

A'DAN Z'YE KADIN
KOOPERATİFLERİ



1

Giriş

2Türkiye'deki Kadın Kooperatiflerinin
Mevcut Durumu**3**Kadın Kooperatiflerinden Karşılaştıkları
Sorunlar**4**

Kadın Kooperatiflerinin İhtiyaçları

5

Sonuç

Önsöz

Dünya çapında 100 milyon kişiye istihdam imkânı sağladığı tahmin edilen kooperatifler işsizliğin önlenmesinde ve yoksulluğun azaltılmasında da etkin bir araçtır (Kazar, 2019). Bu bağlamda ev işleri, çocuk ve yaşlı bakımı gibi hane içi işlerden sorumlu görülen bu yüzden de iş hayatına girişi ve iş hayatındaki hareketliliği oldukça kısıtlı olan kadınların hem ekonomik hem de sosyal hayatta daha aktif olabilmelerini sağlayacak yöntemlerin en başında kadın kooperatifleri gelmektedir. Henüz ne uluslararası ne de ulusal literatürde net bir tanımı olmayan kadın kooperatifleri, en basit biçimi ile, kadınlar tarafından kurulan, kadınlar tarafından yönetilen ve kadınlar tarafından işletilen kâr amacı gütmeyen yapılar olarak tanımlanabilmektedirler (Adar vd., 2023). Özellikle kadınların istihdama katılımlarının yüzde otuz dört olduğu ülkemizde kadın kooperatifleri kadınların istihdama katılmasında, mesleki ve sosyal alanlarda farklı yetkinlikler kazanmasında ve ekonomik kazanç sağlamasında çok önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda 2010 yılından itibaren ülkemizde kurucuları

kadın olan ve kadın istihdamı sağlayan kooperatiflerin kurulmasına yönelik çalışmalar başlamış ve 2011 yılında Kadın evre Kültür ve İşletme Kooperatifi ana sözleşmesi uygulamaya konmuştur (KEDV, 2015). Sözleşmenin uygulamaya konmasından günümüze kadar geçen on iki yıllık süre zarfında atmış bir ilde yirmi binden fazla kadına ulaşarak üretim yapmakta olan toplam üç yüz beş kadın kooperatifi daha kurulmuş (<https://simurg.org.tr/harita/>) ve Türkiye'deki kadın kooperatifi sayısı tasfiye halindekiyle birlikte dokuz yüz kırk dörde çıkmıştır (ASHB, 2022).

Bu kooperatifler kuruldukları günden bugüne hem kuruldukları bölgedeki dezavantajlı kadınların sosyal ve ekonomik kalkınmalarına hem de bu kadınların mesleki beceriler kazanmalarına katkı sağlamaktadır. Ülkemizde özellikle karar verme süreçlerine katılmada, iş piyasasına girmede ve iş piyasasında yükselmede en dezavantajlı grupların başında gelen kadınların güçlendirilmesinde aktif bir rol oynamakta olan kadın kooperatiflerine yönelik ilgi giderek artıyor olmasına rağmen kadın kooperatifleri üzerine yapılan araştırmalar oldukça kısıtlıdır. Özellikle ulusal literatürde kadın kooperatiflerinin güncel durumları ve yaşadıkları sıkıntılar, kadınların ekonomik ve sosyal güçlenmesinde kooperatiflerin oynadıkları rol ve kadın kooperatiflerinin kadınların sosyo-ekonomik güçlenmelerine katkısını ve kadınların hayatında yarattıkları değişim ve/veya dönüşümler göz ardı edilmiştir. Bu bağlamda bu kitap bir yandan literatürdeki bu boşluğu doldurmayı diğer yandan da kadın kooperatiflerinin kapasite gelişimine katkıda bulunmak amacı ile öneriler sunmayı hedeflemektedir.

Bu amaç doğrultusunda bu araştırmada olgu ve olayları derinlemesine ve bütüncül bir perspektiften inceleyen (Baltacı, 2019) nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Gerekli veri, gözlem ve yarı-yapılandırılmış derinlemesine mülakat tekniklerinin birlikte kullanılmasıyla toplanmış, toplanan veri ise söylem analizi veri çözümleme tekniği ile çözümlenmiştir. Araştırma kapsamında şubat 2022 ile Aralık 2022 arasında İstanbul ve evre köyleri (Silivri, Ağva, şile ve Sapanca), İzmir, Bursa, Ankara ve Antalya'da 147 tane farklı sektörlerde yoğunlaşmış kadın kooperatifi yerlerinde ziyaret edilmiş ve kooperatifi kurma hikayeleri, kooperatifi kurduktan sonra ve/veya ye olduktan sonra hayatlarındaki olası değişim, kooperatiflerinin işleyişi, karşılaştıkları sorunlar, beklentileri ve hedefleri hakkında konuşulmuştur. Görüşmeler

doymum noktasına (saturation point) ulaşılan kadar yapılmış ve daha sonra toplanan veri nitel veri analiz yöntemlerinden söylem analizi ile çözümlenmiştir.

Giriş bölümünü takip eden ikinci bölümde Türkiye iş piyasasında aktif olan kadın kooperatiflerine dair genel durum aktarılmıştır. Saha araştırmasına dayanan üçüncü bölümde Türkiye’deki kadın kooperatiflerinin kurulma nedenleri, dördüncü bölümde bu kooperatiflerin karşılaştıkları sorunlar ve beşinci bölümde bu kooperatiflerin ihtiyaçları açıklanmıştır. Kitabın altıncı bölümünde ise kadın kooperatiflerinin üyelerinin hayatlarında yaratmış olduğu sosyal ve ekonomik değişimler ve dönüşümler tartışılmıştır. Kooperatif üyesi olmanın üye kadınların hayatlarını nasıl değiştirdiğini ve/veya dönüştürdüğünü incelemeyi hedefleyen bu kitabın son bölümünde ise kadın kooperatiflerinin güçlenmesi ve kapasitelerinin geliştirilmesi için bazı öneriler sunulmuştur.

Giriş

1895 yılında kurulmuş olan Uluslararası Kooperatifler Birliği (ICA) kooperatifleri ‘ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaç ve istekleri, demokratik yollarla kontrol edilen bir işletme aracılığı ile karşılamak üzere gönüllü olarak bir araya gelen bireylerin oluşturduğu özerk teşkilatlar’ olarak tanımlamıştır (ICA, 2022). Dünyanın neresinde olursa olsun kooperatifler Uluslararası Kooperatifler Birliği tarafından belirlenen bazı değer ve prensipler üzerine kurulmak zorundadırlar (Karakuş, 2022). Bu değer ve prensiplerin en başında ise, gönüllü olarak katılmak isteyen herkese açık olmak, kâr amacı gütmemek, adaletli olmak ve demokratik yollarla yönetilme gelmektedir (ICA, 2022).

19. yüzyılın ortalarında bir ekonomik organizasyon olarak ortaya çıkan kooperatifçilik insanlık tarihinin en büyük değişim ve dönüşümlerinden birisi olarak kabul edilen Sanayi Devriminin etkilerinin en yoğun biçimde görüldüğü İngiltere’de işçi sınıfının çalışma ve yaşam koşullarının gittikçe ağırlaşmasından ve işçilerin bu sorunlar ile baş edebilmek için bir araya gelerek toplu çözüm arayışına yönelmeleri ile doğmuştur (Geray, 1992). Bu bağlamda 1844 yılında yirmi sekiz dokuma işçisi ilk kooperatifi İngiltere’de kurmuştur. İngiltere’yi Fransa 1845 yılında kurulan marangoz kooperatifi ile, Almanya da 1849 yılında kurulan Esnaf ve Tarım Kredi kooperatifçiliği

ile takip etmiş ve kooperatifçiliğin Avrupa’da yayılmasına önayak olmuşlardır (Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, 2012). Bir yandan işsizliğin önlenmesinde ve yoksulluğun azaltılmasında etkin bir araç olan (Kazar, 2019), diğer yandan da dezavantajlı bireylerin sosyal ve ekonomik kalkınmalarına katkı sağlamakta olan kooperatifler öncelikle sosyo-ekonomik olarak alt tabakaların dayanışma kuruluşları iken zaman içerisinde iş piyasalarında kendilerine özgü avantajları olan girişim örnekleri haline gelmişlerdir. Avrupa genelinde hızla yaygınlaşan bu ekonomik model, 1895 yılında İngiliz Kooperatifçilik Derneği’nin çağrısıyla kurulan Uluslararası Kooperatifçilik Birliği’nin (ICA) kurulması ile ise uluslararası düzeyde bir örgüte kavuşmuştur (ICA, 2022). Kurulmasının daha onuncu yılında yirmi dört Avrupa, Asya ve Kuzey Amerika ülkesinden toplam 632 kooperatif üye olmuştur (OrKoop, 2022). Birlik, kurulduğu günden bugüne kadar bir yandan kooperatifçilik ilkelerinin ve gelir paylaşımı prensiplerinin belirlenmesinde diğer yandan da kooperatiflerin birbirleri ile ticari ilişkiler kurarak gelirlerini artırmalarında önemli bir rol oynamış ve oynamaya da devam etmektedir.

Türkiye’de kooperatifçiliğin ilk uygulaması ise 1863 yılında devlet tarafından kurulan günümüzdeki tarım kredi kooperatiflerine benzer bir yapı olan ve Mithat Paşa tarafından kurulan ‘Memleket Sandıkları’ ile başlamış ancak Cumhuriyet’in ilk yıllarında gelişmiştir (Kocabaş, 2003). 1923 yılında kooperatiflere İktisat Vekaleti bütçesinden hibe ve Ziraat Bankası tarafından düşük faizli kredi verilmesini öngören İstihsal Alım Satım Ortaklık Kooperatifleri Nizamnamesinin çıkarılmasının ardından Türkiye’nin çağdaş anlamdaki ilk kırk kooperatifi kurulmuştur (Hazar, 1990). Bu Nizamnamenin ardından, tütüncüler, sebzeciler, meyveciler, dokumacılar ve konserveciler hızla kooperatifleşmeye başlamış olsa da ülkemizde kooperatifçiliğin esas gelişimi 1961 Anayasasının ‘Devlet, kooperatifçiliğin gelişmesini sağlayacak tedbirleri alır’ ifadesi ile kooperatifçiliği devletin sorumlulukları arasına katması ile olmuştur. Devletin kooperatifçiliğin gelişmesinde daha aktif ve daha sorumlu olması ile beraber hem kooperatiflerin sayıları hem de faaliyet alanları hızla artmıştır. Öte yandan hem dünyada hem Türkiye’de etkilerinin yoğun bir biçimde hissedildiği işçi hareketi ve buna bağlı olarak gelişen sosyalist hareket de Türkiye’de kooperatifçiliğin gelişimini önemli ölçüde hızlandırmıştır (Şahankaya vd., 2023). Özellikle Türkiye’nin kırsalında bulunan köylerin ekonomik kalkınmasını büyük oranda destekleyen ve

hızlandıran Türkiye Köy Kalkınma ve Diğer Tarımsal Amaçlı Kooperatif Birlikleri Merkez Birliği (Köy-Koop) ve demokratik bir halk örgütlenmesi olan Halk Tüketim Kooperatifleri (Halk-Koop) o yıllarda kurulmuştur (Ticaret Bakanlığı, 2019)[1]. Köy-Koop'un, özellikle, Romanya'dan 12 bin 500 traktör getirip çiftçiye piyasa fiyatının yarısına satması ve aynı şekilde toplamda 54 ilde 800'den fazla halk pazarı açarak köylünün ürettiği mahsulü satmasına destek olması insanları kooperatifçiliğe yöneltmiş ve faal kooperatif sayılarının da önemli ölçüde artmasını sağlamıştır (Durukanoğlu, 2019). 1965 yılında Türkiye'deki faal kooperatiflerin sayısı 296'dan 824' ulaşmıştır. Ülkemizde kooperatifçiliğin gelişmesi adına atılmış bir diğer önemli adım ise 1969 yılında çıkarılan Kooperatifler Kanunu ve yine aynı yıl Türk Kooperatifçilik Kurumunun Uluslararası Kooperatifler Birliğine üye olması olmuştur (OrKoop, 2022)[2]. Kooperatifler Kanunu'yla birlikte devlet tarım satış kooperatiflerinin, tarım kredi kooperatiflerinin ve pancar ekicileri kooperatiflerinin kurulmasını desteklemiş ve bu alanlarda üretim yapılabilmesi adına devlet bütçesi ile sanayi tesisleri kurmuştur. Bu sanayi tesisleri sayesinde üretimlerini hızlandırabilen kooperatifler, faaliyetlerini çeşitlendirebilmiş ve yeni ticari ortaklıklara adım atabilmişlerdir. Bir başka deyişle 1969 yılında çıkarılan Kooperatifler Kanunu Türkiye'de hali hazırda faal olan kooperatiflerin kapasite gelişimine önemli katkılarda bulunmuştur (Ticaret Bakanlığı, 2017). Değişen piyasa koşullarına karşı hızlı uyum yetenekleri, esnek üretim yapıları, bölgesel kalkınmadaki rolleri, işsizliğin azaltılması ve yeni iş alanlarının açılmasındaki katkıları gibi bir dizi olumlu özelliği bulunan kooperatiflerin sayısı günümüzde 84.232'ye ulaşmıştır. Ticaret Bakanlığı'nın[3] en güncel verilerine göre bugün Türkiye'de aktif olan bu 84,232 adet kooperatifin ortak sayısı ise 8.109.225'tir. Aşağıda tablo-1'den daha detaylıca görüleceği üzere ülkemizde aktif olan bu kooperatifler yaş meyve ve sebze yetiştiriciliğinden eğitime kadar çeşitli alanlarda faaliyet göstermektedirler.

Tablo-1: Türkiye'deki kooperatiflerin sektörel dağılımı.

İlgili Bakanlık	Kooperatif
-----------------	------------

	Kooperatifin türü	Kooperatifin türü	
		Kooperatif Sayısı	Ortak Sayısı
Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı	Tarımsal kalkınma koop.	8173	842,563
	Sulama koop.	2497	295,984
	Su ürünler koop.	522	29,972
	Pancar ekicileri koop.	31	1,638,981
	Tarım kredi koop.	1767	1,082,978
	Ara toplam:	12,990	3,890,478
Çevre ve Şehir Bakanlığı	Konut yapı koop.	54,996	1,985,076

	Küçük site yapı koop.	1.052	127,098
	Toplu işyeri yapı koop.	1,810	103,536
	Ara toplam:	57,858	2,215,710
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı	Tarım satış koop.	322	602,248
	Bağımsız tarım satış koop.	22	2,245
	Tütün tarım satış koop.	66	23,414
	Yaş sebze meyve koop.	37	2,886
	Tüketim koop.	2,970	28,063
	Motorlu taşıyıcılar koop.	6,734	199,220

	Esnaf ve sanat koop.	993	685,105
	Küçük sanat koop.	331	10,043
	Temin tevzi koop.	344	24,497
	Turizm geliştirme koop.	391	17,448
	Üretim pazarlama koop.	483	22,491
	Tedarik kefalet koop.	7	599
	Yayıncılık koop.	31	767
	Hamallar koop.	11	586
	İşletme koop.	585	98,769

	Sigorta koop.	3	15
	Yardımlaşma koop.	24	22,160
	Eğitim koop.	30	2,481
	Ara toplam:	13,384	2,003,037
Toplam:		84,232	8,109,225

Yukarıdaki tablodan detaylıca görüldüğü gibi Türkiye iş piyasasında aktif olan kooperatifler genellikle konut yapı alanında yoğunlaşmıştır, bunu tarımsal kalkınma ve motorlu taşıyıcılık izlemektedir. Öte yandan, yardımlaşma, eğitim ve yayıncılık ise Türkiye'deki kooperatif ortakları tarafından en az tercih edilen sektörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Act Human tarafından 2021 yılında yayımlanan Sosyal Dayanışma Ekonomisi için Güçlü Kooperatifçilik raporuna göre ise, ülkemizde bir yandan bulundukları bölgedeki iş gücü katılım oranlarının artırılmasına diğer yandan da bölgesel kalkınmaya önemli katkıları olan kooperatifler günümüzde finansman eksikliği, pazarlama sorunları, insan kaynağı eksikliği ve örgüt sorunu gibi bir dizi problemle karşı karşıya kalmaktadır (Act Human, 2021). Bir yandan bu problemlere göğüs gerebilmek diğer yandan da kurumlar vergisi muafiyetinden[\[1\]](#) yararlanmak için kooperatifler üst birliklere üye olmaya başlamışlardır. Ancak kooperatiflerin üst birliklere üye olabilmeleri için bazı koşulları yerine getirmeleri gerekmektedir. Bu koşulların başında sermaye üzerinden kazanç dağıtmamak gelirken, diğer koşullar ise idare meclisi başkan ve üyelerine kazanç üzerinden hisse vermemek, ihtiyat akçelerini ortaklara dağıtmamak, münhasıran ortaklarıyla iş görmek şeklinde sıralanmaktadır (Bıyık ve Kıratlı, 2006). En güncel verilere göre, ülkemizde yukarıda bahsedilen koşulları sağlayan ve bu üst birliklere üye olan kooperatif sayısı ise yalnızca 598'dir (Ticaret Bakanlığı, 2022)[\[2\]](#).

21. yy'a kadar giderek güçlenen ve çoğalan kooperatifler 21. yy itibarı ile bu ivmelerini kaybetmeye başlamışlardır. Özellikle 2000'li yılların ortaları, Türkiye'de kooperatifçiliğin gerilediği ve sektörel eşitsizliğin yaşandığı yıllar olarak adlandırılmaktadır (Şahankaya vd., 2023). Bu dönemde bugüne kadar kooperatifçilikteki en faal sektörlerden biri olan tarım sektörü önemli ölçüde daralmıştır. Tüm dünyada etkinliği hızla artan endüstriyel tarım, tarım kooperatiflerini büyük tarım şirketlerine bağımlı hale getirmiş ve üretimin maliyetini artırmıştır. Artan maliyet de ürün fiyatlarına yansıdığı için artık tüketiciler kooperatif ürünlerinden ziyade ambalajlı seri üretim ürünlerini almaya başlamış bu da tarım kooperatiflerini dar boğaza sokmuştur. 2010'lu yıllarda bu duruma çare arayışları gittikçe artmış ve çözüm olarak kendilerini 'yeni nesil kooperatif' olarak tanımlayan, iç işlerinde hiyerarşik yapıdan iyice uzaklaşmış ve elde ettikleri kârı üyeler arasında bölüştürmekten ziyade sosyal bir amaç için kullanan yeni kooperatifler oluşmaya başlamıştır. Ayrı bir tüzel kişilik olarak henüz tanınmıyor olsalar da bu sosyal kooperatiflerin oluşumu, yine benzer bir iç işleyiş modeline sahip olan kadın kooperatiflerinin ortaya çıkmasına da vesile olmuştur (Kurtuluş, 2019).

