

Kooperatif Postası



KARINCA

Eylül 2020 Yıl: 87 Sayı: 1005 ISSN: 1300-1450

Hasat Zamanı....





KARINCA

Yıl: 87 Sayı: 1005
Eylül 2020

ISSN: 1300 - 1450

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

Sahibi

Prof. Dr. Ali Fuat ERSOY

Yazı İşleri Müdürü ve Baş Editör
Prof. Dr. Hasan YAYLI

Editörler Kurulu

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

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

Hesaplarımız

T.C. Ziraat Bankası Cevizlidere Şubesi
Hesap Nu.: 7970378-5003
İBAN : TR45 0001 0019 2507 9703 7850 03

Abone Şartları

Yıllık Abone Bedeli: 120 TL. (KDV Dahil)
Fiyatı: 10 TL. (KDV Dahil)

The Subscription Price to the review is (USA Dolars)
24 a year, airmail included Correspondence relating to
the review should be sent to
"Türk Kooperatifçilik Kurumu" Basın, Yayın, Araştırma
Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri İşletmesi Adına
Mebusevleri Mah. Turgut Reis Cad. No: 15/6
06570 Çankaya - ANKARA
20 Mayıs 1931'de kurulan kamu yararına çalışır,
TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU
Basın, Yayın, Araştırma Danışmanlık ve Eğitim
Hizmetleri İşletmesinin aylık dergisi
"KARINCA" is the monthly journal of Turkish Cooperative
Association founded in 1931
Yazılarda savunulan fikirler yazarlarına aittir.
Gönderilen yazı ve haberler iade edilmez
Yazılar elektronik ortamda teslim edilir.

Yayın Türü

Yaygın Süreli Yayın

Basım Tarihi

14 Ekim 2020

Basım Yeri & Tasarım

Altınyaprak Matbaacılık Basın Yayın San. ve Tic.Ltd.Şti.
Kazım Karabekir Cad. 39/65 İskitler/ANKARA
altinyaprakmatbaa@gmail.com

Bu Sayıda.....

BAŞYAZI	1
MUSTAFA YAVUZ KOOPERATİFLERDE ORTAKLARIN SIR SAKLAMA YÜKÜMLÜLÜĞÜ	3
SONER ALTAŞ KOOPERATİF YÖNETİM KURULU ÜYELERİ ALEYHİNE SORUMLULUK DAVASI AÇILMASINI ORTADAN KALDIRAN HALLER	9
ERTUĞRUL GÜREŞÇİ KHWAJA WALID TÜRKİYE'DE KOOPERATİFÇİLİK İLE İLGİLİ BAZI ÇELİŞKİ VE YANILMALAR	15
YETER DEMİR USLU SAĞLIK HİZMETLERİNDE ALGILANAN HİZMET KALİTESİ	19
MERAL ŞENER COVID-19 SALGINI SIRASINDA OKUL SOSYAL HİZMET UZMANLARININ ETKİSİ	24
KÜBRA DOĞAN SOSYAL MESAFENİN TEHLİKELERİ: COVID-19 SOSYAL DENEYİMLERİMİZİ NASIL YENİDEN ŞEKİLLENDİREBİLİR	28
SELEN BİTKİN DEĞİŞEN TÜKETİCİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARININ İŞLETMELER AÇISINDAN ÖNEMİ	32
HAZAL OĞUZ ÖRTÜLÜ REKLAM NEDİR?	38
EMRULLAH GÜNEY SAKARYA MEYDAN SAVAŞI : ULUSAL BAĞIMSIZLIK SAVAŞIMIZIN DÖNÜM NOKTASI	43

*Dergimizde yayınlanan yazıların sorumluluğu
yazarlarına aittir.*

Değerli Kooperatif Dostları;

2020 yılının Eylül ayında yeniden birlikteyiz. Karınca dergisinin 1005. sayıya siz değerli kooperatif dostlarına zengin içerikle desteklediğimiz bir sayı ulaştırmaya çalıştık. Her zamanki gibi hem kooperatifçilik alanından hem de sosyal bilimlerin muhtelif alanlarından toplam 9 adet yazıyı siz okuyucularımızla buluşturuyoruz.

Eylül ayı içerisinde, bir yandan 30 milyonu aşan vaka sayısı ve bir milyonu aşan ölüm sayısı ile **KOVID-19** pandemisi dünya kamuoyundaki ilk sıra gündem olma özelliğini devam ettirirken özellikle Türk dünyası açısından Ermenistan'ın Karabağ'a yönelik şımarık davranışları da diğer bir gündem maddesini oluşturmaktadır.

Sovyetler Birliği'nin dağılma sürecinde, arkasındaki güçlerin yardımıyla Azerbaycan toprağı olan Karabağ'ı ve çevresindeki toprakları işgal eden Ermenistan, **27 Eylül 2020 Pazar sabahı**, yine haddini aşarak bir saldırıya daha kalkıştı.

Azerbaycan topraklarına yönelik bu saldırıda sadece askerî unsurlar değil siviller de hedef alındı. Terter'in Gapanlı, Ağdam'ın Çıraklı ve Orta Garvand, Fuzuli'nin Alhanlı ve Şükürbeyli, Cebrayıl'ın Çocuk Mercanlı köylerinde yoğun bombardıman yaşandı. Naftalan ilçesine bağlı Kaşaltı köyünde, tamamı aynı aileden 5 sivil hayatını kaybetti; 19 sivil de yaralandı. Bunun üzerine Azerbaycan ordusu, cepheye yakın bölgelerde yaşayan sivil halkın güvenliğini sağlamak için karşı saldırı başlattı. Ermenistan ordusu, bölgede görev yapan Türk gazetecileri de hedef aldı. Kapanlı köyü yakınında çekim yapan **AA** ve **TRT** ekibi saldırıdan son anda kurtuldu.

Ermeni diasporasının uluslararası alandaki lobicilik çalışmaları kapsamında Ermenistan'ın Karabağ'a yönelik hukuksuz tecavüzünü meşrulaştırma çalışmaları için **1915** olaylarının uluslararası toplumda yeniden tartışmaya açmaya çalışması ve kirli/kara propaganda çalışmaları yapmasına karşı dikkatli olmak gerekmektedir.

Birinci Cihan Harbi başlarında, henüz "**tehcir**" denilen sevk ve iskân kararı ortada yokken Kars ve Ardahan bölgesinde katliamlar yapan, daha sonra Van'da büyük bir isyan çıkartan ve Ruslarla işbirliği yaparak idareyi ele geçiren komitacılar, büyük bir katliama yol açtılar.

1915'te, bu olayda ve Çanakkale gibi pek çok cephede bir ölüm kalım savaşı verilirken ordunun arkadan hançerlenmesi yüzünden Türk milletinin ve Türk devletinin nefsi müdafaa tedbiri olarak alınan "**sevk ve iskân**" kararı sayesinde ki bugün o Doğu vilayetlerinde, Erzurum'dan Diyarbakır ve Urfa'ya uzanan hatta, ezan sesi duyuluyor; bütün Türk vatandaşları hayatlarını idame ettiriyor. Aksini iddia edenler, bir zamanların Müslüman Türk kenti Revan'a (*bugün Erivan*) bakabilirler.

Bilindiği üzere Sovyetler Birliği döneminde, Kasap Stalin'in iktidarında, Azerbaycan sınırları içinde bulunan Dağlık Karabağ'da bir "**Ermeni Özerk Bölgesi**" oluşturma kararı alınmış ve bunun için de farklı bölgelerden çok sayıda Ermeni buraya yerleştirilmişti. Sosyalizm maskesi takan Stalin, yüz yıl kadar önce Revan'ı "**Erivan**" yapan Çarların politikasını takip etmekten başka bir şey yapmamıştır. Sovyetler Birliği zayıflamaya başlayınca Ermeniler, Karabağ'ın Sovyet Azerbaycan'dan Sovyet Ermenistan'a devredilmesi için savaş çıkardılar. Rusların desteğini de alan Ermeniler, 1991'de Hankendi'ni, 1992'de Şuşa ve Hocalı'yı işgal etti. Daha sonra Laçın, Hocalı, Kelbecer ve Ağdere'yi de ele geçiren Ermeniler, 1993'te Ağdam'a girdi. Ağdam'ı Cebrayıl, Fuzuli, Gubadlı ve Zengilan illerinin işgali izledi. Ermeniler bu süreçte, Azerbaycan Türklerine karşı katliamlar yaptı; Hocalı'da soykırım uyguladı. Azerbaycan topraklarının yüzde 20'si işgal edildi; 1 milyona yakın Azerbaycan Türk'ü, yaşadıkları bölgeleri terk etmek zorunda kaldı.

Bu meselenin çözümü için gerek Sovyet sonrası kurulan Bağımsız Devletler Topluluğu gerekse Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı (**AGİT**) bünyesinde girişimler olduysa da Ermenistan asla çözüme yanaşmadı. Eş başkanlıklarını **Rusya, Fransa** ve **ABD**'nin üstlendiği Minsk Grubu, 1992'den bugüne havanda su dövüyor.

Rusya, Ermenistan'ı silahlandırmada çok önemli rol oynadı. İran ve Rusya, stratejik çıkarları açısından işgalci Ermenistan'ın yanında yer aldılar. Eski Ermenistan Cumhurbaşkanı Serj Sarkisyan, 2010-2018 yılları arasında Rusya'nın Ermenistan'a 50 bin tondan fazla silah gönderdiğini açıkladı.

Türkiye ve Türk Milleti, bu meselede, hem tarihî hem de uluslararası hukuk bakımından haklı olan Azerbaycan Cumhuriyeti'nin yanında yer almıştır ve almaya da devam edecektir. Sayın Cumhurbaşkanımız ve devlet yetkilileri, son gelişmelerde de bu tavrımızı açıkça bir kez daha ortaya koydular. **TBMM**'deki dört parti grubunun yayımladıkları destek açıklaması da memnuniyet vericidir.

Son saldırılarda, kendisine layık görülen maşa rolünü sorgusuz sualsiz kabul eden Ermenistan, kendi halkının da bölgedeki diğer bütün halkların da barış ve huzurunu bozan tavrını gözden kaçırmaya çalışmakta; Türkiye'yi ve Azerbaycan'ı suçlamaktadır. Bizzat eski Cumhurbaşkanları, Hocalı'da yaptıkları soykırım ile ilgili açıklamasında sivilleri bilinçli bir şekilde hedef aldıklarını açıklamıştı. Bugün de haksız yere işgal ettikleri Azerbaycan topraklarındaki mevzilerinden cephe hattındaki sivil yerleşimlere saldırmakta beis görmeyen bu korsan devlete haddi bildirilmektedir.

Türkiye ile Azerbaycan arasındaki ilişki bir stratejik ortaklık ya da müttefiklikten öte bir ilişkidir. Bu ilişki kardeşlik ilişkisidir ve **Türkiye Cumhuriyeti devleti** ve **Türk Milleti** her zaman olduğu gibi ön koşulsuz olarak **Azerbaycan**'lı kardeşlerine olan desteğini sürdürecektir.

KOOPERATİFLERDE ORTAKLARIN SIR SAKLAMA YÜKÜMLÜLÜĞÜ

Mustafa YAVUZ*

1. Giriş

Kooperatiflerin en temel amacı, ortaklarının belirli ekonomik menfaatlerini ve özellikle meslek veya geçimlerine ait ihtiyaçlarını işgücü ve parasal katkılarıyla karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle sağlayıp korumaktır.

Kooperatiflerde ortak ile kooperatif arasında hukuki bir ilişki mevcuttur. Bu ilişki gereğince her ortak bir takım hak, borç ve yükümlülüklerle sahiptir.¹

1163 sayılı Kooperatifler Kanunu² (**KoopK**) ve örnek anasözleşmeler kapsamında kooperatif ortaklarının yükümlülükleri; sır saklama yükümlülüğü, ortaklık payını ödeme yükümlülüğü, ek ödeme yükümlülüğü, iflas halinde oluşacak borcun ödenmesi yükümlülüğü, ortaklık payı dışındaki ödemeleri yapma yükümlülüğü, kooperatif hakkında yanlış bilgi vermeme yükümlülüğü, haksız yere ve kötüniyetli alınan risturnun iadesi yükümlülüğü, anasözleşmede yer alan kurallara göre belli bir miktarda mal alımı ya da teslimi yükümlülüğü şeklinde sıralanabilir.

Kooperatiflerin menfaatleri ile ortakların menfaatleri arasında bir denge kurularak oluşturulan hak ve yükümlülüklerin başında bilgi edinme hakkı ile ortakların sır saklama yükümlülüğü gelmektedir. Sır saklama yükümlülüğü esasen, bilgi edinme hakkının sınırlarını da belirlemektedir.

Kooperatiflerde ortakların sır saklama yükümlülüğü, 6762 sayılı mülga Türk Ticaret Kanununun 363. maddesindeki düzenlemeye paralel olarak, **KoopK**'nın 25. maddesinde düzenlenmiştir.

İşte bu çalışmada, kooperatiflerde ortakların sır saklama yükümlülüğü tüm yönleriyle ele alınmış ve incelenmiştir. Konunun daha iyi anlaşılabilmesi bakımından öncelikle ortakların bilgi edinme hakkına ilişkin genel bilgi verilmiştir.

* Gümrük ve Ticaret Uzmanı

1) Orhan Nuri Çevik, *Anonim Şirketler, Seçkin Kitabevi, Ankara 1988, s.766*

2) 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu, 10.05.1969 tarihli ve 13195 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.



2. Kooperatifler Kanununa Göre Kooperatif Ortaklarının Bilgi Edinme Hakkı

Bilgi edinme hakkı, kooperatiflerde denetçiler eli ile yapılan korporatif denetlemeyi tamamlamak üzere kooperatifin iktisadi ve mali durumunun, egemenlik ilişkilerinin ve yönetimde yer alan ortakların elde ettiği menfaatlerin tam olarak anlaşılması ve bu suretle hakların bilinçli bir şekilde kullanılması amacıyla ortaklara tanınmış, bağımsız, devredilemeyen ve reddedilemeyen³ bireysel ve müktesep bir haktır. Söz konusu hak **KoopK**'nın 24. ve 25. maddelerinde düzenlenmiştir. Bilindiği üzere, anılan Kanunun 98. maddesinde yapılan atıf dolayısıyla, kooperatifler hakkında **KoopK**'da düzenlenmeyen hususlarda 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununun⁴ (**TTK**) ilgili hükümleri tatbik olunmaktadır. Bu halde, **KoopK**'da yer alan hususlar hariç olmak üzere, anonim şirket pay sahiplerinin bilgi alma ve inceleme hakkını düzenleyen **TTK**'nın 437. maddesi kooperatifler hakkında da uygulanmaktadır.

KoopK'nın 24. maddesine göre, yönetim kurulunun gelir gider farklarının dağıtım şekli hakkındaki tekliflerini ihtiva eden yıllık çalışma raporu ile bilanço ve denetçilerin tanzim edecekleri rapor genel kurulun yıllık toplantısından en az 15 gün öncesinden itibaren bir yıl süre ile kooperatif merkezinde ve varsa şubelerinde ortakların incelemesine sunulur. Talep eden ortaklara bilanço ve gelir gider farkı hesaplarının birer suretinin verilmesi zorunludur. Ortakların bilgi edinme hakkı, anasözleşme veya kooperatif organlarından birinin kararıyla bertaraf edilemez veya sınırlandırılmaz. Dolayısıyla bu haklar, vazgeçilmez nitelikte müktesep ortaklık hakkıdır.

Öte yandan, ortaklar genel kurulda, yönetim kurulundan kooperatifin işleri, denetçilerden denetimin yapılma şekli ve sonuçları hakkında bilgi isteyebilir. Verilecek bilgiler, hesap verme ve dürüstlük ilkeleri bakımından özenli ve gerçeğe uygun olmalıdır (**KoopK md. 98, TTK md. 437/2**).

Ayrıca, genel kurulun açık bir müsaadesi veya yönetim kurulunun kararı ile ortaklar, kooperatifin ticari defterleri ve haberleşme ile ilgili hususlarını inceleyebilir.

Bilgi edinme istemleri cevapsız bırakılan, haksız olarak reddedilen, ertelenen ve **KoopK** ve **TTK**'nın ilgili hükümlerine göre bilgi alamayan ortaklar, reddi izleyen 10 gün içinde, diğer hallerde de makul bir süre içerisinde kooperatifin merkezinin bulunduğu yerdeki asliye ticaret mahkemesine başvurabilir (**KoopK md. 98, TTK md. 437/5**).

3. Kooperatif Ortaklarının Sır Saklama Yükümlülüğü

Kooperatiflerde ortaklardan hiçbiri, incelenmesine genel kurulun açık izni veya yönetim kurulunun kararı ile müsaade edilen defter ve belgelerden öğrendikleri sırlar hariç, kooperatifin iş sırlarını öğrenmeye yetkili değildir. Ortaklar ne suretle olursa olsun öğrenmiş olduğu kooperatife ait iş sırlarını, sonradan ortaklık hakkını kaybetmiş olsa dahi, daima gizli tutmak ve diğer ortaklar dâhil üçüncü kişilere açıklamamakla yükümlüdür (**KoopK md. 25**).

Sır saklama yükümlülüğünün amacı, kooperatifin üçüncü kişilerce öğrenilmesinde sakınca olan ve dolayısıyla üçüncü kişiler tarafından öğrenilmesi kooperatife zarar verecek bilgilerin açıklanmasını engellemek⁵, bir başka anlatımla, ortakların bir şekilde elde ettiği sırları kullanarak kooperatife

3) Reha Poroy, Ünal Tekinalp, Ersin Çamoğlu, *Ortaklıklar Hukuku-II, Vedat Kitapçılık, İstanbul 2017, s.50.*

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

5) N. Füsün Nomer, *Anonim Ortaklıkta Pay Sahibinin Sadakat Yükümlülüğü*, Beta Yayınları, İstanbul 1999, s.125.

zarar vermesini önlemektir. Sır, gizli tutulup söylenmemesi, kimseye açıklanmaması gereken şey anlamına gelmektedir.

Genel olarak sır; işitmek, görmek veya sair suretlerle öğrenilen ve maddi varlığa sahip bulunmayan, gizli veya sınırlı sayıda kişi tarafından bilinen ve saklı tutulması lazım olan bir husus şeklinde tanımlanmaktadır. Ortaklar yönünden bir hususun kooperatif sırrı olarak nitelendirilmesi için; olay, fikir, görüş, iş ve işlem olarak gerçekte var olması, sınırlı sayıda kişilerce bilinmesi, ilgililerce üçüncü kişiler tarafından öğrenilmesinin istenmemesi, saklanmasında şirketin bir yararının bulunması gibi unsurları ihtiva etmesi gerekir.⁶

Dolayısıyla, ortaklar da dâhil olmak üzere üçüncü kişiler tarafından bilinmesinde kooperatif menfaatleri açısından sakıncalı olan hususlar “**sır**” olarak nitelenebilir.⁷ Daha açık ifadeyle, kooperatif ile bağlı işletme ve fabrikalarını ilgilendiren bütün muamele, fiil ve işlere ilişkin olup da açıklanması kooperatif aleyhine zarar doğuran veya zarar doğurması ihtimali bulunan ve kooperatifin konusuyla ilgili olan sırların kooperatifin iş sırları olarak kabul edilmesi gerekir.⁸

Ortağın kooperatife ait iş sırlarını öğrenmesi, incelenmesine izin verilen defter ve vesikaların incelenmesi sonucu gerçekleştirilebileceği gibi, diğer yollardan, örneğin gizli olarak belgeleri incelemesi, kooperatif çalışanlarından bilgi sızdırması şeklinde de gerçekleştirilebilir. İş sırlarını öğrenme şekli nasıl olursa olsun, ortak öğrendiği sırları gizli tutmak zorundadır. Ortağın şirketin iş sırlarını öğrenmesi herhangi bir yaptırıma tabi değildir. Aşağıda da belirtileceği üzere, ortağın sorumluluğuna yol açan husus, öğrendiği sırları açığa vurması ve üçüncü kişilere aktarmasıdır. Ortak öğrendiği sırları açıklamadığı sürece **KoopK** md. 25 kapsamında sorumlu tutulamaz.⁹

Diğer taraftan, sır saklama yükümlülüğü, sadece ortak olunan dönemde değil, ortaklıktan ayrılınması halinde de geçerliliğini korumaktadır. Bununla beraber, ortak kooperatif hakkında öğrendiği bilgilerden kendine menfaat/yarar sağlasa dahi, kural olarak bu davranış sır saklama yükümlülüğüne aykırılık teşkil etmez.¹⁰

Bunun yanında, ortakların sır saklama yükümlülüğünün süresi konusunda Kanunda herhangi bir açıklık bulunmamaktadır. Aynı şekilde **TTK**'da da belirli bir süre öngörülmemiştir. Bu durumda, Türk Medeni Kanununun 2. ve 3. maddeleri çerçevesinde öğrenilen bilgilerin güncel olduğu, ortakların elde ettiği bilgileri açıkladıkları anda kooperatifin zarara uğrayacağını bilebilecekleri ve objektif olarak herkes tarafından tahmin edilebilecek durumda yükümlülüğün devam ettiği kabul edilir.¹¹

Aynı zamanda kooperatif ortağı olan yönetim kurulu üyeleri de, görevleri dolayısıyla öğrendikleri iş sırlarını, hem görevleri sırasında hem de görevden ayrıldıktan sonra aynen ortaklar gibi gizlemek durumundadır. Aksi halde, **KoopK** md. 25'e göre hukuki ve cezai yönden sorumlu olurlar. Öte yandan, aynı Kanunun 68. maddesinde, denetçilerin, görevleri sırasında öğrendikleri

6) Orhan Nuri Çevik, *age*, s.844-845.

7) N. Füsün Nomer, *age*, s.125.

8) Yusuf Üstün ve Muhittin Aydın, *Kooperatifler Hukuku, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, Ankara 2014, s.150.*

9) Pelin Güven, *Türk Hukukunda Kooperatiflerde Ortakların Hakları ve Yükümlülükleri, Marmara Üniversitesi, İstanbul 1993, s.110.*

10) N. Füsün Nomer, *age*, s.129.

11) Mine Çiftçi Kılıçarslan, *Kooperatiflerde Ortakların Hak ve Yükümlülüklerinin Kapsamı, Erciyes Üniversitesi, Kayseri 2019, s.168.*

ve açıklanmasında kooperatifin veya ortakların şahısları için zarar umulan hususları kooperatif ortaklarına ve üçüncü şahıslara açıklayamayacağı belirtilmiş, ancak bu yasağa aykırı davranışın yaptırımının ne olduğu anılan maddede düzenlenmemiştir.

