

**EKONOMİK KRİZ DÖNEMLERİNDE
TÜKETİM KOOPERATİFİ POLİTİKALARI**

Yüksek Lisans Tezi

Murat TÛTÛNCÛOĞLU

Eskişehir - 1996

T.C.
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**EKONOMİK KRİZ DÖNEMLERİNDE TÜKETİM KOOPERATİFİ
POLİTİKALARI**

Yüksek Lisans Tezi

Murat TÜTÜNCÜOĞLU,

Anadolu Üniversitesi
Merkez Kütüphane

Eskişehir - 1996

ÖZET

Araştırmanın birinci bölümünde Tüketim Kooperatifçiliği İşletme Ekonomisi ele alınmıştır. Birinci Bölüm, birinci kısımda İşletme Kooperatiflerinin tanımı, tarihçesi, amacı anlatılmıştır. Birinci Bölüm, ikinci kısımda Tüketim Kooperatiflerinin Ekonomik ve Sosyal Kalkınmadaki önemi anlatılmıştır. Birinci Bölüm, üçüncü kısımda Fiat Artışlarını Önlemede İşletme Kooperatifleri, dördüncü kısımda Ekonomik Kriz Politikaları, beşinci kısımda ekonomik krizde alternatif önlemler, altıncı kısımda olağan dönemlerde tüketim kooperatifi politikaları.

Araştırmanın İkinci Bölümünde Ekonomik Kriz'in Tüketim Kooperatifleri üzerinde etkisi öğrenilmek için İzmit Tüketim Kooperatiflerinde uygulama yapılmıştır. İkinci Bölüm birinci kısımda İzmit Tüketim Kooperatiflerinin 1993-1994 bilançolarında karşılaştırmalı analiz yapılmıştır. İkinci Bölüm ikinci kısımda İzmit Tüketim Kooperatiflerinde rasyo analizi yapılmıştır. İkinci Bölüm, üçüncü kısımda İzmit'deki 19 Birim Tüketim Kooperatiflerinde Anket çalışması yapılmıştır. İkinci Bölüm, dördüncü kısımda anket sonuçlarının yorumu ele alınmıştır. İkinci Bölüm, beşinci kısımda Tüketim Kooperatifleri ve İzmit Tüketim Kooperatiflerinin Üst Örgütlenmesi şematize edilmiştir.

SUMMARY

In the 1st part of the research, I dealt with the Managerial Economics of the Consumption Cooperatives. In the first chapter of the part one I explain the definition, chronology and aim of the Consumption Cooperatives. In the second chapter of the part one I mention the importance of the Consumption Cooperatives in the Social and Economical development. In the third chapter of the part one the importance of the Consumption Cooperatives in the Prevention of Price Rises, in the fourth chapter Economical Crisis Policies, and finally in the fifth chapter the Managerial Economics of the Consumption Cooperatives are taken up.

In the second part of the research I explained my practical studies in the Consumption Cooperatives located in İzmit to observe the effect of the Economic Crises on the Consumption Cooperatives. In the first chapter of the part two I have made a comparative analysis on the balance sheet 1993-1994 of the İzmit Consumption Cooperatives. In the second chapter of the part two I applied questionnaires in 19 Consumption Cooperatives located in İzmit. In the third chapter of the part two. I showed the vertical organization of the Consumption Cooperatives located in İzmit, on a diagram.

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
TABLolar	VI
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM TÜKETİM KOOPERATİFİ İŞLETMESİ

I. TÜKETİM KOOPERATİFÇİLİĞİNİN TANIMI VE TARİHÇESİ	2
A. TÜKETİM KOOPERATİFİ TANIMI	3
B. TÜKETİM KOOPERATİFÇİLİĞİNİN TARİHÇESİ	3
C. TÜKETİM KOOPERATİFÇİLİĞİNİN AMACI	7
II. TÜKETİM KOOPERATİFLERİNİN EKONOMİK VE SOSYAL KALKINMADAKİ ÖNEMİ	8
III. FİYAT ARTIŞLARINI ÖNLEMEDE TÜKETİM KOOPERATİFLERİNİN YERİ	11
A. PAZARLAMA KOOPERATİFLERİ İLE İLİŞKİLER	12
B. ÜRETİM KOOPERATİFLERİ İLE İLİŞKİLER	12
C. PİYASA FİYATININ OLUŞUMU VE TÜKETİM KOOPERATİFLERİ	14
IV. EKONOMİK KRİZDE BAŞVURULAN ÇEŞİTLİ KRİZ POLİTİKALARI	15
A. KENDİ HALİNE BIRAKMA	15
B. OYALAMA	16
C. SERMAYE PİYASALARININ TATİL EDİLMESİ	16

	<u>Sayfa No</u>
D. MORATORYUM	17
E. KLİRİNG BÜROSU SERTİFİKALARI	17
F. BANKALARIN İŞBİRLİĞİ YAPMASI	17
G. FEDERAL MEVDUAT SİGORTASI	18
V. EKONOMİK KRİZ DÖNEMLERİNDE ALTERNATİF ÖNLEMLER	18
VI. OLAĞAN DÖNEMLERDE TÜKETİM KOOPERATİFİ POLİTİKALARI	23
A. KOOPERATİF İŞLETMENİN KURULUŞ YERİ SEÇİMİ	27
B. TÜKETİM KOOPERATİFLERİNDE TEDARİK VE STOK PLANLAMASI	28
C. TÜKETİM KOOPERATİFLERİNDE FİYATLANDIRMA POLİTİKASI	32
İKİNCİ BÖLÜM	
EKONOMİK KRİZİN İZMİT TÜKETİM KOOPERATİFLERİ UYGULAMASI	
I. İZMİT TÜKETİM KOOPERATİFLERİ MALİ TABLO ANALİZİ	36
II. İZMİT TÜKETİM KOOPERATİFLERİNDE RASYO ANALİZİ	39
III. ANKET SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ	51
IV. ANKET SONUÇLARININ YORUMLANMASI	62
V. TÜKETİM KOOPERATİFLERİ VE İZMİT TÜKETİM KOOPERATİFİ ÜST ÖRGÜTLENMESİ	70
SONUÇ VE ÖNERİLER	75
YARARLANILAN KAYNAKLAR	77
EKLER	80

TABLOLAR

<u>Tablo No</u>	<u>Sayfa No</u>
1.1. Türkiye'de Tüketim Kooperatiflerinin Yıllar İtibariyle Sayıları	6
1.2. Birim Tüketim Kooperatifinin Mal Tedarik ve Satış Hizmetindeki İşlemler	24
2.1. Tüketim Kooperatiflerinin 1993-1994 Yıllarındaki Bilanço Verileri	37
2.2. Tüketim Kooperatiflerinin 1993-1994 Bilâncolarının Artış ve Azalışı	38
2.3. Tüketim Kooperatiflerinin Gelir-Gider Tabloları .	38
3.1. İzmit Tüketim Kooperatifi Birliği Şeması	70
3.2. İzmit Tüketim Kooperatifleri	71
3.3. Tüketim Kooperatifleri Üst Örgütlenme Şeması .	72
3.4. Türkiye Milli Kooperatifler Birliği	73

GİRİŞ

Ekonomik bunalım her kesimde olduğu gibi kooperatif sektöründe de etkisini göstermektedir. Tüketim kooperatiflerinin ekonomik krizde ne gibi kararlar aldığı ve hangi politikaları uyguladığını öğrenebilmek için bu araştırma amaçlanmıştır.

Birinci Bölümde Tüketim Kooperatifleri hakkında genel bilgiler verilerek, tüketim kooperatiflerinin tüketici kesimi için ne kadar önemli olduğu vurgulanmıştır.

Tüketim kooperatifleri, tüketiciye fiyat ve kalite bakımından sunacağı hizmeti en iyi yerine getirebilmek için belirli bir işletme ekonomisi izlemektedir.

İkinci Bölümde ise İzmitteki birim Tüketim kooperatiflerinin 1993, 1994 yılları bilançoları ve bu kooperatiflerde ekonomik krizle ilgili anket çalışması yapılarak ekonomik krizde yapılan uygulamalara değinilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

TÜKETİM KOOPERATİFİ İŞLETMESİ

I. TÜKETİM KOOPERATİFÇİLİĞİNİN TANIMI VE TARİHÇESİ

Sanayileşme ve kentleşme sonucu ortaya çıkan ve gelişen tüketim kooperatiflerinin çeşitli tanımları mevcut bulunmaktadır.

“Tüketim kooperatifleri, iyi kalitede ve uygun fiyatta çeşitli tüketim maddeleri sağlayarak, kooperatif üyelerinin alım gücünü artırmak suretiyle gerçek gelirlerini ve hayat seviyelerini yükseltmek için kurulan perakendeci kuruluşlardır.”

Tüketim kooperatifleri, başlangıçta perakende ticaret yapan esnafın acımasız fiyat uygulamalarından tüketicileri ve özellikle çalışanları korumak için kurulmuşlardır. Bugün batı dünyasında ve bütün sanayileşmiş ülkelerde, tüketim kooperatiflerinin, gerçek gelirlerini yükseltmek fonksiyonu yanında günümüzde tüketim kooperatifleri amaçlarında değişiklikler olmuş, kaliteli, derlenmiş, paketlenmiş, mal arzının sağlanması da amaçlar arasında yer almaktadır⁽¹⁾.

“Ekonomik ve sosyal bir nitelik gösteren tüketim kooperatiflerinin özellikleri şöyle sıralanabilir:

1. Ortaklarının tüketim malları ihtiyaçlarını kaliteli ve uygun fiyatlı olarak karşılamak.

(1) Rasih DEMİRCİ, “Tüketim Kooperatifi Üzerine Düşünceler”, KARINCA, S. 571, (Temmuz 1984), s. 5-6.

2. Dağıtımda etkin ve verimli bir rol oynayarak elde edilen ekonomik kazancın üyelere yansıtılarak onların satınalma gücünün daha iyi değerlendirilmesi ve böylece hayat seviyesinin yükseltilmesini sağlamak.
3. Yukarıda belirtilen gayeleri gerçekleştirmek için, perakendeci kuruluş olarak faaliyet göstermek⁽²⁾.

A. TÜKETİM KOOPERATİFİ TANIMI

“Tüketim kooperatifi, üyelerine gündelik yaşamda kullandıkları çok çeşitli mal ve hizmetleri sunan kuruluşlardır. Giyim, alet, madeni eşya, bahçe gereçleri ve komple yiyecek satışı, perakende satış uygulamalarıdır⁽³⁾.

Tüketim kooperatifleri için benzer bir tanımda şu şekilde ifade edilmektedir.

“Tüketim kooperatifi, tüketicilerin, özellikle dar gelirli tüketicilerin ihtiyaçları olan tüketim maddelerini en iyi şekilde ve mümkün olduğu kadar ucuza, maliyet fiyatına sağlamak üzere dayanışma suretiyle iktisadi güçlerini biraraya getirmeleridir⁽⁴⁾.

B. TÜKETİM KOOPERATİFÇİLİĞİNİN TARİHÇESİ

“Ülkemizde tüketim kooperatifçiliği hareketini 3 bölüm halinde incelememiz mümkündür.

- a. İkinci Meşrutiyet Devresi ve 1912 girişimi (1912-1913).
- b. Mütareke Devresi ve 1922 girişimi (1922-1923).
- c. Cumhuriyet Devresi (1924-1925’den günümüze kadar).

(2) Alican KAVAS - Yavuz ODABAŞI, **Türkiye’de Tüketim Kooperatifçiliği**, T.K.K. Ya. No. 70, Ankara, 1988, s. 3.

(3) Markin A. ABRAHAMSEN, **Cooperative Business Enterprise**, 1976, s. 27.

(4) Ahmet ÖZÇELİK, **Türkiye’de Sendikal Faaliyetler İçindeki Tüketim Kooperatiflerinin Durumu ve Gelişme İmkanları**, T.K.K. Ya. No. 73, Ankara, 1989.

Bunlardan, İkinci Meşrutiyet Devresi ve Mütareke Devreleri adı geçen dönemlerin İstanbul'u için söz konusu olurken üçüncüsü, Cumhuriyet devrinin Ankara'sı ile başlamıştır. 1912 ve 1913 girişimleri bir sonuç vermemiş, 1924-1925 girişimi ise günümüze kadar devam eden hareketin başlangıcı olmuştur.”⁽⁵⁾

Balkan Savaşı yıllarında bir heyetle birlikte Avrupa'ya gönderilen Ahmet Cevat Emre, gezdiği ülkelerde kooperatifçilik hareketini yakından incelemiş ve yurda dönüşünde o güne kadar ihmal edilmiş olan tüketim kooperatifçiliği meselesiyle ilgilenmiştir. Bu girişim geniş yankı uyandırmış ve taraftar toplamıştır. Ahmet Cevat Emre, kooperatifçilik konusunda verdiği konferanslar ve 1913 yılında yayınladığı “İktisatta İnkilap” adlı ilk kooperatifçilik kitabı ile, ülkemizde tüketim kooperatifçiliğinin doğmasına öncülük etmiştir.

1913 ve daha sonraki senelerde İstanbul'un bir kaç mahallesinde küçük tüketim kooperatiflerinin kurulduğu, ancak başarılı olmadıkları görülmektedir. İlk tüketim kooperatifi İstanbul'da Çırçır'da, ikincisi Unkapanı'nda, üçüncüsü de Karaköy'de açılmıştır. Bu girişimlerin başarısızlığı bunların savaş devresinde resmi bir dairenin erzak dağıtma görevini yüklenmeleri ve buhran kalktıktan sonra da himayeden yoksun olmalarıdır.

Tüketim kooperatifçiliğinde ikinci deneme 1921 yılında yine İstanbul'da yapılmış ve Memurin Erzak Kooperatifi kurulmuştur. Kooperatif, İstanbul'daki memurların geçim sıkıntısı çekmeleri neticesinde meydana gelmiş ve kuruluşunun ilk günlerinde başarılı olmuştur. Yönetmeliklerinde bulunan boşluklar ve yalnız gıda maddeleri satmaları bunların gelişmelerine engel olmuştur.

Üçüncü uygulama, Kurtuluş Savaşı'nın kazanılmasından sonra 1925 yılında “Ankara Memurlar İstihlak Kooperatifi'nin” kurulmasıyla gerçekleştirilmiştir. Bu kooperatifin kurulmasında Devlet yardımı olmuş

(5) ÖZÇELİK, a.g.e., s. 32.

Bu konu hakkında bkz.: Hüseyin POLAT - Tunç TAYANÇ, **Türkiye'de Tüketim Kooperatiflerinin Tarihçesi ve Gelişememe Nedenleri**, T.K.K. Ya. No. 35, Ankara, 1973, s. 1-13.

ve memurların üyelik paylarının ödenmesinde kolaylıklar sağlanmıştır. Kooperatif o gün için oldukça yeterli bir sermaye ile işe başlamış ve başarılı olmuştur. Şehir nüfusunun hızla artış göstermesi neticesinde, kooperatif dört ayrı semtte şube açmışsa da, bunlar daha sonra kapatılmıştır. Kooperatif, İkinci Dünya Savaşı yıllarında satışlarını sürekli artırmıştır. Bu artışın, fiyatların yükselmesi ve odun, kömür, şeker gibi maddelerin dağıtımının kooperatife verilmesinden kaynaklandığı anlaşılmaktadır. Kooperatif ortak dışı satışlara da fazla yer vermiş faaliyetlerine 1950 yılına kadar devam etmiştir.

Bu üçüncü dönemden sonra tüketim kooperatifçiliği hareketi bütün yurda yayılmaya başlamıştır. 1932 ve 1942 senelerinde İstanbul'da iki ayrı memur tüketim kooperatifi kurulmuştur. Bunu 1983 yılında Denizli, Eskişehir'de 1934 yılında, Burdur'da 1938 senesinde kurulan kooperatifler takip etmiştir. Ülkemizde çeşitli şehir ve kasabalarda 1925-1942 yılları arasında 12, 1948 senesinde 48, 1943 yılında 24 ve 1944 senesinde 5 tüketim kooperatifi kurulmuştur. 1950-1960 yılları arasında tüketim kooperatifçiliği hareketi çok durgun bir dönem yaşamıştır. Bu dönemde hükümet, harekete karşı gerektiği kadar ilgi göstermemiş, gönüllü kuruluşlar ve Türk Kooperatifçilik Kurumu hareketin benimsenmesi ve geliştirilmesi için çaba harcamışlardır. Kurum 1953 yılında hayat pahalılığını önlemede tüketim kooperatiflerinin rolüne ilişkin bir tebliğ hazırlatmıştır.

1969 yılında yürürlüğe giren 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu, tüketim kooperatiflerini de kapsamına almış ve gelişmeleri konusunda yeni bir adım atılmıştır. Bu tarihten sonra yasal düzenlemenin de tesiriyle, kooperatif sayılarında süratli bir artış olmuştur⁽⁶⁾.

(6) ÖZÇELİK, a.g.e., s. 32-33.

Aşağıdaki Tablo 1'de de görüldüğü gibi kooperatif üye sayısı gibi kooperatif sayısı da artış göstermiştir.

Tablo: 1. 1. Türkiye'de Tüketim Kooperatiflerinin Yıllar İtibariyle Sayıları

YIL	KOOPERATİF SAYISI	ORTAK SAYISI
1913	1	-
1922	1	-
1925-1941	12	-
1942	30	-
1943	54	-
1944	59	-
1966	327	30.000
1967	357	43.000
1968	387	50.305
1969	422	53.850
1970	445	55.850
1971	234	26.500
1972	493	55.808
1973	983	123.366
1974	1350	230.000
1975	1601	480.000
1976	1915	622.375
1977	2386	750.750
1978	2759	910.140
1979	3674	1.249.160
1980	4069	1.424.120
1981	4214	1.474.900
1983	4307	1.650.000
1987	5026	-
1996	223 birim kooperatif ve şubesi	100 üye Aile Topluluğu

Kaynak: H. Ferhat ECER, **Erzurum Tüketim Kooperatifleri Araştırması**, Doçentlik Tezi, Erzurum, 1988, s. 8.

C. TÜKETİM KOOPERATİFLERİNİN AMACI

Ekonomik yönden ilerlemiş ülkelerde fertleri sıkan ve her an hayat seviyesini bozan piyasa dalgalanmalarını önlemek ve piyasayı düzenlemek üzere kurulan kooperatifler büyük başarılar elde etmişlerdir. Birer hizmet kurumu olan kooperatiflerin amacı, üyelerine ucuza mal temin etmenin yanında, maliyeti düşürmek, temiz ve standart mal sağlamak, her türlü hile usullerini ortadan kaldırmak ve bu sayede piyasada güvenle alınabilecek tüketim maddelerinin yerleşmesine sebep olmaktır.

Tüketim kooperatifleri, kendi üyelerinin yiyecek, giyecek maddelerini ve hayat için gerekli ihtiyaçlarını kaliteli bir şekilde ve uygun bir fiyatla temin ederek satmayı temel amaç edinmişlerdir. Bu suretle kooperatifler çalışan kesimin çalışma ve yaşam imkanlarının geliştirilmesini sağlarken, diğer taraftan piyasanın üretici ve tüketici yararına hizmet edecek şekilde katkıda bulunurlar. Böylece ekonominin sağlıklı büyümesi ve gelişmesine de yardımcı olurlar⁽⁷⁾.

“Kooperatifin amacı, ortaklarının tüketim maddelerine olan ihtiyaçlarını karşılamaktır.

Bu amaçla kooperatif;

1. Üretim merkezlerinden, ilk ellerden ve diğer satıcılardan ucuza satın alacağı tüketim maddelerini peşin veya kredili olarak ortaklarının yararına sunar.

2. Konusu ile ilgili işletmeler kurarak ortaklarının ihtiyaçları için üretim faaliyetlerinde bulunur, bu konuda kurulmuş işletmelere katılır.

3. Ortaklarının çeşitli ihtiyaçlarından gerekli görülenleri yurtdışından ithal suretiyle temin eder ve gerekli hallerde tüketim kooperatifleri üst kuruluşlarıyla işbirliği yapar.

(7) ÖZÇELİK, a.g.e., s. 21.

4. Kooperatif tarafından alımı ve dağıtımı mümkün olmayan zorunlu ihtiyaç maddeleri için ortaklarına kredi verir.

5. Kooperatifin kredi ihtiyacının karşılanması amacıyla ilgili finansman kuruluşlarına başvuruda bulunur, borçlanır, açılan kredinin zamanında ve amacına uygun kullanılmasını sağlayıcı tedbirleri alır.

6. Diğer kooperatiflerle işbirliği yapar.

7. Amaçlarına uygun gördüğü gayrimenkulleri satın alır veya yaptırır, gerekirse ihtiyaç fazlasını satar.

8. Tüketim kooperatifleri üst kuruluşlarına girer.

9. Ortaklarının sigorta ihtiyaçlarına aracı olur.

10. Gerektiğinde ortaklar ve personel için yardım fonları oluşturur, konusu ile ilgili eğitim, yayın, araştırma ve benzeri faaliyetlerde bulunur.

11. Kooperatif kültürünün yayılmasına çalışır"⁽⁸⁾.

II. TÜKETİM KOOPERATİFLERİNİN EKONOMİK VE SOSYAL KALKINMADAKİ ÖNEMİ

İktisadi ve sosyal alandaki gelişmeler ve değişmeler sebebiyle günümüzde hemen her ülkede tüketici kitlesi ve tüketim hacmi devamlı büyüme içerisinde. Sonsuz olan ihtiyaçlar karşısında geliri sınırlı olan insanların ihtiyaç duydukları malları satın alırken, zarar görmemeleri, aldanmamaları, imkanlarını akıllı bir şekilde kullanmaları gerekir.

Dünyadaki bütün insanların ortak özelliği, tüketici olmaları ve çeşitli tüketim malları kullanmalarındır. Tüketimden, malların ya bir defa kullanmak üzere yok edilmesi ya da araçlar tarafından yeni bir mal üretmek üzere kullanılması anlaşılır. Birinci kesimin tükettiği mallar, "Tüketim Malları" ikinci kesimin tükettiği mallar ise "Endüstri Malları'dır". Tüketim malları özel olarak fertlerin ve ailelerin

(8) Tüketim Kooperatifi Ana Söz., İst. Üniv. Küt., s. 3-4.

kullanmaları için üretilen mal ve hizmetleri kapsamaktadır. Endüstriyel mallar ise, en sonunda fertlerin ve ailelerin yararlanmasına sunulacak mal ve hizmetlerin üretiminde kullanılan endüstriyel araç ve gereçleri, büro malzemelerini, ham ve yarı mamül maddeleri kapsar.

8 Mart 1985'te yürürlüğe giren "Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun"da, tüketiciden bir mal veya hizmeti özel amaçlarla satın alarak kullanan veya tüketen tüzel kişiler anlaşılmaktadır. Yani birinci anlamda ifade edilen tüketiciyi kapsamaktadır.

"Tüketici korunması kanununun amacı, ekonominin gereklerine ve kamu yararına uygun olarak tüketicinin sağlık ve güvenliği ile ekonomik çıkarlarını koruyucu, aydınlatıcı, eğitici, zararlarını temin edici çevresel tehlikelerden korunmasını sağlayıcı önlemleri almak ve tüketicinin kendini koruyucu girişimlerini özendirme ve bu konudaki politikaların oluşturulmasında gönüllü örgütlenmeleri teşvik etmeye ilişkin hususları düzenlemektir. Burada tüketici örgütleri olarak tüketicinin korunması amacıyla kurulan dernek, vakıf ve tüketim kooperatifleri ifade edilmektedir."⁽⁹⁾

Tüketim kooperatifleri, bir noktada tüketicilerin kurmuş oldukları kuruluşlardır. Yani tüketicinin örgütlenmesidir. Tüketim kooperatiflerinin amacı kendi ortaklarının gıda ve giyecek gibi ihtiyaç maddelerini ve yaşamak için gerekli ihtiyaçlarını kaliteli bir şekilde ve uygun fiyatla temin etmektir. Kooperatifler bir taraftan tüketicilerin çalışma ve hayat şartlarının geliştirilmesi için çaba gösterirken, öte yandan üretici ve tüketici yararına piyasanın uygun bir şekilde oluşmasına katkıda bulunarak ekonominin sağlıklı büyümesi ve gelişmesine de yardımcı olurlar.

Tüketim kooperatifleri ortaklarına sadece ucuz mal temin etmekle yetinmeyip maliyeti düşürmek, temiz ve standart mal meydana getirmek ve her çeşit hileyi ortadan kaldırarak bu suretle piyasada güvenle ve

⁽⁹⁾ Rasih DEMİRCİ, "Tüketici, Tüketiciyi Koruma Kanunu, Tüketim Kooperatifçiliği", KARINCA, S. 700, (Nisan 1995), s. 3.

emniyetle alınabilecek malların yerleşmesine vesile olmaktadır⁽¹⁰⁾.

Tüketim kooperatifleri, arz ve talep dengesizliğinin ve serbest piyasa ekonomisinin yarattığı fiyat artışlarını önlemede, üyelerine standartlara uygun, daha kaliteli mal sunumunda üyelerinin ödeme koşullarının ücretlerine göre ayarlanmasını sağlamada, büyük bir etken olmaktadır. Dar ve sabit gelirli tüketici kitlelerinin tüketim ihtiyaçlarını karşılayabilmek için kurdukları tüketim kooperatifleri, üretilen mal ve hizmetlerin düzenli ve ucuz şekilde tüketici kitlelere ulaşması amacını gütmektedir. Tüketim kooperatiflerinin yaygınlaşması, örgütlü birlikleri ve merkez birliğinin oluşturulması, dar ve sabit gelirli tüketicilerin sömürülmemelerini, kandırılmamalarını ve insanca yaşamalarını sağlayacak en etkili yoldur⁽¹¹⁾.

“Tüketim kooperatiflerinin yaygınlaşması sebebiyle tüketiciler;

- Kooperatif ortakları, kooperatiften satınaldıkları malların fiyatı, kalitesi hakkında tam ve doğru bilgi sahibi olabilirler.
- Kooperatifler ortaklarının yanıltıcı reklamlardan etkilenerek aldatılmalarını önleyebilirler.
- Gıda ve temel tüketim mallarının sağlık ve kalite yönünden tahlillerini yaptırarak, üyenin sağlığına uygun, kaliteli mal tüketmesini sağlayabilirler.
- Kooperatiflerde oluşturulacak tüketici danışma birimleri ile, kooperatifte bulunmayan malların dışarıdan alımında dikkat edilecek hususlarda aydınlatıcı rol oynayabilirler.
- Fiyatlandırma politikaları ile piyasadan daha uygun koşullarda mal sunabilirler. Piyasada fiyat dengesinin oluşmasına yardımcı olurlar.

(10) Rasih DEMİRCİ, “Tüketim Kooperatifi..”, s. 4.

(11) Kenan SAĞOL, **Türkiye’de ve Avrupa’da Tüketim Kooperatifçiliği**, KOOP. DÜNYASI, (Ekim 1989), s. 4.

Bu konu hakkında Bkz.: Şimşek ARMAN, “Tüketim Kooperatiflerinin Önemi”, KARINCA, (Nisan 1996), S. 592, s. 28.