Yukarıdaki kooperatif tanımı kadar net bir tanımı olmamakla birlikte kadın kooperatifleri, kadınlar tarafından kurulan, kadınlar tarafından yönetilen ve kadınlar tarafından işletilen, kadınların güçlenmesine ve toplumsal cinsiyet eşitliğine katkıda bulunması öngörülen kâr amacı gütmeyen yapılar olarak tanımlanmaktadırlar (Adar vd., 2023). Ülkemizde anca 1990'ların sonlarında kurulmaya başlayan ve kendini yeni nesil kooperatif olarak tanımlayan sosyal kooperatiflerin çoğalmasıyla artan kadın kooperatifleri asıl olarak 2010'lu yıllarda gelişmeye başlamıştır. Toplumsal cinsiyet eşitliği ve kadın istihdamı konusunda hala birçok Avrupa Birliği ülkesinden geride olan Türkiye'de kadınların iş piyasasında aktif birer aktör olabilmelerine katkıda bulunmak amacıyla, 2011 yılında Kadın Çevre Kültür ve İşletme Kooperatifi ana sözleşmesi uygulamaya konmuş (KEDV, 2015), hemen ardından 2012 yılında 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'nun 88'inci maddesi uyarınca Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi Ana Sözleşmesi yayımlanmıştır. Buna ek olarak da Ticaret Bakanlığı'nın 2012-2016 Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planı '*Örgütlenme Kapasitesi ve Kooperatifler Arası İş birliği Olanaklarının Artırılması*' stratejisi altında '*Kadınların girişimcilik kabiliyetlerinin artırılması ve ekonomide bir aktör olarak yer almalarının sağlanması için*

kooperatifler çatısı altında örgütlenmeleri yönünde çalışmaların bulunulması' maddesine yer vermiştir. Bütün bu atılan hukuki adımlar Türkiye'de kadınların kooperatif bünyelerinde istihdam edilmelerini ve kadın kooperatiflerinin kurulmalarını tetiklemiştir (Türkiye Milli Kooperatifler Birliği, 2012; Karakuş, 2022).

Ülkemizde bir kooperatifin hukuki olarak kadın kooperatifi olabilmesi için bazı koşulları yerine getirmesi gerekmektedir. Bu koşulların başında sermaye üzerinden kazanç dağıtmamak gelirken, diğer koşullar ise idare meclisi başkan ve üyelerine kazanç üzerinden hisse vermemek, ihtiyat akçelerini ortaklara dağıtmamak, münhasıran ortaklarıyla iş görmek ve ortaklarının en az yüzde 80'inin kadınlardan oluşmasıdır. Günümüzde bu koşulları yerine getiren ve farklı alanlarda faaliyet gösteren toplam 944 kadın kooperatifi bulunmaktadır (Ticaret Bakanlığı, 2023). Sayıları ve faaliyet alanları diğer kooperatif türlerine göre oldukça sınırlı olan kadın kooperatiflerinin kadınlar üzerindeki etkisi ise oldukça büyüktür. Bir yandan kadınların ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamaları, diğer yandan kadın emeğini görünür kılmaları kadın kooperatiflerinin gittikçe ön plana çıkmasını sağlamıştır. Ancak, günümüzde hem ulusal hem de uluslararası literatürde kadın kooperatifleri üzerine yapılan araştırmalar çok sınırlıdır. Bu bağlamda aşağıda daha detaylı bir biçimde açıklandığı gibi bu kitap, bir yandan literatürdeki bu boşluğu doldurmayı diğer yandan da kadın kooperatiflerinin kapasite gelişimine katkıda bulunmayı amaçlamaktadır.

1.1.Araştırmanın amacı:

Bu çalışmanın amacı, bir yandan Türkiye'deki kadın kooperatiflerinin mevcut durumunu, faaliyet alanlarını, ortaklık yapılarını, örgütlenme kapasitelerini, mali durumlarını, müşteri kitlelerini, paydaşlarını, üye ve çalışan profillerini, karşılaştıkları sorunları ve ihtiyaçlarını ortaya koymak diğer yandan da bu sorun ve ihtiyaçlara çözüm önerileri getirerek kadın kooperatiflerinin kapasite gelişimine katkıda bulunmaktır.

1.2. Araştırma yöntemi:

Yukarıda sıralanan amaçlar doğrultusunda bu araştırmada incelediği problemlere doğal ortamlarında yorumlayıcı ve sorgulayıcı bir perspektiften bakan nitel araştırma yöntemi (Baltacı, 2019) kullanılmıştır. Gerekli veri Şubat 2022 ile Aralık 2022 arasında nitel veri toplama yöntemlerinden gözlem ve derinlemesine mülakatın birlikte

kullanılması ile toplanmıştır. Araştırma kapsamında İstanbul ve çevre köyleri (Silivri, Ağva, Şile ve Sapanca), İzmir, Bursa, Ankara ve Antalya’da faaliyet gösteren 147 tane farklı sektörlerde yoğunlaşmış kadın kooperatifi ziyaret edilmiştir. Bu 147 kadın kooperatifine ek olarak yapılan analizin güçlendirilmesi adına araştırma kapsamında 13 adet kadın kooperatifine yönelik ayni ve nakdi destekte bulunan uygulayıcı kurum ile görüşülmüştür. Kooperatiflere yapılan ziyaretler sırasında kooperatiflerin üyeleri ile tanışılmış, var ise üretimhaneleri gezilmiş, üretimde kullandıkları ekipmanlar ve eksikleri tespit edilmiştir. Ayrıca kooperatif başkanları ve kooperatifin aktif ortakları ile kooperatifi kurma hikayeleri, kooperatifi kurduktan sonra ve/veya üye olduktan sonra hayatlarındaki yaşanan değişim, kooperatiflerinin işleyişi, kooperatif bünyesindeki iş bölümü, kooperatiflere yönelik düzenlenen desteklerden yararlanabilme kapasiteleri, karşılaştıkları sorunlar, beklentileri ve hedefleri hakkında konuşulmuştur. Araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin bölgesel dağılımı aşağıda tablo-2’de verilmiştir.

Tablo-2: Araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin bölgesel dağılımı.

Şehir	Yapılan Görüşme Sayısı
İstanbul	59
İzmir	33
Bursa	21
Ankara	18
Antalya	16

Toplam	147
--------	-----

Bir sonraki bölümde daha detaylı tartışıldığı gibi Türkiye’deki kadın kooperatiflerinin çalışma alanlarının başında geleneksel gıda üretimi ve pazarlanması, lokantacılık, engelli eğitimi ve tarım gelmektedir. Aşağıda tablo-3’ten de görüleceği üzere, araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin sektörel dağılımı da literatür ile paralellik göstermiştir ve araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin çoğu gıda üretimi ve pazarlaması yaparken bunu tarım ve restorancılık takip etmiştir.

Tablo-3: Araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin sektörel dağılımı.

Sektör	Görüşülen Kooperatif Sayısı	Toplam
Gıda	43	
Tarım	38	
Restorancılık	31	
Tekstil	22	
Turizm	6	
Engelli bakımı	6	
Çocuk bakımı	1	

Toplam:		147
---------	--	-----

13195 no'lu Türkiye Kooperatifler Kanunu'na göre bir kooperatif yedi ortak tarafından imzalanan ana sözleşme sonucunda kurulabilir. Bir başka deyişle bir kadın kooperatifinin kurulabilmesi için en az 7 ortağın olması gerekir. Ancak ortak, üye çalışan konusunda bir üst limit yoktur. Yapılan gözlemler kooperatifin faal ortak ve çalışan sayısı ne kadar fazla ise kooperatifin verimliliğinin de o kadar fazla olduğunu tespit etmiştir. Bu bağlamda aşağıda tablo 4'te araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin ortak sayıları verilmiştir.

Tablo-4: Araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin ortak sayıları.

Ortak sayısı	Görüşülen kooperatif sayısı	Toplam
7	34	
8-20	64	
21-40	32	
41'den fazla	12	
Toplam:		147

Yukarıdaki tablodan da görüleceği üzere Türkiye'deki kadın kooperatiflerinin çoğunluğu orta ölçekli kooperatiflerdir. Ancak kooperatif ortaklarının demografik özellikleri çeşitlilik göstermektedir. Araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin ortakları genellikle 31 ile 56 yaş arası kooperatiften önce herhangi

bir gelir getirici işte çalışmayan kadınlardan oluşmaktadır. Ancak bu profilin yanı sıra, kooperatifi kurmadan önce yönetici pozisyonunda çalışmış orta yaşlı kadın kooperatif ortakları da bulunmaktadır. Kooperatif ortaklarının eğitim durumlarına bakacak olursak, çoğunluğunun lise veya üniversite mezunu olduğunu söylemek mümkündür. Son olarak, aşağıda tablo-5'ten de görüleceği üzere, araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin yıllık ciroları da değişkenlik göstermektedir.

Tablo-5: Araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin yıllık ciroları.

Ortak sayısı	Görüşülen kooperatif sayısı	Toplam
15.000TL- 40.000TL	24	
40.000TL- 90.000TL	49	
90.000TL- 120.000 TL	37	
120.000TL- 200.000TL	22	
200.000TL ve üzeri	15	
		147

Şubat 2022 ile Aralık 2022 arasında 147 kadın kooperatifinden elde edilen veri, nitel veri çözümleme tekniklerinden olan söylem analizi aracılığı ile çözümlenmiştir. Söylem, sosyal hayatın tüm alanlarında meydana gelen her türlü iletinin içeriğini, o iletiyi meydana getireni, o iletinin neye dayanarak meydana geldiğini ve o iletinin amacını kapsayan sosyal bir olgudur (Çelik ve Ekşi, 2008). Bir başka deyişle söylem, bir topluluğun fikirlerini, ifadelerini, bilgilerini ve deneyimlerini içerir. Söylem analizi

ise bu fikirlerin kavramsal açıdan incelenmesidir. Bu sistematik inceleme nihayetinde o topluluğun sosyo-ekonomik, sosyo-kültürel ve sosyo-politik duruşu hakkında fikir sahibi olunmasına yarar. Bir başka deyişle, o topluluğun sosyolojik çözümlemesini mümkün kılar. Bu bağlamda bu makale, yüz kırk yedi kadın kooperatifinin başkanından ve/veya ortağından toplanan veriyi söylem analizi tekniği ile inceleyerek kadın kooperatiflerinin güncel durumlarını ve kadınların sosyo-ekonomik güçlenmesindeki rolünü açıklamıştır. Ve kitap, literatürdeki kaynaklar, uluslararası karşılaştırmalar ve Şubat 2022 ile Aralık 2022 tarihleri arasında yapılan saha araştırması sonucunda ulaşılan bilgiler harmanlanarak Türkiye iş piyasasında bulunan kadın kooperatiflerine dair en güncel verinin sunulması ile devam etmektedir.



2. Türkiye’deki kadın kooperatiflerinin mevcut durumu

Kitabın bu bölümünün amacı Türkiye iş piyasasında farklı alanlarda faaliyet gösteren kadın kooperatiflerinin mevcut durumları hakkında bilgi vermektir. Ancak kadın kooperatifleri literatürünün oldukça kısıtlı olması günümüzde aktif faaliyet gösteren 944 kadın kooperatifi hakkındaki bilgilerin yetersiz kalmasına neden olmuştur. Literatürdeki bu açık, araştırma kapsamında görüşülen 147 kadın kooperatifi hakkında verilecek görece daha detaylı bilgiler ile giderilmeye çalışılmıştır.

2.1.Türkiye’deki kadın kooperatiflerine genel bakış:

Bir yandan bulundukları bölgedeki kadınların iş gücüne katılımlarının artırılmasına diğer yandan da bu kadınların mesleki beceriler kazanmasına katkı sağlayan kadın kooperatiflerinin ülkemizdeki durumuna istinaden en güncel istatistiklere Ticaret Bakanlığına bağlı olan Kooperatif Bilgi Sisteminden ulaşmak mümkündür. Kooperatif Bilgi Sistemi Türkiye iş piyasasında aktif olan kadın kooperatiflerinin isimlerini ve kuruluş yıllarını içermesine ve kamuoyuyla paylaşmasına rağmen, bu kooperatiflerin faaliyet alanlarını, ortak sayılarını ve lokasyonlarını içermemektedir. Bilgi sistemindeki bu açık ise kooperatifler üzerine yazılmış ender raporlardan ve Türkiye’de kadın kooperatifleri üst birliklerinin veri tabanlarındaki bilgiler ile kapatılmıştır[1]. Ticaret Bakanlığının en güncel verisine göre ülkemizde son on dört yılda kadın kooperatifleri sayısında yaklaşık yüzde 11 oranında bir artış görülmüş ve sayıları 2009 yılında sadece 93 olarak bildirilen kadın kooperatifleri (Özdemir, 2013) bugün tasfiye halindekiyle birlikte 944’e ulaşmıştır (Ticaret Bakanlığı, 2023). Bir başka deyişle günümüzde Türkiye genelinde toplam 940 adet farklı sektörlerde yoğunlaşmış faal 4 tane da tasfiye halinde kadın kooperatifi bulunmaktadır. Bu 944 kadın kooperatifinin büyük Ticaret Bakanlığına bir kısmı ise Tarım ve Orman Bakanlığı’na bağlıdır (Ahika, 2022).

2.2. Kooperatifçilik ilkeleri:

Giriş bölümünde de bahsedildiği gibi 1895 yılında İngiliz Kooperatifçilik Derneği’nin çağrısıyla dünyadaki kooperatifler arasındaki iş ilişkilerini ve ortaklıkları geliştirmek, kooperatiflerin hem verimliliklerini hem de üretim kapasitelerini artırmak ve güçlenmelerine katkıda bulunmak amacıyla kurulan ICA, 1995 yılında İngiltere’nin Manchester şehrinde Türkiye’nin de imzacısı olduğu yedi adet kooperatifçilik ilkesi belirlemiş ve tüm imzacı ülkelerdeki kooperatiflerin bu ilkeleri uygulamasını istemiştir[2]. Aşağıda şekil-1’den de görüleceği üzere bu ilkelerin başında gönüllülük, özerklik ve bağımsızlık gelmektedir (Ahika, 2022).

Şekil-1: Kooperatifçilik ilkeleri



2.2.1. Gönüllülük ve açık üyelik ilkesi:

Kooperatifler, kooperatif ortağı olmanın sorumluluklarını yerine getirmeyi kendi rızaları ile kabul eden herkesi ırk, dil, din, siyasi görüş, etnik köken ve cinsiyet ayrımı yapmaksızın bünyesine almakla yükümlü kuruluşlardır. Bu sorumlulukları yerine getirmeyi kabul eden bireyler aynı şekilde kooperatifin her türlü hizmetinden ve ayrıcalığından da yararlanabileceklerdir. Ancak kadın kooperatifleri özelinde bu ilke cinsiyet unsurunu dışarıda bırakmaktadır çünkü kadın kooperatiflerinin ortaklarının ve üyelerinin kadın en az yüzde sekseninin kadın olması gerekmektedir (Ahika, 2022; Ticaret Bakanlığı, 2021^[1]).

2.2.2. Demokratik üye kontrolü ilkesi:

Demokratik birer yapı olan kooperatiflerde her bir ortağın ve üyenin eşit oy hakkı vardır. Herhangi bir karar alma ve/veya politika yapma sürecinde bütün üye ve ortaklar katılım sağlarlar. Bunun yanı sıra, kooperatif bünyesinde kooperatife ve kooperatif ortaklarına karşı birtakım görevleri ve sorumlulukları olan bir yönetim kurulu vardır ve bu yönetim kurulu da yine ortakların eşit ve aktif katılımı ile demokratik olarak seçilir (Age, 2022).

2.2.3. Özerklik ve bağımsızlık ilkesi:

Üyeleri ve ortakları arasından demokratik yollarla seçilmiş bir yönetim kurulu tarafından yönetilen kooperatifler kendi kendilerine yeten hatta yetmekle yükümlü olan özerk ve bağımsız yapılardır. Ayrıca kooperatifler ister kamu kurumları ister özel sektör olsun herhangi bir dış aktör ile bir anlaşma imzaladığı zamanda bu özerk yapıyı sürdürmekle yükümlüdürler (Güloğlu ve Korkmaz, 2011).

2.2.4. Eğitim, öğretim ve bilgilendirme ilkesi:

Üye ve ortaklarına mesleki beceriler de kazandıran kooperatifler, üyelerine, ortaklarına ve çalışanlarına hem kooperatifin hem de kendi kişisel gelişimlerine etkin bir şekilde katkı sağlayabilmeleri için eğitim olanakları sunan yapılardır (Ticaret Bakanlığı, 2021^[1]).

2.2.5. Kooperatifler arası iş birliği ilkesi:

Asla kâr amacı gütmeyen yapılar olan kooperatifler, kooperatifçilik hareketinin güçlenmesi ve bütün kooperatiflerin birlikte kalkınabilmesi için yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası ağlar ile birlikte hareket eder (Güloğlu ve Korkmaz, 2011).

2.2.6. Toplumsal sorumluluk ilkesi:

Kooperatiflerin bağlı olmakla yükümlü olduğu bir diğer ilke ise, bütün ortaklar tarafından kabul edilen belli politikalar aracılığı ile bulundukları toplumun sürdürülebilir kalkınması için çalışmaktır (ICA, 2015).

2.2.7. Üye ekonomik katılımı ilkesi:

Kooperatif üyeleri ve ortakları kooperatif bütçesine adil bir şekilde katkıda bulunmakla yükümlüdürler. Elde edilen kazanç önce kooperatif giderleri ve kooperatifin gelişimi için harcanır daha sonra kalan sermaye ortaklar ve üyeler arasında yine adil bir şekilde dağıtılır. Ayrıca her bir ortak ve üye kooperatife girerken yine kooperatifin gelişimi için eşit bir ücret öder (Ticaret Bakanlığı, 2021^[2]).

ICA tarafından belirlenen bu yedi evrensel ilke dünyada kooperatifçilik hareketinin temel değerlerini ve esaslarını oluşturmakta olup, faal olan her bir kooperatifin de bu ilkeleri benimsemiş olması beklenmektedir.



2.3.Türkiye’deki kooperatif mevzuatı:

24 Nisan 1969 tarihinde yürürlüğe giren ‘1163 sayılı Kooperatifler Kanunu’ Türkiye’deki kooperatiflerin uyması gereken kuralları düzenleyen tek kanun olsa da ülkemizde kooperatiflere yönelik yasal düzenlemeler oldukça dağınıktır (Çetin, 2009). 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu bir kooperatifin nasıl kurulacağı, nasıl yönetileceği, faaliyetlerini nasıl sürdüreceği ve sınırlarının ne olduğu gibi birçok konuya netlik getiriyor olmakla birlikte devletin kooperatiflere olan sorumluluğunu gözardı etmektedir. Kooperatifler Kanunundaki bu açık ise ‘Devlet, milli ekonominin yararlarını dikkate alarak, öncelikle üretimin artırılmasını ve tüketicinin korunmasını amaçlayan kooperatifçiliğin gelişmesini sağlayacak tedbirleri alır’ ibaresi ile Türkiye Cumhuriyeti Anayasası’nın 171. maddesi kapatmaktadır (Ahika, 2022). Bu bağlamda 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu’na bağlı olan Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi Ana Sözleşmesi[3] gereğince Türkiye’deki kadın kooperatiflerinin uyması gereken hukuki düzenlemelerin başlıcaları şöyledir:

Kooperatifin unvanı, Sınırlı SorumluKadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi’dir (madde 3).

Kooperatifin amacı ortaklarının ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçları ile ekonomik faaliyetleri kapsamında yer alan mal ve hizmet üretimi ile bunların pazarlanmasına

yönelik ihtiyaçlarını karşılamak, girişimlerini desteklemek, üretim becerilerini geliştirmek, kadın emeğinin değerlendirilmesine yönelik çalışmalar yapmak ve böylece ortaklarının ekonomik menfaatlerini koruyarak sağlıklı ve gelişmiş bir çevrede yaşamalarını sağlamaktır (madde 6).

Kooperatifin sermayesi, ortakların taahhüt ettikleri payların toplam tutarlarından ibaret olup değişkendir (madde 7).

Bir ortaklık payının değeri 100 Türk lirasıdır. Ortaklar en çok 5.000 pay taahhüt edebilirler (madde 8).

Kooperatife ortak olabilmek için; Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı ve medeni hakları kullanma ehliyetine sahip gerçek kişi kadın ya da kooperatifin amacına uygun faaliyet konusu bulunan kamu veya özel hukuk tüzel kişilerinden olmak gerekir (madde 10).

Kooperatifin ortak sayısı en az yedi kişidir (madde 12).

Her ortak, kooperatifin borçlarına karşı, taahhüt ettiği pay tutarı kadar sorumludur (madde 20).