Bilindiği üzere denetçiler, ortak olan veya olmayanlar arasından seçilir. Ortak olmayan bir kimse de kooperatiflerde denetçi olabilir. Bu halde, sır saklama yükümlülüğüne aykırı davranan denetçi, aynı zamanda ortak ise **KoopK**'nın 25. maddesine göre, değilse genel hükümlere göre sorumlu olur. Diğer taraftan, anılan madde düzenlemesi kooperatif personelinin kapsamamaktadır. Kooperatifin iş sırlarını açıklayan kooperatif personeli hakkında **KoopK**'da öngörülen sorumluluk halleri uygulanmasa da, 4857 sayılı İş Kanunu ve iş sözleşmesine göre işlem yapılması mümkündür.

Son olarak belirtelim ki, ortakların sır saklama yükümlülüğünün ne kadar süre devam edeceği hususunda **KoopK**'da bir düzenleme yoksa da, öğrenilen sırların kooperatif tüzel kişiliğinin devam ettiği sürece saklanması gerektiği kabul edilmelidir.

4. Sır Saklama Yükümlülüğünün İhlali Halinde Hukuki

Ve Cezai Sorumluluk

Sır saklama yükümlülüğünü ihlal eden ortaklarla ilgili olarak **KoopK**'nın 25. maddesinde düzenlenen hukuki ve cezai sorumluluk halleri aşağıda değerlendirilmiştir.

4.1. Hukuki Sorumluluk

Sır saklama yükümlülüğünü yerine getirmeyen, bir başka deyişle kooperatifin iş sırlarını ifşa eden ortaklar, ortaya çıkacak zararlardan dolayı kooperatife karşı sorumludur (**KoopK md. 25**). Buradaki (hukuki) sorumluluk, meydana gelen zararın tazmin edilmesi anlamını taşımaktadır. Kooperatifin bir zararı yoksa ortağın sorumlu olması mevzu bahis değildir. Ancak, bir sonraki bölümde açıklanacağı üzere, ortağın cezai sorumluluk hali saklıdır.

Kooperatifin karşı karşıya kaldığı zarar, kooperatif malvarlığında doğrudan azalma veya umulan kârdan eksilmeye neden olma (**servetteki artışa engel olma**) şeklinde tezahür edebilir. Yargı kararlarına göre, oluşan zarar ekonomik bir değer taşımalı ve miktarı tespit edilebilir olmalıdır. Ayrıca, meydana gelen zarar, kooperatifin malvarlığını doğrudan doğruya etkilemelidir.

Söz konusu zararın tazmini için açılacak olan davanın türü, tazminat (**hukuki sorumluluk**) davası olup, mezkûr dava kooperatif tarafından zarara sebebiyet veren ortaklar aleyhine kooperatif merkezindeki asliye ticaret mahkemesinde açılır.

Davacı konumundaki kooperatifin, ortağın kooperatif sırlarını ifşa ettiğini ve bu davranışından dolayı zarara uğradığını ispatlaması gerekir. Mahkeme tarafından hükmedilen tazminat ise kooperatife ödenir. Öte yandan, ortağın sır saklama yükümlülüğünü ihlal davranışı ile kooperatifin uğradığı zarar arasında illiyet bağı (**sebep-sonuç ilişkisi**) bulunmalıdır. Bu bağ mevcut değil ise veya ortaya konulamazsa, ortağın sorumluluğuna gidilemez.

KoopK'nın 25. maddesinde kooperatiflerin iş sırlarını ifşa eden ortakların sorumluluğunun kooperatife karşı olduğu özellikle vurgulanmıştır. Bu halde diğer ortaklar ve üçüncü kişiler, söz konusu fiilden dolayı doğrudan veya dolaylı olarak zarara uğrasalar dahi tazminat davası açamazlar.

6098 sayılı Türk Borçlar Kanununun¹² 147/4. maddesi hükmü uyarınca, bir ortaklıkta, ortaklıklarla **(ve dolayısıyla kooperatiflerle)** ortaklar arasındaki davalar beş yıllık zamanaşımına tabi olduğundan, sır saklama yükümlülüğünü ihlal eden ortaklar hakkında açılacak tazminat davalarında da bahsi geçen zamanaşımı süresi uygulanır.

4.2. Cezai Sorumluluk

KoopK'nın 25. maddesinde kooperatiflerin iş sırlarını açıklayan ortaklar ile ilgili olarak hukuki sorumluluk yanında, cezai sorumluluk da öngörülmüştür. Mezkûr maddede öngörülen sır saklama yükümlülüğüne muhalefet suçunun yaptırımı, ilgili ortağın **“bir yıla kadar hapis veya adli para cezası”** ile cezalandırılmasıdır.

Bahse konu suçun oluşması için kooperatif açısından bir zararın doğması veya zarar tehlikesinin bulunması gerekli değildir. Bu durum anılan maddede, **“herhangi bir zarar umulmasa dahi”** şeklinde ifade edilmiştir. Dolayısıyla, sır saklama yükümlülüğüne ihlal suçunda, zarar unsurunun gerçekleşip gerçekleşmediği dikkate alınmaz.

Bununla birlikte, mezkûr suç **KoopK**'da şikâyete bağlı bir suç olarak düzenlenmiştir. Cumhuriyet Savcılarınca bir kooperatifin iş sırlarının açıklandığı, dolayısıyla sır saklama yükümlülüğüne aykırı davranıldığı öğrenilse dahi, şikâyette bulunulmadıkça, ortak hakkında resen soruşturma yapılamaz ve bu suçla ilgili hiçbir işlem yürütülemez. Kanun koyucu şikâyet hakkını, sadece kooperatife¹³ tanımıştır. Bu durumda, soruşturmaya başlanabilmesi için kooperatifin, suçun işlendiği ve failini bildiği veya öğrendiği tarihten itibaren altı ay içerisinde şikâyette bulunması şarttır **(5237 sayılı Türk Ceza Kanunu¹⁴ md. 73)**.

Belirtilen süre içerisinde şikâyette bulunulmaması halinde sır saklama yükümlülüğüne muhalefet eden ortaklar hakkında ceza soruşturması yapılamaz. Altı aylık süre, kesin nitelikte hak düşürücü bir süre olup, kesilmesi veya durması söz konusu değildir.

Sır saklama yükümlülüğü birden fazla ortak tarafından aynı anda ihlal edilmişse, kooperatifin her bir ortak hakkında ayrı ayrı şikâyette bulunmasına gerek yoktur. Biri hakkında yapılan şikâyet, diğer ortaklara da sirayet eder. Kooperatifin hükmün kesinleşmesine kadar geçen sürede şikâyetinden vazgeçmesi durumunda ceza davası düşer. Ancak bu durumun geçerliliği sanık konumundaki ortağın kabulüne bağlıdır.

Sır saklama yükümlülüğüne muhalefet suçunda yaptırım, alternatifli olarak düzenlenmiştir. Buna göre, söz konusu fiili işleyenler, ya bir yıla kadar hapis ya da adli para cezasıyla tecziye edilir. Kanuni sınırlar içinde kalmak kaydıyla hangi cezaya hükmedeceğini hâkim takdir eder.¹⁵

TCK'nın 49/2. maddesinde, hükmedilen bir yıl veya daha az süreli hapis cezası, kısa süreli hapis cezası olarak ifade edildiğinden söz konusu ceza da **“kısa süreli hapis cezası”** olarak nitelendirilir.

12) 6098 sayılı Türk Borçlar Kanunu, 04.02.2011 tarihli ve 27836 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

13) Kooperatif sırlarını açıklayan ortaklar hakkında şikâyette bulunma yetkisi, kooperatife temsile yetkili olan yönetim kuruluna aittir. Kanımızca, bu görev yönetim kurulu tarafından yerine getirilmezse, denetçiler de şikâyette bulunabilir. Ortaklar doğrudan suç duyurusunda bulunma yetkisine sahip olmayıp, böyle bir suçun işlendiğini öğrenmeleri halinde kooperatife başvurmaları gerekir.

14) 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu, 12.10.2004 tarihli ve 25611 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

15) Erol Çetin, Ceza Hukuku Açısından Kooperatifler ve Kooperatiflerde İşlenen Suçlar, Yetkin Yayınları, Ankara 2004, s.205-206.

Kısa süreli hapis cezası, suçlunun kişiliğine, sosyal ve ekonomik durumuna, yargılama sürecinde duyduğu pişmanlığa ve suçun işlenmesindeki özelliklere göre **TCK**'nin 50. maddesinde öngörülen seçenek yaptırımlardan birine çevrilebilir ya da aynı Kanunun 51. maddesi kapsamında ertelenebilir. Bunun yanında, adli para cezası için kanun koyucu alt ve/veya üst sınır belirlememiştir.

Bu durumda, fail hakkında adli para cezasının uygulanmasına karar verilmesi halinde mahkeme, **TCK**'nin 52. maddesi kapsamında 5 gün ila 730 gün arasında bir adli para cezasına hükmeder. Bir gün karşılığı adli para cezasının miktarı, en az 20 ve en fazla 100 TL'dir. Para cezasının miktarı ise failin ekonomik ve diğer şahsi halleri göz önünde bulundurularak takdir edilir.

Öte yandan, kooperatifin amme alacaklarına dair yükümlülüklerini tam olarak yerine getirmediğini gören ve bunu yetkili makamlara ihbar eden bir ortak, kooperatife ait iş sırrını açıkladığı gerekçesi ile **KoopK**'nin 25. maddesine göre cezalandırılmaz. Amme alacağı mevzuatının emredici hükümlerinin ihlalinin "**iş sırrı**" olarak kabul edilmesi, bir kanunla gayri meşru kabul edilen davranış ve fiillerin bir diğer kanunla korunması anlamını taşır.¹⁶ Kanun koyucunun söz konusu maddenin sevinde böyle bir amaç taşımadığı muhakkaktır. Yeri gelmişken belirtelim ki, **KoopK**'nin 25. maddesinde tanımlanan suçun zamanaşımı süresi, **TCK**'nin 66/1. maddesi gereğince sekiz yıldır.

5. Sonuç

1163 sayılı Kooperatifler Kanunu ve ilgili diğer mevzuatta kooperatif ortaklarına bazı haklar tanındığı gibi, menfaatler dengesine uygun olarak ortaklar için bazı yükümlülükler de öngörülmüştür. Söz konusu yükümlülüklerden birisini de ortakların sır saklama yükümlülüğü oluşturmaktadır. Kooperatif ortakları, kooperatifin ticari defterleri ve haberleşme ile ilgili hususları, yalnız genel kurulun açık bir izni veya yönetim kurulunun kararıyla inceleyebilir. İncelenmesine müsaade edilen defter ve vesikalardan öğrenilecek sırlar hariç olmak üzere, hiçbir ortak kooperatifin iş sırlarını öğrenmeye yetkili değildir. Her ortak ne suretle olursa olsun öğrenmiş olduğu kooperatife ait iş sırlarını, sonradan ortaklık hakkını kaybetmiş olsa dahi daima gizli tutmak zorundadır.

Sır saklama yükümlülüğünün ihlal edilmesi halinde ortaklar açısından hukuki ve cezai sorumluluk doğmaktadır. Bu kapsamda, sır saklama yükümlülüğünün ihlal edilmesinden dolayı kooperatifin bir zarara uğraması durumunda, ilgili ortak ortaya çıkan zarardan sorumlu olur. Bunun üzerine kooperatifin başvurabileceği yol, uğradığı zararın tazmini için ortak hakkında tazminat davası açmaktır. Ortağın hukuki sorumluluğuna gidilebilmesi için kooperatifin zarara uğraması ve bunun ispat edilmesi şarttır.

Ancak, herhangi bir zarar oluşmasa dahi, sır saklama yükümlülüğüne aykırı davranan ortağın bu davranışı cezai sorumluluğu gerektirir. **KoopK**'nin 25. maddesine göre sır saklama yükümlülüğü kuralını ihlal eden ortak, herhangi bir zarar umulmasa dahi bir yıla kadar hapis veya adli para cezası ile cezalandırılır. Ortak hakkında ceza soruşturması yapılabilmesi için kooperatif tarafından Cumhuriyet Savcılığına şikâyette bulunulması şarttır. Sır saklama yükümlülüğüne muhalefet suçu, şikâyete bağlı bir suç olarak düzenlendiğinden, şikâyette bulunulmadan ortak hakkında resen soruşturma başlatılmaz ve dava açılmaz.

Bu itibarla, kooperatif ortaklarının, hukuki ve/veya cezai bir yaptırımla karşı karşıya kalmamaları bakımından, Kooperatifler Kanununda öngörülen sır saklama yükümlülüğüne aykırı davranmamaları ve anılan yükümlülüğü ihlal etmeme hususunda gerekli hassasiyeti göstermeleri menfaatlerine olacaktır.

¹⁶⁾ *Bumin Doğrusöz, Anonim Şirket Ortağının Vergi İdaresine İhbarda Bulunması Suç mudur? Dünya Gazetesi, 06.01.2005.*

KOOPERATİF YÖNETİM KURULU ÜYELERİ ALEYHİNE SORUMLULUK DAVASI AÇILMASINI ORTADAN KALDIRAN HALLER¹

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

Soner ALTAŞ*

Özet

Yönetim kurulu, kanun ve anasözleşme hükümleri içinde kooperatifin faaliyetini yöneten ve onu temsil eden icra organıdır. Yönetim kurulu üyeleri, kanundan ve anasözleşmeden doğan yükümlülüklerini kusurlarıyla ihlâl edip kooperatifin zararına sebebiyet verdikleri takdirde, hukukî sorumlulukları doğar. Hukukî sorumluluk halinde yönetim kurulu üyeleri aleyhine kooperatif, ortaklar, iflas halinde iflas idaresi ve kooperatif alacaklıları sorumluluk davası açabilirler. Fakat, yönetim kurulu üyeleri aleyhine sorumluluk davası açma hakkı bazı hallerde ortadan kalkar. Bu çalışmada, kooperatif zararına sebebiyet veren yönetim kurulu üyeleri aleyhine sorumluluk davası açma hakkını ortadan kaldıran haller ele alınmaktadır.

Anahtar Kelimeler: yönetim kurulu, hukukî sorumluluk, ibra, zamanaşımı, sulh, rıza.

1. Giriş

Kooperatifin idare ve temsil organı yönetim kuruludur. Yönetim Kurulu, kanun ve anasözleşme hükümleri içinde kooperatifin faaliyetini yöneten ve onu temsil eden icra organıdır. Kooperatifin yönetim kurulu üyeleri, kanundan ve anasözleşmeden doğan yükümlülüklerini kusurlarıyla ihlâl ettikleri takdirde, hem kooperatife hem ortaklara hem de kooperatifin alacaklılarına karşı verdikleri zarardan sorumlu olurlar. 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu² (KK³)'nin 62'nci maddesinin üçüncü fıkrasında “**Yönetim kurulu üyeleri ve kooperatif memurları, kendi kusurlarından ileri gelen zararlardan sorumludurlar.**” hükmüne yer verilmiştir. Anılan hüküm haricinde, KK'da yönetim kurulu üyelerinin hukukî sorumlulukları detaylı bir şekilde düzenlenmemiş, 98'inci maddesinde ise “**Bu kanunda aksine açıklama olmıyan hususlarda Türk Ticaret Kanunundaki**

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

1) Bu çalışmada belirtilen görüşler yazarına ait olup, çalıştığı Kurumunu bağlamaz.

2) 10/5/1969 tarihli ve 13195 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

3) Çalışmamızda, 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu için “KK” kısaltması kullanılmıştır.



Anonim şirketlere ait hükümler uygulanır.” hükmüne yer verilerek, 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu⁴ (TTK⁵)’nun anonim şirketlere dair hükümlerinin kooperatiflere de uygulanması kuralı benimsenmiştir. Anonim şirket yönetim kurulu üyelerinin hukuki sorumlulukları ise TTK’nın 549 ilâ 554’üncü maddelerinde düzenlenmiştir.

Hukuktaki anlamıyla sorumluluk, hukuka aykırı ve kusurlu bir davranış ile başkasına zarar veren kimsenin, bu zararı tazmin etmekle yükümlü olmasını ifade eder. Böylece hukukî sorumluluk, hukukumuzda tazminat borcunun kaynaklarından birisini oluşturur. Hukukumuzda genel kural, sorumluluğun hukuka aykırı ve kusurlu bir fiile dayanmasıdır⁶.

Yönetim kurulu üyeleri aleyhine sorumluluk davası açma hakkı kooperatife, ortaklara, iflas halinde iflas idaresine ve kooperatifin alacaklılarına tanınmıştır. Bununla birlikte, bazı hallerde kooperatifin zararına sebebiyet veren yönetim kurulu üyelerine aleyhine sorumluluk davası açma hakkı ortadan kalkar. İşte bu çalışmada, kanundan ve anasözleşmeden doğan yükümlülüklerini kusurlarıyla ihlâl edip kooperatifin zararına sebebiyet veren yönetim kurulu üyeleri aleyhine sorumluluk (**tazminat**) davası açma hakkını ortadan kaldıran haller ele alınmaktadır.

2. İbra

KK’nun 42’nci maddesine göre, yönetim kurulunu ibra etmek genel kurulun devredemeyeceği görev ve yetkilerinden birisidir. Kelime olarak **“aklama, temize çıkarma”**⁷ demek olan ibra, kooperatifin yönetim kurulu üyelerinin, yapmış oldukları işlemlerden dolayı kooperatifin zararı doğmuş olsa dahi, ortakların bu duruma razı olduğu ve yönetim kurulu üyelerinin sorumluluklarına gitmeyeceği anlamına gelir. Böylece, kooperatif, genel kurulu aracılığıyla aldığı ibra kararı ile, karar sırasında bilinen bütün işlem ve faaliyet konularında, yönetim kurulu üyelerini sorumluluktan kurtardığını ve bu konularda herhangi bir alacağının olmadığını ve dava da açmayacağını beyan eder⁸.

İbranın bir menfi borç ikrarı içermesi nedeniyle, bu kararın verilmesinin ardından kooperatif, artık yönetim kurulu üyelerine karşı söz konusu döneme ait ve ibranın kapsamına giren işlemlerden dolayı sorumluluk davası açamaz. İbranın ne şekilde yapıldığının önemi yoktur, ister açık ister örtülü ibra olsun sorumluluk davası açma hakkı sona erer.

Eğer, yönetim kurulu üyelerinin ibrası genel kurul tarafından reddedilmişse, bu durumda sorumluluk davası açma hakkı saklı tutulmuş olur. İbra ile genel kurul var olan veya olası bir alacağından dolayı sorumluluk davası açma hakkından vazgeçmektedir. Bu karara rağmen sorumluluk davasının açılması durumunda yönetim kurulu üyeleri ibra edildikleri def’ini ileri sürerler⁹.

KK’da olduğu üzere TTK’da da **“yönetim kurulu üyelerinin ibraları hakkında karar verilmesi”** genel kurulun devredilemez görev ve yetkileri arasında sayılmıştır. Dolayısıyla, yönetim kurulu üyelerinin ibrasına karar verecek organ, genel kuruldur.

4) 14 Şubat 2011 tarih ve 27846 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmıştır.

5) Çalışmamızda, 13 Ocak 2011 tarihli ve 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu için “TTK” kısaltması kullanılmıştır.

6) Altaş, Soner, *Anonim İle Limited Şirket Yöneticileri Hakkında Sorumluluk Davası Açabilmek İçin Genel Kurul Onayı Gerekir mi?*, Mali Çözüm Dergisi, S.141, 2017, s.154-155

7) Türk Dil Kurumu, *Güncel Türkçe Sözlük*, www.tdk.gov.tr

8) Aytaç, Zühtü, *Anonim Ortaklıklarda İbra, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, Ankara, 1982, s.48.*

9) Kırkan, Merve, *Anonim Şirketlerde Yönetim Kurulu Üyelerinin Hukuki Sorumluluğu, Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi, İstanbul, 2013, s.118.*

3. Zaman Aşımı

Kooperatifin yönetim kurulu üyelerine karşı açılacak sorumluluk davasını ortadan kaldıran hallerden biri de zamanaşımı süresinin dolmuş olmasıdır¹⁰. TTK'nın 560'ıncı maddesinde, sorumluluk davası için üç tür zamanaşımı süresi tayin edilmiş olup, bunlar aşağıda sırasıyla ele alınmıştır.

3.1. İki Yıllık Zamanaşımı Süresi

Sorumlu olan yönetim kurulu üyelerine ve yöneticilere karşı tazminat istemek hakkı, davacının zararı ve sorumluyu öğrendiği tarihten itibaren iki yıl geçmekle zamanaşımına uğrar. İki yıllık zamanaşımı, zararın ve sorumlunun öğrenilmesinden itibaren başlar. Zararın öğrenilmesi ise zarar verici eylemin bilinmesi değil, zararın niteliğinin, unsurlarının ve kapsamının öğrenilmesi demektir.

Sorumluların sadece bir kısmının öğrenilmesi durumunda, zamanaşımı sadece öğrenilen sorumlular için başlar. Sürenin başlaması için bütün sorumluların öğrenilmesi şart değildir. Zarardan sorumlu bulunup da, sorumluluğu öğrenilmeyen kişiler içinse bu süre yürümez. Davacı kooperatif olduğunda, kooperatif adına dava açmaya karar verme yetkisi de genel kurulda bulunduğu göre, kooperatifin zararı ve sorumlu olan kişiyi öğrenebilmesi, ancak genel kurulun söz konusu zararı ve sorumlu kişileri öğrenmesi ile mümkün olur¹¹.

3.2. Beş Yıllık Zamanaşımı Süresi

Sorumlu olan yönetim kurulu üyelerine ve yöneticilere karşı tazminat istemek hakkı, her hâlde zararı doğuran fiilin meydana geldiği günden itibaren beş yıl geçmekle zamanaşımına uğrar. Beş yıllık zamanaşımı süresinin uygulanmasında, davacılar tarafından zararın ve sorumluların öğrenilmemiş olması önemli değildir.¹² Zamanaşımının başlangıcı "**zararı doğuran fiilin meydana geldiği gün**"dür. Beş yıllık süre geçtikten sonra, artık sorumlulara karşı bu dava açılmaz, açılrsa da zamanaşımı def'i ileri sürülür. Birden fazla zarar verici eylemin bulunduğu durumlarda son zarar verici eylemden itibaren süre işlemeye başlar¹³.

Sorumluların veya zararın öğrenilmemesi ve bu sebeple iki yıllık zamanaşımının söz konusu olmaması halinde yönetim kurulu üyeleri ile yöneticilerin daha uzun bir süre sorumluluk tehdidi altında kalmalarını uygun bulmayan kanun koyucu beş yıllık azamî bir süre koymuştur. Bu müddet zarar verici fiilin meydana geldiği tarihten itibaren yürür. Dava her halde bu beş yıllık sınır içinde açılmalıdır.

Fiilin vukuundan dört yıl geçtikten sonra durum öğrenilmiş olsa dahi bu tarihten itibaren iki yıllık süre söz konusu olmaz; dava beşinci yılın sonuna kadar açılmış olmalıdır. Beş yıllık zamanaşımı süresi kanun koyucunun yönetim kurulu üyeleri ile yöneticiler aleyhine sorumluluk davası açılması için öngördüğü tavadır; bu sürenin yorum yolu ile uzatılması olanağı yoktur. Zira, yönetim kurulu

10) Kirkan, 2013, s.120.

