

Kooperatif Postası



# KARINCA

ARALIK 2022 YIL: 89 SAYI: 1032 ISSN: 1300-1450

*“Toprak o kadar cömert ki,  
dökülen her damla alın  
terinin karşılığını verir.”*

*Ş. Atatürk*

DÜNYA

5 ARALIK 2022

TOPRAK BAYRAMINIZ  
KUTLU OLSUN.



# KARINCA

Yıl: 89 Sayı: 1032

Aralık 2022

ISSN: 1300 - 1450

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

Sahibi

Prof. Dr. Ali Fuat ERSOY

Yazı İşleri Müdürü ve Baş Editör

Prof. Dr. Hasan YAYLI

Editörler Kurulu

Prof. Dr. Nurettin PARILTI

Prof. Dr. Serdar SAĞLAM

Prof. Dr. Muharrem ÇETİN

Prof. Dr. Turhan ÇETİN

Prof. Dr. Haşim ÖZÜDOĞRU

Prof. Dr. Hasan YAYLI

Prof. Dr. Mehmet BAŞ

İdare ve Yazışma Adresi (Yönetim Yeri)  
Head Office and Correspondence Address  
Mebusevleri Mah. Turgut Reis Cad. No: 15/6

06570 Çankaya - ANKARA

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

Belge Geçer: (0312) 472 97 64

www.koopkur.org.tr

koopkur@gmail.com

admin@koopkur.org.tr

Hesaplarımız

T.C. Ziraat Bankası Anadolu Meydanı Şubesi

Hesap Nu: 7970378-5004

IBAN: 15 0001 0012 8207 9703 7850 04

Abone Şartları

Yıllık Abone Bedeli: 225 TL. (KDV Dahil)

Fiyatı: 18,75 TL. (KDV Dahil)

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

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

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

06570 Çankaya - ANKARA

20 Mayıs 1931'de kurulan kamu yararına çalışır,

TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

Basın, Yayın, Araştırma Danışmanlık ve Eğitim

Hizmetleri İşletmesinin aylık dergisi

"KARINCA" is the monthly journal of Turkish Cooperative

Association founded in 1931

Yazılarda savunulan fikirler yazarlarına aittir.

Gönderilen yazı ve haberler iade edilmez

Yazılar elektronik ortamda teslim edilir.

Yayın Türü

Yaygın Süreli Yayın

Basım Tarihi

5 Aralık 2022

Basım Yeri & Tasarım

GÜVEN MATBAACILIK

Ali Ferhat ÖREN

Kazım Karabekir Cad. 39/47 İskitleri/ANKARA

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

info@guvenmatbaacilik.net

## Bu Sayıda.....

|                                                                                                                             |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| BAŞYAZI                                                                                                                     | 3  |
| MUSTAFA YAVUZ<br>KOOPERATİFLERDE GENEL KURUL<br>TOPLANTILARININ ÇAĞRISIZ OLARAK<br>YAPILABİLME ESASLARI                     | 5  |
| ÖZDEM SATICI TOPRAK<br>KOOPERATİFLERİN YÖNETİMİNDEKİ ANONİM<br>ORTAKLIKLARIN HALKA AÇIK SAYILMASINA<br>YÖNELİK DÜZENLEMELER | 11 |
| SONER ALTAŞ<br>KOOPERATİFLERİN VE ÜST BİRLİKLERİN DİĞER<br>ŞİRKETLER ÜZERİNDE HAKİMİYET KURMA<br>YOLLARI                    | 17 |
| HAZAL OĞUZ SARIKAYA<br>DİJİTAL PAZARLAMA:<br>KAVRAMLAR VE SÜREÇLER                                                          | 22 |
| YETER DEMİR USLU<br>SAĞLIK HİZMETLERİ<br>KAYNAKLARINA GENEL BİR BAKIŞ                                                       | 27 |
| VEDAT SADIOĞLU<br>AVUSTRALYA KOOPERATİFÇİLİĞİ<br>ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME                                                  | 32 |
| İRFAN ÜNVER NASRATTINOĞLU<br>KOOPERATİFLERDEN HABERLER                                                                      | 37 |
| EMRULLAH GÜNEY<br>KÖY ÖĞRETMENİM                                                                                            | 42 |

Dergimizde yayınlanan yazıların sorumluluğu  
yazarlarına aittir.



## Değerli kooperatif dostları;

Toplumsal hafızamızda birçok derin izler bırakan 2022 yılının bu son ayında, Karınca dergisinin 1032. Sayısını siz değerli okuyucularımızla buluşturmanın mutluluğunu yaşıyoruz.

Aralık ayı, Kooperatif dostları açısından ayrı bir öneme sahiptir. Zira 21 Aralık günü, Dünya kooperatifçilik günü olarak tüm dünyada kutlanmaktadır.

Türk Dil Kurumu sözlüğünde, *'Ortaklarının gereksinimlerini uygun şartlarda elde etmelerini sağlamak amacıyla kurulan birlik'* veya *'Üreticilerin, aracıyı ortadan çıkararak ürünlerini daha iyi şartlarda pazarlamak için kurdukları ortaklık'* olarak tanımlanan kooperatifler diğer ülke sistemleri ve uygulamaları ile karşılaştırıldığında, ülkemiz kooperatifçiliğinden kendi potansiyeline göre beklenen performansın elde edilemediği bilinen bir gerçektir.

Türkiye'de kooperatifler ortak sayısı ve kooperatif sayısı itibari ile önemli bir sayısal büyüklüğe sahip olmakla birlikte ekonomik büyüklüğü itibari ile son derece yetersiz bir durumdadır.

Dünyada kamu yönetimi anlayışındaki değişimler sonucu devletlerin ekonomik ve sosyal alandaki rollerini azaltmakta olduğu, idari, politik ve ekonomik yapıları serbestleştirirken, farklı ekonomik sektörlerin gelişimini de dengelemeye doğru yöneldikleri görülmektedir. Bu noktada, yardımlaşma ve dayanışma esasına göre çalışan kooperatifler kamu otoritesinin boşalttığı alanlarda önemli görevler üstlenmişlerdir.

Şöyle ki, dünyada 1980'lerde ekonomik krizin derinleşmesi, işsizliğin artması, toplumsal dışlanma ve yoksulluğun yaygınlaşması gibi problemler, toplum yararına yeni çözüm arayışlarını ön plana çıkarmıştır. Küreselleşme sürecindeki gelişmeler, özelleştirmeler ile kamu sektörünün küçülmesi ve kamu sektörünün mevcut yapısıyla artan sosyal sorunlara çözüm getirememesi, özel sektörün doğası gereği sosyal sorunlara yalnızca kâr amacıyla yaklaşması, **"sosyal ekonomi"** ya da **"üçüncü sistem"** ya da **"üçüncü sektör"** olarak adlandırılan yeni bir ekonomik, toplumsal ve siyasal yaklaşımı gündeme getirmiştir. Zira özel sektörün kar olarak nitelendirilen temel amacına karşın kamu sektöründe politika yapıcılarının **"kamu yararı"**nı tesis etmek olan amaçlarının ölçülmesinde kullanılan siyasi yarar ki bu yararın ölçüsü **"oy"** olarak ortaya çıkmaktadır, arasında **"değer"** üretmek amaçlı organizasyonların kurumsallaşmasını gerektirmektedir.

- Gönüllü ve Herkese Açık Üyelik,
- Üyeler Tarafından Gerçekleştirilen Demokratik Denetim,
- Üyelerin Ekonomik Katılımı,
- Özerklik ve Bağımsızlık,

- Eğitim, Öğrenim ve Bilgilendirme,
- Kooperatifler Arasında İşbirliği,
- Topluma Karşı Sorumluluk olarak

ICA tarafından belirlenen kooperatifçiliğin evrensel ilkeleri, devletin küçültülmesi esasına dayanan yeni ekonomik ve idari politikaların sosyal boyutunda ortaya çıkabilecek olası olumsuz etkilerin yönetilebilmesi açısından kooperatif işletmelerin önemini ekonomik boyutunun yanı sıra sosyal politika alanında da önemli bir aktör olarak öne çıkmasını sağlamıştır.

Bu kapsamda gelişmiş ülkelerde kooperatifler, diğer benzeri kuruluşlarla birlikte “**üçüncü sektör**” olarak tanımlanmıştır. Günümüzde devletlerin fonksiyonlarının önemli bir bölümünü sivil toplum örgütlerine devretme eğilimi giderek ağırlık kazanmakta ve kooperatiflerin de dahil edildiği üçüncü sektör, bu alanda önemli ve yeni görevler üstlenmektedir

Dünyayı derinden etkileyen son pandemi krizi, kooperatiflerin önemini bütün dünyaya bir kez daha hatırlatmış ve bu girişimler aracılığıyla küresel çapta sürdürülebilir bir ekonomik ve sosyal kalkınmaya ulaşılmasının teşviki amacıyla kooperatifçiliğin geniş kitlelere ulaşması için sivil toplum ve kamu sektörü, özellikle farkındalık yaratma ve kooperatif girişimlerini destekleme çerçevesinde eylem planları ortaya koymalıdır.

Çağdaş kooperatifçilik uygulamalarının başlangıcı açısından yüz elli yılı aşkın geçmişe sahip ülkemizde kooperatifler, bugün 8 milyonu aşkın insanımızın gönüllü olarak katıldığı ekonomik girişim modeli olmasına rağmen dünya örnekleri ile karşılaştırıldığında ekonomik ve toplumsal fonksiyonlar yönünden henüz yeterince güçlü bir noktada değildir.

Türk Kooperatifçilik Kurumu kurulduğu günden beri bir sivil toplum kuruluşu olarak toplumda kooperatif farkındalığının oluşturulması ve geliştirilmesi çerçevesinde ortaya koyduğu çalışmalarını süreli ve süresiz yayınlar üretmek, sempozyumlar ve paneller düzenlemek gibi etkinliklerle devam ettirmektedir.

1032. sayısında toplam on yazı ile siz değerli okuyucularımızla buluşturduğumuz Karınca dergisinin gelecek sayılarında siz okuyucularımızın etkin desteğine ihtiyacımız olduğunu tekrar ifade etmek istiyorum. Öncelikli olarak Kooperatifçilik alanında, özellikle de yeni nesil kooperatifler ve kooperatiflere dair başarı öykülerinin paylaşıldığı yazılarla dergimizi zenginleştirmek istiyoruz. Bu sayede kooperatif girişimcilerine daha verimli katkı sağlayabileceğimize inanıyoruz. Bu vesile ile siz değerli okuyucularımızın kooperatif başarılarına ilişkin paylaşımlarınızı ve yeni nesil kooperatiflerle ilgili yazılarınızı **koopkur@gmail.com** adresi üzerinden bize ulaştırmanız dergimizin zenginliği için önemli bir kazanç olacaktır.

***Bu vesile ile yaklaşan 2023 yılının tüm milletimize hayırlar getirmesini, sağlıklı ve mutlu bir yıl olarak yaşanmasını temenni ediyor yeni yılınızı en kalbi duygularımla kutluyorum.***

# KOOPERATİFLERDE GENEL KURUL TOPLANTILARININ ÇAĞRISIZ OLARAK YAPILABİLME ESASLARI

Mustafa YAVUZ\*

## 1. Giriş

1163 sayılı Kooperatifler Kanununa<sup>1</sup> (**KoopK**) göre kooperatiflerin zorunlu organları; genel kurul, yönetim kurulu ve denetim kurulumudur. Bütün ortakların temsil edildiği en yetkili organ olan genel kurul, kooperatiflerin karar ve irade organıdır. Genel kurul esas itibarıyla, ortakların belli bir zamanda ve yerde müzakerelerde bulunmak ve karar almak için gerekli şartları yerine getirmek ve uymak kaydıyla bir araya gelmeleridir. Bir organ olarak genel kurulun karar alması, toplantıyı gerektirir ve genel kurul iradesi bu toplantılarda oluşur. Kanuni istisnalar dışında ortaklar, kooperatif işlerine ilişkin haklarını genel kurulda kullanırlar.<sup>2</sup>

Kooperatiflerde genel kurul, ister olağan isterse olağanüstü toplansın **KoopK**'da öngörülen usul ve şekillere uyularak yapılır. Buna çağrılı genel kurul denir. Ancak anılan Kanunun 47. maddesinde, tüm ortakların hazır bulunması ve içlerinden hiçbirinin itirazda bulunmaması halinde kooperatif genel kurullarının ortaklara çağrı yapılmaksızın veya çağrı ile ilgili hükümlere uyulmaksızın yapılabilmesine imkan sağlanmıştır. Uygulamada bu yöntem çağrısız (**davetsiz**) genel kurul toplantısı denilmektedir. Söz konusu yöntem, özellikle ortak sayısı az olan kooperatifler için önemli bir avantajdır ve işlevsel bir niteliğe sahiptir. Bu bağlamda, ortak sayısı ve türü ne olursa olsun tüm kooperatif genel kurullarının çağrısız olarak toplanabilmesi mümkündür.

İşte bu çalışmada, kooperatiflerde genel kurul toplantılarının çağrısız olarak yapılabilme esasları detaylı olarak incelenmiş ve değerlendirilmiştir.

## 2. Kooperatiflerde Çağrısız Genel Kurul Toplantısı

Kooperatiflerde genel kurul, **KoopK**'da gösterilen esaslar çerçevesinde yetkili kişi veya organlar tarafından toplantıya çağrılır.

### \*Gümrük ve Ticaret Uzmanı

1) 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu, 10.05.1969 tarihli ve 13195 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

2) Mustafa Yavuz, Kooperatif ve Üst Kuruluşlarında Olağan Genel Kurul Toplantılarının Üç Yılda Bir Birleştirilerek Yapılabilmesi, Karınca Dergisi, Nisan 2018, Y.84, S.976, s.3.

Bu kuralın istisnasını ise anılan Kanunun **“Bütün pay sahiplerinin hazır bulunması hali”** başlıklı 47. maddesi oluşturmakta ve söz konusu maddede **“Kooperatifin bütün ortakları toplantıda hazır bulunduğu sürece ve bir itiraz olmadığı takdirde genel kurul toplantılarına dair olan diğer hükümler saklı kalmak şartıyla toplantıya çağrı hakkındaki hükümlere uyulmamış olsa dahi kararlar alınabilir. Bu gibi kararların, ortaklar veya ortakların toplantıda oy birliği ile seçecekleri temsilciler tarafından imzalanması gereklidir.”** hükmü yer almaktadır.

Anılan hüküm uyarınca, kooperatif ortaklarının tamamının (**%100’ünün**) asaleten veya vekâleten temsil edilebilmesinin mümkün olduğu hallerde, gündemin ilan edilmesine ve genel kurul çağrı usulünün uygulanmasına gerek bulunmamaktadır.

Bu şekilde yapılan genel kurulda, kurulun görev ve yetkisi kapsamındaki bütün hususlar (*anasözleşme değişikliği, ibra, yönetim ve denetim kurulu üyelerinin seçimi fesih, tasfiye vb.*) görüşülüp karara bağlanabilir.

Çağrılı genel kurulda alınabilen tüm kararlar çağrısız genel kurulda da alınabilir. Kooperatifler, çağrısız olarak hem olağan, hem de olağanüstü genel kurul toplantısı yapabilir. Alınan kararların niteliği ve yetki alanı da, çağrı merasimine uyularak toplanan genel kurullarda alınan kararlardan farksızdır.

Çağrısız genel kurul ile kooperatiflere getirilen kolaylık, çağrı prosedürü uygulanmadan genel kurul toplantısının icra edilebilmesidir. **KoopK’nın** 45. maddesinde genel kurulun toplantıya anasözleşmede gösterilen şekil ve surette çağrılacağı öngörülmüştür.

Örnek anasözleşmelerde ise genel kurul toplantısına çağrının; taahhütlü mektupla, ayrıca gerektiğinde gazete ile gazete olmayan yerlerde mahalli örf ve âdete göre ilan yoluyla yapılacağı, çağrının sadece yazılı olarak imza karşılığında yapılmasının da mümkün olduğu, çağrının toplantı gününden en az otuz gün önce ve en çok iki ay içinde yapılmasının, toplantının gün ve saati ile yerinin ve gündem maddelerinin bildirilmesinin zorunlu olduğu belirtilmiştir.

Çağrı merasimi uygulanmadan yapılacak bir toplantıda, söz konusu bekleme sürelerine uyulmasına gerek kalmamaktadır. Ayrıca, toplantı çağrısının *‘taahhütlü mektupla’* ortaklara gönderilmesi gerekli değildir. Ancak, toplantının yeri, günü, saati ve gündemi ortaklara adi mektupla, telefonla, faksla, e-postayla, elden veya diğer bir şekilde ortaklara duyurulmalıdır.

Burada önemli olan husus, her ne şekilde olursa olsun ortakların *‘toplantıdan’* ve *‘toplantıda görüşülecek konulardan’* haberdar edilerek hepsinin bizzat veya temsilcileri vasıtasıyla hazır bulunmalarını sağlamaktır. Aksi halde toplantı yapılamaz.

Diğer taraftan, **KoopK’da** düzenlenmiş olmasa da, anılan Kanunun 98. maddesi<sup>3</sup> yollamasıyla kooperatifler hakkında da uygulanan 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununun<sup>4</sup> (**TTK**) 416. maddesinin ikinci fıkrasında, **“Çağrısız toplanan genel kurulda, gündeme oybirliği ile madde eklenebilir; aksine esas sözleşme hükmü geçersizdir.”** hükmünü havidir.

Çağrısız genel kurul toplantısında ortakların tamamı mevcut olduğundan ve daha önceden gündemin ilan edilme zorunluluğu bulunmadığından, söz konusu hüküm doğrultusunda, oy birliğiyle alınacak bir kararla gündeme madde eklenmesi ve bu gündemin görüşülüp karara bağlanması mümkündür.

3) Kooperatifler Kanununun 98. maddesinde, “Bu Kanunda aksine açıklama olmayan hususlarda Türk Ticaret Kanunundaki anonim şirketlere ait hükümler uygulanır.” denilmektedir.

4) 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu, 14.02.2011 tarihli ve 27846 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmıştır.

Öyle ki, bu kuralın aksini öngören anasözleşme hükmü geçerli değildir. Bu durum kooperatiflerdeki **“gündeme bağlılık ilkesinin”** istisnasını oluşturur.

Genel kurulun çağrısız toplanabilmesi için tüm ortakların hazır bulunması şart iken, alınacak genel kurul kararlarının geçerliliği açısından **KoopK**'da oybirliği aranmamıştır.<sup>5</sup>

Bir başka deyişle tüm kararların oybirliğiyle alınması gerekmemektedir. Belirtilen şekilde yapılan genel kurul toplantılarında görüşülecek konular için uygulanması gereken karar nisabı, **KoopK**'da ve anasözleşmede öngörülen nisaplardır.

Ortaklar, kararların alınmasında olumsuz oy kullanabileceği gibi kararlara çekimser de kalabilir. Ortakların alınan kararların iptali için dava açma hakkı saklıdır.

### 3. Genel Kurulun Çağrısız Yapılabilme Koşulları

Kooperatiflerde genel kurul toplantısının çağrı merasimine uyulmaksızın yapılabilmesi için **KoopK** md. 47 ve **TTK** md. 416'ya göre; bütün ortakların veya temsilcilerinin toplantıda hazır bulunması, bunlardan hiçbirinin toplantının yapılmasına itirazda bulunmaması, toplantı sonuna kadar ortakların veya temsilcilerinin genel kurulu terk etmemesi, genel kurula katılmaya ve genel kurul toplantılarının yapılmasına ilişkin **KoopK** hükümlerine riayet edilmesi ve alınan kararların ortaklar veya ortakların oybirliği ile seçecekleri temsilciler tarafından imzalanması gerekmektedir. Söz konusu şartlar aşağıda irdelenmiştir.

#### 3.1. Tüm Ortakların veya Temsilcilerinin Toplantıda Hazır Bulunması

Genel kurulun çağrısız yapılabilmesi için öncelikle bütün ortakların toplantıda hazır bulunması gerekir.

Her ne kadar **KoopK**'nın 47. maddesinde *‘kooperatifin bütün ortakları toplantıda hazır bulunduğu sürece’* ibaresi kullanılmış ve ortakların temsilcilerinin hazır bulunmasından bahsedilmemişse de, aynı Kanunun 49. maddesinde, bir ortağın yazı ile izin vermek suretiyle genel kurul toplantısında oyunu başka bir ortağa kullanılabileceğinin, eş ve birinci derecede akrabalar için temsilde ortaklık şartının aranmayacağına hükme bağlanması karşısında, genel kurulun çağrısız yapılması için toplantıya ortakların bizzat kendilerinin katılması şart olmayıp, gerekli şartları sağlayan bir kişi vasıtasıyla da toplantıda temsil edilmeleri yeterlidir.

Nitekim anonim şirketlerde çağrısız genel kurulu düzenleyen ve **KoopK**'nın 98. maddesindeki atıf kapsamında kooperatifler hakkında da uygulama imkanı bulan **TTK**'nın 416. maddesinde *‘bütün payların sahipleri veya temsilcileri’* ibaresi kullanılmış ve bu doğrultuda olmak üzere ilgili bakanlıklarca hazırlanan örnek anasözleşmelerde de *‘kooperatifin bütün ortaklarının veya temsilcilerinin hazır bulunması’* hükmüne yer verilmiştir.

