

OCAK
ŞUBAT
MART

97

SAYI: 115

ISSN 1300-1469

KOOPERATİFÇİLİK

ÜÇ AYLIK
KOOPERATİF İNCELEMELER DERGİSİ



TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU
TÜRK KOOPERATİFÇİLİK EĞİTİM VAKFI



Türk Kooperatifçilik Kurumu Organları YÖNETİM KURULU

- Başkan :** Prof.Dr. Rasih DEMİRCİ
Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü Öğretim Üyesi
- Başkan Yardımcısı :** Doç.Dr. Burhan AYKAÇ
Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Öğretim Üyesi
- Muhasip Üye :** Kaplan YILDIZ
T.C. Ziraat Bankası Kooperatifler Müdürü
- Üye :** Doç.Dr. Kadir ARICI
Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Öğretim Üyesi
- Üye :** Yrd. Doç.Dr. Nevzat AYPEK
G.Ü. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Öğretim Üyesi
- Üye :** Mete BAŞÇI
Tarım Kredi Koop. Merkez Birliği Genel Müdür Yardımcısı
- Üye :** Erol DOK
Ziraat Yüksek Mühendisi, İş adamı
- Üye :** Prof.Dr. Celal ER
A.Ü. Ziraat Fakültesi Öğretim Üyesi
- Üye :** Dr. Şenol ERDOĞAN
Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı
- Üye :** Prof.Dr. Ahmet ÖZÇELİK
A.Ü. Ziraat Fakültesi Öğretim Üyesi
- Üye :** Kâmil ÖZDEMİR
Pankobirlik Genel Müdürü
- Üye :** Yrd.Doç.Dr. Ahmet TURAN
A.Ü. Ziraat Fakültesi Öğretim Üyesi
- Üye :** Nevzat USLUCAN
Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Daire Başkanı
- Üye :** Dr. Selim YÜCEL
Türkiye Şeker Fabrikaları A.Ş.
Şeker Enstitüsü Deneme ve İstatistik Şubesi Şef Uzmanı
- Üye :** Hayri YÜRÜR
D.P.T. Uzmanı

DENETLEME KURULU

- Başkan :** Nail TAN
Kültür Bakanlığı Türk Halk Müziği Korusu Uzmanı
- Üye :** Nail ÇELEBİ
Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Başmüfettişi
- Üye :** Dr. Mustafa DOYUK
Tarım ve Köyişleri Bakanlığı APK Kurul Başkanı

HAYSİYET DİVANI

- Başkan :** Nurettin HAZAR
Türk Kooperatifçilik Kurumu Eski Başkanı
- Üye :** Prof.Dr. Orhan ARSLAN
G.Ü. Eğitim Fakültesi Öğretim Üyesi
- Üye :** Hüsnü POYRAZ
Türk Kooperatifçilik Kurumu Eski Başkanı

ISSN 1300-1469

KOOPERATİFÇİLİK

ÜÇ AYLIK KOOPERATİF İNCELEMELER DERGİSİ

Sayı : 115

Ocak - Şubat - Mart 1997

Türk Kooperatifçilik Kurumu ve Türk Kooperatifçilik Eğitim Vakfı Tarafından

Üç Ayda Bir Yayınlanır

Fiyatı : 400.000.- TL.

Yıllık Abone : 1.500.000.- TL.

Yurtdışı : 4 \$

Yazışma Adresi : Türk Kooperatifçilik Kurumu
Mithatpaşa Caddesi 38/A - 06420 Kızılay/ANKARA
Tel : 431 61 25 - 431 61 26 Fax : 434 06 46

Türk Kooperatifçilik Kurumu Adına Sahibi
Prof.Dr Rasih DEMİRCİ

Yazı İşleri Müdürü
Prof.Dr. Celâl ER
Teknik Sorumlu
İrfan GÜNDOĞDU

YAYIN KURULU

Başkan : Dr. Selim YÜCEL
Raportör : Osman OKTAY
Üye : Prof.Dr. Ahmet ÖZÇELİK
Üye : Yrd. Doç. Dr. Ahmet TURAN
Üye : İrfan GÜNDOĞDU

Yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına aittir.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
Başyazı	3
Türkiye'de Tarımsal Faaliyet Alanında Görev Alan KİT'lerin Özelleştirmesi ve Kooperatifler Dr. Harun TANRIVERMİŞ	4
Süt Sığırcılığı Projesi Uygulaması; Anberinarkı Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Örneği Kasım ŞAHİN - Aykut GÜREL - Yusuf ARAS	22
Tarımda Risk Analizinde İhtimal Dağılımlarının Elde Edilme Yöntemleri Prof. Dr. Ahmet ÖZÇELİK - Araş. Gör. Vedat CEYHAN	32
Örgütsel Davranışın Etkinliği Açısından Tüketici Davranışları Dr. Nurettin PARILTI	59

B A Ş Y A Z I

Değerli okuyucular;

Bu sayımızda sizlere yine kooperatifçilik ve iktisadi faaliyetlerle ilgili dört ilmi makaleyi sunuyoruz.

TANRIVERMİŞ, "Türkiye'de Tarımsal Faaliyet Alanında Görev yapan KİT'lerin özelleştirmesi ve kooperatifler" konulu çalışmada, özelleştirmenin tarihçesi ile birlikte, KİT'lerin kuruluş amaçları ve gelişimi, özelleştirme yaklaşımları ve uygulamalarına ait detaylı bilgilerin yanısıra, bu yönde kooperatiflerin üstlenebileceği roller ortaya konulmaktadır.

ŞAHİN, GÜL VE ARAS, "Süt Sığırcılığı Projesi Uygulaması; Anberinarkı Tarımsal Kalkınma Kooperatifi Örneği" isimli çalışma da; Adana ili, Kadırlı ilçesi Anberinarkı Tarımsal Kalkınma Kooperatifine üye süt üreticileri ile yapılan anketle, hayvancılık işletmelerinin ekonomik amaçlı olarak teşkilatlandığı en önemli örgütlenme biçiminin kooperatifçilik olduğu yönünde fikirler vermektedir.

ÖZÇELİK ve CEYHAN, "Tarımda Risk Analizinde İhtimal Dağılımlarının Elde Edilme Yöntemleri" konulu çalışmayla, Tarımda risk analizlerinde olasılık dağılımlarının elde edilme metodlarını incelemektedirler. Tarımda risk analizlerine gereken önemin verildiği ve tesadüfi değişkenlere ait olasılık dağılımları oluşturulduğu takdirde, tarım sektöründe daha doğru kararlar alınabileceği sonucuna varılmaktadır.

PARILTI'nın "Örgütsel Davranışın Etkinliği Açısından Tüketici Davranışları" konulu çalışmasıyla bu sayımızdaki makaleleri tamamlamış oluyoruz.

Değerli kooperatifçiler; kooperatif harekete destek sağlamak için kooperatifçilik ile ilgili her konuda yazı yazmanın çok büyük bir önemi olduğunu hemen her sayıda vurgulamaktayız. Katkılarımızın bundan sonrada devam etmesini bekliyor, saygılarımızı sunuyoruz.

Kooperatifçi selamlarımla

TÜRKİYE'DE TARIMSAL FAALİYET ALANINDA GÖREV ALAN KİT'LERİN ÖZELLEŞTİRMESİ VE KOOPERATİFLER

*Dr. Harun TANRIVERMİŞ **

1. GİRİŞ

Genel olarak kamunun kaynaklarını kullanarak ekonomik faaliyette bulunan devlet kuruluşları Kamu İktisadi Teşebbüsleri (KİT'ler) olarak tanımlanabilir. Türkiye'de kamu iktisadi teşebbüsleri (KİT'ler) tarihsel gelişim süreci içinde farklı farklı şekillerde tanımlanmıştır. 1982 Anayasası'nın 165. maddesinde "Kamu İktisadi Teşebbüslerinin Denetimi" başlığı altında KİT'ler, "Sermayesinin yarısından fazlası doğrudan doğruya veya dolaylı olarak devlete ait olan kamu kuruluş ve ortaklıkları" şeklinde tanımlanmıştır. Anayasa'nın 165. maddesi gereğince 1984 yılında çıkarılan 233 sayılı KHK'de KİT'lerin hukuksal yapıları belirlenmiştir. Buna göre, KİT'ler tüzel kişiliğe sahip, sorumlulukları sermayeleri ile sınırlı, Genel Muhasebe ve Devlet İhale Yasası ve Sayıştay denetiminin dışında ve 233 sayılı KHK ile özel hukuk hükümlerine tabi olan kuruluşlardır (12, 18).

233 sayılı KHK'de Kamu İktisadi Teşebbüslerinin (KİT'lerin), İktisadi Devlet Teşekkülü ve Kamu İktisadi Kuruluşlarının ortak adı olduğu belirtilmiştir. İktisadi Devlet Teşekkülü: Sermayesinin tamamı Devlete ait, iktisadi alanda ticari esaslara göre faaliyet göstermek üzere kurulan teşebbüslerdir. Kamu İktisadi Kuruluşu: Sermayesinin tamamı Devlete ait olan ve tekel niteliğindeki mallar ile temel mal ve hizmet üretmek ve pazarlamak üzere kurulan, kamu hizmeti niteliği ağır basan teşebbüslerdir. Bu KHK'nin yürürlüğe girmesinden sonra buna tabi bütün KİT'lerin bu KHK'ye uygun olarak ana statüleri belirlenmiştir (12, 18).

233 sayılı KHK ile KİT'ler bir bakanlıkla ilgilendirilmiştir. İlgili bakanlıklar, teşebbüs, müessese ve bağlı ortaklıkların faaliyetlerinin Kanun, tüzük ve yönetmelik hükümlerine uygun olarak yürütülmesini gözetmekle görevlidir. Uygulamada ilgili Bakanlıkların KİT'lerin genel müdürü gibi eylemlerde bulunması, çoğu kez KİT yönetiminin yatırım, üretim, personel rejimi, pazarlama vb. konularda bağımsız karar

* Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü Dışkapı/ANKARA

vermemelerine ve sonuçta KİT'lerin genellikle verimsiz çalışmaları, oluşturulan hukuk-üretim-finance-yönetim-siyaset ilişkilerinin bir sonucu olmaktadır (3).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ve Türkiye'de özellikle 1980'li yıllardan sonra ekonomi politikaları ve devletin ekonomiye müdahale anlayışında önemli değişimler olmuştur. Bu dönemde öncelikle gelişmiş ülkelerde ve daha sonra gelişmekte olan ülkelerde kamu ekonomisinin yeniden yapılandırılması veya reforma tabi tutulması sürecine girilmiş ve bu amaçla da kamunun sahip olduğu iktisadi kuruluşların çeşitli yöntemlerle özel kesime devredilmesi veya özelleştirme uygulamalarına ağırlık verilmiştir. Türkiye'de 24 Ocak 1980 Ekonomik İstikrar Tedbirlerinin uygulanmaya başlanması ile KİT'lerin ekonomide neden olduğu ağır yüklerin ortadan kaldırılması için, alternatif çözümler araştırılmış ve sonuçta KİT'lerin özelleştirilmesi ilkesi benimsenmiş ve uygulanmıştır.

1990'lı yıllardan itibaren tarımsal faaliyet alanında görev alan TSEK, YEMSAN, EBK ve ORÜS gibi kuruluşlar gerekli inceleme ve değerlendirmeler tam anlamıyla yapılmadan özelleştirme programına alınmış ve bunlardan EBK ve ORÜS kısmen ve TSEK ve YEMSAN tamamen özelleştirilmiştir. Gelecek yıllarda tarım kesiminde görev alan ÇAYKUR, TZDK, TİGEM, TŞFAŞ, TMO, TEKEL, TÜGSAŞ gibi KİT'lerin özelleştirilmesine devam edilmesine yönelik hazırlık çalışmaları yapılmaktadır. Tarımsal KİT'lere tarım kesiminde üretim örgütlenmesi ve tarımın desteklenmesi konusunda görevler verilmiş ve bu konuda hiçbir düzenleme yapılmadan bu kuruluşlar özelleştirilmiş veya özelleştirme kapsamına alınması planlanmıştır. Bu durum gelecekte tarımsal üretim miktar ve kalitesi üzerinde olumsuz etkilere neden olabilecek tarım ürün ve girdi pazarları yapısının oluşmasına olanak verebilir.

2. KİT'LERİN KURULUŞ AMAÇLARI VE GELİŞİMİ

19. yüzyılda Batıdaki Sanayi Devriminin Osmanlı İmparatorluğu'nun ekonomisini de büyük ölçüde olumsuz etkilediği kabul edilmektedir. Devlet bu dönemde savunma, iç ve dış güvenlik, giyim ve ayakkabı gibi temel ihtiyaç maddelerinin üretimi için KİT'leri kurmaya yönelmiştir. İlk olarak 1816'da Beykoz Deri ve Kundura Fabrikası kurulmuştur. Daha sonraları tophane, tersane ve baruthane gibi tesisler ile madencilik alanında KİT benzeri işletmeler kurulmuştur. 1838'de Feshane Yünlü Dokuma (fes), 1847'de Bakırköy Pamuklu Dokuma (bez) ve 1866'da Hereke İpekli-Yünlü Dokuma Fabrikaları üretime başlamıştır (12).

1863'te kurulan Memleket Sandıkları, 1870'de Menafi Sandıklarına dönüştürülmüş ve 1888'de ise bu sandıkların sermayesi kurulan T.C. Ziraat Bankası'na devredilmiştir (14). 1917'de ise İtibari Milli Bankası kurulmuştur. Böylece Osmanlı İmparatorluğu'nun son dönemlerinde ekonomik faaliyetin çeşitli alanlarında devlet işletmeleri kurulmuş ve bu işletmeler yeni Cumhuriyet'in ilk KİT'leri olmuştur.

20. yüzyılda Devletlerin ekonomiye çeşitli araçlar ile müdahalelerinin artmasının bir sonucu olarak, kamu kaynaklarını kullanarak işletmecilik yapan kuruluşların sayısı hem gelişmiş, hem de gelişmekte olan ülkelerde artmıştır. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde özel sektörün hızlı sanayileşme ve dolayısıyla ekonomik kalkınmanın sağlanmasında yetersiz kalması, bu ülkelerde çok sayıda KİT'in kurulmasına yönelik politikalara ağırlık verilmesine neden olmuştur. Gelişmiş ülkelerde ise devlet işletmeciliği daha çok hükümetlerin politik görüşlerine paralel olarak şekillenmiştir. Kısaca KİT'lerin hem gelişmiş, hem de gelişmekte olan ülkelerde ekonomik, sosyal ve siyasi nedenlerden dolayı oluşturuldukları ifade edilebilir.

Cumhuriyetin kurulduğu ilk yıllarda nüfusun % 80'i geçimini tarımdan sağlamaktadır. Bu dönemde sermaye birikimi, yetişmiş işgücü, girişimcilik ve teknolojik olanaklar çok yetersizdir. Cumhuriyet yöneticileri hangi ekonomi politikalarına ağırlık vereceklerine tam olarak karar verememişlerdir. 17 Şubat 1923'te İzmir'de toplanan "İktisat Kongresi" ve 1924 Anayasası, devletin ekonomiye müdahalesinin kurumlaştırılmasına olanak vermemektedir. Bu dönemde Batı'nın liberal kapitalizminin karşısında yer alan SSCB'nin merkezi planlamalı ekonomik modeli hünez denenmemiş, gelişmekte olan ülkelerin kalkınma ile ilgili sorunları da dünya gündemine gelmemiş idi. Devlet öncülüğünde sanayileşme ve planlı kalkınma teorik ve uygulamaları olarak gündemde yoktur (12). Bu nedenle, Cumhuriyetin ilk yıllarında özel teşebbüse ağırlık veren liberal politikalar tercih edilmiştir.

TC'nin kuruluş döneminde özel sektörün yeterli sermaye ve bilgi birikimine sahip olmaması, girişimcilik yeteneğinin zayıflığı nedeniyle devlet, özel sektöre örnek olmak ve belirli bir süre onun yerine geçerek yatırımları hızlandırmak için ekonomik faaliyetlere etkin olarak katılmıştır. Bu dönemin esas felsefesi, fertlerin gücünün yetmediği alanlarda devlet teşebbüsünün kurulmasıdır. Ayrıca devlet işletmelerinin geçici olması ve koşullar uygun olunca, bu işletmelerin halka ve özel teşebbüse devredilmesi de kabul edilmiştir. Böylece ekonomide özel ve kamu kesimi arasında yapay bir ikilik yaratılmamış ve heriki kesim arasında kesin bir ayrıma imkan verilmemiştir (11).

Gelişmekte olan ülkelerde devlet teşebbüslerinin kuruluş amaçları; ekonomik yönden zayıf olan özel sektörü desteklemek veya belirli bir seviyeye kadar onun yerine geçmek, daha fazla yatırım yapmak ve yatırımları hızlandırmak, düşük maliyetli mallar üretmek, stratejik sektörlerde kamu egemenliğini ve kontrolünü sağlamak, ekonomik sektörlerle teknoloji transfer etmek vb. olarak sıralanabilir (19). Cumhuriyetin ilk yıllarında yeni TC, hem yabancı sermayeden devraldığı kuruluşları, hem de ülkenin ihtiyacı olan kuruluşları kamu sermayesi ile oluşturmak ve bizzat bunları işletmek zorunda kalmıştır.

KİT'lerin sistemli bir şekilde kuruluşları ve gelişmeleri özellikle 1930'lu yıllardan sonra gerçekleşmiştir. 1925 tarih ve 633 sayılı Kanun ile kurulun Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası, sanayi ve maden işletmeciliği ile ilgili her türlü bankacılık hizmetlerinin yürütülmesi ile görevlendirilmiştir. Özel kesimin sermaye ve gücünün yetersiz kaldığı veya korunması gerektiği alanlarda bu kesimi desteklemek amacı ile 1924 yılında İş Bankası kurulmuş ve 1927 yılında Teşvik-i Sanayii Kanunu çıkarılmıştır (6). Ancak özel sektör, ilk liberalizm dönemi olarak tanımlanan 1923-1929 yılları arasında yeterli ölçüde yatırımları gerçekleştirememiş ve sanayileşmede istenen başarı sağlanamamıştır.

Özel sektöre yönelik ucuz arsa ve taşıma tarifesi, vergi ve resim muafiyeti gibi teşviklere karşın, bu kesimin kendisinden beklenen atılımları gerçekleştirememesi, Türkiye Sanayi ve Maadin Bankası'nın temel fonksiyonlarını gereğince yerine getirememesi ve 1929 Dünya Ekonomik Krizi vb. nedenlerle ekonomide devletçilik ilkesi benimsenmiş ve uygulanmıştır. Öncelikle Türkiye Sanayi ve Maadin Bankasının sorumluluğundaki işletmeler, 1932 tarih ve 2058 sayılı Kanun ile kurulun Devlet Sanayi Ofisine ve bankacılık işlemleri de 2062 sayılı Kanun ile kurulan Türkiye Sanayi Kredi Bankası'na devredilmiştir. Bu iki kurumun faaliyetlerinde başarılı olamaması nedeniyle bu amaçla kurulan işletmeler ve bu kurumlara verilen görevler 1933 yılında 2262 sayılı Kanun ile bunların yerine kurulan Sümerbank'a devredilmiştir.

Ülkemizde ilk Şeker Fabrikaları 1926 yılında Uşak ve 1927 yılında Alpullu (Te-kirdağ)'da kurulmuştur. Ancak 1929 Dünya Ekonomik Krizi yeni devleti ekonomik ve sosyal yönlerden büyük ölçüde olumsuz etkilemiştir. Bu nedenle 1933 yılında karma ekonomi temeline dayalı devletçilik ilkesi benimsenmiş ve 1933 yılında Birinci Sanayi Planı uygulamaya konulmuştur.

1930 yılında benimsenen devletçilik anlayışına göre, devletin sanayi ve ticaret işletmeleri kurup işletmesi bir amaç değildir. Geçiş döneminde bir zorunluluktur. Bu dönemde de ekonomik kalkınmanın temelinde ilke olarak özel girişimcilğe yer verilmektedir. Diğer bir ifade ile Türkiye'de KİT'ler ideolojik bir kararın değil, ekonomik ve sosyal koşulların getirdiği zorunlulukların sonucunda oluşmuşlardır.

Cumhuriyetin ilk yıllarında tarıma yönelik politikaların ana amacı, tarımda üretimi artırmak ve böylece tarımda kendine yeterliliğe ulaşılmasıdır. 1924-1925 yıllarından itibaren devlet tohumculuk ıslahı ve dağıtımı, örnek çiftliklerin kurulması, tarımsal mücadele, şeker pancarı, çay, patates gibi yeni ürünlerin üretimine geçilmesi veya çok düşük olan üretim düzeylerinin artırılması, hayvancılığı geliştirmek için hahaların ve inekhanelerin kurulması, yerli hayvan popülasyonlarının ıslahı ve hayvan hastalıkları ile mücadele çalışmalarının yapılması amacı ile kamu kurumları oluşturulmuş ve bu uygulamaların kapsamı zaman içinde genişletilmiştir.

1920-1932 yılları arasında buğday üretiminde teknolojik yetersizlikler nedeniyle üretim yıllar itibariyle büyük ölçüde dalgalanmalar göstermiştir. Bu dönemde bazı yıllarda önemli miktarda buğday ithalatı yapılmış ve bazı yıllarda ise çiftçilerin elinde satılmayan ürün kalmıştır. Özellikle 1929-1932 döneminde ekonomik kriz nedeniyle buğday piyasa fiyatları üretim maliyetinin altında kalmıştır. Bu nedenle 1932 yılında TC Ziraat Bankası'na 2056 sayılı Buğday Koruma Kanunu ile buğday satın alma ve 1933 yılında da silo ve ambar yapma yetkisi verilmiştir. Ancak pazar ile ilgili sorunlar, sadece buğday ile ilgili olmayıp, diğer tahıllar için de destekleme alımlarının yapılmasının gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu alım işleri T.C. Ziraat Bankası'nca yürütülemeyecek kadar kapsamlı olduğundan, 1938 yılında 3491 sayılı Kanun ile Toprak Mahsulleri Ofisi (TMO) kurulmuştur (10). Bu düzenlemelerin amacı, çiftçilerin gelirlerinin artırılmasından çok çiftçilerin pazar sorunları nedeni ile fakirleşmesinin önlenmesidir.

Atatürk döneminde özellikle 1933 yılından itibaren uygulamalarına başlanılan devletçilik ilkesi ile 1934-1938 dönemini kapsayan 1. Beş Yıllık Sanayi Planı çerçevesinde iktisadi devlet teşekkülleri, imalat sanayileri ve madencilik işletmelerinin kuruluşu ve işletilmesi alanlarında önemli gelişmeler olmuştur (12). Örneğin, 1929 Ekonomik Krizinden sonra, tarım ürünleri fiyatlarında önemli düşüşler olmuş ve 1932 yılından sonra tahıllarda destekleme uygulamasına geçilmiş ve bu amaçla da TMO kurulmuş ve görevlendirilmiştir.

1935 yılında 2805 sayılı Kanun ile ETİBANK, 1937 yılında 3202 sayılı Kanun ile daha önce kurulan T.C. Ziraat Bankası, bugünkü statüsüne dönüştürülmüş, 1932 yılında tütün, alkollü içkiler ve tuz, 1934 yılında barut ve patlayıcı maddeler, 1939'da bira, 1942'de çay ve kahve ve 1946 yılında da kibrit üretimi ve pazarlaması devlet tekeline alınmıştır. Daha sonraki yıllarda kahve, şarap, kibrit, patlayıcı maddeler, bira, çay ve tütün tekel kapsamı dışına çıkarılmıştır. 1983 tarihinde KİT haline gelen TEKEL, 1987 yılında Tütün, Tütün Mamülleri, Tuz ve Alkol İşletmeleri Genel Müdürlüğü (TEKEL) adı ile bugünkü yapısına dönüştürülmüştür.

Tarım sektöründe ilk devlet işletmesi 1925 yılında Ankara'da Atatürk tarafından 20.000 da'lık arazi üzerinde kurulan Gazi Orman Çiftliğidir. Bu çiftlik arazisi daha sonra 102.000 dekara çıkarılmış ve Atatürk tarafından ölümünden önce hazineye bağışlanmıştır. 1937 yılında Tarım Bakanlığı'na bağlı olarak kurulan Ziraat Kombinalar İdaresi, 1938 yılında Devlet Ziraat İşletmeleri Kurumuna, daha sonra Devlet Üretim Çiftlikleri Genel Müdürlüğü adlı katma bütçeli, tüzel kişiliği olan bir kamu kuruluşu ve 1983 yılında bu kuruluş Haralar ve İnekhaneler İdaresi ile birleştirilerek Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü (TİGEM) adlı kamu hizmeti yönü de bulunan bir KİT oluşturulmuştur. 1944 yılında Türk çiftçisinin ihtiyacı olan tarımsal girdileri sağlamak amacıyla Türkiye Zirai Donatım Kurumu (TZDK), 1973 yılında Çaykur, 1952

yılında Et ve Balık Kurumu (EBK), 1956 yılında Yem Sanayi T.A.Ş., 1935'de T.C. Ziraat Bankası, Sümerbank ve İş Bankası'nın eşit oranda katılımı ile Türkiye Şeker Fabrikaları A.Ş., 1963'de Türkiye Süt Endüstrisi Kurumu (TSEK) ve 1970'de Orman Ürünleri Değerlendirme Sanayi (ORÜS) kurulmuştur (11, 19).

Ülkemizde 1933-1950 döneminde belirgin olarak uygulanan Devletçilik, ideolojik anlamdan çok özel sektörü reddetmeyen ve onu benimseyen bir içerik taşımıştır. Nitekim Atatürk 1 Kasım 1937 tarihli TBMM'nin açılış konuşmasında "Sermayesinin tamamı veya büyük kısmının devlete ait ticari-sınai kurumların... bugünkü usullerle çalışabilmelerine ve inkişaf etmelerine imkan yoktur" derken, devlet işletmeciliğinde yeniden yapılanmanın gerekliliğini vurgulamakta ve KİT'lerin günümüzden 50 yıl önceden itibaren devam eden sorunlarının başladığını açıkça ifade etmektedir (3). 1950-1980 döneminde liberal ekonomik politikalara ağırlık verilmiş ve özel girişimcilik desteklenmiştir. Ancak bu dönemde de KİT'ler yeniden yapılandırılmamış ve hatta yeni KİT'ler kurulmuştur. Devletin ekonomik faaliyetleri katılma sınırlarının belirlenememiş olması nedeni ile devletin ekonominin bütün sektörlerinde işletmecilik faaliyetlerine yöneldiği görülmektedir.

24 Ocak 1980 Ekonomik İstikrar Önlemleri ile temel mal ve hizmetlerin kapsamı daraltılmıştır. Böylece çimento, demir ve çelik, kağıt, kükürt, göztaşı, tarım ilaçları, süt, et, şeker, elektrik (ferrokrom ve alüminyum üretimi için kullanılan hariç) gibi mallar ile TCDD'nin yolcu ve yük taşımada uyguladığı subvansiyonlar temel mal ve hizmetler kapsamında çıkarılmıştır. Sadece kimyasal gübreler, elektrik (ferrokrom ve alüminyum üretimi için kullanılan için), deniz nakliyat ve Denizcilik Bankası yük taşımaları için uygulanan sübvansiyonlar temel mal ve hizmetler arasında yer almıştır. Temel mal ve hizmetlerin kapsamının daraltılması yanında, bu malların fiyatlarında da bunların maliyetleri dikkate alınarak zaman içinde sürekli düzenlemeler yapılmıştır (9).

Kuruldukları günlerden itibaren ülke ekonomisinde yönlendirici ve düzenleyici olarak çalışan Kamu İktisadi Teşebbüsleri, zamanla yönetimlerinin devlet memurluğu statüsünde yürütülmesi, yöneticilerinin iyi seçilememesi, politik tercihlerin işletmelerin yatırım ve işletme politikalarının belirlenmesinde önemli rol oynaması ve sonuçta kıt kaynakları etkin bir şekilde değerlendirememeleri gibi nedenlerle mali yapıları olumsuz etkilenmiş ve ülke ekonomisine önemli ölçüde yük olmuşlardır.

3. ÖZELLEŞTİRME YAKLAŞIMLARI VE UYGULAMALARI

Ekonomideki devlet işletmeciliği, ekonomik ve sosyal zorunluluklardan doğmuştur. Özellikle 1970'li yıllardan itibaren verimli olarak çalışmayan ve iyi performans gösteremeyen kamu işletmelerinin özel mülkiyete devri tartışılmıştır. Öncelikle İngiltere, ABD, Almanya gibi gelişmiş ülkelerde ekonomide yapısal reform ile özelleştir-

me uygulamaları birlikte ele alınmıştır. 1980'li yıllardan itibaren Brezilya, Venezuela, Arjantin, Malezya, Meksika, Cezayir, Güney Kore, Ürdün, Şili, İsrail, İran, Çin, Doğu Avrupa Ülkeleri ve Türkiye'de de özelleştirme uygulamasına başlanmıştır.

