

Kooperatif Postası



# KARINCA

HAZİRAN 2024 YIL: 91 SAYI: 1050 ISSN: 1300-1450



HAZİRAN 2024



# KARINCA

Yıl: 91 Sayı: 1050  
Haziran 2024

ISSN: 1300 - 1450

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

**Sahibi**  
Prof. Dr. Ali Fuat ERSOY

**Yazı İşleri Müdürü ve Baş Editör**  
Prof. Dr. Serdar SAĞLAM

**Editörler Kurulu**  
Prof. Dr. Nurettin PARILTI  
Prof. Dr. Serdar SAĞLAM  
Prof. Dr. Muharrem ÇETİN  
Prof. Dr. Turhan ÇETİN  
Prof. Dr. Haşim ÖZÜDOĞRU  
Prof. Dr. Hasan YAYLI  
Prof. Dr. Mehmet BAŞ

**İdare ve Yazışma Adresi (Yönetim Yeri)**  
Head Office and Correspondence Address  
Mebusevleri Mah. Turgut Reis Cad. No: 15/6  
06570 Çankaya - ANKARA  
Tel: (0312) 472 99 59 - 472 99 11  
Belge Geçer: (0312) 472 97 64  
www.koopkur.org.tr  
koopkur@gmail.com  
admin@koopkur.org.tr

20 Mayıs 1931'de kurulan kamu yararına çalışır,  
TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU  
Basın, Yayın, Araştırma Danışmanlık ve Eğitim  
Hizmetleri İşletmesinin aylık dergisi

Yazılarda savunulan fikirler yazarlarına aittir.  
Gönderilen yazı ve haberler iade edilmez  
Yazılar elektronik ortamda teslim edilir.

**Yayın Türü**  
Yaygın Süreli Yayın

**Yayın Tarihi**  
28 Haziran 2024

**Grafik, Tasarım**  
GÖKSU MATBAACILIK  
Gökhan KOÇ  
Kazım Karabekir Cad. No: 39/98  
İskitler - ANKARA  
gokhankoc82@hotmail.com

## Bu Sayıda.....

<b>BAŞYAZI</b>	<b>3</b>
<b>MUSTAFA YAVUZ</b> <b>7511 SAYILI KANUNLA</b> <b>KOOPERATİFLER KANUNUNDA YAPILAN</b> <b>DÜZENLEMELER</b>	<b>5</b>
<b>YETER DEMİR USLU</b> <b>SAĞLIK HİZMETLERİ</b> <b>SEKTÖRÜNDE REKLAM YASAĞI</b>	<b>11</b>
<b>VEDAT SADIOĞLU</b> <b>6 TEMMUZ (2024) "ULUSLARARASI</b> <b>KOOPERATİFLER GÜNÜ" VE ÖNEMİ ÜZERİNE</b> <b>BİR DEĞERLENDİRME</b>	<b>18</b>
<b>"90 YILDAN SEÇMELER"</b> <b>- TÜRK KOOPERATİFÇİLİK CEMİYETİ</b> <b>ULU GAZİ VE KOOPERATİFLER</b>	<b>26</b>
<b>- TÜRK KOOPERATİFÇİLİK CEMİYETİ</b> <b>KARINCA ADINI NEDEN SEÇTİK?</b>	<b>28</b>
<b>- AYDOSLU SAİT</b> <b>TOPRAK SEVGİSİ</b>	<b>29</b>
<b>- AYDOSLU SAİT</b> <b>BUĞDAYI KORUMA</b>	<b>30</b>
<b>- DR. CEVDET NASUHI</b> <b>KÖYLÜNÜN DİLİYLE KONUŞMAK</b>	<b>32</b>
<b>- PR. SÜHEYP NİZAMİ</b> <b>TEFECİLERDEN KİMLERİ KORUMALI?</b>	<b>34</b>
<b>- YUSUF MAZHAR</b> <b>HARMAN</b>	<b>35</b>
<b>- KÖYLÜMÜZ İŞ BAŞINDA</b>	<b>36</b>
<b>- SOYADI KANUNU</b>	<b>37</b>
<b>- BAYTAR</b> <b>HAYVAN YEMLERİ</b>	<b>38</b>

*Dergimizde yayınlanan yazıların sorumluluğu  
yazarlarına aittir.*

## Değerli kooperatif gönüllüleri;

**Kooperatif Postası Karınca dergimizin ilk sayısı, Haziran 1934 tarihinde yayın hayatına atıldı. Dolayısıyla dergimizin 90. yılını idrak etmeye devam ediyoruz. Dergimiz Türkiye'nin halen yayın hayatını sürdürmekte bulunan en uzun ömürlü birkaç dergisi arasında bulunmaktadır.**

Bu sayımızdan başlayarak “90 Yıldan Seçmeler” seçmeler adlı bir köşe hazırladık. Bu sayfalarda dergimizde 90 yıl içerisinde yayınlanmış bulunan çeşitli alanlardaki yazı ve fotoğraflara yer vereceğiz. İlerideki yıllarda eski senelerdeki yazı ve fotoğraflara yer vermeyi sürdürürken sadece bu yıla ait olan başlığı değiştireceğiz.

1934 yılında Türkiye’de çok az sayıda dergi yayınlandığı için Kooperatif Postası Karınca’nın külliyatı içerisindeki dönemlerinin her türlü alanı ve sorunları ile ilgili konular yer almaktaydı. Bu bakımdan dergimiz Türkiye’nin geçirdiği bütün aşamaları inceleme ve anlayabilmek ciddi bir başvuru kaynağıdır.

Kooperatif Postası Karınca dergimizin öncelikle ilk sayılarından seçtiğimiz yazılar, “**Ulu Gazi ve Kooperatifler**”, “**Karınca Adını Neden Seçtik**”, “**Toprak Sevgisi**”, “**Buğdayı Koruma**”, “**Köylünün Diliyle Konuşmak**”, “**Tefecilerden Kimleri Korumalı**”, “**Harman**”, “**Soyadı Kanunu**” ile “**Hayvan Yemleri**” başlıklarını taşımaktadır.

“**Köylümüz İş Başında**” başlığı altında da İzmir’de Türk köylülerinin köy okulları için gerçekleştirdikleri çabalarının fotoğrafı yer almaktadır. Konu ile ilgili fotoğraflar da özgün, tarihi ve kültürel değeri olan eserlerdir. Bu yazı ve fotoğrafların yazarlarının adlarına dergide yer verilirken bazıları da Türk Kooperatifçilik Cemiyeti yahut Karınca adı ile yayınlanmıştır.

Kooperatif Postası Karınca’nın ilk sayısında, başlığın hemen altında “**Köylü ve Kooperatifçi, Karınca gibi çalışkan, Karınca gibi biriktiricidir**” ibaresi yer almaktadır. İç sayfada da “**Türk Kooperatifçilik Cemiyetinin Aylık Mecmuası**” ifadesi bulunmaktadır.

Yine aynı sayıda yer alan “**Karınca Adını Niçin Seçtik**” adlı yazıda da “**Karınca**” adının dergiye ad olarak seçilmesinin nedenleri şu cümlelerle sunulmaktadır:

*“Karınca gibi çalışkan, karınca gibi basiretli tabirleri; işlek ve biriktirici, uzağı görücü, ileriye düşünücü insanların ahlakça ayrılıklarını manalaştırmaktadır. Kooperatifçiliğin karınca ile alakası işte bu kadar olmak lazımdır.*

*Kendi kendilerine ve birbirlerine inanan, kendi kendilerine ve birbirlerine yardım eden, çok ve verimli çalışan, ileriye düşünerek biriktiren, kömeli ve işlek insanların kurdukları derneklerde kooperatif ahlakının bir ifadesini buluruz diye aylık mecmuamıza “Karınca” adını taktık.”*

1934 yılında çıkarılan “**Soyadı Kanunu**” adlı yazı tarihi bir değer taşımaktadır. Bu yazıda Soyadı Kanununun tüm maddeleri okuyuculara sunulmaktadır.

Bu sayımızla da zengin bir içerik ile karşınızdayız;

Gümrük ve Ticaret Uzmanı **Mustafa YAVUZ**, “**7511 Sayılı Kanunla Kooperatifler Kanununda Yapılan Düzenlemeler**” adlı makalesinde 29 Mayıs 2024 tarihinde yürürlüğe giren 7511 sayılı Türk Ticaret Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunla yapılan değişikliklerden söz etmektedir.

**Prof. Dr. Yeter DEMİR USLU**, “Sağlık Hizmetleri Sektöründe Reklam Yasağı” adlı makalesinde bu alandaki reklamları, “kurumsal reklamlar” ile “gizli yahut örtülü reklamlar” şeklinde tasnif etmektedir. Kurumsal reklamlar, “sağlık kurumlarının toplum ile olan ilişkilerini artırmaya ve kurum hakkında yeterince bilgiye sahip olmalarına yöneliktir. Kurumsal reklamlarda amaç hastanın ilgisini çekerek kuruma olan davranışlarını pozitif yönde etkilemektir”. Gizli yahut örtülü reklamlar ise, daha çok “hastalara sunulan sağlık hizmetlerinin pazarda bulunan diğer sağlık kuruluşlarından daha kaliteli bir şekilde sunulacağı mesajını vermektedir. Bu reklamlar özel sağlık kurumlarının sağlık sektöründe daha çok söz sahibi olmasına yardımcı olmaktadır”. Güncel bir sorun olan bu konu, dış dünyadan örnekler, kanun ve nizamnamelerden atıflarla incelenmektedir.

**Araştırmacı Yazar Vedat SADİOĞLU**, “6 Temmuz (2024) “Uluslararası Kooperatifler Günü ve Önemi Üzerine Bir Değerlendirme” adlı makalesinde konu kooperatifçilik tarihi ve kültürel özellikleri ve kazanımları çerçevesinde ele alınmakta ve geleceği yönelik önerilerde bulunmaktadır.

*Kooperatif Postası Karınca dergisi, ülkemizin kooperatifçilik alanındaki faaliyetlerine destek vermeye ve öncülük etmeye devam etmektedir.*

*Sağlıcakla kalın...*

**Kurban Bayramınız  
Kutlu Olsun.**

# 7511 SAYILI KANUNLA KOOPERATİFLER KANUNUNDA YAPILAN DÜZENLEMELER

Mustafa YAVUZ\*

## 1. Giriş

Demokratik yönetim, eşitlik, sorumluluk, adalet, dayanışma ve yardımlaşma gibi değerleri bünyesinde ihtiva eden kooperatifler, ülkemizdeki önemli girişim modelleri arasında yer almaktadır.

Söz konusu girişimler, diğer işletmelerden ayrı olarak etkinliklerinin odağına insanı koymaktadır.

Kooperatifçilik günümüzde özel ve kamu sektörü yanında üçüncü bir sektör olarak değerlendirilmekte ve özel sektör ile birlikte sosyal ve ekonomik kalkınmanın lokomotifleri olarak kabul edilmektedir.

Dünyada kamu yararı ile rekabet arasındaki dengenin oluşturulma noktasında da kooperatifler, bahsi geçen dengenin kalıcı olabilmesini temin eden ana araçlardan birisidir.

Bu sebeple kooperatifçilik, toplumun ve kişilerin sosyal ve ekonomik kalkınması bakımından oldukça önemlidir.

Kooperatiflerle ilgili ülkemizdeki temel ve genel düzenlemeler, 24.07.1969 tarihinde yürürlüğe giren 1163 sayılı Kooperatifler Kanununda<sup>1</sup> (**KoopK**) yer almaktadır.

Sektörden gelen talepler ve ortaya çıkan ihtiyaçlar doğrultusunda anılan Kanunda zaman zaman bazı düzenlemeler yapılmaktadır.

Bu düzenlemelerin en sonuncusu tarihli 29 Mayıs 2024 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan 7511 sayılı Türk Ticaret Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanununda<sup>2</sup> yapılmıştır.

### \*Gümrük ve Ticaret Uzmanı

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

2) 7511 sayılı Türk Ticaret Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, 29.05.2024 tarihli ve 32560 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.



İşte bu çalışmada, 7511 sayılı Kanunla Kooperatifler Kanununda yapılan düzenlemeler tüm yönleriyle ele alınmış ve değerlendirilmiştir.

## 2. 7511 Sayılı Kanunla Kooperatifler Kanununda Yapılan Düzenlemeler

### 2.1 Kooperatif Bilgi Sistemi İle İlgili Yapılan Düzenlemeler

#### 2.1.1. Genel Hatlarıyla KOOPBİS

KoopK'a 2021 yılında 7339 sayılı Kanunla<sup>3</sup> “**Kooperatif Bilgi Sistemi**” başlığı ile ek madde eklenmiş ve sözü edilen ek 5. maddede, “**Ticaret Bakanlığı tarafından tüm kooperatif ve üst kuruluşlarının, kooperatifçilik hizmetlerine elektronik ortamda eriştiği ve merkezî veri tabanının yönetildiği Kooperatif Bilgi Sistemi (KOOPBİS) kurulur.**” denilmiştir.

Bu hüküm doğrultusunda Ticaret Bakanlığı tarafından istatistik üretme, denetim, hizmetlerde otomasyonu artırma, kooperatif ortaklarının haklarının korunması ve ülke kooperatifçiliğinin geliştirilmesi için 26.10.2022 tarihinde **KOOPBİS** kurulmuştur.

Ayrıca anılan maddenin verdiği yetkiye istinaden **KOOPBİS**'in kurulması, güncellenmesi, işletilmesi ve geliştirilmesine dair usul ve esaslar, Ticaret Bakanlığı tarafından Kooperatif Bilgi Sistemi Yönetmeliği<sup>4</sup> ile tespit edilmiştir.

Hemen belirtelim ki, **KOOPBİS**'te kooperatiflerin ticaret sicili kayıtları, gayrimenkul durumları, finansal tabloları, genel kurul toplantı evrakı, denetçi ve yönetim kurulu raporları ile ortaklar ait bilgiler yer almaktadır.