O halde, kooperatiflerde genel kurulun çağrısız toplanabilmesi için ortakların veya temsilcilerinin tamamının toplantıda hazır bulunması şarttır.

Söz konusu şart sağlanmadıkça **KoopK** md. 47'ye göre çağrısız genel kurul toplantısı yapılamaz.

5) Hasan Pulaşlı, *Şirketler Hukuku Genel Esaslar*, Adalet Yayınevi, Ankara 2013, s.350.

Bu şartın yerine getirilip getirilmediği hususu ise toplantı başkanlığı tarafından kontrol edilir.

### 3.2. Ortaklardan veya Temsilcilerinden Hiçbirinin İtirazda Bulunmaması

Çağrısız genel kurul için ikinci şart, hazır bulunan bütün ortaklardan veya temsilcilerinden hiçbirinin, genel kurulun **KoopK** md. 47'ye göre (*çağrısız olarak*) toplanması konusunda itirazda bulunmamasıdır.

İtiraz edilmesi halinde, diğer ortakların genel kurul toplantısını yapması mümkün değildir. Buradaki itirazın toplantının çağrısız şekilde yapılmasına itiraz şeklinde anlamak gerekir. Yoksa toplantıda alınan hiçbir kararın itiraza uğramaması şeklinde anlaşılmamalıdır.

Öte yandan, **KoopK**'da ve örnek anasözleşmelerde itirazın ne şekilde yapılacağı belirtilmemekle birlikte, toplantıdan önce yazılı olarak bildirilebileceği gibi, tutanağa da yazdırılabilir.

Sonradan herhangi bir ihtilafın çıkmaması ve ispat kolaylığı bakımından itirazın her durumda yazılı olarak ve noter kanalıyla ya da iadeli taahhütlü mektupla yapılması ortakların menfaatinedir. Bunun yanında, ortakların veya temsilcilerinin tamamının genel kurul toplantısında hazır bulunduğu ve toplantının yapılmasına ve karar alınmasına herhangi bir itirazlarının olmadığı hususları toplantı tutanağında açıkça ifade edilmelidir.

### 3.3. Toplantı Sonuna Kadar Ortakların veya Temsilcilerinin Genel Kurulu Terk Etmemesi

Çağrısız olarak toplanan genel kurulda, bütün ortakların toplantı sonuna kadar hazır bulunmasının şart olduğuna dair bir hüküm **KoopK**'nın 47. maddesinde yer almamaktadır.

Buna mukabil, zikredilen Kanunun 98. maddesi yollamasıyla kooperatifler hakkında da tatbik olunan **TTK**'nın 416. maddesinde “(...) **ve bu toplantı nisabı var olduğu sürece karar alabilirler.**” hükmü yer almaktadır.

Söz konusu hüküm gereğince, çağrısız şekilde toplanan kooperatif genel kurulunda ortakların toplantı sonuna kadar toplantıyı terk etmemesi gerekmektedir.

Dolayısıyla, toplantı nisabı (*oybirliği hali*) var olduğu sürece genel kurul karar alabilir. Bu noktada, çağrısız genel kurul toplantısında, geçerli karar alınabilme şartı %100 katılımın devamına bağlıdır. O halde, genel kurula katılanların, toplantının sonuna kadar toplantı yerinde kalması icap etmektedir.

Bir ortağın toplantıyı terk etmesi halinde çağrısız genel kurulun karar alabilme yeteneği ortadan kalkmış olur. Çünkü çağrısız genel kurulun karar alabilme ehliyeti, sadece toplantının açılışında değil toplantı süresince de aranır.

Buna karşılık, terk anına kadar alınan genel kurul kararları, eğer sakatlıkları için başka bir sebep yoksa geçerliliğini korur. Toplantı sırasında ortaklardan birisinin toplantıyı terk etmesi halinde, durumun toplantı tutanağında ayrıntılı bir şekilde (*ayrılan ortağın ismi, ayrılış saati, genel kurulda görüşülen ve görüşülemeyen konular vb.*) belirtilmesi, kooperatifin, ortakların ve üçüncü kişilerin yararına olacaktır.



### 3.4. Çağrı Dışındaki Genel Kurula Katılmaya ve Genel Kurul Toplantılarının Yapılmasına İlişkin Hükümlerin Yerine Getirilmesi

Çağrısız yapılan genel kurulda toplantıya davet merasimi uygulanmasa da, **KoopK'nın 47. maddesinde yer alan “genel kurul toplantılarına dair olan diğer hükümler saklı kalmak şartıyla”** hükmü gereğince, mezkûr Kanundaki ve anasözleşmedeki genel kurula ilişkin diğer düzenlemelere, çağrısız toplantılarda da uyulması gerekmektedir.

Yerine getirilmesi gereken diğer hükümlere örnek olarak; Bakanlık temsilcisi bulundurulması hususunda gerekli işlemlerin yapılmış olması, yönetim kurulu yıllık faaliyet raporu, bilanço, gelir-gider farkı hesapları ve denetçilerin tanzim edecekleri raporların kooperatif merkezinde ve varsa şubelerinde ortakların tetkikine amade tutulması, genel kurulun kooperatif merkezinin bulunduğu yerleşim birimi dahilindeki uygun bir yerde toplanması, ortaklar listesinin hazırlanması ve imzalanması, toplantı ve karar nisaplarına uyulması, ortakların **KoopK** ve anasözleşmedeki kurallar çerçevesinde oy hakkını kullanması, toplantı tutanağının düzenlenmesi, alınan kararların içerisinde yer alan tescil ve ilana tabi hususların ticaret siciline tescil ve ilan ettirilmesi verilebilir.

### 3.5. Çağrısız Genel Kurulda Alınan Kararların, Ortaklar veya Ortaklarca Toplantıda Oybirliği ile Seçilecek Temsilciler Tarafından İmzalanması

**KoopK'nın 47. maddesinde, “Bu gibi kararların, ortaklar veya ortakların toplantıda oybirliği ile seçecekleri temsilciler tarafından imzalanması gereklidir.”** hükmüne yer verilmiştir. Bu hüküm uyarınca çağrısız yapılan genel kurulda alınan kararların muteber olması için toplantı tutanağının ya ortakların tamamı ya da seçecekleri temsilciler tarafından imzalanması icap etmektedir.

Toplantının başında toplantı başkanlığının oluşturulduğu ve başkanlığa toplantı tutanaklarını imzalama yetkisi verildiği dikkate alındığında, çağrısız toplanan genel kurulda toplantı başkanlığının ihdas edilmesi ve bu heyete tutanakları imzalama yetkisi verilmesiyle birlikte mevzu bahis şart da gerine getirilmiş olmaktadır.

## 4. Gerekli Şartlar Sağlanmaksızın Genel Kurulun Çağrısız Olarak Toplanmasının Sonuçları

Kooperatiflerde genel kurulun çağrısız olarak yapılması ve alınan kararların geçerli olabilmesi için ortakların tamamının asaleten veya vekâleten genel kurula katılması, ortaklardan hiçbirisinin bu toplantı şekline itirazda bulunmaması ve toplantının sonuna kadar ortakların genel kurulu terk etmemesi şarttır.

Bu şartların hepsinin bir arada sağlanamaması, bir başka ifadeyle, ortaklardan veya temsilcilerinden birisinin toplantıya katılmaması ya da toplantının belirtilen şekilde yapılmasına itiraz etmesi yahut toplantıyı terk etmesi durumlarında genel kurul toplantısı yapılamaz.

Söz konusu davranışlardan birini sergileyen ortağın genel kurulun gidişini etkileyebilecek durumda olup olmaması da sonucu değiştirmez.

Gerekli şartlar sağlanmaksızın genel kurulca alınan kararlar, hukuken geçersizdir ve yoklukla malûldür (*hükümsüzdür*).

## 5. Sonuç

Kooperatiflerde genel kurul, 1163 sayılı Kooperatifler Kanununda gösterilen çağrı merasimine uyularak toplantıya davet edilmektedir. Ancak, anılan Kanunun 47. maddesinde ve 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununun 416. maddesinde yer alan düzenlemeler uyarınca kooperatiflerde genel kurul, çağrı merasimine uyulmaksızın da toplanabilmektedir.

Çağrılı genel kurulda alınabilecek tüm kararlar, çağrısız genel kurul toplantısında da alınabilir. Bu kararların niteliği ve yetki alanı, çağrılı genel kurulda alınan kararlardan farksızdır. Genel kurulun çağrısız yapılması, hem posta vb. masraflar bakımından daha ekonomik olmakta, hem de genel kurulun daha hızlı bir şekilde karar alması mümkün bulunmaktadır.

Genel kurulun çağrısız yapabilmesi için aranan şartlar; bütün ortakların veya temsilcilerinin toplantıda hazır bulunması, ortaklardan veya temsilcilerinden hiçbirinin toplantının yapılmasına itirazda bulunmaması, toplantı sonuna kadar bunların genel kurulu terk etmemesi, çağrı dışındaki genel kurula katılmaya ve genel kurul toplantılarının yapılmasına ilişkin hükümlerin yerine getirilmesi ve alınan kararların ortaklar veya ortakların oybirliği ile seçecekleri temsilciler tarafından imzalanmasıdır.

Sadece bir ortak dahi toplantıya katılmaz veya toplantının belirtilen şekilde yapılmasına itiraz eder ya da genel kurul başladıktan sonra toplantıyı terk ederse genel kurul toplantısı yapılamaz.

Çağrısız genel kurul toplantısına ilişkin gerekli şartlar sağlanmadan yapılan toplantıda alınan kararlar ise hukuken geçersizdir.

## Kaynakça

1163 sayılı Kooperatifler Kanunu (10.05.1969 tarihli ve 13195 sayılı R.G.).

6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu (14.02.2011 tarihli ve 27846 sayılı R.G.).

Pulaşlı, Hasan, Şirketler Hukuku Genel Esaslar, Adalet Yayınevi, Ankara 2013.

Yavuz, Mustafa, Kooperatif ve Üst Kuruluşlarında Olağan Genel Kurul Toplantılarının Üç Yılda Bir Birleştirilerek Yapılabilmesi, Karınca Dergisi, Nisan 2018, Y.84, S.976.

# KOOPERATİFLERİN YÖNETİMİNDEKİ ANONİM ORTAKLIKLARIN HALKA AÇIK SAYILMASINA YÖNELİK DÜZENLEMELER

Özdem SATICI  
TOPRAK\*

## I - Giriş

Uluslararası Kooperatifler Birliği'nin (ICA) tanımına göre kooperatifler, müşterek ekonomik, sosyal, kültürel ihtiyaç ve istekleri, demokratik olarak kontrol edilen bir işletme yoluyla karşılamak üzere gönüllü olarak bir araya gelen insanların oluşturduğu özerk teşkilatlardır.<sup>1</sup>

Ülkemizde kanunen yasak olmayan her türlü amaç için kurulabilen kooperatifler bugün sigortacılıktan konut yapımına, eğitim faaliyetlerinden tarımsal çalışmalara kadar birbirinden farklı birçok sektörde faaliyet göstermektedirler.

Bu kurumlar tüzel kişiliği haiz olduklarından gerçek kişilere özgü haklar dışında tüm tasarruflarda bulunabilir ve borç altına girebilir. Dolayısıyla kooperatifler taşınmaz ve taşınır varlıklar edinebilir, kredi çekebilir, bir şirkette yahut kooperatifte pay sahibi veya kurucu ortak yahut yönetici olabilir. Yakın zamanda bu kurumların yönetime ilişkin kontrolün kendilerinde olduğu anonim ortaklıklarının, belirli ölçütleri taşımaları halinde halka açık şirketler arasında sayılmalarına yönelik olarak Sermaye Piyasası Kanunu'nda bazı düzenlemeler yapılmıştır.

Bu doğrultuda özellikle tarımsal amaçlı kooperatiflerin yönetiminde olan anonim şirketlerin halka arzına ve paylarının borsada işlem görmesine yönelik muhtelif girişimler başlamıştır.<sup>2</sup>

## II. Düzenlemenin Kapsamı Ve Ölçütleri

### II. 1. Yasal Süreç

Çok ortaklı kooperatiflerin pay sahibi olduğu anonim ortaklıklarda yönetim ve denetim yetkisinin

**\*Ticaret Başmüfettişi, Ticaret Bakanlığı**

1) <http://koop.gtb.gov.tr/data/592ea2dd1a79f514ac499aae/TKR-2016-2017%200804-BASIM.pdf>

2) <https://www.dunya.com/sirketler/kayseri-seker-halka-arza-hazirlaniyor-ozel-haberi-437490>



kötüye kullandığı gerekçesiyle getirilen düzenleme, 6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu'nda 28/11/2017 tarih ve 7061 sayılı Kanun'la getirilen değişikliğe dayanmaktadır.

Yasadaki bu değişikliğe paralel olarak Sermaye Piyasası Kurulunca 19/09/2018 tarih ve 30540 sayılı Resmi Gazete'de **"Kooperatif Ve Kooperatif Birliklerinin Paylarının Çoğunluğuna Sahip Olduğu Anonim Ortaklıklara İlişkin Esaslara Dair Tebliğ"** yayımlanmıştır.<sup>3</sup>

Daha sonra, 27/12/2018 tarih ve 7159 sayılı Yasayla gerek kapsam ve gerekse halka arz sayılma için aranan ölçütlerle ilgili bazı değişiklikler yapılmış; yasadaki bu değişikliklere paralel olarak kurul tarafından revize edilen tebliğ hükümleri 25/01/2019 tarih ve 30666 sayılı Resmi Gazete ile duyurulmuştur.<sup>4</sup>

Tebliğ kapsamındaki anonim ortaklıkların sermayesini temsil eden paylarının nominal değeri üzerinden binde bir oranında Kurul ücreti alınmasına yönelik değişiklik ise 12/03/2019 tarih ve 30712 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.<sup>5</sup>

## II. 2. Kapsamdaki Kooperatifler İle Üst Kuruluşlar

6362 sayılı Sermaye Piyasası Kanunu'na göre, pay sahibi sayısı en az beş yüz olan kooperatiflerin veya kendisine ortak olan kooperatiflerin pay sahibi sayısı tek başına ya da toplam olarak en az beş yüz olan kooperatif birliklerinin veya kooperatif merkez birliklerinin yönetim kontrolüne sahip olduğu ve yıllık en az elli milyon Türk lirası satış hasılatı yapmış olan anonim ortaklıkların payları halka arz olunmuş sayılacak ve bu ortaklıklar halka açık ortaklık hükümlerine de tabi olacaklardır. **(SPK Md.16/3)**

Sermaye Piyasası Kurulu'nca yayımlanan Tebliğde<sup>6</sup> ise, 24/4/1969 tarihli ve 1163 sayılı Kooperatifler Kanununun 1 inci maddesinde tanımlanan kooperatifler, 18/4/1972 tarihli ve 1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri ve Birlikleri Kanununda tanımlanan tarım kredi kooperatifleri, 1/6/2000 tarihli ve 4572 sayılı Tarım Satış Kooperatif ve Birlikleri Hakkında Kanunda düzenlenen tarım satış kooperatiflerinin, 1163 sayılı Kanunda düzenlenen kooperatif birlikleri, 1581 sayılı Kanunda düzenlenen tarım kredi kooperatifleri bölge birlikleri ve 4572 sayılı Kanunda düzenlenen tarım satış kooperatifleri birlikleri, 1163 sayılı Kanunda tanımlanan kooperatif merkez birlikleri ve 1581 sayılı Kanunda düzenlenen Tarım Kredi Kooperatifleri Merkez Birliğinin düzenleme kapsamına girdiği ifade edilmiştir. **(Tebliğ Md.3/d,e,f)**

Böylece bu düzenlemelerden, kooperatif birlikleri ve merkez birliklerince kurulan Türkiye Milli Kooperatifler Birliği haricindeki kooperatifler, birlikler ile merkez birliklerin kapsam dahilinde olduğu anlaşılmaktadır. **(KK Md.77/1)**

3) Bkz. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/09/20180919-7.htm>

4) Bkz. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/01/20190125-16.htm>

5) Bkz. <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2019/03/20190312-7.htm>

6) Sermaye Piyasası Kurulu'nca yayımlanan 19/09/2018 tarihli "Kooperatif Ve Kooperatif Birliklerinin Paylarının Çoğunluğuna Sahip Olduğu Anonim Ortaklıklara İlişkin Esaslara Dair Tebliğ'de" sadece 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'na tabi kooperatif, birlik ve merkez birliklerin kapsam dahilinde olduğu ifade edilmiş iken, bu tebliğin bazı hükümlerini değiştiren 25/01/2019 tarihli Tebliğ'de bu kapsam tarım kredi kooperatifleri ve üst kuruluşları ile tarım satış kooperatifleri ve üst kuruluşlarını da içine alacak şekilde genişletilmiştir.



## II. 2. Halka Açık Ortaklık Kavramı ve Kapsama Giriş Ölçütleri

Sermaye Piyasası Kanunu'na göre, kitle fonlaması platformları aracılığıyla para toplayanlar hariç olmak üzere, payları halka arz edilmiş olan veya halka arz edilmiş sayılan anonim ortaklıklar halka açık ortaklık sayılmaktadır. **(SPK Md.3/1-e)**

Dolayısıyla, halka açık ortaklık kapsamına girebilmek için anonim ortaklığın paylarının *halka arz edilmiş olması yahut arz edilmiş sayılması* gerekmektedir.

Aynı yasada, pay sahibi sayısı beş yüzü aşan anonim ortaklıklar ile pay sahibi sayısı en az beş yüz olan kooperatiflerin veya kendisine ortak olan kooperatiflerin pay sahibi sayısı tek başına ya da toplam olarak en az beş yüz olan kooperatif birliklerinin veya kooperatif merkez birliklerinin yönetim kontrolüne sahip olduğu ve yıllık en az elli milyon Türk lirası satış hasılatı yapmış olan anonim ortaklıkların paylarının halka arz olunmuş sayılacağı ifade edildiğinden, belirli ölçütleri taşımaları halinde bu kurumların yönetimindeki anonim ortaklıkların halka açık ortaklık olarak kabul edilecekleri anlaşılmaktadır. **(SPK Md.16/1,3)**

Belirtmek gerekir ki, sermaye piyasası mevzuatı bakımından halka açık kabul edilecek kurum, kooperatif veya üst birliği değil, bu kurumların yönetim kontrolünde bulunan anonim ortaklıklardır.

Ancak bu anonim ortaklıkların halka açık sayılabilmeleri de bazı koşullara bağlanmıştır.

Bu koşulların bazılarını ana kurum olan kooperatif veya üst kuruluşu, bazılarını ise anonim ortaklığın kendisi taşımaktadır.

Buna göre, halka arz olmuş sayılabilmesi için kooperatifin en az beş yüz ortağı **(pay sahibi)** bulunmalı, kooperatif veya üst birlik anonim ortaklığın yönetim kontrolüne sahip olmalı ve anonim ortaklık da yıllık asgari elli milyon satış hasılatı yapmış olmalıdır. **(SPK Md.16/3)**

Yönetim kontrolü ifadesinden, *ortaklığın oy haklarının yüzde ellisinden fazlasına tek başına veya birlikte hareket ettikleri kişilerle beraber, doğrudan veya dolaylı olarak sahip olunması, yönetim kurulu üye sayısının salt çoğunluğunu seçme veya genel kurulda söz konusu sayıdaki üyelikler için aday gösterme hakkını veren imtiyazlı paylara sahip olunması* kastedilmektedir. **(SPK Md.26/2)**

Diğer taraftan, düzenlemedeki pay sahibi kavramından ise kooperatifler için ortak sayısının, birlikler ile merkez birlikler için ise kendisine ortak olan kooperatiflerin ortak sayısı tek başına ya da toplam olarak en az beş yüz olarak anlaşılmaktadır.

Kooperatif birlikleri açısından durumu örneklemek gerekirse; kendisine ortak yedi kooperatif bulunan bir üst birliğin, bu kooperatiflerden birinin ortak sayısının beş yüz olması veya sırasıyla 300 ve 200 ortağı bulunan iki kooperatifin ortak sayısının en az beş yüz olması kapsama girmek için yeterli olacaktır.