Dünyada gerek gelişmiş, gerekse gelişmekte olan ülkelerde özelleştirme uygulaması incelendiğinde, öncelikle ulaştırma, iletişim, otomotiv, enerji, turizm, elektrik vb. alanlarda faaliyette bulunan devlet iktisadi işletmelerinin özelleştirme kapsamına alındığı görülmektedir. Çünkü özelleştirmede ilk uygulamaların başarılı olarak yapılması, toplumda özelleştirme işlemine olan güveni artırabilmekte ve ekonomide çeşitli kesimler arasında uzlaşma sağlanabilmektedir. Bu nedenle ilk uygulamaların en fazla başarı sağlanabilecek ve ekonomide fonksiyonların büyük ölçüde tamamlamış KİT'leri kapsamaması gerekir.

Gerek ülkemizde, gerekse diğer ülkelerde kamu işletmelerinin verimlilik ve etkin işletmecilik anlayışı içinde ve politik baskılardan uzak olarak yönetilmeleri, 1970'li yıllardan sonra tartışılan en önemli konu olmuştur. Ülkemizde 1950'li, 1960'li ve 1980'li yıllarda KİT sorunu yoğun olarak tartışılmış ve KİT'lerin reorganizasyonlarından çok özelleştirilmesi bir ekonomi politikası aracı olarak benimsenmiştir. Özelleştirme; ekonomi, işletme, hukuk, toplum bilim, siyaset vb. bir çok bilim dalının dolaylı ve dolaysız olarak etki altına girmektedir. Bu durum özelleştirme uygulamalarının karmaşıklığını açıkça ortaya koymaktadır. Kamunun mülkiyet ve tasarrufu altındaki işletmelerin özel sermayeye bedeli karşılığında devredilmesi özelleştirme (privatization) olarak tanımlanabilir (16).

Türkiye'de KİT'lerin özelleştirilme nedenleri; KİT'ler üzerinde politik baskı ve müdahalelerin olması, aşırı istihdamın olması, aşırı bürokrasi ve kırtasiyecilik, aşırı merkezizetçi yapı ve karar verme sürecindeki yetersizlikler, sermaye artırımlarının Hazine tarafından gerçekleştirilmesi, iflas tehlikesinin söz konusu olmaması, personel seçim ve eğitimi konusudaki yetersizlikler, yönetim kurulu başkanı ve üyelerinin, genel müdür ve yardımcılarının seçime paralel olarak sık sık değiştirilmesi, verimlilik esasına dayalı ücret politikasının olmaması, fiyatlandırmanın pazar koşullarına göre yapılamaması, yüksek faizle borçlanmaları, borçlanma gereğinin karşılanması için Merkez Bankası'nca karşılıksız para basılması, denetimin yeterli ve etkin olmaması, toplu sözleşme politikalarının siyasal iktidarların oy kaygılarına dayalı olarak gerçekleşmesi ve sonuçta KİT'lerde ücret ödemelerindeki artışlar, özel teşebbüslere oranla daha yüksek maliyet ve daha düşük verimlilik ile çalışmalarını, böylece ülke ekonomisini ve sanayisini olumsuz bir yapılanmaya sevketmeleri, artan personel harcamalarının sonuçta KİT zamlarını kaçınılmaz kılması ve maliyet enflasyonuna yol açması ve eski teknoloji kullanımı ve kaynak israfının söz konusu olması gibidir (2). Bu sorunların çözümü için kamu sektörünün yeniden yapılandırılması ve özelleştirme gerekli görülmektedir. Böylece kamu ekonomisinin görev ve fonksiyonlarının minimumu

ma indirilmesi veya daraltılması ve devletin iktisadi alandaki işletmecilik faaliyetlerini yürütmesinden kısmen veya tamamen çekilmesi ile serbest piyasa ekonomisine işlerlik kazandırılması amaçlanmaktadır.

Bu amaçlara ulaşmak açısından özelleştirme bir araç olarak kullanılabilir. Özelleştirme sürecinde mülkiyetin tabana yayılması ve demokrasinin kökleşmesi en önemli amaçtır. Türkiye'de özelleştirmenin amaçları Özelleştirme Master Planında önem sırasına göre; (i) piyasa güçlerinin ekonomiyi güçlendirmesini sağlamak, (ii) verimliliği ve etkenliği artırmak, (iii) mal ve hizmetlerin üretim miktarını, kalitesini ve çeşitliliğini artırmak, (iv) sermayeyi tabana yaymak, (v) sermaye piyasasının gelişmesini hızlandırmak, (vi) KİT'lerin tekel gücünü ve bunlar tarafından yapılan dolaylı vergilemeyi azaltmak, (vii) modern teknoloji ve yönetim tekniklerini ülkeye çekmek, (viii) çalışanlara hisse senedi satarak işgücü verimliliğini artırmak, (ix) sanayide kamu mülkiyeti ve özel mülkiyet dengesini değiştirmek ve politik bağları güçlendirmek, (x) mevcut sermaye yatırımlarının getirilerini artırmak ve (xi) Devlete gelir sağlamak olarak sıralanmıştır (5).

Devlet işletmelerinin özelleştirilmesinde; yönetim ve mülkiyetin kısmen veya tamamen özelleştirilmesi, kamusal malların üretiminin özelleştirilmesi yöntemlerinin biri veya birkaçı tercih edilebilir. KİT'lerin mülkiyet ve yönetiminin özelleştirilmesi: Kamu işletmelerinin doğrudan veya pay senedi yolu ile satışı halka arz, halka arzı da içeren blok satış ve blok satış biçiminde olabilir. İşletmelerin mülkiyetinin % 51 ve daha fazlasının özelleştirilmesi durumunda, yönetimde özel kesim hakim duruma gelmektedir. Kamusal mal ve hizmetlerin üretiminin özelleştirilmesi: Bu yöntemler KİT'lerin mülkiyetinin özel kesime devrini kapsamaz. Sadece bazı mal ve hizmetlerin üretimi çeşitli yollarla özel kesime devredilir. Bu amaçla; gelir ortaklığı, finansal kiralama (leasing), yönetim devri (management contract), ihale (contracting out), imtiyaz hakkının devri (franchising), ortak girişim (joint venture), üretimi durdurarak tüketiciyi destekleme, kupon yöntemi (grants/vouchers), kamu tekellerinin kaldırılması, gönüllü kuruluşların teşviki, yap-işlet-devret gibi yöntemlerden yararlanılabilir. Kamusal malların finansmanın özelleştirilmesi: Bu yöntemde kamusal mal ve hizmetlerin devlet tarafından üretilmesine devam edilir, ama bunların finansmanı özelleştirilir. Öğretim-egitim ve sağlık hizmetleri ile otoyolların paralı hale getirilmesi bu uygulamanın örneklerindedir.

Günümüze değin birçok KİT için yabancı ve yerli bazı kişi ve kurumlara özelleştirme master planı ve raporu hazırlanmıştır. İlk olarak 1985 yılında Amerikan Morgan Guaranty Trust Company of New York firmasına 347.000 \$ karşılığında bir özelleştirme Master Planı hazırlanmıştır. Bu planın hazırlanmasında IMF, Dünya Bankası ve diğer uluslararası kuruluşların etkisi olmuştur. Plan Mayıs 1986'da hükümete sunulmuştur.

Özelleştirme Ana Planında dikkati çeken iki önemli nokta vardır. Birincisi, özelleştirmede başarıya ulaşabilmek için kamu hizmeti veren KİT'lerle ticari esaslara göre çalışan veya çalışması gereken KİT'lerin birbirinden ayrılmasının gerekliliğinin belirtilmiş olması ve ikincisi ise, "Türkiye'de en iyi özelleştirme yabancıya satıştır" önerisinin getirilmiş olmasıdır (18).

Özelleştirme Ana Planında 32 KİT için satılabilirlik, ekonomiklik ve yatırım gereksinimleri ölçütlerine göre özelleştirme öncelik sırasında konulmuştur. Öncelik sırasına göre özelleştirilmesi önerilen KİT'ler şunlardır (5):

(i) Birinci derecede öncelikle özelleştirilecek KİT'ler:

1. Tümüyle satılabilecek olanlar: TURBAN, THY, USAŞ
2. Çoğunluğu satılabilecek olanlar: ÇİTOSAN, YEMSAN
3. Yeniden yapılanmaya tabi tutularak büyük bölümü satılabilecek olanlar: TPAO, ETİBANK, TİGEM,

(ii) İkinci derece öncelikle özelleştirilecek KİT'ler:

1. Bazı birimlerinin satılması, geri kalan birimlerin yeniden yapılandırılarak iyileştirilmesi ya da kapatılması önerilen KİT'ler: SÜMERBANK, TSEK.
2. Yavaş yavaş özelleştirilmesi öngörülen KİT'ler: PTT, TEK.
3. Satılması olası görülen KİT'ler: EBK, TKİ, MKEK, ORÜS ve Türkiye Gemi Sanayi.
4. Devlet desteği ile satılabilecek olan KİT'ler: ÇAYKUR, SEKA, PETKİM, TÜGSAŞ, TDÇİ, TTK, Türkiye Şeker Fabrikaları A.Ş., Ağır Sanayi ve Otomotiv Kurumu.

(iii) Üçüncü derece öncelikle özelleştirilecek KİT'ler: Bu gruba Morgan Quaranty firmasının kamu hizmeti gördüğü öngörülen KİT'ler konulmuştur. Bunlar; DMO, TCDD, DHMİ, TMO, TZDK, TÜGSAŞ, Türkiye Denizcilik İşletmeleri.

Uygulamada master plandaki sıralama izlenmemiştir. Örneğin Planda Sümerbank 22. sırada yer almasına karşın, özelleştirilmesine karar verilen ilk KİT olmuştur. TZDK, 3. sırada yer almasına karşın, 1994 yılı sonuna kadar dağıtılması veya kapatılması kararlaştırılmış, ancak bu konuda bugüne değin herhangi bir uygulama yapılmamıştır. 2. derecede ve yavaş yavaş özelleştirilmesi öngörülen PTT ve TEK için, bu kuruluşların diğer KİT'lerden önce ve hızlandırılmış biçimde özelleştirilmesi için özel kanun veya KHK çıkarılarak özelleştirme altyapısı oluşturulmuştur. Morgan Bank'ın hazırladığı planda dikkati çeken bir diğer nokta ise DMO, TMO gibi KİT'lerin kamu hizmeti gördüğü kabul edilirken, PTT ve TEK'in bu kapsama alınmamasıdır (18).

Bu ana plandan sonra tekstil sektöründe özelleştirme ile ilgili olarak Amerikan Boston Consulting Group firması ile anlaşma yapılmıştır. Daha sonra İngiliz Barclay's Bank'a tekrar Sümerbank için bir Master Plan hazırlanmıştır. Bundan sonra THY, TÜGSAŞ ve birçok Çimento Fabrikaları için yabancı firmalara rapor hazırlanmıştır. Ülkemizde KİT'lerin özelleştirilmesi ile ilgili olarak çok sayıda master plan hazırlanmış olmasına karşın, bunların hiçbiri uygulanmamıştır. Bu planların hazırlanması için 1993 yılına kadar yabancı firmalara 8.208.000 \$ ve yerli danışman firmalara da 877.400.000 TL ücret ödenmiştir (20).

Ülkemizde 1985 yılından itibaren 157 kuruluş özelleştirme kapsamına alınmıştır. Bu kuruluşlardan bir bölümü, 233 sayılı KHK kapsamında tamamı kamuya ait KİT statüsündeki kuruluşlardır. Diğer bir bölümü ise, % 50'nin üzerinde kamu payı bulunan bağlı ortaklık statüsündeki kuruluşlar ile kamu iştirakleridir. Ayrıca Özelleştirme Yüksek Kurulu'nun 23 Aralık 1994 tarihinde aldığı bir karar ile Maliye Bakanlığı ve Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğü'ne ait 4 taşınmaz özelleştirme kapsamına alınmıştır.

Özelleştirme kapsamına alınan kuruluşlardan 9 tanesi daha sonra çeşitli nedenlerle özelleştirme kapsamından çıkarılmıştır. Bunlar arasında yer alan Türkiye Öğretmenler Bankası, 1992'de Halk Bankası'na, Denizcilik Bankası ise, 1992'de Emlak Bankası'na devredilmiştir. BASF-Sümerbank Kimya Sanayii A.Ş. ile Güney Sanayi-i'ndeki kamu payları, daha önce bu paylara sahip olan Sümer Holding'e, TÜLOMSAŞ, TÜDEMDAŞ ve TÜVASAŞ, TCDD'ye iade edilmiştir. 1985-1996 yılları arasında bazı yarım kalmış tesislerin özel sektöre devri konusunda da çalışmalar yapılmıştır. Halen özelleştirme kapsamında 54 kuruluş ile bazı taşınmazlar bulunmaktadır. Bu kuruluşların 36 tanesinde % 50'nin üzerinde kamu payı vardır (7).

Özelleştirme çalışmaları, 1984 yılında kamuya ait yarım kalmış tesislerin tamamlanması veya yerine yeni bir tesis kurulması amacı ile özel sektöre devri uygulamaları ile başlamıştır.

1986 yılından itibaren hız kazanan ve tamamı kamuya ait veya kamu iştiraki olan kuruluşlardaki kamu paylarının özelleştirme kapsamına alınması yoluyla yürütülen program çerçevesinde, bugüne kadar 112 kuruluşta hisse senedi veya varlık satış/ devir işlemi yapılmış ve bu kuruluşlardan 94'ünde hiç kamu payı kalmamıştır. Blok satış, halka arz, uluslararası arz, İMKB'de satış veya varlık satışı biçiminde kısmen özelleştirme işlemi gerçekleştirilen diğer 18 kuruluşta ise halen kamu payı bulunmaktadır. Özelleştirmeden toplam tutarı 65,7 trilyon TL (3 milyar \$) gelir sağlanmıştır. Bir bölümü vadeli ve döviz cinsinden gerçekleştirilen bu hisse senedi ve varlık satış işlemleri 31 Aralık 1995 itibarıyla 42,6 trilyon TL (yaklaşık 2,6 milyar\$) net nakit girişi sağlanmıştır. Yıl bazında uygulama tutarı ile nakit giriş tutarı arasındaki fark, vadeli işlemlere ilişkin taksit ödemelerinden kaynaklanmaktadır. Özelleştirme

kapsamındaki kuruluşlardan elde edilen temettü geliri ve diğer kaynaklarla birlikte 1985 - 1995 dönemi toplam kaynakları 57,2 trilyon TL (3,5 milyar \$) olmuştur. (7). Aynı dönemde özelleştirme uygulamaları çerçevesinde 47,9 trilyon TL (yaklaşık 3,2 milyar\$) tutarında harcama yapılmıştır. Özelleştirme uygulamalarına ilişkin harcamaların %60'a yakın bölümü, kapsamdaki kuruluşlara sermaye iştiraki ve borç biçiminde aktarılan finansmandan oluşmaktadır (7). Diğer bir ifade ile özelleştirilen kuruluşlardan elde edilen gelirlerin %72,91'i özelleştirme uygulamalarına ilişkin harcamalara ayrılmıştır.

Ülkemizde 1983 yılından sonra gündeme gelen özelleştirme programına yönelik ilk hukuki düzenleme, 1984 yılında çıkarılan ve kamu iktisadi teşebbüsleri ile bunlara ait tesislere, hisse senedi ihracı yoluyla gerçek ve tüzel kişilerin ortak edilebilmesine veya bu tesislerin işletme hakkının belli sürelerle devrine olanak veren 2983 sayılı Kanun ile yapılmıştır. 1986 yılında çıkarılan 3291 sayılı Kanun'da, kamu kuruluşlarının özelleştirme kapsamına alınması ve uygulamaların yürütülmesine ilişkin esaslar belirlenmiştir. Buna göre, 233 sayılı KHK'de adı geçen, tamamı devlete ait ve kamu iktisadi teşebbüsü statüsünde faaliyet gösteren kuruluşların özelleştirme kapsamına alınmasına Bakanlar Kurulu, KİT'lerin müessese, bağlı ortaklık, işletme ve işletme birimleri ile iştiraklerindeki payların özelleştirme kapsamına alınmasına da Yüksek Planlama Kurulu yetkili kılınmıştır. Özelleştirme programının yürütülmesi konusunda ise, 2983 sayılı Kanun ile oluşturulan "Toplu Konut ve Kamu Ortaklığı İdaresi" görevlendirilmiştir. Bu Kuruma özelleştirme programının yanısıra, toplu konut uygulamalarının yürütülmesi, Kamu Ortaklığı Fonu'nun yönetim ve Çalışanların Tasarruflarını Teşvik Hesabı'nda biriken paraların nemalandırılması gibi görevler de verilmiştir. 3291 sayılı Kanun ile özelleştirme uygulamaları konusundaki karar organı "Toplu Konut ve Kamu Ortaklığı Kurulu" olarak belirlenmiştir (7).

1990'da yürürlüğe giren 414 sayılı KHK ile Toplu Konut ve Kamu Ortaklığı İdaresi, "Kamu Ortaklığı İdaresi" ve "Toplu Konut İdaresi" adı altında iki ayrı kuruluş olarak yeniden örgütlendirilmiştir. Kamu Ortaklığı İdaresi, özelleştirme uygulamalarının yürütülmesi ve Kamu Ortaklığı Fonu ile Çalışanların Tasarruflarını Teşvik Hesabı'nın yönetimi konusu ile görevlendirilmiştir. 1992 tarihinde yürürlüğe giren 473 sayılı KHK ile de, özelleştirme uygulamaları konusundaki karar organı "Kamu Ortaklığı Yüksek Kurulu" olarak değiştirilmiştir. (7). Bütün tarafların önerileri dikkate alınarak hazırlanan 1994 tarih ve 4046 sayılı Özelleştirme Kanunu ile Özelleştirme Kanunu ile Özelleştirme İdaresi Başkanlığı kurulmuş ve özelleştirme uygulamaları sırasında veya sonrasında işini kaybedenlere, yasalardan veya toplu iş sözleşmelerinden doğan tazminatları dışında ek bir iş kaybı tazminatı ödenmesi öngörülmüştür. Özelleştirme Fonu oluşturulmuş ve özelleştirmenin kapsamı genişletilmiş, iktisadi devlet teşekkülleri ile bunlara ait kurum ve payların yanısıra, diğer ka-

mu kurum ve kuruluşlarının da özelleştirilebilmesine olanak veren düzenlemeler yapılmıştır. Erken emekliliğin teşviki için, özelleştirme kapsamına alınan kuruluşlarda Emekli Sandığı'na tabi personelden hizmet süresi itibariyle emeklilik hakkı kazananlara, bu hakkı kazandıkları tarihten itibaren iki ay içinde emekli olmayı istemeleri halinde ikramiyelerinin %30 fazlası ile ödenmesi hükme bağlanmıştır. Özelleştirme kapsamındaki kuruluşlarda çalışan personelin sosyal yardım zammı ödemelerinin Özelleştirme Fonu'ndan karşılanması öngörülmüştür. Kapsamdaki kuruluşlarda uygulamalar sonucu kadrosu iptal edilen memur ve sözleşmeli personelin diğer kamu kurum ve kuruluşlarındaki boş kadro ve pozisyonlara atanmalarına ilişkin düzenlemeler getirilmiştir. Özelleştirme uygulamalarından elde edilecek gelirlerin, genel bütçe harcaması ve yatırımlarında kullanılmaması hükme bağlanmıştır. Stratejik nitelikteki kuruluşlarda imtiyazlı hisse bulundurulması öngörülmüştür (7).

4. TARIMSAL FAALİYET ALANINDA GÖREV ALAN KİT'LERİN ÖZELLEŞTİRİLMESİ VE KOOPARATİFLERİN ÖZELLEŞTİRMEYE TARAF OLARAK KATILMA OLANAKLARI

Türkiye'de piyasa ekonomisi ilkeleri çerçevesinde serbest rekabete dayalı özel mülkiyetin ağırlıklı olduğu ve devletin müdahalelerinin minimuma indirileceği bir ekonomik yapılanma amaçlanmaktadır. Özelleştirmeye de bu kapsamda yaklaşılmaktadır. Türkiye'de sektörel yapısı dolayısıyla tarımsal KİT'lerin sosyal içerikli görevleri nedeni ile hazineye önemli yükler getirdikleri açıktır. Ancak burada tarımın ayrıcalıklı bir önem ve özelliğe sahip olduğu öncelikle vurgulanması gereken bir konudur. Dünyadaki tüm örneklerinde olduğu gibi, en liberal yapıya sahip olan ülkelerde bile tarım mutlaka desteklenmesi ve korunması gereken bir ekonomik sektör durumundadır (17).

Ülkemizde çoğu Atatürk döneminden başlamak üzere temel tarımsal ürünlerle ilgili hizmetleri yönlendirmek, üreticileri desteklemek ve böylece tarımsal kalkınma sorunlarına çözümler getirmek üzere pek çok kamu işletmesi kurulmuştur. Bu kuruluşlar çiftçilerle dayanışma içinde olacak şekilde çalışmalarını yürüterek, ülke tarımının bugünkü düzeye ulaşmasına önemli katkılar sağlamışlardır. Tarımsal faaliyet alanında görev alan KİT'lere hükümetlerce faaliyet alanlarındaki ürünlerle ilgili destekleme görevleri verilerek, bunlar tarım politikalarının önemli yürütücüleri haline getirilmiştir. Türkiye tarımını destekleme politikasını yeniden düzenlemeden, bu KİT'ler özelleştirilirse, tarım politikalarını etkin bir şekilde uygulamak hemen hemen olanaksız gibi görünmektedir. Örneğin, Çaykur olmadan çay, TŞFAŞ olmadan şeker pancarı, TEKEL olmadan tütün ve TMO olmadan tahıllarla ilgili politikaların yürütülmesi oldukça zor olacaktır. Tarımsal faaliyet alanında görev alan KİT'ler, gerektiğinde devletçe verilen düzenleyici görevleri yerine getirecek kapasite, personel, bilgi deneyime sahiptir.

Tarımsal sanayilerin temel özelliği, bu kuruluşların üreticilere dayanmasıdır. Bu nedenle tarımsal sanayi kuruluşlarının blok satış yöntemi ile tek bir firmaya devredilmesi, piyasada tekelleşmeye neden olur ve bu da üreticilerin sömürülmesine yol açabilir. Tarımsal KİT'ler tarımsal hammaddeleri üreticilerden satın alıp işleyerek üreticiyi korumak ve tüketiciye de yeterli ve kaliteli ürünler sunarak piyasayı düzenlemek için kurulmuştur. Türkiye bir OECD ülkesi olması yanında, AB ile Gümrük Birliği anlaşmasını ve Dünya Ticaret Örgütü anlaşmasını (GATT) imzaladığı için gelecek 10 yıl içinde tarımda büyük yapısal değişiklikleri gerçekleştirmek durumunda (4).

Türkiye tarımında kurumsal yapı değişikliklerinin sağlanmasında, öncelikle tarımı destekleme politikalarının KİT'ler aracılığı ile yürütülmesi uygulamasına alternatif bir kurumsal yapılaşmanın sağlanmasının gerekliliği üzerinde durulmalıdır. Ülkemizde özelleştirme uygulamalarının kapsamı genişletilirken, tarım kesiminde faaliyette bulunan KİT'lere özel önem verilmesi gerekir. Örneğin, TMO, Çaykur, TŞFAŞ, EBK, SEK, YEMSAN, ORÜS, TZDK, TEKEL gibi KİT'lerin tarımsal üretime yön verme ve üreticileri destekleme fonksiyonları bulunmaktadır. Bu kuruluşlar özelleştirilmeden gerekli kurumsal yapı değişiklikleri sağlanamaz ise, kısa dönemde tarımda üretimin örgütlenmesinde büyük sorunlar ortaya çıkabilir. Bu amaçla iki önemli düzenleme öncelikle gerçekleştirilebilir.

(i) Tarım sektöründe KİT'lere alternatif olarak tarım ürün borsalarının geliştirilmesi ve böylece tarım sektörünün de piyasa ekonomisinin ilkelerine göre çalışmasının teşvik edilmesi gereklidir.

(ii) Ülkemizde tarım politikalarının bir üst kurul tarafından yönlendirilmesi gereklidir. Siyasi tercih mekanizmaları ve bürokrasi arasındaki ilişkiyi kurabilecek ve alınan kararların uygulanmasını izleyip değerlendirecek Tarım Ürünleri Yönlendirme ve Destekleme Kurulu oluşturulmasına gereksinim duyulmaktadır (1). Böylece destekleme politikaları KİT'ler aracılığı ile değil de, AB Ülkelerinde olduğu gibi ayrı bir fon veya bütçeden finanse edilebilecektir. Örneğin, AB'de Avrupa Tarımsal Yönlendirme ve Garanti Fonu (FEOGA), üye ülkelerde destekleme politikalarının finansmanını sağlar. Bu fon aslında bağımsız ise de, AB bütçesinin ayrılmaz bir parçasıdır ve bütçe harcamalarının 2/3'ünü yapmaktadır (12). Türkiye'de de tarım politikalarını yönlendirebilecek bir üst kurul ve bu kurula bağlı, Avrupa Birliği'ndeki uygulamalara benzer bir yapıda Tarımsal Yönlendirme ve Destekleme Fonu" oluşturulmalı, destekleme politikalarının finansmanı bu fon tarafından karşılanmalıdır. Bütün bu kurumsal düzenlemeler yapıldıktan sonra, tarımı destekleme görevi yürüten KİT'ler özelleştirme kapsamına alınabilir.

Avrupa ülkelerinde 50-100 yıldan itibaren tarımsal sanayiler, sermayenin yeterli olmasına karşın özel sektörden çok kooperatiflerin yönetim ve mülkiyetinde kurulmakta ve işletilmektedir (13, 14). Tarımsal KİT'lerin özelleştirilmesinde, üreticilerin

pazar koşulları karşısındaki durumu ve pazarlık güçleri de dikkate alınmalıdır. Tarımsal kalkınmasını gerçekleştirmiş ülkelerde, tarımsal sanayi kuruluşları genellikle bu alanda işletmecilik faaliyetinde bulunmamaktadır. Örneğin, Türkiye'nin de dünyaya uyum sağlayabilmesi ve tarımsal kalkınmasını hızlandırabilmesi için, gelişmiş ülkelerin izlediği bu tür politikaları benimsemesi gerekir. Gelişmiş ülkelerde tarım sektörü bir yandan hammadde, diğer yandan da işlenmiş ürünleri piyasa arz etmektedir. Türkiye'de ise genellikle tarım kesimi hammadde halindeki tarım ürünlerini piyasaya arz etmektedir. Hammadde satarak üreticilerin sağladığı katma değer, genellikle işlenmiş ürünlerin sağladığı katma değerden daha düşük olduğundan, tarım kesiminin yaşam satandardı da gittikçe gerilemektedir.

1937'lerde Atatürk, ülkemizde tarımsal sanayinin bunlarla ilgili olarak kurulacak olan kooperatiflerle uyumlu bir şekilde geliştirilmesinin gerekliliğinden bahsetmektedir. Fakat bu dönemde kooperatifler ve özel kesim önemli bir gelişme gösterememiştir. Dünyada tarımsal sanayinin gelişmeye başlaması ile ülkemizde de devlet, tarımsal sanayileri geliştirmek amacı ile tarımsal KİT'leri kurmuştur. Gelecekte piyasa koşulları oluştuğunda, bunların alanlarındaki üretici kooperatiflerine devredilmesi koşulu bazı KİT'lerin kuruluş yasalarında hüküm altına alınmıştır (14).

1963 tarihli Türkiye Süt Endüstrisi Kurumu Kanunu'nda "süt istihsal, işleme ve kıymetlendirme konularında kurum, kooperatifleşmeyi teşvik eder. Tarım kooperatifleri ile ortak olarak tesisler kurabilir. Mevcut tesislerine kooperatifleri ortak olabilir ve kendi tesislerinden bazılarını, çalışma gayelerini kaybetmemek şartıyla bu kooperatiflere gerçek ve rayiç bedel üzerinden devredebilir" denilmiştir. Bu dönemde kooperatifler güçlü olmadığı için devlet süt sanayine öncülük yapmış ve böylece Türkiye Süt Endüstrisi Kurumu'nu kurmuştur. Ancak burada çok ilginç olan konu, 1963 tarihli Kanunda önerilen özelleştirme yöntemidir. Kanun'da kamu-özel kesimin (kooperatiflerin) ortak girişimde (joint venture) bulunabileceği, TSEK işletmelerine kooperatiflerin ortak olabileceği ve TSEK işletmelerinden bazılarının gerçek ve rayiç bedel üzerinden kooperatiflere devredilebileceği hükmü bulunmaktadır. Bu düzenlemeler, Türkiye'nin 1990'lı yıllarda yaşadığı tarımsal KİT'lerin özelleştirilmesi ile ilgili sorunların temel çözümünü vermektedir. Ancak bu düzenlemelerin 1990'lı yıllarda hiç dikkate alınmadığı açıktır.

