamak amacıyla karışımda bulunmaktadır.

Pestisitler birçok sağlık problemi doğurabilir.

Bu problemler basit cilt veya göz iritasyonu olabileceği gibi sinir sistemini etkileyici üreme problemleri veya kanser gibi çok ciddi problemler de olabilir.

Son dönemlerde gerçekleştirilen çalışmalar lösemi ve karaciğer kanserinin pestisit alımıyla doğrudan ilişkili olduğunu desteklemektedir.

Aynı zamanda, eksik uzuv doğumları ve düşükler ile pestisit alımının doğrudan ilişkili olduğuna yönelik ciddi kanıtlara rastlanmaktadır.

Pestisitler sadece tarım arazileri ve çiftlik yakınında oturan kişileri değil neredeyse tüm insanlığı tehdit etmektedir.

Gıdalarda pestisitlerin bilinçli-bilinçsiz kullanımı sonucunda ciddi sağlık problemleri yaşanmaktadır.

Suda çözünen pestisitler gıda tüketilmeden önce yıkanarak tüketildiğinde büyük bir miktarı gıdadan uzaklaştırılabilse de meyvenin içinde hapsolmuş kısmı maalesef uzaklaştırılamamaktadır.

Bu açıdan bakıldığında tarımsal ürünlerin pazara girmesi, tüketilmesi ve yabancı ülkelere satışı gibi hususlarda kalıntı pestisitin cinsi ve miktarı büyük önem arz etmektedir.

Analiz laboratuvarlarında kromatografik ve gravimetrik metotlarla pestisit tespiti yapılabilmektedir.

Son teknolojik gelişmelerle birlikte hızlı ve etkin bir yöntem olan kromatografi tekniği bu alanda öne çıkmaktadır.

LC-MS/MS (Sıvı Kromatografi Kütle Spektrometresi) cihazı ile uçucu olmayan pestisitlerin tayini ve analizi yapılabilirken, GC-MS (Gaz Kromatografi Kütle Spektrometresi) cihazı ile uçucu pestisitlerin analizi yapılabilmektedir.

Üreticilerin bu açıdan bilinçlendirilmesi piyasa rekabeti ve pazara girme kolaylığı gibi avantajlar sağlayabilecektir.

Analizler akredite kuruluşlarda belirli bir ücret karşılığında yapılmaktadır.

Analiz ücretleri üreticiler açısından ekstra bir maliyet olarak değerlendirilmektedir. Tarım Satış Kooperatiflerinin rolü burada çok önemlidir.

Devlet destekli projelerle üreticilerin eğitimlere katılması sağlanmalı ve pestisit analizlerinin devlet teşvikli hale getirilmesi için üniversiteler başta olmak üzere kamu-özel sektör işbirliği sağlanmalıdır.

Türkiye son dönemki tarımsal gelişmelerle birlikte bölgenin en

büyük yaş sebze ve meyve üreticisi haline gelmiştir. Son yıllarda birçok ülke satın aldığı ürünlerin pestisit oranını bir tedarikçi değerlendirme kriteri olarak ele almaktadır.

Bazı ürünler sınır kapılarından geri dönmekte bu durum ise büyük zararlara yol açmaktadır.

Ülkemizin yaş sebze ve meyve ihracatındaki mevcut durumunun geliştirilmesi adına üreticilerin pestisit analizi konusunda tarım satış kooperatifleri aracılığıyla desteklenmesi gerekmektedir.

Bu çalışma ile pestisit analizinin önemi vurgulanmış olup, daha önce literatürde tarımsal ürünler üzerine yapılan araştırmaların bulguları yorumlanarak sunulmuştur.

Bu çalışmanın gelecekte bu konuda araştırma yapacaklara yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

Literatürde tarım satış kooperatifleri ile ilgili yapılmış çalışmaların sayısı oldukça azdır.

Literatürde pestisit analizi ile ilgi pek çok çalışmaya rastlamak mümkündür.

Bu çalışma pestisit analizinin tarım satış kooperatifleri üzerinde gerçekleştirilmesiyle diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır.

Gelecekte pestisitlerin gıda güvenliği ve organik gıdalar için önemi bir başka çalışmaya konu olabilecektir.

Anahtar Kelimeler: *Analiz, GC-MS, Kalıntı, LC-MS/MS, Pestisit, Tarımsal Satış Kooperatifleri.*

IMPORTANCE RESIDUAL PESTICIDE ANALYSIS IN AGRICULTURAL PRODUCTS FOR AGRICULTURAL SALES COOPERATİVES

Abstract

Agricultural Sales Cooperatives are organizations, which are established by growers of certain agricultural products.

The main aim of these cooperatives is to market the producers and the goods produced by the villagers.

It is very difficult for small and economically inadequate producers to open to markets outside the region where they act if they act individually.

But cooperatives have better marketing oppurtunity for products at domestic and international markets.

In addition, Cooperatives can monitor the market conditions closely and keep the products in stock when necessary.

Thus, they contribute to higher and stable income for the villagers.

On the other hand, numerous small number of large buyers on the market in the face of a large number of small producers lead to the failure of the manufacturer's labor.

However the bargaining power of the producers is increased by the one-handed sales with the cooperative channel.

This situation prepare more convenient environment for selling price of product.

Agricultural sales cooperatives are generally under state protection.

It is very difficult for public institutions to cooperate with each of the producers. Instead, cooperatives should mediate for agricultural credits and / or grants.

Today, it is very important to against agricultural product harmful.

Factors such as disinfection, hormone application and extension of shelf life in long distance shipping have made widespread the use of pesticides in terms of productivity and sustainability.

Pesticides can be described as tool, method or chemical used to kill unwanted animal and pants in the foods for human use.

Pesticides contains, insecticides, fungicides, herbicides, nematocides and rodenticides.

A pesticide consists of two active and inert components (which do

not enter into any chemical reaction).

The active ingredient kills pests.

The inert part is in the mixture in order to provide the effect of facilitating the spraying and coating which the active ingredient alone can not provide of the target plant.

Pesticides can cause many health problems.

These problems may be such as simple skin or eye irritation, as well as impressive reproductive problems in the nervous system or severe problems such as cancer.

Recent studies support that leukemia and liver cancer are directly related to pesticide intake.

At the same time, there are serious evidences that incomplete limb births and abortions are directly related to pesticide intake.

Pesticides threaten almost all humanity, not just those who live near agricultural land and farms.

Serious health problems are experienced as a result of conscious-unconscious use of pesticides in foods.

Water-soluble pesticides can be removed from a large amount of food when they are washed and consumed before consuming food, but unfortunately the part trapped in the fruit can not be removed.

From this point of view, the type and amount of residual pesticide is of great importance in terms of the importation, consumption and sale to foreign countries of agricultural products.

Pesticide detection can be done by chromatographic and gravimetric methods in analysis laboratories.

Chromatography technique, which is a fast and effective method with the latest technological developments, stands out in this area. The determination and analysis of non-volatile pesticides can be done with LC-MS / MS (Liquid Chromatography Mass Spectrometry) device and the analysis of volatile pesticides can be done with GC-MS (Gas Chromatography Mass Spectrometry) device.

Raising awareness of producers in this respect will provide advantages such as market competition and ease of entry into the market.

Analyzes are made at accredited organizations for a certain fee. Analysis fees are considered an extra cost for the producers.

The role of Agricultural Sales Cooperatives is very important here.

Producers should be ensured participation in trainings by Government supported projects and public-private sector cooperation especially universities should be provided order to make the government-sponsored analysis of pesticide.

Turkey has recently become the largest fresh vegetable and fruit producer in the region along with recent agricultural developments. In recent years, many countries have considered pesticide rate of products they purchase as supplier evaluation criteria.

Some products are coming back from the border gates, which is causing great losses.

Producers need to be supported in pesticide analysis through agricultural sales cooperatives in order to improve of the present situation of our country in the export of fresh vegetables and fruits.

This study emphasizes the importance of pesticide analysis have been presented by interpreting the findings of previous researches on agricultural products in literature before.

It is thought that this study will guide for researchers who will do research on this issue in future.

The number of studies on agricultural sales cooperatives in the literature is very few. It is possible to find many studies about pesticide analysis in the literature.

This study differs from other studies in that pesticide analysis is carried out on agricultural sales cooperatives. In the future, importance of pesdicides for food safety and organic foods can be another subject for a further study.

Key Words: *Analysis, GC-MS, Residual, LC-MS / MS, Pesticide, Agricultural Sales Cooperatives.*

ORTAKLARIN KOOPERATİF HİZMETLERİNDEN MEMNUNİYET DURUMLARININ İNCELENMESİ: İZMİR İLİ GÖDENCE TARIMSAL KALKINMA KOOPERATİFİ ÖRNEĞİ

Filiz KINIKLI*
Cem ÇIKIKÇI**
Murat YERCAN***
Yunus Emre İNCE**

Genişletilmiş Özet

Kooperatifler, ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirliliğe katkı yapan sosyal-ekonomik kuruluşlardır.

Kooperatifler çalışma prensiplerine göre ülkeden ülkeye farklılık göstermesine rağmen, genel olarak aynı amaca hizmet etmektedirler.

Kooperatifler global ekonominin büyük bir parçasıdır.

Dünya'da en büyük 300 kooperatifin oluşturduğu yıllık ciro 2,2 trilyon $ dır.

Bu rakam G20 ülkeleri içindeki 7. en büyük ulusal ekonominin gelirine eşittir.

Ülkemizde kooperatifçilik sistemi oldukça eski olmasına rağmen, diğer ülkeler ile karşılaştırıldığında yetersiz kalmaktadır.

Bugün global dünyada 250 milyon kişi işçi yada ortak olarak kooperatiflerden yararlanmaktadır.

---

* *Araş. Gör., Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, filiz.kinikli@ege.edu.tr*

*** *Ziraat Müh., Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü*

*** *Prof. Dr., Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, murat.yercan@ege.edu.tr*

G20 ülkeleri itibariyle bu rakam toplam istihdamın %12 sini oluşturmaktadır.

Türkiye'de kooperatiflerin istihdam hacimlerinin 800.000-1.000.000 kişi civarında olduğu tahmin edilmektedir.

Bu çalışmada, İzmir ili Seferihisar ilçesine bağlı Gödence köyünde ağırlıklı olarak zeytin-zeytinyağı üretim ve pazarlama faaliyetinde bulunan, 150 ortaklı Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi'nin bölge kalkınmasına yaptığı katkılar ve ortaklarına kazandırdığı yenilikler ile ortakların kooperatif hizmetlerinden yararlanma olanakları ve memnuniyet durumları incelenmiştir.

Ayrıca çalışmada köyde yaşayan ve kooperatif ortağı olan üreticilerin görüşlerine yer verilmiştir.

Bu araştırma ile Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi ortaklarının memnuniyetleri ve yöre zeytinciliğinin geliştirilmesi için kooperatiften beklentilerinin ortaya konulması çalışmanın ana amacıdır.

Araştırmada birincil ve ikincil kaynaklı verilerden yararlanılmıştır. Araştırmanın birincil verileri, Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi ortakları ile yüz yüze görüşülerek elde edilmiştir.

Araştırmanın ikincil veri kaynaklarını, konuyla ilgili olarak yapılan önceki çalışmalar, yayınlanmış kitaplar, raporlar, makaleler vb. oluşturmaktadır.

Araştırmanın ana kitlesini İzmir ili Seferihisar ilçesinde yer alan Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi ortakları oluşturmaktadır.

Bu kooperatifteki tüm ortakları temsil etmek üzere görüşülecek ortak sayısı oransal örnek hacmi formülü yardımıyla hesaplanmıştır.

Oransal örnek hacmi formülüne göre % 90 güven aralığı, % 10 hata payı ile örnek hacmi 50 olarak hesaplanmıştır. p=0.5 alınarak maksimum örnek hacmi elde edilmiştir.

Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi ortaklarının görüşleri yüzde olarak ve Likert tutum ölçeği kullanılarak değerlendirilmiştir.

Ortaklar tarım dışı iş durumlarına ve sahip oldukları arazi

miktarlarına göre gruplara ayrılmıştır.

Sürekli değişkenler için Kolmogorov- Smirnov testi ile normal dağılım testi yapılmıştır.

Verilerin normal dağılış göstermediği belirlenmiştir. Normal dağılış göstermeyen değişkenler için Mann-Whitney U testi ve Kruskal- Wallis testi uygulanmıştır.

Ankete katılan ortakların kooperatif faaliyetlerinden memnuniyetleri belirlenirken 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. 5'li Likert ölçeğinde yönetimsel memnuniyet 1:Hiç, 2:Nadiren (çok az), 3: Ara Sıra (bazen), 4: Genelde 5: Her zaman olarak ölçeklendirilmiştir.

Bunun dışındakiler 1:Hiç Katılmıyorum, 2: Kısmen katılıyorum, 3: Orta derecede katılıyorum 4: Katılıyorum 5:Tamamen katılıyorum şeklinde ölçeklendirilmiştir.

Ankete katılan ortakların bir üretim sezonunda yaklaşık olarak ürettikleri ürünlerin %60'ını Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi'ne sattıkları, %40'ının da kooperatif dışında ki yerlere (tüccar, perakende) sattıkları tespit edilmiştir.

Ortakların ağırlıklı olarak zeytin üretiminde bulundukları, ama bunun dışında az miktarda da olsa, üzüm, armut ve mandalina üretimleri olduğu belirlenmiştir.

Genel olarak ortakların, %38'inin orta yaş grubunda oldukları, eğitimlerinin ise %80 ile ilkokul seviyesinde olduğu tespit edilmiştir.

Bu durum, bölgedeki üreticilerin zeytinciliğin gelişmesi ve yeniliklerin kabul edilmesinde Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi'nden teknik bilgi desteğine fazlasıyla ihtiyaçlarının olduğunu göstermektedir.

Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi ortaklarının yönetimsel memnuniyet (yönetim kurulu, idari personel, teknik personel vb. memnuniyeti), teknik destek memnuniyeti (budama, gübreleme, sulama, hasat vb.) ve pazarlama ve satış memnuniyet (ürün bedellerinin zamanında ödenmesi, kar paylarının dağıtımı, e-ticaret vb.) durumları incelenmiştir.

Buna göre; kooperatif ortaklarının kooperatif yönetiminden genel anlamda memnun oldukları tespit edilmiştir (ortalama: 3,60 Std. Sapma:0,642).

Ortakların teknik destek memnuniyetinden ise genel olarak memnun olmadıkları tespit edilmiştir (ortalama:1,79 Std. Sapma: 0,436).

Ortakların sahip olduğu arazi miktarına göre teknik destek memnuniyet durumları incelendiğinde; 9 hektar ve daha fazla arazisi olan ortakların kooperatifin sağladığı budama ve hasat konusundaki teknik desteğinden, daha az miktarda arazisi olan ortaklara göre memnuniyet durumlarının daha fazla olduğu belirlenmiştir.

Kooperatifinin pazarlama ve satışla ilgili çalışmalarından ortakların genel olarak memnun oldukları tespit edilmiştir (ortalama:3,96 Std. Sapma: 0,439).

Ortakların sahip olduğu arazi miktarına göre pazarlama ve satış memnuniyet durumları incelendiğinde; 3 ile 9 hektar arazisi olan ortakların kooperatifin ürün bedellerini zamanında ödemesi konusunda, diğer ortaklara göre daha az memnun oldukları belirlenmiştir.

Ayrıca, aylık 3000 TL ve daha fazla geliri olan ortakların, geliri daha düşük olan diğer ortaklara göre; ürünlerini kooperatife uygun fiyata satmaları ve e-ticaret yolu ile ürünlerine katma değer yaratmaları konusunda daha memnun oldukları belirlenmiştir.

Ayrıca, Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi markasının tüketicilere güven uyandırdığı konusunda ortakların memnuniyet düzeyi oldukça yüksektir.

Anahtar Kelimeler: *Tarımsal Kalkınma Kooperatifi, Teknik Memnuniyet, Yönetimsel Memnuniyet, Pazarlama Memnuniyeti, İzmir*

Jel Kodları: *Q13*

A Research On Members' Satisfaction For Cooperative Services: A Case On Gödence Rural Development Cooperative

Extensive Summary

Cooperatives are social-economic organizations, which contribute economic, social, and environmental sustainability.

Although cooperatives differ from country to country according to working principles, they serve the same purpose in general. Cooperatives are a major part of the global economy.

The 300 largest cooperatives in the world have a combined turnover of USD 2.2 trillion. This figure is equal to the income of the 7th largest national economy in the G20 countries.

Although the cooperative system in our country is quite old, it is inadequate compared to other countries.

Today, in the global world, 250 million people work cooperatively as workers or members. In the G20, cooperative employment makes up almost 12 % of the total employed population.

Cooperative employment in Turkey is estimated to be 800 thousand - one million people.

In this study, Gödence Rural Development Cooperative; which has 150 members, engaged in production and marketing of olive-olive oil and located in Gödence village in Seferihisar district, İzmir; and its contributions to regional development and innovations to its members and satisfaction and benefits with the cooperative services of the members are examined.

Also opinions of members who live in the village and are cooperative partners.

In this survey, the main aim is to find out the expectations from Gödence Rural Development Cooperative to improve the region's olive trade and the satisfactions of the members.

In this study, primary and secondary data have been used.

The primary data of the study consist of acquired face-to-face interviews with the cooperative members.

The secondary sources of the study are previous research, published books, reports, essays etc. which are related to the subject.

The main population of this study constituted from Gödence Rural Development Cooperative members, which are residents of Seferihisar in İzmir province.

Proportional sampling method formula is used to calculate sampling size. The sample was chosen by the formula and probability was taken 0.50 to get the possible largest sample size.

According to the proportional sampling method, with a 90% confidence interval and 10% margin of error, the required sample size was found to be 50. The opinions of members are approached by using average percentage calculations and Likert type-scale.

Members are divided into groups according to their non-agricultural employment status and the amount of land.

The normal distribution test was done with the Kolmogorov-Smirnov test for continuous variables.

It was determined that the variables did not show normal distribution. Mann-Whitney U test and Kruskal-Wallis test were applied for the variables.

When the satisfaction of the cooperative activities of the cooperative members was determined, a five-point Likert scale was used (1.Never 2.Rarely 3.Sometimes 4.Usually 5.Always).

For other statements 1: I do not participate at all, 2: Partially agree, 3: I agree in the middle 4: I participate 5: I totally agree scale was used.

It was determined that the members participating in the survey sold 60% of their crops to Gödence Rural Development Cooperative and sold 40% of their crops to outside the cooperative (market, merchant, retail). Members generally grow olive; also, they grow a few quantity of grapes, pears, and mandarins.

In general, it was determined that 38% of the members are middle-aged and 80% of them are educated at the elementary level.

Thus, this suggests that in order to increase the olive oil yield and diffuse the novelties in the region and, there is definitely a great necessity of technical support supplied by Gödence Rural Development Cooperative.

These findings are as follows: Management satisfaction (board of management satisfaction, administrative staff satisfaction, technical staff satisfaction etc.), technical support satisfaction (pruning, fertilization, irrigation, harvest etc.) and marketing and sales satisfaction (timely payment of product prices, distribution of profit shares, e-commerce etc.) status of the Gödence Rural Development Cooperative members were examined.

According to this; it was determined that the cooperative members are generally satisfied with the cooperative management (average: 3,60 std. deviation: 0,642).

Cooperative members are not satisfied with the technical support (average: 1,79 std. deviation: 0,436).

According to the amount of land owned by members are examined; members who have 9 hectares or more field are more satisfied than the lower land owner members from cooperative's technical support (pruning, fertilization, irrigation, harvest etc.).

It was determined that the cooperative members are generally satisfied with cooperative marketing and sales activities (average: 3,96 std. deviation: 0,439).

According to the amount of land owned by members are examined; members who have 3-9 hectares field are less satisfied than the other members in the cooperative's timely payment of product prices.

In addition, according to other partners with a revenue of 3000 TL or more income are more pleased than lower income members about selling their products to cooperatives and creating added value to their products through e-commerce.

Also, due to the Gödence Rural Development Cooperative brand, which gives confidence to the consumers, the level of satisfaction of members is very high.

Keywords: *Rural Development Cooperatives, Technical Satisfaction, Management Satisfaction, Marketing Satisfaction, İzmir*

KAYNAKÇA

Acar, İbrahim; Yıldırım, İbrahim (2000), "Mandıra İşleten Dönerdere Tarımsal Kalkınma Kooperatifine Ortak İşletmelerin Ekonomik Analizi", Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Bilimleri Dergisi (J.Agric. Sci.), 2000, 10(1):61-70.

Çıkın, Ayahan; Yercan, Murat (1995), "Tarımda Üretici Örgütlenmesi", Türkiye Ziraat Müh. IV. Teknik Kongresi. TOBB. Ziraat Mühendisleri Odası. Ankara.

Çıkın, Ayhan (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.

Eken, Mehmet (2010), "Tüketim Kooperatiflerinde Ortak-Kooperatif İlişkisi: Damla Tüketim Kooperatifi Örneği", Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara

Ertan, Adnan; Kaya, Muhammed Selçuk (2012), "Çünür Sulama Kooperatifinde Kooperatif-Ortak İlişkilerinin Analizi", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl: 2012/2, Sayı:16.

Ertan, Adnan; Turan, Ahmet (2001), "Gülbirlik Ortaklarının Kooperatif Ortak İlişkisi Yönünden Analizi", SDÜ İ.İ.B.F. Dergisi, C.6, S.2, s. 29-43.

İnan, Hakkı (2008), "Türkiye'de Tarımsal Kooperatifçilik ve AB Modeli", İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın no:2008-73, İstanbul

Kendirlioğlu, Önder (2008), "Tariş Zeytin Ve Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatifleri Birliği Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi Ve Üretici Memnuniyetinin Belirlenmesi: Aydın İli Örneği", Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Aydın

Kılıç, Bakiye (2011), "Samsun İlindeki Tarımsal Kalkınma Kooperatiflerinde Ortak-Kooperatif İlişkilerinin Analizi", Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, On dokuz Mayıs Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Samsun

Köroğlu, Semiha (2003), "Avrupa Birliğinde ve Türkiye'de Tarımsal Örgütlenme" Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Dış İlişkiler ve Avrupa Topluluğu Koordinasyon Dairesi Başkanlığı. AT Uzmanlı Tezi.

Kubaş, Ahmet (1992), "Anamur Pamuk, Yerfıstığı ve Yağlı Tohumlar Tarım Satış Kooperatifinin Ekonomik Yapısı ve Kooperatif Ortak İlişkileri", Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Edirne

Newbold, Philadelphia (1995), "Statistics for Business and Economics", Prentice Hall International Editions.

Özdemir, Gülen (1996), "Tekirdağ İlinde Tarımsal Kooperatiflerde Kooperatif Ortak İlişkileri", Basılmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara

Turan, Ahmet; Mülayim, Ziya Gökalp (1994), "Süt Fabrikası İşleten Tonya ve Bütün Köylerini Kalkındırma Kooperatifinin Tarımsal Kooperatif İşletmeciliği Yönünden Analizi", 94 Kooperatifçilik Yıllığı. Türk Kooperatifçilik Kurumu, Yay. No:85, s:34-45, Ankara.

Yercan, Murat (2003), "Tarım Kooperatifleri", Ege Üniversitesi Tarımsal Uygulama ve Araştırma Merkezi

KOOPERATİFLERDE ÜST ÖRGÜTLENME VE DENETİMİN PAZARLAMA FAALİYETLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Elif TAŞDELEN*
Haşim ÖZÜDOĞRU**

Kooperatifler ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaç ve istekleri müşterek sahip olunan ve demokratik olarak kontrol edilen bir işletme yoluyla karşılamak üzere gönüllü olarak bir araya gelen insanların oluşturduğu özerk bir teşkilattırlar.

Kooperatifler ayrıca küresel ekonomik fabrikada önemli bir dişlidir.

Ticaret hacimleri, gelişen ve gelişmekte olan ülkelerin gayrisafi yurtiçi milli hasıla rakamlarının % 3-10'u oluşturmaktadır.

ICA 2014 raporuna göre Dünyada 2014 yılında kooperatiflerin toplam ciroları 2,2 Milyar Dolar'a ulaşmaktadır.

Sadece bu ciro toplamı, dünyanın 9. büyük ekonomisinin gayrisafi yurtiçi milli hâsıla rakamıyla başa baştır.

Kooperatiflerde dikey büyüme, kooperatiflerin faaliyet konularının çeşitlendirilmesi ve içerik olarak genişletilmesidir.

Örneğin, belirli bir malın üretiminden o malın son tüketiciye kadar uzanan aşamalarındaki imalat, toptancılık perakendecilik gibi faaliyetlerin bir tek kooperatif tarafından yapılmasıdır.

Üst örgütlenmede (yatay bütünleşme) bölge birlikleri ve merkez birliği kuran kooperatifler, birbirine benzer iş ünitelerini bir genel yönetim altında birleştirmiş olurlar.

Yatay bütünleşme ile kooperatifler güçlü lobiler oluşturabilir ve

*Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisan Öğrencisi
**Gazi Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Yüksek Okulu

kamuoyuna yaptıkları hizmetlerin aynı zamanda toplumun ve ülkenin yararına olduğu mesajını verebilir.

Küreselleşen Dünya'da kooperatifler ve üst örgütleri için bütünleşme ve birleşmeler yaşayabilmek için giderek zorunlu olmaktadır.

Kooperatiflerde üst örgütlenme, kooperatif işlemlerde bir bakıma ekonomik merke¬zileşmeyi sağlamaktadır.

Ekonomik merkezileşme ilkesinden kapitalist işletmeler kolaylıkla yararlanabildikleri halde birim kooperatifler yararlanamamaktadırlar.

Çünkü bir birim kooperatif, kooperatifin sosyal temeline zarar vermeden ekonomik merkezileşmeyi sağlayamamaktadır.

Bir birim kooperatifin sosyal temeli fertlerdir. İşte kooperatiflerde üst örgüt¬lenme kooperatiflerin sosyal temelini bozmadan ekonomik amacına cevap vermek suretiyle merkezileşme problemini çözebilmektedir.

Üreticiden çıkan malın tüketiciye ulaşıncaya kadarki tüm aşamaları örgütlenmiş bir kooperatif yapısından geçtiğinde piyasada aracılar en aza indirilmiş olup aracıların elde ettiği karlar kooperatifler aracılığı ile ortaklara tekrar dönecektir.

Kooperatiflerde denetim, iktisadi faaliyet ve olaylarla ilgili iddiaların önceden saptanmış ölçütlere uygunluk derecesini araştırmak ve sonuçları ilgi duyanlara bildirmek amacıyla tarafsızca kanıt toplayan ve bu kanıtları değerlendiren bir süreçtir.

Kooperatif hareketin belirlenmiş amaçlarına ulaşılabilmesi için faaliyet¬lerin önceden saptanmış ölçütlere uygunluk derecesini araştırma ve sonuçlan ilgi duyanlara tarafsızca bildirme sürecidir.

Buradaki denetim sadece muhasebe anlamında denetim olmayıp kooperatifin tüm faaliyetlerinin (yönetim, pazarlama gibi.) değerlendirilmesidir.

Birim kooperatifler için mali yükü çok olan denetim faaliyeti üst örgütlenmelerini tamamladıklarında bu yüklerininde azaldığı görülecektir.

Ayrıca denetim faaliyetini yapacak kooperatiflerin kurulması bu alanda kooperatiflere yarar sağlayacaktır.

Kooperatiflerin pazarlama kapasitelerinin gelişmesinde en etkin yöntemlerden biri üst örgütlenme diğeri de etkin bir denetim mekanizması olarak karşımıza çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Kooperatif, Üst Örgütlenme, Denetim*

Upper Organization And Audit In The Cooperatives Are Evaluated In Marketing Activities

A co-operative is an autonomous association of persons united voluntarily to meet their common economic, social, and cultural needs and aspirations through a jointly owned and democratically-controlled enterprise.

Cooperatives are also an important tool in the global economy. Trade volumes account for 3-10% of GDP in developing and developing countries.

According to the ICA 2014 report, in 2014, total co-operatives endorsement in the world reach 2.2 billion USD. Only this turnover is dominated by the gross domestic product of the world's 9th largest economy.

Vertical growth in cooperatives is the diversification and content expansion of the activities of cooperatives.

For example, activities such as manufacturing, wholesale, and retailing of a certain commodity from the production of that commodity to the final consumer are carried out by a single cooperative.

Cooperatives establishing regional associations and central unions (co-ordinated horizontal integration) would combine similar business units under a general government.

Upper organization in co-operatives provides an economic centerpiece in cooperative operations.

If the output from the producers passes through a cooperative

organization organized to reach the consumer, the intermediaries will be minimized in the market.

In co-operatives, auditing is a process that collects and evaluates evidence objectively to investigate the extent to which claims on economic activity and events comply with predetermined criteria and report results to interested parties.

In order to reach the defined goals of the cooperative movement, it is the process of researching the degree of conformity of the activities with the predetermined criteria and informing the interested persons of the results.

The audit here is not only an audit in the sense of accounting but an evaluation of all the activities of the cooperative (such as management, marketing).

One of the most effective methods of developing the marketing capacities of cooperatives is top organization.

The other is an effective control mechanism.

Key Words: *Cooperatives, Upper Organization, Audit*

SÜRDÜRÜLEBİLİR GELİŞİM İÇİN KOOPERATİFÇİLİK FAALİYETLERİNDE YÖNEYLEM ARAŞTIRMASI

A. Bahadır ŞİMŞEK*
Tuğçe ŞİMŞEK**

Genişletilmiş Özet

Sürdürülebilir Gelişim kavramı soyut ve yol gösterici nitelikte bir kavramdır.

En basit ifade ile ekonomik gelişimi sağlarken beraberinde gelen olumsuzlukların minimize edilmesidir.

İlk defa 1987 Ortak Geleceğimiz raporunda kullanılan bu kavram "gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılayabilme becerisini kısıtlamaksızın, günümüz ihtiyaçlarının karşılanmasıdır" şeklinde ifade edilmiştir.

Anlaşılacağı üzere insanoğlunun ihtiyaçlarını karşılamak adına gerçekleştirdiği pek çok faaliyet gelecek nesiller için olumsuz sonuçlar doğurmaktadır.

Doğanın taşıma kapasitesi kavramı sürdürülebilir gelişim kavramını daha anlamlı ve anlaşılır kılmaktadır.

Bu kavram, bir ekosistemin hiçbir müdahaleye gerek kalmaksızın besleyebileceği canlı sayısı olarak ifade edilebilmektedir.

Kümülatif olarak artan dünya nüfusu ve doğal kaynakların bilinçsizce kullanımı dünyanın taşıma kapasitesini tehlikeli boyutlara getirmiştir.

Yaşanabilecek olumsuzlukların önlenebilmesi için bir dizi uluslararası toplantılar düzenlenmiştir.

2015 yılında New York BM Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi'nde on yedi adet sürdürülebilir gelişme hedefi 193 ülkenin imzası ile kabul edilmiştir (unesco.org.tr, 2017).

** Araştırma Görevlisi, Hacettepe Üniversitesi, İşletme Bölümü, abahadirsimsek@hacettepe.edu.tr*
*** Araştırma Görevlisi, Gazi Üniversitesi, İşletme Bölümü, tugcesimsek@gazi.edu.tr*

Bu hedeflerin aynı zamanda güncel ekonomik sistemin her kademesinde yer alabilen, önemli bir kalkınma enstrümanı olan kooperatiflerinde ortak amacı olduğu görülmektedir.

Uluslararası Kooperatifler Birliği (ICA)'nin tanımına göre, kooperatifler ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaç ve istekleri müşterek sahip olunan ve demokratik olarak kontrol edilen bir işletme yoluyla karşılamak üzere gönüllü olarak bir araya gelen insanların oluşturduğu özerk bir teşkilattırlar (ica.coop, 2017).

Kooperatiflerin faaliyetlerini yönlendiren yedi ilkesi bulunmaktadır. Bunlardan "topluma karşı sorumlu olma" ilkesi sürdürülebilir gelişim hedefleriyle doğrudan ilişkilidir. ICA bu kavramı "Kooperatifler, üyelerince onaylanan politikalar aracılığıyla toplumlarının sürdürülebilir kalkınması için çalışırlar" şeklinde tanımlamaktadır.

T.C. Çevre ve Şehircilik Bakanlığı aynı ilkeyi "Kooperatifler, ortaklarının gereksinimlerini ön planda tutarken diğer yandan da içinde bulundukları toplumun çıkarlarını gözetmelidir.

Ayrıca kooperatifler, çevrenin korunması için de gereken önlemleri almakla sorumludur." şeklinde açıklamaktadır (csb.gov.tr, 2017). Bu doğrultuda kooperatifler ortakların çıkarlarını korurken aynı zamanda toplumun çıkarlarını ve çevreyi gözetecek şekilde dengeli faaliyetler yürütmelidir.

Bu durum teorik olarak kooperatifçiliğin sürdürülebilir gelişim çerçevesinde gerçekleştiği sonucunu doğurur.

Ancak kooperatif ortaklarının kooperatif ilkelerini algılamaları üzerine yapılan araştırmalar ortakların toplumsal sorumluluk ilkesini içselleştiremediklerini göstermektedir (Everest ve Yercan, 2016).

Topluma ve çevreye karşı sorumluluğun bilincinde olmayan kooperatif ortağının ve dolayısıyla kooperatifin faaliyetlerini sürdürülebilir gelişim çerçevesinde gerçekleştiremediği söylenebilir.

Bu çalışmanın ana motivasyon kaynağı kooperatiflerin faaliyetlerini ortakların çıkarları ve toplum-çevre çıkarları ölçeğinde denge noktasında yürütemiyor olmasıdır.

Çalışmada bu sorunun çözümü olarak yöneylem araştırması teknikleri önerilmektedir.

Yöneylem araştırması, sorunları çözmek için matematiksel modelleme, istatistik, benzetim gibi tekniklerin kullanıldığı bilimsel bir yöntemdir.

İkinci Dünya Savaşı'nda yöneylem araştırmasının başarıyla uygulanmasıyla birlikte, hızla farklı disiplinlerden karar vericilerin odak noktası haline geldi (Gass ve Assad, 2011).

Mevcut verilere dayanarak mümkün olan en iyi kararları vermede yardımcı olduğu gibi sistemin duyarlılığını analiz ederek hangi kaynaklara veya alt sistemlere yatırım yapılması gerektiğini işaret edebilmektedir.

Çok sayıda alternatifin çok sayıda ölçüt gözetilerek değerlendirilmesi gereken problemlerde karar vericinin yakalayamayacağı hassasiyette değerlendirme yapabilecek teknikleri bünyesinde barındırmaktadır.

Optimizasyon ile sistemin kaynaklarını en ideal şekilde kullanılarak amacın maksimizasyonu veya minimizasyonu sağlanabilir. Kararların sürdürülebilir gelişimi desteklemesi için karar mekanizmasına sürdürülebilir faktörlerin yansıtılması gerekmektedir.

Bu faktörler çok kriterli karar verme problemlerine kriter olarak, optimizasyon problemlerinde ise kısıt olarak eklenebilir.

Örneğin kuruluş yer seçiminde alternatiflerin bulundukları bölgenin işsizlik oranı kriterlere eklenerek kuruluş kararının yaratacağı istihdamın dikkate alınması sağlanabilir.

Benzer şekilde tarımsal ilaçlama konusunda ne kadar, hangi ilaçtan kullanma kararını verirken ilacın çevreye olan etkisi bir kısıt olarak değerlendirmeye alınabilir.

Tüm kooperatif türleri için geçerli olan çalışan seçimi, kuruluş yer seçimi, yatırım ve finansman alternatiflerin değerlendirilmesi, nakit akışı analizi gibi problemlere yöneylem teknikleriyle çözüm aranabilmektedir.

Özelleşmiş kooperatif türlerinden örneğin tarım kooperatiflerinde en uygun ürün seçimi, verimli alanların belirlenmesi, çok periyotlu ürün planlama problemleri, motorlu taşıyıcı kooperatiflerinde uygun araç seçimi, sefer çizelgelemesi, araç rotalama problemleri, konut yapı kooperatiflerinde alt yüklenici seçimi, konut yapımı için alternatiflerin değerlendirilmesi işlemleri için yöneylem teknikleri kullanılabilmektedir.

Gözlenebilecek tüm faaliyetlere yönelik üretilen çözümler tüm paydaşlar (çevre ve toplum dahil) açısından en ideal çözüm olduğu yöneylem araştırmasının bilimselliği ile garanti altına alınır.

Böylece kooperatif faaliyetleri sürdürülebilir gelişim gözetilerek gerçekleştirilmesi sağlanabilir. Atlanmaması gereken nokta sürdürülebilir gelişim faktörleridir. Çevresel ve sosyal faktörler problemlere yansıtılmalıdır.

Bu çalışma, sürdürülebilir gelişim için farklı kooperatif türlerinin faaliyetlerinde yöneylem tekniklerinin uygulama imkânlarını örneklendirmek ve bu uygulamalardaki muhtemel kazanımları vurgulanarak kooperatif yöneticilerinin yöneylem araştırması tekniklerine dikkat çekmeyi amaçlamaktadır.

Literatürde kooperatifçilik faaliyetlerine odaklanan çalışma sayısının az olduğu dikkate alındığında çalışmanın gelecek araştırmalar için yön gösterici niteliğe sahip olduğu söylenebilir.

Anahtar Kelimeler: *Sürdürülebilir Gelişim, Kooperatifçilik, Yöneylem Araştırması*

Jel Kodları: *Q01,P13,C44*

Operations Research in Sustainable Development for Cooperative Operations

Extensive Summary

Sustainable development is an abstract and guiding concept. In simply, it aims to minimize the negative output of economic development.

This concept, which was first used in Our Common Future (1987), was expressed as "meeting today's needs without limiting the ability of future generations to meet their own needs".

As can be understood, many activities performed by humans in order to meet their needs have negative consequences for future generations.

The concept of the carrying capacity of nature makes the sustainable development more meaningful and understandable.

This concept can be expressed as the number of living things that an ecosystem can nurture without any intervention.

The growing world population and the unconscious use of natural resources have brought the world's transport capacity to dangerous point.

A number of international conferences have been organized to prevent any negative consequences of this situation.

At New York UN Sustainable Development Summit (2015), seventeen sustainable development goals were adopted with the signatures of 193 countries (unesco.org.tr, 2017).

It is seen that these goals are the common aim of cooperatives, which are important development instruments, which can take place at every stage of the current economic system.

According to the definition of the International Co-operative Association (ICA), a co-operative is an autonomous association of persons united voluntarily to meet their common economic, social, and cultural needs and aspirations through a jointly owned and democratically-controlled enterprise.

There are seven principles that guide the activities of co-operatives (ica.coop, 2017).

The "concern for community" principle is directly related to the goals of sustainable development that mentioned at above.

The ICA defines this principle as "Cooperatives work for the sustainable development of their communities through policies approved by their members".

The Ministry of Environment and Urbanisation explains the same principle as "Cooperatives should keep in mind the interests of the community they are in, while keeping their partners' needs ahead of schedule.

Cooperatives are also responsible for taking necessary precautions to protect the environment." (csb.gov.tr, 2017).

In this direction, cooperatives should maintain balance while ensuring the interests of the partners while at the same time observing the interests of the society and the environment.

So, theoretically, this leads us to the conclusion that activities of cooperatives are performed within the framework of sustainable development.

However, surveys on cooperative partners' perceptions of cooperative principles show that they do not internalize the principle of concern for community (Everest and Yercan, 2016).

It can be said that the cooperative partner, who is not aware of the responsibility for society and environment, and therefore the cooperative itself can not carry out its activities within the framework of sustainable development.

The main motivation of this study is that the activities of the cooperatives are not performed in the balance of interests of the stakeholders and the environment.

We claim that the operations research techniques can cope with this trade-

off problem.

Operations research is a scientific method in which techniques such as mathematical modeling, statistics, and simulations are used to solve problems.

With successful implementation of OR in the second world war, it has quickly become a focus of decision makers in different disciplines (Gass and Assad, 2011).

By analyzing the sensitivity of the system it is able to indicate which resources or subsystems need to be invested, as it helps to give the best possible decisions based on the available data.

It contains various techniques which assess precision that can not capture by human logic, for evaluate many alternatives with many criteria.

Maximization or Minimization of objectives can be provided considering efficiently using sources of system by optimization. In order to reflect sustainability to decision, sustainable development factors such as unemployment, emmisions of greenhouses gas, should use in decision process.

These factors can be added as criteria to multi-criteria decision making problems and as constraints in optimization problems.

For instance, in site selection problem, unemployment rate of alternative districts can be taking account to utilize employment effect of facility.

Similarly, in agriculture, the effects of pesticides to environment can be consider as a constraint.

Common decision problem of each co-operatives such as facility location selection, evaluation of investment alternatives, analysing of cash flow are within scope of operations reserach.

In agricultural co-operatives; selection of the most suitable products, determination of productive areas, multi-period product planning problems, in motor vehicle carrier co-operatives; appropriate vehicle selection, time schedules, vehicle routing problems, in house building co-operatives; selection of subcontractors, evaluation of alternative sites are also in range of operations research.

It is guaranteed that the solutions are the ideal solution for all stakeholders (including environment and society) by the scientifically based methods of the operations research.

Thus, co-operative activities can be performed in the framework of

sustainable development.

The point that should not be missed is the sustainable development factors. Environmental and social factors should be reflected in problems.

The purpose of this study is to illustrate the implementation of operations research techniques in the activities of different types of co-operatives for sustainable development and to draw attention to the operation research techniques of cooperatives by emphasizing the possible gains in these applications.

In literature, there are a few studies that focus on co-operative activities, and so it can be said that this study has a directive feature for future researches.

Keywords: *Sustainable Development, Co-operative, Operations Research*

KAYNAKÇA

Everest, Bengü; Yercan, Murat (2016), "Kooperatif Ortaklarının Kooperatifçilik İlkelerini Algılamaları Üzerine Bir Araştırma: Tarım Kredi Kooperatifleri Örneği", Ege Üniv. Ziraat Fak. Derg., C:53, S:1, s:67-73

Gass, Saul I. ve Assad, Arjang A. (2011), "History of Operations Research", Transforming Research into Action, September 2011, s:1-14

(http://www.csb.gov.tr/iller/izmir/index.
php?Sayfa=sayfa&Tur=webmenu&Id=3660, 01.07.2017)

(https://ica.coop/en/what-co-operative, 01.07.2017)

(http://unesco.org.tr/dokumanlar/duyurular/skh.pdf, 01.07.2017)

GİRİŞİMCİLİK VE KOOPERATİFLERDE TARIMSAL YAYIMIN MEVCUT DURUMU[1]

Doktora Öğr. Ebru IRMAK*
Prof. Dr. Aydın GÜREL**

Özet

Günümüzde farklı tanımlar olsa da girişimcilik yaratıcı düşünceyi hayal aşamasından sistemli, mantıklı ve uygulanabilir hale getirilmesi olarak da tanımlanabilir.

Bir girişimcinin en temel özelliklerinden biri yaratıcı olmak ve yenilik ya da farklılık yapmaktır.

Dolaysıyla girişimcilik bir yenilik faaliyetidir, söylenebilir.

Yeni bir üretim metodunun geliştirilmesi, yeni bir malın üretimi, yeni bir hammadde kaynağının keşfi ve yeniden yapılandırılması, yeni bir pazarın oluşturulması vb. birer yeniliktir.

Kırsalda yapılan araştırma sonuçlarından elde edilen verilere göre, tarımsal yayım hizmetleri sonucu yeniliklerin kabul ve reddedilmesinde sosyal ağ önemli rol oynamaktadır.

Tarımsal yayım bilim alanı ile uygulama arasında bir köprü vazifesi gören, yani: Kırsal kesime götürülen yeniliği bir eğitim sürecinde çiftçilere uygulatan ve kırsal kesimde saptanan sorunları ilgili kurum ve kuruluşlara ileten bir bilim dalıdır, diyebiliriz.

1) Bu çalışma verileri Namık Kemal Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimince Desteklenen projeden alınmıştır. Proje Numarası NKÜBAP.00.24. AR.14.14 ve Proje Numarası NKUBAP.00.24.YL.14.16

**Gıda Tarım ve Hayvancılık, Lalapaşa İlçe Müdürlüğü, ebruirmak22@hotmail.com*

***Namık Kemal Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, a.gurel2@gmail.com*

Böylece tarımsal yayım bir taraftan yeniliklerin kırsal kesimde bilinçli bir şekilde yayılmasını sağlarken, diğer taraftan araştırma kurumlarında üretilen teknolojinin geliştirilmesine katkı sağlamakta olup, bu faaliyet içerisinde ise girişimciliğe öncülük etmektedir.

Bu bildiri ile girişimciliğe öncülük eden tarımsal yayım hizmetinin kooperatiflerdeki mevcut durumu irdelenecektir.

Anahtar Kelimeler: *Girişimcilik, Kooperatif, Tarımsal Yayım, İletişim, Yenilik.*

Current Situation of Agricultural Extension in Entrepreneurship and Cooperatives

Abstract

Today entrepreneurship has different describings it can be also defined as making systematic, logical and feasible imaginative thinking. One of the most basic features of an entrepreneur is to be creative and to innovate or make a difference.

So we can say entrepreneurship is therefore an innovation activity.

The development of a new production method, the production of a new commodity, the discovery and restructuring of a new source of raw material, the creation of a new market, and so on. It is innovation.

According to the results of rural surveys, social networking plays an important role in accepting and rejecting innovations in agricultural extension services.

Agricultural extension is a bridge between science and field practices, another wordsIt is a science that applies the rural innovation to the farmers in a training process and communicates the problems identified in the rural areas to the relevant institutions and organizations.

Thus agricultural extension allows the innovations to spread consciously in the countryside on the otherhand it contributes to the development of the technology produced in research institutions during this activity it leads to entrepreneurship.

This paper will examine the current situation of cooperative agricultural publication service which is leading to entrepreneurship.

KeyWords: Entrepreneurship, Cooperative, Agricultural Extension, Communication, Innovation.

1.GİRİŞİMCİLİK

Maddi kazanç sağlamak adına akıllıca fakat riskli yatırımlar yapabilen kişilere girişimci denir.

Bu genel tanımı biraz daha açacak olursak; sektörel fırsatları görebilen, fırsatları değerlendirme amacıyla risk alabilen, emek ve kaynaklarını odaklandığı işe kanalize edebilen, yaptığı işte yenilikçi yaklaşımlarla ufak-büyük farklar yaratabilen kişiler girişimcilik mesleğini icra ederler.

Girişimcilik, genel anlamıyla bir girişimcinin iş kurma, işi yönetme, istihdam oluşturma ve kuruluş faaliyetlerini kapsar.

Girişimci, toplumun gereksinim duyduğu ürünleri üreterek, hizmetleri sunarak ya da ticaret yaparak maddi ve manevi kazanç sağlamayı hedefleyen, iş fikrini gerçekleştirmek için araştırma, planlama, örgütleme ve koordinasyon çalışmalarını yapan sonuçta iş yeri, eleman, makine, teçhizat ve finansman kaynaklarını bir araya getirerek kendi işini kuran kişidir.

Diğer bir deyişle un, yağ ve şekeri bir araya getirip helvayı yapan kişidir.

Girişimcilik, gerekli zaman ve çaba harcanarak fiziksel ve sosyal riskler alınması sonucu bireysel tatmin ve ekonomik ödüller elde etmeyi amaçlayan bir diğer yaratma sürecidir.

Girişimcilik kar odaklıdır. Yenilik ve değişiklikleri temel alır. Risk almaya hazırdır.

Girişimci piyasanın talep açıklarını yakalayan, yeni talepler yaratan talep değişmelerini hızlı bir şekilde fark eden, rekabetten kaçınmayan tam tersine rekabeti varlığının bir parçası kabul edip riske girmekten ve sorumluluk üstlenmekten çekinmeyen atak ve yaratıcı kişilerdir.

Başkalarının baktığı ama göremediği ya da algılayamadığı fırsatları sezip bunları cazip iş fikirlerine dönüştürebilen risk alabilen kişilerdir.

Göçebelikten tarım toplumuna, tarım toplumundan sanayi toplumuna, sanayiden bilgi toplumuna geçişin en önemli faktörü girişimciler olmuştur.

Girişimci yetenek bildirir.

Doğuştan gelen bir yetenek olsa da aynı zamanda eğitimle kazanılabilen bir beceridir.

1.1.Girişimcinin Özellikleri

- Kendine güven duymalıdır, aynı zamanda güvenilen biri olmalıdır.
- Geri adım atabilmeli ve yeniden başlayabilmelidir.
- Sonuçları değerlendirebilmelidir. Mesleki riskleri üstlenebilmelidir.
- Yaratıcı olmalıdır.
- Cesaretli olmalıdır.
- Bireysel ve aynı zamanda da toplumsal olmalıdır.
- İyimser ve fikir sahibi olmalıdır.
- Sürükleyici ve güdüleyici olmalıdır.
- Başarı için yönlenmiş olmalıdır.
- Fırsatlardan yararlanabilmelidir.
- Yeniliklere açık olmalıdır.
- İşini seven biri olmalıdır.

Aslında; girişimcilik kavramında en önemli anahtar kelimeler; risk, yaratıcılık ve yeniliktir.

Yaratıcılık yeniliğin alt yapısını oluşturur.

Yaratıcılık yeni fikirler geliştirmek problem ve fırsatlara yeni bakış açıları getirebilmektir. Yenilik ise bu bakış açılarını uygulama becerisidir.

Yaratıcılık yeni şeyler düşünmek, yenilik ise bu düşünülenleri yapmaktır. Tabi burada hiç kuskusuz yayım ve eğitim faaliyetlerine de oldukça fazla görev düşmektedir.

Yaratıcılığı yenilik izlediği zaman girişimci güç ortaya çıkar. Kişinin tek başına yaratıcı düşünceye sahip olması yeterli değildir.

Önemli olan bu fikirleri akıl süzgecinden geçirmesi, gerekli eğitimi alması ve harekete geçirebilmesidir.

2. TARIMSAL YAYIM VE GİRİŞİMCİLİK İLİŞKİSİ

Tarımsal yayım ve girişimcilik ilişkisi irdelenmeden önce bu kavramların anlamlarına kısaca değinmekte yarar olduğunu düşünüyorum.

(Mounter,2010:5) Tarımsal Yayımı: 'Çiftçilere eğitim yoluyla tarımsal üretim şekilleri ve tekniklerinin geliştirilmesinde, üretimde etkinliğin ve tarımsal gelirin artırılmasında, hayat standartlarının iyileştirilmesinde, kırsal hayatın sosyal ve eğitimsel seviyesinin yükseltilmesinde yardımcı olan bir hizmet veya sistem' olarak tanımlamaktadır.

Bu tanım oldukça geniş kapsamlıdır.

Tanım çerçevesinde çiftçinin yaşadığı ve faaliyet gösterdiği bütün alanlar, tarımsal yayımın konusuna dahil edilmiştir.

Yani çiftçi ile direkt temas yanında, yayım araştırmaları, eğitim, yardımlaşma ve bilgilendirme çalışmaları da tarımsal yayım sistemi içinde ele alınmış olmaktadır.

Russell (Jones), tarımsal yayım kavramını: 'Çiftçilere, ürünlerin verimliliğinin artırılması ve yaşam standartlarının yükseltilmesi; yeni tarımsal üretim metotlarının benimsetilmesi için gerekli bilgi ve becerilerin sağlanması' olarak tanımlamaktadır.

Fischer ve arkadaşları 'Yayım ve çiftçi eğitimi, mevcut üretim

kaynaklarından daha etkin yararlanılması amacıyla, enformasyon ve pratik becerilerin iletilmesini hedefler' demektedir.

Bütün bu tanımlamalar, yayımı; bazı hizmetlerin (öneri, fikir, teknoloji, enformasyon, bilgi ve beceri) sağlanması veya transferi olarak ifade etmektedir.

Yayım çalışması bunların sağlanması ile başlamaktadır.

Sağlanan hizmetlerin genelde kullanışlı, gerekli, yeni veya uygun olması gerektiği söylenmektedir.

Yayımın belirli bir teknoloji veya önerinin sağlanması yerine, bizzat çiftçiler veya işletmeler ile başladığını belirten tanımlamalar da bulunmaktadır.

Örneğin: Albrecht ve arkadaşları tarımsal yayımı: 'Çiftçilerin acil problemlerini kendi kendilerine çözebilmesi için yayım elemanlarınca motive edilmeye çalışıldığı ve bu yönde harekete geçebilmeleri için fikir ve cesaret ile birlikte yetenek kazandırmaya yönelik yardımların sağlandığı bir süreç' olarak tanımlamaktadırlar.

Bu tanımlamada yayım ile verilen, 'cesaret' ve 'fikir'dir.

Öte yandan, belirli bir durum karşısında ne yapılması gerektiği kararını almanın sorumluluğu, yayım elemanından daha çok çiftçilere aittir.

Yayım hizmetlerinden sadece işletmenin sahibi (genellikle erkek), çiftçi mi yararlanmalıdır? Yoksa başkaları da bu hizmete dahil olmalı mıdır?

Profesör Niels Röling'e göre yayımın esası, insanların davranışlarında değişimi teşvik etmenin hedeflenmesidir.

Röling, tarımsal yayımı: 'Kamu veya toplum yararına, davranışlarda gönüllü değişimi teşvik etmek için, bir kurum tarafından müdahale edilerek gerçekleştirilen bir profesyonel iletişim şekli' olarak tanımlamaktadır.

Yukarıda yapılan tanımlamaların çoğu yayımın uzmanlaşmış bir servis tarafından yapıldığını belirtmektedir.

Ancak günümüzde, çiftçi ile çiftçi' arasındaki yayımın önemi daha fazla ön plana çıkmaktadır.

Balnchard ve Lorber'ın dediği gibi; 'eğer bir kişi bir işi yapamıyorsa bu bir eğitim sorunudur.

Şayet yapmayı istemiyorsa bu bir tutum ve motivasyon sorunudur.

Yayımın, öneride bulunma ve enformasyon sağlama gibi daha az elle tutulan (soyut) hizmetler ile sınırlı olduğu belirtilmektedir.

Bunların yanında, bazı uzmanlar ise yayımın eğitim hizmetlerini de kapsadığını tartışmaktadırlar.

Balnchard ve Lorber'ın düşüncelerine katılmamak bugün için mümkün değildir.

Çiftçiler eğitilmeksizin, yayım elemanları tarafından sağlanan enformasyon ve önerilerin etkin bir biçimde kullanılamayacağı açıktır.

Örneğin, çiftçilerin önlem amaçlı olarak alışılagelmiş bir şekilde ilaçlama yaptığı bir bölgeyi düşünün.

Bitki korumaya yönelik yapılacak öneriler, entegre zirai mücadele yöntemlerinin teşvik edilmesi çalışmalarında, aşırı tarımsal ilaç kullanımının sağlık ve çevreye olan olumsuz etkileri, böceklerin hayat evreleri veya ekonomik zarar eşiği kavramları hakkında çiftçilerin eğitilmeleri ile yararlı olacaktır.

Van den Ban ve Hawkins (1996) tarımsal yayımı: 'Çiftçilere her konuda fikir oluşturma ve doğru karar verme yönünde yardımcı olmak için, enformasyon ve iletişim metotlarının planlı bir biçimde kullanılmasına dönük bir eğitim sistemi' olarak tanımlamaktadırlar.

Sinop İli Damızlık Koyun Keçi Yetiştiricileri Birliği resmi internet sayfasında, yapılan bu tanımlamalar çerçevesinde tarımsal yayım çalışmasının amaçlarını şöyle sıralamaktadır:

– Çiftçilere mevcut ve gelecekteki durumlarını analiz etmekte yardımcı olmak,

– Bu analiz sonucu belirlenen problemler ve bunların birbirleriyle olan ilişkilerini görmeleri konusunda çiftçiye yardımcı olmak,

– Çiftçinin mevcut bilgilerini gerçekçi bir şekilde düzenlemesine ve yapılandırmasına ve/veya onun yeni bilgi ve yetenekler kazanmasına yardımcı olmak,

– Doğru tercihler yapabilmeleri konusunda yardımcı olmak,

– Çiftçilere fikir oluşturma, karar verme ve yapacağı uygulamaları izleme ve değerlendirme yeteneği kazandırma konusunda yardım etmek,

– Çiftçileri harekete geçmeleri konusunda motive etmek,

– Çiftçiye gelecekte karşılaşacağı problemleri yayımcının yardımı olmaksızın kendi başına çözebilmesi, doğru kararlar verebilmesi için gerekli yetenekleri kazandırmak.

Tarımsal yayım, çiftçinin problemlerini çözmesine yardım etme süreci olarak tanımlanmak suretiyle 'insan faktörü' bu sürecin merkezine yerleştirilmektedir. Çünkü sadece insanların problemleri vardır.

Bu amaçlara ulaşmak için yayımcı ile çiftçi arasında bir ortaklaşa ilişki kurulmalıdır. Bu çerçevede de yayımcı, çiftçinin refahı konusunda sorumluluk taşımalı ama çiftçinin karar verme özgürlüğü sağlanmalı ve ortaya çıkacak rizikolardan çiftçi sorumlu olmalıdır.

Sonuçta vereceği kararların sonuçlarından etkilenecek olan kişi çiftçinin kendisidir.

Bu çerçevede yayım kavramının tanımı aşağıdaki gibi alt gruplara ayrılarak tekrar incelenebilir(Anonim). (a) Amaç: Çiftçinin problemlerini çözmek, (b) Araçlar: Bilgi sağlama, motive etme, yetenek kazandırma, problemlerin ve çözüm alternatiflerinin belirlenmesi, organize etme, görüş kazandırma ve (c) Taraflar Arasındaki İlişki: Ortaklaşa ilişkiler, yayımcının çiftçinin refahı için kendisini sorumlu tutması ama çiftçinin karar özgürlüğünü ve sorumluluğunu muhafaza etmesi

Yukarıda ortaya konulan yayım tanımı hiçbir zaman tam ve herkes tarafından kabul görecek bir tanım değildir.

Bu tanım sayısız yayım tanımından sadece birisidir.Ama iki nedenden dolayı bu tanım çok önemlidir.

Birincisi; bu tanım insan kaynağına yönelmektedir.

Zira bu tanım esas alındığında hareket noktamız şu olacaktır: 'Problemler işletmelerin, hayvanların veya bitkilerin değildir.

Probleme sahip olan, ondan etkilenen ve onu çözecek olan insandır.' Bu riziko girişimci için de geçerlidir.

İkincisi ise; yayım çalışmasının niçin ancak uzun vadeli ve fonksiyonel olduğu takdirde başarılı olabileceğini de ortaya koymaktadır.

Yayım sürecinde eğer çiftçi gündeme getirilen konuların kendi problemlerini çözmeye yönelik olmadığını ve refah seviyesini yükseltme amacını taşımadığını hissettiği anda kendisine sunulan yardım çabalarına ve yayım çalışmalarına olan ilgisini kaybedecektir.

2.1. Tarımsal Yayımcı

Acaba YAYIMCI kimdir? Bir eğitici mi, yoksa bilgileri bir yerden bir yere aktaran kişi midir? Yayımcı; yayım örgütünce arzu edilen doğrultuda hedef kitlenin kararlarını etkileyen kişidir.

Yayımcının uzun vadedeki hedefi, hedef kitleye kendi kendilerine yardımcı olabilecekleri şartları sağlamak ve yayımcıya bağımlı olmaktan kurtarmaktır.

Yayımcının ana görevi tavırların, davranışın ve sosyal yapının değişmesini sağlamaktır.

Özünde yayımcı bir değişimcidir.

Ana fonksiyonu planlanan değişim doğrultusunda bireylerin kararlarını etkilemek, kararı uygulamaya koymalarında yardımcı olmak, uygulamanın yerleşmesini sağlamak ve sonuçta ilişkiye son vermektir.

Yayımcının görevi; probleme kendi görüşünün yanında çiftçinin görüşünü de katarak ortak bir çözüm getirmektir.

Yayımcının temel rolü, hedef kitleye kendi problemlerinin üstesinden gelmeleri için destek sağlamak ve faal olarak teşvik etmektir.

Yayımcı öğreteceği konuları gayet iyi bilmelidir.

Bu bilgi tarımsal araştırma çalışmalarına dayanmalı ve bölgede uygulanabilen bir nitelikte olmalıdır.

Bilgiyi hedef kitleye nasıl ulaştıracağını, hedef kitlenin bu bilgilerden nasıl yararlanacaklarını bilmelidir.

Şayet yayımcı bu bilgilerden yoksunsa ve etkili bir şekilde faaliyet gösteremiyorsa, yayım programlarının iyi planlanmış olması veya yayım faaliyeti için gerekli olan kaynak ve girdilerin yeterli derecede temin edilmesi hiç önemli değildir.

Hedef kitle, yayımcıya inanmalı, onun kendilerine faydalı bir şeyler getireceğine, onun mesleki yeterliliğine güvenmeli, halkın hizmetinde, dürüst bir kimse olarak tanımalıdır.

Yayımcı, mahalli bilgileri, başarılı sonuç vermiş mahalli usulleri ve hedef kitlenin bizzat tecrübe ettiği şeyleri de öğrenmelidir.

Hedef kitle tarafından benimsenen ve kabul edilen eğitim metotlarına yer vermelidir.

Yayımcı çalışmalarında etkili olabilmek için kültürel faktörleri dikkate almalıdır.

Birçok yayımcı; geleneksel değerlere, geri kalmışlığın yansıması olarak bakar ve çiftçilerin niçin belirli değerlere sarıldığını anlamaya çaba göstermez.

Hem dünyada hem de ülkemizde, dikkate alınmadığı için yayım çalışmasını tamamen ya da kısmen etkisiz kılan değerler ve inançlar vardır. Bu konularda yayımcıların tam bir uzman olması beklenemez.

Oysa; insanlarda tutum ve düşünce bazlı değişiklikler yeniliğin kabul sürecinde de irdeleneceği gibi zaman alıcı ve bir yayımcı için bilinmesi gereken süreçler bütünüdür.

Girişimcinin de bu konuları derinlemesine bilmesi, risk ve belirsizlikleri önceden belirlemesi adına gereklidir.

Örneğin dini inanışı yüzünden ineği kutsal sayan Hindistan'da kırmızı ete dayalı bir pazar seçimi girişimcilik için risk, kırmızı etin insanlar için faydalarının anlatılması ise yayımcı için neredeyse imkansız olacaktır.

Yayımcılara, mesleki eğitim sürecinde teknik konularla ilgili bilgiler verildiği halde, sosyal konularla ilgili yeterli bilgi

verilmemektedir.

Ancak yayımcılar yerel kültür koşulları ile ilgili bilgilere sahip olmalı ve bazı değerlendirmeler yapabilmelidir.

Yayımcı, hedef kitle ile değişik yöntemlerle çalışmalıdır.

Burada esas olan samimi, nezaket çerçevesinde ve beceriklilik isteyen bir ilişkiyi kurabilmektir.

Yayımcının canlı bir programı olmalıdır.

Yayımcı bilgisini genişletecek olan yeni teknik, öğretim metodu ve araştırma sonuçlarını takip etmelidir.

Yayımcı işini takdir edecek ve neticeleri kıymetlendirebilecek bir ehliyette olmalıdır.

Kendi kendisine; 'Bu kadar masrafa karşılık elde edilen sonuç nedir?' diye sormalıdır.

Hedef kitlenin sorunları karşısında bu sorunlara alternatif çözümler önerebilmelidir.

Bu arada da bu çözümlerde oynayacağı rolleri de belirlemelidir.

Yayımcı; hedef kitleyi, ailelerini, yaşam koşullarını tanımalı, öncelikli gereksinimlerini tespit edebilmeli ve yaşamlarını geliştirmeleri için değişiklik yaratmaya çalışmalıdır.

Yayım Uzmanları/Uzman Danışmanlar

– Yalnız çalışmazlar, diğer disiplinlerle çok yakın çalışırlar.

– Çiftçiler ve kırsal halkla yakın çalışmanın getirdiği karmaşıklıktan gözleri korkmaz, sorgulamanın ve kalkınmanın öneminin farkındadırlar.

– Çiftçilerden ve çiftçilerle birlikte öğrenirler.

Böylelikle farklı, karmaşık koşullara ve tarım sistemlerine hizmet edebilirler.

Yayım Uzmanları/Uzman Danışmanlar için yayımın gelişim süreci içerisinde yeni roller ortaya çıkmıştır. Bu roller;

– Gruplarla birlikte çalışmak,

– Uyarmak için katalizör olmak,

– Desteklemek ve fikir vermek,

– Çiftçilerin kendi analizleri için kolaylaştırıcılık yapmak,

– Çiftçilerin denemeleri için uygun materyal ve yöntemler araştırmak, sağlamak,

– Çiftçilerin birbirlerinden öğrenmelerini sağlamak için bir nevi tur operatörlüğü yapmak.

Tarımsal yayımın en önemli unsurlarından biri problemi belirlemek ve çözüm yolları aramaktır.

Bu konuda girişimciye de önemli görevler düşmektedir.

Çünkü çoğu zaman problemin konusu bir girişimciliğin eksikliğinden kaynaklanıyor olabilir.

Bu durumda girişimciye fırsat, tarımsal yayımcıya da farkındalık görevi düşmektedir.

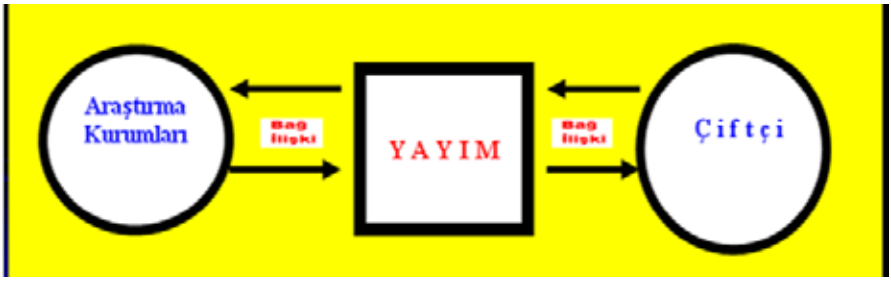
Konuyu daha ayrıntılı incelemek için araştırma kurumları- yayım-çiftçi ilişkisine bir göz atmak yerinde olacaktır.

2.2.Araştırma Kurumları – Yayım – Çiftçi İlişkisi

(Gürel, 2010:4), Tarımsal yayımın en önemli görevlerinden biri araştırma kurumları, çağdaş teknolojiyi üreten ve pazarlayan kuruluşlar ile çiftçiler arasındaki ilişkilerin gelişmesini sağlamaktır.

Bu nedenle yayımcının kurum ve kuruluşlar arasında bir köprü vazifesi gördüğü ifadesi kullanılmaktadır.

Yayım: bilim alanı ile uygulama arasında bir köprü vazifesi gören, yani; kırsal kesime götürülen çağdaş teknolojiyi bir eğitim süreci içinde çiftçilere uygulatan ve kırsal kesimde saptadığı sorunları ilgili kuruluşlara ileten bir bilim dalıdır.