Satış hasılatının tespitinde Kamu Gözetimi, Muhasebe ve Denetim Standartları Kurumunun düzenlemeleri çerçevesinde bağımsız denetime tabi anonim ortaklıklar için bağımsız denetimden geçmiş yıllık finansal tablolar; bu kapsama girmeyen anonim ortaklıklar için, **TTK'nın 397 nci maddesinin beşinci fıkrası** uyarınca Ticaret Bakanlığı düzenlemeleri çerçevesinde hazırlanan finansal tablolarda yer alan satış hasılatı dikkate alınacaktır. **(Tebliğ Md.4/1-3)**

Ancak adı geçen Bakanlık tarafından bu maddede belirtilen düzenleme henüz yapılmadığından, 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun 397/5. Maddesinde belirtilen yönetmelik yürürlüğe girinceye kadar şirketin vergi mevzuatı çerçevesinde hazırlanan ve ilgili vergi dairesine beyan edilen yıllık hesap dönemine ait gelir tabloları dikkate alınacaktır. **(Tebliğ Geçici Madde 1)**

Yukarıda yer alan kıstasların tamamını taşıyan anonim ortaklıkların, kapsama girmeleri şartların sağlandığının kesinleşmesinden itibaren Tebliğ ekinde belirtilen belgelerle<sup>7</sup> on iş günü içinde Kurula başvurmaları gerekmektedir.(**Tebliğ Md.5/1**) Buradaki kesinleşme kavramından, ortak sayılarının, yönetim kontrolüne sahip olmanın ve satış hasılatının dikkate alınacağı finansal tabloların kesinleşmesi kastedilmektedir.<sup>8</sup>

## II. 3. Kapsamdan Çıkma

Kapsama girme gibi kapsamdan çıkma başvurularının da Sermaye Piyasası Kurulu'na yöneltilmesi, buna göre kapsamdan çıkabilme başvurularının 30/12/2013 tarihli ve 28867 mükerrer sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan *Ortaklıkların Kanun Kapsamından Çıkarılması ve Paylarının Borsada İşlem Görmesi Zorunluluğuna İlişkin Esaslar Tebliği hükümleri* çerçevesinde sonuçlandırılması gerekmektedir. Kapsamdan çıkma sebepleri bu Tebliğ'de detaylı olarak düzenlenmiş; özellikle kapsama girme şartlarının kaybedilmesi noktasında toplanan bu *sebepler ortaklık yapısının değişmesi, ortak sayısının değişmesi, finansal büyüklüğün değişmesi ve faaliyetin devamlılığının tasfiye yahut iflas gibi nedenlerle sekteye uğraması şeklindedir.*

Buna göre kooperatifler için bu Tebliğin 6 ve 7 nci maddelerinde belirtilen koşullar; aynı Tebliğin 6 ncı maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde belirtilen **“sermayesinin yüzde ellisinden fazlasının doğrudan ve/veya dolaylı olarak il özel idarelerine, belediyelere veya diğer kamu kurum ve kuruluşlarına ait olması”** ifadesi ile 7 nci maddesinde belirtilen koşullar ise kooperatif birlikleri için dikkate alınacaktır.<sup>9</sup> Söz konusu maddelerdeki şartların sağlanması sonucunda Tebliğ kapsamına giren anonim ortaklıklar Kurul tarafından Kanun kapsamından çıkarılabilir. Ayrıca, Tebliğ kapsamındaki anonim ortaklıklar, anılan Tebliğin 8 ve 9 uncu maddelerinde belirtilen koşulların sağlanması durumunda da Kurul tarafından Kanun kapsamından çıkarılabilir. <sup>10</sup>

7) Tebliğin 5. Maddesine göre bu belgeler; 1) Başvuru formu, 2) Kooperatif veya kooperatif birliğinin veya kooperatif merkez birliğinin ve ortaklığın noter onaylı imza sirküleri, 3) Kooperatif veya kooperatif birliğinin veya kooperatif merkez birliğinin ve ortaklığın, yürürlükte bulunan tüm değişiklikleri içeren ve tek bir metin haline getirilmiş, temsile yetkili kişilerce imzalı ana/esas sözleşmesi, 4) Halka açık ortaklık statüsünün kazanıldığının tespitine ilişkin ortaklık beyanı ile Tebliğ'de yer alan şartların sağlandığını tevsik edici bilgi ve belgeler, 5) Kooperatif veya kooperatif birliğinin veya kooperatif merkez birliğinin ve ortaklığın son yapılan genel kurul toplantılarına ilişkin toplantı tutanakları ile hazır bulunanlar listeleri, son durum itibarıyla ortak sayısını gösteren pay defteri örneği ve ortak sayısının tespitine mesnet diğer belgeler, Kooperatif veya kooperatif birliğinin son yapılan genel kurul toplantılarına ilişkin toplantı tutanakları ile hazır bulunanlar listeleri, son durum itibarıyla ortak sayısını gösteren pay defteri örneği ve ortak sayısının tespitine mesnet diğer belgeler, 6) Ortaklığın son yıllık hesap dönemine ait finansal tablolar 7) Ortaklığın mevcut sermayesinin ödendiğinin tespitine dair mali müşavir raporudur.

8) ÇALIŞKAN Merdan, Gümrük ve Ticaret Dünyası, 2018/4, Ankara, s.49

9) Ortaklık yapısı nedeniyle Kanun kapsamından çıkarılma,

MADDE 6 – (1) Sermayesinin; a) Yüzde doksan beşinden daha fazlasının en fazla elli pay sahibine ait olduğunu veya b) Yüzde ellisinden fazlasının doğrudan ve/veya dolaylı olarak il özel idarelerine, belediyelere veya diğer kamu kurum ve kuruluşlarına ait olduğunu başvuru tarihinden önceki son altı ay içerisinde yapılmış bir genel kurul toplantısına ait hazır bulunanlar listesi ile tevsik eden ortaklıklar, Kanun kapsamından çıkma talebiyle Ek-1'de yer alan belgelerle Kurula başvurmaları ve başvurunun Kurulca uygun görülmesi halinde Kanun kapsamından çıkarılır. (2) Birinci fıkra kapsamında Kanun kapsamından çıkmaya ilişkin olarak yapılacak başvurunun hazır bulunanlar listesi dışındaki diğer bilgi ve belgelere dayanılarak da yapılması mümkündür. Bu durumda ilgili belge üzerinden yapılacak tespiti ilişkin bilirkişi raporu hazırlanması zorunludur. Bilirkişi raporunun hazırlanmasında 7 nci madde hükümleri kıyasen uygulanır. (3) Esas sözleşmeleri uyarınca pay sahibi olmanın belirli özellikleri taşıyan kişilerle sınırlandırılmış ve pay devirlerinin sadece bu özellikleri taşıyan kişilere yapılabileceği hükmüne bağlanmış olan ortaklıklar, Kanun kapsamından çıkma talebi ile Ek-1'de yer alan belgelerle Kurula başvurmaları ve başvurunun Kurulca uygun görülmesi halinde Kanun kapsamından çıkarılır.

### III. Yükümlölükler

Halka arz edilmiş anonim ortaklıkların paylarının işlem görmesi için borsaya başvurma yükümlölükleri bulunmamaktadır. (Tebliğ Md.6/2) Ancak bu kurumlar özellikle Sermaye Piyasası Kurulu'nca yapılan muhtelif tali düzenlemelere tabidir. Buna göre bu anonim ortaklıklar, 13/6/2013 tarihli ve 28676 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği ile 12/6/2006 tarihli ve 26196 mükerrer sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Sermaye Piyasasında Bağımsız Denetim Standartları Hakkında Tebliğ'in uygulaması bakımından, ihraç ettiği sermaye piyasası araçları bir borsada ve/veya teşkilatlanmış diğer pazar yerlerinde işlem gören işletme olarak kabul edildiğinden, bu düzenlemeler uyarınca kamuya açıklanacak bilgi ve belgelerin Sermaye Piyasası Kurulu'na iletilmesi ve kurulun bu bilgi ve belgeleri internet sitesinde kamuya açıklaması gerekmektedir. Aynı şekilde bu anonim ortaklıklar 3/1/2014 tarihli ve 28871 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Kurumsal Yönetim Tebliği'ni, söz konusu Tebliğ uyarınca belirlenen birinci gruptaki ortaklıklar için geçerli olan hükümler çerçevesinde uygulamakla yükümlüdür. Bu düzenlemeler uyarınca kamuya açıklanacak bilgi ve belgelerin Sermaye Piyasası Kurulu'na iletilmesi ve kurulun bu bilgi ve belgeleri internet sitesinde kamuya açıklaması icap etmektedir. **(Tebliğ Md.7,8)**

Diğer yandan, Tebliğde, kapsamdaki anonim ortaklıkların sermaye piyasası mevzuatından kaynaklanan ve payları borsada işlem görmeyen ortaklıklar için geçerli olan hükümlerin ilgisi nispetinde kıyasen uygulanacağı belirtildiğinden, bu ortaklıklar, Kâr Payı Tebliği, Payları Borsada İşlem Görmeyen Ortaklıklara İlişkin Özel Durumlar Tebliği, Bilgi Sistemleri Yönetimi Tebliği, Pay Alım Teklifi Tebliği gibi Sermaye Piyasası Kurulu'nca yayımlanan tali mevzuatın kıyasen uygulanacak hükümlerine tabi olacaklardır. **(Tebliğ Md.6/1)**

*Ortak sayısı nedeniyle Kanun kapsamından çıkarılma,*

MADDE 7 – (1) Pay sahibi sayısının beş yüzün altında olduğunu; a) Hazır bulunanlar listesi, b) Pay defteri, c) Kar payı dağıtımına dair muhasebe kayıt ve belgeleri, ç) Kuruluşa ve sonrasında gerçekleştirilen sermaye artırımlarına başvuran pay sahiplerine ilişkin kayıt ve belgeler ile varsa ortaklığın pay sahipleri ile ilişkilerine dair benzer belge ve işlemlere dayanarak mahkeme tarafından atanan bilirkişi raporu ile tespit ettiren ortaklıklar, Kanun kapsamından çıkma talebi ile Ek-1'de yer alan belgelerle Kurula başvurmaları ve başvurunun Kurulca uygun görülmesi halinde Kanun kapsamından çıkarılır. (2) Bilirkişi raporunda esas alınan hazır bulunanlar listesinin başvuru tarihinden en geç bir yıl önce düzenlenmiş olması ve pay defterinin güncel olması şarttır. (3) Bilirkişi raporunun başvuru tarihinden önceki son üç ay içinde hazırlanmış olması ve sonuç kısmında; a) Rapor tarihi itibarıyla birinci fıkrada sayılan belgelerin tamamının incelenmesi sonucunda ortaklığın pay sahibi sayısının beş yüzün altında olduğunu tespit edildiğinin beyan edilmesi ve b) İncelemede kullanılmayan belgelerin kullanılmama gerekçesinin belirtilmesi zorunludur.

*10) Finansal tablo kalemlerinin büyüklüğü nedeniyle Kanun kapsamından çıkarılma,*

MADDE 8 – (1) Kurul düzenlemelerine uygun olarak hazırlanmış ve özel bağımsız denetimden geçmiş başvuru tarihinden önceki son iki yıla ait finansal tablolar itibarıyla; a) Aktif toplamı on milyon Türk Lirasından az olan veya b) Net satış hasılatı dışında kalan diğer gelirler toplamı ve net satış hasılatının her ikisi de beş milyon Türk Lirasından az olan ya da c) Tescil edilmiş sermayesi ile kanuni yedek akçeler toplamının tamamı karşılıksız kalan ortaklıklar, Kanun kapsamından çıkma talebi ile Ek-1'de yer alan belgelerle Kurula başvurmaları ve başvurunun Kurulca uygun görülmesi halinde Kanun kapsamından çıkarılır. (2) Ortaklığın yıllık finansal tablolarının bağımsız denetimden geçmiş olması halinde özel bağımsız denetim şartı aranmaz.

*Faaliyetin devamlılığına ilişkin hususlar nedeniyle Kanun kapsamından çıkarılma*

MADDE 9 –

a) Bakanlık düzenlemeleri çerçevesinde ilgili ticaret sicil müdürlükleri tarafından münfesih olduğu veya münfesih sayıldığı resen belirlenerek TTSG'de ilan edilmiş olan veya b) İflas sonucundaki tasfiye de dahil olmak üzere zorunlu veya gönüllü olarak tasfiyeye giren ya da c) Haklarında iflas kararı verilen ortaklıklar, söz konusu hususları tevsik eden TTSG örneği, mahkeme kararı ve varsa yetkili organ kararı ile Kurula başvurmaları ve başvurunun Kurulca uygun görülmesi halinde Kanun kapsamından çıkarılır.



## IV. Sonuç

Sermaye Piyasası Kanunu'na göre pay sahibi sayısı en az beş yüz olan kooperatiflerin veya kendisine ortak olan kooperatiflerin pay sahibi sayısı tek başına ya da toplam olarak en az beş yüz olan kooperatif birliklerinin veya kooperatif merkez birliklerinin yönetim kontrolüne sahip olduğu ve yıllık en az elli milyon Türk lirası satış hasılatı yapmış olan anonim ortaklıkların payları halka arz olunmuş sayılacaklardır.

Bu ölçütlerin tamamını taşıyan anonim ortaklıklar Sermaye Piyasası Kurulu kararı ile kapsama girecek ve şartları kaybetmeleri halinde kapsamdan çıkacaklar ya da çıkarılacaklardır. Kapsamdaki anonim ortaklıkların paylarını borsada işleme koyma yükümlülüğü bulunmamakla birlikte bu kurumlar özellikle Sermaye Piyasası Kurulu'nca yayımlanan Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği, Sermaye Piyasasında Bağımsız Denetim Standartları Hakkında Tebliğ ve Kurumsal Yönetim Tebliği gibi düzenlemelere uymak ve payları borsada işlem görmeyen ortaklıklar için geçerli olan diğer Tebliğlerdeki hükümlere de ilgisi nispetinde kıyasen tabi olmakla mükellef olacaklardır.

## Kaynakça

1-T.C. Yasalar (6362 Sayılı Sermaye Piyasası Kanunu, 1163 Sayılı Kooperatifler Kanunu, 4721 Sayılı Türk Medeni Kanunu)

2-19/09/2018 tarih ve 30540 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Kooperatif Ve Kooperatif Birliklerinin Paylarının Çoğunluğuna Sahip Olduğu Anonim Ortaklıklara İlişkin Esaslara Dair Tebliğ"

3-25/01/2019 tarih ve 30666 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Kooperatif Ve Kooperatif Birliklerinin Paylarının Çoğunluğuna Sahip Olduğu Anonim Ortaklıklara İlişkin Esaslara Dair Tebliğ'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ"

4-12/03/2019 tarih ve 30712 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Kooperatif Veya Kooperatif Birliklerinin Veya Kooperatif Merkez Birliklerinin Yönetim Kontrolüne Sahip Olduğu Anonim Ortaklıklara İlişkin Esaslara Dair Tebliğ'de Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ"

5-30/12/2013 tarihli ve 28867 mükerrer sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan "Ortaklıkların Kanun Kapsamından Çıkarılması ve Paylarının Borsada İşlem Görmesi Zorunluluğuna İlişkin Esaslar Tebliği"

6-13/6/2013 tarihli ve 28676 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan "Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği"

7-12/6/2006 tarihli ve 26196 mükerrer sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan "Sermaye Piyasasında Bağımsız Denetim Standartları Hakkında Tebliğ"

8-03/01/2014 tarihli ve 28871 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan "Kurumsal Yönetim Tebliği"

# KOOPERATİFLERİN VE ÜST BİRLİKLERİN DİĞER ŞİRKETLER ÜZERİNDE HAKİMİYET KURMA YOLLARI<sup>1</sup>

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4600-0466>

Soner ALTAŞ\*

## Özet

Kooperatifler ve üst birlikleri, Türk Ticaret Kanunu uyarınca ticaret şirketi sayılmaktadır. 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu, ticaret şirketlerinin bazı koşulların varlığında hakim şirket sayılacağını ve şirketler topluluğunun oluşacağını hükme bağlamıştır. Şirketler topluluğundan bahsedebilmek için, biri hâkim, ikisi de bağlı şirket olmak üzere en az üç ticaret şirketi bulunmalıdır. Böylece, kooperatiflerin ve birliklerin oy haklarının çoğunluğuna veya yönetim kontrolüne sahip oldukları ticaret şirketi sayısı iki ve üzerinde ise, kooperatif veya birlik hakkında da Şirketler Topluluğuna ilişkin hükümler uygulanır. Şirketler topluluğunun belirlenmesinde temel alınan kriter hâkimiyettir. Hâkimiyet yok ise, şirketler topluluğundan bahsedilemez. Bu çalışmada, bağlı şirketleri ile birlikte şirketler topluluğunu oluşturan kooperatif ve birliklerin bağlı şirketleri üzerinde hakimiyet sağlama yöntemleri ele alınmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** şirketler topluluğu, hakim şirket, bağlı şirket, hâkimiyet, şirket sözleşmesi, hâkimiyet sözleşmesi.

## 1. Giriş

Ülkemizde, kooperatifler ve birlikleri, temel olarak 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu<sup>2</sup> 'nda ve bunun yanında 4572 sayılı Tarım Satış Kooperatif ve Birlikleri Hakkında Kanun<sup>3</sup> 'da ve 1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri ve Birlikleri Hakkında Kanun<sup>4</sup> 'da düzenlenmişlerdir. Bununla birlikte, kooperatifler ve birlikler, Türk Ticaret Kanunu uyarınca ticaret şirketi sayılmaktadır. Dolayısıyla, ayrı kanunlar ile düzenlenmiş olsalar da, kooperatifler ve üst kuruluşları olan birlikler, Türk Ticaret

### \*Dr. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Başmüfettişi

- 1) Bu çalışmada belirtilen görüşler yazarına ait olup, çalıştığı Kurumunu bağlamaz.
- 2) 10/5/1969 tarihli ve 13195 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanmıştır.
- 3) 16/06/2000 tarihli ve 24081 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanmıştır.
- 4) 28/04/1972 tarihli ve 14172 sayılı Resmi Gazete 'de yayımlanmıştır.





Kanunu'nun bazı düzenlemelerine tabi olmaktadır. Kooperatif ve üst birlikleri ile bunların iştiraki olan ticaret şirketlerinin tabi olduğu düzenlemelerden birisi de şirketler topluluğudur. Şirketler topluluğundan bahsedebilmek için, biri hâkim, ikisi de bağlı şirket olmak üzere en az üç ticaret şirketi bulunmalıdır. Dolayısıyla, kooperatiflerin ve birliklerin en az % 51'ine iştirak edip oy haklarının çoğunluğuna veya yönetim kontrolüne sahip oldukları ticaret şirketi sayısı iki ve üzerinde ise, kooperatif veya birlik hakkında da Şirketler Topluluğuna ilişkin hükümler uygulanır; bunların iştirak ettikleri şirketler ise bağlı şirket olarak değerlendirilir<sup>5</sup>.

Bağlı (**yavru**) şirket, üzerinde doğrudan veya dolaylı hakimiyet uygulanan şirkettir. Hakim şirket ise başka bir şirkete veya şirketlere iradesini kabul ettiren şirkettir<sup>6</sup>. Hâkimiyet yok ise, şirketler topluluğundan, bağlı ve hakim şirketten bahsedilemez.

Diğer bir ifadeyle, şirketler topluluğundan bahsedebilmek için kooperatifin veya birliğin diğer bir ticaret şirketine sadece iştirak etmesi yeterli olmayıp, onun üzerinde hakimiyet kurmuş olması da gerekir. İşte bu çalışmada, bağlı şirketleri ile birlikte şirketler topluluğunu oluşturan kooperatif ve birliklerin bağlı şirketleri üzerinde hakimiyet sağlama yöntemleri üzerinde durulmaktadır.

## 2. Oy Çoğunluğu İle Hakimiyetin Sağlanması

**TTK'nın 195'inci maddesinin birinci fıkrasının (a.1) bendi hükmü;** bir ticaret şirketinin, diğer bir ticaret şirketinin, doğrudan veya dolaylı olarak oy haklarının çoğunluğuna sahip olmasını, hakimiyetin varlığına kesin karine kabul etmiştir. Bu itibarla, bir kooperatifin/birliğin diğer bir ticaret şirketinin **–doğrudan veya dolaylı olarak–** toplam oylarının % 50 + 1 oyuna sahip olduğu durumda, o ticaret şirketi üzerinde hakimiyeti haiz olduğu kabul edilir.

Bağlı şirketin bir anonim şirket olduğu durumlarda; oy hakkı hesaplanırken, hakim kooperatifin/birliğin sahip olduğu payların itibari değerleri toplamı, esas sermayeye oranlanır. Limited şirketlerde ise; oy hakkı, her ortağın esas sermaye payının itibari değerine göre hesaplanır ve her 25 Türk Lirası bir oy hakkı verir.

Kendilerine ait özel hükümlerde yer alan düzenlemeler nedeniyle; anonim ve limited şirket dışındaki diğer ticaret şirketlerinin ortakları, diğer ortaklarla, oy sözleşmesinin var olmadığı durumlarda, şirkette oy haklarının çoğunluğunu elde edemezler<sup>7</sup>.

Bir kooperatifin/birliğin diğer bir ticaret şirketi üzerinde oy haklarının çoğunluğunu kazanması, genellikle o şirketin paylarının çoğunluğunu elde etmesi ile mümkün olur. Nitekim **TTK'nın 195'inci maddesinin ikinci fıkrası hükmü** de bir ticaret şirketinin diğer bir ticaret şirketinin paylarının çoğunluğuna sahip olmasını hakimiyetin varlığına karine saymıştır. Ancak bu karine, aksi ispat edilebilir, adi karine niteliği taşımaktadır.