Ülkemizde tarımsal KİT'lerin özelleştirilmesi sürecine 1960'lı yıllarda girilmiş olmasına karşın, 1963-1990 döneminde bu konuya gereken önem verilmemiştir. 1980'li yıllardan sonra izlenen ekonomi politikaları KİT'lerle ilgili sorunların ekonomiye getirdiği yükü iyice artırdığı için, bu kapsamda özelleştirme tek çözüm olarak görülmüştür. Halbuki tarımsal sanayi işletmeleri 1960'lı yıllardan itibaren görece olarak gelişmiş bölgelerden başlanarak, alanlarında çalışan kooperatiflere çeşitli Kanunlarda belirtilen yöntemler ile kademeli olarak devredilmiş olabilse idi günümüzde tarımsal KİT'ler ile ilgili sorunlar büyük ölçüde yaşanmayabilirdi.

Ülkemizde tarımsal faaliyet alanında görev alan TSEK, YEMSAN, EBK, ve ORÜS özelleştirme kapsamına alınmıştır. TSEK ait 34 işletme, 10 süt toplama merkezi ve 4 arsa için 1992'de minimum bedel üzerinden teklif alma yolu ile blok satış ihalesi açılmış, ancak 2 süt toplama merkezi ve 1 arsa satılmıştır. Yine Yem Sanayine ait 27 fabrika, 7 iştirak ve 5 arsa için 1992-1993'de aynı sistemle ihale açılmış 13 fabrika ve 6 iştirak payının satışı yapılmıştır. Satılmayan işletmeler için daha sonra yapılan ihalelerde minimum bedel kaldırılarak, teklif alma ve pazarlık yöntemi ile işletmeler tekrar ihaleye açılmıştır. Burada amaç; yöre çiftçileri, çiftçi birlikleri, kooperatifler ve çalışanların da ihaleye katılımının sağlanmasıdır. 1990-1995 döneminde Giresun Süt ve Mamülleri İşletmesi hariç, TSEK işletmeleri ve ünvanı gerçek ve tüzel kişilere satılarak 3,22 trilyon TL gelir sağlanmıştır. TSEK'in Adilcevaz (Bitlis) Süt ve Mamülleri İşletmesi, Adilcevaz Sulama Kooperatifi ve Havsa (Edirne) Süt ve Mamülleri İşletmesi ise Trakyabirlik'e satılmıştır. Diğer bir ifade ile bu iki işletme dışındakiler, kuruluş amaçlarına uygun olmayan biçimde gerçek ve tüzel kişilere devredilmiştir.

YEMSAN'a ait varlıklar ise 1993-1995 döneminde gerçek ve tüzel kişilere devredilerek 392,1 milyar TL gelir sağlanmıştır. Bu fabrikalardan Kırklareli Yem Fabrikası, Tarım Kredi Kooperatifleri Merkez Birliği'ne ve diğerleri de gerçek ve tüzel kişilere satılmıştır. EBK ait 12 kombina, 3 arsa ve 1 adet soğuk depo 1995 yılı içinde gerçek ve tüzel kişilere devredilerek 1,9 trilyon TL gelir sağlanmıştır. EBK'nın Suluova Et Kombinasyonu Amasya Pancar Ekicileri Kooperatifine, Ersan A.Ş. Erzincan Pancar Ekicileri Kooperatifine ve diğerleri ise gerçek ve tüzel kişilere devredilmiştir. EBK'na ait 21 kombina ve işletme, Et ve Balık Ürünleri A.Ş. bünyesinde dir. Günümüzde özelleştirilen 12 kombinanın 10'unda üretim yapılamamaktadır. Özelleştirilen 12 kombinanın özelleştirme öncesi toplam üretimi 34.000 ton iken, özelleştirme sonra 339 ton olmuştur. 1996 yılı içinde ORÜS'e ait 8 işletme özel sektöre devredilerek 1.247 trilyon TL gelir elde edilmiştir. Yarım kalmış tesislerden EBK Kemah Et Kombinasyonu, TSEK Kahramanmaraş Süt Mamülleri İşletmesi, TİGEM Güneş Zeytinyağı Fabrikası, Siirt Peynir Fabrikası ve TÜGSAŞ Sorgun Amonyak Gübre Fabrikası'nın satış işlemleri gerçekleştirilmiştir. Gelecek iki yıl içinde özelleştirme kapsamına alınması planlanan kuruluşlar arasında TŞFAŞ (2.sırada), TEKEL'e ait Sigara Fabrikaları (3. sırada), Türkiye Gübre Sanayi A.Ş. (6.sırada) ve TİGEM (7.sırada) bulunmaktadır (7).

1992-1996 döneminde tarımsal KİT'lerden TSEK, EBK, YEMSAN ve ORÜS'ün özelleştirilmesinde önemli sorunların yaşanmasının nedeni, siyasi otorite ile Özelleştirme İdaresi Başkanlığı'nın izlediği yanlış satış stratejisidir. TSEK, EBK ve YEMSAN, birbiri ile çok yakından ilişkili 3 büyük KİT olduğundan, bu KİT'lerin tüm işletmelerinin topyekün ihale yolu ile satışa çıkarılması, pazarlama ilkesine ters

düşmektedir. Bu KİT'ler aynı müşteri grubuna yöneliktir. Kaldı ki, bu KİT'lerin hemen hepsi kuruluş amaçları ve sosyal ve ekonomik fonksiyonları dikkate alınmadan kayıtsız şartsız özel kesime devredilmiştir. Bu özelleştirme stratejisinin olumsuz etkileri, günümüzde ve gelecek yıllarda ülke hayvancılığı üzerinde etkisini gösterecektir. Diğer yandan özelleştirilen tarımsal KİT'lerde üretime devam edilmesi ön koşulu aranmadığından, özelleştirilen işletmelerin çoğunda üretime son verilmiş ve işletmelerin arsa ve binaları başka amaçlarla değerlendirilmiştir. Bu durumda piyasada arz ve talep dengesizliği yaratarak olumsuz etkileyebilecektir. Diğer bir ifade ile üreticiler belirli sayıda üretici firmadan yem almak ve belirli sayıda süt ve et işletmesine ürünlerini satmak zorunda kalacaktır.

Türkiye'de tarım sektörünün en önemli sorun, ürünlerin toplanması, işlenmesi, dağıtımı ve tüketiciye ulaştırılması ile ilgili pazar yapısının yeterince kurumlaşmamış olmasıdır. Benzer şekilde tarıma girdi sağlayan sektörlerde de bu dağınıklık dikkati çekmektedir. Hem tarım ürünlerinin toplama, işleme, dağıtım gibi pazarlama hizmetlerinin yapılması, hem de tarım için gerekli girdilerin sağlanması alanlarında üreticilerin yönetim ve denetimine sahip oldukları, üretici ve tüketici yararına çalışan demokratik sivil toplum örgütlerinin, kooperatif, birlik vb. kurulması gereklidir. Bu açıdan Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı ve Türkiye Ziraat Odaları Birliği'ne önemli görevler düşmektedir. Bakanlık ve TZOB, çiftçilerin bu yönde süratle örgütlenmelerini sağlamalı ve satın alınabilecek KİT'ler için maddi kaynak oluşturmalarını sağlamalıdır. Böylece çiftçiler KİT'lerin özelleştirilmesinde alıcı bir güç olabilecektir. Üreticilerin tarımsal KİT'leri satın almaları, onların pazarlık güçlerini artıracak ve tarım ürünlerinin pazarlamasının düzenlenmesine çiftçilerin katılımını sağlayacaktır.

Üreticilerin sosyal ve ekonomik özellikleri nedeni ile kurulacak üretici birlikleri veya kooperatifleri ve özelleştirme ile oluşacak çok ortaklı halk şirketlerini yönetecek bilgi ve deneyime sahip olmadıkları ifade edilmektedir. Kooperatifler ve fabrikaları, çiftçilerin seçecekleri yönetim kurullarınca atanacak profesyonel yöneticiler idare edecektir (8).

Çiftçiler ülkeyi yönetecek siyasi iktidarları seçtiklerine göre, bu kurumları yönetebilecek kişileri de seçebilirler ve bu onların en doğal haklarından birisidir. Üreticilere devredilecek işletmelerin özelleştirme bedellerini çiftçilerin ödeyebilecek mali olanaklara sahip olmadıkları belirtilmektedir. Ancak bu amaca ulaşılabilmesi için her şeyin devletten beklenmesi doğru olamayacaktır. Gerekli finansmanın önemli bir kısmı çiftçinin katkıları ile sağlanabilmelidir. Geriye kalan kısmı ise, tarımın desteklenmesi ve sübvansiyonlar için ayrılan, politik amaçlı ve çoğunlukla verimsiz olarak kullanılan kaynakların bu alana transfer edilmesi ile sağlanabilir. Böylece bir ölçüde etkin olarak yürütülemeyen tarımı destekleme politikaları da yeniden düzenlenebilir. Ayrıca tarımsal KİT'lerin sermayelerinin belirli bir kısmı çiftçilere devletçe bedava da devredilebilir.

Tarımsal üretim ve çiftçilerle yakın ilişki içinde olan tarımsal sanayi kuruluşlarının, özel sektöre kayıtsız şartsız devredilmesi, hem ülke tarımı, hem de üreticilerin yararına olmayacaktır. Bu olumsuz gelişim TSEK ve YEMSAN'ın özelleştirilmesinden sonra, hayvancılık ve özellikle de süt üretimi ve işleme endüstrisinde gözlenmektedir. Bu kuruluşların çiftçiden bağımsız çalışma olanağı bulunmamaktadır. Bu işletmeler özel sektör açısından da karı çok yüksek olan işletmeler değildir. Bu nedenle bunların özelleştirilmesinden sonra faaliyetlerini sürdürebilmeleri için doğrudan veya dolaylı devlet desteği kaçınılmaz olacaktır (17). Tarımsal KİT'lerin özelleştirilmesinden sonra bunların bir düzenlemenin TSEK, YEMSAN ve EBK gibi gıda endüstrisi kuruluşlarının özelleştirilmesinde dikkate alınmamasının yaratacağı olumsuzluklar gelecek yıllarda etkisini gösterecektir. Bu nedenle bu kuruluşlar için uygulanabilecek en etkin çözüm yolunun, bunların planlı bir şekilde orta vadeli bir dönemde kurulacak üretici birlikleri veya kooperatiflerine, diğer bir ifade ile bu kurumların gerçek sahibi olan çiftçilere devredilmesidir. Eğer böyle bir strateji izlenirse, Cumhuriyetin kuruluşundan sonra bu KİT'lerin oluşturulması aşamasında belirlenen hedeflere de ulaşılmış olacaktır. Üreticilerin demokratik birlikler veya kooperatifler içinde birleşerek ekonominin işleyişini sosyal ve ekonomik çıkarlarını yönünde düzenleyip kontrol edebilecek olanakların sağlanması için de gereklidir. Devlet, tarımsal KİT'lerin özelleştirilmesinde kısa vadeli ekonomik avatajları değil de, üreticilere satışların sağlayacağı uzun vadeli sosyal ve ekonomik yararları gözetmelidir. Bu amaca yönelik olarak gerçekleştirilebilecek özelleştirme uygulamaları ile tarımsal sanayi işletmelerinin mülkiyeti tabana yayılmış olacaktır.

Üreticilerin tarımsal KİT'lerin özelleştirilmesinde etkin rol alabilmeleri için, özelleştirme sürecine aktif olarak katılma eğiliminde olmalıdırlar. Bunun için kamu ve mesleki ve özel kuruluşlar üreticileri özelleştirme yöntemleri konusunda bilgilendirmeli ve özelleştirme süreci, üreticilerin ekonomik olanakları ve eğilimlerine göre planlanmalı ve uygulanmalıdır. Üreticilerin bu eğilimlerini kamuoyuna iletebilecek etkin üretici örgütlerine ve iletişim olanaklarına sahip olmaları gereklidir. Devlet, tarımsal sanayi kuruluşlarını özelleştirme politikasını bu temel ilkeye göre oluşturmalı, bu amaçla kooperatifler, birlikler veya bunlarında katılımı ile oluşturulacak konsorsiyumlara ödeme ve kredi kolaylıkları sağlanmalı ve hatta işletmelerin bedellerinin belirli bir kısmı hibe edilebilmelidir.

Tarım kesiminde kamu örgütlerinin yeniden yapılandırma ve özelleştirme uygulamalarının başarılı olabilmesi için, öncelikle tarım ürün borsalarının kurulması ve geliştirilmesi gereklidir. Ürün borsalarının kurulması ve teknik altyapılarının oluşturulması, tarımda yeniden yapılanma, piyasa reformu ve özelleştirmenin en önemli koşulu olacaktır.

KAYNAKLAR

1. Akder, H. 1995. Türkiye'nin 1980 Sonrası Tarım Politikaları, Türkiye Tarımının Dünü Bugünü Yarını Sempozyumu, Türkiye Ziraatçiler Derneği, Ankara, s.45-49
2. Aktan, C.C. 1994. KİT Yeniden Yapılanma ve Özelleştirme Stratejisi (Türkiye İçin Bir Model ve Stratejik Planlama Önerisi), TİSK İnceleme Yayınları No: 12, Ankara.
3. Alkin, E. 1993. KİT'lerin Özerkliği ve Özelleştirme, Banka ve Ekonomik Yorum, İstanbul, s. 43-45.
4. Altan, M. 1995. Tarımsal KİT'lerin ve Tarım İşletmelerinin Özelleştirilmesine İlişkin Yaklaşımlar (Panelist, Konuşmacı), Türkiye Tarımının Dünü Bugünü Yarını Sempozyumu, Türkiye Ziraatçılar Derneği, Ankara, s. 107-109.
5. Anonymous 1986. Privatization Master Plan, The Morgan Guaranty Trusty Company of New York, SPO, Ankara.
6. Anonymous 1986. Kamu İktisadi Teşebbüsleri Genel Raporu (1993), TC Başbakanlık Yüksek Denetleme Kurulu, Ankara.
7. Anonymous, 1996. Türkiye'de Özelleştirme, TC Başbakanlık Ö.I.B. Basın ve Halkla İlişkiler Dairesi Başkanlığı, Ankara.
8. Demirci, R. 1993. Mülkiyet Özelleştirme ve Kooperatif İşletmeleri, TKK Karınca Kooperatif Postası, Sayı: 674: 4-6, Ankara.
9. Doğan, Y. 1993. Kamu İktisadi Teşebbüsleri ve Özelleştirme, Doğruluk Matbaası, İzmir.
10. Eraktan, G. 1995 Türkiye'de Destekleme Politikalarının Dünü Bugünü Yarını, Türkiye'de Tarımın Dünü Bugünü Yarını Sempozyumu, Türkiye Ziraatçiler Derneği, Ankara, s. 37-44.
11. Güneş, T. ve Tanrıvermiş, H. 1994. Ekonomik Yönden Türkiye'de Tarımsal Sanayinin Durumu Gelişme Eğilimleri Sorunları ve Tarımsal Sanayi Kuruluşlarının Özelleştirilmesi, Tarımsal Sanayi KİT'ler ve Özelleştirme Sempozyumu, Türkiye Ziraatçiler Derneği, Ankara, s. 17-34.
12. Karluk, R. 1994. Türkiye'de Kamu İktisadi Teşebbüsleri ve Özelleştirme, Esbank Yayın No: 5, İstanbul.
13. Mülayim, Z.G. 1995 Kooperatifçilik, II. Baskı, Yetkin Yayınları, Ankara.
14. Mülayim, Z.G. 1995. Tarımsal KİT'lerin ve Tarım İşletmelerinin Özelleştirilmesine İlişkin Yaklaşımlar (Panelist, Konuşmacı), Türkiye Tarımının Dünü Bugünü Yarını Sempozyumu, Türkiye Ziraatçiler Derneği, Ankara, s. 119-122.
15. Özçelik, A. 1996. Özelleştirme, Türk Kooperatifçilik Kurumu Karınca Sayı: 719:16-19.
16. Özmen, S. 1978. Türkiye'de ve Dünyada KİT'lerin Özelleştirilmesi, Mer-Er Matbaası, İstanbul.
17. Rehber, E. 1995. Özelleştirme ve Tarım, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası, Tarım ve Mühendislik Sayı: 49: 52-55, Ankara.
18. Serim, B. 1996. Anayasa ve Anayasa Mahkemesi Kararları Işığında Özelleştirme, İzgi Yayınları, Ankara.
19. Tanrıvermiş, H. Polat, C., Sayın, C. ve Gündoğmuş, E. 1994. Türkiye'de Tarımsal Faaliyet Alanında Görev Alan KİT'lerin Özelleştirilebilir Olanakları ve Özelleştirmenin Olası Etkileri, Türkiye 1. Tarım Ekonomisi Kongresi, Cilt:1, İzmir, s. 124-137.
20. Yaşar, S. 1993. Mesaj-6 Özelleştirme, İzmir.

SÜT SIĞIRCILIĞI PROJESİ UYGULAMASI; ANBERİNARKI TARIMSAL KALKINMA KOOPERATİFİ ÖRNEĞİ

Kasım ŞAHİN¹ - Aykut GÜL² - Yusuf ARAS³

1. GİRİŞ

Hayvancılık tarımın ayrılmaz bir parçası olup, Türkiye ekonomisi açısından büyük önem arz etmektedir. Hayvancılık sektörünün kendi sorunlarını çözebilmesi ve ülke ekonomisine yaptığı katkıyı artırabilmesi için öncelikle örgütlenme sorununu çözmesi gerekmektedir. Gelişmiş ülkelerde hayvancılık sektörü; kooperatifler, çiftçi birlikleri, yetiştirici birlikleri, yetiştirme dernekleri gibi çeşitli örgütlenme biçimlerinden yararlanarak sorunlarını çözmüşlerdir. (Koçtürk ve Cebeci, 1995). Hayvancılık kesimi örgütlenememiştir. Bunun sonucu olarak, bu kesimin ulusal ekonomi içindeki payı da oransal olarak azalma eğilimindedir.

Serbest pazar ekonomisinin kurum ve kurallarıyla tam olarak işlediği bir çok ülkede kalkınmanın gerçekleştirilmesi ve temel ekonomik politikaların uygulanmasında değişik organizasyonlar faaliyet teşebbüslerin yanında, fertlerin güçlerinin sınırlı olmasından dolayı ortak manfaatlerin korunması ve ekonomik problemlerin çözülmesi için kendi hür iradeleri ile kurdukları kooperatiflerin önemli yeri vardır. Gelişmiş ülkeler, kooperatifçiliğin ülkelerinin kalkındırılması için bir araç olarak görmüşler ve kooperatifçiliğin gelişip yaygınlaştırılması için her türlü çabayı sarfetmişlerdir (Figen, 1996).

Dünyada en yaygın en eski olan tarım işleme kooperatifleri süt kooperatifleridir (Smith, 1961). Süt hayvancılığının ve süt teknolojisinin ileri düzeyde olduğu Avrupa ve Kuzey Amerika ülkelerinde üretilen sütün büyük bir kısmı süt kooperatiflerince değerlendirildiği bilinmektedir. Bir çok ülkede süt sanayi üretici kooperatiflerinin elinde bulunmaktadır. Sütün işlenerek süt ve mamüllerine işlenmesi süt kooperatiflerinin başlıca faaliyetlerinden biridir. Sütün çabuk bozulan ve hızla işlenmesi gereken bir ürün olması, çiğ sütü üreten çiftçilerle bunu işleyen süt sanayi arasında sürekli ve organik bir bağın bulunmasını zorunlu kılmaktadır (Şahin ve Gül, 1996).

¹ Araştırma Görevlisi. Ç.Ü. Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü

² Yrd. Doç. Dr. Ç.Ü. Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü Öğretim Üyesi

³ Ziraat Mühendisi. Adana İl Kontrol Laboratuvar Müdürlüğü

Üreticiden tüketiciye kadar geçen aşamaların uzamasında üretici ve tüketicilerin yeterince örgütlenememeleri yanında, bu piyasada oligopolistik piyasa tipinin geçerli olması da etkili olmaktadır. Bu durum ise, hem üreticilerin hem de tüketicilerin mağdur olmaları sonucunu doğurmaktadır (Olgun ve Artukoğlu, 1995).

Süt kooperatiflerinin amacı ortakların ürettiği sütü toplamak, kooperatif süt fabrikalarında sütü işleyerek pastörize süt, tereyağ, peynir, süt tozu ve yoğurt gibi ürünlere çevirmek ve elde edilen ürünleri iç ve dış pazarlara satarak en iyi biçimde değerlendirmektedir (İnan, 1989). Gelişen teknoloji beraberinde süt ve mamüllerinin işlenmesinde bir çok alet ve makinalara ihtiyaç duyulmasına neden olmuştur. Teknolojik açıdan gelişmiş ve pahalı olan makinalarla üretim yapabilmek için de her gün büyük miktarlarda süte ihtiyaç duyulmaktadır. Oysa küçük ölçekte üretim yapan süt ve süt mamülleri imalathaneleri ve mandıraların ne pahalı makinaları satın alabilecek güçleri, ne de her gün çok miktarda süt üretebilecek imkanları vardır. Bu durumda, üreticiler, bu makinalara sahip büyük ölçekli işletmelere sütlerini düşük fiyatlarla satacak veya kendi sütlerini işleyecek bir kooperatif kurarak ürünlerini değerlendirme yoluna gideceklerdir. Süt kooperatifleri, sütü işleyerek peynir, tereyağ, yoğurt, pastörize süt, ve süttozu gibi ürünler üretmek için gerekli alet ve makinalara sahiptir. Bu kooperatifler üretilen ürünlerin satışını da kendileri yapabilmektedir. Bugün sütçülük kooperatifi denildiği zaman bu anlaşılmalıdır. Sütçülük kooperatifleri çoğu kez sınırlı sorumlu kooperatiflerdir. Ortaklar, ürettikleri bütün sütü (kendi ihtiyaçları hariç) kooperatiflerine teslim etmek zorundadırlar. Bir çok ülkede üreticiler tabandan tepeye doğru organize olmuş süt kooperatifleri kurmuşlardır. Üreticiler yatay bütünleşmeyle, yerel süt kooperatiflerini, bu kooperatifler bölge birliklerini, bölge birlikleri de merkez birliklerini oluşturmuşlardır.

Süt üreticilerinin kooperatifleşmesinin bir başka nedeni de ürünlerini daha iyi ve dengeli fiyatlarla satarak düzenli bir gelir elde etmektir.

MATERYAL VE YÖNTEM

Bu çalışma basit tesadüfi örnekleme medoduyla, Adana ili Kadırlı İlçesi Anberinarkı Tarımsal Kooperatifine üye süt sığırı yetiştiricileri ile yapılmıştır. Anberinarkı Tarımsal Kalkınma Kooperatifini, Anberinarkı köyü üreticileri kurmuşlardır. Kümbet ve Vayvaylı köyleri ise proje uygulama aşamasında 100 kişiyi tamamlamak amacıyla projeye bu köylerde dahil edilmiştir. Kooperatife üye 143 çiftçiden, 100 üyeye uygulanan süt sığırcılığı projesi kapsamındaki 47 işletmeyle anket çalışması yapılmıştır.

Bu çalışma kapsamında kooperatif üyelerinin uygulanan süt sığırcılığı projesiyle ilgili olarak kooperatiften beklentileri, sorunları ve diğer özellikleri incelenmiştir.

Anberinarkı Tarımsal Kalkınma Kooperatifine üye üreticilerin sahip olduğu süt sığırı sayısına göre işletmeler 3 gruba ayrılmıştır. 1. grup 1-3 arasında süt sığırına sahip işletmeler, 2. grup 4-6 arasında süt sığırına sahip işletmeler ve 3. grup ise 7 ve üzerinde süt sığırına sahip işletmeler olarak gruplanmıştır. Kooperatif üyesi üreticiler ile ilgili bilgiler çizelgeler haline getirilmiş ve yorumlanmıştır.

Araştırmada görüşülen işletmelerle ilgili anket çalışması 21-26 Aralık 1996 tarihleri arasında yapılmıştır. İşletmelerle ilgili bitkisel üretimle ilgili bilgiler 1995-1996 üretim sezonuna, süt sığırcılığı faaliyeti ile ilgili bilgiler 1996 yılına aittir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri

1163 sayılı yasayla kurulan Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri, hayvancılık işletmelerinin ekonomik amaçlı olarak örgütlendiği en büyük tarımsal kooperatif türüdür. 4.704 adet Tarımsal Kalkınma Kooperatifi çok amaçlı olarak faaliyet göstermektedir. Hayvancılık sektöründe örgütlenmiş üreticilerle ilgili sağlıklı veri elde edebilmek ve bulmak oldukça güçtür. 1980-1993 yılları dikkate alındığında, hayvan ve hayvansal ürünlerle ilgili olarak faaliyet gösteren kooperatif sayısı 53 ilde 179 adettir. Bu kooperatiflerin 114 adeti süt toplama ve işleme sanayiinde faaliyet göstermektedir.

Tarım ve Köyişleri Bakanlığına bağlı kooperatiflerin 8.11.1996 tarihi itibariyle kooperatif ve ortak sayıları Çizelge 1'de verilmiştir.

Çizelge 1. Tarım ve Köyişleri Bakanlığına Bağlı Kooperatif Türleri

Kooperatif Ünvanı	Sayısı	Ortak Sayısı
Tarımsal Kalkınma Kooperatifi	4.704	553.333
Su Ürünleri Kooperatifi	321	15.918
Sulama Kooperatifi	2.075	150.362
Pancar Ekiciler Kooperatifi	30	1.405.148
Ara Toplam	7.130	2.124.761
Tarım Kredi Kooperatifleri	2.510	1.570.415
Genel Toplam	9.640	3.695.176

Kaynak : (Figen, 1996)

Adana ilinde faaliyet gösteren Tarım İl Müdürlüğüne bağlı kooperatiflerin 22.01.1997 tarihi itibariyle kooperatif ve üye sayıları Çizelge 2'de verilmiştir.

Çizelge 2. Adana İlinde Kurulu Olan Kooperatif Türleri

Kooperatif Ünvanı	Sayısı	Ortak Sayısı
Tarımsal Kalkınma Kooperatifi	111	20.127
Su Ürünleri Kooperatifi	8	506
Sulama Kooperatifi	26	2.757
Genel Toplam	145	23.390

Kaynak :Adana Tarım İl Müdürlüğü Destekleme Şube Müdürlüğü

Adana ilinde faaliyet gösteren Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri çeşitli alanlarda faaliyet göstermektedir. Çalışmada incelenen Kadirli ilçesi Anberinarkı Tarımsal Kalkınma Kooperatifi 4.12.1992 tarihinde kurulmuştur. Anberinarkı Tarımsal Kalkınma Kooperatifi ortaklarının mülkiyetinde 200 başlık süt inekçiliği (100 aile X 2 baş) projesini bakanlığa sunmuş ve kabul edilerek, ortaklarına süt sığırı dağıtmıştır.

Örnek olması açısından bahsetmek gerekirse, Kadirli ilçesi Karatepe Kızılyusuflu Tarımsal Kalkınma Kooperatifi kilimcilik konusunda başarıyla faaliyet göstermektedir. Osmaniye'de Yaveriye Tarımsal Kalkınma Kooperatif işletme kredisi kullanarak mahsül depolama tesisleri kurmuştur. Aladağ ilçesi Kıcak, Pozantı ilçesi Hamidiye ve Kozan ilçesi Boztahta Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri ise 200 başlık süt inekçiliği projesini uygulamak amacıyla gerekli girişimleri yapmışlar, fakat bugün itibarıyla hayvan alamamışlardır.

Uygulanan Süt Sığırcılığı Projesi

Süt üreticilerinin kooperatifleri şeklinde örgütlenme zorunluluğu 1970'li yıllarda anlaşılmış, 50 başlık süt inekçiliği ve 2-5 ton/gün kapasiteli süt toplama merkezi projeleri uygulamaya konulmuştur. Ancak süt ineklerinin kooperatif mülkiyetinde olması ve kooperatifin ahırında beslenmelerinden dolayı etkin bakım ve üretim elde edilemediğinden, beklenen fayda görülemediği. Bu uygulama bir süre sonra kaldırılmıştır. Daha sonra kooperatif bünyesinde süt hayvanları alımı, yem temini ve ortaklara dağıtım, veterinerlik hizmetleri, üretilen sütün kooperatif tarafından alınarak uygun şartlarda muhafazası, pazarlanma hizmetlerini verecek biçimde organizasyonu düşünülmüş ve "Ortaklar Mülkiyetinde Süt Sığırcılığı Projesi" oluşturulmuştur.

Projenin Sağlayacağı Faydalar

- Sütün üretici elinde kalma riski ortadan kalkacak,
- Süt sanayine iyi kaliteli ve sürekli hammadde temin edilebilecek,
- Tüketicilere hijyen olmayan şartlarda üretilen mamüller yerine modern süt işleme tesislerinde üretilen ürünler sunulmuş olacak,
- Yem bitkileri üretimi teşvik edildiği gibi yem sanayi de gelişecek,
- Ayrıca kırsal ve kentsel kesimde insanların daha fazla süt ve ürünleri tüketimi sağlanacak ve daha sağlıklı olacaktır.