2.4.Türkiye’deki kadın kooperatifinin kurulma aşamaları:

1163 sayılı Kooperatifler Kanunu’nun ikinci maddesi gereğince bir kadın kooperatif en az yedi kadın ortak tarafından ticaret sicili müdürlüğünde bir yetkilinin huzurunda imzalanacak bir ana sözleşme ile kurulur. Bir kadın kooperatifinin kurulabilmesi için bazı evrakların tamamlanması ve bazı masrafların karşılanması gerekmektedir (KEİG, 2018).

Tablo-6: Kadın kooperatifinin kurulum aşamasında gerekenler.

Bir kadın kooperatifinin kurulabilmesi için gereken evraklar	Bir kadın kooperatifinin kurulabilmesi için yapılması gereken masraflar
Kuruluş bilgi formu	Kooperatif tüzüğü’nün onaylanması için noter harcı

Kooperatif ana sözleşmesi	İmza beyannamesi ve imza sirküleri için noter harcı
Kooperatif tüzüğü	Defter onayı için noter harcı
Adli sicil belgesi	Ticaret Sicil Gazetesi'ne ilan harcı
Yazılı taahhütname	Ticaret Odasına kayıt harcı
Banka dekontu	Ticaret Odası – Ticaret Sicil Gazetesi masrafı

2.5.Türkiye'deki kadın kooperatiflerinin bölgesel dağılımı:

Yalnızca kadın yoksulluğunun azaltılmasında ve kadın istihdamının artırılmasında değil, aynı zamanda sürdürülebilir ve bölgesel kalkınmanın hızlanmasında da önemli bir role sahip olan kadın kooperatiflerinin ülkemizdeki büyük çoğunluğu İstanbul, İzmir ve Ankara gibi büyük şehirlerde bulunurken, Bitlis, Hakkâri ve Muş gibi Güney Doğu illerinde hiç kadın kooperatifi bulunmamaktadır^[1] (Türkiye Geneli Kooperatif ve Birlik Raporu, 2022). Aşağıdaki tablodan da görüleceği üzere, bu 944 kadın kooperatifinin 185 tanesi Marmara, 130 tanesi Ege, 158 tanesi İç Anadolu, 154 tanesi Akdeniz, 155 tanesi Karadeniz, 89 tanesi Doğu Anadolu ve 73 tanesi ise Güney Doğu Anadolu Bölgesinde faaliyet göstermektedir (Şahankaya vd., 2023).

Tablo-7: Türkiye'deki kadın kooperatiflerinin yedi coğrafi bölgeye göre dağılımı

Coğrafi bölge:	Kooperatif	Toplam:	

	Aktif (faal):	Pasif (tasfiye halinde):	Sayı:	Yüzde:	
Marmara Bölgesi	182	3	185	19,5	
Ege Bölgesi	130	-	130	13,7	
Akdeniz Bölgesi	154	-	154	16,3	
İç Anadolu Bölgesi	157	1	158	16,7	
Karadeniz Bölgesi	155	-	155	16,4	

Doğu Anadolu Bölgesi:	89	-	89	9,4	
Güney Doğu Anadolu Bölgesi:	73	-	73	7,7	
Genel Toplam:	940	4	944	100	

Daha detaylı bir bölgesel dağılım ise Türkiye'nin AB adaylık sürecinde belirlediği İktisadi Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) üzerinden yapılabilir. İBBS Türkiye'yi coğrafi sınırlardan ziyade sosyo-ekonomik gelişmişlik üzerinden yedi yerine önce Düzey 1 ve Düzey 2 olmak koşulu ile ikiye sonra da otuz sekize bölen bir sınıflandırmadır. Bu bağlamda Türkiye'deki kadın kooperatiflerinin bölgesel dağılımı aşağıdaki tablo-8'de verilmiştir^[1].

Tablo-8: Türkiye'deki kadın kooperatiflerinin İBBS Düzey 2'ye göre dağılımı.

İBBS Düzey 2:	Aktif (faal):	Pasif (tasfiye halinde):	Yüzde:	Toplam:
TR10-İstanbul Alt Bölgesi (İstanbul)	34	-	3,6	34
TR21-Tekirdağ Alt Bölgesi (Tekirdağ, Edirne, Kırklareli)	27	1	2,9	28
TR22-Balıkesir Alt Bölgesi (Balıkesir, Çanakkale)	27	-	2,8	27

TR31-İzmir Alt Bölgesi (İzmir)	48	-	5,0	48
TR32-Aydın Alt Bölgesi (Aydın, Denizli, Muğla)	42	-	4,4	42
TR33-Manisa Alt Bölgesi (Manisa, Afyonkarahisar, Kütahya, Uşak)	41	-	4,3	41
TR41-Bursa Alt Bölgesi (Bursa, Eskişehir, Bilecik)	36	1	3,9	37

TR42-Kocaeli Alt Bölgesi (Kocaeli, Sakarya, Düzce, Bolu, Yalova)	58	1	6,2	59
TR51-Ankara Alt Bölgesi (Ankara)	44	-	4,6	44
TR52-Konya Alt Bölgesi (Konya, Karaman)	14	-	1,4	14
TR61-Antalya Alt Bölgesi (Antalya, Isparta,	64	-	6,7	64

Burdur)				
TR62-Adana Alt Bölgesi (Adana, Mersin)	50	-	5,2	50
TR63-Hatay Alt Bölgesi (Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye)	40	-	4,2	40
TR71-Kırıkkale Alt Bölgesi (Kırıkkale, Aksaray, Niğde, Nevşehir, Kırşehir)	40	-	4,2	40

TR72-Kayseri Alt Bölgesi (Kayseri, Sivas, Yozgat)	58	1	6,2	59
TR81-Zonguldak Alt Bölgesi (Zonguldak, Karabük, Bartın)	13	-	1,3	13
TR82-Kastamonu Alt Bölgesi (Kastamonu, Çankırı, Sinop)	20	-	2,1	20
TR83-Samsun Alt Bölgesi (Samsun, Tokat, Çorum, Amasya)	61	-	6,4	61

TR90-Trabzon Alt Bölgesi (Trabzon, Ordu, Giresun, Rize, Artvin, Gümüşhane)	58	-	6,1	58
TRA1-Erzurum Alt Bölgesi (Erzurum, Erzincan, Bayburt)	23	-	2,1	23
TRA2-Ağrı Alt Bölgesi (Ağrı, Kars, Iğdır, Ardahan)	16	-	1,6	16

TRB1-Malatya Alt Bölgesi (Malatya, Elâzığ, Bingöl, Tunceli)	37	-	3,9	37
TRB2-Van Alt Bölgesi (Van, Muş, Bitlis, Hakkâri)	16	-	1,6	16
TRC1-Gaziantep Alt Bölgesi (Antep, Adıyaman, Kilis)	20	-	2,1	20
TRC2-Şanlıurfa Alt Bölgesi (Urfa, Diyarbakır)	24	-	2,5	24

TRC3-Mardin Alt Bölgesi (Mardin, Batman, Şırnak, Siirt)	29	-	3,0	29
Genel Toplam:	940	4	944	100

Hem tablo 8’den hem de tablo 9’dan edinilen veri, Türkiye’nin gelişmişlik seviyesi ile kadın kooperatiflerinin yaygınlığı arasında pozitif bir korelasyonun olduğunu vurgularken, Doğu ve Güney Doğu Anadolu bölgelerinin bu konuda desteklenmesi gerektiğinin de altını çizmiştir.

2.6.Türkiye’deki kadın kooperatiflerinin sektörel dağılımı:

Kooperatif Bilgi Sisteminde kadın kooperatiflerinin sektörel dağılımına dair detaylı istatistik bulunmasa da önceden yapılmış araştırmalar genellikle gelir getirici işlerde yoğunlaşan kadın kooperatiflerinin çalışma alanlarının başında ise geleneksel gıda üretimi ve pazarlanması, lokantacılık, engelli eğitimi ve bakımı, erken çocukluk eğitimi ve tekstilin geldiğini vurgulamışlardır (Duguid vd., 2015; Karakuş, 2022; Şahankaya vd., 2023). Kadın kooperatiflerinin sektörel dağılımı üzerine detaylı bilgi aşağıda tablo-9’da verilmiştir.

Tablo-9: Türkiye’deki kadın kooperatiflerinin sektörel dağılımı.

Sektör	Yüzde	Toplam
Gıda üretimi	21,6	204

Erken çocukluk hizmetleri ve bakımı:	9,4	89
Tekstil üretimi:	14,3	135
Sosyal dayanışma:	9,8	93
Turizm:	8,8	84
Üretim:	35,9	339
Toplam:	100	944

2.7.Türkiye’deki kadın kooperatiflerine yönelik düzenlenen destekler:

Günümüzde kadın kooperatiflerinin hem kadınların Türkiye iş piyasasında aktifleştirilmesindeki hem de bölgesel kalkınmadaki rolü giderek anlaşılmıştır. Bu bağlamda, aşağıda tablo-10’dan da görüleceği üzere, Türk hükümeti, çeşitli il ve ilçe belediyeleri, ulusal ve uluslararası sivil toplum kuruluşları, kalkınma ajansları, AB ve çeşitli AB kurumları, çeşitli konsolosluklar ve büyükelçilikler Türkiye’deki kadın kooperatiflerinin kapasite gelişimine katkıda bulunmak amacıyla kadın kooperatiflerine yönelik bir dizi mali ve mali olmayan destekler geliştirmiştir.

Tablo-10: Türkiye’deki kadın kooperatiflerine yönelik sunulan destekler.

Mali Destekler		Mali Olmayan Destekler		
Destek	İçerik	Destek	İçerik	

Mal ve hizmet alımı	Kadın kooperatifleri ihtiyaç duydukları ekipmanları alabilmek amacıyla mal ve hizmet alımı çağrılarına başvurabilmekteler.	Eğitim programları	Kadın kooperatiflerinin hem sosyal hem de ekonomik kalkınmadaki öneminin fark edilmesiyle beraber kooperatiflerin hem yerli hem de yabancı pazarda rekabet gücüne sahip birer işletme olabilmeleri için sıklıkla uygulanmaya başlanan araçlardan biri eğitim yoluyla kapasite geliştirme faaliyetleridir. Bu eğitimler uygulayıcı kurumlar tarafından konu başlıklarına göre belirlenip kooperatiflerin ihtiyaçlarına göre sunulmaktadır.
Kooperatif faaliyetleri için destek	Kadın kooperatifleri kooperatif bünyesinde planladıkları saha araştırması, pazar analizi, fizibilite çalışmaları ve pilot	Mentorluk programları	Kadın kooperatiflerinin katıldıkları eğitimlerde öğrendikleri bilgileri kendi kooperatiflerine günlük hayatta aktarmakta zorluk

	uygulamalar gibi faaliyetleri yapabilmek için kooperatif faaliyetleri için destek çağrılarına başvurabilmektedirler.		çektikleri saptanmıştır. Bu bağlamda eğitim programları görece daha birebir düzenlenen mentorluk programları ile desteklenmektedir. Mentorluk programları kapsamında alanında uzman kişiler, kadın kooperatiflerinin sorunlarını ve ihtiyaçlarını daha yakından görüp o kooperatifin özelinde çözümler üretmektedirler.	
Sivil toplum fonları	Kadın kooperatifleri KEDV, KEİG ve KAMER gibi kadın kooperatifleri alanında çalışan sivil toplum kuruluşlarının başvurdukları projelere paydaş olabilir ve bu projelerden yararlanabilmektedirler.	Koçluk programları	Kadın kooperatiflerinin kapasite gelişimini desteklemek için uygulanan eğitim ve mentorluklara göre nispeten daha az yaygın olan bir diğer mali olmayan müdahale aracı ise koçluk programlarıdır. Koçluk programları kapsamında kadın	

			kooperatifleri içinde bulundukları sektörde uzmanlaşmış bir kimse ile kendi gelişimleri için çalışmaktadırlar.	
İstihdam hibeleri	Kadın kooperatifleri spesifik çağrı öncelikleri arasında bulunan istihdam, kadın istihdamını geliştirme ve kapasite geliştirme gibi proje çağrılarına başvurabilmektedirler.	Ağ kurma programları	Kooperatifler arası iş birliğini, örgütlenme kapasitesini ve ticari ilişkileri artırabilmek amacıyla uygulayıcı kurumlar değişik okazyonlarda kadın kooperatiflerini bir araya getirmekte ve düzenli aralıklarla ağ kurma programları düzenlemektedirler.	
Yaşam boyu öğrenme hibeleri	Kadın kooperatifleri IPA IV kapsamında temel mesleki beceri oluşturma, yeni öğrenme yöntemleri geliştirme ve öğrenmeye erişimi kolaylaştırmayı amaçlayan projelere ortaklarının mesleki becerilerini geliştirmek	Eşleştirme programları	Türkiye’de çok yaygın olmasa da kadın kooperatiflerine yönelik düzenlenen mali olmayan müdahalelerden biri de eşleştirme programlarıdır. Bu programlar kapsamında, kadın kooperatifleri kendi	

	için başvurabilmektedirler.		faaliyet alanında çalışan ve kendinden daha tecrübeli olan bir başka kadın kooperatifi ya da bir şirketle eşleştirilmektedir. Bu sayede bu iki grup arasında deneyim ve bilgi transferi gerçekleştirilebilmekte, birbirleri ile ticari ilişkiler kurabilmekte, birbirlerinin işleri hakkında bilgi sahibi olabilmekte ve birbirlerinin deneyimlerinden kendilerine birer yol haritası çizebilmektedirler.	
Sosyal kapsayıcılık hibeleri	Kadın kooperatiflerinin ortakları istihdama katılımda dezavantajlı sayılan bireylerin başında geldiği için kadın kooperatifleri IPA IV kapsamında Dezavantajlı grupların toplum hayatına daha fazla dahil edilmesi ve istihdam edilebilirliklerinin arttırılması amacıyla sunulan desteklere başvurabilmektedirler.			
Kırsal kalkınma yatırımları	Kadın kooperatiflerinin birçoğu tarım alanında faaliyet gösterdiği için kadın kooperatifleri IPA Kırsal Kalkınma projelerine başvurabilmektedirler.			

Bu desteklerin son dört yılda uygulanmış örnekleri ise aşağıda şekil-2’de gösterilmiştir.

Şekil-2: Kadın kooperatiflerine yönelik uygulanan projelerden örnekler.

WECC-19 Projesi: Dengeli bir ekonomik büyümede girişimci kadınların ve istihdamın önemine inanan Hepsiburada, I4D ve SPARK pandemi döneminde işini e-ticarete taşımak ve büyümek isteyen girişimci kadınlara destek olmak amacıyla Women Entrepreneurs Challenging COVID-19/ Girişimci Kadınlar COVID -19'a Meydan Okuyor projesini yürüttü. Proje kapsamında projeden faydalanan girişimci kadınlara 9 dalda toplam 81 saat eğitim verildi.

İşimi Yönetebiliyorum Projesi: Kadın kooperatiflerinin faaliyetlerini dijital ortama taşımalarına destek olmak ve uluslararası rekabet güçlerini artırmak amacıyla TÜRKONFED, Visa ve UNDP iş birliği ile hayata geçirilen “İşimi Yönetebiliyorum” projesi kapsamında kadın kooperatiflerine belirli aralıklarla ücretsiz eğitimler verilmiştir.

İşten Sosyal Uyuma Projesi: Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı, COVID-19'un kadın kooperatifleri üzerindeki etkisini minimize etmek amacıyla projeye katılan kadın kooperatiflerini danışmanlık yoluyla desteklemiştir.

BİGGMentor Projesi: Doğu Marmara Kalkınma Ajansı, Sabancı Üniversitesi İnovent A.Ş. ve TÜBİTAK destekli BİGGMentor projesi kapsamında en az bir TÜBİTAK TEYDEB destekli proje yürütmüş olan ancak ticarileştirme ya da Ar-Ge çalışmalarının sürdürülebilirliğinde zorluk yaşayan KOBİ'lere KOBİ'lerin kendi sektörlerinin profesyonelleri tarafından ücretsiz mentorluk desteği sağlanmıştır.

Kadınların Güçlenmesi ve Sosyal Uyumun Desteklenmesi Projesi: Birleşmiş Milletler ve GAP Bölge Kalkınma İdaresi Başkanlığı iş birliğinde yürütülen proje mülteci kadın çalıştıran kooperatifleri mal ve hizmet alımı kapsamında desteklemiştir.

Yukarıda tablo-10 ve Şekil-2’de açıklanan desteklerin yanı sıra, Akdeniz Kadın Kültür ve İşletme Birliği, Adana Üreten Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Birliği, Simurg Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Birliği ve Marmara Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Birliği gibi kadın kooperatif üst birlikleri ve KEDV başta olmak üzere bazı STK’lar da kadın kooperatiflerinin kapasite gelişimine katkıda bulunmak amacıyla çeşitli faaliyetler yürütmektedir.

2.8.Türkiye’deki kadın kooperatiflerinin ortaklık yapısı:

Tablo-4’te verilen araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin ortak sayıları esasında Türkiye genelindeki kadın kooperatiflerinin ortak sayılarının bir yansıması niteliğindedir. Her ne kadar literatürde kadın kooperatiflerinin güncel durumları özellikle ortaklık yapıları ve ortaklarının demografik özellikleri gözardı edilmiş olsa da daha önce yapılan araştırmalar (Ahika, 2022; Dünya Bankası, 2015) kadın kooperatiflerinin büyük çoğunluğunun kooperatif kurma şartı olan 7 ortağı bile bir araya getirmekte zorlandığını öne sürmüştür. Bu araştırmaya katılan 147 kadın kooperatifinin 34 tanesinin ortak sayısı 7 iken, 64 tanesinin ortak sayısı 8 ile 20 arasında, 32 tanesinin ortak sayısı ise 21-40 arasında değişmektedir. Son olarak araştırma kapsamında görüşülen 12 kadın kooperatifi ise 41’den daha fazla ortağı olduğunu bildirmiştir. 2022 yılında Ahiler Kalkınma Ajansı tarafından yayımlanan

TR71 Bölgesi Kadın Kooperatifleri Araştırma Raporunun bulguları da Türkiye'deki kadın kooperatiflerinin küçük ölçekli olduğunu destekler niteliktedir. Ahiler Kalkınma Ajansının araştırma kapsamında, Aksaray, Kırıkkale, Kırşehir, Nevşehir ve Niğde illerinde görüştüğü toplam 16 kadın kooperatifinin 14'ünün ortak sayısı 7 iken, bir tanesinin 13 diğerinin ise 23'tür (Ahika, 2022).

Birinci bölümde de bahsedildiği gibi bu ortakların demografik özellikleri oldukça farklılık göstermektedir. Araştırma kapsamında görüşülen 147 kadın kooperatifinin eğitim durumlarına bakıldığında, 13 tanesinin başkanının yüksek lisans mezunu, 49 tanesinin başkanının üniversite mezunu, 82 tanesinin başkanının lise veya ortaokul mezunu ve 3 tanesinin başkanının da ilkökul mezunu olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular 2021 yılında Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından yayımlanan TR82 Bölgesi Kadın Kooperatifleri Mevcut Durum Analizi raporunun[\[1\]](#) bulguları ile de paralellik göstermektedir. 2021 yılında Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansının Kastamonu, Sinop ve Çankırı illerinde görüştüğü 12 kadın kooperatifinin ortaklarının %38'i lise, %13'ü lisans, %19'u ön-lisans ve ortaokul mezunu iken yaklaşık %7'si ilkökul ve yüksek lisans mezunudur (Kuzka, 2021). Buradan kadın kooperatiflerinin Türkiye iş piyasasında gelir getirici ve güvenli iş bulmakta en dezavantajlı gruplardan biri olan üniversite mezunu olmayan kadınların istihdama katılımında önemli bir rolünün olduğunu çıkarmak mümkündür.