Böylece aynı zamanda bir taraftan teknolojik yeniliklerin kırsal kesimde bilinçli bir şekilde yayılmasına hız kazandıran ve diğer taraftan araştırma kurumlarında üretilen teknolojinin geliştirilmesine katkı sağlayan bir bilim dalıdır.

Diğer bir ifade ile yayımcı yeni teknolojik gelişmeleri ilgili kurum ve kuruluşlardan alır ve bunun nasıl uygulanacağını bir eğitim sürecinde çiftçilere öğreterek yeniliklerin yayılmasına ve benimsenmesine katkı sağlar. Yayımcı aynı zamanda kırsal kesimde saptadığı sorunları ilgili kurum ve kuruluşlara iletir.

Böylece hem kırsal kesimin kalkınmasında ve hem de ilgili kurum ve kuruluşların kırsal kesime yönelik çalışmalarının gelişmesine katkıda bulunmuş olur.

2.3.Yeniliklerin Benimsenmesinde Kabul Süreci ve Uygulanan Yayım Metotları:

Uygun yayım mesajlarının içeriklerinin çiftçilere ulaştırılmasında kullanılacak metodların seçiminde üzerinde durulması gereken önemli bir nokta da yeniliklerin kabul süreci üzerinde bir anlayış geliştirmektir.

Uzmanlara göre kabul süreci birbirinden farklı beş kademeden oluşur: Haberdar olma, ilgi duyma, değerlendirme, deneme, kabul etme sürecidir.

Ancak daha sonra yapılan çalışmalar daha önce belirtildiği gibi bu kademlerin zaman bakımından çok net olarak ayrılmadığını göstermiştir.

Kabul sürecindeki kademeler her ne kadar net olarak ayrılmasa da bu model yayım programlarının hazırlanması sırasında uygun yayım metodlarının seçimi için yardımcı olabilir.

Örneğin, haberdar olma, bilgi edinme aşamasında yenilik hakkındaki bilgiler büyük önem taşımaktadır.

Bu aşamada kitle yayım araçları tercih edilen metodlardır.

Çünkü bu metodlarla aynı anda fazla sayıda çiftçiye ulaşılabilir.

Bu araçların kullanımında yayımcının hedef kitlenin özelliklerini dikkate alması ve yayım araçlarının kullanımı hakkında bilgi sahibi olması gerekir.

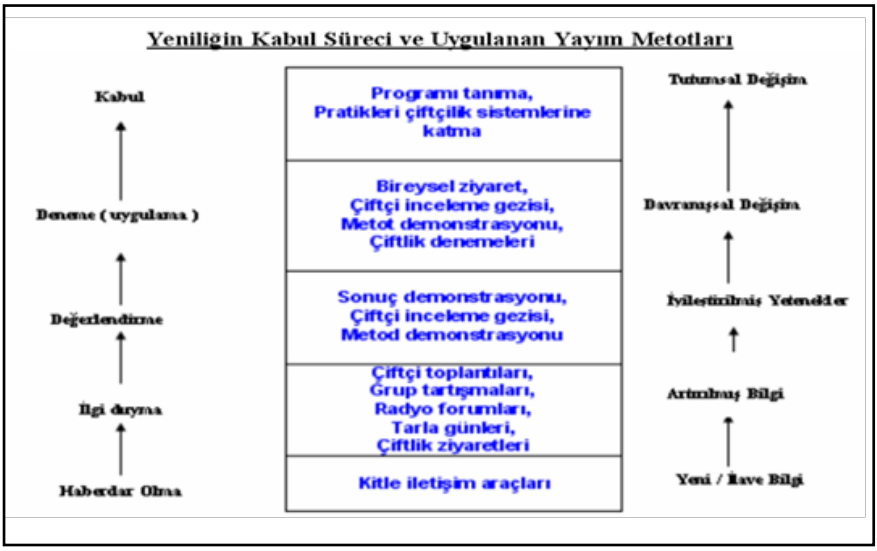
İlgi duyma aşamasında bilgi önemini korumakla birlikte yeniliğe karşı pozitif bir tutum kazandırma kritik bir nokta olarak kendini göstermektedir.

Bu nedenle burada kullanılacak metodlar bir yandan bilgilendirme diğer taraftan yeniliğe karşı pozitif tutum kazandırmalıdır.

Grup konuşmaları, tartışmalar, radyo forumları, tarla günleri, çiftlik ziyaretleri bu aşama için uygundur.

Önemli olan bu aşamada çiftçilerin duyduklarını görmeleri için imkan vermektir.

Böylece yeniliklere karşı olumlu tutum kazandırılabilir.



Değerlendirme, yeniliklerin kabulü sürecindeki en kritik safhadır.

Çünkü bu aşamada çiftçilerin deneme veya kabul aşamasına geçip geçmeyecekleri ortaya çıkar.

Bu aşamada çiftçiler elde ettikleri bilgileri kendi gerçeklerine göre hesaplarlar.

Bu nedenle bu aşamada çiftçilerin duyduklarının ve gördüklerinin gerçekten uygulanabilir olduğu konusunda ikna edilmeleri gerekir.

Sonuç demonstrasyonları, çiftçi gezileri gibi uygulamalar bu aşamada tavsiye edilir.

Çünkü bu metotlar çiftçilere elle tutulur kanıtlar vermek suretiyle onların yeniliği uygulama konusunda ilgilerini uyandırır.

Bu metodlar içerisinde inceleme gezileri ayrı bir önem taşımaktadır ama önemli olan ziyaret edilen işletme ile ziyaretçi çiftçilerin aynı gruba dahil olmalarıdır.

Ayrıca bu dönemde yeniliği denemeye (uygulamaya) karar veren çiftçiler için bir kurs düzenlenmesi de düşünülebilir.

Deneme (uygulama) aşamasında çiftçi teknik ve idari açıdan hedef alınmalıdır.

Birebir ziyaretler bu aşamada en çok önerilen metottur ve her bir çiftçinin ihtiyacı bu aşamada dikkate alınmalıdır.

Bu şu anlama gelmektedir.

Yayımcı her bir çiftçi için ya da aynı özellikleri taşıyan çiftçilerden oluşan çiftçi grupları için bir plan hazırlamalıdır.

Bu arada yayımcı benzer çiftçilerin benzer metotlarla yeniliği kabul ettiklerini ama her birinin probleminin farklı olabileceğini hiç unutmamalıdır.

Bu aşamada çiftçilerin ilgilerini güçlendirmek için bir yandan çiftçi gezileri ve bireysel ziyaretler yapılırken çiftçilerin uygulamada karşılaşabileceği zorlukların önüne geçmek için metot demonstrasyonları da kullanılmalıdır.

Çiftçiler yeniliği kabul ettikten sonra da yayım çalışmaları, destek çalışmaları devam etmelidir.

Bu dönemde bir yandan çiftçinin konu hakkındaki bilgi açığı kapatılırken, sergiler, teşvik müsabakaları yoluyla diğer çiftçiler yeniliği benimsemeleri için cesaretlendirilmelidirler.

Zayıf planlama ve uygulamanın olumsuz etkilerini ortadan kaldırmak için, kullanılan metotların amaçları ve kriterleri çok iyi seçilmelidir.

Farklı aşamalar için seçilen metotlardan maksimum sonucu alabilmek için yayımcılar eğitim sürecinin bütün gereklerini anlayışlarına yerleştirmek durumundadırlar.

Örneğin bir çiftçi toplantısında yayımcı sunu kullanabilir, mesajlarını video ile destekleyebilir ya da toplantıyı bir grup tartışması ile bitirebilirler.

Seçilen metotlar uygulamaya geçilmeden önce son bir kez bir yandan amaç, kaynaklar, çiftçi ilişkileri ve yayımcıların kapasiteleri bakımından, diğer yandan çiftçilerin büyüklük ve eğitim düzeyleri bakımından analiz edilmelidir.

Örneğin eğer yayımcılara bir çiftçi toplantısını düzenleme bakımından gerekli koşulları tanımıyorlarsa bu metottan vazgeçilmelidir.

Ya da eğer yeterli araç yoksa çiftçi ziyaretleri çok sık yapılmamalıdır.

Ya da yayımcının sorumlu olduğu bölge çok geniş ise birebir yayım metotlarının uygulanması pratik olmayacaktır.

Yayım metotlarının uygun olması ve hangi metodun seçilmesi gerekliliği önemlidir.

(Gürel, 2006:70), Yayım metotlarının seçiminde metotların iyi seçilip seçilmediğini belirlemek için kullanılabilecek kriterler şunlardır:

1. Seçilen metot çiftçilerin isteklerini, bilgi düzeylerini, yeteneklerini, tutum ve davranışlarını değiştirmeye uygun mudur?

2. Eğitim faaliyetleri yeterince detaylandırılıp programlandı mı? Yani çiftçinin neleri duyup, görüp, uygulayacağını biliyor muyuz?

3. Farklı metotlar birbirlerini güçlendirecek şekilde birbirleri ile ilişkilendirildi mi?

4. Bütün faaliyetlerin uygulanabilmesi için yeterli zaman ve kaynak mevcut mu?

5. Yayım programlarının hazırlığı sırasında hedef kitlenin ihtiyaçları, yetenekleri ve kaynakları dikkate alındı mı?

Program faaliyetlerini düşünürken üzerinde önemle durulması gereken husus öğrenme metotları ve olaylarının sıralı olduğu ve her birinin bir öncekinin üzerine bir şeyler koyduğu ve sırasını kendisinden sonra gelene verdiğidir.

Öğrenme deneyimleri (düşünme, tartışma, okuma vb.), hedef kitlenin haberdar olma, hazır olma ve bilgi seviyelerinin çeşitli safhalarına, öğrenme tarzlarına ve tercih ettikleri metotlara uyacak şekilde planlanır.

Tarımsal yayım hizmetlerinde hangi eğitim tekniğinin kullanılacağı aşağıdaki koşullara bağlıdır:

1. Yapılması istenen yayım faaliyeti nedir?

2. Kalite ve Kapasite açısından yayım personelinin mevcut durumu nasıldır?

3. Yayım araç, gereç açısından teknik donanım olanaklarına mevcut mudur?

4. Hedef kitlenin eğitim düzeyi, iletişim kurma koşullar ne durumdadır?

5. Hedef kitle kimlerdir? (işletme sahipleri, ev kadınları, gençler, küçük çiftçiler, tarım işçileri gibi)

6. Bu güne değin mevcut deneyimler hangi düzeydedir?

2.4. Yayım çalışmalarında öğretim teknikleri

Yeniliğin çiftçilere yaygınlaştırılması süreci zaman alabilen bir süreçtir.

Yayımcının bu süreçte öğretim faaliyetlerini gerçekleştirebilmesi için bu teknikleri kullanması gerekmektedir.

Yayım çalışmalarında öğretim teknikleri üç gruba ayrılır. Bunlar:

- Bireysel Yayım Metotları
- Grupsal Yayım Metotları
- Kitlesel Yayım Metotları

2.4.1. Bireysel yayım metotları:

Birebir yayımda doğrudan bir kişiye veya bir aileye yönelik yayım hizmetleri söz konusudur.

Birebir yayım metotları bireysel problemlerin çözümü için uygundur.

Bu metotlarda yayımcı ile çiftçi arasında oldukça yoğun bir iletişim vardır.

Bireysel yayım metotları yayım çalışmalarının en zaman alıcı ve aynı zamanda, çok sayıda yayımcı gereksinimi nedeniyle en masraflısıdır.

Bu nedenle grupsal eğitim kadar yaygın değildir.

Buna karşın en eski ve en etkin eğitim biçimidir.

Bireysel öğretim çiftçiye bilgi ve beceri kazandırma yanı sıra zor anlaşılır içeriğe sahip konularda çiftçide davranış değişimi oluşturmada oldukça etkindir.

2.4.2. Grupsal yayım metotları:

Ortak sorunlara sahip çiftçilerden oluşturulan gruplara yönelik yapılan bir eğitim şeklidir.

Bu eğitim sisteminde çiftçiler yayım elemanından yararlandıkları gibi birbirlerinden de etkilenmektedirler.

Günümüzde en yaygın olan eğitimdir.

Grupsal yayım metotları davranış alışkanlıkların kaldırılmasında, dolaysıyla davranış değişiminde önemli rol oynamaktadır.

2.4.3. Kitlesel yayım metotları:

En hızlı ve en ucuz yayım metodudur. Yayım elemanının az olduğu bölgeler veya ülkeler için daha geçerli bir eğitim sistemidir.

Etkinliği oldukça sınırlıdır.

Çiftçileri belli bir tarımsal yenilikten haberdar etmede etkinlikleri oldukça yüksektir.

Yeniliğin benimsenmesinde etkinliği oldukça azdır.

Kitlesel eğitim günümüzde radyo, televizyon, günlük gazeteler, broşürler, periyodik dergiler vb. aracılığı ile yapılmaktadır.

Farklı aşamalar için seçilen metotlardan maksimum sonucu alabilmek için yayımcılar eğitim sürecinin bütün gereklerini anlayışlarına yerleştirmek durumundadırlar.

Örneğin bir çiftçi toplantısında yayımcı sunu kullanabilir, mesajlarını video ile destekleyebilir ya da toplantıyı bir grup tartışması ile bitirebilirler.

Seçilen metotlar uygulamaya geçilmeden önce son bir kez bir yandan amaç, kaynaklar, çiftçi ilişkileri ve yayımcıların kapasiteleri bakımından, diğer yandan çiftçilerin büyüklük ve eğitim düzeyleri bakımından analiz edilmelidir.

Örneğin eğer yayımcılara bir çiftçi toplantısını düzenleme bakımından gerekli koşulları tanımıyorlarsa bu metottan vazgeçilmelidir.

Ya da eğer yeterli araç yoksa çiftçi ziyaretleri çok sık yapılmamalıdır.

Ya da yayımcının sorumlu olduğu bölge çok geniş ise birebir yayım metotlarının uygulanması pratik olmayacaktır.

Bireysel, grupsal, kitlesel öğretim teknikleriyle (yayım metodları) yeniliğin yayılmasının, girişimciliğin önünü açar.

Yenilik yayılma süreci ve yayım metotları ilişkisi girişimcilik

kuralları için de geçerlidir, diyebiliriz.

2.5. Yeniliklerin Yayılması - Girişimcilikte Yenilik Özellikleri

- Yararlılık (oransal üstünlük): Ekonomik ve sosyal açıdan yarar sağlama oranı

- Uygunluk: Hindistan'da inek etinin, İslam ülkelerinde ise domuz etinin yenilmemesi.

- Karmaşıklık: Biçerdöver, kombine mibzer, örtü altı tarım, seracılık

- Denenebilirlik: Gübre denenebilir fakat kooperatifçiliğin denenmesi oldukça zor, uzun yıllar alabilir.

- Gözlenebilirlik: Tarla yüzeyine çıkmadan yabancı otların daha toprakta ilaçla yok edilmesi gözle görülmez, ilaç konusunda şüphe yaratır.

Buna karşılık yabancı ot toprak yüzeyine çıktıktan sonra ilaçla mücadele edildiğinde herbisitin etkinliği gözle görülebilmektedir.

Yeniliklerin girişimcilikte yayılabilmesi için yeniliğin özelliklerinden yararlılık, uygunluk, karmaşıklık, denenebilirlik, gözlenebilirlik ilkelerinin tamamını sağlaması gerekmektedir.

Bu ilkelerden bir tanesine karşı dahi girişimci mantık yürütemesin, yeniliklerin yayılması sürecinde sıkıntı oluşabilir.

Diğer yandan; yeniliklerin yayılması sürecinde çiftçinin de bir dizi özellikleri mevcuttur.

Bu özelliklerin fazla oluşu girişimciliği arttırabilir, diyebiliriz.

2.6. Yeniliklerin Yayılması Girişimcilikte Çiftçi Özellikleri

– Sosyo-ekonomik Özellikler: İşletme genişliği, yaş, eğitim düzeyi gibi

– Kişisel Özellikler: Risk yüklenme, bilimsel denemelere karşı tutumlar gibi

– İletişim Özellikleri: Yakın ve uzak çevre ile iletişim, radyo/TV, basılı yayınlardan yararlanma, cep telefonu, bilgisayar kullanımı gibi

Yeniliğin yayılmasının temel kuralları girişimciliğin temel kurallarından olduğu varsayılır.

Girişimciliğin- yeniliğin yayılması ve benimsenmesi temel kuralları yararlılık, uygunluk, karmaşıklık, denenebilirlik, gözlenebilirliktir.

Yeniliklerin yayılması çiftçi özellikleri; sosyo-ekonomik özellikler, kişisel özellikler ve iletişim özellikleridir.

Böylece girişimciliği destekler. (Gürel,2015:35), 'Hedef kitlenin sosyo - ekonomik yapısına göre uygulanan yayım metotları bireysel, grupsal ve kitlesel olmak üzere üç grupta toplanmaktadır.

Bu metotların her üçünde de yayım yaklaşımları açısından kilit rolü oynayan iletişimdir 'demektedir.

Yine aynı eserinde Önder Çiftçi Deneği ile iletişim halinde olan çiftçilerin yeniliklere karşı hiç iletişim halinde olmayan çiftçilere göre başarılarının açık ara önde olduğu görülmüştür.

3. Kooperatiflerde Tarımsal Yayım ve Girişimciliğin Mevcut Durumu

Bilimsel çalışmalarda Kooperatifler, yetiştirme, ıslah, ürün işleme, üretim gibi teknik konularda ortaklarını eğiterek önemli yayım hizmetlerinde de bulunurlar, İnan (2008, 50) İfade etmektedir.

Tarımsal yayım yaklaşımlarına tarihsel süreçte bakıldığında ülkemizde oldukça fazla değişim göstermiştir.

Kooperatiflerde tarımsal yayım maalesef olması gereken seviyeye gelememiş olduğunu gösteren değerler birçok bilimsel yapıtlardan elde edilmektedir.

Bu bağlamda Türkiye'de Tarımsal Kooperatifçilik ve AB Modeli isimli eserde (İnan 2008) "Kooperatifler, yetiştirme, ıslah, ürün işleme, üretim gibi teknik konularda ortaklarını eğiterek önemli yayım hizmetlerinde de bulunurlar", ifade edilmektedir.

Ancak, aynı eserde "TMO, çiftçiye yayım hizmetleri sunmamaktadır; Süt Endüstrisi Kurumu, Et ve Balık Kurumu ve Zirai Donatım Kurumu hiçbir zaman tarımsal yayım hizmeti sunmamışlardır; Tarım satış ve tarım kredi gibi güçlü ve kırsal alanın önemli bir kısmına hizmet veren kooperatif birliklerinde dahi yayım hizmeti ya çok sınırlıdır ya da hiç gündeme gelmemiştir" ifadeleri yer almıştır.

Aynı eserde "Oysa, gelişmiş ülkelerde çiftçi eğitimi ve çiftçilere tarımsal yeniliklerin ve modern girdilerin kooperatifler kanalıyla götürülmesi çok önemlidir, Kooperatif hizmetleri, sadece alım, kredi ve pazarlama ile sınırlı kalmamalıdır.

Aynı zamanda yayım, eğitim ve danışmanlık hizmetleri de sunulmalıdır" ifadeleri yer almaktadır.

Bu eserde ayrıca "Tarımsal pazarlama ya da ülkemizdeki adıyla tarım satış kooperatiflerinin üç temel görevi vardır" ifade edilmektedir. Bunlar:

1. Ürünün pazarlanması ve işlenmesi

2. Ürün piyasasının düzenlenmesi ve kontrolü

3. Ortaklara teknik konularda yayım hizmeti götürmek

Bu bağlamda Avrupa Birliğinde ve Türkiye'de Tarımsal Örgütlenme isimli eserde (Köroğlu 2003): "(a) AB ülkelerindeki tarımsal örgütlenme modellerinin geçmişi, uzun bir sürece dayanmaktadır; yaşanan deneyimler neticesinde her ülke kendi koşullarına uygun bağımsız demokratik çiftçi örgütlerini oluşturmuştur.

Eğitim ve yayımdan başlayarak bilinçlenme sürecini tamamlamış olan bu örgütler, kendi sorunlarına sahip çıkarak serbest piyasa ekonomisi içerisinde var olan pazarlara göre üretimlerini gerçekleştirmekte ve bu süreçte hükümetler tarafından maddi olarak desteklenmektedirler. (b) AB de Ziraat Odalarının temel görevi tarım sektöründe çiftçi eğitimi, yayım, üst danışmanlık, araştırma ve denetim hizmetleridir.

Çiftçilerin ziraat odası olarak örgütlenmediği yerlerde ise Tarım Bakanlıkları bu görevleri üstlenmektedir. (c) AB ülkelerindeki tarımsal örgütlenme modellerinin geçmişi, oldukça eskilere dayanmaktadır.

Bu ülkelerdeki üreticiler, yaşanan deneyimler neticesinde ülke

şartlarına uygulanabilir bağımsız, demokratik çiftçi örgütlerini yıllar önce oluşturmuşlar ve bu örgütlerin eğitim ve yayımdan başlayarak bilinçlenme sürecini tamamlamışlardır. (d) Örgütler, kendi sorunlarına sahip çıkarak serbest piyasa ekonomisi içerisinde var olan pazarlara göre üretimlerini gerçekleştirmiş ve bu süreçte hükümetler tarafından özellikle maddi destek sağlamışlardır.

AB ülkelerinde, ana hedef kendi kendine çiftçi organizasyonlarının kurulması olmuş ve yaklaşık yüzyıllık süre zarfında tabandan tavana bütünleşmeyi sağlamış bir örgütlenme yapısı oluşturulmuştur". İfadeleri yer almaktadır.

Ayrıca, Türkiye'de Tarımsal Kooperatifçilik ve AB Modeli isimli eserinde (İnan 2008) Danimarka ve İrlanda ülkeleri için: (a) Danimarka'da hükümet ve çiftçi örgütleri tarımsal sorunları birlikte ele alırlar. Araştırmalar ve gelişme programlarının finansmanı devletle birlikte ve genelde yarı yarıya karşılanır.

Örneğin; Belçika'da Boerenbond Grup olarak anılan en üst örgüte bağlı kooperatifler ve tarımla ilgili ziraat odası vb. kuruluşlar üç ayrı merkez birliğinin çatısı altıda örgütlenmişlerdir.

Bunlardan birincisi Kooperatif Merkez Birlikleridir.

Bu Birlikler, tarım ürünlerinin pazarlanması ve tarımsal girdi alımlar, ortaklara onların ihtiyaçları olan çeşitli hizmetleri sunma ve mühendislik- danışmanlık gibi konularda faaliyet göstermektedir.

Finlandiya'da yeni mühendislik teknikleri için özel programlar geliştirilmekte; kaliteyi yükseltme, üreticiyi daha iyi bilinçlendirme programları kooperatiflerin eli ile yürütülmektedir.

Ulusal düzeydeki İrlanda Kooperatif Örgütünde ise kooperatiflerin genel sorunları, kooperatifçilik politikaları, eğitim ve yayım faaliyetleriyle ilgilenmektedir.

(Hoffmann,1993:31), Gelişmiş ülkelerde, çiftçi grup çalışmalarına çok önem verilmektedir.

Örneğin Almanya'da grup çalışmaları hemen tüm çiftçi örgütlerinde uygulanmaktadır.

Ortak tarımsal sorunlara sahip olan üreticilerin bir araya gelerek

karşılıklı bilgi alışverişinde bulunmaları, tarımsal sorunların çözümü için konusunda deneyimli uzman bir Ziraat Mühendisi çalıştırmaları ve sorunlarını daha üst düzeylere iletilebilmeleri, ancak toplu halde hareketle mümkündür.

Bu modelde kurulan çiftçi örgütleri genellikle aynı bitkisel ve hayvansal üretimi yapan ve ortak sorunlara sahip çiftçi gruplarıdır. Bu çiftçi gruplarını kendi kendine yardım eden çiftçi grupları diye de tanımlayabiliriz.

AB ülkelerindeki tarımsal örgütlenme modellerinin geçmişi, uzun bir sürece dayanmaktadır; yaşanan deneyimler neticesinde her ülke kendi koşullarına uygun bağımsız demokratik çiftçi örgütlerini oluşturmuştur.

Eğitim ve yayımdan başlayarak bilinçlenme sürecini tamamlamış olan bu örgütler, kendi sorunlarına sahip çıkarak serbest piyasa ekonomisi içerisinde var olan pazarlara göre üretimlerini gerçekleştirmekte ve bu süreçte hükümetler tarafından maddi olarak desteklenmektedirler.

AB de Ziraat Odalarının temel görevi tarım sektöründe çiftçi eğitimi, yayım, üst danışmanlık, araştırma ve denetim hizmetleridir.

Çiftçilerin ziraat odası olarak örgütlenmediği yerlerde ise Tarım Bakanlıkları bu görevleri üstlenmektedir.

Avrupa Birliği Kooperatifler Konfederasyonu (COGECA) sadece ekonomik bir örgüt değildir.

COGECA tarımsal üretim yapan üreticilere ekonomik yardımlar yaparken yeni ürünlerin geliştirilmesi ve araştırılması için de yardım sağlamaktadır.

(Yercan2007:6), COGECA kendi özel konularını, lobi faaliyetleri yaparak Avrupa Komisyonunda, Bakanlar Konseyinde, Avrupa Parlamentosunda, Ekonomik ve Sosyal Komitede ve Bölgesel Komitede sunar ve tartışılmasını sağlar.

COGECA, kooperatifler ve tarım ile ilgili topluluk politikalarının geliştirilmesi ve hazırlanmasında taraf oluşturmaktadır.

COGECA, kooperatifler arası ilişkilerin geliştirilmesi faaliyetlerinde bulunmakta, kooperatiflerle ilgili istatistikler tutmakta, kooperatifçilik

ile ilgili çalışmalar (vergilendirme, kooperatif hukuku, kooperatif eğitimi) yapmakta ve sempozyumlar düzenlemektedir.

CEJA (Avrupa Genç Çiftçiler Konseyi) ise, AB bünyesinde genç çiftçilerin üst örgütüdür.

Bünyesinde 22 ulusal organizasyona sahiptir. Bu organizasyonlar labir milyona yakın genç çiftçiyi temsil etmektedir.

CEJA Avrupa komisyonunun 24 tarımsal komitesine düzenli olarak katılmaktadır.

CEJA; Avrupa'da kırsal alanda ve tarımın geliştirilmesinde etkili olmak, genç çiftçilerin koşullarını iyileştirmek, genç çiftçiler arası iletişimi sağlamak, genç çiftçilerin eğitimini sağlamak, tarımın rolü konusunda toplumu bilgilendirmek gibi birçok faaliyeti organize etmektedir.

Bunların dışında hemen tüm Avrupa'yı içerecek şekilde örgütlerin geliştiği de görülmektedir.

Bunlardan en önemlisi de Avrupa Tarım Konfederasyonudur.

CEA (Avrupa Tarım Konfederasyonu) Avrupa'daki tüm tarımsal kuruluşları kapsayan bir örgütlenme sergilemektedir.

30 ülkeden 200 den fazla tarımla ilgili organizasyonu içine almaktadır.

Bunların arasında çiftçi birlikleri, kooperatifler gibi organizasyonlar vardır.

Üyeleri arasındaki ilişki iyi ve değişimi sağlamayı hedeflemektedir.

Avrupa tarımının çıkarlarını, özellikle ekonomik, sosyal ve kültürel konularını, AB dışı bir kurum olarak temsil ve korumayı amaçlamaktadır.

Çiftçilerin bilgilendirilmesi için ülke düzeyinde faaliyette bulunan tarımsal yayım örgütleri çoğunlukla çiftçilerin kendi örgütleri olup, çiftçiye verilen hizmet karşılığı alınan bedeller çok düşüktür ve (b) İrlanda Kooperatif Örgütleri ise daha çok kooperatiflerin genel sorunları, kooperatifçilik politikaları, eğitim ve yayım faaliyetleriyle ilgilenmektedir" ifadeleri yer almaktadır.

Ülkemiz tarımsal kooperatifleri irdelendiğinde kooperatif ilkelerinde eğitim ve yayım faaliyetleri ana ilkelerinden olmasına rağmen, uygulamanın gelişmiş ülkeler seviyesinin altında kaldığı görülmektedir.

SONUÇ

Kırsal kalkınmada girişimcilik birçok engelle karşı karşıyadır.

Bu engellerin aşılmasında çiftçilerin kooperatifler ile olan iletişimlerinin, yani çiftçilere sunulan yayım hizmetleri önemli rol oynamaktadır.

Araştırma bulguları çiftçilerin kooperatifler ile iletişimlerinin yeniliklere karşı davranışlar, yani girişimcilik eğilimleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir bağıntının olduğunu göstermektedir.

Ancak, kooperatifler ile iletişim kuran çiftçi sayısının oldukça düşük olduğu saptanmıştır.

Bu bağlamda, kırsal kesimde girişimciliği teşvik etmek amacıyla tarım kooperatifleri, Tarım İl Müdürlükleri, Ziraat Odaları, Üniversiteler, tarım kooperatifleri vb, kırsal kesime tarımsal yayım hizmeti götüren kuruluşlar ile çiftçiler arasındaki iletişimi geliştirme programları hayata geçirmeli ve uygulamalıdır.

KAYNAKÇA

Maltepe Üniversitesi Girişimcilik ve İş Geliştirme Merkezi (2017), ‘Girişimcilik’, http://mugim.maltepe.edu.tr/girisimcilik-nedir (21.09.2017)

Kapıcıoğlu Bünyamin (2016),’Girişimcilik’, http://www.hizliadam.com/girisimci-nedir-girisimcilik-ne-degildir.html, (21.09.2017)

Gürel, Aydın (2005), ‘Tarımsal Yayım/Danışmanlık Kavramı ve Felsefesi’, Ders Notları, Tekirdağ,s.5-6

Gürel, Aydın (2010), ‘Tarımsal Yayım ve İletişim’, TYS-2010,S:4-5

Gürel Aydın (2015), ‘Önder Çiftçi Danışmanlık Derneğinin Kırsal

Kalkınmada Etkinliği: İstanbul İli Silivri İlçesi Örneği' Namık Kemal Üniversitesi Araştırma Projesi, Proje No: NKUBAP.00.24.AR.14.14.

Gürel, Aydın (2006),Tarımsal Yayım ve İletişim, TYS-2006, (3) Öğretim Teknikleri, s:70-71.

Karakoç, Süleyman (2009), 'Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi', Celal Bayar Üniversitesi İİBF Dergisi, C:16, S:2, s:5

(https://girisimcikafasi.com/girisimcilik-nedir-girisimci-kime-denir/ , 05.09.2017)

Tercan, Murat (2007), 'Türkiye ve Avrupa Birliğinde Tarımın Örgütlenme Deseni ve Tarımsal Kooperatifler', Tarım Ekonomisi Dergisi, C:13,S:11, s:6-7

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (2013), Gelişmiş Ülkelerde Kooperatifçilik Uygulamaları- Araştırma Raporu, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Ankara.

Gürel A., İnan İ.H., Gaytancıoğlu O., Oraman Y., (1998), 'Tekirdağ İlinde Alman Tarımsal Yayım Modeli ve Bu Modelin Etkinliğinin Değerlendirilmesi, Trakya Üniversitesi Araştırma Fonu (TÜAF), Proje No: TÜAF-93, s:31-32

İnan, İsmail Hakkı (2008), Türkiye'de Tarımsal Kooperatifçilik ve AB Modeli, İstanbul Ticaret Odası, Yayın No:2008-73, İstanbul, 2008

Kaya Suna (2016), Targel Projesinin Kırsal kalkınma açısından Değerlendirilmesi Üzerine bir Araştırma:İstanbul İli Çatalca İlçesi Örneği, NKÜFBE, Proje Numarası NKUBAP.00.24.YL.14.16

Sinop İli Damızlık Koyun Keçi Yetiştiricileri Birliği (2017), 'Tarımsal Yayım ve Danışmanlık Hizmetinin Tanımı' http://ilbirlikleri.turkiyekoyunkeci.org/57/TarimsalDanismanlik/3, (30.10.2017)

4. OTURUM : Beşeri Sermaye Ve Uzmanlık Temelli İşgücü Planlaması

4ND SESSION : Human Capital and Workforce Planning with Expert Based olacak

Beşeri Sermaye Ve Uzmanlık Temelli İşgücü Planlaması

Oturum Başkanı

Doç.Dr.Serap ÇOBAN

İnovasyon Ve Girişimciliğin Sosyal Ekonomi Ağları Üzerinde Etkisi
The Effects Of Innovation And Entrepreneurship On Social Economic Networks

Doç. Dr.Yeter DEMİR USLU
Doktora Öğr. Şeyda DÜNDAR EGE

Okul Kooperatifçilik Çalışmalarının Öğrencilerin Girişimcilik Becerileri Ve Girişimci Kişilik Özellikleri Açısından Değerlendirilmesi

Yrd.Doç.Dr.Mustafa TAHİROĞLU Doç. Dr.Ali MEYDAN

Geçmişten Yeni Bir Kavram:Yeşil (Eko) Girişimcilik
New Concept from the Past:Green (Eco) Entrepreneurship

Yrd.Doç.Dr.Ayşe GÖKÇEN KAPUSUZ
Doç.Dr. Mustafa Fedai ÇAVUŞ

Sosyal Sorunların Yönetim Ve Çözümünde Geleceği Şekillendirmek: Sosyal Girişimci Kooperatifçilik Ve Avrupa Girişimcilik Ağı Örneği
Shaping The Future At The Management And Solution Of Social Problems: Social Entrepreneur Cooperatives And The Example Of Enterprise Europe Network

Doç. Dr.Mehmet GÜNEŞ

Gün : 6 Ekim 2017, Cuma
Saat : 11:00-12:30
Salon : Salon : 2
Yer : Hakkı Atamulu Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

İNOVASYON VE GİRİŞİMCİLİĞİN SOSYAL EKONOMİ AĞLARI ÜZERİNDE ETKİSİ

Yeter DEMİR USLU*
Şeyda DÜNDAR EGE**

Genişletilmiş Özet

Rekabet üstünlüğü ve sürdürülebilirlik, işletmelerin hayatta kalabilmeleri ve rekabet yarışında önemli bir faktördür.

Yirminci yüzyılda ekonomik, sosyal, toplumsal ve teknolojik gelişmeler, örgütlerin yapısında ve yönetim anlayışlarında zorunlu olarak bir takım değişiklikleri beraberinde getirmiştir.

Piyasadaki gelişmeleri daha hızlı görüp adapte edebilen örgütler ayakta kalabilir hale gelmişlerdir.

Yüksek ve artan düzeyde üretkenlik ve inovasyon rekabet edebilirliğin en önemli göstergelerindendir.

İnovasyon, artı değer üretebilecek ya da ticarileştirilebilecek yeni bir ürün, fikir ya da süreç olarak tanımlanabilir.

Girişimcilik ise üretim gerçekleştirmek için girişimde bulunma, iş kurma ve risk üstlenme anlamına gelmektedir.

Küreselleşme ile birlikte ekonomik, kültürel ve sosyal sınırlar ortadan kalkmış, bilginin ve ticaretin önündeki engeller azalmıştır.

Bu anlamda gelişme hızı ve dünya çapında yaygınlığı ile sürecin en önemli aktörlerinden birisi olan İnternet teknolojileri, ticareti yeni bir boyuta taşımıştır.

** Doç. Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi, dryeterdemir@gmail.com*
*** Doktora öğrencisi, İstanbul Medipol Üniversitesi, 1seydaege@gmail.com*

Böylelikle ortaya çıkan e-ticarete dayalı yeni ekonomiye geçiş, hem işletmelere hem de tüketicilere sağladığı yararlar nedeniyle hızla yayılmaktadır.

Bu durumun doğal bir sonucu olarak, bir yandan İnternet teknolojilerinin gelişim ivmesi artarken, diğer yandan başta sosyal medya olmak üzere e-ticaret ile etkileşimli yeni uygulamalar da ortaya çıkmaktadır.

Yeni ekonomi içerisinde başarılı olmak isteyen işletmeler sadece e-ticareti tercih etmekle kalmamakta, aynı zamanda web ve sosyal ağ sitelerini gelişen teknoloji ve değişen tüketici beklentileri doğrultusunda geliştirme yoluna gitmektedir.

Sosyal medya sayesinde işletmeler başka türlü ulaşamayacakları kaynaklara ulaşma imkanı bulmuşlar, bu sayede işletmenin değerini yükseltmişler, stratejik ortaklıklar oluşturabilmişler, müşteri ve tedarikçiler ile iletişim kurma imkanı yaratmışlardır.

Sosyal medya kullanımı, pazara giriş, müşteri ilişkileri yönetimi, inovasyon yönetimi ve ürünlerin fiyatlaması konularında önemli bir kaynak oluşturmaktadır.

Yeni ekonominin gelişimi ve bilgi teknolojileri uygulamalarının ivmeli artışı ile birlikte elektronik ticaret (e-ticaret) kavramı daha yaygın bir kullanım alanına sahip olmaktadır.

E-ticaret kavramı özellikle maliyetlerinin görece daha düşük olması, zaman ve mekan gibi sınırları ortadan kaldırması, karşılıklı etkileşim içinde ve eşzamanlı olarak birden fazla kişi tarafından çeşitli özellikte sesli, görüntülü, yazılı metinlerin iletilmesini sağlayan üstünlükleri e-ticaret kavramının hızlı bir şekilde gündeme taşınmasına neden olmuştur.

Türkiye'de e-ticaret pazarını tanımlayan ve uluslararası standartlara göre ölçümleyerek kategorize eden "Türkiye e-Ticaret 2015 Pazar Büyüklüğü" raporuna göre Türkiye'de e-Ticaret sektörü 2015 yılında yüzde 21 oranında artış göstererek 9 milyar dolarlık büyüklüğe ulaşmıştır.

E-ticaretin sektörler arası dağılımına bakıldığında, ülkemizde e-ticaret kullanıcılarının sırasıyla hizmet sektörü ve havayolu

harcamalarının yüksek olduğu görülmektedir.

Dünyada internet üzerinden ticaret yapan en büyük 10 firmanın gelirleri toplamı 2015 yılında 270 milyar dolara ulaşmıştır.

E-ticaret verileri üzerine yapılan çalışmalarda, tüm dünyada olduğu üzere ülkemizde de e-ticaretin beklentileri karşılamanın da üzerine çıkan, artan bir ivme ile geliştiği görülmektedir.

Şirketlerin yarattığı gelirlerin birçok ülke GSYH rakamlarından bile fazla olduğu göz önüne alındığında, sosyal ağların inovatif mekanizmaları yaymada ve girişimciliği pozitif yönde etkilemede ne denli güçlü olduğu yadsınamaz bir gerçektir.

Bu nedenlerle sosyal ağlar artık günümüzde ticaretin önemli bir mecrası haline gelmiş ve hiç şüphesiz gelecekte de artan bir ivme ile belki de tüm dünya ticaret hacminin büyük bir çoğunluğunun gerçekleşeceği mecralar halini alacaktır.

Anahtar Kelimeler: *inovasyon, girişimcilik, sosyal medya, e-ticaret, internet*

The Effects of İnovation and Entrepreneurship on Social Economic Networks

Abstract

Competitive advantage and sustainability are important factors for companies to survive and to compete.

In the twentieth century, economic, social, and technological developments have brought some compulsory changes in the companies' organizational and managerial structures.

Only the organizations, which can quickly notice the developments in the market and able to adopt them, can survive.

High productivity and incremental innovation are the most important indications of competitiveness.

Innovation, can be defined as a new product, thought or process

which can produce a positive or economic value.

On the other hand entrepreneurship is to initiate a business, to establish one and to take risks to develop production.

Economic, cultural and social barriers disappeared with the help of globalization; the barriers to information and trade are diminished.

In this sense, Internet technology, being one of the most important actor of the process, with its development speed and dominance worldwide lead to a new era of commerce.

In this way a new economic approach based on e-commerce is developed, due to its various benefits both for customers and businesses, e-commerce is adopted by an increasing amount of businesses.

As a natural consequence, e-commerce lead to an increasing progress in internet technologies while new applications, mostly social media, began to interact with e-commerce.

The companies, who want to be successful in this new economy, not only choose e-commerce but at the same time they want to adapt web and social media according to the developing technology and changing customer's needs.

With the help of social media businesses are now able to reach various resources which would not be possible without the development of social media.

Utilizing these resources businesses have increased their market value, formed strategic alliances and were able to contact their suppliers.

The use of social media, have increased the resources of various business functions such as customer relations, innovation management, pricing and entrance to the market.

The term e-commerce has a widespread use after the development of the new economy and the increase in the use of information technologies.

The term e-commerce especially due to its relatively low cost, low limitations in terms of time and place, instant mutual telecommunication enabled voice, text and images to be shared by multiple individuals

simultaneously, enabled the prioritization of e-commerce in the eyes of businesses.

According to 'Turkey's e-commerce 2015 Market Volume' report, which defines e-commerce market and categorizes by measuring according to international standards in Turkey, e-commerce sector has been increased by 21% reaching to 9 billion dollars of volume in the year 2015. If the distribution of the sectors in e-commerce expenditure is examined, it is seen that e-commerce users' service sector and airline expenditures are the highest ones respectively.

The total turnover of the highest ranking top 10 e-commerce companies has reached to 270 billion USD dollars in 2015. According to the assessments made on the e-commerce results in the World, the Turkish market developments came out to be beyond expectations and increasing with a great acceleration. The turnovers of such companies are at a comparable level to the GNP of a number of countries and even exceed these amounts.

This fact is strong evidence to the effectiveness of ''social media'' in the dispertion of innovative ventures in the market and creating positive motivation on the investor activities.

The above mentioned facts shows us that, social media with its innovativeness and development acceleration will be one of the major players in global trading activities with an increasing magnitude.

Key Words: *inovation, entrepreneurship, social media, e-commerce, internet*

OKUL KOOPERATİFÇİLİK ÇALIŞMALARININ ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİLİK BECERİLERİ VE GİRİŞİMCİ KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Mustafa TAHİROĞLU* - Ali MEYDAN**

Genişletilmiş Özet

Genel kabul gören kanıya göre ülkelerin gelişmesinde ve kalkınmasında girişimcilik oldukça önemli bir yere sahiptir.

Çünkü girişimcilik bir ülkenin gelişmesi, büyümesi ve çağın gerektirdiği koşullara ayak uydurması için önemli bir faktördür.

Bütün dünyada ekonomik ve sosyal gelişmenin temel dinamiği olarak kabul edilen girişimcilik yeni iş alanları açması, istihdam sağlaması ve zenginlik üretmesi açısından oldukça önemli bir araç olarak görülmektedir.

Bu bağlamda, ekonomik kalkınmanın sağlanabilmesi girişimciliğe ve girişimci kişilerin varlığına bağlıdır.

Ancak ülkelerin ve toplumların sosyo-ekonomik açıdan ilerlemelerine önemli katkılar sağlayan girişimcilik faaliyetlerinin geliştirilmesinde, girişimci bireylerin yetiştirilmesi, girişimcilik potansiyeli ruhu olan kişilerin ortaya çıkarılabilmesi ve pazar alanına yönlendirilmesi oldukça önemli bir faktördür.

Eğer bu yapılmazsa bir ülkenin kalkınmasını hayal etmek oldukça zor görünmektedir.

Günümüz modern eğitim anlayışı bu durumları da göz önünde bulundurarak sadece akademik alanda başarılı bireyler değil ihtiyaç duyulabilecek her alanda yeterli donanıma sahip bireyler yetiştirmeyi hedeflemektedir.

** Yrd. Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, mtahiroglu@nevsehir.edu.tr*
*** Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, meydan@nevsehir.edu.tr*

Bu nedenle eğitim sistemleri öğrenmeyi öğrenen, yaratıcı, yenilikçi ve girişimci bireyler yetiştirilmesi için pek çok eğitim faaliyetlerini planlama ve uygulama üzerine oluşturulmaya çalışılmaktadır.

Girişimciliği sosyolojik, psikolojik ve çevresel olarak temellendiren uzmanlar, girişimcilik becerisinin gelişiminde sos-yal çevre, aile, eğitim, cinsiyet gibi pek çok faktörün etkili olduğunu vurgulamaktadırlar.

Buna göre girişimcilik bireysel bazı özelliklerin bireyde varlığıyla oluşabileceği gibi eğitim ve çevresel faktörlerden etkilenerek de gelişebilir. Ancak girişimcilik üzerine yapılan bazı çalışmaların sonuçlarına göre bireylerin zekâ düzeylerinin girişimcilik becerileri üstünde etkili olmadığı belirtilmektedir.

Ayrıca bu araştırma sonuçlarında girişimciliğin doğuştan gelen özellikler bütünü olmadığı ve sonradan öğretilebilirliği de ortaya konmuştur.

Bu bağlamda davranış kazandırmada öğretim programlarının, dolayısıyla kazanımların rolü önem kazanmaktadır.

Bu açıklamalar göz önünde bulundurulduğunda bir ülkenin kalkınması için gerekli olan girişimci insan gücünün yetişmesi için eğitim yoluyla öğrencilerin girişimci özelliklerinin geliştirilmesini sağlamak amacıyla ilkokul yıllarından başlanarak öğrencilere girişimciliğin yararları fark ettirilmeli ve girişimci özellikler kazandırılmalıdır.

Uzmanlara göre kişilik ve becerilerin küçük yaşlardan itibaren şekillenmeye başladığı ve temelleri oluştuğundan, ilk yılların önemi büyüktür.

Ayrıca erken yaşlarda öğrenilen ve kazanılan davranışların kalıcı olma özelliği daha fazladır.

Yukarıda da belirtildiği gibi uzmanlar becerilerin erken yaşlardan itibaren okullarda şekillendirilmesine ilişkin çalışmalar yapılması gerektiği üzerinde hemfikirdirler.

Ancak uygulanan eğitim faaliyetleri, kullanılan kaynak ve materyaller öğrencilerin düzeyine uygun olmalı ve öğretilen bilgiler öğrencilerin düşünce sistemine uymalıdır.

Çünkü öğrenciye verilen ilkeler ve hareketler çocuğun anlayışı ve

yapısıyla tutarlı olduğu zaman gelişme daha hızlı olur.

Eğer tutarsızlık varsa güvensizlik oluşur ve ilerleme kaydedilemez.

Bu yüzden etkili bir beceri eğitimi verilebil-mesi için her şeyden önce öğrencilerin seviyesine uygun, tesadüfî olmayan, planlı bir eğitim anlayışına ihtiyaç vardır.

Beceri eğitiminde önemli bir nokta da öğrenci¬lere, ilgili becerilerin doğasının kazandırılmasını sağ¬layacak bir şekilde uygulanması gerektiğidir. Sadece beceri bilgisinin kazandırılması, sürekliliği sağlama¬da esas olan eylemlerin de kazanılmasının teminatını veremez. Burada, kavram ve metotların öğretilebi¬leceği ancak becerinin yalnız metinlerle ve dersler¬le öğretilemediği, örneğin yüzme becerileri gibi pratiğe gereksinim duyduğu kaçınılmaz bir gerçektir.

Çünkü yüzme ile ilgili teorik bilgileri vermek kişinin yüzme becerisine sahip olduğu anlamına gelmemektedir. Bunun için suya girip bu beceriyi teoriyle birleştirerek kazanması gerekmektedir.

Tıpkı yüzme becerisinde olduğu gibi girişimcilik becerisinin geliştirilmesi için de öğrenci¬ler, deneyimlerin gerçekte ya da kurguda anlatıldığı gibi olup olmadığını anlamak, eylemlerle tepki göstermek ve kendileriyle özdeşleştir¬mek için fırsatlara ihtiyaç duyarlar.

Bu yüzden öğrencilerin beceri edineceği durumu ya¬şamasını, hissetmesini ve kendisi ile özdeşleştirmesini sağlaya¬cak uygulamalı çalışmalar yaptırılmalıdır. Bu bağlamda öğretim süreçlerinde girişimci, inisiyatif alan ve amaçlar doğrultusunda öğrenciler yetiştirme özelliklerine sahip öğretim programları girişimciliğin oluşumunu ve gelişimi destekleyebilir.

Ayrıca ders dışı etkinliklerle de bu süreç desteklenebilir.

Bu çalışmada da öğrencilerin girişimcilik becerilerini artırıcı bir faktör olarak ön görülen okul kooperatifçilik kulüplerinin girişimcilik becerileri ve girişimci kişilik özellikleri üzerine olumlu etkisi olduğu varsayılmıştır.

Çünkü "Sınırlı Sorumlu Okul Kooperatifleri Ana Sözleşmesi"nin 6. maddesine göre "Okul kooperatiflerinin çalışma konuları arasında; öğrencilerin ve ortakların ihtiyaç duydukları her türlü eğitim ve öğretim,

araç ve gereçleriyle giyecek, yiyecek ve içeceklerini sağlamak, satışa sunmak, okulun özelliğine ve imkânlarına bağlı olarak kantincilik vb diğer ders konuları ve okul ile ilgili deneme ve uygulama yapabilecek nitelikte girişimlerde bulunmak vardır.

Bu süreçte öğrencilerde imkanları doğrultusunda kooperatife ortak olabilir ve kardan pay alabilirler.

Bu açıdan bakıldığında okul kooperatifleri girişimcilik becerilerinin geliştirilmesi açısından mükemmel birer laboratuar olarak görülebilir.

Öğrencilerin girişimcilik becerilerini ve girişimci kişilik özelliklerini güçlendirdiği düşünülen kooperatifçiliğin en önemli özelliklerinden biri de uygulamalı eğitim öğretim etkinliklerine olanak sağlamasıdır.

Bu çalışmada "okul kooperatifçilik kollarının ve sınırlı sorumlu okul kooperatifi ortaklığının öğrencilerin girişimcilik becerileri ve girişimci kişilik özelliklerine yönelik kazanım düzeyleri üzerine etkisi" araştırılmak istenmiştir. Araştırma tarama modelli bir çalışmadır.

Araştırma grubunu MEB'e bağlı devlet ve özel okullarda okul kooperatifçilik kulüplerinde görev alan ya da okul kooperatiflerine ortak olan öğrenciler ile böyle bir üyeliği veya ortaklığı bulunmayan öğrenciler oluşturmuştur.

Veriler kişisel bilgi formu ve Kaya'ın (2007) çalışmalarından yararlanılarak İnce, Erdem, Deniz ve Bağlar tarafından (2015) uyarlanan "Girişimcilik Kişilik Özellikleri Ölçeği KFA" ve "Girişimcilik Becerileri Ölçeği KFA" ile toplanmıştır.

Elde edilen bulgular literatürdeki çalışmalarla karşılaştırılarak tartışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Girişimcilik, Girişimcilik becerisi, Kooperatifçilik, Eğitim, Girişimci kişilik*

GEÇMİŞTEN YENİ BİR KAVRAM: YEŞİL (EKO) GİRİŞİMCİLİK

Ayşe GÖKÇEN KAPUSUZ*
Mustafa Fedai ÇAVUŞ**

Özet

Son yıllarda, çevre ve çevre ile ilgili meseleler, girişimciler ve araştırmacılar tarafından eskisinden çok daha önemli görülmektedir.

Çevreye verdikleri zarardan dolayı, petrol ve katı yakıt kullanımı günümüzde giderek azalmıştır.

Bugün, çevreye verdikleri zarardan dolayı petrol ve katı yakıt kullanımı giderek azalmaktadır.

Tüm bu zararlı ve ekonomik olmayan faktörlerin yerine, artık daha temiz ve daha az zararlı hatta tamamen zararsız çözümler bulunmakta ve yeşili ve çevreyi koruyabilmek için genellikle yenilenebilir enerji kaynakları önem kazanmaktadır.

Bu tür kaynak ve çözümlere, girişimcilerin talebi ve ilgisi de her geçen gün giderek artmaktadır.

Bu sayede, adına yeşil girişimcilik denen ve birçok girişimci tarafından ilgi gören yeni bir girişimcilik türü ortaya çıkmıştır.

Yeşil girişimcilik, çevresel bozulmaları önlemeye yardımcı olacak unsurlardan biridir.

Yeşil girişimciler, çevreyi kendileri için bir fırsat olarak görürler ve toplum refahını artırmak adına çevresel faaliyetlerde bulunurlar.

Yeşil girişimciler ve yeşil aktiviteler, daha temiz ve daha yeşil bir

** Yrd. Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, Ali Akkanat Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü aysegokcen07@hotmail.com*

*** Doç. Dr., Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi, İİBF Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü mfcavus@hotmail.com*

dünya için bugünün değişen dünyasında önemli bir yere sahiptir.

Bu çalışmada, yeşil girişimcilik ile ilgili tanımlar verilmekte, yeşil girişimciliğin önemi vurgulanmakta, bununla birlikte yeşil girişimciliği etkileyen ve engelleyen faktörler üzerinde durulmaktadır.

Anahtar Sözcükler: *Çevre, Girişimci, Girişimcilik, Yeşil Girişimcilik, Ekogirişimcilik*

New Concept from the Past: Green (Eco) Entrepreneurship

Abstract

In recent years, environment and environmental matters are seemed much more significant than before by the entrepreneurs and researchers.

Todays, petroleum and solid fuels' usage has gradually decreased due to the environmental damages.

Instead of all these harmful and uneconomic factors, now cleaner and less harmful even completely harmless solutions are found and renewable energy sources come into prominence in general to be able to protect green and environment.

The demand and attention of entrepreneurs for these types of sources and solutions are gradually increased each passing day.

By this means, a new type of entrepreneurship has shaped which is called as green entrepreneurship and attracted attention by several entrepreneurs.

Green entrepreneurship is one of the factors which will help to prevent environmental deterioration.

Green entrepreneurs consider the environment as an opportunity for themselves and engage in environmental activities on the purpose of public welfare.

In today's changing world, green entrepreneurs and green activities have an important place for cleaner and greener world.

In this study, definitions related to green entrepreneurship are provided, the importance of green entrepreneurship is emphasized, in addition to this, impeding and influencing factors of green entrepreneurship are discoursed.

Key Words: *Environment, Entrepreneur, Entrepreneurship, Green Entrepreneurship, Ecopreneurship*

Genişletilmiş Özet

Günümüzün gittikçe çeşitlenen, globalleşen ve değişen dünyasında, çevre ve çevre sorunları insan faaliyetlerini yakından ilgilendiren temel unsur olma eğilimini sürdürmektedir.

İşletmeler ve girişimciler, sürdürülebilir faaliyetler ve iş dünyasında ayakta kalabilmek adına temel unsurun kar elde etmekten ziyade, çevresel faaliyetlere yönelmek olduğunun daha çok bilincine varmışlardır.

Gül (2007:9)'un da vurguladığı gibi, insanlığa hizmet etmek, sosyal yaşama katkıda bulunmak, sürdürülebilir performans için çalışmak, ancak doğa ve doğal yaşam var oldukça mümkün olacaktır.

Farklı disiplinlerde farklı çalışmalara konu olan girişimcilik kavramı, disiplinler arası birçok farklı tanıma sahiptir.

Bugün, yönetim, ekonomi, sosyoloji, psikoloji gibi birçok bilim dalının ilgi alanına giren girişimcilik; belirli riskler altında, yeni değerler oluşturmak adına, üretim faktörlerinin bir araya getirilmesi olarak tanımlanabilir.

Girişimcilik faaliyetlerine öncülük eden girişimci ise, bu riskleri üstlenen, ekonomik ve sosyal değerler ve faaliyetler geliştirmek için emek- sermaye- doğal kaynak ve kendisinden oluşan temel dört üretim faktörünü bir araya getiren kişi olarak tanımlanmaktadır (Kuratko, 2008:22).

Öte yandan girişimciler, sosyal ve ekonomik yaşamda fırsatların farkına varan ve bu fırsatları değer yaratacak fikirlere dönüştüren yenilikçi ve yaratıcı bireylerdir (Jones, 2007:136).

Yeni fırsatları gören ve vizyoner bir bakış açısına sahip olan girişimciler, sosyal sorumluluk ve sürdürülebilirlik konularında yenilikçi ve toplum odaklı çalışabilen, sahip olduğu kaynakların sorumluluğunu üstlenen bireylerdir (Aykan, 2012:197).

Girişimcilik faaliyetleri, yeni ürün ve hizmetler üretmenin yanı sıra, mevcut ürün ve hizmetlerde yeniliğe gitmek, geri dönüşüm sağlamak amacına da hizmet eder.

Yapılan tüm faaliyetlerde, sosyal sorumluluk, topluma hizmet ve çevreye zarar vermeme esastır.

Müşteri beklentileri doğrultusunda şekillenen bu çalışmalar, sektör ayrımına gerek duyulmadan ekonomik, sosyal ve çevresel şartları iyileştirmek için kurulan işler bütününü temsil etmektedir.

Aykan (2012:197)'ın da vurguladığı gibi, toplum yararını gözeten ve beklentilere cevap verme amacı güden girişimcilik faaliyetleri, kalitenin yanı sıra artık toplum beklentilerine uygun çevre odaklı olma ve çevreye uyumlu mal ve hizmetler üretme eğilimi göstermektedir.

Bu noktada, ekoloji ve girişimcilik kavramlarını bir araya getiren ekogirişimcilik kavramı, çevreyi ve yeşili koruma ve sürdürebilme adına yeşil işler gerçekleştirme, ekonomi ve çevreyi uyumlaştırma amacına hizmet etmektedir.

Bu bağlamda, gelecek kuşaklara aktarılacak en önemli kaynak ve miras çevredir.

Ekogirişimcilik ya da yeşil girişimcilik olarak dile getirilen bu faaliyetlerin temelinde sosyal sorumluluk ve farkındalığın yanı sıra, büyümenin temiz ve çevreyi koruyan yönde olması yer almaktadır (Keskin, 2016: 287).

Diğer girişimcilik türlerinde olduğu gibi, yeşil girişimcilikte de aktif sorunlara çevresel bir üslupla yaklaşmanın, sürdürülebilir çözümler bulmanın, pazardaki boşluğun çevreci çözümlerle kapatılmasını sağlamanın temelinde yine yenilik ve yaratıcı çözümler yer almaktadır.

Çevreye değer vermek ve korumak, gelecek nesillere yaşanabilir temiz bir çevre miras bırakmak, günümüzde hem bireyler hem de işletmeler için en temel esaslar arasında yer almaktadır.

Dolayısıyla bugün girişimcilik faaliyetlerinde çevreyi bir tehdit unsuru olarak görmekten ziyade, bir fırsat olarak değerlendirmek, doğal çevrenin korunması ve daha sürdürülebilir bir gelecek arzusuyla ticari faaliyetlerin çekirdeğine ve bütününe çevreyi ve yeşili yerleştirmek esastır.

Bireylerin ve işletmelerin çevreye verdikleri zararları en aza indirmek, çevre sorunlarına çözüm bulmak ve sürdürülebilirliği sağlamak için yeni veya yenilenmiş süreçler, sistemler, teknolojiler kullanarak (Allen ve Malin, 2007:829), yeni ürün ve hizmet tasarımını, yeni örgütsel düzenlemeleri çevre odaklı ve çevreye uyumlu bir şekilde yapmak yeşil girişimciliğin temel amaçları arasında yer almaktadır (Keskin, 2016:287).

Bu noktada, çalışmamızın temelini oluşturan yeşil girişimcilik, birey ve toplum için değer yaratan girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirirken ekolojik ve sosyal ihtiyaçların birlikte düşünülmesi ve çevreye verilen zararın en aza indirilmesi hatta sıfırlanmasını amaçlamaktadır.

Yeşil girişimcilik, çevresel değerleri, yeniliğin ve yaratıcılığın bir parçası olarak gören ve yenilenebilir enerji kaynaklarıyla (Özçalık ve Tezsürücü, 2012:277) toplum ve birey adına daha temiz işler yapma anlamına gelmektedir.

Yeşil girişimciler ise, yenilik yapan ve risk alarak faaliyetlerinde çevreyi iyileştirme ve korumayı amaçlayan (Schaper, 2010:13); doğal dengeyi korumaya yardımcı olan ve piyasa için yeşil odaklı ürün, hizmet ve teknoloji üretilmesine katkı sağlayan bireylerdir (Farinelli vd., 2011:42).

KAYNAKÇA

Allen, John; Malin, Stephanie (2007), "Green Entrepreneurship: A Method for Managing Natural Resources", Society and Natural Resources, C: 21, s: 828-844.

Aykan, Ebru (2012), "Girişimciliğin Değişen Yüzü: Ekogirişimcilik", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C: 17, S: 3, s: 195-212.

Farinelli F., Bottini M., Akkoyunlu Ş., Aerni P., (2011), "Green Entrepreneurship: The Missing Link Towards A Greener Economy", ATDF Journal, C: 12, S: 3/4.

Gül, Zehra (2007), "İşletmelerde Üretim ve Çevreyi Bütünleştirmede ISO 14000 Yaklaşımı: Bir Alan Araştırması", Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.

Jones, Kent (2007), "Entrepreneurs in the Global Economy", Entrepreneurship: The Engine of Growth, Ed. Maria Minniti, Greenwood Publishing, Westport, s.135-156.

Keskin, Sevtap (2016) "Yeşil Girişimcilik", Yalova Sosyal Bilimler Dergisi, C: 7, S: 7, s: 285-294.

Kuratko, Donald (2008), Entrepreneurship: Theory, Process, Practice, South- Westhern Cengage Learning, USA.

Özçalık Melih; Tezsürücü Didem (2012),"Enerjide Bağımlılıktan Yeşil Girişimciliğe: Türkiye Ekonomisinde, Yenilenebilir Enerji Kaynaklarının Kullanımı", 4. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Manisa.

Schaper, Michael (2010), Making Ecopreneurs: Developing Sustainable Entrepreneurship, Ashgate Publishing Group, 2nd Edition.

SOSYAL SORUNLARIN YÖNETİM VE ÇÖZÜMÜNDE GELECEĞİ ŞEKİLLENDİRMEK: SOSYAL GİRİŞİMCİ KOOPERATİFÇİLİK VE AVRUPA GİRİŞİMCİLİK AĞI ÖRNEĞİ

Mehmet GÜNEŞ *

Özet

Girişimcilik sadece üretim faktörlerini bir araya getirmek ve fırsatlardan istifade ederek kâr amaçlı bir organizasyon oluşturmak değildir.

Küreselleşmenin dayattığı zorlu üretim ve paylaşım sorunlarıyla baş etmede artık tüm organizyonların ön planda dikkatini çeken konu, artan bir ilgi ile paylaşılan sosyal girişimciliktir.

Sosyal girişimcilik en temel anlamda sosyal değişimin desteklenmesi ve sosyal problemlerin azaltılmasını çıkış noktası kabul ederek ekonomik ve sosyal değer oluşturmaktır.

Aynı zamanda devletin ve özel sektörün ulaşamadığı, ihmal edilmiş, toplumdan dışlanmış, dezavantajlı durumdaki grupların sorunlarına yenilikçi çözümler bulunması ve bunun sürdürülebilirliğini sağlayacak mekanizmaların geliştirilmesidir.

Dernek, vakıf ve kooperatifler yoluyla sosyal girişimcileri hayırseverlik ve sivil toplum örgütlerin faaliyetlerinden ayıran temel fark; sosyal amaçlı faaliyetleri gerçekleştirmek için kar elde etme dürtüsü ile hareket etmeleridir.

Aynı zamanda sosyal girişimcileri kar amacı güden girişimcilerden ayıran fark ise sosyal misyonları doğrultusunda yenilik yaratıyor olmalarıdır.

**Doçent Doktor, Ufuk Üniversitesi İİBF, mehmet.gunes@ufuk.edu.tr*

Yeni sosyal girişimler geliştirmek sosyal girişimciliğin sadece bir yönüdür.

Diğer yönü ise, temel misyonu göz ardı etmeksizin, kâr amaçlı bir işletmenin temel ilkelerini uygulayarak gerektiğinde gelir maksimizasyonu yaratmaktır.

Bu anlamda sosyal sorunları gözeterek geliştirilebilecek en önemli sosyal girişimcilik yolu sosyal ekonomi oluşturmaktır.

Sosyal ekonomi, bazen diğer aktörlerin yaptıklarına alternatif sunarken (rekabeti etkili bir şekilde artırması ve tüketicilere sunulan seçeneklerini iyileştirmesi gibi) bazen de diğer kuruluşlara veya girişimlere her zaman açık olmayan insani, kurumsal ve finansal kaynaklara erişerek diğer aktörlerin faaliyetlerini tamamlayıcı ve güçlendirici bir rol üstlenir.

Sosyal ekonominin en öne çıkan araçları arasında kooperatifler yer almaktadır.

Ortaklarının belirli ekonomik menfaatlerini ve özellikle meslek ve geçimlerine ait ihtiyaçlarını karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle sağlayıp korumak amacıyla kurulan kooperatifler, yapılan işlem hacmine göre ekonomik sonuçların adil ve adil bir şekilde dağıtılması başta olmak üzere, toplumdaki himayeye muhtaç kesimlere istihdam sağlayan, mesleki işbirliği ve bütünleşmeyi artıran yönleri de dahil olmak üzere sosyal ekonomiye doğrudan katkı sağlamaktadır.

Kooperatifleri önümüzdeki yıllarda daha da etkinleştirecek durum sosyal girişimci nitelikleri olacaktır.

Kooperatifçiliğin geliştiği Avrupa coğrafyasındaki nüfusun üçte birine ait 250.000 kooperatif bulunduğu ve 5.4 milyon kişinin kooperatiflerde istihdam edildiği, genel sosyal ekonomi içerisinde İstihdam edilenlerin %70'inin kâr amacı gütmeyen kuruluşlarda, %26'sının kooperatiflerde ve %3'ünün ise karşılıklı toplumlarda istihdam edildiği görülmektedir.

Avrupa'da kooperatifler başta olmak üzere gelişen sosyal girişimci yapıları birleştirmek, aralarında sosyal ekonomi bağları tesis etmek, sosyal ekonomik ağlar üzerinden ekonomik gelişimi artıracak imkânlar sunmak üzere kurulan Enterprise Europe Network (Avrupa Girişimcilik

Ağı) 60'dan fazla ülkede 600 üye kurumda çalışan 3000'in üzerinde uzmanıyla uluslararası iş birlikleri kurmak isteyen özellikle KOBİ'lere, ayrıca büyük firmalara ve araştırmacılara hizmet eden dünyanın en büyük ağıdır.

Bu ekonomik sosyal ağda ticaret ve sanayi odaları, teknoloji transfer merkezleri, vakıf, dernek, kooperatifler, araştırma merkezleri ve KOBİ'lere destek sağlayan kurumlar yer almaktadır.

Her şehir / bölgede farklı kurumlar bir araya gelerek kendi Avrupa İşletmeler Ağı konsorsiyumlarını oluşturmaktadırlar.

Bu ağa AB üyesi ülkeler dışında ABD, Brezilya, Çin, Hindistan, Japonya, Meksika, Mısır, Rusya, Türkiye gibi ülkeler de dahil durumdadır.