**KOOPBİS**, hem **KoopK**, hem 1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri ve Birlikleri Kanunu<sup>5</sup>, hem de 4572 sayılı Tarım Satış Kooperatif ve Birlikleri Hakkında Kanuna<sup>6</sup> tabi olan ve dolayısıyla uygulanan mevzuata, türüne ve bağlı bulunduğu ilgili bakanlığa bakılmaksızın ülkemizde faaliyet gösteren tüm kooperatifler ve bunların üst kuruluşları için geçerli olan bilgi sistemidir.

**KOOPBİS**'e mevcut durumda [koopbis.ticaret.gov.tr](http://koopbis.ticaret.gov.tr) adresi, *e-Devlet Kapısı* ya da [www.turkiye.gov.tr](http://www.turkiye.gov.tr) adresi üzerinden ulaşılabilir.

Diğer taraftan, **KoopK**'nın ek 5/2. maddesinde, “**Kooperatifin ticaret sicili kayıtlarının, finansal tablolarının, yönetim kurulu ve denetçi raporlarının, genel kurul toplantı evrakının, ortakların kimlik, iletişim, pay ve ödemelerine ilişkin bilgilerinin KOOPBİS'e işlenmesinden yönetim kurulu sorumludur.**” hükmü yer almaktadır. Zikredilen hüküm gereğince kooperatifin

3) 7339 sayılı Kooperatifler Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, 26.10.2021 tarihli ve 31640 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

4) Kooperatif Bilgi Sistemi Yönetmeliği, 14.01.2022 tarihli ve 31719 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

5) 1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri ve Birlikleri Kanunu, 28.04.1972 tarihli ve 14172 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

6) 4572 sayılı Tarım Satış Kooperatif ve Birlikleri Hakkında Kanun, 16.06/2000 tarihli ve 24081 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

ve ortakların belge ve bilgilerin **KOOPBİS**'e zamanında ve tam kaydedilmesi ile bu belge ve bilgilerin güncel kalmasından yönetim kurulu mesuldür.

## 2.1.2. Kooperatif Bilgi Sistemine Veri Aktarımına İlişkin Ticaret Bakanlığına Süre Uzatma Yetkisinin Tanınması

**KoopK**'nın 7435 sayılı Kanunla<sup>7</sup> değişik geçici 8. maddesinin ikinci fıkrasında, **“Kooperatif ve üst kuruluşların yönetim kurulu üyelerinin, kooperatifin; ticaret sicili kayıtlarını, genel kurul toplantı evrakını, finansal tablolarını, yönetim kurulu yıllık faaliyet raporlarını, ortaklarının kimlik, pay, iletişim ve ödemelerine dair bilgilerini KOOPBİS'in kurulması sonrasında bir yıl içinde KOOPBİS'e aktarmakla yükümlü olduğu, bu sürenin Ticaret Bakanlığı tarafından 6 aya kadar uzatılabileceği, bu zaman zarfında kooperatifler ve bunların üst kuruluşlarının, genel kurul toplantısına katılma hakkını haiz ortakları gösteren (hazirun) listelerini sözlü edilen uygulamaya geçirmeden önceki kurallara göre almaya devam edeceği”** belirtilmiştir.

**KOOPBİS**'in 26.10.2022 tarihinde devreye alınmasına bağlı olarak hükümde öngörülen bir yıllık süre 26.10.2023 tarihinde dolmuş ve sonradan hükme yapılan eklemeye Ticaret Bakanlığına tanınan yetki kullanılmak suretiyle dolan süre 26.10.2023 tarihinden itibaren altı ay daha uzatılmıştır.

Süre uzatımı akabinde yönetim kurulunun **KOOPBİS**'e gerekli bilgi ve belgeleri girme süresi 26 Nisan 2024 tarihi itibarıyla dolmuştur.

Durum böyle olmakla birlikte, 2024 Nisan ayı itibarıyla, **KOOPBİS**'e veri girmekle yükümlü kooperatiflerin %45,7'si (22.803 kooperatif) sisteme henüz hiç veri girişi yapmamıştır.

Bu durumda, kooperatif ortaklar defterinde faal ortak olarak görünen ancak TC kimlik numarası bilgisi bulunmadığından dolayı **KOOPBİS**'e kaydı yapılamayan ortaklara dair veri noksanlıklarının giderilmesi, geçiş sürecinin sıhhatli bir şekilde hitama erdirilmesi, kooperatif ve üst kuruluşlarla ilgili devam eden bilgilendirme eğitimlerinin tamamlanması için **KoopK**'nın geçici 8. maddesinde yeni bir düzenleme yapma ihtiyacı hâsıl olmuştur.<sup>8</sup>

Buradan hareketle, 7511 sayılı Kanunla, **KoopK**'nın geçici 8. maddesinin ikinci fıkrasına **“Buna rağmen geçiş sürecinin tamamlanamadığının tespit edilmesi halinde Ticaret Bakanlığınca birer yıl olmak üzere iki defa daha süre uzatımı yapılabilir.”** hükmü eklenmiş ve bu hükmün 26.04.2024 tarihinden itibaren uygulanmak üzere yayımı tarihinde yürürlüğe girmesi öngörülmüştür.

Bu itibarla, 7511 sayılı Kanunla yapılan düzenlemeyle, kooperatif ve üst kuruluşlarının yönetim kurullarınca kooperatif ve ortaklara ilişkin bilgilerin **KOOPBİS**'e aktarılması hususunda 26.04.2024 tarihinden itibaren toplamda en fazla iki yıl olmak üzere Ticaret Bakanlığı tarafından süre uzatımı yapılabilmesine imkan tanınmıştır.

7) 7435 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu ile Bazı Kanunlarda ve 640 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun, 01.02.2023 tarihli ve 32091 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

8) Türk Ticaret Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Teklifi Sanayi, Ticaret, Enerji, Tabii Kaynaklar, Bilgi ve Teknoloji Komisyonu Raporu, Esas No:2/2138, S. Sayısı:110.



## 2.1.3. KOOPBİS'e Veri Aktarımının Yapıldığı Dönemde Kooperatif Yönetim Kurulu Üyeleri ve Personeli Hakkında Adli ve İdari Cezaların Uygulanmaması

KoopK'nın;

- Ek 2. maddesinin birinci fıkrasının (1) numaralı bendinde, mezkûr Kanunun "**Yönetim kurulu yıllık faaliyet raporu, bilanço, gelir-gider farkı hesapları ve denetçilerin 66 ncı ve 69 uncu madde hükümlerine uygun olarak tanzim edecekleri raporlar, genel kurulun yıllık toplantısından en az 15 gün öncesinden itibaren bir yıl süre ile kooperatif merkezinde, varsa şubelerinde ve elektronik ortamda KOOPBİS'te ortakların tetkikine amade tutulur.**" şeklindeki 24. maddesinin birinci fıkrasına aykırı hareket eden kooperatif ve üst kuruluşlarının yönetim kurulu üyeleri ve memurlarının üç aydan iki yıla kadar hapis ve elli günden beşyüz güne kadar adli para cezası ile cezalandırılması,
- Ek 2. maddesinin dördüncü fıkrasında, aynı Kanunun ek 5. maddenin ikinci fıkrasına ve söz konusu madde kapsamında çıkarılan yönetmelikte belirlenen yükümlülükler aykırı hareket eden yönetim kurulu üyelerinin her birinin, her bir yükümlülük için ayrı ayrı olmak üzere 2021 yılı için 1.000 Türk lirası idari para cezasıyla cezalandırılması,

öngörülmüştür.

Buna karşın, **KOOPBİS** ile ilgili olarak yukarıda yer verilen adli ve idari cezaların geçiş sürecinde uygulanması hususunda tatbikatta bazı tereddütler oluşmuştur.

Ayrıca, süre uzatımı yapılmadığı takdirde **KOOPBİS**'e kanuni süresi içinde veri girişi yapmayan kooperatiflerin ortalama dörder yönetim kurulu üyesine sahip olduğu varsayıldığında, 91.212 kişiye 48.300'er TL'den toplamda 4.405.539.600 TL'ye kadar idari para cezası uygulanacak, bunun yanında bu durumdaki her bir yönetim kurulu üyesi 3 aydan 2 yıla kadar hapis ve 50 günden 500 güne kadar adli para cezasıyla tecziye edilecektir.

İşte olası tereddütleri gidermek ve yönetim kurulu üyelerinin cezalı duruma düşmesinin önüne geçmek amacıyla, 7511 sayılı Kanunla, **KoopK**'nın geçici 8. maddesinin ikinci fıkrasına "**Bu süre sona erinceye kadar kooperatif ve üst kuruluşlarının yönetim kurulu üyeleri ve memurları hakkında, 24 üncü ve ek 5 inci maddelerde yer alan KOOPBİS yükümlülüğüne aykırı davranışları nedeniyle ek 2 nci maddenin birinci fıkrasının (1) ve (4) numaralı bentlerinde yer alan hükümler uygulanmaz.**" hükmü eklenmiştir.

Bahsi geçen hüküm uyarınca, **KOOPBİS**'e veri aktarımı için Ticaret Bakanlığınca yapılan süre uzatımları boyunca bu hükümlülüğe aykırı hareket edenler hakkında artık **KoopK**'da yer alan adli ve idari cezalar tatbik olunmayacaktır.

## 2.2. Kooperatif Ve Üst Kuruluş Anasözleşmelerinin Yeni Düzenlemelere İntibak Ettirilme Süresinin Uzatılması



Kooperatif ve üst kuruluşlarının, milletlerarası kooperatifçilik uygulama ve ilkelerine uygun olarak faaliyet icra etmesi, kendi kendine yönetim esaslarına bağlı, ortak sorumluluk, şeffaflığı temel alan, çağdaş yönetim ilkelerini benimseyen, ortaklarının haklarını koruyan, ekonomik ve bölgesel kalkınmaya katkıda bulunan, etkin bir şekilde denetlenen ticari işletmeler haline getirilmesi gayesiyle, 2021 yılında 7339 sayılı Kooperatifler Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunla, **KoopK**'da önemli değişiklikler yapılmıştır.

Bu bağlamda, 7339 sayılı Kanunla, **KoopK**'ya eklenen geçici 9. maddede de, kooperatiflerin ve bunların üst kuruluşlarının, anasözleşmelerini en geç üç yıl içinde adı geçen Kanuna intibak ettirmek zorunda olduğu, anasözleşmelerini bu sürede intibak ettirmeyen kooperatif ve bunların üst kuruluşlarının dağılmış sayılacağı hüküm altına alınmıştır.

Hal böyle olmakla birlikte, ilgili Meclis Komisyonu raporunda,<sup>9</sup> ülkemizde faal durumda bulunan yaklaşık 34.949 kooperatifin yaklaşık %10'unun (3.320) kooperatifin intibak işlemlerini tamamladığı, yaklaşık %15'inin (5.618) ise intibak işlemlerine devam ettiği, kooperatifçilik sektöründeki bu gecikmenin ticari hayatı olumsuz etkileyebileceği belirtilmiştir.

Bunun üzerine 7511 sayılı Kanunla, **KoopK**'nın geçici 9. maddesinin birinci fıkrasının birinci cümlesinde yer alan “**üç**” ibaresi “**beş**” şeklinde değiştirilmiştir. Böylelikle intibak süresinde değişiklik yapılarak kooperatif ve üst kuruluşların anasözleşmelerini değiştirmeleri için 26.10.2024 tarihinde dolacak olan süreye 2 yıl daha eklenmiş olmaktadır.

### 3. Sonuç

Kooperatifler, tüzel kişiliğe sahip olarak ortaklarının bazı ekonomik çıkarlarını ve özellikle geçim ve mesleklerine dair gereksinimlerini parasal ve işgücü katkılarıyla karşılıklı dayanışma, yardım ve kefaletle temin edip korumak gayesiyle tüzel ve gerçek kişilerce kurulan değişir sermayeli ve ortaklı işletmelerdir.

Kooperatiflere dair temel kurallar 1163 sayılı Kooperatifler Kanununda düzenlenmiş olup, sözü edilen Kanunda 29 Mayıs 2024 tarihinde yürürlüğe giren 7511 sayılı sayılı Türk Ticaret Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunla bazı değişiklikler yapılmıştır.

Bu çerçevede;

- Kooperatif Bilgi Sistemine kaydı henüz yapılmayan ortaklara dair eksik verilerin tamamlanması ve geçiş sürecinin sıhhatli bir şekilde bitirilmesi için bu hususta süre uzatımının yapılması,
- **KOOPBİS**'e veri aktarımının yapıldığı sürece kooperatif yönetim kurulu üyeleri ve personeli hakkında **KoopK**'da **KOOPBİS**'e dair öngörülen adli ve idari cezaların tatbik olunmaması,
- Kooperatif ve üst kuruluş anasözleşmelerinin **KoopK**'daki yeni düzenlemelere intibak ettirilme süresinin iki yıl uzatılması,

öngörülmüştür.

9) *Türk Ticaret Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Teklifi Sanayi, Ticaret, Enerji, Tabii Kaynaklar, Bilgi ve Teknoloji Komisyonu Raporu, Esas No:2/2138, S. Sayısı:110.*

## Kaynakça

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

1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri ve Birlikleri Kanunu (28.04.1972 tarihli ve 14172 sayılı R.G.).

4572 sayılı Tarım Satış Kooperatif ve Birlikleri Hakkında Kanun (16.06/2000 tarihli ve 24081 sayılı R.G.).

7339 sayılı Kooperatifler Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (26.10.2021 tarihli ve 31640 sayılı R.G.).

7435 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu ile Bazı Kanunlarda ve 640 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (01.02.2023 tarihli ve 32091 sayılı R.G.).

7511 sayılı Türk Ticaret Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (29.05.2024 tarihli ve 32560 sayılı R.G.).

Kooperatif Bilgi Sistemi Yönetmeliği (14.01.2022 tarihli ve 31719 sayılı R.G.).

Türk Ticaret Kanunu ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Teklifi Sanayi, Ticaret, Enerji, Tabii Kaynaklar, Bilgi ve Teknoloji Komisyonu Raporu, Esas No:2/2138, S. Sayısı:110.

# SAĞLIK HİZMETLERİ SEKTÖRÜNDE REKLAM YASAĞI

Yeter DEMİR  
USLU\*

Bireylerin yaşamlarını sürdürebilmeleri için karşılaması gereken bazı ihtiyaçları vardır. Bu ihtiyaçların istenilen şekilde karşılanabilmesi için çeşitli ürün ve hizmetler arasından ihtiyaçlarına cevap verebilecek seçimler yapılmaktadır.