11) Giray, R.Eda, Aktepe, Sezin, Anonim Ortaklık Yönetim Kurulu Üyelerine Karşı Açılacak Sorumluluk Davalarında Zamanaşımı Süreleri, İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, S.14, 2008, s.143-144.

12) Giray ve Aktepe, 2008, s.147

13) Kirkan, 2013, s.121.

üyeleri ile yöneticilere karşı açılacak sorumluluk davalarında genel eğilim kısa zamanaşımı süreleri koymak yönündedir.

Amaç bir yandan alacaklılara dava açmak için yeterli süreyi sağlamak diğer yandan özgürce karar vermelerine engel olan baskıyı ortadan kaldırarak yönetim kurulu üyeleri ile yöneticilerin görevlerini huzur ve güven içinde yapmalarına olanak sağlamaktır¹⁴.

3.3 Ceza Zamanaşımı Süresi

Hukukî sorumluluğu gerektiren fiil aynı zamanda cezayı gerektirip, Türk Ceza Kanununa göre daha uzun dava zamanaşımına tâbi bulunuyorsa, tazminat davasına da bu zamanaşımı uygulanır.

Bu düzenleme gereğince yönetim kurulu üyelerinin sorumluluğuna yol açacak fiil aynı zamanda suç teşkil ediyorsa ve bu suç için belirlenen zamanaşımı süresi, 560'ıncı maddede düzenlenen zamanaşımı süresinden uzun ise, suç için tayin edilen zamanaşımı hukuk davasında da uygulanacak, 560'ıncı maddede belirtilen zamanaşımı bu süre kadar uzamış olacaktır.

Suç teşkil eden fiilin zamanaşımı süresi kanunda düzenlenen süreden daha kısa ise uygulanmaz. Ayrıca, uzun ceza zamanaşımı, sadece davalılardan eylemi suç teşkil eden kişi ya da kişiler için uygulanır, yoksa faille birlikte hukuki sorumluluğa tâbi olan diğer kişiler hakkında uygulanması söz konusu değildir¹⁵.

4. Sulh

TTK'nın 559'uncu maddesi uyarınca, yönetim kurulu üyelerinin, kooperatifin kuruluşundan doğan sorumlulukları, kooperatifin tescili tarihinden itibaren dört yıl geçmedikçe sulh ve ibra yoluyla kaldırılmaz.

Bu sürenin geçmesinden sonra da sulh ve ibra ancak genel kurulun onayıyla geçerlilik kazanır.

Bununla beraber, kooperatif ortaklarının onda biri sulh ve ibranın onaylanmasına karşı iseler, sulh ve ibra genel kurulca onaylanmaz.

5. Zarar Gören Kooperatifin Rızası

Yönetim kurulu kooperatifin icra organıdır ve bu nedenle genel kurulun kararlarını yerine getirmekle yükümlüdür, aksi halde sorumluluğu doğar.

Genel kurul tarafından alınan bir karar kooperatifin menfaatlerine aykırıysa bu durumda da yönetim kurulunun alınan kararı uygulamakla yükümlü olup olmadığı konusu tartışmalıdır.

Bu konuda doktrinde farklı görüşler mevcuttur: Bazı yazarlar, kooperatifin menfaatine olan bir kararın yönetim kurulunca bu olumsuzluğa dikkat çekilmesine rağmen genel kurul tarafından alınması durumunda artık kararın talimat niteliğini kazandığını ve uygulanması halinde yönetim kurulu üyelerinin sorumluluğuna gidilemeyeceğini savunmaktadır.

14) Çamoğlu, Ersin, *Yeni Türk Ticaret Kanunu'nda Anonim Şirket Yönetim Kurulu Üyelerine Karşı Açılacak Sorumluluk Davalarında Zamanaşımı, Yaklaşım, S.233, 2012, s.229.*

15) Giray ve Aktepe, 2008, s.149.

Bazıları ise, genel kurul kooperatifin menfaatlerine aykırı kararın uygulanması yönünde muvafakat vermiş ya da aldığı kararla yönetim kurulunu yönlendirmiş dahi olsa bu kararın uygulanmasından dolayı yönetim kurulu üyelerinin sorumluluğunun sona ermeyeceğini savunur.

Zira yönetim kuruluna genel kurul kararlarını iptal etme hakkı tanınmıştır. Bu durumda ancak üyelerin sorumlu tutulacağı tazminat miktarından indirim yapılabilir¹⁶.

Bazı yazarlar ise, kooperatifin menfaatine aykırı olarak genel kurul tarafından alınmış bir karar varsa ve bu karar yönetim kurulu tarafından uygulanmışsa yönetim kurulu üyelerinin sorumluluktan kurtulamayacaklarını söyler.

Bu karar ikinci bir kararla teyit edilmiş olsa dahi yine sorumlu olurlar. Çünkü yönetim kurulu üyeleri genel kurula değil, kooperatife karşı sorumludurlar.

Bu nedenle de kooperatifin menfaatine aykırı bir kararı uygulamamaları gerekir. Bazı yazarlar da, ortakların genel kurul olarak karar alıp sonra bu kararı uyguladığı için yönetim kurulu üyelerine karşı sorumluluk davası açmasının Medeni Kanununun 2'nci maddesinde yer alan dürüstlük kuralına aykırı olacağını savunur.

Alınan bu karar kooperatifin menfaatlerine aykırı dahi olsa yönetim kurulu üyelerinin sorumlu tutulması uygun değildir. **“Zarar görenin rızası”** hukuk normunun zarar gören kişinin kendisine tanınan haktan vazgeçmesi anlamına gelir ve böylece kişiyi yasal korumadan yoksun bırakır.

Bu özellikle malvarlığı haklarının ihlalinde hukuka uygunluk sebebi teşkil eder.

Bu nedenle, ortak kendisinin onayladığı genel kurul kararını uygulayan yönetim kurulu üyesine karşı kooperatifin menfaatlerine aykırı davrandığı gerekçesiyle sorumluluk davası açamamalıdır. Dolaylı zarara uğrayan alacaklıların sorumluluk davası açma hakkı ise yönetim kurulu üyelerinin **“genel kurul kararını uyguladık”** şeklindeki savunmasından etkilenmez, sorumluluktan kurtulamazlar¹⁷.

6. Özet Ve Sonuç

Kooperatifin yönetim kurulu üyeleri, kanundan ve anasözleşmeden doğan yükümlülüklerini kusurlarıyla ihlâl ettikleri takdirde, kooperatife, ortaklara ve kooperatif alacaklılarına karşı verdikleri zarardan sorumlu olurlar.

Sorumlu olan yönetim kurulu üyeleri aleyhine dava açma hakkı kooperatife, ortaklara, iflas halinde iflas idaresine ve kooperatif alacaklılarına aittir.

Fakat, kooperatif genel kurulunun ibra kararı alması halinde, kooperatifin ve ibraya olumlu oy veren ortaklar ile ibra kararını bilerek ortaklık payı iktisap etmiş olan ortakların sorumluluk davası açma hakkı ortadan kalkar.

Diğer ortakların dava hakları ise ibra tarihinden itibaren altı ay geçmesiyle düşer.

Kooperatif genel kurulunun, sorumluluktan ibraya ilişkin kararı, sonradan başka bir genel kurul kararı ile kaldırılamaz.

16) Kırkan, 2013, s.124.

17) Kırkan, 2013, s.124-125.

Diğer yandan, sorumlu olan yönetim kurulu üyelerine ve yöneticilere karşı tazminat istemek hakkı, davacının zararı ve sorumluyu öğrendiği tarihten itibaren iki yıl geçmekle ve her hâlde zararı doğuran fiilin meydana geldiği günden itibaren beş yıl geçmekle zamanaşımına uğrar.

Hukukî sorumluluğu gerektiren fiil aynı zamanda cezayı gerektirip, Türk Ceza Kanununa göre daha uzun dava zamanaşımına tâbi bulunuyorsa, tazminat davasına da bu zamanaşımı uygulanır.

Tartışmalı olmakla birlikte, kooperatif yönetim kurulu üyeleri aleyhine dava açma hakkının kooperatifin rızası ile kalkması da mümkündür.

Kaynakça

Altaş, Soner (2017). Anonim İle Limited Şirket Yöneticileri Hakkında Sorumluluk Davası Açılabilmek İçin Genel Kurul Onayı Gerekir mi? Mali Çözüm Dergisi, S.141, s.153-160.

Aytaç, Zühtü (1982). Anonim Ortaklıklarda İbra. Ankara: Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü.

Çamoğlu, Ersin (2012). Yeni Türk Ticaret Kanunu'nda Anonim Şirket Yönetim Kurulu Üyelerine Karşı Açılacak Sorumluluk Davalarında Zamanaşımı. Yaklaşım Dergisi, S.233, s.225-233.

Giray, R.Eda, Aktepe, Sezin (2008). Anonim Ortaklık Yönetim Kurulu Üyelerine Karşı Açılacak Sorumluluk Davalarında Zamanaşımı Süreleri. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, S.14, s.137-156.

Kırkan, Merve (2013). Anonim Şirketlerde Yönetim Kurulu Üyelerinin Hukuki Sorumluluğu. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul:Kadir Has Üniversitesi.

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

TÜRKİYE'DE KOOPERATİFÇİLİK İLE İLGİLİ BAZI ÇELİŞKİ VE YANILMALAR

Ertuğrul GÜREŞCİ*
Khwaja WALID**

Özet

Kooperatifçilik özellikle gelişmiş ülkelerde, gerek ekonomik gerekse sosyal yaşamın gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır. Türkiye'de de tarihsel birikimin yanı sıra modern kooperatifçiliğin belirli bir düzeyde geliştiği söylenebilir. Ancak Türkiye'de kooperatifçilik ile ilgili genel olarak bazı yanlış ve çelişkilerin olduğu söylenebilir. Bu durum kooperatifleşmede bazı sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu sorunların aşılmasında, kooperatifçilik eğitim ve bilincinin geliştirilmesinde fayda vardır.

Giriş

Kooperatifçilik, insanoğlunun birlikte sürdürülebilir bir yaşam için keşfettiği en mükemmel birlikteliklerden birisidir.

Dünyanın birçok ülkesinde, çeşitli alanlarda binlerce kooperatif ve bu kooperatiflerin de milyonlarca ortağı bulunmaktadır.

Özellikle son yıllarda, yerel kaynakların kullanımı, enerji, tüketici hakları, küçük üreticilerin koruma ve geliştirme gibi birçok alanda kooperatifleşme ilgi ve destek görmektedir.

Ülkemizde de kooperatifçiliğin ilkesel olarak kökeni, çok eskilere dayanmaktadır. İmece kültürü ile başlayan bu ortaklık, Ahi Birlikleri ile de daha kurumsal bir kimlik kazandığı söylenebilir. 1863 yılında Mithat Paşa'nın kurmuş olduğu '**Memleket Sandıkları**', Türkiye'de modern kooperatifçiliğin başlangıcı olarak kabul edilmektedir.

Cumhuriyetin ilanından sonra ise **Gazi Mustafa Kemal Atatürk**'ün önderliğinde, kooperatifçilik ile ilgili ileri ve önemli sayılabilecek adımlar atılmıştır.

*Dr.Öğretim Üyesi Kırşehir Ahi Evran Ü-İİBF, İşletme Bölümü-Kooperatifçilik ABD

**Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü-İşletme ABD Öğrenci



Ancak Türkiye’de kooperatifçiliğin yeterli ve istenen bir düzeyde geliştiği söylenemez. Son yıllarda yapılan bazı çalışmalar ile Türk Kooperatifçiliği, belirli bir ilerleme kaydetse de bunların hızlanması ve geliştirilmesi gerekmektedir.

Türkiye’de Kooperatifçilik İle İlgili Bazı Çelişki Ve Yanılgılar

Türkiye’de kooperatifçiliğin yeterli ölçüde gelişmediği ile ilgili bazı göstergeler vardır. Bunlar, genel olarak kooperatifçilik konusunda ileri sayılabilecek **AB** Ülkeleri ve **ABD** ile mukayese edildiğinde daha da belirginleşmektedir.

Bu göstergeler;

1. Yeterli sayıda kooperatif yoktur,
2. Yeterli sayıda kooperatif ortağı yoktur,
3. Ekonomik açıdan birçoğu güçsüzdür.
4. Yasal bir birliktelik tam sağlanamamıştır,
5. Kuruluş, yönetim ve organizasyonunda problemler vardır,
6. Kooperatifçilik eğitimi yeterli düzeyde değildir,
7. Kooperatifçilik anlayışında ve farkındalığında eksiklikler vardır,

Yukarıda ifade edilen sorunlar, Türkiye’de kooperatifçilik konusunda birtakım çelişki ve yanılgılara neden olabilmektedir. Bunlardan bazıları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

Kooperatifçilik kavramı ile ilgili olarak; bu kavram Latince kökenli bir kavram olup, köken itibarı ile birlikte iş görme anlamındadır. Ancak dilimize geçince, hiç değişime uğramadan sadece telaffuz yönünden cooperative yerine kooperatif olarak kullanılmıştır.

Bu kelimenin Türkçede ki karşılığı veya Osmanlıcada ki Teavün kelimesi ile karşılanıp karşılanamayacağı bir muammadır. Ancak bilimsel terimlerin orijinali ile birlikte kullanılmasında sakınca yoktur. Çünkü bilim evrenseldir ve ortak bir dile sahiptir. Ancak bu kavramın Türkiye’de kooperatif yani tek ‘o’ ile kullanılması yaygın bir durum olup aslında çok ta fazla bir yanılgıya neden olmamaktadır.

Türkiye’de kooperatif kavramı ile ilgili aslında en büyük yanılgı bu kavramın tanımlanması ile ilgili olanıdır. Yani kooperatif kavramının ne anlamda kullanıldığı önemlidir. Örneğin Türkiye’de kooperatife üye olunur şeklinde bir açıklama ve sözlü ifade yaygın olarak kullanılmaktadır. Oysa kooperatife üye olunmaz ortak olunur.

Bu yanılgı, bazen akademik çevrelerce de kullanılmaktadır. Kooperatif ile ilgili üye tanımlanması onu vakıf, dernek, sendika, siyasi parti gibi kar amacı olmayan STK ile birlikte anılmasına neden olmaktadır. Bu yanılgının tam olarak doğrusu; kooperatifler bir yardım, dayanışma kuruluşu değil, kooperatifler, karşılıklı yardımlaşmayı, dayanışmayı ve işbirliğini esas alan kar amaçlı ortaklı bir yapıdır.

Kısaca kooperatifler diğer kar amaçlı işletmelerde ki gibi karı önceleyen olmasa da karı ortaklaşa hedefleyen ve işbirliğine göre paylaşan ekonomik ve sosyal bir yapıdır.

Kooperatifçilik ile ilgili önemli bir yanılgı ve çelişkide kooperatifin bir işletme olup olmadığı şeklinde

ki yaklaşımdır. Kooperatifler dünyanın her yerinde en azından gelişmiş ülkelerde kar amaçlı, toplumsal yararlılığı olan birer ticari organizasyonlar olarak ele alınmaktadır. Kısaca kooperatifler ticari yaşamın ve sosyal yaşamın birer parçasıdır.

Günümüzde 6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nda, kooperatifler de diğer ticari işletmeler ile birlikte ele alınmış ancak son yıllarda bazı düzenlemeler ile bu durum daha da netleştirilmeye çalışılmıştır.

Kooperatifler eğer ticaret kanununda yer almışsa o zaman ilkesel olarak kooperatifler ticari birer kuruluş yani işletmelerdir. Ancak diğer işletmelerden de belirgin farkları da göz ardı edinmemelidir.

Örneğin ortak sayısı, sermayeye sınırlı faiz ödenmesi, hisse senedinin olmayışı, yönetim yapısı, denetim yapısı, kuruluş ve ana sözleşme gibi bir takım özel hususları da bulunmaktadır.

Kooperatifler birer işletme midir? Sorusunun aslında güzel bir cevabını da 2012 yılında ki BM'in kabul ettiği kooperatifçilik yılında ki temel slogan vermektedir

Bu sloganda 'Kooperatifler iyi işletme karar' temasının olması, aslında kooperatiflerin birer işletmecilik faaliyeti olduğu veya işletmecilik faaliyeti yapabilecekleri vurgulanmıştır.

Kooperatifçilik ile ilgili Türkiye'deki bir başka çelişki ise kooperatifi kimlerin kurabileceği ile ilgilidir. Kooperatifi kimler karar? Kooperatifçilik ortaklı bir girişimdir.

Kooperatifçilik bir üretim hareketidir ve üretimi paylaşabilmektedir. Kooperatifçilik demokratik bir yönetimi ekonomik çıkarlar içinde sürdürebilmektedir. Bu yüzdendir ki kooperatifleri tembel, miskin, üretmeyen ve sürekli yardım ve destek bekleyenler değil, üretmek isteyenler, toprağını ve ekonomik varlığını paylaşmak isteyenler ve bunu birlikte üreterek çoğaltmak isteyenler kurmaktadır.

Oysa Türkiye'de, sanki kooperatifler yardıma muhtaç kişilerin kurabildikleri bir yardımlaşma kurumu gibi algılanmaktadır. Türkiye'de çiftçilerin kredi temini için ortak oldukları Tarım Kredi Kooperatifi, bu alınının oluşmasında bir ölçüde katkı sağlamaktadır.

Tarım Kredi Kooperatifleri, bu görevi yerine getirmekle birlikte bu çelişki için zemin de oluşturmaktadır. Kooperatiflerin müteselsil kefalet sistemi, çiftçilerin veya küçük esnafın özellikle kredi ve girdi temini kolaylaştırırsa da, Türkiye'de bu kefalet sonucu hiçbir kooperatif ödenmeyen bir borç için taşın altına elini sokmadığı veya çekingen davrandığı da söylenebilir.

Kısaca kooperatif vasıtasıyla alınan bütün krediler yine bu borç güç bela da olsa alan tarafından ödenmektedir. Bu durum kooperatiflerde müteselsil kefal sisteminde de bir çelişki ve yanılığının oluşmasına neden olabilmektedir.

Türkiye'de kooperatifler ile ilgili mevcut üç yassın olması bu üç kooperatif tarzında yönetim, organizasyon, denetim ve bütçe konularında ayrışmaya neden olmaktadır. Çünkü bunların amaçları da birbirlerinden farklıdır.

Türkiye'de Tarım Kredi Kooperatifleri ve Tarım Satış Kooperatifleri ile ilgili ayrı iki yasaya ilaveten diğer bütün kooperatiflerin de bağlı bulunduğu 1163 sayılı kooperatifler yasası bulunmaktadır. Bu durum yasal bir ayrılık olsa da kooperatifler ile ilgili faaliyetleri ve varlıklarını devam ettirebilmelerindeki güç ve iradeyi de zayıflatabilmektedir.

Türkiye'deki bu yasal altyapı, kooperatiflerin kuruluş, sevk ve idaresinde de birtakım farklılıklarını doğmasına neden olmaktadır. Bu kooperatiflerin istihdamında, özellikle Tarım Kredi ve Tarım Satış Kooperatiflerinin personel alımındaki **KPSS** şartı, onların birer devlet kurumu gibi algılanmalarına neden olmaktadır. Oysa hiçbir kooperatif devlet kurumu değildir ve orada çalışanlar da birer devlet



memuru değildir Bu çelişki ve yasal durum, kooperatiflerle ilgili yeni tartışmaları da beraberinde getirmektedir. Türkiye’de kooperatiflerin kuruluş sürecinde bakanlıklar, ilgili il müdürlükleri sevk ve idare edebilmektedir. Ancak şu yanlış ve çelişkinin de ortadan kalması gerekmektedir. Bu durum kooperatiflerin birer devlet kurumuymuş gibi yanlış algılanmasına neden olmaktadır..

Sonuç

Yukarıda sayılan birçok çelişki ve yanlışların aslında temel nedeni, kooperatifçilik eğitiminden geçmektedir. Türkiye’de ilkokuldan başlayıp üniversiteye kadar kooperatifçilik ile ilgili bir örgün eğitimin ya da kurumsal bir eğitimin verilmemesi bu duruma zemin hazırlayabilmektedir. İlkokul, ortaokul ve lisede böyle bir eğitimin olmaması, kooperatifçilik konusundaki bilgilerin üniversiteye aktarılmasına neden olmaktadır. Yani sınırlı da olsa Türkiye’de bazı üniversitelerde lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde çok sınırlı da olsa bu eğitim yapılabilmektedir. Ancak zemini ve altyapısı olmayan bu eğitim de olsa bu durum, Türkiye’de ki kooperatifçilik konusunda ki yanlış ve çelişkileri bir nebze önleyebilmektedir. Kooperatiflerle ilgili bakanlık düzeyinde yapılan tanıtım, fuar ve diğer etkinliklerinde bu yanlış ve çelişkilerin düzelmesine olumlu katkı sağladığı da söylenebilir Ancak bunlara da üniversitelerin, basın ve medya kuruluşlarının, Milli Eğitim Bakanlığı’nın da paydaş olarak katılmasında fayda olacaktır.

Kaynakça

1. Güreşci, E., Gönc, M. (2017). Türkiye’de Kooperatiflerin Temel Sorunları Ve Çözüm Önerileri Üzerine Düşünceler, Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi,2017,52 Özel sayı
2. Güreşci, Ertuğrul., Aktürk, Oktay. (2015). “An Investigation on Activities of Agricultural Cooperative: The Example of İspir District” Route Educational and Social Science Journal. 2(2), 295-312.
3. <https://ticaret.gov.tr/kooperatifcilik>
4. Koç, Hakan, (2001). Kooperatifçilik Bilgileri, Nobel yayın Dağıtım, Ankara
5. Serinikli, N., Kumkale, İ (2012). Türkiye’deki Kooperatif Üst Örgütlerinin (Bölge Birliklerinin) Sorunları Ve Çözüm Önerileri, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Haziran 2012 Cilt 14 Sayı 1 (269-290).

SAĞLIK HİZMETLERİNDE ALGILANAN HİZMET KALİTESİ

Yeter DEMİR USLU*

Giriş

Küreselleşen günümüz dünyasında sunulan hizmetlerin özelliği her geçen gün giderek önem kazanmaktadır. Özellikle son yıllardaki rekabet ortamının daha da artmasından dolayı aynı hizmet birçok işletme tarafından sunulmaktadır. Bu rekabet ortamında avantaj elde etmek isteyen işletmeler sundukları hizmetleri daha farklı ve etkileyici sunma yönünde çabalamaktadır.

Bu nedenle de sunulan hizmetten daha çok hizmetin nasıl sunulduğu daha etkili olmaktadır. Hizmet sektöründe gerçekleşen bu gelişmeler neticesinde kalite kavramı her zamankinden daha önemli bir rol oynamaktadır.