Bu ağ sayesinde kooperatifler başta olmak üzere sosyal ekonomi alanında sosyal girişimci olarak görev alanların, uluslararası işbirliklerini artırmak, pazarda rekabet edebilirliklerini geliştirmek, uluslararası ortaklıklar kurmalarını sağlamak hedefleri gerçekleştirilmektedir.

Avrupa Girişimcilik Ağı, Avrupa'nın birçok ülkesinde temsilciliği olan bir mekanizma olarak kooperatif ve KOBİ'lere çeşitli konularda destek sağlamakta, yerel ağda bağlı olunan birim sayesinde yalnızca Avrupa fonlarından yararlanmakla kalmayıp, seminerlere katılarak yeni pazarlara açılma yöntemleri de kazandırmaktadır.

Avrupa Girişimcilik Ağı, Avrupa Komisyonu bünyesinde yürütülen ve kooperatifler de olmak üzere 50'den fazla ülkede, 600'ü aşkın irtibat ofisiyle, 25 milyon organizasyonu birbirine bağlayan uluslararası platformda en büyük çaplı işbirliği ağı olarak istihdam ve üretimi gözeterek Avrupa çapında iş geliştirme imkânı sunmakta, firma ve kooperatiflerin rekabetçilik ve inovasyon kapasitelerini geliştirmeye yönelik destek vermektedir.

Bu çalışmada gelecekte kooperatifçiliğin gelişen yüzü olarak sosyal girişimci kooperatifçiliğin özellikleri ve farklılıkları yanında sosyal ekonomi bağları içinde dünyanın en büyük girişimci ağı kabul edilen Enterprise Europe Network (Avrupa Girişimcilik Ağı)nın faaliyet ve çalışmaları hakkında değerlendirmeler yapılarak sosyal girişimci

kooperatifçiliğin sosyal sorunların çözümündeki rolü açıklanacaktır.

Anahtar Sözcükler: *Girişimcilik, Sosyal girişimcilik, Kooperatifçilik, Sosyal girişimci kooperatifçilik, Sosyal ekonomik ağ, Avrupa girişimcilik ağı.*

Jel Kodları: *L31, P13, Q13*

Shaping the future in the management and solution of social problems: Social entrepreneur cooperatives and the example of Enterprise Europe Network

Abstract

Entrepreneurship is not only aggregating factors of productions and utilizing opportunities by building profit making company.

Dealing with the challenging issues of globalisation in the production and sharing it is no longer in the foreground the topic that attracts attention of the entire organization is shared with an increasing interest in social entrepreneurship.

In the most basic sense Social entrepreneurship is promoting social change and creating economic and social value by accepting the reduction of social problems as an exit point.

At the same time,it is finding innovative solutions to the problems of disadvantaged groups that the state and private sector can not reach, neglected, excluded from society,

Developing new social initiatives is just one aspect of social entrepreneurship.

The other side of social entrepreneurship is to create revenue maximization when iti is necessary by applying the basic principles of a profit-making business without ignoring the basic mission.

In this sense, social economy is the most important social entrepreneurial way that can be developed by considering social problems.

The social economy plays a complementary and empowering role in other actors' activities, sometimes by providing alternatives to what other actors do (such as increasing competition effectively and improving options offered to consumers) and sometimes accessing human, institutional and financial resources that are not always clear to other organizations or initiatives.

Cooperatives are among the most prominent tools of the social economy.

Cooperatives which established to provide and protect the specific economic interests of the partners, especially their needs related to their profession and livelihood through mutual assistance, carried out employment in the people in need of protection in the society.

Cooperatives will have more social entrepreneurial qualities that will make them more active in the coming years. It is seen that 250.000 cooperatives belonging to one third of the European geographical population developed by cooperatives and 5.4 million persons are employed in cooperatives. And 70% of those employed in the general social economy are seen in non-profit institutions, 26% in cooperatives in Europe.

European Entrepreneurship Network has been established in Europe to combine social entrepreneurial developments, especially with cooperatives, to establish social economic ties among them and to provide opportunities for economic development through social economic networks.

The Enterprise Europe Network is the largest network in the world, with more than 3,000 employees working in more than 60 countries in more than 60 countries, especially with SMEs who want to establish international cooperation, as well as with large firms and researchers.

This economic social network is to support trade and industry chambers, technology transfer centers, foundations, associations, cooperatives, research centers and SMEs.

Through this network, social entrepreneurs which is included cooperatives in the field of social economy are realized in order to increase international cooperation, develop competitiveness in the

market, and establish international partnerships.

The European Entrepreneurship Network provides support to cooperatives and SMEs in various fields as a mechanism that is representative in many European countries and thanks to the unit connected to the network, it not only makes use of European funds but also introduces methods of opening to new markets by participating in seminars.

The European Entrepreneurship Network offers business development opportunities across Europe, taking into account employment and production as the largest cooperative network on the international platform linking 25 million organizations, with more than 600 liaison offices in more than 50 countries, including cooperatives operating within the European Commission and supports the development of competitiveness and innovation capacities of firms and cooperatives.

In this study, the characteristics of the social entrepreneurial cooperative as the developing face of the cooperative in the future and the role of the social problem in the solution will be explained.

Key Words: *Entrepreneurship, Social entrepreneurship, Cooperatives, Social entrepreneur cooperatives, Social economic network, The European entrepreneurship network.*

Jel Codes: *L31, P13, Q13*

4. OTURUM : Beşeri Sermaye Ve Uzmanlık Temelli İşgücü Planlaması

4ND SESSION : Human Capital and Workforce Planning with Expert Based

Beşeri Sermaye Ve Uzmanlık Temelli İşgücü Planlaması

Oturum Başkanı

Doç.Dr.Hasan YAYLI

Sürdürülebilir Kalkınmada Yenilenebilir Enerji Kooperatiflerinin Türkiye Açısından Rolü Ve Önemi
The Role And Importance Of Renewable Energy Cooperatives Over Sustainable Development In Terms Of Turkey

Doç. Dr.Yeter DEMİR USLU Öğr. Gör. Erman KEDİKLİ

Avrupa Birliği'nin Arıcılık Ve Bal Politikası
(Sürdürülebilir Kooperatifçilik Bağlamında Türkiye İçin Bir Değerlendirme)
European Union's Beekeeping And Honey Policies
(Evaluation For Turkey In The Context Of Sustainable Cooperatives)

Yrd. Doç. Dr.Selma AYTÜRE

Dünyada Ve Türkiye'de Sağlık Kooperatiflerine Stratejik Bakış
A Strategic View Of Health Co-Operatives Globally And In Turkey

Yrd. Doç. Dr.İmam Bakır KANLI

Etkin, Verimli Ve Sürdürülebilir Bir Kooperatifçilik İçin Temsilcilik Ve Tahkim Kurumlarının Önemi
The Importance Of Representation And Arbitration Institutions For An Efficient And Sustainable Cooperative System

Yrd.Doç.Dr. Süleyman AKDEMİR

Türkiye'de Konut Politikalarının Konut Kooperatifçiliği Üzerine Etkileri Ve Konut Kooperatiflerinin Konut Üretimindeki Rolü Üzerine Bir İnceleme
A Study On The Effects Of Housing Policies On Housing Cooperation In Turkey And The Role Of Housing Cooperation On Housing Production

Doç.Dr.Hasan YAYLI Öğ.Gör. Sinan AVAN

Gün : 6 Ekim 2017, Cuma
Saat : 11:00-12:30
Salon : Salon : 3
Yer : Avanoslu Selahattin Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMADA YENİLENEBİLİR ENERJİ KOOPERATİFLERİNİN TÜRKİYE AÇISINDAN ROLÜ VE ÖNEMİ

Yeter DEMİR USLU*
Erman KEDİKLİ**

Genişletilmiş Özet

Dünya ülkelerinin büyümesi ve kalkınması için enerji kaynaklarının temini ve maliyeti önemli bir faktördür.

Türkiye gibi gelişmekte olan ya da enerji bakımından dışa bağımlı olarak gelişen ülkeler için ise bu faktörler daha büyük öneme sahiptir.

Türkiye'nin sahip olduğu jeopolitik konum gereği enerji güvenliği sürdürülebilir kalkınma için hayati önem taşımaktadır.

Türkiye'nin enerji ihtiyacında büyük orandaki dışa bağımlılığı, enerjinin ülkemiz için ne kadar önemli olduğunu ispatlayan bir unsurdur.

Türkiye petrol ihtiyacının %93'ünü doğalgazın ise %98'ini ithal etmektedir.

Doğalgaz ithalatının yarısından fazlası Rusya'dan sağlanmaktadır. İthal edilen gazın yarıya yakını da elektrik üretimi için kullanılmaktır.

Dolayısıyla Rusya ülkemiz elektrik üretiminin %25'ini etkileyebilecek güce sahiptir.

Tek bir ülkenin böylesine büyük etki yaratabilecek potansiyele sahip olması enerji riskinin ne kadar yüksek olduğunu göstermektedir.

Türkiye'nin sahip olduğu coğrafi konum; yenilenebilir enerji

* *Doç. Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi, dryeterdemir@gmail.com*
** *Öğr. Gör., İstanbul Medipol Üniversitesi, ermankedikli@gmail.com*

kaynakları açısından; ülkemizin rekabet içinde olduğu ekonomiler noktasında avantajlı kılmaktadır.

Ülkemizin elektrik tüketim verileri 70'li yıllardan itibaren, 2001 ve 2009 kriz yılları haricinde devamlı artış göstermiştir.

Son on yıl ortalama enerji tüketimi artışı ise %5.1 seviyesindedir.

Türkiye enerji talebinin %74'e yakınını dışardan temin etmektedir. 2015 yılı sonu itibariyle toplam elektrik üretimimizin 177,866 GWh'ı termik santrallerden, 66,903'ü GWh'ı Hidroelektrik santrallerinden ve 14,922 GWh'ı da diğer yenilenebilir enerji kaynaklarından sağlanmaktadır.

Ülkemizin sadece güneş enerjisinden elektrik üretme potansiyeli 380 Milyar kWh seviyesindedir.

Türkiye tükettiği toplam elektrik enerjisinden 105 Milyar kWh (2016 verileri ile) daha fazla elektrik üretebilecek potansiyele sahiptir.

Rüzgar, biokütle gibi yenilenebilir enerji kaynaklarının da potansiyeli eklendiğinde ülkemizin stratejik bir enerji potansiyeline sahip olduğu ortaya çıkmaktadır.

Artan enerji ihtiyacı ve enerji arz güvenliğinin öneminin anlaşılması bu konularda daha fazla çalışma yapılması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır.

Bu çalışmada ülkemizin mevcut yenilenebilir rüzgar ve güneş enerjisi kaynaklarının aktif olarak kullanılabilmesi ve dahası ülke ekonomisinin geleceği için söz konusu kaynaklarının sürdürülebilirliğinde yenilenebilir enerji kooperatifçiliğinin rolü belirlenmeye çalışılarak alternatif yaklaşımlar geliştirilmeye çalışılmıştır.

Dünyanın en gelişmiş ülkeleri sahip oldukları "kooperatif örgütlenmesi" sayesinde ekonomik kalkınmalarını ve sanayileşme süreçlerini uzun süre önce tamamlamışlardır.

Ülkemizde yaklaşık yüzyıllık bir geçmişe sahip olmasına rağmen kooperatifçilik kültür ve yapısının istenilen seviyeye ulaşamamasında aynı zamanda da ekonomiye, gelişmiş ülkelerdeki örneklerine oranla, daha az katkısının bulunmasının nedenleri arasında çeşitli iç ve dış etmenler bulunmaktadır.

Söz konusu etmenler içinde en önemlileri; kooperatifçilik girişimlerinin halk tarafından değil devlet eliyle hayata geçirilmeye çalışılması ve kötü imaj ve algı yaratan başarısız kooperatif örneklerinin bulunmasıdır.

Kooperatifler toplumsal bir dayanışma ürünü olmasının yanı sıra sürdürülebilir sosyal ve ekonomik kalkınmayı sağlama hususunda çarpan etkisi olan role ve yetiye sahiptir.

Toplumsal dayanışma olgusu sayesinde bireylerin, günümüzün en önemli sorunlarından biri olan çevreye verilen zararın artmasını önleme konusunda birlik olmak ve ortak geleceği koruma yönünde örgütlenmeleri daha kolay olacaktır.

Bu kapsamda enerji kooperatiflerinin özellikle yenilenebilir enerji kaynakları üzerine yoğunlaşması, söz konusu alanlara yönelik yatırımlarda bulunması; sosyal ve ekonomik kalkınmaya doğrudan ve dolaylı olarak katkı sağlayacaktır.

Kooperatiflerin asıl amaçları sermaye artışından ziyade ortaklarının kalkınmasıdır.

Enerji bağımlılığı yüksek düzeyde olan Türkiye'de, dünyanın birincil amacı konumundaki bir alanda toplumsal sorumluluk bilincine sahip kooperatiflerin faaliyet göstermeleri, enerji piyasasında alternatif girişimlerin yer alması nedeniyle önem arz etmektedir.

Sürdürülebilir kalkınma hedefine ulaşmak açısından da yenilenebilir enerji sektörünün öne çıktığı görülmektedir.

Ancak yenilenebilir enerji kaynaklarının kuruluş maliyetlerinin yüksek olması birçok girişimcinin bu yönde yatırım yapmasına engel olmaktadır.

Bu noktada enerji kooperatiflerinin varlığı/kurulumu yenilenebilir enerji yatırımlarının önündeki en büyük engelin ortadan kalkmasını sağlayabilir.

Türkiye'nin enerji temininde dış kaynaklara bağımlılığı bu alanlara yapılacak yatırımların sürdürülebilir bir büyüme ve gelişme için önemini bir kez daha ortaya koymaktadır.

Türkiye sahip olduğu yenilenebilir enerji kaynakları etkin ve verimli

kullanılabildiği ölçüde sürdürülebilirlik ve ekonomik kalkınma adına çok önemli bir safhayı kayıpsız bir şekilde geçmiş olacaktır.

Yenilenebilir enerji sektöründe kooperatifleşme konusunda Türkiye; ABD, Almanya ve İngiltere gibi ülkelerin oldukça gerisindedir.

Bunun en büyük nedenleri arasında ise neredeyse her sektörde kendine yer edinmiş kooperatifçiliğin enerji alanında da kendine yer bulması için ülkemizde yeteri kadar farkındalığın oluşmamasıdır.

Ayrıca kanun ve yönetmeliklerde yer alan lisans başvurusu yapabilecek tüzel kişiler arasında kooperatiflerin bulunmaması büyük ölçekli yenilenebilir enerji kaynakları üretim tesislerinin kurulmasına engel olmaktadır.

Kanun ve yönetmeliklerde yapılacak düzenlemeler sayesinde öncelikle yenilenebilir enerji kooperatifçiliğinin kuruluş aşamasındaki yasal engeller ortadan kalkacaktır.

Sonuç olarak yenilenebilir enerji kooperatiflerinin kurulması; başta ülkemizin kooperatifçilik alanındaki ilerlemesine, halkın ekonomik süreçlerde aktif olmasına, enerjide tekelleşmeyi önleyerek enerji fiyatlarının düşürülmesine, bölgesel kalkınmaya, istihdam yaratmasına, çevresel zararın en aza indirilmesine, ekonomiye çarpan etkisi yaratarak katkı sağlamasına, en önemlisi de ülke enerji arz güvenliğine katkıda bulunarak enerji bağımlığını azaltmasına yardımcı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir gelişim, yenilenebilir enerji kaynakları, enerji kooperatifleri, enerji bağımlılığı.*

The Role and Importance of Renewable Energy Cooperatives over Sustainable Development In Terms Of Turkey

Extended Abstract

Energy resource procurement and energy cost are important factors for growth and developing of world economies.

The factors are further significance for countries, as Turkey, have

developing economy or developing thanks to foreign-dependent energy resource procurement.

Energy security is crucial for Turkey's sustainable development by force of geopolitical position.

Turkey's substantial external energy dependence proves to importance of energy for us.

Turkey imports 93 percent of need for petrol and also 98 percent of natural gas from abroad.

Besides, more than half of natural gas import from Russia. And nearly half of natural gas is using for power generation.

Hence, only Russia has potential effect over 25 percent of power generation of Turkey.

It shows, energy risk of Turkey stands very high level.

But, geographical location of Turkey provides advantage against rival economies thanks to potential of renewable energy resources.

Turkey's electrical energy consumption has a tendency to increase, out of 2001 and 2009 crisis years, since 1970s.

Also, average of energy consumption increase of previous ten years is %5.1. Turkey provide 74 percent of energy demand from external sources.

Power generation of the country is supplied 177,866 GWh from steam power plants, 66,903 GWh from hydroelectric power plants and 14,922 GWh from renewable energy resources by the end of 2015.

The potential of solar energy power generation is about 380 Billion kWh. So, Turkey has 105 Billion kWh (2016 statistic) potential much more than consumption.

With other renewable energy resources Turkey has a big and strategic renewable energy potential.

Increased energy demand and found out of importance of energy security caused to make new researches and studies in this subjects. In this study, we try to design alternative attitude for using renewable

energy sources actively and the economy of Turkey by try to state act of energy cooperative on the sustainability of renewable energy sources.

The most developed countries have accomplished economic development and industrialisation period priorly, under favour of "cooperative organization".

Although Turkey has centenary cooperative history and experience, cooperative culture and structure hasn't reached desired level.

For this, our cooperatives haven't positive effect on economy due to internal and external factors.

The most important factors are bad image and perception, making cooperative enterprises by the government instead of public.

Cooperatives not only have role on sustainable social and economic development and multiplier effect, but also they are a social solidarity institution.

Individuals collaborate easily for reducing to damage expansion to nature and protecting common future. So, energy cooperatives should concentrate and invest in the sector.

After that organizing, energy cooperatives will contribute to social and economic development directly or indirectly.

Original purpose of cooperatives is progress of societies rather than capital increase.

In Turkey, has high level energy dependence, active cooperatives have social responsibility become more of an issue due to existence of alternative initiative in the sector.

Renewable energy sector shine out with regards to target of sustainable development.

But high level of start-up cost of renewable energy foundations prevent invest of many entrepreneurs in the sector.

Turkey has fallen behind away from USA, Germany and England about becoming cooperative organisation in renewable energy sector.

One the most important factor is absence of awareness in renewable

energy cooperativeness.

Also cooperatives aren't accepted as a legal entity, so cooperatives can't make application for renewable power plant licence.

Hence, this present rules and regulations and factors prevent setting up large-scale renewable energy power plants.

Legal barriers in which, establishment phase will disappear by editing rules and regulations.

Consequently, establishing renewable energy cooperatives lend assistance to advancing in cooperativeness of Turkey, being active of public in economic process, decline of electric prices thanks to prevent monopolisation in energy sector, minimising environment damage, providing employment, contributing to economy with multiplier effect, decreasing energy dependence.

Key Words: *Sustainability, sustainable development, renewable energy sources, energy cooperatives, energy dependence.*

AVRUPA BİRLİĞİ'NİN ARICILIK VE BAL POLİTİKASI (SÜRDÜRÜLEBİLİR KOOPERATİFÇİLİK BAĞLAMINDA TÜRKİYE İÇİN BİR DEĞERLENDİRME)

Selma AYTÜRE*

Özet

Amaç: Avrupa Birliğinin bal ve arıcılık politikaları hakkındaki bilgi seviyesini yükseltmek ve Türk politikalarının uyumunu sağlamaya katkıda bulunmaktır.

Gereç ve Yöntem: *Çalışmada arama, değerlendirme yöntemi uygulanmıştır.*

Bu şekilde AB mevzuatı, politikaları ve ulusal programlar incelenerek, Ülkemize bir örnek sunulmaya çalışılmıştır.

Bulgular: *AB Dünyanın ikinci büyük bal üreticisidir ve arı ürünleri ticaretinde önemli bir rol oynamaktadır.*

Arıcılık hemen hemen bütün ülkelerde yapılmaktadır, ancak üretim yöntemleri, hasıla ve şartlar farklılık göstermektedir.

AB bu sektörü, pazarlanan bal ve üretimi artırmak amacıyla, ulusal arıcılık programları aracılığıyla desteklemektedir.

Arıcılık ürünlerinin işlenmesi, sürdürülebilir büyümeye ve bu sektörün gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Arı kolonileri tozlaşma yoluyla çevreye önemli katkılar

** Yrd. Doç. Dr., Aksaray Üniversitesi, ŞUTİYO, Şereflikoçhisar, Ankara, TÜRKİYE, e-posta: selmaayture@aksaray.edu.tr*

sunmaya devam etmekte, böylece kırsal alanların kalkınmasını da desteklemektedir.

Ülkemizde arıcılık önemli ve yaygın bir faaliyet olmasına karşın, ekonomi içindeki payı AB Ülkelerinde ve ABD'de olduğu kadar değildir.

Sonuç: *AB mevzuatı ve AB Üye Ülkelerinde uygulanmakta olan 3 yıllık ulusal programlar incelenmiş, bu programların Ülkemizde uygulanabilmesi için politika belirleyicilere ışık tutulmaya çalışılmıştır.*

AB Ülkelerinde uygulanmakta olan 3 yıllık programların Ülkemizde uygulanması halinde hem söz konusu mevzuata uyum sağlanmış olacak, hem de kooperatifçiliğin sürdürülebilirliği ile sektörün gelişmesine katkı sağlanacaktır.

Anahtar Kelimeler: *AB, Arıcılık, Bal, Politika, Türkiye, Kooperatifçilik, Sürdürülebilirlik.*

JEL: *Q01*

European Union's Beekeeping and Honey Policies

(Evaluation for Turkey in the Context of Sustainable Cooperatives)

Abstract

Aim: *The aim of this work is, improvement of knowledge level of the EU's bekeeping and honey policies and helping adoption of the Turkish policies to the EU.*

Material and Method: In this study, exploration, evaluation methods have been applied.

Fort this aim, EU legislation, policies and national programs have been examined and attempted to present an example to our country.

Finding: *The European Union is the world's second honey producer, and plays an important role in the trade of apiculture products.*

Beekeeping is practiced in all EU Member States without exception, being characterised by the diversity of production conditions, yields and beekeeping practices.

The EU supports this sector through national apiculture programmes in order to improve the production and marketing of honey.

Progressing apiculture will contribute to the sustainable growth and development of this sector, bee colonies will continue to act as the providers of important environmental service through pollination, while beekeeping will support the development of rural areas.

Beekeeping is a common and important activities in our country, but the share of the economy is not as well as in EU countries and in the United States.

Conclusion: *EU legislation and 3-year national programs being implemented in the EU Member States examined and have been tried to enlighten to the way of policy makers.*

If the 3-year program is implemented in Turkey like in the EU, harmonization of the legislation will be realised and will contribute to the development of our sector via sustainable cooperatives at the same time.

Keywords: *EU, Beekeeping, Honey, Policies, Turkey, Cooperation, Sustainability.*

JEL: *Q01*

AB Dünyanın Çin'den (% 27,3) sonra ikinci büyük bal üreticisidir (% 13,3) ve arı ürünleri ticaretinde önemli bir rol oynamaktadır.

Sadece bal değil, polen, propolis, arı sütü ve balmumu da satmaktadır.

AB aynı zamanda net ithalatçıdır.

İthalat en çok Çin, Ukrayna ve Latin Amerika ülkelerinden yapılmaktadır.

Dünya üretiminde AB'ni Türkiye, Arjantin, Ukrayna, Rusya Federasyonu ve ABD izlemektedir.

Avrupa Birliği'nde en büyük üretici Romanya'nın üretiminin 2015 verilerine göre 35.000 ton olduğu göz önüne alındığında, Türkiye'nin 108.000 ton bal üretimi ile AB'ye üye olduğunda en büyük üretici olacağı görülmektedir.

AB'ye üyeliğe hazırlanan ülkemizde AB'deki uygulamaların takip edilmesinde fayda görülmektedir.

Avrupa Birliği'nde Tek Ortak Piyasa Düzeni Tüzüğünü değiştiren 1308/2013 Sayılı Tüzüğün 55.Maddesine göre, ulusal arıcılık programlarında yer alan tedbirlerin başında: "Arıcılara ve arıcılık örgütlerine teknik yardım" gelmektedir.

Teknik yardım, üretimin etkinliğini ve daha iyi pazarlama tekniklerini artırmak için düzenlenmektedir.

Arıcılar için ve arıcılık grupları ve kooperatifleri için kurslar ve diğer eğitim metodları kullanılarak, yetiştiricilik, hastalığın önlenmesi, toplama, paketleme, depolama, taşıma ve pazarlama hakkında bilgi verilmesini kapsamaktadır.

AB'ne üye olunmasa bile, uygulamaların örnek alınması bir taraftan Türkiye'deki arıcılığın gelişmesini sağlayacak,

diğer taraftan altyapı sorunlarını da giderecek, örgütlenmeyi artıracaktır.

Üstelik Ülkemiz arıcılık bakımından oldukça elverişlidir. Benzer sorunlar Ülkemizde de yaşanmaktadır.

Benzer tedbirler alınması, hem sektörün uyumunu kolaylaştıracak, hem de rekabet gücümüzü artıracaktır.

Çalışmada tarama yöntemi kullanılmıştır. Sürdürülebilir gelişim için kooperatifçilik bağlamında, Ülkemizde arıcılık kooperatiflerinin gelişimine ve sürdürülebilirliğine katkı sağlanmaya çalışılmıştır.

DÜNYADA VE TÜRKİYE'DE SAĞLIK KOOPERATİFLERİNE STRATEJİK BAKIŞ

İmam Bakır KANLI*

Genişletilmiş Özet

Bugün dünyada 836 milyon insan aşırı yoksulluk altında yaşamını sürdürmeye çalışmaktadır.

Gelişmekte olan ülkelerde yaklaşık beş kişiden biri günlük 1.25 ABD'nin altında bir gelirle hayatını idame ettirmeye, her dokuz kişiden biri ise, ki bu yaklaşık 795 milyon kişiye tekabül etmektedir, yetersiz beslenme ile karşı karşıya kalmaktadır.

Sürdürülebilir yapılar elde etmenin önemi gün geçtikçe artmakta; araştırmacılar ve politika yapıcılar bu yapıları elde etmek için çaba sarf etmektedirler.

Bu bağlamda küresel ölçekte verilen uğraşılardan birisi de "2030 Gündemi" olarak belirlenen "Sürdürülebilir Gelişme Hedefleri"nin belirlenerek uygulanmasıdır.

Birleşmiş Milletler (BM) tarafından yürütülen çalışmada 17 ana hedef belirlenmiş ve bu hedeflere götürecek stratejiler oluşturulmuştur.

BM tarafından belirlenen bu hedefler arasında üçüncü sırada yer alan "İyi Sağlık ve Refah" (Good Health and Well Being) başlıklı ana temanın açılımı "Sağlıklı yaşamak ve her yaştan herkes için refahı sağlamak" (Goal 3: Ensure healthy lives and promote well-being for all at all ages) olarak belirlenmiştir.

* *Yrd. Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü, bkanli@yahoo.com*

Bu belirlemede Dünya Sağlık Teşkilatı (WHO) tarafından hazırlanan ve 20 başlık altında toplanarak raporlaştırılan verilerin rolünün de önemli olduğu düşünülmektedir.

Sağlık, kentsel sürdürülebilirliğe ulaşmada stratejik öneme haiz parametrelerden biridir.

Sağlıklı olmayan kentlerin ülkesel ölçekte toplumsal ve ekonomik yapılarının da sağlıklı olması pek mümkün değildir.

Kentler canlı organizma gibidirler.

Doğar, gelişir hatta hastalanır ve ölürler.

Canlının en küçük sistemik parçası olan hücreler, kentlerde mahallelerdir.

Nasıl ki bir canlı organizması; hücre, doku, organ, sistem ve bedenden oluşuyorsa bu hiyerarşi analojik bir yaklaşımla yerleşimler hiyerarşisine de yansıtılabilir.

Bu bağlamda mahalle, semt, şehir, büyükşehir ve ülke bu hiyerarşiyi oluşturur.

Bu yüzdendir ki tümden gelimci yaklaşımlar yerine tümevarımcı yaklaşımlar, sorunların çözümünde daha etkili olacağından mahalle ölçeğinde sürdürülebilir yapılar elde etmek, toplamda ülkenin sürdürülebilirliğine giden yolu da inşa edebilecektir.

Organizma hücresi içinde pek çok alt sistemi barındırmakta bu alt sistemlerin birbirleriyle uyumlu ve ortak amaç ve hedefler doğrultusunda çalışması ile yaşanabilirlik başka bir ifade ile sürdürülebilirlik sağlanmaktadır.

Bu alt sistemler içinde stratejik öneme haiz olanlardan biri de hücrenin ihtiyacı olan enerjiyi üreten santrali olan mitokondrilerdir. Onlar olmaksızın hücrenin yerine getirebileceği işlevler mümkün olmayacaktır.

İşte mitokondriler sosyal hücrenin ekonomik sistemidirler. Mitokondri içinde yer alan ribozomlar ise kooperatif yapılara benzetilebilir.

Bilim dünyası ve küresel ölçekte politika üreticileri bugün artık kooperatiflerin etkin olup olmadıklarından ziyade sürdürülebilir kalkınmayı sağlamada ne kadar etkin olabilecekleri üzerine araştırmalar yapmakta veya politikalar geliştirmektedirler.

Hiç kuşku yok ki küresel ölçekte kooperatifçiliğin gelişimine ve ekonomide tuttuğu ağırlığa bakıldığında kooperatifler, sürdürülebilir gelişme konusunda verilen mücadelenin ön cephe savaşçıları gibidirler.

Elbette bunda kooperatiflerin salt ekonomik amaç ve hedeflerinin yanında sosyal ve kültürel karakteristiklerinin de oluşunun payı büyüktür.

Kooperatiflerin, sürdürülebilirliğin en temel yapı taşları olan; ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel unsurları bünyesinde barındırması, onların ülkelerin sürdürülebilirliğine yapacağı katkıları göstermesi açısından önemlidir.

Kooperatiflerin mikro ölçekten başlayıp makro ölçeğe kadar uzanan pek çok faydası bulunduğu bilinen bir gerçektir.

Bu gerçeklik içinde özellikle geniş kitlelere götürülecek hizmetlerde kooperatiflerin oldukça başarılı sonuçlar aldığı da ülke örnekleri ile sabittir.

Özellikle sağlık alanı devletlerin kooperatiflerden destek görebilecekleri stratejik bir öneme ulaşmıştır.

Öyle ki artık kooperatifler sağlık sisteminin önemli oyuncuları haline gelmiştir.

Yerleşme hiyerarşisiyle uyumlu olarak yerelden (sosyal hüre=mahalle) küresel ölçeğe kadar farklı alanlarda örgütlenip sağlık alanı içinde çok farklı ve geniş spektrumlu mal ve hizmet sunumu (rehabilitasyondan akut hizmetlere kadar) gerçekleştirebilmektedirler.

Özellikle evde bakım hizmetleri, ilaç imalatı ve sigorta hizmetleri gibi faaliyetler de bu alan içinde yer almaktadır.

Üyeleri ve kullanıcıları bu hizmetleri piyasa koşullarından çok daha uygun fiyatlarla ve kalitede temin edebilmektedir.

Sağlık kooperatifleri gelişmiş ülkelerde; ya bu alanda çalışanlar

tarafından, ya tüketiciler tarafından ya da ortaklaşa yapılar şeklinde kurulmakta ve faaliyetlerini sürdürmektedirler.

Kamusal ağırlığın azalmaya başladığı sağlık alanında, kooperatifler oldukça önemli bir misyonu yerine getirmektedirler.

Kamu ve özel teşebbüsün ortaya koydukları modelin ara kesiti olabilecek kooperatifler, pek çok ülkede sağlık alanında da oldukça büyük başarılara imza atmaktadırlar.

Böylece, sağlık kooperatifleri, ortakları tarafından yönetilen, başta ortaklar olmak üzere ihtiyaç sahiplerine hizmet eden, tek ve birincil amacı kar etmek olmayan, geniş kitlelere ulaşabilen, ve insanların güvenebildikleri bir model olarak, Türkiye'nin aksine, Avustralya, Brezilya, Kanada, Finlandiya, Fransa ve Almanya gibi pek çok gelişmiş veya gelişmekte olan ülkenin sağlık sisteminde etkin ve verimli bir şekilde yerini almıştır.

Bu çalışmanın amacı, sağlık kooperatiflerini dünya örnekleri üzerinden inceleyerek Türkiye özelinde bir karşılaştırma yapmak ve araştırmacılara, politika yapıcılara ve kooperatifçilik bürokrasisine kılavuz olabilmektir.

Ayrıca çalışmada; kooperatifçilik hareketi ve kavramının dünden bugüne geçirdiği evrime kısaca bakılmakta, kooperatiflerin sürdürülebilir gelişmenin sağlanmasında üstleneceği rolün önemine vurgu yapılmaktadır.

Çalışmanın kapsamı seçilmiş bazı gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yer alan sağlık kooperatifleri ve Türkiye'deki sağlık kooperatifleri ile sınırlandırılmıştır.

Yöntem olarak ise; öncelikle literatür taraması yapılmış, küresel ve yerel ölçekli kurumlardan elde edilen istatistiki veriler analiz edilmiş, elde edilen sonuçlar bir sentez değerlendirmesine tabi tutularak çalışma sonuçlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal Hücre, Mahalle, Sürdürülebilirlik, Sürdürülebilir Gelişme, Kooperatif, Mahalle Kooperatifi, Sağlık Kooperatifi*

Jel Kodları: *I14, I15, I19, P13, Q01*

A Strategic View of Health Co-operatives Globally and in Turkey

Extensive Summary

Today, 836 million people in the world are trying to survive under extreme poverty.

In developing countries, approximately one in five people are trying to make a living with less than 1.25 US dollars a day.

One out of every nine people, which corresponds to about 795 million, is faced with malnutrition.

The importance of achieving sustainable structures, hence, is increasing day by day and researchers and policy makers strive to achieve these goals.

In this context, one of the efforts given to the global scale is to determine and implement the "Sustainable Development Goals" which is defined as the "2030 Agenda".

In the work carried out by the United Nations (UN), 17 main objectives have been identified and their strategies have been developed in order to achieve these goals.

The main theme, "Good Health and Well Being", ranked third among these goals set by the UN, is "Goal 3: Ensure healthy lives and promote wellbeing for all at all ages".

It is thought that the role of the data prepared by the World Health Organization (WHO) and reported under 20 headings is also important.

Health is one of the parameters that have strategic importance in achieving urban sustainability.

It is not possible for countries to reach sustainability socially and economically unless their cities are healthy and sustainable.

Cities are like living organisms such that they are born, they grow, get sick and die.

Cells, which are the smallest systemic part of the organism, are the neighbourhoods in the cities.

Just like a living organism; cell, tissue, organ, system and body, this hierarchy can be reflected in the hierarchy of settlements with an analogous approach.

In this context, neighbourhood, district, city, metropolis and country constitute this hierarchy.

In this sense, instead of deduction approaches, induction approaches will be more effective in solving problems, and achieving sustainable structures on the neighbourhood scale will also build the path to the sustainability of the country as a whole.

The organism carries many sub-systems within the cell, and these sub-systems are compatible with each other and work towards common goals and targets, thus achieving sustainability.

Among these subsystems, mitochondria, which are energy-producing plants that need to be powered, are those that have strategic pre-requisites.

Without them, the functions that the cell can fulfil will not be possible.

Here, mitochondria are the economic system of the social cell.

The ribosomes located in the mitochondria can be likened to co-operative structures.

The world of science and policy makers at global scale are now exploring or developing policies on how effective co-operatives can be in providing sustainable development, whether or not co-operatives are active.

There is no doubt that co-operatives are like front-line warriors of the fight against sustainable development, when considering the development of co-operatives on a global scale and the weight held by the economy.

Of course, the ratio of the social and cultural characteristics of co-operatives in addition to their purely economic goals and objectives is great.

Co-operatives having economic, social and environmental characteristics, which are also the basic building blocks of sustainability, are important in showing the contribution to sustainability of countries.

It is a well-known fact that co-operatives have many benefits starting from micro scale to macro scale.

In this reality, especially in the services to be taken to large masses, co-operatives are very successful.

There are many examples of countries where successful results are achieved. The field of health has reached such a strategic point that governments are able to obtain support from co-operatives.

Such that, co-operatives have become important players in the health system.

In accordance with the hierarchy of the settlements, they can be organized in different areas from the local (social cell = neighbourhood) to the global scale and deliver broad-spectrum goods and services (from rehabilitation to acute services) within the health field.

Especially activities such as home care services; drug manufacturing and insurance services are also included in this field.

Members and users are able to obtain these services at a much more affordable price.

Health co-operatives in developed countries, are established either by the employees of this area, by the consumers, or by collaborative structures.

In the field of health, where public health is starting to decline, co-operatives fulfil a very important mission.

Co-operatives, which can be the intersection of the models that public and private enterprises put forward, are achieving great success in the health field in many countries.

Thus, unlike Turkey, health co-operatives, which are managed by their members, providing services to their members and to those in need, not primarily aiming at gaining profit, are a model that people can trust, have positioned themselves effectively and efficiently in the health system of both many developed and developing countries such as Australia, Brazil, Canada, Finland, France and Germany.

The aim of this study is to make a comparison with Turkey and to guide researchers, policy makers and co-operatives bureaucracy by examining health co-operatives through world examples.

In addition, the evolution of the co-operative movement and its concept is briefly examined and emphasis is placed on the roles undertaken by co-operatives in achieving sustainable development.

The scope of the study is limited to health co-operatives in some developed and developing countries and the situation of Turkey.

As a method, first, literature was reviewed, second, statistical data obtained from global and local scale institutions were analysed and then finally, the results obtained were subjected to a synthesis evaluation and the study was concluded.

Keywords: Social Cell, Neighbourhood, Sustainability, Sustainable Development, Co-operative, Neighbourhood Co-operative, Health Co-operative

---

KAYNAKÇA

Better Health & Social Care: How are Co-ops & Mutuals Boosting Innovation & Access Worldwide? An International survey of co-ops and mutuals at work in the health and social care sector (CMHSC14), Vol. 2: National Cases (2014), LPS Productions, Montréal, Québec, Canada, http://base.socioeco.org/docs/international-survey-co_op-and-mutual-health-and-social-care-cmhsc-14.pdf, [Erişim Tarihi: 12.08.2017].

Butcher, Bill; Xu, Yan (2014), "Chinese co-operatives and environmental social responsibility", Chinese Economy, Vol.47, No.4, pp. 63-80.

Casaburi, Lorenzo; Macchiavello, Rocco (2015), "Loyalty, exit, and enforcement: Evidence from a Kenya dairy co-operative", American Economic

Review, Vol.105, No.5, pp. 286-290.

Choguill, Charles L. (2008), "Developing sustainable neighbourhoods", Habitat International, Vol.32, No.1, pp. 41–48.

CW (Community-Wealth). Overview Co-operatives. http://community-wealth.org/strategies/panel/coops/index.html [11.07.2017].

Dempsey, Nicola; Bramley, Glen; Power, Sinéad ve Brown, Caroline (2011), "The social dimension of sustainable development: Defining urban social sustainability", Sustainable Development, Vol.19, pp. 289–300.

Gelişmiş Ülkelerde Kooperatifçilik Uygulamaları-2013, T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, http://koop.gtb.gov.tr/data/53f446f5f2937070ec108368/GUKU-SON.pdf, [Erişim Tarihi: 15.07.2017].

Harun, Mohd Zainal Munshid; Chin, Othman (2015), "Examining the association between group cohesion and group performance in the co-operative movement. International Journal of Business and Industrial Marketing", Vol.1, No.2, pp. 26-30.

ICA (International Co-operative Alliance). http://ica.coop/en/facts-and-figures [Erişim Tarihi: 11.07.2017].

ILO (International Labour Organisation) http://www.ilo.org/dyn/normlex/en/f?p=NORMLEXPUB:12100:0::NO::P12100_ILO_CODE:R193, [Erişim Tarihi: 11.07.2017].

Kanlı, İmam Bakır (2016), "Sürdürülebilir gelişmeyi sağlamada startejik bir araç: Mahalle Kooperatifleri", Çağdaş Yerel Yönetimler, C.25, S.3, s. 1-34.

Kuhlman, Tom; Farrington, John (2010), "What is sustainability?", Sustainability. Vol.2, pp. 3436-3448.

Mori, Pier Angelo (2014), "Community and cooperation: The evolution of co-operatives towards new models of citizens' democratic participation in public services provision", Annals of Public and Co-operative Economics, Vol.85, No.3, pp. 327-352.

Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018 Sağlık Hizmetlerinin Etkinliğinin Arttırılması ve Mali Sürdürülebilirlik Özel İhtisas Komisyonu Raporu, http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/zel%20htisas%20Komisyonu%20Raporlar/Attachments/257/Sa%C4%9FlikHizmetlerinin%20

Etkinli%C4%9Finin%20Art%C4%B1r%C4%B1lmas%C4%B1%20ve%20Mali%20S%C3%BCrd%C3%BCr%C3%BClebilirlik%20%C3%96zel%20%C4%B0htisas%20Komisyonu%20Raporu.pdf, [Erişim Tarihi: 07.07.2017].

Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018 Yaşlanma Özel İhtisas Komisyonu Raporu, http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/zel%20htisas%20Komisyonu%20Raporlar/Attachments/248/Ya%C5%9Flanma%20%C3%96zel%20%C4%B0htisas%20Komisyonu%20Raporu.pdf, [Erişim Tarihi: 07.07.2017]

Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018, http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Kalknma%20Planlar/Attachments/12/Onuncu%20Kalk%C4%B1nma%20Plan%C4%B1.pdf, [Erişim Tarihi: 07.07.2017]

Picciotti, Antonio; Bernardoni, Andrea; Cossignani, Massimo ve Ferrucci, Luca (2014), "Social co-operatives in Italy: Economic antecedents and regional distribution", Annals of Public and Co-operative Economics, Vol.85, No.2, pp. 213-231.

Rosen, Marc A. (2009), "Sustainability: A crucial quest for humanity – Welcome to a new open access journal for a growing multidisciplinary community", Sustainability, Vol.1, pp. 1-4.

Segu'i-Mas, Elies; Helena-Maria, Bollas-Araya ve Fernando, Polo-Garrido (2015), "Sustainability Assurance on the Biggest Cooperatives of the World: An Analysis of their Adoption and Quality", Annals of Public and Cooperative Economics, Vol.86, No.2, pp. 363-383.

Stepping Up Global Health: Towards Resilient, Responsible nad Responsive Health Systems. B20 Health Initiative Policy Paper 2017, https://www.b20germany.org/fileadmin/user_upload/B20_Germany_Policy_Paper_Health_Initiative.pdf, [Erişim Tarihi:02.07.2017].

Türkiye Geneli Kooperatif ve Birlik Sayıları- Rapor Tarihi:2016, T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, http://koop.gtb.gov.tr/bilgi-bankasi/istatistiki-veriler/turkiye-geneli-kooperatif-ve-birlik-sayilari, [Erişim Tarihi: 15.07.2017].

Türkiye Kooperatifçilik Raporu-Mayıs 2017, T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, http://koop.gtb.gov.tr/data/592ea2dd1a79f514ac499aae/TKR-2016-2017%200804-BASIM.pdf, [Erişim Tarihi: 15.07.2017].

Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planı 2012-2016, T.C. Gümrük

ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, http://www.oka.org.tr/Documents/T%C3%BCrkiye%20kooperatifcilik_stratejisi_ve_eylem_plani_(2012-2016.pdf, [Erişim Tarihi: 15.07.2017].

UN (United Nations) Measuring the size and scope of the co-operative economy: Results of the 2014 global census on co-operatives, for the United Nation's Secretariat Department of Economic and Social Affairs Division for Social Policy and Development, http://www.un.org/esa/socdev/documents/2014/coopsegm/grace.pdf, [Erişim Tarihi: 11.07.2017].

UN (United Nations), http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/, [Erişim Tarihi: 15.07.2017].

Verhees, Frans J. H. M.; Sergaki, Panagiota ve Van Dijk, Gert (2015), "Building up active membership in co-operatives", New Medit: Mediterranean Journal of Economics, Agriculture and Environment, Vol.14, No.1, pp. 42-52.

World Health Statistics 2017: Monitoring Health fort he SDGs (Sustainable Development Goals), World Health Organization, http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/255336/1/9789241565486-eng.pdf, [Erişim Tarihi: 12.07.2017].

Zaimova, Darina; Zheliazkov, George ve Gaidardjieva, Veneta (2012), "Co-operative movement and rural development in Bulgaria: Policy support and practical implementation", International Journal of Co-operative Studies, Vol.1, No.2, pp. 47-54.

ETKİN, VERİMLİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR BİR KOOPERATİFÇİLİK İÇİN TEMSİLCİLİK VE TAHKİM KURUMLARININ ÖNEMİ

Yrd.Doç.Dr Süleyman AKDEMİR (*)

Genişletilmiş Özet

Kooperatifçilik bu yüzyılın hem sosyal hayatı hem de ekonomiyi birlikte yürüten şirket çeşitlerinden biri olarak karşımıza çıkar.

İnsan unsuruna dayalı demokratiklik ilkesi bu kuruluşların temelini teşkil eder.

Ayrıca gerek emek gerekse diğer iktisadi faktörlere bünyesi içinde yer vermesi ona değer kazandırır.

Ülkemizde kooperatifçiliğin gelişmesinin önünde çok sayıda engel vardır. "Küresel Değişim için İşbirliği" ana temalı bir Kongre'de konuya "Sürdürülebilir Gelişim için Kooperatifçilik" açısından yaklaşıldığında bu engelleri kaldıracak veya aza indirecek kurumlar üzerinde durmak gerekir diye düşünüyoruz.

Kooperatifler Kanunu kooperatifin tüzel kişiliğinin kazanılmasında zorunlu organları belirterek bunların genel kurul, yönetim kurulu ve denetim kurulu olduğunu emredici olarak düzenler.

Az sayılı örneğin 100'ün altında ortağa sahip kooperatiflerde bu organlar yeterli olabilir.

Ortak sayısı arttığında bu organlar kooperatifte karşılaşılan sorunları çözmede yetersiz kalır.

Sorunları karşılayacak ve çözecek ek kurullar oluşturulması gerekir.

* *Yrd.Doç.Dr. İstanbul Yeni Yüzyıl Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, av.akdemir52@gmail.com*

Belli büyüklüğe erişmiş kooperatiflerde sadece genel kurullarda geçerli oylama bakımından kısmi de olsa 9+1 sayı ile sınırlı olmak üzere temsil ile ilgili yasal bir düzenleme vardır.

Bunun yetersizliğini tartışmaya bile gerek yokken son 5983 Sayılı Kanun md.1'le yapılan değişiklikle temsilde sınırlama getirilmiş ve bir ortağın yönetim ve denetim seçiminde sadece 1 ortağı temsil edebileceği düzenlenmiştir.

Demek ki temsilcilik sisteminin eksikliklerini gidermeye ilişkin ciddi bir düzenlemeye ihtiyaç bulunmaktadır.

Kooperatiflerin her yıl en az bir defa genel kurulları yapılır. Katılmalar düşük seviyede seyreder.

Yönetim kurulları duruma hâkim olurlar.

Bu da kooperatiflerde sorunlara ve görevi kötüye kullanmalara ortam oluşturur.

Hem ortaklar hem yöneticiler hem de kooperatif yıpranır.

Bu konularla ilgili çok sayıda davalar bulunur.

İhtilafların çokluğu kooperatifçiliğin yayılması ve gelişmesinin önünde ciddi bir engel teşkil eder.

O halde ortak sayısı çok olan kooperatiflerde ortaklar ile yöneticiler arasında bir köprünün kurulması gerekir.

Bu köprünün kooperatiflerin ilkelerinden biri olan demokratiklik ile oluşturulması şarttır.

Kooperatif içinde temsilcilik sistemi adı altında bir temsilciler kurulu oluşturulmasında fayda vardır.

Temsilcilik sistemi belli bir ortak sayısını aşan kooperatiflerde yasal zorunluluk haline getirilebilir.

Bu sayı ortalama 100 ve üzeri ortak sayısına sahip kooperatiflerde çok önemli bir yer tutar.

Bu kurul ortakların serbest irade ve rızalarıyla seçecekleri temsilcilerin bir araya gelmesiyle oluşur.

Her temsilci kendisini seçen ortağı temsil eder.

Böylece kooperatif içinde her ortak kendi temsilcisini bizzat kendisi belirlemiş olur.

Her zaman temsilcisini değiştirme hakkı saklı tutulur.

Temsilcilerin sayısının artması durumunda ilk temsilcilik, orta temsilcilik ve baş temsilcik şeklinde teşkilatlanabilir.

Örneğin ilk temsilci olabilmek için en az 5 en çok 20 ortağı temsil etmeleri, orta temsilcilerin en az 5 en çok 20 ilk temsilci tarafından seçilmeleri, baş temsilcilerin ise en az 5 orta temsilci ile 20 orta temsilci tarafından seçilmeleri sistemi oluşturulabilir.

Böylece yeterli büyüklüğe ulaşmış kooperatiflerde temsilcilik yoluyla ortaklar ile yönetim arasında hem iletişim hem de işbirliği ve verimlilik kolay hale gelir.

Ortakların karşılaştığı veya karşılaşacağı birçok sorun büyümeden çözülür.

Ayrıca yaygın ve verimli bir katılım sağlandığından demokratiklik ilkesi işler.

Temsilcilerle ile ilgili sayı sınırlamaları çoğunluk baskısını önler. Ortaklar arasında dayanışma sistemini yaygın hale getirir.

Bu sınır 1/20'den az olduğunda etkin olmaz, buna karşılık 1/5'i aşarsa çoğunluk baskısı doğurur.

Diğer taraftan kooperatif başkanı ile yönetim kurulu seçiminde de temsilcilik sisteminden yararlanılabilir.

Dönem sonunda baş temsilci olup en çok yönetim kuruluna devam edenler arasından yönetim kurulu listesi hazırlanır.

Bu liste genel kurula sunulur.

Yasa gereği genel kurulun çoğunluk kabulü ile seçilir.

Ortaklar sorunlarını önce temsilcilerine, temsilciler de yönetim kuruluna ulaştırma imkânına sahip olurlar.

Ortaklar yönetime doğrudan ulaşsalar bile yönetim karşısında fazla seçenekleri olmaz.

Oysa temsilcilikte olay kademelenerek ve yayılarak yönetime gider. Temsil niteliği olanlar tarafından gündeme getirilir ve savunulur.

İşin temsilci tarafından savsaklaması halinde ortağın onu değiştirme hakkı her zaman vardır.

Temsilciler temsil ettiği kimseler sayısınca söz sahibi oldukları ve yönetimin teşkilinde öne çıktıkları için kooperatif içinde etkin ve verimli olurlar.

Diğer taraftan kooperatif uygulamaları ortaklarla ortaklar, ortaklarla yöneticiler, ortaklar ile kooperatif ve yöneticilerle kooperatif arasında ihtilaflara neden olur, bu konuda çok sayıda davalar bulunur.

Demek ki üzerinde durulması gereken diğer konu kooperatif içinde ihtilafları azaltmak, ihtilaf çıkarsa kısa süre içinde o ihtilafı çözecek şekilde hareket etmektir.

Bu konuda Yasada (HMK-MTK) düzenlenen ve uluslararası alanda da geniş uygulama alanı bulan "tahkim sistemi" üzerinde durmak istiyoruz.

Temsilcilik ve tahkim, yasal değişiklik olmadan kooperatifler yasası ihtiyari hükümleri çerçevesinde anasözleşmelere konulabilir. Bakanlıkça hazırlanan tip anasözleşmelere bu kurumların konulması, faaliyetteki kooperatiflerin anasözleşme değişikliği yoluyla bu kurumları anasözleşmelerine koymalarında fayda bulunmaktadır.

Bu tebliğde kooperatifleri sürdürülebilir kılmak için "temsil ile tahkim" kurumları ele alınmış, kooperatif içi faaliyetlere işlerlik kazandırma, ortaklar arasındaki ilişkileri verimli hale getirme amaçlanmıştır.

Hukuk sistemimiz içinde yer alan bu iki kurum kooperatif ana sözleşmelerine konulduğu ve uygulandığı takdirde kooperatif içi sorunlar azalacağı gibi kalan az sayıda sorun kolay bir şekilde çözülecektir.

Bu tebliğde yöntem olarak literatür çalışmalarının yanında Bakanlık arşivindeki hizmet ve dayanışma ile Bilimsel AR-GE Kooperatifleri ana

sözleşmeleri incelenmiş, söz konusu kooperatif yöneticileri mülakatlar yapılmış, tecrübelerinden yararlanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Temsil, tevkil, tahkim, sürdürülebilirlik, demokratiklik*

JEL Kodları: *K10, K12, K410*

The Importance of Representation and Arbitration Institutions for an Efficient and Sustainable Cooperative System

Extensive Summary

Co-operatives are regarded as one of the types of companies that carry out both social life and economy together in this century.

The principle of humanitarian democracy constitutes the basis of cooperatives.

In addition, it gives value to labour and other economic factors to take part in it.

There are many obstacles to the development of co-operatives in our country. When it comes to the topic of "Cooperatives for Sustainable Development" in a congress with the theme "Cooperation for Global Change", we think that it is necessary to focus on the institutions that will abolish or reduce these obstacles.

The Cooperatives Act stipulates mandatory organs and orders them as general assembly, board of directors and supervisory board. In smaller cooperatives with less than 100 partners, these organs may be sufficient.

When the number of partners increases, these organs are insufficient to solve the problems in the cooperative.

Additional boards need to be created to meet and solve the problems.

In cooperatives reaching a certain size, there is a statutory regulation on representation, limited only to 9+1 numbers, in respect of valid voting in general institutions.

Even if it is not necessary to discuss its inadequacy, the limitation has been introduced on the basis of the last amendment (Law No. 5983 art.1) and it has been regulated that a partner can represent only 1 partner in the selection of management and supervision.

This means that there is a need for a serious regulation of the deficit of the representative system.

Co-operatives are held at least once a year on general assemblies. Participation is on a low level.

The board of directors will dominate the situation.

This leads to problems in co-operatives as well as abuse of employment.

Both partners and managers and co-operatives are worn out. There are many cases related to these issues.

The multitude of conflicts constitutes a serious obstacle to the spread and development of cooperatives.

In such a case, a bridge should be established between the partners and the managers in the cooperatives with a large number of partners.

It is imperative that this bridge be formed by democracy, one of the principles of cooperatives.

It is beneficial to establish a committee under the name of representative system within the cooperative.

The representation system can become a legal obligation in cooperatives that exceed a certain number of partners.

This number holds a very important place in cooperatives with an average of 100 and above.

This committee is formed by the union of the elected representatives with the free will and the interests of the partners.

Each representative represents the partners who have chosen him.

In this way, each partner in the cooperative determines its own representation itself.

The right to change the representation is always reserved.

If the number of representatives increases, the first representative, the middle representative and the head representative can be organized.

For example, a system may be created in which the first representative represents at least 5 and at most 20 partners, the middle representative is elected by at least 5 and at least 20 first representatives, and the chief representative is elected by at least 5 and at most 20 middle representatives.

Thus, communication and cooperation and efficiency between partners and management are facilitated through representation through cooperatives that have reached sufficient size.

Problems that partners had faced or will face are solved without further escalation. In addition, democratic principle works because it provides widespread and efficient participation.

Numerical limitations on Representatives prevent majority suppression.

It makes the system of solidarity among the partners widespread.

If this limit is less than 1/20, it will not be effective, whereas if it exceeds 1/5, majority will produce pressure.

On the other hand, the representation system can be used in the election of the co-operative president and the board of directors.

At the end of the term, the board of directors list is prepared from among those who are the chief representative and who continue to the management board.

list is presented to the general assembly.

As required by law the general assembly is elected by the majority.

They have the opportunity to deliver their problems to their representatives first, and their representatives to the governing board.

Even if partners receive direct access to management, they will not have much choice over management.

In the representation, however, the event could go on streaming and spreading to the management.

It is brought to the agenda by those who are representative and defended.

There is always the right to change it by the representative in case of defiance.

Representatives are effective and efficient in the cooperative because they have a say in the number of persons they represent and stand out in the formation of the administration.

On the other hand, cooperative applications cause conflicts between partners with partners, managers with partners, partners with cooperatives, managers with cooperatives, and there are many court cases in this regard.

Therefore, the other issue that needs to be addressed is to reduce disputes within the cooperative and to act in a short period of time to resolve the dispute.

We would like to focus on the "arbitration system" which is organized in the jurisdiction (Law of Civil Procedure and International Arbitration Law) and finds wide application in the international field.

Representation and arbitration are institutions that can be put into the Articles of Association under the voluntary provisions of the cooperatives law without any legal amendment.

These institutions should be added/put into the type contracts prepared by the Ministry.

Active cooperatives may apply this way by amending the articles of main contracts.

In this paper, "representation and arbitration" institutions were dealt with in order to make cooperatives sustainable and it was aimed to make the activities within cooperatives more functional and to make the relations between partners more efficient.

If these two institutions, which are included in our legal system, will be placed and applied to main agreements of cooperatives: many

problems within cooperatives will be reduced, as well as few remaining issues will be easily solved.

In this paper, as a method, the Service and Solidarity Cooperatives and the Scientific Research and Development Cooperatives in the archives of the Ministry as well as literature studies were examined and interviews were made with cooperative managers and their experiences were utilized.

Keywords: *Representation, delegation, arbitration, sustainability, democratization*

KAYNAKÇA

Akıncı, Ziya (2007) Milletlerarası Tahkim, Seçkin Yayınları, 2.Baskı, Ankara

Güner Semih, (2007), Avukatlık Hukuku, Yetkin Yayınları, 3.Baskı, Ankara

İnceoğlu, M. Murat, (2009) Borçlar Hukukunda Doğrudan Temsil, XII Levha Yayınları, İstanbul

Oğuzman M. Kemal- Öz, M. Turgut, (2009) Borçlar Hukuku, Genel Hükümler, Vedat Kitapçılık, 14. Baskı, İstanbul

Yılmaz, Zekeriya, (2012) Açıklamalı 6100 Sayılı HMK (Hukuk Muhakemeleri Kanunu) ve Getirdiği Yeni Hükümler, Adalet Yayınevi, Ankara

Zevkliler, Aydın – Gökyayla K. Emre, (2016), Borçlar Hukuku, Özel Borç İlişkileri, Turhan Kitabevi, 16. Baskı, Ankara.

TÜRKİYE'DE KONUT POLİTİKALARININ KONUT KOOPERATİFÇİLİĞİ ÜZERİNE ETKİLERİ VE KONUT KOOPERATİFLERİNİN KONUT ÜRETİMİNDEKİ ROLÜ ÜZERİNE BİR İNCELEME

HASAN YAYLI*
SİNAN AVAN**

Özet

İnsanoğlu öteden beri yeme, içme, üreme gibi temel biyolojik ihtiyaçlarının yanı sıra dış etkenler karşısında kendisini muhafaza edebileceği güvenli barınaklar bulma eğiliminde olmuştur.

Bu barınaklar tarihsel gelişim sürecinde doğanın yapısına bağlı olarak toplumun üretim biçimine, gereksinimlerine göre değişmiş ve gelişmiştir.

Dolayısıyla modern anlamda konut, insanın barınmasını sağlayan fiziksel bir mekân olmasının yanında bireyin sosyalleşmesine ve aidiyet kurmasına katkı sağlayan mekânlar olarak ifade edilebilir.

Avrupa'da meydana gelen Sanayi Devrimiyle birlikte kırsal alandan kentsel alana doğru bir göç hareketliliğinin yaşanması kent nüfusunun hızla artmasına ve kentlerde konut darlığının meydana gelmesine sebebiyet vermiştir.

Bu durum daha 19. Yüzyılda konut sorununun toplumsal ve ekonomik anlamda evrensel bir sorun olarak ortaya çıkmasında etkili olmuş ve devletlerin konut politikaları uygulamalarında tetikleyici bir rol üstlenmiştir.

Konut Politikası, genel olarak devletin konut ihtiyacını gidermek için almış olduğu gerek anayasal gerekse yasal ve kurumsal önlemlerin tamamı olarak ifade edilebilir.

• Doç.Dr., Kırıkkale Üni., İİBF, SBKY Bölümü Öğretim Üyesi, hyayli@hotmail.com
***Öğretim Görevlisi, Pamukkale Üni., Acıpayam MYO, sinanavn@gmail.com*

Türkiye'de de Cumhuriyetin ilanıyla birlikte nüfus artışı, göçler ve hızlı kentleşmeye bağlı olarak gelişen konut sorununun çözümünde devlet bir takım konut politikaları izlemek durumunda kalmıştır.

Bu bağlamda çeşitli devlet kuruluşları konut politikasının saptanması ve uygulanması konusunda yetkilendirilmiştir.

Devlet kuruluşları ve özel sektörün yanında konut üretiminde önemli rol üstlenen bir diğer örgütlenme de konut kooperatifleridir.

Konut kooperatiflerini, gönüllülük esasına dayalı, karşılıklı yardım ve dayanışma ilkeleri çerçevesinde, daha çok toplumun dar gelirli kesimlerine hitap eden ekonomik ve sosyal kuruluşlar olarak ifade etmek mümkündür.

Konut kooperatifleri 1969 yılında 1163 Sayılı Kooperatifler Kanunu çıkana kadar Türk Ticaret Yasasına bağlı kalmıştır.

Kooperatifler Kanunu ile birlikte üst örgütlenmelerinin kurulabilmesi, yerel yönetimlerin ve sosyal güvenlik kuruluşlarının da ortaklık payı ile kooperatiflere katılabilmelerinin önü açılmıştır.

Ayrıca konut kooperatiflerinin kredi temini, vergi indirimi ve vergi muafiyeti gibi konularda da devlet tarafından desteklendiği ve teşvik edildiği görülmektedir.

Devletin konut politikalarının bir yansıması olarak görülebilecek bu uygulamalarla konut kooperatiflerinin gerek sayısının gerekse konut üretimindeki payının 1970'li yıllardan itibaren giderek arttığı ve 1986 yılında yüzde 36.3 payla zirveye çıktığı görülmektedir.

Diğer taraftan özellikle 2000'li yıllardan günümüze konut kooperatiflerinin konut üretimindeki payının gittikçe azaldığı görülmektedir.

2016 yılı itibariyle konut kooperatiflerinin sektör içerisindeki payının yüzde 2.5 olduğu saptanmaktadır.

Bu azalmada ise yine konut politikalarında aksi yönde meydana gelen değişikliklerin etkili olduğu düşünülmektedir.

Bu çalışmada, Türkiye'de uygulanan konut politikalarının konut kooperatifçiliği üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri verilerle

desteklenerek analiz edilmekte olup adeta sivil toplum kuruluşlarına benzetilen konut kooperatiflerinin konut politikalarından bağımsız olmadığı anlatılmaya çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: *Konut, Konut Politikası, Konut Kooperatifi, Konut Üretimi, Konut Sorunu*

A STUDY ON THE EFFECTS OF HOUSING POLICIES ON HOUSING COOPERATION IN TURKEY AND THE ROLE OF HOUSING COOPERATION ON HOUSING PRODUCTION

Abstract

Humankind has been in tendency of finding secure shelters to preserve himself from external factors in addition to the basic biological needs like eating, drinking and reproduction for centuries.

These shelters have changed and developed according to the production form and needs based on the nature.

So, housing in terms of modernism can be identified as a physical place for individual's sheltering and the places which help for socialization and have the sense of belonging.

Thanks to the industrial revolution in Europe, the migration from country to the cities caused the increase of and the problem of housing population in the cities.

This event made the problem of housing as a universal problem in 19th century, and became a triggering role for the states' housing policies.

Housing policy can be defined as the whole constitutional, legal and organisational measurements for eliminating the housing needs of the state.

With the proclamation of Republic in Turkey, the housing problem arose depending on population growth, migration and rapid urbanisation, and the state had to follow some housing policies for solution.

Several public organisations were authorised for determining these policies and implementations.

The other organization for taking an important role for housing production was housing cooperation besides public organisations and private sector.

Housing cooperation can be defined as economic and social institutions that appeal to poor people as part of help and solidarity and based on volunteering.

Housing cooperation had adhered to Turkish Trade Act until Cooperation Law numbered 1163 in 1969. With the help of this law, the foundation of upper organisations, the attendance of local managements and social security institutions to cooperation became available.

Also, it was observed that housing cooperation was supported and promoted by the state on the subjects like obtaining credit, tax reduction and immunity.

These practices that can be seen as a reflection of housing policies in terms of the state caused the housing cooperation to increase in number in 1970s and grew to its highest range of 36.3% in 1986.

On the other hand, from 2000 to today it is observed that the share of housing cooperation on the housing production has been decreased.

The share of housing cooperation in the sector is about 2.5% in 2016. It is thought that this decrease is originated from the changes happened against the housing policies.

This study aims to analyse the positive and negative effects of housing policies on housing cooperation which isn't independent from the housing policies and which is associated to the non-governmental organisations.

Key words: *Housing, Housing policies, Housing Cooperation, Housing Production, Housing problem.*

5. OTURUM : Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi

5ND SESSION : Encouragement Of Cooperatives Cooperation

Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi

Oturum Başkanı

Doç.Dr.Cemalettin AKTEPE

Duygusal Zekânın İç Girişimcilik Performansı Üzerindeki Etkisi

Doç.Dr. Metin KAPLAN **Öğr.Havva GÖKER**

Türkiye'de Kooperatiflerin Ar-Ge Ve İnovasyon Stratejileri:
Ab Ülkeleri Üzerine Bir Karşılaştırma
R & D And Innovation Strategies Of Cooperatives İn Turkey:
A Comparison On Eu Countries

Öğr. Gör. Esra BAYTÖREN **Doç.Dr. Yeter DEMİR USLU**

Küçük Sanayi İşletmelerinde Çırak-Kalfa-Usta Temini Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma
An Applied Research On Apprentice-Foreman-Master In Small Industry ENTERPRİSES

Yrd.Doç.Dr. İsmail GÖKDENİZ **Öğr. Çağlar KARAMAN**

Sosyal Sermaye Hizmet İnovasyon Davranışı ve İç Girişimcilik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi
Investigation of the Relationship Between Social Capital Service Innovation Behavior and Intrapreneurship

Öğr. Gör. Ethem MERDAN **Prof.Dr.Himmet KARADAL**

Gün : 6 Ekim 2017, Cuma
Saat : 14.00 - 15.30
Salon : Salon : 1
Yer : Refik Başaran Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

DUYGUSAL ZEKÂNIN İÇ GİRİŞİMCİLİK PERFORMANSI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Metin KAPLAN*
Havva GÖKER**

Genişletilmiş Özet

Küreselleşen iş dünyasında iç ve dış çevreyle sürekli etkileşim içerisinde olan işletmeler varlığını devam ettirebilmek için rekabet üstünlüğü elde etmeli, risk alabilmeli ve çevreye uyum sağlayabilmelidir.