- Kamu kurum, kuruluşları ve diğer kooperatiflerle işbirliği yapılarak, mal ve hizmet sunumunun aksayan yönlerinin düzeltilmesini temin için protesto ve gösteri yürüyüşleri yapabilirler.
- İhtisas komiteleri kanalı ile sosyal ve kültürel alanda faaliyet göstererek, üyelerine bu alanlarda da yararlı olabilirler.
- Ulusal düzeyde tüketici ve tüketicinin korunması kampanyası açarak tüketicinin eğitimini sağlayacak çalışmalarda bulunabilirler.
- Tüketim kooperatiflerinin birleşerek, tüketici birlikleri oluşturmaları ile tüketicinin korunması alanında daha da etkili çalışmalar yapabilirler.”⁽¹²⁾

Üretimi belirleyen ve sonuçlandıran tüketicinin, günümüz koşullarında kendisini koruyabilmesi, varlığını ve ağırlığını hissettirebilmesi, tüketim kooperatifine ortaklık ile mümkün olabilecektir.

III. FİYAT ARTIŞLARINI ÖNLEMEDE TÜKETİM KOOPERATİFLERİNİN YERİ

Tüketim kooperatiflerinin fiyat artışlarını etkileyebilmeleri için, üretici ile tüketici arasında yer alan aracı sayısını kaldırmalarına ve maliyetleri etkileyebilmelerine bağlıdır. Bu nedenle, tüketicilerin örgütlenmesini ifade eden tüketim kooperatifleri, üretim kooperatifleri ile, ya pazarlama kooperatifleri aracılığıyla ya da doğrudan doğruya ilişki kurmak zorundadır.

(12) N. Uğur KÜÇÜKALTAN, “Tüketim Kooperatiflerinin Güncel Sorunları”, KOOP. DÜNYASI, (Eylül 1989), s. 13.

A. PAZARLAMA KOOPERATİFLERİ İLE İLİŞKİLER

Tüketim kooperatifleri ile üretim kooperatiflerinin doğrudan ilişki kurmaları ya da bu ilişkiyi kurmanın yükleyeceği ek giderleri karşılamak istememeleri durumlarında, aracılardan gördükleri hizmetleri daha etkin ve ucuza gören “pazarlama kooperatifleri” ortaya çıkarlar.

Aslında pazarlama kooperatifleri, tüketim kooperatiflerinin tam gelişmediği bir ortamın doğurduğu sonuçtur. Tüketicilerin örgütlenmedikleri bölgelerde, ürünleri için tüketicilerin ödedikleri fiyatı gören üreticiler, aracıya giden bu değeri de kendilerine çekebilmek için pazarlama kooperatiflerine yönelirler. Bu kooperatifler piyasa fiyatından biraz daha düşük bir fiyatta satış yaparlar. Böylece, fiyatları fazla ucuzlatmadan, eskiden aracılardan eline geçen değer üreticilerin eline geçmesine yol açarken, piyasa fiyatının da dengede kalmasını sağlarlar.

Gerçek anlamıyla tüketim kooperatifçiliğinin gelişmesi, pazarlama kooperatiflerinin satış faaliyetlerini sınırlamakla kalmaz, gördükleri fonksiyonların da üstlenilmesini gerektirir. O zamanda pazarlama kooperatifleri, tüketim kooperatiflerinin bir uzantısı durumuna gelirler. Ve çeşitli üretim kooperatifleri ile tüketim kooperatifleri arasındaki ilişkiyi kurmada ve mal akımını sağlamada bir araç durumuna girerler.¹³

B. ÜRETİM KOOPERATİFLERİ İLE İLİŞKİLER

Bir tüketim kooperatifinin, özellikle dağıtım kanallarının çokluğu sebebiyle yüksek kar hadlerinden ileri gelen fiyat artışlarını önlemedeki başarısı, büyük ölçüde, üretim kooperatifleri ile kuracağı ilişkiye bağlıdır. Böylece, aracılardan eline geçen değer, üreticiler ile tüketiciler arasında yeniden dağıtılacaktır.

(13) POLAT - TAYANÇ, a.g.e., s. 115.

Böyle dolaysız bir ilişkinin sağlanmasının, eskiden aracılarn üstlendikleri bazı fonksiyonların Őimdi üretim ve tüketim kooperatifi tarafından yapılmasını gerektireceği ve bunun da kooperatiflerin işletme giderlerini artıracadı kuŐkusuzdur. Fakat, eskiden bu hizmetleri gören aracılarn, hizmetleri karŐılıđı bir kar sağladıkları düşünülecek olursa, aracı hizmetleri yapmanın her iki kooperatife yükleyeceği yeni giderlerin, sağlanacak yararlardan daha az olacadı açıktır.

Üretim ve tüketim kooperatiflerinin karŐılıklı ilişkilerinde dikkate alınacak bir nokta da ticaret marjları olacaktır. Genellikle ekonomide fiyat artışları başgösterdiğinde, üreticiler üretim sürecinde kullandıkları girdilerin fiyatlarında meydana gelen artışları, kar marjlarının düşmemesi için hemen satış fiyatlarına yansıtmakta ve kar marjlarını alıŐılageldikleri düzeyde tutmaya çalışmaktadırlar. Bu durum, özellikle üreticilerin fiyatı belirlemede güçlü oldukları üretim faaliyetleri ile geçerlidir. Rekabetin fazla olduğu ve bunun sonucu olarak ürün çeŐitlenmesi ile pazarlama faaliyetlerinin, satış miktarını artırmada önemli rolü olduğu üretim faaliyetlerinde, bu faktör fiyat artışlarını etkileyen bağımsız bir neden olarak görülür.

Bu durum yani karmarjlarından, üreticilerin fedakarlığa yanaŐmamaları Türkiye ekonomisinde de gözlenen bir olgudur. Üretici ile tüketici arasında yer alan aracılarn çokluğundan ötürü, zincirleme fiyat artışları yoluyla, nihai tüketiciye kümülatif bir Şekilde yansır.

Oysa tüketicinin örgütlenmesi ve üretim kooperatifleri ile büyük miktarlar ve sabit fiyatlar üzerinden bağlantı yapılması, bu durumun tüketici üzerindeki etkilerini azaltacaktır. Öte yandan, üreticilerin, böyle zamanlarda, örgütlenmemiŐ tüketicilerin tercihlerini etkilemek amacıyla yoğun reklam kampanyalarına yönelmeleri ve büyük giderlere yol açmaları da serbest rekabetin bir sonucudur.

Oysa bu reklam giderleri, maliyete girerek satış fiyatına yansması sonunda, tüketici tarafından karŐılanmaktadır.

Üretim kooperatifi ile yakın bir işbirliği, gereksiz reklam giderlerini de etkileyecektir. Şöyle ki, örgütlenmiş tüketiciler kooperatifleri aracılığı ile bağlandıkları üretim kooperatifinin devamlı bir müşterisi olacaklar, diğer kuruluşların reklamları, önemli fiyat indirimlerine yol açmadıkça etkisiz kalacak, gereksiz harcamalar olmaktan öteye gitmeyeceklerdir.

Nihayet, iki kooperatif arasındaki işbirliği, ambalaj giderleri üzerinde etkilerini gösterecektir. Bugün, serbest rekabetin rahatlıkla eksik rekabete dönüştüğü Türkiye’de, tüketiciyi etkilemek amacıyla, aynı malın değişik ambalajlarda piyasaya sürülmesi gibi, yoğun bir ambalaj giderleri yapılmaktadır. Amaç, mümkün olduğu kadar çok müşteri kazanmaktır. Oysa tüketim kooperatifi ile gerekli ilişkiyi kurmuş bir üretim kooperatifi, müşteri çekmek için, bu tür bir uygulamaya yönelmeyecek, ambalaj giderlerinden tasarruf edecektir ki, bu da tüketicinin ödediği fiyatta bir ucuzluğa yol açacaktır.

Görüldüğü üzere, tüketim kooperatifleri ile üretim kooperatifleri arasındaki ilişki ve işbirliği, hem üreticilerin emeklerinin tam karşılığını almalarını hem de tüketicilerin yaptıkları harcamaların azalarak ya da yeni ihtiyaçlara yönelerek yaşam düzeylerini yükseltmesini sağlayacaktır. Sonuç olarak tüketim kooperatifleri, bilhassa üretim kooperatifleri ile faaliyet gösterdikleri ya da üretim alanlarına sahip oldukları zaman piyasaya hakim olmuşlar, fiyatların oluşumunda, özellikle fiyatların istikrarında belli başlı rolü oynamışlardır.⁽¹⁴⁾

C. PİYASA FİYATININ OLUŞUMU VE TÜKETİM KOOPERATİFLERİ

Tüketim kooperatiflerinin, fiyat artışlarını önlemekle kalmayıp, piyasa fiyatının oluşumuna da katkı sağlayan kuruluşlar olduğunu belirtmekte yarar vardır. Aktif bir fiyat politikası uygulayan yani piyasa fiyatından daha ucuza satan ve az risturn dağıtan tüketim kooperatiflerinin güçlü oldukları durumlarda bu kooperatiflerle rekabet

(14) POLAT - TAYANÇ, a.g.e., s. 115.

edebilmek ve kendi müşterilerini kaçırmamak için, diğer kuruluşlar, mallarının satış fiyatlarını, maliyetlerini yeniden gözden geçirmek zorunda kalırlar. Böylece, tüketim kooperatiflerinin uyguladıkları fiyatlar bir çeşit tavan fiyatı olurlar ve bu fiyatın üstündeki bir fiyattan satmak zorlaşır.⁽¹⁵⁾

IV. EKONOMİK KRİZDE BAŞVURULAN ÇEŞİTLİ KRİZ POLİTİKALARI

Ekonomik kriz dönemlerinde kuşkusuz paniği önleyici tedbirler alınmaktadır. Prof. Kindleberger krizi ve paniği önleyici olarak şu tedbirleri önermektedir.

A. KENDİ HALİNE BIRAKMA

Paniğin kendi kendini tedavi etmesi iddiası iki ayrı görüşe dayanmaktadır. Birinci görüşte, piyasayı etki altında bırakan panik ve krizin yine piyasanın kendi yarattığı bir olay olduğu ve bunun cezasının piyasa tarafından çekilmesi lazım geldiği iddiası hakimdir. Bu görüşte olanlara göre nasıl bir tropikal fırtınada, fırtınadan sonra havanın temizleneceği ve daha iyi bir havanın geleceği bekleniyorsa, krizden sonra da ekonomi daha sıhhatli, daha güvenilir hale gelecektir.

Buna karşı olan görüş ise her ne kadar sistemdeki çılgın yatırımların ekonomiden çekilip çıkarılması icap ediyorsa da krizin yayılma eğilimi vardır. Böyle kriz neticesinde ekonomiye lüzumlu ve sıhhatli yatırımlarda bataabilir, çünkü bu yatırımcıları ayakta kalabilmeleri için lüzumlu krediyi kriz esnasında bulamayacaklardır ve hiç hak etmedikleri halde diğerleri ile beraber batacaklardır. Ekonomi tarihi göstermiştir ki bütün ekonomik krizlerde büyük faiz oranları vermeye razı olsanız bile borç para bulma imkanımız çok zorlaşmakta, hatta imkansız hale gelmektedir.

(15) POLAT - TAVANÇ, s. 115.

Krizlerin kendi haline bırakılmak suretiyle tedavi şekli hemen hemen hiçbir zaman mümkün olmamıştır. Çünkü birileri daima müdahale etmek ve krizi şöyle veya böyle durdurmak lüzumunu duymuşlardır. Belki de bu müdahaleler olmasaydı kriz çok daha uzun sürecek fakat kendi kendine geçecekti. Tarih birçok zamanlar otoritelerin ekonomik krizlerde müdahale etmeme kararı aldıkları fakat aynı otoritelerin kendini müdehale etmek mecburiyeti ile karşı karşıya bulduklarını kaydetmektedir.⁽¹⁶⁾

B. OYALAMA

Krizi önleyecek veya yavaşlatacak çarelerden biriside oyalama usulu olmuştur. Herhangi bir finansal panikte, bankalarda mevduatı bulunan kimseler bu mevduatı geri çekmek için banka önünde birikmektedir. Hiçbir bankanın kendisine yatırılan parayı toplu olarak geri verme imkanı yoktur, bunun için bankalar kriz anında bu paraların geri dönmesini geçiktirmek için muhtelif oyalama usulleri bulmuşlardır.

C. SERMAYE PİYASALARININ TATİL EDİLMESİ

Paniği ve krizi durdurma yollarından birisi de sermaye piyasalarının kapatılması, tatil yolları olmuştur. Bu usul ilk olarak 1873'te New York borsasının kapatılması sureti ile kullanılmıştır. İkinci defa büyük boyutta kullanılması da 1914 yılında Birinci Dünya Harbinde Londra'da ve diğer birçok memlekette borsanın kapatılması şeklinde olmuştur.

Sermaye piyasalarının ve borsaların kapatılması tavsiye edilen bir usul değildir, çünkü böyle bir kapatma paniği yeraltına çekmekte ve bu durumda panik daha da büyümekte ve zararlı olmaktadır. Sermaye piyasalarını kapatmanın ikinci bir yolu resmi tatil günleri ilan etmektir. Resmi tatil ilanı bütün iş hayatını durdurduğundan, banka tatillerine oranla daha etkili olmaktadır.

⁽¹⁶⁾ Melih, GÜRSOY, **Dünyadaki Büyük Ekonomik Krizler ve Türkiye Ekonomisine Etkileri**, İstanbul, 1989, s.146.

D. MORATORYUM

Bütün borçların ödenmesine moratoryum (borcun ödenmesinin geciktirilmesi veya talik hakkı) ilan edilerek zaman kazanmanın imkanı vardır. 1873 yılında Viyana borsasında böyle bir moratoryum ilan edilmiş ve borsa çökmesinden sonra bu moratoryum bir hafta devam etmiştir. Bu zaman zarfında Avusturya Milli Bankası ve diğer güvenilir bankalar tarafından 20 milyon Guldenlik garanti fonu oluşturulmuştur. Bütün bu gayretlerin fazla bir yardımı olamamış ve 1873 krizinin Avusturya'da etkisi çok fazla olmuştur.⁽¹⁷⁾

E. KLİRİNG BÜROSU SERTİFİKALARI

Amerika'da Federal Merkez Bankasının kuruluşundan evvel krizlerde en çok kullanılan tedbir, kliring bürosu sertifikalarıydı. Kliring bürosu 1850'lerde Amerika'da başlatılan bir müesseseydi. New York bürosu 1853'te Filadelfiya bürosu 1858'de kurulmuştu. Krizleri önlemek için kurulan bu bürolar bazı küçük krizlerde faydalı olabildiler, fakat etkilerinin yöresel kalışı ve imkanlarının az oluşu dolayısı ile büyük ekonomik krizlerde faydalı olamadılar.

F. BANKALARIN İŞBİRLİĞİ YAPMASI

Kliring bürolarının dışında, bankalar da bazı krizlerde etkili olmak için işbirliğine girişmişlerdir. Bir kısım kuvvetli ve güvenilir bankalar biraraya gelerek bunalıma giren küçük bankaların batmasını önlemişler, onları takviye etmişler ve dolayısı ile kendilerini de bir bulanımdan kurtarmışlardır.

(17) Melih, GÜRİSOY, a.g.e., s.146-147.

G. FEDERAL MEVDUAT SİGORTASI

1934 yılında kurulan Federal Mevduat Sigortası bankalara yatırılan mevduatın, ilk yıllarda 101 bin dolarını, sonraları 40 bin dolara kadarını sigorta etmek sureti ile güvence altına almıştır. Bu güvence birçok banka batışlarında mevduat sahiplerini zor durumdan kurtarmış ve banka batışlarının panik ve krize dönüşmesini önlemiştir⁽¹⁸⁾.

V. EKONOMİK KRİZ DÖNEMLERİNDE ALTERNATİF ÖNLEMLER

Ülkemizde, son 15 yıl içerisinde önemli derecede iki ekonomik kriz yaşanmıştır. 24 Ocak ve 5 Nisan Kararları amaç olarak benzer özellikler taşımaktadır.

Bozulan kamu maliyesinin düzeltilmesi yani devlet gelirlerinin artırılması ve buna bağlı olarak devlet harcamalarının kısıtlanmasıdır.

İlhan Tekeli, bu istikrar tedbirlerinin üç amacı olduğunu söylemektedir. Birinci amacı, dış ödemeler dengesi açığını kapamaktır. Bunun için esas araç olarak devalüasyon kullanılmaktadır, böylece bir yandan ithalat pahalılandırılarak ithalatın kısılması, öte yandan ihracat malları ucuzlatılarak ihracatın artırılması ve bu yolla ödemeler dengesinin sağlanmasına çalışılmaktadır. Devalüasyon kararı, dış ödemeleri azaltacak, ihracatı artıracak başka önlemlerle desteklenmektedir. İkinci amacı talebi kısmaktır. Bunun içinde, vergilerin yüksetilmesi, devlet tarafından fiyatları subvansiyone edilen malların fiyatlarının serbest bırakılması, devlet harcamalarının kısılması, banka faiz oranlarının yükseltilmesi, devletin emisyonundan kaçınması gibi politikalar getirilmesidir. İstikrar kararlarının üçüncü amacı, piyasa mekanizmasının işleyişini restore etmektir. Ekonomik sistemde piyasa ekonomisinin işleyişini engelleyen kararlar kaldırılarak

(18) Melih, GÜR SOY, a.g.e., s.146-147.

ekonomiye yeni koşullara uyum yapabilecek kapasite kazandırılır. Kuşkusuz bu da, toplumda varolan ekonomik durumun ortadan kalkmasını ve yenilerinin oluşumunu hızlandırmak demektir. Bu da toplumda belli kesimlerin kaybetmesine ve belli kesimlerin de kazanmasına neden olacaktır.

İstikrar paketlerinin bu üç ana amacının yanı sıra bir başka üstü kapalı amacı daha vardır. Bu kararların uygulamasını ekonomiyi durgunluğa düşürmeden gerçekleşebilmek⁽¹⁹⁾.

Özel sektörün de ekonomik krizden etkilenmemek için aldığı bazı tedbirleri şöyle özetlemek mümkündür;

- a. Nakit akışının günlük denetimi,
- b. Müşteri seçiminde daha titiz davranmak,
- c. Büyüme operasyonlarını, yurtdışına kaydırmak,
- d. Satışta dış talebe ağırlık vermek,
- e. Üretimi kısıtlamak,
- f. Banka kredisi, zorunlu kalınmadıkça kullanmamak, özkaynaklara yönelmek,
- g. Emekliliğe yakın çalışanların tasfiye edilmesi⁽²⁰⁾.

Bu konu üzerindeki başka bir yorumda Şahin Büyüker'den gelmiştir.

“Bir ülkede yaşanan ekonomik bunalımdan en çok etkilenen işletmelerdir. Kamu kurum ve işletmeleri, kamunun değişik yatırım gücünü kullanarak özellikle de bunalım günlerinde bu güç kullanımını artırarak, bunalımı atlatma yoluna giderler.

Özel sektör işletmelerinin ise, ekonominin ilkeleri ve mantığı içinde, bunalımdan en az zararla kurtulmanın yollarını araması gerekir. Bunun için akla gelebilecek şu hususları ele alabiliriz:

(19) İlhan TEKELİ - Çağlar KEYDER ve diğerleri, **Türkiyede ve Dünya'da Yaşanan Ekonomik Bunalım**, Yurt Ya. 10, Ankara, 1984, s.232.

(20) Para, Haftalık Ekonomi Derg., S. 78 (Şubat 1996), s. 20-21.

1. Ekonomik bunalımın başlayacağı ya da başladığı günlerde, hemen satışa arz edilebilecek ürünler doğuran yeni yatırımlardan kaçınılır.
İşletme, bir ticari işletme ise, satmak amacı ile büyük parti mal alımı yapmamalı, stoklu çalışmak yerine üretici işletme ile kuralına göre çalışmalıdır. Sanayi işletmeleri, gıda, tekstil, hizmet gibi hemen ürün verebilecek sektörde faaliyet gösteriyor ise, kapasite artırıcı yeni yatırımlar yapmalıdır.
2. Sanayi işletmeleri, beyaz eşya, otomotiv, inşaat gibi 1-2 yılda ürün verebilecek sektörde yer alıyor ise, ekonomik bunalım bittiğinde, satışa hazır ürünlere sahip olabilecek yatırımların gerçekleştirilmesinden kaçınmalıdırlar.
3. Personel politikası gözden geçirilmelidir:
 - a) İkamesi hemen mümkün olan görevlerdeki personel sayısını azaltmalı, genişleme günlerinde işletmeye yararlı olabilecek ve ikamesi zor olan personel ise görevde tutulmalıdır.
 - b) Mevcut personelin mesleki eğitimi yapılmalıdır. Genişleme döneminde eğitime zaman bulunmayabilir.
 - c) Personelle bütünleşmeye önem verilmelidir. Bunalımın atlatılması için işletme sahibi, yöneticileri ve öteki personel adeta kader birliği yapmalıdır.
 - d) Kendi mesleğinde isim yapmış profesyonel yöneticiler, genişleme dönemine hazırlık olarak, transfer edilmelidir.
4. Harcamalarda daha seçici olunmalı, tüm tasarruf önlemleri ısrarla uygulanmalıdır. Çay, telefon, elektrik, akaryakıt gibi hemen tasarruf edilebilecek giderlere önem verilmelidir. Bu konuda işletme sahibi ve yöneticileri, öteki personele örnek olmalıdır.
Ayrıca piyasa durgunluğunu yok edemeyecek reklam ve tanıtım giderleri yapılmamalı, reklam ve tanıtım, işletmeye yeni maliyet getirmeyecek biçimde sürdürülmelidir.

5. Yaşanan kriz yalnızca bir ülkeyi ilgilendiriyorsa, ilgili ülkenin parası, sürekli ve hızlı bir biçimde değer kaybedecek demektir. Bu durumda işletmenin kasa, banka, alacaklar, hisse senedi ve tahviller hesabı olabildiğince dolar, mark gibi dövize ya da eriyip yok olmayacak alternatif yatırım araçlarına çevrilmelidir. İşletmelerin hazır değerlerini döviz olarak bulundurmalarının ulusal paranın değer kaybetmesini hızlandıracağı sakıncası da göz önünde bulundurulmalıdır.
6. İşletmenin değişik taahhütleri ulusal para bazında yapılmalı, döviz bazında taahhüt altına sokulmamalıdır. Kredi, kira, ücret komisyon, hammadde ve mal bedeli gibi anlaşmalar ulusal para bazında yapılmalıdır.
7. Kriz döneminde kış uykusuna yatıp, bunalımın geçmesi beklenmeli, genişleme dönemindeki amansız yarışa, yayından fırlayacak ok gibi hazır olabilmek için gerekli tüm hazırlıklar yapılmalıdır. Personel, teknik, stok, piyasa, dağıtım kanalı gibi konulardaki gerekli düzenlemelere, bunalım günlerinde eli kolu bağlı durup, genişleme günlerinde zaman harcanmamalıdır.
8. Ekonomik durgunluğun atlatılması, piyasanın canlanması için hazine, planlama, kalkınma-yatırım bankaları, odalar ve firmalarla sürekli diyalog halinde olunmalı, fuarlar ve seminerler düzenlenerek, bunalımın atlatılması sağlanmalıdır. Özellikle farklı sektörlerdeki işletmelerle iş bağlantıları yapılmalıdır. Örneğin, inşaat firması bir gazete firmasına “Sen benim reklamımı yap, ben de sana ek bina yapayım” derse, bu gibi iş bağlantıları, piyasanın canlanmasına yardımcı olabilir.
9. Bunalım öncesi ulaşılamayan kişi ve kurumlarla iletişim kolaylığı doğar. Bu fırsat kullanılmalıdır.
10. Durgunluktan her sektör ve her piyasa aynı oranda etkilenmezler. İşletme, yaşanan bunalımın süresini öngörmeli,

sürenin uzunluğuna göre, yeni sektör ya da alana geçiş yapmanın yollarını aramalıdır. Ayrıca, ticari faaliyetle ilgili olarak mal ve hizmet ticaretine yönelinmelidir.

11. Tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini durgunluk yokmuş gibi sürdürmelidir. Bunu yaparken, ek maliyet yüklenilmemeli, çalışmaları hafifleyen departmanların personel ve öteki olanakları boş tutmak yerine, bunlar tanıtım ve pazarlama faaliyetlerine kanalize edilmelidir.
12. Pazarın canlı olduğu dönemde zamansızlık ve başka nedenlerle yapılmayan düzenlemeler durgunluk döneminde yapılmalıdır. Fabrika, bina, büro tadilatları, taşınmalar, çevre düzenlemeleri, stok kontrolü, mali denetim, makine ve teçhizat bakımı gibi işletmenin ana faaliyetini engelleyici ve fakat gerekli olan bu tür işler, durgunluk döneminin, boş zamanını değerlendirmenin en iyi yoludur.
13. Devlete ve bankalara olan borçların ertelenmesi konusunda girişimler yapılmalı, bunalımın getirdiği ödeme riskini borçlu ve alacaklı birlikte taşınmalıdır.
14. Ekonomik sürecin bunalım ve genişlemelerden oluştuğu bilincine varılmalı, bunalımın bir kader olmadığı, ekonomik mantık içinde atlatılabileceği benimsenmelidir.
15. Akılcı bir finansman politikası izlenmeli, işletme dışı fonların finansal kaldıracından yararlanmaya çalışılırken, yüksek faiz ve borç sarmalına dolanılmamalıdır. Alacakların tahsili hızlandırılarak ve stok devir hızı yükseltilerek işletme içi fonlar oluşturulmalı ve kullanılmalıdır⁽²¹⁾.

(21) Şahin BÜYÜKER, "Ekonomik Bunalım ve İşletmeler", DÜNYA, (Mayıs 1994), s. 6.

VI. OLAĞAN DÖNEMLERDE TÜKETİM KOOPERATİFİ POLİTİKALARI

Hukuki organizyonunu tamamlayarak tüzel kişilik kazanan ve ilk harekete geçiş için yeterli finansman kaynaklarını sağlayan kooperatif işletme, çalışmaya hazır duruma gelmiştir. Faaliyete geçiş aşamasında kararlaştırılması gereken konulardan ikisi çok önemlidir. Bunlardan biri, kuruluş yeri ve işletme iriliğinin seçimidir, ikincisi de kuruluş amaçlarına hizmet eden uygun ve rasyonel bir işletme politikasının tesbit edilmesi ve bunun finansman kaynaklarının temin edilmesidir. İşletme politikası, dinamik bir politikadır, şartlar ve ihtiyaçlar değiştikçe kendini yenilemek durumundadır

Bir tedarik veya değerlendirme hizmetinin yerine getirilmesi, herşeyden önce işletme fonksiyonlarının yerine getirilmesine bağlıdır. Tüketim kooperatifi, başlıca üretim faktörlerini yeterli miktarda ve uygun bir bileşim oranında biraraya getirerek belirli bir kuruluş yeri ve işletme büyüklüğünü seçerek faaliyete geçecektir. Bu andan itibaren çeşitli işletme politikalarının geliştirilmesi ve uygulanması söz konusu olur.

Tüketim kooperatifleri, ortaklarının ihtiyaç duydukları tüketim maddelerini piyasadan temin ederlerken, çabalarının ağırlığını tedarik piyasalarında yoğunlaştırırlar.