**Zira;** payların çoğunluğuna sahip olan kooperatif/birlik, diğer pay sahiplerinin sahip olduğu oy hakkında imtiyaz nedeniyle oyların çoğunluğuna sahip olmayabilir. Ya da kooperatifin/birliğin dışında kalan pay sahiplerinin genel kurula katılma konusunda ilgisiz olmaları gibi hallerde, %50

5) Altaş, Soner, *Kooperatiflere ve Üst Birliklerine Şirketler Topluluğu Hükümlerinin Uygulanması*, Karınca Dergisi, Y.86, S.997, 2020, s.21-25

6) Çamoğlu, Ersin, Poroy, Reha, Tekinalp, Ünal, *Ortaklıklar ve Kooperatifler Hukuku (10.bs.)*, Arıkan Yayınevi, İstanbul, 2005, s.1021

7) Gürel, Murat, *Türk Ticaret Kanunu Tasarısı'nda Şirketler Topluluğunda Hâkimiyetin Hukuka Aykırı Kullanılmasından Doğan Sorumluluk*, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, 2009, s.51-52

+ 1 oyun altında kalan bir oy oranı da şirket üzerinde fiili bir hakimiyet kurulmasına yol açabilir.<sup>8</sup>

Ayrıca, TTK'nın 195'inci maddesinin birinci fıkrasının (a.3) bendine göre; bir ticaret şirketi, kendi oy hakları yanında, bir sözleşmeye dayanarak, tek başına veya diğer pay sahipleri ya da ortaklarla birlikte, diğer bir ticaret şirketinin oy haklarının çoğunluğunu oluşturarak da hakimiyet sağlayabilir.

### 3. Şirket Sözleşmesi İle Hakimiyetin Sağlanması

TTK'nın 195'inci maddesinin birinci fıkrasının (a.2) bendi hükmü uyarınca, bir kooperatif veya birlik, diğer bir ticaret şirketinin sözleşmesi (*anonim şirketse esas sözleşme, limited şirketse şirket sözleşmesi*) uyarınca, yönetim organında karar alabilecek çoğunluğu oluşturan sayıda üyenin seçimini sağlayabilmek hakkını elde ederek de hakimiyet kurabilir. Bir ticaret şirketi üzerinde fiili hakimiyet sağlamanın en emin ve kestirme yolu, yönetim organı üyelerinin çoğunluğunu seçebilmektir. Özellikle anonim ve limited şirketlerin *fiili hakimiyetinin* sağlanması için yönetim organında çoğunluğu elde bulundurmak şarttır<sup>9</sup>.

Hakimiyetin, şirket sözleşmesine dayanması hali genellikle, bazı paylara veya belirli bir grup oluşturan pay sahiplerine tanınan imtiyazlar yoluyla söz konusu olur. Şirkette hakimiyet sağlamaya yönelik olan imtiyazları da genel olarak, oy haklarına tanınan imtiyazlar ile şirketin yönetimine katılma konusunda tanınan imtiyazlar olmak üzere ikiye ayırmak mümkündür.

Oy hakkına ilişkin olarak tanınan imtiyazlar, paylara kural olarak, *oy çoğunluğuna dayanan* bir hakimiyet sağlama imkanı verir. Anonim veya limited şirketlerde, şirket sözleşmesi ile paylara oy hakkında tanınacak imtiyaz yoluyla, şirketin yönetiminde bulunanların çoğunluğunun seçilmesi mümkün hale gelebilir. Böylece, oy hakkında imtiyaz ile şirketlerin bir holding çatısı altında toplanması sağlanabilir<sup>10</sup>.

Şirketin yönetimine katılma konusundaki imtiyaz ise, TTK'nın 360'ıncı maddesinin birinci fıkrasında **“belirli pay gruplarına, özellik ve nitelikleriyle belirli bir grup oluşturan pay sahiplerine ve azlığa yönetim kurulunda temsil edilme hakkı”** tanınabileceğinin ifade edilmesiyle düzenlenmiştir.

TTK'nın 360'ıncı maddesine göre, yönetimde temsil edilme imtiyazı iki şekilde tanınabilir. Birincisi, şirket esas sözleşmesi ile yönetim kurulu üyelerinin belirli bir grup oluşturan pay sahipleri, belirli pay grupları ve azlık arasında seçileceğinin öngörülmesidir. İkincisi ise, yine şirket esas sözleşmesi ile belirli bir grup oluşturan pay sahiplerine, belirli pay gruplarına ve azlığa yönetim kurulu üyeliği için aday önerme hakkı tanınmasıdır. Genel kurul, bu şekilde yönetim kurulu üyeliğine önerilen adayı veya hakkın tanındığı gruba ve azlığa mensup adayı, haklı bir sebep bulunmadığı takdirde üye seçmek zorundadır.

### 4. Sözleşme İle Hakimiyetin Sağlanması

TTK'nın 195'inci maddesinin birinci fıkrasının (b) bendi uyarınca, bir kooperatif/birlik **“diğer bir**

8) Gürel, 2009, s.52

9) Gürel, 2009, s.56

10) Gürel, 2009, s.57

**ticaret şirketini, bir sözleşme gereğince hakimiyeti altında tutabiliyorsa”,** sözleşmeye dayalı hakimiyetin varlığı kabul edilir. Ancak, hakimiyet sözleşmeleri **TTK**'da tanımlanmamıştır. Bu düzenleme eksikliğinin nedeni, hakimiyet sözleşmelerinin pozitif ve ayrıntılı biçimde düzenlendiği Almanya'da dahi bu beklentilerin aksine çok geniş bir uygulama alanı bulamaması ve dolayısıyla ülkemizde hakimiyet kurma amacıyla seçilecek bir yol olarak öngörülmemesi olabilir<sup>11</sup>.

Hakimiyet sözleşmesini, bir kooperatif veya birliğin, diğer bir ticaret şirketini merkezi sevk ve idaresi altına alarak, ona bağlayıcı talimat verme hakkı veren bir sözleşme olarak tanımlanabilir. Bağlı şirketin, sevk ve idaresinin hakim kooperatife/birliğe bırakılması hakimiyet sözleşmesinin asgari unsurunu oluşturur. Hakimiyet sözleşmesinde, hakim kooperatifin/birliğin, bağlı şirkete talimat verme hakkının karşılığını, talimatlardan dolayı şirketin azalan malvarlığını denkleştirme borcu yer alır.

**TTK**'nın 198'inci maddesinin üçüncü fıkrası hükmü, hakimiyet sözleşmelerinin geçerli olabilmesi için, bu sözleşmelerin ticaret siciline tescil ve ilan edilmesini öngörmüştür. Tescil ve ilan yükümlülüğü, hakimiyet sözleşmesinin yazılı yapılmasını zorunlu kılar. Tescilin kurucu etkiyi haiz olduğu söylenebilirse de, aynı fıkranın devam cümlesinde, tescil ve ilan şartının yerine getirilmemesi halinde de şirketler topluluğuna ilişkin hükümlerin uygulanacağı belirtilmiştir<sup>12</sup>.

Hakimiyetin, hakimiyet sözleşmesi haricinde, kârın devri sözleşmesi ve kredi sözleşmesi ile tesis edilmesi de mümkündür. Ancak, sayılan sözleşmeler ile hakimiyetin sağlanması hususunun Türk hukukunda uygulanamayacağına dair görüşler de bulunmaktadır<sup>13</sup>.

## 5. Diğer Bir Yolla Hakimiyetin Sağlanması

**TTK**'nın 195'inci maddesinin birinci fıkrasının (b) bendinde **“bir ticaret şirketi, diğer bir ticaret şirketini ... başka bir yolla hakimiyeti altında tutabiliyorsa”** hükmüne yer verilerek şirketler topluluğunun meydana geleceğine ilişkin düzenleme ile hakimiyetin sağlanma yöntemlerinde başka ihtimallerin de gündeme gelebileceği kabul edilmiştir.

Böylece uygulamada karşılaşılabilecek, önceden öngörülemeyen durumların, şirketler topluluğuna ilişkin hükümlerin kapsamına alınması amaçlanmıştır.

Hakimiyetin, **TTK**'da sayılmayan diğer hallerle sağlanmasının en sık görülen şekli, inançlı yönetim kurulu üyeleri aracılığı ile bir şirketin veya teşebbüsün, diğer şirketin yönetim kurulunda çoğunluğu elde etmesi olarak ortaya çıkar. Hatta hakim kooperatifin/birliğin, bağlı şirket üzerindeki hakimiyetini esas olarak inançlı yönetim kurulu üyeleri ile sağlaması da mümkündür. İnançlı yönetim kurulu üyeliği, hakim kooperatif/birlik ile bağlı şirket yöneticilerinin birebir aynı kişilerden oluşturulması yoluyla da sağlanabilir.

Hakimiyetin sağlanması amacıyla, inançlı yönetim kurulu üyelerinin atanmasının nedeni, inançlı yönetim kurulu üyelerinin tanımları gereği, üçüncü kişilerin talimatı doğrultusunda, onların menfaatini gözeterek hareket etmeleridir. Böylece hakim kooperatif/birlik, inançlı yönetim kurulu üyeleri aracılığı ile hakimiyetini *fiilen* bağlı şirket üzerinde kullanabilir. İnançlı yönetim kurulu üyeliğinden başka, **TTK**'nın getirmiş olduğu bir yenilik olan tüzel kişi yönetim kurulu üyeliği yoluyla,

11) Türk Ticaret Kanunu Tasarısı ve Adalet Komisyonu Raporu

12) Gürel, 2009, s.64-68

13) Gürel, 2009, s.68-75

yönetim kurulu üyeliğine hakim kooperatifin/birliğin seçilmesi yolu ile de hakimiyetin sağlanması mümkündür<sup>14</sup>.

## 6. Özet Ve Sonuç

Kooperatiflerin ve birliklerin oy haklarının çoğunluğuna veya yönetim kontrolüne sahip oldukları ticaret şirketi sayısı iki ve üzerinde ise, kooperatif veya birlik hakkında Şirketler Topluluğuna ilişkin hükümler uygulanır; bunların iştirak ettikleri şirketler ise bağlı şirket sayılır. Eğer bir kooperatif veya birlik, diğer bir ticaret şirketinin, doğrudan veya dolaylı olarak; oy haklarının çoğunluğuna sahipse veya şirket sözleşmesi uyarınca, yönetim organında karar alabilecek çoğunluğu oluşturan sayıda üyenin seçimini sağlayabilmek hakkını haizse veya kendi oy hakları yanında, bir sözleşmeye dayanarak, tek başına veya diğer pay sahipleri ya da ortaklarla birlikte, oy haklarının çoğunluğunu oluşturuyorsa ya da bir ticaret şirketi, diğer bir ticaret şirketini, bir sözleşme gereğince veya başka bir yolla hâkimiyeti altında tutabiliyorsa, kooperatif veya birlik hâkim, diğeri ise bağlı şirket sayılır. Şirketler topluluğundan bahsedebilmek için, biri hâkim, ikisi de bağlı şirket olmak üzere en az üç ticaret şirketi bulunmalıdır.

Ancak, Şirketler topluluğunun varlığını kabul etmek için kooperatifin veya birliğin diğer bir ticaret şirketine sadece iştirak etmesi yeterli olmayıp, onun üzerinde hakimiyet kurmuş olması da aranır. Hakimiyetin değişik yöntemlerle sağlanması mümkündür. Oy çoğunluğu, şirket sözleşmesi ve hakimiyet sözleşmesi ile hakimiyetin sağlanması bu yöntemlerin başında gelmektedir. Ancak, anılan yöntemler sınırlı sayı değildir. Kooperatifin veya birliğin diğer bir ticaret şirketini başka bir yolla hakimiyeti altında bulundurduğu hallerde de şirketler topluluğu meydana gelir. Şirketler topluluğunun meydana gelmesi halinde de şirketler topluluğuna ilişkin emredici hükümlere uyum yükümü doğar.

## Kaynakça

Altaş, Soner (2020). Kooperatiflere ve Üst Birliklerine Şirketler Topluluğu Hükümlerinin Uygulanması. Karınca Dergisi, Y.86, S.997, s.21-25

Çamoğlu, Ersin, Poroy, Reha, Tekinalp, Ünal (2005). Ortaklıklar ve Kooperatifler Hukuku (10. bs.). İstanbul:Arıkan Yayınevi.

Gürel, Murat (2009). Türk Ticaret Kanunu Tasarısı'nda Şirketler Topluluğunda Hâkimiyetin Hukuka Aykırı Kullanılmasından Doğan Sorumluluk. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara:Ankara Üniversitesi.

Komisyon Raporu : Türk Ticaret Kanunu Tasarısı ve Adalet Komisyonu Raporu, Esas No:1/324, TBMM Tutanak Dergisi, Dönem:23, Yasama Yılı:2, S.Sayısı:96, Nr.112

---

14) Gürel, 2009, s.61-62

# DİJİTAL PAZARLAMA: KAVRAMLAR VE SÜREÇLER

Hazal  
OĞUZ SARIKAYA\*

## Giriş

Elektronik ortamda ürün ve hizmetlerin tanıtılabileceği, günümüz teknoloji dünyasında geleneksel medyaya göre daha avantajlı ve tercih oranı yüksek pazarlama yöntemi olarak tanımlanabilecek dijital pazarlama metodu bir firmanın ya da markanın dijital ortamdaki pazarlama sürecine verilen isimdir. Günümüzde en yeni ve en geliştirilmiş açık pazarlama yöntemi olduğu söylenebilir. Dijital kanalları kullanan bu verimli pazarlama yönteminin önde gelenleri internet, sosyal medya ve mobil platformlardır.

Son yapılan araştırmalara göre Türkiye nüfusunun çok büyük bir kesimi aktif olarak interneti kullanmakta bu da güncel satış tekniklerindeki dönüşümün nedenini açıkça ortaya koymaktadır. Elektronik ticaret ve mobil pazarlama güncel olarak tüketiciler tarafından alternatif yöntemleri seçerek ürünün satışını yapmaktadır.

Dijital pazarlama geleneksel pazarlama yöntemlerine göre daha güncel ve yeni dünyaya uyum sağlamaktadır. Dijital pazarlamayı önemsemeyen ve buna bütçe ayırmayan büyük ve orta ölçekli işletmelerin satış konusunda rekabette pazardaki rakiplerine göre daha geriye düşebileceğini söylemek mümkündür.

Bu çalışmada dijital pazarlama konusu kavramsal çerçeve ile bütünlükçü bir yaklaşım üzerinden ele alınacaktır. Dijitalleşme ile ilgili önemli nosyonlara değinilirken dijital pazarlama süreci ve bu yeni tür pazarlamanın olumlu ve olumsuz yanları irdelenmeye çalışılacaktır.

## 1. Kavramsal Çerçeve

Dijital pazarlama, geleneksel olarak bilinen medyadan farklı yöntemlerle, markanın ve yapılan işin tanıtımını yapmak ve tüm pazarlama faaliyetlerine destek vermek amacı ile internet, mobil ve interaktif platformlar kullanılarak yapılan pazarlama faaliyetlerini kapsamaktadır. Bunlardan en önemlisi de internetin en ucuz şekilde büyük kitlelere ulaşabilecek bir ortam sağlaması ve pazarlama stratejilerini baştan aşağı değiştirmesidir (**Chaffey vd 2013: 102**)

Dijital pazarlamaya dair pek çok ifade bulunmakla beraber, bunların başlıca olanları; interaktif

---

\*Ticaret Ataşesi, Türkiye Cumhuriyeti Melburn Başkonsolosluğu, hazal.oguz@ticaret.gov.tr



pazarlama, çevrimiçi pazarlama, internet pazarlaması veya e-pazarlamadır. Dijital pazarlama, temelde dört adımdan oluşmaktadır. Bu adımlar sırasıyla; elde et, kazan, ölç ve optimize et, sahip çık ve büyüttür.

Bu dört yöntem birbirinin devamı niteliğinde olup, dijital pazarlama aracılığıyla müşterisine ulaşmaya çalışan işletmeler için stratejik önem taşımaktadır.

Bununla birlikte, dijital pazarlama, e-posta pazarlama, arama motoru optimizasyonu, içerik pazarlama ve sosyal medya pazarlaması da dahil olmak üzere her nevi çevrimiçi pazarlama için bir şemsiye terim olarak ifade edilebilecektir.

Dijital pazarlama, işletmelerin müşterileri ve ortakları ile birlikte çalışarak tüm paydaşlar için ortak değer yaratmak, iletişim kurmak, sunmak ve sürdürmek için uyarlanabilir, teknoloji etkin bir süreçtir.

Dijital pazarlama üzerine yapılan araştırmalar, internet pazarlama becerilerini kullanan işletmelerin, bilgi belirsizliğinin azalması ve uluslararası ağ yeteneklerini geliştirme kapasitesinin artması nedeniyle fayda sağlayacağını göstermektedir. Bununla birlikte, dijital pazarlama araçlarının kullanılmasının bir işletmeye pazar payını artırma ve rekabet gücünü artırma olanağı da vermektedir (*Kotane vd., 2019: 29-30; Kannan ve Li, 2017: 23*).

## 2. Dijitalleşme

Günümüz toplumu enformasyon toplumu olarak adlandırılmaktadır. Bu kavramın ne anlam ifade ettiğini anlamak için şu düşünülebilir; enformasyon toplumu yeni teknolojilerin sebep olduğu ekonomik ve sosyal değişimlerdir. Bilgi toplumunun temel taşıyıcısı da esasında günümüzde en yeni medya, yeni küresel medya olarak internettir.

Bu nedenle yeni medya kapsamında internetin sahip olduğu özellikleri açıklamak ve kullanım fırsatlarını açıklamak önem taşımaktadır (*Dedeoğlu, 2016*).

İnternetin sosyal yaşama etkilerine bakıldığında aslında, yeni bir iletişim teknolojisi olmasına rağmen kendisinden önceki geleneksel medya özelliklerinin neredeyse tamamını içinde barındırabilmesinin önemli bir özellik olarak karşımıza çıktığı aşikardır. Ayrıca izlerkitleyi içerik ve zaman açısından özgür bıraktığı söylenebilecektir.

Diğer yandan, etkileşim açısından geleneksel enstrümanlara göre farklı özellikler barındırdığı ve daha büyük fırsatlar sunduğu aşikardır.

Daha önce gazetenin okuyucusu, radyonun dinleyicisi ve televizyonun izleyicisi varken artık internet için bunun nasıl kullanıldığına dair, ya da internetin sahip olduğu özellikler açısından “kullanıcı”nın var olduğu söylenebilecektir. Bütün bunların hepsini içerecek bir biçimde, bir diğer deyişle okuyucu, dinleyici ve izleyicinin bir bütün olarak kullanıcı şeklinde tanımlandığı ifade edilebilir.

### **Küresel bağlamda internetin gelişiminin sonuçları;**

- **İnternet ağı üzerindeki insanların birbirlerine yakınlaşması**
- **Ortak paylaşım alanlarının oluşması**
- **İnternet kültürünün medyana gelmesi şeklinde sıralanabilir.**

İnternet ortamının getirdiği değişimler ise sosyal kimlikten bağımsız iletişim, paylaşım, demokratikleşme, bilgiye hızlı ve kolay ulaşım ile kendine has bir iletişim olarak ifade edilebilecektir.

Teknolojinin toplumsal hayat içerisinde gereksinimleri karşılamak üzere işlevselliği öte yandan toplanan ve depolanan kişisel bilgiyi de çoğaltmıştır.

Toplanan veri ve bilgilerden yeri bilgi üretmek kolaylaşmıştır ki bu yeni tür bilgilere Transaction Generated Information adı verilmektedir.

Örneğin bir satış işlemi gerçekleştiğinde oluşan ayrıntılı bilgi, bir bilgisayarda durmakta, çok sayıda farklı noktadan bu bilgisayara erişebilmekte, bu bilgi başka bilgisayarlara aktarılabilmekte, böylece diğer kişilere de yayılabilmektedir.

### 3. Dijital Pazarlama Süreci

Dijital pazarlama markalar tarafından doğru hedef kitleye ulaşabilmek için önem arz etmektedir. Dijital pazarlama sayesinde doğru hedef kitleyi iletişim stratejisinin bireyselliğe indirgenmesi büyük avantaj sağlamaktadır.

Markalar hedef kitlelerine ulaşabilmek adına yaptığı strateji ve yatırımdan en yüksek oranda avantaj sağlayabilmek için dijital pazarlamada bir plan kapsamında devam etmelidir (**Todor, 2016: 52**).

Dijital pazarlama aşamaları pazarlama sürecinde bir bütün olarak ele alınmaktadır. Pazarlama aşamalarının ne olduğuna bakıldığında karşımıza şu süreçler çıkar:

- **Hedef kitlenin belirlenmesi süreci**
- **Rakiplerden farklılaşma**
- **Rakip analizi**
- **Kullanılması planlanan kanallar**
- **Sonuçların değerlendirilmesi**

Bu kapsamda markalar öncelikle hedef kitlelerine uygun yatırım stratejileri belirleyerek hareket ederlerse karlılıklarını artıracaklardır. Bu kitlenin yanlış değerlendirilmesi sonucunda oluşan pazarlama iletişimi markaya faydadan çok zarar olarak geri dönecektir.

Yapılan hata ile gelir düzeyi, tüketim alışkanlıkları ve ihtiyaçları yanlış değerlendirilen hedef kitleden geri dönüş alınamayacaktır.

Hedef kitlenin gözünde bilinirlik kazanarak özgünlük ile öne çıkmak içinde rakip kuruluşlardan farklılaşıyor olmak gerekmektedir (**Chaffey vd., 2009: 52**).

Hedef kitlenin belirlenmesi dijital pazarlamada markanın hedefine ulaşmasında önemlidir. Fakat hedef kitlenin belirlenmesinden önce markanın kendisini ve ürününü tanıyan olması daha önceliklidir. Kendisini tanıyan ve doğru ifade eden markalar ancak hedef kitlelerine ulaşabilmektedir.

