



T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI

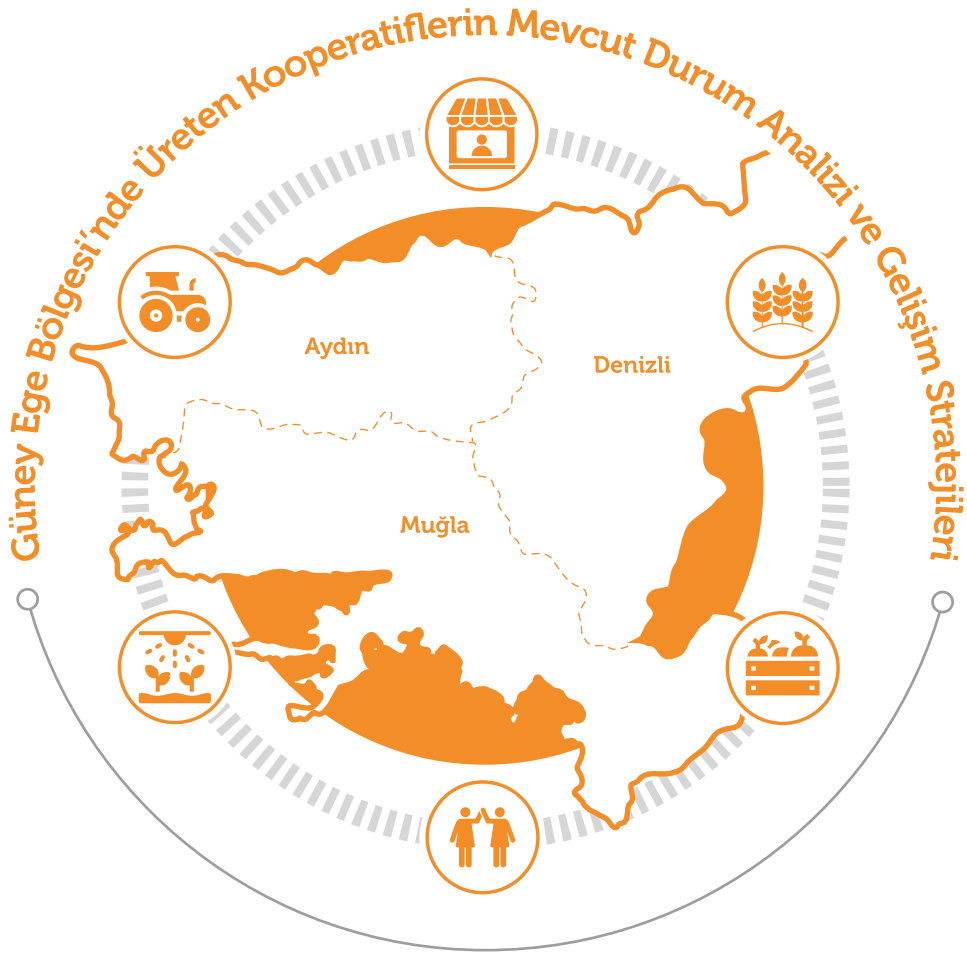


GÜNEY EGE BÖLGESİ'NDE ÜRETen KOOPERATİFLERİN MEVCUT DURUM ANALİZİ VE GELİŞİM STRATEJİLERİ





T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



Güney Ege Bölgesi'nde Üreten Kooperatiflerin Mevcut Durum Analizi ve Gelişim Stratejileri

Yayın Sahibi

Güney Ege Kalkınma Ajansı

Hazırlayanlar

Dilşad AKAR (*Kırsal Kalkınma Birim Başkanı*)

Dr. Emrah BALKAN (*Kırsal Kalkınma Birim Uzmanı*)

Hafize Dilek GÖÇMEN (*Kırsal Kalkınma Birim Uzmanı*)

Yeliz İLHAN (*Kırsal Kalkınma Birim Uzmanı*)

Anket Ekibi

Dilşad AKAR (*Kırsal Kalkınma Birim Başkanı*)

Dr. Ayşe Esin BAŞKAN (*Kırsal Kalkınma Birim Uzmanı*)

Dr. Emrah BALKAN (*Kırsal Kalkınma Birim Uzmanı*)

Emre KEMİK (*Sanayi Politikaları Birim Uzmanı*)

Gülşah ÖSELMİŞ (*Aydın Yatırım Destek Ofisi Uzmanı*)

Hafize Dilek GÖÇMEN (*Kırsal Kalkınma Birim Uzmanı*)

Hüseyin ÇİFTÇİ (*Muğla Yatırım Destek Ofisi Uzmanı*)