İşletmelerin değişen koşullar altında çevreye uyum sağlamalarında özellikle hizmet sunmanın kilit nokta olduğu otel işletmeciliğinde çalışanların iç girişimcilik performansı oldukça önemlidir.

Gürel (2012: 57.)' e göre iç girişimcilik, bir örgütte girişimsel bir kültür yaratarak, yeni ürün ve süreçlerin geliştirilmesi olarak tanımlanmaktadır.

İç girişimcilikle ilgili birçok yazarın farklı sınıflandırması mevcuttur.

Bu çalışmada (Antoncic & Hisrich, 2001) tarafından geliştirilen iç girişimciliğin yeni iş girişimi, yenilikçilik, kendini yenileme ve proaktiflik boyutları incelenmiştir.

Yeni iş girişimi: *Örgütlerin büyüklüğüne ve özerklik düzeyine bakmaksızın, yeni iş girişimi var olan örgütlerde yeni işlerin ortaya çıkması demektir (Antoncic & Hisrich, 2001: 498).*

Yenilikçilik: *Bir örgütün yeni ürün, hizmet ya da teknolojiyi kullanarak ortaya çıkabilecek yeni fikirleri destekleme eğilimini göstermektedir. (Göçmen, 2007: 71).*

**Doçent Doktor, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İşletme Bölümü, mkaplan@nevsehir.edu.tr*

***Öğrenci, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İşletme Bölümü, havva.gkr@gmail.com*

Kendini Yenileme: *Ağca ve Kurt(2007) aktarımına göre; organizasyonun temel amaçlarının yenilenmesi yoluyla organizasyonda değişim ve dönüşüm yaratılmasını ifade etmektedir. (Antoncic ve Hisrich 2001: 498).*

Proaktiflik: *Firmaların sürekli değişen çevre koşullarına uyabilmek ve rakiplerden bir adım öne geçebilmek amacıyla gelecekteki talepleri öngörerek potansiyel taleplere rakiplerden önce cevap vermesi, öncü ve aktif şekilde davranmasını ifade etmektedir(Göçmen, 2007: 75).*

Otel işletmelerinde iç girişimcilik performansını etkileyen birçok faktör söz konusudur.

Bu araştırmada bu faktörlerden duygusal zekaya odaklanılmıştır.

Mayer ve Salovey (1989-90) duygusal zekâyı "sosyal zekânın bir formu olarak bireyin kendine ve başkalarına ait duyguları izleyebilme, bunlar arasında ayrım yapabilme ve bu süreçlerden elde ettiği bilgiyi düşünce ve davranışlarında kullanabilme yeteneği" olarak tanımlamaktadırlar (Aktaran: Acar, 2002: 54).

Bu çalışmada Wong ve Law (2002) tarafından geliştirilen duygusal zekanın kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme, duyguların kullanımı ve duyguların düzenlenmesi olmak üzere 4 boyutu incelenmiştir.

Kendi Duygularını Değerlendirme: *Bireyin kendine özgü yoğun duyguları anlaması ve onları doğal bir biçimde dile getirebilmesi becerisi ile ilgilidir.*

Bu konuda güçlü bir beceriye sahip olan kişiler duygularını diğer kişilerden çok daha önce algılar ve anlarlar(İşler & Atilla, 2013: 190). Başkalarının

Duygularını Değerlendirme: *Bireyin çevresindeki kişilerin duygularını idrak etme ve anlama becerisi ile ilgilidir.*

Bu konuda güçlü beceriye sahip kişiler karşısındakinin duygularına aklını okuyacak derecede duyarlı olurlar(İşler & Atilla, 2013: 190).

Duyguların Kullanımı: *Bu beceri bireyin yaşamında önemli bir yer tutmaktadır.*

Çünkü tüm yaşamımız sürecinde attığımız veya atacağımız tüm adımlarda bazı kararlar almak zorunda kalırız.

Bireyler duygularını nerede nasıl kullanacağını bildiği sürece daha doğru kararlar almış olacaktır(Orhan, 2012: 14).

Duyguların Düzenlenmesi: *Duyguları düzenleme becerisi sayesinde; birey kendi duygularını tanımasının yanında içerisinde bulunduğu ortam ve şartlara göre duygularını ve tepkilerini denetim altında tutabilir(Orhan, 2012: 14).*

Bu araştırmanın amacı: *Kayseri ilinde faaliyet gösteren turizm işletme belgeli 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışanların duygusal zekalarının iç girişimcilik performansları üzerine etkisini ortaya koymaktır.*

Ayrıca duygusal zeka ve iç girişimcilik arasındaki ilişkiyi belirlemekte amaçlanmaktadır. Veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır.

Araştırmada Wong ve Law (2002) tarafından geliştirilen Duygusal zeka ölçeği, Antoncic ve Hisrich (2001) tarafından geliştirilen İç girişimcilik ölçeği kullanılmıştır.

Küçük ve orta ölçekli işletmeler üzerinde yapılan bir çalışmada duygusal zekânın girişimcilik üzerinde pozitif yönde etkili olduğu tespit edilmiştir(Uluköy M. vd.,2016: 132).

Benzer olarak ortaöğretim öğretmenlerinin duygusal zekâlarının girişimcilik davranışı üzerine etkisinin olduğu da tespit edilmiştir (Polat & Aktop, 2010: 12-13).

Bu bağlamda literatür ışığından yararlanarak otel işletmelerinde çalışanların duygusal zekâları ile iç girişimcilik performansları arasındaki ilişkileri analiz etmek amacıyla aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

Hipotez 1: *Duygusal zekânın kendi duygularını değerlendirme boyutu iç girişimcilik performansı üzerinde pozitif etkiye sahiptir.*

Hipotez 2: *Duygusal zekânın başkalarının duygularını değerlendirme boyutu iç girişimcilik performansı üzerinde pozitif etkiye sahiptir.*

Hipotez 3: *Duygusal zekânın duyguların kullanımı boyutu iç girişimcilik performansı üzerinde pozitif etkiye sahiptir.*

Hipotez 4: *Duygusal zekânın duyguların düzenlenmesi boyutu iç girişimcilik performansı üzerinde pozitif etkiye sahiptir.*

Araştırmada çalışanların duygusal zekaları ve iç girişimcilik performansları arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik elde edilen 126 anket ile önce korelasyon analizi daha sonra regresyon analizi yapılmıştır.

Yapılan çoklu regresyon analizi bulgularına göre duygusal zekânın alt boyutlarının iç girişimcilik performansı üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiş ve bulgulara göre H1,H2,H3,H4 ret edilmiştir.

Bu araştırma Kayseri ilindeki 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışanlar ile sınırlandırılmıştır.

Dolayısıyla araştırma sonuçları bu çerçevede değerlendirilmelidir.

Genelleme yapabilmek için farklı sektörlerde yapılacak çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

Gelecekte iç girişimcilik ve duygusal zekânın farklı öncüleri ve sonuçlarına yönelik araştırmalar yapılabilir.

Anahtar Kavramlar: *Duygusal zekâ, Girişimcilik, İç girişimcilik, Otel çalışanları, Örgütsel davranış*

Jel kod: *M10, M19*

The Impact Of Emotional Intelligence On The Performance Of Internal Entrepreneurship

Extensive Summary

In a globalizing world of business, it must be able to gain competitive advantage, be able to take risks, and adapt to the environment in order to be able to maintain the presence of businesses that are in constant interaction with the internal and external environment.

Internal entrepreneurship performance of the hotel management is very important, especially in the case of enterprises, where the key is to provide services, especially in the context of changing circumstances.

According to Gürel (2012: 57), internal entrepreneurship is defined as the development of new products and processes, creating an initiative culture in an organization.

There is a different classification of many authors on internal entrepreneurship.

The new business venture, innovation, self-renewal and proactiveness dimensions of internal entrepreneurship developed by this study (Antoncic and Hisrich, 2001) are examined.

New business venture: *Regardless of the size of organizations and the level of autonomy, the new business venture is the emergence of new businesses in existing organizations (Antoncic & Hisrich, 2001: 498).*

Innovation: *An organization tends to support new ideas that can emerge using new products, services, or technology (Göçmen, 2007: 71).*

Self-Renewal: *According to Ağca and Kurt (2007) transfer; the creation of change and transformation in the organization through the renewal of the basic objectives of the organization (Antoncic ve Hisrich 2001: 498).*

Proactivity: *Firms respond to potential requests before competitors by foreseeing future demands in order to comply with ever-changing*

environmental conditions and to move one step ahead of competitors (Göçmen, 2007: 75).

There are many factors that affect the performance of entrepreneurship in hotel business. In this study, these factors focused on emotional intelligence.

Mayer and Salovey (1989-90) describe emotional intelligence as "the ability of an individual to observe, distinguish between, and use the information he or she has obtained from these processes in his thoughts and behaviors" as a form of social intelligence (Transfer: Acar, 2002: 54).

In this study, four dimensions of emotional intelligence developed by Wong and Law (2002) were examined: their own feelings, the evaluation of others' feelings, the use of feelings and the regulation of emotions.

Self-emotion appraisal: *The individual has the ability to understand his or her own intense feelings and to express them in a natural way.*

People with a strong skill in this are able to perceive and understand their feelings much more than others (İşler & Atilla, 2013: 190).

Evaluating Other's Emotions: *It is about the ability of the person around him to understand and understand their feelings. In this respect, people with strong skills will be sensitive to the feelings of their opposite (İşler & Atilla, 2013: 190).*

Use of Feelings: *This skill has an important place in the life of the individual.*

Because we have to make some decisions in every step of our lives or throw them in the process.

Individuals will have made better decisions as long as they know how to use their feelings (Orhan, 2012: 14).

Regulation of emotion: *Thanks to the ability to regulate emotions; the individual can control his feelings and reactions according to his own environment and conditions (Orhan, 2012: 14).*

The aim of this research is to influence the internal entrepreneurship

performance of the emotional intelligence of employees in 4 star and 5 star hotel enterprises operating in Kayseri province.

In addition, it is aimed to determine the relationship between emotional intelligence and internal entrepreneurship. Survey technique was used as data collection method.

Emotional intelligence scale developed by Wong and Law (2002), Internal entrepreneurship scale developed by Antoncic and Hisrich (2001) was used in the research.

In a study conducted on small and medium-sized enterprises, emotional intelligence was found to be effective on entrepreneurship in the positive direction (Uluköy M. vd.,2016: 132).

Similarly, it was also found that the emotional intelligence of secondary school teachers had an effect on entrepreneurial behavior (Polat & Aktop, 2010: 12-13).

In this context, the following hypotheses have been developed to analyze the relationship between emotional intelligence and internal entrepreneurship performances of businessmen working in hotel enterprises, using the literature light.

Hypothesis 1: *The dimension of emotional intelligence's evaluation of its own feelings has a positive influence on internal entrepreneurship performance.*

Hypothesis 2: *The dimension of emotional intelligence's evaluation of the feelings of others has a positive influence on internal entrepreneurship performance.*

Hypothesis 3: *The dimension of emotional intelligence's use of feelings has a positive effect on internal entrepreneurship performance.*

Hypothesis 4: *The dimension of emotional intelligence regulation of emotions has a positive influence on internal entrepreneurship performance.*

The 126 questionnaires that were used to determine the relationship between emotional intelligence and internal entrepreneurship performance of the researchers were first analyzed by correlation analysis and then by regression analysis.

According to the results of multiple regression analysis, it was found that sub-dimensions of emotional intelligence did not have a significant effect on internal entrepreneurship performance and H1, H2, H3, H4 were rejected according to the findings.

This research is limited to those working in 4 and 5 star hotel employeess in Kayseri0 province.

Therefore, the results of the research should be evaluated in this framework. To be able to generalize, there is a need for work to be done in different sectors.

In the future, research can be conducted on different pioneers and results of internal entrepreneurship and emotional intelligence.

Keywords: *Emotional intelligence, Entrepreneurship, Internal entrepreneurship, Hotel employees, Organizational behavior.*

KAYNAKÇA

Acar, Füsun (2002), "Duygusal Zeka Ve Liderlik", Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (12), s: 53-68.

Ağca, Veysel; Kurt, Mustafa (2007, Aralık), " İç girişimcilik ve Temel Belirleyicileri", Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi(29), s: 83-112.

Antoncic, Bostjan; Hisrich, Robert (2001), "Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross Cultural Validation", Journal of Business Venturing, 16, s: 495-527.

Göçmen, Selin (2007), "İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Destekleyen Faktörler: 'İç Girişimcilik' ", Yüksek Lisans Tezi , Manisa.

Gürel, Esra B. (2012, Haziran), "İç Girişimcilik: Bir Literatür Taraması", Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi(6).

İşler, Didar B.; Atilla, Gaye (2013, Ekim), "Duygusal Zeka Ve Dürtüsel Satın Alma Davranışı İlişkisi", Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi(26).

Orhan, Nazife (2012), "Bankacılık Sektöründe Duygusal Zekâ Ve Yenilikçi

İş Davranışlarının İş Tatmini Üzerine Etkileri", Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Polat, Soner; Aktop, Engin (2010, Ekim-Kasım-Aralık), "Öğretmenlerin Duygusal Zekâ Ve Örgütsel Destek Algılarının Girişimcilik Davranışlarına Etkisi", Akademik Bakış Dergisi(22), s: 12-13.

Salovey, Peter ve John Mayer (1989-90), "Emotional Intelligence." Imagination, Cognition and Personality 9, no. 3.

Uluköy, M., Ülker, Y., Kılıç, R., Yumuşak, S., & Azaklı, S. (2016), "Duygusal Zekânın Girişimcilik Üzerine Etkisi: Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmeler Üzerine Bir Analiz", Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(5), s: 199-136.

Wong, Chi-Sum; Law, Kenneth S. (2002), " The effects of leader *and* follower emotional intelligence on performance and attitude: An exploratory study", The Leadership Quarterly, 13, s: 243- 274.

TÜRKİYE'DE KOOPERATİFLERİN AR-GE VE İNOVASYON STRATEJİLERİ: AB ÜLKELERİ ÜZERİNE BİR KARŞILAŞTIRMA

Yeter DEMİR USLU*
Esra BAYTÖREN**

Genişletilmiş Özet

Günümüz dünyasının rekabet ortamına baktığımızda inovasyonun tüm işletmeler için olmazsa olmaz bir zorunluluk haline geldiğini kolayca görülmektedir.

Değişen dünya ekonomisinin bir parçası olabilmek, bu zorunluluğun en önemli sebeplerinden biri olarak karşımıza çıkar.

Bu zorunluluk karşısında çeşitli inovasyon stratejileri geliştirilmektedir.

Geliştirilen inovasyon stratejileri ülkelerin çok çeşitli alanlarda gelişmesini sağlamaktadır.

İnovasyon stratejilerinin yanı sıra Araştırma Geliştirme faaliyetleri de ülkelerin gelişmesine önemli katkılar sağlamaktadır.

Ancak bahsedilen bu stratejik faaliyetlerin geliştirilmesi amacıyla yürütülen inovasyon ve araştırma geliştirme faaliyetleri için bütçelere ihtiyaç duyulur.

Tüm bu faaliyetlere ayrılan bütçeler, ülkelerin çeşitli alanlarda gelişmesini sağlayan yatırımlar olarak da ifade edilebilir.

Çünkü, ülkelerin İnovasyon performansları ile bahsedilen inovatif

** Doç. Dr., Medipol Ünv. Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, yuslu@medipol.edu.tr*
*** Öğr. Gör., Medipol Ünv. Sağlık Bilimleri Fakültesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, ebaytoren@medipol.edu.tr*

faaliyetler için ayrılan bütçeler arasında doğru orantılı bir ilişkili olduğu bilinmektedir.

Kooperatiflere yeni iş fırsatlarının yaratılması ve istihdamın arttırılması gibi çok çeşitli konularda önemli görevler düşmektedir.

Tüm bu görevleri yerine getirmek için kooperatifçilik faaliyetleri ile inovasyon ve araştırma geliştirme faaliyetleri birlikte yürütülmektedir.

Gelişmiş ülke örnekleri incelendiğinde , bu ülkelerdeki araştırma geliştirme faaliyetlerine ayrılan bütçelerin oranlarının yüksek olduğu ve buna bağlı olarak bu ülkelerin inovasyon performanslarının yüksek olduğu görülmektedir.

Kooperatifler dünyadaki rekabet ortamından etkilenen kuruluşlardır.

Bu sebeple kooperatifler değişen dünyaya ayak uydurabilmek için inovasyon stratejileri geliştirmeli ve araştırma geliştirme faaliyetlerine önem vermelidirler.

Böylece kooperatifler ülkelerin kalkınma ve gelişmesinde aktif olarak rol alırlar.

Diğer ülkelerde sürdürülmekte olan başarılı faaliyetler analiz edilmeli ve bu faaliyetlerin ülkemiz kooperatiflerine adapte edilmesine yönelik çalışmalar hızlandırılmalıdır.

Böylelikle ülkemiz kooperatiflerinin verimlilikleri artacak olup, ülkemi ekonomisine olan katkıları da giderek artacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Kooperatifler, Kooperatifçilik, Ar-Ge, İnovasyon, Girişimcilik*

Extended Summary

When we look at the competitive environment of today's world, it is easy to see that innovation has become an indispensable requirement for all businesses.

Being a part of a changing world economy is one of the most important reasons for this necessity.

Various innovation strategies are being developed under these circumstances.

Developed innovation strategies ensure that countries develop in a wide range of fields.

In addition to innovation strategies, research and development activities also provide important contributions to the development of countries.

However, budgeting is needed for the innovation and research and development activities carried out to develop these mentioned strategic activities.

The budgets allocated to all these activities can also be expressed as investments that enable countries to develop in various fields.

It is known that there is a direct correlation between the innovation performance of the countries and the budgets allocated for the mentioned innovative activities.

There are important tasks for cooperatives in a wide variety of issues like creation of new business opportunities and increasing employment.

In order to fulfill all these tasks, innovation and research and development activities are carried out together with cooperative activities.

When the examples of developed countries are examined, it can be seen that the rates of budgets allocated to research and development activities in these countries are high and as a result, the innovation performances of these countries seem to be high.

Cooperatives are organizations affected by the competition in the world.

For this reason, cooperatives should develop innovation strategies and attach importance to research and development activities in order to adapt to the changing world.

Thus, cooperatives take an active role in the development and development of countries.

Successful activities carried out in other countries should be analyzed and efforts to adapt these activities to our country cooperatives should be accelerated.

In this way, the productivity of our country cooperatives will increase and their contributions to the economy of the country will increase.

Keywords: *Cooperatives, Cooperation, Research-Development, Innovation, Entrepreneurship*

KÜÇÜK SANAYİ İŞLETMELERİNDE ÇIRAK-KALFA-USTA TEMİNİ ÜZERİNE UYGULAMALI BİR ARAŞTIRMA

İsmail GÖKDENİZ*
Çağlar KARAMAN **

Özet

Dünya, üçüncü milenyuma girmesiyle birlikte ulaşım ve iletişim teknolojisi çok hızlı bir gelişme kaydetmektedir.

Bu teknolojik gelişme bir yandan kültürler arasındaki yakınlaşmayı temin ederken diğer yandan da malların, hizmetlerin sermayenin ve işgücünün dünya ülkeleri arasındaki seyrini hızlandırmış, neredeyse yaşadığımız dünyayı tek pazar haline getirmiştir.

Gelişmiş ülke ekonomilerinde olduğu gibi ülkemizde de küçük ve orta büyüklükteki işletme (KOBİ)`lerin ekonomideki yeri ve önemi artmıştır.

KOBİ'ler içerisinde üretim ve hizmet alanlarında faaliyet gösteren küçük sanayi işletmeleri önemli bir yer teşkil etmektedir.

Bu işletmelerin çoğu emek yoğun teknoloji, sahip oldukları teknik imkânları yetersiz, istihdam etme kabiliyetleri sermaye oranlarına göre yüksek ve çoğunluğu da çok küçük işletmelerdir.

Bu işletmeler ekonomik anlamda büyüme, sosyal ve kültürel yönden bölgeler arasında dengeli gelişmeyi sağlamaktadır.

Ayrıca küçük sanayi işletmeleri insan kaynakları açısından uzman ve birden fazla alanda bilgi sahibi olan çok vasıflı elemanların temel yetiştiği alanlar olarak bilinmektedir.

Genel anlamda bakıldığında KOBİ'ler birçok ülkede istihdamın,

** Yrd. Doç. Dr.,Kırıkkale Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü, isgokdeniz@gmail.com*
***Sosyal Bilimler Enstitüsü Öğrencisi., caglar-karaman@yandex.com*

katma değerin, ihracatın ve ithalatın çoğunu gerçekleştirmektedirler.

Bu çalışmada çok küçük işletmelerin istihdam ettikleri ve istihdam etmek istedikleri İnsan kaynakları ile ilgili sorunlar üzerine tespitler yapılmaya çalışılmaktadır.

Her işletme türünde olduğu gibi KOBİ işletmenin de en önemli ihtiyaçlarından birisi, işletmeye yön veren ve hatta işletmeyi başarıya götüren en önemli öğe insan gücüdür.

Çağımızın artan rekabet ortamında insana verilen önemin artmasıyla birlikte insan kaynakları yönteminin önemi de anlaşılmaya başlamıştır.

Bu nedenle işletmeye ve işin yapısına uygun işgöreni seçmek ve seçilenler arasında en yararlı olanların tespit edilmesi, İnsan kaynaklarının en iyi şekilde kullanılmasını amaç edinmiştir.

Böylece doğruluğu kanıtlanmış bu fonksiyonlar işveren, şirket ve işgören açısından üstün performansa ulaşılmasında önemlidir.

Bu çalışma ile, Kırıkkale küçük sanayi sitesinde faaliyet gösteren işletmelerin çırak-kalfa-usta temin ve seçme sürecinde kullanılan yöntem ve tekniklerin ne derecede kullanımlarına ilişkin bilgi, düşünce ve tutumlarını ortaya koyarak, önerilerde bulunulması amaçlanmaktır.

Küçük sanayi işletmelerinde insan kaynakları temininin bir sorun olarak neden karşımıza çıktığının belirlenmesi önem arz etmektedir.

Ayrıca küçük sanayi işletmelerinin çırak, kalfa ve usta temininde karşılaştığı sorunları çözüme kavuşturulması suretiyle sadece temin edilmesi sorununa yarar sağlamakla kalmayıp, insan kaynaklarından nasıl yararlanabileceği konusunda da katkı sağlaması açısından faydalı olacaktır.

Şüphesiz, insan kaynakları temini gelişigüzel, plansız yapılacak bir iş değildir.

İşletmeye uygun olmayan çırak-kalfa-usta temini, boş pozisyonun gerektirdiği eğitim ve yeteneğe sahip olmayan çırak-kalfa-usta işletmeye dâhil edilmesi hem zaman kaybına hem de mali kayıplara sebep olmaktadır.

Bu nedenle işletmeler önce insan kaynağını nereden temin edeceklerine karar vermelidirler.

İşletme, işletme içi kaynaklardan mı yoksa dış kaynaklardan mı temin yoluna başvuracağına karar vermelidir.

Sonrasında; ön görüşme, mülakat, değerlendirme, referans gibi çeşitli süreçlerden geçilerek insan kaynakları temini yoluna gidilmelidir.

Diğer taraftan küçük sanayi işletmelerinin insan kaynakları yetiştirme yöntemi olan çırak, kalfa, usta süreci ve mesleki eğitim yöntemini tam olarak uygulayamadıkları için istihdam edilen çırak-kalfa-usta'da insan kaynakları yönetimi açısından sorun oluşturmaktadır.

Gelenek, örf ve adet gibi usta yanında görerek öğrenme metotları, insan kaynakları teminin küçük sanayi işletmelerinde uygulanması ve uzman yardımı almasını güçleştirmektedir.

Araştırmamız bu açıdan küçük sanayi işletmelerinde insan kaynakları temini sorununa kısmen çözüm bulabilme adına önem taşımaktadır.

Araştırmanın evreni Kırıkkale ili oluşturmaktadır.

Araştırma evrenin tamamına ulaşmak çok zor olacağından Kırıkkale ilinin içerisinde bulunan küçük sanayi işletmeleri evreni temsil edecek örneklem grubu oluşturulmuştur.

Araştırmaya 104 işveren kişi katılmıştır.

Verilerin analizinde SPSS 21.0 programı kullanılmıştır.

Firma yetkilisi demografik bilgileri, insan kaynakları uygulamaları, firma özellikleri ve işgücü durumu ve ihtiyacına ilişkin bilgiler frekans ve yüzde dağılımları tablolarında gösterilmiştir.

İnsan kaynakları temininde kullanılan yöntem ve tekniklere ait ortalama, standart sapma ve Kolmogorov-Smirnov betimsel istatistikleri şeklinde gösterilmiştir.

BULGULAR VE SONUÇ

Firmaların %87,5'inde personel ve nitelikli işgücüne ihtiyaç

duyulmakta, %96,2'sinde personel ve nitelikli işgücü ihtiyacı karşılanamamaktadır.

Firmalar istenilen nitelikte personel bulabilmek için en çok (%32) yeni işçilerin eğitmekte işlemini istemekte, uygulanan diğer tedbirler sırasıyla ücretlerin arttırılması (%21,7), hizmet içi eğitim (%18) ve esnek beceri arayışı (%15,3) şeklinde sıralanmaktadır.

Firmalar işgücü ihtiyacını karşılamak için en fazla (%32,9) çevredeki dost ve akrabalardan yararlanmakta, yararlanılan diğer kaynaklar sırasıyla kişisel başvurular (%31,9), çalışan ve tanıdık tavsiyesi (%30,9) şeklinde sıralanmaktadır.

İstenilen nitelikte personel bulamamanın en önemli nedeni (%19,6) adayların beklentilerinin yüksek olması olarak belirtilmiş olup diğer önemli nedenler sırasıyla 12 yıl zorunlu eğitim (%19,2), adayın çalışmayı sevmemesi (%18,8) ve sosyal medya (%18,4) olarak belirtilmiştir.

Firmaların %76,9'unda istihdam edilen personelin çalışma süresi 3 ay ve daha az, %7,7'sinde 4-12 ay, %15,4'ünde 3 yıl ve daha fazladır.

İnsan kaynağı seçme sürecinde en çok (%72,1) kullanılan yöntem referans kontrolleridir.

Anahtar Kelimeler: *Küçük Sanayi İşletmeleri, İşgören, İnsan Kaynakları Temini, Çırak-Kalfa-Usta, Mesleki Eğitim*

An Applied Research On Apprentice-Foreman-Master In Small Industry Enterprises

Abstract

With the world entering the third millennium, transportation and communication technology is developing very rapidly.

This technological development, on the one hand, has offering the rapprochement between cultures, on the other hand accelerating the movement of goods, services, capital and labor between the countries of the world, and making it the only market that we live in.

Just as in developed country economies, the importance of small and medium-sized enterprises in the economy has increased in ourcountry.

In the fields of industrial enterprises, operating production and service within the small and medium-sized enterprises constitute have an importantplace.

Most of these enterprises are labor-intensive technology, their technical facility are insufficient, their employment ability is high according to their capital ratios and the majority of them are very small.

These businesses provide economic growth and balanced growt hbetween the social and cultural frontiers.

Inaddition, small industrial enterprises are known as the are as where highly qualified personnel, who are expert in human resources and have more than one field knowledge, are trained.

Generally, SMEs have the majority of employment, value added, exports and imports in many countries.

Inthisstudy, we are aim to identify problems related to human resources where very small businesses are employed and want to employ.

As with any type of business, one of the most important needs of the SME business is the human power, which is the most important element that guides the business and even leads to success.

The increasing importance of human resources management has also been recognized with the increase in the number of people who have been given priority in the competitive environment.

Forth is reason, it has been aimed to choose the most suitable employee for the business and its structure and determine the most beneficial ones among the selected ones, using the human resources is the best way.

Thus, these proven functions are important for achieving superior performance in terms of employer, company and employee.

With this study, it is aimed to make suggestions by showing the knowledge, thoughts and attitudes about the usage of the methods and

techniques used in the process of procuring and selecting apprentices, foreman and craftsmen in the enterprises operating in small industrial site of Kırıkkale.

It is important to determine why the procurement of human resources in small industrial enterprises is an issue as a problem.

It will also be beneficial not only to provide benefits for the problem of solving the problems encountered by small industrial enterprises in the provision of apprenticeship, foremans and masters but also to contribute to how to benefit from human resources.

Undoubtedly, the subject of humanresources is not a job that can be done indiscriminately and unplannedly.

Incorporating the apprentice-foreman-master, which is not suitable for the business, the apprentice-foreman-master which does not have the education and ability requiredby the vacant position causes both loss of time and financial loss.

Fort his reason, enterprises should first decide where to procure human resources.

The entity must decide whether to resort to internal or external sources of supply.

After that; inter viewing, evaluation, reference, and so on.

On the otherhand, small industrial enterprises do not fully apply the method of using human resources such as apprentices, foreman, masters, and vocational training methods, it is problematic in terms of human resource management in the apprentice-masters-masters employed.

Such astraditions, customs and menstruation methods of learning by wachting their master smake it difficult to apply human resources in small industrial enterprises and get expert help.

In this respect, our research is important in order to find some solutions for the problem of human resources in small industrial enterprises.

The sample of the research constitutes Kırıkkale province.

Since it is very difficult to reach the whole of the research sample, a sample group of small industrial enterprises in Kırıkkale province was established.

The survey was attendedby 104 employers.

SPSS 21.0 program was used in the analysis of the data. Demographic information, human resource practices, company characteristics, information on labor requirements are shown on the frequency and percentaged is tribution stables.

Methods,techniques and descriptive statistics used in the supply of human resources; mean, Standard deviation, and Kolmogorov-Smirnov.

FİNDİNGS AND CONCLUSİON

87.5% of the companies require personnel and qualified workforce, 96.2% do not meet the need for personnel and qualified laborforce.

In order to find the personel with the required qualifications, the firms demand the training of new workers (32%) and the other measures applied are increasing wages (21,7%), in-service training (18%) and flexible skill search (15,3%).

Firms meet to require labor needs mostly using with their friends and relatives(32.9%), the other sources are used respectively personal applications (31.9%), employee and familiar advice (30.9%).

The most important reason for not finding the desired quality of staff (19,6%) is the high expectation of the candidates and the other important reasons are the 12 years compulsory education (19,2%), the candidate's dislike of work (18,8%) and social media (18,4%).

Firms have a working period of personel employed in 76,9% of 3 months or less, (7,7%) 4-12 months, (15,4%) 3 years and more.

The method used in the human resources election process is the reference control(72.1%).

Keywords: *Small Industry Enterprises, Employee, Human Resources Recruitment, Apprentice-Foreman-Master, Vocaitonal Training*

SOSYAL SERMAYE HİZMET İNOVASYON DAVRANIŞI VE İÇ GİRİŞİMCİLİK ARASINDAKİ İLİŞKİNİN İNCELENMESİ

Ethem MERDAN*
Himmet KARADAL**

Özet

Günümüz işletmeleri rakipleriyle mücadele ederken sürekli yeni ürünler ve hizmetler ortaya koymakta, rakiplerini yakından izlemekte, yeni stratejiler geliştirmekte ve en önemlisi sürekli girişimcilik faaliyetleri içerisinde bulunmaktadırlar.

Bu noktada müşterilerle kurulan ilişkilerin iyi olması, verimliliğin yüksek tutulması ve kurum içerisinde yenilik yapılması ve risk alınması da gerekmektedir.

Bunun sağlanmasında toplumla kurulan bağların iyi olması anlamına gelen sosyal sermaye kavramının, verimliliği etkileyen ve performans anlamını çağrıştıran hizmet inovasyon davranışı kavramının, kurum içerisinde yeni ürün ve hizmetler geliştirme, teknolojik anlamda yeni adımlar atma anlamına gelen iç girişimcilik kavramının önemi büyüktür.

Sosyal sermaye son zamanlarda sermaye türleri içerisinde en ön sıralarda yer almakla birlikte, bireyin ya da işletmenin çevresinde kurduğu ilişkilerin zenginliğini ifade etmektedir.

Sosyal sermayenin yüksek olması beraberinde performansın da yüksek olmasını sağlayacaktır.

Bu noktada literatürde yeni bir kavram olan ve hizmetin yenilenmesi, yeni fikirlerin geliştirilmesi anlamına gelen hizmet inovasyon davranışı kavramı karşımıza çıkmaktadır.

** Öğretim Görevlisi, Ahi Evran Üniversitesi, Kaman Meslek Yüksek Okulu, ethem.merdan@ahievran.edu.tr*
*** Prof.Dr., Aksaray Üniversitesi, İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, hkaradal@gmail.com*

Yeniliğin sağlanması noktasında da kurum içerisinde ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, yenilenmesi, yatırım yapılması anlamına gelen iç girişimcilik önem arzetmektedir.

Dikkat edilecek olursa yenilik anlamında bu üç kavramında ortak noktada buluştukları görülmektedir.

Bu çalışmanın amacı sosyal sermaye, hizmet inovasyon davranışı ve iç girişimcilik arasındaki ilişkileri belirlemektir.

Bu çalışma başarılı bir işletme olma yolunda sosyal sermayenin artırılmasının hizmet inovasyon davranışı ve iç girişimcilikle ilişkilerinin ne şekilde olacağını ortaya koyması ve bu değişkenlerle ilişkili çalışmalar yapacak araştırmacılara yol gösterici olması açısından önemlidir.

Ayrıca hizmet inovasyon davranışı kavramının literatüre kazandırılmasını sağlamak içinde bu çalışma önem arzetmektedir.

Çalışmanın kapsamı ve sınırları itibariyle; Kırşehir ve Kırıkkale illerindeki kafe işletmecileri ve çalışanlarıdır.

Veri toplamak amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır ve rastgele seçilen 250 kişiye uygulanmıştır. Ancak 228 kişiden yanıt alınabilmiştir.

Ölçekler güvenilirlik analizine tabi tutulmuş ve yüksek oranda güvenilir bulunmuştur.

Demografik durumlar yaş, cinsiyet, medeni hal, eğitim düzeyi, işletmedeki pozisyon, işletmenin faaliyet süresi, toplam çalışan sayısı gibi sorularla ölçülmeye çalışılmıştır.

Söz konusu değişkenler arasındaki ilişkiler korelasyon analizi ile incelenmiştir.

Araştırma sonucunda sosyal sermayenin alt boyutları olan müfredat dışı etkinlikler, aile ilişkileri, okul-aile işbirliği, kültürel aktiviteler, akran etkileşimi ve dini aktiviteler ile hizmet inovasyon davranışı ve iç girişimcilik arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişkiler olduğu görülmüştür.

En dikkat çeken ve beklenenin dışında gelişen bir sonuç sosyal sermayenin alt boyutu olan kültürel aktiviteler ile iç girişimcilik

arasındaki ilişkidir.

Oluşturulan hipoteze göre kültürel sermayenin artması iç girişimciliğinde artmasını sağlayacaktır.

Ancak burada ters yönlü negatif bir sonuca ulaşılmıştır.

İstatistiksel olarak anlamlı bulunan bu sonuç mantıksal çerçevede anlamlı olmadığı düşünülmektedir.

Ayrıca çalışma kapsamında bu üç değişkenin demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği de çalışma kapsamında T testi ve Anova testine göre incelenmiştir.

Yaşa göre sosyal sermayenin ve iç girişimciliğin farklılık gösterdiği ancak hizmet inovasyon davranışının farklılık göstermediği belirlenmiştir.

Cinsiyete göre sosyal sermayenin farklılık gösterdiği, hizmet inovasyon davranışı ve iç girişimciliğin ise göstermediği görülmüştür.

Medeni hal durumu, eğitim düzeyi ve işletmedeki pozisyona göre hiçbir değişkende farklılık gözlenmemiştir.

İşletmenin faaliyet süresi ve toplam çalışan sayısına göre sosyal sermaye ve iç girişimcilik farklılık göstermiş, hizmet inovasyon davranışı ise göstermemiştir.

Elde edilen bu bulgulara göre sosyal sermayenin artmasıyla hizmet inovasyon davranışı ve iç girişimcilik de artacaktır.

Bunun anlamı sosyal ilişkilerimizin iyi olduğu kişilerin işletmeden hizmet, ürün, teknoloji konusunda yenileşme beklediği ve bu şekilde sosyal sermayenin yüksek tutulabileceğidir.

Onun için işletmeler sosyal sermayeye yatırım yaparken aynı zamanda hizmet inovasyon davranışına ve iç girişimciliğe de yatırım yapmış olurlar.

Öyleki yatırım sadece parasal anlamda düşünülmemelidir.

Çünkü insana yapılan yatırım en değerli yatırımdır.

Sosyal sermaye, hizmet inovasyon davranışı ve iç girişimcilik

arasındaki ilişkileri ortaya koyan bu çalışma, işletme çalışanlarının ve yöneticilerinin bu kavramları önemsemesi ve bu kavramlar üzerinde çalışan araştırmacılara yol göstermesi açısından önemlidir.

Elde edilen bu bulgular işletme ve çalışanlar için güncel ve güvenilir sonuçlar ortaya koymaktadır.

Bu sebeple başarılı olmak adına işletme ve çalışanların bu konulara daha fazla önem gösterecekleri düşünülmektedir.

Anahtar kelimeler: *İç Girişimcilik, Hizmet İnovasyon Davranışı, Sosyal Sermaye, Girişimcilik, İnovasyon.*

Investigation of the Relationship Between Social Capital Service Innovation Behavior and Intrapreneurship

Abstract

Today's businesses are constantly introducing new products and services while struggling with their competitors, closely monitoring their competitors, developing new strategies and most importantly in entrepreneurial activities.

At this point, the relationships established with the customers should be good, the productivity should be kept high, the innovation within the institution and risk-taking are also required.

There are highly importance of the concept of social enterprise, which means that the bonds established to the society are good, the concept of service innovation behavior, which affects productivity and evokes the meaning of performance, the concept of internal entrepreneurship which means to develop new products and services in the institution and to take new steps in technological field.

Social capital has recently been at the forefront of the types of capital, and it expresses the richness of the relationships established around the individual or the business.

The higher the social capital, the higher the performance will be.

At this point, a new concept in the literature the notion of service

innovation behavior, which means renewal of service and development of new ideas, is emerged.

At the point of innovation, internal entrepreneurship, which means developing, renewing and investing in products and services within the institution, is of importance.

It should be noted that in terms of innovation, these three concepts seem to be in common.

The aim of this study is to determine the relationship between social capital, service innovation behavior and internal entrepreneurship.

This study is important to indicate that increasing social capital in order to become a successful business reveals how the relationship between service innovation behavior and internal entrepreneurship will be, and to be a guide to the researchers investigating on these variables.

In addition, this study is important in providing the concept of service innovation behavior to the literature.

By the scope and limits of the study; *Kırşehir and Kırıkkale are café operators and employees.*

Survey method was used to collect data and applied to randomly selected 250 people. However, 228 respondents were able to answer.

The scales were subjected to reliability analysis and found to be highly reliable.

Demographic variables were tried to be measured by questions such as age, gender, marital status, level of education, position in operation, duration of operation of the company, total number of employees.

The relations between the variables were examined by correlation analysis.

As a result of the research, it was found that there are significant and positive relationships between the sub-dimensions of social capital that are extra-curricular activities, family relations, school-family cooperation, cultural activities, peer interaction and religious activities, service innovation behavior and internal entrepreneurship.

One of the most remarkable and unexpected results is the relationship between cultural activities, which are the sub-dimension of social capital, and internal entrepreneurship.

According to the hypothesis created, the increase of cultural capital will increase the internal entrepreneurship.

However, a negative reversal has been achieved.

This result, which is statistically meaningful, is considered to be insignificant as logical.

In addition, whether these three variables differ in terms of the demographic characteristics within the scope of the study were also examined according to T test and ANOVA test.

It has been determined that social capital and internal entrepreneurship differ according to age, but service innovation behavior does not vary.

It is seen that social capital differs according to sex, but service innovation behavior and internal entrepreneurship do not differ.

No differences were observed according to marital status, education level and position in operation.

Social capital and internal entrepreneurship differed according to the duration of operation and the total number of employees, whereas service innovation behaviors were not shown.

According to these findings, service innovation behavior and domestic entrepreneurship will increase with the increase of social capital.

This means that people with good social relations are expected to innovate about services, products, technology from the business and thus the social capital will be able to be kept high.

For this reason, while investing in social capital, businesses are also investing in service innovation behavior and domestic entrepreneurship.

Such investment should not be considered only in monetary terms.

Therefore human capital investment is the most valuable investment.

This study, which reveals the relationship between social capital, service innovation behavior and internal entrepreneurship, is important in that the employees and managers of the business take into account these concepts and lead the researchers working on these concepts.

These findings provide up-to-date and reliable results for businesses and employees.

For this reason, it is considered that business and employees will pay more attention to these issues in order to be successful.

Keywords: *Social Capital, Intrapreneurship, Service Innovation Behavior, Entrapreneurship, Innovation.*

5. OTURUM : Beşeri Sermaye Ve Uzmanlık Temelli İşgücü Planlaması

5ND SESSION : Human Capital And Workforce Planning With Expert Based

Beşeri Sermaye Ve Uzmanlık Temelli İşgücü Planlaması

Oturum Başkanı

Dr. Hayati BAŞARAN

Kırsal Kalkınmada Yerel Yönetimler İle Üretici Örgütlerinin İşbirliği Olanakları Üzerine Bir İnceleme: İzmir İli Örneği
A Review On Cooperation Possibilities Of Local Governments And Producer Organizations For Rural Development: The Case Of İzmir Province

Arş. Gör Fatih ÖZDEN Fazıl Akın OLGUN

Kooperatifler Arası İşbirliği İlkesi Çerçevesinde Türkiye'de Tarımsal Kooperatiflerin Üst Örgütlenmesinin Uluslararası Örnekler Işığında İncelenmesi

Abdullah ÇİFCİ

Türk Kooperatif Yönetim Performansına Etkisi Açısından Toplumsal İletişim Ağı Kooperatifçilikte Hollanda Örneği "Nautilus"
On The Effect Of Turkish Cooperative Management Performance Community Communication Network Netherlands Example In Co-Operativism "Nautilus"

Sylvia Monique De ROOİJ Seyfi ÖZGÜZEL
Kamil Ufuk BİLGİN

Smaa Yöntemi İle İllerin Finansal Başarı Sırasının Belirlenmesi Ve Kooperatifçilik Faaliyetlerine Kaynak Oluşturulması Üzerine Bir Uygulama
An Application Of Ranking Turkish Provinces' Financial Potential With Smaa Method To Instruct Cooperativity

Arş. Gör. Bilge MEYDAN

Kooperatiflerin Finansal Sorunları ve Finansal Yönetimi
Financial Problems and Management of Cooperatives

Yrd.Doç.Dr. Meltem KESKİN KÖYLÜ

Gün : 6 Ekim 2017, Cuma
Saat : 14.00 - 15.30
Salon : Salon : 2
Yer : Hakkı Atamulu Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

KIRSAL KALKINMADA YEREL YÖNETİMLER İLE ÜRETİCİ ÖRGÜTLERİNİN İŞBİRLİĞİ OLANAKLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME: İZMİR İLİ ÖRNEĞİ

Fatih ÖZDEN*
Akın OLGUN**

Genişletilmiş Özet

Son yıllarda "yerelde kalkınma" kavramı ile ifade edilen ademi merkeziyetçi anlayış, Türkiye'de bir taraftan bölgesel kalkınma ajansları ile diğer taraftan ise 2013 yılında yürürlüğe giren ve kamuoyunda "Bütünşehir Kanunu" olarak bilinen düzenlemeyle daha fazla hayatımıza girmeye başlamıştır.

Bütünşehir Yasası sonrasında daha önce köy tüzel kişiliğinde bulunan yerleşim birimleri mahalle statüsüne dönüştürülmüştür.

Bu düzenlemeyle birlikte artık mahalle haline gelen, ancak kırsal yerleşim özelliği taşıyan bölgeler de yerel yönetimlerin hizmet götürmekle yükümlü oldukları alanlar haline gelmiştir.

Kırsal alanları niteleyen en önemli özelliklerden birisi ekonomilerinin tarım sektörü ağırlıklı olmasıdır.

Dolayısıyla birçok belediyecilik hizmetinin yanı sıra 2013 yılı sonrasında yerel yönetimlerin mahalle statüsündeki kırsal alanlara bir takım tarımsal hizmetleri ulaştırması konusu da gündeme gelmiştir.

Kırsal alanlara tarımsal hizmetlerin götürülmesi belirli bir altyapıyı, bilgi birikimini ve insan kaynağını gerektirmektedir.

Bu anlamda yerel yönetimlerin düzenleme sonrası söz konusu yeni duruma hazırlıksız yakalandıkları söylenebilir.

** Arş. Gör. - Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü*
fatih.ozden@ege.edu.tr

Bu kapsamda birçok büyükşehir ve ilçe belediyelerinde tarımsal hizmetlerden sorumlu birimler oluşturulmuştur.

İzmir Büyükşehir Belediyesi de bu yerel yönetimler arasında yer almaktadır.

Yerel yönetimler tarafından sağlanan tarımsal hizmetlerin ve kırsal kalkınma faaliyetlerinin belirli bir plan ve program çerçevesinde etkili bir şekilde ulaştırılmasında kooperatifler ve üretici örgütleri kritik önemdedir.

Zira belirli bir amaç için dayanışma ruhu çerçevesinde gönüllü olarak bir araya gelen üreticilerin, demokratik olarak kontrol ettikleri bağımsız ve özerk ekonomik yapılar olarak tanımlanabilecek kooperatifler kaynakların etkin bir şekilde yerine ulaştırılmasında en uygun organizasyonlar olabilmektedir.

İzmir bunun farklı örneklerinin bulunduğu bir il olarak dikkat çekmektedir. Ayrıca İzmir'i farklı ve incelenmeye değer kılan özelliklerden birisi de kırsal alana ve tarıma yönelik hizmet ve yatırım anlayışının Bütünşehir Kanunu ile bir anlamda zorunluluktan değil yaklaşık 10 yıl önce ihtiyaçtan doğmuş olmasıdır.

İzmir Büyükşehir Belediyesi tarıma ve kırsal kalkınmaya yönelik faaliyetlerini Tarımsal Hizmetler Dairesi Başkanlığı altında yürütmektedir.

Bu daire başkanlığına bağlı olarak Kırsal Kalkınma Şube Müdürlüğü ve Tarımsal Projeler Şube Müdürlüğü olmak üzere iki ayrı birim bulunmaktadır.

Bu organizasyon şeması çerçevesinde meyve fidanı dağıtımı, organik tarım ve iyi tarım uygulamaları eğitimleri, toprak analizi, küçükbaş hayvan yetiştiriciliğine yönelik destekler, arıcılık faaliyetlerine yönelik hizmetler gibi birçok alanda çalışmalar yapılmaktadır.

İzmir'de yerel yönetimler tarafından tarım ve kırsal kalkınmaya yönelik faaliyetlerde kooperatifler önemli bir rol oynamaktadır.

Bu kapsamda Tire Süt Kooperatifi ile yapılan işbirliği neticesinde başlatılan okul sütü projesi, sonraki yıllarda Milli Eğitim Bakanlığı tarafından da benimsenerek ülke genelinde uygulanır hale gelmiştir.

Günümüzde ise proje "Süt Kuzusu" adı altında İzmir genelinde devam etmektedir.

Tire Süt Kooperatifi yerel yönetim ile yapmış olduğu işbirliği neticesinde yatırımlarını ve hizmetlerini genişletme imkanı bulmuş ve Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından da ödüllendirilen model bir üretici örgütü konumuna ulaşmıştır.

Bunun dışında, verilen rekreasyon hizmetleri kapsamında Bayındır Çiçekçilik Kooperatifi ile, üreticilere dağıtılan fidanların üretimi konusunda ise Bademli Fidancılık Kooperatifi ile kapsamlı işbirlikleri devam etmektedir. İğdeli ve Bademli Tarımsal Kalkınma Kooperatifleriyle de ortak çalışmalar yürütülmektedir.

Ayrıca Büyükşehir Belediyesi ve Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi arasında yapılan protokol ile kooperatif ortaklarına tarımsal üretimle ilgili eğitim çalışmaları da verilmektedir.

Hizmetlerin büyük bir bölümünün kooperatifler ve üretici örgütleri aracılığıyla gerçekleştirilmesi, bir yandan kaynakların belir bir program çerçevesinde daha etkin bir şekilde kullanılmasını sağlarken diğer taraftan üreticileri de örgütlenmeye teşvik etmektedir.

Yukarıda özetlenmeye çalışılan faaliyetler ve işbirlikleri çerçevesinde İzmir'in yerel yönetim-kooperatif işbirliği açısından incelenmeye değer bir örnek olacağı düşünülmüştür. Söz konusu işbirlikleri anlamlı olmakla birlikte bu faaliyetlerinin sürdürülebilirliği de büyük önem taşımaktadır.

Bu çerçevede çalışmada İzmir Büyükşehir Belediyesi ile tarım kooperatifleri arasında yapılan işbirlikleri ayrıntılı olarak incelenmeye çalışılmıştır.

İşbirliği sürecinde karşılaşılan sorunlar ortaya konularak sürecin hangi zemin üzerinde daha sürdürülebilir bir yapıya kavuşturulabileceği incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Kırsal kalkınma, yerel yönetimler, İzmir Büyükşehir Belediyesi, kooperatifler, Bütünşehir Kanunu.*

Jel Kodları: *Q13, R10*

A Review on Cooperation Possibilities of Local Governments and Producer Organizations for Rural Development: The Case of İzmir Province

Extensive Summary

In recent years the decentralized approach expressed in the concept of "local development" has begun to take more lives in Turkey with the regional development agencies and the regulation which is known as the "Whole-city Law" which entered into force in 2013.

After the Whole-city Law, the settlement units that were previously in the village legal entity were transformed into the neighborhood status.

With this regulation, regions that have become neighborhoods but have rural settlement characteristics have become areas in which local governments are obliged to provide services.

One of the most important characteristics that characterize rural areas is that the economy is predominantly depends on agricultural.

Therefore, besides many municipal services, the issue of local governments to deliver some agricultural services to the rural areas in the neighborhood status has come to the agenda after 2013.

The delivery of agricultural services to rural areas requires a certain infrastructure, knowledge and human resources.

In this sense, it can be said that the local administrations have been caught unprepared for the new situation after the regulation.

In this context, many metropolitan and district municipalities have been established responsible units for agricultural services.

İzmir Metropolitan Municipality is among these local administrations.

Co-operatives and producer organizations are critical for effective delivery of agricultural services and rural development activities provided by local governments within a specific plan and program

framework.

Cooperatives, which can be defined as independent and autonomous economic structures democratically controlled by producers who come together voluntarily within the framework of the spirit of solidarity for a specific purpose, can be the most suitable organizations for effectively fulfilling the resources.

İzmir attracts attention as a province in which there are different examples of this.

Moreover, one of the distinguishing features of İzmir that the service and investment approach towards rural areas and agriculture was born from necessity about 10 years ago, not a necessity in a sense with the Whole-city Law.

İzmir Metropolitan Municipality carries out its activities for agriculture and rural development under the presidency of Agricultural Services Department.

Depending on this department, there are two separate units, the Rural Development Branch Office and the Agricultural Projects Branch Office.

Within the context of this organizational scheme, there are many inland workshops such as fruit nursery distribution, organic agriculture and good agricultural practices training, soil analysis, support for small cattle breeding, services for beekeeping activities.

Cooperatives play an important role in activities for agriculture and rural development by local governments in İzmir.

In this context, the school milk project, initiated in cooperation with the Tire Milk Cooperative, was adopted by the Ministry of National Education in the following years and became applicable throughout the country.

Nowadays, the project is continuing in İzmir under the name of "Milk Lamb" for babies.

Tire Milk Cooperative has been able to expand its investments and services on the basis of cooperation with the local government and has become a model organization awarded by the United Nations Food and

Agriculture Organization (FAO).

Apart from this, comprehensive cooperation with Bayındır Floriculture Cooperative in the scope of recreation services provided and Bademli Arboriculture Cooperative in the production of saplings distributed to the producers is still continuing.

In addition, cooperative activities are being carried out with İğdeli and Bademli Agricultural Development Cooperatives.

In addition, an agricultural training program is being implemented for the cooperative partners within the framework of the protocol between İzmir Metropolitan Municipality and Ege University Faculty of Agriculture.

The realization of a large part of the services through cooperatives and producer organizations, on the one hand, enables the resources to be used more effectively in a specified program framework, on the other hand encouraging the producers to come together under a cooperative roof.

Considering the activities and collaborations that are tried to be summarized above, İzmir was considered as an example to be examined in terms of local government-cooperative cooperation.

The sustainability of these activities is of great importance as well as meaningful collaborations.

In this framework, in the study the cooperation between İzmir Metropolitan Municipality and agricultural cooperatives has been examined in detail.

Problems encountered during the cooperation process has been revealed and the on which basis the process can be made more sustainable has been investigated.

***Keywords**: Rural development, local governments, İzmir Metropolitan Municipality, cooperatives, producer organizations, Whole-city Law.*

KAYNAKÇA

Anonim (2004), "Büyükşehir Belediyesi Kanunu, Kanun no: 5216, sayı:25531, http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5216.pdf. (10.09.2017).

Anonim (2012), "On Üç İlde Büyükşehir Belediyesi Ve Yirmi Altı İlçe Kurulması İle Bazı Kanun Ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun", Kanun no: 6360, Resmin Gazete, sayı: 28489.

Anonim (2014), Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi 2014-2020, http://kkp.tarim.gov.tr/sp/UKKS%20(2014-2020).pdf. (10.09.2017).

Anonim (2015), İzmir Büyükşehir Belediyesi, https://www.izmir.bel.tr/HaberDetay/14836/tr. (18.09.2017).

Anonim (2016a), "İzmir Büyükşehir Belediyesi Tarımsal Hizmetler Dairesi Başkanlığının Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik", https://www.izmir.bel.tr/YuklenenDosyalar/Dokumanlar/12.1.2016%2015_46_09_tar%C4%B1msal%20hizmetler%20db.pdf. (14.09.2017).

Anonim (2016b), S.S. Kuşçular Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Çok Amaçlı Soğuk Hava Deposu Projesi, İzmir Kalkınma Ajansı Yarımada Sürdürülebilir Kalkınma Mali Destek Programı, http://kuscularkalkoop.com/s-s-kuscular-koyu-tarimsal-kalkinma-kooperatifi-cok-amacli-soguk-hava-deposu. (29.09.2017)

Anonim (2017a), İzmir Büyükşehir Belediyesi, http://mobil.izmir.bel.tr/HaberListele/HaberDetay/22281. (22.09.2017).

Anonim (2017b), İzmir Büyükşehir Belediyesi, https://www.izmir.bel.tr/Projeler/2/64/ara/tr. (26.09.2017) .

Anonim (2017c), İzmir Büyükşehir Belediyesi, https://www.izmir.bel.tr/HaberDetay/26580/tr. (26.09.2017).

Anonim (2017d), İzmir Büyükşehir Belediyesi, https://www.izmir.bel.tr/HaberDetay/22419/tr. (27.09.2017).

Anonim (2017e), İzmir Büyükşehir Belediyesi, https://www.izmir.bel.tr/HaberDetay/27669/tr. (29.09.2017).

Ayyıldız, M., Çiçek, A., Gürel, E., Erdal, E., (2016), "Büyükşehir Yasasının

Tarımsal Altyapıya Olası Etkileri, XII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, Biridiler Kitabı, C.2, s. 951-954, Isparta.

Azak, Şule; Miran, Bülent, Bülent (2015), "Türk Tüketicilerin Organik Pazara ve Organik Ürünlere Yönelik Davranışlarının Analizi: İzmir Örneği", Ekolojik Tarım Organizasyonu, https://drive.google.com/file/d/0Bx5-1ZxK2vFKN3B5Nk9qOUJxc0k/view. (22.10.2017).

Bakırcı, Muzaffer (2007), Türkiye'de Kırsal Kalkınma: Kavramlar, Politikalar, Uygulamalar, Nobel Yayınları, İstanbul.

Çetin, Murat (2007), "Yerel Ekonomik Kalkınma Yaklaşımı ve Uluslararası Organizasyonlar", Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, C: 14, S: 1, s. 153-170, Manisa.

Çiftçi, Ferdan; Tomar, Ahmet (2013), "Büyükşehir Yasasının İzmir Kırsalı Üzerine Olası Etkileri", TMMOB İzmir 2. Kent Sempozyumu, s. 409-417, http://www.tmmobizmir.org/wp-content/uploads/2014/06/37.pdf. (11.09.2017).

Eskiyörük, Mahmut (2014), Üretici Açısından Dünyada ve AB'de Süt Politikasındaki Son Gelişmeler ve Türkiye Süt Sektörüne Etkileri Paneli, Ege Bölgesi Sanayi Odası, http://www.ebso.org.tr/ebsomedia/documents/mahmut-eskiyoruk_15050653.pdf. (26.09.2017).

Gülçubuk, B., Yıldırak, N., Kızılaslan, N., Özer, D., Kan, M., Kepoğlu, A., (2010), "Kırsal Kalkınma Yaklaşımlar ve Politika Değişimleri", Ziraat Mühendisliği VII. Teknik Kongresi, Bildiriler Kitabı 1-2, s. 1-9, Ankara.

Hussain, Muhammad Shehu (2014), "The Role of Cooperative Organizations in Rural Community Development in Nigeria: Prospects and Challenges", Academic Research International, Vol. (5)3, s. 189-197.

İzmir Büyükşehir Belediyesi (İBB) (2012), 1/25000 Ölçekli İzmir Büyükşehir Bütünü Çevre Düzeni Planı Açıklama Raporu, İzmir Büyükşehir Belediyesi İmar ve Şehircilik Dairesi Başkanlığı Nazım Plan Şube Müdürlüğü, http://izmimod.org.tr/docs/RAPOR_IBSBCDP.pdf. (27.09.2017).

İzmir Büyükşehir Belediyesi (2013-2014-2015), Faaliyet Raporları, https://www.izmir.bel.tr/Dokumanlar/686/tr, 20.09.2017)

Karagül, M., Masca, M., (2005), "Sosyal Sermaye Üzerine Bir İnceleme", Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Bahar Sayısı, s.37-52. http://dergipark.ulakbim.gov.tr/esad/article/view/1068000033/1068000168.

(01.10.2017).

Kaya, Erol (2007), Kent Yönetiminde Yeni Yaklaşım Yerel Kalkınma Yönetimi, Okutan Yayıncılık, İstanbul.

Kuş, Dilek (2015), "Tire Süt Kooperatifi-Vaka Analizi", Kalkınma Atölyesi, Ankara. http://www.kalkinmaatolyesi.org/v2/wpcontent/uploads/2015/12/sutle_gelen_emegin_dayanismasi.pdf. (24.09.2017).

Olgun Susta, Gülce; Gülçubuk, Bülent (2016), "Kırsalın Dönüşümünde Fırsat ve Tehditleriyle Yeni Büyükşehir Yasası'nın Analizi", XII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, Biridiler Kitabı, C.2, s. 1059-1068, Isparta.

Sakınç, Süreyya (2013), "Yerel Kalkınma Politikalarında Yerellik ve Katılımcılık", Yerel ve Bölgesel Kalkınma: Küresel ve Yerel Bakış Açıları, Ed. Buğra Özer ve Güven Şeker, Celal Bayar Üniversitesi Matbaası, Manisa, s. 25-36.

Saner, G., Uçar, K., Ağır, H., B., (2012), "Kırsal Kalkınmada Kooperatifçiliğin Rolü "İzmir-Seferihisar Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Örneği", 10. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, Bildiriler Kitabı, s.1054-1059, Konya.

Soykan, F., Karadağ, A., (2004), Kırsal Kalkınma Açısından Kınık'ta Coğrafi Çevre Değerlendirmeleri, Ege Üniversitesi Bilimsel Araştırma Proje Kesin Raporu, s.106, İzmir.

Tekeli, İlhan (2017), "İzmir İli/Kenti İçin Bir Tarımsal Gelişme ve Yerleşme Stratejisi", İzmir Büyükşehir Belediyesi Akdeniz Akademisi, s.216, İzmir.

Zengin, E., Başkurt, M., Es, M., (2014), "Yerel Yönetimler ve Yerel Kalkınma", Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, C:3, S:2, s. 95-124. http://journals.manas.edu.kg/mjsr/archives/Y2014_V03_I10/ef270d3f02ccb3ec3b53e54dc005654e.pdf. (10.09.2017).

BF Dergisi, C:1, S:1, s:15-23

Keleş, Ruşen (1992), Yerinden Yönetim ve Siyaset, Cem Yayınevi, İstanbul İki yazarlı Bildiri:

Başak, Suna; Öztaş, Nail (2010), "Güven Ağbağları, Sosyal Sermaye ve Toplumsal Cinsiyet", Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi, C:12, S:1, s: 27-56

Ergun, Turgay; Polatoğlu, Aykut, Kamu Yönetimine Giriş. TODAİE Yayınlar, No:241, Ankara, 1992

Gürer A., Sezen S., Solmaztürk A.B., (2014),"Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerini Ölçmeye Yönelik Bir Alan Araştırması", Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, Cilt:49, Sayı:2, s:1-19

Tortop N., Aykaç B., Yayman H., Özer M.A., (2008), Mahalli İdareler, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara

Kavruk, Hikmet (2005), "Yerel Yönetim Şirketleri", Yerel Yönetimler Üzerine Güncel Yazılar (I), Ed. Hüseyin Özgür vd., Nobel Yayın, Ankara, s.421-448

TODAİE (1991), Kamu Yönetimi Araştırması–Genel Rapor, TODAİE, Ankara.

Kavruk Hikmet (2003), Anakente Bakış, Hizmet-İş Sendikası Yay., Ankara'dan aktaran Hasan Yaylı ve R.Yaslıkaya, (2012), "Türkiye'de Yerel Hizmetlerle İlgili Yasal Düzenlemelerin Gelişimi", Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi, Cilt:47, Sayı:2, s:76

Yaylı Hasan (2008), "Yerel Demokrasinin İlkeleri", http://www.karam.org.tr/Bildiriler/607904197_yayli.pdf(18.11.2014).

(http://koopkur.org.tr/?p=1012 , 18.11.2014)

Topbaş Eriman (2001), "Türkiye ve Fransa'da Sınıf Öğretmeni Yetiştiren Kurum Programlarının Karşılaştırılması" Basılmamış Doktora Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Dosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu

KOOPERATİFLER ARASI İŞBİRLİĞİ İLKESİ ÇERÇEVESİNDE TÜRKİYE'DE TARIMSAL KOOPERATİFLERİN ÜST ÖRGÜTLENMESİNİN ULUSLARARASI ÖRNEKLER IŞIĞINDA İNCELENMESİ

Abdullah ÇİFCİ*

Genişletilmiş Özet

Kooperatifler arası işbirliği ilkesinin en somut uygulamalarının başında kooperatif üst örgütlenmesi gelmektedir.

Kooperatif üst kuruluşları (birlikler), kooperatiflerin tek başına başarmakta güçlük çektikleri işleri dikey ve yatay örgütlenme yoluyla hayata geçirmek amacıyla kurmuş olduğu kooperatiflerdir.

Birliklerin dünyada tarihi neredeyse kooperatiflerin kendisi kadar eskidir.

Türkiye'de ise 1970'li yıllardan itibaren bu konuda kayda değer gelişmeler sağlanmıştır.

Türkiye'de kooperatiflerin tabi olduğu üç temel Kanunun (1163 sayılı Kooperatifler Kanunu, 4572 Sayısı Tarım Satış Kooperatif ve Birlikleri Hakkında Kanun, 1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri ve Birlikleri Kanunu) her birinde birliklerin yapısı ve işleyişlerine ilişkin ayrıntılı düzenlemelere yer verilmiştir.

Bu düzenlemeler çerçevesinde tarımsal alanda faaliyet gösteren 118 kooperatif birliği ve 5 kooperatif merkez birliği bulunmaktadır.

Bu nedenle, tarımsal alanda kooperatif üst örgütlenmesinin her kademesinde anlamlı bir üst kuruluş sayısına ulaşıldığı söylenebilir.

Ancak, bu konudaki nicel ilerleme, üst kuruluşlardan beklenen tüm işlevlerin yerine getirmesinde yeterli olmamıştır.

Bu nedenle, Türkiye'de birliklere yönelik tartışmalar halen

**Gümrük ve Ticaret Bakanlığı*

güncelliğini korumakta olup kooperatifçiliğinin neredeyse tüm paydaşları üst örgütlenmeye ilişkin mevzuat ve uygulamaların yeniden gözden geçirilmesi konusunda hemfikirdir.

Bu makalenin temel amacı Türkiye'de tarımsal kooperatiflerin üst örgütlenmesinde hukuki düzenlemeler ve idari uygulamaların etkisinin analiz edilmesidir.

Bu çerçevede; kooperatif, birlik, merkez birliği ve milli birlikten oluşan 4 kademeli yapının işlevselliği, birliklerin ticari ve ticari olmayan faaliyetleri birlikte yürütmesinin etkileri, kooperatiflerin tabi oldukları Kanun ve anasözleşme farklılıklarının örgütlenme açısından anlamı ve birliklerin kooperatif tüzel kişiliğinde kurulmasının sonuçları tartışılmıştır.

Çalışmada Almanya ve Fransa tarımsal kooperatifleri başta olmak üzere farklı ülkelerin üst örgütlenme yapısından örneklere yer verilmiştir.

Bu iki ülke örneğinin vurgulanmasında tarımsal kooperatiflerin başarı düzeyi, mevzuattaki benzerlikler ve devletin kooperatifçilik alanındaki müdahale düzeyi etkili olmuştur.

Dünyada kooperatif birliklerinin, "denetim-geliştirme" ve "ticari" olmak üzere iki tür işlevi bulunmaktadır.

Bu iki tür işlev ülkemizde kooperatif tüzel kişiliği altında örgütlenmiş tek bir yapı aracılığı ile yerine getirilmektedir.

Fransa ve Almanya gibi ülkelerde ise iki farklı üst örgütlenme biçiminin mevcut olduğu görülmektedir.

Bu örneklerde denetim-geliştirme faaliyetinde bulunan kooperatiflerin genellikle dernek benzeri bir tüzel kişiliğe sahip olduğu ve dış denetim başta olmak üzere kooperatiflerin yönetimsel konulardaki ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla faaliyet gösterdikleri görülmektedir.

Ticari faaliyette bulunan birliklerin ise çoğunlukla anonim şirket benzeri bir tüzel kişilik olarak örgütlendiği ve sadece kooperatifin ekonomik çıkarları çerçevesinde faaliyet yürüttüğü görülmektedir.

Ülkemizde her iki görevi de tek bir kuruluşun yerine getirmesi aynı yapının bir taraftan kooperatiflerin ekonomik kararlarına müdahil

olurken diğer taraftan dış denetimini -ve hatta kamusal denetimini- yapması gibi bir sorunu bir durumu ortaya çıkarmaktadır.