Hedef kitle, işletmelerin sunmuş oldukları ürün veya hizmete en fazla ilgi duyan tüketici topluluğu olarak belirtilmektedir. Hedef kitlenin belirlenmesi işletmeler için önemli adımlardan bir tanesidir.

Hedef kitle belirlenirken birden fazla unsur bulunmaktadır. Hizmet alanı olarak bu unsurlarda farklılıklar görülmektedir fakat genel itibari ile aşağıdaki unsurlar olarak sıralanmaktadır:

#### 4. Dijital Pazarlamanın Avantajları ve Dezavantajları

Dijital unsurların kullanılmasıyla gerçekleştirilen ve bütün pazarlama faaliyetlerinin dijital ortamda gerçekleşmesini sağlayan pazarlama yöntemi olarak tanımlanabilecek dijital pazarlama, geleneksel pazarlama faaliyetlerinin dijital alanda gerçekleştirilmesi olarak tanımlanmasına karşın geleneksel pazarlama uygulamalarına oranla çok daha büyük avantajlara sahiptir (*Dholakia ve Bagozzi, 2001:168*).

Bununla birlikte, dijital platformların sunduğu olanaklardan faydalanan işletmeler, dijital enstrümanlar sayesinde çok daha büyük kitlelere daha düşük maliyetler ile ulaşarak sundukları ürünler ve hizmetleri tanıtmakta, satış sonrası da hizmet imkanları sunmakta ve tüketicilerin rahatlıkla düşüncelerini iletebileceği kuruma erişim olanağı sağlamaktadırlar.

Teknolojinin hızla gelişmesi, mobil cihazların kullanımlarının artması insanların yaşam şeklini değiştirmesi gibi alışveriş alışkanlıklarını da değiştirmiştir. Teknolojinin kendini pazarlaması hem de teknoloji sayesinde ürünlerin pazarlanması ile işletmeler bütçelerinde dijital pazarlamaya yer ayırmaktadırlar (*Ryan, 2016:1660*).

Dijital veya çevrimiçi reklamcılık, 1994'teki kuruluşundan bu yana olağanüstü bir büyüme göstermiş ve internet, günümüzün en hızlı büyüyen reklam aracı haline gelmiştir.

Reklam verenler, reklamlarını yüksek trafikli web sitelerine yerleştirmek için yüz milyonlarca dolar harcamaktadır. Çevrimiçi reklamcılıktaki artış, interneti ürün/hizmet satın almak ve satmak için kullanan tüketicilerin artışına karşılık gelmektedir.

Dijital pazarlamanın avantajlarına bakıldığında; dijital pazarlama teknolojilerinin, tüketicilerin internete istediği zaman ve istediği yerden bağlanabilmesini sağladığı için, işletme bilgilerine güncel ulaşımına izin verdiği görülmektedir. Dijital pazarlama ile tüketiciler, işletmenin web sitesini ziyaret edebilir, ürünler hakkında bilgileri okuyabilir, çevrimiçi alışveriş yapabilir ve geri bildirimde bulunabilir.

Tüketiciler dijital pazarlama yoluyla ürünler/hizmetler hakkında net bilgiler alırlar. İnternet, müşterilerin güvенеbileceği ve satın alma kararı verebileceği kapsamlı ürün bilgileri sağlar. Bununla birlikte, internet gün boyu hizmet verdiği için, müşterinin çevrimiçi olarak bir ürün satın almak istediği zamana herhangi bir kısıtlama yoktur.

Öte yandan, bu yeni türün dezavantajlarına bakıldığında; internet pazarlama kampanyalarının bir rakip tarafından kolayca kopyalanabilir ve ticari markalar veya logolar müşterileri dolandırmak için kullanılabilir olduğu görülmektedir.

Yavaş internet bağlantılarında zorluklar ortaya çıkabilir. Web siteleri çok karmaşık ise fazla zaman alacağından müşteriler sıkılabilir.

Çoğu kullanıcı elektronik ödeme yöntemlerine hala güvenmemekte ve bu nedenle çevrimiçi alışverişten vazgeçmektedir.

Sanal promosyonlarla ilgili çok sayıda sahtekarlık nedeniyle kullanıcılarda güven eksikliği oluşmakta, bu da işletmelerin imaj ve itibarlarına zarar vermektedir.

## Sonuç

Pazarlama kavramının ortaya çıkışından günümüze kadar olan periyot içerisinde dünyada ekonomik, politik ve sosyolojik alanda birçok değişim ve yenilik yaşanmıştır. Bu değişimler insanların yaşam tarzlarını, kültür yapılarını ve iş yaşamlarını doğrudan etkilemiştir. Dönemsel olarak yaşanan bu gelişmeler karşısında pazarlama biliminde de sürekli olarak değişimler ve yenilikler ortaya çıkmıştır.

Bu değişimlere paralel olarak internetin giderek büyüdüğü görülmektedir. İnternetin büyüüp kompleksleşmesi, küreselleşmeyi açıklamaya yardımcı olmak için en yaygın kullanılan örneklerden biridir. Bilgi çağında ve gittikçe artan bir şekilde ağa bağlı ekonomide elektronik ticaret, iş büyümesini, işgücü hareketini ve kişilerarası ilişkileri geliştiren ana araçlardan biri olarak görülmektedir.

Bu noktada dijital pazarlama yalnızca işlemsel bir araç değil; aynı zamanda ticari ve mikro-ekonomik düzeyde değişim yaratır ve bu da pazarlama pratiğinde ve teoride değişiklik gerektirir.

Ayrıca, dijital pazarlama, ürünleri veya hizmetleri tanıtmak ve dijital kanalları kullanarak tüketicilere ulaşmak için yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu yeni medya aracılığıyla tüketiciler bilgiye istedikleri zaman ve istedikleri yerde erişebilirler. Ne var ki internet ortamında tüketicinin güvenliğini zedeleyici, onların bilgi eksikliklerini istismar edici pek çok unsura karşı dikkatli olunması gerekir.

## Kaynakça

Chaffey, D., Smith, P. R., & Smith, P. R. (2013). eMarketing eXcellence: Planning and optimizing your digital marketing. Routledge.

Chaffey, D., Ellis-Chadwick, F., Mayer, R. ve Johnston, K. (2009). Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice. Pearson Education.

Dedeoğlu, G. (2016). Teknoloji, İletişim, Yeni Medya ve Etik. İstanbul: Sentez Yayıncılık.

Dholakia, U., & Bagozzi, R. P. (2001). Consumer behavior in digital environments. Digital marketing, 163-200.

Kannan, P. ve Li, H. (2017). Digital Marketing: A Framework, Review And Research Agenda, International Journal of Research in Marketing, 34, 22-45.

Kotane, I., Znotina, D. ve Hushko, S. (2019). Assessment Of Trends In The Application Of Digital Marketing, Scientific Journal Of Polonia University, 33(2), 28-35.

Ryan, D. (2016). Understanding digital marketing: marketing strategies for engaging the digital generation. Kogan Page Publishers.

# SAĞLIK HİZMETLERİ KAYNAKLARINA GENEL BİR BAKIŞ

Yeter DEMİR USLU\*

## 1. Giriş

Sağlık hizmeti ihtiyacı, süregelen yaşam boyunca bir ihtiyaç olarak görülmüş, tarihte sağlık hizmeti sunumu ile ilgili pek çok araştırmalara konu edilmiştir. Temel yaşam faaliyetlerinden biri olarak görülen sağlık hizmeti ihtiyacı, dil, din, ırk, renk, cinsiyet ayrımı yapmaksızın tüm dünyada karşılanması beklenen bir hizmet sunumu olmuştur.

Sağlık terimi ulusal ve uluslararası hukuk kaynaklarında, yalnızca hasta olmama durumunu değil aynı zamanda **“bedensel, zihinsel ve sosyal olarak tam bir iyilik hali”** olarak ifade edilmektedir. Sağlığın bireylere hak olarak tanındığı ilk belge, BM’nin uzmanlık birimlerinden biri olan WHO’nun 1946 tarihli Anayasası’dır. WHO Anayasası’nın başlangıç bölümünde **“Sağlık bir bütün olarak fiziksel, ruhsal ve sosyal esenlik durumudur ve yalnızca hastalık ya da maluliyet yokluğu değildir. Ulaşılabilir en yüksek sağlık standartlarından yararlanma, ırk, din, siyasi görüş, ekonomik ya da sosyal durum farkı gözetilmeksizin her insanın temel haklarından biridir.”** Görüldüğü üzere, BM Şartı’nın kabul edilmesinden sonra paralel olarak Evrensel İnsan Hakları Bildirisi’nin öncesindeki dönemde, sağlık hakkı bu belge tarafından bir **“temel hak”** olarak tanımlanmıştır. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) Anayasası ve 1978 Alma-Ata Bildirgesi, sağlığı **“yalnızca hasta ya da sakat olmama değil, fiziksel, zihinsel ve sosyal anlamda tam bir iyi olma hali”** olarak tanımlamaktadır.

Sağlık kavramında yer alan olgular, sağlık alanında araştırmaların sınırlarının gelişmesine ve eleştiriye açık bir hal almaya başlamıştır. Sağlık ihtiyacına herkesin ulaşma hakkı esas alındığından sağlık hizmeti sunumu ciddi bir organizasyon gerektiren hal almıştır.

## 2. Türkiye’ de Sağlık Hizmeti Sunumunun Tarihçesi

Türkiye’ de sağlık hizmeti sunumunun tarihçesi araştırıldığında, Selçuklu ve Osmanlı döneminde hizmetler saray ve asker odaklı ilerlemesi, maddi imkanı olmayan halkın sağlık hizmetinden yoksun olması, 19.yy sonlarına kadar devam etmiştir. Maddi durumu yerinde olan halk, zamanın gelişmiş olan hekimlerinden hizmet alarak sağlığın kaynaklarından faydalanmaya başlamıştır (**Çavmak, 2017**). Sağlık denilince hekimlik ve hemşirelik algısından ziyade ilerleyen zamanlarda

\* Prof. Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi Öğretim Üyesi



farklı meslek gruplarını içine alarak boyut kazanmıştır. Bu değişim ve farklı disiplinlerin bir arada olması, sağlık kaynaklarının artmasına ve yönetilmesine ihtiyacı doğurmuştur. Bu sebeple sağlık hizmetinde artan maliyetler sağlık kaynakları kullanımını ve finansmanın sağlanması konusunda eskiye oranla daha da öne çıktığı belirlenmiştir. Tüm dünyanın ortak sorunu olan sağlık hizmet sunumunda bireylerin finansal açıdan sağlık hizmetine ulaşabilmeleri için sürdürülebilir kaynakların olması, temel bir amaçtır. Kaynağı verimli bir şekilde kullanmak ve kaynağı adaletli bir şekilde dağıtmak, bireylerin yoksullaşmasını engellemek en önemli hususlardır. Teknolojinin gelişmesi ile sağlık hizmeti sunumunda yenilikler, araştırmalara konu olan ve ülkelerin sağlık hizmetleri politikasına şekil vermesinde önemli rol oynamaktadır. Kaliteli bir sağlık hizmeti sunmak, sağlıklı bir toplum oluşturmak, ülkenin ekonomik, sosyal ve kültürel anlamda güçlenmesini desteklemektedir. Kamu sağlık politikalarının devamlı ve etkili olmasının önemi, dünyada nüfusun artması; salgın hastalıkların yarattığı sağlık tehdidini ortadan kaldırmak, sosyal devlet anlayışı benimsenerek tüm kesimlere bu hizmeti yaygınlaştırmaktır (**Topkaya, 2016**).

### 3. Sağlık Politikaları

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde devletlerin sağlık politikaları alt yapılarını salgın hastalıkların oluşmasıyla başlayan nüfus sayımıyla istatistiksel bilgiler oluşturur. “Sosyal Matematik Kavramı” olarak adlandırılan kavram, Fransız Siyasetçi Condorcet’ in devlet ve halk arasındaki ilişkiyi anlatan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kavrama göre, sağlık durumlarına göre halkın sayılması ve devletin ölçeklerini oluşturmada çalışmalar yürütülmektedir. 16. yy’ da İtalyan şehirlerinde kapsamlı bir nüfus sayımı planlaması yapılmış, 18. yy’ da İsveç’te doğum, ölüm nedenleri, eğitim ve sosyo demografik özelliklere göre daha kapsamlı bir nüfus sayımı gerçekleştirilmiştir. İngiliz entelektüelleri politik aritmetik kavramını geliştirmişlerdir. Napolyon döneminde Fransa’da İstatistiki Araştırma Bürosu kurulmuştur. İlerleyen dönemlerde de benzer çalışmalar sürdürülmüştür. 19. yy’ da ise Thomas Malthus’ u nüfus ile ilgili teorisi dönemde önemli bir yere sahip olmuştur. 20.yy’ dan itibaren halk sağlığı olgusu gelişmiş, ampirik çalışmalar ve çözümler üretilmeye başlanılmıştır (**Topkaya, 2016**).

Teknolojinin her geçen gün gelişmesi, hiç şüphesiz sağlık alanında da ivme kazandıran etmenlerden biri olmuştur. Artık tüm dünyada sağlık politikalarının devlet tarafından göz önünde bulundurulması, devletin güçlenmesi ile küresel bir boyut kazanmıştır. Sağlığa bir sınır koyulmaması, sağlıkla ilgili her soruna evrensel bakılarak çözüm üretilmeye çalışılması, yalnızca kendi ülkelerinde bulunan sağlık sorunu ile tüm dünya genelinde ilgilenilmesinin gerekliliği benimsenmiştir.

### 4. Sağlık Sistemlerinde Finansman

Sağlık harcamalarının ve sağlık hizmetleri finansmanın her ülkenin ekonomisinden almış olduğu katkı farklı olup bu pay her ülkede tartışılmakta ve sağlık politikalarını belirleyen kişilerin sürekli olarak gündemlerinde yer almaktadır. Sağlık sistemlerinin, bireyin güvenilir bir şekilde doğumundan yaşlı bir bireyin etkin bir şekilde hizmet almasına kadar sorumluluğu bulunmaktadır (**Demirci, Konca, İlgün, 2020**). Sağlık hizmeti hiçbir ayırım gözetmeksizin tüm topluma sunulan temel ihtiyaçlardan biri olması sebebiyle sağlık hizmetine ait olan gideler ülkelerin sağlık politikalarında gündem halindedir. Doğum ve ölüm oranları, salgın hastalık, aşılama, ilaç endüstrisi gibi birçok etken sağlığın harcamalarına ivme kazandırmakta, sağlıkta finansman kaynağının artmasına neden olmaktadır.

Sağlık hizmeti sunumunda adalet ve eşitlik ilkesi benimsenmekte olup kaynağın etkili ve verimli kullanılabilmesi için sağlık finansmanının önemi oldukça büyüktür. Kişi başına düşen gelir, kişilerin sağlık durumlarının iyi halinin devam ettirilmesine yönelik bilincin artması, gün geçtikçe hastalıkların

ve hasta sayısının artması kaynağın etkili ve verimli kullanılmasının önemini arttırmaktadır. Aksi taktirde sağlık harcamalarındaki artışlar, finansal sürdürülebilirliği riske sokmakta olup sağlık harcamalarının bütçedeki payını arttırmaya devam ettirecektir.

Finansman kaynağı ülkeler arasında farklılık göstermektedir. Aynı finansman yöntemi benimsense de sağlık hizmetleri örgütlenme şekilleri, hizmete erişim, ödeme yöntemleri gibi değişkenlik gösteren kurallar sebebiyle farklı sonuçlarla karşılanabilmektedir (**Tatar, 2011**). Bahsedildiği gibi her ülkenin benimsemiş olduğu sağlık sistemlerinde farklılık oluşmaktadır. Sağlık politikalarında değişime gitmek, iyileştirmelerde bulunmak ülkelerarası sağlık sistemlerin karşılaştırılması ile olumlu sonuçlar elde edilebilir.

## 5. Sağlık Hizmeti Finansmanında Kullanılan Yöntemler

Sağlık hizmetlerinin sunumu ve finansmanını tanımlamak gerekirse hizmet sunumunu gerçekleştirenler ile finanse edenler arasında bir transfer süreci veya kaynak değişimi olarak tanımlayabiliriz. Sağlık hizmeti ne zaman ihtiyaç duyulacağı belli olmayan ve ihtiyacın ortaya çıktığında maliyetlerin belirsiz olması sebebiyle üçüncü tarafın müdahale etmesi gereken durumların ortaya çıkması sonucunu doğurabilmektedir. Ülkemizde sosyal sigorta modeli uygulanmakta olup **AB** ülkelerine göre finansman kaynağı farklı olarak ilerlerken Güney Avrupa rejim grubu ile benzerlik taşımaktadır. Sosyal sigorta modelinin uygulandığı ülkelerde sosyal güvenlik sistemlerinin başlıca gelir kaynağı, işçi ve işverenlerden alınan sigorta primi olarak adlandırılan paralardan oluşur. Günümüzde işverenlerin ödedikleri prim oranı ve prim miktarı, işçilerinkinden daha yüksektir olup hatta kimi sigorta kolları için sadece işverenler prim ödemektedirler. İşçi ve işverenler yanında, devletin de sosyal güvenliğin finansmanına katkısı her geçen gün artış göstermektedir. Devletin, sosyal güvenliğin finansmanına katkısı; primlere benzer biçimde ödemelerde bulunarak; sağlanan sosyal gelirlerle ilgili ödemelere katılarak, sosyal güvenlik kurumlarının yönetim giderlerini karşılayarak, anılan kurumların bilanço açığını kapatarak, vergi indirimi gibi kolaylıklar tanıyarak finansman katkısı olmaktadır (**Tatar, 2011**).

### ***Sağlık hizmetlerinin finansman modeli belirlenirken ele alınan bazı kriterler ;***

**Uygulanabilirlik:** Hangi finansman modeli seçilirse seçilsin toplum tarafından kabul edilebilirliği ön planda olmalıdır.

**Verimlilik:** Seçilmiş olan finansman modelinde maliyetlerinin yönetimi ve etkin kullanılması esastır.

**Talep:** Kullanılan sağlık hizmeti türünü ve düzeyini etkileyen durumdur. Bireylerin daha az veya daha çok sağlık hizmetini kullanmaya teşvikine neden olabilir.

**Arz:** Seçilen finansman yöntemi ile hizmet sunan kişi veya kurumların davranışını etkileyebilmektedir.

Sağlık hizmetlerinin finansman modelini belirlerken her ülkede göz önüne alınması gereken temel kriterler vardır ve bu kriterler her model için farklı sonuçları ortaya çıkarır. Bu kriterlere ek olarak sağlık hizmetlerinin geçmişten gelen finansman ve örgütlenme şekli, buna ilişkin olarak toplumda oluşmuş genel anlayış ve kabuller, kültürel etmenler ve geçmişten itibaren yaşanan deneyimler de seçilen finansman modelinin hem şeklinin belirlenmesinde hem de işleyişinde önemli rol sahibidir. Özellikle vurgulanması gereken önemli konuların başında hem toplum hem de finansman sistemi açısından mükemmel bir modelin olmadığı, her modelin kendine göre avantaj ve dezavantajlarının olduğu ve bir ülkede çok iyi işleyen bir modelin bir başka ülkede, tamamen o ülkeden kaynaklanan faktörler nedeniyle aynı sonuçları vermeyebileceği gelmektedir. Bu nedenle aşağıda genel olarak

ele alınan sağlık finansman modelleri ile ilgili tartışılan konuların her ortamda farklı sonuçları ortaya çıkarabileceğini düşünmek gerekmektedir (Kaya, Yılmaz, 2020).

## 6. Sağlık Finansmanında Üç Temel Model

Beveridge, Bismarck ve Özel Sağlık Sigortası olarak üç modelde sınıflandırılmıştır. Yukarıda belirlenen etkilerin yanı sıra finansman kaynakları, hizmet sunucuları ve sağlık politikalarına göre bu modeller birbirleri ile farklılaşabilmektedir. Beveridge modelinin geçmişi ikinci dünya savaşına dayanırken günümüzde Danimarka, İrlanda, İsveç, İtalya, Norveç, Portekiz gibi başlıca ülkelerde kullanılmakta olup temel amaç sağlık hizmetinin vergilere dayanarak finanse edilmesidir. Devlet, finansmanı bütçe aracılığı ile kontrol etmekte, hekimlere kişi başı ödeme yöntemi veya maaş ile ödeme sağlama, kurumları merkezi bütçe ile finanse etmek bu modelin alt özelliklerindendir. Bismarck Modeli Almanya’da 1883 yılında geliştirilmiş ve birçok ülkeyi kapsayan bir model halini almıştır. Günümüzde Avusturya, Belçika, İsviçre olmak üzere birçok ülkede kullanılmaya devam etmektedir. Benimsenen bu modelde çalışanlar ve işverenlerin prim ödeme esasına dayanan anlayışları ile ortak havuzda fon toplanılması ve sağlık ihtiyacı olan bireylerin havuzda biriken kaynakları kullanmasıdır (Kocasoy, 2014).