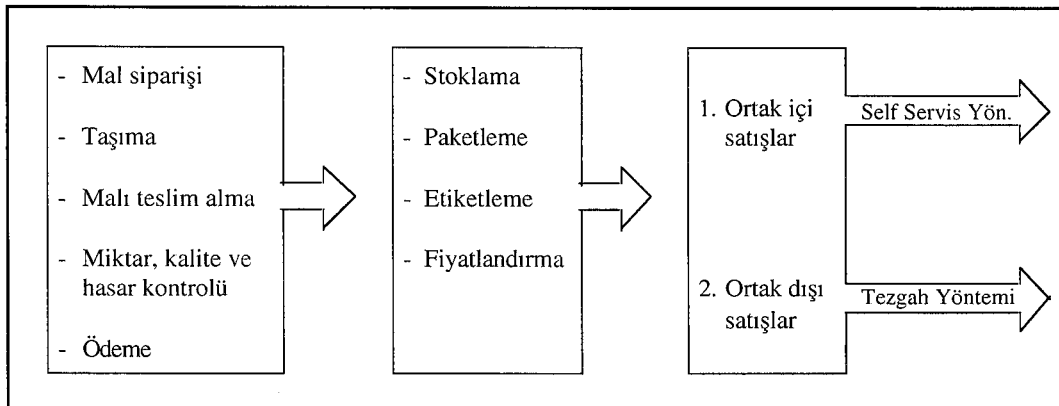
Finansman ve yönetim fonksiyonları bütün kooperatif işletmelerinde süreklilik arz etmekte ve işletmelerin varlığı aşamasında ve tesislerin kurulması sırasında değil, yüklenilen görevin yerine getirilmesi sırasında da sürekli biçimde ihtiyaç duyulur. Tedarik, stoklama ve satışın, kısaca hizmet üretim süresinin yeterli finansman kaynakları ile beslenmesi, bütün kooperatif işletmeleri için hassas ve sınırlandırıcı bir fonksiyon alanıdır.

Tüketim kooperatifinin işletmesinin yönetim fonksiyonu da tüm diğer işletme fonksiyonlarının planlanmasını, örgütlenmesini, koordinasyon ve kontrolünü ilgilendiren, geniş kapsamlı bir fonksiyondur. Bu nedenle, çoğu zaman tedarik, üretim, satış ve finansman yönetiminden söz edilir. Tüketim kooperatifi kurulduktan, kuruluş yeri ve işletme büyüklüğü seçildikten sonra, ortaklar için hizmet üretiminin ve hizmet üretimine temel teşkil eden tedarik, satış ve finansman fonksiyonlarının nicel ve nitel yönleriyle planlaması, örgütlenmesi, koordinasyonu ve kontrolü, kısaca, yönetilmesi gerekir. Tedarik ve değerlendirme hizmetleri ile ilgili bütün çaba ve politikalar yönetim fonksiyonu kapsamında yer alırlar.

Tüketim kooperatifleri ortakları için, elverişli şartlarda serbest piyasadan mal veya hizmet tedarik etmek üzere çaba harcar. Çalışma konusunun ve çabalarının ağırlığı tedarik yönündedir. Başka bir ifade ile tüketim kooperatifleri satınalma yönelimli kooperatiflerdir. Tüketim kooperatifi ortaklarının bireysel taleplerini birleştirmek suretiyle, toplu bir talep oluşturur. Bu toplu talebi serbest tedarik piyasasına yansıtır. Tüketim kooperatiflerinin hizmet üretimine esas teşkil eden tedarik kaynağı serbest piyasa, müşterileri ortaklarıdır.⁽²²⁾

Bir tüketim kooperatifinin mal tedarik işlemi ve bunu takip eden ilave hizmetler aşağıda gösterilmiştir.

Tablo: 1. 2. Birim Tüketim Kooperatifinin Mal Tedarik ve Satış Hizmetlerindeki İşlemler



Kaynak: Alican KAVAS - Yavuz ODABAŞI, Türkiye'de Tüketim Kooperatifçiliği Kitabından Alınmıştır.

(22) İsmail duymaz, **Kooperatif İşletme Ekonomisi ve Yönetimi**, İzmir, 1986, s. 165.

İlke olarak, birim tüketim kooperatifinin mal tedarik çabaları ile herhangi bir parakendeci kuruluş arasında pek fark yoktur. Amaç için yerine getirilecek olan işler ve uygulanacak esaslar bütün olarak aynıdır. Kooperatifin çalışma konusuna giren mal veya hizmetler, ortakların ihtiyaç yapısına, yerine ve zamanına bağlı kalınarak devamlı şekilde veya periyodik olarak tedarik edilirler. Bu mallar ihtiyaç anında, bazı mallarda stoklardan karşılanabilir. Malların ihtiyaç anında temin edilmesi halinde, kooperatif stoklama maliyetlerinden tasarruf sağlar. Ancak, bu tür bir tedarik yöntemi çeşitli risklerle karşı karşıyadır. Bu nedenle, tüketim kooperatifi, tedarik piyasalarının ve tedarik kaynaklarının durumları ile ortakların ihtiyaç yapısını dikkate alarak belirli bir satınalma ve stok yapmak zorunda kalır⁽²³⁾.

Bir tüketim kooperatifinde hangi malların ne miktarlarda nerede, nasıl ve ne zaman alınacakları konusunda çeşitli faktörler etkili olurlar. Bunlar arasında özellikle kooperatif işletme büyüklüğü, ortak ekonomilerinin ihtiyaç yapısı, işletmenin finansman gücü, piyasaların ve tedarik edilen malların özellikleri gibi içsel ve çevresel faktörler kooperatif işletmesinin tedarik ve stok politikası ile tedarik stok planları etkili olurlar. Tedarik ve stok politikaları iç içe kenetlenmiş olan politiklardır. Bu politikaların belirlenmesinde öncelikle ortakların yaygın ve müşterek temel ihtiyaç (gıda, giyim, ve temizlik v.b.) maddelerinin elverişli şartlarda temin edilmeleri ve stoklanmaları esas alınır. Burada esas alınan bir ilke de gerektiği kadar zamanında ve elverişli şartlarda mal tedarik etmek, mal alımına bağlanan işletme sermayesinin hızla dönmesini sağlamak ve yeniden mal alımına bağlamaktır.

Mal tedarik edilecek kuruluşların seçimi de ayrı bir çaba gerektirir. Birim kooperatiflerinin kurdukları bir birliğin varlığı halinde, tüketim kooperatifinin mal tedarikinde öncelikle kendi üst kuruluşunu tercih

(23) KAVAS-ODABAŞI, a.g.e., s. 7.

etmesi ve onun daha elverişli olan tedarik hizmetlerinden yararlanması esastır. Üst kuruluşun bulunmaması halinde, mahalli üretici veya toptancı ticari firmalardan mal tedarik edilecektir. Mal alımının gerçekleştirileceği ticari veya üretici firmaların seçimini suretli olarak özellikle fiyat, kalite, ödeme şartları, iskonto, taşıma maliyetleri, mal teslim şartları ve tedarik güvencesi gibi faktörler üzerinde durulur, en büyük avantajı sağlayan kuruluşlar alımda tercih edilir.

Ortaklara mal sunumunda herhangi bir kesintinin ortaya çıkmaması ve işletmede aşırı stokların önlenmesi için, mal alımı belirli bir tedarik ve stok planına bağlı olarak yürütülür. Tüketim kooperatifinin ölü ve aşırı stoklardan kaçınması şarttır. Tedarik edilen malların kısa sürede nakit haline dönüştürülmesi, fire ve zayıtın önlenmesi esastır.

Bu amaçla, hem sipariş miktarı ve zamanlaması tesbit edilirken hem de stok planı yapılırken, dikkatler devamlı olarak ortakların ihtiyaç ve çıkarları ile tedarik ve stok maliyetleri üzerinde yoğunlaşacaktır. Bu arada özellikle stok hareketleri, stok devir hızları, talebin istikrarı ve malların özellikleri de dikkate alınır. Uzun süre stokta kalan veya dayanıksız olan mallarda az, stok devir hızı yüksek ve dayanıklı mallarda dana çok sipariş verilir. Ayrıca piyasada kıtlığı çekilen veya fiyatları yükselme eğilimde olan malların siparişinde ayrı bir titizlikle yürütülmesi, yeterli miktarda stokta bulundurulması gerekli olur.

Satınalma fonksiyonu, kooperatifin işlem hacmine göre planlanır ve bir bütçeye bağlanır. Alımların miktarı, zamanlaması ve tahmini fiyatlar satınalma bütçesiyle planlanır. Satınalmada miktar, fiyat, kalite, alım kaynağı ve zaman gibi unsurlar ile bunların seçimi önem taşıdıkları için, bu unsurlardaki değişmelerin sürekli olarak takip edilmeleri ve yerine göre stok politikasının izlenmesi zorunlu olur. Tedarik piyasalarındaki değişmeler satınalma kararlarını doğrudan etkiler.

Kooperatif işletme büyüdükçe, satınalma fonksiyonunun örgütlenmesinin ve planlamasının önemi daha da artar. Kooperatif üst kuruluşlarının kurulması halinde, satınalma fonksiyonu Birlik bünyesinde merkezleştirilir. Satınalma fonksiyonunun merkezleştirilmesi ile iskonto ve kredili alım imkanları sağlanır. Taşıma maliyetlerinde de tasarruflar sağlanır.⁽²⁴⁾

A. KOOPERATİF İŞLETMENİN KURULUŞ YERİ SEÇİMİ

Kuruluş yeri, kooperatif işletmesinin üretim faaliyetini fiilen yürüteceği yerdir. Tüketim kooperatifi, diğer işletmeler gibi gerekli kuruluş işlemlerini tamamladıktan sonra, yasalarla zorunlu tutulan organlarını oluşturduktan ve nihayet yürütülmesi planlanan üretim ve faaliyetlerinin talebine ve maliyetine göre kapasitesini belirledikten sonra, sıra, kooperatif işletmenin ve yardımcı tesislerin kuruluş yerini seçmeye gelir⁽²⁵⁾.

Tüketim kooperatifleri, kentleşme sürecine bağlı olarak ortaklarının artmasıyla, mağazalarının ölçeklerini büyütmede veya ihtiyaç duyulacak yeni mağazalar için kuruluş yeri seçimine ilişkin plan, politika ve yöntemler konusunda önlemler almaya çalışmaktadırlar⁽²⁶⁾.

Kooperatifin, perakende satış mağazasının kuruluş yeri ile ilgili seçimi, kooperatifin cirosunun artması ve üye sayısının genişlemesi bakımından çok önemlidir. Kuruluş yerinin seçiminde, şehrin şimdiki durumu kadar, gelişme eğilimlerinin de gözönüne alınması, şehir içindeki hareketlilik sonucu mağazanın bulunduğu yerin, şehrin gelişme doğrultusuna ters düşmemesini sağlar. Bu nedenle, eğer varsa şehir

(24) DUYMAZ, a.g.e., s. 165-166.

(25) DUYMAZ, a.g.e., s. 185.

(26) Hüseyin POLAT, **İşçi Tüketim Kooperatifleri Durumu ve Sorunları**, Türk-İş Kooperatifler Bürosu, Ankara 186, s. 9.

planının incelenmesi gerekecektir. Bu seçimde önemli olan bir başka nokta, kooperatifin çevresindeki tüketicilerin ne kadarını etkilemek istediğini saptamasıdır⁽²⁷⁾.

Kuruluş yeri seçiminde çok çeşitli ekonomik faktörlerin etkili olacakları açıktır. Seçim sırasında, kooperatifin verimli ve ucuz işgörmesi, ortakların kolaylıkla kooperatife ulaşmaları, kuruluş yerinden kaynaklanan işletme giderlerinin haklı gösterilebilecek bir düzeyde tutulması gibi faktörlerin de hesaba katılması gerekir⁽²⁸⁾.

Tüketim kooperatifleri serbest piyasadan topluca temin ettikleri malları kooperatifin merkez depo ve merkez mağazasına, oradan da çeşitli satış şubelerine ulaştıracaklardır. Kooperatif, taşıma ve bina maliyetleri üzerinde durduğu kadar müşterilerin kooperatife kolaylıkla alış veriş yapmalarını sağlama konusuna da ilgi duyacaktır. Örneğin birim tüketim kooperatifleri ya ortaklarının çalıştıkları işyerlerinde ya da topluca oturdukları bir yörede satış mağazasını açacaktır. Aynı kooperatifin ortak dışı işlem yapmayı da amaçlaması ve bunun gerektirdiği işletme iriliğini seçmesi halinde kuruluş yeri olarak rakip kuruluşların yanında veya yakınında ortak müşterilerin yanısıra diğer müşterilerin de uğrayıp alış veriş yapabilecekleri işlek bir noktayı seçmesi gerekli olabilir.

B. TÜKETİM KOOPERATİFLERİNDE TEDARİK VE STOK PLANLAMASI

Tüketim kooperatifleri en önemli varlıkları olan stoklarını iyi bir şekilde muhafaza etmeleri, miktar ve değer yönünden stoklarının her an bilinmesi için stok kontrolüne önem vermeleri gerekmektedir. Stok

(27) POLAT - TAVANÇ, a.g.e., s. 133.

(28) DUYMAZ, a.g.e., s. 186.

Bu konu hakkında bkz., Franz C. Helm, (Çev. İlhan CEMALCILAR), Kooperatif İşletme Ekonomisi, E.İ.T.İ.A. Ya. No. 150/92, Eskişehir, s. 28.

kontrolunun sağlıklı bir şekilde yapılabilmesi bazı kayıtların tutulması ile mümkün olacaktır. Stok kayıtlarının tutulması gerekliliğini şöyle sıralayabiliriz:

1. Stoklarla satışlar arasındaki sağlıklı ilişkiyi sürdürmek
2. Mal siparişinde bilgi sağlamak
3. Stoklarla ilgili yatırımı dengede tutmak
4. Firenin yerini bulmak ve kontrol altına almak⁽²⁹⁾

Bir tüketim kooperatifinin etkin ve verimli hizmet programı sunması müşterilerinin ortak ve temel ihtiyaçlarını ya da fiili taleplerini karşılayacak olan mal gruplarına uygun miktarda, kalitede, yerde ve zamanda hazır bulundurmasına bağlıdır. Değişik bir ifade ile tüketim kooperatifi, ortaklarının fiili talebini karşılamak üzere belirli bir üretim kapasitesi ve hizmet programı ile hazır durumda bulunmak zorundadır. İşletmenin hizmet üretim süreci ve hizmet arzı ile ortaklarının ihtiyaç ve talepleri arasında miktar, kalite, fiyat, yer ve zaman açısından sürekli bir uyumun ve uygunluğun sağlanması, hizmet üretim sürecinde kesinti ve duraklamaların önlenmesi gerekli olmaktadır. Diğer önlemlerin yanı sıra, tüketim kooperatifinin öngördüğü hizmet programının ve planladığı hizmet üretim sürecinin tedarik fonksiyonu yönünden de olumsuz şekilde etkilenmesi önlenmelidir. Bu nedenle tedarik fonksiyonu özellikle büyük birim ve birim üstü tüketim kooperatiflerinde genel işletme politikasının kritik ve stratejik unsurlarından biri durumuna gelmektedir

Bu açıdan da tedarik fonksiyonu ile diğer fonksiyonlar (hizmet üretimi finansman, satış vb.) arasında sürekli bir koordinasyon ve uyumun sağlanması şarttır. Tüketim kooperatifinin varlığını, tehlikeye sokmamak için, tedarik planlamasına gidilir. Tedarik planının temelinde çeşitli mal gruplarında tahminlenen iş hacmi (ortak içi ve ortak dışı satışlar toplamı) yer alır. Bu nedenle işletmenin ihtiyaç planı tedarik planması için temel teşkil eder. İhtiyaç planı, işletmenin hizmet üretim

(29) POLAT - TAVANÇ, a.g.e., s. 29.

sürecini ve programını aksatmayacak şekilde nerelerin hangi miktar ve kalitede, ne zaman tedarik edilmesi gerektiğini gösteren planlardır.

Tedarik ile satış arasında miktar ve zaman yönünden mutlak bir uyum sağlamak mümkün olmadığı için ve işletmede atıl hizmet kapasitesinin doğmasını önlemek bakımından malların depolanması ve belirli bir stok miktarının hazır tutulması şart olur. Çünkü mal siparişi ile malın işletmeye teslimine kadar belirli bir zaman geçer. Ayrıca taşımada ve haberleşmede de bazı öngörülen gecikmeler doğabilir. Bu arada, talepte bir takım kaymalar ortaya çıkabilir. Sayılan nedenler yüzünden tedarik planı her zaman belirli bir stok planlamasını da gerekli kılar.

Tedarik planı, ihtiyaç planından hareketle ihtiyacın ne kadarının stoklardan karşılanacağını ve stok miktarının nereye kadar arttırılacağını tespit etmek durumundadır. Bu nedenle hizmet süreci için gerekli olan tedarik planlamasının yanısıra stok planlamasına gidilmesi şart olur.

Stoklama, hizmet üretim sürecini ve hizmet programını koruma altına almak ve bazı risklerin etkisini azaltmak için gerekli olur. Stoklar, tedarik ile satış, tedarik ile değişen ihtiyaç yapısı ve talep ritmi arasında uyum sağlamak açısından emniyet sağlarlar. Bu bakımdan, işletmedeki stok hareketlerinin dikkatle izlenmesinde zorunluluk vardır. Ancak, işletmenin stoklama imkanları maliyet faktörü işletmenin finansman gücü ve stoklanacak olan ürünlerin özellikleri tarafından sınırlandırılır⁽³⁰⁾.

Stok işlemlerine ilişkin depo ve muhasebe giriş çıkış kayıtları her ikisinde sağlıklı bir şekilde yapılması sonucunda gerçekleşen stok kontrolunun yararları;

- Malların satış hızının saptanmasını sağlar
- Devamlı olarak eldeki stokların miktarı bilinir.

(30) DUYMAZ, a.g.e., s. 179.

- Dengeli stok bulundurulur.
- Yeniden sipariş verilecek mallar kolayca saptanır.
- Hızlı ve yavaş satan mallar bilinir.
- Mal sınıflarına göre satışlar hakkında bilgi edinilir.
- Planlamanın denetlenmesi sağlanır.
- Fire ve zaiyatın önlenmesine yardımcı olur⁽³¹⁾.

Tüketim kooperatifinin, stok hareketleri izlenirken, hareketli stoklar ile ihtiyat (yedek, rezerv) stoku arasında ayırım yapmak gerekir.

İşletmenin hareketli stokları, sipariş sürecinden, sipariş miktarından ve günlük işlem hacminden bağımlı olan stoklardır. İhtiyat stoku ise, “minimum stok”, “yedek stok”, “demirbaş stoku” veya “hareketsiz stok” olarak adlandırılır. İhtiyat stoku, beklenmedik gelişmeler karşısında kooperatif işletmenin hizmet programını koruma altında tutan stokdur. Hizmet programı uygulanırken, bu stok miktarına hiç el sürülmez. Yalnız, planlanan kooperatifin işlem hacminde beklenmedik, ani ve olaganüstü gelişmelerin doğması halinde bu stoklara başvurulur. İhtiyat stok miktarı genellikle tecrübelerle göre belirlenir. Bu stok miktarı ne abartılmalı ne de küçümsenmelidir. İhtiyat stokuna bağlanan işletme sermayesinin hareketsiz kaldığı, ihtiyat stokunun faiz giderlerine yolaçan bir ölü stok olduğu ve devir hızının sıfır olduğu, buna karşılık işletmeyi beklenmedik risklere karşı koruduğu unutulmamalıdır.

Tedarik ve stok planlamasının temel amacı, maliyet düzeyini minimize eden optimal satınalma ve optimal stok miktarının hesaplanmasıdır. Tedarik ve stok miktarı öyle bir büyüklükte olmalıdır ki;

1. Kooperatife öngörülen hizmet programı, tedarik yönünden herhangi bir kesintiye uğratılmamalı.

(31) POLAT-TAYANÇ, a.g.e., s. 30.

2. Birim mal başına düşen tedarik maliyeti (maloluş fiyat-stok maliyeti+faiz giderleri) minimum düzeyde bulunmalı.

Bu nedenle, tedarik planlamasında özellikle uygun fiyat, miktar, kalite, ödeme ve mal teslim şartları ve uygun tedarik kaynaklarının seçimi üzerinde durulduğu kadar tedarik ve stok maliyetlerinin minimizasyonu üzerinde durulacaktır⁽³²⁾.

C. TÜKETİM KOOPERATİFLERİNDE FİYATLANDIRMA POLİTİKASI

Fiyatlandırma, kooperatif ve şahıs şubelerinde hizmete sunulan tüm malların, satış fiyatlarının, yönetim kurulunun tespit ettiği bir politika çerçevesinde tespit edilmesi ve buna ilişkin uygulama işlemlerin kapsar⁽³³⁾.

Tüketim kooperatiflerinde fiyatlandırma, yönetim stratejisinin önemli bir ögesi olmaktadır. Tüketim kooperatiflerinde fiyatlandırma yaklaşımları genellikle maliyet fiyatına fiyat farkı eklenerek satış fiyatı tespit edilmektedir. Çağdaş işletmecilik anlayışına göre sakıncalı bulunan bu tür fiyatlandırmayı bazı kooperatifler maliyet fiyatını hesaplamalarında fatura üzerinde gözüken fiyatı esas alarak, nakliye, işçilik gibi masrafları dikkate almaktadırlar⁽³⁴⁾.

Tüketim kooperatifinin ortakları, işletmenin müşterisi durumundadır. Tüketim kooperatifi, serbest piyasadan tedarik ettiği malları ortaklarına satarken onlardan belirli bir fiyat talep eder. Ortaklar, kooperatiften satın aldıkları malın bedelini öderlerken mümkün olduğunca, düşük bir alım fiyatına ilgi duyarlar ve kooperatif satış fiyatının hissedilir derecede serbest piyasa fiyatının altında olmasını arzu ederler.

(32) DUYMAZ, a.g.e., s. 180.

(33) ÖZÇELİK, a.g.e., s. 81.

(34) POLAT-TAYANÇ, a.g.e., s. 21.

Ortaklar, ayrıca kaliteli mala, düzenli mal akışına ve elverişli alım ve ödeme şartlarına da ilgi duyarlar. Kooperatifin mümkün olduğunca ucuz ve bazı mallarda kredili satış yapması onlar için önemlidir. Ortak olanlar ile olmayanların birbirinden ayırmak için çoğu zaman ortak içi işlemlerde daha avantajlı şartların ve daha uygun fiyatların uygulanması gerekli olur. Bu açıdan, fiyat farklılaştırması etkili bir yöntemdir.

Tüketim kooperatifi, izleyeceği fiyat politikasında ortakların ödeme gücünü dikkate alma gereğini de duyacaktır. Rochdale öncülerinin benimsemiş oldukları “peşin satış ilkesi” zamanla bu gerekçe ile terk edilmiştir. Öncü kooperatifler içinde buldukları finansal şartların zorlaşması sonucunda peşin alışverişin avantajları üzerinde durmuşlardır. Bu ilke, özellikle kooperatif öz sermayesinin yetersiz olduğu ilk kuruluş aşamasında kazanmaktadır. Kredili satışların bu aşamada uygulanması zordur. Ancak kooperatif iş hacminin artmasına sermaye devir hızının yükselmesine ve mali yapının güçlenmesine paralel olarak kredili satış ilkesinde zamanla bazı mallarda yararlı bir uygulama bulmuştur. Bu şekilde, işletmenin likidite durumu için olmasa bile, ödeme gücü zayıf olan ortakların zorunlu ihtiyaçlarını karşılama açısından elverişli yaratılmaya çalışılır.

Tüketim kooperatiflerinde fiyat politikasının hedefi, şartlar elverdiği ölçüde ortaklarının satınalma güçlerini korumak ve tüketici rantı yaratmak suretiyle gelir etkisi sağlamaktır. Bunun için de, tüketim kooperatifi, ortak içi işlemlerde izleyeceği satış politikasında ortaklarının cari piyasa fiyatının altındaki bir fiyata ilgi duyduklarını dikkate alarak, tedarik ve işletme içi işlem çabalarını rasyonelleştirmek ve tüm çabalarını mümkün olduğunca düşük düzeyde tutmak zorunda kalacaktır. Ayrıca, ortak içi işlemlerde bazı özendirici önlemlere başvurulacaktır.

Kooperatifin izleyeceği fiyat politikası ortakların kooperatiften sağlayacakları yararları doğrudan etkileyeceği için, fiyatlandırmada

öncelikle ortakların fiyat beklentileri karşılanmaya çalışılacaktır. Ancak, kooperatif işletmesinde fiyat politikası ile karşılanması gereken çeşitli ihtiyaçları vardır. Bunların başında, sermaye birikimne duyulan ihtiyaç gelir. Kooperatifin ihtiyaçlarının karşılanmasına öncelik ve ağırlık verilmesi halinde, ortakların fiyattan bağımlı olan çıkarlarının sınırlandırılması sözkonusudur. Bunun akside geçerlidir. Bu nedenle kooperatif yönetimi fiyatlarını belirlerken devamlı olarak ortakların çıkarları ile işletmenin ihtiyaçları arasında denge kurmak zorunda kalır. Yönetimin işletme çıkarlarını ortakların beklentilerinin önünde ve üstünde tutulması özellikle kuruluş aşamasında önem taşımakta ise de ihtiyaçların baskısı altında insanlardan sabretmelerini talep etmek yersiz olur.

Yönetim, hem ortakları hem de işletmeyi koruyan uygun bir fiyat aramak zorundadır. Belirlenen fiyatlar hem ortaklarca tasvip görmeli ve çekici olmalı, hem de işletme için maliyetlerin üzerinde varlığın etkili biçimde sürdürülmesine yarayan bir emniyet marjını hesaba katmalıdır. Bu marj hem faaliyet maliyetlerini karşılayabilmeli, hem de işletmenin gelecekteki muhtemel risklere karşı hazırlıklı olmasını sağlayabilmelidir. Riskler varoldukça işletmenin mali yapısında yedek akçelerin ve karşılıkların oluşturulmasına devamlı ihtiyaç duyulur. Uygulanan fiyat, işletmenin sermaye birikimini ve mali yapısını, dolayısıyla etkili varlık göstermesini yakından etkiler⁽³⁵⁾.

Kooperatif mağazalarında satışa sunulan tam mallar için aynı marjı kullanmak mümkün olmadığından, mal grupları için değişik marj uygulamakla birlikte bu mal gruplarının yıllık tahmini satış miktarları ile elde edilecek brüt fazla dikkate alınarak, bir ortalama marj tespit edilir. Perakende satış fiyatları hükümet tarafından tespit ve ilan edilen tekel maddeleri bu fiyatların altında veya üzerinde satılamazlar. Kooperatifte hızlı satılan mallar için düşük marj, yavaş satılan malar

(35) DUYMAZ, a.g.e., s. 194.

için yüksek marj uygulanır. Kooperatifte satışları artırmak stokta mal yığılmasını önlemek ve mal kullanım sezonunun sona yaklaşmış olması sebebiyle meydana gelebilecek fire ve zahiyat imkanı fazla olan mallarda marj yüksek tutulur. Fiyatı üretici tarafından tespit edilen fiyatlarda uygulanacak marjın üretici tarafından belirlenen fiyatı aşamayacak ölçüde olması gerekir.