Kalite Kavramı ve Sağlık Hizmetlerinde Kalite

İşletmeler hizmet sunumunda rakiplerinin bir adım daha önünde olmak için kalite kavramını çok iyi anlayarak ona göre hareket etmelidir. Bu çerçevede kalite kavramı literatürde çeşitli şekilde tanımlanmaktadır. Bu tanımlardan Juran tarafından yapılan tanımlamada **“kullanıma uygunluk,”** Crosby tarafından yapılan tanımda ise **“şartlara uygunluk”** olarak tanımlanmaktadır.

Bu kavrama ilişkin yapılan tüm tanımlardaki ortak nokta ise kalitenin müşteri beklenti ve ihtiyaçlarına uygun olmasıdır. Algılanan kalite kavramının işletmecilik ve iktisat bilimi açısından müşterilere en iyi, en güzel ve en doğru mal ya da hizmeti sunmak biçimine dönüştürüldüğü görülmektedir (**Erkiliç, 2007**).

Yapılan bu tanımlamalar çerçevesinde her sektörde işletmeler sundukları hizmetleri düzenlemeye ve değiştirmeye gitmektedir. Hizmet sunumunun en önemli olduğu sektörlerin başında da sağlık sektörü gelmektedir.

* Prof. Dr., İstanbul Medipol Üniversitesi Öğretim Üyesi



Bu nedenle de sağlık hizmetlerinin kalitesini ayrı bir başlık altında değerlendirmek gerekmektedir. Bu değerlendirmeyi yaparken de sağlık hizmetlerinde kaliteyi belirleyen özellikler dikkate alınmalıdır. Bu özellikleri aşağıda sıralanmaktadır (*Korkmaz & uhadar, 2017*)

- **Etkililik:** Hastalık halinin iyileştirilebilme seviyesi
- **Verimlilik:** Hastalık halinin tedavi edilirken tedaviyi bozmaksızın, maliyetlerin minimize edilmesi
- **Etkinlik:** Sağlık seviyesinin artırılması için gösterilen emek
- **Optimallik:** İyileşme ile maliyetler arasındaki dengenin sağlanması
- **Meşruluk:** Toplumsal tercihlere uygunluk
- **Eşitlik:** Sağlık hizmetinin kullanımı, erişimi ve sunumunda adil olunması
- **Kabul edilebilirlik:** Hizmet alan bireyler ile sağlık çalışanları arasındaki etkili iletişim ve yapılacak olan hizmetlerin bireylerin istek ve beklentilerine uygunluğu.

Sağlık hizmetini kaliteli sağlayabilmek için yukarıda sıralanan özellikler çerçevesinde hizmet sunumu her zaman yeterli olamamaktadır.

Tam anlamıyla kaliteli bir sağlık hizmeti sunabilmek için sağlık hizmetlerinin en temel özelliği olan bütüncüllük çerçevesinde hizmet sunumunu sağlanması gerekmektedir (*Sağnak, 2010*).

Sağlık Hizmetlerinde Algılanan Kalite

Sağlık hizmetlerinde algılanan kaliteyi anlayabilmek ve yönetebilmek için yaygın olarak kabul edilen kalite boyutları olan empati, güvenilirlik, somutluk, cevap verme, güvence ve hasta memnuniyetine dikkat etmek gerekmektedir (*Meesalaa & Paul, 2018*).

Empati boyutu; hasta ve hasta yakınlarının yaşadıkları durumu anlayarak onlara karşı daha hassas ve dikkatli davranmamızı sağlamaktadır.

Güvenilirlik boyutu; sağlık personellerinin ve kuruluşlarının hizmet sunumunun her aşamasında hastaya güven vermesi hastanın kuruma olan bağlılığını ve tedaviye olan uyumunu etkilemektedir.

Somutluk boyutu; sağlık hizmetleri her ne kadar soyut hizmetler olsada bütüncül hizmet olması özelliği ile verilen otopark hizmetinden, yemekhane hizmetinden ve güvenlik hizmetine kadar olan birçok somut hizmetler sağlık hizmetini de etkilemektedir.

Bu nedenle de somut boyut sağlık hizmetleri sürecindeki somut hizmetlere de dikkat edilmesini ve kalitenin artırılmasını sağlamaktadır.

Cevap verme boyutu; hastaların sağlık hizmeti aldıkları kuruluşlardan ve sağlık personellerinden sorularına cevap vermelerini beklemektedirler.

Cevap verme boyutu da hem sağlık kuruluşları hem de sağlık personelleri hastaların hem tedavisi hakkında hem de diğer konular hakkındaki sorularına cevap verilmeyi sağlayarak hizmet kalitesini artırmaktadır.

Güvence Boyutu; sağlık hizmeti alan hastaların aldıkları hizmetlerin bedelini ödemesi durumunda sahip olduğu güvenceyi bilmek ve bunu dikkate almak, sunulacak hizmetlerin sorunsuz ve istekli bir şekilde sunulmasını sağlamaktadır (*ıraklı, Gözlü, & Gözlü, 2014*).

Bütün bu boyutların bulunduğu ortak nokta hasta memnuniyeti olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü sağlık kuruluşunun sunacağı hizmetin kalite standartlarına uyması ve en doğru şekilde sunması hasta için bazen kaliteli hizmet olarak algılanmamaktadır.

Buradaki temel amaçta sunulan kaliteli hizmetleri gerekli kurallar çerçevesinde sunmak ama bunu yaparken de hastayı odak noktası olarak belirleyerek hasta memnuniyetini artırmaktır.

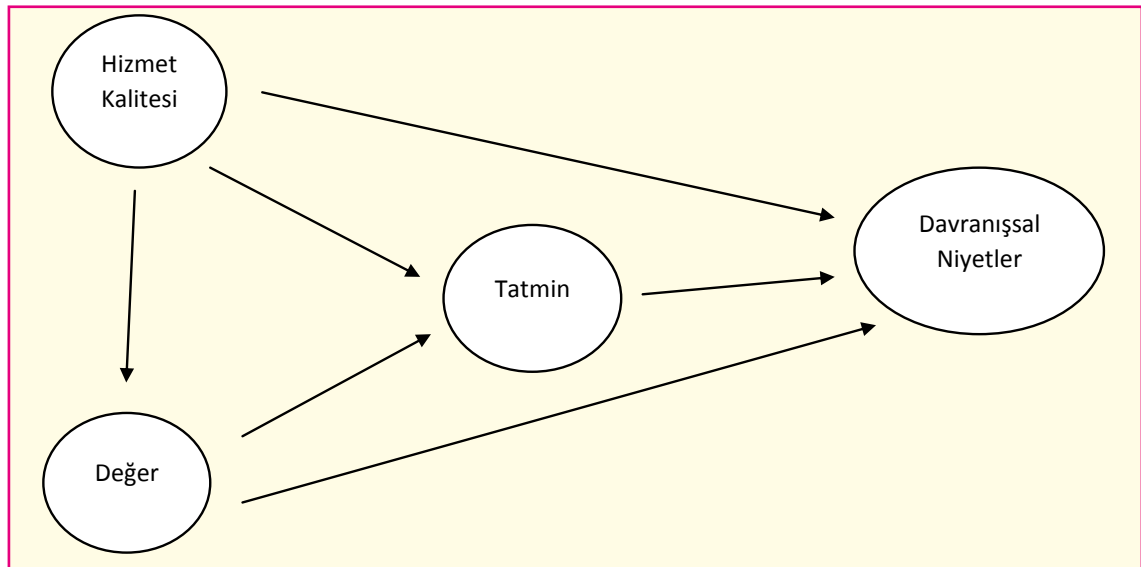
Eğer bu durum sağlanırsa uygulanan hizmet kalitesi ile algılanan hizmet kalitesi birbirine eşit olmaktadır. Aksi durumlarda ise algılanan hizmet kalitesi açığı oluşmaktadır.

Algılanan hizmet kalitesi açığı hizmet kullanıcıların beklentileri ile gerçekleşen hizmet performansı sonrası oluşan algılar arasındaki fark olarak tanımlanmaktadır (**Zerenler & Öğüt, 2007**).

Hizmet kalitesinin hizmet kullanıcıların bakış açısından kritik olan beş unsuru bulunmaktadır. Bunlar (**Gopalkrishna, Lewlyn, & Varambally, 2008**)

- Hizmet sunumunda insan unsuru
- Hizmetin somut durumları (*hizmet ortamı*)
- Hizmet sunumunun sistemleştirilmesi (*insan olmayan unsurlar*)
- Sosyal sorumluluk
- Temel hizmet (*hizmet ürünü*)

Yukarıda belirtilen unsurlar ışığında sunulan hizmetler hem sunulan açısından hem de hizmet alan açısından belli bir seviyede kaliteye ulaşmış demektir. Yani sunulan hizmetin kalitesi ile algılan kalite birbiri ile paralellik göstereceği anlamına gelmektedir. Hizmet sunan içinde bu durum çok önemlidir. Çünkü sunduğu hizmetin kalitesi standartlara göre en üst düzeyde olsada algılanan kalite eğer istenildiği düzeyde değilse hasta tatminini, hasta memnuniyetini ve dolayısıyla da hastanın tekrardan aynı kurumdan hizmet alma durumunu direkt olarak olumsuz yönde etkilemektedir (**Korkmaz & Çuhadar, 2017**).



Şekil 1. Algılanan Hizmet Kalitesi ve Hasta Tatmini İlişkisi

Kaynak: (Dursun & Çerçi, 2004)

Yukarıdaki şekilde görüldüğü üzere hizmetin kalitesi, değer, davranışsal niyetler ve hasta tatmini-memnuniyeti direkt olarak birbiri ile bağlantılıdır. Yine şekilde anlatılmak istenen algılanan hizmet kalitesinin en önemli değişkeni olan hasta tatmini yani hasta memnuniyeti sadece hizmetin kaliteli sunulması ile ya da sadece davranışların iyi niyetler ile sunulması ile istenilen düzeyde olmamaktadır.

Bunu sağlayabilmek için sunulan hizmetin kaliteli sunulmasının yanında sunulacak bu hizmetlerin hastanın değerlerini dikkate alarak ve saygı duyarak sunulması ve hasta ile kurulacak iletişimlerin, hastaya karşı niyetlerin iyimser olması ve bunun hastaya hissettirilmesi gerekmektedir. Bu noktada hizmeti alacak kişinin beklentileri, istekleri, sosyoekonomik durumu, kültürel durumu, yaşı ve eğitim durumu gibi birçok değişken dikkate alınmalıdır.

Sağlık hizmeti sunan kuruluşlar bu etkenlerden sadece birisini sağlar ise hizmet alıcıda oluşturmak istediği etkiyi oluşturamayacaktır. Ya da bu etkenlerden birisine daha çok ağırlık verilmesi diğerlerini geri planda kalması durumunda da yine istenilen etki oluşmayacaktır.

Burada olması gereken sağlık hizmet sunumunda algılanan hizmet kalitesini etkileyen en önemli bu üç etkeni de aynı derecede önemseyerek dengede bir sağlık hizmeti sunmaktır. Bu durum sağlandığı takdirde algılanan hizmet kalitesi istenilen düzeyde olacaktır (*Donabedian, 1996*).

Sağlık hizmetlerinde algılanan kalitenin yüksek olması sağlık sektöründe bulunan birçok paydaş için büyük önem arz etmektedir. Bu paydaşlardan sağlık politikalarını oluşturanlar uygulamaya koydukları politikaların başarılı bir şekilde hayata geçirilmesi için ana hedef hasta memnuniyetini sağlayan, algılanan kalitenin yüksek olması gerekmektedir.

Bu durumun gerçekleştirilmesi toplumun yaşam kalitesinin ve sağlık düzeyinin yükselmesine katkı sağlamaktadır. Başka bir paydaş olan sivil toplum örgütleri, dernekler ve vakıflar hastaların aldıkları hizmetlerden memnun kalmaları için yetkili devlet mercilerine ve sağlık kuruluşlarına baskı yaparak sağlıklı bir yaşam süren toplumun oluşumuna ve zinde, dinç ve ülkesine katkı sağlayacak nüfusların oluşumuna katkı sağlamaktadır.

Sağlık hizmetlerinde algılanan kalitenin yüksek olması özellikle diğer bir paydaş olan sağlık kurum ve kuruluşları için çok önemlidir. Çünkü sağlık kuruluşlarının yaşamını sürdürmesi için gerekli birçok etmen hastaların var olması ve kendi kuruluşlarını tercih etmelerinden geçmektedir (*Korkmaz & Çuhadar, 2017*).

Eğer bir sağlık kuruluşu sunduğu hizmetin hastalar tarafından tercih edilmesini sağlayabilir ise buna paralel olarak elde edeceği kar miktarı da artmaktadır.

Bununla birlikte hastaların memnuniyetini yani algılanan kaliteyi doğrudan etkileyen sağlık çalışanlarının maddi, manevi ve sosyal açıdan memnuniyetini artırarak bu konuda önemli bir adım atılmış olacaktır.

Gerekli tatmine ulaşmış sağlık çalışanları yapacakları işe daha fazla önem vererek yapılacak hatalar minimuma indirilecek, dolaylı yoldan da sağlık kuruluşunun verimliliğine katkı sağlanmış olunacaktır.

Bu doğrultuda sağlık kuruluşları ve çalışanları da kendilerini geliştirme ve performansını artırma imkanı yakalamaktadır. Bir ülkede sağlık sektöründe sunulan hizmetler ve bu hizmetlerin kalitesi ne kadar yüksek olursa o toplumun gelişmesi, kalkınması, verimliliği ve bireylerin refah düzeyi o kadar yüksek olur.

Sağlık, toplumsal anlamda hayati önem taşıdığından devletler ve hükümetler bu alanda en iyi kalite düzeyine ulaşmak için ellerinden geleni yapmaktadır (*Temizkan, 2018*).

Kaynakça

Çıraklı, Ü., Gözlü, M., & Gözlü, K. (2014). Sağlık kurumlarında algılanan hizmet kalitesinin değerlendirilmesi: Yozgat'ta yer alan iki hastanenin yatan hastaları üzerinde bir çalışma. Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi, 61-82.

DONABEDIAN, A. (1996). The Effectiveness of Quality Assurance. International. Journal Quality of Health Care,, 401-407.

Dursun, Y., & Çerçi, M. (2004). ALGILANAN SAĞLIK HİZMETİ KALİTESİ, ALGILANAN DEĞER, HASTA TATMİNİ VE DAVRANIŞSAL NİYET İLİŞKİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA . Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1-16.

Erkılıç, T. A. (2007). Toplam Kalite Yönetimi İlkelerinin Yönetim Yaklaşımları Bağlamında Tartışılması. GAU J. Soc. & Appl. Sci, 50-62.

Gopalkrishna, B., Lewlyn, L. R., & Varambally, K. V. (2008). Service quality in general insurance sector: An empirical study. . Indian Journal of Industrial Relations, 49-61.

Korkmaz, S., & Çuhadar, U. (2017). Sağlık hizmet kalitesi ve sağlık kurumunu tekrar tercih etme niyeti arasındaki ilişki: Eğitim ve araştırma hastanesi örneği. . Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırmaları Dergisi, 72-87.

Meesalaa, A., & Paul, J. (2018). Service Quality, consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. Journal of Retailing and Consumer Services 40, 261-269.

Sağnak, P. (2010). Hastane İşletmelerinde Dış Kaynak Kullanımının Hizmet Kalitesi Ve Müşteri Tatmini Yaratılmasındaki Rolü Ve Bir Pazarlama Aracı Olarak Kullanılması; Gata Hastanesi'nde Bir Araştırma. Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sağlık Kurumları İşletmeciliği Anabilim Dalı. Ankara: Yüksek Lisans Tezi .

TEMİZKAN, Ö. Y. (2018). HİZMET KALİTESİ ALGI VE BEKLENTİLERİNİN ANALİZİ: BİR DEVLET HASTANESİ ÖRNEĞİ. International Journal of Management Economics and Business, 147-158.

Zerenler, M., & Öğüt, A. (2007). Sağlık sektöründe algılanan hizmet kalitesi ve hastane tercih nedenleri araştırması: Konya örneği. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 501-519.



COVID-19 SALGINI SIRASINDA OKUL SOSYAL HİZMET UZMANLARININ ETKİSİ¹

Meral ŞENER*

Giriş

Kriz zamanlarında okul sosyal hizmet uzmanlarının sağladığı kritik hizmetler her zamankinden daha önemli hale gelmektedir. Örneğin 1929'da borsanın çöküşüyle başlayan ve 1939 yılına kadar süren Büyük Buhran, COVID-19'un şu anda okul bütçelerini etkilemiş biçimine benzer şekilde okul bölgelerini ekonomik olarak etkilemişti. Bir zamanlar yalnızca eğitim verilen bir mekân olarak görülen okullar Büyük Buhran ile birlikte kaynakların ve aileler için yapılacak desteklerin merkez üssü haline gelmişti ve okul sosyal hizmet uzmanları ihtiyaçların karşılanması için ön cephede yer alıyordu. Okul sosyal hizmet uzmanları bu dönemde gıda kaynaklarının temin edilmesi, giyim ihtiyaçlarının karşılanması, çocuk refahı konusundaki endişelerin giderilmesi ve ekonomik yıkım nedeniyle travma yaşayan ebeveynlere zihinsel sağlık destekleri sağlanmasıyla görevlendirilmişlerdi. Büyük Buhran döneminde olduğu gibi bugünlerde içinde bulunduğumuz mevcut salgın sırasında da okul sosyal hizmet uzmanları kaynaklara, akıl sağlığı desteklerine ve travma hakkında bilgilendirilmiş bakım gibi hizmetlere ulaşmada ailelere yardımcı olmak için yeniden ön cepheye çağrılmaktadır.

COVID-19 salgını, okul öncesinden lise sona kadar eğitim sistemi içindeki bütün paydaşları etkilemiş ve zaten var olan eğitimsel ve toplumsal eşitsizlikleri artırmıştır. Bu nedenle okul sosyal hizmet uzmanları, iş kaybı, aile üyelerinin veya sevdiklerinin ölümü ve süregelen belirsizlik ve istikrarsızlık gibi artan fiziksel, duygusal ve zihinsel sağlık ihtiyaçları ile mücadele eden öğrencilere, ailelerine ve eğitim topluluklarına destek sürekliliği sağlamaya çağırılmıştır. Okul sosyal hizmet uzmanları, sosyal izolasyonla mücadele eden bireylere ağ oluşturma ve kaynak tedarik etme

* **Yüksek Lisans Öğrencisi, Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sosyal Hizmet Programı.meral_senerr@hotmail.com**

1)“Lucio, R., Krough, M., Stalneck, D. ve Villarreal Sosa, L. (2020). *The Impact of School Social Workers during the COVID-19 Crisis*. London, KY. *School Social Work Association of America*.” dan çeviridir. https://aab82939-3e7b-497d-8f30-a85373757e29.filesusr.com/ugd/486e55_8d14067578b54340bc7ae656c51bcb3b.pdf, Erişim Tarihi: 26.06.2020.

konusunda özel beceriler kazandırarak topluluklarına yardımcı olmaktadır. Buna ek olarak okul sosyal hizmet uzmanları, bir okul bölgesinde kendi ihtiyaçlarını ve sıkıntılarını gidermek zorunda kalan öğretmenlere ve okul personellerine de destek sunan kritik temas noktalarıdır.

Okul sosyal hizmet uzmanları, bu sağlık krizinden kaynaklanan sayısız sorunun yönetimi için benzersiz bir şekilde eğitilmiş ve hizmetlere yönelik talepleri karşılamaya hazırdır. **COVID-19** Pandemisi, öğrencilerin ve ailelerinin yaşamlarının her alanında ihtiyaçlar yaratmıştır. Örneğin, aileler gelir kaybıyla mücadele ederken hane halkının stres seviyesi yükselir çünkü genellikle hanede daha az gıda bulunur ve kaygı daha yüksektir. Okul sosyal hizmet uzmanları, ailelerin hem gıda ve hem de güvenli ve uygun konut bulmasına ve temel ihtiyaçları karşılamasına yardımcı olarak bu krizin ruhsal sağlık üzerindeki travmatik etkisini ve öngörülebilir gelecekte eğitimin kesintiye uğrama ihtimalini azaltarak öğrencinin eğitime hazır olmasını sağlamak üzere eğitilmektedir. Gerçek şu ki, okul sosyal hizmet uzmanları öğrenciler okula döndükten çok sonra da bu ihtiyaçları karşılamaya devam edeceklerdir.

Bu zor zamanlarda toplumun her üyesi hem yeni hem de eski günlük zorlukları aşmaya çalışmaktadır. **COVID-19** krizinin tüm öğrenciler, aileleri ve okul personelleri için sosyal, ekonomik, fiziksel ve duygusal esenlik üzerinde uzun süreli etkilerinin olacağını bilmek de önemlidir. Okul sosyal hizmet uzmanları, mevcut zorlukların üstesinden gelmede ve aynı zamanda sonbaharda okula dönmeye hazırlanmada önemli bir rol oynayabilir. Okuldaki sosyal hizmet uzmanlarının sistem yönetimi, ruh sağlığı ve savunuculuk konularında aldıkları uzmanlaşmış eğitimden dolayı kalıcı bir etki yaratabilecekleri kilit alanlar vardır. Bu kilit alanlar şunlardır:

1. Ailelerin Temel İhtiyaçları: Birçok aile güvenlik, gelir, yemek, internet eksikliği veya kira ödeyebilme gibi temel ihtiyaçlara bile erişmekte zorlanabilmektedir. Bu ihtiyaçlar sadece acil sorunlar olarak görülmemelidir, bunlar aynı zamanda öğrencilerin ve ailelerin stres seviyelerini de arttırmaktadır. Temel ihtiyaçlar karşılanıncaya kadar öğrenciler, okula ve öğrenme sürecine odaklanamamaktadır. Bu sorunların önlenmesi için okul sosyal hizmet uzmanları okul çevresindeki halk hakkında bilgi sahibi olup bu halk ile ilişkiler kurar ve aileler ile gerekli kaynaklar arasında bağlantı sağlar.

2. Ruh Sağlığı İhtiyaçları: Sosyal izolasyon, rutin giden durumlarda ani değişiklikler ve gelecekle ilgili belirsizlik gibi durumların hepsi ailelerde stres yaşanmasına neden olabilmektedir. Bu zorluklar, düzenli zihinsel sağlık hizmetlerine erişim eksikliği yaşandığında daha da güçlenmektedir. Karşılanmayan bu ihtiyaçlar öğrencinin okula katılımını etkileyebilir ve öğrenme sürecinin aksamasına neden olabilmektedir. Bu süreçte okul sosyal hizmet uzmanlarının online zihinsel sağlık hizmetlerine erişim ve bağlantı sağlaması ve gençler ile ailelerinin kültürel olarak duyarlı hizmetler bulmada katılımlarını sağlaması, öğrencilerin sosyal ve duygusal ihtiyaçlarını karşılamaya yardımcı olmalarının bir yoludur.