Piyasa ekonomisi aracılığıyla cepten yapılan ödemelerin dezavantajını gidermeye çalışan bir diğer model ise özel sağlık sigortası sistemidir. Hizmeti alan ve hizmeti sunanlar arasında köprü görevi olan aracı kurucular ile finansman dönmektedir. “Üçüncü taraf ödeyici” olarak da adlandırılmaktadır (Çelikay, Gümüş, 2011). Türkiye’de sosyal sağlık sigortasının geleceği ile ilgili tartışmalarda gündeme en çok gelen konu, “Türkiye’nin vergilere dayalı bir sağlık finansman sistemi” ile mi yoksa “sosyal sigorta ilkelerine dayalı bir finansman sistemi” ile mi finanse etmesi gerektiğidir.

## 7. Türkiye’de Sağlık Sistemi, Sağlıkta Dönüşüm Ve Sağlık Harcamaları

Türkiye’de sağlık hizmetlerinin sunumunda ve finansmanında çok önemli rol üstlendikleri bilinen kurumlar olarak Sağlık Bakanlığı, Milli Savunma Bakanlığı, şehir hastaneleri, üniversite hastaneleri, belediyeler, kamu iktisadi kuruluşları, aile sağlığı merkezleri gibi bir çok resmi veya özel kuruluşları sayabiliriz. Ayrıca dernek ve vakıflarla birlikte özel sağlık kuruluşları da önemli bir paya sahiptir. Tüm bu sağlık hizmetlerinin temel yapısını oluşturan ve merkezi örgütlenmesini sağlayan T.C Sağlık Bakanlığıdır. 2003 yılından itibaren ise Sağlık Bakanlığının rolünün yeniden tanımlanması, kamu hastanelerinin özertleştirilmesi, kurumların sözleşmeli personel alması ve çalıştırmasına ilişkin düzenlemeler olmuştur. Sağlıkta Dönüşüm Programı ile yapılan bu düzenlemeler sağlık sisteminin yeniden yapılandırılmasını, sağlık hizmetlerinin sunumunun etkili ve verimli bir şekilde sunulmasını, hizmet sunumundan herkesin eşit şekilde yararlanması sağlanmaktadır (Tatar, 2015).

## 8. Sonuç

Her bireyin sağ doğum ile başlayan hukuki haklarından biri olan sağlık hakkı, süregelen yaşam boyunca tüm dünyada herkesin sağlık hizmetlerini alma konusunda eşit ve adil yararlanması gereken bir haktır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin uyguladığı sağlık politikaları, iyileştirme çalışmaları ve sağlık hizmetlerinde etkili kaynağa ulaşım sorunu günümüzde devam etmektedir. Türkiye’de sağlık hizmetlerinin sunumu dağınık bir yapıya sahiptir. Önceki yıllarda devlet

hastaneleri ve **SSK** hastanesi olarak adı geçen hastanelerde sosyal güvence sistemine göre farklı hizmet verildiği, hizmet sunumunda eşitsizlik, hakkaniyetsizlik ve verimsizliklerin olduğu, bireylerin sağlık sunucularından yeterince yararlanılmadığı bilinmektedir. Bu sorunların ortadan kaldırılması amacıyla, devlet hastaneleri ile **SSK** hastanelerinin kamu hastane birlikleri adı altında birleştirilmiştir. Böylece, hizmet sunumunun, yönetiminin ve harcamalarının tek çatı altında toplanması sonucu dağınık ve karmaşık yapı belli ölçüde ortadan kaldırılmış ve mali kontrolün sağlanmasında önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Kamu hastane birliklerinin kurulmasıyla birlikte merkeziyetçi yönetim yerine, yerinden yönetim anlayışı benimsenmiş olup koordinasyon eksikliğin kısmen de olsa giderilmesi ve kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlamıştır. Ayrıca sağlık hizmetlerinin sunumunda sağlık ocaklarının ve sağlık evlerinin kapatılarak aile hekimliğine (**aile sağlığı merkezleri**) geçilmesi diğer bir değişim örneğidir. Böylece birinci basamak sağlık hizmetlerinden yararlanan kişilerin sayısında önemli bir artış olmuştur, aile hekimliği uygulaması ikinci ve üçüncü basamak hizmetlerinin önemli bir yükünü almış olup birinci basamak sağlık hizmetlerinin etkinliğini arttırmıştır. Sağlık sistemi örgütlenmesinin iyi yapılması, gerekli bütün üretim etkenleriyle donatılıp modern yöntemlerle yönetilmesi ve sağlık hizmetlerinde kaynakların etkin kullanılması gerekmektedir.

## Kaynakça

- Çavmak, D. (2017) Sağlık Hizmetlerinde insan kaynakları planlaması: Türkiye değerlendirmesi.
- Topkaya, Ö. (2016). SOSYAL POLİTİKABAĞLAMINDA DÜNYADA SAĞLIK POLİTİKALARININ TARİHSEL GELİŞİMİ. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 21(2), 707-722.
- Demirci Ş, Konca M, İlgün G. (2020). Sağlık Finansmanının Sağlık Sistemleri Performansına Etkisi: Avrupa Birliği Üyesi ve Adayı Ülkeler Üzerinden Bir Değerlendirme. Sosyoekonomi, Vol. 28(43), Sy.229-242.
- Tatar, M. (2015). Sağlık Hizmetlerinin Finansman Modelleri: Sosyal Sağlık Sigortasının Türkiye’de Gelişimi. Sosyal Güvenlik dergisi (1):1. Sy. 103-133.
- Kaya R, Yılmaz N. (2020). Türkiye ve Hindistan’da Geleneksel Tıp Uygulamaları: Sağlık Turizmi Perspektifinden Bir Karşılaştırma. Geleneksel ve Tamamlayıcı Tıp Dergisi 3(3):422-34.
- Kocasoy, A. (2014). Türkiye’de Sağlık Hizmetlerine Yapılan Harcamalar ve Finansmanı (Master’s thesis, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Çelikay F, Gümüş, E. (2011). Türkiye’ de Sağlık Hizmetleri ve Finansmanı. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 11(1).

# AVUSTRALYA KOOPERATİFÇİLİĞİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

**Vedat SADİOĞLU\***

## Giriş

Avustralya, toprak bakımından dünyanın altıncı büyük ülkesidir. Dünyanın en büyük adası ve en küçük kıtasıdır. Ayrıca bir ülkeden oluşan tek kıtadır.

Tarım ve hayvancılık iklime bağlı geçim kaynaklarıdır. Tarımın yapılabilmesi için uygun iklim koşulları ve yağmur gerekir. Avustralya'da tarıma elverişli alanlar az olmasına rağmen bazı bölgelerinde yağmurlu gün sayısının fazla ve verimin yüksek olması ürünün de bol olmasına yol açar. Aynı zamanda %55 oranındaki mera alanı, hayvancılığı artırmıştır. Bu yüzden Avustralya bol miktarda tarım ve hayvancılık ürününü yurt dışına satmaktadır.

2014 yılından itibaren G20 ülkelerinde yer alan en büyük işletmelerin oluşturdukları B-20 grubu içerisinde kooperatifler de yer almıştır. G20 başkanlığını Avustralya Hükümeti'nin yaptığı 2014 yılında, B-20 bünyesinde Avustralya kooperatifleri, Tahıl Üreticileri Kooperatifleri Federasyonu tarafından temsil edilmiştir. Böylelikle B-20 Zirvesi'ne ilk kez kooperatifçilik sektörünün temsilcileri de davet edilmiştir. 2015 yılında ise G-20 Başkanlığı Türkiye tarafından üstlenilmiş ve B-20 koordinasyonundan sorumlu birlik, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği olmuştur.

## Avustralya'da Kooperatifliğin Tarihi

Kooperatifler, 1850'lerden beri Avustralya'nın ekonomik ve sosyal yaşamında yer almışlardır. Avustralya'daki ilk kayıtlı tüketici kooperatifi, 1859'da 'Brisbane Kooperatif Cemiyeti' olmuştur.

Avustralya'nın en uzun ayakta kalan Rochdale tüketici kooperatiflerinden biri olan 'Adelaide Kooperatif Topluluğu' ise, 1868'de iş dünyasına açılmış ve neredeyse yüz yıldır başarıyla ticaret gerçekleştirmiştir. Avustralya'daki tüketici kooperatifleri, kooperatif perakendecilerine mal sağlamak için 1912'de kendi toptancı kooperatifini kurdular.

Tüketici kooperatifleri, 1. Dünya Savaşı sonrası dönemde düşüşle karşılaşsalar da, özellikle Avustralya kökenli kömür madenciliği ve kırsal alanlarda Avustralya'nın birçok şehrinde hayatlarının önemli bir bölümünde etkin rol oynamışlardır. Tüketici kooperatifleri, 1944'de kurulan 'Barossa Topluluk Kooperatif Mağazası'nın bir alışveriş merkezi kurduğu Güney Avustralya'nın Barossa Vadisi dâhil, bölgesel toplulukların ekonomik canlılığını korumada önemli bir rol oynamıştır.

Resim 1: 1944'te kurulan 'Barossa Topluluk Kooperatif Mağazası'ndan biri; Nuriootpa'daki bir

*\*Araştırmacı Yazar (vsadioglu1960@hotmail.com)*

alışveriş merkezi(Güney Avustralya).

Avustralya'daki kredi birlikleri için teşvik, 1941'de New South Wales(NSW) Küçük Kredi Kuruluşları

**Resim 1:** 1944'te kurulan 'Barossa Topluluk Kooperatif Mağazası'ndan biri; Nuriootpa'daki bir alışveriş merkezi(Güney Avustralya).



Kanunu'nun yürürlüğe girmesine kadar uzanır. İlk kayıtlı kredi birliği 'Kooperatif Kredi Topluluğu Limited', 1945'te kuruldu. Kredi birlikleri, Avustralya'da kooperatifler kurarak ve son yıllarda yeni teknolojilerden faydalanarak ve ülkedeki dört büyük bankayla rekabeti sürdürmek için birleşim sürecine girdiler. Kredi birlikleri ve inşaat toplulukları, 2010 yılında Federal Hükümet tarafından, Avustralya finansal sektöründe özellikle dört büyük bankayla rekabeti sağlamak ve küresel finansal kriz ışığında, '**kredi birlikleri**' önemli bir kurum olarak tanınmıştır.

**Resim 2:** Avustralya'da kooperatif bankaları çok güçlüdür.



Avustralya'da kırsal alandaki tarımsal kooperatifler, asıl üreticilere mallarını işlemek ve pazarlamak için önemli bir rol oynamıştır. Bu kooperatiflerden en eskisi olan Güney Sahili ve Batı Camden İşbirliği Şirketi, 1880'li yıllarda **NSW** sahilindeki süt endüstrisinde ortaya çıktı. Amacı, araçları ortadan kaldırmak ve çiftçilere dönmektir. 2011 yılında ciro bazında Avustralya'daki ilk iki güçlü kooperatif tarımsal kooperatiflerdir. Bunlar; Batı Avustralya'daki 'Toplu Taşıma Kooperatif Ltd' ve Victoria'daki 'Murray Goulburn Kooperatifi Co Ltd' idi.

Kooperatifler ayrıca, Aborijin ve Torres Boğazı adasındaki topluluklara da sürdürülebilirliği konusunda güçlü bir ilgi gösterdiler. İlk kez 1950 ve 1960'larda aborijinler kooperatiflere katıldılar. Bu hareketin önemli bir mirası, 1958'de kurulan Avustralya'nın en eski yerli eğitim sağlayıcısı olan Sydney'deki 'Tranby Aborijin ve 'Torres Strait Adalı Kolejleri'dir.

Kooperatifler, Avustralya'da yerel koşullardaki değişiklikleri karşılamak için zamanla formlarını değiştirme kabiliyetini göstermişlerdir. Örneğin, 1905 yılında kurulan NSW'nin orta Kuzey



Sahili'ndeki Macleay Kooperatifi, tereyağı fabrikası ile süt kooperatifi olarak başlamış, sonraları perakendeciliğe yönelmiştir.

**Resim 3:**  
Avustralya'da  
bir sığır çiftliği



### Avustralya'daki Rochdale Tüketici Kooperatif Hareketi

Avustralya'daki ilk Rochdale tüketici kooperatifleri, 1859 yılına kadar ülkede madencilik ilçeleri, metropoliten alanlar ve kırsal bölgelerindeki toplulukların hayatında önemli rol oynamıştır. İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesinden sonra tüketici kooperatiflerine ilgi daha da artmaya başlamıştır. Ancak bazı tüketici kooperatifleri, ekonomik çöküşün ardından tüketicilerin daha fazla ekonomik güvenlik arayışı içinde bulunduğu bir kuruluş eğilimine yöneldiler. Birkaç istisna dışında tüketici kooperatifleri, mevcut ekonomik sistem içinde tutunamadılar.

**Resim 4:** Avustralya'da bir  
yün işleme fabrikası



Avustralyalı İngiliz göçmenler, '*Rochdale İlkeleri*'ni, tüketici kooperatiflerinin ortak bir özellik haline getirdiği kömür madenciliği bölgelerine getirerek etkin bir rol oynadılar. Hunter Vadisi, Illawarra bölgesi ve Lithgow Vadisi, NSW'de en büyük ve zengin kooperatif toplulukları varken, Victoria'daki

Resim 5: Avustralya,  
120 milyon küçükbaş  
hayvan sayısı  
dünya sıralamasında  
ilk sıradadır.



Wonthaggi ve Batı Avustralya'daki Collie'nin de orta gelir kooperatif toplumları vardı.

Büyük şehir bölgelerindeki tüketici kooperatifleri, 1868'de kurulan Adelaide Kooperatifi ve 1898'de kurulan Newcastle ve Suburban Kooperatifi gibi önemli istisnalar olmak üzere kısa ömürlü oldular. Rochdale tüketici kooperatifleri, özellikle de meyve ve tavuk yetiştirme bölgelerinde ve NSW'nin Riverina bölgesindeki Junee gibi önemli demiryolu kavşaklarındaki kasabalarda, Avustralya'nın kırsal alanlarında bir özellik haline geldiler. Burada, bir Rochdale tüketici kooperatifi 1924'te kurulmuştur. Özel bir mağazanın karşılıklı paylaşılmasına nadiren bir örnek, 1944'te kurulan Barossa Vadisi'ndeki Topluluk Kooperatif Mağazası'dır (bakınız, resim 1).

Kasabadaki bu mağazayı, sahibi, II. Dünya Savaşı'nda ölümünden sonra oğlu devam ettirmiştir.

#### **'NSW İşbirliği Toptan Satış Derneği'**

**(NSW CWS)**, 1912 yılında dört Hunter Valley tüketici kooperatifi tarafından, rakiplerin fiyat indirimi ve bazı toptancıların arzı reddetme gibi zorlukların üstesinden gelmesi için kurulmuştur. Bu oluşum, tüketici kooperatif hareketinin ilerletilmesinde anahtar rol oynamıştır. Bütün bu örneklerle rağmen, Rochdale hareketi Avustralya'da yerleşememiştir. İç bölünmeler yüzünden etkilenmiş ve işçi hareketinin endüstriyel ve politik kanatlarından sınırlı destek almıştır. Dönemin ekonomik yelpazesine rağmen, Rochdale hareketi II. Dünya Savaşı'nın sona ermesinden sonra olumsuz etkilendi. **NSW CWS**, 1957'den sonra sürekli bir düşüşe geçti ve 1979'da nihai olarak faaliyetlerini durdurdu. Adelaide Kooperatifi, 94 yıllık ticaretten sonra Şubat 1962'de tasfiye kararı aldı. Belki de bir tüketici kooperatifinin en çarpıcı çöküşü



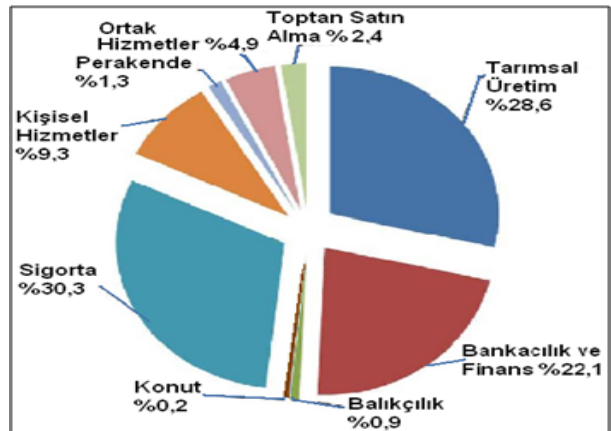
**Resim 6 :** Avustralya'da ceviz hasadı, modern makinelerle yapılmaktadır.

Newcastle ve Suburban Kooperatifiydi ve 1978'de 95.000 üyeye kadar yükseldi ancak 1981'de ticareti durdurdu.

Birçok tüketici kooperatifi, 1970'lerin ve 1980'lerin başlıca ekonomik bunalımlarından kurtulamadı. Erken dönemdeki eğilimden farklı olarak, iyileşme dönemlerinde yenilenen ilgi ortaya çıkmadı. Zincir süpermarketlerinin ve alışveriş merkezlerinin yükselişi kooperatif olmayan işletmelerin rekabet derecesini artırdı ve bir takım kooperatifler kötü iş kararlarına kurban gitti. Madencilik alanlarındaki işçi sınıfı toplumlarının gerilemesi ve kırsal alanlarda otomobil sahipliğinin artırılması, bu kooperatiflerin geleceğe güvenmelerini daha da zorlaştırdı.

Rochdale hareketi Avustralya'da çökerken, tüketici kooperatifleri **NSW**'de, Batı

**Grafik:** Seçilmiş 100 Avustralya Kooperatifinin Sektörlere Göre Dağılımı



Avustralya'da ve Güney Avustralya'da Nuriootpa gibi birkaç kırsal alanda gerçekten başarılı oldu. Bu kooperatiflerin başarısı, büyük ölçüde iyi yönetim, yerel toplulukla karşılıklı bağlantılar, mal ve hizmetlerin kaynak ve pazarlanması için bir yöntem olarak franchising'in benimsenmesi olarak tanımlanabilir.

## Sonuç

Avustralya, dünyanın kentleşmiş ve teknolojik açıdan ileri düzeyi yakalamış ülkelerinden biridir. Bununla birlikte bir tarım ve hayvancılık ülkesidir. Avustralya'nın gayri safi milli hâsılası, nüfusu 20 milyonun altında olan bir ülke için yüksek orandadır. İş gücünün %6'sı tarımla uğraşmaktadır. Kooperatifleşme oranı %90'ın üzerindedir. Üreticilerin çoğu aile işletmesidir. Avustralya kalkınmış, iyi eğitilmiş ve endüstrileşmenin doruğundaki yapısıyla kendi ihtiyaçlarını iç kaynaklarıyla karşılayabildiği gibi yüksek oranlarda tarım ve hayvancılık ürünleri ihracatında bulunur.

Tarım sektörünün **GSMH**'ye doğrudan katkısı ortalama %3 civarında sabit kalmıştır. Bu da temelde hizmet sektörünün **GSMH**'deki payının büyümesinden kaynaklanmaktadır. Diğer taraftan, tarım sektörünün ülke ihracatına katkısı %35 civarında olup, yılda ortalama 30 milyar **ABD** dolarıdır. Tarım sektörü ayrıca 300.000'den fazla kişiye doğrudan istihdam sağlamaktadır.

Hayvancılık sektörü, Avustralya ekonomisine yıllık ortalama 14 milyar Avustralya doları ihracat katkısı yapmaktadır. Sanayinin gelişmesinde özellikle son yıllardaki verimlik artışı ile sığır eti girişimcilerine sağlanan alan desteklerindeki artış ve ihraç pazarlarındaki olası risklerin azaltılması etkili olmuştur. Avustralya'nın genel ekonomik yapısına bakıldığında, kişi başına düşen milli gelirin yüksekliğiyle başarılı bir ekonomiye sahip olduğu söylenebilir. Buğday başta olmak üzere, pirinç, şeker, et ve yün gibi önemli tarımsal/hayvansal ürünlerin de ihracatçısı konumundadır.

## Kaynakça

- <http://www.okulsoru.com/2016/02/avustralyada-tarm-ve-hayvancik.html>(Erişim Tarihi:28.02.2017).
- <http://kamyoncukarmerkezbirligi.com/2016/02/22/g-20-ulkelerinde-kooperatifcilik> (Erişim Tarihi:28.02.2017).
- <http://www.ithalatihracat.biz/?pnum=437> (Erişim Tarihi:28.02.2017).
- <http://www.moment-expo.com/kucuk-kita-buyuk-ulke-avustralya>(Erişim Tarihi:28.02.2017).
- <http://www.cografya.gen.tr/siyasi/devletler/avustralya.htm>(Erişim Tarihi:28.02.2017).
- [http://www.egevet.com.tr/avustralyada\\_hayvancilik.htm](http://www.egevet.com.tr/avustralyada_hayvancilik.htm)(Erişim Tarihi:28.02.2017).
- <http://www.economy.gov.tr/portal/faces/home/dislliskiler/ulkeler/ulke-detay/> Avustralya/ html(Erişim Tarihi:28.02.2017).
- <http://www.abs.gov.au/ausstats/abs@.nsf/Lookup/by%20Subject/1301.0~2012~Main%20Features~The%20history%20of%20cooperatives%20in%20Australia~288>(Erişim Tarihi:01.03.2017).
- [http://www.ulusalutkonseyi.org.tr/media/612012\\_06\\_28\\_916786.pdf](http://www.ulusalutkonseyi.org.tr/media/612012_06_28_916786.pdf)(Erişim Tarihi:07.03.2017).