Kooperatifin sürekli olarak piyasadaki perakende fiyatlarını kontrol ederek, bu fiyatlarla, kooperatifteki fiyatları karşılaştırması, piyasa fiyatlarından yüksek fiyatla mal sunulmamasına özen göstermesi lazımdır⁽³⁶⁾.

(36) ÖZÇELİK, a.g.e., s.93.

İKİNCİ BÖLÜM

EKONOMİK KRİZİN İZMİT TÜKETİM KOOPERATİFLERİ UYGULAMASI

I. İZMİT TÜKETİM KOOPERATİFLERİ MALİ TABLO ANALİZİ

Aşağıdaki bilançolar 1994 yılındaki ekonomik krizden tüketim kooperatiflerinin ne şekilde etkilendiği ve ne gibi yöntemlere başvurulduğunu öğrenebilmek için 1993 ile 1994 yılları arasındaki kooperatiflerin bilançoları ele alınmıştır. Karşılaştırmalı Tablolar Analizi, 12 birim tüketim kooperatifine uygulanmıştır.

Anlama kolaylığı sağlamak amacıyla bilançolardaki son üç rakamlar alınmamıştır.

Tablo: 2. 1.

Tüketim Kooperatiflerinin 1993-1994 Yıllarındaki Bilanço Yerleri

	Kasa + Banka		Alacaklar		Stoklar		Özkaynaklar		Kısa V. Yab. K.	
	1993 (.000 TL)	1994 (.000 TL)	1993 (.000 TL)	1994 (.000 TL)	1993 (.000 TL)	1994 (.000 TL)	1993 (.000 TL)	1994 (.000 TL)	1993 (.000 TL)	1994 (.000 TL)
Pirelli	29.766	6.186	3.114.927	6.226.295	541.675	1.369.116	626.063	1.616.737	2.906.227	5.305.459
Süper Fosfat	20.953	17.803	1.537.325	1.489.802	353.663	629.488	369.776	698.928	1.550.628	1.463.746
Kirazdere	12.887	13.117	288.773	338.618	201.241	284.161	230.783	287.126	244.945	285.312
Emek	2.094	19.073	80.106	49.505	135.792	217.849	71.728	51.900	172.277	166.650
Petko	222.263	438.420	2.178.792	2.706.680	848.684	1.776.035	1.035.239	2.097.167	1.885.240	2.817.883
Ormancı	2.842	2.589	53.769	101.017	42.865	153.571	26.608	54.825	61.250	119.826
Bomko	32.630	22.549	1.172.229	2.255.326	231.056	343.335	178.215	357.242	1.126.226	1.580.504
Haberleşme	60.432	19.529	143.317	365.501	372.069	574.993	202.272	223.957	466.295	598.543
Hizmet Edenler	13.705	45.991	649.670	1.002.835	117.105	259.798	177.453	104.124	601.802	1.088.483
Tüko Birlik	44.334	197.580	1.584.239	2.527.045	332.136	790.148	201.937	518.679	1.349.701	1.691.058
İş-Koop	3.853	24.595	2.024.492	7.459.930	1.280.175	1.456.791	872.228	1.704.913	2.442.241	7.054.697
Harb İş	32.033	252.875	5.358.691	8.835.184	2.886.268	5.303.284	1.835.404	3.646.886	6.776.816	10.943.625

Mali Tablolar Analizi için bkz.: Oktay ÇALOĞLU, Tüketim Kooperatifleri İçin Mali Tablo Analizleri, Türk-İş Ya. No. 172, s. 18.

Tablo : 2. 2**Tüketim Kooperatiflerinin 1993-1994 Bilançolarının Artış ve Azalışı**

	<u>Kasa + Banka</u>	<u>Alacaklar</u>	<u>Stoklar</u>	<u>Özkaynaklar</u>	<u>Kısa V. Yab. K.</u>
Pirelli	-23.590	+3.111.368	+827.441	+990.674	+2.399.232
Süper Fosfat	-3.150	-67.523	+275.825	+329.152	-86.882
Kirazdere	+230	+109.845	+82.920	+56.343	+40.367
Emek	+16.979	-30.601	+82.057	-19.828	-5.627
Petko	+216.157	+527.891	+927.351	+1.061.928	+822.643
Ormancı	-253	+47.248	+110.706	+28.217	+58.576
Bomko	-10.081	+1.083.097	+112.279	+179.027	+454.278
Haberleşme	-40.903	+222.184	+202.924	+21.685	+132.248
Hizmet Edenler	-32.286	+353.165	+142.693	-73.329	+486.691
Tüko Birlik	+153.246	+942.806	+458.012	+316.682	+341.357
İş-Koop	+20.742	+5.435.438	+176.616	+832.685	+4.612.456
Harb İş	+220.842	+3.476.493	+2.417.016	+1.811.482	+4.166.809

Kaynak: Oktay ÇALOĞLU Tüketim Kooperatifleri için Mali Tablo Analizleri.

Tablo : 2. 3**Tüketim Kooperatiflerinin Gelir-Gider Tabloları**

	<u>Net Satışlar</u>		<u>S. M. Maliyeti</u>		<u>Satışlar</u>	<u>Satışlar</u>
	<u>1993</u>	<u>1994</u>	<u>1993</u>	<u>1994</u>	<u>Artış/Azalış</u>	<u>Artış/Azalış</u>
Kirazdere	918.002	1.556.137	882.650	1.401.671	+638.135	+519.021
Pimko	5.444.735	10.814.631	5.329.845	9.382.039	+5.369.896	+4.052.194
Emek	463.237	512.906	448.834	474.482	+49.669	+25.648
Petko	9.852.052	17.178.700	8.780.200	14.551.805	+7.326.648	+5.771.605
Ormancılar	367.989	719.675	334.801	596.453	+351.686	+261.652
S. S. Boru	1.197.957	2.687.550	1.158.685	2.412.001	+1.489.593	+1.253.316
Haberleşme	1.057.627	2.903.000	917.902	2.413.306	+1.845.373	+1.495.404
Hizmet Edenler	1.183.309	1.930.590	1.147.042	1.882.709	+747.281	+735.667
Tüko Birlik	9.189.628	18.481.780	8.834.796	16.388.289	+9.282.153	+7.553.493
İş-Koop	8.987.888	22.534.093	8.397.800	21.397.350	+13.546.205	+12.999.550
Harb-İş	21.499.842	37.573.324	19.403.867	33.376.412	+16.073.482	+13.972.545

Kaynak: Oktay ÇALOĞLU Tüketim Kooperatifleri için Mali Tablo Analizleri.

Karşılaştırmalı Tablo Analizlerinde, birim kooperatiflerin kendi özkaynaklarını kullandığını görüyoruz. Tabii, 1993-1994 arasındaki bilançolarda özkaynakların artması, kooperatiflerin sermaye arttırımına gittiklerini göstermektedir. Stoklardaki değişikliğin miktar ve fiyat artışlarından kaynaklandığı söylenebilir.

Alacaklardaki artışın sebebi, ortağın kooperatife çekilebilmesi için indirim ve kampanya olabilir veya ekonomik krizde, uzun vadede ortağı borçlandırma yoluna gidilmiş olabilir.

Kısa vadeli yabancı kaynaklardaki artış ise, kooperatiflerin işletme sermayesini çevirebilmek için başvurduğu söylenebilir, kısa vadeli yabancı kaynaklardaki artış kooperatiflerin kasa ve banka hesabının azalmasıyla da anlaşılmaktadır.

Mal maliyetinin yükselmesi ise, aşırı stok yüzünden stok maliyetinden kaynaklandığı veya işçilik, nakliye gibi giderlerin satış fiyatına eklenmemesinden kaynaklanabilir. Bu da karın optimal düzeyde olmasını etkilemektedir.

II. İZMİT TÜKETİM KOOPERATİFLERİNDE RASYO ANALİZİ

Aşağıdaki oranlardan, İzmit'teki birim tüketim kooperatiflerinin mali yapılarını ortaya koyabilmek için yararlanılmıştır.

Rasyo Analizleri, İzmit tüketim kooperatiflerinin 1993 ve 1994 yıllarındaki bilançolarından faydalanılmıştır. Anlam kolaylığı sağlanması bakımından bilançolardaki son üç rakam alınmamıştır.

$$1) \text{ Cari Kıymetler Rasyosu} = \frac{\text{Döner Varlıklar}}{\text{Kısa Vadeli Borçlar}}$$

Bu oranın 1.5 olması yeterli görülmele birlikte, özellikle stok ve alacak devir hızı yüksek kooperatiflerde cari kıymetler rasyosunun

düşük olması normal kabul edilir.

$$1993 \text{ Pirelli C.K. Rasyosu} = \frac{3.694.384}{2.906.227} = 1.27$$

$$1994 \text{ Pirelli C.K. Rasyosu} = \frac{7.655.747}{5.305.459} = 1.44$$

$$1993 \text{ SS Süper Fosfat C.K. Rasyosu} = \frac{1.969.465}{1.550.628} = 1.27$$

$$1994 \text{ SS Süper Fosfat C.K. Rasyosu} = \frac{2.225.528}{1.463.746} = 1.52$$

$$1993 \text{ SS Kirazdere C.K. Rasyosu} = \frac{513.990}{244.946} = 2.09$$

$$1994 \text{ SS Kirazdere C.K. Rasyosu} = \frac{708.447}{285.312} = 2.48$$

$$1993 \text{ SS Emek C.K. Rasyosu} = \frac{242.735}{172.277} = 1.40$$

$$1994 \text{ SS Emek C.K. Rasyosu} = \frac{314.935}{166.650} = 1.88$$

$$1993 \text{ Petko C.K. Rasyosu} = \frac{3.358.971}{1.995.240} = 1.68$$

$$1994 \text{ Petko C.K. Rasyosu} = \frac{5.212.745}{2.817.883} = 1.84$$

$$1993 \text{ SS Ormancı C.K. Rasyosu} = \frac{105.741}{61.250} = 1.72$$

$$1994 \text{ SS Ormancı C.K. Rasyosu} = \frac{268.353}{119.826} = 2.23$$

$$1993 \text{ SS Bomko C.K. Rasyosu} = \frac{1.446.899}{1.126.226} = 1.28$$

$$1994 \text{ SS Bomko C.K. Rasyosu} = \frac{2.621.211}{1.580.504} = 1.65$$

$$1993 \text{ SS Haberleşme C.K. Rasyosu} = \frac{609.090}{466.295} = 1.30$$

$$1994 \text{ SS Haberleşme C.K. Rasyosu} = \frac{972.320}{598.543} = 1.62$$

$$1993 \text{ SS Hizmet Edenler C.K. Rasyosu} = \frac{787.129}{601.802} = 1.30$$

$$1994 \text{ SS Hizmet Edenler C.K. Rasyosu} = \frac{1.328.997}{1.088.493} = 1.22$$

$$1993 \text{ SS Tüko Birlik C.K. Rasyosu} = \frac{1.964.116}{1.349.701} = 1.45$$

$$1994 \text{ SS Tüko Birlik C.K. Rasyosu} = \frac{3.514.774}{1.691.058} = 2.07$$

$$1993 \text{ SS İş-Koop. C.K. Rasyosu} = \frac{3.354.661}{2.442.241} = 1.37$$

$$1994 \text{ SS İş-Koop. C.K. Rasyosu} = \frac{8.964.510}{7.054.697} = 1.27$$

$$1993 \text{ SS Harb-İş. C.K. Rasyosu} = \frac{8.298.705}{6.776.816} = 1.22$$

$$1994 \text{ SS Harb-İş. C.K. Rasyosu} = \frac{14.391.356}{10.943.625} = 1.31$$

$$2) \text{ Hazır Kıymetler Rasyosu} = \frac{\text{Dönen Varlıklar} - \text{Stoklar}}{\text{Kısa Vadeli Borçlar}}$$

Prensip olarak 1:1 olması gereken bu oran, ülkemizde kısa vadeli yabancı kaynaklara başvuru oranı yüksek olduğundan bu oran genellikle 1:1 den aşağı olabilir:

$$1993 \text{ SS Pirelli H.K. Rasyosu} = \frac{3.694.384 - 541.675}{2.906.227} = 1.08$$

$$1994 \text{ SS Pirelli H.K. Rasyosu} = \frac{7.665.747 - 1.369.116}{5.305.459} = 1.18$$

$$1993 \text{ SS Süper Fosfat H.K. Rasyosu} = \frac{1.969.465 - 353.663}{1.550.628} = 1.04$$

$$1994 \text{ SS Süper Fosfat H.K. Rasyosu} = \frac{2.225.528 - 629.488}{1.463.746} = 1.09$$

$$1993 \text{ SS Kirazdere H.K. Rasyosu} = \frac{513.990 - 201.241}{244.945} = 1.27$$

$$1994 \text{ SS Kirazdere H.K. Rasyosu} = \frac{708.447 - 284.161}{285.312} = 1.48$$

$$1993 \text{ SS Emek H.K. Rasyosu} = \frac{242.735 - 135.792}{172.277} = 0.62$$

$$1994 \text{ SS Emek H.K. Rasyosu} = \frac{314.935 - 217.849}{166.650} = 0.58$$

$$1993 \text{ Petko H.K. Rasyosu} = \frac{3.358.971 - 848.684}{1.995.240} = 1.25$$

$$1994 \text{ Petko H.K. Rasyosu} = \frac{5.212.745 - 1.776.035}{2.817.883} = 1.21$$

$$1993 \text{ SS Ormancı H.K. Rasyosu} = \frac{105.741 - 42.865}{61.250} = 1.02$$

$$1994 \text{ SS Ormancı H.K. Rasyosu} = \frac{268.353 - 153.571}{119.826} = 0.95$$

$$1993 \text{ SS Bomko H.K. Rasyosu} = \frac{1.446.899 - 231.056}{1.126.226} = 1.07$$

$$1994 \text{ SS Bomko H.K. Rasyosu} = \frac{2.261.211 - 343.335}{1.580.504} = 1.21$$

$$1993 \text{ SS Haberleşme H.K. Rasyosu} = \frac{609.090 - 372.069}{466.295} = 0.50$$

$$1994 \text{ SS Haberleşme H.K. Rasyosu} = \frac{972.320 - 574.993}{598.543} = 0.66$$

$$1993 \text{ SS Hizmet Edenler H.K. Rasyosu} = \frac{787.129 - 117.105}{601.802} = 1.11$$

$$1994 \text{ SS Hizmet Edenler H.K. Rasyosu} = \frac{1.328.997 - 259.798}{1.088.493} = 0.98$$

$$1993 \text{ SS Tüko Birlik H.K. Rasyosu} = \frac{1.964.116 - 332.136}{1.349.701} = 1.20$$

$$1994 \text{ SS Tüko Birlik H.K. Rasyosu} = \frac{3.514.774 - 790.148}{1.691.058} = 1.61$$

$$1993 \text{ SS İş-Koop. H.K. Rasyosu} = \frac{3.354.661 - 1.280.175}{2.442.241} = 0.84$$

$$1994 \text{ SS İş-Koop. H.K. Rasyosu} = \frac{8.964.510 - 1.456.791}{7.054.697} = 1.06$$

$$1993 \text{ SS Harb-İş. H.K. Rasyosu} = \frac{8.298.705 - 2.88.268}{6.776.816} = 0.79$$

$$1994 \text{ SS Harb-İş. H.K. Rasyosu} = \frac{14.391.356 - 5.303.284}{10.943.625} = 0.83$$

$$3) \text{ Nakit Rasyosu} = \frac{\text{Kasat} + \text{Bankalar} + \text{Serbest Menkul Değerler}}{\text{Kısa Vadeli Borçlar}}$$

Prensip olarak 1:1 olması gereken bu oranın gelişmekte olan ülkelerde % 20'nin altına düşmemesi gerekir. Hazır kıymetler rasyosuna oranla daha serbest kabul edilebilecek bu oran 1:1'e yaklaştıkça kooperatifin nakit sıkıntısı olmadığı ortaya çıkacaktır.

$$1993 \text{ SS Pirelli N. Rasyosu} = \frac{29.766}{2.906.227} = 0.01$$

$$1994 \text{ SS Pirelli N. Rasyosu} = \frac{6.186}{5.305.459} = 0.001$$

$$1993 \text{ SS Süper Fosfat N. Rasyosu} = \frac{20.9531.550.628}{5.305.459} = 0.01$$

$$1994 \text{ SS Süper Fosfat N. Rasyosu} = \frac{17.803}{1.463.746} = 0.01$$

$$1993 \text{ SS Kirazdere N. Rasyosu} = \frac{12.887}{244.945} = 0.05$$

$$1994 \text{ SS Kirazdere N. Rasyosu} = \frac{13.117}{288.312} = 0.04$$

$$1993 \text{ SS Emek N. Rasyosu} = \frac{2.094}{172.277} = 0.01$$

$$1994 \text{ SS Emek N. Rasyosu} = \frac{19.073}{166.650} = 0.1$$

$$1993 \text{ Petko N. Rasyosu} = \frac{222.263}{1.885.240} = 0.1$$

$$1994 \text{ Petko N. Rasyosu} = \frac{438.420}{2.817.883} = 0.15$$

$$1993 \text{ SS Ormancı N. Rasyosu} = \frac{2.842}{61.250} = 0.04$$

$$1994 \text{ SS Ormancı N. Rasyosu} = \frac{2.589}{119.826} = 0.02$$

$$1993 \text{ SS Bomko N. Rasyosu} = \frac{32.630}{1.126.226} = 0.02$$

$$1994 \text{ SS Bomko N. Rasyosu} = \frac{22.549}{1.580.504} = 0.01$$

$$1993 \text{ SS Haberleşme N. Rasyosu} = \frac{60.432}{466.295} = 0.12$$

$$1994 \text{ SS Haberleşme N. Rasyosu} = \frac{19.529}{598.543} = 0.03$$

$$1993 \text{ SS Hizmet Edenler N. Rasyosu} = \frac{19.529}{598.802} = 0.02$$

$$1994 \text{ SS Hizmet Edenler N. Rasyosu} = \frac{45.991}{1.088.483} = 0.04$$

$$1993 \text{ SS Tüko Birlik N. Rasyosu} = \frac{44.334}{1.349.701} = 0.03$$

$$1994 \text{ SS Tüko Birlik N. Rasyosu} = \frac{197.580}{1.691.058} = 0.1$$

$$1993 \text{ SS İş-Koop. N. Rasyosu} = \frac{3.853}{2.442.241} = 0.001$$

$$1994 \text{ SS İş-Koop. N. Rasyosu} = \frac{24.595}{7.054.697} = 0.003$$

$$1993 \text{ SS Harb-İş. N. Rasyosu} = \frac{32.033}{6.776.816} = 0.004$$

$$1994 \text{ SS Harb-İş. N. Rasyosu} = \frac{252.875}{10.943.625} = 0.02$$

$$4) \text{ Borç Kaldırma Oranı} = \frac{\text{Borçlar}}{\text{Aktif Toplamı}}$$

Bu oranın % 50'nin üzerine yükselmesi genellikle tehlikeli bulunmakla birlikte, % 60'a kadar yükselme, tedbiri elden bırakmamak koşuluyla ülkemiz koşullarında anormal sayılmamalıdır.

$$1993 \text{ SS Pirelli B. K. Oranı} = \frac{2.891.561}{3.719.913} = 0.77$$

$$1994 \text{ SS Pirelli B. K. Oranı} = \frac{5.178.044}{7.705.185} = 0.67$$

$$1993 \text{ SS Süper Fosfat B. K. Oranı} = \frac{1.544.218}{1.986.287} = 0.77$$

$$1994 \text{ SS Süper Fosfat B. K. Oranı} = \frac{1.463.746}{2.242.258} = 0.65$$

$$1993 \text{ SS Kirazdere B.K. Rasyosu} = \frac{24.945}{516.921} = 0.47$$

$$1994 \text{ SS Kirazdere B. K. Oranı} = \frac{285.312718.920}{516.921} = 0.39$$

$$1993 \text{ SS Emek B. K. Oranı} = \frac{172.277}{245.830} = 0.70$$

$$1994 \text{ SS Emek B. K. Oranı} = \frac{166.650}{326.029} = 0.51$$

$$1993 \text{ Petko B. K. Oranı} = \frac{1.967.202}{3.420.120} = 0.57$$

$$1994 \text{ Petko B. K. Oranı} = \frac{2.540.989}{5.714.617} = 0.44$$

$$1993 \text{ SS Ormancı B. K. Oranı} = \frac{61.250}{109.073} = 0.56$$

$$1994 \text{ SS Ormancı B. K. Oranı} = \frac{117.826}{283.384} = 0.42$$

$$1993 \text{ SS Bomko B. K. Oranı} = \frac{1.126.226}{1.449.627} = 0.77$$

$$1994 \text{ SS Bomko B. K. Oranı} = \frac{1.557.916}{2.631.226} = 0.59$$

$$1993 \text{ SS Haberleşme B. K. Oranı} = \frac{462.625}{699.194} = 0.66$$

$$1994 \text{ SS Haberleşme B. K. Oranı} = \frac{572.913}{1.057.761} = 0.54$$

$$1993 \text{ SS Hizmet Edenler B. K. Oranı} = \frac{601.802}{791.361} = 0.76$$

$$1994 \text{ SS Hizmet Edenler B. K. Oranı} = \frac{1.088.493}{1.351.188} = 0.80$$

$$1993 \text{ SS Tüko Birlik B. K. Oranı} = \frac{1.349.701}{2.547.243} = 0.52$$

$$1994 \text{ SS Tüko Birlik B. K. Oranı} = \frac{1.600.800}{3.762.608} = 0.42$$

$$1993 \text{ SS İş-Koop. B. K. Oranı} = \frac{2.426.078}{3.463.533} = 0.70$$

$$1994 \text{ SS İş-Koop. B. K. Oranı} = \frac{7.006.369}{9.027.689} = 0.77$$

$$1993 \text{ SS Harb-İş. B. K. Oranı} = \frac{6.601.377}{8.612.221} = 0.76$$

$$1994 \text{ SS Harb-İş. B. K. Oranı} = \frac{10.439.272}{14.720.115} = 0.70$$

$$5) \text{ Öz kaynakların Borçlara Oranı} = \frac{\text{Özkaynaklar}}{\text{Borçlar}}$$

Bu oranın 1.5'dan küçük olması tercih edilmektedir.

$$1993 \text{ SS Pirelli Öz. B. Oranı} = \frac{626.063}{2.891.561} = 0.2$$

$$1994 \text{ SS Pirelli Öz. B. Oranı} = \frac{1.616.737}{5.178.044} = 0.3$$

$$1993 \text{ SS Süper Fosfat Öz. B. Oranı} = \frac{698.928}{1.544.218} = 0.45$$

$$1994 \text{ SS Süper Fosfat Öz. B. Oranı} = \frac{1.550.628}{1.463.746} = 1.05$$

$$1993 \text{ SS Kirazdere Öz. B. Rasyosu} = \frac{230.783}{244.945} = 0.94$$

$$1994 \text{ SS Kirazdere Öz. B. Oranı} = \frac{287.126}{285.312} = 1.0$$

$$1993 \text{ SS Emek Öz. B. Oranı} = \frac{71.728}{172.277} = 0.4$$

$$1994 \text{ SS Emek Öz. B. Oranı} = \frac{51.900}{166.650} = 0.3$$

$$1993 \text{ Petko Öz. B. Oranı} = \frac{1.035.239}{1.967.202} = 0.5$$

$$1994 \text{ Petko Öz. B. Oranı} = \frac{2.097.167}{2.540.989} = 0.8$$

$$1993 \text{ SS Ormancı Öz. B. Oranı} = \frac{26.608}{61.250} = 0.4$$

$$1994 \text{ SS Ormancı Öz. B. Oranı} = \frac{54.825}{119.826} = 0.45$$

$$1993 \text{ SS Bomko Öz. B. Oranı} = \frac{178.215}{1.126.226} = 0.1$$

$$1994 \text{ SS Bomko Öz. B. Oranı} = \frac{357.242}{1.557.916} = 0.2$$

$$1993 \text{ SS Haberleşme Öz. B. Oranı} = \frac{202.272}{462.625} = 0.4$$

$$1994 \text{ SS Haberleşme Öz. B. Oranı} = \frac{223.957}{572.913} = 0.39$$

$$1993 \text{ SS Hizmet Edenler Öz. B. Oranı} = \frac{177.453}{601.802} = 0.29$$

$$1994 \text{ SS Hizmet Edenler Öz. B. Oranı} = \frac{104.124}{1.088.493} = 0.09$$

$$1993 \text{ SS Tüko Birlik Öz. B. Oranı} = \frac{201.937}{1.3490.701} = 0.14$$

$$1994 \text{ SS Tüko Birlik Öz. B. Oranı} = \frac{518.679}{1.600.800} = 0.32$$

$$1993 \text{ SS İş-Koop. Öz. B. Oranı} = \frac{872.228}{2.426.078} = 0.35$$

$$1994 \text{ SS İş-Koop. Öz. B. Oranı} = \frac{1.704.913}{7.006.369} = 0.24$$

$$1993 \text{ SS Harb-İş. Öz. B. Oranı} = \frac{1.835.404}{6.601.377} = 0.27$$

$$1994 \text{ SS Harb-İş. Öz. B. Oranı} = \frac{3.646.886}{10.439.377} = 0.34$$

Cari Kıymetler Rasyosu: Araştırmaya tabi tutulan tüketim kooperatiflerinde, 1993-1994 yıllarında, cari kıymetleri yeterli düzeydedir. Bu rasyonun 1.5 olması yeterli görülmektedir. Araştırmadaki kooperatiflerin cari kıymetler Rasyosu 1.5 civarındadır. 1994 yılında 1993'e göre cari kıymetlerde artış görülmüştür. Bu da tüketim kooperatiflerinin 94 yılında döner varlık (Kasa, Banka, Mal) kalemlerinin daha ekonomik ve verimli kullanıldığı görülmektedir.

Hazır kıymetler Rasyosu: 1:1 olması gereken hazır kıymetler rasyosu, incelenen tüketim kooperatiflerinde 1:1 civarındadır. Hatta bazı tüketim kooperatifleri bu oranın üzerindedir. Kısa vadeli yabancı kaynaklara başvuru artış göstermesine rağmen iktisadi varlıkların ekonomik ve verimli kullanılması kooperatiflerin güçlü bir mali yapıya sahip olduklarını göstermektedir.

Nakit Rasyosu: Prensip olarak 1:1 olması gereken oran, İzmit tüketim kooperatiflerinde daha düşük oranlarda görülmektedir. Bu da tüketim kooperatiflerinin nakit sıkıntısı çektiğini göstermektedir. 1994 yılında ekonomik krizin yarattığı belirsizlik ortamı tüketim kooperatiflerinin hem ortağının alım gücünü hem de piyasa ekonomisini etkilediği için, tüketim kooperatifleri ortaklarına indirim ve kampanya yaparak, ortağı kooperatife çekmeye yönelmiştir. Alacaklardaki artışta bunu göstermektedir. Kooperatifler, nakit sıkıntısını giderebilmek için ortağına belirli avantaj sağlayarak, hem ortağına ekonomik krizde yardımcı olmuş hem de mali yapısını krizden etkilenmemesi için iktisadi varlıklarını etkin ve verimli bir şekilde kullanmaya çalışmış adeta tasarruf politikası uygulamıştır.