Kadın kooperatiflerinin ortaklarının mesleklerine bakıldığında büyük bir çoğunluğunun kooperatif dışında herhangi bir meslek sahibi olmadığı öne çıkıyor olsa da yine bir genellemeden söz etmek mümkün değildir. Araştırma kapsamında görüşülen 147 kadın kooperatifi başkanının 81 tanesi kooperatif başkanlığı dışında herhangi bir mesleklerinin olmadığını ve ortağı oldukları kooperatife girmeden önce ev hanımı olduklarını dile getirmişlerdir. Buna ek olarak, 26 tane kadın kooperatifi başkanı emekli olduğunu, 9 tanesi ticaretle uğraştığını, 9 tanesi halihazırda bir firmada yöneticilik yaptığını, 7 tanesi öğretmen, 6 tanesi çiftçi, 3 tanesi eczacı, 2 tanesi mühendis, 2 tanesi 1 tanesi dış hekimi ve son 1 tanesi de terzi olduğunu belirtmiştir. Kadın kooperatifi başkanlarının meslekleri bağlamında bir genelleme yapmak mümkün olmasa da çoğunluğunun kooperatif dışında bir işinin olmadığını bir başka deyişle kooperatif dışında düzenli bir gelire sahip olmadığını söylemek

mümkündür. Yukarıda bahsedilen Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansının araştırmasının sonuçları da bu durumu destekler niteliktedir. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansının araştırmasına katılan kadın kooperatifi başkanlarının %32'si mesleğini ev hanımı, %25'i ise emekli olarak tanımlamıştır (Kuzka, 2021). Bu durum kadın kooperatiflerinin kadınların istihdama katılmasında, mesleki ve sosyal alanlarda farklı yetkinlikler kazanmasında ve ekonomik kazanç sağlamasında oynadığı rolü de vurgulamaktadır.

Ortaklarının demografik özellikleri önemli ölçüde farklılık gösterse de Türkiye'deki kadın kooperatiflerinin 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'na bağlı olan Kadın Girişim Üretim ve İşletme Ana Sözleşmesince[2] belirlenen bazı kurallara uymaları gerekmektedir. Bu bağlamda, bir kadın kooperatifi en az 7 kadın ortak ile kurulabilirken bunun bir üst sınırı yoktur. Ana Sözleşme'nin onuncu maddesine göre, medeni hakları kullanma ehliyetine sahip bütün Türkiye Cumhuriyeti kadın vatandaşları kooperatife ortak olabilir. Gerekli şartları sağlayan ve kooperatife ortak olmayan isteyen bireyler kooperatifin yönetim kuruluna başvururlar ve yönetim kurulunun onayı ile resmi olarak ortaklık gerçekleşir.

2.9.Kadın kooperatiflerinin organları ve yönetimi:

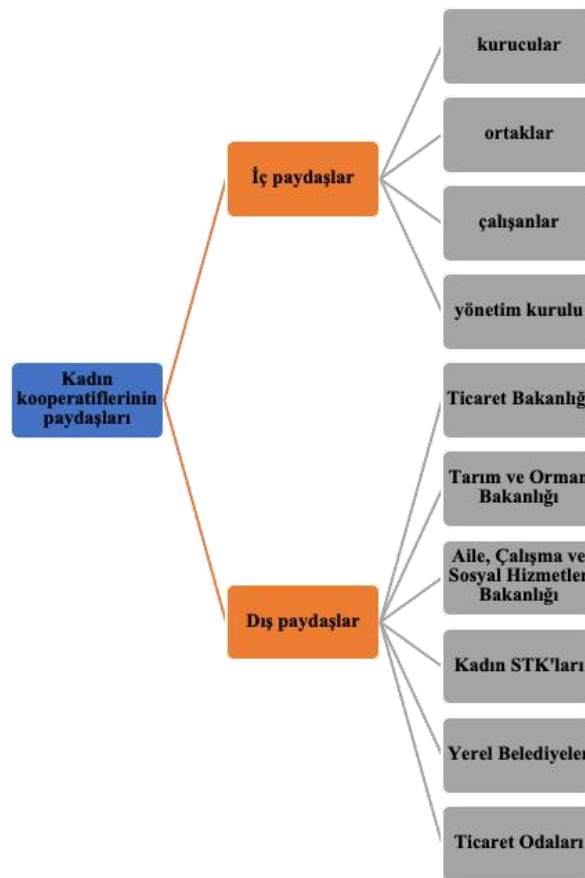
Kadın kooperatifleri de dahil olmak üzere, Türkiye Cumhuriyeti'nde faaliyet gösteren her kooperatif farklı görev ve sorumluluklara sahip olan bir genel kurul, bir yönetim kurulu ve bir denetim kurulundan oluşur. Bu kurulların arasında en yetkili olanı genel kuruldur ve kooperatife karşı gelir-gider tablolarını yapmak, kooperatifin amaçları doğrultusunda gerekli aksiyonları almak, yönetim kurulu ve genel kurulu belirlemek gibi sorumlulukları vardır (madde: 23). Denetim kurulu genel kurulca, en az bir en çok dört yıl için en az lise mezunu olan ortaklar arasından seçilir. Denetim kurulunun kooperatife karşı olan başlıca sorumlulukları en az üç ayda bir defa kooperatifin nakit mevcudu ile menkul değerlerini kontrol etmek, bütçe, bilanço ve gelir-gider cetvelini denetlemektir. Yönetim kurulu ise yine genel kurul tarafından, Türk vatandaşı olan ve medeni hakları kullanma ehliyetine sahip olan ortaklar arasından en az bir, en fazla dört yıl için seçilir ve üç üyeden oluşur. Her bir kooperatif ortağı, kooperatife ortak olabilmek bir başka deyişle bir oy hakkını alabilmek için kooperatife girerken bir ortaklık payı ödemekle yükümlüdür. 1163 No'lu Kooperatifler Kanunu'na göre, bir

ortaklık payının değeri 100 Türk Lirasıdır ancak bu değer kooperatifin amaçlarına ve faaliyet alanlarına göre ilgili bakanlığın onayı ile artırılabilir. Bu araştırma kapsamında görüşülen 147 kadın kooperatifinin belirlediği ortaklık payı ortalama 500 TL olmakla birlikte 250 TL'den 2000 TL'ye kadar değişkenlik göstermiştir.

2.10.Türkiye'deki kadın kooperatiflerinin paydaşları:

Aşağıda şekil-3'ten de görüleceği üzere, kadın kooperatiflerinin paydaşlarını iç ve dış paydaşlar olarak iki kategoride toplamak mümkündür.

Şekil-3: Kadın kooperatiflerinin paydaşları



Yukarıdaki şekilden de görüleceği gibi kadın kooperatifleri farklı sorumluluk ve yetkiye sahip birçok kurum, birey ve kuruluşla birlikte çalışmaktadır. Bu paydaşlar arasında en fazla rol ve sorumluluğa sahip olanlar kadın kooperatiflerinin yönetim kurulunda yer alan ortaklarıdır. Bu ortaklar hem kooperatifin iç işleyişi hem de Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi Ana Sözleşmesi gereğince kooperatifin yönetiminden, ücretli veya ücretsiz insan kaynağından, kooperatif ortaklarının sosyal, kültürel ve

ekonomik ihtiyaçlarından, kooperatife ortak olacak bireylerin seçiminden ve kooperatifin yıllık gelir-gider dengesinden sorumludurlar. Kooperatifin kurucuları, yedi kadın olmak şartı ile adından da anlaşılacağı gibi kooperatifin kurulma sürecinden sorumludur. Bu bağlamda, öncelikle kooperatifin faaliyet alanını belirlerler, kuruluş için gerekli belge ve evrakları toparlayıp gerekli bakanlığa iletirler ve kuruluş aşamasında ihtiyaç duyulan sermayeyi toparlarlar. Kooperatif çalışanları, her kooperatifte olmamakla birlikte kooperatifte yapılan üretimde görev alan bireylerdir. Bu bireyler, kooperatifin iç işleyişine bağlı olarak sigortalı ve maaşlı çalışıyor da olabilir, kendi üretim hanelerinden (çoğu zaman kendi evlerinden) parça başı iş yapıyor da olabilir ya da kooperatif bünyesinde üretime katılıp kooperatifin aylık cirosundan paylarına düşeni de alıyor olabilmektedir. Son iç paydaş olan kooperatif ortakları ise, kooperatifin ekipman ve hammadde alımından, üretimine, üretimden üretilen ürünlerin pazarlanmasına, kooperatifin katılacağı etkinliklerin belirlenmesine kadar her türlü konudan sorumludurlar.

Kadın kooperatiflerinin ilişkide olduğu ve kooperatifin hem başarısı hem de başarısızlığı üzerinde dolaylı da olsa bir etkisi bulunan ancak kooperatif bünyesinde olmayan kurumsal paydaşlar da kadın kooperatiflerinin dış paydaşlarıdır ve bunların başında kadın kooperatiflerinin kurulabilmeleri için bağlı olmaları gereken Ticaret Bakanlığı, Tarım ve Orman Bakanlığı ve Çevre ve Şehircilik Bakanlığı gelmektedir. 30 Ekin 2018 tarihinde imzalanan Kadın Kooperatiflerinin Güçlendirilmesi İş Birliği protokolü ile birlikte kadın bu bakanlıklara Aile, Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı da eklenmiştir. Kadın kooperatifleri kuruluş aşamasında bağlı olmaları gerekmemele birlikte Aile Çalışma ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı da imzalamış olduğu bu protokol aracılığı ile kadın kooperatiflerinin kapasite gelişimi için diğer üç bakanlık gibi çeşitli destekler sunmaktadır. Bu saydığımız dört bakanlığa ek olarak, yoksulluk ve istihdam odaklı kadın sivil toplum kuruluşları, yerel belediyeler ve ticaret odaları da kadın kooperatiflerinin dış paydaşları arasında yer almaktadır. Kadın kooperatiflerinin iç işleyişine karışamayan dış paydaşlar, 2012-2016 Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planının da öngördüğü gibi bir yandan yeni kooperatiflerin kurulması için danışmanlık ve mentorluk destekleri sağlarken diğer yandan da halihazırda aktif olan kooperatiflerin kapasitelerinin gelişimi için kooperatiflerin pazarla bağlantılarını kurabilmeleri, yeni ve güncel ürün geliştirebilmeleri, kaynak yaratabilmeleri ve

özellikle ulusal düzeyde diğer kadın kooperatifleri ile ağ oluşturabilmeleri için çeşitli destekler sunmaktadırlar. Bu dış paydaşlara, kadın kooperatiflerinin kurulmalarından itibaren sürekli olarak onların kapasite gelişimine katkıda bulunan Kadın Emeğini Değerlendirme Vakfı (KEDV) ve SİMURG Kooperatif Ağını eklemekte faya vardır.

2.11.Türkiye’deki kadın kooperatiflerinin mali durumları:

Türkiye’de aktif üretim yapan 944 kadın kooperatifinin mali durumları hakkında önemli bir veri açığı bulunmaktadır. Bu açığın kapatılması için, bu araştırmaya katılan 147 kadın kooperatifi temsilcisine, kooperatiflerinin güncel mali durumları hakkında bilgi sahibi olabilmek adına çeşitli sorular sorulmuştur. Araştırma kapsamında görüşülen 147 kadın kooperatifinin 89 tanesi aylık gelir durumlarını ‘yetersiz’, 11 tanesi ‘orta’ ve 47 tanesi ise ‘yeterli ama daha iyi olabilir’ olarak tanımlamıştır. Araştırmanın bu bulgusu, 2021 yılında Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından yayımlanan TR82 Bölgesi Kadın Kooperatifleri Mevcut Durum Analizi raporunun[1] bulguları ile de paralellik göstermektedir. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından yürütülen araştırmaya katılan kadın kooperatiflerinin ancak %7’si aylık kazançlarını ‘yeterli’ olarak tanımlarken, %43,7’si ‘yetersiz’ ve %50’si de ‘idare eder’ olarak tanımlamıştır (Kuzka, 2021). Bu iki araştırma sonucu özel işletmeler gibi davranan ve her türlü mali yükümlülüklerini bir şekilde yerine getirmekte olan kadın kooperatiflerinin birçoğunun aylık ve/veya yıllık ciro hedeflerinin gerisinde olduğunu ortaya koymaktadır.

Yukarıda tablo-5’te de detaylıca gösterildiği araştırmaya katılan 147 kadın kooperatifinden 24 tanesi aylık gelirlerinin 15 ile 40.000 TL arasında, 49 tanesi 40 ile 90.000 TL arasında, 37 tanesi 90 ile 120.000 TL arasında, 22 tanesi 120 ile 200.000 TL arasında ve 15 tanesi ise 200.000 TL ve üzerinde olduğunu dile getirmiştir. Bu kooperatiflerin sektörel dağılımına bakıldığında net bir şey söylemek mümkün olmasa da aylık geliri 40.000 TL’nin üzerinde olduğunu ileri süren 123 kadın kooperatifinin hepsinin gerek kurulma aşamasında gerekse daha ileriki aşamalarda çeşitli hibe desteklerinden yararlandığı tespit edilmiştir.

2.12.Türkiye’deki kadın kooperatiflerinin organizasyonel yapısı:

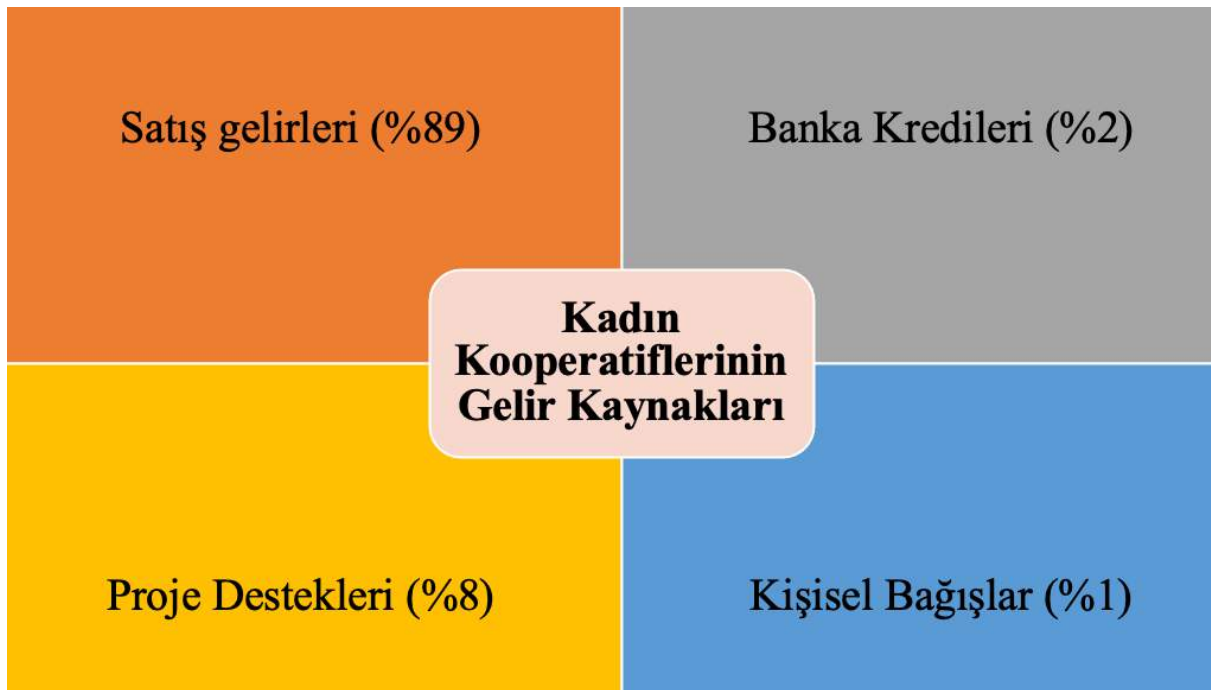
Kooperatiften kooperatife bazı farklılıklar gösterse de bir kadın kooperatifinin organizasyonel yapısı hemen hemen benzerdir. Genellikle kadın kooperatiflerinin organizasyonu, idaresi ve kooperatif içi iş bölümü, ortakların kolektif onayı ve rızası ile şekillenir ve bir yatay örgütlenme modeli olarak karşımıza çıkar. Yatay örgütlenme modeli, kooperatif ortaklarının birbirlerinden sorumlu olmadığını ve her bir ortağın kendi bilgi ve becerisine göre görev üstlendiği modellerdir.

2.13.Türkiye’deki kadın kooperatiflerinin gelir kaynakları:

Kadın kooperatiflerinin mali durumları ile ilgili olan veri eksikliği, gelir kaynakları konusunda da kendini göstermektedir. Ancak kadın kooperatiflerinin gelir kaynakları hakkında fikir sahibi olabilmek adına bu araştırma kapsamında görüşülen 147 kadın kooperatifine gelir kaynakları

ile ilgili çeşitli sorular sorulmuştur. Bu bağlamda, aşağıda şekil-4’ten de görüleceği üzere, kadın kooperatifleri gelirlerinin büyük çoğunluğunu yaptıkları satışlardan elde ederken, bunu çeşitli proje destekleri, krediler ve son olarak da kişisel bağışlar takip etmektedir.

Şekil-4: Araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin gelir kaynakları.



Yukarıdaki şekilden de görüleceği üzere, araştırmaya katılan 147 kadın kooperatifinin aylık gelirlerinin ortalama yüzde 89'u o ay yapmış oldukları toptan ve perakende satışlardan, yüzde 8'i parçası oldukları çeşitli proje fonlarından, 2'si banka kredilerinden ve yüzde 1'i ise kooperatife yapılan kişisel bağışlardan gelmektedir. Benzer şekilde, 2021 yılında Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından yürütülen araştırmaya katılan kadın kooperatiflerinin yıllık gelirlerinin ortalama yüzde 93'ü satışlardan, yüzde 5'i projelerden ve yüzde 1'i kişisel bağışlardan elde edilmektedir (Kuzka, 2021). Türkiye iş piyasasında aktif üretim ve satış yapan kadın kooperatiflerinin gelir kalemleri üzerine başka veri olmadığından kesin bir genelleme yapmak mümkün değildir. Ancak, bu iki araştırmanın paralellik de gösteren bulguları Türkiye'deki kadın kooperatiflerinin aylık ve/veya yıllık cirolarının hemen hemen hepsinin satış gelirlerinden olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, kadın kooperatiflerine yönelik düzenlenen projelerin sayıları artırılabilir ve kadın kooperatiflerinin daha fazla hibe ve teşviklerden yararlanmaları sağlanabilir. Düzenli olarak çeşitli kurum ve kuruluşların proje çağrılarına başvuran sivil toplum kuruluşları, kalkınma ajansları, ticaret odaları ve yerel belediyeler yazdıkları projelere kadın kooperatiflerini entegre edebilirler.

3. Kadın kooperatiflerinin karşılaştıkları sorunlar:

Son yıllarda kadın kooperatiflerindeki gözle görülür artış ve kadın kooperatiflerin kadının güçlenmesinde ve toplumsal cinsiyet eşitliğine ulaşılmasındaki önemli rolleri günümüzde kadın kooperatiflerini destekleyen bir dizi sivil toplum kuruluşunun ve sivil ağın oluşmasını sebep olmuştur. Bu sivil toplum kuruluşları, sivil ağlar, yerel yönetimler ve çeşitli ulusal ve uluslararası kuruluşların da desteği ile son beş yılda Türkiye'deki kadın kooperatifleri daha önce neredeyse hiç görülmemiş bir artış yaşamıştır. Ancak bir yandan sayıları artan diğer yandan sektörleri genişleyen bu kooperatiflerin birçoğu bir dizi farklı sebepten ötürü hem Türkiye iş piyasasında aktif kalabilmekte hem de kurdukları kooperatifleri büyütmekte zorlanmaktadırlar. Bu kooperatiflerin büyüebilmeleri ve kapasitelerini geliştirmeleri hem sürdürülebilir kalkınma hem yoksullukla mücadele hem de toplumsal cinsiyet eşitliğine katkıda bulunması açılarından oldukça önemli olmasına rağmen literatürde bu konuda önemli bir boşluk vardır. Bu boşluğun kapatılmasına katkıda bulunmak amacı ile kitabın bu

bölümü bu konuda var olan kısıtlı literatür ile saha araştırması sonucunda toplanan verileri harmanlayarak Türkiye iş piyasasında aktif olan kadın kooperatiflerinin karşılaştıkları sorunları sunmaktadır.