# KOOPERATİFLERDEN HABERLER

İrfan Ünver  
NASRATTINOĞLU

## Aronya Kooperatifi

Ankaralı çiftçi Mustafa Sami Barshan, birçok hastalığa iyi geldiği için **ABD**'de 'süper meyve' olarak anılan aronyanın üretimini arttırmak için kooperatif kuracaklarını söyledi. 35 yıldır çiftçilik yaptığını, şimdiye kadar birçok meyve, tıbbi ve aromatik bitki ürettiğini kaydeden Barshan, araştırmalardan sonra ise en çok dikkatini çeken aronyayı üretmeye karar verdiğini anlattı. Üretime Gölbaşı'nda kurduğu çiftlikte başladığını aktaran Barshan, meyveleri eylülün ilk haftasında rengi siyaha dönünce hasat edeceklerini ifade etti. Aronyanın piyasada hak ettiği yeri bulması için üretiminin fazla olması gerektiğini vurgulayan Barshan, "Aronya bahçeleri fazla olursa markalaşma olabilir. Hem pazara sürümü hem de piyasada gerçek değerini bulması mümkün olur" dedi. Üretimin fazlalaşmasıyla meyveden farklı ürünler elde edilmesinin yolunun açılacağını dile getiren Barshan, şunları kaydetti:

*"Bizim dikmemizden cesaret alan Ahiboz ve Karaali köyündeki bazı üreticiler de 'biz de yapsak' dedi. Onların da üretmesi için elimizden gelen desteği veriyoruz. Devamlılık ve ekonomik olmasını sağlamak için 'uç köyde markalaşalım' diye yola çıkıyoruz. Kadınların burada kurmak istediği bir kooperatif var, eşim ilgileniyor. Burada kurulacak kooperatifte ürünleri toplayıp satıcısına ulaştıracacağız. Üç köy, aronya üretiminde merkez olacak, üreticilerimiz kooperatife katılacak ve çiftçimizin yüzünü güldürmeye çalışacağız. Aronya meyvesiyle ilgili bundan sonraki senelerde de çok şey duyacağız ve sektöre girecek. Ankara Büyükşehir Belediyesi'yle irtibata geçtik, bize bilgi ve teknik destek verdiler. Belediyenin desteğiyle bir fidandan aldığımız 1-2 kilo verim 4-5 kiloya çıktı. Aronya 30-40 yıl yaşayabiliyor. Verimliliği beşinci seneden itibaren yaklaşık iki katına çıkıyor."*

### **Barshan sözlerini şu cümle ile tamamladı:**

"En yüksek antioksidan içeriğe sahip meyvelerden biri olan 'aronya'nın yaş ve kuru olarak tüketildiğini, suyunun içildiğini belirten Barshan, gıda renklendirilmesinde, kozmetik ve ilaç alanında da kullanıldığını anlattı.

Ankara Büyükşehir Belediyesi Kırsal Hizmetler Daire Başkanı Mekin Tüzün ise Belediyenin katma değeri yüksek ürünleri desteklemeye başladığını, bunların içerisinde tıbbi ve aromatik

**\*Türk Kooperatifçilik Eğitim Vakfı Kurucu Üyesi ve KOOP-KUR Üyesi**





bitkilerin önemli bir yer tuttuğunu belirtti. Üretimin yanında ürünlerin pazarlanmasının da önemli olduğuna dikkat çeken Tüzün, ürünü pazarlamak için iki üniversite ile protokol imzalayacaklarını aktardı. Aronya bitkisinin üretimini arttırmak için destek verdikleri ilk üreticinin Barshan olduğunu kaydeden Tüzün, Ankara genelinde 16 kooperatifi desteklediklerini, aronya meyvesinin satılacağı kooperatifi de destekleyeceklerini sözlerine ekledi.

## Anzer Balı Kooperatifi

Anzer balı üretebilmek amacıyla her yıl haziran ayı içerisinde yüz aile, yaklaşık 2 bin 500 kovanı güneşlenme oranına göre yaylaya yerleştiriyor.

Hava şartları yıllık bal üretiminde belirleyici olurken, üretim kalitesi ve hava şartlarına uygunluğu dolayısıyla Kafkas ırkı arı tercih ediliyor.

Ayıların zarar vermemesi için kovanlarını kafeslere yerleştirerek kilitleyen arıcılar, hava şartları ve çiçek açma çokluğuna göre ağustos ve eylül ayı içerisinde bal sağımı gerçekleştiriyor.

Anzer Ballıköy Tarımsal Kalkınma Kooperatifi çatısı altında birleşen arıcılardan toplanan ballar, Hacettepe Üniversitesi Fen Fakültesi Biyoloji Bölümünde polen analizi yapıldıktan sonra tescil edilip mühürlenerek piyasaya sunuluyor.

Kooperatif Başkanı Osman Civelek, 2020 yılında 2 ton balın üretilip, satışa sunulduğunu söyledi.

Bu yıl hava şartlarının yaylada iyi olması nedeniyle rekoltenin arttığını vurgulayan Civelek, *"Kooperatif olarak bu yıl 2 ton 400 kilogram balı Hacettepe Üniversitesi Fen Fakültesi Biyoloji Bölümünde tahlile gönderdik. Tahlil sonuçlarının gelmesinin ardından etiketleyip satışa sunacağız."* dedi.

Civelek, ekonomik dengeleri gözeterek fiyat politikası oluşturduklarını kaydederek, *"Son iki yılda bala zam yapmamıştık. Ekonomik girdilerin yükselmesi nedeniyle belli bir miktar zam yaptık. Kooperatif kararıyla Anzer balının kilogram fiyatını 1200 lira yaptık. Yarım kilogram fiyatını 600 lira olarak belirledik. Polen fiyatlarında bir miktar artış ile 400 gram poleni 600, 200 gram poleni 300, 10 gram poleni 150 lira olarak belirledik."* diye konuştu.

Talebin tamamının karşılanmasının zor görüldüğünü dile getiren Civelek, sözlerini şöyle sürdürdü: *"Salgın nedeniyle son yıllarda halkın talepleri yoğun oldu. Balın şifa kaynağı olduğu biliniyor, özellikle polen, hastalar tarafından yoğun olarak tüketildi. Bir önceki dönemden 500 kilogram sipariş var. Yeni siparişlerle bin kilografa çıktı. Tahlilden gelen ballardan bin kilogram hemen teslim edeceğiz. Aciliyet sırasına göre kalan balları vereceğiz. Balın, 2 bin 400 kilogramın tamamı tahlilden uygun gelmeyebilir. Kriterlere uygun iki ton bal elimizde olursa rahat ederiz. İki tonun altına düşerse müşterilerimizin taleplerini karşılamakta zorlanabiliriz."*

Civelek, Anzer balının taklitlerinin piyasada yer aldığına, bundan dolayı ambalajları her yıl değiştirdiklerine dikkati çekerek, tüketicilerden kooperatifin etiketi, ıslak mührü ve barkodunun olmadığı ürünleri tercih etmemelerini istedi.

## Tarım Kredi Kooperatifleri

Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri Genel Müdür Yardımcısı Davut Arpa, şu an 365 olan Tarım Kredi Kooperatif Market sayısını yıl sonunda 700'ün üzerine çıkarmayı hedeflediklerini bildirdi.

Arpa, Tarım Kredi Kooperatifleri'nin, sermayesinin tamamı Türk çiftçilerine ait bir kuruluş olduğunu söyledi. Tarım Kredi Kooperatifleri'nin tarımsal girdi pazarında fiyat regülasyonu sağlama amacı güden ve bu görevini bulunduğu yerlerde ifa eden bir kurum olduğunu belirten Arpa, bir yandan çiftçilerin tarımsal girdi ihtiyaçlarını karşılarken diğer taraftan sahip oldukları iştiraklerle ülke ekonomisine katma değer sağlamaya devam ettiklerini dile getirdi. Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri Merkez Birliği'ne bağlı Tarım Kredi Kooperatif marketleri açtıklarını söyleyen Arpa, açıklamaya şöyle devam etti:

*“Tarım Kredi Kooperatifleri marketimiz, tarla ile sofraya arasındaki köprüyü inşa etmek, yine gıda arzı güvenliğini temin etmek amacıyla kurulmuştur. Bir yandan da özellikle gıda enflasyonuna konu kalemlerde, fiyat regülasyonu amacı güden bir şirketimiz. Biz bu şirketimiz marifetiyle doğrudan sözleşmeli üretim veya ürün değerlendirme kapsamında temin etmiş olduğumuz çiftçi ürünlerini, kendi tesislerimizde ve bize ait olmayan tesislerde gıda mühendislerimizin refakatinde işleme sürecinden geçirip tüketicilerimizin istifadesine sunuyoruz.”* Bugün 42 ilde 365 mağazaları olduğunu dile getiren Arpa, *“Allah nasip ederse yıl sonu itibarıyla yaklaşık 50 ilde 700'ün üzerinde marketi tüketiciyle buluşturmayı hedefliyoruz. Devamında yine Allah nasip ederse 2022 yılında 81 ilde bu mağazalarımızı tüketicilerimizle buluşturacağımızı öngörüyoruz”* dedi.

Arpa, Tarım Kredi Kooperatifleri'nin en önemli hedefinin çiftçinin ürününü değerlendirmek olduğunu vurguladı. Marketlerde çiftçi ürünlerinin yer aldığını belirterek, şunları kaydetti: *“Mağazalarımız ne kadar hızlı büyürse çiftçi ürünü o kadar fazla değerlendirilir. Tarım Kredi Kooperatif Market, üretmiş olduğumuz nihai ürünlerin satışlarının yüzde 25'lik bir kısmı. Geriye kalan ürünlerimizin tamamı kışlalarda askerlerimizin, Kredi Yurtlar Kurumu'nda öğrencilerimizin, cezaevlerinde mahkûmların sofrasında. Dolayısıyla çok ciddi bir anlamda kurumsal satışımız da söz konusu. Buralar büyüdükçe çiftçi ürününü değerlendirme kabiliyetimiz de artıyor. 2018 yılı itibarıyla yaklaşık 300 milyon lira olan ürün alımımız, 2020 yılı itibarıyla 2.4 milyar lira olarak gerçekleşti. Allah nasip ederse 2021 yılı sonu itibarıyla yaklaşık 4 milyar lirayı hedefliyoruz. Bu, tarımsal üretimi çiftçi lehine etkileyecek ciddi bir gelişme. Ürün değerlendirmemiz demek, çiftçinin üretmiş olduğu ürünler anlamında spekülasyon hareketlerinden korunması demektir.”*

## Kadın Kooperatifleri

Tüketicilere *“Gıdaların izini sür, bilgiyle beslen”* diyerek ürüne, üreticisine ve ülke ekonomisine fayda sağlayan *“Tabağında ne var?”* hareketiyle 100 binden fazla üreticiye dokunan Metro Türkiye, bu hareket kapsamında gastronomi dünyasının önde gelen isimlerini İzmir'in Urla ve Karabağlar ilçelerindeki yerel üreticiler ve kadın kooperatifleriyle bir araya getirdi. Gıda güvenliği için üreticileri hasatta ziyaret edip ürünlerin tarladan sofraya uzanan yolculuğunu takip etmek amacıyla gerçekleştirilen ziyaretlerde, Urla Kadın Kooperatifi ve Kavacık Kadın Kooperatifi'nin yetiştirdiği yerel ve coğrafi işaret tescilli ürünlere dikkat çekildi.

30 yıldır Türk mutfağının değerlerini korumak ve gelecek nesillere aktarmak amacıyla öncü projeler hayata geçiren Metro Türkiye, yerel üretici ve kooperatiflere desteğini artırırken gıda güvenliği ve izlenebilirlik çalışmalarını da bir adım öteye taşıyor. Metro Türkiye'nin tüketicilere *“Gıdaların izini sür, bilgiyle beslen”* diyerek başlattığı *“Tabağında ne var?”* hareketi kapsamında gastronomi dünyasının önde gelen isimleri, İzmir Urla ve Karabağlar'daki yerel üretici ve kooperatiflerle bir araya geldi. Gıda güvenliği için üreticileri, hasatta ziyaret edip ürünlerin tarladan sofraya uzanan yolculuğunu takip etmek amacıyla gerçekleştirilen ziyaretlerde sürdürülebilir ve izlenebilir gıdanın üretimi yerinde görüldü. Metro Türkiye CEO'su Sinem Türlü'nün ev sahipliğinde düzenlenen etkinlikte, Urla Kadın Kooperatifi ve Karabağlar İlçesi'ndeki Kavacık Kadın Kooperatifi'nin yanı sıra yerli ürünleri tüketicilerle buluşturan restoranlar ve şefler de ziyaret edildi. Ziyaret boyunca Metro Türkiye'nin yüzde 100 izlenebilir ürünlerinden olan, Coğrafi İşaret tescilli ürün sertifikasına





sahip Bornova Kınalı Bamyası ile Kavacık Üzümünün hasadı yerinde izlenirken, Türk mutfağında bu ürünlerin kullanımını teşvik etmek amacıyla hazırlanan yerel yemekler de tadıldı.

Kooperatiflerin gelişimine destek olmak, ürünlerini tanıtmak ve bu alanda bir farkındalık oluşturmak amacıyla kooperatiflere yönelik birçok önemli çalışma yapan Metro Türkiye'nin tedarikçilerinin yüzde 99'u yerel tedarikçilerden oluşuyor.

Yerel üreticilerden Kavacık Kadın Kooperatifi Başkanı Nurten Özkan ise "Kavacık Kadın Kooperatifini 7 kadın üreticiyle birlikte kurduk. Kavacık Üzümü yetiştiriyor ve Metro Türkiye ile bu ürünlerimizi raflarda tüketicilerle buluşturmak için iş birliği yapıyoruz. İş birliğimiz sadece ürünlerin raflarda sunulması ile de sınırlı değil. Metro Türkiye, bu ürünlerimizin Metro'nun kalite standartlarını yakalayabilmesi için bizlere destek olurken aynı zamanda ambalajlama, etiketleme, paketleme gibi noktalarda da gerekli standartları karşılayabilmemiz için bizlere rehberlik yapıyor. Bu iş birliğimiz neticesinde artırdığımız üretim kapasitemiz ve gelen olumlu geri dönüşler bize daha çok şevk ve çalışma hevesi veriyor." dedi.

## Kavacık Kadın Kooperatifi

İzmir'in Kavacık Köyü'nde 40 yıl kadar önce erkekler tarafından kurulan 240 ortaklı Kurumsal Kalkınma Kooperatifi köylüye katkıda bulunacak hiçbir faaliyette bulunmaz.

Karabağlar Belediyesi de 2014 yılında kadınlara gelir kaynağı amaçlı bir kooperatif kurma kararı alır. 7 kadın üretici bir araya gelerek Kavacık Kadın Kooperatifi'ni kurar. Nurten Özkan'ın başkanlığını üstlendiği kooperatifin bugün 50 üyesi var. 1000 metre rakımlı

başlara, zorlu dik bir yoldan geçerek gitseler de üretmek, para kazanmak kadınlara özgüven vermiş. Aldıkları kurslar, mesleki eğitimler, katıldıkları fuarlar, pazarlar yaşamlarını değiştirmiş. Kızlarını üniversitede okutmaya başlamışlar...

## Urla Kadın Kooperatifi

Urla Kadın Kooperatifi de İzmir Büyükşehir Belediyesi'nin hazırladığı Yarımada Sürdürülebilir Stratejik Kalkınma Planı kapsamında yerel yönetim, sivil toplum örgütleri ve BM'in de desteğini alarak 2014 yılında 80 kadın ortakla kurulmuş. Şimdi ise

kooperatifin 172 üyesi var. Enginar, Bornova Kınalı bamyası ve börülce yetiştiriyorlar.

## Agroexpo

2020 yılında 73 ülkeden 948 katılımcı firmayı 358,711 ziyaretçiyle buluşturan Türkiye'nin en büyük, Avrupa'nın dört büyük tarım fuarından biri olan "Agroexpo Uluslararası Tarım ve Hayvancılık Fuarı", 23 - 27 Haziran 2021 tarihleri arasında İzmir'de düzenlendi. Bu FuarTürk tarımını dünya tarımı ile 16. kez buluşturdu..Fuara, konuyla ilgili çok sayıda firma iştirak ederek, çalışmalarını sunma fırsatı buldu.

## Esnaflar ve Sanatkarlar Kooperatif Birliği

20. Bölge Konya, Afyonkarahisar, Eskişehir, Aksaray ile Karaman Esnaf ve Sanatkarlar Kredi

ve Kefalet Kooperatif Birliği'nin 2018, 2019, 2020 birleştirilmiş, 48. Olağan Genel Kurulu'nda mevcut Başkan Baybağan oy birliği ile yeniden başkan seçildi. Afyonkarahisar'da bir termal otelde gerçekleştirilen genel kurula, birliğe bağlı 45 Kredi ve Kefalet Kooperatifinden 124 delegenin katıldığı toplantının divan başkanlığını Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Bölge Birlikleri Merkez Birliği (**TESKOMB**) Yönetim Kurulu Üyesi Ahmet Tural yaptı.

Birlik Başkanı Baybağan konuşmasında özetle şunları söyledi:

*“Kredi ve Kefalet Kooperatifleri teşkilatı olarak, Türkiye geneline baktığımızda 32 bölge ve 958 Kredi ve Kefalet Kooperatifleri'nin, banka ve esnaf sanatkarlar arasında üstlendiği kefalet sorumluluğu, özellikle 2003 yılından itibaren sürekli büyüyen ve hızla kurumsal yapıya bürünen teşkilatımız 31 Ağustos 2021 yılı itibarıyla esnaf ve sanatkarlarımıza 65. 6 milyar TL plasman (yatırım) kullandırdık. 32 bölge birliğinden oluşan TESKOMB'un Türkiye genelindeki bu tablo içerisinde ise 20 Bölge Birliği olarak, 31 Ağustos 2021 tarihi itibarıyla birliğimize bağlı 45 kooperatifin kefaletiyle kullandırılmış olduğu toplam kredi miktarı ise 2 milyar 671 milyon 650 bin TL olmuştur.”*

## Söke Pamuk Kooperatifi

Türkiye'nin en büyük tarım satış kooperatifi olan Söke TARİŞ Pamuk Kooperatifi, pamuk hasadı öncesinde resmi sosyal hesabından bir tanıtım videosu yayımladı. Videoda ortaklara seslenen Kooperatif Başkanı İsmail Özer, birlik beraberlik mesajı verdi.

Aydın'a bağlı Söke'de 72 yıldır “Birlik Kuvvettir” sloganıyla hizmet veren Söke TARİŞ Pamuk Kooperatifi, ortaklarına ve üreticilere moral ve motivasyon aşılamak için yeni alım sezonu öncesinde bu videoyu hazırladı. Bu sezon tarihinde ilk kez buğday alımı da yapan kooperatifin Bağarası yolu üzerindeki modern donatıya sahip tesis ve idari binasının bulunduğu yeni yerine taşınmasının da işlendiği videoda, birlik ve beraberlik mesajıyla birlikte üretim vurgusunda bulunulması ise takdirle karşılandı.

Ortaklarla çiftçilerin büyük beğenisini toplayan ve kurumun resmi sosyal medya hesaplarından, “Söke TARİŞ Pamuk Kooperatifi; 72 yıldır üreticinin sigortası..Tüm ortak ve üreticilerimize bol ve bereketli pamuk hasadı diliyoruz.” mesajıyla paylaşılan 2 dakika 22 saniyelik videoda konuşan Başkan İsmail Özer, “Kurucularımızdan ve atalarımızdan bize miras kalan ilkemiz olan ‘Birlikten Kuvvet Doğar’ anlayışıyla, güçlü ortak, güçlü kooperatif ve güçlü birlik olarak yolumuza emin adımlarla devam edeceğiz. Ayinesi iştir kişinin iştir lafa bakılmaz” ifadelerini kullandı. Kısa sürede binlerce kişiye ulaşan video, ortak ve üreticilerin sosyal medya hesaplarından da beğeni ve paylaşım ile karşılık buldu.

# KÖY ÖĞRETMENLER

Emrullah GÜNEY\*

Elleriniz havada olsun yavrularım  
Atatürk ilkeleri yol göstere size  
Gözlerinizde coşku şimşekleri kıvılcımlansın  
Haykırın, haykırın varlığını çevrenize  
Elleriniz havada olsun yavrularım.

Sevginin resmi rozetlensin yakanızda  
Büyüklerinizi sayın, sevin küçüğünüzü  
Aymazlık yelleri savrulmasın yanbaşıınızda  
Başarı mutluluğunda renklendirin yüzünüzü  
Elleriniz havada olsun yavrularım.

Siz, Tanrının eseri, şaheserisiniz yavrularım  
Maden maden beyinlerinizdir övüncüm  
Gelecek sizlersiniz, size güveniyorum  
Yaşamın dik yokuşunda sizsiniz gönülgücüm  
Elleriniz havada olsun yavrularım.