İstenilen ihtiyaçları karşılayacak ürün ve hizmetlerden haberdar olmak, ürünler hakkında bilgi sahibi olmak ve yenilikleri takip etmek için reklamlar önemli bir pazarlama iletişim aracı niteliğindedir. Ülkemiz hukuk sistemi içerisinde de reklamlar önemli bir konu niteliğindedir.

Ancak bazı durumlarda reklamlar kısıtlamalara tabi tutulmuştur. Bunlardan birisi de sağlık hizmetleri sektöründeki bilgilendirme ve tanıtımlarla ilgilidir.

Sağlık hizmetleri alanında gerçekleşen önemli gelişmeler ve kamu hastanelerinin talebe cevap verememesi ile birlikte özel hastanelerin sayısında giderek bir artış yaşanmaktadır.

Bu sebeple de özel hastaneler ve doktorlar da sağlık hizmetleri sektörüne ilişkin bilgilendirme ve tanıtıma yönelik düzenlemelere uymak durumundadırlar (*Gürdin, 2017*).

Özel sağlık kuruluşları yoğun rekabet ortamında sağlık hizmetleri sektörü içerisinde varlıklarını devam ettirmek zorundadırlar.

Bu hedefi gerçekleştirebilmek için de bireylerin tatminini sağlamak zorundadırlar. Bireylerin tatmininin sağlanabilmesi için ise yalnızca hastalıkların teşhis ve tedavisinin gerçekleştirilmesi yeterli olmamaktadır.

Bununla birlikte sağlık hizmetlerinin sunulduğu kuruluşların fiziki şartları, mesafesi, çalışanların ve hekimlerin davranışları, verdiği hizmetlerin kalitesi gibi birçok faktör etkili olmaktadır.

Bireyler ihtiyaç duyduğu zamanda ve kalitede sağlık hizmetine ulaşmayı talep etmektedirler.

Bununla birlikte doğru zamanda ve uygun kalitede sağlık hizmeti sunabilen sağlık kuruluşları rakipleri arasında öne çıkmaktadır.

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



Sağlık hizmeti almak isteyen bireylerin beklentilerini karşılayabilen, nitelikli hizmet sunabilen sağlık kuruluşları ile işletmelerin amaçlarının gerçekleştirilmesine katkı sağlayan pazarlama çalışmaları etik kaygılardan dolayı sağlık hizmetleri sektörü içerisinde uzun yıllar görmezden gelinmiştir.

Fakat sağlık hizmetleri sektöründe rekabetin artması, maliyetlerin yükselmesi, teknolojinin hızla gelişmesi, nitelikli sağlık çalışanlarının artması gibi nedenlerden dolayı sağlık kuruluşları pazarlama çalışmalarından faydalanmaya başlamışlardır.

Hem tüketiciler tarafından hem de sağlık işletmeleri tarafından önemli faydaları olmasına rağmen pazarlama çalışmaları, sağlık alanında sunulan hizmetlerin oldukça hassas olması nedeniyle dikkat edilmesi gereken bir konudur (**Karaçor & Arkan, 2014**).

## Sağlık Hizmetlerinde Reklam

Sağlık hizmeti sunucuları sisteme büyük yatırımlar yaparak rekabette üstünlük sağlamak adına reklam ve tutundurma ile ilgili faaliyetlere önemli yatırımlar yapmaktadırlar.

Sağlık kurumlarında reklam faaliyetlerine karşı olumsuz görüşler olsa da uzun yıllar halkla ilişkiler adı altında uygulanmaktadır.

Bu uygulamalar ile sadece hizmetin hastaya tanıtılması değil aynı zamanda bilgilendirilmesi ve sağlık hizmeti talebi oluşturmaları amaçlanmaktadır (**Öner, 2001**).

Sağlık hizmetlerinde reklam etik ve ahlaki değerler göz önünde bulundurularak yapıldığında hem hasta hem de hizmet sunucular için etki değeri taşıyacaktır.

Türkiye’de sağlık kurumlarında afiş, ilan, broşür en sık kullanılan tanıtım araçları olarak kabul edilmektedir.

Özellikle doğum ve check up kampanyaları ile belirli bir kitleye indirim sağlanması için en sık kullanılan yöntemlerdir. Sağlık sektöründe yapılan reklamlar 2 şekilde karşımıza çıkmaktadır: (**Güler, 2006; Tengilimoğlu, 2000**):

**a) Kurumsal reklamlar;** kurumsal imajın oluşturulabilmesi, iyileştirilebilmesi ve geliştirilebilmesine yönelik hedeflere ilişkin halkla ilişkiler faaliyetlerinde kullanılmaktadır.

Bu tür reklamlar sağlık kurumlarının toplum ile olan ilişkilerini artırmaya ve kurum hakkında yeterince bilgiye sahip olmalarına yöneliktir. Kurumsal reklamlarda amaç hastanın ilgisini çekerek kuruma olan davranışlarını pozitif yönde etkilemektir.

Zaman zaman olumsuz kamuoyu oluşması gibi durumlarda ise kurumu koruma yönünde çalışmalar yapılmaktadır. (**Güler, 2006; Tengilimoğlu, 2000**).

**b) Gizli ya da örtülü reklamlar;** hastalara sunulan sağlık hizmetlerinin pazarda bulunan diğer sağlık kuruluşlarından daha kaliteli bir şekilde sunulacağı mesajını vermektedir. Bu reklamlar özel sağlık kurumlarının sağlık sektöründe daha çok söz sahibi olmasına yardımcı olmaktadır.

Bu durumun kamu kurum ve kuruluşlarının hem kalitesinin hem de kapasitesinin yetersiz olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Bununla birlikte ticari bir imaj kazanan sağlık kavramı, sağlık kuruluşları için rekabet ortamını gerekli kılmaktadır. Kar amacı olmayan kuruluşların ise maddi kaynaklarını lüzumsuz olarak reklam ya da benzeri faaliyetler için kullanmadıkları görülmektedir (*Tengilimoğlu, 2000, Ersoy, vd. 2008*).

Gelişmiş ölkelerde sağlık hizmetleri sektöründe reklam çalışmalarından uzun yıllardır faydalanılmaktadır.

Reklamlarla birlikte hizmet ve malların kalitesine, sunduğu faydalara yönelik bilgi sunulmaktadır.

Aynı zamanda hedef kitlenin ilgili ürün ve hizmete yönelik farkındalığını artırmakta ve bilgilendirmelerini sağlanmaktadır.

Sağlık hizmetleri sektöründe reklamlardan yararlanan gelişmiş ölkeler mevcuttur. Ancak ölkemizde sağlık sektörüne yönelik reklam çalışmaları özel sağlık kuruluşlarının sayısının artmasıyla birlikte gündeme gelmiştir.

Bireyler eski sağlık düzeylerine kavuşabilmeleri ya da mevcut sağlık düzeylerini koruyabilmeleri için sağlık hizmetlerine büyük harcamalar yapmaktadırlar. Sağlık sektörü de rekabetin hızla arttığı bir sektör haline gelmiştir.

Bu nedenle sağlık kuruluşları da sundukları hizmetlere yönelik paylaşımlar yaparak potansiyel hastaları kendi sağlık kuruluşlarına çekmeyi hedeflemektedirler.

Pazarlama stratejilerinin yanı sıra her ne kadar kapsamı dar olsa da sağlık sektöründe de reklam çalışmalarına yer verilmektedir. Sağlık sektöründe reklama yönelik olarak sınırlama getiren çeşitli kanun ve yönetmelikler bulunmaktadır.

#### ***Bu kanun ve yönetmelikler;***

1219 Sayılı Tababet ve şuabatı Sanatlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun,  
Tıbbi Deontoloji Kanunu,  
1262 Sayılı İspançiyari ve Tıbbi Müstehzarlar Kanunu,  
Beşeri ve Tıbbi Müstahzarların Tanıtım Yönetmeliği,  
Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun,  
Ayaktan Teşhis ve Tedavi Yapılan Özel Sağlık Kuruluşları Hakkındaki Yönetmelik,  
Organ ve Doku Alınması, Saklanması ve Nakli Hakkındaki Kanun ve  
Türk Tabipler Birliği Yasası gibi düzenlemeler bulunmaktadır (*Tengilimoğlu, 2011*).

Sağlık sektöründe reklama yönelik olarak çeşitli sınırlamalar bulunmasına rağmen birçok sağlık kuruluşuna yönelik reklamlar çeşitli kanallar aracılığıyla yapılmaya devam etmektedir.

Reklamlara yönelik olarak yeterli denetimlerin yapılmaması neticesinde sağlık hizmeti almak isteyen bireyler yanlış bilgilendirilebilmektedir.

Ölkemizde de son zamanlarda hem kamu hem de özel sağlık kuruluşlarının reklam yasağına yönelik mevzuat hükümlerini ihlal ederek örtülü reklam yöntemlerinden yararlandıkları görülmektedir.



### **Sağlık hizmetlerinde reklam araçları olarak;**

**Gazete,**

**Televizyon,**

**Dergi,**

**Broşürler ve**

**Billboard** reklamları gibi tüm medya araçlarından yararlanılmaktadır.

Sağlık kuruluşları bu medya araçlarından yararlanarak iyi oldukları alanları vurgulayabilir, yeni bir cihazı, uzman hekim kadrosunu, faaliyete geçen yeni bölümlerin reklamlarını yaparak dikkatleri üzerine çekmeye çalışabilirler (**Ekiyor ve Tengilimoğlu, 2014**).

Rekabetçi bir pazarda varlığını sürdüren sağlık işletmeleri, farklı pazarlama yaklaşımları benimsemeye ve yatırımlar yapmaya başlamıştır.

Hem ülkemizde hem de dünyada kabul gören bu durum, yasal düzenlemelere rağmen sağlık işletmelerinin girişimlerini artırmaktadır.

Öncelikle sektördeki kamu veya özel sektör kuruluşlarının, sosyal faydası olan sağlık hizmetlerinin tanıtımı gibi kamuoyunu ilgilendiren konularda yazılı ve görsel medyanın yanı sıra sosyal medya araçlarını da kullanması normal karşılanmaktadır.

Sosyal fayda ilkesi, bilgilendirilme ve yeni davranış özelliklerinin kazandırılmasıdır.

Bu nedenle de hukuki açıdan herhangi bir zıptırımı içermemektedir. Sağlık hizmeti sunan kuruluşlar özelde bireyin, genel olarak toplumun sağlık sorunlarıyla ilgilenen ve ekonomik boyutu olan kuruluşlardır.

Sürekli büyüyen sağlık sektöründe pazarlama uygulamaları firmaların ve yatırımcıların dikkatini çekmektedir. Bunun sonucunda rekabet koşulları da hızla değişmektedir. Ancak bazı ülkelerde hekimlerin bilgilendirme ve tanıtım haklarına daha fazla önem gösterilerek reklam yasalarının yumuşatıldığı görülmektedir.

ABD'de 1980'lerin başlarına kadar, sağlık hizmetlerinde reklam ve pazarlama kabul görmemiş ve bir süre yasaklı kelime olarak kabul edilmiştir.

### **Sağlık sektörünün devlet tarafından yönetildiği;**

**İngiltere,**

**Fransa,**

**İtalya,**

**Norveç,**

**Finlandiya,**

**İsviçre** gibi ülkelerde reklam faaliyetlerine olumlu bakılmamaktadır.

Avrupa Birliği'ne üye olan ülkelerde ise yasalara uygun olacak şekilde sağlık sektöründe sosyal medya kullanımı ve reklamlara izin verilmektedir.

Reklamlar, hasta haklarına saygılı ve yanıltıcı olmadan yapılmalıdır. Sosyal medya üzerinde haksız rekabet oluşturulmadan diğer hekimlerle kıyaslama yapılmaması da önem arz etmektedir (**Ekiyor ve Tengilimoğlu, 2014**).

Norveç'te Avrupa Birliği Elektronik Ticaret Yönergesi doğrultusunda, hastaların tedavileri ve tedavi yöntemleri ile ilgili bilgiler yanıltıcı ve eksik olmaması şartıyla reklam yapılabilir. Almanya'da doktorların hastalarına tavsiye ve bilgilendirme yapmaları için yetki verilmektedir.

Bu bilgilendirme sürecinde iletişim araçlarının kullanılabileceğine de değinilmektedir. Hastayı rahatsız eden ve korku oluşturup duygularını istismar edici olmayan bilgilerin; hasta tarafından anlaşılabilir ve bilimsel açıklaması ile birlikte tanıtımı yapılabilir.

Hastanın tedavisine uygun ve doğru doktoru seçebilmesi için gerekli bilgilendirmelere ulaşabilmesi önemlidir. Danimarka'da ise sağlık sektöründe reklam faaliyetleri ile Avrupa ülkeleri kıyaslandığında önemle vurgulanan bir ayırt edicilik bulunmaktadır.

Danimarka Sağlık sistemi yapısı itibari ile maksimum verim ve kontrol sağlamak amacıyla ulusal ve bölgesel düzeyde idarecilerine gereken sorumluluk ve yetkiyi vermiştir. Böylece Danimarka'da sağlık reklam uygulamaları serbest bırakılmıştır (**Motur ve Tatlı, 2021**).

## Sağlık Kurumları ile ilgili Reklamlarla ilgili Hukuki Düzenlemeler

### Tababet ve Şuabatı San'atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun

Sağlık sektöründe reklam yasaklarının temel dayanağı 1219 sayılı Tababet ve Şuabatı San'atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanundur.

Bu kanun ile birlikte tababet yani hekimlik ve tıp bilgisi olan kişilerin şuabatı sanatları yani kişilerin mesleklerini nasıl icra edebilecekleri bu kanun içeriğinde belirtilmiştir.

Sağlık reklamları ile ilgili 24. ve 40. maddelerde ise hekimlerin ve diğer hekimlerinin hasta kabul ettikleri ortamları ve muayene saatlerini bildirdikleri ilanlar haricinde reklam yapmalarının yasak olduğu belirtilmiştir.