3. Öğretmenleri ve Personeli Destekleme: Öğrenciler üzerindeki etkisi daha açık olsa da, öğretmenler, personel ve aileleri de salgına ve salgın nedeniyle yaşanan sürece uyum sağlamakta zorlanıyor olabilir. Aniden öğrenmek ve öğretmek için yeni bir çevrimiçi platforma geçmek zorunda kalmanın stresi, kişinin fiziksel veya zihinsel sağlığını etkileyebilir. Öğretmenler öğrencileriyle etkileşime girdikçe ve onların mücadelelerini dinledikçe, dolaylı olarak travma yaşayabilirler ve öğrencilerine etkili bir şekilde cevap vermek ve onları desteklemek için yardıma ihtiyaç duyarlar. Bu nedenle, öğretmenlik stratejilerine ve meslektaşların öz bakımla ilgilenmelerine yardımcı olmak, öğretmenlerin ve personelin sağlıklı bir dengeyi korumalarına ve öğrencileri için hazır bulunmaya devam etmelerine yardımcı olabilir.

4. Ailenin Dengesini Destekleme: Ailelerin izole edilmeleri ve virüsten korunmak için evlerinde kalmaları çocuk istismarı / ihmali ve aile içi şiddet riskini artırabilir. Ayrılma ve yardım isteme



becerisi yetersizliği ile birlikte izole edilmenin stresi aile için iki potansiyel risk faktörüdür. Okul sosyal hizmet uzmanları, şiddetli çevresel stresle uğraşan ailelere hizmetler sunma konusunda özel olarak eğitilmektedir. Toplumsal bağlantıları oluşturmak, öğrencileri ve aileleri kaynaklarla buluşturmak ve bu sorunları yaşayanlara yardım isteyebilmeleri için fırsatlar sağlamak, öğrencilerin güvenli ve dengeli olmalarına yardımcı olmak için her zamankinden daha önemli olacaktır.

5. Öğrenci Katılımı: Ne yazık ki, bu süreçte bazı öğrenciler online eğitimlere erişemiyor ve derslere katılım göstermiyor/ gösteremiyor. Diğer öğrenciler ise derse katılım gösterebilirler de ödev yapma ve öğrenme için motive olmadıkça zorlanıyorlar. Bu durum öğrencilerin akademik hayatları ve hedefleri üzerinde kısa ve uzun vadeli etkiler yaratmaktadır. Okul sosyal hizmet uzmanları derse katılım göstermeyen/ gösteremeyen öğrencilerin derslere katılımını sağlamak için Toplum (1. düzey), Aile ve Grup (2. düzey) ve Bireysel Müdahaleler (3. düzey) olmak üzere Çok Katmanlı Destek Sistemleri yaklaşımını kullanmaktadır.

6. Yas, Kayıp ve Travma Konusunda Bilgilendirilmiş Bakım: Birçok aile ve okul personeli tanıdıkları ve sevdikleri birinin kaybını yaşayacaktır. Bu kayıp durumu bugün birçok gencin balo, mezuniyet ve basitçe arkadaşları ile birlikte vakit geçirmek gibi alışkanlıklarını yitirecekleri üzüntüsü ve yoğun bir sosyal izolasyonla birleşmektedir. Bu örneklerin her biri pandemi geçtikten çok sonra da okullarda yaşanabilir. Bu kalıcı etkiler, sosyal hizmet uzmanlarının eğitimini gördüğü ve ulusal düzeyde uygulamada lider oldukları travmaya dayalı bir yaklaşımla ele alınmalıdır.

7. Eşitsizliklerin Çözülmesi: Amerika Okul Sosyal Hizmeti Derneği (SSWAA) Ulusal Okul Sosyal Hizmeti Uygulama Modeli, okul sosyal hizmet uzmanlarını eğitim erişimi, eşitlik ve savunuculuk gibi sorunlarla ilgilenmeye çağırılmaktadır. Okul sosyal hizmet uzmanları, ana dili farklı olan ailelerin ihtiyaçlarını karşılayan okullarda ölüm, işsizlik, barınma ve çevre sorunlarından orantısız olarak etkilenen azınlık öğrencilerin ek kimliğini ve tarihsel travmalarını anlamada daha duyarlı sistemlerin oluşturulmasını destekleyecek ve öğrencilerin ve ailelerinin hem okuldaki hem de toplumdaki kaynaklara erişmelerine yardımcı olacak şekilde konumlandırılmıştır.

Ülkelerdeki birçok okul bölgesi krizden ve COVID-19'un sonuçlarından kaynaklanan olumsuz bir ekonomik durum içerisine girecektir. Bütçe ile ilgili zorlukların ele alınması bir öncelik olabilir ancak öğrencilerin sonbaharda okula devam edebildiklerinde yanlarında getirecekleri önemli sosyal ve duygusal ihtiyaçların karşılanması bütçe kadar önemlidir ve bu sorunların da mutlaka ele alınması gereklidir. Araştırmalar, travma, yoksulluk ve zihinsel sağlık sorunlarından etkilenen öğrencilerin sürekli öğrenmeye erişemediklerini ve okula devam edemediklerini göstermiştir. Şüphesiz okullara geri döndüğünde herkes içinde bulunduğumuz pandemiden bir dereceye kadar etkilenmiş olacak, ancak bazı öğrenciler ve okul personelleri, travma ve kısıtlı uzun süre ciddi olarak maruz kalmanın sonuçlarını yaşayacaklar. Okul sosyal hizmet uzmanları bu durum için öğrencilere ve ailelerine, okula yeniden katılım göstermelerini sağlayacak kaynaklara, desteğe ve yardıma erişmelerine yardımcı olacak becerilere sahiptirler, aynı zamanda uzmanlık eğitimi almışlardır. Okul sosyal hizmet pozisyonları için fonların azaltılması, yalnızca bu sorunların şiddetlenmesine neden olur ve bu sorunlar, bölgelerde kayıp öğretim süresinin ve öğretmen tükenmişliğinin artmasına neden olarak en sonunda daha fazla maliyete yol açacaktır.

Sonuç

Eğer yaşanan bu pandemi süreci sonrasında öğrencilerin iyileşmeleri ve salgın sırasında kayıp sınıf içi eğitim süresindeki becerileri tekrar kazanmaları bekleniyorsa zihinsel sağlık desteğine öncelik verilmelidir. Okul bölgeleri ve eğitim personelleri, bugünlerde tarihte hiçbir şeye benzemeyen bir sorunla karşı karşıyadır. Ancak okul personeli ve topluluğu olarak bir araya gelinerek çocuğun bütünlüğüne odaklanan ve potansiyel olarak tüm öğrencilerin ihtiyaçlarını karşılayabilecek bir

eğitim sistemi oluşturularak bu sorunun etkileri azaltabilir. Bu nedenle kriz müdahalesi ile krizi yaşayan ve krizden etkilenen bireylere yönelik danışmanlık konularındaki uzmanlığı, okul sosyal hizmet uzmanlarının tüm okul topluluğunun ihtiyaçlarını desteklemede hayati liderler olarak konumlandırılmasına yol açmaktadır.

Kaynaklar

Altshuler, S. J., & Webb, J. R. (2009). School social work: Increasing the legitimacy of the profession. *Childen & Schools*, 31(4), 207-218.

Avant, D. W., & Swerdlik, M. E. (2016). A collaborative endeavor: The roles and functions of school Social workers and school psychologists in implementing multi-tiered system of supports/ response to intervention. *School Social Work Journal*, 41(1), 56–72.

Burns, B. J., Phillips, S. D., Wagner, H. R., Barth, R. P., Kolko, D. J., Campbell, Y., & Landsverk, J. (2004). Mental health need and access to mental health services by youths involved with child welfare: a national survey. *Journal of the American Academy of Child and Adolescent Psychiatry*, 43(8), 960-970.

Bye, L., Shepard, M., Partridge, J., & Alvarez, M. (2009). School social work outcomes: Perspectives of school social workers and school administrators. *Children & Schools*, 31(2), 97-108.

Chang, H.N., Guynes, E., Richmond-Roberts, S. (2020, April 9). Leading Virtual Learning Communities: Facing the Challenges of COVID-19 [Webinar]. From AttendanceWorks.org.

Costin, L. B. (1969). A historical review of school social work. *Social Casework*, October, 439-453.

Dombo, E. A., & Sabatino, C. A. (2019). *Creating trauma-informed schools: A guide for school Social workers and educators*. New York: Oxford University Press.

DeSocio, J., & Hootman, J. (2004). Children's mental health and school success. *The Journal of School Nursing*, 20(4), 189-196.

Frey, A., Raines, J.C., Sabatino, C.A., Alvarez, M., Lindsey, B., McInerney, A., & Streeck, F. (2017). The National School Social Work Practice Model. In L. Villarreal Sosa, M. Alvarez, & T. Cox (Eds.) *School Social work: National perspectives on practice in schools* (pp. 27–38). New York: Oxford University Press.

Franklin, C., Kim, J., Tripodi, S., (2009) A Meta-Analysis of Published School Social Work Practice Studies 1980-2007 . *Research on Social Work Practice*, 19, 667-677.

Kelly, M. S., & Frey, A. J. (2015). The state of school social work: Revisited. *School Mental Health*, 7(3), 174-183.

Larson, S., Chapman, S., Spetz, J., & Brindis, C. (2017). Chronic childhood trauma, mental health, academic achievement, and school-based health center mental health services. *The Journal of School Health*, 87(9), 675-686.

Maynard, B. R., Farina, A., Dell, N. A., & Kelly, M. S. (2019). Effects of trauma-informed approaches in schools: A systematic review. *Campbell Systematic Reviews*, 15(1-2).

Stone, S. (2017). Racial equity and school social work. *Psychology in the Schools*, 54(10), 1238-1244.



SOSYAL MESAFENİN TEHLİKELERİ: COVID-19 SOSYAL DENEYİMLERİMİZİ NASIL YENİDEN ŞEKİLLENDİREBİLİR¹

Kübra DOĞAN*

Koronavirüs hastalığının dünyayı şaşırttığı inkar edilemez: Hükümetler birkaç gün içerisinde işletmeleri süresiz olarak kapatan ve insanların kendilerini yeni kurallara uymak zorunda bulunduğu yönergeleri radikal bir şekilde uygulamaya başladı. Hijyen önlemleri önceki pandemi dönemleriyle aynı kalırken, sosyal mesafe kuralları ise özellikle birliği bozan ve bu pandemi deneyimini benzersiz kılan özellikteydi. Sosyal uzaklaşma toplumda artan sosyal reddedilme, insanlara özgü kişilik özelliklerinin ve benliğinin gelişmemesi ve toplum duygusunun kaybı gibi tehlikeleri ortaya çıkarır. Öğrenmeyi ve gelişmeyi olumsuz etkiler ve temel insani ihtiyaç olan insanların etkili bir şekilde sosyalleşmesini engeller. Her şeyden önce önlemler, başkalarının ölümcül mikropların ve yaşamı tehdit eden hastalıkların potansiyel taşıyıcıları olduğu fikrinin yanı sıra insanlardan korkma gibi güçlü bir psikolojik mesaj taşıyordu. Virüsün neden olduğu endişe verici bulaşma ve ölüm oranı, birçok kişi arasında daha fazla panik ve hatta paranoya oluşturmaya katkıda bulundu. Özellikle endişe verici olan şey, bu psikolojik etkinin salgından çok sonra bile potansiyel olarak toplumlarımızda kalabileceği gerçeğidir.

Toplumumuz uzun zamandır iş yerlerinde, restoranlarda veya kamusal alanlarda olsun insanlar arasındaki fiziksel etkileşimlerle karakterize edilmiştir. Gruplar halinde çalışmaya, bir yerlere gitmeye, yeni insanlarla tanışmaya ve onlarla günlük olarak sohbet etmeye alışkınız. Yaşam boyunca, bizi tatmin eden şeylerin çoğu, diğer insanlarla yarattığımız bağlardır ve çoğu zaman bu bağlar fiziksel etkileşimler yoluyla gerçekleşir. “Sosyal etkileşimlerin, beslenme veya uyku gibi diğer temel ihtiyaçlara benzer bir temel insan ihtiyacı olduğu öne sürülüyor. Nitekim, başkalarına yeterince bağlı olmama hissi, fiziksel ve zihinsel sağlık üzerinde derin ve kalıcı olumsuz sonuçlara hatta ölüm oranının artmasına neden olabilir (Orben, Tomova ve Blakemore, 2020)”.

* **Yüksek Lisans Öğrencisi, Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü. Sosyal Hizmet Programı. kdogan_159@hotmail.com**

1) “Sikali, K. (2020). *The Dangers of Social Distancing: How COVID-19 Can Reshape Our Social Experience*. *Journal of Community Psychology*, 1-4, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/jcop.22430>” den çeviridir. Erişim Tarihi: 09.09.2020.

Fiziksel etkileşimler, insanların sosyal deneyiminin önemli bir parçasıdır ve özellikle gençlerin sosyal gelişimi için oldukça önemlidir. Pandemi, okulları kapatarak birçok çocuğun ve gençlerin başkalarıyla sosyalleşmesini engelliyor. Sosyalleşmenin engellenmesi, kişisel gelişimi etkileyen kaliteli ilişkiler kurma becerilerini de etkileyebilir. Gerçekten de gençler, öğrenmelerinin ayrılmaz bir parçası olan bağlantılar ve tatmin edici ilişkiler yoluyla sosyal olarak gelişir. Uzun vadeli izolasyon, bu temel insan ihtiyaçlarını tatmin etmez ve sonuçta ruh sağlığını etkiler. Orben ve arkadaşları (2020) şöyle belirtiyor: **“Ergenler, sosyal uyarılara ve sosyal dışlanmanın olumsuz etkilerine karşı aşırı duyarlıdır.”**

Ergenlerin sosyal mesafe motivasyonu ve uygulamasına ilişkin bir araştırmanın sonuçlarını tartışan Oosterhoff, Wilson ve Shook (2020) şunları söylemiştir: Sosyal yargılanmadan kaçınmak için sosyal izolasyona giren gençler daha fazla anksiyete semptomları gösterirken, arkadaşlarının tavsiyeleri nedeniyle sosyal mesafeye uyan/izolasyona giren gençler, semptomatik gençlik farklılıklarını, sosyal yargıya duyarlılığı veya akran reddini yansıtan daha büyük depresif semptomlar bildirdi.

Koronavirüs hastalığının dünyayı etkileme hızı, dünyanın gelecekte daha tehlikeli pandemilerle karşılaşabileceğini öngören birçok araştırmacının iddialarıyla birlikte, kabul edilmiş korku için zemin hazırlıyor. Amerika’da, marketlerde alışveriş yapanlar sadece tavsiye edilen 1.5 metre olan sosyal mesafeyi korumakla kalmıyor, aynı zamanda başkalarına potansiyel hastalık taşıyıcıları olarak bakarak şüpheli ve güvensiz davranıyorlar. Başlangıçta hastalığın yayılmasını sınırlamak için zararsız bir önlem olması amaçlanan şey, kademeli olarak kaçınma ve dışlanma davranışlarına neden olabilir. Bazı bilim adamları, insanların aşıl olmaması nedeniyle koronavirüs ile uzun süre yaşamak zorunda kalabileceklerini veya oldukça mevsimsel bir hastalık haline gelebileceğini iddia ettiler. Toplum olarak benzer pandemilerle karşı karşıya kaldığımızda fiziksel ve duygusal bağları sürdürmenin yollarını bulamazsak, her on yılda bir veya iki kez nüksetme, bizim üzerimizdeki olumsuz etkilerini daha da kötüleştirir ve insanlara izole ve uzak olmanın iyi bir şey olduğunu hissettirebilir. Böyle bir atmosfer, sosyal bağlar kurmayı daha da zorlaştırır ve topluluklarımızın talihsiz geleceği olabilir.

Baumeister ve Leary (1995), pozitif sosyal temasın psikolojik ve fizyolojik sağlık için gerekli olduğunu ileri sürmüştür. Ayrıca, insanların en azından asgari miktarda kalıcı, olumlu ve önemli kişilerarası ilişkiler kurma ve sürdürme konusunda yaygın bir dürtüye sahip olduğunu da öne sürüyorlar. Topluluklarımızla olumlu etkileşimleri sürdürmek önemsiz görünse de, çoğu zaman hafife aldığımız bir güven ve kabul duygusu uyandırır. Sabah kahvemizi sipariş ederken barista ile birkaç kelime alışverişi yapmak veya markette bir yabancıyla rastgele sohbet etmek, sosyal dinamiklerimizi tanımlayan doğal olarak meydana gelen durumların örnekleridir. Bununla birlikte, kendi kendine izolasyona girme, 1.5 metre mesafe ölçüsünü koruma ve koruyucu yüz maskelerinin kullanılması bu temel etkileşimlerin olmasını engelleyebiliyor.

Salgının ilk günlerinden itibaren, bireyselleşmenin kriz toplumlarında ortaya çıkan birçok durumdan biri olduğu zaten çok açıktı. İnsanlar kritik önemde olduğunu düşündükleri ürünleri almak için acele ettiler. Oldukça hızlı bir şekilde, bakkallar ve süpermarketlerde tuvalet kağıdı ruloları ve el dezenfektanları tükendi, çünkü bazı kişiler ihtiyaç duyduklarından çok daha fazlasını satın aldılar, bu nedenle başkalarının ihtiyaçlarını tamamen göz ardı ettiler. Bu bireyselleşme, **ABD** hükümetinin sıkıntılı zamanlarda vatandaşlara hizmet vermedeki başarısızlığını yansıtıyor. Almanya gibi birçok ülkede, satın alma işleri vatandaşlar için kaynakların erişilebilirliğini ve mevcudiyetini sağlamak amacıyla hükümet tarafından merkezileştirildi. Küresel ölçekte, bazı hükümetlerin Makyavelci **(kendi çıkarını ve menfaatini düşünen)** bir çabayla kendi vatandaşlarının sağlığına öncelik verme çabasıyla diğer ülkelere yönelik koruyucu maskelerin sevkiyatını değiştirdiği iddiasıyla uluslararası ilişkilerde gerilimler yükseldi. **COVID-19** kriziyle ilgili bu çıkar çatışmaları, dünya liderleri arasındaki ilişkiyi de olumsuz etkiledi.

Koronavirüs, bu etkileri tetikleyen ilk pandemi değildi, ancak birkaç gün içinde neredeyse dünyanın yarısında karantina uygulandığı için önceki pandemilerden daha önemli ve kayda değerdi. İspanyol gribi olarak anılan 1918 grip salgını da özellikle ölümcül ve yıkıcıydı. Dünyadaki hemen hemen her ülkeyi etkiledi ve I.Dünya Savaşı'ndan daha fazla can aldı. **COVID-19** ile benzer şekilde, insanlara büyük toplantılardan, toplu taşıma araçlarından kaçınmaları ve hasta iseler evde kalmaları tavsiye edildi. 1918-1919 İnfluenza A1H1N1 Salgını sırasında, sosyal mesafe kritik bir rol oynadı. İspanya'da başlayan pandemi başlangıcında hafifti, daha sonra ölümcül hale geldi ve dünya çapında yaklaşık 300 milyon vakaya ve yaklaşık 50 milyon ölüme yol açtı (*Musinguzi ve Asamoah, 2020*).

İnsanlar işyerlerinde çalışırken yüzlerini örtmek için koruyucu maskeler taktılar. Ne yazık ki, özellikle dini ibadet yerlerinde yapılan kalabalık toplantıları önleme çabaları çok başarılı olmadı. Dahası, teknoloji 2020'de olduğu kadar gelişmiş değildi ve insanların bugün olduğu gibi rahat bir şekilde evden çalışma imkanı ve izni yoktu. Bir asır önce, zorunlu olarak bulunması gereken işçilerin sayısı da oldukça yüksekti. Bu faktörler, insanları etkili bir şekilde izolasyon ve sosyal mesafeyi uygulamadan alıkoymdu. Bunlar İspanyol gribinin yayılmasına ve artan ölüm oranına kesin bir şekilde neden olsa da, insanların sosyal yaşamı **COVID-19**'da olduğu kadar önemli ölçüde değişmedi: önlemlere rağmen, insanlar 2020 salgını sırasında olduğundan daha sık toplandı ve fiziksel olarak etkileşime girdi.

COVID-19 gibi hastalıklar insan teması ile kolayca yayılırken, düşmanın çevremizdeki insanlar değil virüs olarak kaldığına dikkat etmek önemlidir. Gerçekten, pandemiye tepkimizin ve sosyal deneyimlerimizin etkinliği, birbirimize ne kadar yakın olduğumuza ve ne kadar özen gösterdiğimizize bağlıdır. Toplumumuzun İspanyol Gribi geçirmesine izin veren şeyin bir kısmı, başkalarının acılarını anlamak ve fiziksel ve duygusal destek sağlamak için gösterilen ortak çabadır. ***“Doğal afetlerde olduğu gibi, siviller ve çeşitli kuruluşlar, topluluklarının ihtiyaçlarına cevap vermek için kendiliğinden bir araya gelerek, hem askeri kamplarda hem de ülke genelinde kasaba ve şehirlerde hastalara bakmak için ellerinden geleni yaptılar. Illinois'de ABD ordusunun bir tesisi olan Camp Grant'teki griple mücadele için, hem Ordu Hemşirelik okulu liderleri hem de yakındaki Chicago vatandaşları orduya yardım etti (Keeling, 2020).”*** Benzer şekilde, bugün çevremizdekilere ve özellikle topluluklarımızdaki en savunmasız bireylere tam destek sağlamalıyız.

Toplu olarak verebileceğimiz duygusal destek, refahları için hayati öneme sahiptir ve sosyal izolasyonun zihinsel sağlıkları üzerindeki olumsuz etkilerini azaltabilir. Tokalaşma ve sarılmalar bu yeni sosyal gerçeklikte uygun bir davranış olmasa da, çevremizdekileri tanımanın ve onlara özen ve saygı göstermenin başka yollarını bulmalıyız. Eğilmek, başımızı sallamak veya el sallamak uygun seçenekler gibi görünüyor. Yaşlı insanlar, sadece virüse fiziksel olarak daha az dirençli oldukları için değil, aynı zamanda özellikle zihinsel iyilikleri kısmen gençlerin gösterdiği ilgi ve şefkate bağlı olduğu için sağlık krizine karşı en savunmasız kişilerden bazılarıdır. Bu nedenle, virüsle yaşamın yeni yollarını benimsemek sosyal izolasyondan daha etkili olacaktır. Armitage ve Nellums'un (2020) dediği gibi “İzolasyon stratejilerine bağlılığın zamanla azalması muhtemeldir. Salgını azaltmak için alınan bu tür önlemler, bulaşmayı önlemek için etkili bir şekilde zamanla gerçekleştirilmeli, ancak duygusal bozukluklarla ilişkili olan **COVID-19**'un morbiditesini arttırmaktan kaçınılmalıdır. Daha dezavantajlı ve ötekileştirilmiş nüfuslarda hissedilecek etkileri önleyici stratejilerin uygulanması için acilen hedefler belirlenmelidir.”