Borç Kaldırma Oranı: Özellikle 1994 yılında 1993 yılına göre bilançolarda tüketim kooperatiflerinin daha iyiye gittiğini söyleyebiliriz.

% 70 lerde görünen oranlar 94 yılında % 60 lara düşmüştür. Bu da tüketim kooperatiflerinin krizi atlatabilmek için dışarıdan kredi almak yerine kendi olanaklarıyla hareket ederek ayakta kalmaya çalıştığını göstermektedir.

Özkaynakların Borçlara Oranı: 3/2 olması gereken bu oran tüketim kooperatiflerinde daha düşük olarak görülmektedir.

III. ANKET SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

1. Bu ankette, İzmit ili içerisinde bulunan 18 birim tüketim kooperatifi ile tüketim kooperatifi birliği olmak üzere 19 tüketim kooperatifi yöneticilerinin değerlendirmeleri bulunmaktadır. Yöneticilerle yapılan değerlendirmede sadece ekonomik kriz aşamasındaki kararlara ilişkin sorular bulunmaktadır. Kooperatifin tanıtımına ilişkin sorular değerlendirmeye alınmamıştır.

2. Ekonomik krizin yaşandığı sırada hangi kriz politikalarını uyguladınız? (Birden fazla şık işaretleyiniz.)

a) Sermaye artırımını

Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	1	% 42.1
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	<u>18</u>	<u>% 57.9</u>
Ankete katılan yönetici sayısı	19	% 100.0

b) Fiyat artırımını veya kredili satışlara son verme

Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	1	% 5.3
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	<u>18</u>	<u>% 94.7</u>
Ankete katılan yönetici sayısı	19	% 100.0

c) Etkili bir stok politikası		
Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	4	% 21.1
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	<u>18</u>	<u>% 78.9</u>
Ankete katılan yönetici sayısı	19	% 100.0

d) Kredi talebi		
Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	1	% 5.3
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	<u>18</u>	<u>% 94.7</u>
Ankete katılan yönetici sayısı	19	% 100.0

e) Ortak-Kooperatif İşbirliği		
Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	1	% 57.9
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	<u>18</u>	<u>% 42.1</u>
Ankete katılan yönetici sayısı	19	% 100.0

3. Üst birlikten mi yoksa dışarıdan mı kredi talebinde bulundunuz?

a) Üst birlik		
Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	1	% 26.3
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	<u>18</u>	<u>% 73.7</u>
Ankete katılan yönetici sayısı	19	% 100.0

b) Serbest piyasa		
Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	0	% 0
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	19	% 100.0

c) Hiçbiri		
Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	14	% 73.7
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	<u>18</u>	<u>% 26.3</u>
Ankete katılan yönetici sayısı	19	% 100.0

4. Ekonomik krizde sizce en önemli karar veya kararlar nelerdir?
(Önem derecesine göre sınıflayınız. Örneğin b,c,d,a,e gibi)

a) Sermaye artırımını			
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	8	% 42.1	
b) Kredili satış veya başka hizmetler son vermek			
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	0	% 0	
c) Etkili bir stok politikası			
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	3	% 15.8	
d) Üst birlik veya dışarıdan kredi talebi			
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	2	% 10.5	
e) Etkin bir tasarruf politikası			
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	4	% 21.1	
f) Hepsi	<u>2</u>	<u>% 10.5</u>	
Ankete katılan yönetici sayısı	19	% 100.0	

5. Ortak-Kooperatif yardımlaşmasına bir kooperatif yöneticisi olarak inanıyorsanız, krizde kendi başınıza mı hareket ettiniz yoksa aldığınız kararları ortaklarınızla paylaştınız mı?

a) Evet, paylaştık			
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	17	% 89.4	
b) Hayır, paylaşmadık			
Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	1	% 5.3	
Ankete katılmayan yönetici sayısı	<u>1</u>	<u>% 5.3</u>	
Ankete katılan yönetici sayısı	19	% 100.0	

6. Tüketim kooperatiflerinin başarılı olabilmesi için sizce ne yapılmalıdır? (Birden fazla şık işaretleyiniz.)

a) Tasarruf tedbirleri uygulanmalı			
Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	4	% 21.1	
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	<u>15</u>	<u>% 78.9</u>	
Ankete katılan yönetici sayısı	19	% 100.0	

- b) Birim kooperatifler birlikte hareket etmeli
- | | | |
|--|-----------|---------------|
| Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı | 7 | % 36.8 |
| Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı | <u>12</u> | <u>% 63.2</u> |
| Ankete katılan yönetici sayısı | 19 | % 100.0 |
- c) İyi bir yönetim politikası izlenmeli
- | | | |
|--|-----------|---------------|
| Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı | 7 | % 36.8 |
| Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı | <u>12</u> | <u>% 63.2</u> |
| Ankete katılan yönetici sayısı | 19 | % 100.0 |
- d) Denetim mekanizmasının işlemesi
- | | | |
|--|-----------|---------------|
| Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı | 4 | % 21.1 |
| Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı | <u>15</u> | <u>% 78.9</u> |
| Ankete katılan yönetici sayısı | 19 | % 100.0 |
- e) Mal alımlarının ilk elden yapılması
- | | | |
|--|-----------|---------------|
| Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı | 4 | % 21.1 |
| Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı | <u>15</u> | <u>% 78.9</u> |
| Ankete katılan yönetici sayısı | 19 | % 100.0 |
- f) İyi bir stok politikası
- | | | |
|--|-----------|---------------|
| Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı | 1 | % 5.3 |
| Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı | <u>15</u> | <u>% 94.7</u> |
| Ankete katılan yönetici sayısı | 19 | % 100.0 |
7. Birim kooperatif olarak sendika ile işbirliği içersinde misiniz?
- a) Evet, İşbirliği içersindeyiz
- | | | |
|--------------------------------------|---|--------|
| Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı | 8 | % 42.1 |
|--------------------------------------|---|--------|
- b) Hayır, İşbirliği içersinde değiliz
- | | | |
|--------------------------------------|-----------|---------------|
| Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı | <u>11</u> | <u>% 57.9</u> |
| Ankete katılan yönetici sayısı | 19 | % 100.0 |

8. Bilindiği gibi kriz dönemlerinde genellikle ortakların alım gücünde azalma olmaktadır. Kooperatifin asli görevinin bu olduğuna göre ortağınız için ne gibi yararlar sağladınız?

(Birden fazla şık işaretleyiniz.)

a) Fiyatları piyasa seviyesinde veya biraz daha altında tutmak.

Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	8	% 47.4
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	<u>10</u>	<u>% 52.6</u>
Ankete katılan yönetici sayısı	19	% 100.0

b) Ödeme kolaylığı sağlamaya devam etmek

Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	13	% 68.4
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	<u>6</u>	<u>% 31.6</u>
Ankete katılan yönetici sayısı	19	% 100.0

c) Mali destek sağlamak

Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	1	% 5.3
Bu şıkkı işaretlemeyen yönetici sayısı	<u>18</u>	<u>% 94.7</u>
Ankete katılan yönetici sayısı	19	% 100.0

9. Devamlı bir stok politikanız var mı?

a) Evet, var

Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	8	% 42.1
--------------------------------------	---	--------

b) Hayır, yok

Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	<u>11</u>	<u>% 57.9</u>
Ankete katılan yönetici sayısı	19	% 100.0

10. Mal fiyatlandırmasında satılan malın maliyetine mi yoksa satış fiyatına mı marj uyguluyorsunuz?

a) Mal maliyetine

Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	19	% 100
--------------------------------------	----	-------

b) Satış fiyatına

Bu şıkkı işaretleyen yönetici sayısı	<u>0</u>	<u>% 0</u>
Ankete katılan yönetici sayısı	19	% 100.0

İLİŞKİLENDİRME = S 2 A ile S 4

S 2 A	Sermaye Artırımı	S 4	Ekonomik Krizde Sizce En Önemli Karar veya Kararlar Hangisidir?
S 2 A	a şıkkı diyen 8 kişi	S 4	a şıkkı diyen 7 kişi % 87.5
		S 4	e şıkkı diyen <u>1 kişi</u> <u>% 12.5</u>
			8 kişi % 100.0

İLİŞKİLENDİRME = S 2 B ile S 4

S 2 B.	Fiyat Artırımı	S 4	Ekonomik Krizde Sizce En Önemli Karar veya Kararlar Hangisidir?
S 2 B	diyene 1 kişi	S 4	e şıkkı diyen 1 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 2 C ile S 4

S 2 C	Etkili bir stok politikası	S 4	Ekonomik Krizde Sizce En Önemli Karar veya Kararlar Hangisidir?
S 2 C	diyene 4 kişi	S 4	a şıkkı diyen 1 kişi % 25
		S 4	c şıkkı diyen 2 kişi % 50
		S 4	e şıkkı diyen <u>1 kişi</u> <u>% 25</u>
			4 kişi % 100.0

İLİŞKİLENDİRME = S 2 D ile S 4

S 2 D	Kredi Talebi	S 4	Ekonomik Krizde Sizce En Önemli Karar veya Kararlar Hangisidir?
S 2 D	diyene 1 kişi	S 4	a şıkkı diyen 1 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 2 E ile S 4

S 2 E	Ortak-Kooperatif İşbirliği	S 4	Ekonomik Krizde Sizce En Önemli Karar veya Kararlar Hangisidir?
S 2 E	diyen 4 kişi	S 4	a şıkkı diyen 4 kişi % 44.4
		S 4	c şıkkı diyen 1 kişi % 11.1
		S 4	d şıkkı diyen 1 kişi % 22.2
		S 4	e şıkkı diyen <u>2 kişi</u> <u>% 22.2</u>
			9 kişi % 100.0

İLİŞKİLENDİRME = S 3 ile S 4

S 3	Üst birlikten mi yoksa dışarıdan mı kredi talebinde buldunuz?	S 4	Ekonomik Krizde Sizce En Önemli Karar veya Kararlar Hangisidir?
S 3	a şıkkı diyen 4 kişi % 2.4	S 4	a şıkkı diyen 8 kişi % 47.1
S 3	c şıkkı diyen <u>12 kişi</u> <u>% 70.6</u>	S 4	c şıkkı diyen 3 kişi % 17.6
	17 kişi % 100.0	S 4	c şıkkı diyen <u>2 kişi</u> <u>% 11.8</u>
			17 kişi % 100.0

İLİŞKİLENDİRME = S 5 ile S 6 A

S 5	Ortak-Kooperatif yardımlaşmasına kooperatif olarak inanıyorsanız aldığınız kararları ortaklarınızla paylaştınız mı?	S6 A	Tasarruf tedbirleri uygulanmalı?
S 5	a şıkkı diyen (Evet, paylaştım) 4 kişi	S 6 A	diyen 4 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 5 ile S 6 B

S 5 Ortak-Kooperatif yardımlaş-
masına Kooperatif olarak
inaniyorsanız aldığınız ka-
rarları ortaklarınızla paylaştı-
nız mı?

S6 B Birim Kooperatifler Birlikte
Hareket Etmeli

S 5 a şıkkı diyen (Evet, paylaştım) 6 kişi S 6 B diyen 6 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 5 ile S 6 C

S 5 Ortak-Kooperatif yardımlaş-
masına kooperatif olarak
inaniyorsanız aldığınız ka-
rarları ortaklarınızla paylaştı-
nız mı?

S6.C. İyi bir Yönetim Politikası
İzlenmeli

S 5 a şıkkı diyen (Evet, paylaştım) 6 Kişi % 85.7 S 6 C diyen 7 kişi

S 5 b şıkkı diyen (Hayır, paylaşmadım) 1 kişi % 14.3
7 kişi % 100.0

İLİŞKİLENDİRME = S 5 ile S 6 D

S 5 Ortak-Kooperatif yardımlaş-
masına kooperatif olarak
inaniyorsanız aldığınız ka-
rarları ortaklarınızla paylaştı-
nız mı?

S 6 D Denetim mekanizması İşle-
meli

S 5 a şıkkı diyen (Evet, paylaştım) 3 Kişi % 75.0 S 6 D diyen 7 kişi

S 5 b şıkkı diyen (Hayır, paylaşmadım) 1 kişi % 25.0
4 kişi % 100.0

İLİŞKİLENDİRME = S 5 ile S 6 E

S 5 Ortak-Kooperatif yardımlaş-
masına kooperatif olarak
inaniyorsanız aldığınız ka-
rarları ortaklarınızla paylaştı-
nız mı?

S 6 E Mal Alımlarının İlk Elden
Yapılması

S 5 a şikkı diyen (Evet, paylaştım)

4 Kişi

S 6 E diyen 4 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 5 ile S 6 F

S 5 Ortak-Kooperatif yardımlaş-
masına kooperatif olarak
inaniyorsanız aldığınız ka-
rarları ortaklarınızla paylaştı-
nız mı?

S 6 F İyi Bir Stok Politikası

S 5 a şikkı diyen (Evet, paylaştım)

1 Kişi

S 6 F diyen 1 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 6 A ile S 8 A

S 6 A Tasarruf Tedbirleri Uygulan-
malı

S 8 A Fiyatları Piyasa Seviyesinde
veya Biraz Altında Tutmak

S 6 A diyen 2 kişi

S 8 A diyen 2 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 6 A ile S 8 B

S 6 A Tasarruf Tedbirleri Uygulan-
malı

S 8 A Ödeme Kolaylığı Sağlamaya
Devam Etmek

S 6 A diyen 3 kişi

S 8 B diyen 3 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 6 B ile S 8 A

S 6 B Birim Kooperatifleri Birlikte
Hareket Etmeli

S 8 A Fiyatları Piyasa Seviyesinde
veya Biraz Altında Tutmak

S 6 B diyen 3 kişi

S 8 A diyen 3 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 6 B ile S 8 A

S 6 B Birim Kooperatifleri Birlikte
Hareket Etmeli

S 6 B diyen 3 kişi

S 8 A Ödeme Kolaylığı Sağlamaya
Devam Etmek

S 8 A diyen 3 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 6 B ile S 8 C

S 6 B Birim Kooperatifleri Birlikte
Hareket Etmeli

S 6 B diyen 1 kişi

S 8 C Mali Destek Sağlamak

S 8 C diyen 1 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 6 C ile S 8 A

S 6 C İyi Bir Yönetim Politikası
İzlenmeli

S 6 C diyen 4 kişi

S 8 A Fiyatları Piyasa Seviyesinde
veya Biraz Altında Tutmak

S 8 A diyen 4 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 6 C ile S 8 B

S 6 C İyi Bir Yönetim Politikası
İzlenmeli

S 6 C diyen 5 kişi

S 8 B Ödeme Kolaylığı Sağlamaya
Devam Etmek

S 8 B diyen 5 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 6 D ile S 8 A

S 6 D Denetim Mekanizmasının
İşlemesi

S 6 D diyen 1 kişi

S 8 A Fiyatları Piyasa Seviyesinde
veya Biraz Altında Tutmak

S 8 A diyen 1 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 6 D ile S 8 B

S 6 D Denetim Mekanizmasının
İşlemesi

S 6 D diyen 3 kişi

S 8 B Ödeme Kolaylığı Sağlamaya
Devam Etmek

S 8 B diyen 3 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 6 E ile S 8 A

S 6 E Mal Alımlarının İlk Elden
Yapılması

S 6 E diyen 2 kişi

S 8 A Fiyatları Piyasa Seviyesinde
veya Biraz Altında Tutmak

S 8 A diyen 2 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 6 E ile S 8 B

S 6 E Mal Alımlarının İlk Elden
Yapılması

S 6 E diyen 3 kişi

S 8 B Ödeme Kolaylığı Sağlamaya
Devam Etmek

S 8 B diyen 3 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 6 F ile S 8 B

S 6 F İyi Bir Stok Politikası

S 6 F diyen 1 kişi

S 8 B Ödeme Kolaylığı Sağlamaya
Devam Etmek

S 8 B diyen 1 kişi

İLİŞKİLENDİRME = S 9 ile S 10

S 9 Devamlı Bir Stok Politikanız
Var mı?

S 9 a şıkkı diyen (Evet, var)

8 Kişi % 42.1

S 9 b şıkkı diyen (Hayır, yok)

11 kişi % 57.9

19 kişi % 100.0

S 10 Mal fiyatlandırmasında mal
maliyetine mi yoksa satış
fiyatına mı marj uyguluyor-
sunuz?

S 10 a şıkkı diyen (Mal
maliyetine marj
uyguluyoruz) 19
kişi

IV. ANKET SONUÇLARININ YORUMLANMASI

KRİZ DÖNEMLERİNDE ÖNEMLİ KOOPERATİF POLİTİKALARI

1. Bu sorunun sorulmasındaki amaç kooperatif yöneticilerinin ekonomik kriz dönemlerinde ilk önce hangi politikalara başvurulduğunu öğrenmektir. Kooperatif yöneticileri, ilk olarak ortak-kooperatif işbirliği içerisine girmektedir. Kooperatif yönetimi dışarıdan kredi sağlayarak ekonomik krizi atlatmak yerine kendi iç bünyesiyle krizi atlatma çabasıdadır. Kooperatif yönetimi, ortak-kooperatif işbirliği dayanışmasına giderek sermaye artırımına gitmiştir. Nitekim Ortak-Kooperatif işbirliğini destekleyen yönetici oranı % 57.9 dur ve sermaye artırımını destekleyen yönetici oranı % 42.1 dir. Etkili bir stok politikası da kooperatif yöneticilerinin ekonomik kriz dönemlerinde uyguladığı politikalardan biridir. Etkili bir stok politikasını destekleyen yönetici oranı % 21.1 dir. Ekonomik kriz dönemlerinde kooperatif yöneticilerinin dışarıdan kredi talebinde bulunmak istemediklerini görüyoruz. Kredi talebini destekleyen yönetici oranı sadece % 5.3 dür. Kooperatif yönetiminin, fiyat artırımını veya kredili satışa son verme politikasını, uygulamadıklarını görüyoruz. Fiyat artırımını veya kredili satışları son vermeyi destekleyen yönetici oranı sadece % 5.3 dür.

EKONOMİK KRİZ DÖNEMLERİNDE KREDİ TALEBİ

2. Kooperatiflerin ekonomik kriz döneminde bir destek alıp almadıklarını öğrenebilmek için bu soru amaçlanmıştır. Genelde kooperatif yönetimlerinin dışarıdan destek almadıklarını veya alamadıklarını görüyoruz. Üst birlik ve serbest piyasadan kredi almamayı destekleyen yönetici oranı % 73.7 dir. Üst birlikten destek gördüklerini beyan eden yönetici oranı % 26.3 dür.

EKONOMİK KRİZ DÖNEMİNDE SERMAYE ARTIRIMI

3. Bu sorudaki temel amaç kooperatiflerin ekonomik krizden etkilenmemeleri için veya kriz anında başvurmaları gereken önemli kararların genelleştirilmesidir. Kooperatiflerin finansman kaynakları oldukça sınırlıdır. Özellikle dış finansman kaynakları son derece sınırlıdır. İç finansman kaynaklarıyla etkin ve verimli olmaya çalışmaktadırlar. Dolayısıyla kooperatif yönetimi kendi bünyesinde oluşturduğu fonlar ve sermaye artırımına giderek bir takım olanaklar sağlamaktadır. Ekonomik kriz döneminde sermaye artırımını destekleyen yönetici oranı % 42.1 dir. Ekonomik kriz döneminden etkilenmemek veya kriz anında yapılacak politikaların başında sermaye artırımından sonra etkin bir tasarruf politikası gelmektedir. Etkin bir tasarruf politikasını destekleyen yönetici oranı % 21.1 dir. Etkili bir stok politikası da başvurulan yöntemler arasındadır. Etkili bir stok politikasını destekleyen yönetici oranı % 15.8 dir. Kooperatif yöneticilerinin % 10.5'i de üst birlikten kredi talebinde bulduklarını beyan etmişlerdir.

KOOPERATİF-ORTAK DAYANIŞMASI

4. Kooperatifçiliğin kendi yapısına özgü özelliği olarak alınan kararların kooperatif ortaklarıyla paylaşılması kooperatifin ana amacını göstermektedir. Alınan kararları ortaklarıyla paylaştığını destekleyen yönetici oranı % 89.4'dür.

TÜKETİM KOOPERATİFLERİNİN BAŞARILI OLABİLMESİ İÇİN ALINAN KARARLAR

5. Tüketim kooperatiflerinin başarılı olabilmesi için, tüketim kooperatiflerinin çağdaş işletme tekniklerine göre yönetilmesi ve birim kooperatiflerin kendi aralarında iş birliği içerisinde olmaları gerekir. Nitekim iyi bir yönetim politikası, izlenilmesini destekleyen

yönetici oranı % 36.8'dir. Yine kooperatiflerin birlikte hareket ederek iş birliği içerisinde olmalarını destekleyen yönetici oranı % 36.8'dir. Kooperatif yöneticileri iyi bir yönetim politikası ve kooperatifler arası işbirliğinin yanısıra tasarruf tedbirleri ve etkili bir denetim mekanizmasının da önemli olduğunu belirtmişlerdir. Tasarruf tedbirlerini destekleyen yönetici oranı % 21.1'dir. Aynı şekilde etkili bir denetim mekanizmasını destekleyen yönetici oranı % 21.1'dir. Mal alımlarının ilk elden yapılması da kooperatif yöneticilerinin desteklediği yöntemlerden biridir. Mal alımlarının ilk elden yapılmasını destekleyen yönetici oranı % 231.1'dir.

KOOPERATİF-SENDİKA İŞBİRLİĞİ

6. Kooperatif yöneticilerinin % 57.9'u sendika ile işbirliği içerisinde olmadıklarını söylemektedir. Kooperatiflerin sendika ile işbirliği içerisinde olmasını destekleyen yönetici oranı % 42.1'dir. Sendika kooperatifinin işbirliği içinde olmaları ortaklarının her zaman yararına olacaktır.

EKONOMİK KRİZ DÖNEMİNDE KOOPERATİFİN ORTAKLARINA SAĞLADIĞI YARARLAR

7. Kooperatiflerin ekonomik kriz dönemlerinde ortaklarına ödeme kolaylığı sağlamaya devam ettiğini görüyoruz. Kooperatiflerin ortaklarına ödeme kolaylığı sağlamasını destekleyen yönetici oranı % 68.4'dür. Kooperatif yönetiminin, fiyatları piyasa seviyesinde veya biraz daha altında tutma politikası ortağa sağlanan yararlılardan diğeridir. Fiyatları piyasa seviyesinde veya biraz altında tutmayı destekleyen yönetici oranı % 47.4'dür.

KOOPERATİFLERİN DEVAMLILIK POLİTİKASI

8. Kooperatiflerin % 57.9'unun devamlı bir stok politikasının olmadığını görüyoruz. Devamlı bir stok politikasının olduğunu söyleyen yönetici oranı % 42.1'dir. Devamlı bir stok politikasının uygulanması, maliyet düzeyini en aza indirecek optimal satın almanın gerçekleşmesini sağlayacaktır.

KOOPERATİFLERİN FİYATLANDIRMA POLİTİKALARI

9. Kooperatif yöneticilerinin, fiyatlandırmada, malın maliyet fiyatına fiyat farkı eklenerek satış fiyatını tesbit ettiklerini görmekteyiz. Mal maliyetine fiyat farkı eklenerek satış fiyatı belirlemek, genel işletme giderlerini, nakliye, işçilik gibi masrafları gözönüne almamak anlamına gelir. Özellikle kriz dönemlerinde kooperatiflerin varlığını sürdürebilmesi için satış fiyatı üzerine marj uygulama yönteminin kullanılması gerekmektedir.

S 2 A Sermaye Artırımı ile S 4 Ekonomik Krizde En Önemli Kararlar:

Kooperatif yönetimi, ekonomik kriz yaşandığında sermaye artırımına gitmiştir. Soru 4'te de ekonomik krizde en önemli karar olarak sermaye artırımını belirtilmiş ve etkin bir tasarruf politikasının da uygulandığı görülmüştür.

S 2 B Fiyat Artırımı ile S 4 Ekonomik Krizde En Önemli Kararlar:

Fiyat artırımını veya kedili satışlara son vermek bir tasarruf politikası tedbiridir.

S 2 C Etkili Bir Stok Politikası ile S 4 Ekonomik Krizde En Önemli

Kararlar: Kooperatif yönetimi, ekonomik kriz dönemlerinde etkili bir stok politikasının uygulanmasını desteklemektedir. Soru 4'te kooperatif

yöneticileri, ekonomik krizde en önemli karar veya kararlarda etkili bir stok politikasının önemli kararlardan biri olduğunu belirtmişlerdir.

S 2 D Kredi Talebi ile S 4 Ekonomik Krizde En Önemli Kararlar:

Kooperatiflerin, ekonomik krizin yaşandığı sırada işletme sermayesini çevirebilmek ve iktisadi varlıklarını verimli kullanabilmek için krediye ihtiyacı bulunmaktadır. Bu yüzden kooperatif yönetimi sermaye artırımına gitmiştir. Soru 4'te a şıkkı sermaye artırımını belirtmektedir.

S 2 E Ortak-Kooperatif İşbirliği ile S 4 Ekonomik Krizde En Önemli

Kararlar: Ortak-kooperatif işbirliğini destekleyen yönetici sayısı 9 kişidir. Dördüncü soruda ağırlıklı olarak sermaye artırımını % 44.4 ile ortak-kooperatif işbirliğini desteklemektedir. Kooperatif yönetimi ortak-kooperatif işbirliğine giderek sermaye artırımına gitmiştir.

S 3 Üst Birlikten Veya Dışarıdan Kredi Talebi ile S 4 Ekonomik Krizde

En Önemli Kararlar: Kooperatif yöneticilerinin % 70.6'sı üst birlik veya dışarıdan kredi talebinde bulunulmadığını söylemektedir. Soru 4'te bunu doğrulamaktadır. Ekonomik krizde en önemli karar olarak sermaye artırımını % 47.1 ile ön sıradadır. Kooperatifler üst birlik veya dışarıdan kredi talebinde bulunmayarak kendi iç bünyesiyle hareket ederek sermaye artırımına gitmiştir.

S 5 Alınan Kararların Ortakla Paylaşılması ile S 6 A Tasarruf Tedbirleri

Uygulanmalı: Tüketim kooperatifleri başarılı olabilmek için bir takım tedbirleri uygulamak zorundadır. Bunlardan biri de tasarruf tedbirleridir. Tasarruf tedbirlerini uygularken kooperatif olarak bunu ortağınız ile paylaşarak uyguluyorsunuz.

S 5 Alınan Kararların Ortakla Paylaşılması ile S 6 B Birim Kooperatifler

Birlikte Hareket Etmeli: Tüketim kooperatiflerinin başarılı olabilmesi için kooperatiflerin birlikte hareket etmesini destekleyen yönetici oranı % 36.8 dir. Kooperatif yönetimi bir karar alırken bunu ortaklarıyla

hareket ederek bir takım kararlar almaktadır.

S 5 Alınan Kararların Ortakla Paylaşılması ile S 6 C İyi Bir Yönetim

Politikası İzlenmeli :Kooperatif yöneticisi olarak, kooperatif-ortak yardımlaşmasına inanan kooperatif yönetici oranı % 85.7'dir. Ortak-kooperatif yardımlaşmasına inanmayan yönetici oranı sadece % 14.3'tür. Ortak-kooperatif dayanışmasına inanan yöneticiler aynı zamanda iyi bir yönetim politikası izlemektedirler.