Türkiye'de tarımsal alanda kooperatiflerin Kanun ve anasözleşme farklılıkları üst örgütlenmenin gelişiminde belirleyici bir etmen olmuştur.

Farklı Kanunlara göre kurulan kooperatiflerin hukuki anlamda birlik kurmaları mümkün değildir.

Bunun yanında, 1163 sayılı Kanunda benzer faaliyetlerde bulunan kooperatiflerin birlik kurmasına imkân verilmişse de, uygulamada birlikler Bakanlıklarca hazırlanan aynı anasözleşmeye tabi kooperatifler arasında kurulmuştur.

Kanun ve anasözleşme farklıkları tarım alanında, birbirine çok yakın faaliyetlerde bulunmasına rağmen, birbirinden bağımsız çok sayıda birlik ve merkez birliğinin ortaya çıkmasına yol açmıştır.

İncelenen ülke örneklerinde ise tarımsal kooperatiflerin aynı kanuna tabi olduğu ve tarımsal alanda kooperatifleri temsil eden sadece bir merkez birliğinin bulunduğu görülmektedir.

1163 sayılı Kanunda üst örgütlenmeye ilişkin dört kademeli bir yapı öngörülmüştür.

Bu yapı en altta birim kooperatifler olmak üzere birlik, merkez birliği ve Milli Kooperatifler Birliğinden oluşmaktadır.

Uygulamada bu yapı tümüyle karşılık bulmamış olup bazı tür kooperatif türlerinde sadece 2 kademe bulunmaktadır (pancar ekicileri kooperatifleri ve tarım satış kooperatifleri gibi).

Ancak, bu yapı bir kooperatifin istediği bir merkez birliğine ya da Türkiye Milli Kooperatifler birliğine katılımını imkânsız hale getirmektedir.

Dolayısıyla, günümüzde Kanunla belirlenen kademe sayısının bütünleşmede kısıtlayıcı rol oynamaktan başka pratik bir sonucu bulunmamaktadır.

Türkiye'de devlet birim kooperatiflerin olduğu gibi üst kuruluşların kuruluşu ve gelişiminde de önemli roller üstlenmiştir.

Bu çerçevede, 1163 sayılı Kanunda üst örgütlenme detaylı bir biçimde düzenlemiş, birliklerin kuruluşunda kullanılmak üzere örnek anasözleşmeler hazırlanmış ve üst örgütlenmeyi teşvik etmek amacıyla üst kuruluşa katılan kooperatiflere bir takım vergi ve harçtan muafiyet sağlanmıştır.

Bu tür hukuki düzenleme ve yönlendirmeler üst örgütlenmenin ihtiyaç doğrultusunda değil kanunda öngörülen tasarım doğrultusunda gelişmesinde etkili olmuştur.

Bu nedenlerle, üst kuruluşların ihtiyaca göre anonim şirket ya da dernek olarak kurulmasına imkan sağlanmasının, üst kuruluşlara farklı Kanuna ve anasözleşmeye tabi kooperatiflerin ortak olabilmesinin önünün açılması, kooperatiflerin hangi kademe birliklere ortak olacaklarına ilişkin kısıtlamanın kaldırılmasının, kooperatiflerin ticari ya da denetim-geliştirme faaliyetlerden sadece birinde uzmanlaşmalarının ülkemiz tarımı ve kooperatifçiliği açısından olumlu sonuçlar doğuracağı değerlendirilmektedir.

Bu koşulların gerçekleşebilmesi için üst örgütlenmeye ilişkin daha fazla değil daha az hukuki düzenlemeye ihtiyaç bulunmaktadır.

TÜRK KOOPERATİF YÖNETİM PERFORMANSINA ETKİSİ AÇISINDAN TOPLUMSAL İLETİŞİM AĞI KOOPERATİFÇİLİKTE HOLLANDA ÖRNEĞİ "NAUTILUS"

Sylvia Monique de ROOIJ*
Seyfi ÖZGÜZEL**
Kamil U.BİLGİN***

ÖZET

Türk kooperatifçiliğinin güçlenmesi için büyümesi ve çeşitlenmesi gerekmektedir.

Büyümeyi, bir taraftan kooperatif sayısının ve üye sayısının artması ile sağlamak bir ölçüde mümkün iken; diğer taraftan da mevcut ihtiyaçlara göre gelişen biçimde çeşitlendirmek gerekmektedir.

Çünkü, bireysel bütçe ve çabayla yapılamayan bütün üretimler için bir toplumsal iletişim ağı olan kooperatif örgütlenmeye gidilebilmesi mümkündür.

Ancak, hem yeniliklere uygun kooperatifleşmeye gidilmeli; hem de kooperatif yönetiminde performans anlayışına geçilmelidir.

Bu bildiride, sosyal ekonomi bölgesel gelişim ağına iyi bir kooperatifçilik örneği olan NAUTILUS hakkında bilgi verilerek, yönetim performansı ile işlevi açısından ülkemiz kooperatifçiliğiyle karşılaştırması ve Türkiye'de uygulanabilir çalışmaların ortaya konulması amaçlanmıştır.

Yöntem olarak, konuyla ilgili Türkçe ve Hollandaca eserlerin taranmasının yanı sıra iyi örnek olarak yansıtılmak istenen

** Den Bosch, Holland, +31.62 92 601 93/+90.553 350 80 33, sylviamderooij@gmail.com*
*** Akdeniz Üni. - Antalya, +90.536.6446688, sozguzel@gmail.com*
**** TODAIE - Ankara, +90.535.7123961, kbilgin@todaie.edu.tr*

NAUTILUS'un çalışmaları, yönetim ve uygulamalarının yerinde gözlenmesi yöntemi kullanılmıştır.

Bildiri hazırlığıyla elde edilen bilgilere göre NAUTILUS, Organik/ Biyolojik Gıda Ürünleri (tarla/sera sebze-meyve) Üreticileri Kooperatifi olarak, 1987 yılında kurulmuştur.

Hollanda'nın Flevoland Bölgesi'nde (Birkaç şehri-Yerel yönetimi kaypasan bir Bölge Yönetimi), bu sektörle uğraşan birkaç çiftçinin girişimiyle doğal ürünlerin, piyasasında gerekli ilgiyi görmesi, hak ettikleri fiyatla ürünlerini satması ve üyelerin haklarının korunması ve ayrıca üyelere bu alanda hizmet-içi kurslarla gerekli uzmanlığın kazandırılması amaçlanmıştır.

Toplumda genel olarak doğal ürünlere olan talebin giderek artmasından dolayı yeni satış pazarlarının bulunması da hedeflemiştir.

NAUTILUS-Biyolojik Ürün Üreticileri Kooperatifi, kuruluşundan bir yıl sonra söz konusu çalışmalarını yeni pazarlar bulmak üzerinde yoğunlaştırmıştır.

Felvoland Bölgesi'nin maddi desteğiyle, kooperatifin ilk satış merkezi 1991 yılında kurulmuştur.

NAUTILUS-Biyolojik Ürün Üreticileri Kooperatifi, Hollandse Biologische Producten (HBP) adındaki kooperatifle 1996 yılında birleşince, üye sayısı iki katına çıkmış; aynı zamanda da ürün çeşidi artmış ve ulusal büyüklüğe erişmiştir.

Bu gelişmelerin ışığında NAUTILUS, süper/hipermarketler için (taleplerin kolayca marketler için doğal ürünlerin satışının sürekliliği ve kalite de güvenceye alınmış olmaktadır.

Çünkü, NAUTILUS markalaşma sağladığı için sattığı ürünlerin %100 doğal olduğu güvencesini vermektedir.

NAUTILUS-Organik Ürün Kooperatifi, biyolojik ve bio-dinamik sebze meyve alanında ulusal ve uluslararası alanda 250 büyük kurum-kuruluşun taleplerini karşılamaktadır.

*Ürünlerin %25'i ulusal, %75'i ise Almanya, ABD, İngiltere, İskandinav ülkeleri, Fransa, İtalya ve Belçika'ya ihraç edilmektedir.****

Anahtar Kelimeler: *Türk Kooperatifçiliği, Hollanda Kooperatifçiliği, Kooperatif performans yönetimi, Toplumsal iletişim ağı kooperatifçilik, NAUTILUS. (Q13)*

On the Effect of Turkish Cooperative Management Performance Community Communication Network Netherlands Example in Co-operativism "NAUTILUS"

ABSTRACT

The Turkish cooperatives need to grow and diversify to become stronger.

While it is possible to achieve growth by increasing the number of cooperatives and increasing the number of members on one side, it is necessary to diversify the growth on the other side, taking into account the developments as well as social needs.

Individual budgets, as well as the limited availability of human capital, limit the capability of individual companies to in the range of products they can offer.

However, the product range can be increased through cooperatives, in the role of a social communication network.

Cooperatives should have awareness for innovation; however, the management of the cooperatives should also have a good understanding of their own performance.

In this article, information will be provided about NAUTILUS, which, as a cooperative, is a good example of a regional social-economic network.

The aim is to provide a comparison between the Netherlands and Turkey in terms of management performance and to provide applicable conclusions of the studies for Turkey.

The chosen methodology includes a literature-study, screening related Dutch and Turkish resources related to this topic, as well as

monitoring the practices of NAUTILUS in terms of performance and management in the Netherlands.

According to the sources that were consulted in the preparation of this article, NAUTILUS was founded in 1987 as a co-operative in the field of organic/biological food products (fruits and vegetables from field/greenhouse).

In Flevoland, a province in the Netherlands, a small group of farmers started this initiative, with the objective to create better awareness for their organical products on the market, to be able to sell their product for the appropriate price, to protect the rights of the individual members and to improve know-how among the members of the cooperative.

The objectives also included the diversification of product offerings due to the increasing demand for organic food products.

One year after NAUTILUS was founded, the focus was primarily on finding new markets and buyers.

With the support of the province Flevoland, the first selling center was opened in 1991, starting the export of cultivated products.

After the merger with Hollandse Biologische Producten (HBP) in 1996, the member count was doubled, the product assortment grew and the organization acquired a national role.

In this light, NAUTILUS has ensured continuity and quality for the super / hypermarkets. Because NAUTILUS gives a 100% guarantee that its products are biological.

The cooperative for organic/biologic products NAUTILUS, meets the demand of 250 national and international major buyers in the field of biological and biodynamic vegetables and fruits, both nationally as well as internationally. 25% of the products are sold in the Netherlands.

*The remaining 75% is exported to Germany, USA, UK, Scandinavian countries, France, Italy and Belgium. ****

KeyWords : *Turkishcooperatives, Dutchcooperatives, Cooperative performance management, community network cooperatives, Nautilus.*

SMAA YÖNTEMİ İLE İLLERİN FİNANSAL BAŞARI SIRASININ BELİRLENMESİ VE KOOPERATİFÇİLİK FAALİYETLERİNE KAYNAK OLUŞTURULMASI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

Bilge MEYDAN*

Genişletilmiş Özet

Farklı parametrelerle illerin değerlendirilmesi farklı disiplinden araştırmacıların ilgisini çekmiş ve literatürde sıklıkla yer bulmuştur.

Ulusal ve bölgesel gelişimin, belirlenen indikatörler bazında ölçülmesi politika yapıcılara; gelişmekte geri kalmış bölgelerle ilgili odaklanılması gereken faktörler, yapılması gereken iyileştirmeler, ulusal kalkınma hedeflerinde önemsenmesi gereken yapılandırmalar hakkında bilgi sağlaması sebebiyle oldukça önemlidir.

İllerin sıralamasının yapılması; örneklem setindeki illerin kendi içinde rekabetinin değerlendirilmesi, en iyi performans gösterenlerin ortaya çıkarılması ve gelecekteki gelişmelere zemin hazırlaması dolayısıyla politika yapıcılar ve paydaşlar için yardımcı bir enstrümandır.

Bu sayede, iyileştirme politikalarının hazırlanmasında önemsenecek konuların daha açık ortaya koyulması ve referans olarak belirlenen illerin başarı faktörleri ile kıyaslama yapılması açısından önemlidir.

Politika yapıcılar için; illerin geçmişteki performansından ders çıkarıp güncel performansıyla karşılaştırarak, gelecekte beklenen gelişmeler için sağlam temelli bir politika geliştirmeye yol göstermektedir.

Performansı iyi olan diğer illere göre iyi olan iller referans alınarak,

**Arş. Gör., Hacettepe Üniversitesi, İşletme Bölümü, bilgem@hacettepe.edu.tr*

diğer illerin kalkınması için kooperatiflerin kurulmasında yol gösterici olması açısından önemlidir.

Literatürde illerin farklı perspektiflerden durumlarını inceleyen ve etkinliklerini birbiriyle kıyaslayan çalışmalar yer bulmuştur.

İllerin finansal perspektiften değerlendirildiği çalışmalar, il bazlı finansal 16 kriter ile bir uygulama yapmamızda motive kaynağı oluşturmuştur.

Çok kriterli karar verme süreci; kriter ağırlıklarının ve parametre değerlerinin belirli olduğu varsayımına dayanılmaktadır.

Ancak gerçek yaşam problemlerinde, karar vericilerin kriter ağırlıklarına yönelik bilgiyi elde etmeleri her zaman mümkün olmamakta veya elde edilen kriter ağırlıkları belirsiz olmaktadır.

Stokastik Çok Kriterli Kabul Edilebilirlik Analizi Yöntemi SMAA; kriter değerlerinin eksik ya da belirsiz olduğu, kriter ağırlıklarının ise belirsiz olduğu çok kriterli karar verme problemlerini çözmek için geliştirilmiş bir yöntemdir.

Verilerin belirsiz olduğu durumda, illerin gelişmişliğine benzer şekilde başarılı iller sıralamasının değişip değişmediğini, belli bir sıraya yakınsayıp yakınsamadığını görebilmek için analiz yöntemi olarak SMAA Yöntemi seçilmiştir.

Kriz sonrası dönemi olan 2009-2014 periyodunu incelediğimiz çalışmada verilerin belirsiz olduğu durumda sıralamanın değişip değişmeyeceğini saptamak ve gelecek yıllar için 2009-2014 yılları arasında kriter bazında aldıkları değer aralıklarından yola çıkarak başarılı illerle ilgili öngörü oluşturmak amacıyla SMAA Yöntemi'ne başvurulmuştur.

SMAA ile illerin kriter bazında belirtilen yıllar içinde kaydettikleri en küçük ve en büyük değerler ile analiz yapıldığından gelecek yıllar için illerin bu değer aralığında kaydedecekleri değerler sonucunda sıralamadaki konumları hakkında öngörü yapma imkanı sağlamaktadır.

Bu da başarılı ve başarısız illerin ortaya çıkarılarak, geri kalmış illerin kalkınması için kurulacak kooperatiflere yol gösterici olacaktır.

SMAA Yöntemi ile yapılan analizde açık kaynak çözücü olan jsmaa

programından yararlanılmıştır.

Çalışmamızda kullandığımız girdi kriterleri; nüfusa oranlı iş gücüne katılım oranı, istihdam oranı, imalat sanayi net kazanç ve imalat sanayide iş yeri sayısı SMAA yönteminde "azalan" olarak seçilmiştir.

Çıktı kriterleri ise yine nüfusa oranlı; bireysel krediler, sektörel krediler, TL mevduatları, döviz mevduatları, toplam mevduatlar, gayrinakdi sektörel krediler, vergi gelirleri, ithalat rakamları, ihracat rakamları, borsaya kayıtlı yatırımcı sayısı, il bazlı borsaya kayıtlı toplam hesap bakiyesi, enerji tüketimi yöntemde "artan" olarak seçilmiştir.

Programda kullanılan ağırlık setleri belirsiz seçilerek, ağırlık atamasının kriter bazında ortalaması kullandığımız ağırlık seti, "kesin değer" olarak belirlenmiştir.

Bu sayede illerin 2009-2014 yılları arasında en düşük ve en yüksek kriter değerleri ile yapılan uygulama ile; illerin sonraki yıllarda aynı girdi ve aynı çıktılar göz önünde bulundurulduğunda başarı performansını öngörmek hedeflenmiştir.

Ampirik uygulamada kullandığımız SMAA Yöntemi ile yaptığımız analizler sonucunda il bazında farklı ilgi konuları olan paydaşlara kaynak sunmak istenmiştir.

SMAA Yöntemi ile 7 coğrafi bölgenin en başarılı illeri belirlenmiş, daha sonra bu iller birbiri ile kıyaslanarak en başarılı il belirlenmiştir.

SMAA Yöntemi ile yapılan analizde İç Aanadolu Bölgesi'nde Yozgat, Marmara Bölgesi'nde İstanbul, Ege Bölgesi'nde İzmir, Akdeniz Bölgesi'nde Hatay, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde Gaziantep, Doğu Anadolu Bölgesi'nde Tunceli, Karadeniz Bölgesi'nde Karabük 1. sırada yer alan en başarılı iller olarak belirlenmiştir.

Bölgelerin en başarılı illeriyle yapılan analizde İstanbul en başarılı il olarak görülmektedir.

Çalışmamızın bilgi sağlamayı hedeflediği paydaşlar: halk, kentsel yönetim karar vericileri, kalkınma ajansları, girişimci iş insanları, banka ve finansal kuruluşlar, politika yapıcılar olarak sıralanabilir.

Yapılan araştırmayla 7 coğrafi bölgenin il profili belirlenmiştir.

Böylece, geri kalmış illere devlet desteğinin çekilmesi, o illerin kalkınması için kooperatifçilik faaliyetlerinin başlatılması ve yatırım olanaklarının gelişmesinin sağlanması hedeflenmiştir.

İlleri finansal perspektiften değerlendiren bu çalışmanın sonuçları teorik olup öneri niteliğindedir.

Anahtar Kelimeler: *İl Sıralama, Göreli Etkinlik Ölçümü, Panel Data, SMAA, Stokastik Çok kriterli Karar Verme Kabul Edilebilirlik Analizi*

JEL Kodları: *C23, C33, C44*

An Application Of Ranking Turkish Provinces' Financial Potential With SMAA Method To Instruct Cooperativity

Extensive Summary

The evaluation of cities with different parameters draws attention from researchers from different disciplines and is frequently found in the literature.

National and regional development that is measured on a set of indicators; is very important for policy makers because of the factors that need to be focused on the underdeveloped areas, the improvements to be made, and the information about the structures that should be considered in the national development goals.

Making the order of provinces; a tool for policy makers and stakeholders to evaluate the competition of cities in the sample set, to identify the best performers, and to prepare the ground for future developments.

In this respect, it is important to clarify the issues to be taken into consideration in the preparation of improvement policies and to make comparison with the success factors of the illusions determined as reference.

For policy makers; leading to the development of a sound-based policy for anticipated developments by taking lessons from

past performance of the provinces and comparing them with current performance It is important in terms of being a guide for the establishment of cooperatives for the development of other provinces by taking reference to the facts which are better than others with good performance.

In the literature, we meet studies that examine the situations of illusions from different perspectives and compare their activities with each other.

The studies in which the provinces are evaluated from the financial perspective create a motive source when we make an application with 16 provincial based financial criteria.

The multi-criteria decision-making process is based on the assumption that criterion weights and parameter values are specified.

However, in real life problems, it is not always possible for decision makers to obtain information on criterial weights, or the obtained criterion weights are uncertain.

Stochastic Multicriteria Acceptability Analysis Method SMAA; is used for the conditions that criterion values are missing or uncertain, and criterial weights are uncertain.

SMAA Method is chosen in cases when the data are uncertain; as the method of analysis in order to see whether the order of successive provinces changed, similar to the development of provincess, and whether they converge to a certain order.

In the study the post-crisis period 2009-2014 is examined, SMAA methodology is applied to determine whether the order would change if the data were uncertain, and to set the predictions for the success factors, starting from the range of values they had received on the basis of criteria between 2009-2014 for years to come.

With SMAA, analysis is carried out with the minimum and maximum values that the provinces recorded on the basis period.

Thus, for the coming years, provincess will be able to foresee their position in order as a result of their value in this value range.

This will lead to cooperatives that will be established for the

development of backward illusions by uncovering successful and unsuccessful provinces.

In the analysis with SMAA method, the open source solver jsmaa program is used.

criteria we use in our work, the proportion of population-based; workforce participation, the employment rate, the manufacturing industry net income and the number of workplaces in the manufacturing industry are selected as "decreasing" in the SMAA.

The output criteria are population-based personal loans, industrial loans, deposits TL, deposits FX, total deposits, non-cash sectoral loans, tax income, imports, exports, stock market registered number of investors, the total balance amount of investors, energy consumption data.

The output criteria are used as "increasing".

The weight set used in the program is selected uncertain, and the weight set we use to average the criterion of weight assignment is determined as "definite value" and "average value".

In this respect, with the application of the minimum and maximum criterion values of the provinces between 2009-2014; it is aimed to foresee the performance of success when the same inputs and same outputs are taken into account in the following years.

As a result of our analysis with the SMAA method, it is desired to provide resources to stakeholders who have different interests in the provinces.

With the SMAA method, the most successful provinces of 7 geographical regions are identified, then these provinces are compared with each other and finally the most successful provinces are determined.

Yozgat in the Central Anatolia Region, Istanbul in the Marmara Region, İzmir in the Aegean Region, Hatay in the Mediterranean Region, Gaziantep in the Southeastern Anatolia Region, Tunceli in the Eastern Anatolia Region, Karabük in the Black Sea Region has been identified as the most successful provinces.

Istanbul is seen as the most successful province in the analysis of

the most successful provinces of the regions.

The stakeholders that our work aims to provide information include: city residents, urban management decision makers, development agencies, entrepreneurial business people, banks and financial institutions, policy makers.

The provincial profile of 7 geographical regions is determined by the survey.

Thus, it is aimed to take government attraction to undeveloped provinces, to start the activities of cooperatives and to improve the investment opportunities for the development of those undeveloped provinces.

The results of this study, which evaluates from a financial perspective, are theoretical and suggestive.

Keywords: *City Ranking, Relative Efficiency, Panel Data, SMAA, Stochastic Multicriteria Acceptability Analysis Method.*

KAYNAKÇA:

Aydoğan, E. K., ve Özmen, M. (2015). Stokastik Çok Kriterli Karar Vermede İki Yeni Yöntem: SMAA-Gri İlişkisel Analiz ve SMAA-DEMATEL-Gri İlişkisel Analiz. Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi, 627-640.

Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu. (2016, 02 14). FİNTÜRK. BDDK: http://ebulten.bddk.org.tr/finturk adresinden alınmıştır

Gelir İdaresi Başkanlığı. (2016, 02 14). Bütçe Gelirleri. Gelir İdaresi Başkanlığı: http://www.gib.gov.tr/sites/default/files/fileadmin/user_upload/VI/GBG1.htm adresinden alınmıştır

Lahdelma, R., ve Salminen, P. (2001). SMAA-2: Stochastic Multicriteria Acceptability Analysis for Group Decision Making. Operations Research, 444-454.

Merkezi Kayıt Kuruluşu. (2016, 02 14). Merkezi Kayıt Kuruluşu. Merkezi Kayıt Kuruluşu: https://www.mkk.com.tr/tr/content/Yatirimci-Hizmetleri/

Bilgi-Tablosu adresinden alınmıştır

Morais, P., ve Camanho, A. (2011). Evaluation performance of European cities with the aim to promote quality of life improvements. Omega, 398-409.

Raźniak, P., Raźniak, A. W., ve Nowotnik, D. (2015). Central and Eastern European cities in globalized world. Socio-Economic Problems and the State, 22-33.

Tervonen, T. (2014). JSMAA: open source software for SMAA computations. International Journal of System Science, 69-81.

Tervonen, T., ve Figueira, J. (2008). A Survey on StochasticMulticriteria AcceptabilityAnalysisMethods. Journal Of Multicriteria Decision Analysis, 1-14.

Tervonen, T., ve Lahdelman, R. (2007). Implementing stochastic multicriteria acceptability analysis. European Journal of Operational Research, 500-513.

Türkiye İstatistik Kurumu. (2016, 2 14). Veritabanı. Türkiye İstatistik Kurumu: http://www.tuik.gov.tr/PreTabloArama.do?metod=search&araType=vt adresinden alınmıştır

KOOPERATİFLERİN FİNANSAL SORUNLARI VE FİNANSAL YÖNETİMİ

Meltem KESKİN KÖYLÜ*

Özet

Dünyada olduğu gibi ülkemizde de finansal ve sosyal alanlarda kalkınma aracı olarak değerlendirilen kooperatiflerin ekonomiye katkıları ülkemizde göreceli olarak oldukça azdır.

Kooperatiflerin ürettiği değerin, toplam katma değer içindeki payının büyük olmaması pek çok problemden kaynaklanmaktadır.

Bu sorunların en başında ise finansal sorun gelmektedir.

Özellikle oto finansman olanaklarının kısıtlı olması, kredi alımlarında karşılaştıkları sorunlar, mali yapılarının dar olması ve kredi maliyetlerinin yüksek olması gibi sorunlar kooperatiflerin güçlü finansal yapılara sahip olmalarının önüne set çekmekte hatta rekabet güçlerine bile etki etmektedir.

Küreselleşen dünyada artan rekabet gücü ve finansal piyasalarda ki sürekli değişim özellikle gelişmekte olan ülkeleri, para politikaları tedbirlerinin yanı sıra yapısal değişime de zorlamaktadır.

Kooperatifler, yapısal değişimin anahtar çözüm önerilerini içinde barındıran sistemler olup, bütünün bir parçasıdır.

Dünyada finansal ve sosyal alanlarda kalkınma aracı olarak değerlendirilen kooperatiflerin önemli sorunlarından biri finansal problem olmasına rağmen finansman sağlamada ticari işletmelerle karşılaştırıldığında daha fazla zorlukla karşılaşmaktadırlar.

Kooperatifler öz kaynak, sermaye yetersizliği ve finansman

** *Yrd.Doç.Dr. Aksaray Üniversitesi, ŞUTİYO Uluslararası Ticaret ve Lojistik Yönetim .Bölümü, meltemkeskin@aksaray.edu.tr*

sorununu çözmede etkin rolü üstlenebilecek sistem modellerinden biri ise kooperatif bankalarıdır.

Dünyada on dokuzuncu yüzyılın ortalarından bu yana yaygın olarak işlem gören kooperatif bankaları Türkiye'deki kooperatiflerin finansal sorunlarının çözümünde potansiyele sahiptir.

Kooperatifler, Türkiye ekonomisinin temel dinamiklerinin oluşturmanın yansıra tetikleyici unsurlarından biri olarak ekonomik gelişmede önemli rol oynarlar.

Küçük sermaye, çokça da insan emeğine dayalı olarak, ihtiyaçları yardımlaşma felsefesi ile karşılamayı amaçlayan ekonomik kuruluşlardır.

Diğer işletme türlerinin aksine maddi varlıklardan daha çok insana değer verir.

Ancak kooperatiflerde diğer tüm ticari işletmeler gibi finansman ihtiyacı duyarlar.

Finansal yönetimde, faaliyetlerin yürütebilmesi için gerekli fonları, uygun koşullarda, yeterli miktarda ve ihtiyaç duyulan tam zamanda elde edebilmek önemlidir.

Kooperatifin karlılığı ve sürdürebilirliği için, elde edilen fonların en yüksek verimliliği alacak şekilde plan ve denetimi de gerekmektedir.

Kooperatifler temelinde kar amacı barındırmadığı ve belirledikleri hedeflere ulaşmak önceliği taşıdıkları için finansal sorunları ticari işletmelerin sorunlarından daha karmaşık ve finansal kaynakları daha kısıtlıdır.

Kooperatiflerin finansal kaynaklar kuramsal olarak öz kaynaklar ve yabancı kaynaklar olmak üzere iki temelden sağlamaktadırlar.

Kooperatiflerin güçlenebilmesi ve finansal sorunlarını aşabilmesi ve güvenle yoluna devam edebilmesi için kooperatiflere yabancı kaynak çeşitlendirmesini sunabilmek gereklidir.

Türkiye'de sürdürebilir yapısal değişimin sağlanması ve verimliliğin her alanda gerçekleşmesi için kooperatifler olmazsa olmazımızdır.

Kooperatiflerin güçlenebilmesi ve finansal sorunlarını aşabilmesi ve güvenle yoluna devam edebilmesi için ne gerekiyorsa yapılmalıdır.

Kooperatifçiliğin önündeki finansal pürüzler temizlenmelidir.

Bu çalışma da kooperatif bankacılığının sistemi ve dünyadaki başarılı örnekleri dâhil kooperatiflere finansal katkı sağlayacak kaynaklar incelenmiştir.

Ayrıca, kooperatiflerin güçlü zeminlerde hareket kabiliyetine kavuşmaları ve ülke ekonomisinde hak ettikleri yer olan zirveye taşınmaları için gerekli finansal tedbirler de tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Kooperatif Finansal Yönetimi, Kooperatifçilik, Finansman, Finansman Sorunları, Kooperatif Bankacılığı.*

Jel Kodları: *G10, G21, G31, P34, Z13*

Financial Problems and Management of Cooperatives Abstract

As it is the case in the whole world, the impact of cooperatives to the economy is relatively limited in our country, especially when they are widely considered as a financial and social development tool.

The reason for the small share of the value that cooperatives produce in the total added value is the people's experience with many issues.

One such example is the financial problem.

Especially lack of automatic finance possibilities, hardships in contracting loans, their limited financial structures and high loan costs negatively affect cooperatives' cooperation strength and prevent them to construct strong financial structures.

The globalizing world and increased competition strength with changing financial markets force developing countries to undergo structural reforms as well as taking precautions in the context of their monetary policies.

Cooperatives are a part of a system that holds the key points for the

structural change.

Although cooperatives are widely assessed as a financial and social development tool, they face more issues compared to commercial businesses in obtaining finance.

A system model that can solve the issues of equity, lack of capital and finance is cooperative banks.

In the world, these banks are being operated since mid-19th century – and they have the potential to solve the issues of cooperatives in Turkey.

Cooperatives play an important role as a triggering mechanism to the Turkish economy, in addition to forming its main dynamics.

They are economic establishments that are based on small capital, mostly human effort and mutualization to supply the needs.

They value human more than physical assets, contrary to other businesses.

However, like all commercial businesses, cooperatives need finance.

In financial management, it is important to obtain necessary funds that enable the continuation of financial activities, sufficiently and in time.

Obtained funds must be subject to planning and audits to ensure their sustainability and efficiency.

As cooperatives are not based on profiting, but rather on reaching their goals, their financial issues are more complex than other commercial businesses while their financial sources are more limited.

The financial supply of cooperatives theoretically comes from two areas; self and foreign resources.

For strengthening cooperatives and enabling them to solve their financial issues, it is essential to supply them a diversified foreign resource.

Cooperatives are a must in achieving sustainable structural reforms and efficiency in all areas of Turkey.

Everything must be done in order to strengthen cooperatives and enable them to overcome their financial issues and continue to exist in confidence.

The financial burdens on top of cooperatives must be abolished.

In this study, the cooperative banking system, its successful implementations and the sources that benefit cooperatives financially are investigated.

Also, the financial measures that will enable cooperatives the ability to work in harsh conditions and carry them to the top spot that they deserve in the country's economy are discussed.

Key Words: *Cooperative Financial Management, Cooperation, Financing, Financing Problems, Cooperative Banking.*

JEL Classification: *G10, G21, G31, P34, Z13*

5. OTURUM : Beşeri Sermaye Ve Uzmanlık Temelli İşgücü Planlaması

5ND SESSION : Human Capital And Workforce Planning With Expert Based

Beşeri Sermaye Ve Uzmanlık Temelli İşgücü Planlaması

Oturum Başkanı
Doç.Dr. Turhan ÇETİN

Türkiye'de Örtü Altı Domates Üretimi Ve Pazarlamasındaki Gelişmeler Ve SWOT Analizi
Developments In Production And Marketing Of Greenhouse Tomato In Turkey And Swot Analysis

Görkem ÖZTÜRK
Sait ENGİNDENİZ Önder Volkan BAYRAKTAR

Kooperatifçilik Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi Ve Resmi Raporlar Doğrultusunda Güncel Tez Konularının Belirlenmesi
Bibliometric Analysis Of The Graduate Thesis Conducted On Cooperatives And Determination Of Current Thesis Topics In Line With Official Report

Tuğçe Şimşek Ahmet Bahadır Şimşek

Türkiye'de Sigorta Kooperatiflerinin Ve Ortaklarının Vergilendirilmesinin İncelenmesi
Examination Of Taxation Of Insurance Cooperatives And Members In Turkey

Ufuk KAYA

Türkiye'de Bankaların Tarımsal Kooperatiflere Sunduğu Finansal Kaynaklar, Bunların Değerlendirilmesi ve Bu Kaynakların İyileştirilmesine Yönelik Öneriler
Financial Resources Offered by Banks to Agricultural Cooperatives and Suggestions for Improving These Financial Resources

Fazıl Akın OLGUN Onur TERZİ

Gün : 6 Ekim 2017, Cuma
Saat : 14.00 - 15.30
Salon : Salon 3
Yer : Avanoslu Selahattin Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

TÜRKİYE'DE ÖRTÜ ALTI DOMATES ÜRETİMİ VE PAZARLAMASINDAKİ GELİŞMELER VE SWOT ANALİZİ

*Görkem ÖZTÜRK **
*Sait ENGİNDENİZ ***
*Önder Volkan BAYRAKTAR****

Genişletilmiş Özet

Dünya'da artan nüfus ve parçalanan tarım arazileri her geçen gün küçük tarım alanlarından maksimum seviyede yararlanmayı zorunlu kılmaktadır.

Örtüaltı tarımı birim alandan daha yüksek verim alınmasını sağlayan metotların başında gelmektedir.

Örtüaltı tarımı, bitkilerin normal yetiştirilme mevsimleri dışına kaydırılmasına ya da normal mevsimleri dışında yetiştirilmesine imkan sağlayan bir yetiştiricilik tipi şeklinde tanımlanabilir.

Türkiye uygun iklimsel ve coğrafi koşullar, jeotermal kaynaklar, ucuz işgücü gibi nedenlerle örtü altı açısından önemli avantajlara sahiptir.

Halen örtü altı domates yetiştiriciliği ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır.

Gerek ülke içindeki kaynakların etkin kullanımı, toplumun gıda ihtiyacının karşılanması ve istihdam yaratılması, gerekse domates dışsatımı ile ülkeye gelir sağlanması yönünden önemli bir tarımsal faaliyet alanıdır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'de 2007-2016 döneminde örtü

** Zirai Mücadele Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Bornova, İzmir*
*** Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, İzmir*
**** Siirt Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Siirt*

altında domates üretimi ve pazarlamasındaki gelişmeleri incelemektir.

Ayrıca çalışmada, Türkiye örtüaltı domates yetiştiriciliğinin zayıf ve güçlü unsurları SWOT analizi yapılarak bilimsel bir yaklaşımla irdelenmiştir ve bazı öneriler getirilmiştir.

Çalışmada, daha önce yapılmış araştırma sonuçları yanında, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) ve Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın(GTHB) verilerinden yararlanılmıştır.

Türkiye'de toplam 69171 hektar alanda örtüaltı tarımı yapılmaktadır.

Bu alanın %47.53'ü plastik seralardan, %24.56'sı alçak tünellerden, %16.33'ü yüksek tünellerden ve %11.58'i cam seralardan oluşmaktadır.

Türkiye'de örtü altı üretimi iklim koşullarının en elverişli olması nedeniyle kıyı kesimlerinde yoğunlaşmıştır.

2016 yılı Türkiye toplam örtü altı üretim alanının %82'si Akdeniz Bölgesindedir.

Örtü altında üretilen sebze türleri arasında ilk sırada domates yer almakta, daha sonra sırası ile hıyar, karpuz, biber ve patlıcan gelmektedir.

Örtü altı domates üretim miktarı ise 2007 yılında 2,45 milyon ton iken %47.47 oranında yükselerek 2016 yılında 3,62 milyon tona ulaşmıştır.

Örtü altı domates üretimini etkileyen en önemli sorunlardan biri pazarlamadır.

Örtüaltı ürünleri kısa sürede bozulan ürünler olması ve depolama olanaklarının diğer tarım ürünlerine göre daha sınırlı olması nedeniyle hasat sonu hemen pazara sunulması gereken ürünlerdir.

Örtüaltında üretilen domateslerin önemli bir bölümü iç piyasada pazarlanmakta bir kısmı ise dışsatım yapılmaktadır.

Ancak, domates dışsatımında standardizasyon, kimyasal madde kalıntısı, nakliye ve depolama, işleme ve ambalajlama konularında

zaman zaman sorunlarla karşılaşılmaktadır.

Diğer taraftan, Türkiye'de örtü altı domates üretiminde ürün fiyatlarının düşüklüğü, arz fazlasına dayalı fiyat dalgalanmaları gibi problemler de vardır.

Kısa ve uzun vadede alınacak önlemlerle bu üretim dalının etkinliği ve katkıları arttırılabilecektir.

Anahtar Kelimeler: *örtüaltı, domates, domates ekonomisi, pazarlama, domates dışsatımı, swot analizi*

Jel Kodları: *M10, D80*

DEVELOPMENTS IN PRODUCTION AND MARKETING OF GREENHOUSE TOMATO IN TURKEY AND SWOT ANALYSİS

Extensive Summary

Increasing population and fragmented agricultural land in the world make the getting maximum level of small farming areas a necessity.

Greenhouse agriculture is the leading method for achieving higher efficiency from the unit side.

Greenhouse agriculture can be defined as a type of production that allows plants to be moved out of their regular growing season or grown outside normal season.

Turkey possesses important advantages in terms of greenhouse production due to climatic and geographical conditions, geothermal resources, and cheap labor.

Presently, greenhouse tomato production provides important contributions to the country's economy.

Whether in terms of effective use of resources within the country, meeting the food needs of the society and creating employment, or providing income to the country by exporting tomatoes, it is an important area of agricultural activity.

The purpose of this study is to examine developments in production and marketing of greenhouse tomato at period of 2007-2016.

Besides, in the study, the strong and weak aspects of greenhouse tomato production in Turkey have been examined with the scientific approach of SWOT analysis and some suggestions have been made.

In the study, some previous research findings and data from Turkish Statistical Institute, Mediterranean Exporter Association, The Turkish Ministry of Food, Agriculture and Animal Husbandry were utilized.

In 2016, greenhouse tomato area were 69171 ha in Turkey. Of this area, of 47.53% represents plastic greenhouses, 24.56% low tunnels, 16.33% high tunnels and 11.58% glasshouses.

In Turkey, greenhouse production is concentrated on the coastal regions due to the favorable climatic conditions.

In 2016, 82% of the greenhouse production area in Turkey was in the Mediterranean region In terms of greenhouse vegetable commodities, tomato is the primary product followed by cucumber, watermelon, pepper and eggplant.

While greenhouse tomato production in Turkey were 2,45 million tons in 2007, its increased by 47.47% in 2016 and reached 3,62 million tons.

One of the most important problems affecting the production of greenhouse tomato is marketing.

The greenhouse products should be taken to market immediately after harvesting due to the highly perishable nature and storage facilities are more limited than other agricultural products.

An important ratio of greenhouse tomato production is marketed in the domestic market and some are exported.

However, there are problems time to time with standardization, chemical residues, transport and storage, processing and packaging in tomato exports.

Further, there are also some problems in greenhouse tomato production in Turkey such as declining crop prices, price fluctuations

based on over-supply.

The efficiency and contribution of this enterprise will be increased by taking precautions in short and long term.

Keywords: *greenhouse, tomato, tomato economics, marketing, tomato export, swot analysis*

KAYNAKÇA

Altıntaş (1998), Tokat İlinde Örtü Altında ve Açık Koşullarda Domates ve Hıyar Yetiştiriciliğinin Ekonomik Analizi, (Yüksek Lisans Tezi), Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tokat.

Bayraktar (2005), Entegre Mücadele Programı Uygulanan Örtüaltı Domates Yetiştiriciliğinde Üretim ve Pazarlama Yapısının İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma: Muğla İli Örnek Olayı, (Yüksek Lisans Tezi), Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, İzmir.

Bayramoğlu, Gündoğmuş, Tatlıdil (2010), The impact of EurepGAP requirements on farm income from greenhouse tomatoes in Turkey, African Journal of Agricultural Research, 5 (5), 348-355.

Buttaro, Santamaria, Signore, Cantore, Boari, Montesano, Parente (2015), Irrigation Management of Greenhouse Tomato and Cucumber Using Tensiometer: Effects on Yield, Quality and Water Use, Agriculture and Agricultural Science Procedia, 4, 440-444.

Chaudhary, (2001), The Economics of Production and Marketing of Greenhouse Crops in Alberta, Alberta Agriculture, Food and Rural Development, Economics and Competitiveness Division, Economics Unit, Alberta- Canada.

Daka, Gül, Engindeniz (2012), Muğla İlinde Seralarda Dışsatıma Yönelik Domates Üretimi ve Pazarlaması, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 49(2), 175-185.

Demirtaş, Yılmaz (2003), Sera Domates Yetiştiriciliğinde Farklı Gübre Dozlarının Fonksiyonel Analizi, Alatarım Dergisi, 2, 45-52.

Ekdioğlu (2005), Samsun'da Isıtmasız Plastik Seralarda Son Turfanda

Organik Domates, Biber ve Patlıcan Yetiştiriciliğinde Değişik Dikim Zamanı, Malçlama ve Gübrelemenin Bitki Büyümesi ve Verimine Olan Etkileri Üzerine Bir Araştırma, (Yüksek Lisans Tezi), OMÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Bahçe Bitkileri Anabilim Dalı, Samsun.

Engindeniz (2003), An Economic Analysis of Growing Greenhouse Tomatoes in Turkey, Practical Hydroponics and Greenhouses, 69, 63-66.

Engindeniz, (2013). Sera Sebzeciliğinde Pazarlama Alternatifleri, Tarlasera, 31, 70-74

Engindeniz, Öztürk (2011), Greenhouse Tomato Production in Turkey, Practical Hydroponics and Greenhouses, 120:33-36.

Engindeniz, Tüzel (2002), Comparative Economic Analysis of Organic Tomato and Cucumber Production in Greenhouse: The Case of Turkey, International Symposium on Product and Process Innovation for Protected Cultivation in Mild Winter Climate, March 5-8, 2002, Ragusa-Italy.

Engindeniz, Yılmaz, Durmuşoğlu, Yağmur, Eltez, Demirtaş, Engindeniz, Tatarhan (2009), Seralarda Güvenli Sebze Üretiminin Geliştirilmesi Açısından Girdi Kullanımının Analizi, TÜBİTAK TOVAG 106-O-064 No'lu Proje, İzmir.

Engindeniz, Yılmaz, Durmuşoğlu, Yağmur, Eltez, Demirtaş, Engindeniz, Tatarhan (2010), Sera Sebzelerinin Karşılaştırmalı Girdi Analizi, Ekoloji, 19(74), 122-130.

Hatırlı, Özkan, Fert (2006), Energy inputs and crop yield relationship in greenhouse tomato production, Renewable Energy, 31, 427-438.

Hedau, Tuti, Stanley, Mina, Agrawal, Bisht, Bhatt (2014), Energy-use efficiency and economic analysis of vegetable cropping sequences under greenhouse condition, Energy Efficiency, 7, 507–515.

Karaman, Yılmaz (2006), Cam Serada Domates Yetiştiriciliğinde Bombus Arısı Kullanımının Üretim Girdileri Ve Karlılık Üzerine Etkisi, Anadolu, J. of AARI, 16(2), 90-109.

Oğuz, Arısoy (2002), Konya İlinde Örtüaltında Yetiştiricilik Yapan İşletmelerde Domates Üretiminin Fonksiyonel Analizi ve Üretim Maliyetinin Tespiti, Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 16: 43-48.

Özkan, Akçaöz, Karaman, Taşcıoğlu (2002), Antalya İlinde Serada Sebze Üretiminde Pestisit Kullanımının Ekonomik Açıdan Değerlendirilmesi, Bahçe Dergisi, 31, 9-16.

Özkan, Hatırlı, Öztürk, Aktaş (2011), Antalya İlinde Serada Domates Üretiminin Kâr Etkinliği Analizi, Tarım Bilimleri Dergisi, 17, 34-42.

Özkan, Kurklu, Akçaöz (2004), An Input-Output Energy Analysis in Greenhouse Vegetable Production: A Case Study For Antalya Region of Turkey, Biomass & Bioenergy,26, 189-195.

Pahlavan, Omid, Akram (2011), Energy use efficiency in greenhouse tomato production in Iran, Energy, 36, 6714-6719.

Rad, Yarşı (2005), Silifke İlçesi'nde Serada Domates Yetiştiren İşletmelerin Ekonomik Performansları ve Birim Ürün Maliyetleri, Tarım Bilimleri Dergisi, 11 (1), 26-33.

TUİK 2016, Türkiye İstatistik Kurumu. Bitkisel Üretim İstatistikleri Veri Tabanı. http://www.tuik.gov.tr/ (Erişim Tarihi: 03.05.2017)

Tüzel, Gül, Daşgan, Öztekin, Engindeniz, Boyacı (2015), Örtüaltı Yetiştiriciliğinde Değişimler Ve Yeni Arayışlar. Türkiye Ziraat Mühendisliği VIII. Teknik Kongresi Bildiriler Kitabı-1, 685-709 s., Ankara.

Tüzel, Öztekin, Ongun, Gümüş, Tüzel, Eltez (2004), Organic Tomato Production in the Greenhouse, Acta Hort., 659, 729-736.

Yaşarakıncı, Üstün, Ulutaş, Altın, Kılıç, Bayraktar, Kaya, Özdemir, Kısmalı, Erkan, Saner, Çokuysal, Karaturhan, Gümüş, Tuncay, Turanlı, Kaya (2006), Muğla'da Örtü Altı Domates Yetiştiriciliğinde Entegre Ürün Yönetimi Üzerinde Araştırmalar. Proje No: TUBİTAK/TOGTAG 3011. İzmir.

Yılmaz, Özkan, Akkaya, Yılmaz, Kutlar (2002), Antalya İli Sera Sebzeciliğinde İlaç ve Gübre Kullanımının Analizi, 4. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi, Tekirdağ.

Yüksel (2004), Sera Yapım Tekniği. Hasad Yayıncılık, 287 s, İstanbul.

KOOPERATİFÇİLİK ALANINDA YAPILAN LİSANSÜSTÜ TEZLERİN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ VE RESMİ RAPORLAR DOĞRULTUSUNDA GÜNCEL ARAŞTIRMA KONULARININ BELİRLENMESİ

Tuğçe ŞİMŞEK*
A. Bahadır ŞİMŞEK**

Genişletilmiş Özet

Lisansüstü tezleri, araştırmacıların bir konu üzerinde evrensel bilgi birikimine katkıda bulundukları, uzman veya doktor ünvanı almasıyla sonuçlanan akademik araştırmalardır.

Akademik araştırma, özü itibariyle bir olguyu tanımlamak veya bir soruna çözüm aramak olduğunu varsayılırsa bir konu hakkındaki yapılan araştırmaların profili o konunun araştırmacılar açısından hissedilen önemini yansıttığı söylenebilir.

Türkiye'de bilimsel araştırmalar büyük çoğunlukla üniversiteler tarafından gerçekleştirilmektedir.

Üniversite enstitülerince yürütülen programların bir çıktısı olan lisanüstü tezlerin profili akademisyenlerin ilgili konulara verdiği önemin bir göstergesidir.

Herhangi bir alanda yapılmış akademik çalışmaların incelenmesi alanın ne yönde geliştiğini, hangi araştırmacıların alanın hangi yönünde araştırmalar yaptığını, hangi kurumların alanla ilgili bilgi birikimine sahip olduğunu, hangi yayın organlarının alanla ilgili çalışmalara öncelik verdiğinin belirlenmesi açısından önemlidir.

Yaygın olarak atıf analizi olarak bilinen bibliyometri atıfların incelenmesinden çok daha fazlasını bünyesinde barındıran bir disiplindir.

* *Araştırma Görevlisi, Gazi Üniversitesi, tugcesimsek@gazi.edu.tr*
** *Araştırma Görevlisi, Hacettepe Üniversitesi, abahadirsimsek@hacettepe.edu.tr*

Bibliyometri belirlenmiş özellikler açısından yayınların analiz edilmesi ve yorumlanmasıyla paydaşlar arasındaki iletişime yönelik bilgiler sunmaktadır.

Türkçe literatürde bibliyometri analizi çalışmaları ile farklı alanlarda önemli akademik bulgular raporlandığı görülmektedir (Temizkan vd., 2015; Polat vd., 2013; Hotamışlı ve Erem, 2014; Can, 2010).

Ekonomik kalkınmanın önemli aktörlerinden olan kooperatifçilik Türkiye'de 1860'lı yıllara dayanan bir geçmişe sahip olmasına rağmen günümüzde Türkiye ekonomisinde istenilen etkinlik düzeyinde değildir.

Uluslararası Kooperatifler Birliği tarafından yapılan tanıma göre kooperatifler ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaç ve istekleri müşterek sahip olunan ve demokratik olarak kontrol edilen bir işletme yoluyla karşılamak üzere gönüllü olarak bir araya gelen insanların oluşturduğu özerk bir teşkilattırlar.

Türkiye'de 26 farklı faaliyet alanında yaklaşık 84 bin kooperatif ve yaklaşık 8 milyon kooperatif ortağı bulunmaktadır.

Toplumun tabanına yayılmış kooperatif ortaklarının bir araya gelerek ayakta tutmaya çalıştıkları kooperatifçilik sektörünü, sürdürülebilir ve rekabet edilebilir yenilikçi bir yapıya ulaştırması ve geliştirilmesi ilgili akademisyenler için cazip bir çalışma alanıdır.

İki aşma halinde şekillenen bu çalışmada ilk olarak kooperatifçiliği konu alan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir.

Bu amaçla Yükseköğretim Kurulu Başkanlığına ait ulusal tez merkezi üzerinden yapılan taramada kooperatifçilikle ilgili 1972-2016 yılları arasında 186 adet izinli teze ulaşılmıştır.

Analizde cevabı aranan sorular şunlardır:

Kooperatifçilikle ilgilenen üniversiteler hangileridir?

Hangi akademisyenler kooperatifçilik üzerine odaklanmıştır?

Daha çok hangi kooperatif türü üzerine araştırmalarda bulunulmuştur?

Kooperatifçilik yüksek lisans, doktora derecesinde inceleme dağılımı nasıl gerçekleşmiştir?

Tez danışmanlıklarının akademisyenin unvanına göre dağılımı nasıldır?

Tezlerin yıllara göre dağılımı nasıldır?

Tezlerde ele alınan belli başlı konular nelerdir?

Hangi bölümlerde kooperatifçilik ele alınmıştır?

Tespit edilen cevaplar doğrultusunda kooperatifçilik alanında lisansüstü çalışmaların profili çıkarılmıştır.

Çalışmaların yıllara göre dağılımı incelendiğinde 2006 ile 2016 yıllarında kooperatifçiliği konu alan lisansüstü tezlerin sayısında dikkate değer bir artış olduğu görülmektedir.

Özellikle 2010 yılında 27 adet tez bu alanda yürütülmüştür.

Çalışmaların üniversitelere göre dağılımı incelendiğinde tüm çalışmaların 36 adet farklı üniversite tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. Bu çalışmaların %26'sı Marmara Üni., %14'ü Gazi Üni., %5'i Namık Kemal Üni. bünyesinde gerçekleştirilmiştir.

En fazla tezin yürütüldüğü Marmara Üniversitesi 14 farklı danışman, Gazi Üniversitesi 22 farklı danışman ve Namık Kemal Üniversitesi ise 5 farklı danışman ile tezleri gerçekleştirmiştir.

Danışmanların unvanları dikkate alındığında tezlerin %48.6'sı profesör, %29'u doçent ve %22.4'ü yardımcı doçent unvanına sahip danışmanlar tarafından yürütüldüğü gözlenmektedir.

Tezlerin hazırlandığı birim açısından bakıldığında, çalışmaların %31.2'si kooperatifçilik bilim dalı, %19.4'ü tarım ekonomisi bilim dalı ve %13.4'ü ise işletme bilim dalı altında gerçekleşmiştir.

Çalışmalarda ele alınan kooperatif türleri açısından ele alındığında çalışmaların %41.3'ü tarım kooperatiflerini, %27.8'i konut yapı kooperatiflerini ve %4.8'inin ise sulama kooperatiflerini konu aldığı görülmektedir.

Uygulama alanı olan incelendiğinde çoğunlukla Türkiye'nin batı

bölgelerindeki kooperatifler incelenmiştir.

Çalışmanın ikinci aşamasında Gümrük ve Ticaret Bakanlığı altında faaliyet gösteren Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü tarafından yayınlanan raporlar doğrultusunda lisansüstü tezlerde çalışılabilecek konular belirlenmeye çalışmıştır.

Bu amaçla Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planı 2012-2016 başlıklı rapor incelenmiştir (T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2012).

Raporda kooperatifçilik alanında öncelikli sorun alanları olarak 6 ana başlık belirlenmiştir.

Bunlar; *Kooperatifçiliğe elverişli bir ortam oluşturulması konusunda yaşanan aksaklıklar, Eğitim, bilinçlendirme ve araştırma faaliyetlerindeki yetersizlikler, Örgütlenme ve kooperatifler arası işbirliği sorunu, Sermaye yetersizliği ve uygun finansmana erişim sorunu, Denetim ve imaj sorunu, Kurumsal ve profesyonel yönetim eksikliğidir.*

Bu ana başlıkların altında çok sayıda çözülmeyi bekleyen kooperatifçilik problemi yatmaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde yapılan biyometrik analiz ile lisansüstü kooperatifçilik ile ilgili yapılan çalışmaların profili çıkartılmıştır.

Bunun sonucunda kooperatifçilik ile ilgili akademik birikimin birkaç üniversitede toplandığı görülmektedir.

Son 10 yılda daha konu olan kooperatifçilik Türkiye'nin batı bölgelerinde ve belirli kooperatif türlerine odaklanmaktadır.

Edinilen sonuçlar genelleştirildiğinde kooperatifçilik akademik açıdan çalışma alanı çok geniş ve yeteri kadar çalışma yapılmamış bir alan olduğu görülmektedir.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise kooperatifçilik sektörü hakkında çok detaylı bilgiye sahip olan kurumların raporlarından sektörün sorunlu alanları belirlenerek araştırma konuları olarak belirlenmiştir.

Konuyla ilgili akademisyenlerin sektörün sorunlarından haberdar olması ve uygulama pratiği olan sorunlar üzerinde çalışması üniversite-

kooperatifçilik işbirliğinin sağlanması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Bibliyometrik Analiz, Kooperatifçilik, Araştırma Konuları*

Jel Kodları: *P13,I23*

Bibliometric Analysis Of The Graduate Thesis Conducted On Cooperatives And Determination Of Current Thesis Topics In Line With Official Report

Extensive Summary

Postgraduate theses are academic researches that result in researchers contributing to universal knowledge, and end up with gaining the title of master or doctor.

Assuming that academic research is to identify a fact in essence or to seek a solution to a problem, it can be said that the profile of a subject reflects the perceived importance in terms of researchers.

Scientific researches in Turkey are mostly carried out by universities.

The profile of postgraduate theses, an output of the programs carried out at the university institute, is an indication of the importance of the researchers to the relevant issues.

Examination of academic studies in any field is important in terms of how the field develops, which researchers study in the subject, which institutions have knowledge about the subject, and which publications prioritize the subject.

Bibliometry, commonly known as citation analysis, is a discipline that contains much more than the citation of references.

Bibliometrics provides information on communication between stakeholders by analyzing and interpreting publications in terms of specified characteristics.

Bibliometric studies in Turkish literature show important findings

can be achieved in different areas (Temizkan et al., 2015; Polat et al., 2013; Hotamışlı ve Erem, 2014; Can, 2010).

Co-operative, which is one of the important actors of economic development, although it has a history based on 1860s in Turkey, is not at the efficiency level desired in the Turkish economy today.

According to the definition of the International Co-operative Association (ICA), a co-operative is an autonomous association of persons united voluntarily to meet their common economic, social, and cultural needs and aspirations through a jointly owned and democratically-controlled enterprise.

There are approximately 84 thousand co-operatives and approximately 8 million co-operative members in 26 different fields in Turkey.

The co-operative sector, which the members of spread to the society base is trying to keep alive, is an attractive field of study for the relevant academicians in terms of transporting and developing into a sustainable and competitive structure.

In this study, which is formed in two stage, firstly bibliometric analysis of postgraduate thesis about cooperatives was carried out.

For this purpose, 186 permission theses were reached between 1972 and 1986 regarding cooperatives.

The questions asked in the analysis are as follows: Which universities are interested in co-operatives?

Which academics are focused on co-operatives?

What kind of co-operative type was mostly investigated?

How was the distribution of examination in co-operative and postgraduate degrees?

How is the dissertation of the thesis counseling according to the academic title?

How are theses distributed over the years?

What are the main topics covered in theses? In what areas are co-

operatives handled?

In line with the answers identified, profiles of thesis that about co-operatives have been determined.

When the distribution of the studies according to years is examined, it is seen that there is a remarkable increase in the number of postgraduate theses on cooperatives in 2006 and 2016.

Especially in 2010, 27 research were carried out in this area.

When the distribution of the studies by universities is examined, it is seen that all the studies are carried out by 36 different universities.

These research are conducted by Marmara Üni., Gazi Üni., Namık Kemal Üni. at the rate of 26%, 14%, 5%, respectively.

Marmara University, which has the most thesis, has 14 different advisor, Gazi University 22 different advisorand Namik Kemal University 5 different advisor.

When the titles of the consultants are taken into consideration, it is observed that 48.6% of the theses are conducted by professors, 29% are associate professors and 22.4% are conducted by consultants with the title of assistant professor.

When we look at the unit in which the theses are prepared, 31.2% of the studies were carried out by cooperatives, 19.4% by agriculture and 13.4% by business sciences.

When considered from the point of view of the types of cooperatives considered in the studies, it is seen that 41.3% of the studies are agricultural cooperatives, 27.8% are house building cooperatives and 4.8% are irrigation cooperatives.

When the area of application is examined, mostly cooperatives in western Turkey are examined.

In the second stage of the study, in line with the reports published by the General Directorate of Co-operatives, which operates under the Ministry of Customs and Trade, the subjects that can be studied in postgraduate theses have been tried to be determined.

For this purpose, the report on Turkey Cooperative Strategy and Action Plan 2012-2016 has been examined (The Ministry of Customs and Trade, 2012). In the report, 6 main topics were identified as priority problem areas in the field of cooperatives.

These are; Disruptions in the creation of a cooperative environment, Inadequacies in education, awareness and research activities, The problem of organization and cooperation between cooperatives, The problem of capital inadequacy and access to appropriate financing, Audit and image problem, Lack of corporate and professional management.

Under these main headings, there are many cooperative problems that are waiting to be solved.

A biometric analysis made in the first part of the work and a profile of work done on the post-graduate co-operative were taken.

As a result, it seems that the academic knowledge of cooperatives has been gathered at several universities.

Cooperatives, which have been the subject of more than the last decade, focus on Turkey's western regions and specific cooperative types.

When the results obtained are generalized, it is seen that the cooperative system is an area where the study area is very wide and the work is not done as much as it is from the academic point of view.

In the second part of the study, the problematic areas of the sector were determined from the reports of the institutions which have very detailed knowledge about the cooperative sector and they were determined as research topics.

It is thought that the academicians related to the subject are aware of the problems of the industry and working on the problems which are the practice practice is important in terms of ensuring university-cooperatives cooperation.

Keywords: *Bibliometric Analysis, Cooperatives, Research Topics*

KAYNAKÇA

Temizkan, S. Pınar; Çiçek, Dönüş; Özdemir, Cansev (2015), "Sağlık turizmi konusunda yayınlanan makalelerin bibliyometrik profili", International Journal of Human Sciences, C:12, S:2, s:394-415.

Polat, Coşkun; Sağlam, Mukaddes; Sarı, Tuba (2013), "Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi'nin Bibliyometrik Analizi", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, C:27, S:2, s:273-288.

Hotamışlı, Mustafa; Erem, Işıl (2014), "Muhasebe ve Finansman Dergisi'nde yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi", Muhasebe ve Finansman Dergisi, S:63, s:1-20.

Armutlu, Can (2010), "Yönetim modalarının yüksek lisans ve doktora tezlerine yansımaları: Bibliyometrik bir analiz", ODTÜ Gelişme Dergisi, S:37, s:1-23.

T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (2012), Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planı 2012-2016, T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Ankara.

TÜRKİYE'DE SİGORTA KOOPERATİFLERİNİN VE ORTAKLARININ VERGİLENDİRİLMESİNİN İNCELENMESİ

Ufuk KAYA*

Küresel ekonomik krizlerin geçici olumsuz etkileri ihmal edildiğinde, sigorta sektörünün dünya genelinde gelişme eğilimi içinde olduğu görülmektedir.

Ayrıca, gelişen bu sektörde kooperatif biçiminde örgütlenmiş işletmelerin büyüme hızı, şirketlerden daha yüksektir.

Bu nedenle sigorta kooperatifleri pazar paylarını sürekli arttırmaktadır.

Türkiye'de genel eğilim olarak, sigorta sektörü büyüme oranı ekonomik büyüme hızının üzerindedir.

Bu genel eğilim sonucunda "Sigorta Primi/GSYH" oranı artmaktadır.

Öte yandan, Sigortacılık Kanununda 2007 yılında yapılan değişiklikle kooperatiflerin sigortacılık faaliyetinde bulunmasının önü açılmış,

2011 yılında Türk Ticaret Kanununda yapılan düzenlemeyle de karşılıklı sigorta tarif edilmiştir.

Yasal alt yapıya kavuşan kooperatif sigortacılığı alanında Türkiye'de halihazırda 2 işletme faaliyette bulunmaktadır.

Çalışmanın amacı kooperatif biçiminde örgütlenmiş sigorta işletmelerinin ve ortaklarının gelir vergileri karşısındaki durumunun ortaya konulmasıdır.

* *Yrd.Doç.Dr., Gazi Üniversitesi, Bankacılık ve Sigortacılık Yüksek Okulu, ufka@gazi.edu.tr*

Bu amaçla, sigorta kooperatiflerinin hukuki niteliği ve kimlere sigorta hizmeti sunduğu dikkate alınarak, vergilendirme süreci Türk vergi mevzuatı çerçevesinde incelenmiştir.

Kurumlar Vergisi Kanununda sigorta işletmelerine ve kooperatiflere özgü vergisel düzenlemeler bulunmaktadır.

Sigorta işletmelerine yönelik düzenlemeyi, ilave bir indirilecek gider olarak sigorta teknik karşılıkları oluşturmaktadır. Ayrıca kooperatifleşmenin desteklenmesi amacıyla, T.C. Anayasa hükümleriyle uyumlu olarak, vergisel kolaylıklar geliştirilmiştir. Sigorta kooperatifleri, hukuki yapısı ve faaliyet alanı gereğince her iki düzenlemeden yararlanmaktadır.

Kooperatifçilik ilkeleriyle uyumlu faaliyet gösteren kooperatiflerin, bu uyumun düzeyine bağlı olarak, kısmen veya tamamen kurumlar vergisi yükünden kurtulması olasıdır.

Kooperatiflerin üyeleri ile iş yapmaları temel ilkedir.

Bu ilkeyle uyumlu olarak sadece üyeleri ile iş yapan, bu yönüyle de içe dönük bir organizasyon niteliği taşıyan "kapalı" sigorta kooperatifleri vergisel avantajlardan tümüyle yararlanmaya hak kazanmakta, böylece kooperatif karı, kooperatifçilik terminolojisi ile ifade edersek kooperatif "gelir ve gider farkı" kurumlar vergisinden muaf tutulmaktadır.

Ortak olmayanlarla da iş yapan "açık" sigorta kooperatifleri ise muafiyet şartlarını ihlal ettiğinden, sadece ortaklarıyla yaptığı işlemlerden doğan gelir gider farkıyla sınırlı olmak üzere kurumlar vergisi istisnasından yararlanarak, vergi dışında kalmakta, ortak dışı işlemlerden doğan gelir gider farkı üzerinden ise vergilendirilmektedir.

Kooperatif gelir gider farkının kurumlar vergisi karşısındaki durumu, ortağının vergisel durumunu doğrudan etkilemektedir.

Sigorta kooperatiflerinin gelir gider farkının kurumlar vergisine tabi olmaması; ilkesel olarak, bu gelir gider farkını risturn şeklinde elde eden ortağın vergilendirilmesini gerektirmektedir.

Ancak risturn elde eden ortağının bu geliri bakımından gelir vergisi karşısındaki nihai durumu; ticari, zirai veya serbest meslek kazancının

bir unsuru olarak elde edilip edilmediğine bağlıdır.

Sigorta kooperatifi ortağı, sigorta hizmetini ticari, zirai veya serbest meslek faaliyeti ile ilgili olarak almışsa dağıtılan risturn, bu işlemin maliyetini azaltıcı bir unsur olarak dikkate alınmalı veya ilgili faaliyetin hasılatının bir unsuru kabul edilmelidir.

Her iki durumda da aynı sonuç ortaya çıkmakta, risturn tutarı kadar vergi matrahı artmaktadır.

Sigorta kooperatifi ortağının yukarıda sayılan faaliyetlerle bağlantılı olmaksızın, tüketici kimliğiyle sigorta hizmetinden yararlanması durumunda, bu ortağa dağıtılacak risturnlar herhangi bir gelir unsuru kapsamında yer almadığından, gelir vergisine tabi tutulmamalıdır.

Sigorta kooperatiflerinin ve ortaklarının gelir vergileri karşısındaki durumun tümüyle kavranması, ancak kooperatif ortaklık payının elden çıkarılması ve kooperatif yapının tasfiyesi veya sirket biçimine dönüştürülmesi (demutualization) süreçlerinin de incelenmesi ile mümkün olacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Sigorta, Kooperatif, Vergilendirme*

EXAMINATION OF TAXATION OF INSURANCE COOPERATIVES AND MEMBERS IN TURKEY

When the temporary adverse effects of the global economic crises are neglected, the insurance industry seems to have a tendency to develop worldwide.

Moreover, the growth rate of cooperatives in this sector is higher than the companies.

For this reason, insurance cooperatives are continuously increasing their market share.

As a general trend in Turkey, the insurance sector growth rate is above the rate of economic growth.

As a result of this general tendency, the ratio of "Insurance Premium

/ GDP" is increasing. On the other hand, with the amendment made in the Insurance Law in 2007, the cooperatives were opened for insurance activities and mutual insurance was defined in the regulation made in the Turkish Commercial Code in 2011.

In the field of cooperative insurance, which has a legal infrastructure, 2 enterprises are already operating in Turkey.

The purpose of the study is to reveal the situation of insurance cooperatives and their partners against income taxes.

For this purpose, taking into consideration the legal nature of the insurance cooperatives and their customer, the taxation process has been examined within the frame of Turkish tax legislation.