Projenin Uygulanması

100 aileden her birine 2 baş süt sığırı olmak üzere toplam 200 baş süt sığırı dağıtılmıştır. Projede beslenecek süt sığırlarının günlük ortalama 13 kg süt vereceği ve işletmelerden hergün 2,5 ton süt toplanacağı hesaplanmıştır. Belirtilen 100 aileye için 200 baş olacak şekilde uygulanması ile bu projeye kooperatif bir yılda 800 ton süt, 200 buzağı ve 1500 ton hayvan gübresi üretmiş olacaktır.

İşletmeler için verilecek krediler; 2 yıl ödemesiz, 5 yıl ödemeli olmak üzere toplam 7 yıldır. Faiz oranları T.C. Ziraat Bankasının o yılki hayvancılık kredisine uyguladığı faiz oranının yarısıdır.

Projeye Katılan ve Katılmayan Kooperatif Üyelerinin Projeye İlgili Görüşleri

Kooperatif üyelerinden 4 aydır süt almaktadır. Bunun yanında üye olmayan üreticilerden de süt alımı yapılmaktadır. Süt alımına başlamadan önce üreticiler sütlerini satmakta zorluk çektiklerini belirtmişlerdir. Bu yüzden bazı üreticiler proje uygulaması öncesinde ithal süt sığırlarına sıcak bakmamıştır. Kooperatifin süt alımına başlamasıyla birlikte süt fiyatlarında da gözle görülür bir artış olmuştur.

Proje öncesinde birçok köylü devletin süt ineği getirip dağıtacağına inanmadığı için projeye katılmadıklarını belirtmişlerdir. Projenin uygulanmasıyla bu olumsuz düşünceler ortadan kalkmıştır. Hatta ek proje olursa ahırımı yapıp bende süt sığırları alacağım diyen köylü sayısı oldukça fazladır. Yalnız projedeki olması gerekli kişi sayısı olan 100 kişi sayısı fazla bulunmaktadır. Bu sayının 70 veya 50 kişilik gruplar halinde olması, daha iyi olur görüşü de yaygındır. Halihazırda proje uygulamak isteyen üretici sayısı 60 civarındadır. 100 kişi olamadıklarından proje uygulanmamaktadır.

Süt sığırlarının üreticilere satış fiyatı bir baş için 2600 Alman markıdır. Bu miktar hem fazla bulunmakta hem de marktaki artışlar üreticileri olumsuz etkilemektedir.

Projedeki yapımı zorunlu olan tek tip ahır projesi Çukurova şartlarına uygun olması da bir başka belirtilen sorundur. Tamamı kapalı olan ve küçük pencereci, maliyeti yüksek ve uygun inşaat ve teknikte olmadığı belirtilen bu ahırlar, Çukurova şartlarına uygun açık veya yarı açık ahır tiplerine göre dezavantajlıdır.

Bir başka sorun da kooperatifin 30 milyarlık kredi alabilmesi için yaptığı 1 milyar 400 milyon liralık noter ve diğer masraflardır.

Ziraat Bankasının uygulamalarıyla Tarım Bakanlığının uygulamalarının birbirini tutmadığı yönüne bir takım şikayetler de vardır. Kooperatif üyeleri hayvanlarının bir yıllık zorunlu sigortalanmasını özel bir sigorta şirketine yaptırdığı için, Ziraat Bankası kendi sigorta şirketine bu işi yaptırmadıkları için üreticilerden ek belgeler istemekle ek masraflar yapmalarına sebep olmaktadır.

Yem fiyatlarının yüksek olmasından dolayı, daha önce yem bitkisi üretimi yapılmayan bu köylerde bu yıldan başlamak üzere yonca, fiğ, yulaf ve arpa ekimine başlanmıştır. Ayrıca geçmiş yıllarda silaj yapmayan üreticiler, silaj yapmayı da çok ciddi şekilde düşünmeye başlamışlardır. Ayrıca Kooperatif bünyesinde mandıra ve yem fabrikası yapılması da düşünülmektedir.

Kooperatif Üyeleriyle İlgili Genel Bilgiler

Kooperatif üyelerinin %34'ü ilkokul mezunu olup ortaokul veya lise mezunu oranları ise %60'dır Yüksekokul mezunu üyelerin oranı %6 gibi oldukça düşük çıkmıştır (Çizelge 3).

Çizelge 3. Kooperatif Üyelerinin Eğitim Durumu

İşletme Grupları	İlkokul		Ortaokul		Lise		Yüksekokul		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
1. Grup	4	33	2	17	4	33	2	17	12	100
2. Grup	12	52	6	26	5	22	0	0	23	100
3. Grup	0	0	6	50	5	42	1	8	12	100
Toplam	16	34	14	30	14	30	3	6	47	100

Kooperatif üyelerinin yaş ortalaması 39,6 olup, 1. grupta 32,8, 2. grupta 40,8 ve 3. grupta 44,2'dir Kooperatif üyelerinin aile genişliği 5,7'dir.

Görüşme yapılan kooperatif üyelerinin %70'i kooperatif kurulduğundan beri kooperatife üyedir. Son bir yıl içinde üye olanların oranı ise %18'dir.

Kooperatif Üyelerinin Kooperatifleriyle İlgili Düşünceleri

Kooperatife üye olan çiftçilerin %42'si ürünlerini değer fiyata satmak için üye olduklarını belirtirken, %30'u ucuz ve kaliteli girdi temini için, %17'si kredi almak amacıyla üye olduğunu % 11'i ise diğer nedenlerden dolayı üye olduklarını belirtmişlerdir (Çizelge 4).

Çizelge 4. Kooperatif Üyelerinin Kooperatife Üye Olma Nedenleri

İşletme Grupları	Kredi için		Girdi için		Ürün Sat.		Diğer		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
1. Grup	3	25	5	42	3	25	1	8	12	100
2. Grup	4	17	5	22	11	48	3	13	23	100
3. Grup	1	8	4	33	7	50	1	9	12	100
Toplam	8	17	14	30	20	42	5	11	47	100

Kooperatif üyelerini %62,1'inin kooperatiften beklentilerinin gerçekleştiğini ve %25,5'inin ise beklentilerinin kısmen gerçekleştiğini belirtmişlerdir. Kooperatiften beklentilerinin gerçekleşmediğini belirtenlerin oranı ise sadece %6,4'tür (Çizelge 5).

Çizelge 5. Kooperatif Üyelerinin Üye Olmakla Beklentilerinin Gerçekleşme Durumu

İşletme Grupları	Beklentileri Gerçekleşti		Beklentileri Kısmen Gerçekleşti		Beklentileri Gerçekleşmedi		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
1. Grup	8	66,7	3	25,0	1	8,3	12	100
2. Grup	15	65,2	7	30,4	1	4,4	23	100
3. Grup	9	75,0	2	16,7	1	8,3	12	100
Toplam	32	62,1	12	25,5	3	6,4	47	100

Kooperatif üyelerini tamamı kooperatifin çalışmalarından kısmen veya çok memnun olduklarını belirtmişlerdir. Kooperatif çalışmalarından memnun olanların oranı %48,9 olup, gruplar arasında farklılık görülmektedir (Çizelge 6).

Çizelge 6. Kooperatif Üyelerinin Kooperatif Çalışmalarından Memnun Olma Durumu

İşletme Grupları	Kısmen Memnun		Memnun		Çok Memnun		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
1. Grup	0	0,0	7	58,3	5	41,7	12	100
2. Grup	3	13,1	11	47,8	9	39,1	23	100
3. Grup	1	8,3	5	41,7	6	50,0	12	100
Toplam	4	8,5	23	48,9	20	42,6	47	100

Kooperatif üyelerinin en önemli sorunu girdi teminidir. Bunu kredi temini ve ürün satışı sorunları izlemektedir. Bu sorunların gruplara göre adet ve yüzde dağılımları Çizelge 7'de verilmiştir.

Çizelge 7. Kooperatif Üyelerinin En Önemli Sorunları

İşletme Grupları	Girdi Temini		Kredi Temini		Ürün Satışı		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
1. Grup	9	45,0	9	45,0	2	10,0	20	100
2. Grup	21	52,5	14	35,0	5	12,5	40	100
3. Grup	10	45,4	6	27,3	6	27,3	22	100
Toplam	40	48,8	29	35,4	13	15,8	82	100

Kooperatif üyelerinin %97,8'i kooperatifler birliğine üye olmak istemektedirler.

Kooperatif Üyelerinin Arazi Varlığı

Üyelerin arazi varlığı Çizelge 8'de verilmiştir. Üyelerin ortalama işledikleri arazi genişliği 35 dekadır. Üreticiler başta buğday ve pamuk olmak üzere II. ürün mısır da üretmektedirler. Yem bitkileri üretimine rastlanmamıştır.

Çizelge 8. Kooperatif Üyelerinin Arazi Varlığı (Da)

İşletme Grupları	Mülk Arazi Ortalama	Kira Arazi Ortalama	Ortak Arazi Ortalama	Genel Ortalama
1. Grup	28,3	0,0	0,0	28,3
2. Grup	15,9	1,3	0,0	17,2
3. Grup	61,3	10,4	4,2	75,9
Toplam	30,6	3,3	1,1	35,0

Kooperatif Üyelerinin Hayvan Varlığı ve Süt Üretimi

Görüşme yapılan üyelerin ortalama ahır kapasiteleri 9,2 baş, ortalama hayvan sayısı ise 6,4 baştır. Ortalama sağılan hayvan sayısı ise 2,9'dur. (Çizelge 9). Gruplara göre sağılan ithal süt sığırlarının sayısında bir artış görülmektedir.

Çizelge 9. Kooperatif Üyelerinin Hayvan Varlığı İle İlgili Bilgiler (Baş)

İşletme Grupları	Ahır Kapasitesi	Hayvan Sayısı	Yerli Hayvan	İthal Hayvan	Sağılan Hayvan Sayısı
1. Grup	5,0	2,9	0,0	1,2	1,2
2. Grup	5,7	4,5	0,3	2,0	2,3
3. Grup	20,3	13,6	0,4	5,5	5,9
Toplam	9,2	6,4	0,3	2,6	2,9

Görüşme yapılan kooperatif üyelerinin ortalama günlük süt üretim miktarı 61,2 kg'dır. 1. grup işletmelerde 25,9 kg, 2. grup işletmelerde 45,6 ve 3. grup işletmelerde 123,3 kg'dır. İşletmelerde sağılan inek başına ortalama süt verimi 20,8 kg olup, tüm gruplarda 20 kg civarındadır.

Üyelerin tamamı kooperatiften hayvanlarını almalarına rağmen, bunun yanında pazardan ve kendi ürettiği hayvanlarla süt üretimi yapan işletmeler de vardır. 1. grup işletmelerin tamamı sahip oldukları süt sığırlarını kooperatiften alırken, 2. grup ve 3. grup işletmelerde de süt sığırlarının kooperatiften temin edilme oranı %90'lar civarındadır. (Çizelge 10).

Çizelge 10. Kooperatif Üyelerinin Hayvanlarını Temin Ettikleri Yerler

İşletme Grupları	Kooperatiften		Pazardan		Kendi Yetiştirdiği		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
1. Grup	12	100,0	0	0,0	0	0,0	12	100
2. Grup	23	85,2	1	3,7	3	11,1	27	100
3. Grup	12	92,3	0	0,0	1	7,7	13	100
Toplam	47	90,4	1	1,9	4	7,7	52	100

Üreticiler ürettikleri sütün tamamını aile içi tüketimi çıktıktan sonra kooperatife satmaktadırlar. Süt satış fiyatları tüm üyeler için sabit olup anket yapıldığı tarihte 23 bin liradır. Ayrıca kilo başına 3 bin lira teşvik primi de devlet tarafından üreticilere ödenmektedir. Kooperatif aldığı sütün parasını bir ay sonra ödemektedir. Ortakların işlenen sütün üreticisi olmaları ve ürettikleri sütü iyi bir fiyatla ve düzenli olarak satma imkânına kavuştuklarından süt üretimi de artmakta ve kooperatif tesisinin hammaddesi garanti edilmektedir (İnan, 1986)

Kooperatif üyeleri süt sığırı yetiştiriciliği ile ilgili bilgileri başta kooperatif olmak üzere (%22,8), aile büyükleri (%15,8) ve televizyondan (%14,0) aldıklarını söylemişlerdir. Tarım ilçe müdürlüğünden bilgi aldıklarını söyleyen üretici sayısı oldukça düşük düzeydedir. Bu üreticilerin oranı %7'dir.

Kooperatif, kuruluş aşamasında ve daha sonraki aşamalarda Tarım İl Müdürlüğü Destekleme Şube elemanlarından büyük destek görmüştür.

Sonuç

1163 sayılı yasayla kurulan Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri, hayvancılık işletmelerinin ekonomik amaçlı olarak örgütlendiği en büyük tarımsal kooperatif türüdür. Hayvancılık sektöründe örgütlenmiş üreticilerle ilgili sağlıklı veri elde edebilmek ve bulmak oldukça güçtür.

Süt kooperatifleri, sütü işleyerek peynir, tereyağ, yoğurt, pastörize süt ve süttozu gibi ürünler üretmek için gerekli alet ve makinalara sahiptir. Bu kooperatifler üretilen ürünlerin satışını da kendileri yapabilmektedir. Bugün sütçülük kooperatifi denildiği zaman bu anlaşılmalıdır. Sütçülük kooperatifleri çoğu kez sınırlı sorumlu kooperatiflerdir. Ortaklar, ürettikleri bütün sütü (kendi ihtiyaçları hariç) kooperatiflerine teslim etmek zorundadırlar. Bunun yanında diğer üreticilerin ürünlerini de almaktadır.

Süt üreticilerinin kooperatifleşmesinin bir başka nedeni de ürünlerini daha iyi dengeli fiyatlarla satarak düzenli bir gelir elde etmektir.

İncelenen kooperatif üyelerinin sütünü toplayan bir süt toplama merkezi fonksiyonundan fazlasını yapamamaktadır. Fakat ileriye yönelik ciddi sayılabilecek proje ve yatırımları da vardır.

KAYNAKLAR

- Figen, E. 1996. Ülkemizde Tüm Kooperatifleri Kapsayan Tek Bir Kooperatifler Yasası Çıkarılmalıdır. Kooperatifçilik. Sayı 114. Ekim- Kasım- Aralık-1996. Ankara.
- İnan, İ. H., 1986 Gıda Sanayiinde Kooperatiflerin Rolü. Gıda Sanayiinin Sorunları ve Serbest Bölgelerin Gıda Sanayiine Beklenen Etkileri Sempozyumu, 15-17 Ekim 1986, Adana,
- İnan, İ. H., 1989. Ülkemizde Sütçülük Kooperatiflerinin Kurulmasının Önemi. Ulusal Süt ve Süt Ürünleri Sempozyumu, MPM Yayınları No: 394, S:278-291. Ankara.
- Koçtürk O. M.; Cebeci, A. N., 1995. Hayvancılık Sektöründe Yetiştirici Birlikleri Yaklaşımı ve Nazilli ÖR-KOOP Örneğinin İncelenmesi. Türkiye Hayvancılığının Yapısal ve Ekonomik Sorunları Sempozyumu, 27-29 Eylül 1995, T.C. Ziraat Bankası Kültür Yayınları No:27. S: 172-180. İzmir.
- Olgun, A.; Artukoğlu, M. M., 1995. Türkiye'de Süt Üreticilerinin Örgütlenme ve Pazarlama Durumu İle Sorunlarının Genel Olarak İncelenmesi. Türkiye Hayvancılığının Yapısal ve Ekonomik Sorunları Sempozyumu, 27-29 Eylül 1995, T.C. Ziraat Bankası Kültür Yayınları No: 27. S: 165-171. İzmir.
- Smith L.P.F., 1961 The Evolution of Agricultural Cooperation. S:4. Oxford.
- Şahin, K., Gül, A., 1996 Sütçülük İşletmelerinde Örgütlenme Gereği; Dön- Tar- Kal- Koop Örneği. Ç.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi. Cilt 11, Sayı 3. Eylül 1996. S: 189-200. Adana.

TARIMDA RİSK ANALİZİNDE İHTİMAL DAĞILIMLARININ ELDE EDİLME YÖNTEMLERİ

Prof. Dr. Ahmet ÖZÇELİK - Araş. Gör. Vedat CEYHAN**

1. GİRİŞ

Tarımsal üretim, birçok değişkene bağlı bulunmaktadır. Bu değişkenlerden bir kısmı çiftçilerin kontrolü altında, bir kısmı ise, kontrolünün dışındadır. Çiftçiler yağış, sıcaklık, hastalık, don zararı, rüzgar vb. gibi kontrol edemediği değişkenlerdeki dalgalanma nedeniyle, ürün verimlerini tam olarak tahmin edememektedirler. Bununla birlikte, tarımsal ürün fiyatlarında meydana gelen değişimin de etkisiyle; tarımsal faaliyetlerden sağlanan gelir, yıldan yıla ve yılın her bir periyodunda dalgalanma göstermektedir. Bunun sonucu olarak çiftçiler, sürekli değişen ve riskli bir çevrede karar almaktadırlar. Çiftçiler karar aldıklarında **sonucun ne olacağı** konusunda tam bilgiye sahip olmadıkları için, üretim faaliyetlerinde risk ve belirsizliği göz önünde bulundurmada zorunda kalmaktadırlar. Bu durum, tarımda risk analizlerinin yapılmasını bir zorunluluk haline getirmektedir. Tarımda risk analizlerinin yapılmasında, farklı yöntemler kullanılmakta ve büyük bir çoğunluğunda, olasılık dağılımlarından yararlanılmaktadır. Dolayısıyla, tarımda çiftçilerin kontrol edemediği değişkenlere (iklim faktörleri, hükümet politikaları vs.) ait olasılık dağılımlarının elde edilmesi son derece önemli olmaktadır. Bundan dolayı, tarımda risk analizlerinde olasılık dağılımlarının elde edilme yöntemlerinin belirlenmesi gerekmektedir.

Bu öneminden dolayı bu çalışmada, tarımda risk analizlerinde olasılık dağılımlarının elde edilme yöntemleri incelenmiştir. Çalışmada, konu ile ilgili girişi takip eden ikinci bölümde, tarımda risk analizlerinin önemi anlatılmıştır. Daha sonra üçüncü bölümde, olasılık ve olasılık dağılımı kavramları incelenmiştir. Tesadüfi değişken kavramı ve tesadüfi değişkenlerin olasılık dağılımları anlatılmıştır. Olasılık dağılımlarının elde edilmesinde subjektif olasılıkların kullanımı ve subjektif olasılıkları tespit yöntemlerini içeren altıncı bölümden sonra, çalışma konuya ilişkin sonuç ve öneriler bölümü ile tamamlanmıştır.

* Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi

2. TARIMSAL RİSK ANALİZLERİ VE OLASILIK DAĞILIMLARININ RİSK ANALİZLERİNDEKİ ÖNEMİ

Günümüzde analizlerin büyük bir çoğunluğu, genellikle tam bilgi (kesinlik) varsayımı altında yapılmaktadır. Ancak bu varsayım, yaşadığımız dünyanın çok karmaşık olması nedeniyle pek doğru olamamaktadır. Bu nedenle risk, gözardı edilemeyecek önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Riskli durum, sonucun çiftçilerin tarımda mevcut tesadüfi değişkenlerin (yağış, sıcaklık, rüzgar, don, çalışılabilir gün sayısı vb.) olasılık dağılımlarını bilmemesi ve yetersiz sermaye sahibi olmaları, beklenen gelirlerini maksimize etmelerine engel olan faktörler arasında bulunmaktadır. Üretim faaliyetlerine ait masraf ve gelir fonksiyonlarının ortaya konulmamış olması, bunu etkileyen bir diğer faktör olmaktadır. Bu nedenle, tarımda mevcut tesadüfi değişkenlerin olasılık dağılımlarının elde edilmesi büyük önem taşımaktadır.

Ayrıca, riskin etkisinde bulunan çiftçinin kontrol edebildiği (gübre ilaç dozu vb.) girdilerde optimum kullanım seviyesinin ve girdi-çıkıtı katsayılarının doğru olarak tespiti, riskin ölçümüne dayanarak mümkün olabilmektedir. Bu da, ancak risk analizleri yapmak suretiyle başarılabilmektedir (Anderson 1973). Malesef ülkemizde, gübre ve ilaç dozunun belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmalarda, risk göz önüne alınmamakta ve değişimi (riski) ortaya koyabilecek kadar uzun bir dönemi kapsayacak veriler kullanılmamaktadır. Bu durum, optimum girdi kullanım düzeylerinin yanlış tespit edilmesine neden olmaktadır.

Tarımda risk analizlerinin amacı, riski izole etmek (ayırarak) ve farklı alternatifler arasında karar almayı sağlayacak ortalama değerleri ortaya koymaktır. Risk analizleri sonucunda, karşılaşılan alternatiflerin sonuçlarının mümkün değişim genişliği hakkında fikir yürütmek mümkün olabilmektedir (Anonim 1991).

Tarımsal risk analizlerinde kullanılan yöntemler incelendiğinde, zaman içinde kavramsal ve metodolojik olarak büyük gelişmeler kaydedilmiş ve bir çok saha çalışmasında uygulanmış olduğu görülmektedir. Geliştirilen bu yöntemlerin büyük çoğunluğunda, olasılık ve olasılık dağılımları (kümülatif olasılık dağılımı ve olasılık yoğunluk fonksiyonu)'nın elde edilmesi temel teşkil etmektedir. Şu ana kadar yapılan tarımsal risk analizlerinde, fayda fonksiyonuna dayanan "beklenen fayda analizi yöntemi" ve "stokastik (ihtimali) üstünlük yöntemi" yaygın olarak kullanılmıştır. Örneğin; Lambert ve Mccarl (1985) ile Anderson ve Dillon (1990) beklenen fayda yöntemini; Barley ve Richardson (1985) Klemme (1985) ile Schneberger (1993) stokastik üstünlük yöntemini kullanarak, seçtikleri inceleme alanlarında tarımsal risk analizlerini gerçekleştirmişlerdir. Özellikle, tarım işletmelerinin mali risklerinin analizi ile ilgili, farklı modeller de geliştirilmiştir. Örneğin risk ölçümünde Sharpe (1963)'ın geliştirdiği "tek indeks modeli", Collins ve Barry (1984) tarafından, tarımsal mali risk analizini gerçekleştirmek amacıyla kullanılmıştır. Tarım ekonomistleri fiyat, verim ve gelir değişimlerini ortaya koymak

amacıyla tarımsal risk analizlerinde, ekonometrik modeller de kullanmışlardır. Trail (1980) ve Just (1984)'in yaptığı çalışmalar buna örnek olarak gösterilebilir. Ayrıca, risk programlamasında da oldukça önemli metodolojik gelişmeler kaydedilmiştir. Riskin tarımsal işletme planlarında göz önünde bulundurulmasında, Motad modeli, Markowitz modeli ve Monte Carlo metodu yaygın olarak kullanılan yöntemlerdir. Bu konuda gelişmiş ülkelerde birçok araştırma yapılmıştır. Türkiye'de ise, bu tür çalışmalar maalesef yetersiz düzeydedir. Özçelik (1988)'in yaptığı çalışma, ülkemizde tarımsal işletme planlarında riskin göz önüne alınmasına, iyi bir örnek teşkil etmektedir.

Genel olarak riski ölçmenin metodlarını; olasılık dağılımları, simülasyon ve duyarlılık analizleri olmak üzere üç genel grupta özetlemek mümkündür (Anonim 1991).

3. OLASILIK VE OLASILIK DAĞILIMI KAVRAMLARI

3.1. Olasılığın Tanımı Ve Olasılık Hakkındaki Temel Görüşler

Bernoulli'ye göre olasılık, gelecekteki bir olay hakkındaki beklentinin kuvvetinin bir ölçüsüdür. Keynes ise, olasılığın olaylarla ilgili değil, düşüncelerle tanımlanmasının doğru olacağını savunmuştur (Parzen 1960). Fakat, olasılığın tam olarak anlamı nedir? Olasılığın değerini nasıl bulabiliriz? Daima kullanılacak temel bir tanımı var mıdır? Maalesef bu sorular kolay bir şekilde cevaplanamamaktadır. Olasılık konusunda, çok farklı yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu yaklaşımlar; klasik yaklaşım, nispi frekans yaklaşımı ve subjektif olasılık yaklaşımı olarak özetlenebilmektedir.

1. Klasik olasılık yaklaşımı: Bu yaklaşım, simetri koşullarına ve yetersiz sebep prensibine dayanmaktadır. Eğer belirsiz durum N tane farklı, eşit benzerlikte ve bileşik sonuçlara sahipse ve A durumu bu sonuçların n kadarını içeriyorsa; A olayının olasılığı $P(A)=n/N$ 'dir ve buna "klasik olasılık" denilmektedir (Parzen 1960, Holloway 1979). Bu yaklaşıma göre, bütün olaylar eşit olasılığa sahiptir. 6 yüzlü bir zarın atılışı bu yaklaşıma çok iyi bir örnek teşkil etmektedir. Zarın 6 yüzü birbirine eşit olduğu için simetri oluşmaktadır ve her bir yüzün meydana gelme olasılığı $1/6$ 'dır.

Bu yaklaşım, genellikle karşılaşılan olayların simetri koşullarına uymaması ve yetersiz sebep prensibinin kabul edilme zorunluluğu nedeniyle her zaman uygulanamamaktadır.

2. Nispi frekans yaklaşımı: Olasılığa nispi frekans yaklaşımı, olayların meydana gelme sayısını hesaplamaya dayanmaktadır. Nispi frekans olasılığı, "eğer belirsiz olay çok sayıda oluşursa, m , her bir denemenin sonucu gelecek sonuçlardan bağımsızdır. A olayının meydana gelişi mA kere ise, A 'nın olasılığı onun nispi frekansına eşittir " $p(A) = mA/m$ " şeklinde tanımlanmaktadır (Parzen 1960, Koutsoyiannis 1977, Holloway 1979 ve Mendenhall and Beaver 1991). Bu yaklaşım, genellikle doğrudur, ancak bir takım yargıları gerektirmektedir.

Bu yaklaşımın geçerli olması, deneme sayısının çok iyi belirlenmesini gerektirmekte ve bağımsız denemeler gerçekleşme şartının yerine getirilmesi büyük önem taşımaktadır. Zira, olayların nispi frekansı deneme sayısına göre değişiklik göstermektedir. Bazı aşamalarda, m. denemenin sonucu, bir önceki (m-1) denemenin sonucundan etkilenebilmektedir.

3. Subjektif olasılık yaklaşımı: Subjektivistlere göre olasılığın temeli, "sezgiler" dir. Objektif görüş olan klasik ve nispi frekans yaklaşımlarında geçerli olan sınırlamalar, bu yaklaşımda gereksiz bulunmaktadır. Subjektif görüşü savunanlar; doktorun "tekrar düzelme olasılığı %80'den daha iyidir", işgücü eksperinin "ilk teklif ikincisine göre daha kabul edilebilir" şeklindeki cümlelerin geçerli olduğunu ve sonuçlar kesin bilinmiyorsa (belirsizlik varsa) bu sezgilerin doğal olasılıklar olarak kullanılabileceğini düşünmektedirler. Subjektivistler, ihtiyaç duyulan herşeyin sezgisel görüşlerle sağlanabileceğini ve bunların iyi bir anlamı olduğunu iddia etmektedirler (Holloway 1979) Gerçek hayatta, benzer olaylar veya tekrür sayısı gibi modellenemeyen birçok önemli problem bulunmaktadır. Subjektif olasılık kişisel belirsizliklerin bir ölçümü olmaktadır. Bu olasılık 0 ile 1 arasında değişmekte ve belirsiz olayın sonucu hakkında bireysel inanç derecelerini yansıtmaktadır. "0" gerçekleşmesi mümkün olmayan bir olayı, "1" ise kesin inançları ifade etmektedir. Subjektif olasılıkların nasıl hesaplandığı altıncı bölümde incelenecektir.

Objektif ve subjektif yaklaşımlar arasındaki fark; objektivistlerin olasılıkları tarif edilebilir fiziksel işlemlerin karakteristikleri gibi tahmin ederken, subjektivistlerin bireylerin verdiği bilgi cümleleri gibi tahmin etmeleridir. Bu iki yaklaşım arasındaki farkı basit bir örnekle şöyle açıklayabiliriz: Bir grup insanın para atışları sonuçları üzerine eğilimini düşünelim. Bazı insanlar subjektif, diğerleri ise objektiftir. Her iki grup insanda paranın dürüst olup olmadığını kontrol ettikten sonra, paranın tura gelme olasılığının 0.5 olduğuna inanmaktadır. Paranın atıldığını ve yere düştüğünü varsayalım, sonuca bakmadan önce iki grup insana da tura gelme olasılığı hakkında ne düşündüklerini soralım. Objektivistler 0 veya 1 olabilir, şu an bilinmez derler. Subjektivistler ise, hala 0.5 diyeceklerdir. Bu noktada subjektivistler olasılığı karar almada kullanacaklardır. Objektivistler ise, karar almak için bazı yollar keşfetmek zorundadırlar.