S 5 Alınan Kararların Ortakla Paylaşılması ile S 6 D Denetim

Mekânizması İşlemeli: S 6'da denetim mekânizmasının işlemlerini destekleyen yönetici sayısı 4 kişidir. Kooperatif yöneticilerinin % 21.1'i denetim mekânizmasını, tüketim kooperatiflerinin başarılı olabilmesi için alması gereken tedbirler olarak görmektedirler. S 5'te de kooperatif yöneticileri, alınan kararların çoğunu ortaklarıyla paylaştığını söylemektedir.

S 5 Alınan Kararların Ortakla Paylaşılması ile S 6 E Mal Alımlarının İlk

Elden Yapılması: Mal alımlarının ilk elden yapılması, kooperatiflerin başarılı olabilmesi için gereken politikalardan biridir. Soru 5'de bunu desteklemektedir. Soru 5'de kooperatif yönetimi alınan kararların, ortaklarıyla paylaştığını beyan etmişlerdir.

S 5 Alınan Kararların Ortakla Paylaşılması ile S 6 F İyi Bir Stok

Politikası: Aynı şekilde stok politikası da kooperatif yönetiminin uyguladığı politikalardan biridir ve Soru 5'e verilen yanıtlarda kooperatif yöneticileri, alınan kararların kooperatif ortaklarıyla paylaştığını belirtmektedirler.

S 6 A Tasarruf Tedbirleri Uygulanmalı ile S 8 A Fiyatları Piyasa

Seviyesinde Tutmak: Kooperatif yönetimi bir yandan tüketim kooperatiflerinin başarılı olabilmesi için tasarruf tedbirleri uygulamaktadır bir yandan da fiyatları piyasa seviyesinde veya biraz altında tutarak ortağına bir takım hizmetler vermeye devam etmektedir.

S 6 A Tasarruf Tedbirleri Uygulanmalı ile S 8 B Ödeme Kolaylığı Sağlamaya Devam Etmek: Aynı şekilde kooperatif yönetimi, ekonomik krizden tasarruf tedbirleri uygulayarak ayakta kalmaya çalışmaktadır. Bir yandan da ortaklarına ödeme kolaylığı sağlamaya devam etmektedir.

S 6 B Kooperatifler Birlikte Hareket Etmeli ile S 8 A Fiyatları Piyasa Seviyesinde Tutmak: Kooperatif yönetimi, ortağına daha ucuz ve kaliteli mal sunabilmek için birim kooperatiflerin diğer kooperatiflerle işbirliği içerisinde olmalarına inanmaktadır. Böylece yönetim, denetim, mal alımı, mali destek gibi konularda işbirliğine giderek kooperatiflerin güçlü olmalarını sağlamayı amaçlamaktadırlar.

S 6 B Kooperatifler Birlikte Hareket Etmeli ile S 8 B Ödeme Kolaylığı Sağlamaya Devam Etmek: Aynı şekilde kooperatifler, ortaklarına ödeme kolaylığı sağlamaya devam ederek ucuz ve kaliteli mal sunarlar. Bu hizmetleri yerine getirebilmek için kooperatifler işbirliği içerisinde dir.

S 6 B Birim Kooperatifler Birlikte Hareket Etmeli ile S 8 C Mali Destek Sağlamak: Aynı şekilde kooperatif yöneticileri ortağına hem mali destek sağlayarak görevini yerine getirmektedir hem de kooperatif ayakta durabilmek için diğer kooperatiflerle işbirliği içerisinde olmak zorundadır.

S 6 C İyi Bir Yönetim Politikaesi İzlenmeli ile S 8 A Fiyatları Piyasa Seviyesinde Tutmak: Kooperatif, başarılı olabilmek için iyi bir yönetim politikası izlemelidir. Kooperatif yöneticileri de bunu desteklemektedir. Kooperatif, iyi bir yönetim politikası ile ortağına belirli fiyatlarda mal sunmaya devam etmektedir.

S 6 C İyi Bir Yönetim Politikası İzlenmeli ile S 8 B Ödeme Kolaylığı Sağlamaya Devam Etmek: Kooperatif, iyi bir yönetim politikası izleyerek, ortağına ödeme kolaylığı sağlayama devam etmektedir.

S 6 D Denetim Mekanizmasının İşlemesi ile S 8 A Fiyatları Piyasa Seviyesinde Tutmak: Kooperatif, hem kooperatifin başarılı olması için

etkili denetim yapmak zorundadır hem de fiyatları piyasa seviyesinde veya biraz altında tutarak ortağına yardımcı olmaya çalışmaktadır.

S 6 D Denetim Mekanizmasının İşlemesi ile S 8 B Ödeme Kolaylığı Sağlamaya Devam Etmek: Kooperatif yönetimi, kooperatiflerin başarılı olabilmesi için denetim mekanizmasını uygulamaya sokmalı aynı zamanda da ortağına ödeme kolaylığı sağlamaya devam etmelidir.

S 6 E Mal Alımlarının İlk Elden Yapılması ile S 8 A Fiyatları Piyasa Seviyesinde Tutmak: Kooperatif yönetimi, mal alımlarını ilk elden yaparak hem maliyeti indirir hem de ortağına kaliteli ve ucuz mal sunarlar. Kooperatifler, ortağına belirli fiyatlarda veya piyasanın biraz altında fiyat politikası izlemek için mal alımlarını ilk elden yaparlar.

S 6 E Mal Alımlarının İlk Elden Yapılması ile S 8 B Ödeme Kolaylığı Sağlamaya Devam Etmek: Kooperatif yönetimi, mal alımlarında ilk elden alarak, iktisadi kaynaklarını en etkin ve verimli kullanırlar. Güçlü bir tüketim kooperatifi, böylece ortağına ödeme kolaylığı sağlamaya devam etmektedir.

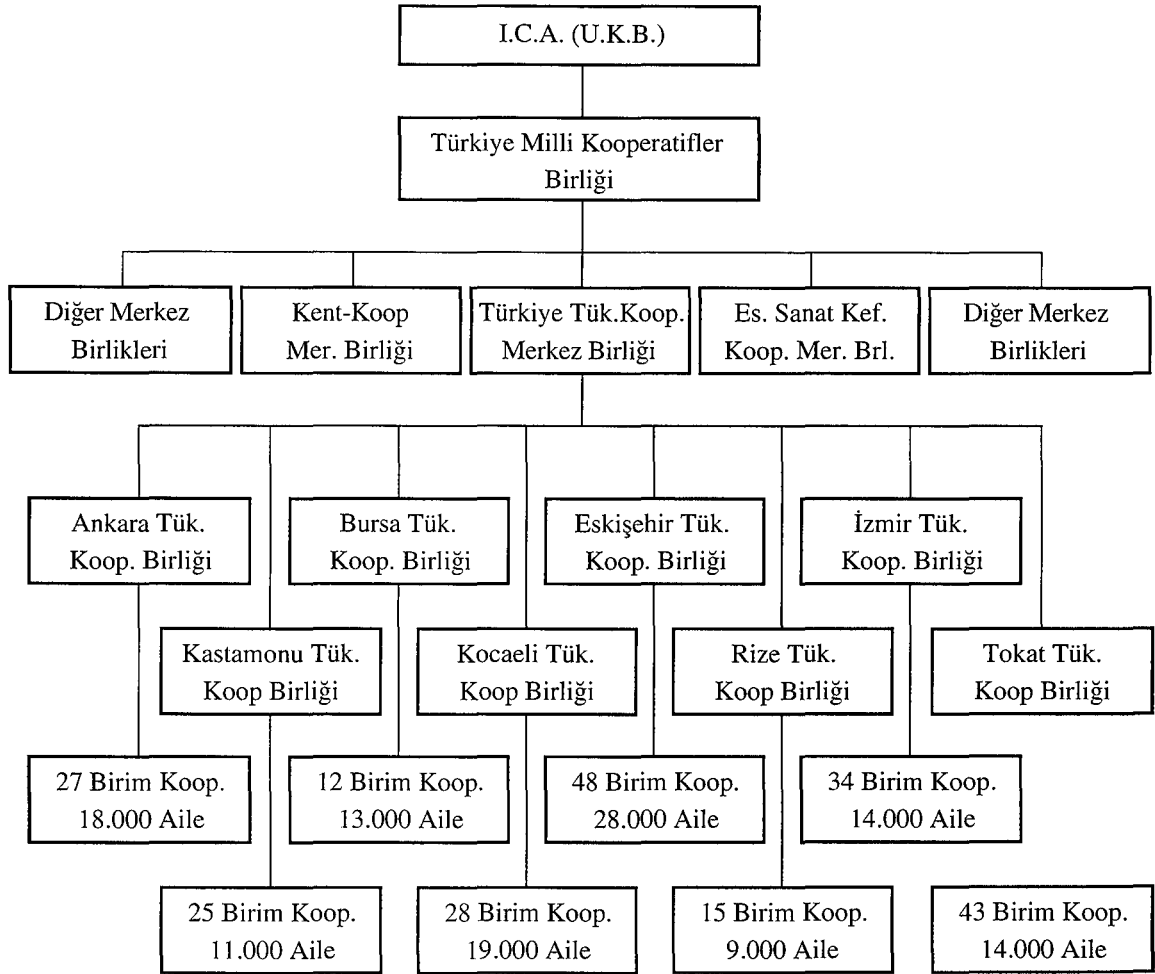
S 6 F İyi Bir Stok Politikası ile S 8 B Ödeme Kolaylığı Sağlamaya Devam Etmek: Kooperatif, maliyet fiyatını düşürmek ve optimal satın almayı gerçekleştirmek için iyi bir stok politikası uygulamalıdır. Maliyet minimize eden kooperatif, ortağına ödeme kolaylığı sağlamaya devam etmektedir.

S 9 Devamlı Stok Politikası ile S 10 Mal Maliyetine Marj Uygulama: Kooperatif yöneticilerinin % 100'ü fiyatlandırmada malın maliyet fiyatına fiyat farkı ekleyerek satış fiyatını tesbit ettikleri söylemektedir. Mal maliyetine fiyat farkı eklenerek satış fiyatı belirlemek, nakliye ve işçilik gibi giderleri gözönüne almamak demektir. S 9'da kooperatifin devamlı bir stok politikasının olmadığını söyleyen yönetici oranı % 57.9'dur. Devamlı stok politikası izlemeye kooperatif işletme optimal satın almayı gerçekleştiremez. Böylece maliyetler yükselir.

Tablo: 3. 2.**İzmit Tüketim Kooperatifleri**

Birim Kooperatifler		
Petrol İşç. Tüketim Koop.	PETKİM İşç. Tüketim Koop.	Harb-İş Tüketim Koop.
Harb-İş Men. Yard. Koop.	İGSAŞ Mens. Tüketim Koop.	İPRAŞ Mens. Tüketim Koop.
Lassa Mens. Tüketim Koop.	Pirelli Men. Tüketim Koop.	KORDSA Men. Tüketim Koop.
Marmet Tüketim Koop.	AEG Eti İşç. Tüketim Koop.	Boru İşç. Tüketim Koop.
DMO. Emek Tüketim Koop.	Seka İşç. Tüketim Koop.	Süperfosfat Tüketim Koop.
Halk Tüketim Koop.	Kirazdere Tüketim Koop.	Hizmet Edenler Tüketim Koop.
Ormanlılar Tüketim Koop.	Ada Tüketim Koop.	İksan Tüketim Koop.
Haberleşme Tüketim Koop.	Pimenkop Tüketim Koop.	Seymen Tüketim Koop.
Anadolu Brl. Tüketim Koop.	Göktepe Tüketim Koop.	Yenice Orm. Tüketim Koop.

Kaynak: İzmit Tüketim Kooperatifi Birliğinden Alınmıştır.

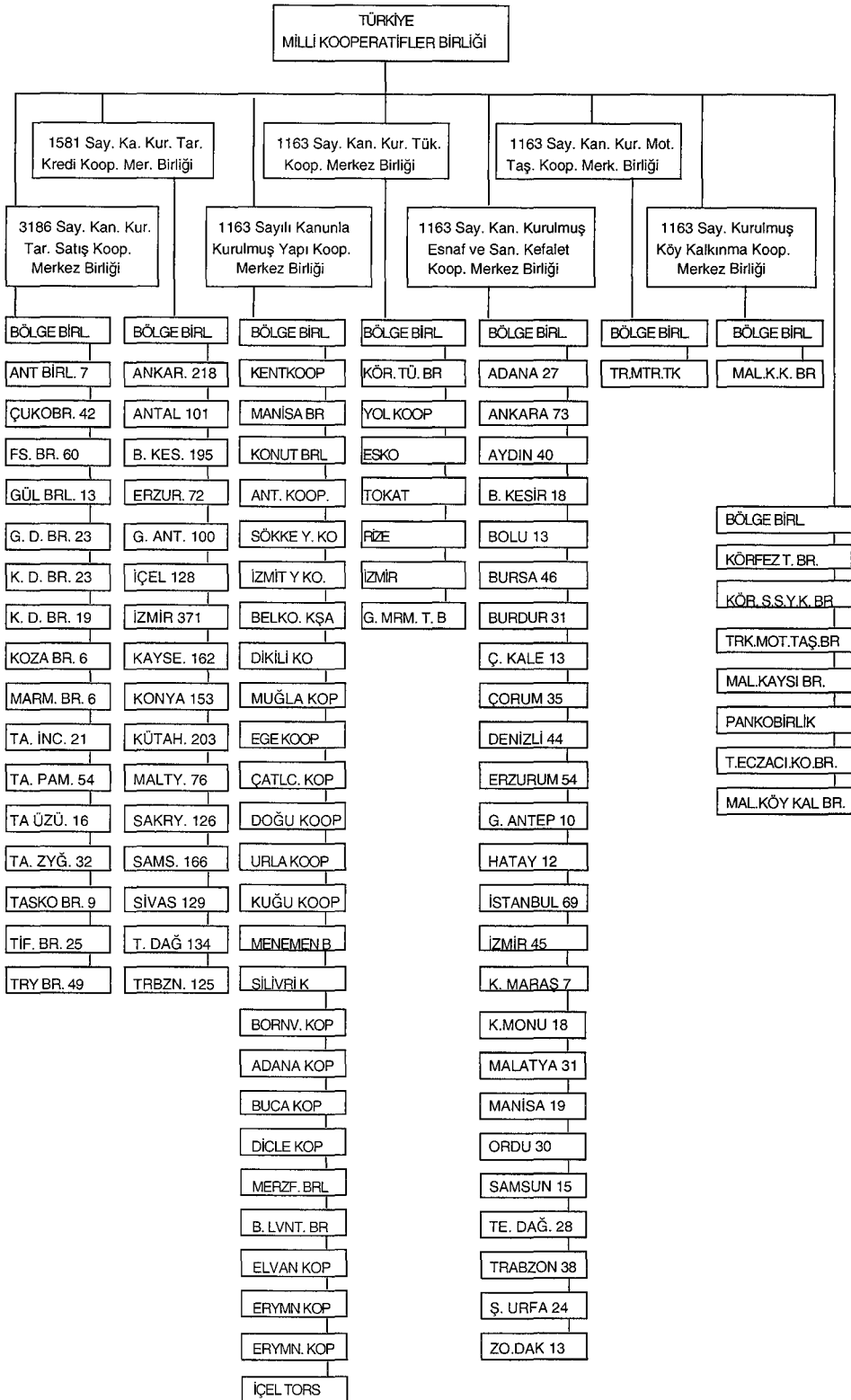
Tablo: 3. 3.**TÜKETİM KOOPERATİFLERİ ÜST ÖRGÜTLENME ŞEMASI**

232 Birim Kooperatif ve Şubesi
126.000 Üye Topluluğu

Kaynak: İzmit Tüketim Kooperatifi Birliğinden Alınmıştır.

Tablo: 3. 4.

Türkiye Milli Kooperatifleri Birliği



Kaynak: İzmit Tüketim Kooperatifi Birliğinden Alınmıştır.

Tablo 2. 7. (Devamı)

KOOPERATİF TÜRLERİ

Kooperatifleri ve Birlikleri ve 1163 Sayılı Kooperatifler Kanununa göre kurulmuş bulunan;

a) YAPI KOOPERATİFLERİ

- aa) Konut Yapı Kooperatifleri
- ab) Sanayi Sitesi Yapı Kooperatifleri
- ac) Toplu İşyeri Yapı Kooperatifleri

b) TÜKETİM KOOPERATİFLERİ

c) MOTORLU TAŞIYICILAR KOOPERATİFLERİ

d) ESNAF VE SANATKARLAR KEFALET KOOPERATİFLERİ

e) KÜÇÜK SANAT KOOPERATİFLERİ

f) TEMİN VE TEVZİ KOOPERATİFLERİ

g) ÜRETİM VE PAZARLAMA KOOPERATİFLERİ

h) TEDARİK VE KEFALET KOOPERATİFLERİ

i) TURİZM GELİŞTİRME KOOPERATİFLERİ

j) YAYINCILIK KOOPERATİFLERİ

k) İŞLETME KOOPERATİFLERİ

k) SİGORTA KOOPERATİFLERİ

kuruluş, işleyiş ve denetim açısından Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na bağlı bulunmaktadır.

2. 1581 Sayılı Kanuna göre kurulmuş Tarım Kredi Kooperatifleri ile 1163 Sayılı Kooperatifler Kanununa göre kurulmuş bulunan;

a) KÖY KALKINMA KOOPERATİFLERİ

b) ORMAN KÖYLERİ KALKINMA KOOPERATİFLERİ

c) BALIKÇILIK KOOPERATİFLERİ

d) ÇAY İSTİHSAL VE SATIŞ KOOPERATİFLERİ

e) PANCAR İSTİHSAL VE SATIŞ KOOPERATİFLERİ

f) HAYVAN ÜRETİCİLER TEDARİK VE PAZ. KOOP.

g) ELEKTRİK ÜRETİM KOOPERATİFLERİ

kuruluş, işleyiş ve denetim açısından Tarım, Orman ve Köy İşleri Bakanlığı'na bağlı bulunmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Ekonomik kriz dönemlerinde, tüketim kooperatifleri ortak kooperatif dayanışmasına giderek, belirli bir işletme politikası izlemektedir. Kooperatif sisteme özgü, bu tabandan üste karar mekanizmasını birlikte yönetme, tüketim kooperatiflerinin başarısı için çok önemlidir. Tüketim kooperatiflerinin maliyetin üzerinde varlığını etkili bir biçimde sürdürebilmesi için, mal maliyetine değil satış fiyatına göre belirli bir emniyet marjı hesaba katılarak fiyat politikası belirlenmelidir. Ancak bu şekilde tüketim kooperatifi bazı risklere karşı korunabilecek ve ortağı içinde cazip hale gelecektir.

Araştırmaya tabi tutulan birim tüketim kooperatiflerinin, kooperatifler arası bütünleşmesini gerçekleştirmiş olduklarını görüyoruz. Genelde kendi iç bünyesiyle, ortaklarına hizmet götürmeyi amaç edinmişlerdir. Birim tüketim kooperatifler, mal siparişi, stoklama, paketleme, etiketleme gibi fonksiyonları yerine getirmektedir. Ancak bu fonksiyonlar tüketim kooperatiflerinin etkin ve verimli olması için yeterli değildir. Mal çeşitlendirmesine giderek maliyeti indirmek ve ekonomik kriz dönemlerinden etkilenmemek için kooperatif işletmeler, çağdaş işletme tekniklerini uygulamak ve birim-üstbirlik işbirliği bütünleşmesini sağlamak zorundadırlar.

Tüketim kooperatiflerinin, artan rekabet ortamında varlığını sürdürebilmesi ve pazar payını artırabilmesi için üretimden tüketime kadar bütün fonksiyonları yerine getirmesi gerekir. Böylece hem mal

maliyeti ucuzlayacak hem de aracı kurumların görevi üstlenilecektir. 70 yıldır ülkemizde var olan tüketim kooperatiflerinin dikey bütünleşmesini yeni yeni tamamlaması tüketim kooperatiflerinin etkin olamamalarının bir sebebidir. Tabi yasal düzenlemelerdeki yetersizlik (176 sayılı Gelir Vergisi Genel Tebliği ile kasa fişleri vergi muaflığı uygulamasından kaldırılmıştır), finansman kaynağına çözüm getirecek kooperatifler bankasının kurulamaması tüketim kooperatiflerinin etkinliğini azaltan unsurlardır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- ABRAHAMSEN, Martin : Cooperative Business Enterprise, 1976.
- ARMAN, Şimşek : Tüketim Kooperatiflerinin Önemi, Karınca, 1986.
- BÜYÜKER, Şahin : Ekonomik Bunalım ve İşletmeler, Dünya, 1994.
- C. HELM, Franz
(Çev. İlhan Cemalcılar) : Kooperatif İşletme Ekonomisi, E.i.T.İ.A. Ya. No. 150/92, Eskişehir, 1976.
- ÇALOĞLU, Oktay : Tüketim Kooperatifleri İçin Mali Tablo Analizleri, Türk-İş Ya. No. 172.
- DEMİRCİ, Rasih : Tüketim Kooperatifi Üzerine Düşünceler, Karınca, Temmuz, 1984.
- DEMİRCİ, Rasih : Tüketici, Tüketiciyi Koruma Kanunu, Tüketim Kooperatifçiliği, Karınca, Nisan, 1995.

- DUYMAZ, İsmail : Kooperatif İşletme Ekonomisi ve Yönetimi, İzmir, 1986.
- ECER, Ferhat : Erzurum Tüketim Kooperatifleri Araştırması, Erzurum, 1988.
- GÜRSOY, Melih : Dünya'daki Büyük Ekonomik Krizler ve Türkiye Ekonomisine Etkileri, İstanbul, 1989.
- KAVAS, Arcan-
ODABAŞI, Yavuz : Türkiye'de Tüketim Kooperatifçiliği, T.K.K. No. 70, Ankara, 1988.
- KÜÇÜKALTAN, Uğur : Kooperatif Dünyası, Eylül, 1989.
- ÖZÇELİK, Ahmet : Türkiye'de Sendikal Faaliyetler İçindeki Tüketim Kooperatiflerinin Durumu, T.K.K. No. 73, Ankara, 1989.
- POLAT, Hüseyin-
TAVANÇ, Tunç : Türkiye'de Tüketim Kooperatiflerinin Tarihçesi ve Gelişememe Nedenleri. T.K.K. Ya. No. 35, Ankara, 1973.
- POLAT, Hüseyin : İşçi Tüketim Koopeiratiflerinin Durumu ve Sorunları, Türk-İş Koop. Bürosu, Ankara, 1986.
- SAĞOL, Kenan : Kooperatif Dünyası, Ekim, 1989.

TEKELİ, İlhan-

KEYDER, Çağlar

: Türkiye'de ve Dünya'da Yaşanan Ekonomik
Bunalım, Yurt Ya. 10, Ankara, 1984.

: Tüketim Kooperatifi Ana Sözleşmesi, İst.
Üniv. Küt.

: PARA, Haftalık Ekonomi Dergisi, Şubat,
1996.

EKLER

1. Kooperatifinizin kaç tane ortağı var?
2. Ekonomik krizin yaşandığı sırada hangi kriz politikalarını uyguladınız?
 - a. Sermaye artırımını
 - b. Fiyat artırımını veya kredili satışlara son verme
 - c. Etkili bir stok politikası
 - d. Kredi talebi
 - e. Ortak-Kooperatif işbirliği
 - f. Hepsi
3. Üst birlikten mi yoksa dışarıdan mı kredi talebinde bulundunuz?
 - a. Üst Birlik
 - b. Serbest Piyasa
 - c. Hiçbiri
4. Ekonomik krizde sizce en önemli karar veya kararlar hangisidir? (Önem derecesine göre sınıflandırınız. Örneğin b, c, d, a, e gibi)
 - a. Sermaye artırımını
 - b. Kredili satış veya başka hizmetlere son vermek
 - c. Etkili bir stok politikası
 - d. Üst birlik veya dışarıdan finans talebi
 - e. Etkin bir tasarruf politikası
5. Ortak-Kooperatif yardımlaşmasına bir kooperatif yöneticisi olarak inanıyorsanız, krizde kendi başınıza mı hareket ettiniz yoksa aldığınız kararları ortaklarınızla paylaştınız mı?
 - a. Evet
 - b. Hayır
6. Tüketim kooperatiflerinin başarılı olabilmesi için sizce ne yapılmalıdır? (Bir cümle ile cevaplayınız.)