24. maddeden de anlaşılacağı gibi hekimler yalnızca adresleri ve muayene saatleri ile ilgili bilgilendirme ve tanıtımlar yapabilmektedirler.

Bunların dışındaki tüm bilgilendirmeler ve yapılacak tanıtımlar kanunlara ve yönetmeliklere aykırı olarak kabul edilmektedir.

### - Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi

19 Şubat 1960 tarihinde Resmi Gazete'de yayımlanan nizamnamede diğer hekimleri ile hekimlerin mesleki etik kuralları yer almaktadır.

Hekimlerin ve diğer hekimlerinin reklam yapmalarına yönelik kısıtlama getiren sekizinci ve dokuzuncu maddelerinde ise hekimlik ve diğer hekimliği mesleklerinin ticari bir yaklaşımla mesleklerini icra edemeyecekleri ve kendi reklamlarını yapamayacakları belirtilmiştir.



- **Madde 8** “*Tabiplik ve diş tabipliği; mesleklerine ve tedavi müesseselerine, ticari bir veğhe verilemez. Tabip ve diş tabibi, yapacağı yayınlarda tababet mesleğinin şerefini üstün tutmaya mecbur olup, her ne suretle olursa olsun, yazılarında kendi reklmını yapamaz. Tabip ve diş tabibi, gazetelerde ve diğer neşir vasıtalarında reklm mahiyetinde teşekkür ilnları yazdıramaz.*”
- **Madde 9** “*Tabip ve diş tabibi, gazete ve sair neşir vasıtaları ile yapacağı ilnlarda ve reğete kğıtlarında ancak ad ve soyadı ile adresini, Tababet İhtisas Nizamnamesine göre kabul edilmiş olan İhtisas şubesini, akademik ünvanını ve muayene gün ve saatlerini yazabilir. Muayenehane kapılarına veya binaların dışına asılacak tabelların ebadı ve adedi, mahall tabip odaları tarafından tespit edilebilir. Tabipler ve diş tabipleri, tabip odalarının bu husustaki kararlarına riayet etmekle mükelleftirler. Tabellarda en çok iki renk kullanılabilir. Işık verici vasıtalarla tabelları süslemek yasaktır.*”
- **Madde 39** “*Tabip ve diş tabibi meslektaşlarının hastalarını elde etmeğe mtuf hareket ve teşebbüslerde bulunamaz.*”

Tıbbi Deontoloji Nizamnamesi doğrultusunda; insan sağlığına ticari bir bakış açısı oluşturulmaması, hekimlerin kendileri ile ilgili reklam yapmaması, reğeteleri dahil olmak üzere belirli bir standart içerisinde ve meslek etiği kuralları göz önünde bulundurularak hizmet sunması beklenmektedir.

## - Hekimlik Meslek Etiği Kuralları

- **Madde 11** “*Hekim, mesleğini uygularken reklam yapamaz, ticari reklamlara araç olamaz, çalışmalarına ticari bir görünüm veremez; insanları yanıltıcı, paniğe düşürücü, yanlış yönlendirici, meslektaşlar arasında haksız rekabete yol açıcı davranışlarda bulunamaz. Hekim, yayın araçlarıyla yapacağı duyurularda varsa, Tababet Uzmanlık Tüzüğü’ne göre kabul edilmiş olan uzmanlık alanını, çalışma gün ve saatlerini bildirebilir. Tabela ve benzeri tanıtım araçlarının biçim ve boyutları yerel tabip odası tarafından saptanır.*”

Tababet ve şuabatı San’atlarının Tarzı İcrasına Dair Kanun ve Tıbbi Deontoloji Nizamnamesinde olduğu gibi Hekimlik Meslek Etiği Kurallarında da hekimlerin ve diş hekimlerinin hem diğer meslektaşlarının hastalarını elde etmeye yönelik girişimlerde bulunmamaları hem de görev ve sorumluluklarını ticari bir amaç güderek yerine getirmemeleri ile ilgili düzenlemeler bulunmaktadır.

## - Özel Hastaneler Yönetmeliği

- **Madde 60** “*zel hastaneler; tıbb deontoloji ve meslek etik kurallarına aykırı şekilde, insanları yanıltan, yanlış yönlendiren ve talep yaratmaya yönelik, ruhsatında yazılı kabul ve tedavi ettiği uzmanlık dallarından başka hastaları kabul ve tedavi ettiği intibainı uyandıran, diğer hastaneler aleyhine haksız rekabet yaratan davranışlarda bulunamazlar ve bu mahiyette tanıtım yapamazlar.*”



Özel sağlık kuruluşları; halk sağlığının korunması ve geliştirilmesine yönelik bilgilendirme ve tanıtım faaliyetleri yürütebilirler. Tanıtım ve bilgilendirmelerde hastalara yanlış, eksik ve yanıltıcı bilgi verilmemelidir.

Özel sağlık kuruluşlarının internet sitelerinde yer alan sağlıkla ilgili bilgiler, alanında uzman ve belli tecrübeye sahip kişiler tarafından hazırlanmalıdır. Verilen bilgilerin güncellenme tarihi açıkça belirtilmelidir. Belirlenen esasların dışında yapılan tanıtım ve bilgilendirmeler nedeniyle hastane sahipleri ve sorumlu yöneticilere ilgili mevzuat uyarınca yaptırım uygulanmalıdır.

Özel hastanelerin oluşturduğu web sitelerinde her türlü sağlık bilgisinin, alanında bilgi ve tecrübeye sahip sağlık profesyonelleri tarafından sağlanması gerekmektedir.

Bu siteler aracılığıyla tedavi edici sağlık hizmetlerine ilişkin bilgiler verilmemelidir. İnternet sitelerinde yer alan bilgilerin son güncellenme tarihi açıkça belirtilmektedir.

Yukarıda belirtilen ilkelere uymayan özel hastane sahipleri ve sorumlu yöneticiler hakkında ilgili mevzuattaki yaptırımlar uygulanmalıdır.

## Kaynakça

Ekiyor, A. & Tengilimoğlu, D. (2014). Sağlıkta Reklam Serbest Olmalı Mı? Tüketici Görüşleri. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16 (2) , 45-71.

Erdem Ş (2007) Sağlık Hizmetlerinin Pazarlanması: Hastaların Sunulan Hizmetlerin Kalitesini Algılamaları Üzerine Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.

Ersoy, V., Güler, A., Giritlioğlu, H. (2008). Sağlık Hizmeti Sunumunda Reklam ve Tanıtım. Ankara Türk Tabipleri Birliği Yayınları. s. 3-27.

Güler, E. (2006). Sağlık Sektöründeki mal ve Hizmetler İçin Yapılan Reklamların Hukuksal Boyutunun Türkiye'deki Durumu. M.Ü. Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.

Gürdin, B. (2017). Sağlık Hizmetleri Sektöründe Reklam Yasağı: Uygulama Örnekleri. Sosyal ve Beşeri Bilimleri Dergisi, 9(2), 17-30.

Karaçor, S., & Arkan, A. (2014). Sağlık Kuruluşlarında Pazarlama: Sağlık Pazarlama Karması Unsurlarının Hasta/Müşteri Açısından Önemi Üzerine Bir Araştırma. Selçuk İletişim, 8(2), 90-118.

Motur, A.İ., Tatlı, E. (2021). Özel Sağlık Hizmeti Sunan Kurumların Reklamlarının Hukuki Yönden İncelenmesi. Uluslararası Halkla İlişkiler ve Reklam Çalışmaları Dergisi, 4(2) 100-123.

Öner, Ö. D. (2001). Diş Hekimlerinin Diş Hekimliği Hizmetinde Rekabet ve Reklama Yönelik Değerlendirmeleri. M.Ü. Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Tengilimoğlu, D. (2000). Sağlık Hizmetlerinde Reklam Serbest Olmalı Mı? İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi. 11 S. 7-15.

Tengilimoğlu, D. (2011). Sağlık Hizmetleri Pazarlaması. Siyasal Kitapevi. Ankara s.239-241.



6 TEMMUZ (2024)

“ULUSLARARASI  
KOOPERATİFLER  
GÜNÜ”

VE ÖNEMİ ÜZERİNE  
BİR DEĞERLENDİRME

Vedat SADIOĞLU\*

## Giriş

Kooperatifçilik, ekonominin ve toplumun vazgeçilmez bir sektörüdür. Kooperatifler, yerel kaynakları ve milli değerleri koruma ve geliştirmede lokomotif örgütlerdir.

Küreselleşen dünyada ulusal ve uluslararası düzeyde ayakta kalmak için bu modelin daha aktif hayata geçirilmesi şarttır.

Burada, özel sektöre bir rekabet veya karşıtlık söz konusu değildir. Kooperatifler zaten rekabetin anahtarıdır.

Aynı zamanda dünyada gıda güvenliği kooperatifler tarafından sağlanmaktadır.

Son yıllarda yaşanan küresel salgınların ve çatışmaların etkileri tüm sektörleri ve ülkeleri sarmıştır.

Bu krizlerde kooperatiflerin, diğer şirket ve ticari oluşumlara göre ne denli güçlü olduğu kanıtlanmıştır.

Zira kooperatiflerin odağında önce ‘kâr’ değil, ‘insan’ vardır.

Kooperatifler, dünyada gelecek için en ideal modeldir.

Son yıllarda dünyayı saran küresel ekonomik krizlerde kooperatifler, bu olumsuzluklardan en az etkilenen yapılar olmuştur. Kooperatifçiliğin kuralları ve uygulamaları evrenseldir.

Odağında üretim ve insan vardır. Bu iki kavram, güçlenmenin de temelini oluşturmaktadır.

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

Türkiye de bu alanda güçlenmeli ve güçlü kooperatif yapıları oluşturmak için daha çok çaba göstermelidir. Kısıtlı kaynak ve bölünmüş toprak yapısına rağmen, imcece ve yardımlaşma kültürü

\*Araştırmacı Yazar (vsadioglu1960@hotmail.com)

gelişmiş olan Türk insanı, anlayışı ve kültürüyle kooperatifleşmeye daha yatkındır.

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



**Resim 1:** Günümüzde kooperatifler, çevrenin korunması, tarımın gelişmesi ve çağdaşlaşması, sosyal ve ekonomik anlamda ‘daha iyi bir gelecek’ inşa ederler.

## Tarihçe

İnsanlar, hayatlarının her alanında birbirlerine ihtiyaç duyarlar. Birlik, beraberlik ve dayanışma toplumsal hayatta insanları kuvvetlendirir.

Kooperatif, kişilerin tek başına karşılamalarında zorluk çektiği ihtiyaçlarını sağlamak amacıyla, maddi ve manevi güçlerini birleştirmeleriyle oluşan hayati bir yardımlaşma aracıdır.

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

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

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



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

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

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

2024 yılında ise 6 Temmuz Cumartesi günü 'Uluslararası Kooperatifler Günü'dür. 2024 yılının teması, "Kooperatifler herkes için daha iyi bir gelecek inşa eder" olarak belirlenmiştir.

## Kooperatif Nedir?

**Kooperatif;** ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaç ve istekleri müşterek sahip olunan ve demokratik, kontrol edilen bir işletme yoluyla karşılamak üzere, gönüllü olarak bir araya gelen insanların oluşturduğu özerk bir teşkilattır (**Uluslararası Kooperatifler Birliği'nin tanımı**).



**Resim 2:** Uluslararası Kooperatifler Birliği'nin (ICA) 1995 tarihleri arasında İngiltere'de yapılan 31. Kongresinde 'Kooperatifçilik İlkeleri' tartışılarak yeniden şekillenmiştir.

**Türk Dil Kurumu'nun tanımında ise; "1. Ortaklarının gereksinimlerini uygun şartlarda elde etmelerini sağlamak amacıyla kurulan ortaklık.**

**2. Üreticilerin, aracıyı ortadan çıkararak ürünlerini daha iyi şartlarda pazarlamak için kurdukları ortaklık.**

**3.Ortaklarının belirli iktisadi çıkarlarını korumak, özellikle meslek veya geçimlerine ilişkin gereksinimlerini işgücü ve parasal katkılarıyla karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet yoluyla karşılamak amacıyla gerçek ve tüzel kişiler tarafından kurulan, değişir ortaklı ve değişir sermayeli tüzel kişiliğe sahip şirket."**

şeklinde belirtilmiştir.

Kooperatifler, toplumsal kalkınmayı geliştiren ve ticari işletmeler için temel sağlayan özgün bir modele dayanmaktadırlar.

***Bu işletmeler aşağıdaki özellikleri bünyesinde barındırırlar:***

- Ortakların sahipliği,
- ortaklarına hizmet etme ve ortaklarınca yönetilme,
- kendi kendine yetme,
- kendi kendine sorumluluk,
- demokrasi eşitlik,
- adalet,
- dayanışma,
- birlik ve
- 7 İlke'ye (Bakınız Resim:2) dayalı işletmecilik.

**Atatürk, 1931 yılında İzmir Ticaret Odası'nda yaptığı konuşmasının bir bölümünü, kooperatiflere şöyle ayırmıştır; "Kanaatim odur ki; birleşmede kesin olarak kuvvet vardır. Kooperatif yapmak; maddi ve manevi kuvvetleri, zekâ ve becerileri birleştirmektedir. Yoksa bir zayıf ile bir kuvvetlinin birleşmesinden bahsetmiyorum. Birleşmenin böylesi zayıf olanın kuvvetliye esir olması demektir. Üreticilerin birleşmesinden şahsi çıkarları bozulmuş olacağını düşünenler elbette şikâyet edeceklerdir..."**

Görüldüğü üzere, Atatürk'ün düşünce sisteminde de her zaman zayıf olanın korunması ilkesi vardır.



Aslında **Atatürk**'ün bu düşünceleri, Uluslararası Kooperatifler Birliği'nce (**ICA**) oluşturulmuş “7 ilke” ile uyuşmaktadır.

## Türkiye’de İlk Kooperatifler

Cumhuriyet tarihimizdeki ilk kooperatif, 20 Mayıs 1931 tarihinde, **Atatürk**'ün direktifleriyle kurulan ‘**Türk Kooperatifçilik Cemiyeti**’dir.

Bu cemiyet kurulduğu zaman, oluşumun içinde, İstanbul Üniversitesi’nde öğretim üyesi olan bilim adamları vardı.