Karşılaşılan olaylarda objektif deliller mevcut olduğunda, objektif olasılık yaklaşımlarının, objektif veriler olmadığında ise, subjektif olasılık yaklaşımının kullanılması karar alma analizlerinde en iyi seçeneği sağlamaktadır (Holloway 1979)

3.2. Olasılık Dağılımı Kavramı

Açıklanan olasılık yaklaşımları yardımıyla, olayların değişik kombinasyonlarının olasılıkları belirlenebilmektedir. Karar alma aşamasında, bu olasılıklar çok yardımcı olmaktadır. Burada unutulmaması gereken husus, mümkün sonuçların meydana gelme

olasılığının belirlenebilir, olasılık dağılımının ise tanımlanabilir olduğudur. Yani, olasılık dağılımları, olasılık değerlerinin sunumunu sağlamak ve dağılımın genel formunun belirlenmesinde kullanılmaktadır.

Basit bir olayın olasılık dağılımı, mümkün olan her bir çıktının olasılıklarının belirlenmesi suretiyle elde edilebilmektedir. Olasılık dağılımlarının; ortalama, varyans, eğrilik katsayısı ve diklik katsayısı olmak üzere 4 temel karakteristiği bulunmaktadır (Brennan 1965). Olasılık dağılımını; tablo formunda, grafik formunda ve matematiksel eşitlik olarak vermek mümkündür (Doll, Rhodes and West 1968).

3.2.1. Belirsiz olaylarda olasılıkların gösterilme metotları

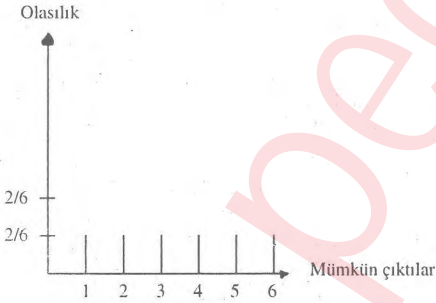
Olasılık bilgilerini, olasılık yoğunluk fonksiyonu veya kümülatif olasılık dağılımları kullanarak özetlemek mümkündür.

3.2.1.1. Olasılık yoğunluk fonksiyonu

Belirsiz olayların sonuç seti sonsuz sayıda nokta içeriyorsa, olasılık listelenen her bir noktaya göre değişiklik göstermektedir. Olasılık dağılımlarının bu formu "olasılık yoğunluk fonksiyonu" olarak adlandırılmaktadır. Örneğin, eğer dürüst bir zar bir kez atılmış ise, olasılık yoğunluk fonksiyonu matematiksel olarak şu şekilde yazılabilir:

$$P(X=1)=1/6, P(X=2)=1/6, P(X=3)=1/6, P(X=4)=1/6, P(X=5)=1/6, P(X=6)=1/6$$

Bu örneğe ait olasılık yoğunluk fonksiyonuna ait grafik Şekil 3.1.'de gösterilmiştir.



Şekil 3.1. Zara Ait Olasılık Yoğunluk Fonksiyonu

3.2.1.2. Kümülatif olasılık dağılımı

Olasılık dağılımı kullanılarak da ortaya konulabilmektedir. Kümülatif dağılım, özellikle bazı soruların cevabını vermede daha kullanışlı olmaktadır. "0'dan küçük veya 0'a eşit kar olasılığı nedir?" sorusu gibi sorularda, kümülatif olasılıklardan yararlanılarak doğrudan doğruya cevabı vermek mümkün olmaktadır. X bazı belirsiz olayların sonuç-

larına göre değişen sayısal bir kıymet olsun; kümülatif dağılım, verilen değerde veya daha azının olma olasılığıdır. Bu matematiksel olarak $P(X \leq x)$ şeklinde yazılmaktadır. Kümülatif dağılımı tanımlamanın ikinci bir yolu da, $P(X \geq x)$ şeklinde ifade etmektir. Zarı bir kez attığımızda, kümülatif dağılım şöyledir.

1. yol (Belirli bir değer ve değerden az olma ihtimali)

$$P(X \leq 1) = P(X=1) = 1/6$$

$$P(X \leq 2) = P(X=1) + P(X=2) = 2/6$$

$$P(X \leq 3) = P(X=1) + P(X=2) + P(X=3) = 3/6$$

$$P(X \leq 4) = P(X=1) + P(X=2) + P(X=3) + P(X=4) = 4/6$$

$$P(X \leq 5) = P(X=1) + P(X=2) + P(X=3) + P(X=4) + P(X=5) = 5/6$$

$$P(X \leq 6) = P(X=1) + P(X=2) + P(X=3) + P(X=4) + P(X=5) + P(X=6) = 1$$

2. yol (Kümelendirme prosedürü)

$$P(X \geq 1) = P(X=1) + P(X=2) + P(X=3) + P(X=4) + P(X=5) + P(X=6) = 1$$

$$P(X \geq 2) = P(X=2) + P(X=3) + P(X=4) + P(X=5) + P(X=6) = 5/6$$

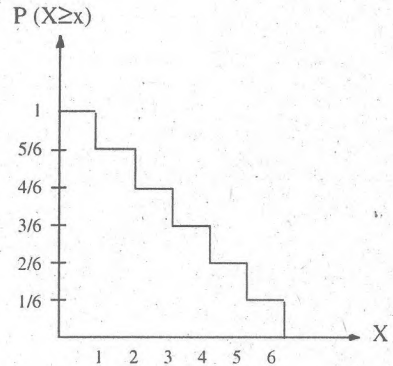
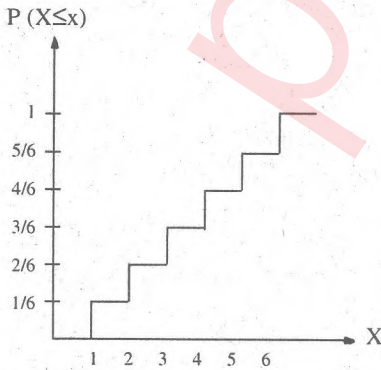
$$P(X \geq 3) = P(X=3) + P(X=4) + P(X=5) + P(X=6) = 4/6$$

$$P(X \geq 4) = P(X=4) + P(X=5) + P(X=6) = 3/6$$

$$P(X \geq 5) = P(X=5) + P(X=6) = 2/6$$

$$P(X \geq 6) = P(X=6) = 1/6$$

Bu kümülatif dağılımın grafiksel sunumu, Şekil 3.2'de gösterilmiştir.



Şekil 3.2. Zara Ait Kümülatif Olasılık Dağılımları

Kümülatif dağılım, yoğunluk fonksiyonu ile aynı bilgileri sağlamaktadır ve biri diğ-
gerinden çıkartılabilmektedir. Yoğunluk fonksiyonundan, kümülatif dağılımı çıkarmak
için $P(X \leq x_n) = \sum_{i=1}^n P(X=x_i)$ formülü kullanılmaktadır. Eğer kümülatif dağılımdan, yo-
ğunluk fonksiyonu çıkartılacak ise, $P(X=x_n) = P(X \leq x_n) - P(X \leq x_{n-1})$ formülünden yararlan-
ılabilmektedir (Holloway 1979)

4. TESADÜFİ DEĞİŞKEN KAVRAMI VE TESADÜFİ DEĞİŞKENLERİN OLASILIK DAĞILIMLARI

Belirli bir değeri, belirli bir olasılıkla alan değişkene "Tesadüfi değişken" denilmek-
tedir. Yani, bu değişkenlerin alabileceği değerler belirli bir risk taşımaktadır (Brennan
1965, Doll, Rhodes and West 1968)..

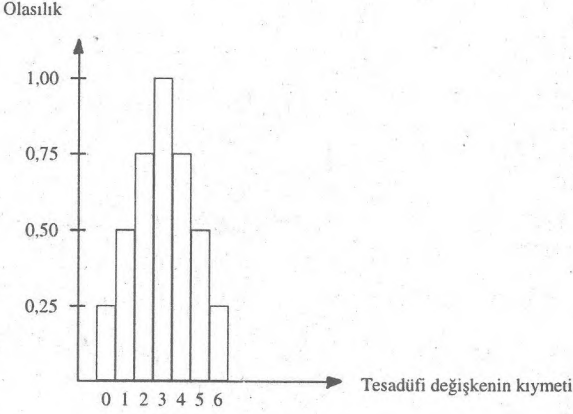
Gerçekte, günlük hayatımızda karşılaşılan birçok olay tesadüfi değişken konumun-
dadır. Tarımsal üretimde kullanılan girdilerden bir kısmı çiftçinin kontrolü altında iken,
diğerleri kontrolü dışındadır. Çiftçinin kontrolü dışında olan, tesadüfi değişken konu-
mundaki bu girdiler tabiat şartlarına, hükümet politikalarına ve işletme dışındaki güçle-
re bağlı olmaktadır. Tarımda tesadüfi değişkenlerin en güzel örneğini iklim faktörleri
oluşturmaktadır. Ürün verimleri, yağışa bağlı olduğu için tesadüfi bir değişkendir. Gelir,
verime bağlı olduğu için, gelir de tesadüfi bir değişkendir. Kritik hasat periyodunda don
veya rüzgar meydana gelmesi, yetiştiricilik açısından çalışılabilir gün sayısı birer tesa-
düfi değişkendir. Hayvancılıkta, ölüm kayıpları veya yumurta kayıpları da tesadüfi de-
ğişkendir.

Tesadüfi değişkenleri, kesikli ve sürekli tesadüfi değişkenler olarak iki grup altında
sınıflandırmak mümkündür.

4.1. Kesikli Tesadüfi Değişkenler ve Olasılık Dağılımlarının Belirlenmesi

Tesadüfi değişkenlerin aldığı değerler, sayılabilir kıymetler ise tesadüfi değişken
"kesikli" kabul edilmektedir. Kesikli tesadüfi değişkenler, 0,1,2,3,...n gibi tam sayılar
ile ifade edilebilirler (Doll, Rhodes and West 1968, Brennan 1965, Holloway 1979). Ör-
neğin bir para atıldığı zaman turanın meydana gelme olasılığı ve zarın üst yüzeyindeki
sonuçlar kesikli tesadüfi değişkenlerdir.

Bar grafikleri veya histogramlar, kesikli tesadüfi değişkenlerin olasılık dağılımları-
nın grafiksel olarak gösterilmesinde kullanılabilir. Histogramda çizilen her bir
bar, bir birim genişliğinde ve olasılığa eşit yüksekliktedir. Bu yüzden, her bir barın alanı
kesikli değişkenlerin alacağı olasılığa eşittir. Bütün barların alanının toplamı ise, "1"dir
(Şekil 4.1.)

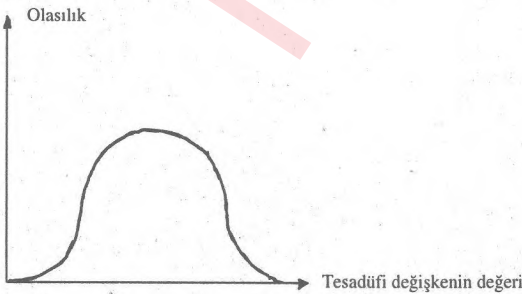


Şekil 4.1. Kesikli Tesadüfi Değişkenler İçin Olasılık Dağılımı

4.2. Sürekli Tesadüfi Değişkenler ve Olasılık Dağılımları

Sürekli tesadüfi değişkenler, bütün verileri sürekli ölçekte olan kıymetler olarak kabul edilmektedir (Holloway 1979). Sürekli tesadüfi değişkenler genellikle ölçümlere (ağırlık, zaman, uzunluk, verim vb.) göre değişiklik göstermektedir. Ürün verimleri veya hayvan ağırlıkları ondalıklı birimlerle belirlenebilmektedir. Mısır verimi 420 kg/da veya 420.22 kg/da olabilmektedir. Sıcaklık 65.1C veya 87.7 C olarak okunabilmektedir. Sürekli değişkenlerin ölçümlerinin doğruluğu ölçüm aletlerinin hassasiyetine bağlıdır.

Sürekli tesadüfi değişkenlerin olasılık dağılımlarının gösterilmesinde, düzgün eğriler kullanılmaktadır. Sürekli olasılık dağılımının altında kalan alanda "1" e eşittir ve iki rakam arasında değer alabilecek tesadüfi değişkenin olasılığı, iki rakam arasındaki eğrinin altında kalan alana eşit olmaktadır (Şekil 4.2.)



Şekil 4.2. Sürekli Tesadüfi Değişkenler İçin Olasılık Dağılımı

5. UYGULAMALI (GÖZLEMLERE DAYANAN) OLASILIK DAĞILIMLARI

Saha çalışmalarından elde edilen veriler, olasılık dağılımları için temel olarak kullanılabilir. Bazı durumlarda veriler, nispi frekans olarak direkt olarak kullanılmaktadır. Diğer yaklaşımlar ise, ilave bilgileri elde etmek için kullanılabilir. Saha çalışmalarına dayanan olasılık dağılımını benimseyen kişiler, bir takım ön yargılarda bulunmak zorundadırlar. İlgilenilen belirsiz olay, sağlanan verilerden biri ile karşılaştırılabilir olmalıdır. Veri üretilen olay, genellikle bağımsız varsayılmaktadır.

Gözlem sayısı da, yeterli olmak durumundadır. Bazen bu yargılar, diğerlerinden çok daha güvenilir olmaktadır. Yargılar daha kolay elde edildiği için, saha çalışmalarından elde edilen verilerin ve nispi frekansların kullanımı, olasılık dağılımını belirlemede en iyi yöntem olmaktadır (Holloway 1979)

5.1. Kesikli Tesadüfi Değişkenler İçin Uygulamalı Olasılık Dağılımlarının Elde Edilme Yöntemleri

Kesikli çıktılara sahip belirsiz olaylarda, nispi frekanslar direkt olarak kullanılabilir. Ayrıca, nispi frekans yöntemi oldukça kolay uygulanan bir yöntem olmaktadır. Karşılaştırma şartlarının kontrolü bağımsızdır ve gözlem sayısının büyüklüğü en önemli güçlük olarak karşımıza çıkmaktadır.

5.1.1. Dağılımı elde etme yöntemi

Olasılıkların tespitinde, nispi frekans metodu kullanılıyorsa, X kesikli tesadüfi değişkeninin olasılık dağılımı, $P(X=x_1)=m_1/m$ formülü ile sağlanabilmektedir. Burada m, toplam gözlem sayısını ve m_1 meydana gelme sayısını ifade etmektedir. Örneğin sahip olduğumuz ürünlerin kalitesini bilmek zorunda olduğumuzu varsayalım. Ürünlerin dört kalite grubunda sınıflandırıldığını düşünelim. 10 tonluk ürüne ait kalite testinin sonuçları aşağıdaki gibidir:

Kalite	Miktar (ton)
1	5.482
2	2.120
3	1.356
4	1.042
	10.000

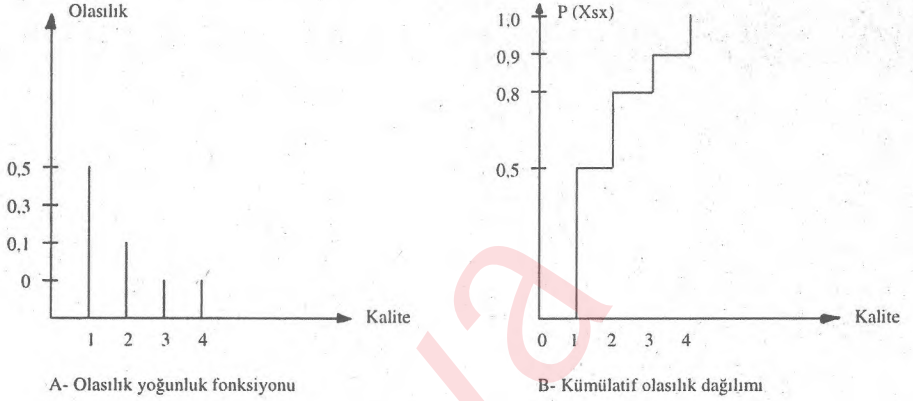
Nispi frekanslar kullanıldığında, olasılık yoğunluk fonksiyonu şöyledir.

$$P(Q=1)=0.5482$$

$$P(Q=2)=0.2120$$

$$P(Q=3)=0.1356$$

$$P(Q=4)=0.1042$$



Şekil 5.1. Ürünü Ait Olasılık Dağılımları

Bu olasılık dağılımı "olasılık yoğunluk fonksiyonu" ve "kümülatif dağılım" olarak Şekil 5.1'de gösterilmiştir.

5.1.2. Az Sayıda Veri Bulduğunda Kullanılan Yöntemler

Çok sayıda gözleme sahip olduğunda, nispi frekans yöntemi oldukça kullanışlı bir yöntemdir. Olasılıkta nispi frekans görüşü, m'den sonsuza kadar giden gözlemi gerekmektedir. Ancak çoğu zaman, gözlem sayısı sınırlı kalmaktadır. Özellikle tarım sektöründe, veri sıkıntısı oldukça yüksek düzeydedir. Türkiye'de tarım işletmelerinde kayıt tutulmaması, verilerin anket yoluyla sağlanmasını zorunlu kılmakta; bu durum da az sayıda veri ile çalışmayı gerekli kılmaktadır.

Bu şartlarda nispi frekans yaklaşımı kullanarak, örnek verilerden yararlanmak suretiyle olasılık dağılımlarının elde edilmesine çalışılmaktadır. Bu durumda, küçük örneklerle çalışıldığı için "örnekleme hatası" ile karşı karşıya kalınmaktadır. Eğer örnekler tesadüfi olarak seçilmiyorsa, bu hata daha da yükselmektedir. Örnekleme hatasının büyüklüğünü, çeşitli istatistik metotlar kullanmak suretiyle belirlemek mümkündür. Ancak, amaç örnekleme hatasının büyüklüğünü hesaplamak değil, nispi frekanslar yoluyla hesaplanan olasılığın gerçek olasılıktan sapmasını bulmaktır. Nispi frekans yaklaşımın-

da m yeterince büyük olduğu zaman (p_1 ve $1 - p_1$) olasılık dağılımı normale yaklaşmaktadır ve standart sapması $\sqrt{p_1(1-p_1)/m}$ dir. Bundan yararlanarak, nispi frekanslar için güven aralıklarının hesaplanması mümkündür. Aşağıda verilen günlük talep verileri ve onlara ait nispi frekansları kullanarak, nispi frekanslara ait güven aralıkları şu şekilde hesaplanmaktadır (Holloway 1979)

Günlük Talep	Gözlem sayısı
0	5
1	10
2	20
3	16
4	34
5	15
Toplam Gözlem sayısı	100

Bu veriler kullanılmak suretiyle, yukarıda verilen formüllere dayanarak hesaplanan nispi frekanslar ve standart aşağıdaki gibidir:

i	p	$\hat{\sigma}_{p_i}$
0	0.05	0.0218
1	0.10	0.03
2	0.20	0.04
3	0.16	0.0367
4	0.34	0.0474
5	0.15	0.0357

%95 güven aralığında, yaklaşık olarak $p_1 + 2\hat{\sigma}_{p_1}$ olmaktadır. Bu şekilde, olasılıkların gerçek değerlerinden sapması hesaplanmaktadır. Buna göre p_1 , 0.044 ile 0.094 arasında değişim göstermektedir. %95 güven aralığında nispi doğruluğu sağlamak için $m = 16/y^2 p_1$ formülü kullanılmaktadır (Holloway 1979). Bu formüle dayanarak her olasılık için nispi doğruluğu sağlayacak m değeri hesaplanabilmektedir. Bu değer p_1 için 1280'dir.

Saha çalışmalarında ve özellikle tarımsal risk analizlerinde, eğer az sayıda veri ile çalışılıyorsa, olasılık dağılımlarının tespiti için şu 3 yöntem kullanılabilir (Holloway 1979):

Birinci yöntem: Elimizde bulunan veriler (m), subjektif görüşlerimizi bastırarak kadar büyük ise nispi frekans görüşü direkt olarak kullanılabilir. ($P(A)=m_A/m$).

İkinci yöntem: Bu yöntemde nispi frekans görüşüne karşı çıkmaktadır. Olasılık dağılımları bu yöntemde, başka yollardan elde edilmektedir. Bir model kurulmak suretiyle dağılımın teorik dağılımlarından birine uygunluğu ispatlanarak kullanılabilir gibi, subjektif olasılıklar veya az sayıda veri bulunduğu olasılık hesaplamak için geliştirilen eşitlikler de kullanılabilir.

Örneğin ÖZTÜRK (1977), Erzurum için yağış ve sıcaklık ihtimallerinin hesaplanması üzerine yaptığı bir çalışmada; yağış verilerinin Gamma dağılımına, sıcaklık verilerinin ise Normal dağılıma uygun olduğunu ispatlamış ve olasılıkları bu teorik dağılımları vasıtasıyla hesaplamıştır.

Az sayıda veri bulunduğu, daha önce yapılmış çalışmalarla saptanan eşitlikler, olasılık dağılımlarını elde etmede büyük kolaylıklar sağlamaktadır. Hidrolojik olayların olasılıklarının belirlenmesi için; Weibull'ın geliştirdiği $p=m/(n+1)$, Hazen'in geliştirdiği $p=m-0.5/n$ ve Gringorten'in geliştirdiği $p=(m-0.44)/(n+0.12)$ formülleri olasılık dağılımlarının elde edilmesinde yaygın olarak kullanılmaktadır (Büyükbaş 1994). Bu formüllerde m, sıraya dizilmiş verilerde her bir verinin sıra numarasını, n ise, toplam veri sayısını göstermektedir. Bu eşitliklere dayanarak olasılıklar hesaplanırken mevcut rakamlar, eğer $P(X \leq x)$ elde edilecekse büyükten küçüğe doğru, Samsun iline ait 15 yıllık yağış verilerine dayanarak, yağışa ait olasılık dağılımını elde etmeye çalıştığımızı varsayalım. Yağış verilerinin olasılık dağılımlarının elde edilebilmesi için en az 15 yıllık veriye ihtiyaç duyulduğu için (Büyükbaş 1994), örneğimizde Meteoroloji Samsun Bölge Müdürlüğünden sağlanan 16 yıllık yağış verileri kullanılmıştır. Samsun iline ait yıllık yağışlar, sıra numaraları ve eşitliklere dayanarak hesaplanan olasılıklar aşağıda gösterilmiştir:

Yıllar	Yağış (mm)	Sıra no ($p(X \leq x)$)	Sıra No ($p(X \geq x)$)	$p(X \geq x)$ için $P=m/(n+1)$	$p(X \leq x)$ için $P=m-0.5/n$	$p(X \leq x)$ için $p=(m-0.44)/(n+0.12)$
1975	689.4	1	16	0.941	0.031	0.035
1976	544.4	2	15	0.882	0.122	0.097
1977	715.5	3	14	0.824	0.156	0.159
1978	783.8	4	13	0.765	0.219	0.221
1979	571.6	5	12	0.706	0.281	0.283
1980	684.1	6	11	0.647	0.344	0.345
1981	503.3	7	10	0.588	0.406	0.407
1982	573.7	8	9	0.529	0.469	0.469
1983	697.1	9	8	0.471	0.531	0.531
1984	659.1	10	7	0.412	0.594	0.593
1985	648.8	11	6	0.353	0.656	0.655
1986	595.5	12	5	0.294	0.719	0.717
1987	784.5	13	4	0.235	0.781	0.779
1988	791.7	14	3	0.176	0.844	0.841
1989	668.4	15	2	0.118	0.906	0.903
1990	615.7	16	1	0.059	0.969	0.965

Anderson (1973) yılında yaptığı bir çalışmada, veriler yetersiz olduğu için olasılıkları elde etmede $p=m/n+1$ formülü kullanmıştır.

Subjektif olasılıkların kullanılabilirliği ve hesaplama yöntemi ise, 6. bölümde anlatılacağı için burada açıklanmamıştır.

Üçüncü yöntem: Bu yöntem ise, nispi frekans yaklaşımı ile subjektif yargıları kombine eden bir metottur. Saha çalışmaları yoluyla elde edilen bilgilerin kombine edilmesinin iki yolu bulunmaktadır.

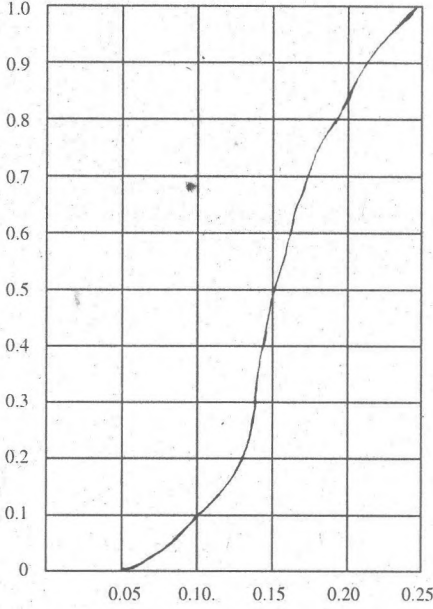
Direkt düzeltme yapmak, bunlardan birincisidir. Nispi frekans yaklaşımı ile elde edilen olasılıkların bilimsel olmayan bir şekilde düzeltilmesi ile yapılmaktadır. Örneğin çalıştığınız verilere ait dağılımda tek bir tepe noktasını olduğuna inanıyorsanız ve nispi frekans yaklaşımı ile iki tepe noktası bulmuşsanız; dağılımı revize etmek suretiyle olasılık dağılımını ön bilgileriniz doğrultusunda düzeltebilirsiniz. Direkt düzeltmenin yapılabilmesi için, olasılıklar yoğunluk fonksiyonu veya kümülatif dağılım şeklinde işaretlenmelidir.

Elde edilen bilgileri kombine etmenin ikinci yolu ise, "Bayesyan revizyon"dur. Bu bilimsel bir yöntem olmaktadır. Mevcut bilgiler, bayes teoreminden yararlanılarak önsel bilgiler sahadan elde edilen bilgileri düzeltmede kullanılmaktadır. Düzeltme sonucunda elde edilen olasılık dağılımı risk analizlerinde kullanılmaktadır (Holloway 1979) Bayesyan düzeltmeye örnek olması açısından, bir işletmenin yöneticisi olduğumuzu varsayalım. Ekipman alma ile ilgili bir karar almak zorunda olduğumuzu düşünelim. Eskisine çok benzeyen yeni model piyasaya henüz çıkmıştır ve birçok yeni özelliğe sahiptir. Yeni ekipman için yapacağımız analizde, öz önünde bulunduracağımız önemli hususlardan bir tanesi yeni modelin hata oranının saptanması konusudur. Benzer makinalar için sahip olduğumuz tecrübeler olduğu için, hata oranının ne olacağı hususunda hislerimiz vardır ve ön bilgilere dayanan olasılık dağılımı Şekil 5.2.'de görüldüğü gibidir. Yeni modelden alınan 20 örneğe dayanarak test yapıldığında, 20 örnekten 2 tane arızalı olduğu tespit edilmiştir. Arızalı olma için son dağılım nedir?

Bu problemde ilgilenilen tesadüfi değişken, arızalık oranıdır. Deneysel sonuçlar kullanılarak $p=2/20=0.1$ şeklinde direkt olarak tahmin edilebilir. Bu değer sonraki analizlerde kullanılabilir. Bir diğer yöntem, örnek verileri ile daha önceki tecrübeleri bayes teoremini kullanarak kombine etmektedir. Önsel dağılım Şekil 5.2'de gösterilmiştir. Bu dağılım geçmişteki veriler (örneğin yeni modelin hata oranının, eskisi ile aynı olduğu varsayılabilir) veya subjektif metotlar kullanılarak hesaplanabilmektedir. Eski model

* **Bayes teoremi :** A olayının B olayını bağlı şartlı olasılığı. A ve B olaylarının birleşik olasılığının, birleşik olasılıklar toplamına bölünmesine eşittir. $P(S_j/Z_k) = P(S_j) \times P(Z_k/S_j) / P(S_j) \times P(Z_k/S_j)$ şeklinde formüle edilmektedir ve burada S_j i'nci durumu, Z_k ek bilgi kaynağını, n durum sayısını göstermektedir (Kurtuluş 1985).

P (P≤p)



Şekil 5.2. Ön Olasılık Dağılımı

hakkındaki veriler, imalatçının düşünceleri, yeni modelin performans testleri ve ekipman dizaynı hakkındaki bilgiler de önsel dağılımın oluşturulmasında kullanılabilir. Hata oranına ait önsel dağılım tablo formunda şöyle gösterilmektedir.

p'nin kıymeti	Olasılık
p=0.10	0.2
p=0.14	0.2
p=0.15	0.2
p=0.18	0.2
p=0.22	0.2

Burada iki varsayım vardır. Birincisi, 20 denemenin birbirinden bağımsız olduğudur. İkincisi ise, arızalık oranının her denemede sabit olmasıdır. Ön olasılıkların düzeltilmesi için $n=20$ ve $r=2$ için binomiyal dağılımdan yararlanarak veri üretilmiştir (Örneğimize en uygun teorik dağılım olduğu için, binomiyal dağılım kullanılmıştır). Bu varsayımlar geçerli iken, olasılıklar binomiyal dağılım tablosundan direkt olarak okunabilmektedir (Hollway 1979) Hesaplamalar Çizelge 5.1'de sunulmuştur.