Sadece kadınlara gelir elde etme imkânı sunarak onların yaşam koşullarını iyileştirmekle kalmayıp aynı zamanda kadınların farklı eğitimlere katılarak çeşitli beceriler kazanmalarını da sağlayan kadın kooperatifleri insan kaynağı yetersizliği, düşük karlılık ve finansman eksikliği gibi özel işletmelerin de karşılaştıkları sorunların yanı sıra üyelerindeki özgüven eksikliği, etkili iletişim becerilerine sahip olamama ve ekipman eksikliği gibi bir dizi sorunla daha başa çıkmak durumunda kalmaktadır.

Tablo-11: Araştırmaya katılan kadın kooperatiflerinin karşılaştıkları sorunlar

Türkiye iş piyasasında aktif olan kadın kooperatiflerinin karşılaştıkları sorunlar	Katılımcı (147)	Yüzde (%)
Finansal kaynak yetersizliği	71	48,2
Yönetimsel sorunlar	48	32,6
Pazarlama ve markalaşma sorunları	44	29,9
Kendilerine yönelik tasarlanan desteklerden yararlanamama	31	21

Bu bağlamda yukarıda tablo-11'den de görüleceği üzere araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin karşılaştıkları sorunları finansman sorunları, yönetimsel sorunlar, pazarlama ve markalaşma sorunları ve kendilerine yönelik düzenlenen desteklerden yararlanamama şeklinde dört başlık altında toplamak mümkündür. Görüşülen 147 kadın kooperatifinden 71 tanesi finansman eksikliklerini, 48 tanesi kendi bünyelerindeki yönetimsel sorunları 44 tanesi müşteriye ulaşma

kanalı bulmada ve markalaşma sürecinde yaşadıkları sorunları ve 31 tanesi ise kendilerine yönelik sunulan ayni ve nakdi hizmetlerden hem kendilerinden hem de bu desteklerin yapılarından ötürü yararlanamamalarını büyümelerinin ve potansiyellerini gerçekleştirebilmelerinin önündeki en büyük sorunlar olduğunu öne sürmüştür. Öte yandan, kooperatiflere yönelik sağlanan desteklerin uygulayıcısı olan kurumlar, yukarıda sıralanan sorunlara ek olarak kadın kooperatiflerinin rekabetin yüksek olduğu belli başlı sektörlerde yoğunlaştıklarının ve piyasa ile rekabet etmek zorunda kaldıklarının, ürettikleri ürünlere katma değer katamadıklarının ve çok primitif yöntemlerle paketleyip alıcıya ulaştırdıklarının bu durumunda kooperatifleri fiyatlandırma açısından dezavantajlı konuma düşürdüğünün altını çizmiştir.

3.1.Finansal kaynak yetersizliği:

Türkiye iş piyasasında aktif olan kadın kooperatiflerinin yıllık hedeflerine ulaşabilmelerinin önündeki en önemli engellerden biri, diğer kooperatif türlerinin de karşılaştığı bir sorun olan, finansal kaynak yetersizliğidir. Kooperatiflerin karşılaştıkları sorunlar üzerine yapılan araştırmalar (Aksoy ve Günay, 2018; Act Human, 2021; Mülayim, 1995) kooperatiflerin özkaynaklarının yetersiz olduğunu ve özellikle özel bankaların kooperatifleri birikimleri ve aylık ciroları özel şirketler ile kıyaslandığında oldukça düşük kaldığı için riskli grup olarak görmekte olduğunu ve kooperatiflere kredi vermekte oldukça çekingen bir tavır sergilediğini bu çekingen tavırdan ötürü kooperatiflerin kredi olanaklarının da çok kısıtlı olduğunu vurgulamıştır. Bu araştırmanın bulguları da finansal kaynak yetersizliğinin hem kadın hem de diğer kooperatif türlerinin ortak bir sorunu olduğunu ortaya koymuştur. Araştırma kapsamında görüşülen 147 kadın kooperatifinin 71 tanesi finansal kaynaklarının yetersizliğini dile getirmiştir. Bu 71 kadın kooperatifinin 32 tanesi finansal kaynak yetersizliğinden ötürü hammadde alamıyor oluşundan, 29 tanesi üretimlerinde kullandıkları ve/veya kullanmak zorunda oldukları ekipmanlarını tamamlayamıyor olduklarından, 7 tanesi işlerini büyütme hedeflerine ulaşamayışlarından ve 3 tanesi ise aylık genel giderlerinin gelirlerinden fazla oluşundan bahsetmiştir. Örneğin İstanbul'un Maltepe ilçesinde zekâ engeli olan çocuklar için bakım evi görevi yapan bir kooperatifin başkanı finansal kaynak yetersizliği yüzünden yaşadıkları sıkıntıları aşağıdaki gibi dile getirmiştir:

Biz sosyal dayanışma kooperatifiyiz aslında, bizim burada yaptığımız şey tamamen gönüllülük esasına dayalı. Buraya her gün 16 tane down sendromlu çocuk geliyor, belediyenin yerine gitseler haftada 2 saat gidecek e zaten down sendromlu çocukla ilgilenmek çok zor o 2 saatte anne banka işini mi halletsin, hastane işini mi halletsin yoksa dinlensin mi? O yüzden biz toplamda kayıtlı olan 32 çocuğu iki gruba böldük bir grup pazartesi Çarşamba Cuma geliyor diğer grup Salı Perşembe cumartesi ama tabi hep cepten hep cepten. Yani manevi hazzı olmasa olacak şey değil. Bu çocukların ailelerinden de öyle ahım şahım bir para isteyemiyoruz bizim de evlatlarımız downlu sonuçta nasıl isteyelim öte yandan da bu çocukların yemekleri var, oyuncakları var, öğretmenlerin maaşları var, servis var var da var anlayacağınız. Bizim aylık giderimiz gelirimizin çok üstünde devamlı ekstra projeler kovalıyoruz. Bize anlayacağınız hani Belediye hibe desteği lazım yoksa olmuyor yettiremiyoruz.

Benzer şekilde İstanbul'un Kartal ilçesinde bijuteri takı, yelek, köpek kıyafeti ve lif gibi hediyelik eşya üretimi yapan ve bunları Kartal Belediyesi tarafından kendilerine tahsis edilen pazar alanında satan bir başka kooperatifin başkanı ise kazandıklarının hammadde giderlerini bile karşılamadığını ve uzun zamandır aylık cirolarının eksiye olduğunu şu sözleri ile ifade etmiştir:

Stantlar için masa sandalye alıyoruz ama hepsini her şeyimizi kendimiz alıyoruz biz. Hammadde kumaş, yün, boncuk, zincir, doğal taş bunları biz Tahtakale'den alıyoruz. Aylık almıyoruz biz ben mesela iki yıldır almıyorum çünkü çok pahalı geçen gittim alamadım. Elimizde olanları satmaya çalışıyoruz. Malzeme, yol parası, gider verdiğimiz aidat. Şimdi geçen seneye bu sene çok fark etti şimdi ben mesela bir yumak 11-12 lira bir yeleği bitirmiyor bile. Emegimizin karşılığı çok çok düşük oluyor. Ben mesela sadece yelek üretiyorum çocuk boy 35 lira el dikişiyle makine kullanmadan yapıyorum büyük çocuk için 40 lira iki taraflı giyilebiliyor. Ama yetmiyor yani kazandığımız artık ne yeleklerin ne de kolyelerin maliyetini bile çıkarmıyor.

Yukarıdaki örneklerdeki olduğu gibi aylık giderleri gelirlerinin altında kalan kadın kooperatiflerine ek olarak araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin bir kısmı da finansal kaynak yetersizliği yüzünden kooperatiflerinin üretim alanlarını genişletemediklerini dile getirmiştir. Bu bağlamda Ankara'nın Beypazarı köyünde bulunan bir kadın kooperatifi finansal durumlarının iş geliştirme planlarını hayata geçirmelerine engel olduğunu şu sözleri ile ifade etmiştir:

Biz aslında üretimde iyiyiz yani Halk Ekmekle çalışıyoruz, Torku'yla çalışıyoruz o konularda kafamız rahat ama bizim başka planlarımız var mesela kooperatif özelinde bir üretim çiftliği kurma hedefi var. Bizim burası Beypazarı tarım konusunda Beypazarı'nın bir tarafı dağlıktır bir tarafı ovadır yani burada hiç durmayan bir tarım var. Biz de bu ovidan ziyade daha dağlık kısımda bir yerdeyiz benim babamın 30 senelik köyünde bir üretimhane daha sonra kırsal kalkınmaya yönelik bir havuç evi konseptinde bir şeyler yapmak istiyoruz hani biz daha çok kırsalda dağlık olan kısımda bu bungalov evler kırsal turizme yönelik ya da bir de arıcılık zaten arıcılık benim babamdan gelen bir meslek hani bunları yapmak istiyoruz. İnsanlar gelince mesela arıcılıktır, kekiktir hani her yerde hayvanlar var Beypazarı'na doyusıya yaşasınlar istiyoruz ama tabi hani şu an bunları yapacak maddi gücümüz yok kooperatif olarak şimdilik kendimizi döndürüyoruz diyebilirim.

Son olarak, görüşülen kadın kooperatiflerinin bazıları üretim faaliyetlerinde kullanmak zorunda oldukları makineleri alacak bütçelerinin olmadığından söz etmiştir. İstanbul ilinin Büyükçekmece ilçesinde bulunan ve hem mantı üretip satışını yapan hem de mantı restoranı olarak işleyen bir kadın kooperatifinin başkanı ekipman eksiklerini aşağıdaki sözleri ile dile getirmiştir:

Bu mantıları -18 derecede saklanması gerekiyor o yüzden bizim soğutuculu araçlara ihtiyacımız var hani böyle doblolar var ya onların arkalarını soğutucu gibi yapıyorlar ya da büyük sanayi tipi soğutucu yerleştiriyorlar ve o araçlar çok pahalı ama bizim en elzem ihtiyacımız o çünkü mesela toplu sipariş alıyoruz teslimatı yapana kadar biz bu mantı çözülüyor o yüzden biz Büyükçekmece'nin dışına çıkamadık.

Hani sipariş aldık diyelim Bostancı'dan ki almıştık bir kere bir okul cumaları mantı ıkartıyormuş öğrencilere onların da tabi yok böyle bir araçları buradan Bostancı'ya gtrene kadar o mantıların donu açılır olmaz yani. Aslında biz bütün ekipmanı UNDP'nin bir projesine katıldık oradan aldık ama bu kaldı belimizi bir doğrultsak alacağız inşallah.

Benzer şekilde İzmir'in Gümüldür ilçesinde bulunan zeytinyağı, erişte, sarmalık yaprak gibi doğal ürünler üreten bir kooperatif kurutma makinesi alamamalarının kendilerine çıkardığı ekstra maliyeti şöyle ifade etmiştir:

Bu eriştelerin hani ierki odada gösterdim ya size dizdik biz aslında o oda bizim paketleme odamız ama şu an erişte kurutma zamanı olduğu için biz oraya erişteleri serdik normalde siz bilmezsiniz ama erişte kurutma makineleri vardır ve o makineler bizim 1 ay hatta 1 aydan da uzun bir zamanda yaptığımız erişte kurutma ve paketleme işlemi 2 bilemedin hadi 3 olsun 3 saatte yapıyorlar. E bu ne demek biz 10 paket erişteyi şu anda 1 ayda üretip 1,5 ayda satıyoruz kurutma makinemiz olsa biz o 10 paket erişteyi 30 saatte yani 1 günden biraz fazla zamanda üretebiliyoruz. Gereksiz bir zaman kaybı oluyor yani uzun lafın kısı.

Yukarıdaki örneklerden görüleceği üzere, kadın kooperatiflerinin üstesinden gelmek zorunda kaldıkları sorunların en başında gelen finansal kaynak yetersizliği bu kooperatifleri hem kısa hem de uzun vadeli amaçlarına ulaşmalarından alıkoymaktadır. Bu bağlamda kadın kooperatifleri, kendilerine yönelik düzenlenen projelere daha aktif katılım sağlayabilir, kendilerine yönelik düzenlenen hibe programlarını takip edip bu programlara başvurabilir ve gelir-gider dengesini ayarlayabilmek adına kendilerine yönelik düzenlenen finansal okur yazarlık eğitim programlarına katılabilir.

3.2.Yönetimsel sorunlar:

Hemen hemen tüm ekonomik sistemlerde iş gücüne katılımda en dezavantajlı graplardan biri sayılan kadınların ekonomik güçlenmesinde önemli rol oynayan kadın

kooperatiflerinin mali anlamda kendi kendilerine yeter duruma gelebilmelerinin önündeki en önemli engellerden bir diğeri ise kendi iç işlerinde yaşadıkları yönetsel sorunlardır. Bu bağlamda araştırma kapsamında görüşülen 147 kadın kooperatifinin 48 tanesi kendi içlerinde yaşadıkları kişisel problemlerin üretimlerine yansıdığını dile getirmiştir. Bu 48 kadın kooperatifinin 29 tanesi aralarında iş bölümü yapamadıklarını ve kooperatif bünyesindeki belli başlı kişilerin her türlü işe koştüğünü bunun da kooperatif içinde negatif bir hava yarattığını dile getirirken, 19 tanesi de ağırlaşan hayat şartlarından ötürü bazı kooperatif üyelerinin kooperatif anlayışından uzaklaştığını ve bireyselleştğini dile getirmiştir. Araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinden 29 tanesi kooperatif içi bir görev dağılımının olmamasından ve kooperatif başkanlarının liderlik vasıflarını uygulamıyor olmasından şikâyet etmiştir. Başkan da dahil olmak üzere herkesin her işe koşuyor olması kooperatif ortaklarının performanslarının düşmesine neden olmaktadır. Bu durum da nihai olarak kooperatifin verimliliğini ve karlılığını düşürmektedir. Bu bağlamda, İstanbul'un Sarıyer ilçesinde bulunan hediye eşya üreten bir kadın kooperatifinin başkan yardımcısı kooperatiflerindeki görev dağılım eksikliğini ve bunun sebep olduğu sorunları şu sözleri ile ifade etmiştir:

Şimdi başkan, başkan yardımcısı ve komitemiz var bunlar düzenleyici arkadaşlar mesela kooperatifler arası bir toplantı olduğunda Hatice arkadaşımı gidiyor. Elimizden geleni kendi aramızda yapmaya çalışıyoruz. Ama hani bu daha çok kâğıt üstünde böyle, iş malzeme almaya gitmeye geldiğinde bir bakıyorsun yazıyoruz whatsapp grubuna onun çocuğu hastalanıyor bunun hastane randevusu çıkıyor falan filan. Kimse artık tabi kazandığımız yetmediği için insanları tatmin etmediği için kazandıklarımız, herkes motivasyonunu kaybetti o eski ilk kurduğumuzdaki istek arzu kimse de kalmadı o yüzden kimse elini taşın altına sokmak istemiyor.

Antalya'da yöresel gıda ürünü üreten bir başka kooperatifin başkanı ise düzensiz görev dağılımının negatif etkilerini aşağıdaki sözleri ile dile getirmiştir:

Biz bir oturtamadık işleri, yani müşavirlik, belediyeye gitme para pul işlerinde tamamız oralarda sıkıntı yok da üretimde patlıyoruz biz.

Mesela biz toplu çalıştığımız için bizim hangi üründen ne kadar üreteceğimiz esasında belli. Mesela geçen teslimimiz var, biz de çünkü üretimhane yok biz de herkes evinde işte bazıları evindeki bostanında üretiyor buraya getiriyor, biz burada ambalajlıyoruz, şişeliyoruz falan sonra teslimini yapıyoruz. Neyse geçen Kepez belediyesine geçen dediğimde ramazan paketlerini teslim edeceğiz onlar ramazan paketlerinin erişte bakliyat, salça gibi ürünlerini bizden alıyor 5 senelik protokolümüz var. Neyse işte hazırlıyoruz 3 kişi pancarlı erişte getirmiş ama bamya turşusu yok. E öyle olmaz tabi biz bir liste ürünün altına imza atmışız nasıl diyeceğiz şimdi neyse bu seferlik bamya turşusu koymadık elimizde kalan pancarlı erişteleri de perakende sattık ama bir görev dağılımı yapmamız gerek ben farkındayım yani çünkü onca malzeme boşa gitti normalde biz pek perakende işi yapmıyoruz.

Benzer şekilde İstanbul'un Sarıyer ilçesinde bulunan ve İstanbul Büyük Şehir Belediye'sine bağlı 'İstanbul Çiçek' isimli çiçekçi zincirine sukulent üreten bir çiftçi kadın kooperatifinin başkanı gereğinden fazla üretilen ürünlerin atıldığından ve bu ürünlerde kullanılan ham maddelerin boşa gittiğinden üzülmeye bahsetmiştir:

Biz burada körpe yerde kalıyoruz, kimse gelip de bizden perakende almıyor. Biz bu İstanbul çiçekler var ya onlarla bizim anlaşmamız var biz onlara aylık veriyoruz, en son birkaç ay önce tabi kimse artık kooperatife de çok uğramadığı için herkes kendi evinde üretmiş de üretmiş bir baktık bizim vereceğimizden dört kat fazla sukulent var. Koyduk hani seraya satılırsa diye ama tabi satılmadı da onca ilaç onca torf boşa gitti.

Yukarıdaki örneklerden de görüleceği üzere kooperatif ortaklarının görev tanımlarının olmayışı bazı durumlarda gereğinden fazla ürün üretilmesine ve böylelikle ham maddelerin ziyan edilmesine, bazı durumlarda ise bütün iş yükünün birkaç belli başlı kooperatif ortağına kalmasına ve böylelikle de kooperatifin üretim verimliliğinin düşmesine yol açmaktadır. Kooperatif içi görev dağılımının olmamasının ve bunun getirdiği olumsuz sonuçların yanı sıra, araştırma kapsamında görüşülen 19 kadın kooperatifi kooperatif bünyesinde bazı ayrışmaların yaşandığından ve bazı kooperatif

ortaklarının zaman içinde kooperatifçilik fikrinden uzaklaşıp bireyselliğe dönmeye başladıklarından bu durumun da nihai olarak kooperatifin satış oranlarına yansıdığından bahsetmiştir. Bu bağlamda İstanbul'un Şile ilçesinde bulunan bir kadın ve tarım kooperatifinin kurucu ortağı bu konudaki memnuniyetsizliğini şöyle ifade etmiştir:

Ortaklık yapısı şöyle hani ilk kurulduğumuzdan beri hevesli insanlar ve alakasız insanlar gibi iki grup vardı. Hani alakasız da demiyim de kurulurken de işte şey olundu bu kişiler bazı kişiler çıktı onlar çıkınca hani insanlar bu kooperatif işinde biz demeyi öğrenemiyorlar. Hani bireysele döndürüyorlar bazı çiftçilerimiz de öyle mesela sattığının kazandığının bir kısmını kooperatife bırakması lazım ki kooperatif kendini döndürebilsin. Yani diyeceğim o ki bir kooperatif bilinci lazım yoksa bizim normal hani çiçekçilerden ne farkımız kalır ki. E tabi yani kendine üretince aylık kooperatifin ürettiği ve sattığı ürün miktarı azalmış oluyor bu da tabi iyi değil bizim için. Biz ne kadar çok üretip ne kadar çok satabilirsek o kadar çok ortakların cebine para giriyor zaten kooperatifin mantığı da o.