In the Corporate Tax Law, there are tax regulations specific to insurance enterprises and cooperatives.

Arranging for insurance companies constitutes insurance technical provisions as an additional expense.

In addition, tax incentives have been developed in accordance with the Constitution. Insurance cooperatives benefit from both regulations whereby their legal structure and field of activity.

Depending on the level of cohesion with principles of cooperatives may be able to get rid of the tax burden partially or wholly.

The basic principle of cooperatives is doing business with its members.

In accordance with this principle, "closed" insurance cooperatives which only doing business with members are entitled to benefit fully from the tax advantages and cooperative profit (if it is expressed with cooperative terminology: margins) is exempt from the corporation tax. Since "open" insurance cooperatives that do business with non-partners violate the fully exemption conditions, they are exempted from corporation tax partially.

The margins arising from transactions made with members are exempted, on the other hand margins which arising from transactions made with non-members are taxed.

The situation of the cooperative margins against the corporate tax directly affects the tax status of the member.

The fact that insurance cooperatives margins is not subject to corporation tax; In principle, this requires taxing the members with income tax .

However, the final state of the members against income tax is depend whether it is achieved as an element of commercial, agricultural or self-employment profits.

If the member of the insurance cooperative has received the insurance service in relation to commercial, agricultural or self-employed activity, the distribution should be regarded as a cost-reducing component of this transaction or should be regarded as an element of the revenue.

In both cases the same result emerges and the tax base increases as much as the amount of magrin.

In case that the insurance cooperative member uses the insurance service as a consumer without being connected with the activities listed above, the margin to be distributed to this member should not be subject to income tax as they are not be included in income.

The full understanding of the tax status of insurance cooperatives and their members will only be possible if the selling of the share of cooperatives and demutualization process is examined.

Keywords: *Insurance, Cooperative, Taxation*

TÜRKİYE'DE BANKALARIN TARIMSAL KOOPERATİFLERE SUNDUĞU FİNANSAL KAYNAKLAR, BUNLARIN DEĞERLENDİRİLMESİ VE BU KAYNAKLARIN İYİLEŞTİRİLMESİNE YÖNELİK ÖNERİLER

F. Akın OLGUN - Onur TERZİ

Özet

Türkiye'de tarımsal nitelikli kooperatifler tüm tarımsal örgütlenmenin %80'ini oluşturmaktadır.

Bu kooperatifler ortaklarına ucuz girdi sağlama, tarım ürünü ticareti, işleme/paketleme gibi çok farklı alanlarda faaliyet göstermektedir.

Kooperatiflerin farklı alanlarda faaliyet göstermesi farklı nakit akışlarını ortaya çıkarmaktadır.

Kooperatifler, aylık, dönemsel yada yıllık bazda nakit akışına sahip olabilmekte ve bu farklı nakit akışları kooperatiflerin finansman dengesi sağlama konusunda zora sokabilmektedir.

Bu nedenle kooperatifler dış finansman kaynaklarına ihtiyaç duymakta ve bu kaynaklardan faydalanmaya çalışmaktadır.

Dış finansman kaynakları bankacılık sektörü tarafından bir dizi kredi ve bankacılık servisleri (nakit yönetimi ürünleri, gayri nakdi krediler vb.) şeklinde sunulmaktadır.

Ancak gerek bankaların kooperatiflere yüksek riskli yaklaşımı gerekse kooperatiflerde zaman zaman görülen finansman yönetimi sorunları nedeniyle kooperatiflerin bu finans kaynaklarından yeterince faydalanmadıkları düşünülmektedir.

Türkiye'de Çiftçi Kayıt Sistemine kayıtlı olduğu bilinen 2,5 milyon

**Prof. Dr. ,Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi A.B.D., akin.olgun@ege.edu.tr*
***Tarım Bankacılığı Pazarlama Müdürü, Türk Ekonomi Bankası, onurterzi@gmail.com*

adet üretici bulunmakta olup, Tarımsal amaçlı kooperatiflerin toplam ortak sayısı ise 4 milyonun üzerindedir.

Bu durum ÇKS kayıtlı üreticilerin bir şekilde bir kooperatife ortak olma ihtimalinin çok yüksek olduğunu göstermektedir.

Diğer yandan Türkiye'nin 2016 yılı tarımsal GSYİH değeri cari fiyatlarla 160 milyar TL kadardır.

Bu verilerden yola çıkarak basit bir hesaplama yapıldığında yılda kabaca 100 milyar TL'den fazla bir tarımsal girdi harcaması yapıldığı, diğer bir deyişle işletme sermayesi gerekliliği olduğu düşünülebilir.

Türkiye'de tarımsal örgütlenme içerisinde tarımsal amaçlı kooperatifler toplam örgüt adedi içerisinde 12.813 adet ile en büyük kitleyi oluşturmaktadır.

Tarımsal amaçlı kooperatiflerin birim kooperatif başına ortalama ortak sayısı 314 olup, bu kooperatifler genelde küçük ortak adetlerine sahiptir.

Tarımsal amaçlı kooperatifler faaliyet alanlarına bağlı olarak ortaklarına farklı hizmetler sunmaktadır.

Bu hizmetler kooperatifin ana konusuna bağlı olarak yada genel tarımsal hizmetler olarak ortaya çıkmaktadır.

Kooperatiflerin ana hizmet alanları 5 ana bölümde toplanabilir.

- *Tarımsal Ürün Alımı*
- *Sulama Hizmetleri*
- *Tarımsal Girdi Satışı*
- *Tarımsal Hizmet Satışı*
- *Pazarlama Hizmetleri*

Kooperatiflerin ortaklarına yönelik olarak sundukları hizmetler ve kooperatifin kendi ticari faaliyetleri kooperatifin temel nakit döngüsünü oluşturmaktadır.

Kooperatifin ortaklara girdi satışı ve ortaklara ürün bedeli ödemesi yapması ortaklar tarafındaki temel nakit döngüsünü oluştururken,

kooperatifin ortaklardan aldığı tarımsal ürünleri diğer alıcı/işleyici işletmelere satarak gelir elde etmesi ise bir diğer bileşen olarak ortaya çıkmaktadır.

Ayrıca, kooperatif ortaklarına sunacağı ucuz girdiler için tedarikçilerle çalışmakta ve bu tedarikçiler ile kooperatif arasında bir nakit döngüsü oluşmaktadır.

Bunların dışında kooperatifin depo, soğuk zincir, paketleme tesisi gibi bir dizi yatırım için ürün ve hizmet alımı yaptığı başka tedarikçiler ile kurduğu bir nakit döngüsü bulunmaktadır.

Tarımsal amaçlı kooperatifler faaliyetlerini sürdürmek için gelir gider dengelerini doğru şekilde planlamalı ve karlılıklarını devam ettirmelidir.

Bu sayede ortaklarına en iyi ve kaliteli hizmeti sunabilecek niteliklerini koruyabileceklerdir.

Finansman kullanımına ihtiyaç duyulmasının 4 temel nedeni sırasıyla gelir/gider akışındaki uyumsuzluk, yetersiz bilanço karlılığı, yetersiz sermaye birikimi ve ölçek ekonomisinden düşük seviyede faydalanma olarak sıralanabilir.

Türkiye'de faaliyet gösteren ticari nitelikli tüm bankalar tarımsal nitelikli kooperatiflere yönelik ürün ve hizmetler sunmaktadır.

Bu ürün ve hizmetler vade, geri ödeme gibi özelliklerine göre belli gruplara ayrılmaktadır.

Bankalar tarafından sunulan hizmetler işletme kredileri, yatırım kredileri ve nakit yönetimi hizmetleri olarak 3 grupta incelenebilir.

Kooperatifler, bankaların sunduğu ürün ve hizmetleri kullanırken bir çok sorun ile karşılaşmaktadır.

Bu sorunlara genel olarak bakıldığı zaman kısıtlı vade, yetersiz kredi limiti ve yüksek teminat talebi olarak 3 ana sorun göze çarpmaktadır.

Kooperatiflerin nakit akışındaki süre uyumsuzlukları ve sağlıksız nakit döngüsü bankalar tarafından riskli olarak algılanmaktadır.

Bu durumda kooperatiflere talep ettiklerinden daha kısa

vadeli krediler sunulmakta ve bu durum kooperatifin ihtiyacını karşılayamamaktadır. Bir diğer sorun ise kooperatif tarafından talep edilen kredi limitinin tamamının karşılanamama sorunudur.

Bu durum genelde düşük karlılık ile çalışan kooperatiflerde daha fazla ortaya çıkmaktadır.

Kooperatiflerin kullandıkları kredi ve benzeri finansal ürünleri şüphesiz en önemli unsurlarından bir tanesi de kredinin vazgeçilmez bir bileşeni olan teminattır.

Teminatlar kefalet, taşınmaz ipoteği, tahvil/bono, nakit para şeklinde olabilir.

Bankaların kooperatiflerden gelen kredi taleplerinde temel olarak göz önüne aldıkları kriter kooperatife ait finansal kayıtlardır.

Mevcut yaklaşımda kooperatif sadece kendi gelir/gider rakamları ve bilanço verileri ile değerlendirilmektedir.

Halbuki kooperatifin iç içe olduğu bir çok dış oyuncu bulunmaktadır. Bunların başında ortaklar ve tedarikçiler gelmektedir.

Ürün alımı yapan firmalar, kooperatifin doğrudan piyasaya satış yaptığı perakendeciler ve kooperatif ile nakit ilişkisi bulunan tüm unsurlar değerlendirme esnasında bir bütün olarak düşünülmelidir.

Bankaların kooperatiflerin tek bir ürün talebi olsa bile alternatif ürünleri bir paket halinde sunmasının kooperatif açısından faydalı olacağı söylenebilir.

Kooperatifin kendisinin talep ettiği taksitli bir kredi yanında, kooperatif ortaklarına yönelik bir hasat vadeli kredi kartı teklifi ile kooperatifin nakit akışını destekleyecek bir köprü kurulabilir.

Kooperatiflerin kullanmış oldukları finansal ürünlerle hem mevcut hizmetlerini sunmaya devam etmeleri hem de yapacakları yatırımlarla sundukları hizmet ağını genişleterek daha kalite hizmetler sunan daha karlı bir yapıya dönüşmeleri çok önemlidir.

Ancak bu finansal ürünlerin etkili şekilde kullanılması ve kooperatifin büyüyen bir işletmeye dönüşmesi profesyonel yönetim kapasitesinin artırılmasına doğrudan bağlıdır.

Bankaların buna benzer danışmanlık hizmetleri sunması kooperatiflerin hem finansal planlamalarında hem de geleceğe yönelik hedeflerine ulaşma yolunda çok olumlu katkılar yapacaktır

Anahtar Kelimeler: *Tarımsal Kooperatifler, bankacılık, finansal kaynaklar,krediler*

Financial Resources Offered by Banks to Agricultural Cooperatives and Suggestions for Improving These Financial Resources

Abstract

Agricultural cooperatives are neccessary elements for agricultural and rural development.

There are many examples of the positive contribution of agricultural cooperatives to their members and countries.

While some of these cooperatives purchase products from their partners, there are cooperatives that sell services to their members such as irrigation cooperatives.

With these different economic activities, cooperatives have different cash flows.

Cooperatives have to sustain their activities with sufficient financial resources.

The fact that cooperatives do not have sufficient internal financial resources constantly.

Therefore external financial resources are needed. External financial resources have their own characteristics.

Credits are offered as working capital generally have fewer than one-year bucks, while investment capital can have up to 7 years.

On the other hand, many problems arise during the access to these resources.

Generally, the problems are the incompatibility of the maturity / reimbursement structure of the cooperative's cash flow with the financial resources provided by the bank and the credit guarantees requested are incompatible with the cooperative legal entity.

Moreover, the steps of making a loan application, getting results and using credit are much more difficult than with individual financing.

Banks must understand the cash flow of cooperatives very well and act on the added value provided by the approach of financing third parties in this value chain.

On this basis, the cash flow between cooperatives and suppliers will be evaluated positively, which will naturally lead to the transfer of more resources to cooperatives by making a positive contribution to the risk perception of banks.

Keywords: *Agricultural cooperatives, banking, financial resources, loans*

NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
2007

VI. OTURUM : Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi

6ND SESSION : Encouragement Of Cooperatives Cooperation

Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi

Oturum Başkanı

Prof.Dr. Şevki ÖZGENER

Çalışan Motivasyonu, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi; Ankara Ostim Organize Sanayi'nde Bir Araştırma
The Relationship Between Workers Motivation, Organizational Citizenship Behaviours And Intention To Quit: A Research In Ankara Ostim Industrial Cluster

Belgin AYDINTAN Halil İYİDEMİRCİ

Geleneksel Ve Öğrenen Organizasyonların Öğrenme Boyutu Açısından Karşılaştırılması
Comparison Of Traditional And Learning Organization In Terms Of Learning Dimension

Adnan ÇELİK Ahmet GÖZEN

Çok Ortaklı Örgüt Formu Ve İslami Holdingler: Nasıl Patlama Yaşandı, Neden Düşüşe Geçti?
Multi-Player Organization Form And Islamic Holdings: How Was Booming Experienced? Why Did They Go Into A Decline?

Tahir AKGEMCİ Esra YILDIZ

Uşak İlinde Faaliyet Gösteren Tarımsal Kalkınma Kooperatiflerinin SWOT Analizi
SWOT Analysis Of Agricultural Development Cooperatives That Operate In Province Of Uşak

Nuri Özgür DOĞAN Yusuf ERSOY

Duygusal Zekâ Ve Problem Çözme Yeteneği İlişkisi: Ankara İnşaat Malzemesi Sektöründe Bir Uygulama
The Relationship Between The Emotional Intelligence And The Problems Solving Skill: An Application On The Construction Sector

Aykut GÖKSEL Muhammet Burak DELİBAŞ

Gün : 6 Ekim 2017, Cuma
Saat : 16.00 - 17.30
Salon : Salon 1
Yer : Refik Başaran Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

ÇALIŞAN MOTİVASYONU, ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞI VE İŞTEN AYRILMA NİYETİ İLİŞKİSİ; ANKARA OSTİM ORGANİZE SANAYİ'NDE BİR ARAŞTIRMA

Belgin AYDINTAN*

Halil İYİDEMİRCİ**

Genişletilmiş Özet

Önceki zamanlarda insanlar sadece hayatlarını sürdürebilmek için çalışmaktaydılar.

Ancak bugün insanlar sadece hayatlarını sürdürmek için değil bunun yanında sosyal çevrelerini ve ilişkilerini geliştirmek, saygınlık kazanmak ve başarılı olma duygusunu yaşamak için de çalışmaktadır.

Zaman ilerledikçe ihtiyaçlar hiyerarşisi yerini değiştirmekte ve yerini başka olgulara bırakmaktadır.

Buna bağlı olarak da insanları motive etmek için kullanılan teknikler değişmektedir(Ergül, 2005).

Literatür araştırıldığında motivasyon ile ilgili ortaya konulmuş iki temel grup kuram ile karşılaşmak mümkündür.

Bunlarda birincisi kapsam kuramlarından, ikincisi ise süreç kuramlarından oluşmaktadır.

Kapsam kuramları bireylerin motivasyonunu içsel faktörlerden yararlanarak açıklarken, süreç kuramları davranışın ortaya çıkışından itibaren ilgili faktörleri açıklamaktadırlar.

** Öğretim Üyesi, Ankara Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yönetim Organizasyon Bilim Dalı, abelgin@gazi.edu.tr*

*** Doktora Öğrencisi, Ankara Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yönetim Organizasyon Bilim Dalı, eskhalil@hotmail.com*

Literatürde kapsam kuramları grubunda en fazla bilinen;

- *Maslow'un "İhtiyaçlar Hiyerarşisi Kuramı"*
- *F. Herzberg'in "Çift Faktör Kuramı"*
- *Clayton Alderfer'in "ERG Kuramı"*
- *McClelland'ın "Başarı Güdüsü Kuramı"*

yer alırken, Süreç kuramları grubunda en fazla bilinen;

- *Vroom'un "Beklenti Kuramı"*
- *Porter-Lawler'in "Geliştirilmiş Beklenti Kuramı"*
- *Adams'ın "Eşitlik Kuramı"*
- *Locke'nin "Bireysel Amaçlar ve İş Başarısı Kuramı"*
- *Pavlov ve Skinner'ın "Şartlandırma ve Pekiştirme Kuramları" yer almaktadır.*

Bireyin samimi duygularla ve isteyerek yaptığı Örgütsel Vatandaşlık Davranışının (ÖVD) altında herhangi bir dışsal ödül beklentisi yoktur.

Örneğin, bir çalışan, kendisinden istenmediği ve beklenmediği halde, mesai saatleri sonrasında uzun süre ofisinde kalarak elindeki işi tamamlamaya çalışıyorsa ya da kendi resmi iş tanımının bir parçası olmadığı halde, işini yapmakta zorluk çeken bir mesai arkadaşına yardım ediyorsa, bu çalışanın örgütsel vatandaşlık davranışında bulunduğu söylenebilir.

Örgütlerin etkililiği, maddi kaynakların niceliğinden çok, insan kaynaklarının niteliğine bağlıdır.

Çalışanların, resmi görev tanımlarının dışında, gönüllü olarak örgütsel faaliyetlere katkıda bulunmaları, zorunlu olmasalar bile, diğer çalışanlara yardım ederek ya da görevin gerektirdiğinden fazlasını yaparak ekstra çaba göstermeleri, örgütün başarısında etkilidir (Sezgin, 2005).

Örgütsel Vatandaşlık Davranışı literatürde birçok araştırmacı tarafından çalışılmış ve ÖVD'nın,

- *Özgecilik*

- *Sivil erdem*
- *Vicdanlılık*
- *Nezaket*
- *Sportmenlik*

boyutları, bilimsel araştırmalarda (Organ, 1997:90; İslamoğlu, 2010:31-35; Yeşiltaş ve Keleş, 2009:21; Sezgin, 2005:322; Yener ve Aykol, 2009:259; Arslantaş ve Pekdemir, 2007:264; İçerli ve Yıldırım, 2012:170; Bolat vd. 2009:218; Oğuz, 2011:381; aktaran: Polatcı, 2013) kullanılmıştır.

Yapılan bu çalışmaların sonuçlarına göre ÖVD'nin bireysel ve örgütsel performansa olumlu katkılarının olduğu görülmüştür.

"Çalışan değişim hızını ne belirler?" Bu sorunun cevabı, işten ayrılma niyeti olan çalışan ve çalışan bulmakta zorlanan veya finansal olarak bundan etkilenen yönetici tarafından ortaya konulabilir.

İşten ayrılma niyeti aslında daha çok işverenlerin ve araştırmacıların ilgilendiği bir odak noktası olarak karşımıza çıkmaktadır.

Literatüre göre iş yerinde algılanan stres ve iş tatmini faktörlerinin, işten ayrılma niyetine etki eden faktörler içerisinde en önemlileri olduğu görülmektedir (Moore, 2002 aktaran: Lucy vd. 2004).

Bununla birlikte işten ayrılma niyetinin öncülünde bireyin iş yeri motivasyonu da bir faktör olarak kabul görmektedir.

Global etkiler, iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ve yeni iş yapma tekniklerinin ortaya çıkması sonucu diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de kültürel ve ekonomik alanlarda bazı değişikliklerin olduğu literatürde ortaya konulmaktadır.

Bu değişim ve etkiler, çalışanların iş yerindeki ihtiyaçlarının ve beklentilerinin değişmesine buna bağlı olarak da çalışanların iş yerindeki davranışlarının farklılaşmasına neden olmaktadır.

Organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren organizasyonların yöneticileri ile yapılan görüşmelerde son yıllarda kendilerinin "çalışan motivasyonunu sağlamak için birçok desteği sağladıklarını ancak çalışanların halen işletmeye katkı sağlayacak örgütsel vatandaşlık

davranışlarını göstermediğini, verimlerinin beklenen seviyede olmadığını ve işten ayrılma niyetlerinin dolayısıyla çalışan devir hızının yüksek olduğunu" ifade etmektedir.

Organize Sanayi bölgeleri özellikleri itibariyle emek yoğun çalışma ortamının olduğu bölgeler olarak görülmektedir.

Verimlilik tanımına göre işletmelerde verimin artırılması, çıktı/girdi oranının arttırılması ile mümkündür.

Dolayısıyla verimlilik artışı için yapılması gereken, mevcut girdilerle daha fazla çıktı sağlamak ya da daha doğru ve uygun girdi seçimi ile gelecekteki çıktıyı arttırmaktır.

Emek yoğun bir sektörde mevcut girdilerden olan çalışanların, performansını ve verimliliğini arttırmak işletmenin daha yüksek kar elde etmesini sağlayacaktır.

Bu bağlamda, çalışanların motivasyonunu artırmanın, onların performansına ve verimliğine etkisi olduğu literatürde ortaya konulmaktadır.

Ayrıca motive edilmiş çalışanların Örgütsel Vatandaşlık Davranışı gösterdiği geçmiş araştırmalarda ortaya konulmaktadır.

Bu kapsam içerisinde yukarıda kısaca açıklanan motivasyon, ÖVD ve işten ayrılma niyeti arasında bazı ilişkilerin olduğu ve bu ilişkiler içerisinde yöneticilerin çalışanları iş yerinde tutabilmek, onların motivasyon seviyelerini ve ÖVD'larını istendik yönde etkileyebilmek için bu ilişkilerin tespit edilmesinin gerektiği düşünülmektedir.

Bu çalışma ile konu içerisinde ifade edilen bu üç kavram arasındaki muhtemel ilişkilerin yönü ve seviyesi hakkında bilgi toplanmış ve bu bilgiler analiz edilerek sonuçlarına göre organize sanayi bölgelerinde çalışanların işten ayrılma niyetine etki eden, araştırma kapsamında yer alan faktörler ortaya konulmuştur.

Araştırmanın hipotezleri ise şöyledir;

H1: Örgütsel vatandaşlık davranışı ile çalışan motivasyonu arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Örgütsel vatandaşlık davranışı ile işten ayrılma niyeti arasında

negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Çalışan motivasyonu ile işten ayrılma niyeti arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Motivasyonun İşten Ayrılma Niyeti üzerine negatif yönde anlamlı bir etkisi vardır.

Bu araştırmada kurulan hipotezleri test etmek için önce pearson korelasyon analizi ve daha sonra çoklu regresyon analizi yapılmıştır.

Elde edilen sonuçlara göre H1, H2, H3, H4 kabul edilmiştir.

Yapılan çoklu regresyon analizine göre örgütsel vatandaşlık davranışı ve motivasyonun birlikte işten ayrılma niyetinin % 19'unu açıkladığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler; *Motivasyon, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, İşten Ayrılma Niyeti*

The Relationship between Workers Motivation, Organizational Citizenship Behaviors and Intention to Quit: A Research in Ankara OSTIM Industrial Cluster

Extended Summary

In previous times, people were working only for surviving.

But today people are working for not only surviving but also developing their social environment, relationship with others, earn respect and to feel sense of being successful.

As time progress, the hierarchy of needs is changing its position to different notions.

Accordingly the technics to motivate people are changing (Ergül, 2005)

When the literature is searched it is possible to find out two different basic groups theory.

First coverage theories and the other one is process theories.

While the coverage theories are explaining the motivation by the help of the internal factors, the process theories are explaining the motivation by the help of the factors which are come up after behavior.

The most known coverage theories in the literature are;

- *Maslow's "Hierarchy of Needs Theory"*
- *F. Herzberg's "Double Factor Theory"*
- *Clayton Alderfer's "ERG Theory"*
- *McClelland's "Success Motive Theory"*

Also the most known process theories are;

- *Vroom's "Expectation Theory"*
- *Porter-Lawler's "Developed Expectation Theory"*
- *Adams' "Equality Theory"*
- *Locke's "Individual Goals and Work Success Theory"*
- *Pavlov and Skinner's "Conditioning and Strengthening Theories"*

Under the organizational citizenship behaviors (OCB) which are performed by a person with sincere feelings and willingly there is no expectation for external award.

For example, if a worker continue working after hours for a long time to complete the works in his/her office without any obligation from the managers or since there is no formal explanation on the job description if he/she helps his/her friends who have difficulty about work, it can be said that this person is performing organizational citizenship behavior.

Organizational efficiency depends on not physical sources quantity but the quality of the human resources.

Since there is no formal explanation on the job description of workers, their willingly contribution to companies organizational activities, help to other colleagues without any obligation and showing more effort than the work required are very important for the success of a company (Sezgin, 2005).

The OCB is studied by a lot of researchers in literature and OCB dimensions,

- *Altruism*
- *Courtesy*
- *Civic Virtue*
- *Conscientiousness*
- *Sportsmanship*

are used in scientific researches (Organ, 1997:90; Islamoglu, 2010:31-35; Yesiltas and Keles, 2009:21; Sezgin, 2005:322; Yener and Aykol, 2009:259; Arslantas and Pekdemir, 2007:264; İçerli and Yıldırım, 2012:170; Bolat et al. 2009:218; Oğuz, 2011:381; transferred by: Polatcı, 2013).

According to those researches results OCB has positive effects on individual and organizational performance.

"What determines the workers turnover rate?" The answer for this question can be given by either workers who has intention to quit or managers who have difficulty to find a good worker or are affected financially by the worker who quit the job.

The intention to quit notion is a focus on subject which is generally draw attention of the employer and researchers.

According to literature the work place stress and work satisfaction factors are the most important subjects which effect the intention to quit (Moore, 2002 transferred by: Lucy et al. 2004).

However motivation is accepted as one of the most important factor in antecedents of the intention to quit.

It is put forth by literature that there some changes in culture and economic areas in other countries and Turkey because of the global effects, improvements in communication technologies and the results of the new work technics.

This change and effects also create a change on individual's needs and expectations in work place; accordingly they make differentiation on workers behaviors.

According to the organization managers who operate their companies in an industrial cluster "they support their workers to motivate them but the workers does not show any organizational citizenship behavior, also their performances are very low and they have intention to quit so the turnover rate is very high".

Because of their special feature, the industrial clusters are accepted as labor intensive areas.

According to efficiency definition, it is possible to increase the performance by increasing the output/input rate.

So the thing need to be done to increase the performance is either to have more output with present inputs or to choose better input which will increase the output for the future.

For the labor intensive sectors increasing the workers (as present source) performance and their productivity will create more profit for a company.

In this context, literature explains that increasing the motivation of workers is positively affecting their performance and productivity.

Also it is explained in previous researches that the positively motivated workers shows organizational citizenship behaviors.

Within this scope, as it is briefly explained above; motivation, organizational citizenship behavior and intention to quit have some relationships between each other.

Under these relations it is thought that these relations should be found out by a research to provide employers a road map for keeping the workers in work place and also increasing their motivation and OCB levels.

In this research, information about the probable relationships' direction and level between these three notions are collected, then they analyzed and according to results in the scope of research the factors which affect the intention to quit are explained.

The hypothesis for research is below;

H1: There is significant and positive direction relationship between

workers organizational citizenship behaviors and motivation.

H2: There is significant and negative direction relationship between workers organizational citizenship behaviors and intention to quit.

H3: There is significant and negative direction relationship between motivation and intention to quit.

H4: There is significant and negative direction effect of workers organizational citizenship behaviors and motivation on to intention to quit.

For testing the hypothesis of this research first correlation analyzes than multiple regressions analyze is made.

According to obtained results the H1, H2, H3 and H4 are accepted.

In relation to regressions analyze it is found out that OCB and motivation is explaining the 19% of the intention to quit.

KAYNAKÇA

1. Firth, Lucy, Mellor, David, Moore, Kathleen A and Loquet, Claude (2004), "How Can Managers Reduce Employee Intention to Quit?", Journal of Managerial Psychology, vol. 19, no. 2, pp. 170-187.

2. Ergül, H.F., (2005), "Motivasyon ve Motivasyon Teknikleri", Dicle Üniversitesi Eğitim Fakültesi İlköğretim Bölümü, , Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi www.e-sosder.com ISSN:1304-0278 Güz 2005 C.4 S.14 (67-79).

3. Sezgin, F., "Örgütsel Vatandaşlık Davranışları: Kavramsal Bir Çözümleme ve Okul Açısından Bazı Çıkarımlar", GÜ, Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 25, Sayı 1 (2005) 317-339.

4. Polatcı, S., Cindiloğlu, M., "Kişi-Örgüt Uyumunun Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: Duygusal Bağlılığın Aracılık Rolü", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Isparta-2013, Y.2013, C.18, S.3, s.299-318.

5. Raghoebarsing, C. (2011). "Organizational Citizenship Behavior & work motivation in the granite mining industry in West-Suriname", Suriname

2011, Maastricht School of Management Üniversitesinde, Lim A Po Institute for Social Studies Yönetim ve Finans Anabilim dalında Yürütülmüş Yüksek Lisans Tezi.

6. Richard G. Netemeyer, ve diğerleri, "An Investigation Into the Antecedents of Organizational Citizenship Behaviors in a Personal Selling Context", The Journal of Marketing, Vol. 61, No. 3 (Jul., 1997), pp. 85-98.

7. Barbuto, John E. Jr. (2005). "Motivation and Transactional, Charismatic, and Transformational Leadership: A Test of Antecedents" Faculty Publications: Agricultural Leadership, Education & Communication Department. Paper 39.

8. Ersari, G., ve Naktiyok, A., (2012). "İş Görenin İçsel ve Dışsal Motivasyonunda Stresle Mücadele Tekniklerinin Rolü", Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16(1), 81-101.

GELENEKSEL VE ÖĞRENEN ORGANİZASYONLARIN ÖĞRENME BOYUTU AÇISINDAN KARŞILAŞTIRILMASI

Adnan ÇELİK* Ahmet GÖZEN**

Özet

Öğrenme kavramı, bireyler ve organizasyonlar için yaşamsal bir öneme sahiptir.

Öğrenen bireylerden öğrenen organizasyonlara ve oradan da öğrenen toplumuna ulaşılabileceği genel kabul gören bir yaklaşımdır.

Bu çalışmada, geleneksel ve öğrenen organizasyonlar öğrenme boyutu bakımından karşılaştırılmıştır.

Geleneksel organizasyonlar başlığında; Geleneksel organizasyonların yönetim teorilerindeki yeri, geleneksel yönetim teorilerinin insana ve organizasyona ilişkin varsayımları, geleneksel yönetim yaklaşımlarının ortak özellikleri ve geleneksel yönetim teorilerinin genel değerlendirilmesi konuları ele alınmıştır.

İkinci ana başlık öğrenen organizasyonlara ilişkindir.

Burada, öncelikle öğrenen organizasyonların tanımı ve karakteri açıklanmıştır. Ardından, öğrenen organizasyonların özellikleri, gelişim süreci ve boyutları tartışılmıştır.

Öğrenen organizasyonların özellikleri alt başlığında sistem düşünce, bireysel ustalık, zihinsel modeller, ortak vizyon ve ekip halinde öğrenme konuları açıklığa kavuşturulmuştur.

Son başlıkta, öğrenen organizasyonların temel unsurları vurgulanmıştır.

Prof.Dr., Faculty of Economics and Administrative Sciences, Selcuk University, Turkey. E-mail: adnancelik@selcuk.edu.tr

Dr., Konya Cement A.S., Turkey. E-mail: a.gozen@vicat.com.tr

Çalışmanın sonunda, geleneksel ve öğrenen organizasyonlar karşılaştırılmıştır.

Comparison of Traditional and Learning Organization in Terms of Learning Dimension

Abstract

The concept of learning has an undeniable importance in terms of both individuals and organizations.

It is generally accepted phenomenon that proportional development can be achieved from learning individuals to learning organizations and towards to learning society. In this study, traditional and learning organizations are compared in terms of learning dimension.

In the title of traditional organizations covers; The place of traditional organizations in theories of management, the assumptions of traditional management theories on human and organization, the common features of traditional management approaches and the general evaluation of traditional management theories.

The second main topic is related to learning organizations. In this title, the definition and the character of the learning organizations are introduced first.

Then, the features and development process and dimensions of the learning organizations are discussed. In the sub-headings of features of learning organizations, the system has been clarified in terms of thought, personel mastery, mental models, shared vision, team learning.

Eventually, the basic elements of the organizations learning have been emphasized. At the end of the study, traditional and learning organizations are compared.

Key Words: *Learning, Traditional Organizations, Learning Organizations*

ÇOK ORTAKLI ÖRGÜT FORMU VE İSLAMİ HOLDİNGLER: NASIL PATLAMA YAŞANDI, NEDEN DÜŞÜŞE GEÇTİ? KONYA MENŞELİ ÖRGÜTLER ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ*
Öğr. Gör. Esra YILDIZ**

Genişletilmiş Özet

Bu çalışmada İslami holdinglerin genel itibariyle yapısı, çıkış noktası, başarısız olma ve dağılma nedenleri, Türkiye'de holdingleşme hareketleri, dünya da Müslüman ülkelerin İslami sermaye ve finans konusunda sergilediği tutum incelenmiştir.

Ülkemizde 1990-1997 yılları arasında rahmetli Turgut Özal'ın başbakan olduğu dönemlerde ve Necmettin Erbakan'ın başbakan olduğu Refahyol hükümeti döneminde özellikle Konya'da islami holding sayısında bir patlama gerçekleşmiştir (Demirpolat; 2008:499).

Bu holdinglerin yatırımcılarının çıkarlarını korumaya yönelik yeterli özenin gösterilmemesi, şirketlerin yasal olarak eksiklerinin tamamlanmasına yönelik engeller, bazılarını iflasa zorlamak gibi iddialar konuşulmaktadır.

Sayıları net olarak bilinmemekle birlikte ciddi büyüklükte bir kesimin tasarruflarını bu yolla yitirdikleri tahmin edilmektedir (Küçükşen, 2011: 12).

Bu oluşumun başarısız olmasının iç nedeni yönetimin beceriksizliği ve zaman zaman gösterdiği kötü niyeti, dış nedeni ise devletin duyarsız

** Prof.Dr.,Selçuk Üniversitesi,İşletme,takgemci@selcuk.edu.tr*
***Öğr.Gör.,Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, S.B.M.Y.O.,eyildiz@kmu.edu.tr*

oluşu ve çoğu zaman gösterdiği kötü niyet olmuştur(Özel, 2006: 21).

Çalışma nitel bir araştırma özelliğine sahiptir.

Bu kapsamda Türkiye'de kurulan çok ortaklı örgüt formlarının ve islami holdinglerin yapısı, nasıl kuruldukları, hangi dönemde patlama yaşadıkları, neden düşüşe geçtikleri, hangi dönemde aktif oldukları, hangi illerde ve sektörde faaliyet gösterdiklerine yönelik literatür taraması yapılmıştır.

Ayrıca bu kurumların işleyişlerinin örgüt kuramları ile olan bağlantısı da incelenmiştir.

Çalışmada Türkiye ile birlikte dünya ülkelerinde faizsiz bankacılık sistemine öncü olan ülkeler, hükümetlerin sisteme olan bakış açısı ve konu ile ilgili gelişmeler de yer almaktadır.

Şirketler ile ilgili genel veriler daha önce yapılan akademik çalışmalardan elde edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *İslami Holding, Çok Ortaklı Örgüt Formu, Anadolu Kaplanları, Anadolu Sermayesi*

Jel Kodları: *M10*

Multi-Player Organization Form And Islamic Holdings: How Was Booming Experienced? Why Did They Go Into A Decline? A Study On Konya-Originated Organizations

Extensive Summary

In this study, the overall structure, and origins of Islamic holding companies and reasons for failure and break-up, conglomeration movements in Turkey and the attitudes of Muslim countries towards Islamic capital and finance have been examined.

In our country, in the period, when the deceased Turgut Özal was Prime Minister, and in the period of Refah-Yol Government, when Necmettin Erbakan was Prime Minister, especially in Konya, a booming in the number of Islamic holding. was experienced

(Demirpolat; 2008:499).

The claims that these organizations do not care of protecting the interests of investors, barriers toward completing the legal deficiencies of company, and forcing some of them to bankrupt are mentioned about.

Although the number of them is not clearly known, it is estimated that a sector having a serious size lost their savings in this way (Küçükşen, 2011: 12).

The internal cause of unsuccessfulness of this formation is the awkwardness of management and its bad intention it shows from time to time, while its external cause is that government is insensitive and its bad intention it mostly shows (Özel, 2006: 21).

The study has a qualitative research feature.

In this context, a literature search was conducted on the forms of multi-partner organizations established in Turkey and the structure of Islamic holdings, how they were founded, in which area they exploded, why they fell, where they were active, in what period they were active and in what countiries and sectors.

In addition, the relation of the functioning of these institutions with organizational theories is examined.

The countries that are leading the interest-free banking system in Turkey along with Turkey, the perspective of the governments towards the system and developments related to the subject are also included.

General data on companies have been obtained from previous academic studies.

Keywords: *Islamic Holding, Multi-Player Organization Form, Anatolian Tigers, Anatolian Capital*

KAYNAKÇA

Demirpolat, A. (2008). Selçuklu Kulesinden Kule Site'ye: Konya'da Din, Sermaye, Ve Dönüşüm [From Seljuq Tower To Kule Site: Religion, Capital, And Transformation In Konya]. Ekev Akademi Dergisi, 12, 483-502.

Küçükşen, K. (2011). Din Motivasyonlu Ekonomik Organizasyonlarda Yaşanan Olumsuz Tecrübelerin Din Algisi Üzerindeki Etkileri (İslâmi Holding Yatırımcıları Üzerine Bir Arastırma). (Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi, Konya. (285)

Özel, M. (2006). Din, Ticaret Ve Çok Ortaklı Şirketler. Anlayış Dergisi, 100. Sayı,43, Aralık

UŞAK İLİNDE FAALİYET GÖSTEREN TARIMSAL KALKINMA KOOPERATİFLERİNİN SWOT ANALİZİ

Nuri Özgür DOĞAN*
Yusuf ERSOY**

Özet

Kooperatiflerin kurulmasının temelinde insanların tek başlarına yapamayacakları işleri birlikte yapabilmenin yollarını aramaları yatmaktadır.

İngiltere'nin Rochdale kasabasında İyi kalpli rehberler olarak adlandırılan 28 dokuma işçisi 1844 yılında açtıkları tüketim mağazası için belirlemiş oldukları bir takım ilkeler ile farkında olmadan kooperatifçiliğin temelini atmışlardır.

Türkiye'de Osmanlı döneminde Mithat Paşa, Cumhuriyet döneminde ise Atatürk kooperatifçiliğin öncüleri olarak bilinmektedir.

Mithat Paşa'nın 1860'lı yıllarda açmış olduğu Memleket Sandıkları'nın Türk kooperatifçilik tarihinde önemli bir yeri vardır.

1920 yılında Mustafa Kemal Atatürk'ün Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanı olarak Meclis'e sunulan ''Kooperatif Şirketler'' kanunu tasarısında imzası bulunmaktadır.

2834 sayılı ''Tarım Satış Kooperatifleri ve Birlikleri Kanunu'' ve 2836 sayılı '' Tarım Kredi Kooperatifleri Kanunu'' 1935 yılında Atatürk'ün teşvik ve önerileri doğrultusunda yürürlüğe girmiştir.

** Doç. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü*
*** Uzman, Uşak Üniversitesi Bilimsel Analiz ve Teknolojik Uygulama ve Araştırma Merkezi*

Avrupa ülkeleri, ABD ve diğer gelişmiş ülkeler kooperatifçiliği destekleyerek ürün/hizmet üreten birçok bireyin birlikte hareket etmeleri için ortam oluşturmuşlardır.

Kooperatiflerde esas amaç kâr elde etmek değil kendisinin sahibi olan çok sayıda ortağın ihtiyaçlarını karşılamaktır.

Kooperatiflerde masraflar düşüldükten sonra geriye kalan gelirler ortaklara dağıtılmaktadır.

Bir kooperatifte bulunması gereken özellikler; gönüllü ve serbest ortaklık, her ortağın oy sahibi olması, yöneticilerin seçimle gelmesi ve ortaklara karşı sorumlu olması, kararların demokratik bir biçimde alınması ve elde edilen ekonomik kazançların ortaklar arasında eşit bir şekilde dağıtılması olarak sıralanabilir.

Üretim, tüketim, konut, sağlık, tarım ve taşıma gibi kooperatif türlerine ek olarak son yıllarda dünya genelinde çok farklı konularda faaliyet gösteren ve sayıları her geçen gün artan yeni kooperatif türlerine rastlamak mümkündür.

Tarım kooperatifleri de bu kooperatif türlerinden birisidir.

Türkiye Ormancılık Kooperatifleri Merkez Birliği (ORKOOP), Su Ürünleri Kooperatifleri Merkez Birliği (SÜR-KOOP), Türkiye Sulama Kooperatifleri Merkez Birliği (TUSKOOP), Hayvancılık Kooperatifleri Merkez Birliği (HAYKOOP), Çay Kooperatifleri Merkez Birliği (ÇAYKOOP), Köy Kalkınma ve Diğer Tarımsal Amaçlı Kooperatifler Merkez Birliği (KÖY-KOOP) ve Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri Merkez Birlikleri bir araya gelerek 2005 yılında TARIMKOOP olarak adlandırılan Türkiye Tarımsal Amaçlı Kooperatifler Milli Birliğini kurmuşlardır.

Tarımsal amaçlı kooperatifler günümüzde özellikle ekonomisi tarıma dayalı ülkelerin kalkınmasında en etkili araçlardan birisidir.

Tarımsal amaçlı kooperatiflerin başarılı olması için kooperatif yöneticileri ve ortaklarının kooperatifçilik konusunda eğitim almaları gerekmektedir.

Ayrıca kooperatiflerin mevcut durumlarının analiz edilerek stratejik planlar oluşturulması gerekmektedir.

Bu çalışmanın amacı Uşak ilinde faaliyet gösteren tarımsal kalkınma kooperatiflerinin mevcut durumlarını ortaya koymak ve bunlara dair avantaj ve dezavantajları belirlemektir.

SWOT, İngilizce ''Strengths, Weaknesses, Oppurtunities, Threats'' kelimelerinin ilk harflerinden oluşmaktadır.

SWOT, işletmenin üstünlük (S), zayıflık (W), fırsatlar (O) ve tehditlerini (T) belirleyen bir analiz süreci olarak tanımlanmaktadır.

SWOT analizi herhangi bir kuruluş veya işletmenin içsel durumunu ve onu etkileyen dışsal faktörleri analiz etmek için kullanılan bir yöntemdir.

SWOT analizi, işletmenin iç ve dış faktörlerini dikkate alarak strateji belirlenmesine yardımcı olmaktadır.

SWOT analizi sonucunda zayıf yönlerin güçlü yönlere, tehditlerin ise fırsatlara dönüştürülmesi amaçlanmaktadır.

SWOT analizi, stratejik bir plan geliştirilmesi aşamasında, sorun tanımlama ve çözüm oluşturulması aşamalarında, nicel verilerin yetersiz ve bilgilerin kişilerin belleklerinde olduğu durumların analizinde kullanılmaktadır.

SWOT analizi sonucunda organizasyonlar hem bugünkü durumlarını hem de gelecekteki potansiyel durumlarını analiz etme olanağını sahip olmaktadırlar.

Araştırmada SWOT analizi ile Uşak ilinde faaliyet gösteren tarımsal kalkınma kooperatiflerinin güçlü ve zayıf yönleri, fırsat ve tehditleri belirlenmeye çalışılmıştır.

Çalışmada SWOT analizi yapılmasının iki önemli yararı bulunmaktadır.

Birincisi, kooperatiflerin mevcut durumunun tespit edilmiş olmasıdır.

İkincisi ise, kooperatiflerin gelecekteki durumunun nasıl olacağına dair tahmin yapılmasına ve bir takım önerilerde bulunulmasına olanak sağlanmasıdır.

Literatürde tarımsal kalkınma kooperatifleri ile ilgili çok sayıda araştırmaya rastlamak mümkündür.

Literatürde, tarımsal kalkınma kooperatiflerinin SWOT analizinin yapıldığı kısıtlı sayıda çalışma bulunmaktadır.

Uşak ilinde faaliyet gösteren tarımsal kalkınma kooperatiflerinin SWOT analizi üzerine yapılan bu çalışma bu yönü ile diğer çalışmalardan farklılaşmaktadır.

Bu çalışma ilerde bu konu üzerine araştırma yapacaklara yol gösterici nitelikte olabilecektir.

Gelecekte başka bölgeler veya yörelerde faaliyet gösteren tarımsal kalkınma kooperatiflerinin SWOT analizinin yapılması bir başka çalışmaya konu olabilecektir.

Anahtar Kelimeler: *Kooperatif, SWOT Analizi, Tarımsal Kalkınma, Uşak İli.*

SWOT ANALYSIS OF AGRICULTURAL DEVELOPMENT COOPERATIVES THAT OPERATE IN PROVINCE OF UŞAK

Abstract

People search for ways to do things they can not do alone that is the basis for the establishment of cooperatives.

28 weaving workers called good-hearted guides, who lived in the Rochdale town of England, unknowingly have laid the foundation of cooperatives with a set of principles they have identified for the consumer store they opened in 1844.

Midhat Pasha in the Ottoman period and Atatürk in the Republic period are known as precursors of cooperative system in Turkey.

The Memleket Funds, which was opened by Midhat Pasha in the 1860s, have an important place in the history of Turkish cooperatives.

In 1920, Mustafa Kemal Atatürk signed the "Cooperative

Companies" law presented to the Assembly as the President of the Grand National Assembly of Turkey.

Law No. 2834 on "Agricultural Sales Cooperatives and Unions" and Law No. 2836 on "Agricultural Credit Cooperatives" entered into force by the direction of Atatürk's incentives and proposals in 1935.

European countries, the United States and other developed countries have supported cooperatives and have created an environment where many individuals producing products / services could move together.

The main purpose of cooperatives is to meet the needs of its members (owners) and not to make profit.

The remaining revenues after deducting costs are distributed to the shareholders in cooperatives.

The characteristics to be found in a cooperative; can be put in order as follows: having voluntary and free partnership, every partner must have a vote, managers must come by the election and be responsible to shareholders, taking decisions in a democratic way and distributing the profits evenly to the shareholders.

It is possible to find new types of cooperatives operating in very different fields all over the world in recent years in addition to cooperative types such as production, consumption, housing, health, agriculture and transportation.

Agricultural cooperatives are one of these cooperative types. Turkey Forestry Cooperatives Central Union (ORKOOP), Water Products Cooperatives Central Union (SÜR-KOOP), Turkey Irrigation Cooperatives Central Union (TUSKOOP), Livestock Cooperatives Central Union (HAYKOOP), Tea Cooperatives Central Union (ÇAYKOOP), Village Development and Other Agricultural Cooperatives Central Association (KÖY-KOOP) and Turkey Agricultural Credit Cooperatives Central Unions came together and set up the Turkish National Agricultural Cooperative Association, which is called TARIMKOOP, in 2005.

Nowadays, agricultural cooperatives are one of the most effective tools especially in the development of the countries having agriculture-based economy.

Cooperative managers and their partners need to be trained about cooperative system for agricultural cooperatives to be successful.

In addition, strategic plans must be formed by analyzing the current state of cooperatives.

The purpose of this study is to determine the current state of agricultural development cooperatives operating in Uşak and determine their advantages and disadvantages.

The SWOT consists of the first letters of the English words "Strengths, Weaknesses, Oppurtunities, Threats".

SWOT is defined as an analysis process that determines the strengths (S), weaknesses (W), oppurtunities (O) and threats of the business.

SWOT analysis is a method used to analyze the internal situation of any organization or business and also the external factors that affect it.

SWOT analysis helps a business to determine its strategy by taking into account the internal and external factors of the business.

As a result of the SWOT analysis it is aimed to transform the weaknesses into strengths and threats into opportunities.

SWOT analysis is used in the development phase of a strategic plan, in problem definition and solution creation phases, in cases where quantitative data is insufficient and information is in people's memory.

Organizations have the opportunity to analyze both their current situation and their potential future situation by means of the SWOT analysis.

In this study, the strengths and weaknesses, opportunities and threats of agricultural development cooperatives operating in Uşak were tried to be determined by using the SWOT analysis.

There are two important benefits of doing SWOT analysis in this study. First, the current state of cooperatives has been determined.

The second is that, it has been possible to estimate the future state of the cooperatives and to make some suggestions.

It is possible to find many studies in the literature related to

agricultural development cooperatives.

There are limited studies in the literature that have investigated the SWOT analysis of agricultural development cooperatives.

This study, on SWOT analysis of agricultural development cooperatives operating in Uşak province, differs in this respect from other studies.

This study may be a guide to researchers who will do research on this topic in the future.

SWOT analysis of agricultural development cooperatives operating in other regions or districts may be subject to another study in the future.

Key Words: *Cooperative, SWOT Analysis, Agricultural Development, Province of Uşak.*

DUYGUSAL ZEKÂ VE PROBLEM ÇÖZME YETENEĞİ İLİŞKİSİ: ANKARA İNŞAAT MALZEMESİ SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA

Aykut GÖKSEL*
Muhammet Burak DELİBAŞ**

Genişletilmiş Özet

Duygusal zekâ ile problem çözme becerisinin günlük hayatta ve iş hayatındaki önemleri ve başka kavramlarla ilişkilerine dair literatürde birçok çalışma bulunmaktadır (Abraham,1999a:209-225; Sternberg ve Kaufman,1998:479-502; Tekin Acar, 2001:80-82; Tett vd., 2005:859-888).

Bu iki kavramın her biri tek başına iş hayatı için önemli görülmekle birlikte bunların aralarındaki ilişki daha çok hizmet sektörlerine uygulanan çeşitli tez ve makalelere konu olmuştur.

Bu çalışmanın amacı ise Ankara Rüzgârlı ve OSTİM bölgelerinde yoğunlaşmış bulunan inşaat sektöründeki küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin yöneticilerinin duygusal zekâ düzeyleri ve problem çözme becerilerinin arasındaki ilişkiyi ölçerek bu alandaki boşluğun doldurulmasına katkı sunmaktır.

Bu bağlamda yönetici pozisyonunda bulunan 238 kişiye Schutte ve arkadaşları (1998) tarafından geliştirilen; Austin ve arkadaşları (2004) tarafından yeniden düzenlenen ve Tatar ve arkadaşları (2011) tarafından Türkçe'ye uyarlanan 41 maddelik Schutte Duygusal Zekâ Ölçeği ile Heppner ve Petersen (1982) tarafından geliştirilen; Şahin, Şahin ve Heppner (1993) tarafından Türkçeye uyarlanan 35 maddelik Problem Çözme Envanteri uygulanmıştır.

*Doç. Dr., Gazi Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, agoksel@gazi.edu.tr
**Arş. Gör., Gazi Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü, mburakdelibas@gazi.edu.tr

Araştırmacılar, zekâ ile ilgili ilk çalışmalarda zekâyı sadece bilişsel yetenek ile özdeşleştirirlerken zaman içerisinde zekâ tanımına kişilerin çevreye uyumu ve insanlarla olan ilişkilerini de yeni boyutlar olarak eklemişlerdir (Tekin Acar,2001:20).

Bu yöndeki çalışmalar, üstün zekâlı bireylerin neden günlük hayatta ya da iş hayatında her zaman diğer insanlardan daha başarılı olamadıkları sorusu ile başlamıştır (Cooper ve Sawaf, 1997:xi). Bu soruya cevap olarak da bireylerin başarıları ile duygusal zekâ faktörü arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar ortaya konulmaya başlamıştır.

Bu alandaki öncü çalışmalardan olan Mayer ve Salovey'in (1993) araştırmasında duygusal zekâ, bireyin kendi duyguları ile başkalarının duygularını izleyebilme, bunlar arasında ayrım yapma ve bu süreçten çıkardığı sonuçları düşünce ve davranışlarında kullanabilme yeteneği olarak tanımlanan sosyal zekânın bir alt formu olarak tanımlanmıştır.

Goleman (1995) ise duygusal zekâyı "kendini harekete geçirebilme, dürtüleri kontrol ederek tatmini erteleyebilme, ruh halini düzenleyebilme, sıkıntıların düşünmeyi engellemesine izin vermeme, kendini başkalarının yerine koyabilme ve ümit besleyebilme" olarak tanımlamıştır.

Bu çalışmada kullanılan ve nihai hâli Austin ve arkadaşları tarafından verilen ölçeğe göre ise duygusal zekâ; "İyimserlik/Ruh Halinin Düzenlenmesi", "Duyguların Kullanımı" ve "Duyguların Değerlendirilmesi" alt boyutları ile ele alınmıştır.

Çalışmadaki diğer bir önemli kavram ise problemdir.

Bireyi fiziksel ya da zihinsel olarak rahatsız eden kararsızlık ve birden fazla çözüm yolu olan her durum problem olarak tanımlanabilmektedir (Karasar,2009:54).

Problem çözme ise bu amaca ulaşmak için gerekli olan araç ve davranışları diğer alternatifler arasından seçme ve uygulama olarak tanımlanmaktadır (Duman,2013).

Bu bağlamda Heppner ve Petersen'in (1982) geliştirdikleri envanter kişinin kendi problem çözme becerisine dair algısını ölçmek için tasarlanmıştır.

Yapılan faktör analizinde ise kişinin kendi problem çözme becerisine güveni ifade eden "Problem Çözme Yeteneğine Güven", eski problem çözme tecrübelerini ileriki zamanlarda kullanmayı ve alternatifler üretmek için aktif olarak araştırma yapmayı ifade eden "Yaklaşma-Kaçınma" ve bir problemle karşılaştığında kendi kontrolünü sağlama davranışını ifade eden "Kişisel Kontrol" alt boyutlarına ulaşılmıştır.

Çalışmada temel amaç olarak belirlenen KOBİ yöneticilerinin duygusal zeka kapasiteleri ve problem çözme yetenekleri arasındaki ilişki her bir alt boyut düzeyinde ilk olarak korelasyon analizi ile incelenmiştir. Bu analiz sonucunda:

İyimserlik (Ruh Halinin Düzenlenmesi) alt boyutunun Kişisel Kontrol (,234), Yaklaşma-Kaçınma (,483) ve Problem Çözme Yeteneğine Güven (,527) alt boyutları ile anlamlı ve olumlu yönde ilişkisi olduğu;

Duyguların Değerlendirilmesi alt boyutunun Kişisel Kontrol (,486), Yaklaşma-Kaçınma (,580) ve Problem Çözme Yeteneğine Güven (,466) alt boyutları ile anlamlı ve olumlu yönde ilişkisi olduğu;

Son olarak, Duygularının Kullanımı alt boyutunun ise Kişisel Kontrol (,137) ve Yaklaşma-Kaçınma (,204) alt boyutları ile anlamlı ve olumlu yönde bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.

Duyguların Kullanımı ile Problem Çözme Yeteneğine Güven arasında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Daha sonra uygulanan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda (R: ,691 ve R2: ,475) Duygusal Zekâ ile Problem Çözme Yeteneği arasında anlamlı bir ilişki gözlemlenmektedir.

Regresyon katsayısının anlamlılık düzeyine bakıldığında ise Duygusal Zekânın (β: ,691, p<0,05) Problem Çözme Yeteneği üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir.

Anahtar Sözcükler: Zekâ, Bilişsel Zekâ, Duygusal Zekâ, Problem, Problem Çözme

The Relationship between Emotional Intelligence and Problem Solving Skill: An Application on The Construction Sector

Extensive Summary

There are many studies in the literature on the importance of emotional intelligence and problem solving skills in daily life and business life and in relation to other concepts (Abraham,1999a:209-225; Sternberg and Kaufman,1998:479-502; Tekin Acar, 2001:80-82; Tett et al., 2005:859-888).

While each of these two concepts is seen important for business life, the relationship between them has also been subject to various theses and articles applied to service sectors.

The purpose of this study is to analyze the relationship between the emotional intelligence levels and problem solving skills of small and medium business executives in Ankara, which are located in the Rüzgarlı and OSTİM regions.

In this context, the Schutte Emotional Intelligence Scale, a 41-item scale developed by Schutte et al. (1998), re-organized by Austin et al. (2004) and adapted to Turkish by Tatar et al. (2011) with Problem Solving Inventory, a 35-item scale developed by Heppner and Petersen (1982) and adapted to Turkish by Şahin, Şahin and Heppner (1993) was applied to 238 people in the managerial position.

While researchers identify the intelligence with solely cognitive abilities in the first era of intelligence studies, they have added the social orientation and human relations to the intelligence definition later on (Tekin Acar,2001:20).

These studies have begun with the question of why gifted individuals are not always more successful than others, either in business or their personal lives (Cooper ve Sawaf, 1997:xi).

In response to this question, studies have begun to investigate the relationship between individuals' achievement and emotional intelligence factor.

In the study of Mayer and Salovey (1993), one of the pioneering studies in this area, emotional intelligence is defined as a sub-form of social intelligence, defined as the ability of an individual to monitor his or her emotions and the emotions of others, to distinguish between them, and to use their outcomes in their thoughts and behaviors.

Goleman (1995) defined emotional intelligence as " the abilities such as being able to motivate oneself and persist in the face of frustration, to control impulses and delay gratification; to regulate one's moods and keep distress from swapping the ability to think; to emphasize and to hope".

According to the scale ultimately organized by Austin et al., which is used in this study, emotional intelligence was examined with "Optimism/Mood Regulation", "Utilisation of Emotions" and "Appraisal of Emotions" factors.

Another important concept in this study is the "problem".

Any uncertainty that disturbs a person physically or mentally and any situation with more than one solution can be defined as a problem (Karasar,2009:54) and therefore problem solving is defined as selecting and applying the tools and behaviors necessary for achieving this aim among other alternatives (Duman,2013).

In this context, the inventory developed by Heppner and Petersen (1982) is designed to measure the perception of one's own problem solving ability.

As a result of the factor analysis, three subscales were created: "Problem-solving Confidence" assesses self-perceived confidence in solving problems; "Approach Avoidance Style" assesses whether individuals tend to approach or avoid problems; and "Personal Control" assesses elements of self-control.

In order to determine the relationship between emotional intelligence capacities and problem solving abilities of SME managers, which is the main aim of the study, each sub-dimension level was first examined by correlation analysis. As a result of this analysis, we found:

There is a positive correlation between Optimism/Mood Regulation sub-scale and Personal Control (,234); Approach Avoidance Style (,483); Problem-solving Confidence (,527) sub-scales.

There is a positive correlation between Appraisal of Emotions sub-scale and Personal Control (,486); Approach Avoidance Style (,580); Problem-solving Confidence (,466) sub-scales.

Finally, there is a positive correlation between Utilisation of Emotions sub-scale and Personal Control (,137); Approach Avoidance Style (,204) sub-scales.

There is no significant relationship between Utilisation of Emotions sub-scale and Problem-solving Confidence.

As a result of the simple linear regression analysis (R: ,691 and R2: 475), there is a significant relationship between Emotional Intelligence and Problem Solving Ability.

The significance level of the regression coefficient indicates that Emotional Intelligence (β: ,691, p<0,05) has a significant effect on Problem Solving Ability.

Key Words: *Intelligence, Cognitive Intelligence, Emotional Intelligence, Problem, Problem Solving*

KAYNAKÇA

Abraham, Rebecca (1999a), "Emotional Intelligence in Organizations: A Conceptualization", Social&General Psychology Monographs, 125, 2, s:209-225

Austin EJ, Saklofske DH, Huang SHS, McKenney D. (2004) "Measurement of trait emotional intelligence: testing and cross-validating a modified version of Schutte et al.'s (1998) measure.", Pers Indiv Differ, 36(3), s:555-62.

Cooper, Robert; Ayman, Sawaf, Executive EQ: Emotional Intelligence In Leadership and Organization. Grosset Putnam Inc., New York, 1997.

Duman, B. (2013). Problem Çözme ve Problem Çözme Terminolojisi. Ocak, G. (Ed.), Öğretim İlke ve Yöntemleri (5.Baskı) içinde (s.415-423). Pegem Akademi Yay., Ankara

Goleman, Daniel, Emotional Intelligence, Bantam, New York, 1995.

Karasar, Niyazi (2009), Bilimsel Araştırma Yöntemi 20. Baskı, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara

Mayer, John; Salovey, Peter (1993), "The Intelligence of Emotional Intelligence", Intelligence, 17, s:433-442

Schutte NS, Malouff JM, Hall LE, Haggerty DJ, Cooper JT, Golden CJ, et al. (1998), "Development and validation of a measure of emotional intelligence", Pers Indiv Differ; 25(2), s:167-77.

Sternberg, Robert J.; Kaufman, James C. (1998), "Human Abilities", Annual Review of Psychology, 49, s:479-502

Şahin, N.; Şahin, N. H.; & Heppner, P. P., (1993), "Psychometric properties of the problem solving inventory in a group of Turkish University Students", Cognitive Therapy and Research, 17 (4), s:379-396.

Tatar, A.; Tok, S.; Saltukoğlu, G., (2011), "Gözden Geçirilmiş Schutte Duygusal Zekâ Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması ve Psikometrik Özelliklerinin İncelenmesi", Klinik Psikofarmakoloji Bülteni, Cilt: 21, Sayı: 4, s:325-338

Tekin Acar, Füsun (2001), "Duygusal Zeka Yeteneklerinin Göreve Yönelik ve İnsana Yönelik Liderlik Davranışları ile İlişkisi: Banka Şube Müdürleri Üzerine Bir Alan Araştırması", Basılmamış Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

Tett RP, Fox KE, Wang A. (2005), "Development and Validation of a Self-Report Measure of Emotional Intelligence as a Multidimensional Trait Domain", Personality and Social Psychology Bulletin, 31(7), s:859-88.

VI. OTURUM : Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi

6ND SESSION : Encouragement Of Cooperatives Cooperation

Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi

Oturum Başkanı

Doç.Dr. Muharrem ÇETİN

Yatırım Kararlarının Verilmesinde Psikolojik Faktörlerin Etkisinin Davranışsal Finans Açısından Genel Bir Değerlendirilmesi
A General Evaluation Of The Impact Of Psychological Factors On Investment Decisions In Terms Of Behavioral Finance

Yrd. Doç. Dr. Nurgün KOMŞUOĞLU YILMAZ
Prof. Dr. Salih GÜNEY

Kariyer Tatmini Ve Algılanan Örgütsel Destek İlişkisi: Görgül Bir Araştırma
The Relationship Between Career Satisfaction And Perceived Organizational Support: An Empirical Study

Prof. Dr. Alptekin SÖKMEN
Arş. Gör. Emre Burak EKMEKÇİOĞLU

Türkiye'de Kadın Kooperatifçiliği
Women's Co-operatives in Turkey

Doç. Dr. Aybala DEMİRCİ AKSOY **Doç. Dr. Gülay GÜNAY**

Türkiye'de Kadın Kooperatifleri Ve Sermaye Ediniminde Karşılaştıkları Zorlukların Çözülmesinde Mikrofinans Önerisi
Women Cooperatives In Turkey And For Resolving Challenges Of Their Capital Acquisition Microfinance Suggestion

Arş. Gör. Işıl GÜRBÜZER **Doç. Dr.Cihan TANRIÖVEN**
Doç. Dr. Haşim ÖZÜDOĞRU **Uzm Furkan YILDIRIM**

Kişisel Ağ Ve Grup Üyeliğinin Bilgi Paylaşımındaki Rolü
The Role Of Personal Network And Group Membership In Knowledge Sharing

Prof. Dr. Enver AYDOĞAN
Arş. Gör.Emre Burak EKMEKÇİOĞLU
Doktora Öğrencisi Zafer EROL

Gün : 6 Ekim 2017, Cuma
Saat : 16.00 - 17.30
Salon : Salon 2
Yer : Hakkı Atamulu Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

YATIRIM KARARLARININ VERİLMESİNDE PSİKOLOJİK FAKTÖRLERİN ETKİSİNİN DAVRANIŞSAL FİNANS AÇISINDAN GENEL BİR DEĞERLENDİRİLMESİ

Nurgün Komşuoğlu YILMAZ*
Salih GÜNEY**

Özet

Finansla ilgili olarak geliştirilen geleneksel teorilerde insan psikolojisi pek fazla dikkate alınmamıştır çünkü insanların yatırım kararlarında akılcı davrandıkları tezi peşinen kabul edilmiştir.

Akılcılığı esas alan finans modellerin piyasadaki birçok yatırım kararını açıklamakta yetersiz kalması gibi yapılan çalışmalar insanların yatırım kararlarında her zaman akılcı davranmadıklarını ortaya koymuştur.

Bu noktadan hareketle yatırım kararlarının verilmesinde insanların psikolojik yapılarının üzerinde önemle durulmasının gerekli olduğu savı ileri sürülmüştür.

İleri sürülen bu savın doğruluğunu ispatlamak için bilim adamları çalışmalar başlatmışlardır.

Ekonomi ve finans teorileri bireyin yatırım davranışının bilgiyi rasyonel değerleme sonucunda ortaya çıktığı varsayımına dayanmaktadır.

Bu teorilere göre yatırım yapılırken psikolojik faktörlerin etkisi dikkate alınmaz.

Birey çok benzer iki üründen en fazla yarar sağlayacağını veya birebir aynı özellik sunan üründen ucuz olanı tercih etmesi rasyonel bir karar olacakken tercih her zaman bu şekilde gerçekleşmeyebilir.

** Yrd. Doç. Dr., İstanbul Aydın Universitesi, nurgunyilmaz@aydin.edu.tr*
*** Prof. Dr., İstanbul Aydın Universitesi, salihguney@aydin.edu.tr*

Bireyin her zaman rasyonel bir karar vermeyeceği ve karar verirken psikolojik faktörlerin de karar alma sürecinde rol oynayacağı görüşü davranışsal finans alanının bir konusunu oluşturmaktadır.

Rasyonel karar sürecini analiz eden kuram ve modellerde yatırım kararlarının verilmesinde psikolojik faktörler ikileminin etkileri sürece dahil edilmemiş ancak yapılan bazı araştırmalarda yatırım kararı verenlerin bazen mantıklı bazen de mantıklı olmayan psikolojik faktörlerin etkisinde kalarak kararlar verdikleri doğrulanmıştır.

Bu makalede davranışsal finans alanında ileri sürülen kuram ve modellerde yatırım kararları verilirken eldeki mevcut verilerin nasıl kullanıldığı üzerinde durulmuştur.

Bu teorik çalışmadaki amacımız, yatırımcıların karar verirken hangi psikolojik faktörler ikileminin etkisinde kalarak karar verdiklerini davranışsal finans açısından genel bir değerlendirmesini yapmaktır.

Yatırımcıların beklentileri ve bu beklentilere ulaşmak için gösterecekleri gayretler açısından bir değerlendirme yaparlar.

İşte bu değerlendirmelerini yaparken psikolojik faktörlerin etkisinde çok kalırlar.

Her yatırımcı kendi psikolojik yapısına göre bir karar biçimi oluşturur ve bu kararını uygulamaya sokar.

Uygulamaya sokulan bu kararlar bazen olumlu bazen olumsuz sonuçlar verebilir. Yatırımcı verdiği kararların sonucuna göre bir deneyim ve tecrübe sahibi olur.