Çizelge 5.1. Bayesyan Düzeltmeye İlişkin Hesaplamalar

P random değişkenin kıymeti (1)	Ön Olasılıklar (2)	Verilen p için 20 denemede 2 arızalı olma olasılığı (3)	(4) (2 x 3)	Son olasılıklar (5)
p=0.10	0.20	0.285	0.0570	0.274
p=0.14	0.20	0.247	0.0494	0.238
p=0.15	0.20	0.229	0.0458	0.220
p=0.18	0.20	0.173	0.0346	0.167
p=0.22	0.20	0.105	0.0210	0.101
	1.00		0.2078	

* 0.057/0.2078=0.274 şeklinde hesaplanmaktadır.

(3) Bu olasılıklar, binomiyal dağılım tablosundan okunmaktadır.

Çizelge 5.1'de bulunan 0.2078 değeri, 20'de iki adet arızalı olma olasılığıdır. Böylece son olasılıklar elde edilmektedir ve karar aşamasında kullanılmaktadır.

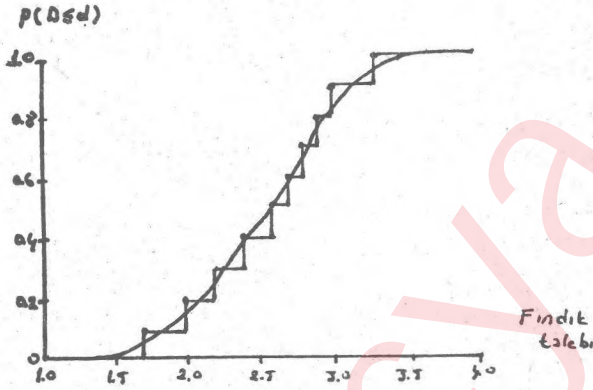
Az sayıda veri bulunduğu zaman kullanılacak yöntemler anlatıldıktan sonra, az sayıda veri ile olasılık dağılımının nasıl oluştuğunu görmek için; fındık yetiştiren bir çiftçinin optimum üretim miktarını belirlemede, belirsiz olan fındık talebinin olasılık dağılımına ihtiyaç duyduğunu varsayalım. Fındık için geçmiş yıllara ait olan talep ve fındık talebini etkilediği düşünülen fındıklı mamüller satış hacmi Çizelge 5.2.'de sunulmuştur.

Çizelge 5.2. Örneğe Ait Fındık Talebi ve Fındıklı Mamüller Satış Hacmi

Yıllar	Fındık Talebi (Milyon ton)	Fındıklı Mamüller Satış Hacmi (Milyon TL.)
1968	1.7	8
1969	2.6	19
1970	2.4	14
1971	3.0	17
1972	2.0	15
1973	2.8	20
1974	2.2	16
1975	3.3	21
1976	2.2	16
1977	2.9	22
1978		15

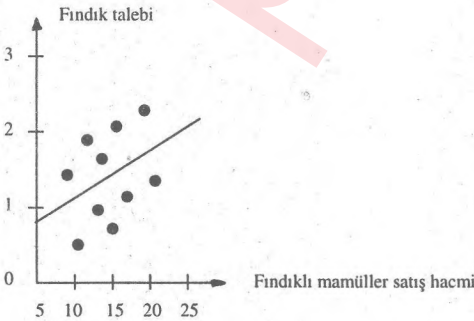
Bu aşamada yapılacak ilk işlem, fındık talebine ait kümülatif dağılımın oluşturulmasıdır. Burada olasılıkların hesaplanmasında nispi frekans ($p=m_1/m$) yaklaşımı kullanılmaktadır. Buna göre olasılıklar tespit edildikten sonra kümülatif dağılım şu şekilde çizilmektedir. (Şekil 5.3.)

Kümülatif dağılım elde edildikten sonra, ikinci aşamada olasılık dağılımını objektif bir şekilde düzeltmemiz gerekmektedir. Bunun için regresyon analizini kullanmak mümkündür. Bu nedenle fındık talebini etkilediği düşünülen, fındık mamülleri satış hacmini bağımsız değişken kabul etmek suretiyle, mevcut verilerden yararlanarak regresyon denklemi oluşturulur. Bu örneğimiz için $Y= 0.87+0.1X$ şeklinde bulunmuştur.



Şekil 5.3. Fındık Talebine Ait Olasılık Dağılımı

Bu formülde; Y, fındık talebini, X ise fındıklı mamüller satış hacmini göstermektedir. Şekil 5.4'te bu denklemden elde edilen regresyon doğrusu ve gerçek değerlerin noktalandırılması görülmektedir.

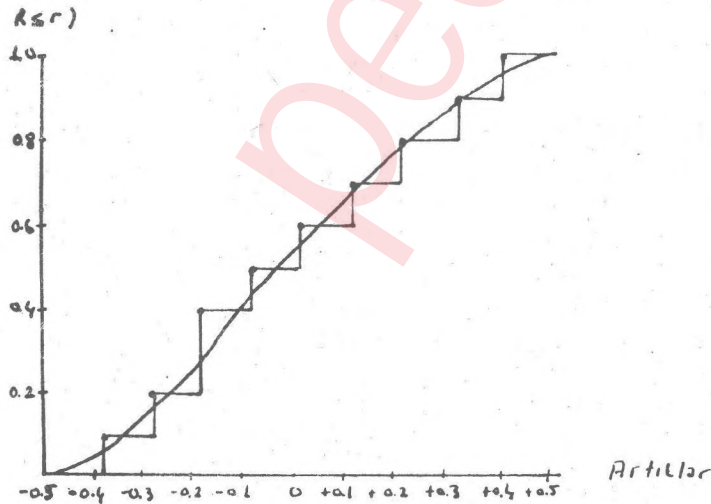


Şekil 5.4. Denklemden Elde Edilen Regresyon Doğrusu ve Gerçek Noktalamalar

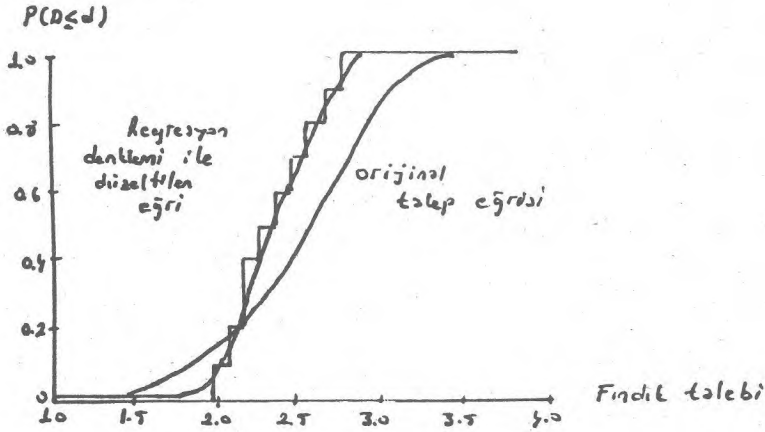
Bu şekil incelendiğinde, elde edilen modelin talepteki bütün değişimleri açıklamadığı görülmektedir. Elde edilen regresyon hattından sapmalar bize "artıkları" vermektedir. Artıklar, tesadüfi değişkenlerden elde edilen gözlemlerin, modelden sapmalarını göstermektedir. Bu nedenle burada artıklar, tesadüfi bir değişkendir. Bu şartlar altında, artıkları kullanmak suretiyle olasılık dağılımlarının elde edilmesi mümkündür. Regresyon doğrusundan sapmaları ifade eden artıklar, Çizelge 5.3.'de, bu artıklardan elde edilen olasılık dağılımı ise Şekil 5.5.'te gösterilmiştir. Artıkların olasılıkları hesaplanırken, artıklar küçükten büyüğe doğru sıralanmış ve $m/(n+1)$ formülü kullanılmıştır.

Çizelge 5.3. Artıklar ve Olasılıkları

Artıklar	m	$p=m/(n+1)$
- 0.38	1	0.091
- 0.28	2	0.182
- 0.18	3	0.272
- 0.08	4	0.364
- 0.08	5	0.455
+0.02	6	0.545
+0.12	7	0.636
+0.22	8	0.727
+0.32	9	0.818
+0.42	10	0.910



Şekil 5.5. Artıklara Ait Olasılık Dağılımı



Şekil 5.6. Düzeltilmiş ve Orjinal Olasılık Dağılımları

Artıklara ait sapma örneğimizde 0.1 olduğu için, mevcut verilere 0.1 ilave etmek suretiyle talebe ait olasılık dağılımı düzeltilmiş olmaktadır. Düzeltilmiş ve orjinal olasılık dağılımları Şekil 5.6'da gösterilmiştir.

5.2. Sürekli Tesadüfi Değişkenler İçin Uygulanabilir Olasılık Dağılımlarının Elde Edilmesi

Belirsiz olayların çıktılarının sürekli olması da bir diğer durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Sürekli tesadüfi değişkenlerin olasılık dağılımlarının elde edilmesinde belli başlı iki yöntem kullanılmaktadır. Bunlardan birincisi nispi frekans yaklaşımıdır. İkinci yöntem ise, verilerin direkt olarak kümülatif olasılık dağılımı gibi işaretlenmesidir (Holloway 1979)

5.2.1. Nispi frekans yöntemi

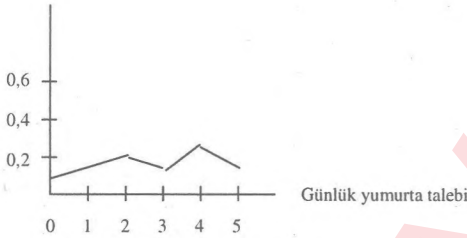
Nispi frekans yaklaşımının, sürekli tesadüfi değişkenlerin olasılık dağılımlarının elde edilmesinde kullanılabilmesi için, verilerde sınıflandırma yapılması gerekmektedir. Örneğin, 0, 1, 2, 3, ve 4'ün talebi veya 1, 2, 3 ve 4. kalite şeklinde sınıflandırma yapılmalıdır. Bu sınıflar, genellikle sürekli tesadüfi değişkenlerde bulunmamaktadır. Bu sınıflandırma yapıldıktan sonra, nispi frekans yaklaşımı kullanılmaktadır.

Daha önceki bölümlerde de belirtildiği gibi, nispi frekans yaklaşımı ile olasılıkların belirlenmesinde $p = m_1/m$ formülü kullanılmaktadır. Burada m_1 , istenen olayın gerçekleşme sayısını gösterirken, m , gözlem sayısını ifade etmektedir. Bu yöntemi daha iyi anlayabilmek için, yumurtaya olan günlük talebi 0-5 arasında sınıflandırdığımızı ve bu sınıflardaki gözlem sayılarının Çizelge 5.4'deki gibi olduğunu varsayalım. Bu durumda, birinci aşamada olasılıklar hesaplanmaktadır. (Çizelge 5.4) İkinci aşamada ise, hesaplanan olasılıklar kullanılarak, olasılık dağılımı elde edilmektedir (Şekil 5.7.)

Çizelge 5.4. Yumurta Talebi ve Olasılıklar

Günlük Yumurta Talebi (adet)	Gözlem Sayısı	Olasılıklar
0	5	$P_0 = 5/100 = 0.05$
1	10	$P_1 = 10/100 = 0.10$
2	20	$P_2 = 20/100 = 0.20$
3	16	$P_3 = 16/100 = 0.16$
4	34	$P_4 = 34/100 = 0.34$
5	15	$P_5 = 15/100 = 0.15$
Toplam gözlem sayısı	100	$\sum p = 100$

Olasılık



Şekil 5.7. Yumurta Talebine Ait Olasılık Dağılımı

5.2.2. Kümülatif Dağılımı İşaretleme Yöntemi

Bu yöntemde, sahadan elde edilen veriler doğrudan doğruya kümülatif olasılık dağılımını kullanmak suretiyle işaretlenmektedir. Bu yöntemde izlenecek yolu, üç aşamada incelemek mümkündür (Holloway 1979)

1. Aşama: Gözlemler büyükten küçüğe veya büyüğe doğru dizilir.
2. Aşama: Her bir gözlemin olasılığı $1/m$ formülü yardımıyla bulunur.
3. Aşama: İkinci aşamada elde edilen olasılıklara dayanarak, olasılık dağılımı oluşturulur.

Bu yöntem, nispi frekans yaklaşımının kullanılmasına dayanan kümülatif olasılık dağılımını sağlamaktadır. Su dağılımı ile ilgili 20 tane gözleme sahip olduğumuzu düşünelim. Su kullanımı ile ilgili bilgiler ve onlara ait olasılıklar Çizelge 5.5'te gösterilmiştir.

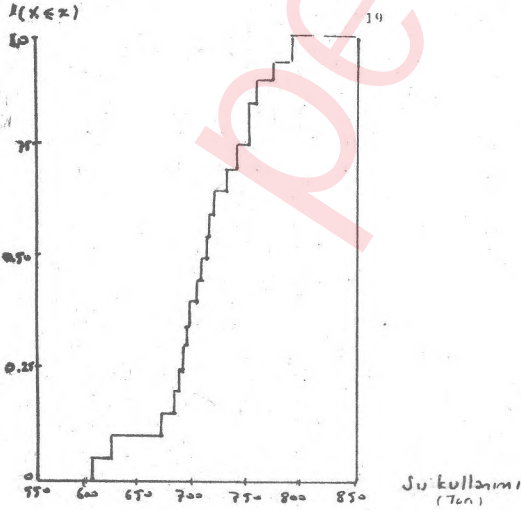
Çizelge 5.5. Su Kullanımı ve Olasılıklar

Su Kullanımı (ton)	Olasılık	Su Kullanımı (ton)	Olasılık
605	1/20	712	1/20
625	1/20	715	1/20
674	1/20	721	1/20
684	1/20	732	1/20
688	1/20	742	1/20
692	1/20	751	1/20
695	1/20	758	1/20
697	1/20	774	1/20
705	1/20	792	1/20
708	1/20		

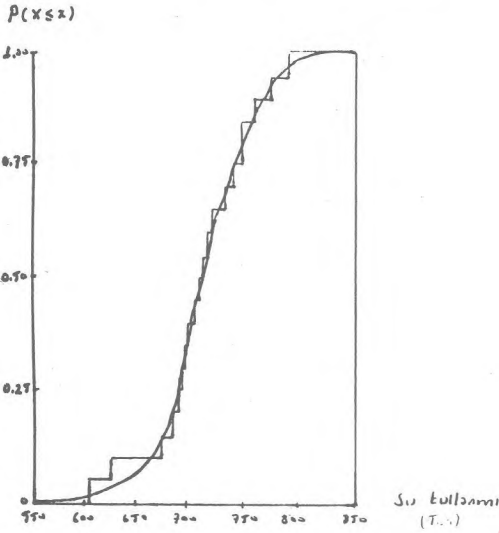
Bu verilere dayanarak oluşturulan kümülatif olasılık dağılımı, Şekil 5.8'de gösterilmiştir.

Şekilde görülen basamaklar, su kullanımına ait sürekli dağılımın eşit olasılıklı aralık tahminlerini göstermektedir. Bu basamaklar, kümülatif dağılımda düzeltme yapmak suretiyle giderilebilmektedir. Düzeltme direkt olarak yapılabildiği gibi, aralık tahminlerini elemine etmek için düzeltme yapmak şeklinde de yapılabilmektedir.

Direkt düzeltme, bilimsel olmayan bir düzeltme yöntemidir. Bu yöntemde kesikli yaklaşım ve örnekleme hatası etkili olmaktadır.



Şekil 5.8. Su Kullanımına Ait Kümülatif Olasılık Dağılımı



Çizelge 5.5. Su Kullanımına Ait Düzeltilmiş Kümülatif Olasılık Dağılımı

Kesikli yaklaşım incelendiğinde, bunun gerçek dağılımın nöbetleşe bir şekilde altında ve üstünde olduğu dikkat çekmektedir. Yani sapmaların aşağıda ve yukarıda aynı olduğu düşünülmektedir. Sürekli tesadüfi değişkenlerden elde edilen saha verilerine dayanan olasılık dağılımı, merdivenlerin arasından eğri çizmek suretiyle düzeltilmektedir. Bu düzeltmeyi yaptıktan sonra, birde örnekleme hatası düzeltilmelidir. Düzeltilmiş kümülatif olasılık dağılımı Şekil 5.9'da gösterilmiştir. Örnekleme hatası ise, kesikli dağılımlarda olduğu gibi giderilmektedir.

6. OLASILIK DAĞILIMLARININ ELDE EDİLMESİNDE SUBJEKTİF OLASILIKLARIN KULLANILMASI VE SUBJEKTİF OLASILIKLARI TESPİT YÖNTEMLERİ

6.1. Subjektif Olasılıkların Kullanımı

Subjektif görüşün benimsenmesi durumunda objektif deliller gözönünde bulundurulmamaktadır. Yargılar, bunları kullanan bireylerin bilgisini yansıtmaktadır. Sonuç olarak, bireysel olasılıklar subjektiftir ve insanların zihnindeki cümlelere bağlıdır. Gerçek hayatta benzer olaylar ve tekrür sayısı gibi modellenemeyen birçok problem bulunmaktadır. Bu nedenle, subjektif olasılıkların kullanım alanı oldukça yaygındır. Kişisel belirsizliklerin ölçümü olan subjektif olasılıklar, objektif deliller geçerli olmadığı zaman en iyi alternatif olmaktadır. Belirsizlik olduğu zaman, deterministik modellerin kullanımı mümkün olmamaktadır. Bu durumda en iyi alternatif uzmanların görüşüne başvurmaktır. Örneğin, mahkemelik bir durum ile ilgilenelim, başkan, farklı çıktılarının mali so-

nuçları hakkındaki bilgiler için, mali işlerden sorumlu başkana olayı devredecektir. Zira, olasılıklar hakkında objektif deliller olmasa bile kararlar alınmak zorundadır. Tarımda alınan kararların büyük çoğunluğu, belirsizlik altında alınmaktadır. Bu nedenle subjektif olasılıklar tarım sektörü için oldukça önemli olmaktadır. Çiftçiler kararlarının büyük çoğunluğunu, kişisel tecrübelerine dayanarak veya kişisel görüşlerini uzman ve diğer çiftçilerin görüşleri ile birleştirerek almaktadır.

6.2. Subjektif Olasılıkları Hesaplama Yöntemleri

Teorik modeller ve nispi frekans bilgileri yoksa veya yetersiz ise, subjektif olasılıklar olasılık dağılımını elde etmenin tek yoludur. Bu yöntem diğer yöntemlere göre daha az bilimseldir. Subjektif olasılıkların değerini belirleme metotları iki grupta toplanabilmektedir. Bir tanesi, olasılıkları direkt sormayı önermektedir. Örneğin, pazarlama yöneticisine satışları artırma olasılığı için doğrudan soru yöneltilebilir. İkincisi ise, iki belirsiz olay arasında seçim yapmak yoluyla, olasılıkları belirlemektir (Hollaway 1979)

6.2.1. Direkt Metot

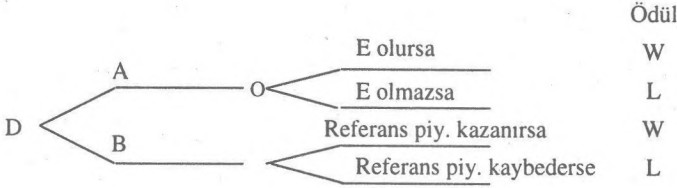
Bu yöntemde kişilere, olasılık hakkında direkt olarak soru sorulmaktadır. Örneğin, A ve B takımlarının futbol karşılaşması olduğunu düşünelim. A takımının kazanma olasılığını doğrudan doğruya sorarız. Bu soru ile karşılaşan kişi, iki takım hakkındaki bilgileri ve uygun diğer bilgileri kullanarak olasılık hakkındaki fikrini rakamsal olarak ifade eder. Eğer kişiler, olasılık hakkında bilgi sahibi ise bu yöntem daha etkili olmaktadır.

6.2.2. Endirekt Metot

Eğer kişiler olasılık hakkında herhangi bir bilgiye sahip değilse, endirekt yaklaşım direkt yaklaşıma oranla daha iyi sonuç vermektedir. Bu yöntemde kişilere bir seri seçenekler sunulmaktadır. Seçeneklere dayanarak iki alternatif arasında kayıtsız kalınan nokta araştırılmaktadır. Olasılıklar, bu noktanın belirlenmesinden saptanmaktadır.

Endirekt yaklaşımda, "referans piyngosu" kullanılmaktadır. Bu yöntem uzunluk ve ağırlık ölçekleriyle aynı fonksiyonu yerine getirmektedir. Bunlar, karşılaştırmada baz olarak kullanılmaktadırlar. Örneğin, kereste parçasının uzunluğunu ölçtüğümüzde, cetvel kerestenin üzerine konulur ve nokta cetvel üzerinden okunur. Bu yöntem de, aynı prensipten hareket etmektedir. Olasılığı belirleyecek kişi, referans piyngosu ile ilgilenilen olay arasında seçim yapmaktadır. Kişinin kayıtsız kalması demek, olasılıkların kişilerin söylediklerine eşit olması demektir. Bu yöntemin uygulanmasında aşağıdaki prosedür uygulanmaktadır (Hollaway 1979).

1. Adım: İlgilendiğimiz E olayını kapsayan A ile, referans piyngosunu içeren B arasında seçenekler hazırlanır. İlgilenilen E olayı meydana geldiğinde veya referans piyngosunun sonucu kazanmak olduğunda ödül W olacaktır E olayının meydana gelmemesi ile piyngoda kaybetmek gerçekleştiğinde ödül L olacaktır.



2. Adım: Referans çarkında işaretleme yoluyla referans piyangosu tanımlanır. Referans çarkı Şekil 6.1'de gösterilmiştir.

3. Adım Kişiye A ve B alternatiflerinden hangisini seçtiği sorulur.

4. Adım: Eğer A seçilmiş ise, referans çarkındaki beyaz alanı artırmak suretiyle, referans piyangosunun şekli değiştirilir.

5. Adım: Kişi A ile B arasında kayıtsız kalasıya kadar bu işlem sürdürülür.

6. Adım: E olayının olasılığı, referans çarkındaki beyaz alana göre belirlenir.



Şekil 6.1. Referans Çarkı

Örneğin evsahibi takımın kazanması olasılığı ile ilgilendiğimizi düşünelim. Ateşli bir taraftar olan arkadaşınız Mehmet'e, evsahibi takımın kazanma olasılığının belirlenmesinde yardımcı olduğunuzu varsayalım. Olasılıklar, görüşlerin özü olduğu için Mehmet'e bazı alternatifler sunulmalıdır. İşe ilk önce referans çarkını göstermek ile başlanır (Şekil 5.9.) Mehmet'in nokta vuran bir makine düşünmesi sağlanır. Bu makine beyaz bölgeye vurursa, en büyük ödülü (yeni araba) kazanacağı, kırmızı bölgeye vurursa hiç bir şey kazanamayacağı anlatılır (B seçeneği). Aynı şekilde evsahibi takım kazandığında yeni araba elde edeceğini, kaybederse hiçbirşey kazanamayacağı belirtilir (A seçeneği). Sunulan birinci alternatif (B) ile evsahibi takımın kazanmasına dayanan diğer seçenek (A) arasında seçim yapması istenir.

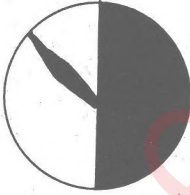
		Ödül	
D	A	Evsahibi takım kazanırsa	Yeni araba
		Evsahibi takım kaybederse	Hiçbir şey
	B	İğne beyaz bölgeye gelirse	Yeni araba
		İğne kırmızı bölgeye gelirse	Hiçbir şey

Siz: Aşağıda gösterilen referans çarkına göre; A ile B seçeneklerinden hangisini seçersiniz?



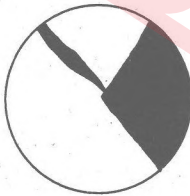
Mehmet: Çok kolay B'yi seçerim.

Siz: Peki referans çarkını aşağıdaki gibi işaretlersek hangisini seçersiniz?



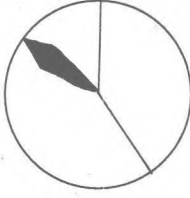
Mehmet: Daha kolay A'yı seçerim

Siz: Peki, aşağıdaki durumda seçiminiz nedir?



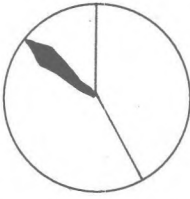
Mehmet: Yine A'yı seçerim. Beyaza, isabet etmesi seçeneğindense, evsahibi takımın kazanma olasılığını seçerim.

Siz: Alanı biraz artırırsak, iki alternatiften hangisini seçersiniz?



Mehmet: Gittikçe zorlaşıyor, biraz düşünmeme izin verin. B'yi seçerim

Siz: Peki, aşağıdaki işaretlemede ne olur?



Mehmet: Bu gerçekten çok zor bir seçim. Sanıyorum iki seçenekte benim için aynı.

Siz: Yani, A ve B arasında seçim yapamıyormusunuz?

Mehmet: Evet.

Bu bilgilere dayanarak, evsahibi takımın kazanması ile ilgili Mehmet'in olasılığı beyaz bölgenin alanına eşittir ki, bu yaklaşık 0.67'dir.

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Risk ve belirsizlik, tarımsal üretim faaliyetini etkilemekte ve üreticiyi karar alma aşamasında zor durumda bırakmaktadır. Tarımsal risk analizlerinin yapılması, çiftçinin karar problemini aşmasında yardımcı olabilecektir. Bu nedenle, farklı alternatifler arasında seçim yapmayı sağlayacak ortalama değerleri ortaya koymayı amaçlayan risk analizleri, tarım sektöründe mutlaka yapılmalı ve bu konudaki araştırmalar yaygınlaştırılmalıdır.

Optimum girdi kullanım seviyesinin ve girdi - çıktı katsayılarının tespitinde riski gözönünde bulundurmak son derece önemli olmaktadır. Risk ölçümlerinin yapılmaması, optimum girdi kullanım seviyesinin ve girdi çıktı katsayılarının belirlenmesinde hatalara yol açmaktadır. Çeşitli yörelerde bulunan araştırma enstitülerinde, yapılan denemelerden elde edilen veriler değerlendirilirken, risk ölçümlerinin de dikkate alınması bu sorunun çözümünde yararlı olabilecektir. Ayrıca, yapılan denemelerde sürekliliğin sağlanması ve deneme sürelerinin daha da uzatılması ile birlikte, bu denemeleri yürüten ve verileri değerlendiren teknik elemanların risk analizleri konusunda eğitilmesi, risk analizlerinin başarı şansını artırabilecektir.

Ülkemiz tarım kesiminde yaşanan veri sıkıntısı nedeniyle, risk analizleri sağlıklı bir şekilde yapılamamaktadır. Yetersiz veri bulunduğu, kullanılacak yöntemlerden yararlanmak bu sorunun çözümüne katkıda bulunabilecektir.

Türkiye'de tarım işletmelerinde kayıt tutulmaması verilerin anket yoluyla sağlanmasını zorunlu kılmakta ve bu durum az sayıda veri ile çalışmayı gerektirmektedir. Çiftçilere kayıt tutmanın faydalarını anlatacak yayım çalışmalarının yapılması ve veri sıkıntısını çözecek alternatif yöntemlerin uygulanması bu sorunun çözümüne yardımcı olabilecektir.

Karşılaşılan durumlarda eğer objektif deliller mevcut ise, objektif olasılık yaklaşımını; objektif deliller yoksa, subjektif yaklaşımın kullanılması risk analizlerinde en iyi seçeneği sağlamaktadır. Bu nedenle, karşılaşılan durum iyi analiz edilerek en uygun yöntemin kullanılması, tarımdaki tesadüfi değişkenlerin olasılık dağılımlarının elde edilmesinde başarıyı artırabilecektir.

Tarımsal üretim faaliyetlerinde karşılaşılan belirsizlik durumlarında, subjektif olasılıkların kullanılması, objektif yöntemlere nazaran daha uygun bir yöntem olabilmektedir. Çiftçinin geçmiş tecrübelerini, uzmanların görüşlerini ve çiftçilerin birbirleriyle yaptıkları fikir alışverişlerini yansıtan subjektif olasılıkların, belirsizlik durumlarında olasılık dağılımlarının elde edilmesinde kullanılması büyük kolaylıklar sağlayabilecektir.

Ülkemizde, subjektif olasılıkların belirlenmesi üzerine yapılan bilimsel çalışmaların yetersiz oluşu, tarımda olasılık dağılımlarının elde edilmesinde büyük problemlere yol açmaktadır. Subjektif olasılıklar ile ilgili bilimsel çalışmaların artırılması ve bunun uygulamaya aktarılması, bu sorunun çözümünde yardımcı olabilecektir.

Sonuç olarak, tarımda risk analizlerine verilmesi gereken önem verildiği ve tesadüfi değişkenlere ait olasılık dağılımları oluşturulduğu takdirde, tarım sektöründe daha doğru kararlar alınabilecektir.