Yani kooperatif, bilimsel ve akılcı bir çalışmanın ürünüdür. 1936 yılında, karşımıza ilk ‘uygulamalı kooperatifçilik’ örneği çıkar.

**Atatürk**'ün bizzat çabasıyla, İçel’in (*Mersin*) Tekir köyündeki çiftliğinin çevresindeki 35 köylünün ortak çabasıyla bir kooperatif kurulur.

1 nolu üye ve ilk imzayı atan Atatürk’tür. Kooperatifin adı, ‘**Silifke Kazası Tekir Çiftliği Tarım Kredi Kooperatifi**’ olmuştur.

Bu oluşum, **Atatürk**'ün kooperatifçiliğe olan inancının bir ürünüdür. Üstelik ilk kez, modern tarım ve yöntemlerinin uygulanmasına da rehberlik etmiştir.

Topluma her düşünce ve davranışıyla örnek olmaya çalışan **Atatürk**, ‘**Kooperatifçi**’ özelliğiyle de döneme damgasını vurmuştur.

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

## Kooperatiflerin Dünyadaki Etkileri

- G20 ülkelerinde toplam istihdamın %12’lik bölümünü kooperatifler karşılamaktadır.
- Dünyadaki en büyük 300 kooperatifin 2020 yılı toplam cirosu yaklaşık 2,40 trilyon ABD dolarıdır. Kooperatifler, yaklaşık 280 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır. Dünyada yaklaşık bir milyar insanın kooperatiflere üye olduğu düşünülmektedir.
- Finansal kooperatifler, yaklaşık 857 milyon insana veya dünya nüfusunun % 13’üne hizmet etmektedir. Bu kooperatifler, dar gelirli için ve küresel olarak günlük 2 dolarlık yoksulluk sınırının altında yaşayan yaklaşık 100 milyon müşteriye hizmet etmektedirler. Kooperatifler en büyük mikro finans hizmeti sağlayıcılarıdır.
- Güney Kore’de su ürünlerinin %70’ini; Brezilya’da tarımsal ürünlerin %40’ını; Bolivya’da tasarrufların %25’ini; Kolombiya’da sağlık sektörünün %25’ini; Singapur’da perakende sektörünün %55’ini, Danimarka’da %35’ini ve Macaristan’da %15’ini kooperatifler karşılamaktadır.
- Bangladeş’te kırsal elektrik kooperatifleri 28 milyon insana hizmet sağlamaktadır. ABD’de 900 kırsal elektrik kooperatifi ülkede elektrik dağıtım hatlarının neredeyse yarısına sahiptir ve yaklaşık 50 milyon insana hizmet etmektedirler.

- Kooperatifler kırsal kalkınmada büyük bir rol oynarlar. Tahminlere göre küresel tarım ürünlerinin %50'si kooperatifler aracılığıyla pazarlanmaktadır.
- Tarımsal kooperatifler, ekonomik üretime kadınların da katılmalarını teşvik ederek, gıda üretiminin ve kırsal kalkınmanın artmasını sağlarlar. Ayrıca, tarımsal kooperatifler sürdürülebilir tarımsal uygulamaları kullanır ve gıda güvenliğine katkıda bulunurlar.
- Kooperatifler, karşılıklı sigorta şirketleri (*mütüel*) aracılığıyla sağlık sigortası, hayat sigortası, mülkiyet/hasar sigortası şeklinde sosyal güvence sağlarlar.
- Türkiye'de 2021 yılı istatistiklerine göre 40'a yakın türde ve yaklaşık 90 bin kooperatif bulunmaktadır. Bu kooperatiflerin yaklaşık 8 milyon ortağı vardır.
- Kooperatifler, özellikle pandeminin de etkisi ile 2020 yılından sonra ortaya çıkan mevcut ekonomik yapıların kırılma dokusu karşısında, hassas ekonomilerin dirençliliğini artırmaya yönelik önerilen ekonomik modeller olmuşlardır. Buna en güzel örnek ülkemizde, '**Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri**'dir.

## Sonuç Ve Öneriler

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

**Kooperatifler;** bireylerin, özellikle yoksul insanların, tek başlarına elde etmeleri zor olan ürünler ve hizmetler için katma değer yaratırlar.

Bu durum, ortaklara ait kaynakların birlikte ve verimli şekilde kullanılmasıyla mümkün olmaktadır.

Kooperatifler tüm ülkelerde mevcuttur ve dünya genelinde 1 milyardan fazla insana hizmet ettikleri tahmin edilmektedir.

Birçok farklı biçimde ve tüm sektörlerde faaliyet göstermektedirler.

Kooperatifler, ihtiyaç duydukları her yerde kurulabilmeleri avantajına sahip olmaları nedeniyle yoksulluğun azaltılmasında etkin bir araçtırlar.

Ayrıca birçoğu, sosyal ve ekonomik destek sistemlerine, eğitim, sağlık, sigorta, kredi ve diğer gerekli hizmetlere erişim sağlamada önemli katkılarda bulunmaktadır.

Unutmayalım ki; **"Kooperatifler herkes için daha iyi bir gelecek inşa eder."**

Dünyanın ve ülkemizin sosyal adalet içerisinde ekonomik kalkınmasında, sanayileşmesinde, demokratikleşmesinde, milyonlarca dar gelirli üretici ve tüketicinin örgütlenerek aracılık, tefecilik ve vurgunculuğa karşı korunmasında kooperatifçilik büyük önem taşımaktadır.

Bu bağlamda, ülke ekonomisinin güçlenmesi ve gelişimi için kırsal ve kentsel kooperatiflerin geliştirilmesi ancak uluslararası kooperatifçilik ilkeleri ve Avrupa Birliği normlarına göre çalıştırılması ile mümkündür.

Gerekli önlemler alındığı ve kooperatifçilik desteklendiği takdirde, kooperatifçiliğin ülke tarımının gelişmesine büyük katkılar sağlayacağı açıktır.



Ülkemizde, ekonomik ve sosyal yapının gereği olarak en fazla kurulan kooperatifler tarım satış, tarım kredi, pancar ekicileri, sulama, esnaf kefalet, tüketim, yapı ve köy kalkınma kooperatifleri olmuştur.

Türkiye'nin bir tarım ülkesi olması, tarımsal kooperatifçiliğin önemini arttırmaktadır.

Ülkemizde tarımsal kooperatifçiliğe önem kazandıran diğer bir neden de, Türkiye'nin tarım ürünlerinin büyük bir kısmının ihraç edilmesidir.

İhracatta karşılaşılan en önemli güçlük ise dış pazarlara sunulan ürün fiyatlarının, dış piyasaya göre çok yüksek olmasıdır.

Hem bu durumu dengelemek hem de ihracattan elde edilen gelirin büyük bir kısmının aracılar yerine üreticinin cebine girmesini sağlamak yönünden de tarımsal kooperatifçilik ülkemiz için ayrı bir önem taşımaktadır.

Sosyal sorumluluk ilkesi ile çalışan, temelinde dayanışma, topluma ve insana hizmet olan kooperatifler, bireylerin ve toplumun ekonomik ve sosyal kalkınması açısından da büyük önem taşımaktadır.

Bu nedenle kooperatiflerimizin gelişmesi için her türlü çalışma yapılmalı, onların kamu kurum ve kuruluşlarıyla olan ilişkilerinde yardımcı olunmalıdır.

Devlet, kırsal kalkınmanın gelişmesinde anahtar rol oynayan kooperatiflerin kurulmasını teşvik etmelidir.



**Resim 3:** Uluslararası Kooperatifler Birliği logosu.



Böylece kooperatifler, 2030 yılına kadar sürdürülebilir kalkınma amaçlarının uygulanmasına yönelik çabaları hızlandırarak, sürdürülebilir bir geleceğin inşasına yönelik mevcut ve tarihsel katkılarını sergileme fırsatı bulacaklardır.

## Kaynakça

- Çıkın, A., 1992. "Tarım Kesiminde Kooperatif Örgütlenme ve Tarımsal Kooperatifçilik Politikası". 2000'li Yıllara Doğru Türkiye Tarımı-Tarım Haftası'92 Sempozyumu, TMMOB-ZMO, 7-10 Ocak 1992, Ankara.
- Gülçubuk, B., 1997. "Tarımda Üretici Örgütlenmesi ve Yayım". Agro-Tech Uluslararası Hayvancılık ve Tarım Dergisi, Sayı:6, İstanbul.
- <https://www.instagram.com/sosyalekonomi>(Erişim tarihi:26.05.2024).



# "90 YILDAN SEÇMELER,,

Türk Kooperatifçilik Cemiyeti,  
Karinca,  
Haziran 1934, sayı 1, s. 1

## ULU GAZİ VE KOOPERATİFLER

Büyük Gazi, memlekette kooperatifçiliğin kurulmasına ve yayılmasına ışık verenlerin en başındadır. Türk milletinin büyük kurtarıcısı ve büyük yol göstericisi çiftçi halkımızın kalkınması, işini gücünü arttırması yönünden en kısa yolu, kooperatif kurmak olduğunu işaret buyurmuşlardır.

1929 yılında ilk kredi kooperatifleri kurulmaya başlayınca Ulu Gazi o yıl Millet Meclisini açan nutkunda bu güzel başlangıcı övmeyi ve bundan duyduğu sevinci açıkça söylemeyi kendisi için iş edinmiştir.

Büyük başımız o vakit bu çeşit kooperatiflerin yurdun her bucağında çoğalmasını artık bir istekle istediklerini şöyle anlatmışlardır: **"Bu sene zirai kooperatif teşkilatına başlanmış olması bilhassa memnuniyetimizi mucip oluyor. Bu kooperatifleri memleketin her tarafına teşmil etmeği ziyadesiyle iltizam ediyoruz"**.

Bu sözler kooperatiflerin artması uğruna çalışanlara büyük kuvvet olmuştur.

Ulu Gazimiz o zamandan beri her fırsatta kooperatiflere karşı alâka ve yakınlık göstermişlerdir. Resmimiz büyük yol göstericinin 1931 yılında İzmir'de Ziraat bankasında İzmir vilayeti ile civar vilâyetlerdeki kooperatiflerin vaziyeti hakkında malumat aldıklarını gösteriyor.

Ulu Gazimiz 1931 yılında İzmir Ziraat bankasında kredi kooperatifleri hakkında tetkikat yaparken,

Bu resim Reiscumhur Hazretlerinin kooperatif işlerine verdikleri ehemmiyeti sayfalarla yazıdan çok daha iyi anlatmaktadır. Büyük reis o gün Ziraat bankasında bilhassa kooperatiflerle meşgul

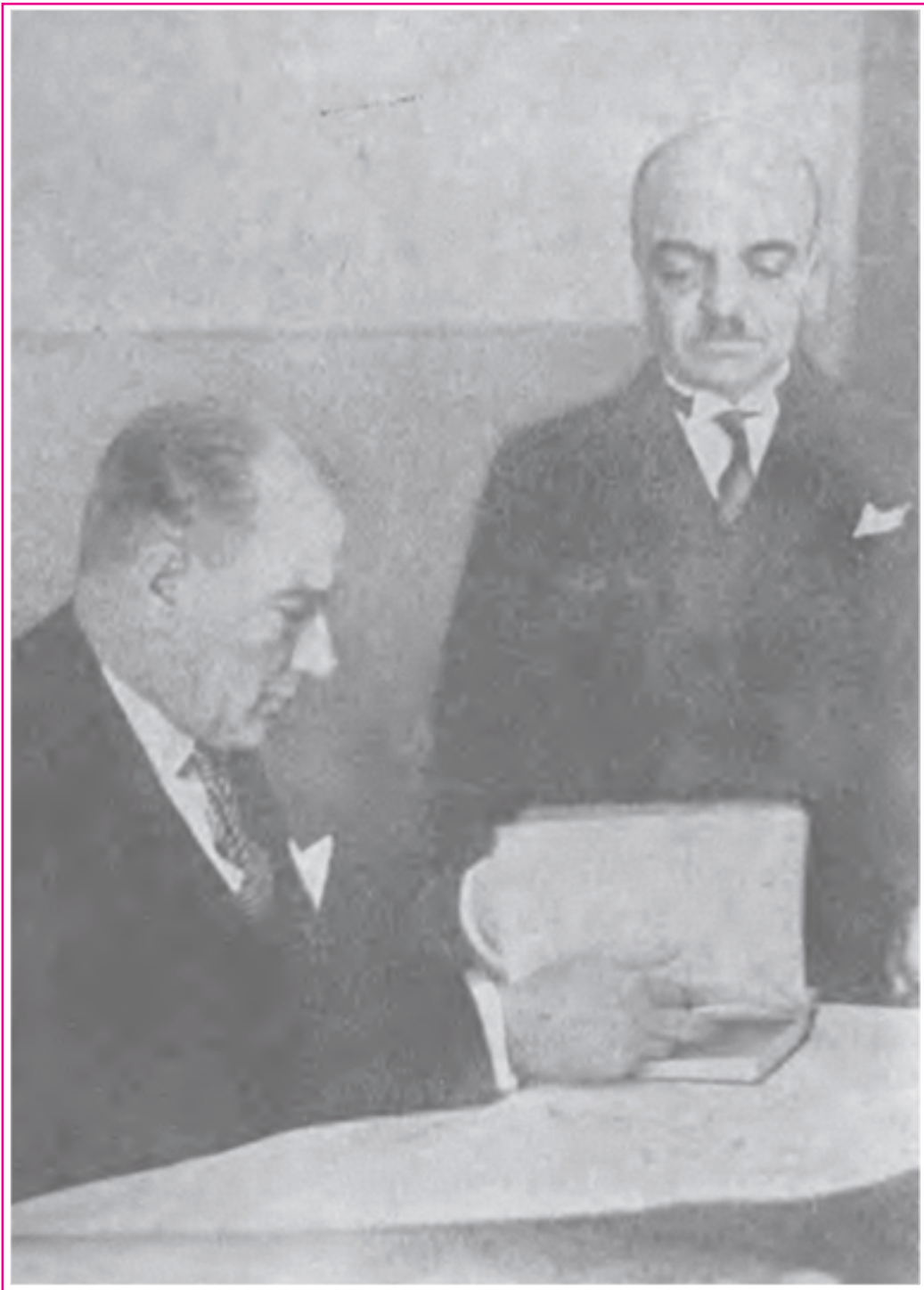


Foto: Cemal

olmuşlar, birçok sorgular sormuşlar, kooperatiflerin alıp verdiklerini uzun uzun tetkik etmişlerdir.