7. Birim kooperatif olarak sendika ile işbirliği içerisinde misiniz?
- Evet
 - Hayır
8. Bilindiği gibi kriz dönemlerinde genellikle ortakların alım gücünde azalma olmaktadır. Kooperatifin asli görevinin bu olduğuna göre, ortağınız için ne gibi yararlar sağladınız?
(Mesela, fiyatları piyasanın biraz altında tutmak gibi)
(Bir cümle ile cevaplayınız.)
9. Devamlı bir stok politikanız var mı?
- Evet
 - Hayır
10. Mal fiyatlandırmasında satılan malın maliyetine mi yoksa malın satış fiyatına mı marj uyguluyorsunuz?
- Mal maliyetine
 - Satış fiyatına

S2B FİYAT ARTTIRIMI VEYA KREDİLİ SATIŞLARA S

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	1	5.3	100.0	100.0
	0.	18	94.7	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 1 MISSING CASES 18

S2C ETKİLİ BİR STOK POLİTİKASI

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	4	21.1	100.0	100.0
	0.	15	78.9	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 4 MISSING CASES 15

S2D KREDİ TALEBİ

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	1	5.3	100.0	100.0
	0.	18	94.7	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 1 MISSING CASES 18

S2F HEPSİ

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	0.	19	100.0	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 0 MISSING CASES 19

S3 ÜST BİRLİKTE Mİ YOKSA DIŞARIDAN MI KRED

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	5	26.3	26.3	26.3
	3.	14	73.7	73.7	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 19 MISSING CASES 0

S4 EKONOMİK KRİZDE SİZCE EN ÖNEMLİ KARAR

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	8	42.1	47.1	47.1
	3.	3	15.8	17.6	64.7
	4.	2	10.5	11.8	76.5
	5.	4	21.1	23.5	100.0
	0.	2	10.5	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 17 MISSING CASES 2

S5 ORTAK KOOPERATİF YARDIMLAŞMASINA BİR KOO

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	17	89.5	94.4	94.4
	2.	1	5.3	5.6	100.0
	0.	1	5.3	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 18 MISSING CASES 1

S6A TASARRUF TEDBİRLERİ UYGULANMALI

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	4	21.1	100.0	100.0
	0.	15	78.9	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 4 MISSING CASES 15

S6B BİRİM KOOPERATİFLER BİRLİKTE HAREKET ETM

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	7	36.8	100.0	100.0
	0.	12	63.2	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 7 MISSING CASES 12

S6C İYİ BİR YÖNETİM POLİTİKASI İZLENMELİ

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	7	36.8	100.0	100.0
	0.	12	63.2	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 7 MISSING CASES 12

S6D DENETİM MEKANİZMASININ İŞLEMESİ

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	4	21.1	100.0	100.0
	0.	15	78.9	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 4 MISSING CASES 15

S6F İYİ BİR STOK POLİTİKASI

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	1	5.3	100.0	100.0
	0.	18	94.7	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 1 MISSING CASES 18

S7 BİRİM KOOPERATİF OLARAK SENDİKA İLE İŞBİ

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	8	42.1	42.1	42.1
	2.	11	57.9	57.9	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 19 MISSING CASES 0

S8A FİYATLARI PİYASA SEVİYESİNDE VEYA BİRAZ

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	9	47.4	100.0	100.0
	0.	10	52.6	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 9 MISSING CASES 10

S8C MALİ DESTEK SAĞLAMAK

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	1	5.3	100.0	100.0
	0.	18	94.7	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 1 MISSING CASES 18

S9 DEVAMLI BİR STOK POLİTİKANIZ VAR MI

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	8	42.1	42.1	42.1
	2.	11	57.9	57.9	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 19 MISSING CASES 0

S10 MAL FİYATLANDIRMASINDA SATILAN MALIN MAL

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	19	100.0	100.0	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 19 MISSING CASES 0

CROSSTABS TABLES= S6B BY S8B
STATISTICS ALL

		S8B		ROW TOTAL
COUNT	I		I	
ROW PCT	I			
COL PCT	I			
TOT PCT	I	1.	I	
-----I-----I				
1.	I	3	I	3
	I	100.0	I	100.0
	I	100.0	I	
	I	100.0	I	
-I-----I				
COLUMN		3		3
TOTAL		100.0		100.0

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 16

CROSSTABS TABLES= S6B BY S8C
STATISTICS ALL

S8C

S6B

COUNT	I	ROW PCT	I	COL PCT	I	TOT PCT	I	1.I	ROW TOTAL
1.	I	1	I						1
	I	100.0	I						100.0
	I	100.0	I						
	I	100.0	I						
	-I	-I	-I						
COLUMN				1					1
TOTAL				100.0					100.0

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 18

CROSSTABS TABLES= S3 BY S4
STATISTICS ALL

S4

S3

COUNT	I	ROW PCT	I	COL PCT	I	TOT PCT	I	1.I	3.I	4.I	5.I	ROW TOTAL
1.	I	1	I					1	2	1		5
	I	20.0	I					20.0	40.0	20.0		29.4
	I	12.5	I					33.3	100.0	25.0		
	I	5.9	I					5.9	11.8	5.9		
	-I	-I	-I					-I	-I	-I		
3.	I	7	I					2	0	3		12
	I	58.3	I					16.7	0.0	25.0		70.6
	I	87.5	I					66.7	0.0	75.0		
	I	41.2	I					11.8	0.0	17.6		
	-I	-I	-I					-I	-I	-I		
COLUMN				8				3	2	4		17
TOTAL				47.1				17.6	11.8	23.5		100.0

CROSSTABS TABLES= S5 BY S6C
STATISTICS ALL

S6C

S5

COUNT	I	ROW PCT	I	COL PCT	I	TOT PCT	I	1.I	ROW TOTAL
1.	I	6	I					6	6
	I	100.0	I					85.7	
	I	85.7	I						
	I	85.7	I						
	-I	-I	-I						
2.	I	1	I					1	1
	I	100.0	I					14.3	
	I	14.3	I						
	I	14.3	I						
	-I	-I	-I						
COLUMN				7					7
TOTAL				100.0					100.0

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 12

CROSSTABS TABLES= S2D BY S4
STATISTICS ALL

		S4		
	COUNT	I		ROW TOTAL
	ROW PCT	I		
	COL PCT	I		
	TOT PCT	I	1.I	
S2D	1.	I	1	I 1
		I	100.0	I 100.0
		I	100.0	I
		I	100.0	I
		-I	-I	-I
	COLUMN		1	1
	TOTAL		100.0	100.0

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 18

S6E MAL ALIMLARININ İLK ELDEN YAPILMASI

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	4	21.1	100.0	100.0
	0.	15	78.9	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 4 MISSING CASES 15

CROSSTABS TABLES= S2E BY S4

		S4					
	COUNT	I				ROW TOTAL	
	ROW PCT	I					
	COL PCT	I					
	TOT PCT	I	1.I	3.I	4.I	5.I	
S2E	1.	I	4	I 1	I 2	I 2	I 9
		I	44.4	I 11.1	I 22.2	I 22.2	I 100.0
		I	100.0	I 100.0	I 100.0	I 100.0	I
		I	44.4	I 11.1	I 22.2	I 22.2	I
		-I	-I	-I	-I	-I	-I
	COLUMN		4	1	2	2	9
	TOTAL		44.4	11.1	22.2	22.2	100.0

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 10

S8B ÖDEME KOLAYLIĞI SAĞLAMAYA DEVAM ETMEK

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	13	68.4	100.0	100.0
	0.	6	31.6	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 13 MISSING CASES 6

S2A SERMAYE ARTTIRIMI

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	FREQ (PCT)	FREQ (PCT)	FREQ (PCT)
	1.	8	42.1	100.0	100.0
	0.	11	57.9	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 8 MISSING CASES 11

S2E ORTAK KOOPERATİF İŞBİRLİĞİ

CATEGORY LABEL	CODE	ABSOLUTE FREQ	RELATIVE FREQ (PCT)	ADJUSTED FREQ (PCT)	CUM FREQ (PCT)
	1.	11	57.9	100.0	100.0
	0.	8	42.1	MISSING	100.0
	TOTAL	19	100.0	100.0	

VALID CASES 11 MISSING CASES 8

CROSSTABS TABLES= S2B BY S4
STATISTICS ALL

		S4			
	COUNT	I		ROW	
	ROW PCT	I		TOTAL	
	COL PCT	I			
	TOT PCT	I	5.I		
S2B	1.	I	1	I	1
		I	100.0	I	100.0
		I	100.0	I	
		I	100.0	I	
		-I		-I	
	COLUMN		1		1
	TOTAL		100.0		100.0

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 18

CROSSTABS TABLES= S2A BY S4
STATISTICS ALL

		S4			
	COUNT	I		ROW	
	ROW PCT	I		TOTAL	
	COL PCT	I			
	TOT PCT	I	1.I	5.I	
S2A	1.	I	7	I	1
		I	87.5	I	12.5
		I	100.0	I	100.0
		I	87.5	I	12.5
		-I		-I	
	COLUMN		7		1
	TOTAL		87.5		12.5

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 11

CROSSTABS TABLES= S2C BY S4
STATISTICS ALL

		S4				ROW TOTAL			
		COUNT	I						
		ROW PCT	I						
		COL PCT	I						
		TOT PCT	I						
			1.I	3.I	5.I				
S2C	1.	I	1	I	2	I	1	I	4
		I	25.0	I	50.0	I	25.0	I	100.0
		I	100.0	I	100.0	I	100.0	I	
		I	25.0	I	50.0	I	25.0	I	
	COLUMN		1	2	1			4	
	TOTAL		25.0	50.0	25.0			100.0	
NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS =				15					

CROSSTABS TABLES= S6A BY S8A
STATISTICS ALL

		S8A		ROW TOTAL	
		COUNT	I		
		ROW PCT	I		
		COL PCT	I		
		TOT PCT	I		
			1.I		
S6A	1.	I	2	I	2
		I	100.0	I	100.0
		I	100.0	I	
		I	100.0	I	
	COLUMN		2	2	
	TOTAL		100.0	100.0	
NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS =				17	

CROSSTABS TABLES= S6A BY S8B
STATISTICS ALL

		S8B		ROW TOTAL	
		COUNT	I		
		ROW PCT	I		
		COL PCT	I		
		TOT PCT	I		
			1.I		
S6A	1.	I	3	I	3
		I	100.0	I	100.0
		I	100.0	I	
		I	100.0	I	
	COLUMN		3	3	
	TOTAL		100.0	100.0	
NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS =				16	

CROSSTABS TABLES= S6B BY S8A
STATISTICS ALL

		S8A		
		COUNT	I	ROW
		ROW PCT	I	TOTAL
		COL PCT	I	
		TOT PCT	I	1.I
S6B	-----I-----I			
	1. I	3	I	3
		I 100.0	I	100.0
		I 100.0	I	
		I 100.0	I	
	-I-----I			
	COLUMN	3		3
	TOTAL	100.0		100.0

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 16

CROSSTABS TABLES= S5 BY S6A
STATISTICS ALL

		S6A		
		COUNT	I	ROW
		ROW PCT	I	TOTAL
		COL PCT	I	
		TOT PCT	I	1.I
S5	-----I-----I			
	1. I	4	I	4
		I 100.0	I	100.0
		I 100.0	I	
		I 100.0	I	
	-I-----I			
	COLUMN	4		4
	TOTAL	100.0		100.0

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 15

CROSSTABS TABLES= S5 BY S6B
STATISTICS ALL

		S6B		
		COUNT	I	ROW
		ROW PCT	I	TOTAL
		COL PCT	I	
		TOT PCT	I	1.I
S5	-----I-----I			
	1. I	6	I	6
		I 100.0	I	100.0
		I 100.0	I	
		I 100.0	I	
	-I-----I			
	COLUMN	6		6
	TOTAL	100.0		100.0

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 13

CROSSTABS
STATISTICS

TABLES= S5 BY S6D
ALL

		S6D		
		COUNT	I	
		ROW PCT	I	ROW
		COL PCT	I	TOTAL
		TOT PCT	I	
S5			1.I	
	1.	I	3	I 3
		I	100.0	I 75.0
		I	75.0	I
		I	75.0	I
	2.	I	1	I 1
		I	100.0	I 25.0
		I	25.0	I
		I	25.0	I
		COLUMN	4	4
		TOTAL	100.0	100.0
NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 15				

CROSSTABS
STATISTICS

TABLES= S5 BY S6E
ALL

		S6E		
		COUNT	I	
		ROW PCT	I	ROW
		COL PCT	I	TOTAL
		TOT PCT	I	
S5			1.I	
	1.	I	4	I 4
		I	100.0	I 100.0
		I	100.0	I
		I	100.0	I
		COLUMN	4	4
		TOTAL	100.0	100.0
NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 15				

CROSSTABS
STATISTICS

TABLES= S5 BY S6F
ALL

		S6F		
		COUNT	I	
		ROW PCT	I	ROW
		COL PCT	I	TOTAL
		TOT PCT	I	
S5			1.I	
	1.	I	1	I 1
		I	100.0	I 100.0
		I	100.0	I
		I	100.0	I
		COLUMN	1	1
		TOTAL	100.0	100.0
NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 18				

CROSSTABS TABLES= S6C BY S8A
 STATISTICS ALL

		S8A		
	COUNT	I		ROW
	ROW PCT	I		TOTAL
	COL PCT	I		
	TOT PCT	I	1.I	
S6C	-----I-----I			
	1.	I	4	I 4
		I	100.0	I 100.0
		I	100.0	I
		I	100.0	I
	-----I-----I			
	COLUMN	4		4
	TOTAL	100.0		100.0
NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 15				

CROSSTABS TABLES= S6D BY S8B
 STATISTICS ALL

		S8B		
	COUNT	I		ROW
	ROW PCT	I		TOTAL
	COL PCT	I		
	TOT PCT	I	1.I	
S6D	-----I-----I			
	1.	I	3	I 3
		I	100.0	I 100.0
		I	100.0	I
		I	100.0	I
	-----I-----I			
	COLUMN	3		3
	TOTAL	100.0		100.0
NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 16				

CROSSTABS TABLES= S6E BY S8A
 STATISTICS ALL

		S8A		
	COUNT	I		ROW
	ROW PCT	I		TOTAL
	COL PCT	I		
	TOT PCT	I	1.I	
S6E	-----I-----I			
	1.	I	2	I 2
		I	100.0	I 100.0
		I	100.0	I
		I	100.0	I
	-----I-----I			
	COLUMN	2		2
	TOTAL	100.0		100.0
NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 17				

CROSSTABS TABLES= S6D BY S8A
STATISTICS ALL

		S8A		
		COUNT	I	
		ROW PCT	I	ROW
		COL PCT	I	TOTAL
		TOT PCT	I	1.I
S6D	-----	I	-----	I
	1.	I	1	I 1
		I	100.0	I 100.0
		I	100.0	I
		I	100.0	I
	-----	I	-----	I
	COLUMN	1		1
	TOTAL	100.0		100.0

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 18

CROSSTABS TABLES= S6C BY S8B
STATISTICS ALL

		S8B		
		COUNT	I	
		ROW PCT	I	ROW
		COL PCT	I	TOTAL
		TOT PCT	I	1.I
S6C	-----	I	-----	I
	1.	I	5	I 5
		I	100.0	I 100.0
		I	100.0	I
		I	100.0	I
	-----	I	-----	I
	COLUMN	5		5
	TOTAL	100.0		100.0

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 14

CROSSTABS TABLES= S6E BY S8B
STATISTICS ALL

		S8B		
		COUNT	I	
		ROW PCT	I	ROW
		COL PCT	I	TOTAL
		TOT PCT	I	1.I
S6E	-----	I	-----	I
	1.	I	3	I 3
		I	100.0	I 100.0
		I	100.0	I
		I	100.0	I
	-----	I	-----	I
	COLUMN	3		3
	TOTAL	100.0		100.0

NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 16

CROSSTABS TABLES= S6F BY S8B
 STATISTICS ALL

		S8B		
		COUNT	I	
		ROW PCT	I	ROW TOTAL
		COL PCT	I	
		TOT PCT	I	1.I
S6F		-----I-----I		
	1.	I	1	I 1
		I	100.0	I 100.0
		I	100.0	I
		I	100.0	I
		-----I-----I		
	COLUMN	1		1
	TOTAL	100.0		100.0
NUMBER OF MISSING OBSERVATIONS = 18				

CROSSTABS TABLES= S9 BY S10
 STATISTICS ALL

		S10		
		COUNT	I	
		ROW PCT	I	ROW TOTAL
		COL PCT	I	
		TOT PCT	I	1.I
S9		-----I-----I		
	1.	I	8	I 8
		I	100.0	I 42.1
		I	42.1	I
		I	42.1	I
		-----I-----I		
	2.	I	11	I 11
		I	100.0	I 57.9
		I	57.9	I
		I	57.9	I
		-----I-----I		
	COLUMN	19		19
	TOTAL	100.0		100.0

S.S.KIRAZDERE
TUKETİM KOOPERATİFİ

31.12.1994 TARİHLİ BİLANÇOSU

AKTİF (VARLIKLAR)

PASİF (KAYNAKLAR)

DÖNEN VARLIKLAR		708.447.357
A-HAZIR DEBERLER	13.117.656	
Kasa	12.557.075	
Bankalar	560.581	
C-TİCARİ ALACAKLAR	398.618.395	
Alıcılar	392.946.000	
Bağlı Ort.alac.	5.672.395	
D-DİĞER DÖNEN VARL.	2.550.000	
Devreden KDV	2.550.000	
E-STOKLAR	294.161.306	
Ticari Mallar	294.161.306	
DURAN VARLIKLAR		10.473.445
C-MALİ DURAN VARL.	10.000.000	
Bağlı ortaklık	10.000.000	
D-MADDİ DURAN VARL.	473.445	
Demirbaslar	929.522	
B.Amortisman(-)	456.073	

KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR		285.312.965
B-TİCARİ BORÇLAR	285.312.965	
Saticılar	177.592.965	
Borc Senetleri	107.720.000	
ÖZ KAYNAKLAR		287.126.031
A-ÖDENMİŞ SERMAYE		287.126.031
Öye Aidatları	284.490.415	
Yedekler	22.635.616	

F-DÖNEM NET KARI

146.481.81

716.920.806

716.920.806

S.S.KIRAZDERE TUKETİM KOOPERATİFİ
31.ARALIK.1993 TARİHLİ BİLANÇO

AKTİF

PASİF

KASA	12.750.963.-
BANKALAR	137.224.-
ORTAKLAR	288.773.517.-
EMTİA	201.241.289.-
DEVREDEN KDV	11.089.000.-
İSTIRAKLER	2.000.000.-
DEMİRBASLAR	929.522.-

SERMAYE	214.204.698.-
YEDEKLER	16.579.540.-
SATICILAR	118.833.665.-
BORC SENETLERİ	126.112.000.-
BİRİKMİŞ AMORT.	456.073.-
GELİR-GİDER FARK	40.735.541.-

316.921.515.-

316.921.515.-

S.S.HABERLEŞME TÜKETİM KOOPERATİFİ
1993 YILI BİLANÇOSU

AKTİF		PASİF	
KASA	59.510.644.-	SERMAYE	202.272.500.-
BANKALAR	722.500.-	BORÇLAR	461.625.741.-
ÖZGÜN ALANLAR	143.317.300.-	BORÇ SENETLERİ	1.020.000.-
TİCARİ MALLAR	372.049.347.-	ÖD.VERİŞ.PRİM.	3.270.061.-
DEVREDEN KDV	33.272.000.-	B.AMORTİMAN	3.170.154.-
İŞTİRAKLER	5.000.000.-		
DEHİŞİKLİKLER	81.771.543.-		
ATILAN KDV.	3.310.066.-		
	<u>697.194.504.-</u>		<u>676.717.656.-</u>
		KAR	22.443.848.-
	<u>697.194.504.-</u>		<u>697.194.504.-</u>

S.S.ORMANDILAR
TUKETIM KOOPERATIFI

31.12.1994 TARİHLİ BİLANÇOSU

AKTİF (VARLIKLAR)

PASİF (KAYNAKLAR)

DÖNEM VARLIKLAR		288.253.816	KISA VADELİ YADAVCI KAYNAKLAR		119.826.402
A-HADIR DEĞERLER		2.539.231	B-TİCARİ BORULAR		119.826.402
Kasa	2.113.582		Satıcılar	90.006.220	
Bankalar	475.649		Borç Senetleri	29.820.200	
			C1 KAYNAKLAR		
			A-ÖDENİŞ BERNAYE		54.826.330
			Oye Aidatları	50.400.934	
			Fonlar	4.425.396	
C-TİCARİ ALACAKLAR		101.017.492			
Aliciler	96.477.685				
Bağlı Ortaklar	2.537.807				
D-DİĞER DÖNEM VARLI.		11.175.000			
Devreden KOV	11.175.000				
E-STOKLAR		153.571.273			
Ticari Mallar	153.571.273				
DURAN VARLIKLAR		15.031.934			
C-HALİ DURAN VARL.		10.000.000			
Bağlı ortaklık	10.000.000				
D-KABUL DÜKKAN VARL.		4.516.500			
Demirbaşlar	4.516.500				
H-7:5ER DÜPAN VARLIKLAR		521.334			
Gelecek yıllarda					
indirilecek KOV	521.334				
		<u>288.253.816</u>			<u>119.826.402</u>
					<u>100.702.090</u>
					<u>283.304.350</u>

S.S.KOCAELİ ORMANCI
MEMUR VE EMEKLİLER
TOKETİM KOOPERATİFİ

AKTİF	BİLANÇO 1993	PASİF	
KASA	220.535.-	SERMAYE	25.366.224.-
BANKALAR	2.622.024.-	YEDEK AKÇE	1.242.127.-
ALACAKLAR	53.769.907.-	BORÇLAR	31.250.147.-
YATIRI MAL	42.845.663.-		
DEĞERDEN KURL.	6.025.000.-		
İHTİSAP. SP	2.000.000.-		
BONRBAĞLAR	1.110.500.-		
	<u>109.073.629.-</u>		<u>57.050.491.-</u>
		KAR	21.215.131.-
	<u>109.073.629.-</u>		<u>109.073.629.-</u>

S.S.HİZMET EDENLER
TOKETİM KOOPERATİFİ
İZMİT

AKTİF		1993 BİLANÇO	PASİF	
KASA	3.724.416.-	SERMAYE	71.045.356.-	
BANKALAR	4.981.372.-	YEDEKLER	106.400.402.-	
ALACAKLAR	647.670.200.-	D.AMORTİMAN	240.000.-	
HAL	117.105.771.-	BORÇLAR	601.381.193.-	
DEVEDEN KÖL.	6.645.000.-			
İSTİRAKLER	2.000.000.-			
DETRBABLAR	2.237.741.-			
	771.361.500.-		775.496.156.-	
		KAR 77	11.865.314.-	
	771.361.500.-		791.361.500.-	

S.S.PETKO
TÜKETİM KOOPERATIFI

31.12.1994 TARİHLİ GELİR TABLOSU

	ÖNCEKİ DÖNEM 1993		CARİ DÖNEM 1994	
A- BRÜT SATIŞLAR		9.852.052.861		17.181.625.142
Yurt içi satışlar	9.852.052.861		17.181.625.142	
B- SATIŞ İNDİRLİMLER, (-)	-			2.925.000
Satış iadeleri	-		2.925.000	
C- NET SATIŞLAR		9.852.052.861		17.178.700.142
D- SATIŞLARIN MALİYETİ (-)		8.780.200.971		14.551.805.415
Satılan ticari mallar malİYETİ (-)	8.780.200.971		14.551.805.415	
BRÜT SATIŞ KARI		1.071.851.890		2.626.894.727
E- FAALİYET GİDERLERİ (-)		925.514.827		1.489.332.471
Pazarlama			76.348.363	
Genel Yönetim Giderl.	925.514.827		1.412.984.108	
FAALİYET KARI		146.337.063		1.137.562.256
F- DİĞER FAALİYETLERDEN OLAĞAN GELİR VE KARLAR		34.567.711		57.371.764
Faiz Gelirleri	29.443.611		17.335.000	
Diğ.olağ.gelir ve karlar	5.124.100		40.036.764	
J-OLAĞ.DIŞI GİDER VE ZARARL.		423.675		69.355.808
Diğ.Olağ.dışı Gid.ve Zar.	423.675		69.355.808	
DÖNEM KARI VEYA ZARARI		180.481.099		1.125.578.212
K.DÖNEM KARI VERGİ VE DİĞER YASAL YÜKÜMLÜLÜK KARŞIL.(-)				227.749.250
DÖNEM NET KARI VEYA ZARARI		180.481.099		897.828.962

S.S.HİZMET EDENLER
TOKETİM KOOPERATİFİ

31.12.1994 TARİHLİ BİLANÇOSU

AKTİF (VARLIKLAR)

PASİF (KAYNAKLAR)

DÖNER VARLIKLAR	1.329.997.287
A-ATILIR DEĞİRLER	15.771.493
Kasa	27.523.990
Bankalar	12.487.411
B-TOCARİ ALACAKLAR	1.002.005.555
Alacaklar	1.002.005.555
C-TOCARİ	291.071.714
Ticaret Mülk.	291.071.714
D-TOCARİ DEĞERLEMLER	30.370.000
Değerler	30.370.000
DURAN VARLIKLAR	22.190.741
E-TOCARİ DEĞERLEMLER	10.000.000
Tic.Mülk. Değ.	10.000.000
F-TOCARİ DEĞERLEMLER	10.190.741
Tic.Mülk.Değ.	17.000.000
Bankalar	2.000.741
Diğerleri	1.190.000
G-TOCARİ DEĞERLEMLER	1.000.000
Değ. Yılına Kaldırılan	1.000.000
	1.351.188.028.-

KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR	1.080.473.219
B-TOCARİ BORÇLAR	1.080.473.219
Bankalar	100.000.000
Banka Depozoları	980.473.219
UZUN VADELİ YABANCI KAYNAKLAR	99.111.060
C-TOCARİ BORÇLAR	99.111.060
Dış Ülke Borçl.	78.000.000
Diğer Dış Ülke	21.111.060
ÖZ KAYNAKLAR	104.124.010
H-TOCARİ DEĞERLEMLER	10.100.000
Beyaz	10.100.000
I-BORNEVE YEDERLERİ	10.500.000
Diğer Borneve	10.500.000
J-KAR YEDERLERİ	10.100.000
Yasal Yedek.	10.100.000
İstisnai Fonlar	0.000.000
G-DÖNER NET KARI	59.459.937
	1.351.188.028.-

S.S.KÖRFEZ TOKOBİRLİK
KOCAELİ VE CİVARI TÖKETİM
KOOPERATİFLERİ BİRLİĞİ

AKTİF	BİLANÇO 1993		PASİF
KASA	824.563.-	BERMAYE	54.000.000.-
BANKALAR	43.510.719.-	BİNA KAT.PAYI	75.000.000.-
TAN.EC.ÇEKLER.	307.533.254.-	TASF.DL.HES.	2.472.500.-
ALICILAR	1.275.359.350.-	BORÇ SENET.	457.366.513.-
ALINAN SENET.	1.000.000.-	SATICILAR	562.335.065.-
VER.DEC.TEM.	326.000.-	DD.VERGİ,PRİM.	57.890.781.-
EMTİA	332.136.769.-	DIRIKMIŞ AMORT.	26.727.485.-
ATIK KDV.	3.487.577.-	YACAL.YEDEK.	56.250.700.-
İSTİRAKLER	10.000.000.-	KETİLET FONU	2.457.570.-
BİNALAR	153.500.000.-	YAT.GEL.FONU	4.715.140.-
DEMİRBAŞLAR	122.624.727.-	SOC.KULT.HİZ.FONU	2.834.917.-
		ES.KULT.KATK.FONU.	6.980.363.-
		PERS.TAZ.FONU	76.376.732.-
		RİSTRUN (BEKLEYEN)	219.073.820.-
	2.247.243.959.-		1.936.087.011.-
		KAR	311.156.948.-
	2.247.243.959.-		2.247.243.959.-
NAZİM HES.	300.000.000.-	NAZİM HES.	300.000.000.-
	2.547.243.959.-		2.547.243.959.-

S.S.KÖRFEZ TÖKÖBİRLİK
KODAELI VE CİVARI TÖKETİM KOOPERATİFLERİ BİRLİĞİ
31.12.1994 TARİHLİ AYRINTILI BİLANÇOSU

AKTİF (VARLIKLAR)

PASİF (KAYNAKLAR)

DÖNEN VARLIKLAR 3.514.774.637

A-HAZIR DEĞERLER 197.589.196
Kasa 5.134.424
Bankalar 192.395.570

C-TİCARİ ALACAKLAR 2.537.645.493

Alıcılar 2.237.737.007
Alacak senetl. 307.612.456
Verilen depozita 325.000

E-ÖZEL ALANLAR 790.148.948

Ticari Mall. 790.148.948

DURAN VARLIKLAR 247.833.902

D-MALİ DURAN VARLIKLAR 20.000.000

Diğ.Mali Duran Varl. 20.000.000

D-MADDİ DURAN VARLIKLAR 227.833.902

Binalar 150.500.000
Demirbaşlar 124.291.394
B.Amortisam.(-) 51.731.097

G-GELECEK YILLI AIT GİD. 3.743.238

Gele.Yill.ait Gid. 3.743.238

H-DİŞER DURAN VARLIKLAR 1.030.367

Gele.yıl ind KDV 1.030.367

3.762.608.539.-

KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR 1.691.058.447

B-TİCARİ BORÇLAR 1.600.800.949

Satıcılar 1.207.113.296
Borc Senetleri 391.215.153
Diğer Tic.Borc 2.472.500

E-ÖZEL VERGİ YOKUML. 90.257.498

Ödn.Vergi ve Fon 79.394.696

Ödn.Sigorta 10.862.802

UZUN VADELİ YABANCI KAYNAKLAR 470.599.784

C-DİŞER BORÇLAR 470.599.784

Ortaklara Borçl. 470.599.784

ÖZ KAYNAKLAR 519.679.262

A-ÖZDENLİK SERMAYE 311.000.000

Sermaye 311.000.000

D-KAR YEDEKLERİ 207.679.262

Yasal Yedekler 103.633.165

Statü yedekleri 17.441.736

Ölağanüstü yedek. 76.396.732

Özel fonlar 10.207.629

G-DÖNEM NET KARI 1.082.280.046

3.762.608.539.-

AKTİF (VARLIKLAR)