KAYNAKLAR

- Anderson, J.R. 1973. Sparse Data, Climate Variability, and Yield Uncertainty in Response Analysis. American Journal Of Agricultural Economics. Volume; 55, Massachusetts.
- Anonim, 1991. Financial Analysis In Agricultural Project Preparation. FAO, Investment Centre Technical Paper, Rome.
- Anonim, 1994. Devlet Meteoroloji İşleri Samsun Bölge Müdürlüğü Kayıtları, Samsun.
- Bailey, D. and Richardson, J.W. 1985. Analysis of Selected Marketing Strategies: A Whole Farm Simulation Approach. American Journal of Agricultural Economics, Volume: 67, Number: 813, Massachusetts.

- Brennan,
J.M. 1965. Preface To Econometrics. An Introduction to Quantitative Methods in Economics. Second Edition, South-Western Publishing Company, Ohio.
- Büyükbaş,
A. 1994. Karadeniz Bölgesinde Güvenilir Yağışın Belirlenmesi. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). A.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Tarımsal Yapılar ve Sulama Anabilim Dalı, Ankara.
- Collins,
A.R. and Barry, J.P. 1984. Risk Analysis With Single - Index Portfolio Models: An Application to Farm Planning. Journal of Agricultural Economics, USA.
- Dillon,
J.C. and Anderson, J.R. 1990. The Analysis of Response in Crop and Livestock Production. 3 rd Edition, Pergamon, Oxford.
- Doll, P.J.,
Rhodes, J.V. and West, G.J.. 1968. Economics of Agricultural Production, Markets, and Policy. Richard D. Irwin Inc., Illinois.
- Elamin,
M.E. and Rogers F.L. 1992. Estimation and Use of Risk Aversion Coefficient for Traditional Dryland Agriculture in Western Sudan. Agricultural Economics, Volume: 7, Elsevier Science Publishers B.V., Amsterdam.
- Holloway,
A.C. 1979. Decision Making Under Uncertainty. Models and Choices. Prentice Hall Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.
- Just, E.R.
1974. An Investigation of the Importance of Risk in Farmers' Decision. American Journal of Agricultural Economics, Volume: 56, Massachusetts.
- Klemme,
M.R. 1985. A Stochastic Dominance Comparison of Reduced Tillage Systems in Corn and Soybean Production Under Risk. American Journal of Agricultural Economics, Volume: 67, Number: 3, Heffernan Press. Inc., Massachusetts.
- Koutsyiannis, A. 1977. Theory of Econometrics. An Introductory Exposition of Econometric Methods. Second Edition, Macmillan Publishers Ltd., Hong Kong.
- Kurtuluş,
K. 1985. Pazarlama Araştırmaları. İkinci Baskı, İstanbul Üniv. Yayın no: 3289 İstanbul.
- Lambert,
K.D. and Mcrcall A.B. 1985. Risk Modeling Using Direct Solution of Nonlinear Approximations of the Utility Function. American Journal of Agricultural Economics, Volume. 67, Number: 4, Heffernan Press. Inc., Massachusetts.
- Mendenhall,
W. and Beaver, J.R. 1991. Introduction To Probability and Statistics. Eighth Edition, Pws - Kent Publishing Company, Boston.
- Özçelik,
A. 1988. Linear Programlama Metodu ile Hesaplanan Optimal İşletme Organizasyonlarının Risk Değerlemesi. Ankara Üniv. Ziraat Fak. Yayınları: 1034, Bilimsel Araştırma ve İncelemeler. 552, Ankara.
- Öztürk,
A. 1977. Erzurum İçin Yağış ve Sıcaklık İhtimallerinin Hesaplanması Üzerinde Bir Araştırma. Ege Üniv. Elektronik Hesap Bilimleri Enst., Tübitak Proje No. TO-AG 292, İzmir.
- Parzen,
E: 1960, Modern Probability Theory of Its Applications. John Willey and Sons, New York.
- Schneeberger,
W. 1993. Risikoanalyse mit Hilfe der Stochastischen Dominanz Follbeispiel mit Versuchsdaten Ausgewahlter Marktfrüchte (Risk Analysis Based on Stochastic Dominance: A Case Study With Selected Cash Crops)? Die Bodenkultur Journal Für Landwirtschaftliche Forsluhung, 44. Band, Österreichischer Agrarverlag, Wien.
- Sharpe,
W.F. 1963. A Simplified Model For Portfolio Analysis. Management Scientific, Volume: 2, Number: 277
- Traill, B.
1980. Risk Aversion in Aggregate Models of Supply. Consideration and Modeling of Risk in the Agrisubusiness Sector. Proceedings of the Second Symposium of

ÖRGÜTSEL DAVRANIŞIN ETKİNLİĞİ AÇISINDAN TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

*Dr. Nurettin PARILTI **

Örgütler çeşitli bölümlerin oluşturdukları bir ilişkiler sistemidir. Her bir alt sistemin çabaları bir araya geldiğinde örgütsel davranış ortaya çıkar. Örgüt sistemi çabalarını dış çevrenin etkileri altında sürdürmektedir. Örgütün amaçlarına ulaşmasında çevreden gelen etkilerle bir takım sapmalar meydana gelir. Amaçlar ne olursa olsun sonuçta mutlaka tüketici ile ilişkilendirilmesi gerekir. Örgütsel çabalar da; faktörlerin etkisi altında amaçlara yönelirken bir taraftan da tüketicilerin istekleri karşılanmalıdır.

Tüketiciler örgütsel davranışların hem başlangıcında hem de sonunda yer alırlar. Tüketici, istek ve ihtiyaçlarını belirten davranışı ortaya koyarak örgütsel davranışı başlatır ve bu davranışın sonucunda mal ya da hizmeti satın alarak örgütsel hareketi o faaliyet için sona erdirir. Bu yapıda örgütsel davranışlar büyük ölçüde tüketici istek ve davranışlarına yönetilmelidir. Tüketici davranışlarını iyi analiz eden işletme, onun ne istediğini daha çabuk kavrayıp, ona yönelik mal veya hizmeti daha kısa sürede pazara sürecektir.

I. ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ VE ÖRGÜTSEL DAVRANIŞIN ÖĞRENİLMESİ

Günlük hayatta davranış deyimi içerisinde çok çeşitli çabaların yer aldığı kabul edilmektedir. Bir işletme yöneticisinin karar vermesinden bir fabrika işçisinin yöneticisine karşı belirli bir tutum oluşturmaya kadar her türlü olgu davranış kavramı içerisinde yer alır. Başka bir ifadeyle her türlü anlamlı davranış, bir örgüt içerisinde gerçekleştirildiği için örgütsel davranış üzerinde durulması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü ortalama, bir insan kendi yaşamının büyük bir kısmını örgütlere katılmakla geçirir.

Örgütsel davranış, örgüt içinde insan davranışını anlamaya ve açıklamaya çalışan akademik bir disiplin olarak tanımlanmaktadır.(1)

Başka bir deyişle örgütsel davranış, işbirliği, rekabet, sosyal örgütler, kurumlar, değer yargıları, diller, akrabalık, teknoloji, itibar ve itaat ile diğer sosyal ve kültürel boyutlara ilişkin konuları içerir.(2)

(1) - Tamer KOÇEL: İşletme Yöneticiliği, I.Ü.İşletme Fakültesi Yayınları.No: 147, İstanbul-1984, S.15.

(2) Herbert G.HICKS: Örgütlerin Yönetimi Sistemler ve Beşeri Kaynaklar Açısından, Çev: Osman TEKOK, Bintuğ AY-TEK ve Birol BUMİN A.İ.T.İ.A.Yayını, Ankara-1974,S.142.

* Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü Araştırma Görevlisi

Örgüt içindeki çalışanların tek tek davranışlarını ele almak yetersiz ve sınırlı bir bakış olacaktır. Bu nedenle davranış konusuna daha geniş açıdan bakabilmek için örgütsel davranış ele alınmalıdır.

Herhangi bir örgüt içerisinde yerine getirilmeyen türden davranışların da olduğu şüphesizdir. Ancak bireysel davranışların sebebi ve sonucu, incelendiğinde günümüzde bir çok davranışsal olgunun önemli bir kısmının örgütsel ilişkilere bağlı olduğu görülebilir. Şöyle ki, odasında tek başına düşünen, hatta kendine konuşan biri, görünüm olarak yalnızdır, ancak kişiyi bu davranışa iten neden çoğu kez örgütseldir. Bir işletmenin üretim bölümünde yalnız başına üretim süreci ile ilgili bir karar üzerinde düşünen bir yönetici ilk bakışta yalnız olarak görülür. Ancak bu yöneticinin davranışları diğer bölümlerle beraber bütün örgüt çalışanlarından etkilenecek ya da onları etkileyecektir.

Örgütsel davranışın bu denli önemli olması ve bir çok bilim dalınca uğraşı alanı olarak seçilmesi yeni değildir. Bununla birlikte bazı disiplinlerin kişi davranışını özel olarak incelemesi, bu davranışların kurallarını bulmak ve bunu günlük hayata aktarmak isteği oldukça yenidir.(3)

Örgüt kuramı tarihsel gelişimi içerisinde mekanik yaklaşımdan başlayarak çeşitli açılardan ele alınmıştır. İkinci dünya savaşından sonra örgütlerin hızla değişen çevrelerine uyum sağlama ve büyümeleri, sade ve ilkel örgütlere uygulanabilen ilkeleri giderek geçersiz kılmıştır. Bürokrasi giderek yaygınlaşmış ama zaman içerisinde giderek sorunları çözmede yetersiz kaldığı gözlenmiştir.

Örgütte katı kurallarla yapılan iş tanımlarının, katı yönetim ilkelerinin vb. davranışların işgören yaratıcılığını gelişmesini kısıtladığı, örgütün etkinliğini azalttığı ortaya çıkmıştır.

Örgütsel davranış konusunu iyi kavrayabilmek için örgüte sistem yaklaşımı açısından bakmak gerekir.

A. SİSTEM KAVRAMI VE ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ

Sistem, en basit tanımıyla birbirleri ile ilişkide bulunan elemanlar topluluğudur. Örgütsel açıdan sistem ise, çevresindeki sistemlerden girdiler alan, onlara çıktılar vererek hizmet eden, birbirine bağımlı alt sistemlerden oluşan, çevre sistemleriyle sınırlanmış bulunan bir bütündür. Bu tanımdan anlaşılacağı gibi sistem kavramının örgüte getirdiği en önemli değişken, çevredir. Bir açık sistem olarak örgüt, ilgili olduğu çevre sistemleriyle sürekli etkileşim içindedir. Örgüt bu etkileşimleriyle onlardan girdiler alır, onlara çıktılar verir.

Örgütsel davranış görüşünün dışında kalan örgüt kuramlarına yaklaşımlar örgütün çevresinden çok içine bakmışlar, örgütün çevresiyle olan bağlantısını incelememişlerdir.

(3) İlhan ERDOĞAN; İşletmelerde Davranış: I.Ü.İşletme Fakültesi Yayını. No: 139, İstanbul-1983,S.4.

Sistem kavramının gelişmesi çoğu bilim dallarında olduğu gibi örgütsel davranış biliminde de kullanılmaya başlaması örgütün iç ve dış çevresi ile bir bütünlük içinde incelenmesini zorunlu kılmıştır.

Örgüt sistemi birçok alt sistemin biraraya gelmesinden oluşmaktadır. Ancak bu bakış açısıyla örgüt sistemi daha büyük çevre sisteminin alt sistemi olarak işlev görür. Sistemin en önemli özelliği ise alt sistemler arasındaki ilişkilerin var olmasıdır. Bu durumda örgüt sisteminin diğer alt sistemleriyle olan bu ilişkisi örgüt için büyük önem arz eder.

Bir kişi yada bir bölümü etkiler gibi görünen bir olay örgütün başka yerlerinde de önemli etkilere sahip olabilir. Demekki yöneticiler herhangi bir harekette en yakın durumun dışındaki etkileri de gözönüne almak zorundadırlar. Davranışsal bir eylemin olumlu ve olumsuz etkileri olabilir. Yalnızca faydalara bakmak artık yeterli değildir. Çünkü sistemin başlıca parçalarında bu eylemin olumsuz etkileri olabilir.(4)

Tüketiciler, örgüt alt sistemi ile birlikte ilişki içerisinde. Tüketicilerin davranışları örgüt sisteminin etkinliğinde önemli rol oynayacaktır. Bu önemli rol nedeniyle tüketici davranışlarının örgütün bölümleri üzerindeki etkisinin ne olacağı konusu üzerinde durulmalıdır.

B. ÖRGÜTSEL DAVRANIŞIN OLUŞUMU VE NİTELİĞİ

Örgütsel davranış üç değişik çevrenin etkileşimi sonucunda ortaya çıkar(5).

Fonksiyonel Çevre: İşgörenin fonksiyonel çevresi doğrudan işi ile ilgili olan çevredir. İşgörenin görevi ve bu görevin gerekleri onun fonksiyonel çevresini oluşturur. Başka bir ifadeyle işgörenin ürettiği mal ve hizmetlerle ilgili tüm canlı, cansız varlıklar onun fonksiyonel çevresidir.

Toplumsal Çevre: İşgörenin örgütte fonksiyonel çevresi dışında bir de toplumsal çevresi vardır. Toplumsal çevre yasalarla belirlenmiş bir yapıdan oluşmaz. Fonksiyonel çevreyi oluşturan görev, yetki üretim yapılarının işgörenden istedikleri işlem ve faaliyetler yasal belgelerle önceden belirlenmiştir. Bunlara ilişkin yasal yaptırımlar vardır. Oysa toplumsal çevrenin işgörenden istediği işlem ve faaliyetler, işgörenele ilgili diğer kişilerin beklentileriyle şekillenir. Toplumsal çevrenin yaptırım gücü gelenekten, görenekten ve toplumsal baskıdan kaynaklanır. Örgütsel davranışı oluşturan üçüncü sistem, işgören kendisidir. İşgören olmadığında, örgütte örgütsel davranış da oluşmaz.

İşgörenin fonksiyonel ve toplumsal çevresiyle etkileşiminde, kendi kişiliğinin büyük rolü vardır. Her insan çevresinden kendine ulaşan etkilere, kendi kişiliğine uygun tepkilerde bulunur.(6).

(4) Keith DAVIS; Human Behavior At Work, Organizational Behavior, Sixth Ed. Mc. Graw-Hill.Inc.New-York-1984,S.265.

(5) İbrahim E. BAŞARAN; Örgütsel Davranış, Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayını, No: 108, Ankara-1982, s.45.

(6) İbrahim E. BAŞARAN; Örgütsel Davranışın Yönetimi, A.Ü.Eğitim Fakültesi Yayını No: 111, Ankara-1982,S.19

İşgörenin, örgütün toplumsal ve fonksiyonel çevresiyle etkileşimi sonucunda beş tür örgütsel davranış ortaya çıkar. Bunlar: Üretim Davranışı, Doyum Davranışı, Yürütme Davranışı, Uyma Davranışı ve Yaşatma Davranışı(7) şeklinde sıralanabilir.

Örgütü bir açık sistem olarak ele aldığımızda örgüt içi çalışanların davranışları ile örgütsel makro çevresini oluşturan sistemlerin davranışları örgütsel davranışın şekillenmesinde önemli bir rol oynar. Bu nedenle örgütün makro çevresinde yer alan tüketicilerin gösterdikleri satın alma davranışlarının örgütün ayrı ayrı böyümlerini ve sonuçta bütün olarak örgütün etkinliği üzerinde nasıl etki edeceği konusu büyük önem arz eder.

II. ÖRGÜTSEL DAVRANIŞLAR VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

Çağdaş işletme örgütlerinin etkinliği üzerinde en çok etkide bulunan bölümlerin arasında pazarlama bölümü yer almaktadır. Özellikle pazarlama anlayışının gelişip bugünkü pazarlama anlayışının ortaya çıkması sonucu pazarlama çabaları işletmenin tüm faaliyetleri ile yakından ilgili olan ve üretimde önce başlayıp satıştan sonra da devam eden bir disiplin haline gelmiştir. Sistem anlayışı içerisinde işletmenin bir alt sisteminin başarısı diğer alt bölümleri de etkileyecektir. Bu yüzden pazarlama fonksiyonunun başarısı, bir bütün olarak örgütün etkinliğinde olumlu katkılarda bulunur.

Pazarlama anlayışı, tüketici isteklerini verimli ve kârlı bir şekilde tatmin etmeyi ve bunun için de uyumlu çalışan bir pazarlama bölümünün işletmede yer almasını temel alır. Böylece ayrı ayrı parçalardan çok bir bütünü uyumlu olarak faaliyet gösteren unsurların varlığı ile bütünleşmiş pazarlama çabalarından söz edilebilir (8).

Bir işletmenin pazarlama sistemi ele alınırken sistemin çevresini oluşturan dış faktörlerle ile sistemin iç faktörlerini birlikte ele almak gerekir. Aslında işletme yöneticisinin başarısı, büyük ölçüde bu iki grup değişkenleri bağdaştırabilmesine bağlıdır.

Mal ve hizmet üretmekte olan ve kâr amacı güden işletmelerin bütün faaliyetlerinin odağında tüketici yer alır (9). İşletmelerin pazarlama çabalarını sistem yaklaşımı içerisinde ele aldığımızda sözkonusu çabaların makro ve mikro çevre faktörlerinin oluşturduğu karmaşık bir ortamda gerçekleştirildiği görülmektedir.

İşletme faaliyetlerinin bu denli karmaşık bir ortamda yerine getirilmesi yöneticilerin karar verme işlemini bir hayli zorlaştırmaktadır. Bu nedendir ki yönetici pazarlama sistemi içerisindeki kontrol edilebilen (mikro etkenler), kontrol edilemeyen (makro etkenler) arasında uygun bir kombinasyon sağlayarak karar vermek zorundadır (10). Örgütün başarısı da büyük ölçüde bu kombinasyonun sağlanıp, sağlanamamasına bağlıdır.

(7) İbrahim E. BAŞARAN; Örgütsel Davranışın Yönetimi, A.Ü.Eğitim Fakültesi Yayını, No: 111, Ankara-1982,S.22

(8) İsmet MUCUK; Pazarlama İlkeleri, Der Yayınları İstanbul-1987,S.25.

(9) Theodore Levitt, Marketing Myapıya, Marketing Management And Strategy, A reader, Prentice-Hall Inc.New-Jersey-1984,S.5

(10) Süleyman COŞKUNER; Modern Bir Yönetim Tekniği Olarak Sistem Yaklaşımı ve Pazarlama Sistemlerine Etkileri, G.Ü.İ.B.F. Dergisi, Cilt 6. Sayı: 2. Ankara - 1990. S.112.

İşletmelerin en önemli elemanı "beşeri unsur" ya da insan faktörüdür (11). Bu yüzden "insanı" gerek tüketici gerekse örgüt üyesi olarak ele almak gerekir. Birey olarak tüketici davranışlarının, örgütün etkinliği üzerinde önemli rolü bulunmaktadır.

Herhangi bir toplumda ekonomik faaliyetin temelleri kendilerine üreticilerce sağlanan mal ve hizmetleri kabul yoluyla ekonomik faaliyet düzeyini belirleyen kişilerde yatar. Pazarlama karması içerisinde üreticiden tüketiciye doğru hareket eden bir etki sürecinin nihai sonucu olarak ortaya çıkan eylemler tüketici davranışlarıdır (12). Pazardaki davranış başka konulardaki davranıştan pek farklı değildir. Güdülenmiş faaliyete ilişkin çok sayıda kişisel ve sosyal faktör tüketici davranışı olarak tanımlanan özel davranış türü için de geçerlidir.

A. PAZARLAMA ÇABALARINDA TÜKETİCİ DAVRANIŞLARININ YERİ

İşletmelerin, pazardaki rekabetle başedebilmesi, tüketici pazarlarını anlayabilmek ve değerlendirebilmek için tüketici davranışlarının ve bu davranışları etkileyen faktörlerin etraflı bir şekilde incelenmesi gerekir. Bu tüketici yönlü modern pazarlama anlayışının bir gereğidir. Tüketici davranışları, makro ve mikro pazarlama çabaları açısından ele alınabilir.

Makro pazarlama açısından tüketici davranışlarının incelenmesi çağdaş pazarlama felsefelerinin, tüketim kültürünün, tüketici hareketlerinin, dağıtımlarındaki gelişmelerin izlenmesini gerekli kılar. Çağdaş pazarlama anlayışının temeli tüketici tatminine ve uzun dönemde tüketici toplum ve örgüt çıkarlarının dengelenmesine dayanır. İşletmenin ekonomik faaliyetlerini daha etkin bir şekilde yerine getirebilmesi büyük ölçüde tüketici tutum ve davranışları hakkında yeterli bilgilere sahip olmasına bağlıdır. Bu da tüketicilerin ne aldıkları, ne almadıkları, niçin aldıkları ne kadar aldıkları, nasıl aldıkları gibi sorunların işletmeler tarafından ayrıntılı bir şekilde araştırılmasını ve örgütsel davranış bu sonuçlara yönltilmesini gerekli kılar. Bu sorunların cevaplarının değişik kesimlerce sayısalştırılması daha iyi firma, endüstri ve genel ekonomi politikalarını oluşturulmasına imkan verir. Ülkedeki tüketim kültürü, tüketim kadar üretimi de yönlendireceği için bu kültürün analiz edilmesi gerekir. Özet olarak, özellikle gelişmekte olan ülkeler başta olmak üzere tüm ülkelerde tüketim kültürünün geliştirilmesinde, kamu politikalarının şekillendirilmesinde toplumsal pazarlamaya sıçramada ve kaynakların dikkatli olarak tahsisinde tüketici davranışlarının makro açılarından analizi önem kazanmaktadır.

Tüketici davranışlarının incelenmesi firmalara pazarlama yönetiminde, pazarlama fırsatlarının değerlendirilmesinde ve analizinde önemli yararlar sağlar. Özellikle hedef pazar seçimi ve seçilen hedef pazara uygun pazarlama karışımlarının geliştirilmesi gibi iki ana eylemden oluşan genel pazarlama stratejisinin kalbi hedef pazarı oluşturan tüketicilerin gerçek ihtiyaçlarının bulunup tatmin edilmesidir. Çünkü pazarlama yönetiminin görevi, belli bir kâr karşılığında tüketici ihtiyaçlarını karşılamaya yarayacak ürün ve pazarlama stratejileri geliştirip, bu amaca yönelik örgütsel bir davranışı uygulamaktır.

(11) İsmet MUCUK; Modern İşletmecilik, Der Yayınları, İstanbul-1987.S.21.

(12) Blair J.KOLASA; İşletmeler İçin Davranış Bilimlerine Giriş, Çev: Kemal TOSUN ve Diğerleri, İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını No: 42, İstanbul-1979.S.660.

İşletme yönetimi, kontrol edilemeyen talep değişkenlerinin ışığında işletme amaçlarını en üst düzeye çıkaracak pazarlama karar değişkenlerinin bileşimini belirlemeye çalışır. Dolayısıyla pazarlama yönetiminin kontrol altında olan araçların herbirine ilişkin politika ve uygulamalar tüketicileri doğrudan doğruya etkilediği gibi tüketici davranışları da bu araçları etkiler. Tüketici kendisine sunulan pazarlama karışımı elemanlarını kendi tüketim sistemi içinde kabul veya reddetme yolunda karar veren kişi olduğuna göre aralarında karşılıklı etkileşim vardır (13).

Tüketicinin, pazarlama yöneticisinin karar alanının odak noktasında oluşu, onun davranışının sistematik olarak incelenmesi, araştırılması ve en önemlisi tahminini gerekli hale getirmektedir. Böylece tüketici davranışlarını işletmeye yöneltmek sistematik bir örgütsel davranış oluşturulabilir.

Tüketici davranışını sistematik olarak açıklamak için çeşitli modeller geliştirilmiştir. Bu modelleri üç temel yaklaşım içerisinde ele almak mümkündür. Bunlar: Ön yaklaşımlar, Deneysel yaklaşımlar ve Derleme yaklaşımlardır (14).

B. TÜKETİCİ DAVRANIŞLARINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Tüketici, vereceği satın alma kararlarında birçok faktören etkisinde kalır. Bu faktörlerin herhangi birinin biraz ön planda olması satınalma davranışını büyük ölçüde yönlendirir. Bu nedenle örgüt için tüketici davranışını etkileyen faktörlerin neler olduğunu bilmek oldukça önemlidir. Bu faktörleri 4 başlık altında toplayabiliriz.

1. Sosyo-Psikolojik Faktörler

Bu grupta Kültür, alt kültür ve sosyal sınıf kavramları yer alır (15).

Kültürel faktörler olarak adlandırılan bu faktörler içerisinde kültür, alt kültür ve sosyal sınıf kavramları yer alır.

1. Kültür: Kültür, kişiler arası ilişkiler hakkında toplumun düşüncelerini ve hareket tarzlarını içine alan bir kavramdır (16) Başka bir ifadeyle: İnsanların yarattığı değer sisteminin, ahlak, sanat, sembol, inanç, gelenek ve göreneklerinin karışımıdır. Tüketici göstereceği satınalma davranışında bu karışımın etkisi altındadır ve bu karışım ona büyük ölçüde yön verir. Örgütlerin daha etkin olabilmek için tüketicileri çok geniş bir biçimde etkileyen bu faktör üzerinde dikkatle durması gereklidir.

2. Alt Kültür: Din, ırk, coğrafya gibi ortak özellikler taşıyan gruplar alt kültürleri oluşturur. Bu faktörler tüketicilerin giyim kuşam, yeme içme, eğlenme ve mesleki tercihlerini etkileyecektir.

(13) Ömer Baybars TEK; Pazarlama, İlkeler ve Uygulamalar, (y.y) İzmir-1990.s.127.

(14) Muhiittin KARABULUT; Tüketici Davranışı Pazarlama Yeniliklerinin Kabulü ve Yayılışı, Minnetoğlu Yayınları, İstanbul-1981.S.17.

(15) Ömer Baybars TEK; a.g.e. s.135.

(16) İlhan ERDOĞAN; a.g.e. s.112.

3. Sosyal Sınıflar: Sosyal sınıf, benzer özellikleri dolayısıyla toplumdaki diğer gruplardan ayrılan grup üyeleridir. Bunlar hiyerarşik bir şekilde toplumun benzer değerleri, ilgileri ve davranışları paylaşan ve nisbeten homojen ve süreklilik gösteren gruplardır. Sosyal sınıfların analizinde genellikle konut, gelir, meslek, eğitim durumu vb. gibi sosyo-ekonomik faktörler kullanılarak, kişiler alt, orta ve üst sınıf olmak üzere üç katmana ayrılır. Aynı sınıf üyeleri daha çok benzer davranışlar gösterir. Bu durumda ortalama bir tüketici bulunduğu sosyal sınıfın gerektirdiği davranışı yerine getirir.

2. Sosyal Faktörler

Bu bölümde yer alan faktörler de üç grupta toplanabilir.

1. Referans Grupları : Referans grubu kişinin tutumlarını, fikirlerini, değer yargılarını ve davranışlarını doğrudan veya dolaylı olarak etkileyen bir insan topluluğudur. Başka bir ifadeyle tüketici fiili olarak üyesi olmadığı ama kendisini grubun üyesi olarak gördüğü kişilerin etkisiyle satınalma davranışı yapabilir.

2. Aile: Aile, önemli bir tüketici alım örgütüdür. Ailenin üyesi olarak tüketici üzerinde mensubu olduğu grubun etkisinde kalır. Pazarlama yöneticileri karı koca ve çocukların çeşitli mal ve hizmetlerin alımındaki etki ve rolleriyle yakından ilgilidirler.

3. Roller ve Statüler: Kişilerin katıldıkları aile, kulüp, dernek vb. gibi grupların her birindeki konumu rol ve statü açısından ele alınabilir.

3. Kişisel Faktörler

Tüketici kararları kişilerin yaş, yaşam dönemi içinde buldukları aşamalar, hayat tarzı, kişilik vb. gibi dışı dönük özelliklerden de etkilenir.

1. Meslek: Kişilerin meslekleri satın alacakları mal ve hizmetleri büyük ölçüde etkiler. Örgütlerde belirli meslek gruplarının ihtiyaç olan ürünlerin üretim ve satışında ihtisas sahibi olabilir.

2. Ekonomik Şartlar : Kişinin içinde bulunduğu ekonomik durum da satın alma davranışında son derece etkili olan bir faktördür. İşletme fiyatlandırma kararlarında hedef tüketicilerin ödeyebileceği tutarı ili belirlemelidir. Yani, örgütsel davranış tüketicinin satın alma davranışını yön vermelidir.

3. Hayat Tarzı: Hayat tarzı işletme ve tüketici davranışlarını anlamaya, açıklamaya ve tahmin etmeye çalışan önemli bir kavramdır. Sosyal sınıflar, uyum, boş vakitler, sosyal hareketler, nüfus yoğunluğu ve tüketim birimi olarak aile gibi kavramlar hayat tarzı olgusunun içeriğini oluşturur (17).

Hayat tarzı yaklaşımı tüketici davranışlarına daha yeni ve daha uzun bir bakış açısı getirmiştir. Beş-on yıl sonrasının hayat tarzını planlayarak olaya yaklaşmak, pazar planına yeni bir hayat kazandırmıştır (18).