Son olarak, **COVID-19** testini düşük maliyetli ve herkes için erişilebilir hale getirmek, sağlık krizinin sosyal yaşamlarımız üzerindeki etkisini önemli ölçüde azaltabilir. Ülke çapında yaygın ve ucuz olarak yapılan testler, insanların virüse karşı pozitif mi yoksa negatif mi olduklarını düzenli olarak kontrol etmelerini sağlayacaktır. İnsanlar test sonuçlarının negatif olduğuna dair kanıt da gösterebilmelidir. Çin'in belirli yerlerinde (*özellikle Yünnan eyaletindeki pazarlarda*)

insanları kalabalık alanlara girmeden önce taramak için Alipay Sağlık Kodu adı verilen bir sistem kullanılmıştır.

Alipay Sağlık Kodu'nu oluşturanlar, birinin bulaşma riski olup olmadığına dair otomatik sonuçlar oluşturmak için büyük verilerin kullanıldığını söylüyor. Kullanıcılar Alipay'de kişisel bilgilerle bir form doldurduktan sonra, yazılım üç renkten birinde bir QR kodu oluşturuyor. Yeşil kod, sahiplerinin kısıtlanmasız hareket edebilmesini sağlar. Sarı kodlu birinden yedi gün evde kalması istenebilir. Kırmızı kod ise iki haftalık karantina anlamına gelir (*Mozur, Zhong ve Krolik, 2020*).

Amerika Birleşik Devletlerinde ve dünyadaki çalışma alanlarının, iş yerlerinin, perakende satış mağazalarının, rekreasyon alanlarının (piknik, spor ve eğlence alanı vs.) ve diğer birçok kamusal alanların girişlerinde benzer tarama kontrol noktalarının oluşturulması, kitlesel bulaşmayı önlemeye yardımcı olacak ve insanların sosyalleşirken kendilerini daha güvende hissetmelerini sağlayacaktır. Gerçekten de, insanlar çevresindeki herkesin bir COVID taramasından geçtiğini bilirse, arkadaşlarıyla fiziksel etkileşime girerken muhtemelen daha rahat hissedecektir. Etkili bir **COVID-19** tarama sistemine sahip olmak, insanları düzenli olarak testler yapmaya teşvik etmek ve bir mobil uygulamada güncellenmiş raporlar sağlamak, pandemilerle yaşamının etkili bir yolu olacaktır.

COVID-19 gibi pandemilerin küresel sağlık ve ekonomi üzerindeki zararlı etkileri tartışılmaz. Pandeminin sosyal yaşam üzerindeki etkileri daha az dikkate alınsa da, topluluklarımızın refahı üzerindeki zararlı etkilerini kabul etmek ve ele almak çok önemlidir. Sosyalleşme temel bir insan ihtiyacıdır ve sosyal mesafe onu engeller, bu da sonuçta zihinsel sağlığımızı etkiler. Fiziksel mesafe gerektiğinde uygun şekilde uygulanabilir ancak ilişkilerimizin sosyal yönü, bağlarımızı sürdürmek ve aramızdaki en savunmasız olanları desteklemek için güçlendirilmelidir.

Kaynaklar

Armitage, R., & Nellums, L. (2020). COVID-19 and the consequences of isolating the elderly. *The Lancet Public Health*, 5(5), 256.

Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529.

Keeling, A. W. (2020). The 1918 influenza pandemic: Lessons from the past for a global community. *Health Emergency and Disaster Nursing*, 7(1), 27-28.

Mozur, P., Zhong, R., & Krolik, A. (2020, March 1). In coronavirus fight, China gives citizens a color code, with red flags. *New York Times*, 1.

Musinguzi, G., & Asamoah, B. O. (2020). The science of social distancing and total lock down: Does it work? Whom does it benefit? *Electronic Journal of General Medicine*, 17(6), 230.

Oosterhoff, B., Wilson, J., & Shook, N. (2020). Adolescents' motivations to engage in social distancing during the COVID-19 pandemic: Associations with mental and social health. *Journal of Adolescent Health*, 67, 179-185.

Orben, A., Tomova, L., & Blakemore, S. J. (2020). The effects of social deprivation on adolescent social development and mental health. *The Lancet Child & Adolescent Health*, 4, 634-640.



DEĞİŞEN TÜKETİCİ SATIN ALMA DAVRANIŞLARININ İŞLETMELER AÇISINDAN ÖNEMİ

Selen BİTKİN*

Giriş

Odak merkezde tüketicinin yer aldığı günümüz satış ve pazarlama anlayışı tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerinin kültürel, sosyal, ekonomik bir çerçevede değerlendirilerek satın almalarını etkileyecek birçok strateji geliştirmeyi zorunlu kılmıştır. Hem işletmenin sürekliliği hem de tüketici tatminini sağlamak, satın alma kararına etki eden faktörleri iyi bilmek ve tüketici satın alma karar sürecini iyi analiz edebilmekle mümkün olacaktır. Satın alma eylemini gerçekleştiren nihai tüketiciler ve örgütsel (**endüstriyel**) tüketiciler olmak üzere iki tür tüketici söz konusudur. Satın alma sürecinin her iki tüketici türü için benzer aşamalar olsa da örgütsel açıdan satın alma alıcıların rasyonel davranışları, alıcıların yüksek bilgi düzeyleri, kişisel satışın yaygın kullanımı, alımların doğrudan yapılması, uyulması gereken prosedürler, bireysel yerine grup olarak alım yapılması noktasında ayrılmaktadırlar.

Tüketici ve Tüketici Satın Alma Davranışları

Günümüzde mukayesesini rahatlıkla yapabileceğimiz tüketiciler ve alıcılar açısından satın alma tutum ve davranışındaki farklılık kendini belirgin şekilde göstermektedir. Özellikle de son yıllarda nüfusun hızla artması, teknolojinin gelişmesi, kentleşme hareketleri, sosyo-kültürel faktörlerdeki değişimler, tüketici kitlesini ve tüketim hacmini arttırmakla beraber, tüketicilerin satın alma alışkanlıklarının tercihlerinin ve hayat tarzlarının değişmesine neden olmuştur (**Külter, 2004; 3**). Dolayısıyla bu da tüketim kültürünün değişmesine neden olmuştur. Dijital bir dünyanın var olmasıyla beraber bireyin yeme-içme, giyim, yaşam tarzı, iş yaşamı, eğlence alışkanlıkları tamamen kendini yeni alışkanlıklara bırakacaktır (**Aksu, 2018**).

Tüketim kültürü topluma her şeyin ötesinde tüketici olarak bütünleşmiş olan insanların kültürüdür. Tüketim kültürünün özellikleri, sadece ortaya çıktıkları ve çağdaş yaşamın diğer yönlerine dağıldıkları piyasanın mantığı ile anlaşılabilir. Modern insana önerilen temel iktisadi imaj anlayışı üreticinin aksine tüketicidir bu da bize gösteriyor ki piyasa temelli evrenin merkezinde tüketici yer almaktadır. Üreticiyi tüketicinin tercihlerine zorlayan da tüketim kültürüdür. Bu piyasa temelli evrende başarı veya başarısızlık bütünüyle rekabetçi üreticilerin, tüketicilerin tercihlerini tahmin edip etmemelerine bağlıdır (**Penpece, 2006; 26**).

*Süleyman Demirel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü Yüksek Lisans Mezunlu, selenbitkin@gmail.com

Tüketici Kavramı

Tüketim, tüketici, tüketici davranışı gibi kavramlar günümüzün en önemli kavramları arasında yer almaktadır. Üretim ve tüketimin en son safhaya vardığı günümüzde, üretici ve ürün çeşitliliğinin artması rekabeti artırmış, firmalar kendi ürünlerinin satışını sağlamak için çeşitli yollar aramaya başlamışlardır (**Aslan, 2012; 13**). Tüketim dediğimiz eylem tüketicilerin mal ve hizmetleri satın alma ve kullanmaya yönelmeyi ifade eder (**Aslan, 2012; 11**). Yani gerçekte tüketim olgusundan çok tüketicinin ve hatta tüketicinin satın almaya ilişkin karar ve eylemlerini inceler. Bu bakımdan tüketici pazarlarını anlayabilmek ve değerlendirebilmek için tüketici davranışlarını etkileyen faktörlerin ve tüketici davranışlarının incelenmesi gerekir (**Türkay, 2011; 3**). “Tüketici” kavramı ile ilgili birçok tanım bulunmaktadır. Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun madde: 3 tüketiciyi tanımlarken, bir mal ya da hizmeti, ticari ve mesleki olmayan amaçlarla edinen, kullanan ya da yararlanan gerçek ya da tüzel kişi anlatımını kullanmıştır. Gerçek (nihai) tüketiciden söz edebilmek için satın alan kişinin gereksinim sahibi kişi olması önemli ögedir. “Tüketici” satın aldığı malı ya da hizmeti kendisi kullanan ve yeniden satarak kâr elde etmeyen ya da başka bir üretimde kullanmayan kişidir. Yani bu mal ticari bir etkinliğe konu olmamalıdır. Tüketici, malın ya da hizmetin ulaştığı son el olmalıdır (**Aslan, 2012; 14**).

Tüketiciler, kişisel ve ailevi ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla mal ve hizmetleri talep eden ve satın almaya yönelen nihai tüketiciler bir diğeri kişisel ve ailevi ihtiyaçları dışındaki amaçlarla mal ve hizmetleri talep eden ve satın alma yönelen endüstriyel (örgütsel) alıcı ve kullanıcılar göre iki gruba ayrılır (Külter, 2004; 3). Her ikisinde de karar verenler insanlardır ancak karar vermede etkili olan faktörlerin farklılaşması nedeniyle satın alma davranışı da bu iki tüketici tipi için farklılık gösterecektir (**Altunışık vd., 2006; 66**). Baktığımızda işletme faaliyetlerinin anlam kazanabilmesi ve başarı sağlamasından geçen yol tüketici ihtiyaçlarının belirlenmesi, tüketicilerin bölümlere ayrılması, yeni ürünlerin bu ihtiyaçları karşılayacak şekilde konumlandırılması ve irtibata geçilen tüketiciyle bağın koparılması önlemek için tüketici davranışlarını çözümlenmek gerekmektedir (**Altunışık vd., 2006; 61**). Tüketici bu süreç içinde mal ve hizmete neden ihtiyaç duyduğuna bu mal ve hizmeti ne zaman, nereden, nasıl, hangi ödeme koşullarında olacağına karar verir (**Külter, 2004; 1**).

Tüketici Satın Alma Davranışı

Satın alma davranışları tüketicini kişisel olarak ihtiyaçlarının ve güdülerinin, öğrenme sürecinin, algılamalarının, tutum ve inançlarının etkisiyle ortaya çıktığı davranışların bütünüdür. Davranışları şekillenmesinde kişinin üyesi olduğu toplumun kültür, sosyal sınıf, referans grubu ve aile gibi sosyal-kültürel faktörlerin etkisiyle oldukça fazladır (**Türkay, 2011; 7**).

Altunışık ve diğerleri (2006; 66)' ne göre davranışlar zihinsel faaliyetlerin fiillere yansımalarıdır. Kişinin çevreyle etkileşim süreci olarak tanımlanabilen insan davranışı aslında bir ölçüde tüketici davranışının da temelini oluşturmaktadır. Dolayısıyla pazarlamanın temel konularından olan tüketici davranışları satın alma bağlamında insan davranışlarıyla ilgilenmektedir (**Azizağaoğlu, 2010; 10**). Tüketicilerin tercihlerini ve isteklerini anlamının tek yolu onların davranışlarına bakarak çıkarsama yapmak ve bu çıkarsamalardan yola çıkarak bir görünüm elde etmektir. Bunu yapabilmek için ise öncelikle “davranış” ve “tüketici davranışı” kavramlarının ne olduğunu sorgulamak gerekmektedir (**Aslan, 2012; 16**).

Tüketici davranışı, kişinin özellikle ekonomik ürünleri ve hizmetleri satın alma ve kullanmadaki kararları ve bunlarla ilgili faaliyetleri zihinsel ve fiziksel nitelikte tüketicilerin zaman, enerji ve para gibi kısıtlı kaynakların tüketimine yönelik aşamaları incelemeye çalışır (**Külter, 2004; 6**).

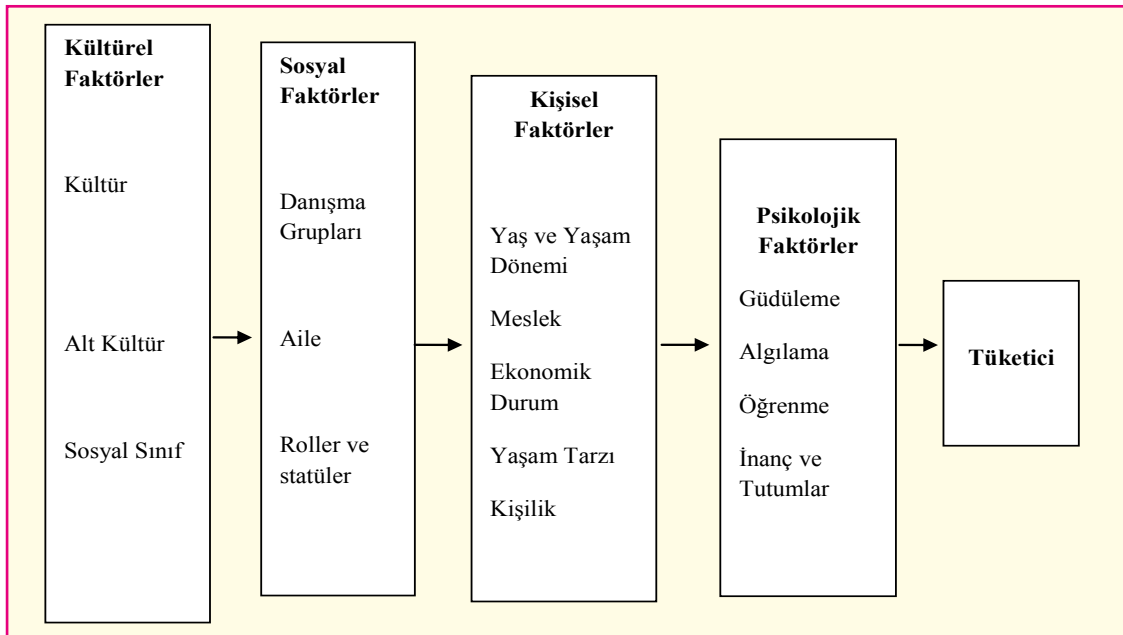
Tüketici topladığı ve hatırladığı bildiler ile birbirleriyle rakip olan birkaç ürün seçeneğini

değerlendirmeye alır (*Bylthe, 2001; 43*). Daha sonra ise ihtiyacını karşılayabilecek alternatifler belirlendikten sonra değerlendirmedeki amaç o an için alternatiflerden hangisinin tüketicinin ihtiyacını diğerine oranla daha avantajlı karşılayabileceğini tespit etmektir (*Altunışık vd., 2006; 62*). Satın alma aşamasında ise tüketici arzuladığı markayı belirler ve güven duyduğu mağazayı ve uygun ödeme yöntemini seçer. Satın alma sonrası değerlendirme aşamasında, tüketici ürünün satın alınmasının başarılı mı başarısız mı olduğuna karar verir. Son olarak ele alınacak vazgeçme aşaması, tüketicinin ürünü kullandıktan sonra elden çıkarmasını inceler (*Bylthe, 2001; 43-47*).

Bylthe (2001; 50) 'e göre ile satın alma kararını etkileyen üç tür incelenebilir. **Bunlar;**

- **Kişisel faktörler;** karar verme sürecini etkileyen tüketiciler özellikleridir.
- **Psikolojik faktörler;** tüketicinin zihinsel sürecinin unsurlarıdır.
- **Sosyal faktörler;** karar vermeyi etkileyen aile arkadaş etkileridir.

Tüketici davranışları ve tüketici davranışlarını etkileyen faktörler; pazarlama faaliyetlerini ve satışı artırıcı çabalara yön veren başlıca faktörlerdir. Bir mal veya hizmeti tüketicinin emrine sunmak için, tüketiciyi etkileyebilen faktörleri göz önünde bulundurmak, satın alma kararına etki eden faktörleri iyi bilmek ve tüketici satın alma karar sürecini doğru bir analitik süreçten geçirmek hem işletmenin sürekliliği hem de tüketicilerin tatmininde büyük rol oynar (*Kızılaslan ve Kızılaslan, 2008; 68*). Ayrıca, işletmelerin marka çalışmaları da bu davranışları büyük oranda etkilemekte ve yönlendirmektedir (*Türkay, 2011; 7*). Deneyim kazanma bugün tüketicinin satın alma davranışında en önemli belirleyici unsurdur. Dolayısıyla işletmeler deneyimi bizzat yaşatacak gerekli faaliyetlere yatırım yapmalıdır. Deneyimin rekabet açısından önemli bir unsur olduğu unutulmamalıdır. Çünkü deneyim yinelenmesi ve benzerinin olması zor bir kavramdır. Çünkü kurulacak duygusal bağ stratejik mesajların çok çok önüne geçmektedir. Dolayısıyla olumlu sonuçlar doğuracağı gibi aksi de gerçekleşebilir. Bu noktada işletme özenli, dikkatli ve elbette öngörülü olmak zorundadır (*Dirsehan, 2012: 6-7*).



Şekil : Tüketici Davranışlarını Etkileyen Faktörler (*Sarıışık, 2010; 38*)

Örgütsel (Endüstriyel) Tüketici Satın Alma Davranışı

Çağdaş pazarlamada “işletme” veya “firma” kavramı, yerini “örgüt”, “kurum” ve “kuruluş” gibi kavramlara bırakmıştır. Çünkü artık pazarlama tüm örgüt türlerinde uygulanmaktadır. Örgüt ve kuruluşlara satış yapan işletmeler bu alıcıların gereksinimleri, kaynakları, politikaları ve satın alma yöntem ve formalitelerini iyi değerlendirmeye çalımsalıdır.

Ve baktığımızda örgütler, hammadde, mamul parçalar, aksesuar, ekipman, malzeme, montaj, işletme servisleri gibi endüstriyel, kurumsal vb. ürün ve hizmetler bakımından büyük bir pazar oluştururlar (*Taşova, 2007; 34*).

İşletme Kavramı

İşletmeler en basit tanımıyla öncelikle ihtiyaç duyulan ekonomik mal ve hizmetlerin üretimini veya pazarlamasını gerçekleştirmektedir. Bunu kar elde etmek amacıyla yapar. Dolayısıyla piyasa taleplerin ölçmek tüketici tatmin ederek fayda yaratmak amacıyla faaliyet gösteren ekonomik kuruluştur (*Tuncer vd., 2008; 23*).

Bir başka tanım da üretim faktörlerini bilinçli ve sistemli olarak bir araya getirip tüketicilerin istek ve ihtiyaçları doğrultusunda mal ve hizmet üreten ve/veya pazarlayan ekonomik, sosyal, teknik kuruluşlardır (*Efil, 2009; 3*).

Örgüt Kavramı

Endüstriyel satın alıcılar, örgütlerinin ihtiyaçlarını karşılamak için satın almayı gerçekleştirirler. Ancak onların da kişisel ihtiyaçlarının var olduğu açıktır. Bu ihtiyaçlar; prestij ihtiyacı, kariyer güvenliği, arkadaşlık, sosyal ihtiyaç ve iyi pazarlıktan elde edilen tatmin ya da kişilik, tutumlar ve inançlar türlerinde olabilmektedir. Endüstriyel satın alma görevi yeni bir görev olabilir ve bu durumda satın alıcı kendini yoğun bir problem çözme davranışına uyum sağlamaya hazırlamaktadır (*Bylthe, 2001; 57-58*).

Örgütsel satın alma da, resmi örgütlerin gereksinim duydukları ürün ve hizmetleri ve bunların marka ve tedarik kaynaklarını belirleyip, değerlendirerek aralarında seçim yapma sürecini ifade eder.

Örgütsel satın alma, şirketler, sağlık ve eğitim kurumları gibi resmi örgütlerin; müşterilerine pazarlayacakları mal ve hizmetleri üretebilmek için gerekli olan bileşenlerin tanımlanması, değerlendirilmesi ve satın alınması için alternatif teklif ve satıcılar arasında seçim yapılması gibi işlemlerin yer aldığı süreç şeklinde tanımlanabilir.

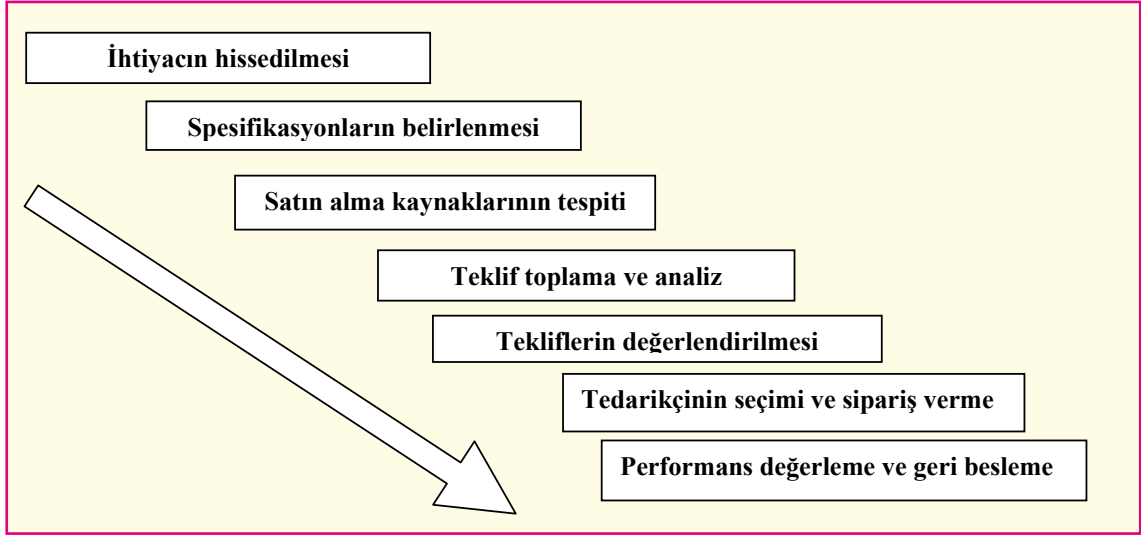
Böylece örgütsel satın alma, hane halkı seviyesi dışındaki tüm pazarlama kanalları içindeki bütün hareketleri içerir (*Taşova, 2007; 34-35*).

Endüstriyel tüketiciler nihai tüketicilere göre daha rasyonel davranırlar. Endüstriyel alıcıların niteliği yine alıcıların bölgelere göre dağılışı, talebinin elastik talep olması, talebin dalgalanması, alıcıların yüksek bilgi düzeyleri, kişisel satışın yaygın kullanımı, alımların doğrudan yapılması, karşılıklı alışveriş ilkesi, bireysel yerine grup olarak alım yapılması bunun da satın alma davranışına ekonomik bir nitelik taşımasıdır (*Baştuğ ve Deveci, 2013;79*).