Sanata, doğaya, güzelliklere yer verin  
Olumlu kişilik sergileyin davranışlarınızla  
Nokta kadar çıkar için virgül kadar eğilmeyin  
Haksızlığa direnciniz ışık olsun karanlığa  
Elleriniz havada olsun yavrularım.

Çalışın, çok çalışın yörenizde  
Onurunuz güvenle kalkan parmaklarda şekillensin  
Atatürk devrimleri ışık olsun önünüzde  
Düşünce, bilgi toprağında bilinçle gelişsin  
Elleriniz havada olsun yavrularım.

*(Muhsin Durucan. Öğretmenin Haykırışı.  
Çağdaş Türk Dili Dergisi. 1993 Kasım. 69,10. Ankara)*

\*Dr., [emrullahguney@gmail.com](mailto:emrullahguney@gmail.com)

Gökte yıldız çoklusunda köyü var yurdumun. Nemli yellerle soluk alıp veren köyler. Dağ doruklarındaki buzulların hemen dibinde kar sularını içen köyler.

Dağların kuytuluklarında gizlenmiş, yaylaların yüzüne serpilmiş, bataklıklarda yaşam alanı bulmuş, üstü kan köpüklü meşe selleriyle koygun koygun akan ırmakların yanındaki köyler. İç açıcı, gönül karartıcı, insanda yaşama isteği uyandıran, ya da ağlama isteği veren köyler. Köylerimiz. Gitmesek de görmesek de diyemeyeceğimiz, görmezlikten gelemeyeceğimiz köylerimiz. Bizim köylerimiz Göz gözü görmez tozanak kasırgalarıyla ve insanı tutsak kılan çamuruyla, balçığıyla, gökçe gövertiler içine serpilmiş ya da bir tutam gökçe göğertiden, gökekinden nasibini alamamış köylerimiz.

Yurdumuz uçsuz bucaksız  
Gökte yıldız kadar köylerimiz var.  
Ama uzak, ama harap, ama garipsi...  
Alın benim gönlümden de o kadar.

Uzak köylerimizde kuşlar gibi  
Her sabah çocuklar size uçar.  
Ama küçük, ama büyüyen, ama güleç...  
Alın benim gönlümden de o kadar.

Siz kara göklerin yıldızları  
Işıltın yurdumu sabaha kadar,  
Ama düşe kalka, ama yiğit, ama umutlu...  
Alın benim gönlümden de o kadar.

Dağlara, vadilere, ovalara  
Tesbihler gibi saçılmış köyler,  
Rüzgara karşı bir bayrak  
Sevinçle türküsünü söyler.

Ve onlar, saçları uzamış  
Çatlak ellerinde çıkınları,  
Üç saat, dört saat ötelere  
Yorgundur, sessizdir akınları.

Ve onlar yıldızlar gibi  
Gözleri ışıltı ışıltı yananlar.  
Oyuncak için değil, kâğıt kalem  
Kitap için gizlice ağlayalar.

Ve onlar, aşkıtan bilya  
Sopadan at yapanlar.  
Kurt yavruları gibi, kuzular gibi  
Dağ başlarını çınlatanlar.



Büyük bir ulusuz biz, büyük...  
Utlı günler düşünmek ağılatır insanı.  
Çemişgezek'te, Patnos'ta, Malazgirt'te doğanlar  
Öksüz kor musunuz vatani?

Gündüzün akşamla kavuştuğu saatte  
Güneş altında tarlalar çın çın örterken  
Ya o sıcak yağmurlar toprakla çiftleşir,  
Ya da ilk ışıklar sahabları erken  
Rüzgarla içimizde eserken.

Çemişgezek'te, Patnos'ta, Malazgirt'te doğanlar  
Bütün bunları düşünmelisiniz.  
Yüce ırmaklar gibi sessiz sürekli  
Kağnılarla, arabalarla, kamyonlarla  
Akıp köylere gitmelisiniz!  
Yurdumuza ışık iletmelisiniz.

*(Cahit Külebi. Çocuklar İçin Şiirler. Yeni Binyıl Gazetesi. 123-125 ss İstanbul)*

Yetiştirip öğretmen diyerekten salıverdiğimiz, çok zaman haleri nicedir deyu sormadığımız, durmadan yollarını yokuş eylediğimiz, Tanrı mesleğidir deyu avutup da zamanı gelende aşağılamalara layık gördüğümüz gençlerimiz.

Öğretmenler, bizim öğretmenlerimiz.

Biz ilkokulda okurken  
Ayaklarımız yiterdi oyunda  
Burnumuz kulağımız yiterdi  
Nasıl da bulup verirdin  
Öğretmenim

Mendilinle ağız silerdin  
Acılarımızı silerdin  
Yüzlerimizden  
Senin hiç mi acın yoktu  
Öğretmenim

Ben 1B'den 272 Ali  
Ne zaman seni ansam  
Mavi bir gül olur gökyüzü  
Ak bir yanıt yükselir içimde  
Niçin yükselir  
Öğretmenim

*(Ali Yüce. Anamı Arıyorum. 1983. s.25. Ankara)*



Ana hakkı, baba hakkı, hoca hakkı demiş atalar. Var mıdır sevecen bakışlı, kalem tutmasını öğreten öğretmenini, ilk öğretmenini unutan?

Asker arkadaşlığı unutulur, mapusane arkadaşlığı unutulur, hastane arkadaşlığı unutulur da ilk öğretmenin o sıcak, belli etmemesine karşın, dolup boşalan, o azca resmi arkadaşlığı unutulmaz, unutulamaz.

Kalem kağıda tutkun,  
Elim yazmaya yatkın,  
Yadsınır mı bunda katkın,  
Öğretmenim, öğretmenim.

Sen öğrettin sağı solu,  
Sende buldum doğru yolu,  
Yüreğim sevginle dolu,  
Öğretmenim, öğretmenim.

Bilgiye sen ulaştırdın,  
Nice engeller aştın,  
Sevindirip coşturdun,  
Öğretmenim, öğretmenim.

Bunca emek bunca çaba,  
Destan yazıldı kitaba,  
Bize oldun ana baba,  
Öğretmenim, öğretmenim.

Bilimin gizindeyim  
Gerçeği sözündeyim  
Atatürk'ün izindeyim,  
Öğretmenim, öğretmenim.

*(Hüseyin Güney, Varsa Sevgi Yoksa Sevgi. 1. Mersin)*

Öğretmen adaylarının “**Anılar Defterleri**”ni okumalı. Nasıl içten, nasıl coşkuludurlar. Bir filiz inceliğinde anılar. Umutlar göğermekte. Aman dikkat, bir muhalif söz kırar bir filizleri, bir hoyratça yel düşürür umut bayraklarını. “**Gece gündüz demeden çalışacağım. Köylüyü anam, babam ve çocukları kardeşim bileceğim. Okumasız-yazmasız kimse bırakmayacağım. Yemin ederim.**” Halide Edib’in öğretmeninden Reşat Nuri’nin öğretmenine, Sunullah Arısoy’un öğretmenine dek, hep böyle.

Sizi nasıl özledim bilir misiniz?  
Dünden bugüne  
Neredeydiniz, nerdeydiniz,  
Leman, Şahin, Hanife



Niye gelmediniz?  
İşitmediniz biliyorum, işitmediniz.  
Dün biz bir tören yaptık,  
Siz onu görmediniz.  
Ulu bir rüzgar esti

Okulumuzun bahçesinden  
Seslerimizi aldı götürdü.  
Ne güzeldi bayrağımız bir görseniz  
Biz onu selamladık, o bize gülümsedi.

**(Hazım Zeyrek. Öğretmen Şiirleri Antolojisi. 1965. s.97. Akara)**

İlk aylıkla ana babaya armağanlar. Elleri öpülen analardır asıl, hakkını ödeyemediğimiz. Horozlar günü muştularken, bölüp de uykusunu, kahvaltı hazırlayan, sobada ıhlamur kaynatıp gönül sıcaklığıyla bize içirirken, içimizi ısıtan, çöreğimizi kızdırıp, endişeli, sevecen bakışları altında az yediğimizde azarlayıp, açlığımızı bastırsın deyu ceviz kırıp cebimize dolduran ve de ayacıklarımızın üümemesi için lastik çizmelerimizi sobaya tutup soğukluğunu alan, ördüğü atkısıyla boynumuzu sarıp, kucaklayıp, kasaba yollarına salan analarımız. Arkamızdan bir söz, "İstikbal kucak açmış, sizi bekliyor yavrularım, koşun, koşun!" Koştuk anam, koştuk. İstikbal ne ki. Ne gösterecek acep? At arabası mı olur, kağrı mı yoksa bir traktör vagonu mu? Bir yoksul öğretmenin denginden ne olur? Kilime, savana sarılı yatak, yorgan, tüp, tava, tencere. Meslek kitapları, romanlar. Mandolin. Fotoğraf makinası. içinde anlatamadığı duygular, dile getirmekten korktuğu fırtınalar. Eller sallanır. Yeni bir yaşama doğru. Ya kağrı gıcirtısıyla. Ya tozu dumana katarak dörtlü. İstikbal kucak açmış, bekliyor. Koşun, koşun.

Yürüyor aydınlığı köylerin kentlerin  
Karlı ovalarda izler bırakarak  
Ardahan'ın derin vadilerinden karlı çizmeler,  
Yürüyor başkent'in sokaklarında.

Yürüyor omuz omuza çocuklarıyla,  
Muş, Bursa, Bayburt, Ardeşen  
Hümanizmanın güneşli çimenlerinde  
Aydınlıkla ustası Yücel

Yürüyorlar başkenti selamlararak,  
Arhavi'deki yalnız siperlerine,  
Yarın, kırıçlarda büyümüş yoksul öğrencilerin  
Demokrasi özlemine dönecekler...  
Yeniden, durmadan yürüyecekler...

**(Ceyhan Atuf Kansu. Öğretmenler Yürüyüşü. İmece Dergisi. 24. s4. Ankara)**

Mevsim güzdür ve ortalıkta bir telaş, aman bir telaş. Düz damlı köy evlerinde yeni bir haber. Tek düze yaşamlarında bir değişiklik. Öğretmen gelmiş. Yalama dudaklı, kavruk yüzlü çocuklar koşup

gelende yük mü dayanır. Okulun yanında öğretmen evi. Ama neden ağaçsız, neden su varken ve de çamurlaştırarak akıp giderken? Neyse. Çocuklar çepeçevre. Nasıl da bakıyorlar. Unutuverdim. “Şeker getirdiydim. Alın bakalım”. Yabanıl değiller, alışverişiler. Muhtar geldi. Tut ellerinden öğretmenin, muhtar. Köyünüze ışıktır bu öğretmen. Çocuklarınızı bilirsizlikten kurtaracak mumdur bu öğretmen. Kendisi eriyerekten. Yavrularınıza analarının ballı sütü gibi helalinden, Türkçemizi öğretme çabasında..

Güzel Türkçem, tatlı dilim  
Ağız tadı, bal şekerim,  
Düşüncemdir ilmek ilmek  
Ak kağıtta sergilemek.  
Anadilim, sıcaklığım  
Sesim, özüm, yüzaklığım.  
Kırda çiçek, kitapta söz  
Petek petek damlayan öz.  
Salkım salkım üzüm bağı  
Elmam, ayvama, şirin narım.  
Şiir şiir kitaplığım  
Simge simge albayrağım.  
Güzel Türkçem, sevincimsin  
Hem gündüzüm, hem gecemsin.

*(Muhsin Durucan. Güzel Türkçem. Çağdaş Türk Dili Dergisi. Haziran 1995.88.20. Ankara)*

İlk anılar düşölür deftere, el ayak çekilende. İlkedir bu. Hiç aksatmadan yazmak, yazmak. 30, 40 yıl sonra emekliye ayrılанда zengin bir anılar belgeliğine sahip olmak. Uymak bu zorunluluğa, şu hızlı yaşam temposuna adım uydurduğumuz dünyada ne denli zor. **“Karmakarışık duygular içindeyim. Yemekten sonra köylüler geldiler. Konuştuk şurdan burdan. Çok ilginç tipler var. Muhtar ısrarla evinde kalmamı istedi, ama ben ayrıldım. Okula geldim ki, yatağım hazırlanmış. Öyle yorgunum ki.”**

Seninle bir ilkyaz günü  
Okulun bahçesinde  
Yan yana oturmuş, söyleşmiştik.  
Daha abeceyi  
Yeni söküyordun.  
Sonra  
Tırnak makasını çıkarıp  
Uzayan tırnaklarını  
Kesmişim.  
Ders yılı sonunda  
Ne güzel  
Sınıfını geçmiştin.  
İlk gününde ikinci sınıfın  
Herkes vardı, sen yoktun.  
Sordum

Öldü dediler  
Yaz tatilinde Sevim öldü.  
Yüreğimden bir tel koptu  
Saçıma bir ak daha düştü  
Yüzüme bir çizgi daha oturdu.  
Sen yoksun ya Sevim  
Ben artık  
Mutsuz bir öğretmenim.

*(Hüseyin Güney. Varsa Sevgi Yoksa Sevgi. S.23. Mersin)*

Köye ilk kez okul yapılmış diyelim. İlk kez bir öğretmen atanmış diyelim. Yoksul evlerde ne konuşulur gayri? Çocukları okula getirtebilmek. Her zaman da şeker dağıtılmaz ki. Muhtar anlayış gösterir, göstermez. Köylü üretimde gücü olan bireyin okula gitmesiyle tarımsal etkinliğinin zayıflayacağını, parayla ek iş gücü satın alınması gerektiğini düşünür. **“Koyunları kim güdecek? Daha patates de sökmelik ki? Okuyup da alim mi olacak bire muallim? Ağası Almanya’da, dünyanın parasını azanıyor. Kızlar mı? O olmaz işte.”** Oof of... Nasıl da yokuşa sürülüyor işimiz. Neler de yazmıştık

anı defterimize. Yenilgiyi kabullenme hemence. Dur bakalım. Gün ola devran döne. **“Emine mi? Küçüğüne bakacak, gelemiz okula. İdare et bire hoca. Halden anlarsın. Sen de köydensin canım. Sanki senin bacıların okula mı gitti?”** Gittiler ya, hepsi de bitirdi ilkokulu. Muhtar, yardım et de okula öğrenci kaydedelim. Valla komşular, hocayı zor durumda koyuyorsunuz. Bakın, ben iki kızımı da

gönderiyorum. Giderek ayaklar yere basacak. Gerçeklerle karşı karşıyasın artık. Bozkırda, dağ doruklarında, yaylaların ısırcı kuz yellerine karşı koyaklarda bir savaş vermektedirsin. Gericiliğe, ilkeiliğe, bilirsizliğe karşı bir kutsal savaş.

Dayan öğretmenim dayan. İlk günler evler sıraya konmuş, yemek göndermekte. Hiç olmazsa taze bazlama, çökelek, yumurta. Giderek kendin pişir, kendin ye olacak.

Doğrusu da bu değil mi? Artık A’lar, B’ler, C’ler arasında, Güneş dizgesi, Dünya, Yurt, Atatürk, Cumhuriyet, Türkiye, il, ilçe, köy öğretirken, eli kalem tutmazlara sabırla yazı bellertirken yemeğini de yapacaksın.

Tencerede bir yoksul aşı. Patates. Pilav. Anacığımın domates turşusu olsaydı, ne güzel giderdi pilavla. **“Örtmenim, anam yoğurt gönderdi! Camımızın yoğurdu.”** Canım yoğurt da istiyordu ya. Ne güzel. Kopkoyu, ters çevir sahanı, dökülmez. **“Selam söyle anana, babana. Sağolsunlar!”** Alnında tebeşir tozları, elin aklaşmış. Bakarsın, yorgun. Mutlu bir gülümseme. Dalıp giderdin, uyuyakalmışsın yemeğin ardından.

Uyku ilacı gibi gelmiş camız yoğurdu. Pencereden giren güneş sıcacık etmiş odayı. Sonra kış. Elllerinde tezekler, kitaplarıyla üst üste çocuklar. Başka türlü nasıl ısıtılır. Soğuktan kalem tutamaz olmuş ellerini hohlaya hohlaya ısıtırsın.

Çocuklarınkini de. Yavaş yavaş okur, yazar olmuşlardır artık. Köylü mutlu. Yav, hiç ummamıştık bu öğretmenden. İyi çalıştı, aşkolsun. Çok zorluk çıkardık canım.

Gelin gönlünü alalım, bi baskın yapalım bu akşam. Tak tak, kapı. “Ooo, gelin gelin. Sobam yanıyor gürül gürül. İhlamur içeriz birer.

Girin hele, girin.” **Ellerde taslar, sahanlar. “Bizim Köroğlu sana bal gönderdi hoca. Çağası okuyunca Alamanya’daki oğlunun gönderdiği mektubu on okutuyor gayri, öyle keyifli ki, deme gitsin.”** Mutludur öğretmenim.

Gözleri ışıldar. Yoruluyor, ama değişiyor da. Gözlerinde biriken mutluluk yaşlarını göstermemek için, sobanın üstüne çaydanlığı sürer.

Bir türkü tutturdunuz hep birden  
“Dağ başını duman” almaz gayrı  
Siz memleket rüzgarlarınsınız, dağıtırsınız.

Yarınları şavkı gözlerinizde  
Genç ellerinizde, kafanızda olunca gücünüz  
Uygarlık adına, yaşamak adına çabanız.

Ha benim kareşlerim, ha benim hemşerilerim  
Milyonların kaderi hep o kara tahtada  
Kabrinde rahat uyusun Atamız.

Bir avuç kişininiz  
Milyonla dertlere karşı fakir Anadoluda  
Dünyalar durdukça yaşarsınız.

*(İbrahim Zeki Burdurlu. Şiirimizde öğretmen. Uyanış Dergisi yay. S.56, İzmir)*

Türkiyemin binlerce köyünde binlerce öğretmen. Dağlarda, yaylalarda yaşam savaşı veren köylümüzle birlikte kara bilirsizliğe, yobazlığa, yoksulluğa karşı uğraşınız, kutlu savaşınız var. Ne mutlu. Dayanın, direnin.

Gel Doğulum  
Gel batılım dönerek  
Toroslara doğru kanat çırpın kuş  
Selam uzaklardan Akdeniz'e  
Güneylim, Kuzeylim  
Adını duyu kendini görmediklerim  
Selam size.

*(İzzet Çetin. Oyun. 1964. Nevşehir)*

Onlardı dağ köylerine her güz  
Katırların sırtlarında ulaşan  
Yürüyen, çamurlu yollarda gece gündüz  
Onlardı bozkırların kerpiç okullarında  
Türlü yokluklarla saçlarını ağartan  
Onlardı ören kendi sınıfının duvarlarını  
Aktaran çatısını ve yapan yolunu  
Onlardı yalvaran sesle okula getiren  
Bilime yabancı çocukları

Onlardı ana, baba, kardeş  
Onlardı dindiren bütün sıkıntıları

Gece çökerken kur sesiyle tepelerden  
Aydınlatırdı odalarını titrek fener ışıkları  
Ayazlı sabahlarda onlardı ısıtan  
Buz kesilmiş minnacık parmakları  
Soluklarının aleviyle, ışığıyla gözlerinin  
Onardı ufkumuzu genişleten tan  
Elleri hünerli, sevgi dolu kalpleri  
Bilgileri engin bir deniz gibi  
Bereketli, derin

Işıklı şehirlerden, tasasız gülüşlerden  
Uzaktılar, yorgun saatleri beklerdi loş akşamlar  
Onlardı ovada çiftçi, dağda çıban  
Birer yıldızdılar gökyüzünde dolaşan  
Ve ağartmağa çalışan üçyüz yılın karanlığını  
Bilim denizine açılan küçücük yelkenlilerimiz  
Yol alsın diye biteviye  
Korkusuz esen yeldi onlar

Onlardı arkılar söyleyen bizimle  
Tozlu yollarda, güneşli kırlarda  
Onlardı demet demet çiçek götürdüğümüz  
Onlardı mutlu kaderini yazan köylerin  
Yırtan sonsuz karanlıkları bilenmiş inançlarıyla

Onlardı terk edilen, unutilan, tanınmayan  
Kurumuş, eski bir kuyu gibi  
Yatağında تنها bir derenin  
Dinlenen değirmen gibi

Onlardı bin yıllık sarnıçta unutilmuş su gibi  
Elleri hala bizim için bir şeyler yazar gibi  
Bir şeyler yazar gibi  
Ölmemişler, hala esirgerler bizi  
Dinlerler sesimizi çiçek açmış kalpleriyle  
Üstlerinde yıldızlar, altlarında kutsal ırmaklarla  
Dinlerler sesimizi  
Soluyan bir mezar gibi.

*(Gürel Aydın. Ölmüş Öğretmenler İçin.  
Çağdaş Türk Dili Dergisi. Mayıs 1995. 87. 38-39. Ankara)*



## TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

### YÖNETİM KURULU

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

## TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

### DENETİM KURULU

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

## TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

### HAYSİYET DİVANI

Hüsnü POYRAZ  
Prof. Dr. İhsan ERDOĞAN  
Özdemir ÜNSAL

### Yazarlarımıza Duyuru

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

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

Kooperatif Postası



# KARINCA

ARALIK 2022 YIL: 89 SAYI: 1032 ISSN: 1300-1450



*Hiçbir meyve, olgunlaşmadan tat vermez.*