Ulu Gazi yine o zaman İzmir'de Halk Fırkası kongresinde söyledikleri nutukta kendisinden evvel söz söyleyenlere şunları buyurmuşlardır: Mutalaâtınız içinde iktisadi sahada çok pratik noktalara temas ettiniz. Mesela: Kooperatifler... Şurada burada halk veya münevverlerin teşebbüs ile fil sahasına geçen kıymetli hâsıllar görülmektedir. Hükümetimizin de bu gibi teşebbüsleri takviye etmesi lazımdır. Hükümet-i Cumhuriye bu lüzumu tabii idrak etmektedir.

*Biz, kooperatifçi halkımız için bu mecmuayı çıkarmaya başlarken ilk iş olarak, yurdu kurtardıktan sonra onun manevi ufuklarında her temiz ve yüksek medeniyet ülküsü gibi kooperatifçilik ülküsünü de ışıldatan yüce Gazimize candan saygımızı ve derin bağlılığımızı tekrarlarız.*

Türk Kooperatifçilik Cemiyeti,  
Karınca,  
Haziran 1934, sayı 1, s. 2

## KARINCA ADINI NEDEN SEÇTİK?

Kooperatifçilere hitap eden aylığımızın adını “**Karınca**” diye çağırmaya karar verdik. Bir mecmuanın adı, ancak o adın rumuzlandıracağı düşünce bakımından ehemmiyetlidir. Yoksa biz, ne insanların bir karınca cemiyeti kuracağını, ne de karıncaların taklide değer bir insan cemiyeti kurmuş olacağını elbette düşünmeyiz.

Karınca cemiyeti, instenktif, yani tekrarlandıkça daima aynı şekilde ve hiçbir parçasında yeni bir değişiklik göstermeden, kalıplaşan bir derlentide yaşamaya namzet bir takım uzviyetlerin cemiyetidir. Hâlbuki insan, çeşitlenme ve daima farklılaşma alâmetlerini gösteren ve her vakit ayrı ayrı hususiyetlerle önceden beklenilmeyen yollarda yürüyen cemiyetler kurma kabiliyetinde bir zekâ yüksekliği ve teşebbüs imkânı göstermektedir.

Biz düşündük ki, daima derleşip çalışmaya rumuz olarak alınan bu adın halkımızın zihninde uyandıracak fikirler şunlardır: Karınca kaderince tabiri; ne kadar küçük olursa olsun kendi öz gücüne inanan bir varlığın az, fakat öz bir verim elde edebileceğini ifade eder.

Karınca gibi çalışkan, karınca gibi basiretli tabirleri; işlek ve biriktirici, uzağı görücü, ileriye düşünücü insanların ahlakça ayrıl ıklarını manalaştırmaktadır. Kooperatifçiliğin karınca ile alakası işte bu kadar olmak lazımdır.

Kendi kendilerine ve birbirlerine inanan, kendi kendilerine ve birbirlerine yardım eden, çok ve verimli çalışkan, ileriye düşünerek biriktiren, kömeli ve işlek insanların kurdukları derneklerde kooperatif ahlakının bir ifadesini buluruz diye aylık mecmuamıza “**Karınca**” adını taktık.

## TOPRAK SEVGİSİ

Yazan: Aydoslu Sait

Köylü kardeşim!

Gazetemizin bu yerinde köy ve köylünün dert ve meselelerini görüşeceğiz. Burası bir şikâyet duvarı değildir. Burada da dünü ve bugünü tetkik ederek önümüzdeki zamanlarda ne yapılması doğru olacağını araştırmaya çalışacağız. Ne yapılması doğru olacak şeylerden bahsedeceğimize göre, acaba bunlar kimin tarafından yapılabilecek şeyler olacaktır dersiniz. Cevap: köylü ve çiftçinin kendisi tarafından!

Sözlerimi köylü ve çiftçiye karşı söyleyeceğim. Peki, ama köylü kime, çiftçi de kime derler?

Köylü babasından, dedesinden kalma toprağı bizzat kendisi işleyen, baba ve dedesinin bıraktığı yurt ve köyde kökleşmiş oturan, o mirası kendi muhafaza ve zaman icap ettikçe ıslah eden, hem kendisinin hem de bilhassa soyunun geçimini ve terbiyesini omzuna yüklenen insanlara denebilir.

Türkiye ahalisinin dörtte üçü köylüdür. Çiftçi, köylü gibi, ecdadının bırakmış olduğu bir yurttan değil, sırf işletip para kazanmak için bir yeri, bir çiftliği, bir ormanı ve çayırı satın almış veya kiralamış kimseye derler. Şu halde köylünün çiftçiden farkı, kendi soyunun nesillerden beri kendi elinde tuttuğu yerin kendisi tarafından işlenmesindedir. Köylünün işi, yalnız bir geçim vasıtası olmaktan çok daha yüksek ve geniş manalıdır. Bu iş onun vazifesidir, yalnız hakkı değildir. Ah! Bu vazife içinde neler yoktur? Toprağın müdafaası, toprağın idaresi, bir aile ve ocak kurma, çocuklarına ecdadından kalma Türklük ve mertlik terbiyesi verme ve onları büyütme, Türk milletinin çözülmez ve ayrılmaz bir azası olma... İşte bütün bunlar köylünün hak ve vazifelerindedir.

Görürsün ki, köylü kardeşim, ecdadından sana kalan toprağı elinde tutmak, orada halis Türk medeniyetini kurmak senin vazifendir. Bu vazife, millete bağlılıktır. Onun için senin en büyük hürriyetindir.

İyi bil ki kardeşim! Bağlılık ve topluluk en büyük hürriyetindir. Çözülüş ve dağılış ise uşaklıktır, esirliktir! İşte senin vazife ve hakların bu kadar yücedir. Bu büyüklüğü iyice ruhunda duymalı, onu iyi sezmeli, anlamalısın! Senin büyük vazifendir ki, sana milletimizin ulusu tarafından: **“Köylü, memleketin efendisidir!”** diye layık olduğun hürmet payesini verdirmiştir. İşin güç olduğu nispette mübarektir de kardeşim!

Geçmiş nesillerin kahraman ruhunu gelecek nesillere devredecek sensin! Sen ışığım geçmişlerden aldın. Bu ışık, binlerce yılın biriktirdiği en kuvvetli, en hayırlı ışıktır. Ona Türklük derler. Türklük adı verilen bu nur, binlerce yıl, yalnız Türklere değil, hatta yabancılara da insanlığın ne demek olduğunu öğretti. Aklın erebileceği en yüksek işleri daima başardı. Devletler kurdu, medeniyetler yarattı, kahramanlık denilen en yüksek faziletin dersini- dünyaya veren o ruhtur.

Geçmişine bak, geleceği hazırla ve ona örnek ol! Sen geçmiş ile gelecek arasında bir bağısın! Ama durmadan işleyen pazılarının bütün kudreti ile işleyen zorlu bir bağısın kardeşim!

Köylü kardeşim! Sana bir şey söylerken seni daima toprağın ve yurdun ile birlikte düşünüyorum. Seninle toprağın ve yuvan birbirinizden ayrılmaz iki âşkınsınız. Sizi ne para, ne pul, ne de başka

bir şey birbirinize bağlamaktadır. Böyle bağlar zayıftır. Seni toprağına, toprağı sana bağlayan gönüldür! Gönül bağı satılmaz, harcanmaz bir bağıdır.

Senin gönlün bu asil duyguyu taşıdııkça sen dünyada insanların en büyüğü ve üstünüsün!

Böyle mübarek bir bakla bağılı olduğun toprak ve yurdu; para, alışveriş, borç ve rehin oyunlarına karıştırmak, babandan miras kalan yeri bölmek ve parçalamak veya köyünü bırakıp şehirlere koşmak günahların en büyüğüdür. Onun için kardeşim, bütün gayretini yerinde kökleşmeye, oraları imar etmeye, insanlığın en yüksek, en candan tadını oralarda tatmaya, cennetini yurdunda kurmaya vermelisin!

Türk Kooperatifçilik Cemiyeti,  
Karınca,  
Temmuz 1934, sayı 2, s. 9-10

## BUĞDAYI KORUMA

Cumhuriyet hükümeti çiftçimizi sevindiren bir kanun çıkardı. Buğdayı korumak için una vergi koydu. Bu yaz Ziraat Bankası daha çok buğday alacak.

Cumhuriyet hükümeti, buğday ekicilerini gereğı gibi koruyabilmek için meclise yeni bir kanun teklif etti. Meclis de bu teklifi beğendi, kanun olarak çıkardı.

Yeni kanunun adı “**Buğday Koruma Karşılığı**” kanunudur. Ziraat Bankasının köylüden satın aldığı buğdaylar az değildir. Fakat bankanın bu işi hükümet hesabına yapmasından beklenen faydaların tam olarak alınması için işi genişletmek gerekti. Bugünkü halde bankanın aldığı buğday pazara getirilen buğdayların yarısını bile bulmuyor. Bunun için bankanın buğdaya tüccardan fazla fiyat vermesinin umut edildiğı kadar faydası dokunmuyor. En çok harman zamanı düşen buğday fiyatının düşmesine karşı çare, fiyatı yükseltebilmek için pazardan daha çok buğday satın almaktır. Bunun için de bankanın çok para dağıtması lâzımdır. İşte yeni kanun işi geniş tutsun diye bankaya lâzım olan parayı bulmak için çıkarıldı. Yeni kanuna göre haziranın başından beri 72 kiloluk birinci çeşit un çuvallarından 150, ikinci çeşit un çuvallarından da 100 kuruş vergi alınıyor.

Bu vergi değirmenlerde un öğüten müşterilerden alınmaktadır. Köy değirmenlerinde köylünün yiyeceğı unlardan vergi alınmayacağı kanunda açıkça gösterilmiştir. Yalnız köy değirmeninde öğütülen unlar satılacak olursa vergi alınacaktır.

Demek oluyor ki, vergiyi verenler köylüler değil, şehirlerde, kasabalarda oturanlardır. Köylü ister buğday ekicisi olsun, ister başka mahsul yetiştirsin kendi yiyeceğı ekmeğın unu üzerinden vergi vermeyecektir. Yeni vergi alınmağı başlar başlamaz şehirlerde ekmeğın kilosu 60 para arttı. Ankara’da bir kilo ekmeğ evvelce 7,5 kuruşa satılıyordu. Şimdi 9 kuruştur.

Buğday ekenleri korumak için alınmaya başlanan bu vergilerin tutarı Ziraat bankasına yatırılacaktır. Banka bu paraları köylüden buğday almakta kullanacak, satın alacağı buğdayların

hepsini memleket içinde satamazsa bir kısmını dış memleketlere ucuz satacağı için arada zarar olunca o zararı bu paralardan kapatacaktır. Bundan başka buğday koymak için silo ve ambar da yaptıracaktır.

Köylümüz Cumhuriyet hükümetinin bu kanunu sırf köylünün sıkıntısını hafifletmek için çıkardığını iyi anlamalı, her şehirli ve kasabalı yurttaşın her akşam evine ekmek alırken buğday ekicisi hesabına seve seve 60 para fazla verdiğini iyice bilmeli.

Hükümet bu kanunu neden çıkardı, şehirli kasabalı ne diye bu vergiyi veriyor? Bunları da kısaca anlatalım Buğday bizim köylümüzün en çok bel bağladığı bir mahsuldür, Buğday eken köylünün sayısı başka mahsullerden geçinen köylüden çok fazladır. Buğday fiyatı köylünün en çok buğday sattığı harman zamanında aşırı düşüp de köylünün pazardan alacağı o pırtının fiyatı olduğu gibi kalınca yahut buğday kadar ucuzlamayınca köylümüz bir yıllık giyeceği kullanacağı öteberiyi alamaz oldu, borçlarını, vergisini veremez oldu. Bu yüzden alış verişe kesat geldi, devletin geliri de azaldı. Devlet hem köylüden eskisi kadar vergi alamadı, hem de şehirlerde, kasabalarda işlerin durgun olmasından şehirdeki ve kasabalardaki tüccardan, esnaftan eskisine göre çok az vergi alabildi.

Bundan şunu anlamalıyız: Millet işlerinde her şey birbirine bağlıdır. Eğer köylünün işi ters giderse çok sürmeden tüccarın da, fabrikaların da işi ters gider. Devletin de geliri azalır. Hükümet en çok bunun için buğday çiftçisinin yardımına koşuyor.

Daha başka sebepler de var. Bu sebeplerden biri de şudur: Bundan yedi sekiz yıl önce büyük şehirler kendi yiyecekleri unun buğdayını yabancı memleketlerden getirirlerdi. Anadolu köylüsünün buğdayı İstanbul, İzmir, Samsun gibi şehirlere çokluk gelemezdi. Çünkü iç yurdun her yanına şimendifer yoktu. Olan yerlerin buğdayları da deniz kıyısına pahalı iniyordu.

Cumhuriyet Hükümeti bir yandan çiftçiye tohumluk, pulluk, traktör dağıttı para verdi. Ziraat bankasına bol para dağıttırdı. Öte yandan da birçok şimendifer yaptı, olan şimendiferler üzerinde buğdayı ucuz taşıdı. Bu yüzden memleketin buğday mahsulü arttı, büyük şehirlere bol bol gelebildi, yabancı memleketlere buğday parası vermekten kurtulduk.

Çiftçinin de yüzü güldü. 15 kuruşa kadar buğday sattı. Fakat kurak yılların ardı gelip de buğday bereketli olunca bu sefer bolluk yüzünden fiyat düştü. Buğdayın para etmemesi yalnız çiftçiyi değil, herkesi korkutur. Çünkü buğday üst üste bir kaç yıl para etmedi mi, çiftçi fazla ekmez. Bu sefer darlık olur.