Bu durum onun yatırım kararlarını verme sürecinde bilinçlenmesini sağlar. Yatırımcılar verdikleri kararlar sonucunda bilinçlenmelerine rağmen yine de hata yapabilmektedir.

Örneğin, yatırım kararı verirken bazı yatırımcılar, kazanma hırsının verdiği hazla daha cesaretli davranarak daha çok risk alabilmekte, bazıları ise zor kazandıklarını kolay kaybetmek istememeleri nedeniyle daha az risk alabilmektedir.

Bu süreçte daha fazla kazanayım derken yatırımcılar sahip olduklarını kaybetme ile karşı karşıya kalabilmekte ya da çekimser davranıp daha çok kazanma şanslarını kaybedebilmektedir.

Yatırım kararı vermek ve yatırım yapmak güçlü bir matematik, ekonomi ve psikolojik alt yapıyı gerektirir.

Çünkü bu konularda yeterli olmayanların verecekleri yatırım kararları fazla sağlıklı olmayabilir.

Dolayısıyla yatırımcıların sağlıklı karar vermeleri için bu alanlarda kendilerini yetiştirmeleri yani eğitim almaları gerekmektedir.

Yapılan yatırımlarla insanların psikolojik yapıları arasında yakın ilişki olduğu yapılan çalışmalarla doğrulanmış ve davranışsal finans alanı ortaya çıkmıştır.

Davranışsal finans, yatırımcıların yatırım yaparken gerçekte nasıl davrandıklarını açıklamaya çalışan bir alandır.

Başka bir deyimle, davranışsal finans, yatırım kararlarının verilmesinde insan psikolojisinin ihmal edilmemesinin önemini vurgulamaya çalışmaktadır.

Kısaca belirtecek olursak davranışsal finans, ekonomi ve finans alanında pek dikkate alınmayan yatırımcıların duygularının, kişilik yapılarının, psikolojik durumlarının ve sosyolojik faktörlerinde önemli olduğunu gündeme taşımıştır.

Ayrıca davranışsal finans, bu faktörlerin insanların yatırım kararı vermelerinde etkili olduğunu ön plana çıkarmıştır.

Yatırım yapmak gelişigüzel gerçekleşen bir süreç değildir.

Yatırım yapmak hesaplamalar, veriler ve psikolojik unsurlar dikkate alınarak gerçekleştirilmesi gereken bir faaliyettir.

Kısaca, yatırımlar, psikolojik, ekonomik ve sayısal veriler dikkate alınarak yapılmalıdır.

Yatırım kararlarının verilmesinde etkili olan psikolojik faktörlerin genel bir değerlendirmesini yaptığımız bu çalışmada tamamen bir literatür taraması yaptık.

Bundan sonra yapacağımız çalışmalardaki hareket noktamız, yatırım kararlarının verilmesinde etkili olan psikolojik faktörlerle ilgili uygulamalı araştırmalar oluşturacaktır.

Yatırım kararlarında etkili olan psikolojik faktörlerden bazılarını şöyle sıralayabiliriz: Yatırım Yapma Tutkusu, Güven ve Aşırı Güven, Zihinsel Değerlendirme (Muhasebe), Kaygı ve Korku, Temsil Etme Yanılgısı, Yatırımlara Aşina Olma Derecesinin Etkisi, Bağlanma Duygusu, Belirsizlikten Uzaklaşma İsteği, Yatırımcının Yapacağı Yatırımlarda Tutucu (Statükocu) Olma İsteği, Kayıplardan Uzaklaşma Eğilimi, Bilişsel Çelişki İçinde Olma, Kararsızlık Hali, Riski Göze Alma Davranışı, Psikolojik Durum (Ruh Hali) ve İyimserlik, Gurur ve Pişmanlık Duygusu, Grup Psikolojisinin Etkisinde Kalma, Pişmanlık Duygusundan Kaçınma.

Anahtar Kelimeler: *Davranışsal Finans, Yatırım Kararları, Psikolojik, Duygusal, Sosyal ve Kognitif Faktörlerin Finansal Piyasalardaki Karar Almaya Etkisi*

Jel Kodları: *G4, G11, G41*

A General Evaluation Of The Impact Of Psychological Factors On Investment Decisions İn Terms Of Behavioral Finance

Extensive Summary

In traditional theories developed about finance, human psychology is not much taken into account because people have been accepted to be rational in their investment decisions.

Studies such as rational finance models fail to explain many investment decisions on the market have shown that people are not always rational in their investment decisions.

It has been argued that it is necessary to emphasize on the psychological structures of people when making investment decisions with this point.

Scientists have begun work to prove the truth of this advocated argument.

Economics and finance theories are based on the assumption that the investment behavior of the individual has arisen as a result of rational valuation of the information.

According to these theories, the effect of psychological factors is not taken into account while investing.

The choice may not always be the case, as it would be a rational decision if the individual would benefit the most from two very similar products, or prefer the cheap one from the one offering the same property.

It is a matter of behavioral finance that the individual will not always make a rational decision and play a role in the decision-making process in decision-making psychological factors.

The effects of psychological factors in making investment decisions are not included in the process in theories and models that analyze the rational decision process.

But, it has been verified that investment decision makers are sometimes influenced by logical and sometimes effected from the unreasonable psychological factors in some studies.

In this article, it is emphasized how investment data are used in theories and models that are put forward in the field of behavioral finance.

Our purpose in this theoretical work, is to make a general evaluation of behavioral finance in terms of which psychological factors influence investors in decision making.

They make an assessment of the investors' expectations and the efforts they will make to reach those demands.

Here, investors remain largely influenced by psychological factors.

Each investor forms a decision according to his / her own psychological structure and puts this decision into practice.

These decisions may sometimes have positive and sometimes negative consequences.

The investor gains experience according to the decisions made.

This enables the investors to become conscious of the investment related decision making process. Investors may still make mistakes

despite their consciousness as a result of the decisions they make.

For example, some investors may take more risk by acting more courageously as the ambition of winning, while others are less able to take risks because they do not want to easily lose what they earn.

In this process, investors may be exposed to the threat of losing their assets or they abstain and may lose their chances to win.

Making investment related decisions and investing require a strong mathematics, economics and psychological background.

Because the investment decisions of those who are not competent in these matters may not be very healthy.

Therefore investors need to strength themselves through having trainings in these areas in order to make healthy decisions.

It has been confirmed by the studies that there is a close relationship between the investments made and the psychological structures of the people, and the area of behavioral finance emerged.

Behavioral finance is a field where investors try to explain how they actually act when they invest.

In other words, behavioral finance tries to emphasize the importance of not neglecting human psychology in making investment decisions.

Briefly, behavioral finance has raised the question of investors who are not considered in the field of economics and finance are important in their emotions, personality structures, psychological conditions and sociological factors.

Behavioral finance also outlines that these factors are effective in making investment decisions.

Investing is not an arbitrary process. Investing is an activity that calculations, data and psychological factors should be taken into account.

Shortly, investments should be done with the consideriation of psychological, economic and numerical data.

A thorough literature review is conducted in this study in which

general assessment of the psychological factors that influence investment decisions are fulfilled.

The next step that will be considered in our studies will be applied researches on the psychological factors that are effective in giving investment decisions.

Some of the psychological factors that are effective in investment decisions are as follows: Investor's Passion, Confidence and Excess Confidence, Mental Assessment (Accounting), Anxiety and Fear, Misrepresentation, Impact of Knowing Investments, Sensation of Loyalty, Demand to Move from Uncertainty, Demand to Be a Holder in Investments, Existence of Cognitive Contradiction, State of Indecision, Risk Taking Behavior, Psychological Mood and Optimism, Pride and Repentance Mood, Staying in the Affect of Group Psychology, Avoidance of Regret.

Keywords: *Behavioral Finance, Investment Decisions, Role and Effects of Psychological, Emotional, Social, and Cognitive Factors on Decision Making in Financial Markets*

KAYNAKÇA

Akerlof George and W. Dickens,"The Economic Consequences of Cognitive Dissonance", American Economic Review, 72 (3) ; 1982, pp.307-319.

Asunakutlu Tuncer, "Örgütsel Güvenin Oluşturulmasına İlişkin Unsurlar ve Bir Değerlendirme", Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:9, 2002, s.3.

Baker H. Kent and John R. Nofsinger, "Psychological Biases Of Investors", Financial Services Review, 2002, pp.97-116.

Bayrak Oben Kurtuluş, "Davranışsal Finans", Gündem, Sayı:120, 2012, s.13.

Belsky Gary and Thomas Gilovich, Why Smart People Make Big Money Mistakes, Simon and Schuster, New York, 1999.

Bernstein William, Yatırımın Dört Temel Taşı, Çev. Neşenur Domaniç ve

Nusret Alhan, Scala Yayıncılık, İstanbul, 2005, s.234.

Cajueiro D. O., B. M. Tabak, "Multifractality And Herding Behavior İn The Japanese Stock Market", Chaos, Solitons and Fractals 40, 2009, pp.497-500.

Carnevale D. G. and B. Wechsler, "Trust In The Public Sector", Administration and Society 23, 1992, pp.471-494.

Chang T. J., W. Cheng, A. Khorana, "Are Stock Market Returns Related to The Weather Effects? Emprical Evidence From Taiwan", Physica, 2006, pp.343-354.

Chiang Thomas C., Dazhi Zheng, "An Empirical Analysis Of Herd Behavior İn Global Stock Markets", Journal of Banking & Finance, Vol: 34, Issue 8, 2010, pp.1911-1921.

Çelik Celaleddin, "Niklas Luhmann'da Sosyal Sistem Olarak Toplum ve Modern Toplumun Karmaşıklık Sorunu", Bilimname, Cilt:12, 2007, ss.51-74.

Doney Patricia M., Joseph P. Cannon, Michael R. Mullen, "Understanding the Ifluence of National Culture on the Development of Trust", The Academy of Management Review, Vol.23, No:3, 1998, pp.601-620.

Ede Müjdat, "Davranışsal Finans ve Bireysel Yatırımcı Davranışları Üzerine Ampirik Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Bankacılık ve Sigortacılık Enstitüsü, İstanbul, 2007, s.52.

Frazzini Andrea, "The Disposition Effect and Underreaction to New", The Journal of Fınance, Vol. LXI, No.4, August 2006.

Genesove D., C. Mayer, "Loss Aversion And Seller Behavior: Evidence From The Housing Market", Quarterly Journal of Economics, 116, 2001, pp.1233-1260.

Gongmang C., K. Kenneth, John R. Nofsinger, O. Rui, "Trading Performance, Disposition Effect, Overconfidence, Representativeness Bias, and Experience of Emerging Market Investors", Journal Of Behavioral Decision Making, 20; 2007, pp.425-451.

Gökalp Nuri, "Ekonomide Güven Faktörü", Yönetim ve Ekonomi, Cilt:10, Sayı:2, 2003, ss.163-174.

Griffin K., "The Contribution Of Studies Of Source Credibility To A Theory of Interpersonal Trust In The Communication Department", Psychological Bulletin, 68: 1967, pp.104-120.

Gümüş Fatih B., Mustafa Koc, Mirsariyya Agalarova "Bireysel Yatırımcıların Yatırım Kararları Üzerinde Etkili Olan Demografik ve Psikolojik Faktörlerin Tespiti Üzerine Bir Çalışma: Türkiye ve Azerbaycan Uygulaması", Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 4, Sayı 6, 2013, ss.73-91.

Güney Salih, Davranış Bilimleri, Nobel Yayınevi, Ankara, (10. Basım), 2017, ss.215-217.

Güney Salih, Örgütsel Davranış, Nobel Yayınevi, Ankara, 2011, s.263.

Gürsoy S. T., M. Çiçekçioğlu, N. Börekçi, M. T. Soyer, Z. Öcek, "İzmir Karşıyaka Belediye Çalışanlarında Çevresel Risk Algılama Düzeyi", Cumhuriyet Üniversitesi Tıp Fakültesi Dergisi, 30 (1), 2008, ss.20-27.

Heimovics Richard D., "Trust And Influence In An Ambiguous Group Setting", In Small Group Behaviour, 15(4), 1984, pp.545-552.

Kahneman Daniel, and Amos Tversky, "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk", Econometrica, Vol:47, S.2, 1979, pp.263-292,

Kahyaoğlu Mehmet Burak, "Yatırım Kararlarına Etki Eden Çeşitli Duygusal ve Psikolojik Faktörlere Maruz Kalma Düzeyi Üzerinde Cinsiyetin Rolü: İMKB Bireysel Hisse Senedi Yatırımcıları Üzerine Bir Uygulama", Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt:7, Yıl:7, Sayı:1, 2011, ss.29-51,

Kempt A. and S. Ruenzi, " Status Quo Bias and the Number of Alternatives: An Empirical Illustration from the Mutual Fund Industry", The Journal Of Behavioral Finance, Vol:7, No:4, 2006, pp.204-213.

Khan H., S. Hassari, J. L. Viviani," Herd Behavior And Market Stress: The Case Of Four European Countries", International Business Research, Vol:4, No:3, 2011, pp.53-67.

Lawrance A. Cunningham, "Behavioral Finance and Investor Governance, Cardozo Law School", Public Law and Legal Theory Research Paper Series, Working Paper No: 32, 2001, p.18.

Luhmann Niklas, Trust And Power, John Wiley, New York, 1979.

Mayer R. C., J. H. Davis, F.D. Schoorman, "An Integrative Model of Organizational Trust", The Academy of Management Review, Vol:20, No:3, 1995, pp.709-734.

McAllister D. J., "Affect And Cognition Based Trust As Foundadtions of Interpersonal Cooperation in Organizations", Academy Of Management Journal, 38. 1995, pp.24-59.

Nofsinger John R., Investment Madness: How Psychology Affects Your Investing and What to Do About It, Financial Times, Prentice Hall, USA., 2001.

Nofsinger John R., The Psychology of Investing, Prentice-Hall, 2010. p.60.

Peng Lin, W. Xiong, "Investor Attention, Overconfidence And Category Learning"; Journal of Financial Economics 80, 2006, pp.563-602.

Pompian Michael M., Behavioral Finance and Wealth Management: How to Build Optimal Portfolios That Account for Investor Biases, John Wiley & Sons, New Jersey, 2006, p.208.

Thaler Richard H., "Toward a Positive Theory of Consumer Choice", Journal of Economic Behavior and Organization, 1(1), 1980, pp.39-60.

Thaler Richard H., "Mental Accounting Matters", Journal of Behavioral Decision Making, 12(3), 1999, pp.183-206.

Türk Dil Kurumu, Büyük Türkçe Sözlük.

Wang A., "Overconfidence, Investor Sentiment, and Evolution", Journal of Financial Intermediation 10, 2001, p.140.

KARİYER TATMİNİ VE ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEK İLİŞKİSİ: GÖRGÜL BİR ARAŞTIRMA

Alptekin SÖKMEN*
Emre Burak EKMEKÇİOĞLU**

Genişletilmiş Özet

Algılanan örgütsel destek, örgütün çalışanın refahıyla ne kadar ilgilendiği ve çalışanın katkısına ne kadar değer verdiğiyle ilgilidir.

Çalışanların yapmış oldukları katkılara örgütlerinin değer verdiği düşüncesine sahip olmaları algılanan örgütsel desteği ifade eder (Eisenberger vd., 1986).

Karşılıklılık normuna göre, organizasyonundan destek gören bir çalışan, desteğin karşılığında aynı şekilde organizasyonuna cevap verir.

Çalışanlar kendi organizasyonları tarafından desteklendiklerini algıladıklarında, örgüte karşı pozitif davranışlar yansıtacaklardır.

Kariyer tatmini ise bireylerin kariyerlerini kendi öznel kariyer başarısının merkezi bir göstergesidir.

Çalışanların örgütlerinden destek alamaması sonucu kariyer tatminleri düşük düzeyde olmasına neden olabilir bu da çalışanların iş tatminlerini, performanslarını ve işten ayrılma niyetlerini etkileyebilir.

Yapılan araştırmalar incelendiğinde algılanan örgütsel desteğin kariyer tatmininin önemli bir belirleyicisi olduğunu göstermektedir (Erdoğan, Kraimer ve Liden, 2004; Armstrong-Stassen ve Ursel, 2009).

Buna göre algılanan örgütsel destek ile kariyer tatminini arasında pozitif yönlü bir korelasyonun olduğu ifade edilebilir (Cable ve

* *Prof. Dr., Gazi Üniversitesi, İşletme Bölümü, asokmen@gazi.edu.tr*
** *Arş. Gör., Gazi Üniversitesi, İşletme Bölümü, emreburak.ekmekcioglu@gazi.edu.tr*

DeRue,2002).

Bu nedenle kariyer tatminin bir belirleyicisi olarak çalışanların örgütsel destek algıları pozitif iş çıktıların ortaya koyulmasında önemli bir değişken olarak değerlendirilebilir.

Buna göre bu araştırmanın amacı algılanan örgütsel destek ile çalışanların kariyer tatmini algıları arasındaki ilişkiyi ve etki düzeyini incelemektir.

Özel sektörde farklı kurumlarda çalışan ve farklı ünvana sahip toplam 135 kişiden elde edilen veriler ile değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

Araştırmada SPSS 21 programı kullanılarak frekans analizi, korelasyon ve regresyon analizi yapılmıştır.

Elde edilen bulgulara göre çalışanların örgütsel destek algıları kariyer tatminlerini anlamlı ve pozitif olarak etkilediği tespit edilmiştir.

Bu sonuç organizasyonların çalışanların katkılarına değer vermesi ve onları desteklemesi halinde kariyer tatminlerinin ve dolayısıyla çalışanların pozitif örgütsel çıktıları sergilemesini sağlayabileceğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: *Kariyer Tatmini, Algılanan Örgütsel Destek*

Jel Kodları: *M10, M19, M54*

The Relationship Between Career Satisfaction and Perceived Organizational Support: An Empirical Study

Extensive Summary

Perceived organizational support is about how the organization is concerned to employee well-being and contributions.

Employees feel support from their organizations express perceived organization support.

When employees perceive that they are supported by their organization, they will respond positive behaviors toward the organization.

According to the norm of reciprocity, an employee who is supported by his or her organization responds to their organization in the same way.

Career satisfaction is a central indicator of individual career success in employees subjective careers.

Lack of receiving support from the organizations can result in low levels of career satisfaction, which can affect employees' job satisfaction, performance and intentions to leave the job.

The researches which was examined in literature shows that perceived organizational support is an important predictor of career satisfaction (Erdoğan, Kraimer and Liden, 2004, Armstrong-Stassen and Ursel, 2009).

Accordingly, it can be said that there is a positive correlation between perceived organizational support and career satisfaction (Cable and DeRue, 2002).

Thus, perceived organizational support of employees as a determinant of career satisfaction can be considered as an important variable in establishing positive job outcomes.

The purpose of this study is to examine the relationship between perceived organizational support and career satisfaction perceptions of employees.

The relations between variables are examined with the data obtained from 135 people working in different institutions.

Frequency analysis, correlation and regression analysis were performed using SPSS 21 program.

According to the findings, it was determined that employees' perceptions of organizational support affected career satisfactions significantly and positively.

This result shows that organizations value and contribute to

employees' contributions and that career satisfaction and therefore employees can display positive organizational outcomes.

Keywords: *Career Satisfaction, Perceived Organizational Support*

KAYNAKÇA

Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. Journal of Applied Psychology, 71(3), 500.

Erdogan, B., Kraimer, M. L., & Liden, R. C. (2004). Work value congruence and intrinsic career success: the compensatory roles of leader-member exchange and perceived organizational support. Personnel Psychology, 57(2), 305-332.

Armstrong-Stassen, M., & Ursel, N. D. (2009). Perceived organizational support, career satisfaction, and the retention of older workers. Journal of occupational and organizational psychology, 82(1), 201-220.

Cable, D. M., & DeRue, D. S. (2002). The convergent and discriminant validity of subjective fit perceptions. Journal of applied psychology, 87(5), 875.

TÜRKİYE'DE KADIN KOOPERATİFÇİLİĞİ

Aybala DEMİRCİ AKSOY*
Gülay GÜNAY**

Genişletilmiş Özet

Türkiye ekonomisinde gelişimin sağlanması, sürdürülebilir kalkınmanın oluşturulabilmesi ve istihdamın arttırılmasında kooperatiflerin önemli düzeyde katkıları bulunmaktadır.

Bununla birlikte BM Genel Kurulu tarafından da vurgulandığı üzere kooperatifler, özellikle yoksulluğun azaltılmasına ve sosyal bütünleşmeye olan katkı sağlar.

Yoksullaşma riski taşıyan dezavantajlı gruplardan biri kadınlardır.

Kadın ve erkeklerin toplumsal cinsiyet rolleri, aile ve sosyal yaşamdaki toplumsal norm ve değerler ile sahip oldukları haklar ve kaynaklara erişim konusundaki farklılaşmalar yoksulluk sorununun irdelenmesinde kadın yoksulluğu önemli bir parametre olarak kabul edilmektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu 2016 verilerine göre, Türkiye nüfusunun 40 milyon 43 bin 650 kişi ile yarısını erkekler oluştururken, 39 milyon 771 bin 221 kişi ile diğer yarısını kadınlar (%49.8) oluşturmaktadır.

Gelir ve yaşam koşulları araştırması sonuçlarına göre, yoksulluk oranı, 2011 yılında Türkiye geneli için %22,6 iken 2015 yılında %21,9'dur.

Bu oran, yaşlı nüfus için 2011 yılında % 17, 2015 yılında %18,3'e yükselmiştir.

**Doç.Dr., Gazi Üniversitesi, aybala@gazi.edu.tr*
*** Doç. Dr., Karabük Üniversitesi, ggunay@karabuk.edu.tr*

Yaşlı nüfusun yoksulluu cinsiyet açısından değerlendirildiğinde, yoksul yaşlı erkek nüfus oranı 2011 yılında %15,9 iken 2015 yılında %17,8'e yükselmiştir.

2011 yılında % 17,9 olan yoksul yaşlı kadın oranı 2015 yılında %18,6'ya yükselmiştir. Pek çok çalışmada da ifade edildiği gibi yoksulluk, günümüzde en çok kadınları etkilemektedir.

Kadınlarda iş gücüne katılma ve istihdam oranlarının en düşük olduğu ülkeler arasında Suriye, Irak, Suudi Arabistan gibi ülkeler bulunmaktadır.

Türkiye'de bu ülkeler arasında yer almaktadır.

Kadınların yoksulluğa daha fazla maruz kaldığını ve sayısal anlamda kadın yoksulluğunun giderek artmakta olduğunu göstermektedir.

Bundan dolayıdır ki, yoksulluğun kadınlaşması kavramı kullanılmaya başlanmıştır.

1995'te 4. dünya kadın konferansı eylem planında "yoksulluğun kadınlaşması" ifadesi yer almıştır.

Kadınların yoksulluk nedenlerinden biri de kadınların isgücüne katılma ve istihdam oranlarının düşük olmasıdır.

Suriye, Irak, Suudi Arabistan gibi ülkeler gibi Türkiye'de kadınlarda iş gücüne katılma ve istihdam oranlarının en düşük olduğu ülkeler arasındadır.

Oysa kadın yoksulluğunu ortadan kaldıran en önemli faktörlerden biri kadının istihdamı ve ekonomik gücüdür.

Sürdürülebilir bir toplumun oluşturulmasında tüketicinin korunması, kıt kaynakların etkin kullanımı, gelişmekte olan ülkelerde girişimciğilin arttırılması gibi rolleri bulunan kooperatiflerin; özellikle kadın yoksulluğunu azaltmada etkili araçlarından biri olarak kabul edilmektedir.

Kadınların ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçları ile ekonomik faaliyetleri kapsamında yer alan mal ve hizmet üretimi ile bunların pazarlanmasına yönelik ihtiyaçlarını karşılayan, destekleyen ve geliştirmek suretiyle ortaklarının sağlıklı ve gelişmiş bir çevrede

yaşamalarını ve sürdürülebilir bir gelişim sağlamada bir araç olarak kabul edilen kadın kooperatiflerinin; ortaklarına mesleki eğitim vererek el becerilerini geliştirmek, ortaklarının mal ve hizmet üretimleri için gerekli girdi ve ekipmanları tedarik etmek ve ortaklarının sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını gidererek, sağlıklı ve gelişmiş bir çevrede yaşamalarına zemin hazırlamak gibi amaçları bulunmaktadır.

Kadınların ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçları ile ekonomik faaliyetleri kapsamında yer alan mal ve hizmet üretimi ile bunların pazarlanmasına yönelik ihtiyaçlarını karşılayan, destekleyen ve geliştirmek suretiyle ortaklarının sağlıklı ve gelişmiş bir çevrede yaşamalarını ve sürdürülebilir bir gelişim sağlamada bir araç olarak kabul edilen kadın kooperatiflerinin; ortaklarına mesleki eğitim vererek el becerilerini geliştirmek, ortaklarının mal ve hizmet üretimleri için gerekli girdi ve ekipmanları tedarik etmek ve ortaklarının sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını gidererek, sağlıklı ve gelişmiş bir çevrede yaşamalarına zemin hazırlamak gibi amaçları bulunmaktadır.

Ülkemizde nüfus artışına bağlı olarak bazı ekonomik ve sosyal sorunlar ortaya çıkmıştır.

Bu sorunlardan biri işsizliktir.

Sermaye birikiminin yetersiz ve yabancı sermaye girişinin de sınırlı olduğu 1960'lı yıllarda yeni istihdam alanları oluşturmak ve kırsal kalkınmayı sağlamak amacıyla politikalar geliştirilmiş; yerel ve küçük sermaye sahiplerinin ortak olabileceği bir işletmecilik modeli olan kooperatifçilik önemsenmiş ve 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu çıkarılmıştır.

Ülkemizde kooperatifler genellikle ana sözleşme faaliyet alanlarına göre sınıflandırılmaktadırlar.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığının verilerine göre, Türkiye'de 2014 yılında 35 ayrı türde 72.563 kooperatif bulunmaktadır.

Bu kooperatiflerden 13'ü Kadın Girişimci Üretim Kooperatifidir ve ortak sayıları 105'dir.

Pek çok çalışmada da ifade edildiği gibi yoksulluk, günümüzde en çok kadınları etkilemektedir.

Bu açıdan bakıldığında kadın kooperatiflerinin irdelenmesi ve farkındalık oluşturulması açısından çalışma önem taşımaktadır.

Ayrıca kadın yoksulluğunu azaltmada kadın kooperatiflerinin etkililiğine değinen bir çalışmaya alan yazında rastlanmamış olması konunun önemini arttırmaktadır.

Bu çalışmada, kadın yoksulluğu kavramı ve kadın kooperatifçiliği ilişkisi ile birlikte sürdürülebilir gelişim açısından Türkiye'de kadın kooperatifleri/kooperatifçiliği değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Yoksulluk, kadın yoksulluğu, koopertatifçilik, kadın kooperatifçiliği, sürüdürülebilir gelişim*

Jel kodları: *J54,P36,*

TÜRKİYE'DE KADIN KOOPERATİFLERİ VE SERMAYE EDİNİMİNDE KARŞILAŞTIKLARI ZORLUKLARIN ÇÖZÜLMESİNDE MİKROFİNANS ÖNERİSİ

Işıl GÜRBÜZER*
Cihan TANRIÖVEN**
Haşim ÖZÜDOĞRU***
Furkan YILDIRIM****

Genişletilmiş Özet

Dünya genelinde en önemli sorunların başında yoksulluk gelmektedir.

Yoksulluk, kadınları ve çocukları daha savunmasız hale getirmektedir.

Kadınlar ve çocuklar şiddet ve kötü muamele ile erkeklerden daha çok karşılaşmakta, enformel sektörde güvencesiz koşullar altında çalışmak zorunda kalmaktadırlar.

Kadınların boşanma veya eşlerinin ölümü ile korunmasız kaldıkları da bilinen gerçekler arasında yer almaktadır.

Kadın yoksulluğunun önüne geçmenin yolu, kadın istihdamını arttırmaktan geçmektedir.

Bu sebeple kadın kooperatifleri ile kadın girişimci sayısını arttırmak ve mikro kredi ile finansal destek sağlamak, kadın yoksulluğu ile mücadelede etkili bir çözüm olarak düşünülebilir.

Böylece gelir elde eden kadınlar kendi ayakları üstünde durabilecek,

** Arş. Gör., Gazi Ünv. Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu, Sigortacılık Bölümü, isilgurbuzer@gazi.edu.tr*
*** Doç. Dr., Gazi Ünv. İktisadi ve İdari Bilimler Fak., İşletme Bölümü, cihant@gazi.edu.t*
**** Doç. Dr., Gazi Ünv. Bankacılık ve Sigortacılık Yüksekokulu, Sigortacılık Bölümü, ozudogru@gazi.edu.tr*
***** Uzm., Hacettepe Ünv., Aktüerya Bilimleri Bölümü, furkany@hacettepe.edu.tr*

kendilerine güvenleri artacak ve aynı zamanda ülke ekonomisine de katkıda bulunmuş olacaklardır.

Kadınların, gençlerin, engellilerin ve dezavantajlı grupların işgücü piyasasına dahil edilmesi, istihdamın arttırılması, bölgesel kalkınma farklılıklarının azaltılması ve yeni iş yaratılması konularında kooperatiflere önemli görevler düşmektedir.

2017 yılı Nisan döneminde işgücü verileri incelendiğinde erkeklerde işgücüne katılma oranı %72,3 iken kadınlarda bu oran %33,4 (TÜİK İşgücü İstatistikleri, Nisan 2017) olarak, neredeyse erkeklerin yarısı kadar olduğu görülmektedir.

Kadın emeği ve kadınların istihdama katılımı aynı zamanda tüm dünyada toplumsal cinsiyet eşitsizliği konularından biri olarak kabul edilmekte ve bu konuda çalışmalar yapılmaktadır.

Kadın kooperatiflerinin rolü, toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadının güçlenmesi açısından yorumladığında; kadın istihdamının artırılması, kadın yoksulluğunun azaltılması, kadınların sosyo-ekonomik hayata dahil edilmesi ve kadının liderliğine dayalı alternatif kalkınma modellerinin geliştirilmesi olarak sıralanabilir.

Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planında, kadınlara yönelik cinsiyete dayalı ayrımcılıktan kaynaklanan toplumsal engellerin azaltılarak, iş hayatında kadınların lehine fırsat eşitliğinin sağlanmasına yönelik çalışmalara önem verilmiş ve kısa sürede birçok kadın kooperatifi kurulmuştur.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile Çevre ve Şehircilik Bakanlığının 31/12/2016 verilerine göre, ülkemizde 35 farklı konuda faaliyet gösteren 53.258 kooperatif ve 7.422.964 kooperatif ortağı bulunmaktadır.

Bu kooperatiflerden "Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatiflerinin" sayısı 55 olup, ortak sayısı 640 olarak belirtilmiştir.

Kadın kooperatiflerinde, diğer kooperatiflerden farklı olarak üretim becerisini geliştirme ön plana çıkarılmıştır.

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı da kadınların kırsal alanda güçlendirilmesi kapsamında kadın kooperatiflerine destek olmaktadır.

Bakanlığa bağlı Teşkilatlanma ve Destekleme Genel Müdürlüğü (TEDGEM), kadın kooperatiflerine hibe ve destek vererek tarımsal kalkınma kooperatiflerinin kurulmasına katkıda bulunmaktadır.

Kadınlara destek amaçlı bir sivil toplum kuruluşu olan Kadının Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV) Türkiye'de kadın kooperatiflerinin gelişmesinde etkin bir rol oynamaktadır.

KEDV, birçok kadın kooperatifine kuruluş ve gelişme sürecinde eğitim ve danışmanlık hizmeti sağlamaktadır.

Ayrıca kadın kooperatiflerinin üye olduğu, kendi aralarında iletişim sağlayabilecekleri bir iletişim ağı da kurmuştur.

Mikrofinans, bankacılık ile ilgili hizmetlere ulaşmada zorluk çeken girişimci ve küçük işletmeler için sağlanan finansal hizmetler bütünüdür.

Bireysel girişimciler ve küçük işletmeler için ilişki tabanlı bankacılık modeli, krediler ve diğer hizmetler için grup olarak başvuruda bulunanlar için grup tabanlı model olmak üzere iki temel yöntem bulunmaktadır.

Türkiye'de ilk mikro finansman çalışmaları, KEDV aracılığıyla 2002 yılında Maya Mikro Ekonomik Destek İşletmesi kurularak hayata geçirilmiştir.

KEDV'in buradaki amacı evinde kendi işini yapmaya çalışan ya da bir iş kurmak isteyen düşük gelirli kadınlara, ihtiyaçları olan maddi desteği sağlamaktır.

İkinci mikro finansman sağlayan kuruluş ise 2003 yılında Prof. Dr. Aziz Akgül aracılığıyla adını duyuran Türkiye Grameen Mikrofinans Programı (TGMP)'dır.

TGMP, Grameen Bankası tarafından kullanılan grup tabanlı kredi modelini benimsemiştir.

Bu model beş üye arasında sorumluluk ve dayanışma ruhunu oluşturur.

Kredi geri ödemesini düzenli yapmayan üye veya üyelerin taksitleri, grubun geri kalan üyeleri tarafından yapılır.

Çalışmada öncelikle kadın girişimciliğinin artmasına yardımcı olan kadın kooperatiflerinin yapıları, çalışma alanları ve karşılaştıkları zorluklara değinilecek, kadın kooperatiflerinin kadın yoksulluğunu azaltmadaki rolleri detaylı incelenecektir.

Sonrasında genel bir sorun olan kooperatiflerin sermayeye erişim güçlüklerinin kadın kooperatiflerindeki durumu ele alınacaktır.

Son olarak ise mikrofinans yapısı ve kadınların sermaye ihtiyaçlarını karşılamada mikro kredi imkanlarının kadın kooperatiflerinin ihtiyacı olan finansal desteği yeterli ölçüde sağlayıp sağlayamadığı incelenecektir.

Sonuç ve öneriler kısmı ile çalışma sonlandırılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Kadın Kooperatifleri, Yoksulluk, Mikro Kredi, Kadın Girişimciliği*

Women Cooperatives in Turkey and for Resolving Challenges of Their Capital Acquisition Microfinance Suggestion

Extended Summary

Poverty is one of the most important problem around the world wide. Poverty makes women and children more vulnerable.

Especially women and children are faced with maltreatment and violence more often than men and have to work under unhealthy conditions in the informal sector.

It is also known that women are vulnerable when they divorce or when their spouse die.

One of the way to prevent women's poverty is by increasing women's employment.

For this reason, increasing the number of female co-operatives and female entrepreneurs and providing financial support through micro-credit can be considered as an effective solution to struggle women's poverty.

Thus,the women who earn income will be able to stand on own feet, increase their self-confidence, and at the same time contribute to the country's economy.

There are important tasks for co-operatives in terms of new job creation, increasing employment, reducing regional development disparities, inclusion of women, youth, the handicapped and disadvantaged groups in the labor market.

When labor force data is analyzed in April 2017, it is seen that the labor force participation rate in males is 72.3% while it is 33.4% in females, almost half of males.

The participation of women's labor and women in employment is also regarded as one of the issues of gender inequality all over the world.

When the role of women's co-operatives is interpreted in terms of women's empowerment and gender equality;

The reduction of women's poverty, the increase of women's employment, the inclusion of socio-economic life for women who are difficult to reach with various reasons, such as public or civil society policy, and the development of alternative development models based on women's leadership.

According to Ministry of Customs and Trade, Ministry of Food, Agriculture and Livestock and Ministry of Environment and Urbanization, there are 53,258 cooperatives and 7,422,964 cooperatives operating in 35 different issues in our country.

Among these cooperatives, the number of "Women Entrepreneur Production and Operation Cooperatives" is 55 and the number of the partners is 640.

Unlike other co-operatives, women co-operatives have emphasized the development of production skills.

The Ministry of Food, Agriculture and Livestock also supports women's cooperatives in the context of strengthening women in rural areas.

Grants and support are given to women's cooperatives in the process

of establishing agricultural development cooperatives supported by the General Directorate of Organization and Support (TEDGEM) affiliated to the Ministry.

The Women's Labor Assessment Foundation (KEDV), a non-governmental organization supporting women, plays an active role in the development of women's cooperatives in Turkey.

As KEDV's important activities; It is possible to give trainings and counseling to many women's cooperatives during establishment and development and to establish a communication network where women cooperatives are members and can communicate with each other.

Microfinance is a financial service for entrepreneurs and small businesses that have difficulty accessing banking and related services.

In order to offer financial services to members, there are two basic methods; a relationship-based banking model provided to individual entrepreneurs and small businesses, and a group-based model that applies as a group for loans and other services.

The first micro-financing works in Turkey were carried out through the establishment of the Maya Micro-Economic Support Enterprise in 2002 through KEDV.

The purpose of KEDV is to provide financial support to low-income women who are trying to do their own work at home or want to start a business.

The second micro-finance provider is Turkey's Grameen Microfinance Program (TGMP). TGMP adopted the group-based credit model used by the Grameen Bank.

This model creates a sense of responsibility and solidarity among the five members.

The installments of members or members who do not regularly make credit repayments are made by the remaining members of the group.

The study will focus on the structures, areas of work and challenges of women's co-operatives.

The role of women's co-operatives in reducing women's poverty will

be examined in detail.

Afterwards, the general difficulties of cooperatives' accessibility to capital will be examined in the women's cooperatives.

Finally, it will be examined whether microfinance structure and microcredit facilities provide sufficient financial support for women cooperatives.

The study will be terminated with the conclusion and suggestions section.

Keywords: *Women Cooperatives, Poverty, Microcredit, Women Entrepreneurship*

KİŞİSEL AĞ VE GRUP ÜYELİĞİNİN BİLGİ PAYLAŞIMINDAKİ ROLÜ

Enver AYDOĞAN*
Emre Burak EKMEKÇİOĞLU**
Zafer EROL***

Genişletilmiş Özet

Bilgi paylaşımı, bireylerinin sahip oldukları bilgileri karşı tarafın anlaması, sahiplenmesi ve kullanması amacıyla değiş tokuş etmesini kapsayan bir süreçtir (Ipe, 2003:341).

Bilgi paylaşımı, örgüt çalışanlarının örgüt ile ilgili bilgileri, düşünceleri, önerileri ve deneyimleri başkalarıyla paylaşmalarıdır (Bartol ve Srivastava, 2002:65).

Elde edilen bilginin değişim ve paylaşımının gerçekleştirildiği bir süreçtir ve resmi olmayan kanallarla dağıtım ve paylaşım gerçekleşebilir (Huber, 1991:88).

Bilgi paylaşımı, bir örgütün diğer bir örgütün deneyim ve tecrübelerinden etkilendiği bir süreç olarak da tanımlanabilir.

Buna göre bilgi paylaşım süreci bilginin bir taraftan diğerine iletilmesi veya elde edilmesinden daha çok bir birimin veya örgütün sahip olduğu bilginin, diğer birim veya örgüt tarafından tamamlanması ve kullanılması için değişimini ve işlenmesini ifade eden bir süreçtir (Willem ve Buelens, 2007:582).

İnsanlar değerli ve önemli olarak gördükleri bilgilerini genelde paylaşmama yönünde eğilim göstermektedirler.

Avantajlarını kaybetme korkusu ve kabul edilebilir doğru ve uygun bir ödüllendirme mekanizmasının var olmaması kişilerin bilgi

* *Prof. Dr., Gazi Üniversitesi, İşletme Bölümü, aydogan@gazi.edu.tr*
** *Arş. Gör., Gazi Üniversitesi, İşletme Bölümü, emreburak.ekmekcioglu@gazi.edu.tr*
*** *Doktora Öğrencisi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bil. Enst., zafer_erol@hotmail.com*

paylaşımında isteksiz olmalarına sebebiyet vermektedir.

Bu sebeple bilgiyi paylaşmak arkadaşlık ve sosyallik unsurlarının olduğu şebekelerde (kişisel ağlarda), gruplarda, örgütlerde bir çeşit motivasyon ile sağlanabilir (Yang ve Farn, 2009:215).

Bu da kişisel ağ ve grup üyeliği ile gelişen sosyal iletişim ve bu iletişim neticesinde ortaya çıkan sosyal sermaye ile gerçekleştiği şeklinde ifade edilebilir.

Bu çalışmada kişisel ağlar ve grup üyeliklerinin bilgi paylaşımındaki rolü incelenmiştir.

Bunun için özellikle üretim yapan işletmelerde bilgi paylaşımının rolünün etkinlik ve verimlilik üzerine pozitif yönlü etkisinin olacağı düşüncesiyle iş makineleri sektöründe yer alan bir işletme seçilmiştir.

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan durum çalışması tekniği kullanılmıştır.

Durum çalışmasının bu araştırmada seçilmesinin en önemli nedeni derinlemesine veri elde etmek ve analiz edebilmektir.

Buna göre işletmede görevli 6 orta kademe yönetici ile yarı yapılandırılmış görüşme yöntemiyle nitel olarak veriler toplanmıştır.

İşletme yöneticilerinin işletme ismini araştırmada açıkça yer verilmemesi isteği üzerine mevcut araştırmada işletme ismi verilmemiştir.

Aynı zamanda yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi yapılan orta düzey yöneticilerin isimleri de kod verilerek ifade edilmiştir.

Elde edilen verilere göre katılımcıların bilgi paylaşımını etkileyen faktörler "aynı iş yerinde çalışmak", "iş arkadaşlarına yardımcı olma isteği", "çalışma arkadaşlarıyla ortak hedeflerin olması", "iş arkadaşlarının daha önce kendisine yardımcı olması", "karşısındakine güven hissetmeleri" ve "bilgi paylaşımının insan ilişkilerini geliştirdiği inancı" şeklinde sıralanmıştır.

Bununla birlikte katılımcıların bilgi paylaşımını etkileyen en önemli faktörün "güven" unsuru olduğu tüm katılımcılar tarafından ifade edilmiştir. Buna göre çalışanlar güven duydukları kişilerle bilgi

paylaşımı içine girdiği söylenebilir. Yani çalışanların birbirlerine karşı güven duymalarının bilgi paylaşımını arttırdığı görülmektedir.

Katılımcıların bilgi paylaşımındaki beklentileri incelendiğinde "iyi ikili ilişkiler geliştirmek", "kariyerine fayda sağlayacağı inancı" ve "eğer ihtiyacı olursa başkasının da kendisine yardım edeceği inancı" geliştirilmesinin önemli olduğu tespit edildi.

Katılımcıların çalışmaya başladığı ilk zamanla şimdiki zaman karşılaştırdığında kişisel ağlarının arttığı ve bilgi paylaşımında kişisel ağların etki düzeyinin yıllar geçtikçe etkisini arttırdığı çıkarımı yapılabilmektedir.

Bununla birlikte kişisel ağlar ve işletmede ortak bir dilin kullanılması bireylerin bilgi paylaşımlarında etkin bir faktör olduğu ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: *Kişisel Ağ, Grup Üyeliği, Bilgi Paylaşımı, Nitel Analiz*

Jel Kodları: *M10, D80*

THE ROLE OF PERSONAL NETWORK AND GROUP MEMBERSHIP IN KNOWLEDGE SHARING

Extensive Summary

Knowledge sharing is a process involving the exchange of information for the purpose of ownership and use by others (Ipe, 2003:341).

Knowledge sharing, employees' knowledge about the organization, thoughts, suggestions and experiences share with others (Bartol and Srivastava, 2002: 65).

It is a process in which the exchange and sharing of acquired information is realized and distribution and sharing can be realized with informal channels (Huber, 1991: 88).

Knowledge sharing can also be defined as a process in which an organization is influenced by another organization's experience. Accordingly, knowledge sharing is a process that expresses the exchange

and processing of knowledge that another unit or organization has information and knowledge about that information is owned or acquired rather than transmitted or obtained from one side (Willem and Buelens, 2007: 582).

People tend to not share knowledge which is valuable and important by them.

The fear of losing its advantages and not being an existence of an acceptable and appropriate rewarding mechanism is cause people to be reluctant to share information.

Thus, sharing knowledge can be achieved with some kind of motivation in networks (in personal networks), in groups, in organizations where friendship and sociability elements exist (Yang and Farn, 2009: 215).

It can be expressed as social networking that develops through personal networking and group membership, and social capital that emerges as a result of this communication.

In this study, the role of personal networks and group membership were examined in knowledge sharing.

For this reason, a business which is in the manufactoring business sector was chosen, especially considering that the role of knowledge sharing in manufacturing enterprises would have a positive effect on efficiency and productivity. In this study the case study which is one of the qualitative research methods was chosen.

The most important reason for selecting the case study in current study is to obtain and analyze in-depth data. No business name was given in the current investigation upon the request of business managers.

The names of mid-level executives receiving information through semi-structured interview method are also coded.

Factors affecting information sharing of participants according to the obtained data is "working in the same workplace", "wanting to help colleagues", "having common goals with colleagues", "your colleagues have helped you before","to feel confident" and "the belief that information sharing has developed human relations".

It was stated by all participants that the most important factor influencing participants' knowledge sharing was "trust". Accordingly, it can be said that the employees are sharing knowledge with the people they trust. That is, employees' confidence in each other seems to increase the sharing of knowledge.

When participants' expectations for knowledge sharing were examined, it was determined that it was important to develop "good bilateral relations", "belief that will benefit the career" and "belief that someone else will help them if they need it".

When the participants compared the present time with the first time they started working, it can be deduced that the personal networks increased and the influence of the personal networks in knowledge sharing increased over the years.

Nevertheless, the use of personal networks and a common language in business can be said to be an effective factor in knowledge sharing among individuals.

Keywords: *Personal Networks, Group Membership, Knowledge Sharing, Qualitative Analysis*

KAYNAKÇA

Bartol, M. Kathryn, Srivastava, Abhishek (2002) Motivation And Barriers to Participation in Virtual Knowledge-Sharing communities of Practce, Journal Of Leadership and Organization Studies, Vol.9, No.1, pp.64-75

Huber, Pestolozzi, Organizational Learning: The contributing Processes and The Literatures, Organizations Science, London

Ipe, Minu (2003) Knowledge Sharing Organizations: A Conceptual Framework, Human Resource Development Review, Vol.2, No:4, pp.337-359

Willem, Annick, Buelens, Marc (2007) Knowledge Sharing In Public Organizations: The Effect Of Organizational Characteristic On Interdepartmental Knowledge Sharing, Journal Of Public Administration Research an Theory, Oxford Univercity Press, J Part 17, January 4,

Yang, Shu Chen, Farn, Cheng Kiang (2009) Social Capital, Behavioural Control And Tacit Knowledge Sharing – A Multi-Informant Design, International Journal Of Information Management, Vol.29, pp.210-218

VI. OTURUM : Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi

6ND SESSION : Encouragement Of Cooperatives Cooperation .....

Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi

Oturum Başkanı

Prof.Dr. Kamil Ufuk BİLGİN

Yer Markalamada Ortak Marka Oluşturma Üzerine Bir Araştırma
A Research on Co-Branding in Place Branding

Erdal ÜNSALAN **Mustafa ÜNSALAN**

Tekno-Girişim Sermayesi Desteği Hibe Programının Sosyal Pazarlama Karması Açısından İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma
A Study On The Investigation Of Techno-Initiative Capital Support Grant Program In Terms Of Social Marketing Mix

Selma KALYONCUOĞLU **Emel FAİZ**

Kooperatiflerde Markalaşma Ve Tüketici-Kooperatif Ürünleri İlişkisi: Torku Örneği
Branding In Cooperatives And Relationship Between Consumer-Coopeative Products: Torku Case

Hazal OĞUZ **Oğuz METE**

Kırsal Kalkınmada Kooperatiflerin Rolü Ve Önemi; SS Çavuşlu Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Örneği
The Role Of Cooperatives And Importance In Agricultural Development; S.S. Çavuşlu Agricultural Development Cooperative Sample

Bahar AYDIN CAN **Sait ENGİNDENİZ** **Onur CAN**

Karlılık Sürdürülebilirliği ve Karlılığı Etkileyen Faktörlerin Analizi: Bir Kooperatif İşletmesi Olan Konya Şeker Fabrikası
Analysis of Factors Affecting Profitability Sustainability and Profitability: The Konya Sugar Factory with a Cooperative Operation

Nilgün KİNDİK **Alper ASLAN**

Gün : 6 Ekim 2017, Cuma
Saat : 16.00 - 17.30
Salon : Salon 3
Yer : Avanoslu Selahattin Salonu, Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Nevşehir

YER MARKALAMADA ORTAK MARKA OLUŞTURMA ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA: ORTAHİSAR KASABASI ÖRNEĞİ

Erdal ÜNSALAN - Mustafa ÜNSALAN**

Özet

Markanın öneminin artması ile teorisyenler ve uygulamacılar markalama stratejilerini farklı alanlara uygulayarak rakiplerine karşı rekabet avantajı elde etmeye çalışmaktadırlar.

Ayrıca günümüzde tüketicilerin markalar ile duygusal bağ kurmaları markalamaya verilen önemi arttırmıştır.

1990'lı yıllarda teorisyenler yer pazarlamanın bir adım ilerisine geçerek yer markalama ile ilgili çalışmalar yapmışlardır. Yer markalama içerisinde ülke markalama, bölge markalama ve şehir markalama barındırmaktadır.

Turizmin ekonomideki yerinin artması ile sadece ülkeler arasında değil şehirler arasında da rekabet en üst düzeye çıkmıştır.

Bu çalışmada kaya otellerin ortak bir marka altında birleştirilerek şehir markalama sürecine etkisinin şehirde yaşayan paydaşlar açısından keşifsel araştırma ile ortaya konularak mevcut durum analizi yapılmaya çalışılacak ve derinlemesine mülakat yöntemi kullanılacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Yer Pazarlama, Yer Markalama, Ortak Markalama, Turizm, Otel*

Jel Kodu: *M30, M31*

Yrd. Doç. Dr., Amasya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, erdal.unsalan@amasya.edu..tr
*** Arş. Gör. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, mustafaunsalan@nevsehir.edu.tr*

A Research on Co-Branding in Place Branding: Example of Ortahisar Town

Abstract

Theorists and practitioners strive to gain competitive advantage against their competitors by applying the branding strategies to different areas with the increase of the brand's importance.

In addition, today, the emotional connection of consumers with brands has increased the importance given to branding.

In the 1990s, the theorists went one step ahead of site marketing and made work on place branding. Place branding includes country branding, region branding and city branding.

With the rise of tourism in the economy, the competition between the cities, not only between countries, has reached the highest level. In this study, under the co-branding of rock hotels, the effect of the city branding process will be revealed by exploratory research in terms of the stakeholders living in the city and the current situation analysis will be tried to be done and the in-depth interview method will be used.

Keywords: *Place Marketing, Place Branding, Co-Branding, Tourism, Hotel*

Jel Code: *M30, M31*

Giriş

Ürünlerin özelliklerinin kolayca kopyalanabilir olmasından dolayı pazarlamacılar tarafından marka ürün farklılaştırmada ana araç olarak görülmeye başlanmıştır (Kotler ve Gertner, 2002).

Amerikan Pazarlama Birliğinin tanımına göre marka "Bir ürün ya da bir grup satıcının mallarını ya da hizmetlerini belirlemeye, tanımlamaya ve rakiplerin mal veya hizmetlerinden ayırt etmeye yaran isim, terim, işaret, sembol, dizayn veya tüm bunların karmasıdır" (Kotler,2000).

Markalama, sadece şirketler için değil ülkeler, bölgeler, şehirler ve adalar gibi başka yerler için de önemli olmaya başlamıştır (Anholt,2002; Hansen, 2010). Globalleşmenin, ulusal rekabetin artması, teknolojik

gelişmeler ve pazarların içiçe girmesi sonucunda milletler ve şirketler; iş gücü, ihracat, turizm ve yatırımcı rekabeti içine girerek markalama ile farklılık aramaya başlamışlardır (Hansen, 2010).

Yer markalama, pazarlama, yerel yönetim ve şehir gelişimi gibi farklı disiplinler arası çalışma sonucunda oluşan ve güncel bir konsepttir (Ryan ve Mizerski, 2010).

Turizm, bugün dünya ekonomisi içerisinde gelir sağlayıcı faktörlerin başında yer almakta, güçlü yatırımlarla gelişen bir sektör konumundadır (Aktaş, 2005). 2012 yılı verilerine göre Türkiye'ye gelen turist sayısı 36 milyondan fazla ve turizm gelirleri 29.351 milyon $ olarak belirtilmiştir (Erol ve Hassan, 2013).

Bu makalede Kotler vd (1993) belirttiği "turist ve iş ziyaretçileri için çekicilik" avantajı ile turizmde otellerin ortak marka oluşturarak şehir markası yaratmadaki öneminin belirlenmesi üzerine keşifsel bir çalışma yapılacaktır.

Kapadokya Bölgesinde bulunan Ortahisar Kasabası'nda faaliyet gösteren kaya otellerin "Ortahisar Kaya Evleri" ortak markası altında birleştirilerek kasabanın markalaşma sürecindeki önemi ortaya konulmaya çalışılacaktır.

Literatür: *Yer Pazarlamasından Yer Markalamaya Geçiş Ve Ortak Marka*

Antik Roma'da belirli bir ülkenin, bölgenin, şehrin veya kasabanın tarihte belirli bir zamanla bağdaşacak entellektüel, kültürel çeşitliliği veya özelliğini yansıtması "genuis loci" olarak adlandırılmaktaydı, yani günümüzdeki adı ile yer markalama (Beracs, 2005).

Yer pazarlama, globalleşen ve millileşen pazarların sebep olduğu yerler arasındaki rekabetin sonucu olarak ortaya çıktığı düşünülse de 19. yüzyıla dayanan bir geçmişe sahiptir (Kavaratzis and Ashworth, 2008).

Kolonicilik rekabetinin artması sonucunda keşfedilen Amerikanın büyük topraklara sahip olması, bu kıtanın önce kolonisi olduğu ülkelerin tarım ihtiyaçlarını daha sonra da bağımsızlığını kazanan Amerika Birleşik Devletleri'nin ihtiyaçlarını karşılması için devlet kurumları, demir yolları, ve özel şirketler tarafından yeni yerleşimcilere "Vahşi

Batı"ya yerleşmeleri ve tarımla uğraşmaları için yapılan satışlar ve tanıtımlar yer pazarlamanın ilk önemli adımı olarak gösterilmektedir (Kavaratzis and Ashworth, 2008; Ward, 1998; Rainisto, 2003).

20. yüzyılın başlarında ise Güney Amerika'da ve Batı Avrupa'da Fordist üretim düşünce sisteminin sonucu olarak endüstriyel yerlerin ırmak kenarlarına kurularak Detroit (ABD) ve Turin (İtalya) gibi yeni şehir yapılarının oluşması ile başlayan iş gücü ihtiyacının karşılanması için kırsal alanlarda yapılan tanıtımlar ile yer pazarlama devam etmiştir (Perlmutter, 1989; Ward, 1998).

Fabrika Bacası Takibi (Smokestack Chasing) olarak adlandırılan bu akım 1970'li yıllara kadar devam etmiştir (Kavaratzis and Ashworth, 2008).

1980'li yıllarla birlikte birçok ülkede ürün etiketleme zorunlu hale gelerek pazarlamacıların ürünün menşeini belirtmelerini gerektirmiştir (Kotler ve Gertner, 2002).

Bu zorunluluk pazarlamacıların ve araştırmacıların tüketicilerin yabancı ürünlere olan tutumları ile ilgilenmeye başlamışlar ve "made in ...." yazısının tüketicinin ürün değerlendirmesinde önemli bir etmen olduğu ortaya çıkmıştır (Kotler ve Gertner, 2002; Bilkey ve Nes, 1982).

Artan rekabet sonucunda hükümetler ve yerel kurumlar ithal markalara karşı sistematik milli kampanyalar ("Think Canadian", "Crafted With Pride in America", "Support British Industry" gibi) başlatarak kendi ülkelerinin markalarını desteklemeye başladılar (Papadopoulos, 2004).

Turizm, yer markasını geliştirmede, desteklemede ve otellerde, restoranlarda, ulaşımda, eğitimde iş imkanı yaratarak, vergi ödemesi artışında, yerel ürünlerin ihracatına katkıda bulunarak bütün paydaşlara olumlu etkilemesinden dolayı yer markalamanın tamalayıcı parçasıdır (Baker ve Cameron, 2007; Kotler ve Gertner, 2002).

Çalışmada ki bir diğer önemli konu ise ortak markalamadır.

Markaları tek bir marka adı altında birleştirmesi son yıllarda alternatif marka geliştirme kanalı olarak kullanılmaktadır (Leuthesser vd., 2001).

Ortak markalama ile markalar sinerji oluşturarak daha inovatif olurlar, tutundurma maliyetleri azalır, rekabete harcadıkları enerjilerini ürün geliştirmeye ve tüketicinin isteklerine daha iyi cevap vermeye çalışmaya harcarlar (Kapferer, 2008)

Metodoloji

Çalışmamızın modeli kurulurken Kotler vd. (2002) yılında oluşturdukları "Yer Pazarlama Düzeyleri" bölümlemdirmesinden faydalanılmıştır. Yer Pazarlama Düzeyinde, pazarlamanın temelinde bulunan düzey Planlama Grubu'nda o yerde yaşayan vatandaşlar, yerel yönetimler ve işletmeler bulunmaktadır.

Bu düzey yer pazarlama sürecinin planlanmasından ve kontrolünden sorumludur (Kotler vd., 2002).

Çalışmamız bu grupta yer alan yerel yönetimler ve işletmeler ile yapılacaktır.

Çalışmamızda kalitatif araştırma yönetmlerinden derinlemesine mülakat yönetimi kullanılarak keşifsel araştırma yapılacaktır.

Bu yöntem Yer Pazarlama ile ilgili daha araştırmacılar tarafından daha önce de veri toplama aracı olarak kullanıldığı görülmüştür (Andersson ve Ekman, 2009; Hansen, 2010; Rainisto, 2003; Maheshwari vd., 2011; Ryan ve Mizerski, 2010; Hankinson, 2001)

Ortahisar kasabasında faaliyet gösteren otellerin tek bir marka altında birleştirilip "Ortahisar Kaya Evleri" markası oluşturularak marka yaratmak hem de Ortahisar Kasabası'nın markalaşma sürecine destek olunmaya çalışılacaktır.

Derinlemesine mülakatta Belediye Başkanı, turizm dernekleri, hediyelik eşya satıcıları ve kaya otel işletmecileri ile görüşülerek konuya ilişkin düşünceleri elde edilmeye çalışılacaktır.

Çalışma derinlemesine mülakat uygulama aşamasındadır.

Bulgular

Derinlemesine mülakat sonucunda kaya otel sahiplerinin, yerel yönetimin, derneklerin ve esnafın görüşleri elde edilerek Ortahisar Turizmi, kaya evleri ve ortak markalama hakkındaki düşünceleri analiz edilmiş olacaktır.

Sonuç Ve Öneriler

Turizme doğrudan ya da dolaylı olarak katılanlar açısından turizm faaliyetlerine katıldıkları yerlerdeki çekicilik kadar o bölgede kaldıkları süre içinde aldıkları hizmetin kalitesi ve çekiciliği de önem arz etmektedir.

Özellikle kaya evlerin yatırım maliyetlerinin yüksek, fiziksel olarak küçük ve az odalı olmaları yatırım verimliliğini düşürmektedir.

Bu işletmeler yönetim ve pazarlama faaliyetlerinde tek kaldıkları için zorluk çekmekte tur operatörleri ve seyahat acentelarının isteklerine cevap verememektedirler.

Ortak marka ile hareket etmeleri pazarlama faaliyetlerinde kolaylık sağlayacaktır.

Diğer taraftan oda sayılarının az olması tur operatörleri ve seyahat acentaları için cazibelerini kaybetmektedir.

Bölgedeki mülk sahiplerinin bir araya getirilmesi ve ortak marka kullanımları için kooperatifleşmelerini sağlamak da önemli bir farklılık yaratacak ve böylelikle finansman, yönetim ve pazarlama faaliyetlerinde kolaylık sağlayacaktır.

TEKNO-GİRİŞİM SERMAYESİ DESTEĞİ HİBE PROGRAMININ SOSYAL PAZARLAMA KARMASI AÇISINDAN İNCELENMESİ

Selma KALYONCUOĞLU*
Emel FAİZ**

Özet

Günümüzde toplumu oluşturan bireylerin ve toplumun bütününün, sürdürülebilir bir refah içerisinde yaşayabilmesi için ülkedeki üretimin teknoloji seviyesinin ve katma değerinin yükseltilmesinin gerekliliği kaçınılmazdır.

Türkiye Cumhuriyeti'nin 2023 yılında 500 milyar dolarlık ihracat ve 25 bin dolarlık kişi başı milli gelir rakamına ulaşması ancak Ar&Ge niteliği yüksek, know-how'ı olan işler yapmasıyla mümkün olacaktır.

Bu nedenle kamu otoritesi; ülkenin teknolojiyi satın alıp kullanan değil, "kendi teknolojisini üreten ve satan" bir ülke haline gelebilmesi için 2009 yılında Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın bünyesinde yürütülen Tekno-Girişim Sermayesi Desteği (TGSD) programını uygulamaya geçirmiştir.

Genç girişimcilerin ilgisini çekmek, "teknoloji-tabanlı iş fikri geliştirmeleri" yönünde bir davranış değişikliği oluşturmak ve bunu da sürdürülebilir hale getirmek için devlet tarafından planlanan bu hibe programı, hedef kitle olarak seçilen başlangıç aşamasındaki girişimcilerin kendilerine ve üyesi oldukları topluma fayda sağlamak üzere kendilerinden beklenilen davranışı gönüllü olarak

** Yrd. Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, selmakalyoncu@gazi.edu.tr*
*** Yrd. Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret Bölümü, emelgokmenoglu@duzce.edu.tr*

gerçekleştirmelerini teşvik ettiği için araştırmacılar tarafından bir sosyal pazarlama uygulaması olarak öngörülmüştür.

Dolayısıyla, toplumsal ve kişisel refahın yükseltilmesini besleyen bir uygulama olan TGSD hibe programının planlanması sürecine sosyal pazarlama karması elemanlarının nasıl adapte edilebileceği bu çalışmayla incelenmiş ve ilgili çalışmanın, sosyal pazarlama alanında ülkemizde yapılan az sayıda çalışmadan biri olarak alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal Pazarlama, Sosyal Pazarlama Karması, Tekno-Girişim Sermayesi Desteği Hibe Programı*

Jel Kodları: *M31, L26*

A Study on the Investigation of Techno-Initiative Capital Support Grant Program In Terms of Social Marketing Mix

Abstract

Nowadays, it is an inevitable requirement to enhance the level of technology in production as well as the added value in order to enable individuals constituting the society and the society as a whole to live in a sustainable welfare.

It is only possible for the Republic of Turkey to reach the target of export worth of 500 billion dollars and the figure of 25 thousand dollars for national income per capita in 2023 through carrying out business having high level of R&D and know-how.

For this purpose, as the public authority, Ministry of Science, Industry and Technology of the Republic of Turkey started to implement Techno-Initiative Capital Support (TICS) program in 2009 in order to ensure that Turkey becomes a country which "produces and sells its own technology" rather than being a country which buys and uses the technology.

The grant program which aimed to attract young entrepreneurs' attention, to create a change in behaviour towards "developing technology-based business ideas", and to ensure that this change in behaviour is sustainable, was considered to be a social marketing

application by the researchers since the program promotes early-stage entrepreneurs who were chosen as target audience to show the desired behaviour voluntarily so that they can be useful to themselves but also to the society which they are a member of.

Therefore, this study investigated how elements of social marketing mix can be adapted to the planning process of TICS grant program which is an application for improvement of societal and individual welfare, and it is believed that this study will greatly contribute to the related literature since it is one of the few studies on social marketing in our country.

Key Words: *Social Marketing, Social Marketing Mix, Techno-Initiative Capital Support Grant Program*

Kaynakça

Akdoğan, M. Ş., Çoban, S., Öztürk, R. (2012), "Medyada Yer Alan Sosyal Pazarlama Kampanyalarına Yönelik Tüketici Değerlendirmeleri: Konya İlinde Bir Uygulama", Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 39, 1-18.

Ayvaz, İbrahim; Torlak, Ömer (2016), "Sosyal Pazarlama ve Ahlaki Boyutları", İş Ahlakı Dergisi, 9(2), 247-281.

Bayın, Gamze; Akbulut, Yasemin (2012). "Sağlık Sektöründe Sosyal Pazarlamanın Kullanımı", Ankara Sağlık Bilimleri Dergisi, 1(1), 53-72.

Bekar, Sena (1995), "Sosyal Pazarlama", Toplum ve Hekim Dergisi, 10(68), 78-83.

Bozpolat, Ceylan; Cömert, Yavuz (2016), "Sağlık Sektöründe Sosyal Pazarlama Uygulamaları: Obezite ile Mücadele Kampanyası Üzerine Bir Araştırma", Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(1), 43-64.

Bright, Alan D. (2000), "The Role of Social Marketing in Leisure and Recreation Management", Journal of Leisure Research, 32(1), 12-17.

Cemalcılar, İlhan (1996), Pazarlama, Kavramlar, Kararlar, Beta Basım Dağıtım Yayın A.Ş., İstanbul.

Coşkun, Gül (2012), "Sosyal Pazarlama ve Sosyal Pazarlama Karması: Antalya Emniyet Müdürlüğü Komşu Kollama Projesi Örneği", CBÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 10(2), 226-246.

Daniel K. L., Bernhardt J. M., Eroğlu D. (2009), "Social Marketing and Health Communication: From People to Places", American Journal of Public Health, 99(12), 2120-2122.

Dinan, Claire; Sargeant, Adrian (2000), "Social Marketing and Sustainable Tourism-Is There A Match?", International Journal of Tourism Research, 2(1), 1-14.

Dolatabadi H. R., Parhizgar M. M., Aghcheh M. T. (2013), "The Impact Analysis of Social Marketing Mix on The Intention of Replacing Single-Occupant Vehicles with Urban Public Transport Case Study: Staff Working at State Universities of Isfahan", International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 3(4), 60-71.

Eser, Zeliha; Özdoğan, F. Bahar (2006), Sosyal Pazarlama: Toplumun Refahı ve Kaliteli Yaşamı İçin, Siyasal Kitabevi, Ankara.

İlter, Burcu; Bayraktaroğlu, Gül (2007), "Kar Amacı Gütmeyen Sosyal İçerikli Pazarlama Uygulamaları: Sosyal Pazarlama", Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 28, 49-64.

Kacar A. İ., Kartal B., Kahraman A. (2014), "Türkiyede'ki Çevreci Sivil Toplum Kuruluşlarının Sosyal Pazarlama Kampanyalarının İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi", Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 14, 47-74.

Kalyoncuoğlu, Selma; Faiz, Emel (2017), "Evaluation of Techno-Initiative Capital Support Program in Building Entrepreneurial Ecosystem within the Scope of Social Marketing", International Business Research, 10(10), 132-147.