İstanbul'un Şişli ilçesinde bulunan ve mahallesi kahvesi olarak hizmet veren bir kadın kooperatifinin başkanı zaman içerisinde kooperatif ortaklarının arasında kooperatifçilik bilincinin azaldığını ve artık kooperatiflerin de birer işletmeye dönüşmeye başladığını aşağıdaki sözleri ile dile getirmiştir:

Kooperatif olarak biz hammaddelerimizi Anadolu'daki kadın kooperatiflerinden alıyoruz orda da kooperatifleri kadın kooperatiflerini destekliyoruz. Ben mesela bir dolu ürünü en başından beri kurulduğumuz günden beri kendi pazar arabamla vapurla Yalova'ya gidip orada CHP belediye başkanının hanımıyla da kontak kurdum oralardan alıyoruz elimizle gidip getiriyoruz. Ben de çünkü CHP'nin zaten yönetim kadrosundanım gerçi şimdi istifa ettik seçime gidiyoruz ama hani ben her şeyi en basından doğru yapmak lazım her ayağı biraz sol düşünce tarafından bakmak lazım zaten kooperatifçiliğin anlamı da bu. Kooperatifçilik ancak böyle yürür. Ama gelin görün ki bu kalmadı

yani. Mesela burası mahalle kahvesi burada olay aslında durumu olmayanlara da kaliteli sağlıklı yemek yedirebilmek ama var yani bizim de ortaklarımızdan bazıları buraya kafe restoran gözüyle bakmaya başladı. Olmaz ki böyle kooperatifçilik bu değil yani.

Benzer şekilde Bursa’da atık kumaşlardan kırlent, el bezi, masa örtüsü gibi dekoratif ürün üreten bir kadın kooperatifinin eski başkanı yaşadığı bir tatsızlığı şu şekilde paylaştı:

Böyle zaman içinde kooperatiften ayakları kesilmeye başladı bazı ortakların ne bileyim hani gelmiyorlar üretime katılmıyorlar biz de dedik hani herhalde evdeki işleri ağır basıyor falan. Meğersem, bir baktık bizim bu atık kumaşları aldığımız yerlerle bireysel ilişkilerini iyice ilerletmişler kendileri alıp alıp kırlente çevirip satıyorlarmış. Hani bir de Güzelyalı küçük yer yani nasıl desem neyse, tabi artık onlar bu kooperatifin üyesi değiller.

Hem yapılan görüşmelerden edinilen bilgilere hem de kooperatifçilik kanununa göre, kooperatif bünyesinde yapılan satışlardan elde edilen gelir ile öncelikle kooperatif giderlerinin ödenmesi daha sonra kalanın da kooperatif ortakları arasında eşit olarak paylaştırılması gerekmektedir. Ancak, kooperatif ortaklarının giderek bireyselleşmesi ve kendi ekonomik çıkarlarını kooperatifin ekonomik çıkarlarının önüne koyması kooperatiflerin aylık gelir durumunu önemli ölçüde etkilemekte ve kooperatiflerin güçlenmesine engel teşkil etmektedir.



4.3.Pazarlama ve müşteriye ulaşma sorunları:

Her ne kadar kâr amacı gütmeseler de kadın kooperatiflerinin öncelikli hedefi de ticari işletmeler gibi gelir elde etmektir ki Türkiye iş piyasasının en dezavantajlı grupları arasında yer alan kadınların ekonomik güçlenmesine katkıda bulunabilsinler. Gelir elde edebilmenin temelinde de pazarlama faaliyetleri yatmaktadır (Yalım ve Mızrak, 2017). Kotler ve meslektaşları (2017), pazarlama faaliyetlerini en yalın biçimiyle bir ürünün doğru müşteriye en doğru kanallar aracılığı ile ulaştırılması olarak tanımlamıştır. Pazarlama yönetiminin doğru yapılmaması kooperatifler de dahil olmak üzere tüm işletmeler için oldukça dezavantajlı bir durumdur çünkü pazarlama yönetiminin doğru yapılamaması üretilen ürünün bir yandan katma değerinin düşmesine diğer yandan ise ürünün doğru müşteriye ulaşmasını engelleyecektir. Bu da nihai olarak işletmelerin verimliliğini ve karlılığını düşürecektir. Pazarlama yönetimi üzerine yapılan araştırmalar (Babacan vd., 2002; Bozkur, 2013; Yalım ve Mızrak, 2017), pazarlama faaliyetlerinin bir yandan tüketici talep ve ihtiyaçları ile diğer yandan da yaşadığımız dönemin şartları ile doğru orantılı olarak tasarlanması gerektiğini vurgulamıştır. Her ne açık hava reklamları, posterler ve televizyon reklamları en bilinen pazarlama teknikleri olsa da yirmi birinci yüzyıldan itibaren pazarlama teknikleri hızla dijitalleşmeye başlamıştır. Bir başka deyişle, yirmi birinci yüzyıldan itibaren pazarlama faaliyetleri yerini hızla dijital pazarlamaya bırakmıştır,

özellikle tüm dünyayı saran COVID-19'un ardından dijital pazarlama baskınlığını iyice pekiştirmiştir. Mal ve hizmetlerin tanıtımının internet ortamında yapılması anlamına gelen dijital pazarlamanın en etkili ve bilinen araçları ise mobil platformlar ve çeşitli sosyal medya mecralarıdır (Yılmaz, 2020). Ancak araştırma kapsamında görüşülen 147 kadın kooperatifinin 44 tanesi, satış oranlarının düşük olmasının ve hedefledikleri ciroya ulaşamamalarının arkasında yatan en büyük sebeplerden birinin pazarlama ve müşteriye ulaşmada yaşadıkları sorunlar olduğunu belirtmiştir. Bu 44 kadın kooperatifinin 23 tanesi dijital pazarlama konusunda çağın getirdiklerine ayak uyduramadıklarını, sosyal medya hesapları olmasına rağmen bu hesapları istedikleri şekilde kullanamadıklarını dile getirmiştir. Örneğin, İstanbul'un Küçükçekmece'de semtinde atık kumaşlardan bez çanta, toka ve oyuncak gibi tekstil ürünleri üreten ve bunları hem ulusal hem de uluslararası markalara satan bir kadın kooperatifinin kurucu ortağı pazarlama tekniklerini ve müşteriye ulaşma kanallarını konuşurken, dijital pazarlamanın önemini ve kendilerinin bu konudaki eksiklerini aşağıdaki şekilde dile getirmiştir:

Biz ne yapıyoruz biz numune gönderiyoruz, broşürlerimiz var, aslında biz ileri dönüşümde sürekli numune çalışıyoruz. Onun dışında ne yapıyoruz, fuarları takip etmeye çalışıyoruz ama yani bir sürü markayla çalıştık biz yani biliyorum diğer kooperatiflere göre bizim çalıştığımız markalar çok iyi ama aslında yetersiz. Mesela tamam broşürümüz var ama fotoğraflar yenilenemiyor, ilk çektiklerimiz var hala. Yani siz de biliyorsunuz artık sosyal medya çok önemli ve bizim de maalesef en zayıf olduğumuz nokta.

Benzer bir şekilde Bursa'nın Tirilye bölgesinde organik zeytin, zeytinyağı ve zeytinden çeşitli sabun ve krem gibi ürünler üreten bir kadın kooperatifinin başkanı sosyal medya satışlarını artırmak istediklerini ancak bu konuda başarılı olamadıklarını şu sözleri ile paylaşmıştır:

Bizim ürünlerimiz çok kaliteli. Mesela benim kızım var gösteriyor bana pinterest diye bir uygulama varmış orada yani görmeniz lazım bir koyuyorlar internete inanamazsınız sanırsınız zeytinyağı değil zembereği suyu halbuki bizim zeytinlerimiz Tirilye bölgesinden PH dengesi asidi

her şeyi çok kaliteli özellikle soğuk sıklımımız tek geçerim Türkiye’de ama bizim instagramımız bile görseniz bir fotomuzu beğenmezsiniz zaten topu topu altı yüz takipçimiz var oradan kime ne satacağız. Koyduğumuz fotoğrafları da kızım yaptı ama o da burada değil ki İstanbul’da okuyor, bize bu konuda çok destek lazım.

En önemli gelir kaynağı ürettikleri ürünlerin satışı olan kadın kooperatiflerinin müşteriye ulaşma konusunda yaşadıkları bu sıkıntılar yıllık cirolarının düşmesine ve koydukları yıllık hedeflere ulaşamamalarına sebep olmaktadır. Dijital pazarlama eksiği olan 23 kadın kooperatifine ek olarak, araştırma kapsamında görüşülen 17 kadın kooperatifi de yılda belli aralıklarla belli bölgelerde düzenlenen fuarların tek tanıtım ve pazarlama araçları olduğunu, bu durumunda kooperatiflerinin yalnızca tanınırlığını değil satış oranlarını da olumsuz yönde etkilediğini vurgulamıştır. Bu 17 kadın kooperatifinin 11 tanesi fuarlara gitmenin hem maddi hem de manevi zorluklarını dile getirirken, 6 tanesi fuarların kendilerine yetmediğini dile getirmiştir. Bu bağlamda, Antalya Kepez bölgesinde bulunan ve organik gıda üretimi yapan bir kadın kooperatifinin eski başkanı şimdiki saymanı fuarlara gitmenin kendilerine ekonomik anlamda yük olduğunu aşağıdaki sözleri ile ifade etmiştir:

Bizim valla tanıtım pazarlama konusunda tek yapabildiğimiz fuarlara gitmek, gerçi onu da tam yaptığımız söylenemez. Şimdi fuar dediğin şey bize masraf oraya gittisi kaldısı yanında götürdüğün numunesi, oteli, otobüsü değıyor mu deseniz bence çok da değımiyor. Çünkü ne oluyor fuara gittiğinizde yan standınızla hoş beş ediyorsunuz tamam birbirimizi destekleyelim girdi maddelerimizi sizde alalım diyorsunuz bunun kaç tanesi gerçekleşiyor deseniz inanın ki yirmide birdir. Ha satış yapıyor muyuz gelen müşterilerden evet mesela özellikle bizim gibi kendi perakende satış yapacak mekânı olmayan kooperatifler için perakende satış açısından yararlı mı evet yararlı gelenler ilgi gösteriyor alıyor ama orada kazandığımızdan döndüğümüzde kooperatife bir şey kalıyor mu derseniz kalmıyor çünkü o para neye gidiyor e biz bir gidiyoruz minimum 4 kooperatif üyesi e dördümüzün oteli, kalması, orada yediklerimiz içtiklerimiz otobüs

oradaki satışlar ona gidiyor. Bir de ne oluyor biliyor musunuz? Orada müşteriler beğeniyor bizim ürünlerimizi ilk sordukları soru kargoluyor musunuz online satış siteniz var mı? Yani fuarlar tek başına yeterli olmuyor.

Antalya Kepez bölgesinde organik gıda üretimi yapan kadın kooperatif örneği, Yılmaz'ın (2020) tanıtım ve pazarlamanın günümüzde gittikçe dijitalleştiği yönündeki argümanını doğrular niteliktedir. Bu örnekten de görüleceği üzere, günümüzde müşteri talepleri internet üzerinden alışveriş yönünde iken, araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin birçoğu bu talebi karşılamakta yetersiz kalmaktadır. Özellikle başka şehirlerde düzenlenen fuarların kendilerine yarattıkları ekstra masraftan rahatsız olan kadın kooperatiflerinin yanı sıra, bir grup kadın kooperatifi de günümüzde istihdamda olan birçok kadının da yaşadığı iş ve aile hayatını uzlaştıramama sorununu gündeme getirmiştir.

1980'lerden itibaren geleneksel tek kazananlı aile modelinin sosyal baskınlığını yitirmesi ve çift kazananlı aile modelinin gittikçe yaygınlaşması, bir yandan kadınların ekonomik özgürlüklerini kazanmasını sağlarken, diğer yandan da iş ve aile hayatını uzlaştıramadıkları için hem yandan aile içi bakım sorumluluklarını hem de kariyer sorumluluklarını yerine getirmek zorunda kalmalarına sebep olmuştur. Kadınların gelir getirici bir işte çalışmasının önünü açan ve nihai olarak kadınların ekonomik anlamda eşlerine ve/veya babalarına olan bağımlılıklarını minimize eden bu durum birçok feminist yazar tarafından bir kazanım olarak görülse de esasında bir başka eşitsizliği doğurmuştur (Kazanoğlu, 2021). Hem hane içi sorumluluklarını hem de iş yerindeki sorumluluklarını yerine getirmeye çalışan kadınlar zaman içinde her iki tarafta da fazlaca yorulmaya ve potansiyellerini sergileyememeye başlamaktadırlar. Hane içinde daha çok sosyal ve psikolojik sorunlar doğuran bu durum iş yerinde kadınların verimliliklerini düşürmektedir. Araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin bir kısmı da üretim aşamasında olmasa bile, fuar katılımı konusunda hane içi sorumlulukları ile kooperatife karşı olan sorumlulukları arasında kalmaktadırlar. Bu bağlamda, İzmir'in Urla bölgesinde bulunan ve tarım ile uğraşan bir kadın kooperatifinin başkanı, fuar zamanları kooperatif üyelerinin organize

olamadıklarını ve yeterli derecede fuarlara katılamadıklarını aşğıdaki sözleri ile ifade etmiştir:

Fuarlar aslında bizim tek tanıtım kanalımız. Senede iki üç fuara giderdik biz aslında ama son zamanlarda çok gidemiyoruz çünkü organize olamıyoruz yani şu İzmir’dekine bile çok zor organize olduk. Bir yandan herkesin bu kooperatif dışında bir hayatı da var diğer yandan numuneleri yetiştiremedik aslında biraz bizim de savsaklığımıza kusura bakmayın böyle açıkça söyledim ama bizim de yani ihmalkarlığımıza denk geldi. Numune üretimlerini son dakikaya bıraktık işte gidecek arkadaşlarımız evdeki durumlarını organize edemedi yani bir olmadı bu sefer.

Dijital pazarlama konusundaki bilgi eksikliği ve fuar katılımı konusunda yaşanan sıkıntılara ek olarak, araştırma kapsamında görüşülen ve müşteriye ulaşma konusunda sıkıntı yaşadığını dile getiren 44 kadın kooperatifinin 4 tanesi ise, marka bütünlüğü oluşturmak istediklerini ancak bu konuda yetersiz kaldıklarını ve bu durumun da nihai olarak kooperatiflerinin imajını zedelediğini belirtmiştir. Dubbelink ve arkadaşları (2021), markalaşma stratejileri üzerine yazdıkları bir araştırmada markalaşmanın pazarlama sürecinin en önemli noktalarından biri olduğunu vurgulamışlardır. Markalaşma, ilgili işletmeye ait kimliğin oluşturulması ile başlayan ve bu kimliğin dijital ve yazılı basın kanalları aracılığı ile ilgili tüketiciye ulaştırılması ile biten süreci ifade eder. Araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin bir kısmı, kooperatifleri için özgün bir marka kimliği yaratamadıklarını ve kendileri ile benzer ürünleri üreten kooperatiflerden kendilerini farklı kılmayı beceremediklerini dile getirmişlerdir. Bu bağlamda İstanbul’un Fenerbahçe semtinde bulunan ve her türlü tekstil ürünü üreten bir kadın kooperatifinin başkanı özgün bir kimliklerinin olmadığını ve bu durumdan üzüntü duyduğunu şu sözleri ile paylaşmıştır:

Biz aslında markayız, yani bizim ürünlerimiz hem kaliteli hem hani piyasayla başa baş gidiyoruz. Kır lentlerimiz, hediyelik oyuncaklarımız, anahtarlıklarımız kolyelerimiz aslında her şeyimiz el yapımı ve çok özel ama gelin görün ki bizim adımızı bilen eden yok. Biz hani öyle olmak istiyoruz ki biz adımız söylendiğinde insanların akıllarına direkt olarak

bizim kırlentlerimiz gelsin. Bu aslında bambaşka bir uzmanlık alanı biliyorum, hatta biz biraz araştırdık bir ajansla çalışalım bu konuda dedik ama ona da bütçe ayırmak istemedik.

Yukarıdaki örneklerden de görüleceği üzere aşamaları, stratejileri ve ilkeleri sayesinde doğru yönetildiğinde kullanıldığı ürün ve işletmeyi olumlu yönde etkileyecek ve nihai olarak da kar edilmesini sağlayacak olan pazarlama süreci, kadın kooperatiflerinin zayıf oldukları noktalardan bir tanesidir. Dijital pazarlama konusunda yaşanan sıkıntılar, fuarlara istenilen ve/veya beklenen katılımın sağlanamaması ve marka kimliğinin yaratılamamış olması kadın kooperatiflerinin Türkiye iş piyasasında var olmalarını, hedefledikleri ciroya ulaşabilmelerini ve hem sektörel hem de ekonomik anlamda güçlenebilmelerini önemli ölçüde yavaşlatmaktadır.



3.4.Kendilerine yönelik düzenlenen desteklerden yararlanamama:

Araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerine son beş ile yedi yıldır Türkiye hükümeti ulusal ve uluslararası insani yardım kuruluşları, kalkınma ajansları, sivil toplum kuruluşları, ticaret odaları, toplum temelli örgütler ve belediyeler gibi çeşitli kurumlar tarafından hem kendi işletmelerini açabilmeleri hem de açık olan işletmelerinin kapasitelerini artırabilmeleri için tasarlanan destekler hatırlatılmış ve

bu desteklerden faydalanıp faydalanmadıkları, eğer faydalanıyor iseler bu desteklerin ne kadar faydalı olduğu sorulmuştur. Araştırma kapsamında görüşülen 147 kadın kooperatifinin 31 tanesi bu desteklerden yararlanamadığını dile getirmiştir. Kendilerine yönelik düzenlenen bu desteklerden yararlanamayan bu 31 kadın kooperatifinin 13 tanesi bu desteklerden bihaber olduğunu, 7 tanesi bu desteklerden yararlanmak istediğı halde projeye seçilemediğini, 6 tanesi bu destekler kapsamında kendilerine yönelik düzenlenen eğitimlerde öğrendiklerini günlük iş hayatlarında uygulayamadığını ve 5 tanesi de bu eğitimlerde hep aynı bilgilerin sunulduğunu artık bu eğitimler aracılığı ile kendilerini geliştiremediklerini belirtmiştir.

2.6. bölümde detaylıca tartışıldığı gibi, son yıllarda kadın kooperatiflerinin kadın istihdamının artırılmasında, bölgesel yoksulluğun azaltılmasında ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanmasında oynadıkları önemli rol birçok kurum ve kuruluş tarafından kabul edilmiştir. Bu da kadın kooperatiflerini son yıllarda bu kurum ve kuruluşların kalkınma projelerindeki hedefi haline getirmiştir. Bu bağlamda başta Türkiye hükümeti olmak üzere, birçok kurum kadın kooperatiflerinin güçlendirilmesi ve kapasite gelişimine katkıda bulunulması amacı ile bir dizi mali ve mali olmayan müdahale repertuarı hazırlamıştır (Kazanoğlu, 2023). Ancak proje kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin 13 tanesi bu desteklerden bihaber olduğunu bu yüzden de yararlanamadığını dile getirmiştir. Örneğin İstanbul'un Kartal ilçesinde bulunan ve oldukça dezavantajlı konumda olan bir kooperatifin başkanı, bu desteklerden bihaber olduğunu ve eğer haberdar olmuş olsa idi kesinlikle katılmak isteyeceğini şu sözleri ile aktarmıştır:

Yani bizim o kadar çok eksiğimiz var ki, ruh olarak, bilgi olarak materyal olarak bilseydik bunları ne yapar ne eder hani bir şekilde birimiz olmasa diğerimiz kesinlikle giderdik. Biz öyle bir durumdayız ki hani ne verseler bize kar.