Yabancı memleketlerden yabancı buğdayı getirmek düşer. Buda memleket için zarardır. Büyük şehirlerdeki kalabalık halk için de zarardır. Çünkü onlar da böyle olduğu zaman, ekmeği yedi sekiz kuruş yerine on beş yirmi kuruşa yerler.

İşte hükümetin buğday ekicisini korurken düşündüklerinden biri de buna meydan vermemektir. Çiftçinin eline masrafını koruyacak ve o yıl işini çevirebilecek bir para geçmesine çalışan hükümet bununla buğday ekiminin azalmamasına çalışmış oluyor.

Cumhuriyet hükümetinin yaptığı işler hep böyle iyi düşünülmüş işlerdir, Ya çiftçiye, köylüye böyle doğrudan doğruya veyahut ilk görünüşte değilse eninde sonunda faydalı olan işlerdir.

Çiftçi yurttaş! Cumhuriyet hükümeti, halk hükümetidir, senin hükümetindir. Bundan ötürü seni, senden çok düşünüyor ve senin için böyle çalışıyor! K.



## KÖYLÜNÜN DİLİYLE KONUŞMAK

Yazan: Dr. Cevdet Nasuhi

“Karinca’yı köylü ve kooperatifçi halkla konuşur bir mecmua olarak vermek dileğimizdi. İlk nüshalar için okuyanlarımıza hemen sorduk:

- Nasıl buldunuz? Aldığımız cevaplarda, bize, “**hitabeti insanların hizasına geliniz**” diyenler oldu. Hatta bu nüshamızda bir köy mualliminin mektubu da bize bazı şeyler ihtar etmekte:
- “**Köylü gözüyle görün ve köylü diliyle konuşun**” demektedir. Bunları dinliyoruz ve daha da dinleyeceğiz.

Biz, doğrudan doğruya kooperatifçi okuyucularımızın yazacakları tenkitleri de dinleyeceğiz. Dinlediğimiz ermek için ne yapmak lâzımsa yapacağız. Fakat bu, bir günde ve bir defada olacak değildir. “Karinca için, kendi kusurlarını düzeltmeye her azman hazır bulunmak, ona yetecek bir kusursuzluk olacaktır. Acaba, bu köylünün gözüyle görüp onun diliyle konuşmak nasıl olacaktır?”

- Köylünün dilindeki sözlerle konuşmak
- Köylünün üslubuyla konuşmak
- Köylünün istediklerini konuşmak
- Köylünün bilmediklerini ve henüz kendiliğinden istemediklerini ona öğretmek için konuşmak. Şimdilik aklımıza gelen yönler, bunlardır. Hepsini birer birer elden geçirelim.

Konuşmak için, köylünün lügatçasındaki sözleri almak zor değildir. Fakat biz, yalnız Türk köylüsünün değil, Türk halkının tamamının diliyle konuşacağız. Dil birliği ülküsünde, şehirlilik ve köylülük ayrılığı ayakta tutulmamak lâzımdır.

Biliriz ki, köylünün kendi hayatına ait kavramalar (mefhumları) vardır. Tabiatıyla sahife üzerine getirilecek olan sözler, bu kavramların dış işaretleri olacaklardır.

Dil ayırımında vazifemiz, büyük dil değişimi kımıldanışımıza ayak uydurmaktır. Köyden yazacak olanlara Karinca’nın sahifeleri açık tutulacaktır. Zaten köylünün üslubu, şehirli üslubuna doğru bir akış yapmakta değil midir?

Köylünün işlerini konuşmak meselesine gelince, zaten mevzuumuz, odur. Halkın işleri, bir defada ve her zaman için bir kalıpta öğrenilir şeyler değildir. Sonra, fındık yetiricilerimizin işleri, incirlerin, portakalcıların işleri, ipek kozası yetirenlerimizin; buğdaycılarımızın işleri, yazıcıları; ancak memleket meselelerinin karşılıklı herkes tarafından bilinmesi bakımından alâkalandırabilir. Aynı zamanda her yerdeki kooperatifçilerin gazetesi olmak isteyen mecmuamız için her taraflı olmak zarureti vardır. Bununla beraber, biz meselâ belli bazı kooperatif şekillerini anlatırken; onları herkes için aynı derecede öğrenilmesi lâzım şeyler diye yazarız, tabii.

Köylünün istediklerini konuşmaya gelince... Şimdilik onun, kendi gazetesinde görmesi ve okuması ettiğimiz şeyleri alıyoruz. Bu mevzuların da, nihayet kooperatifçilerimiz tarafından zaman zaman



işaret edileceğini beklemekteyiz.

Köylünün bilmediklerini ve henüz istemediklerini, kendiliğinden istemediklerini ona öğretmek için de tabiatıyla düşündüklerimiz vardır. Köylü ve kooperatifçi deyip de geçivermeyelim. Bizim hakkımızda ve hatta bütün ekimlilerimiz hakkında hüküm verecek, hatta çok defa isabetli hüküm verecek yurttaşlarımızın köyde eksik olduğunu zannedersek, çok yanılırız. Bizim köylülere öğreteceğimiz şeyler kadar, onların da bize öğretecekleri elbette vardır. Karınca'nın sayfalarında köylünün sesiyle ekimlinin sesi hayırlı bir rastlaşma yapacaklardır; ümit ediyoruz.

Muhakkak olan bir şey varsa, bu mecmua, şimdilik her halde yalnız okuryazarlarımız için, okuduğunu anlarlar için çıkıyor.

Ötekiler için, **“bilenler, bilmeyenlere öğretsinler”** demekten başka yapacağımız yoktur. Köy mektebinin millet mektebinin okuryazarlarımızı her gün biraz daha arttıracaklarını umutla ve inanla beklemekteyiz. Fakat bu bile, hâlâ daha, şehirde yazılan bir sayfanın köyde hemen ve alâka ile okunması demek değildir. Okunmayan bir yazının okuyucudan ziyade yazıcıyı töhmet altında tutacağı da herkes kadar biliriz. Okuma zevki yaratılabilir bir şeydir. Bu hususta “Karınca” yaratıcı olmalıdır.

Köylünün bilgisini arttırma meselesinde bu mecmua ve daha yapmayı düşündüğümüz diğer yazı işleriyle neler başarabiliriz, acaba? Çok defa, bizim ışıklarımız ve ekimlilerimiz; köylüyü hiçbir şey bilmez, sanırlar. Hâlbuki o, kendi yaşayışının icaplarına ve imkânlarına uygun ve çok defa isabetli bir bilgi zenginliğine sahiptir.

Bu zenginlik; kendisinin, babalarının ve dedelerinin (*ampirik ve pratik*) görgülerine dayanmaktadır. Onun bilgisinin bu isabetli ve düzgün parçasına karşı saygımızı esirgememeliyiz. Ekimli, köylüye yaklaşırken, köylü kişiliğinin bu köşesini çok korumalıdır.

Köylü, kendisinin bu düzgün ve görgülü tarafıyla, ekimlinin işleyebileceği yanlışı ve kusuru derhal sezmekte ve meydana çıkarmaktadır. Köylü kitabı okur, fakat bu kitap her hangi bir münasebet çerçevesinde onun hayatına uygun kitap olmalıdır.

Köylüye ilk defa olarak öğretilecek şeyler çoktur. Ona bu öğrentileri götürürken, yazarlar için, artık onun yaşayış kavramalarının dar çerçevesi içinde kalmaya imkân yoktur. Ondan ötürüdür ki, köylü ilk defa öğreneceği sözlerle ve ilk defa edineceği kavramalarla er geç karşılaşacaktır.

Köylüde de, bütün halk tabakalarında olduğu gibi düzeltilecek yanlışlıklar, tamamıyla köklenip bir tarafa atılacak sakat görüşler vardır. İnkılâbın her vasıta ile köye de iletilen ışığı, onları körletmektedir. Kooperatif kımıldanışı, köyde yapıcı bir kol yerini tutmaktadır. Okumayana, okuma zevki taşımayana: işitmek ve konuşmak, okunacak ve ilk defa öğrenilecek bilgi zenginliğini köylünün ayağına kadar taşıyabilir. Onun okunmasının okunulananın yayılmasını, kooperatif, işinin başındaki müdür, muhasip, kâtip gibi ekimlilerin ve köy mualliminin yardımları ile başarmalıdır.

Kooperatif, köyün bir terbiye ocağı olmalıdır. Orada okuyanlar, dinleyenler, konuşanlar, münakaşa edenler bulunmalıdır. Okumada ve öğrenmede yardımlaşma, kooperatifçiliğin en asıl bir başarısı sayılmalıdır.



## TEFECİLERDEN KİMLERİ KORUMALI?

Yazan: Pr. Süheyp Nizami

*Tefeci savaşında topumuz, tüfeğimiz zirai kredi kooperatifleridir.*

Ödünç para isteyenleri ikiye ayırabiliriz. Biri işini ve hesabım bilir; eksikliğini tamamlamak, geçimini yoluna koymak, işini genişletmek, kazancını arttırmak için ödünç para arar. Böylesi sözünün eridir, borcunu öder.

Öbürü hesabını bilmez, masrafını kazancıyla denkleştirmez, miras yedidir, aylaktır, işini bilmez. Böylesinin gözünde ödünç para, kazanılmış para gibidir. Ne kadar ödünç alabilirse o kadar kazandım sanır. İlerisini düşünmez, ödemeyi aklından geçirmez. Yer, içer, yan gelir. Bunların varlığını satıp savurmadan borçlarını temizlemenin yolu yoktur.

Birincileri tefecilerin eline düşürmemeliyiz. Tefecinin eline düşmek yıkıcıdır. Böyle çalışkan, düşünceli, becerikli ve ilerleyecek olanları yıkıcıdan korumak bir borçtur. İkincileri nasıl olsa çöküntü yolunu tutmuşlardır. Bunlar yıkılmadan kendilerini toparlamazlar. Yoksulluk kafalarına “**dank**” etmeden akılları başlarına gelmez. Bunlara iyilik etmek için ödünç para değil vermeli.

Her yerde mirasyediler zenginliklerini şuna, buna kaptırırlar. Düşüncesizliğin, tembelliğin sonu budur. Bazı mirasyediler, tefecilerden daha kurnaz çıkar da onları zarara sokarlar. Kendileri batarken tefecilerini de batırırlar. Buna ister acıyalım, ister gülelim. Bu böyledir. Bilmeden aldananlar, bile bile aldananlar, aldatmak isterken aldananlar her yerde vardır. Sinek pekmezi nasıl bulur ve bilirse tefeci mirasyediyi öyle bulur ve bilir. Bu ileri geri her memlekette böyledir. Bunlarla uğraşmak akıntıya kürek çekmek olur.

Ancak, ileri memleketlerde işini bilen, çalışkan, kazancını masrafiyle denkleştiren ve özü sözüne uygun olanlar tefecilerin ocağına düşmezler. Tefeciler bunlara el uzatamazlar, dış geçiremezler. Bizim de ülkümüz böylelerini tefecilerden korumak olmalıdır.

Tefecilik en çok köylerde salgın yapar, köylüleri kasıp kavurur. Fransa gibi, Almanya gibi ileri memleketler zirai kredi işlerini yoluna koymakla tefeciliğin salgınından <sup>(1)</sup> kurtulmuşlardır. Bu memleketlerde artık hiç tefecilik meselesi yoktur, kalmamıştır. Balkanlarda, bizde, İtalya’da, Mısır’da, Cezayir’de ve daha birçok memleketlerde tefecilik meselesi vardır.

Cumhuriyet hükümetimiz tefeciliğe karşı birçok tedbirler almıştır; çok güzel, çok ileri kanunlar yapmıştır. Bu kanunlarımızın güzelliklerini, iyiliklerini, tefeciye karşı borçluyu nasıl kayırdığını burada sayıp dönecek yerimiz yok.

(1) “Salgın diyorum. Yoksa tefeci dünyanın her yerinde her zaman vardır, olmuştur ve olacaktır. Mirasyediler, müsrifler oldukça tefeci de bulunacaktır. Hem tefeciliği dar düşünmek doğru değildir. Yalnız yüksek faizle ödünç para alanlar değil, çok aşağı fiyatla “alivre” satış yapanlar da tefeciye yakasını kaptırmış sayılmalıdır.

Memleketimizde tefecilik salgınına kökünden söküp atacak kuvveti zirai kredi kooperatiflerinde görüyorum. Tefeci savaşında topumuz, tüfeğimiz bu kooperatifler, cephanemiz de paradır. Cephanemiz azdır. Fakat biz az silâh ve cephane ile de yenmesini bilir bir milletiz. Onun için mutlaka üstün geleceğiz. Elverir ki, boşa kurşun sıklımayalım. Her boşa sıklığımız kurşun zaferimizi bir gün daha geciktiriyor. Zirai kredi kooperatifleri nasıl nisan almalı? Savaşı tez elden kazanmak için bu kooperatiflerin idare heyetleri nasıl bir tabya yapmalı? Bunları gelecek yazımızda araştıracağız.

Türk Kooperatifçilik Cemiyeti,  
Karınca,  
Ağustos 1934, sayı 3, s. 13



*Yazan: Yusuf Mazhar*

Tarlaların katı topraklarını ılık damlalı yağmurlar ıslatırken, sert kollu rençperler, keskin demirli sapanlarını hazırlarlar. Sonra, kuvvetli öküzler geniş yerleri yorulmadan sürerler. İşi bitmeyen köylü kadınlar çiftçilerine azık hazırlarlar. Daha sonra barda günü bekletilen tohumluklar dışarıya çıkarılır, yemeğe kıyılmayan seçme taneler yumuşamış toprağa saçılır...

Tarla ve tohum, gönülde eza duyulmadan gök ve güneşin eline bırakılır. Yağmurları arkadan yağın karlar erir ve kışın kalın bulutlarını baharın rüzgârı açar. Yeşil kadifeyi andıran ekinlerin kenarından çimenlerin geliştiği görüldükçe sevinç artar ve ümitler canlanır. Bereketi artıran feyizli rüzgârların esişinden gönüller ferahlanır... - Dul, yetim, çoban, çerçi, herkes çiftçilerden fazla bulutlara bakar ve gökyüzünün sularını beklerken sabırsızlanır. Uzun saçlı başaklar görününce doğan yeni ümidi meltemleri büyütür... Artık harman yığınlarının köy kenarında gölgeleri hayallenmeğe başlar...