Kotler, Philip; Levy, S. J. (1969), "Broadening the Concept of Marketing", Journal of Marketing, 83, 10-15.

Kotler, Philip; Zaltman, Gerald (1971), "Social Marketing: An Approach to Planned Social Change", Journal of Marketing, 35, 3-12.

Kotler P., Roberto N., Lee N. (2002), Social Marketing: Improving the Quality of Life (2nd ed.), Sage Publications, USA.

Kotler, Philip (2004), Soru ve Cevaplarla Günümüzde Pazarlamanın Temelleri, Çev. Ümit Şensoy, Optimist Yayınları, İstanbul.

Kotler, Philip; Lee, R. Nancy (2010), Yoksulluğa Karşı Sosyal Pazarlama. Çev. Chalar, Z.K., Kapital Kitapları, İstanbul.

Menegaki, Angeliki N. (2012), "A Social Marketing Mix For Renewable Energyin Europe Based on Customer Stated Preference Surveys", Renewable Energy, 39, 30-39.

Nicolau, Irina (2016), "Specializations of Marketing in Non-Economic Areas: Social Marketing and Non-Profit Organizations Marketing", Knowledge Horizons-Economics, 8(1), 157-159.

Ting L. S., Mohammed A. H., Weng-Wai C. (2013), "What is the Optimum Social Marketing Mix to Market Energy Conservation Behaviour: An Empirical Study", Journal of Environmental Management, 131, 196-205.

Tokay-Argan, Mehpare; Akyıldız, Müge (2010), "Sporu Yaygınlaştırma (Herkes İçin Spor Perspektifinden) Aracı Olarak Sosyal Pazarlama Yaklaşımı", Pamukkale Journal of Sport Sciences, 1(3), 39-51.

Weinreich, Nedra Kline (2010), Hands-on Social Marketing: A Step-by-Step Guide to Designing Change for Good (2nd ed.), Sage Publications, USA.

https://biltek.sanayi.gov.tr/sayfalar/tgsddetay.aspx, 14.07.2017.

https://www.dunya.com/ekonomi/yaratici-fikre-50-milyon-hibe-haberi-169887, 14.07.2017.

KOOPERATİFLERDE MARKALAŞMA VE TÜKETİCİ-KOOPERATİF ÜRÜNLERİ İLİŞKİSİ: TORKU ÖRNEĞİ

Hazal OĞUZ*
Oğuz METE**

Özet

Kooperatifler, gerçek ve tüzel kişilerin tek başlarına başaramayacak oldukları işleri bir araya gelerek işbirliği ve karşılıklı yardımlaşma ile demokratik bir biçimde gerçekleştirdikleri değişir sermayeli şirketlerdir.

Birlikte iş yapma kültürü, imece usulü ile ülkemizde de basit anlamda kooperatifçilik hareketiyle benzer özelliklere sahiptir.

Kooperatifçilik tüketici ve toplum ihtiyaçlarını ortaklarının çıkarları ve sosyal amaçlar doğrultusunda yönlendirip pazarlama ile bütünleştirdiği çerçevede gelişim kaydedecektir.

Bu bağlamda, üzerinde durulması gereken iki kavram markalaşma ve tüketici-kooperatif ilişkisidir.

Marka kavramı üründen ayrı olarak, o ürünü talep eden ve kullanan tüketiciler tarafından oluşturulan algı olarak tanımlanabilir.

Buna göre tüketici ve marka birbirleri için değer oluşturan bir etkileşim içindedir.

Ticaret şirketi olmalarından dolayı mal veya hizmet üreten işletmelere sahip olan kooperatifler, günümüzde birçok önemli markayı bünyesinde barındırmaktadır.

Dünya üzerinde kooperatifler; tarımsal üretimden pazarlamaya,

**Gümrük ve Ticaret Uzman Yardımcısı. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü, hazal.oguz@gtb.gov.tr*

***Gümrük ve Ticaret Uzman Yardımcısı. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, o.mete@gtb.gov.tr*

kefalet sisteminden sigortaya, konut ve işyeri üretiminden bankacılığa kadar birçok farklı sektörü bünyesinde barındırmaktadır.

Kooperatifler, Türkiye ekonomisi açısından da önemli başarılara imza atarak kaliteli markalar yaratmışlardır.

Fortune Dergisi'nin 2015 yılı verilerine dayanarak hazırladığı "Türkiye'nin En Büyük 500 Şirketi" listesinde bu kuruluşlarımızdan 5 tanesi (Gübretaş, Konya Şeker, Bursa Ecza Kooperatifi, İzmir Ecza Kooperatifi ve Trakyabirlik) yer almaktadır.

Diğer taraftan, İstanbul Sanayi Odası'nın 2016 yılı verilerini baz alarak yapmış olduğu araştırmaya göre "Türkiye'nin En Büyük 500 Sanayi Kuruluşu" listesinde yine kooperatiflerimiz ve iştiraklerinden 5 tanesinin (Konya Şeker, Trakyabirlik, Gübretaş, Tarım Kredi Yem San. ve Marmarabirlik) yer alması ayrı bir önem taşımaktadır.

Her iki listede de üst sıralarda yer alan Konya Şeker fabrikasının bağlı olduğu Pancar Ekicileri Kooperatifleri Birliği (PANKOBİRLİK) gıda başta olmak üzere tarım ve hayvancılık ile enerji alanında birçok önemli markaya sahiptir.

Ülkemizde - genel anlamda - tarım kooperatifleri; tarımsal kalkınma, tarım kredi, tarım satış, pancar ekicileri, sulama ve su ürünleri kooperatifleri gibi farklı hizmet türlerine göre gelişme göstermiştir.

Bu kapsamda tarım alanında faaliyet gösteren en önemli birliklerden biri olan PANKOBİRLİK, şeker pancarı üreticilerine yol göstermek ve üreticilerinin sorunlarına çözüm önerileri bulmak amacıyla kurulmuştur.

Marka, bir işletme ile ürün veya hizmetlerini aynı sektörde ya da aynı pazar alanında faaliyet gösteren diğer firmaların ürünlerinden ya da hizmetlerinden ayıran bir ad, logo, şekil ya da bunların tamamıdır.

Bugünün, çalışma ve rekabet ortamında bir kooperatifin yurtiçi ve yurtdışında başarılı olması ve bu sayede bilinirliğini artırması o kooperatifin markalaşmasına bağlıdır.

Bir markanın gücü ise tüketicilerin satın alma kararlarını etkilemesine bağlıdır.

Tüketiciler nezdinde marka, ürünün/hizmetin önemli bir parçasını

oluşturmakla birlikte ürüne veya hizmete değer katan bir nitelik de taşımaktadır.

Dolayısıyla markalaşmış bir ürün farklı olsun ya da olmasın tüketicilerin nazarında diğer ürünlerden daha üst pozisyondadır.

Ayrıca, tüketicilerin markalara yönelişleri o markanın kalitesi, bilinirliği, güvenirliği, fiyatı, tarzı ve güncel oluşu ile doğru orantılıdır.

Bu çalışmada, kooperatif markaları arasında en bilineni olan Torku ve tüketici-kooperatif ürünleri arasındaki ilişki incelenecektir. Torku, temel pazarlama stratejileri olarak retro pazarlama, etkinlik pazarlama ve bayilik sistemini kullanmaktadır.

Bununla birlikte Torku, sosyal medya ve reklam faaliyetleri, sosyal sorumluluk faaliyetleri, mağazalaşma ve sponsorluk anlaşmaları gibi pazarlama araçlarından da faydalanmaktadır.

Bu kapsamda markanın pazarlama yetkilisi ile yapılan derinlemesine mülakatın sonuçlarından yararlanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *markalaşma, tüketici, pazarlama, kooperatif ürünleri, TORKU*

Jel Kodları: *J54, M31, M37, P13, Q13*

Branding in Cooperatives and Relationship between Consumer-Coopeative Products: Torku Case

Abstract

Cooperatives are companies with variable capital that real and legal persons come together when they can not succeed on their own, and carry out in a democratic way with cooperation and mutual assistance.

A culture of running business together has similar features with collective work (imece) in our country as well in a simple sense.

The cooperative system will develop within the framework that it directs the needs of consumers and society in accordance with benefits of their members and social purposes.

In this context, the two concepts to be emphasized are branding and consumer-cooperative relations.

Apart from the product, the concept of brand can be defined as the perception created by consumers who demand and use that product.

Accordingly, consumers and brands are in an interaction that creates value for each other. Since they are trading companies, cooperatives which have entreprises producing goods or services now possess many important brands.

Cooperatives in the world; from agricultural production to marketing, from the bail system to insurance, from residential and workplace production to banking, embody many different sectors. Cooperatives have also made significant achievements in terms of the Turkish economy and created qualified brands.

Five of them (Gübretaş, Konya Şeker, Bursa Ecza Cooperative, İzmir Ecza Kooperatifi and Trakyabirlik) are on the list of "Top 500 Companies of Turkey" that Fortune Magazine prepared based on the data of 2015.

On the other hand, according to the survey conducted by the Istanbul Chamber of Industry on the basis of the data of 2016, five of the cooperatives and their subsidiaries (Konya Şeker, Trakyabirlik, Gübretaş, Tarım Kredi Yem San. And Marmarabirlik) take part in "Top 500 industrial Entreprise", which has a special importance.

The Association of Sugar Beet Cooperatives (PANKOBIRLIK), to which the Konya Sugar Factory, which is located at the top of both lists, has many important brands in agriculture, animal husbandry and energy, especially in food.

In our country, in broad sense, agricultural cooperatives have developed according to different kind of services such as agricultural development, agricultural credit, agricultural sales, sugar beet, irrigation and fisheries cooperatives.

In this context, PANKOBİRLİK ,which is one of the most important unions in agricultural business, has been established so as to lead sugar beet producers and find resolutions for their problems.

A brand is defined as a name, logo, shape or all of them, which seperates a business and its product or services from other companies' product or services operating in the same sector or market.

In today's business and competition environment, success of the cooperative at the domestic and foreign, and thereby increasing the recognition depend on that cooperative's branding.

As to the power of the brand depends on its influence on consumers' buy decisions.

A brand from the perspective of consumers constitutes an important part of the product or services along with holding qualification which adds value to the product / services.

Therefore, branded product in the eyes of the consumers, no matter it is different or not, is at higher position when compared to the other products.

The consumers' turn to brands are also directly proportional to that brand's quality, recognition, confidence, price, style, and currency.

In this study, Torku which is one of the best known among aforesaid cooperative brands and the relationship between consumer-cooperative products will be examined.

Torku uses retro marketing, event marketing and dealership system as fundamental marketing strategies.

In addition to this, Torku utuilises marketing tools such as social media and advertising activities, social responsibility activities, retailing and sponsorship agreements.

In this context, it is beneffited from the results of in-depth interview made with the marketing executive of the brand.

Key Words: *branding, consumer, marketing, coooperative products, TORKU*

Jel Codes: *J54, M31, M37, P13, Q13*

KIRSAL KALKINMADA KOOPERATİFLERİN ROLÜ VE ÖNEMİ; SS ÇAVUŞLU TARIMSAL KALKINMA KOOPERATİFİ ÖRNEĞİ

Bahar Aydın CAN*
Sait ENGİNDENİZ**
Onur CAN***

Özet

Türkiye'de ekonomik kalkınmanın demokratik ve sosyal adalet içinde gerçekleştirilme arzusu, bunun araçlarının araştırılmasına neden olmaktadır.

Bu araçlar arasında kooperatiflerin önemli bir yer oluşturmuştur.

Kooperatiflerin toplumun büyük bir bölümünü oluşturan ve ekonomik yönden güçsüz olan kesimin harekete geçirecek gelişmeye katkılarını sağlamada etkili bir araç olarak kullanılması giderek önem kazanmakta ve kalkınma planlarında yer almaktadır.

Türkiye'de kırsal nüfusu oluşturan tarım işletmelerinin % 78.9'unun işletme büyüklüğünün 100 dekardan küçük ve dağınık olması, kredi yetersizliği, üretilen ürünlerin uygun fiyatla satışının sağlanmaması gibi nedenlerle, ulusal kalkınmaya katkı sağlamalarında önemini vurgulayarak, ekonomik ve sosyal sorunlarını birlikte yardımlaşma yoluyla çözümlemeye etkin bir ortam hazırlayan kooperatifçiliğin, bir kalkınma aracı olarak önemi büyük ölçüde artmaktadır.

Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri, ortakların her türlü bitkisel, hayvancılık, ormancılık konularındaki üretimini geliştirmek ve

** Instructor, Kocaeli University, Department of Marketing and Advertising, baharcan@kocaeli.edu.tr*

*** Professor, Ege University, Department of Agricultural Economics, sait.engindeniz@ege.edu.tr*

**** Instructor, Kocaeli University, Department of Plant and Animal Production, onur.can@kocaeli.edu.tr*

ihtiyaçlar ile ilgili temin, tedarik, işleme, pazarlama, değerlendirme faaliyetlerinde bulunmak, ekonomik ve sosyal yönden gelişmelerine yardımcı olmak, iş sahası temin etmek, ekonomik gücünü arttırmak için tabii kaynaklardan faydalanmak, el ve ev sanatları ile tarımsal sanayinin gelişmesini sağlayıcı tedbirler almak amacıyla kurulmuş kooperatiflerdir.

Söz konusu kooperatifler kırsal alandaki üreticilerin ve işletmelerin kollanmasında önemli rol üstlenmişlerdir.

Tarımsal kalkınma kooperatifleri çok amaçlı bir kooperatif niteliğinde olup, tek amaçlı kooperatiflerin ayrı ayrı yaptıkları işleri tek başına yapabilecek bir özelliğe sahiptir.

Türkiye'de tarımsal amaçlı kooperatiflerin % 82.5'i tarımsal kalkınma kooperatifi ve sulama kooperatiflerinden oluşmaktadır.

Tarımsal kalkınma kooperatiflerinin sayıca fazla olmasına rağmen, ortaklık bakımından aynı oranda büyük olmadıkları görülmektedir.

Küçük aile işletmelerinin tarımsal girdi temini, ürettikleri ürünleri değerinde bir fiyatta satılması, beklentilerin karşılanması ve bu işletmelerin devamlılığının sürdürülebilmesi için tarımsal amaçlı kooperatif çatısı altında toplanması ile mümkündür.

Dolayısıyla kırsal kalkınma ve ekonomik kalkınmada en önemli araçlardan biri kooperatiflerdir.

Türkiye'nin en fazla milli gelirine sahip, Kocaeli ili ülke ekonomisinde sanayi ve hizmet sektörüne sağladığı katkı bakımından önemli yere sahiptir.

Kocaeli ilinin ekonomisi sanayi ve hizmet sektörü ağırlıklı olmasına rağmen, tarımsal üretime uygun ekosistemi, hızla çoğalan kent nüfusunun temel ihtiyaçlarının karşılanması, nüfusun % 6.35'lik kısmını teşkil eden bucak ve köylerinin büyük bir kısmının tarım ve hayvancılıkla geçimini sağlamakta olması, tarımsal alanda sağlanabilecek, kalkınmada önemli bir yeri olan tarımsal kooperatiflerin durumunun ortaya konulması, konuyu önemli kılmaktadır.

Bu amaçla Kocaeli ili Derince ilçesine bağlı Çavuşlu Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi, kırsal alanda kooperatiflerin katkılarını ortaya

koyabilecek bir örnektir.

Kocaeli ili, tarımsal örgütlenme ve kooperatifleşme yapısı bakımından 16 adet tarım kredi kooperatifi, 4 adet tarım satış kooperatifi, 8 adet tarımsal birlik, 45 adet tarımsal kalkınma kooperatifine sahiptir.

Türkiye genelinde de olduğu gibi tarımsal kalkınma kooperatiflerinin sayısının diğer kooperatiflere göre fazla olması nedeniyle, kalkınma kooperatiflerinin incelenmesinin ortaya koyacağı sonuçların daha önemli olabileceği düşünüldüğü için tercih edilmiştir.

Çavuşlu köyü üreticileri, 2004 yılında ürettikleri sütü değerlendirmek amacıyla SS Çavuşlu Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifini kurmuşlardır.

Fakat ticari olarak faaliyetine, 2005 yılında geçmiştir. Kooperatifin kurulduğu yıl 160 üyesi var iken, şu an 138 üye sayısı ile faaliyetine devam etmektedir.

Kalkınma kooperatifine üye üreticiler, sadece Çavuşlu köyünden olmayıp çevre köylerden üye üreticiler bulunmaktadır.

Çavuşlu köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi çiğ süt ve büyükbaş hayvan yemi alanında faaliyetini sürdürmektedir.

Kooperatif, üreticilerden topladığı sütleri anlaşmalı olduğu Sakarya ili Adapazarı ilçesinde bulunan Güneşoğlu firmasına satmaktadır.

Üreticilerin 2017 yılı ağustos ayında eline geçen süt fiyatı 1.041 TL / litredir. Süt üretiminde girdi fiyatlarının yüksek olmasına karşın, satış fiyatının düşük olması en büyük sorun olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kooperatif her yıl üye sayısında artış ve dolayısıyla daha fazla sütün pazarlanmasını amaçlamaktadır.

Çalışmada, kırsal alanda kalkınma kooperatiflerinin, işleyiş ve örgütlenmesinde karşılaştıkları sorunların tespiti ve bunların çözümü için kooperatifleşme yapısı ayrıntılı olarak incelenmesi, konuya ilişkin çözüm önerilerinin getirilmesi amaçlanmaktadır.

Anahtar kelimeler: *Kalkınma, Kooperatif, Kocaeli, Tarımsal, Süt*

Jel Kodları: *Q13, Q19*

The role and importance of cooperatives in rural development: The case of Çavuşlu Agricultural Development Cooperative with Limited Liability

Abstract

In Turkey, the will to have economic development on the basis of democratic and social justice leads to the research of necessary instruments, among which cooperatives play a key role.

The use of cooperatives as a powerful instrument in setting the people who are in majority but economically weak in motion and enabling them to contribute to development becomes more important and is included in development plans.

In Turkey, agricultural enterprises, which comprise the agricultural population, have a crucial role in contributing to national development.

However, in view of the fact that 78.9% of them have a surface area of less than 100 decares, are scattered, and have difficulty in obtaining adequate loans and selling their products at reasonable prices, cooperation increases in importance as an instrument for development, opening the way for solving economic and social problems by mutual assistance.

Agricultural development cooperatives are established in an effort to increase partners' plant, animal and forestry production, engage in procurement, supply, processing, marketing and assessment activities in relation to needs, help them develop both economically and socially, provide a circle of trade, make use of natural resources for increasing economic potential and take measures for the development of handicrafts and domestic crafts as well as agricultural industry.

They take a significant role in protecting the producers and establishments in rural areas.

They are in fact multipurpose cooperatives in that an agricultural development cooperative is capable of performing all activities conducted by different single-purpose cooperatives. 82.5% of agricultural cooperatives in Turkey are agricultural development cooperatives and irrigation cooperatives.

In spite of being many in number, agricultural development cooperatives are small in scale in terms of partnership.

It is possible for family-owned enterprises to procure agricultural input, sell their products at reasonable prices, fulfill their expectations and be sustainable only by means of gathering under the umbrella of agricultural cooperatives.

Therefore, cooperatives are one of the key instruments in rural and economic development.

. Kocaeli, which is a province with the highest national income in Turkey, has a significant place in national economy in terms of contribution to industry and service sectors.

Industry and service sectors predominate the economy of Kocaeli. However, the province has an ecosystem suitable for agricultural production, the basic needs of her rapidly increasing urban population have to be met, and the majority of her sub-districts and villages - comprising 6.35% of the population – make a living from agriculture and stockbreeding. In addition to these, putting forth the situation of agricultural cooperatives, which play an essential role in agricultural development, for consideration makes the subject important.

The Agricultural Development Cooperative of Çavuşlu village located in Derince district of Kocaeli province serves as a model in demonstrating the contributions of cooperatives in rural areas.

In terms of agricultural organization and cooperation, Kocaeli has 16 agricultural credit cooperatives, 4 agricultural sales cooperatives, 8 agricultural associations and 45 agricultural development cooperatives.

As is the case with other provinces of Turkey, the number of agricultural development cooperatives is higher than that of other cooperatives in Kocaeli.

For this reason, an agricultural development cooperative is chosen for case study because the results obtained from the analysis of agricultural development cooperatives are thought to be more significant.

The producers of Çavuşlu village established Çavuşlu Agricultural

Development Cooperative with Limited Liability in 2004 for the purpose of putting the milk they produced to good use.

The cooperative came into operation in 2005 and had 160 members in the year of establishment.

Today, it operates with 138 members.

The producers member to the cooperative are not only from Çavuşlu village but also from neighboring villages.

Çavuşlu Agricultural Development Cooperative operates in the fields of raw milk and cattle feed.

The cooperative sells the milk collected from producers to Güneşoğlu, a contracted company located in Adapazarı district of Sakarya province.

The price paid to producers for milk in August 2017 is 1.041 TL/ liter.

The biggest problem in milk production is high input prices and low sales prices.

The cooperative intends to increase the number of members and, as a result, market more milk. The purpose of this study is to identify the operational and organizational problems encountered by development cooperatives in rural areas, analyze the structure of cooperation in detail and propose solutions.

Keywords: *Development, Cooperative, Kocaeli, Agricultural, Milk*

Jel Codes: *Q13, Q19*

KARLILIK SÜRDÜRÜLEBİLİRLİĞİ VE KARLILIĞI ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN ANALİZİ: BİR KOOPERATİF İŞLETMESİ OLAN KONYA ŞEKER FABRİKASI

Nilgün KİNDİK*
Alper ASLAN**

Özet

Bu çalışmanın amacı firmaların karlılık düzeylerini etkileyen faktörleri açıklamak ve finansal göstergeler ile karlılık değişkenleri arasındaki ilişkilerin ortaya çıkarılmasını sağlamaktır.

Bu çalışmada, İstanbul Sanayi Odasına (İSO) kayıtlı olan ve 1993-2015'e kadar Türkiye'nin birinci 500 büyük sanayi kuruluşları içerisinde yer alan şirketler arasından Konya Şeker Fabrikası incelenmektedir.

Konya Şeker Fabrikası kooperatif işletmeler içinde birinci 500 büyük sanayi kuruluşları arasından yüksek satış ve karlılık kalemlerinde sürekliliğini devam ettiren bir kuruluştur.

Bu yüzden çalışmamızda Konya Şeker Fabrikası incelenmiştir.

İlk olarak değişkenlere ADF ve PP birim kök testi uygulanacaktır.

Serilerin eş bütünleşik olup olmadığı Johansen testiyle, modeldeki katsayı tahmini regresyon yöntemiyle ve değişkenler arasındaki nedensellik analizi ise Granger yöntemiyle test edilecektir.

İşletmeler için en önemli başarı göstergelerinden birisi karlılıktır. Bu yüzden karlılık nedir, karlılığı etkileyen faktörler nelerdir gibi önemli sorular üzerinde durmakta yarar vardır.

** Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniv. İİBF., İktisat Bölümü, Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi*
*** Prof. Dr., Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniv. İİBF., İktisat Bölümü, alperaslan@nevsehir.edu.tr*

Kâr, çok basit görünümlü bir kavram olmasına rağmen günün küresel pazar şartları altında yeterince anlaşılmayan konularından birisidir.

Çünkü günümüzün aşırı karmaşık ve dinamik ekonomik ve iş şartları kârın doğru kavranmasını zorlaştırıyor.

Bilindiği gibi ekonomik kâr, "Kâr = Gelir – Maliyet" gibi basit bir formülle hesaplanır.

İşletmenin sürdürülebilirlik ve büyüme potansiyelini artırma konusunda bu formül bize gerekli ipuçlarını verir.

İşletmenin, müşteriyi tatmin edecek ürün ve hizmet niteliklerinden ödün vermeden kârlılığı yükseltmek için gelirlerini artırırken maliyetini aynı düzeyde tutabilmesi, hatta düşürmesi gerekir.

Ayrıca karlılık işletmelerin başarısını ölçme aracı, verimli çalışanları özendirme aracı, işletmenin varlığını sürdürme aracı, denetleme aracı gibi çok çeşitli yönlerden işletmelere yarar sağlayan ve işletmeleri yönlendiren bir kavramdır.

Firmalar karlılık prensibi üzerine kurulurlar ve firmaların aslında temel amacı kısa vadede aşırı kar elde etmek iken uzun vadede bu karı sürdürülebilir kılmaktır.

Yatırımcılar herhangi bir işletme için yatırım kararı verirken temel anlamda iki unsuru dikkate alırlar.

Bunlardan birincisi yatırım yapılacak firmanın piyasa değeri ile gerçek değeri arasındaki fark, ikincisi ise firmanın karlılık durumudur.

Ancak ikinci unsurda karlılığın sadece yüksek olmasına değil bu karlılığın sürdürülebilir olup olmadığına da bakarak karar verirler.

Kar etmeyen veya rakiplerine oranla daha az kar eden bir firmaya kimse yatırım yapmak istemeyecektir.

Temel amacı kar elde etmek olan firmaların maliyetlerini minimum düzeyde tutmaları ve satış fiyatlarını da maksimum düzeye çıkarmaları gerekir.

Bu amaçla da firmalar en uygun yatırım alanlarına ve üretim

konularına yönelir ve stratejilerini bu yönde belirlerler.

Firmaların en temel hedefi olan karlılığı etkileyen unsurların başında firmanın ihracatı, satışlardaki artışı, katma değeri, sermaye artırımı, kurdaki değişiklikler, pazar payı, kapasite kullanım oranları, toplam kalite yönetimleri gibi kalemler gelmektedir.

Elde edilen bulgulara göre ihracat yapan bir firmanın karlılığı sadece yurt içi pazarda faaliyet gösteren bir firmaya göre karşılaştırılamayacak düzeyde fazladır.

Yapılan bazı çalışmalar sonucunda satışlardaki artışın karlılık üzerinde çok güçlü pozitif bir etkiye sahip olduğuna ulaşılmıştır.

Pazar payı ve karlılık arasındaki ilişkiye baktığımız zaman ise işletmelerin pazar paylarını arttırmalarının; karlılıklarını önemli ölçüde arttırdığı görülmektedir.

Pazar payı büyük ve/veya büyüyen bir işletmenin yatırım karlılığının göreli olarak yüksek olması olağandır.

Pazar payı dediğimiz kavram ise; bir ürünün belirli bir zamanda, belirli bir pazardaki toplam satışlarından tek bir firmanın payına düşen kısım olarak ifade edilebilir.

Karlılığı etkileyen en önemli faktörlerden birisi olan sermaye artırımına baktığımızda sermaye artırımı ile karlılık arasında pozitif bir ilişki olduğu beklenilmektedir.

Finansal sermaye borç ve öz sermaye olarak ayrıldığında karlılıkla öz sermaye finansmanı arasında olumlu ilişki, karlılıkla borç finansmanı arasında ise olumsuz ilişkinin varlığı ortaya çıkar.

Toplam kalite yönetimi ve karlılık ilişkisini incelendiğinde de yapılan araştırmalarda, toplam kalite yönetimi yaklaşımını uygulayan firmaların karlılık düzeylerinin, uygulamayan firmalara göre daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Müşteri isteklerinin belirlenmesi, hatasız ve eksiksiz ürün tasarımı, tedarikçilerin istenilen kalite seviyesine ulaşması, işletme içindeki faaliyetlerde gerekli uyum ve tam katılımın sağlanması, dağıtım kanallarının gerektiği şekilde çalışması gibi performansa direkt olarak etki edebilecek pek çok süreç toplam kalite yönetimi içerisinde yer

almaktadır.

Eğer toplam kalite yönetimi istenilen düzeyde gerçekleştirilebilirse; işletmede çalışanların motivasyonu artırılabilecek, üretim hataları, tamirat ve gereksiz stok gibi nedenlerden kaynaklanan giderler azalacak ve maliyetler düşecektir.

Bu süreç sonucunda da işletmenin verimliliği yükselecek, pazar payı genişleyecek, rekabet gücü ve karlılığı artacaktır.

Anahtar Kelimeler: *Karlılık, Kooperatif İşletmesi, Konya Şeker Fabrikası, Karlılığı Etkileyen Faktörler*

Analysis of Factors Affecting Profitability Sustainability and Profitability:
The Konya Sugar Factory with a Cooperative Operation

Abstract

The purpose of this study is to explain the factors affecting the profitability levels of firms and to find out the relationships between financial indicators and profitability variables.

In this study, Konya Sugar Factory is examined among the companies registered in the Istanbul Chamber of Industry (ISO) and among the first 500 major industrial establishments of Turkey up to 1993-2015.

Konya Sugar Factory is one of the first 500 industrial enterprises among the cooperative enterprises and continues its continuity in high sales and profitability items.

Therefore, Konya Sugar Factory has been studied in our work. In our study, first the ADF and PP unit root test will be applied to the variables.

Whether the cohorts are integrated or not is tested by the Johansen test, the modeled coefficient is estimated by the regression method, and the causality analysis between the variables is tested by the Granger method.

One of the most important success indicators for businesses is

profitability. So, what is profitability, what are the factors that affect profitability, and what are important questions such as what is important.

Profit, despite being a very simple-looking concept, is one of those things that are not well understood under the current global market conditions.

Because today's extremely complicated and dynamic economic and business conditions make it difficult to grasp the profit correctly.

As is known, the economic profit is calculated by a simple formula such as "Profit = Revenue - Cost".

This formula gives us the necessary clues to increase the sustainability and growth potential of the business.

The operator must keep the cost at the same level, or even lower it, while increasing his incomes to raise profitability without compromising the customer's satisfactory product and service qualities.

In addition, profitability is a concept that guides businesses in a variety of ways, such as measuring the success of businesses, promoting productive employees, maintaining an entity's presence.

Firms are based on profitability principle and companies are making profit profitable in the long run while making profits in profits in short term.

When investors make investment decisions for any business, they take into account two basic elements.

The first is the difference between the market value and the real value of the company to be invested, and the second is the profitability of the company.

However, the latter does not only determine profitability to be high, but also to determine whether profitability is sustainable.

No one will want to invest in a company that does not profit or profit less than its competitors.

It is necessary to keep the costs of firms with a basic profit to a minimum and to maximize sales prices.

For this purpose, firms tend towards the most suitable investment areas and production subjects and determine their strategies accordingly.

The main items that affect the profitability of the firms are the company's exports, sales increase, value added, capital increase, exchange rate, market share, capacity utilization rates, total quality management.

According to the findings, the profitability of an exporting firm is more than comparable to a company operating in the domestic market.

As a result of some studies, the increase in sales has reached a very strong positive effect on profitability.

When we look at the relationship between market share and profitability, it is important that firms increase their market share; It seems that they have significantly increased their profitability.

Market share is that the investment profitability of a large and / or growing business is relatively high.

The concept of market share is; A product can be expressed as a fraction of a single firm's total sales at a given time in a given market. When we look at capital increase, which is one of the most important factors affecting profitability, we see that there is a positive relation between capital increase and profitability.

When financial capital is separated as debt and equity, there is a positive relationship between profitability and equity financing, and a negative relationship between profitability and debt financing.

While we examined the relationship between total quality management and profitability, it was also found that the profitability levels of firms applying the total quality management approach were higher than the firms that did not implement the total quality management approach.

Many processes that can directly affect performance such as determining customer requests, designing faultless and complete products, reaching the desired quality level of suppliers, ensuring the necessary harmonization and full participation in the activities within

the enterprise, and operation of distribution channels as required, are included in total quality management.

If total quality management can be achieved at the desired level, The motivation of the employees in the business can be increased, costs caused by reasons such as production faults, repairs and unnecessary stocks will decrease and the costs will decrease.

As a result of this process, the productivity of the business will increase, market share will expand, competitiveness and profitability will increase.

Keywords: *Profitability, Cooperative Operation, Konya Sugar Factory, Factors Affecting Profitability*

Kongre Programı

22. MİLLETLERARASI TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KONGRESİ
5-7 Ekim 2017
KAPADOKYA/NEVŞEHİR
22ND INTERNATIONAL TURKISH COOPERATİVE CONGRESS
October 5-7, 2017
CAPPADOCIA/NEVŞEHİR

Sosyal Ekonomik Ağlar: Küresel Değişim için İşbirliği

1.Gün | Day 1 5 Ekim 2017/Perşembe|October 5th, 2017/Thursday	
10:00-10:30	**Kayıt** | Registration
10:30-11:00	**Kahve Molası** | Coffee Break
11:00-12:30	**AÇILIŞ KONUŞMALARI** | OPENING SPEECHES
Karavezir Salonu 12:30-14:00	**Karavezir** Hall **Öğle Yemeği** | Lunch

SALON 1 **14:00-15:30** **REFİK BAŞARAN SALONU**	**I OTURUM :** *Sosyal Ekonomi Ağları ile Yönetim, Pazarlama Ve Strateji Oluşturma* **Oturum Başkanı:** Prof.Dr. Ayhan Tan
	Ertuğrul Güreşci Türkiye'de Kooperatiflerin Temel Sorunları Ve Çözüm Önerileri Üzerine Düşünceler The Thoughts On Solition Suggestions And Main Problems Of The Cooperatives In Turkey **Kadir Doğan** İstanbul İli Su Ürünleri Kooperatiflerinin Yönetim Ve Organizasyon Yapısı Management And Organization Structure Of Fisheries Cooperatives In İstanbul **Bakiye Kılıç Topuz Mehmet Bozoğlu** Güncel Gelişmeler Kapsamında Türkiye'deki Çiftçi Örgütlerine Yönelik Mevzuatın Değerlendirilmesi **Elif Gül Köse Fatih Cemil Özbuğday** Tarımsal Kooperatiflerin Dönüşümünde Son Aşama: Yeni Nesil Mega Kooperatifçilik The Last Stage In The Transformation Of Agricultural Cooperatives: The New Generation Mega Cooperatives **Muharrem Çetin** Kooperatif Kuruluşlarında İşbirliğinin Sağlanmasında İletişimin Rolü
SALON 2 **14:00-15:30** **HAKKI ATAMULU SALONU**	**I OTURUM :** *İnovasyon Ve Girişimciliğin Sosyal Ekonomik Ağlar Üzerinde Etkisi* **Oturum Başkanı:** Prof.Dr. Mehmet Arslan
	Gibran Rivera Li Xuguang Gabriela Medina Tapia Social media tools: fostering collaboration, knowledge transfer and innovation within cooperatives **Bernard Thiry** The International Center of Research and Information on the Public, Social and Cooperative Economy (CIRIEC), a network to better understand and promote the social economy and cooperative entrepreneurship **Vamesu Ancuta** Transformation and dynamics of cooperatives in European post-communist countries: the case of Romania The role of cooperative networks
SALON 3 **14:00-15:30** **AVANOSLU SELAHATTİN SALONU**	**I OTURUM :** *Bilgi Hareketliliği, Transferi Ve Eğitiminde Kolektif Hareketlerin Etkisi* **Oturum Başkanı:** Prof.Dr. Nurettin Parıltı
	Mehmet Baş Selin Göral Tüketicilerin Perakende Markalarına Bakışı; Kooperatif Marka Örneği The View of Consumers to Retail Brands; An Example of A Cooperative Brand **Cemalettin Aktepe Hilal Sadet Çiftci** İnovasyon Ve Girişimciliğin Sosyal Ekonomik Ağlar Üzerindeki Etkisi: Türkiye'de Faaliyet Gösteren Kooperatiflerin İnovasyon Yetenekleri Üzerine Bir Araştırma The Impact Of Innovation And Entrepreneurship On Social Economic Networks: A Research On Innovation Capabilities Of Cooperatives Operating In Turkey **Asude Yasemin Zengin Elif Boduroğlu** Oyunlaştırma Uygulamalarına İlişkin Tutum Ve Ağızdan Ağıza İletişim Eğilimleri: Demografik Özelliklere Göre Bir İnceleme Attitude And Word Of Mouth Intensions Regarding Gamification: An Investigation On Demographics **Mustafa Ünsalan** C Kuşağına Yönelik Müşteri Elde Tutma Stratejileri Customer Retention Strategies for Generation C
15:30-16.00	Kahve Molası | Coffee Break

SALON 1 **16:00-17:30** **REFİK BAŞARAN SALONU**	**II OTURUM :** *Sosyal Ekonomi Bölgesel Gelişimi İçin Ağlar* **Oturum Başkanı:** Prof.Dr. Ganite Kurt **Hasan Hüseyin Şen** Gıda Fiyatları Ve Fiyatlar Genel Düzeyi İlişkisi / Food Prices And Overall Price Level Relevance **Sezer Bozkuş Kahyaoğlu Prof. Dr. Ganite Kurt** Kooperatiflerde Modern Denetim Tekniklerinin Uygulanması / Implementation Of Modern Auditing Techniques For Cooperatives **Gülfiz Ergin Demirdağ Ahmet Demirdağ Enver Aydoğan** Toplumsal Cinsiyet Çıkmazında Kadın Kooperatifleri / Women's Cooperatives In The Gender Impasse Sezer Bozkuş Kahyaoğlu Yapı Kooperatiflerinde Kurumsallaşma Süreci: Kuyaş Örneği / Governance Process At Building Cooperatives: The Case Of Kuyas **Furkan Kayhan Cemil Şenel Abdurrahman Okur** Türkiye'de Ürün İhtisas Borsacılığı Ve Lisanslı Depoculuk Sistemi / Product Specialized Stock Exchange And Licensed Warehousing System In Turkey
SALON 2 **16:00-17:30** **HAKKI ATAMULU SALONU**	**II OTURUM :** *İnovasyon Ve Girişimciliğin Sosyal Ekonomik Ağlar Üzerinde Etkisi* **Oturum Başkanı:** Doç.Dr. Mehmet Baş **Ayten Esra Zeyrek Memnune Sıla Ültanır** Sürdürülebilir Kalkınma İçin Çiftçiliğin Özendirilmesi Ve Tarımsal Örgütlenmenin Önemi:Türkiye'deki Kooperatifçilik Uygulamalar Encouragement Of Farming And Importance Of Agricultural Organization For Sustainable Development: Cooperative Practices In Turkey **Sinem Canol Pelin Vardarlier** Özel Hastanelerde Çalışan Sağlık Personelinin Kurumlarında Uygulanmakta Olan Performans Değerlendirme Sistemlerine Duydukları Memnuniyet Ve Bir Örnek Uygulama | Satisfaction With Performance Evaluation Systems Applied To Health Personnel Working In Private Hospitals And An Example Application **Gülfiz Ergin Demirdağ Ahmet Demirdağ** Kalıpyargıları Çevrimiçi Yıkanlar: Sosyal Medya'da Kadın Girişimciler | Overthrowing Stereotypes Online: Women Entrepreneurs In Social Media **Metin Kaplan Hatice Uçak** Psikolojik Sermayenin İş Erteleme Davranışı Üzerindeki Etkisi; Hemşireler Üzerinde Bir Araştırma The Impact Of Psychological Capital On Job Postponement Behavior; A Research On Nurses **Hayati Başaran Burçin Başaran** Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinde Hayvansal Üretim Ve Hayvansal Ürünler Ticaretinin İncelenmesi Investigation Of Animal Production And Animal Products Trade In Turkish Republic Of Northern Cyprus
SALON 3 **16:00-17:30** **AVANOSLU SELAHATTİN SALONU**	**II OTURUM :** *Bilgi Hareketliliği, Transferi Ve Eğitiminde Kolektif Hareketlerin Etkisi* **Oturum Başkanı:** Doç. Dr. Nuri Özgür Doğan **Ebru Özer Murat Topaloğlu** Türkiye'de Kadın Girişimci Kooperatifleri: Bacıyanı Örneği | Women Entrepreneur Cooperatives in Turkey: The Example of the Bacıyanı **Filiz Kınıklı Ayşe Uzmay Murat Yercan Muhammed Zeytin H. Can Demirkaya** Pamuk Üreticilerinin Mevcut Örgütlenme Durumları Ve Örgütlenmeye Bakış Açılarının Belirlenmesi: Aydın İli Örneği Determining The Current Organizations Of Cotton Farmers And Their Aspects Of Organization: A Case Of Aydin **Metin Kaplan Nilüfer Şahin Perçin Eda Özgül Katlav** İşe Adanmışlığın Demografik Özellikler Açısından Analizi | An Analysis Of Work Engagement In Terms Of Demographic Variables **Ali Erbaşı Şükran Güngör Tanç Abdurrahman Gümrah** Sürdürülebilir Kalkınmaya Yönelik Bilgi, Tutum Ve Davranış Düzeyinin Ölçülmesi: Nevşehir Tarım Kredi Kooperatifi Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma | Measurement Of Knowledge, Attitude And Behavior Levels On Sustainable Development: A Study On Nevşehir Agriculture Credit Cooperative Staff **Gökhan Eşel** Küresel Değişim İçin İşbirliğine Bir Örnek: İsveç Uluslararası Kalkınma Ajansı'nın Türk Kadın Kooperatifçilere Desteği | An Example Of Collaboration For Global Change: Swedish International Development Agency's Support Of The Turkish Women Cooperatives
19:30	Gala Yemeği | Gala Dınner

2.Gün|Day 2 6 Ekim 2017/Cuma | October 6th, 2017/Friday

SALON 1 **9:00-10:30** **REFİK BAŞARAN SALONU**	**III OTURUM :** *Ağlar, Yönetişim ve Kamu Politikası* **Oturum Başkanı:** Doç.Dr. Serdar Öztürk
	Hayati Başaran Serkan Birinci Yatırım Sermayesi Ediniminde Kooperatiflerin Önemi | The Importance Of Cooperatives In Investment Capital Accumulation **Şahnaz Koçoğlu Cihat Erbil** Kooperatiflerin Finansmanında Alternatif Bir Yöntem Olarak Kitlesel Fonlama (Crowd Funding): Kapsayıcı İşletmecilik (Inclusive Business) Becerileri Üzerinden Bir Değerlendirme Crowd Funding As An Alternate To Conventional Financing For Cooperatives: An Evaluation Through Inclusive Business Capabilities **Sibel Bilgin Vildan Hilal Akçay** Sürdürülebilir Kalkınma Politikasında Yenilenebilir Enerji Kooperatiflerine Yönelik Finansal Ve Vergisel Teşviklerin Rolü | The Role Of Financial And Taxational Incentives In Renewable Energy Co-Operatives On The Policiy Of Sustainable Development **Tuğba Koyuncu Alper Aslan** Sürdürülebilir Yüksek Büyüme İçin Yurtiçi Tasarrufların Önemi | The Importance Of Domestic Savings For Sustainable High Growth | **Fetullah Akın** Etkin Piyasa Hipotezi ve Gelişmiş Borsalar Üzerine Bir Uygulama: Panel Veri Analizi | Efficient Market Hypothesis And An Application On Developed Stock Markets: Panel Data Analysis
SALON 2 **9:00-10:30** **HAKKI ATAMULU SALONU**	**III OTURUM :** *Sürdürülebilir Gelişim için Kooperatifçilik* **Oturum Başkanı:** Prof.Dr.Adnan Çelik
	Yasemin Memioğlu Türk Kooperatifçiliğinin Dönemsel Analizi (1950-1960 Dönemi) | Periodical Analysis Of Turkish Cooperation (1950-1960 Period) **Sait Engindeniz Duygu Aktürk A.Ferhan Savran Nedim Koşum Turgay Taşkın Harun Kesenkaş Mukadderat Gökmen Ayşe Uzmay Görkem Öztürk** İzmir, Çanakkale Ve Balıkesir İllerinde Keçi Yetiştiriciliği Yapan İşletmelerin Damızlık Koyun Ve Keçi Yetiştiricileri Birliğinin İşlevleri Üzerine Görüş Ve Beklentileri | The Opinions And Expectations Of Goat Farms In İzmir, Çanakkale And Balıkesir Provinces About The Functions Of Sheep And Goat Breeders' Associations **Sait Engindeniz Filiz Kınıklı Mine Burhan Cansu Çelik Görkem Öztürk** İzmir'de Kooperatif Ortağı Olan Konvansiyonel Süt Sığırcılığı İşletmelerinin Organik Süt Üretme Eğilimleri | Tendencies Towards Organic Milk Produce Of Conventional Dairy Cattle Farms As Member Of Cooperatives In Izmir **Nuri Özgür Doğan Yusuf Ersoy** Zeytin Ve Zeytinyağı Alan Tarım Satış Kooperatifleri Birliklerinde VZA İle Etkinlik Ölçümü: Marmarabirlik Örneği | Efficiency Measurement In The Agricultural Sales Cooperative Unions Receiving Olive And Olive Oil Via Dea: A Case Study In Maramarabirlik **Aydın Gürel Ebru Irmak** Sosyal Ekonomik Ağ Açısından Enerji Üreten ve Tüketen Kooperatif Modeli | Cooperative Model of Energy Producing and Consuming in Terms of Social Economic Network
SALON 3 **9:00-10:30** **AVANOSLU SELAHATTİN SALONU**	**III OTURUM :** *Sermaye Piyasası Ve Sermaye Ediniminde Erişim Zorlukları* **Oturum Başkanı:** Prof. Dr. Tahir Akgemci
	Aysel Gamze Yücel Işıldar İklim Değişikliğini Önleme Ve Adaptasyon İçin Bir Model: "Çevresel Yönetişim" | A Model For Mitigation And Adaptation To Climate Change: "Environmental Governance" **Bahar Aşçı** Stratejik Planlama Sorunsallarına Sistem Yaklaşımı Çerçevesinde Cevap Arayışı | Seeking an Answer in the Framework of the System Approach to the Problems of Strategic Planning **Hakan Reyhan Ayşen Satır Reyhan** Ekolojik Krize Bir Çözüm Aracı Olarak Sürdürülebilir Tarım ve Kooperatif Örgütlenme | A Solution to The Ecological Crisis As a Tool For Association of Sustainable Agriculture and Cooperatives **Okan Fidanlı Sinan Şekeroğlu Kadir Özer** Avrupa Birliği'nde Tarımsal Örgütlenme: Avrupa Birliği Tarım Kooperatifleri Konfederasyonu (Cogeca) Ve Türkiye İçin Öneriler | Agricultural Organization In The European Union: Confederation Of European Union Agricultural Cooperatives (Cogeca) And Recommendations For Turkey **Hasan Mutlu** Tarım Kredi Kooperatiflerinin Sermaye Birikimine Etkileri (Atatürk Dönemi 1935-1938) | The Effects Of Agriculture Credit Cooperatives To Capital Association (Ataturk 'S Period 1935-1938)
10:30-11.00	Kahve Molası | Coffee Break

SALON 1 **11:00-12:30** **REFİK BAŞARAN SALONU**	**4.OTURUM :** *Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi* **Oturum Başkanı:** Doç.Dr. Hakan Vahit Erkutlu
	Yusuf Ersoy Süleyman Gökçe Tuğce Hanim Ersoy Tarımsal Ürünlerdeki Kalıntı Pestisit Analizlerinin Tarım Satış Kooperatifleri Açısından Önemi | Importance Residual Pesticide Analysis In Agricultural Products For Agricultural Sales Cooperatives **Filiz Kınıklı Cem Çıkıkçı Murat Yercan Yunus Emre İnce** Ortakların Kooperatif Hizmetlerinden Memnuniyet Durumlarının İncelenmesi: İzmir İli Gödence Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Örneği | A Research On Members' Satisfaction For Cooperative Services: A Case On Gödence Rural Development Cooperative **Elif Taşdelen Haşim Özüdoğru** Kooperatiflerde Üst Örgütlenme Ve Denetimin Pazarlama Faaliyetleri Açısından Değerlendirilmesi | Upper Organization And Audit In The Cooperatives Are Evaluated In Marketing Activities **Ahmet Bahadır Şimşek Tuğce Şimşek** Sürdürülebilir Gelişim İçin Kooperatifçilik Faaliyetlerinde Yöneylem Araştırması **Ebru Irmak Aydın Gürel** Girişimcilik ve Kooperatiflerde Tarımsal Yayımın Mevcut Durumu | Current Situation of Agricultural Extension in Entrepreneurship and Cooperatives
SALON 2 **11:00-12:30** **HAKKI ATAMULU SALONU**	**4.OTURUM :** *Beşeri Sermaye Ve Uzmanlık Temelli İşgücü Planlaması* **Oturum Başkanı:** Doç.Dr. Serap Çoban
	Yeter Demir Uslu Şeyda Dündar Ege İnovasyon Ve Girişimciliğin Sosyal Ekonomi Ağları Üzerinde Etkisi The Effects Of Innovation And Entrepreneurship On Social Economic Networks **Mustafa Tahiroğlu Ali Meydan** Okul Kooperatifçilik Çalışmalarının Öğrencilerin Girişimcilik Becerileri Ve Girişimci Kişilik Özellikleri Açısından Değerlendirilmesi **Ayşe Gökçen Kapusuz Mustafa Fedai Çavuş** Eskiden Yeni Bir Kavram: Yeşil (Eko) Girişimcilik New Concept From The Past: Green (Eco) Entrepreneurship **Mehmet Güneş** Sosyal Sorunların Yönetim Ve Çözümünde Geleceği Şekillendirmek: Sosyal Girişimci Kooperatifçilik Ve Avrupa Girişimcilik Ağı Örneği Shaping The Future At The Management And Solution Of Social Problems: Social Entrepreneur Cooperatives And The Example Of Enterprise Europe Network
SALON 3 **11:00-12:30** **AVANOSLU SELAHATTİN SALONU**	**4. OTURUM :** **Oturum Başkanı:** Doç.Dr. Hasan Yaylı
	Yeter Demir Uslu Erman Kedikli Sürdürülebilir Kalkınmada Yenilenebilir Enerji Kooperatiflerinin Türkiye Açısından Rolü Ve Önemi The Role And Importance Of Renewable Energy Cooperatives Over Sustainable Development In Terms Of Turkey **Selma Aytüre** Avrupa Birliği'nin Arıcılık Ve Bal Politikası (Sürdürülebilir Kooperatifçilik Bağlamında Türkiye İçin Bir Değerlendirme) European Union's Beekeeping And Honey Policies (Evaluation For Turkey In The Context Of Sustainable Cooperatives) **Süleyman Akdemir** Dünyada Ve Türkiye'de Sağlık Kooperatiflerine Stratejik Bakış | A Strategic View Of Health Co-Operatives Globally And In Turkey **İmam Bakır Kanlı** Etkin, Verimli Ve Sürdürülebilir Bir Kooperatifçilik İçin Temsilcilik Ve Tahkim Kurumlarının Önemi The Importance Of Representation And Arbitration Insitutions For An Efficient And Sustainable Cooperative System **Hasan Yaylı Sinan Avan** Türkiye'de Konut Politikalarının Konut Kooperatifçiliği Üzerine Etkileri Ve Konut Kooperatiflerinin Konut Üretimindeki Rolü Üzerine Bir İnceleme A Study On The Effects Of Housing Policies On Housing Cooperation In Turkey And The Role Of Housing Cooperation On Housing Production
12:30-14.00	Öğle Yemeği | Lunch

SALON 1 **14:00-15:30** **REFİK BAŞARAN SALONU**	**5 OTURUM :** *Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi* **Oturum Başkanı:** Doç.Dr. Cemalettin Aktepe **Metin Kaplan Havva Göker** Duygusal Zekânın İç Girişimcilik Performansı Üzerindeki Etkisi **Esra Baytören Yeter Demir Uslu** Türkiye'de Kooperatiflerin Ar-Ge Ve İnovasyon Stratejileri: Ab Ülkeleri Üzerine Bir Karşılaştırma | R & D And Innovation Strategies Of Cooperatives İn Turkey: A Comparison On Eu Countries **İsmail Gökdeniz Çağlar Karaman** Küçük Sanayi İşletmelerinde Çırak-Kalfa-Usta Temini Üzerine Uygulamalı Bir Araştırma | An Applied Research On Apprentice-Foreman-Master In Small Industry Enterprises **Ethem Merdan Himmet Karadal** Sosyal Sermaye Hizmet İnovasyon Davranışı ve İç Girişimcilik Arasındaki İlişkinin İncelenmesi | Investigation of the Relationship Between Social Capital Service Innovation Behavior and Intrapreneurship
SALON 2 **14:00-15:30** **HAKKI ATAMULU SALONU**	**5 OTURUM :** *Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi* **Oturum Başkanı:** Dr. Hayati Başaran **Fatih Özden Fazıl Akın Olgun** Kırsal Kalkınmada Yerel Yönetimler İle Üretici Örgütlerinin İşbirliği Olanakları Üzerine Bir İnceleme: İzmir İli Örneği | A Review On Cooperation Possibilities Of Local Governments And Producer Organizations For Rural Development: The Case Of İzmir Province **Abdullah Çifci** Kooperatifler Arası İşbirliği İlkesi Çerçevesinde Türkiye'de Tarımsal Kooperatiflerin Üst Örgütlenmesinin Uluslararası Örnekler Işığında İncelenmesi **Sylvia Monique De Rooij Seyfi Özgüzel Kamil Ufuk Bilgin** Türk Kooperatif Yönetim Performansına Etkisi Açısından Toplumsal İletişim Ağı Kooperatifçilikte Hollanda Örneği "Nautilus" | On The Effect Of Turkish Cooperative Management Performance Community Communication Network Netherlands Example In Co-Operativism "Nautilus" **Bilge Meydan** Smaa Yöntemi İle İllerin Finansal Başarı Sırasının Belirlenmesi Ve Kooperatifçilik Faaliyetlerine Kaynak Oluşturulması Üzerine Bir Uygulama | An Application Of Ranking Turkish Provinces' Financial Potential With Smaa Method To Instruct Cooperativity **Meltem Keskin Köylü** Kooperatiflerin Finansal Sorunları ve Finansal Yönetimi | Financial Problems and Management of Cooperatives
SALON 3 **14:00-15:30** **AVANOSLU SELAHATTİN SALONU**	**5 OTURUM :** *Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi* **Oturum Başkanı:** Doç.Dr. Turhan Çetin **Görkem Öztürk Sait Engindeniz Önder Volkan Bayraktar** Türkiye'de Örtü Altı Domates Üretimi Ve Pazarlamasındaki Gelişmeler Ve SWOT Analizi | Developments In Production And Marketing Of Greenhouse Tomato In Turkey And Swot Analysis **Tuğçe Şimşek Ahmet Bahadır Şimşek** Kooperatifçilik Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi Ve Resmi Raporlar Doğrultusunda Güncel Tez Konularının Belirlenmesi | Bibliometric Analysis Of The Graduate Thesis Conducted On Cooperatives And Determination Of Current Thesis Topics In Line With Official Report **Ufuk Kaya** Türkiye'de Sigorta Kooperatiflerinin Ve Ortaklarının Vergilendirilmesinin İncelenmesi | Examination Of Taxation Of Insurance Cooperatives And Members In Turkey **Fazıl Akın Olgun Onur Terzi** Türkiye'de Bankaların Tarımsal Kooperatiflere Sunduğu Finansal Kaynaklar, Bunların Değerlendirilmesi ve Bu Kaynakların İyileştirilmesine Yönelik Öneriler | Financial Resources Offered by Banks to Agricultural Cooperatives and Suggestions for Improving These Financial Resources
15:30-16.00	Kahve Molası | Coffee Break

SALON 1 **16:00-17:30** **REFİK BAŞARAN SALONU** **SALON 2**	**6.OTURUM :** *Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi* **Oturum Başkanı:** Prof.Dr. Şevki Özgener **Belgin Aydıntan Halil İyidemirci** Çalışan Motivasyonu, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ve İşten Ayrılma Niyeti İlişkisi; Ankara Ostim Organize Sanayi'nde Bir Araştırma | The Relationship Between Workers Motivation, Organizational Citizenship Behaviours And Intention To Quit: A Research In Ankara Ostim Industrial Cluster **Adnan Çelik Ahmet Gözen** Geleneksel Ve Öğrenen Organizasyonların Öğrenme Boyutu Açısından Karşılaştırılması | Comparison Of Traditional And Learning Organization In Terms Of Learning Dimension **Tahir Akgemci Esra Yıldız** Çok Ortaklı Örgüt Formu Ve İslami Holdingler: Nasıl Patlama Yaşandı, Neden Düşüşe Geçti? | Multi-Player Organization Form And Islamic Holdings: How Was Booming Experienced? Why Did They Go Into A Decline? **Nuri Özgür Doğan Yusuf Ersoy** Uşak İlinde Faaliyet Gösteren Tarımsal Kalkınma Kooperatiflerinin SWOT Analizi | SWOT Analysis Of Agricultural Development Cooperatives That Operate In Province Of Uşak **Aykut Göksel Muhammet Burak Delibaş** Duygusal Zekâ Ve Problem Çözme Yeteneği İlişkisi: Ankara İnşaat Malzemesi Sektöründe Bir Uygulama | The Relationship Between The Emotional Intelligence And The Problems Solving Skill: An Application On The Construction Sector
16:00-17:30 **HAKKI ATAMULU SALONU**	**6. OTURUM :** *Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi* **Oturum Başkanı:** Doç.Dr. Muharrem Çetin **Nurgün Komşuoğlu Yılmaz** Yatırım Kararlarının Verilmesinde Psikolojik Faktörlerin Etkisinin Davranışsal Finans Açısından Genel Bir Değerlendirilmesi | A General Evaluation Of The Impact Of Psychological Factors On Investment Decisions In Terms Of Behavioral Finance **Alptekin Sökmen Emre Burak Ekmekçioğlu** Kariyer Tatmini Ve Algılanan Örgütsel Destek İlişkisi: Görgül Bir Araştırma | The Relationship Between Career Satisfaction And Perceived Organizational Support: An Empirical Study **Aybala Demirci Aksoy Gülay Günay** Türkiye'de Kadın Kooperatifçiliği | Women's Co-operatives in Turkey **Işıl Gürbüzer Cihan Tanrıöven Haşim Özüdoğru Furkan Yıldırım** Türkiye'de Kadın Kooperatifleri Ve Sermaye Ediniminde Karşılaştıkları Zorlukların Çözülmesinde Mikrofinans Önerisi | Women Cooperatives In Turkey And For Resolving Challenges Of Their Capital Acquisition Microfinance Suggestion **Enver Aydoğan Emre Burak Ekmekçioğlu Zafer Erol** Kişisel Ağ Ve Grup Üyeliğinin Bilgi Paylaşımındaki Rolü | The Role Of Personal Network And Group Membership In Knowledge Sharing
SALON 3 **16:00-17:30** **AVANOSLU SELAHATTİN SALONU**	**6. OTURUM :** *Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi* **Oturum Başkanı: Prof.Dr. Kamil Ufuk Bilgin** **Erdal Ünsalan Mustafa Ünsalan** Yer Markalamada Ortak Marka Oluşturma Üzerine Bir Araştırma | A Research on Co-Branding in Place Branding | **Selma Kalyoncuoğlu Emel Faiz** Tekno-Girişim Sermayesi Desteği Hibe Programının Sosyal Pazarlama Karması Açısından İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma | A Study On The Investigation Of Techno-Initiative Capital Support Grant Program In Terms Of Social Marketing Mix **Hazal Oğuz Oğuz Mete** Kooperatiflerde Markalaşma Ve Tüketici-Kooperatif Ürünleri İlişkisi: Torku Örneği | Branding In Cooperatives And Relationship Between Consumer-Coopeative Products: Torku Case **Bahar Aydın Can Sait Engindeniz Onur Can** Kırsal Kalkınmada Kooperatiflerin Rolü Ve Önemi; SS Çavuşlu Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Örneği | The Role Of Cooperatives And Importance In Agricultural Development; S.S. Çavuşlu Agricultural Development Cooperative Sample **Nilgün Kindik Alper Aslan** Karlılık Sürdürülebilirliği ve Karlılığı Etkileyen Faktörlerin Analizi: Bir Kooperatif İşletmesi Olan Konya Şeker Fabrikası | Analysis of Factors Affecting Profitability Sustainability and Profitability: The Konya Sugar Factory with a Cooperative Operation
17:30-18.00 **19.30**	Kapanış | Closıng Akşam Yemeği | Dınner

ONUR KURULU

Prof. Dr. Ali Fuat ERSOY - Türk Kooperatifçilik Kurumu Başkanı

Prof. Dr. Mazhar BAĞLI - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Rektörü

Prof. Dr. Bernard THIRY - CIRIEC Başkanı

BİLİM KURULU

Prof. Dr. Abdullah KARAKAYA - Karabük Üniversitesi

Prof. Dr. Adem KALÇA - Karadeniz Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Adnan Çelik - Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Ahmet BAYANER - Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Ahmet NAZLIGÜL - Celal Bayar Üniversitesi

Prof. Dr. Ahmet ÖZÇELİK - Ankara Üniversitesi

Prof. Dr. Ali KAYA - Nuh Naci Yazgan Üniversitesi

Prof. Dr. Alper ASLAN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Alptekin SÖKMEN - Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Aykut BEDÜK - Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Birsen ŞAHİN - Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Burhan AYKAÇ - İstanbul Gelişim Üniversitesi

Prof. Dr. Cahit GELEKÇİ - Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Emine KILAVUZ - Nuh Naci Yazgan Üniversitesi

Prof. Dr. Emir ERDEN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Fahri Yavuz - Atatürk Üniversitesi

Prof. Dr. Ferit KULA - Erciyes Üniversitesi

Prof. Dr. Gökhan ÖZER - Gebze Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. Hikmet KAVRUK - Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Himmet KARADAL - Aksaray Üniversitesi

Prof. Dr. İrfan ÇAĞLAR - Hitit Üniversitesi

Prof. Dr. İlhan ÖZTÜRK - Çağ Üniversitesi

Prof. Dr. İsmail DURMAZ - Yıldız Teknik Üniversitesi

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ - İstanbul Gelişim Üniversitesi

Prof. Dr. Kadir ARICI - Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Lokman ÇİLİNGİR - 19 Mayıs Üniversitesi

Prof. Dr. Nevzat AYPEK - Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Nezir KÖSE - Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Nisfet UZAY - Erciyes Üniversitesi

Prof. Dr. Nurettin PARILTI - Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Orhan ÇOBAN - Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Rafet AKTAŞ - Yıldırım Beyazıt Üniversitesi

Prof. Dr. Rıfat IRAZ - Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Seyhan TAŞ - Sütçü İmam Üniversitesi

Prof. Dr. Şaban UZAY - Erciyes Üniversitesi

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ - Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Vahit DOĞAN - Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Vedat CEYHAN - 19 Mayıs Üniversitesi

Doç. Dr. Ahmet TANÇ - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Ali DEĞİRMENDERELİ - Erciyes Üniversitesi

Doç. Dr. Ali MEYDAN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Aykut GÖKSEL - Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Belgin AYDINTAN - Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Feride Bahar KURTULMUŞOĞLU - Başkent Üniversitesi

Doç. Dr. Hakan Vahit ERKUTLU - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. İbrahim İLHAN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Metin KAPLAN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Mustafa Fedai ÇAVUŞ - Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi

Doç. Dr. Oğuz ÖCAL - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. N. Özgür DOĞAN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Serap ÇOBAN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Serdar ÖZTÜRK - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Suzan ÇOBAN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Yeter Demir USLU - Medipol Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Aylin ALKAYA - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Gökhan SEÇME - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. İlhan GÜLLÜ - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Mehmet BİÇKES - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Bernard THIRY - CIRIEC Başkanı

Prof. Dr. Juhani LAURİNKARİ - Kuopio Üniversitesi - Finlandiya

Prof. Dr. K. RAVİNDİAN - Ulusal Tarım Koop. Birliği - Hindistan

Prof. Dr. Jouse Luis Monzon CAMPOS - CIRIEC - İspanya

Prof. Dr. Maria J. BOUCHARD - CIRIEC - Canada

Dr. Klaws ELDMAN - Berlin Üniversitesi - Almanya

Mounir SHAARAWY - Üretim Koop. Birliği - Mısır

Christine DUSHARD - CIRIEC - Belçika

Barbara SAK - CIRIEC - Belçika

DÜZENLEME KURULU

Prof. Dr. Alper ASLAN - alperaslan@nevsehir.edu.tr

Prof. Dr. Enver AYDOĞAN - aydogan@gazi.edu.tr

Prof. Dr. Mehmet ARSLAN - mehars@gazi.edu.tr

Doç. Dr. Abdulkadir UZUNÖZ - a.uzunoz@nevsehir.edu.tr

Doç. Dr. Cemalettin AKTEPE - caktepe@gazi.edu.tr

Doç. Dr. Mehmet BAŞ - mbas@gazi.edu.tr

Doç. Dr. Metin KAPLAN - mkaplan@nevsehir.edu.tr

Doç. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ - sgungor@nevsehir.edu.tr

Doç. Dr. Turhan ÇETİN - turhan@gazi.edu.tr

Araş.Gör. Emre Burak Ekmekçioğlu - emreburakekmekcioglu@gazi.edu.tr

Araş.Gör. Gülfiz Ergin Demirdağ - gulfizergin@gazi.edu.tr

Araş. Gör. Mücahit Burak ÜNLÜÖNEN - burakunluonen@gazi.edu.tr

KONGRE ANA TEMASI

SOSYAL EKONOMİK AĞLAR: KÜRESEL DEĞİŞİM İÇİN İŞBİRLİĞİ

Bildiri Başlıkları:

Sosyal Ekonomi Ağları ile Yönetim, Pazarlama Ve Strateji Oluşturma

İnovasyon Ve Girişimciliğin Sosyal Ekonomik Ağlar Üzerinde Etkisi

Bilgi Hareketliliği, Transferi Ve Eğitiminde Kolektif Hareketlerin Etkisi

Sosyal Ekonomi Bölgesel Gelişimi İçin Ağlar

Ağlar, Yönetişim ve Kamu Politikası

Sürdürülebilir Gelişim için Kooperatifçilik

Sermaye Piyasası Ve Sermaye Ediniminde Erişim Zorlukları

Kooperatifler Arası İşbirliklerinin Teşvik Edilmesi

Beşeri Sermaye Ve Uzmanlık Temelli İşgücü Planlaması

DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. Adnan TEPECİK - Başkent Üniversitesi

Prof. Dr. Ali Fuat ERSOY - Karabük Üniversitesi

Prof. Dr. Alper ASLAN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Burhan AYKAÇ - İstanbul Gelişim Üniversitesi

Prof. Dr. Enver AYDOĞAN - Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Hikmet KAVRUK - Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ - İstanbul Gelişim Üniversitesi

Prof. Dr. Mehmet ARSLAN - Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Nail ÖZTAŞ - Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Nevzat AYPEK - Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Nurettin PARILTI - Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Abdülkadir UZUNÖZ - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Hasan YAYLI - Kırıkkale Üniversitesi

Doç. Dr. Haşim ÖZÜDOĞRU - Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Mehmet BAŞ - Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Metin KAPLAN - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ - Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Doç. Dr. Turhan ÇETİN – Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Muharrem ÇETİN - Gazi Üniversitesi

Doç. Dr. Serdar SAĞLAM - Gazi Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Abdurrahman OKUR - Gazi Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Kadir ÖZER - Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Bernard Thiry - CIRIEC

Barbara SAK - CIRIEC - Belçika