Benzer şekilde Bursa'da tekstil ürünleri üreten bir başka kadın kooperatifi yeni kurulmuş olmalarından dolayı kooperatifçilik ekosistemine yabancı olduklarını ve bu destekleri bilmediklerini aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

Biz daha çok yeniyiz hani pandeminin sonunda kurulduk, aslında hepimizin bir iş geçmişi çalışma tecrübesi var ama bu alanda değil o

yüzden bilmiyoruz. Gerçi hani baktık KOSGEB'in sitesini inceledik ama demek ki gözümüzden kaçmış ama bundan sonrası için gerçekten isteriz her türlü desteği.

Kendilerine yönelik düzenlenen projelerden bihaber oldukları için katılamayan ve yararlanamayan kadın kooperatiflerinin yanı sıra, araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinden 7 tanesi, Birleşmiş Milletler, Dünya Bankası ve Uluslararası Çalışma Örgütü gibi kurumlar tarafından düzenlenen ve katılımcılara önce açık çağrı ile ulaşan ancak başvuran adaylardan belli bir sayıyı belli kriterleri sağlayıp sağlamadığına bakarak seçen projelere başvurduklarını fakat seçilemediklerini bu sebeple de bu desteklerden yararlanamadıklarını dile getirmiştir. Örneğin Antalya'da bulunan ve turizm ile ilgilenen bir kadın kooperatifinin başkanı 2021 yılında Birleşmiş Milletler Kalkınma Programının ilanına başvurduklarını ancak seçilmediklerini aşağıdaki sözleri ile aktarmıştır:

Birkaç kişi önce Birleşmiş Milletlerin öyle bir hibe şeyini gördük, çok da hoşumuza gitti hem bir sürü eğitim vardı online çünkü bizim İstanbul'a gitmemiz de zor hem de sonunda ihtiyacımız olan aletleri alıyorlardı. Bizim de bilgisayarları yenilemeye çok ihtiyacımız var o yüzden dedik bu tam bize göre hani belki dil mil bir şeyler de öğreniriz başvurduk neden bilmiyoruz seçilmedik yani sonrasında kimse bizi ne aradı ne sordu hani belki burada uzağız diye seçtiler de biz mi duymadık dedik ama mümkün değil demek ki seçilemedik. Sonrasında da bir kere daha inanın ki denemedik yani.

İster seçilememiş olmalarından ister bihaber olmalarından dolayı bu projelere katılamayan ve dolayısı ile yararlanamayan 20 kadın kooperatifinin yanı sıra, bugüne kadar bu projelerden en az bir tanesine katılmış olan 11 kadın kooperatifi bu desteklerin yeterince faydalı olmadığını belirtmiştir. Bugüne kadar Türkiye'deki kadın kooperatiflerini ve kadın girişimcileri desteklemek üzere yürütülen projelerden en az bir tanesine mutlaka katılmış olan bu 11 kadın kooperatifinin 6 tanesi bu projeler kapsamında aldıkları eğitimleri kendi kooperatiflerinin halihazırdaki kapasitesinden ötürü günlük iş yaşamlarına aktaramadıklarını dile getirirken 5 tanesi de katıldıkları tüm projelerde hemen hemen aynı konuların tartışıldığı ve aynı eğitimlerin verildiğini

ve bu sebeple bu eğitimleri artık '*zaman kaybı*' olarak görmeye başladıklarını dile getirmiştir. Örneğin İstanbul'un Maltepe semtinde bulunan ve ürünlerinin çoğunu Anadolu'daki kadın üreticilerden alıp Maltepe'deki kooperatiflerinin yanındaki satış mağazasında satan bir kadın kooperatifinin başkanı aldıkları eğitimlerden memnun kalmadıklarını aşağıdaki gibi ifade etmiştir:

Biz bugüne kadar 3 tane projeye katıldık biri çok iyiydi çünkü orada bizi uzmanlarla eşleştirmişlerdi ve uzman sonucunda bizim kooperatif için özel bir plan çıkarmıştı o sanırım İBB'nin bir projesiydi ve gerçekten iyiydi ama diğer ikisi için aynı şeyi söyleyemeyeceğim. Mesela dijital pazarlama stratejileri eğitimi vardı biz ona çok hevesliydik çünkü bizim perakende satışlarımız bir tek burada oluyor onu artırmamız lazım ama dersler tamam manalı da biz nasıl yapalım yani uyuşmuyor dedikleriyle bizim durumumuz. O yüzden bir saatten sonra dedik ona gideceğimize aşağıda üretimhanede daha çok kişi kalsın daha iyi.

Eğitimlerden aldıkları bilgiyi günlük iş yaşamına aktaramayan bu kooperatifin yanı sıra, İstanbul'un Sarıyer ilçesinde bulunan ve tekstil ile uğraşan bir başka kadın kooperatifinin başkanı katıldıkları projeler kapsamında sunulan eğitimlerin içeriklerinin değişmediğini ve artık bunun '*zaman kaybı*' olmaya başladığını şu sözleri ile ifade etmiştir:

Bizim kuruluşumuzda zaten KEDV'in bir projesi kapsamında olmuştu. Hani mesela ilk orada aldığımız eğitimler çok iyiydi bizim için çünkü tamam hepimizin ticari bilgisi vardı ama kooperatifçilik yoktu bir kooperatif nasıl kurulur nasıl yönetilir mesela o eğitimler o bakımdan çok faydalı olmuştu ama sonradan katıldığımız diğer 4 proje için aynı şeyi diyemeyeceğim. Bir baktık hep aynı derslere girip çıkar olduk e biz burada zaten makineli üretim yapmıyoruz ki insan gücü o yüzden hani buradan 3 kişinin o eğitimlere gitmesi baktık ki bize kazançtan çok zarar getiriyor o yüzden artık bıraktık biz katılmıyoruz, baş da vurmuyoruz.

Bu örneklerde yaşanan sorunlardan kadın kooperatiflerinin proje kapsamında aldıkları eğitimlerden edindikleri bilgileri günlük iş hayatlarına aktaramıyor oluşlarını

Kazanoğlu (2023) Göç ve Girişimcilik: Mali Olmayan Müdahalelerin Suriyeli Girişimciler Üzerindeki Etkisi isimli makalesinde uygulayıcı kurumların yürüttükleri projelerin sürelerinin kısa olmasına bağlamıştır. Kazanoğlu tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, son dört-beş yıldır girişimcileri desteklemek için bir dizi proje yürütülüyor olsa da bu projeler genellikle bir ya da iki yıllık projelerdir. Proje fonlarının böyle kısa süreli olması uygulayıcı kurumların girişimciler ile birebir çalışmasına ya da en azından proje başlamadan önce bir ihtiyaç analizi yapmasına engel olmaktadır. İhtiyaç analizinin yapılmadığı durumlarda da uygulayıcı kurumlar sahadaki eksikleri net olarak göremediklerinden yukarıdaki örnekte olduğu gibi projeye katılan kooperatif üyeleri aldıkları eğitimleri günlük iş hayatlarında uygulayamayabilmektedirler. Öte yandan, proje kapsamında verilen eğitimlerin içeriklerinin benzer oluşu da uygulayıcı kurumlar arasındaki iletişimsizlikten kaynaklanmaktadır.

Yukarıda da bahsedildiği gibi analizin güçlendirilmesi adına araştırma kapsamında 147 kadın kooperatifi ile yapılan görüşmelere ek olarak 13 adet kadın kooperatifine yönelik düzenlenen mali ve mali olmayan müdahale repertuarlarının uygulayıcı kurumları ile görüşülmüştür. Bu 13 görüşme ve yapılan kooperatif ziyaretleri sırasında yapılan gözlemler Türkiye’deki kadın kooperatiflerinin gelirlerinin düşük olmasının ve hedefledikleri ciroya ulaşamamalarının arkasındaki temel sebebin kadın kooperatiflerinin halihazırda rekabetin yoğun olduğu belli başlı sektörlerde ürünlerini oldukça primitif yöntemlerle sundukları için ürünlerinin katma değerlerini kaybederek yoğunlaşmış olmalarıdır. Yapılan kooperatif ziyaretleri ve uzman görüşmeleri kadın kooperatiflerinin yoğunluklu olarak zeytinyağı, salça, turşu ve erişte gibi hazır gıda üretiminde yoğunlaştıklarını öne sürmüştür. Bu tür gıda ürünleri günümüzde Türkiye marketinde hem büyük fabrikalar tarafından bütçe dostu olarak hem de niş üreticiler tarafından paketlenme ve sunuş teknikleri aracılığı ile katma değeri yükseltilmiş olarak müşteriye sunulmaktadır. Kadın kooperatifleri bu resimde ne büyük fabrikalar gibi düşük bütçeyle üretip müşteriye uygun fiyatlarla ne de niş üreticiler gibi farklı yöntemlerle katma değer katarak müşteriye sunmaktadırlar. Kadın kooperatifleri fabrikasyon ürün değerinde niş ürün ürettikleri için hedef kitlesi ancak kadın kooperatiflerine duyarlı bireyler olarak sınırlı kalmaktadır. Bu durum da nihai olarak en önemli gelir kaynağı yaptıkları satışlar olan kadın kooperatiflerinin önce satış

oranlarını sonrasında ise yıllık gelirlerini düşürmektedir. Bu bağlamda, kadın kooperatifleri ürünlerinin satışından sorumlu olan İstanbul Büyükşehir Belediyesi Halk Market satış sorumlusu yapmış olduğu gözlemleri aşağıdaki sözleri ile ifade etmiştir:

Bence kadın kooperatiflerinin en büyük yanıışı yani yanıışı demeyeyim de eksiğı piyasada iki ucun arasında kalmış olmaları. Şimdi bu kooperatifler en çok ne üretiyor? Salça. E salçayı her kesimden insan her bütçeye uygun şekilde bulabiliyor gidersiniz BİM'den A101'den 30 liraya da alabilirsiniz ya da internetten işte yerel üreticiden 300 liraya alırsınız. E şimdi 300 lira verecekseniz 30 liralık muadili olan bir ürüne ne bekliyor müşteri bir paketleme bekliyor, bir etiketleme bekliyor bir farklılık bekliyor. Kadın kooperatifleri ne yapıyor tamam kaliteli ürün üretiyorlar ama atıyorum pet şişeye koyup yolluyorlar ama 300 liraya yollamak istiyorlar e hal böyle olunca da tercih edilmiyorlar çünkü muadilleri var hem de her iki tarafta.

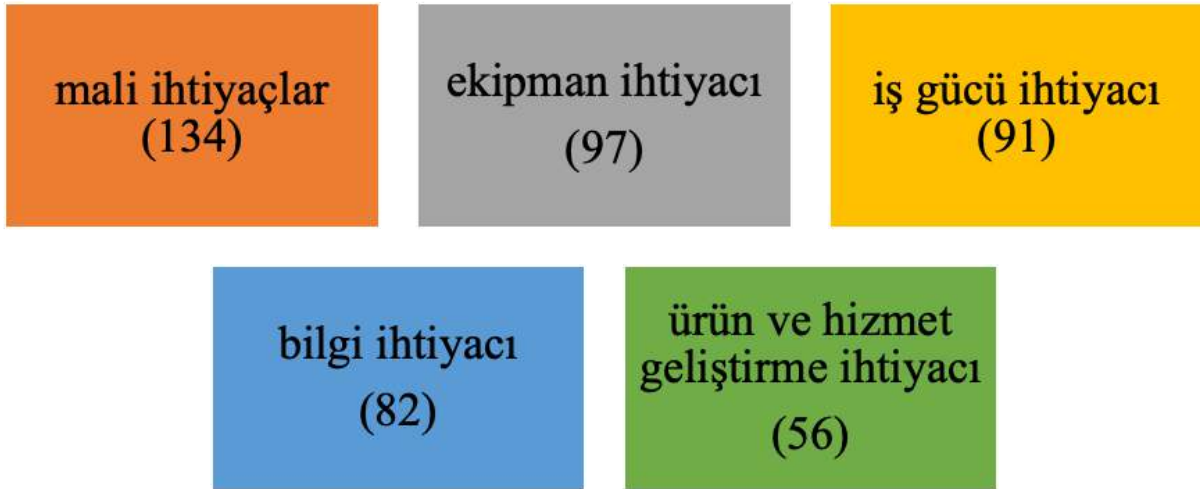
Bu şartlar altında, satış oranlarını ve dolayısı ile aylık ve yıllık gelirlerini yükseltmek isteyen kadın kooperatiflerinin üretim aşamasından sonra bazı noktalara dikkat etmeleri gerekmektedir. Bu noktaların başlıcaları, bir kooperatif logosu edinip onu ürünlerinde standardize etmeleri, ürünleri için işletme kayıt numarası, içindekiler ve besin değerlerini içeren bir etiket tasarlamaları ve bu etiketi tüm ürünlerinde kullanmaları, kapsamlı bir paketleme sistemi kurmaları ve ürünlerinin son kullanma tarihine dikkat etmeleridir.

4. Kadın kooperatiflerinin ihtiyaçları:

Sermaye üzerinden kazanç dağıtmaması ve sadece ortaklarının yararını gözetmesine rağmen kadın kooperatifleri 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanunu tarafından iktisadi kuruluşlar ve sermaye şirketleri ile eş görülmüş ve bu sebeple de diğer tüm iktisadi kuruluşlar gibi birçok vergiye tabii tutulmuştur. Başta bu vergilerin yükü olmak üzere kadın kooperatifleri varlıklarını zor koşullar altında sürdürebilmektedirler. Bu bağlamda kitabın bu bölümünde araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin ihtiyaçları tartışılacaktır. Aşağıda şekil-6'dan da görüleceği üzere

araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin ihtiyaçlarını beş ana başlık altında toplamak mümkündür.

Şekil-5: Kadın kooperatiflerinin ihtiyaçları.



Yukarıdaki şekilden de görüleceği üzere araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatiflerinin çoğu maddi ihtiyaçlarının olduğunu dile getirmiştir. Bu bağlamda, görüşülen 147 kadın kooperatifinin 134'ü mali ihtiyaçlarından ve 97 tanesi mali ihtiyaçları ile ilintili olarak ekipman eksiklerinden bahsetmişlerdir. Bunun yanı sıra, görüşülen 91 kadın kooperatifi kooperatif bünyesinde iş gücü eksiğinin olduğundan kooperatife kâğıt üzerinde kayıtlı olan ortak sayısının pratikte olmadığından bu yüzden üretimde zorlandıklarından bahsetmiştir. 82 kadın kooperatifi kendilerini farklı konularda yetersiz hissettiklerini bu yüzden de teknik bilgi ihtiyaçları olduğunu dile getirmiştir ve son olarak görüşülen 147 kadın kooperatifinden 56 tanesi yeni ürün geliştiremediklerinden söz etmiş ve ürün geliştirme ihtiyaçları olduğunu belirtmiştir.

4.1.Mali ihtiyaçlar:

Öz kaynakları yok denecek kadar az olan ve buna rağmen, her yıl çalışanların ücretlerini, muhasebe ücretlerini, ticaret odası kaydı masraflarını ve çeşitli vergileri ödemek zorunda olan kadın kooperatifleri sürekli olarak bir mali ihtiyaç içerisinde (KEİG, 2018). Araştırma kapsamında görüşülen 147 kadın kooperatifinin farklı

sektörlerde faaliyet gösteren 134 tanesi kooperatiflerinin ihtiyaçları sorusuna ilk sırada mali ihtiyaçları söylemişlerdir. Örneğin İstanbul'un Kartal ilçesinde bulunan ve oldukça dezavantajlı konumda olan bir kadın kooperatifinin ortağı mali ihtiyaçlarından ötürü artık hammadde bile alamayacak duruma geldiklerini aşağıdaki sözleri ile ifade etmiştir:

Şimdi ben size aylık gelir-gider dengemizden bahsedeyim siz anlayın durumu. Şimdi biz muhasebeciye bazen 800 veriyoruz bazen 950 oluyor. İki ayda bir. Stopaj 240 TL. Buranın yerinin kirası yok. Stantlar için masa sandalye alıyoruz ama hepsini her şeyimizi kendimiz alıyoruz biz. Hammadde kumaş, yün, boncuk, zincir, doğal taş bunları biz Tahtakale'den alıyoruz. Aylık almıyoruz biz ben mesela iki yıldır almıyorum çünkü çok pahalı geçen gittim alamadım. Elimizde olanları satmaya çalışıyoruz. Malzeme, yol parası, gider verdiğimiz aidat. Şimdi geçen seneyle bu sene çok fark etti şimdi ben mesela bir yumak 11-12 lira bir yeleği bitirmiyor bile. Emeğimizin karşılığı çok çok düşük oluyor. Gelir yok. Yani genellikle yazları aylık 1500-2000 arası kazanılıyor kişi başı ama çok da belli olmuyor bazılarımız iki ay üç ay hiç daha siftah bile yapmadan gittim buradan. Mayıs'tan Ekim'e mesela daha ben siftah yapmadım. Ama yazın Almancılar geldiği zaman daha iyi oluyor satışlar bazen biz ayda 500 lira kazanmayı bile dört gözle çekiyoruz. Anlayacağınız kooperatifi kurduk, hani kurarken zaten borca harca girdik kooperatif daha anca onu ödedi. Bizim hani gerçekten Belediye'nin bize verdiği sözleri tutması lazım.

Benzer şekilde, İstanbul'a bağlı bir liman kasabası olan Silivri'de yeni kurulmuş bir kadın kooperatifinin kurucu ortağı kurulum aşamasında bütün sermayelerinin tükendiğini ve şu anda kooperatifin kendini bile döndüremediğini aşağıdaki gibi dile getirmiştir:

Çiftçilik yapıyoruz amacımız atalık tohumların sürekliliğini sağlamak en önem verdiğimiz konulardan biri bu. Ata tohumlarını devam ettirebilmek istiyoruz, doğal ürün üretiyoruz ilaçsız kimyasalsız daha öncesinde organik tarım yaptığım için eğitim aldım. Ona paralel bir ürün

retmeye çalışıyoruz sertifika almak çok pahalı olduğu için ona giremiyoruz sertifikasız ama doğal ürünler üretiyoruz, yerli tohumlarla yerli ürünler üretiyoruz. Hiç kimseden hiçbir destek almadık o yüzden mesela sertifikamız yok. Sertifikamız olsa işler daha farklı olacak. Onun dışında yine mali yetersizliklerimizden ötürü arazimiz kiralık. En büyük hedeflerimizden biri zaten bir toprak edinmek ama bu bölgede çok pahalı mümkün değil yetişemiyoruz. Senelik kiralıyoruz, maliyet çok değil ama kısa süreli olunca ürün vadeli almamız gereken ürünler o tarlada kalıyor. Mesela geçmişte bir şifa bahçemiz vardı orası satılınca bütün mahsul orada kaldı. Yani anlayacağınız nakit para olmadan çok zor oluyor e o da maalesef bizde yok.

Yukarıdaki örneklerden de görüleceği üzere, kadın kooperatifleri ülkemizdeki düşük kadın istihdamı sorununa ve bölgesel yoksulluğa bir çözüm olarak algılansa da kooperatiflerin çoğu yaşadıkları mali sorunlar yüzünden hayatta kalmakta zorlanmaktadırlar.