(17) William LAZER; Life Style Concepts And Marketing, Managerial Marketing Perspectives And Wiew Points, Richard D.Irwin. Inc. New-York, 1978, S.33.

(18) Eugene J.KELLEY; Commantry on Life Style, Managerial Marketing Prespectives And Wiewpoints, Richard D.Irwin Inc.New-York 1978,S.42.

4. Kişilik: Her insanın satın alma kararını etkileyen farklı bir kişiliği vardır. Kişilik insanın çevresine karşı nisbeten tutarlı ve sürekli tepkiler vermesine yol açan belirgin karakteristikleridir.

4. Psikolojik Faktörler

Bu grupta yer alan faktörler tüketicilerin mamülleri neden satın aldıkları sorusunu cevaplandırmaya çalışır. Başka bir ifadeyle tüketicilerin satınalma amaçlarını inceler. Bu faktörler üç grupta toplanabilir.

1. Motivasyon Modelleri:

Tüketicilerin satınalmalarındaki seçimleri, güdü, algılama, öğrenme, inanç ve tutumlar olmak üzere dört grup psikolojik faktörlerden etkilenir.

1.a) S.Freud'un Psikoanalitik Modeli:

Bu modele göre kişilik, birbirine bağımlı üç ana sistemden oluşur. Bunlar: id,ego ve süper ego'dur. Tüketici davranışları bu üç sistemin etkileşiminin sonucunda ortaya çıkar.

1.b) A.Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi:

Maslow insan ihtiyaçlarını beş kategoriye ayırmıştır. Bunlar sırasıyla

Fizyolojik İhtiyaçlar

Güvenlik İhtiyacı

Sosyal İhtiyaçlar

Saygınlık İhtiyacı

Kendini Tamamlama İhtiyacı

Maslow'a göre, kişi bu ihtiyaçlarını sırası ile karşıladıkça, bir üst ihtiyacını karşılamaya yönelir.

1.c) Alfred Marshall'ın Ekonomik Modeli:

Bu model satın alma kararlarının asıl olarak tüketicinin rasyonel ve bilinçli ekonomik hesaplamalarına bağlı olduğunu öne sürer. Buna göre tüketici gelirini, zevklerine ve fiyatlarına göre kendisine en çok faydayı sağlayacak mallara harcar.

1.d) Öğrenme Modeli:

Tüketiciler harekete geçince öğrenirler. Öğrenme kişinin tecrübesinden kaynaklanır. Bir çok insan davranışı öğrenilmiş davranışlardır.

Bu model pazarlamaya önemli katkılarda bulunmuştur. Özellikle mevcut marka alışkanlıklarının kırılması ve yeni marka alışkanlığı yaratılması durumlarında etkili olmaktadır (19).

(19) Philip KOTLER; Pazarlama Yönetimi, Çözümleme, Planlama ve Denetim, Çev: Yaman ERDAL, Cilt: 1,III Baskı, Beta Yayınları, İstanbul 1984,S.112.

2. Algılama

Güdülenmiş bir tüketici harekete geçmeye hazırdır. Tüketicinin harekete geçme yönünü de, söz konusu durumu nasıl algıladığı belirler. Algılama, kişinin anlamlı bir dünya görüntüsü yaratmak için bilgi girdilerini seçme, organize etme ve yorumlama sürecidir (20). Kişiler aynı uyarıya farklı şekillerde algılayabilmektedirler. Bu nedenle farklı satın alma davranışına yönelmektedirler.

3. İnanç ve Tutumlar

İnsanlarda öğrenme ve eylem sonucu inançlar ve tutumlar oluşmaktadır. Bu faktörlerle birlikte satın alma davranışını yönlendirmektedirler. İnanç, kişinin herhangi bir şey hakkındaki tamamlayıcı düşüncesidir (21). İnançlar gerçek, kulaktan dolma ve duygusal olabilirler. İşletme örgütü bu noktada satın alma davranışını yönlendirmek için inançları değiştirme yoluna gidebilir.

Kişilerin bir fikir veya nesneye karşı daha kalıcı değerlendirme yaklaşım ve eylemleridir. Tutumlar, kişileri belirli uyaranlara karşı tutarlı davranmaya, yönelterek herşeyi yeniden yorumlama zahmetinden kurtarmaya yararlar (22). Bu nedenle işletmeler tüketicilerin sahip oldukları tutumları gözardı etmemelidirler.

III. ÖRGÜTSEL DAVRANIŞTA PAZARLAMA BÖLÜMÜNÜN ETKİNLİĞİ

İşletmeler yönetim faaliyetleri içerisinde bir çok karar verme sürecinden geçmektedirler. Bu kararlara bağlı olarak örgütün takınacağı tavrın belirlenmesinde bir çevre etkeni olarak tüketiciler de etkili rol oynamaktadır. Özellikle modern bir anlayış içerisinde çabalarını sürdüren işletmelerin tüketicilerin davranışlarını göz önüne alarak hareket etmeleri gerekir. Çünkü tüketiciye yönelik tutum modern pazarlama anlayışının bir gereği kabul edilmektedir.

Çağdaş yönetim anlayışı bütün ekonomik faaliyetlerin odağında tüketicinin yer aldığını kabul etmektedir. Buna göre örgütteki bütün çabaların tüketiciye yöneltilmesi gerekir. Örgüt ancak bu şekilde amaçlarına ulaşabilir.

İşletme çabalarının bu şekilde tüketiciye yönelmesi örgüt fonksiyonları arasında pazarlama fonksiyonunu ön plana çıkarmaktadır. Pazarlama örgütünün çabaları diğer bölümlerin çabalarını kapsayan bir görünüm arz etmektedir. Bu durumda işletme örgütünün davranışları pazarlama örgütünün başarısı neticesinde anlam kazanmaktadır.

İster mal, isterse hizmet üreten bir işletmenin en temel amacı tüketiciyi tatmin etmektir. Bu amaca ulaşıldığı sürece diğer amaçlara da ulaşmak mümkün olabilir.

(20) David KRECH, Richard S.Crutchfield: Sosyal Psikoloji Çev: Erol GÜNGÖR, Ötügen Yayınları, No: 159, İstanbul-1980,S.99.

(21) Çiğdem KAĞITÇIBAŞI: İnsan ve İnsanlar, Sosyal Psikolojiye Giriş, 4. Baskı (y.y.), İstanbul-1983,S.84.

(22) Tunçdan BALTACIOĞLU: İşletmelerde Satış Artırma Çabaları, A.I.T.I.A. Muğla İşletmecilik Yüksek Okulu Yayınları, No:5 Ankara-1980, S.15.

İşletmenin diğer fonksiyonlarında yapılacak bir hatanın düzeltilmesi çoğu kez mümkün olabilir. Ancak pazarlama çabalarında yapılan bir hata sonucunda tüketicide oluşan olumsuz tutumu düzeltmek pek kolay olamamaktadır.

Modern pazarlama anlayışının üç temel unsuru vardır (23).

1. Kar getirici bir satış hacmi
2. Bütünleşmiş pazarlama çabaları
3. Tüketicie yönelik tutum

Bu üç unsurun bir araya gelmesi modern pazarlama anlayışını oluşturmaktadır. Modern pazarlama anlayışının uygulanabilmesi için de işletme bölümleri arasında etkin bir haberleşme ve uyumun bulunması gerekir. Bu uyumun sağlanması örgütün üst yönetiminin sorumluluğudur. Ancak asıl önemli olan örgütün dış çevreye olan uyumunun sağlanmasıdır. Bu uyumun sağlanmasında da pazarlama bölümü etkin rol oynar.

Pazarlama bölümü bilgileri kısa sürede toplar ve uygun bir şekilde düzenleyerek gelecek dönemlerde kullanılabilir şekilde depolayabilirse (24) dış çevreye uyum kolaylaşır. Çevrenin etkilerine uygun tepkiler verme imkanı sağlar.

Pazarlama örgütünün faaliyetleri üretim işleminden önce başlayıp, satış işleminden sonra da devam eder. Pazarlama örgütünün çabalarının bu denli geniş bir alana yayılması diğer bölüm çabalarını da yönlendirmede önemli rol oynar. Bu nedenle pazarlama karması elemanlarının herbiri üzerinde verilecek doğru kararlar örgüt davranışlarını tüketicinin satın alma davranışı göstermesine yönlendirecektir. Tüketici davranışları örgütsel davranışları yönlendiren önemli unsur olmaktadır. Bu nedenle pazarlama karması elemanlarını teker teker ele alarak tüketici tatmininin sağlanmasında etkinlik için yapılması gereken işlemler üzerinde durulması gerekir.

A. MAMÜL KARARI VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

Mamül, tüketicinin fiziksel olarak ihtiyacını karşıladığı, tatminin en önemli unsurudur. Mamül unsuru olmadığı takdirde pazarlama karmasının diğer unsurları bir anlam taşımaz. Uygun fiyat, uygun yer, uygun satış artırma çabaları mamülle bir anlam kazanır.

Mamül kararlarıyla işletmeler tüketici davranışlarını büyük ölçüde yönlendirebilirler. Eğer tüketicilerin aradığı özellikleri mamule kazandırabilirseniz tüketici davranışlarının işletmenin mamülünün satın alınmasına yönelebilir.

(23) İsmet MUCUK; Pazarlama İlkeleri, a.g.k. s.23.

(24) John D.C.LITTLE; Decision Support Systems For Marketing Managers, Journal of Marketing Vol.23, New-York-1979, S.151.

Değişim hızının ve rekabetin arttığı günümüzde tüketicinin istediği mamülü pazara süremeyen işletme başarılı olamayacaktır. Yani örgüt davranışlarını tüketici davranışlarına göre oluşturan işletme tüketici tatmini sağlayabilir. Tüketici ihtiyaçlarını en ayrıntılı bir şekilde ve çeşitli yöntemlerle ortaya koyacak, bu istekleri göz önünde bulunduran işletme rakiplerine oranla pazarda önemli bir paya sahip olabilecektir. Çünkü pazarlamanın asıl yaptığı tüketici satın almaktır (25).

B. FİYATLANDIRMA KARARLARI VE TÜKETİCİ DAVRANIŞI

Fiyatlandırma kararları da en zor karar verilen alanlardan birisidir. Bu zorluk büyük ölçüde teklif edilen fiyatın tüketici tarafından kabul edilip edilmemesinden kaynaklanmaktadır. Tüketicinin mamülün fiyatını benimseyip benimsememesinin belirlenmesi tüketici davranışlarının araştırılması ve değerlendirilmesiyle mümkün olabilir. Mamülün düşük fiyat politikası esaslarına göre pazara sunulması durumunda yüksek gelir grubundaki tüketicilerin mamülü algılamaları çoğunlukla mamülün kalitesiz olduğu yönündedir. Eğer tüketici düşük ya da orta gelir grubunda ise tüketicinin mamülü algılaması fiyatın uygunluğu yönünde olacaktır. Bu nedenle fiyatlandırma politikalarında tüketicinin firma, mamül ve belirlenecek fiyat hakkındaki düşünce ve tutumlarının bilinmesi gereklidir.

Tüketici davranışları ile fiyat arasındaki ilişki yalnızca fiyatlandırma politikalarının belirlenmesi aşamasında değil, fiyatın uygulanması aşamasında da önem taşır. Bu önem tüketici davranışlarının zaman içerisinde çeşitli faktörlerin etkisiyle kolaylıkla değişebilmesinden ileri gelmektedir. Bu noktada firma tüketici tutumunun değişmesini etkileyen faktörlerin fiyatla ilgili olanlarını gözden geçirip, uygun bir fiyat düzeyi belirlemek zorundadır.

Tüketicinin fiyata karşı tutumunun değişmesi mevcut tutumun gücü ile orantılıdır. Söz konusu tutum güçlü ise bunun fiyatla beraber başka unsurları da kullanarak tüketicinin davranışını etkileyebilmesi mümkün olur. Bu unsurlar pazarlama karmasının diğer elemanları ve alt bileşenleri olabilir.

C. DAĞITIM KARARLARI VE TÜKETİCİ DAVRANIŞLARI

Dağıtım fonksiyonu pazarlama faaliyetlerinin mekansal ve maddi boyutlarını içerir. Günümüzde çeşitli faktörlerin etkisiyle, tüketicilerin mal ve hizmetler hakkında bilgilenmesi kolaylaşmıştır. Üretim yeri olarak çok uzakta olan bir mamülün varlığından tüketiciler kitle iletişim araçlarının etkisiyle kolaylıkla haberdar olabilmektedirler. Bu durumda sözkonusu mala olan taleplerini en kolay şekilde karşılamak için çaba sarfedeceklerdir. Yine, kitle iletişim araçları ve ulaşım araçlarında meydana gelen gelişmelere paralel olarak rekabetin yoğunluğu da giderek artmaktadır. Eğer tüketiciye iste-

(25) Roger C.BENNETT, Robert C.COOPER; The Missue of Marketing: An American Tragedy, Business Horizons, Nov-Dec-1981.S.39

diği mamülü diğer bütün özellikleriyle beraber istediği yerde sunmazsanız, bu ihtiyacını rakip firmaların mamülleriyle karşılayacaktır. O halde tüketiciye istediği mamülü, istediği ya da alabileceği ortamda sunarak bir yer faydası yaratmak gerekir. Tüketicinin mamülün bulunduğu yer açısından göstereceği davranış üretici işletmenin göstereceği bütün üretim, satış, personel v.b. konularla ilgili davranışları etkilemelidir. Başka bir ifadeyle örgütsel davranış, tüketicinin satın alma yeri olarak düşündüğü yere mamülü ulaştırma yönünde şekillenmelidir.

D. SATIŞ ARTIRMA ÇABALARI VE TÜKETİCİ DAVRANIŞI

Satış artırma çabaları pazarlama karmasının son elemanıdır ve daha çok üretilmiş ya da üretilecek olan mamülün satışının artırılmasına yönelik çabalardır. Bu çabalar çeşitli açılardan ele alınarak dört grupta toplanmaktadır. Bunlar: Kişisel satış, reklam, tanıtma ve halkla ilişkilerdir. Bu yöntemlerin uygulanmasında işletmenin ve mamülün özellikleri önemli rol oynamaktadır.

Daha önceki kısımlarda belirtildiği gibi tüketicinin satın alma davranışını etkileyen bir çok faktör vardır. Satış artırma çabaları bunlardan en etkili olanlarını belirleyip bunlar üzerinde tüketiciyi bilgilendirme çabalarıdır. Tüketici çoğu kez satın alma davranışı üzerinde hangi faktörün daha etkili olduğunu bilmez. Satış artırma çabaları bu faktörleri ön plana çıkarır ve sonuca ulaşmada önemli rol oynar.

Satış artırma çabaları ile tüketiciye arz edilen, örgütsel davranışların bir sonucudur. Başka bir ifadeyle bir sunumdur. Eğer bu sunumun özellikleri tüketicinin istediği özelliklerse, satın alma kararı verilecektir.

Satış artırma çabaları bir yönüyle diğer pazarlama karması elemanlarından farklılık arz eder. Diğer karma elemanları tamamen tüketici davranışlarına göre şekillenmesi gerekir. Satış artırma çabaları bir anlamda tüketici davranışlarını etkileyip değiştirmeye yöneliktir. Ancak daha öncede belirtildiği gibi tüketici gerçekten ihtiyacı olduğu mamüle istek duyar ve satın almak için çaba sarfeder.

SONUÇ

İşletmeler mal ve hizmet üreterek tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayarak amaçlarına ulaşırlar. İşletmelerin amaçlarına ulaşmasında tüketicilerin etkin rolleri vardır. İşletmelerin amaçlarına ulaşması tüketicinin istediği mal ve hizmeti ona sunması ile mümkündür.

Tüketiciler, bütün ekonomik faaliyetlerin odağında yer almaktadır. İşletmeler tüm çaba ve etkinliklerini tüketicilere yönelmelidir. Ancak bu sayede hızla yoğunlaşan rekabet ortamında yaşayabilirler. Başka bir ifadeyle örgütün tüm fonksiyonları tüketiciye yönelik çaba sarfetmelidir. Bu durum modern işletme yönetiminin bir gereğidir. Günümüzde başarılı şirketler tüketicilerini iyi anlayabilmiş ve onların davranışlarını iyi analiz edip, karşı davranış kalıbı oluşturabilmelerine borçludur.

Modern yönetim anlayışı, örgütsel davranışın tüketici davranışı ile uyumlaştırılması gerektiğini ileri sürmektedir. Örgüt içinde bireylerin ayrı ayrı ya da her bir fonksiyonun davranışları bir araya getirilip tüketici isteklerine yöneltilmelidir. Böyle bir anlayışta tüketici davranışları örgütsel davranışların hareket noktasını teşkil etmektedir. Öncelikle tüketicinin hangi faktörlerin etkisiyle hangi davranışı göstereceği belirlenmeli ve örgütteki çabalar buna yönelik olarak sürdürülmelidir.

İşletme fonksiyonları arasında pazarlama fonksiyonunun önemli bir yeri ve etkinliği vardır. Pazarlama fonksiyonunun etkinliği doğrudan örgütün etkinliği ile ilişkilidir. Bu nedenle pazarlama fonksiyonunu görevini etkin bir şekilde yerine getirmesi diğer örgütsel fonksiyonlar üzerinde de olumlu etki yaratacaktır. Modern pazarlama tüm çabalarını tüketiciye yönelik olarak yerine getirmektedir. Tüketici de bu çabaların merkezinde yer aldığına göre, tüm örgüt ona yönelmelidir. Ancak bu şekilde örgütsel davranışların amaçlara ulaşması etkin bir şekilde sağlanabilir.

KAYNAKLAR

- BALTACIOĞLU Tunçdan İşletmelerde Satış Artırma Çabaları, A.İ.T.İ.A. Muğla İşletmecilik Yüksek Okulu Yayınları. No:5 Ankara-1980.
- BAŞARAN İbrahim E. Örgütsel Davranış. Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayını. No: 108. Ankara-1982.
- Örgütsel Davranışın Yönetimi. Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayını. No.111. Ankara-1982.
- BENNETT C.Roger, COOPER : Robert: The Missue of Marketing: An American Tragedy, Business Horizons. Nov-Dec-1981.
- BUMİN Birol Örgüt Geliştirme. G.Ü.İ.İ.B.F. Yayını Ankara-1990.
- COŞKUNER Süleyman Modern Bir Yönetim Tekniği Olarak Sistem Yaklaşımı ve Pazarlama Sistemine Etkileri. G.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi. Cilt: 6 Sayı: 2. Ankara-1990.
- DAVIS Keith Human Behavior At Work. Organizational Behavior, Sixth Ed. Mc Graw-Hill Inc. New-york-1981.
- ERDOĞAN İlhan İşletmelerde Davranış-İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını. No: 139. İstanbul-1983.
- HICKS G.Herbert Örgütlerin Yönetimi : Sistemler ve Beşeri Kaynaklar Açısından, Çev: Osman TEKOK. Bınuğ AYTEK VE Birol BUMİN.A.İ.T.İ.A. Yayını. Ankara-1974.

- KAĞITÇIBAŞI Çiğdem
İnsan ve İnsanlar. Sosyal Psikolojiye Giriş.4.Baskı. (y.y.) İstanbul-1983.
- KARABULUT Muhittin Tüketici Davranışı Pazarlama Yeniliklerinin Kabulü ve Yayılışı. Minnetoğlu Yayınları. İstanbul-1981.
- KELLEY J.Eugene Commantry on Life Style Managerial Marketing Prespectives And Wiewpoints. Richard D.Irwin.Inc.New-York-1978.
- KOÇEL Tamer İşletme Yöneticiliği.İ.Ü.İşletme Fakültesi Yayınları.No:447. İstanbul-1984.
- KOLASA J.Blair İşletmeler için Davranış Bilimine Giriş.Çev: Kemal TOSUN VE diğerleri. İşletme İktisadi Enstitüsü Yayını.No.42. İstanbul-1979.
- KOTLER Philip Pazarlama Yönetimi. Çözümleme. Planlama ve Denetim Çev: Yaman ERDAL.Cilt: I.III.Baskı.Beta yayınları. İstanbul-1984.
- KRECH David.CRUTCHFIELD S.Richard.Sosyal Psikoloji Çev: Erol GÜNGÖR. Ötüken Yayınları.No:159.İstanbul-1980.
- LAZER William Life Style Concepts And Marketing Managerial Marketing Prespectives And Wiewpoints Richard D.Irwin Inc.New-York-1978.
- LEVİTT Theodore Marketing Myapiya,Marketing Management And Strategy A Reader. Prentice-Hall Inc.New-Jersey-1984.
- LITTLE D.C.Jhon Decision Support Systems For Marketing Managers. Journal of Marketing. Vol.23.Nevw-York-1979.
- MUCUK İsmet Pazarlama İlkeleri. Der Yayınları. İstanbul-1987.
- Modern İşletmecilik. Der Yayınları. İstanbul-1987.
- TEK Ö.Baybars Pazarlama. İlkeler ve Uygulamalar. (y.y.). İzmir-1990.

Türk Kooperatifçilik Eğitim Vakfı Organları YÖNETİM KURULU

- Başkan :** Kâmil ÖZDEMİR
Pankobirlik Genel Müdürü
- Başkan Yardımcısı :** M. Nedim YILMAZ
TİGEM - Daire Başkanı
- Muhasip Üye :** Sadettin BAŞARAN
Hedef A.Ş. Genel Müdürü
- Üye :** Kadir AKGÜL
T. Esnaf ve Sanatkârlar Kef. Koop. Mer. Bir. Gen. Müdürü
- Üye :** Prof. Dr. Celâl ER
A.Ü. Ziraat Fakültesi Öğretim Üyesi
- Üye :** Prof. Dr. Rasih DEMİRCİ
G.Üni. İİBF. İşletme Bölümü Öğretim Üyesi
- Üye :** Nurettin HAZAR
Türk Kooperatifçilik Kurumu Eski Başkanı
- Üye :** İ. Akın ŞEHİRLİOĞLU
Ziraat Yüksek Mühendisi (Beta Ziraat ve Tic. A.Ş. Antalya Satış Bürosu Teknik Elemanı)
- Üye :** İlhan YILDIRIM
Tarım Kredi Kooperatifleri Merkez Birliği Genel Müdürlüğü Uzman

DENETLEME KURULU

- Başkan :** Recep DÜZERDİK
BETA Ziraat ve Ticaret A.Ş. Genel Md. Yardımcısı
- Üye :** H. Turgut ÖZDENER
Emekli
- Üye :** Nail TAN
Kültür Bakanlığı Türk Halk Müziği Korusu Uzmanı

- Vakıf organlarının üyelerinin isimleri Soyadı sırasıyla yazılmıştır.

TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMUNUN YAYINLARI

KDV DAHİL FİYATI
(1997 Yılı için)

1-	1163 Sayılı Kooperatifler Kanununun Uygulanmasında Kooperatiflerin Durumu ve Sorunları (VII. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi Tebliğler)	120.000
2-	Kooperatif Şirketler (Yayın No. 30)	60.000
3-	Çeşitli Ülkelerde Toprak Reformu Uygulamaları (Yayın No. 34)	120.000
4-	Kooperatifçilik ve İlkokul (Yayın No. 38)	60.000
5-	Kooperatifçilik Bilgisi (Yayın No. 40)	90.000
6-	Büyük Mağazacılık ve Tüketim Kooperatifçiliği (Yayın No. 41)	120.000
7-	Ekonomik ve Sosyal Gelişmeler Karşısında Türkiye'de Kooperatifçilik Politikası IX. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi-Tebliğler (Yayın No. 42)	75.000
8-	Türk Kooperatifçiliği Üzerine Düşünceler (Yayın No. 43)	120.000
9-	X. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi - Tebliğler (Yayın No. 44)	120.000
10-	Atatürk ve Kooperatifçilik (Yayın No. 45)	90.000
11-	The Co-operative Movement In Turkey And Its Expocted Development (Yayın No. 46)	90.000
12-	Kooperatiflerin Vergilendirilmesi ve Vergi Sorunları (Yayın No. 47)	120.000
13-	Türkiye Ekonomisinde Tarımsal Amaçlı Kooperatifçilik İşletmeleri (Yayın No. 48)	180.000
14-	Kooperatiflerin Dış Ticaret Açısından Milli Ekonomiye Katkıları (Yayın No. 49)	180.000
15-	Köy Kalkınma Kooperatiflerinde Yönetim (Yayın No. 50)	120.000
16-	Çorlu İlçesi Seymen Köy Kalkınma Kooperatiflerinde Grup Tanımının Ekonomik Analizi (Yayın No. 52)	120.000
17-	Vakıflar Tüzüğü (Yayın No. 53)	60.000
18-	Karınca Dergisi Kooperatifçilikle İlgili Bibliyografya (Yayın No. 55)	120.000
19-	XI. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi - Tebliğler (Yayın No. 57)	180.000
20-	XI. International Turkish Cooperative Congress-Papers (Yayın No. 59)	180.000
21-	Türkiye'de Kooperatiflerin Verimli Çalışmaları Açısından Yatay ve Dikey Bütünleşme Hareketleri (Yayın No. 60)	180.000
22-	Tarımsal Üretimde Kooperasyon ve Türk Tarımına Uygulanabilirliği (Yayın No. 61)	120.000
23-	Marketin Functions On Foreign Trade In Turkey And In The United States Of America (Yayın No. 63)	180.000
24-	"Dünyada Mekan" Konut Kooperatifleri-Seminer-Tebliğleri (Yayın No. 64)	120.000
25-	"Altın Bilezik" Esnaf ve Sanatkarlar Kefalet Kooperatifleri - Seminer Tebliğleri (Yayın No. 65)	120.000
26-	"Bir Lokma Bir Hırka" Tüketim Kooperatifleri - Semineri Tebliğleri (Yayın No. 66)	120.000
27-	XII. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi - Tebliğler (Yayın No. 67)	180.000
28-	XII. International Turkish Cooperative Congress-Papers (Yayın No. 68)	180.000
29-	Türkiye'de Tüketim Kooperatiflerinin Bugünkü Durumu, Alınması Gerekli Tedbirler - Araştırma (Yayın No. 70)	180.000
30-	Anadolulu Basınında Kooperatifçilik (Yayın No. 71)	160.000
31-	Bütün Değişiklikleriyle Kooperatifler Kanunu (Yayın No. 72)	150.000
32-	Türkiye'deki Sendikalar Faaliyetleri İçindeki Tüketim Kooperatiflerinin Durumu ve Gelişme İmkânları - Araştırma (Yayın no. 73)	180.000
	Yeni Seminer Tebliğleri - (Kooperatifçilik Dergisi Özel Sayısı)	150.000
33-	Türkiye'deki Kooperatiflerin Avrupa Topluluğu Bünyesine Entegrasyonu - Seminer Tebliğleri (Yayın No. 74)	120.000
34-	"Kooperatifler ve Özelleştirme" Seminer Tebliğleri (Yayın No. 75)	120.000
35-	XIII. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi Türkçe Tebliğler (Yayın No. 76)	180.000
36-	XIII. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi-İngilizce/Almanca Tebliğler (Yayın No. 77)	210.000
37-	Kooperatif Yönetim Kurulu Üyelerinin Hukuki Sorumluluğu (Yayın No. 78) (1991 Yılı)	240.000
38-	1992 Kooperatifçilik Yılılığı (Yayın No. 80)	270.000
39-	XIV. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi Türkçe Tebliğleri (Yayın No. 81)	270.000
40-	XIV. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi İngilizce/Almanca Tebliğleri (Yayın No. 82)	270.000
41-	Milli Hakimiyetin İktisadi, Sosyal ve Kültürel Temelleri Sempozyomu Tebliğler (Yayın No. 83)	180.000
42-	1993 Kooperatifçilik Yılılığı (Yayın No. 84)	600.000
43-	1994 Kooperatifçilik Yılılığı (Yayın No. 85)	600.000
44-	XV. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi Türkçe Tebliğler (Yayın No. 86)	600.000
45-	XV. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi İngilizce/Almanca Tebliğler (Yayın No. 87)	600.000

DERGİLER	KARINCA	KARINCA KARDEŞ	KOOPERATİFÇİLİK	COOPERATION IN TÜRKİYE
Adet (TL)	200.000	Karınca'nın Eki	400.000	750.000
Adet \$	2	olup parasızdır.	4	8
Adet (DM)	3		4	12
Yıllık (TL)	2.000.000		1.500.000	1.500.000
	(12 sayı ve Ka- rınca Kardeş)		(4 sayı)	(2 sayı)

Yayın İsteme Adresi : Türk Kooperatifçilik Kurumu, Mithatpaşa Cad. No. 38/A
06420 Kızılay/Ankara

Tel : (312) 431 61 25 - 431 61 26

Faks : (312) 434 06 46

Yayın Bedelli yatırmak için Banka Hesap No: T.C. Ziraat Bankası Kızılay Şb. 304400/4-5 - ANKARA

Not: PTT ile kitap yayın isteyenlerin; PTT masrafı dahil yayın bedelini hesabımıza yatırdıklarına dair maktubuzlarını talep dilekçelerine eklemeleri gereklidir. (Beher kitap için PTT gideri: 30.000 TL)