PASİF (KAYNAKLAR)

	ÖNCEKİ DÖNEM 1993		CARİ DÖNEM 1994			ÖNCEKİ DÖNEM 1993		CARİ DÖNEM 1994	
DÖNEN VARLIKLAR		3.358.971.447		5.212.745.160	KISA VADELİ YABANCI KAYN		1.995.240.258		2.817.883.301
A-HAZIR DEĞERLER	222.263.730		438.420.196		B-TİCARİ BORÇLAR	1.967.202.806		2.540.989.770	
Kasa	37.369.801		383.223.693		Satıcılar	743.470.080		1.267.607.230	
Bankalar	184.893.929		55.196.503		Borç Senetleri	1.217.982.100		1.204.244.206	
C-TİCARİ ALACAKLAR	2.178.792.169		2.706.683.565		Diğer Tic.Borç	5.750.626		69.138.334	
Alicılar	2.174.063.059		2.701.554.455		F-ÖDENC.VERGİ YÜKÜML.	47.990.452		68.750.449	
Ver.Depozito	4.729.110		5.129.110		Ödn.Vergi ve Fon	33.972.089		52.291.656	
D-DİĞER ALACAKLAR	109.151.800		291.605.744		Ödn.Sigorta	14.018.363		16.458.793	
Ortakl.Alc.	109.151.800		290.270.700		G-BORÇ VE GİDER KARŞL.	(-)19.953.000		206.651.774	
Diğer Çeş.alc.			1.335.044		Dön.karı Vergi ve				
E-STOKLAR	848.684.748		1.776.035.655		Diğ.Yük.Karşl.	-		227.749.250	
Ticari Mall.	848.684.748		1.776.035.655		Dön.Kar.Peş.Ödn.				
H-DİĞER DÖNEN VARLIKLAR	79.000		-		Ver.ve Yük.(-)	19.953.000		21.097.476	
Devreden KDV	79.000		-		H-GEL AYLAIT GELİR				
DURAN VARLIKLAR		61.148.700		501.872.403	VE GİDER THK			1.491.308	
C-MALİ DURAN VARLIKLAR	10.000.000		18.000.000		Gider Taahhukları	-		1.491.308	
Diğ.Mali D.Var	10.000.000		18.000.000		UZUN VADELİ YAB.KAYNAKL.		389.640.451		799.566.719
D-MADDİ DURAN VARL.	49.383.187		472.638.808		C-DİĞER BORÇLAR	389.640.451		799.566.719	
Arazi Ve Arsa.	-		414.800.000		Ortaklara Borçlar	389.640.451		799.566.719	
Binalar	25.554.178		25.554.178		ÖZ KAYNAKLAR		1.035.239.438		2.097.167.543
Demirbaşlar	45.044.229		72.286.779		A-ÖDENMİŞ SERMAYE			723.908.127	
B.Amortism(-)	21.215.220		40.002.149		Sermaye	768.853.127		723.908.127	
G-GELC.YILL.AIT GİD.	-		7.501.707		C-SERMAYE YEDEKLERİ			348.010.343	
Glc.Yıll.ait Gd.	-		7.501.707		Diğ.Sermaye Yed.			348.010.343	
H-DİĞER DURAN VARLIKLAR	1.765.513		3.731.888		D-KAR YEDEKLERİ	85.905.212		127.420.111	
Gel.yıl ind KDV	1.765.513		3.731.888		Yasal Yedekleri	32.523.503		59.595.668	
					Olağanüstü Yed.	-		14.442.734	
					Diğ.Kar. Yed.	53.381.709		53.381.709	
					G-DÖNEM NET KARI	180.481.099		897.828.962	
AKTİF (VARLIKLAR) TOPLAMI		3.420.120.147		5.714.617.563	PASİF (KAYNAKLAR) TOPLAMI		3.420.120.147		5.714.617.56

S.S.BANKA
TUKETİM KOOPERATİFİ

31.12.1994 TARİHLİ BİLANÇOSU

AKTİF (VARLIKLAR)

PASİF (KAYNAKLAR)

ÖZEM VARLIKLAR	2.621.211.363
A- HAZİR DEĞERLER	22.547.370
Kasa	3.730.465
Bankalar	18.816.905
C-TİCARİ ALANLAR	0.055.326.100
Alıcılar	2.165.765.700
Raja Ortaklık	61.540.400
E-STOKLAR	343.335.910
Ticari Mallar	343.335.910
DURAN VARLIKLAR	10.014.543
D-HALİ DURAN VARL.	10.000.000
Bağı Ortaklık	10.000.000
E-HAZİR DURAN VARL.	14.543
Demirbaşlar	727.190
B.Garantisi(-)	710.547
	<u>2.631.226.026</u>

KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR	1.550.504.907
B-TİCARİ BORÇLAR	1.557.916.667
Satıcılar	88.577.841
Borç Senetleri	1.469.338.826
E-ÖZEM VERGİ YÜKÜML.	19.766.005
Ön.Vergi ve Fon	18.368.000
Ön.Sigorta	1.398.005
G-GELİMLERE AIT GEL.	0.802.000
VE GİDER TEK	
Ön.Garantiler	2.620.000
UZUN VADELİ YABANCI KAYNAKLAR	400.599.000
D-ÖZEM BORÇLAR	107.355.010
Alınanlar	120.355.010
H-ÖZEMİNE BERMAYE	387.242.857
Ödenmiş Berrmaye	327.000.000
Ödenmemiş Berr(-)	1.000.000
Yedekler	59.242.857
F-NET DÖNEM KARI	370.100.000
	<u>2.631.226.026</u>

S.S.PİMKO PIRELLİ-
CALIŞANLARI TÜKETİM
KOOPERATİFİ

108

AKTİF		1993 BİLANÇO		PASİF	
KASA	5.754.447.-	SERMAYE	538.352.949.-		
BANKALAR	24.011.583.-	YEDEKLER	56.444.585.-		
ALACAKLAR	3.114.927.203.-	FONLAR	31.266.062.-		
MAL HESABI	541.675.376.-	BORÇLAR	2.866.561.736.-		
DEVREDEN KDV	8.017.000.-	KREDİLER	25.000.000.-		
İŞTİRAKLER	5.000.000.-	ÖDN.ÖCRETLER	7.000.509.-		
DEMİRBAŞLAR	20.528.318.-	ÖDN.VERGİ PRİM	7.666.846.-		
		B.AMORTİSMAN	495.454.-		
	<u>3.719.913.927.-</u>		<u>3.532.788.141.-</u>		
		KAR 93	187.125.786.-		
	<u>3.719.913.927.-</u>		<u>3.719.913.927.-</u>		

S.S.BÖRÜ FABRİKASI
MENSUPLARI TÜKETİM
KOOPERATİFİ

AKTİF		31.12.1993 BİLANÇO		PASİF	
KASA	1.330.105.-	SERMAYE	147.000.000.-		
BANKA	31.388.786.-	SERM.TAAH. (-)	3.200.000.-		
ALACAKLAR	1.172.229.143.-	YEDEKLER	7.215.177.-		
EMTİA	231.056.101.-	B.AMORTİSMAN	712.547.-		
DEVREDEN KDV	10.934.000.-	BORÇLAR	1.100.226.377.-		
İŞTİRAKLER	1.000.000.-	ÖD.VERG.PRİM.	221.532.-		
DEMİRBAŞLAR	727.190.-				
	<u>1.449.627.330.-</u>		<u>1.302.776.126.-</u>		
		KAR 1993	146.851.002.-		
	<u>1.449.627.330.-</u>		<u>1.449.627.330.-</u>		

S.S.PIRELLI MENSUPLARI
TUKETİM KOOPERATIFI

31.12.1994 TARİHLİ BİLANÇOSU

AKTİF (VARLIKLAR)

PASİF (KAYNAKLAR)

DÖNEM VARLIKLAR	7.655.747.985
A- HAZİR DEĞERLER	6.186.357
Kasa	369.086
Bankalar	5.817.271
C-TİCARİ ALACAKLAR	6.226.295.788
Alıcılar	6.209.226.842
Bağl.Ortkl.Alc.	17.068.946
E-STOKLAR	1.369.116.840
Ticari Mall.	1.369.116.840
H-DİĞ.DÖNEM.VARLIKL.	54.149.000
Devreden KDV	54.149.000
DURAN VARLIKLAR	49.437.913
C-MALİ DURAN VARL.	13.000.000
Bağlı ortaklık.	13.000.000
D-MADDİ DURAN VARL.	32.445.218
Demirbaşlar	60.455.275
B.Amortism(-)	28.010.057
H-DİĞER DURAN VARL.	3.992.695
Gel.yılı ind KDV	3.992.695
	<u>7.705.185.898</u>

KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR	5.305.459.657.-
B-TİCARİ BORÇLAR	5.178.272.443
Satıcılar	2.975.044.724
Borç Senetleri	2.203.227.719
C-DİĞER BORÇLAR	112.275.471
Ortaklara Borçlar	112.275.471
E-ÖDENC.VERGİ YÜKÜML.	14.911.743
Ödn.Vergi ve Fon	8.254.636
Ödn.Sigorta	6.657.107
ÖZKAYNAKLAR	1.616.737.129.-
B-SERMAYE YEDEKLERİ	1.460.046.906
Diğ.Serm.Yedekl.	1.460.046.906
D-KAR YEDEKLERİ	156.690.223
Yasal Yedekler	84.513.453
Özel Fonlar	72.176.770
F-NET DÖNEM KARI	782.989.112.-
	<u>7.705.185.898.</u>

S.S.EMEK TÜKETİM
KOOPERATİFİ

AKTİF	1993 BİLANÇO	PASİF	
KASA	935.406.-	SERMAYE	57.400.000.-
BANKA	1.159.161.-	YEDEKLER	14.328.234.-
VER.DEP.TEM.	500.000.-	BORÇLAR	172.277.132.-
ALACAKLAR	80.106.937.-	ALIMAN DEP.	302.546.-
EMTİA	135.792.125.-		
DEVREDEN KDV	24.243.000.-		
İSTİRAKLER	2.000.000.-		
DEMİRBAŞLAR	1.094.000.-		
	<u>245.830.629.-</u>		<u>244.307.912.-</u>
		KAR 1993	1.522.717.-
	<u>245.830.629.-</u>		<u>245.830.629.-</u>

S.S.EMEK
TOKETİM KOOPERATİFİ

31.12.1994 TARİHLİ BİLANÇOSU

AKTİF (VARLIKLAR)

PASİF (KAYNAKLAR)

DÖNEN VARLIKLAR		314.935.931
A-HAZİR DEĞERLER	19.073.848	
Kasa	6.089.270	
Bankalar	12.984.578	
C-TİCARİ ALACAKLAR	49.505.084	
Alıcılar	49.005.084	
Ver.dep.ve Tem.	500.000	
E-STOKLAR	217.849.000	
Ticari Mall.	217.849.000	
H-DİĞER DÖN.VARLIKLAR	28.508.000	
Devreden KDV	28.508.000	
DURAN VARLIKLAR		11.074.000
C-MALİ DURAN VARLIKLAR	10.000.000	
Dig.Mali D.Var	10.000.000	
D-MADDİ DURAN VARL.	1.074.000	
Demirbaşlar	1.074.000	

326.029.932.-

KISA VADELİ YABANCI KAYNAKLAR		166.650.877
B-TİCARİ BORÇLAR	166.650.877	
Satıcılar	4.565.067	
Borç Senetleri	161.783.262	
Alın.Dep.ve Tem.	302.546	
UZUN VADELİ YABANCI KAYNAKLAR		80.850.951
C-DİĞER BORÇLAR	80.850.951	
Ortaklara Borçl.	15.850.951	
Diğer Cesitli B.	65.000.000	
ÖZ KAYNAKLAR		51.900.000
A-DÖNEMİŞ SERMAYE	51.900.000	
Sermaye	51.900.000	
G-DÖNEM NET KARI		26.628.104

326.029.932.-

S.S. KIRAZDERE BÜKETİM KOOPERATIFI
31 ARALIK 1993 GELİR GİDER TABLOSU

GİDER		GELİR	
SAT.MAL.MAL.	882.650.417.-	SATIŞLAR	918.002.959.-
GENEL GİDERLER	13.990.389.-	ALİŞ İSKONT.	31.222.433.-
MÜSAVİRLİK GİD.	6.000.000.-	SAR GELİRLER	2.657.-
SATIŞ İADELERİ	5.804.348.-		
KAN.KAB.ED.GİD.	47.354.-		
KAR	40.735.541.-		
	<u>949.228.049.-</u>		<u>949.228.049.-</u>

S.S.SÜPER FOSFAT
TÜKETİM KOOPERATIFI

GİDER		1994 YILI GELİR-GİDER TABLOSU		GELİR	
SATIŞ MALİYETİ	4.888.537.213.-	SATIŞLAR	5.191.861.214.-		
GEN.YÖN.GİD.	334.126.146.-	DİĞER GELİRL.	5.877.071.-		
PAZ.SATIŞ.DAĞ.	46.769.560.-	TEMETTÜ GELİRL.	4.048.383.-		
DİĞER GİD.	502.438.-	FAİZ GELİRİ	12.565.593		
	<u>5.269.935.357.-</u>	İSKONTOLAR	125.761.404		
KAR 1994	70.178.308.-				
	<u>5.340.113.665.-</u>				<u>5.340.113.665.-</u>

S.S.SUPER FOSFAT
TUKETİM KOOPERATIFI

AKTIF	1994 YILI BİLANÇO		PASIF
KASA	2.946.911.-	ORTAKL.AIDAT	675.340.000.-
BANKALAR	14.856.362.-	BORÇLAR	1.463.746.730.-
ALACAKLAR	1.469.802.436.-	YEDEKLER	23.588.500.-
VER.DEPT.	629.000.-	BİR.AMORT.	2.165.750.-
EMTİA	629.488.989.-	ÖDN.VERG.PRİM	7.239.410.-
DEV KDV	107.807.000.-		
İŞTİRAKLER	13.000.000.-		
DEMİRBAŞLAR	3.251.000.-		
ÖDENMEMİŞ SERM.	477.000.-		
	<u>2.242.258.698.-</u>		<u>2.172.080.390.-</u>
		KAR 1994	70.178.308.-
	<u>2.242.258.698.-</u>		<u>2.242.258.698.-</u>

S.S.SUPERFOSFAT TOKETIM KOOPERTIFININ
31.12.1993 TARİHLİ YILSONU HESAP BİLANÇOSUDUR.

✓ KASA HESABI	9.975.000.-
✓ EMTİA HESABI	353.663.000.-
✓ ORTAKLAR HESABI	1.537.325.000.-
✓ DEVREDEN KDV	57.279.000.-
✓ BANKA HESABI	10.978.000.-
✓ DEPOZİTO VE TEM. HESABI	245.000.-
✓ DEMİRBAS HESABI	3.251.000.-
✓ ODENMEMİS SEMAYE HESABI	477.000.-
✓ İSTİRAKLER HESABI	13.094.000.-

1.986.287.000.-

✓ ORTAKLAR AİDAT HESABI	355.850.000.-
✓ SATICILAR HESABI (Verilen çekler)	1.073.897.000.-
✓ BORÇ SENETLERİ HESABI	470.321.000.-
✓ BİRİKMİS AMORTİMAN HESABI	1.353.000.-
✓ ÖDENCEK VERGİ RESİM HARC	6.410.000.-
✓ YASAL YEDEKLER HESABI	13.906.000.-
✓ KAR HESABI	64.550.000.-

1.986.287.000.-

S.S.BOMKO
TOKETİN KOOPERATIFI

31.12.1994 TARİHLİ GELİR TABLOSU

1- BRÜT SATIŞLAR		2.697.550.307
Yurt içi satışlar	2.697.550.307	
2- NET SATIŞLAR		2.697.550.307
3- SATIŞLARIN MALİYETİ (-)		2.412.001.309
Satılan ticari mallar		
malİYeti (-)	2.412.001.309	
3-ÜT SATIŞ KARI		285.549.998
4- FAALİYET GİDERLERİ (-)		152.983.732
Genel Yönetim Gideri.	152.983.732	
5- DİĞER FAALİYETLERDEN OLAĞAN GELİR VE KARLAR		447.557.998
Faiz Gelirleri	216.567.981	
Diğ. dij. Gelir ve Karı.	213.036.088	
tatilaklı. temattik Gel.	15.210.126	
Diğer Gelirler	2.743.591	
DÖNEM NET KARI		570.123.264

S.S.BORU FABRİKASI
MENSUPLARI TÜKETİM
KOOPERATİFİ

GİDER		31.12.1993 GELİR-GİDER TABLOSU		GELİR	
SATICI MALİYETİ	1.150.000.673.-	SATISLAR	1.197.937.445.-		
PERSONEL GİDERL.	31.030.505.-	TEKONTROLAR	103.608.875.-		
GENEL GİDERL.	40.796.443.-				
MÜSAVİRLİK GİD.	12.000.000.-				
	<u>1.234.714.621.-</u>			<u>1.301.546.320.-</u>	
KAR 1993	144.851.202.-				
	<u>1.301.545.823.-</u>			<u>1.301.545.823.-</u>	

S.B.HABERLEŞME
TUKETİM KOOPERATİFİ

31.12.1994 TARİHLİ GELİR TABLOSU

A- BRÖT SATIŞLAR		1.903.000.000
Yurt içi satışlar	1.903.000.000	
B- NET SATIŞLAR		1.903.000.000
C- SATIŞLARIN MALİYESİ (-)		1.413.306.757
Satılan ticari mallar		
maliyeti (-)	1.413.306.757	
BRÖT SATIŞ KARI		489.693.243
E- FAALİYET GİDERLERİ (-)		253.312.253
Genel Yönetim Giderleri	253.312.253	
F- DİĞER FAALİYETLERDEN ULABAN GELİR VE KARLAR		29.669.789
Bağlı Ort.Temettü Gelir.	1.252.040	
Diğ.di.gelir ve.kar.	27.629.669	
GENEL KARI		235.261.759

S.S.HABERLEŞME TUKETİM KOOPERATİFİ
1993 GELİR/GİDER TABLOSU

GİDER		GELİR	
SATIS MALİYETİ	917.902.282.-	SATIS TUTARI	1.057.627.157.-
KURULLUĞ GİDERİ	8.517.492.-	ALIC İSKONTO	12.783.654.-
ÖCRETLER	41.119.537.-		
GENEL GİDERLER	74.245.510.-		
AMORTİMANLAR	3.179.154.-		
	<u>1.047.963.983.-</u>		<u>1.070.410.831.-</u>
KAR	22.446.049.-		
	<u>1.070.410.831.-</u>		<u>1.070.410.831.-</u>

S.S.KARFEZ TÜKÜBİRLİK
KOCAELİ VE CİVARI
TÜKETİM KOOPERATİFLERİ BİRLİĞİ

31.12.1994 TARİHLİ AYRINTILI GELİR TABLOSU

A- BRÜT SATIŞLAR		18.677.353.454
Yurt içi satışlar	18.677.353.454	
B- SATIŞ İNDİRİMLER, (-)		195.573.429
Satış indirimleri (-)	151.618.594	
Satış iskontoları (-)	43.954.835	
C- NET SATIŞLAR		18.481.780.025
D- SATIŞLARIN MALİYETİ (-)		16.388.289.100
Satılan ticari mallar		
malİYETİ (-)	16.388.289.100	
BRÜT SATIŞ KARI		2.093.490.925
E- FAALİYET GİDERLERİ (-)		1.029.553.106
Pazarlama	68.504.119	
Genel Yönetim Gideri.	961.048.987	
FAALİYET KARI		1.063.937.819
F- DİĞER FAALİYETLERDEN OLAN GELİR VE KARLAR		35.992.227
Faiz Gelirleri	35.673.033	
Diğ.olan Gelir ve Kar	219.194	
H- FİNANSMAN GİDERLERİ		17.550.000
Kısa vadeli borçl.gid.	17.550.000	
DÖNEM KARI		1.082.280.046

S.S.KÖRFEZ TOKO BİRLİK
KOCAELİ VE CİVARI TİKETİM
KOOPERATİFLERİ BİRLİĞİ

GİDER		KAR/ZARAR 1993		GELİR	
SATIŞ MAL	8.834.796.295.-	SATIŞ TUTARI	9.199.628.698.-		
PERSONEL	439.331.765.-	ALİŞ İADE	141.487.649.-		
GENEL GİDER	125.252.123.-	ALİŞ İSK.	536.524.883.-		
MÜSAVİRLİK	12.935.500.-	BAİR GELİR	36.694.631.-		
SATIŞ İSK.	293.957.428.-	FAİZ GELİRİ	3.511.053.-		
SATIŞ İADE.	53.091.715.-	HİZMET SATIŞI	231.418.793.-		
BAİR GİDER.	6.222.701.-				
AMORTİSMAN	24.524.945.-				
	<u>9.826.162.676.-</u>			<u>10.139.319.624.-</u>	
KAR	311.156.948.-				
	<u>10.139.319.624.-</u>			<u>10.139.319.624.-</u>	

S.S.EMEK
TOKETİM KOOPERATIFI

31.12.1994 TARİHLİ GELİR TABLOSU

A- BRÖT SATIŞLAR		512.906.766
Yurt içi satışlar	512.906.766	
C- NET SATIŞLAR		512.906.766
D- SATIŞLARIN MALİYETİ (-)		474.482.952
Satılan ticari mallar malİYETİ (-)	474.482.952	
BRÖT SATIŞ KARI		38.423.814
E- FAALİYET GİDERLERİ (-)		15.875.125
Pazarlama	2.374.686	
Genel Yönetim Gideri.	13.500.439	
FAALİYET KARI		22.548.689
F- DİĞER FAALİYETLERDEN OLAĞAN GELİR VE KARLAR		4.079.415
Faiz Gelirleri	604.742	
Diğ.olğ.gelir ve karlar	3.474.673	
DDNEM KARI		26.628.104

S.S.EMEK TOKETİM
KOOPERATIFI

		1993	
GİDER	GELİR - GİDER TABLOSU		GELİR
SATIS MALİYETİ	448.834.682.-	SATIS HASILATI	463.237.207.-
GENEL GİDERLER	24.277.162.-	ISKONTOLAR	17.397.354.-
MUSAVIRLIK GİD.	6.000.000.-		
	<u>479.111.844.-</u>		<u>480.634.561.-</u>
KAR 1993	1.522.717.-		
	<u>480.634.561.-</u>		<u>480.634.561.-</u>

S.S.PİMKO PIRELLİ
ÇALIŞANLARI TUKETİM
KOOPERATİFİ

GİDER	1993 GELİR GİDER TABLOSU		GELİR
SATIŞ MALİYETİ	5.329.845.907.-	SATIŞ TUTARI	5.544.735.165.-
PERSONEL GİD.	147.892.297.-	İSKONTOLAR	320.947.730.-
GENEL GİD.	182.818.905.-		
MÜŞAVİR GİD.	18.000.000.-		
	<u>5.678.557.109.-</u>		<u>5.865.682.895.-</u>
KAR 93	187.125.786.-		
	<u>5.865.682.895.-</u>		<u>5.865.682.895.-</u>

S.S.PIRELLI MENSUPLARI
TÜKETİM KOOPERATIFI

31.12.1994 TARİHLİ GELİR TABLOSU

A- BRÜT SATIŞLAR	10.814.631.287
Yurt içi satışlar	10.814.631.287
C- NET SATIŞLAR	10.814.631.287
D- SATIŞLARIN MALİYEYİ (-)	9.382.039.630
Satılan ticari mallar	
maliyeti (-)	9.382.039.630
BRÜT SATIŞ KARI	1.432.591.657
E- FAALİYET GİDERLERİ (-)	673.715.220
Genel Yönetim Giderl.	673.715.220
F- DİĞER FAALİYETLERDEN	
OLAĞAN GELİR VE KARLAR	24.112.675
Bağlı Ort.Temettü Gelir.	17.068.946
Diğ.ol.gelir ve.kar.	2.155.271
Faiz Geliri	4.888.458
DÖNEM KARI	782.989.112

3.8.HİZMET EDENLER
TOKETİM KOOPERATIFI

31.12.1994 TARİHLİ GELİR TABLOSU

A- BRÜT SATIŞLAR		1.930.782.132
Yurt içi satışlar	1.930.782.132	
B- FATİH İNDİRİMLERİ		191.159
Öçüm tadelatı	191.159	
C- NET SATIŞLAR		1.930.590.974
D- SATIŞLARIN MALİYESİ (-)		1.982.709.309
Satılan ticari mallar malîyeti (-)	1.982.709.309	
BRÜT SATIŞ KARI		47.881.665
E- FAALİYET GİDERLERİ (-)		77.900.574
Planlama	9.915.842	
Genel Yönetim Gideri.	67.984.732	
FAALİYET KARI VEYA ZARARI (-)		30.018.909
F- DİĞER FAALİYETLERDEKİ OLABAN GELİR VE KARLAR		89.477.846
Faiz Gelirleri	1.976.927	
Diğ.olg.gelir ve karlar	87.500.919	
DÖNEM KARI		59.459.937

S.S.HİZMET EDENLER
TOKETİM KOOPERATIFI
İZMİR

GİDER	1993 GELİR - GİDER FARKI	GELİR	
GATİC MALİYETİ	1.147.042.762.-	GATİSLAR	1.163.307.552.-
GENEL GİDER	24.401.476.-		
	1.171.444.238.-		1.163.307.552.-
KAR VE	11.000.000.-		
	1.182.444.238.-		1.182.444.238.-

S.B. ORTANCIILAR
TÜKETİM KOOPERATİFİ

31.12.1974 TARİHLİ GELİR TABLOSU

A- BRÜT SATIŞLAR		719.675.468
Yurt içi satışlar	719.675.468	
B- NET SATIŞLAR		719.675.468
C- SATIŞLARIN MALİYETİ (-)		- 596.453.167
Satılan ticari mallar		
maliyeti (-)	-596.453.167	
D- FAALİYET GİDERLERİ (-)		-17.000.368
Genel Yönetim Gideri,	-17.000.368	
E- DİĞER FAALİYETLERDEN		
OLAN GELİR VE KARLAR		2.549.157
Diğer Gelirler	11.552	
İştirakli, temettü Gel.	2.537.607	
DEMEM NET KARI		106.733.028

S.S.KIRAZDERE
TUKETİM KOOPERATIFI

31.12.1974 TARİHLİ GELİR TABLOSU

A- BRÖT SATIŞLAR		1.556.137.949
Yurt içi satışlar	1.556.137.949	
C- NET SATIŞLAR		1.556.137.949
D- SATIŞLARIN MALİYESİ (-)		-1.491.671.098
Satılan ticari mallar		
maliyeti (-)	1.491.671.098	
E- FAALİYET GİDERLERİ (-)		-32.617.944
Genel Yönetim Gideri.	32.617.944	
F- DİĞER FAALİYETLERDEN		
OLAN GELİR VE KARLAR		24.632.963
Faiz Gelirleri	490.000	
Diğ.olg.Gelir ve Kari.	18.560.308	
İştiraki.temettü Gel.	3.672.395	
DÖNEM NET KARI		146.481.810