4.2.Ekipman ihtiyaçları:

Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerin analizi, kadın kooperatiflerinin mali ihtiyaçlarından sonraki en büyük ihtiyaçlarının ekipman ihtiyacı olduğunu ortaya koymuştur. Özellikle tarım, gıda ve tekstil alanlarında faaliyet gösteren kadın kooperatifleri bu alanlardaki makine ve teçhizatın pahalılığını dile getirmiş ve hibe desteği olmadan bu ihtiyaçlarını karşılayamadıklarını belirtmişlerdir. Bu bağlamda, araştırma kapsamında görüşülen toplam 147 kadın kooperatifinin 97 tanesi en büyük ihtiyaçlarının ekipman ihtiyacı olduğunu öne sürerken bu 97 kooperatifin 47 tanesi gıda, 33 tanesi tarım ve 17 tanesi de tekstil sektöründe faaliyet göstermektedir. Sermayeleri ve öz kaynakları kısıtlı olan kadın kooperatiflerinin 2. bölümde bahsedilen kuruluş masraflarını ödedikten sonra bir de üretim için gerekli olan ekipmanı ve hammaddeyi almak oldukça zorlayıcıdır. Örneğin, Bursa'da tekstil alanında faaliyet gösteren bir kadın kooperatifinin başkanı kurulalı beş sene olmasına rağmen hala yeterli sayıda dikiş makinesi alamadıklarını şu şekilde paylaşmıştır:

şimdi bizim durumumuz öyle ki biz Nilüfer Belediyesi ile bir protokol yaptık. Bütün bez peetelerini, işte havlularını, çalışanlarının

önlüklerini, hediyeelik tekstil ürünlerini geçenlerde konferansları için gerekli olan bez çantalarını filan bizden alıyorlar. Bu 2 sene boyunca böyle olacak. Aslında bu bizim hep istediğimiz bir şeydi kaç kere kaç belediyeyle böyle bir toptan satış anlaşması için görüşmüştük. Ama şimdi ne oldu e yetişemiyoruz. Bizim atölyemizde 4 tane dikiş makinesi var, ikisini ortaklar evlerinden getirdiler sadece ikisini kooperatif kurulduktan sonra alabildik ama yetmiyor. Bunun kumaşı, ipliği, düğmesi yevmiyesi olmuyor. 4 dikiş makinesiyle de yetiştiremiyoruz uzun saatler kadınlar burada kalıp dikiş dikiyorlar. Bizim en az 2 makineye daha ihtiyacımız var.

Benzer şekilde Antalya'nın Gümüldür ilçesinde hem kısa hem uzun ömürlü gıda üretimi yapan bir kooperatifin başkanı kurutucu ve sanayi tipi dondurucu ihtiyaçlarını aşağıdaki gibi dile getirmiştir:

Bizim şuan en elzem ihtiyacımız kurutucu makinesi, hem erişteler için hem yapraklar için bu makinelerin bizde olmaması bize 3-4 gün zaman kaybettiriyor. Biz erişteleri kurumaları için tezgaha seriyoruz halbuki makine olsa orada kurutacağız. Aynı şekilde sanayi tipi dondurucuya da ihtiyacımız var çünkü bizim satışlar belli olmuyor ki üretip depolasak hani satış olduğunda oradan çıkarsak ama şuan bu iki makineyi alacak da bütçemiz yok zaten kendimizi zor döndürüyoruz.

Araştırmanın bu bulgusu, 2021 yılında Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından yayımlanan TR82 Bölgesi Kadın Kooperatifleri Mevcut Durum Analizi raporunun^[1] bulguları ile de paralellik göstermektedir. Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı tarafından yürütülen araştırmaya katılan kadın kooperatiflerinin yüzde 61'i üretimlerinde kullandıkları ekipmanlarının hepsine sahip olmadıklarını ve ekipman ihtiyaçları olduğunu dile getirmiştir (Kuzka, 2021). Bu iki araştırmanın ortak bulgusu Türkiye'deki kadın kooperatiflerinin çoğunun hala tam teşekküllü üretime geçemediğinin ve üretim için gerekli ekipmanlara ihtiyaç duyduğunun altını çizmektedir.



4.3.İşgücü ihtiyacı:

Birinci bölümde görüşülen kadın kooperatiflerinin ortak sayılarını detaylıca veren tablo-4'ten de görüleceği gibi kadın kooperatiflerinin çoğunun ortak sayısı 7 ile 20 arasında değişmektedir. Ancak araştırma kapsamında görüşülen 147 kadın kooperatifinin 91 tanesi ortaklarının çoğunun sadece kâğıt üzerinde var olduklarını ve bu sebeple kooperatifin iş gücü ihtiyacı içerisinde olduğunu dile getirmiştir. Örneğin, İstanbul'un Kartal ilçesinde bulunan bir kadın kooperatifinin başkanı ortaklarının artık kooperatifle hiç ilgilenmediğini bu yüzden de satış oranlarının çok düşük olduğunu aşağıdaki sözleri ile dile getirmiştir:

Şu an 31 ortağımız var ama hem eskiden daha fazlaydı aslında bizim kooperatif ortakları fakat kimisi işe girdi ayrıldı kimisi uzağa gitti ayrıldı yer değiştirdi şehir değiştirdi ayrıldı bir de zaten 31 ortak da yetmiyor yani çünkü 31'in hepsi de gelmiyor ki hani nasıl desem ortaklarda bir heves kaybı oldu biz genelde bu gördüğünüz 8 kişi koşturuyoruz kooperatifin işlerine ama yetişemiyoruz. Üretim mi yapalım, satış mı yapalım ne yapalım hani bizim ortağa ihtiyacımız var ama tabi kimse de ortaklık aidatını koyup girmiyor şu an.

Benzer şekilde Ankara'nın Beypazarı ilçesinde bulunan yöresel gıda üretimi yapan bir kooperatifin başkanı da kooperatiflerini büyütme planları olduğunu ancak iş gücü eksikliğinden ötürü bu planları gerçekleştiremediklerini aşağıdaki gibi dile getirmiştir:

Bizim bir havuç bungalov projemiz var, bu araziye hani bungalovlar koyalım insanlar gelsinler kalsınlar, kahvaltıyı da kendi üretimimiz olan reçellerden ballardan ekmeklerden verelim. Hani Ankara insanının hafta sonları kafa dinlemeye geleceği, az ileriye bir çocuk parkı koyalım ama bunu kim yapacak şu an çünkü biz Halk Ekmekle anlaşılmamız var, Filiz Makarnayla anlaşılmamız var, üç dört tane süpermarketle toptan anlaşılmamız var o yüzden biz ful kadro üretim kısmındayız. Daha fazla kadına ihtiyacımız var ama maaşlarını vermek sorun o tarafta da.

Araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatifleri yeterli sayıda ortağa ve/veya çalışana sahip olmadığı için yıllık üretim planlarının gerisinde kalmaktadır. Bu da nihai olarak kadın kooperatiflerinin aylık gelirlerini düşürüyor ve yukarı da bahsettiğimiz mali ihtiyacın doğmasına sebep oluyor.

4.4.Bilgi ihtiyacı:

Son yıllarda kadın kooperatiflerinin kadınların istihdama katılmasındaki, mesleki ve sosyal alanlarda farklı yetkinlikler kazanmasındaki ve ekonomik kazanç sağlamasındaki rolünün iyice anlaşılması ile birlikte, başta KEDV ve SİMURG olmak üzere birçok sivil toplum kuruluşu, kalkınma ajansı, ticaret odası ve yerel belediye kadın kooperatiflerinin kapasite gelişimine katkıda bulunmak amacıyla bir dizi eğitim programı düzenlemektedir (Kazanoğlu, 2022). Ancak araştırma kapsamında görüşülen 147 kadın kooperatifinin 82 tanesi başta pazar analizi ve müşteriye ulaşma olmak üzere birçok konuda kendini hala yetersiz hissettiğini dile getirmiştir.

4.5.Ürün ve hizmet geliştirme ihtiyacı:

Son olarak, araştırma kapsamında görüşülen 56 kadın kooperatifi kendilerini geliştirmediklerini ürün gamlarına yeni ürün ekleyemediklerini ve bunun için de dışarıdan profesyonel bir hizmet alamayacaklarını dile getirmiştir. Örneğin, İstanbul'un Küçükçekmece ilçesinde bulunan ve atık kumaşlardan ev tekstil ürünleri

reten bir kooperatifin başkanı ürün geliştirme ihtiyaçlarını aşaşıdaki gibi ifade etmiştir:

Tıkandık, yani geçen sene satışlarımız çok iyi gitmişti. Özellikle atık kumaşlardan ürettiğimiz tokalar bir de biz WWF ile çalışmıştık onlar çok iyi satmıştı ama artık satılmıyor. Yeni bir şey yapmak istiyoruz ama ne hani bayağı aslında buna kafa yoruyoruz diğer arkadaşlarımızla beraber. O yüzden bu tarz bir eğitim bizim çok işimize yarayabilir diye düşünüyorum ben.

Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerin analizi, kadınların ekonomik ve sosyal güçlenmesinde, yerel kalkınmanın desteklenmesinde ve toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması oldukça önemli bir role sahip olan kadın kooperatiflerinin mali ihtiyaçları, ekipman ihtiyaçları, iş gücü ihtiyaçları, bilgi ihtiyaçları ve ürün geliştirme ihtiyaçlarından ötürü yıllık hedeflerinin gerisinde kaldığını ne sürmüştür.

5. Sonuç:

Ev işleri, ocuk ve yaşlı bakımı gibi hane içi işlerden sorumlu görülen bu yüzden de iş hayatına girişi ve iş hayatındaki hareketliliği oldukça kısıtlı olan kadınların hem ekonomik hem de sosyal hayatta daha aktif olabilmelerini sağlayacak yöntemlerin en başında gelen kadın kooperatifleri, ülkemizde 2010’lu yıllardan itibaren gelişmeye başlamıştır. Ancak, bir yandan kadınların istihdama katılmasında ve ekonomik kazanç sağlamasında diğer yandan da kamusal yaşama katılımlarında, örgütlülüğe erişimlerinde ve yeni beceriler kazanmalarında oynadıkları önemli rolden dolayı hem sivil toplum kuruluşları hem de kamu kurum ve kuruluşları kadın kooperatiflerinin gelişimini desteklemişlerdir. Buna mukabil, ülkemizde son on dört yılda kadın kooperatifleri sayısında yaklaşık yüzde 11 oranında bir artış görülmüş ve sayıları 2009 yılında sadece 93 olarak bildirilen kadın kooperatifleri (zdemir, 2013) bugün tasfiye halindekilerle birlikte 944’e ulaşmıştır. Ülkemizde genellikle geleneksel gıda üretimi ve pazarlanması, lokantacılık, engelli eğitimi ve bakımı, erken çocukluk eğitimi ve tekstil alanlarında faaliyet gösteren kadın kooperatiflerinin çoğu 7 ile 20 ortak ile varlıklarını sürdürmektedir. Bu da kadın kooperatiflerinin iş gücü açısından sorun yaşadığını göstermektedir. Cinsiyet Eşitliği İzleme Derneği tarafından küresel

düzende toplumsal cinsiyet eşitliğine katkıda bulunmak amacıyla yayımlanan Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Endeksine göre 36 ülke arasından 35. sırada yer alan Türkiye’de kadın kooperatifleri bir yandan kadınların maruz kaldıkları sosyal eşitsizliklere diğer yandan da ekonomik eşitsizliklere bir çözüm modeli olarak görülmektedir. Bu bağlamda, aşağıda şekil-8’den de görüleceği gibi, araştırma kapsamında görüşülen kadın kooperatifleri kooperatiflerini kurma gerekçelerini 5 ana kategoride özetlemişlerdir.

Şekil-6: Kadın kooperatiflerinin kurulma nedenleri.



Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerin analizi, kadın kooperatiflerinin kurulma amaçlarına hizmet ettiğini doğrulamıştır. Araştırma kapsamında görüşülen kooperatif ortakları, ortağı oldukları kooperatifler sayesinde maddi özgürlüklerini kazandıklarını, sosyal çevre edindiklerini, örgütlenme ve dayanışma bilinci kazandıklarını, mesleki ve teknik konularda bilgi sahibi olduklarını ve çağa ayak uydurabilir hale geldiklerini belirtmişlerdir.

Yalnızca kadınlara gelir elde etme imkânı sunmak ve onların yaşam koşullarını iyileştirmekle kalmayıp aynı zamanda kadınların farklı eğitimlere katılmalarına olanak

sağlayarak onlara farklı beceriler kazandıran ve kadınların sosyal çevrelerini genişleten kadın kooperatifleri finansal kaynak yetersizliği, yönetsel sorunlar, pazarlama ve markalaşma sorunları ve kendilerine yönelik düzenlenen desteklerden yararlanamama, etkili iletişim becerilerine sahip olamama, ve ekipman eksikliği gibi özel bir dizi sorunla başa çıkmak zorunda kalmaktadır. Dördüncü ve beşinci bölümlerde daha detaylı tartışıldığı gibi günümüzde Türkiye iş piyasasında aktif olan kadın kooperatiflerinin karşılaştıkları sorunların en başında finansal kaynak yetersizliği ve ekipman eksikliği gelmektedir. Yeterli öz sermayeye sahip olmadan kurulan ve kuruluş aşamasında ciddi harcamalar yapan kadın kooperatifleri gelir gider dengelerini ayarlayamamakta ve genellikle aylık ciro hedeflerinin altında kalmaktadırlar. Bu bağlamda, kadın kooperatiflerine yönelik düzenlenen projelerin fonlarının bir kısmı kooperatiflere hibe olarak ayrılabilir. Birleşmiş Milletler Kalkınma Programının daha önce yürüttüğü ve kadın kooperatiflerine ekipman desteği sağlayan projelerin sayıları artırılabilir. Kadın kooperatiflerinin karşı karşıya kaldığı bir diğer önemli sorun ise müşteriye ulaşamama, doğru müşteri kitlesini belirleyememe ve bu müşteri kitlesine uygun ürün tasarlayamamaktır. Bu konuda KOSGEB, kalkınma ajansları ve sivil toplum kuruluşları, Ticaret Odaları ve yerel belediyeler kadın kooperatifleri ile birlikte bir fizibilite çalışması yürütebilir ve kadın kooperatiflerini bu konuda yönlendirebilirler. Ayrıca İstanbul Büyükşehir Belediyesi, Şişli Belediyesi, Gümüldür Belediyesi ve Beşiktaş Belediyesinin yaptığı gibi diğer belediyeler de kadın kooperatifleri ile toplu satış anlaşmaları yapabilir ve ihtiyaçlarını kadın kooperatiflerinden temin edebilirler. Benzer şekilde çalışanlarının çocukları için kreşlerle anlaşma yapan özel şirketler bu konuda kadın kooperatiflerinden yararlanabilirler. Son olarak, kadın kooperatiflerine yönelik tasarlama eğitim programları tasarlanmadan önce bir ihtiyaç analizi yapılabilir. Bu araştırma kapsamında yapılan görüşmeler kadın kooperatiflerinin finansal okuryazarlık, girişimcilik ve kooperatifçilik konularında artık kendilerini yeterli hissettiklerini ancak liderlik, kooperatif içi yönetim ve Pazar analizi konularında kendilerini eksik hissettiklerini ortaya koymuştur. Bu bağlamda kooperatiflere yönelik eğitimler tasarlanırken bu konulara ağırlık verilmesi de faydalı olacaktır.

Kaynakça:

Act Human (2021) Sosyal Dayanışma Ekonomisi için Güçlü Kooperatifçilik, İngev Yayını.

Aksoy, A. D., & Günay, G. (2018). Türkiye'de kadın kooperatifçiliği. *Third Sector Social Economic Review*, 53(1),

77-90.

Beken, N. (2020). Covid-19 pandemi sürecinde kadın istihdamı: Türkiye örneği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler*

Dergisi, (EK SAYI (2020)), 47-74.

Babacan, M., & Ferah, Onat, F. (2002). Postmodern pazarlama perspektifi. *Ege Academic Review*, 2(1), 11-20.

Bozkurt, İ. (2013). *Pazarlama iletişiminde sihirli dokunuşlar*. MediaCat Kitapları

Çakır, Ö. (2008). Türkiye'de kadının çalışma yaşamından dışlanması. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (31), 25-47.

Dubbelink, S. I., Herrando, C., & Constantinides, E. (2021). Social media marketing as a branding strategy in

extraordinary times: Lessons from the COVID-19 pandemic. *Sustainability*, 13(18), 10310.

Durukanoğlu, Ç. (2019) Kriz ve Hayatta Kalma/Savunma Araçlarından Biri Olarak Kooperatifler, <https://www.demokrathaber.org/yasam/kriz-ve-hayattakalmasavunma-araclarindan-biri-olarak-kooperatifler-h113559.html>

Aksoy, N., Felek, Ş., Yayla, N., & Çevis, İ. (2019). Türkiye'de kadın istihdamı ve etkileyen faktörler. *Journal of*

Management and Economics Research, 17(3), 146-163.

Recep BIYIK- Aydın KIRATLI;(2006) Vergi Teşvikleri ve Korumaları, 3.b., Yaklaşım Yayıncılık,

Geray, C. (1992). Kooperatifçiliğin Dünya'daki ve Türkiye'deki Nicel Gelişimi. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 47(01).

Göküş, M., Özdemiray, S. M., & Göksel, Z. S. (2013). Bölgesel kalkınmada kadın girişimciliğinin önemi. *Selçuk*

Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (29), 87-97.

Güloğlu, T., & Korkmaz, Â. (2011). Kooperatifçilik ilkeleri, küreselleşme ve kooperatifçilikte yeni eğilimler. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 55(1), 811-831.

Mülayim, Z. (1995). Kooperatif kuruluşlarda üst örgütlenmenin önemi ve Türkiye'de sorunları. In *Journal of*

Social Policy Conferences (No. 40, pp. 33-42). Istanbul University.

Karakuş, G. (2022). Kadın Kooperatiflerinin Kadınların Güçlendirilmesi ve Toplumsal Cinsiyet Eşitliğinin

Sağlanmasıdaki Rolü. *Pamukkale Üniversitesi İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 247-259.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Pazarlama 4.0 gelenekselden dijital geçiş. *Optimist Yayın*

Grubu.

Shiko, M. (2021). Suriyeli mültecilerin, Türk toplumu ile entegrasyon sürecinde yaşadıkları sorunlar üzerine bir araştırma. *Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 39-58.

Turgut, A. Ş. (2019). Türkiye'deki gelir eşitsizliğinin toplumsal cinsiyet, kadının istihdamı ve kadın yoksulluğu

açısından değerlendirilmesi. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(38), 315-329.

Yıldırım-Kocabaş, Ö. (2003). Türkiye'de Kooperatifçilik Hareketinin Düşünsel Boyutu.

Hazar, N. (1990). Kooperatifçilik Tarihi, Ankara: Türk Kooperatifçilik Eğitim Vakfı yayınları.

Yalım, F., & Mızrak, K. C. (2017). A field study on the relationship between employer brand and employee

satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 7(2), 92-103.

Yılmaz, E. (2020). *Pazarlamanın 7P'si nedir?* Engin Yılmaz. Retrieved August 20, 2023, from <https://www.enginyilmaz.net/pazarlamanin-7psi-nedir/#::~:~:text=birlikte%20tarafınıza%20sunuyoruz,-,Pazarlamanın%207P%27si%20Philip%20Kotler%20tarafından%20geliştirilmiştir,olarak%203%20yeni%20kavram%20eklenilm...>

Yeşim, C., & Karataş, A. (2007). Yerel ekonomilerde kalkınmanın itici gücü olarak kadın. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 2007(3), 251-261.

Yıldırım, F. ve Gül, H. (2021). Uluslararası kalkınma politikaları ve kadınların güçlendirilmesi üzerine bir

değerlendirme. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(1), 679-695.

Walker A. ve Walker C. (1997), Britain Divided: The Growth of Social Exclusion in The 1980s and 1990s, Child Poverty Action Group, London.

Yepez Del Castello, I. (1994), A Comparative Approach to Social Exclusion, *International Labour Review*, 133(5-6), ss.613-633.

Yıldırımaltı, S., İslamoğlu, E., & Ateş Torun, M. (2021). Kadın Kooperatiflerinin Ekonomik ve Sosyal Yaşamda

Rolü ve Önemi: Antalya İli Örneği. *International Journal of Innovative Approaches in Social Sciences*, 5 (3), 111-133