Uzun saçlar kızgın güneşle sararır, yere doğru sarkık iri başaklar rüzgârla sallanırken rençper tırpanını bilir, döğenini diklerken işi bitmeyen köylü kadın boş ambarı temizler ve harmanın vereceği hediye saklayacak yeri hazırlar...

Nihayet ses gelen tarlaya gidilir. Aileler sıralanıp ellerinde orağın dişine kaptırdıkları buğdaydan yaptıkları sırma topu gibi güzel de metleri dizi dizi arkalarında bırakırlar ve meşru bir katliam ile ekinleri biçerlerken patikadan geçen yolcu bu berekette kendi payının büyüklüğünü görür, memnun olur...

Herkes yaklaşan harmanı, savrulan tınazın vereceği buğdayı düşünerek neşelenir. Yalnız gürbüz delikanlı ve olgun kız, harman sonunu, harman sonuna sözlü düşünleri için beklerler... Onlar, yavukluluk aşkının bağındaki düğümün çözülmesi için bekledikleri harmanı bir sene sonra sinelerinde bir yavru ile karşılarlar.



## KÖYLÜMÜZ İŞ BAŞINDA



İzmir'de Türkmenler civar köy mektepleri için kereste kesiyorlar.

# SOYADI KANUNU

Türk Kooperatifçilik Cemiyeti,  
Karınca,  
Ağustos 1934, sayı 3, s. 15

Geçen Haziranda Büyük Millet Meclisi “**Soyadı**” kanununu kabul etti. Bu kanuna göre her Türk birbirinden ayırt edilebilmek ve kimin soyundan olduğu anlaşılabilmek için bir soyadı taşıyacaktır.

Kanunu kooperatifçilerimize kolaylık olsun diye olduğu gibi basıyoruz:

Madde 1 - Her Türk öz adından başka soyadını da taşımağa mecburdur.

Madde 2 - Söylenişte, yaşama, imzada öz ad önde, soyadı sonda kullanılır.

Madde 3 - Rütbe ve memuriyet, aşiret ve yabancı ırk ve millet isimleriyle umumi edeplere uygun olmayan veya iğrenç ve gülünç olan soyadları kullanılmaz.

Madde 4 - Soyadı seçme vazifesi ve hakkı evlilik birliğinin reisi olan kocaya aittir. Evliliğin feshi veya boşanma hallerinde çocuk anasına tevdi edilmiş olsa bile babasının seçtiği veya seçeceği adı alır. Koca ölmüş ve karısı evlenmemiş olursa veyahut koca akıl hastalığı ve akıl zaifliği sebebiyle vesayet altında bulunuyor ve evlilik de devam ediyorsa bu hak ve vazife kadınındır.

Kocanın vefatıyla kadın evlenmiş veya koca evvelki fıkrada zikredilen sebeplerle vesayet altına alınmış ve evlilik de zeval bulmuş ise bu hak ve vazife çocuğun baba cihetinden olan kan hısımlarından en yakın erkeğe ve bunların en yaşlısına, yok ise vasiye aittir.

Madde 5 - Mümeyiz olan reşit soyadını seçmekte serbesttir. Akıl hastalığı ve akıl zaifliği dolayısıyla vesayet altına alınmış olan reşidin adını babası yok ise anası, bu da yok ise vasisi seçer.

Madde 6 - En büyük mülkiye memurunun vereceği müzekkere üzerine Cumhuriyet Müddei umumisi, 3. üncü maddedeki memnuiyete uygun olmayarak soyadı kullananların bu adı değiştirmelerini ve tarihte ün almış olanlara ilişik adların, hilâfını iddia ile kullanılmamasını mahkemeden isteyebilir.

Kanunla taayyün eden unvanlar mahfuzdur.

Madde 7 - Bu kanunun neşri tarihinden itibaren iki yıl içinde gerek soyadı olmayanlar ve gerekse soyadlarını değiştirmek isteyenler taşıyacakları adı hükümetin tayin edeceği şekilde nüfus kütüklerine geçirilmek üzere bildirirler. Bu iş için verilecek her nevi evrak pul resminden muaftr.

Madde 8 - Soyadı seçme işlerinde çıkacak ihtilafları halletmek ve kendilerinden soyadı seçmeyenlere anası babası belli olmayan çocuklara ad takmak ve bir adın kanunun istediği şekle uygun olup olmadığı hakkında karar vermek salâhiyeti, ana kütüğün bulunduğu yerin en büyük mülkiye memuruna aittir.

Madde 9 - Valiler ve kaymakamlar soyadlarının nüfus kütüklerine ve doğum kâğıtlarını doldurulması işinde diğer devlet dairelerinden münasip gördükleri memurları iş bitinceye kadar yardımcı olarak nüfus dairelerinde çalıştırmağa salâhiyetlidirler.

Madde 10 - Bu kanunun tayin ettiği müddet geçtikten sonra soyadlarını değiştirmek isteyenler Kanunu nedeninin bu bapta hükümlerine tâbi olurlar.



Madde 11 - Soyadlarını nüfus kütüğüne ve doğum kâğıtlarına yazma işinde ihmali görülen memurlar hakkında kaymakamlar bir haftalığa, valiler on beş günlüğe kadar maaş kesme cezası verebilirler. Bu kararlar kati olup ilk ödenecek maaştan kesilir.

Madde 12 - Kanunun tayin eylediği zammı içinde soyadını memurlara bildirmeyenlerden beş liradan on beş liraya kadar ve bu iş için hükümetçe verilecek vazifede ihmali görülen muhtarlar ve ihtiyar heyetleri azasının her birinden ve belediyelerce memur edilenlerden on liradan elli liraya kadar hafif para cezası alınır. Bu cezalar mahalli idare heyetleri kararıyla verilir ve vali veya kaymakamın tasdiki ile kat'ileşir.

Madde 13 - Bu kanunun tatbik yollarını gösterir bir nizamname yapılacaktır.

Madde 14 - Bu kanun neşri tarihinden altı ay sonra mer'iyete girecektir.

Madde 15 - Bu kanunun hükümlerini yerine getirmeğe Dâhiliye Vekili memurdur.

## Faydalı bilgiler

Türk Kooperatifçilik Cemiyeti,  
Karinca,  
Ağustos 1934, sayı 3, s. 21-22



Yazan: **Baytar**

Hayvanını iyi beslemek, ondan çok verim almak, çok faydalanmak için tutulacak en iyi yollardan biridir.

Hayvanlarına iyi bakmadığımız için cılızdır. Anadolu içinde birçok yerlerde öküzlerimiz zayıftır, ineklerimiz âdeta keçileşmiştir, sütleri azalmıştır.

Gürbüz hayvan yetiştirmenin birinci yolu eyi döl almaktır. Fakat bu da yetmez. iyi bir dölden yetiştirilmiş bir hayvan eyi beslenmezse eyi büyümez, zamanla güçten kuvvetten düşer, eğer süt hayvanı ise sütü az olur.

Demek ki işin başı hayvanı iyi beslemektir. Hayvan nasıl beslenir? Bunu dedelerimizden gördüğümüz görenekle biliriz. Lâkin bugünkü dünyada her şeyin bir bilgisi var. Bunun gibi iyi hayvan beslemenin de yolu, bilgisi vardır.

Biz burada o bilgiye, fence yapılan sınamalara dayanarak hayvan yemleri için çiftçiye öğütler vereceğiz. İlk önce şunları belli edeceğiz:

- 1 - Yemler hakkında neler bilmeli?
- 2 - Yemleri nasıl hazırlamalı?

Bundan sonra da her bir yem için diyeceklerimizi diyeceğiz.

Hayvan yemleri hakkında bilinmesi gerekli olan birçok şeyler vardır. Toprağın, havanın yağışlı olmasının yahut da kurak gitmesinin, gübre verilip verilmemesinin, biçmenin ve biçerken havanın gidişinin, yemin saklanması, eski veyahut yeni olmasının yem üzerinde tesiri olur.

**Toprak:** Kumlu-balçıklı ise böyle topraklar altları nemli olduğu, kolay ısındıkları ve havanın geçmesine yol verdikleri için bunlarda hayvana yarayacak iyi yem yetişir.

Kuru kumlu topraklarda yetişen yemler sert, hazmı (**hayvanın midesinde öğütülmesi**) güç olur. Bunların hayvana faydası da azdır. Yaşı soğuk ve ağır topraklar iyi yıllarda daha bol mahsul verir, fakat bu topraklarda yetişen yemler hem kaba olur, hem de hayvana çok yaramaz. Çok bataak yerlerde yetişen yemler de böyledir. Demek ki, en iyi yemler, kumlu-balçıklı topraklarda yetişir.

Toprağın bulunduğu yerin de yemler üzerinde iyiliği kötülüğü vardır. Çukurca yerlere ekilen buğday ve arpa gibi hububat çok saman verir. Hele kurak yıllarda böyle çukurca yerlere ekilen şeylerde hayvana çok yarayacak maddeler vardır. Çukur olmayan yüksek topraklarda kurak yıllarda biçilmiş yem ve yemlik çıkan maddelerde kireç ve hamın fosfor az olacağı için böyle yemlerle beslenen genç hayvanlar ve süt inekleri kemik hastalıklarına tutulurlar.

Demek ki, en iyi yemler, çukurca yerlerde olan kumlu-balçıklı topraklarda yetişir. İki üç tarlası olan için bunu bilmenin faydası çoktur. Hayvanlarının yemini böyle tarlalardan kaldırdık” mahsulden ayırır.

**Hava:** Toprağa atılan her bir tohumun iyi yetişmesi, gelişip serpilmesi için epeyce bir sıcaklık lazımdır. Sıcak az olursa yemin hayvana yarayacak maddeleri azalır. Zaten mahsullerin yetişmesi de gecikir.

Yarı rutubetli ve soğuk geçen yıllarda yetişen yemler o kadar faydalı değildir. Yaz serin giderse çayır otunun saplan kaba, yapraklan az olur. Hayvan kolaylıkla midesinde öğütemez. İyi güneşlenmiş mahsul tatlı olur. Gölgede yetişen otlar ise böyle şekerli, tatlı olmaz.

Yağmur olmazsa kurak yıllarda hububatın samanı çokça olur. Daneleri az gıdalı olur. Çünkü böyle kurakta, kemale gelmeden evvel topraktan kendisine lazım olan gıdaları alamaz. Kurak devam ederse buğdaylar, toprağın gıdası saptan tanelere doğru gidemediği için sapta toplanır. Bu sebeple taneler gıdasız, saman daha gıdalı olur. Lakin kurak çok devam ederse saman da yaramaz. Böyle çok kurak havalarda yetişen mahsulün samanı, yukarda da dediğimiz gibi genç hayvanlara, süt veren ineklere, gebe hayvanlara hiç yaramaz. Kemik hastalığı yapar.

**Gübre:** Gübrenin faydasını herkes bilir. Tarla ahır gübresi ile gübrelenirse mahsul gıdalı olur. Ahır gübresi yerine Şili köhrecilesi denilen gübre verilirse taneler aşırı derecede iyi olacak gibi mahsul de pek bol olur. Bazı fena çayırlarda “fosforit potasyum” denilen gübre ile yandan tecrübelerde çayırın birdenbire hem bol, hem çok güzel ot verdiği görülmüştür. Bu gübre ile gübrelenen çayırlarda fena otlar ortadan kaybolur, yerine tatlı güzel otlar yetişir.

**Biçme:** Biçmenin ve biçme zamanındaki havanın da yem üstünde tesiri olur. Ot ve ot gibi buğday ve arpa da biçildikten sonra yağmur altında ne kadar çok kalırsa hayvana o kadar az yarar. Çünkü sular ottaki gıdayı alıp götürür. Geri kalan âdetâ küsbe gibi olduğundan hazmı güçtür. Sonra böyle fazla ıslanmış ottaki tohumlar filizlenmeğe ot kızışmağa başlar. Bunun için hayvana yarayacak gıdalı kuru ot elde etmenin yolu otun saptarı sertleşmeye başlamadan, tohumları dökülmeden evvel çayırları biçmek, otu yağmurda bırakmamaktır.

**Yemi saklamak:** Eğer yem iyi saklanmazsa, az zaman sonra onun yemlik olarak değeri kalmaz.



Hayvana verilince midesini, bağırsaklarını bozan Fena saklanmış yemler hayvana daha çok zarar verir, hayvan hastalanır, sancılanır, dişi ise yavrusunu atar. Bozuk yemleri çaresizlik yüzünden hayvana yedirmek isteyenler bunları iyi yemlerle karıştırarak azar azar yedirmelidir. Fakat hayvana zarar veren bozuk yemleri hiç yedirmemek daha iyidir.

En kolay saklanma, yemi rutubetten ve havanın değişmelerinden korumaktır. Rutubetli yemler kızışmağa baslar, bunların sıcaklığını ölçmeli. Bir ucundaki boşluğa bir derece yerleştirilmiş bir demir çubuk sokarak hastaların ateşini ölçer gibi onun kızışmasını ölçmeli. Eğer ateşi 50 derece veya onu biraz geçmişse yığını dağıtmalı, havada kurulmalı. Altmış aşmışsa yığının üstünü düzleyip toprakla yahut gübre ile örtmeli. Kapıları, pencereleri delikleri kapamalı ve yığını kendi haline bırakmalı.

Çok eski, bayat, kuru ve fazla beklemiş otlar ve bunlara benzeyen yemler tozlanırlar. Böyle yemler uzun zaman hayvanlara verilirse göğüs hastalıkları, nefes tutkunluğu yapar.

Sözümüz uzadı gelecek sayıda yemin nasıl hazırlanması faydalı olacağını yazacağız.



## TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

### YÖNETİM KURULU

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

## TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

### DENETİM KURULU

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

## TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

### HAYSİYET DİVANI

Hüsnü POYRAZ  
Prof. Dr. İhsan ERDOĞAN  
Özdemir ÜNSAL

## Yazarlarımıza Duyuru

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

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

Kooperatif Postası



# KARINCA

HAZİRAN 2024 YIL: 91 SAYI: 1050 ISSN: 1300-1450