Nihai tüketim için satın almaya karşılık daha uzun bir zaman süreci içinde gerçekleşir ve tüketiciler endüstriyel malların özelliklerini daha iyi bilirler.

Satın alma kararlarına baktığımızda ekonomik gelişmeler, talep düzeyleri, rekabet ve teknoloji çevresi oldukça etkilemektedir. Örgütsel satın almada izledikleri satın almada karar aşaması şu şekildedir (*Altunışık vd., 2006; 76-77*);

Örgütsel Satın Almada Karar Aşamaları



Şekil: Örgütsel Satın Almada Karar Aşamaları (Altunışık ve diğerleri, 2006; 78)

Satın alma için öncelikle bir ihtiyacın duygusal olarak hissedilmesi gerekir. Söz konusu ihtiyacı karşılayacak ürünün özelliklerinin neler olduğu belirlenir. Bu çok teknik personel tarafından yapılır. İhtiyacı karşılayacak mal ya da hizmetlerin pazarda varlığı ve satıcı firmalardan tekliflerin alınması örgütsel tüketicilerin satın alma önce alternatiflerin değerlendirilmesinde olduğu gibi satın almanın temel aşamalarındandır. Toplanan teklifler birbirleriyle karşılaştırılarak örgüt için iyi olduğu düşünülen çözüme karar verilir (*Altunışık vd., 2006; 78*).

Sonuç

Günümüzde çeşitlilik, kalite, hızlı ulaştırma ve aynı zamanda uygun fiyata sunma rekabetin temel yapı taşlarıdır. İşletmeler, hiçbir gelişmeyi değişimi gözardı etmeden değişimlere ayak uydurması gerekmektedir. Mevcut ve potansiyel tüketicilerinin nasıl bir satın alma davranışı sergilediğini gözlemleyerek, bir sonuca ulaşmak ona göre bir strateji geliştirilmelidir (*Akat vd., 2006, 14*).

Günümüzün artan rekabet koşullarında işletmelerin kendilerine iyi bir konumda faaliyet göstermek istiyorsa ilk şart; hedef kitle olan tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarını tahmin edebilecek araştırmalar yapmaktır (*Türkay, 2011; 110*).

Burada teknolojinin devreye girmesi araştırma ve faaliyette hız kazandıracak işletmeleri bulunduğu noktadan bir üst safhaya taşıyacaktır.

Bugün BIG DATA dediğimiz sistem bilgi havuzundan doğru ve isabetli yararlanmak analizler için gerekli bilgileri gerekli zamanda kullanmayla amaca ulaştıracaktır. Böylece ekonomik büyüme, pazarın ihtiyacını karşılamının yanında kimlik ve imaj kavramları işletmelerin devamlılığı açısından önemli bir faktör olacaktır.

Tüketicinin değişken ve karmaşık istek, arzu ve beklentileri izledikleri satın alma davranışlarına da yansımaktadır. Gerek nihai tüketici için gerek örgüt için satın alma bir süreçtir ve bu süreç aşamalı bir şekilde ilerlemektedir.

Bu aşamalar işletmelerin endüstriyel tüketici özellikleri ve davranışları açısından değerlendirilmeli, iyi

analiz edilmeli ve titizlikle yürütülmesi gereken bir süreçtir. Dijital dönüşüm zaman içinde iş değeri katmaya devam ettikçe rekabetin gerisinde kalan işletmelerle arasındaki performans farkı giderek artacaktır. Özellikle pandemi dolayısıyla tüketici satın alma davranışlarında değişiklikler yaşanmıştır.

E-ticarete daha çok önem verilmesi birçok firmayı sanal mağazacılığa yönlendirmiştir. Dolayısıyla bu ortamdaki yoğunluğun artması işletmelerin online reklamlara yapacağı yatırımların ilerleyen zamanda işletmeler arasındaki farkın giderek büyük boşluğa dönüştürme ihtimali de yükseltecektir.

Kaynakça

Akat, Ö., Taşkın, Ç., Özdemir, A., (2006), Uluslararası Alışveriş Merkezi Tüketicilerinin Satın Alma Davranışı: Bursa İlinde Bir Uygulama, Sosyal Bilimler Dergisi.

Aksu H., (2018), Dijital Dönüşüm Yolculuk Rehberi, İstanbul: Pusula 20 Teknoloji ve Yayıncılık.

Altunışık, R., Özdemir, Ş., Torlak, Ö., (2006), Modern Pazarlama, Değişim Yayınları, İstanbul.

Aslan, V., (2012), Reklam İletilerinde Tüketici Davranışlarını Belirleyen Psikolojik Etmenler: Üniversitelerin Gazete Reklamları Uygulama Örneği,

Azizağaoğlu, A., (2010), Sembolik Tüketim: Ürünlerin Sembolik Özelliklerinin Satın Alma Davranışı Üzerine Etkileri, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Baştuğ, S., Deveci, D. A., (2013), Endüstriyel Satın Alma Davranışı: Gemi Kiralama Çarter Hizmetlerine Özgü Bir Endüstriyel Satın Alma Modeli Önerisi, Beykoz Akademi Dergisi, 1(2), 77-102.

Bylthe, J., (2001), Pazarlama İlkeleri, Çev., Yavuz Odabaşı, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul.

Dirsehan, T., (2012), Müşteri Deneyimi Tasarımı ve Yönetimi, İstanbul: Hiperlink Yayınları.

Efil, İ., (2009), İşletmelerden Yönetim ve Organizasyon, Alfa Akademi Basım Yayım, İstanbul.

Kızılaslan, N., Kızılaslan, H., (2008), Tüketicilerin Satın Aldıkları Gıda Maddeleri İle İlgili Bilgi Düzeyleri Ve Tutumları (Tokat İli Örneği), U. Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi, 2008, Cilt 22, Sayı 2.

Külter, B., (2004), Tüketicinin Satın Alma Davranışını Etkileyen Faktör Olarak Meslek Gruplarının Bazı Dayanımlı Tüketim Malı Satın Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Penpece, D., (2006), Tüketici Davranışlarını Belirleyen Etmenler: Kültürün Tüketici Davranışları Üzerindeki Etkisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 27-28.

Sarıışık, M., (2010), Tüketicilerin Dokunma İhtiyacı Düzeyinin Algılanan Kalite, Tutum ve Satın Alma Niyetindeki Farklılaşmaya Etkisi, Ünal Aysal Tez Değerlendirme Yarışması 2010/6, İstanbul.

Taşova, E., (2007), Örgütsel Satın Alma Davranışları İçerisinde Endüstriyel Satın Almaların İncelenmesi Arçelik Örneği, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kocaeli.

Tuncer, D., Ayhan, Y., Varoğlu, D., (2008), Genel İşletmecilik Bilgileri, Siyasal Yayınevi, Ankara.

Türkay, A., (2011), Satın Alma Davranışları Açısından Üniversite Öğrencileri Arasında Marka Bağımlılığının Önemi: Batı Akdeniz Üniversitesi Üzerinde Bir Uygulama, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Isparta.

ÖRTÜLÜ REKLAM NEDİR?

Hazal OĞUZ*

Giriş

Reklam hukukunun temel ilkelerinden biri yayınlandığı alan/mecra nasıl olursa olsun, bir reklamın “**reklam**” olduğunun açıkça anlaşılması gereğidir. Bir reklamın reklam olduğunun açıkça anlaşılmadığı söz konusu olduğunda örtülü reklam uygulamasından bahsedilmelidir ve örtülü reklam yapılması ulusal mevzuatımıza göre yasaktır. Bunun temel gerekçesi, tüketicinin örtülü reklam anında hazırlıksız yakalandığından kolayca etki altında kalabilecek olmasıdır (**Aktekin ve Gürbüz, 2009: 41**).

Bu yönde Danıştay’ın “**Program akışı içinde, belirgin ve herkesçe anlaşılabilir görsel ve işitsel unsurlarla reklam yayınının belirginleştirilmemesi, reklam yayınlarının programların içine sızması suretiyle, öncelikle programa odaklanmış izleyicinin reklamı hazırlıksız algılamasına yol açacağı gibi, reklamlar için öngörülen ayrıntılı düzenlemelerin ihlali sonucunu yaratacaktır**” şeklinde bir kararı da mevcuttur.

Bu bağlamda, örtülü reklam; aldatıcı reklam tanımında yer alan “**makul tüketiciyi aldatan veya aldatma ihtimali bulunan reklam**” niteliğini, izleyicinin reklam yayınına maruz kaldığını fark etmemesi noktasında taşımakta, program içeriklerinden ayrılamayan örtülü reklam yayınlarının taşıdığı aldatıcılık, esasen bu sunum şekline kaynaklanmaktadır (**Taşkaya, 2008**).

1. Hukuki Bağlamda Örtülü Reklam

Örtülü reklam, 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun’un “**Tanımlar**” başlıklı 3 üncü maddesinde; “**Gizli ticarî iletişim: Medya hizmet sağlayıcı tarafından reklam yapmak maksadıyla veya kamuyu yönlendirebilecek şekilde; mal veya**

*Ticaret Uzmanı, Tüketicinin Korunması ve Piyasa Gözetimi Genel Müdürlüğü
hazal.oguz@ticaret.gov.tr

hizmet üreticisinin faaliyetinin, ticarî markasının, adının, hizmetinin ve ürününün, reklam kuşakları dışında ve reklam yapıldığına ilişkin açıklayıcı bir ses veya görüntü bulunmaksızın programlarda sözcükler veya resimler ile tanıtılması (...) olarak tanımlanmıştır. Burada dikkati çeken nokta, reklam yapma amacıyla hareket edilmesinin var olmasıyla birlikte bunun açıkça değil de üstü kapalı bir şekilde imalar yoluyla gerçekleştirilmesidir. Hukuka aykırı boyut da aslında bu yöndür (Aktekin ve Gürbüz, 2009: 42-43).

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 61 inci maddesinde örtülü reklam yapılamayacağı hususu **“Reklam olduğu açıkça belirtilmeksizin yazı, haber, yayın ve programlarda, mal veya hizmetlere ilişkin isim, marka, logo veya diğer ayırt edici şekil veya ifadelerle ticari unvan veya işletme adlarının reklam yapmak amacıyla yer alması ve tanıtıcı mahiyette sunulması örtülü reklam olarak kabul edilir. Her türlü iletişim aracında sesli, yazılı ve görsel olarak örtülü reklam yapılması yasaktır”** ifadeleri ile açıkça hükme bağlanmıştır.

Diğer yandan, Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği'nin üçüncü bölümünde örtülü reklam yasağı detaylı bir şekilde açıklanmaktadır. Burada yer alan hükümler ile de reklamın tüketiciler tarafından kolaylıkla ayırt edilebilecek nitelikte yapılması ve örtülü reklam yapılmaması zorunlu kılınmıştır.

2. Reklamın Tespiti

Gündelik yaşamda ticari markaların gerek fiziksel gerekse sosyal anlamda kapladığı geniş alan medya ürünlerine de yansımakta ve markalar bu ürünler aracılığı ile tanınmaktadır. Ancak bu yansıma her zaman **“örtülü reklam kasti”** ile olmamaktadır. Bu durumlarda nereye kadar örtülü reklam kasti aranacağı hususu, örtülü reklamlarla ilgili net ölçütlerin oluşturulmasını zorlaştıran noktalardan biridir (Taşkaya, 2008).

Bu doğrultuda, örtülü reklamın tespitinde bazı kıstasların dikkate alınması gerekmektedir.

- **Reklam maksadıyla verilen bilgi ya da görüntülerin, yayının bütününe kıyasla açık bir şekilde orantısız olması**

Burada belli bir ürün, marka ya da ticaret unvanının görüntüsünün, içinde yer aldığı programın, görüntünün veya haberin içeriği ve amacı ile makul olamayacak derecede orantısız olması söz konusudur. Adı geçen ürün, marka ya da ticaret unvanının, programın içine yerleştirilmesi ya da programın niteliği gereği bunlar hakkında bilgi verilmesi şeklinde örtülü reklam uygulaması olabilmektedir. Örtülü reklam uygulamasının değerlendirilmesinde, **“belli bir ürünün, markanın ya da ticaret unvanının gereksiz şekilde ve programın niteliğine uygun olmayan bir şekilde öne çıkarılması”, “gösterim süresinin ölçülülük kuralı ile bağdaşmayacak şekilde uzun olması”, ya da “yakın çekim yapılarak belirli bir ürün, marka ya da ticaret unvanına bariz bir şekilde yönlendirme yapılması”** gibi ölçütler dikkate alınmaktadır (Aktekin ve Gürbüz, 2009:44-45).

- **Reklam yapma iradesinin varlığı (Tüketicileri bir firma, marka ya da ürüne yönlendirmesi)**

Program içinde verilen görüntü ya da bilginin sunum tarzı, zamanlaması, yayınlandığı mecra gibi unsurlar şüphesiz reklam yapma iradesinin var olup olmadığı konusunda dikkate alınmalıdır. Ancak burada esas alınabilecek belli bir kural ya da kıstas olmadığından, bu iradenin tespitinde makul ve mantıklı ortalama bir izleyiciden bekleneceği şekilde ve çok yönlü olarak bir değerlendirme yapılması yerinde olacaktır. Başka bir deyişle ortalama zeka seviyesine sahip bir insan söz konusu görüntü ya da bilgilerin reklam yapma amaçlı olarak mı, yoksa haber verme ya da bilgilendirme

amaçlı mı olduğunu açıkça anlayabiliyor ise örtülü reklamın varlığından söz edilebilir (*Inal ve Baysal, 2008*).

- **Haber verme hakkının söz konusu olup olmadığı**

Yapılan yayının haber verme hakkı kapsamında olup olmadığı ya da bu hakkın sınırlarını aşarak orantısız bir şekilde gösterilip gösterilmediğinin değerlendirilmesinde bazı kriterler göz önünde tutulmalıdır. Buna göre bir yayında haber niteliğinin bulunması için, yapılan yayının kamunun ilgisini çekecek nitelikte olması, bu yayının yapılmasında toplumsal yarar bulunması ve haberin gerçekleştiği andan itibaren makul bir süre içinde yayının yapılması, yani güncel olması gerekir (Özek, 1978). Bunun yanı sıra, verilen haberin gerçek olması; yani verilen haber ile gerçekleşen esas durumun uygun olması da gerekir.

- **Örtülü reklam, program desteklemesi ve ürün yerleştirme karmaşası**

Örtülü reklam uygulamaları, zaman zaman program desteklemesi ve ürün yerleştirme uygulamalarıyla çakışmaktadır. Özellikle program destekleme uygulamaları sırasındaki ihlallerin sıklıkla örtülü reklama yol açtığı bilinmektedir. Örtülü reklam kavramında yaşanan karmaşa; gazete ve dergiden farklı olarak, televizyon ve radyo programları ile sinema filmlerinde “**ürün yerleştirme**” ve “**program sponsorluğu**” uygulamalarının örtülü reklamın sınırları ile tehlikeli bir geçişlik içinde bulunması, söz konusu kavramların kapsam ve içerik olarak incelenmesini zorunlu kılmıştır.

3. Örtülü Reklam Uygulamaları

Ülkemizde özellikle son dönemlerde örtülü reklam uygulaması gittikçe artmış ve birçok televizyon programı açısından neredeyse olağan bir uygulama haline gelmiştir. Örtülü reklamın bu denli yaygınlaşmış olmasının nedenleri arasında ilk akla gelen, bazı ürün, kişi ya da kurumların reklamının yapılmasının yasal düzenlemelerle yasaklanmış olmasıdır.

Mevzuatımızda, doktorların, sağlık kuruluşlarının, tıbbi ürünlerin, tedavi edici özelliği olduğu öne sürülen gıdaların, tütün ve alkollü içkilerin reklamının yapılması yasaklanmıştır. Sağlık alanında yürürlüğe konulan kanun, tüzük ve yönetmelikler, muayene hizmeti veren hekimler ile özel sağlık kuruluşlarının yapacakları ticari reklam ve ilanlara, birçok mal ve hizmet alanına kıyasla önemli ölçüde yasak ve sınırlama getiren hükümler içermektedir.

Söz konusu yasak ve sınırlamalar ile insan sağlığının ticari bir araç olarak kullanılmaması, kâr elde etmek üzere insan ve toplum sağlığının tehlikeye atılmaması, insanın yaşama hakkına hizmet eden hekimlik mesleğinin ticari rekabetten uzak ve üstün tutulması ve hastaların istismar edilmemesi amaçlanmıştır. Ne var ki, açıklanan mevzuat çerçevesinde reklamlarına yasak ve sınırlamalar getirilmiş olan doktorlar ve sağlık kuruluşları, rakiplerinden farklı ve üstün hizmetler verdikleri izlenimi oluşturmak ve tercih edilirliliği artırmak amacıyla örtülü reklam yoluna sıklıkla başvurumaktadırlar.

Diğer yandan, gelişen küresel ekonomik düzende tüketim toplumu olmanın bir uzantısı olarak reklamın amacının tanıtımını yaptığı ürün veya hizmetin satışının en üst düzeylere taşınmasını sağlamak olduğunu söylemek gerekir. Ancak tüketicilerin satın alma davranışlarını, reklamı yapılan ürün veya hizmetin lehine olacak şekilde değiştirmeyi amaçlayan reklamcılar, reklam verenler ve yayın kuruluşları, hedef kitleyi etkileyebilmek için bazen aldatıcı reklamlara başvurumaktadırlar.

Aldatıcı reklamlarda sıklıkla karşılaşılan ürün ve hizmet ile reklamlarda kullanılan görüntü ve ifadeler arasındaki tutarsızlık, tüketicinin reklamlara karşı olan güvenini sarsmakta, reklamların tüketicilerin güvenlerini kazanma konusunda yaşadıkları başarısızlık, esasen tüketiciyi aldatan bu

tür reklamlardan kaynaklanmaktadır.

Reklamcıların ve yayın kuruluşlarının daha fazla kazanç sağlamak için başvurdukları yanıltıcı reklamlar, tüketicilerin reklamlardan uzaklaşmalarına ve onlara olan inançlarını kaybetmelerine sebep olmuştur (Öztürk, 2007).

Tüketiciler nezdinde reklamların güvenilirliğinin az olması, televizyon reklamlarının izlenme oranlarının da düşük olmasına sebebiyet vermektedir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı tarafından yapılan ikinci **“Televizyon İzleme Eğilimleri”** araştırmasında deneklere, **“Televizyon izlerken reklamlar çıktığında nasıl davranıyorsunuz?”** sorusu sorularak, cevapların verilen seçeneklerden işaretlenmesi istenmiştir. Deneklerin %60,3'ü, **“Reklamları gördüğümde hemen kanal değiştiririm”** ifadesine katıldığını belirtmiş; %25,2'si ise, **“Reklamları gördüğüm zaman bir kısmını seyreder kanal değiştiririm”** ifadesine katılmıştır. **“Reklamları gördüğüm zaman tamamını izlerim”** ifadesine katılan denek oranı ise sadece %10'dur (RTÜK, 2009). Bu araştırmaya göre izleyiciler reklamlar başladığında genellikle kanal değiştirme eğilimindedir ve bu durum tüketicilerin reklama olan güveninin ne denli az olduğunu açık bir göstergesidir.

Tüketicilerin reklamlara olan güvenlerini kaybetmeleri sonucu izlenirlikleri azalan reklamlar, bazı yayın kuruluşları tarafından reklam ve tele alışveriş kuşakları içerisinde değil, izleyiciler tarafından



daha fazla tercih edilen televizyon programları içerisinde örtülü reklam yapmak suretiyle yayınlanmaktadır (Öztürk, 2007).

Sonuç

Tüketicilerin aldatılmadan, doğru ve dürüst bir şekilde bilgilendirilmesi ve bilinçli şekilde ürün ve hizmetler arasında en doğru seçimi yapabilmesi reklamların düzgün olarak yapılmasına bağlıdır. İlkeli reklamcılık anlayışı, tüketicileri en doğru şekilde aydınlatmanın yanı sıra, rekabeti canlandırmakta ve ekonominin büyümesine hız katmaktadır. Ancak, daha fazla kazanç sağlamak, tüketicileri istenilen ürün ve hizmetlere yönlendirmek amacı bazen, reklam verenlerin, reklamcılarının ve yayın kuruluşlarının hukuka aykırı reklamlar yapmalarına neden olmaktadır. Bu aldatıcı ve yanıltıcı reklamlar arasında da, örtülü reklamlar şüphesiz ilk sıralarda yer almaktadır.

Örtülü reklam teknoloji ve pazarlama iletişimi faaliyetlerinin gelişimi ile birlikte günümüzde giderek daha fazla gündeme gelmeye başlamış bir uygulama olmuştur. Bu bağlamda örtülü reklamın, yasal olmamakla beraber, sektörde görmezden gelinemez bir yeri olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Yasak olduğu kanunlarla hüküm altına alınmış olmasına karşın, ulusal yayın araçlarımızda bu uygulamaya sıklıkla başvurulduğu, gazetelerde haber nitelikli yazıların içerisinde, televizyonlarda ise haber, dizi, eğlence programı, vb. yayınlarda, çeşitli mal, hizmet, marka ya da firmalara yönelik örtülü reklamların yapıldığı görülmektedir.

Reklamların denetiminden sorumlu otorite olan Reklam Kurulu'nun bu konuda pek çok kararı bulunmaktadır. Özellikle ulusal kanallarda yayınlanan ve sağlığa, günlük yaşama yönelik çok izlenen yapımlarda veya gazetelerde ve internette yer alan blogların bilgi verme amaçlı kısımlarında yer alan ve örtülü bir şekilde belirli bir ürün/hizmete yönlendirme yapılmasını sağlayan görsel-yazılarda yasanın örtülü reklama ilişkin hususları ihlal edilebilmektedir. Reklam Kurulu bu dosyalar üzerinde titizlikle inceleme yapmaktadır. Ancak elbette ki bu tüm sorunları ortadan kaldırmayacak, sektörün kendi kendini denetleme mekanizmasının da etkili bir şekilde işliyor olması gerekmektedir.

Kaynakça

Aktekin, U., & Gürbüz, B. (2009). Türkiye'de Örtülü Reklamlar ve Uygulamadaki Durum. Ankara Barosu Fikri Mülkiyet ve Rekabet Hukuku Dergisi, 9 (9), 41-52.

İnal, E., & Baysal, B. (2008). Reklam Hukuku ve Uygulaması. İstanbul: Oniki Levha Yayıncılık.

Özek, Ç. (1978). Türk Basın Hukuku. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.

Öztürk, Ö. (2007). Aldatıcı Televizyon Reklamlarına Karşı Tüketicinin Korunması. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK). (2009). Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması-2. Ankara: Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı.

Taşkaya, M. (2008). Türkiye'de Neo-Liberal Süreçte Örtülü Reklam Deneyimi: Düzenlemeler, Denetim ve Aktörler. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi.

SAKARYA MEYDAN SAVAŞI : ULUSAL BAĞIMSIZLIK SAVAŞIMIZIN DÖNÜM NOKTASI

Emrullah GÜNEY*

Yunanistan Küçük Asya Askeri Harekatı ve TBMM Orduları

1 Nisan 1921. Garp Cephesi Kumandanı Mirliva İsmet Paşa, telgraf başında , yedi uykusuz gecenin beklediği müjdeyi Ankara'ya, **TBMM**'ne veriyor : “ *Metristepe'den gördüğüm vaziyet : Gündüzbey şimalinde , sabahtan beri sebat eden ve dümdar olması muhtemel bulunan bir düşman müfrezesi sağ cenah grubunun taarruzile gayri muntazam çekiliyor. Yakından takip ediliyor. Hamidiye istikametinde temas ve faaliyet yok. Bozüyük yanıyor. Düşman, binlerce maktulleriyle doldurduğu muharebe meydanını silahlarımızın muzafferiyetine terk ediyor.*”

Bu, İnönü'de ikinci utkumuzdur. Ulusumuzun ters dönmüş talihini değiştiren savaşların sonunda kazandığımız utku. **TBMM**'nin orduları artık savaş gücünü denemeğe başlamıştır. Çerkes Ethem'in hayınlığı, Yunan'a sığınması işgalcileri sevindirmiştir. Yunan Genel Kurmayı, iç çözüntüden yararlanmakta gecikmedi. İki kez yenildikleri halde Yunan Ordusu çekilmiyor, işgali genişletiyor. Ölen askerlerinin boşluğunu yeni birliklerle dolduruyor; Ankara'yı işgal planını adım adım gerçekleştirmeyi planlıyor. Dayangalarını güçlendiriyor. Britanya'nın mühimmat, giysi, gıda yardımlarından sonuna değin yararlanıyor.

İnönüde iki kılıç karşı karşıya
Aşkolsun birinciye su veren kılıççıya !

İnönüde iki kılıç karşı karşıya
Aşkolsun birincinin yapıldığı çarşıya !

Birinci kılıca su veren usta
Hakki, yiğitliği sevgiyi
Bu kılıcın kabzasına işlemiş tek nakışta.

Birinci kılıçla döğüşen yiğit vur ki !
Anandan emdiğin süt helal ola !

Birinci kılıçla döğüşen yiğit vur ki !
Gelinler, çocuklar ağlamıya !

Birinci kılıçla döğüşen yiğit vur ki !
Önü al önlüklü yüzü peçeli
Hanım kızlar nişanlısız kalmıya !
Vur ki anam babam, vur ki kardaşım !
Hayın düşman yurdumuzu almıya !

(Cahit Külebi. Atatürk Kurtuluş
Savaşında.1950)

* Prof. Dr., emrullahgüney@gmail.com



İnönü Savaşlarında Sonra Yunan İlerlemesi

Türk Bağımsızlık Savaşı'nın en önemli vuruşması Polatlı ile Haymana arasındaki tepelik alanlarda gerçekleşti. Burası Ankara'ya 50 km kadar uzaktır.

23 Ağustos 1921 ile 12 Eylül 1921 arasında 22 gün ve 22 gece süren savaşta Sakarya'nın suyu hep kanlı akmıştır.

12 Eylül günü Yunan Ordusu tam bir bozguna uğrayarak Sakarya'nın batısına çekilmiş, ancak orada yeniden tutunarak, eksiklerini tamamlayarak kalmayı başarmıştır.

1. İnönü ve 2. İnönü savaşlarını, üstün güçlerine karşın yitiren Yunan Ordusu yeniden ilerlemek için o yılın ilkbaharında büyük bir saldırı hazırlığı yaptılar. Yeniden Kral olan Konstantin, Büyük Yunanistan (Megali İdea) için heyecanlıydı. Tüm Anadolu'yu ele geçirmek ve son Bizans İmparatoru XII. Konstantin' in ardından XIII. Konstantin unvanıyla tahtını, saltanatını sürdürmek istiyordu. Kral, karargahını İzmir'den sonra Kütahya'da kurmuştu.

Anadolu'daki Yunan Ordu gücü 300 bin askerden oluşuyordu. Az nüfuslu Yunan Devleti için bu, zorlamayla sağlanmış büyük bir asker toplamıydı.

10 Ağustos 1920'de imza edilen Sevr Anlaşması'nı da tam olarak kabul etmeyen Yunanistan, tüm Anadolu'yu ele geçirmek, ulusal savaşın merkezi Ankara'yı da sınırları içine almak istiyordu.

Yunan Ordusu ilerliyor

Yunan Ordusu Bursa, Kütahya, Eskişehir yönlerinde ilerlemeğe başladı. Karşılarında güçlü bir Türk gücü bulunmuyordu. Yunan ordusunun 100 bin askerine karşılık, **TBMM** Ordusunun ancak 45 bin askeri bölgede mevzilerde ve savunma durumundaydı.

Genel Kurmay Başkanlığı, Kemal Paşa'nın buyruğuyla Afyon ve Eskişehir'i boşaltarak Sakarya'nın doğusuna çekildi. Garp Cephesi Kumandanı İsmet Paşa raporunda şöyle diyordu : "Ordular arasında kuvvet itibariyle büyük bir muvazenesizlik hasil olmuştur. Ordunun 5-10 gün zarfında tanzim fırsatını temin edecek bir saha, mesela Sakarya gerisine kadar kısmi küllisinin serbestçe çekilmesini zaruri addediyorum."

Türk askeri birlikleri düşmanla çarpışmayı 22 Temmuz günü sabahın erken saatlerinde bırakarak Sakarya doğusuna çekilmeğe başladı. Artçı birlikler Yunanlarla savaşarak büyük birliklerin çekilmesini kolaylaştırdılar. Ardarda yapılan baskınlarla , saldırılarla çevrilme hareketini öndediler.

Yunan Ordusu asker sayısı bakımından üstündü. Britanya DEVletinin silah fabrikaları da Yunan Ordusuna her türlü mühimmatı ürettiyordu. İzmir Limanına getirilen savaş araç gereçleri demiryoluyla Afyon'a, Eskişehir'e kolayca ulaştırılıyordu. Ayrıca askerin giyim kuşama düzgündü ve beslenmelerinde hiçbir sorun yoktu.

TBMM Ordularının mevcudu zayıf, silahları yetersizdi. Ayrıca asker kaçakları silahlarıyla birlikte firar ediyorlardı ve bölgede korkunç bir asayişsizlik ortaya çıkıyordu.

26 Temmuz günü ordumuzun bütünü Sakarya doğusuna toplanmış bulunuyordu. Yunan Ordusu da yer kazandığı halde, Türklerin inatçı , kanlı saldırıları ile kayıplara uğradıkları için durmak zorunda kaldı. Her iki ordu da bir ay kadar hazırlıkla uğraştılar.

Ölüm kalım savaşı yaklaşıyordu.

TBMM o gergin günlerde toplantı halindeydi. Ankara üzerinde uçaklar Yunan propagandası için uçuyor; halkın okuması için atılan kağıtlarda müslüman (!) din adamlarının şu ifadeleri yer alıyordu : "**Yunan Ordusu halifemiz Sultan Vahdettin Hazretlerinin daveti üzerine**

memleketimize gelmiştir. Asla işgalci değildir. Yunan Ordusuna yardım etmek lazımdır. Çocuklarınızı dinsiz Kemal ordusuna göndermeyiniz. Kuvayı Milliye bolşeviktir, Yunan Ordusunun gücü karşısında galip gelmesi mümkün değildir. İskilipli Atif Hoca.”

TBMM yoğun tartışmalarda, toplantıların Kayseri’de yapılmasını görüştü. Kayseri Lisesi **TBMM** olarak hazırlandı. Fakat Dersim Mebusu Diyar Ağa’nın etkili konuşması üzerine Ankara’da kalıp, müzakerelerin burada devamı karara bağlandı.

TBMM’nde Kemal Paşa’ya muhalif güçlü bir mebus grubu vardı. Eskişehir’in Yunan Ordusu eline geçmesinden O’nu sorumlu tutarak saldırıyorlardı.

Başkumandanlık tartışmaları

5 Ağustos 1921 günü Kemal Paşa **TBMM** kararıyla Başkumandan oldu. Erzurum Kongresi günlerinde (23 Temmuz 1919) çıkardığı üniformasını yeniden giydi. Osmanlı Ordusunda general idi, 9.Ordu Müfettişi olarak bulunuyordu, şimdi **TBMM** Orduları Başkumandanlığı’na mebusların oylarıyla atanıyordu.

Meclis’te mebuslara şöyle seslendi Başkumandan : “ Efendiler, zavallı milletimizi esir etmek isteyen düşmanları behemehal mağlup edeceğimize olan emniyet ve itimadım bir dakika olsun sarsılmamıştır.”

İlk Buyruk

Kemal Paşa, ilk buyruğunu ulusumuza bildirdi : Tekalif-i Milliye...Bu, ulusal vergiler demektir. Ordumuza destek için her evden gıda maddeleri, giyim kuşam, her çeşit silah yapmaya yarayacak şeyler, ulaşım hizmetlerinde kullanılacak hayvan, makine vb. isteniyordu.

Kemal Paşa , Fevzi Paşa ile birlikte Ordu Karargahı’nın bulunduğu Polatlı’ya gitti. Kurmay subaylarla bir durum değerlendirmesi yaptılar. Bütün koşullar aleyhimizdeydi. İsmet Paşa’nın verdiği bilgiler umut kırıcıydı. Birliklerinden tüfekleriyle kaçan er sayısı inanılmayacak kadar fazlaydı. Kaçanlar köylerde, yollarda eşkiyalık yaparak güvensizliğe yol açıyorlardı.

13 Ağustos 1921 günü Yunan Ordusu Eskişehir’den doğuya doğru ilerlemeğe başladı. İlk çatışmaları gözcü birliklerimizle yaptılar. Türk Ordusunu sol yanından çevirmeğe çalışıyorlardı.

Sakarya Cephesi 100 km kadar tutuyordu. 23 Ağustos günü çarpışmalar başladı.

Savaş başlıyor

Özeti sözlerimin, Anadolu askerleri
Bir çizgi değildir vatan
Bir geniş, sonsuz alan
Kaplıyan yaşantımızın düzeyini
Çizgiler yiter
Ve başlar toprağı vatan yapan
Halk balının çiçek alanı !
Sözlerim sizedir vatandaş askerler
Durabildiğiniz yerde

Dayanacaksınız yeniden !
Kanınızla ıslatacaksınız
İllaki bırakmayacaksınız
Ödemeden kan borcunuzu
Direndiğiniz toprak parçasını
Bir avuç topraktır Türkiye
Umudu, kurtuluşu ve türkülerıyla.

(Dr. Ceyhan A Kansu. 1969 Atatürk ve Kurtuluş Savaşı. S.88)



Meydan Savaşı Cephenin güneyinde başladı. 24 Ağustos günü Cephenin her noktasında savaş yapılıyordu. Yunanlar en çok kendi sağ yanlarında ağır basıyorlar, yer kazanıyorlardı. Mangal Dağı çevresindeki savaşlar pek kanlı geçti. Yunanlar güneyden saldırdılar. Kirazoğlu köyünü alarak Mangal Dağına dayandılar. Tam donanımlı güçlü Yunan Ordusu karşısında ilk çekilişimiz burada oldu.

Türk Ordusunun gücü :
40 540 Piyade tüfeği.
4 500 süvari,
177 top,
Genel toplam : 60 bin asker.

Yunan Ordusu :
88 bin Piyade tüfeği,
1 200 süvari,
300 top,
Genel toplam : 120 bin asker.

25 Ağustos günü savaş tam olarak kanlı bir vuruşmaya dönmüştü. 90 kilometrelik bir cephe boyunca iki ordu tüm güçleriyle döğüşüyordu. O gün gece yarısına değin sürdü savaş. Yunan Ordusu ağır kayıplara karşın pek az yer işgal ettiler. TBMM'nin zayıf donanımlı, açlık çeken askerleri dirençle saldırılara karşı koydular.

26,27,28 Ağustos günlerinde meydan savaşı tüm şiddetiyle sürdü. İki ordunun kayıpları korkunç idi. Saldıranda inançsızlık; savunanda yurdunu koruma duygusu egemendi.

Sarıdere bakır boyaklı sırtların arasında akan cılız, bulanık bir suydü. Türbe Tepe'de 3 gün, 3 gece süren kanlı vuruşmalar baştan başa bu bozkır dereciğinin kıyılarında geçti. Kapışmalar, boğuşmalar, boğaz boğaza vuruşmalar o denli şiddetli oldu ki, dere günlerce kıpkızıl, kanlı aktı.

Yunan Genel Kurmay Başkanlığı Ankara'yı işgal etme hayaliyle başlatmıştı saldırıları. Büyük bir hayal kırıklığı yaşadılar.

28, 29 Ağustos günlerinde Yunanlar üstün güçlerle saldırılarını sürdürdüler. Başkumandan Kemal Paşa, Karargahı olan Alagöz Köyünde Türk Ali Ağa'nın evinde yönetiyordu savaşı. Doğrudan doğruya cephenin içindeydi.

31 Ağustos günü Yunan Ordusu Çal Dağı'nda bir gedik açtılar. Kemal Paşa, tehlikeyi gördü. "Tek insan kalıncaya kadar, adım adım savunma" buyruğunu verdi. Yunan Ordusunun yarma hareketi üzerine Garp Cephesi Kumandanlığı'nın dikkati çekildi. Alana asker gönderilerek tehlike önleildi.

Başkumandan Kemal Paşa, o gün şu buyruğu tüm birliklere duyurdu : " Hattı müdafaa yoktur; sathı müdafaa vardır ve o sathı bütün Vatan'dır. Vatan'ın her karış toprağı kanla ıslanmadıkça terk olunamaz."

Yunan Ordusu'nda yorgunluk, bıkkınlık, isteksizlik sonucunda bir bocalama 1 Eylül gününden başlayarak dikkat çekiyordu. Ancak zayıf noktalara saldırarak geçici başarılar kazanıyorlardı. Cephe çizgisini Türk Ordusu aleyhine bozmaları artık mümkün olamıyordu. 5 Eylül'e kadar, Yunanlar büyük kayıplar vererek, Türk savunma gücünü zayıflatamayınca meydan savaşı yavaşlar gibi oldu.

Türk Genel Kurmayı, Yunanların savaşı yavaşlatarak, bölge savaşına çevirmek, zaman kazanarak, yeni birliklerle destek alarak saldırıya geçmek istediğini farkettiler. Başkumandan Kemal Paşa, Garp Cephesi Kumandanlığına verdiği buyrukla, bu durumun önüne geçilmesini, süvarilerimizin Yunan ordusu gerilerini vurmalarını, yeni birliklerin imdada gelmelerine engel olmalarını bildirdi.

Yunan Bozgunu

Türk Ordusu önceleri savunma savaşı veriyordu. 6,7,8 Eylül günlerinde Yunan Ordusunu geri püskürtmeğe başladık. Cephenin bazı kesimlerinde artık çözülme, çekilme hareketleri gözleniyordu.

9,10 Eylül günlerinde Türk Ordusunun sağ kanadı yoğun bir saldırı (taarruz) başlattı. Yunan ordusunda panik başladı; ağır kayıplarla çok kötü duruma düştüler. Yedek kuvvetleri erimiş, çekilmekten ve kaçmaktan başka çareleri kalmamıştı.

11 Eylül günü Türk Ordusunun saldırısı daha da gelişti. Yunan kumandanları direnme buyruğu veriyor, kaçan erleri kendileri vurup öldürüyordu. Bazen de o korku, panik psikolojisiyle erler, kendi subaylarına ateş ediyorlardı.

Süvarilerimiz güneyden bastırıyordu. Yunanlar tüm kuvvetlerini Beylikköprü'den geçirmek zorunda kaldılar. Burada şiddetli artçı savaşları vererek, çok asker kaybeden Yunanlar, bozgun halinde Sakarya'nın batısına yorgun, perişan, yıprak bir durumda zorlukla çekilebildiler.

12 Eylül günü bazı birliklerimiz Sakarya batısına geçerek Yunan askerleriyle savaşı sürdürdüler. Süvarilerimiz Yunanların gerilerine sarkarak , geri çekilen düşmanın hareketini bozguna çevirdiler.

13 Eylül gece yarısı Yunan Ordusu'nun bütünüyle yenik düştüğü anlaşılmıştı. 22 gün gece gündüz süren savaş TBMM ordularının utkusuyula sona erdi. Yenen biz; yenilen işgalci Yunan Ordusuydu. İnönülerde taddıkları yenilginin çok daha ağırını Polatlı-Haymana arasındaki tepelerde, Sakarya Irmağı kıyılarında, kıraç bozkırlarda bir kez daha tadmışlardı.

" Kattı Kemal Paşanın ordusu düşmanı uğruna

Pişman etti anasından doğduğuna,

Çevirdi Sakarya, çevirdi süvariler,

Veryansın etti topçu,

Veryansın etti piyadeler."

(Cahit Külebi. Atatürk Kurtuluş Savaşında. S.220)

Bütün Yunan Ordusunu Sakarya Irmağı batısına sürmüş olan TBMM orduları da yorgundu. Öyle günler olmuştu ki, savaşlarda 90 zabitimiz, 900 neferimiz şehid düşmüştü. Bu nedenle Sakarya Melhame-i Kübrası'nın bir adı da Zabitan Harbi olarak tarihte yerini aldı.

" 23 Ağustostan beri devam eden Sakarya Meydan Muharebesi, Türkiye Büyük Millet Meclisi ordularının muzafferiyet-i kat'iyesiyle neticelenmiştir." Bu, Garp Cephesi Kumandanı Mirliva İsmet Paşa'nın Genel Kurmay Başkanlığı'na gönderdiği harp raporudur. Kısa, öz, kesin...

Yunanların bu savaşta insan kaybı 40 bin, Türk Ordusunun ise 26 bin kadardı. Britanya destekli Yunan Ordusunun mühimmat, silah, gıda stokları kaybı ise sayılamayacak kadar çoktu.

Bu çölün,

bu dağların,

bu nehrin ve bizim önümüzde

yirmiiki gün ve gece fasılasız dövüşüp

düşman ordusu ric'ata mecbur kaldı.

(Nazım Hikmet Ran. Kuvayı Milliye Destanı.)



Utkunun Sonuçları

Sakarya Meydan Savaşı'nı kazanan kahraman Türk Ordusu, kendisinden kat kat güçlü düşman ordusuna karşı koyarken, kudretini Türk ulusundan, onun büyük önderi Kemal Paşa'dan almıştı.

Varını, yoğunu, malını mülkünü ordumuzun kullanmasına veren Türk halkı da savaşın yeneni , utkunun sahibi olmuştu.

Başkumandan Kemal Paşa, **TBMM** tarafından Gazi ve Müşir (*Mareşal*) unvanlarıyla onurlandırıldı. İstanbul'daki kukla saltanatı sürdürenler Ona Generalliği çok görürken, **TBMM**, askeri rütbelerin en yücenesini, Müşirliği armağan ediyordu O'na.

Sakarya Utkusu tüm yurttta büyük sevinç gösterileriyle kutlandı. Şenlikler günlerce sürdü.

Avrupa kamuoyu, yenik , bitik Yunan Ordusuna desteğini artık sürdüremez oldu. Britanya Parlamentosu'nda Yunan Ordusunun Anadolu'ya çıkışını destekleyen ilerigörüş yoksulu politikacıların yıldızı söndü. Buna karşılık **TBMM** , Kemal Paşa ve silahlı Türk gücü önem kazandı. Fransa, İtalya artık Anadolu'da işgal ettiği bölgelerden çekilmeğe başlayordu.

Fakat, Yunan Ordusu, yenik de olsa, çekildiği Sakarya batısında gücünü arttırmağa çalıştı. Bir yıl kadar sonra, 26 Ağustos'ta başlayan Büyük Taarruz ile son kez 30 Ağustos günü yenilecek ve 9 Eylül 1922'de İzmir'de denize dökülecekti. Megali İdea davası güden Grek Ordusunun Haçlı Seferi yenilgiyle sonlanacak; böylece işgal ettiği bölgelerden çekilmeğe başlayacak; Trakya'yı, Anadolu'yu asıl sahiplerine bırakmak zorunda kalacaktı.

Mütevazı yazımızı, Şevket Süreyya Aydemir'in sözleriyle bağlayalım. Yazarımız Sakarya Melhame-i Kübrası'nın dehşetli vuruşmalarının yaşandığı Polatlı-Haymana arasındaki dağlık, tepelik yörelerin insanı ürperten, derinden sarsan özelliklerini dile getirmektedir. **“Oraları dolaşanlara, bu çorak dağların havasında, binlerce ve binlerce şehitlerin son nefesleri hala duyuluyormuş gibi gelir. Ve geceleri dağlarda dolaşan çobanlarla, dağ yollarından geçen yolcular, mesela Duatepe üzerine, zaman zaman gökten nur yağdığını anlatırlar. İnanırsınız. Çünkü her bastığınız toprak parçası bir şehit mezarıdır.”** (Tek Adam. 2.Cilt. s.452)

Biri öldü , biri yerini aldı
Böylece vatan oldu
İssiz bozkır toprağı
Yıllar sonra alsanız koklasanız
Bir avuç kır toprağını
Çaldağıyla Haymana arasında
Bayburt kokar avazıyla,
Ürgüp kokar üzümüyle,
Gerze tuzlu deniziyle
Manyas Gölü kanlı yeşil sazlarıyla
Anamurdur yeşil limon gözleriyle
Sillelidir kaşık oynar nazı ile
Pütürge dir ulaşılmaz yazı ile
Ulukışla melim melim kuzu ile

Burdur öter göllerinin kazı ile
Bolu iner çıkar dağı ile düzü ile
Muğla tüter tütün yaprak dizi ile
Pülümürdür bir incecik sızı ile
Gördes yatar halısında gün görmemiş kızı ile
Birleşmişler çizgi çizgi
Çiçeğe durmuş bakarlar
Eğilmişler bir şey söylerler hepsi
Kendi topraklarından bu topraklara
Arzu ile.....
Mustafa Kemal Paşa durmuş bakar
Tepelerden birisinden hepsine
Gerilmiş acılı yiğit yüzü ile
Hepsine bakar kardaş gözü ile

(Dr Ceyhan A Kansu. 1969. Atatürk ve Kurtuluş Savaşı. S. 93-94) Ürgüp. 26 Ağustos 2020

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	: Doç. Dr. Mehmet BAŞ
Üye	: Doç. Dr. Cemalettin AKTEPE
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Abdurrahman OKUR
Üye	: Dr. Öğr. Üyesi Kadir ÖZER

TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

DENETİM KURULU

Prof. Dr. Muharrem ÇETİN
Doç. Dr. Emine ÖNER KAYA
Doç. Dr. Erol DEMİR

TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU

HAYSIYET 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

Eylül 2020 Yıl: 87 Sayı: 1005 ISSN: 1300-1450



Hiçbir meyve, olgunlaşmadan tat vermez