Yeliz İLHAN (*Kırsal Kalkınma Birim Uzmanı*)

Tasarım ve Uygulama

upa

tasarım
planlama
danışmanlık



KISALTMALAR

CICOPA	Uluslararası Sanayi ve Hizmet Kooperatifleri Örgütü (International Organisation of Industrial and Service Cooperatives)
COPAC	Kooperatif Tanıtım ve Geliştirme Komitesi (The Committee for the Promotion and Advancement of Cooperatives)
EURICSE	Avrupa Kooperatifler ve Sosyal Girişimcilik Araştırma Enstitüsü (European Research Institute on Cooperative and Social Enterprises)
ICA	Uluslararası Kooperatif Birliği (International Cooperative Association)
KÖY-KOOP	Köy Kalkınma ve Diğer Tarımsal Amaçlı Kooperatifler Birlikleri Merkez Birliği
OR-KOOP	Türkiye Ormancılık Kooperatifleri Merkez Birliği
ÖR-KOOP	Nazilli ve Çevresi Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
TARİŞ	İncir, Üzüm, Pamuk ve Yağlı Tohumlar Tarım Satış Kooperatifleri Birlikleri
TAR-KOOP	Tarım Kooperatifleri Merkez Birliği
TÜRKİYE KOOP	Türkiye Milli Kooperatifler Birliği
UKKS	Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi
SÜK	Süt Üretici Kooperatifi
TKK	Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
SK	Satış Kooperatifi
SOP	Sonuç Odaklı Program
GZFT	Güçlü-Zayıf Yönler-Fırsatlar-Tehditler
YER-SİS	Türkiye'de Kentsel ve Kırsal Yerleşim Sistemleri
TRGM	Tarım ve Orman Bakanlığı Tarım Reformu Genel Müdürlüğü
KUŞAKK	Kuşadası Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi
CE	Cooperatives Europe
TKDK	Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu

TABLO LİSTESİ

Tablo 1. Kooperatif Türleri ve Bağlı Olduğu Bakanlıklar	28
Tablo 2. Bölge İllerinin Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri(TKK) Kapsamında Türkiye'deki yeri	33
Tablo 3. Bölge İllerinin Sulama Kooperatifi(SK) Kapsamında Türkiye'deki yeri	34
Tablo 4. Bölge İllerinin Su Ürünleri Kooperatifleri (SÜK) Kapsamında Türkiye'deki yeri	34
Tablo 5. Bölge İllerindeki Birlikler	44
Tablo 6. Analiz kapsamında görüşülen kooperatiflerin dağılımı	52
Tablo 7. Analiz çalışmasında görüşülen kooperatiflerden tüzel ortağı bulunan kooperatifler	57
Tablo 8. Kooperatiflerin türlerine göre ortalama ciro ve kâr durumları (TL)	58
Tablo 9. Kooperatif Ürünlerinin Sınıflandırması	66
Tablo 10. "Önümüzdeki 3 Yıl Yatırım Yapmayı Planlıyor Musunuz" Sorusuna Verilen Cevapların Kooperatif Türlerine Göre Dağılımı	78
Tablo 11. Kooperatiflerin Yapmayı Planladığı Yatırımlar	79
Tablo 12. Kooperatiflerin Yatırım Konularının İllere Göre Dağılımı	80
Tablo 13. Kooperatiflerin Konularına Göre İhtiyaç Duyduğu Makine Ekipman Listesi	82

HARİTA LİSTESİ

Harita 1: Bölge ilçelerinde Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerin dağılımı	41
Harita 2: Bölge ilçelerinde Tarımsal Kalkınma Kooperatiflerinin Dağılımı	42
Harita 3: Bölge ilçelerinde Su Ürünleri Kooperatiflerinin dağılımı	43
Harita 4: Bölge ilçelerinde Ticaret Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerin dağılımı	45
Harita 5: Bölge ilçelerinde kadın kooperatiflerinin dağılımı	46
Harita 6: Bölge ilçelerinde Üretim ve Pazarlama Kooperatiflerinin dağılımı	47

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. Türlere Göre Bölgedeki Kooperatif Sayıları	39
Şekil 2. Tarım ve Orman Bakanlığına bağlı kooperatiflerin türlerinin dağılımı	41
Şekil 3. Tarım ve Orman Bakanlığına bağlı kooperatif sayısı en fazla olan ilçeler	42
Şekil 4. Ticaret Bakanlığına bağlı kooperatiflerin türlerinin dağılımını	45
Şekil 5. Analiz kapsamında en fazla görüşme gerçekleştirilen ilçeler	52
Şekil 6. Görüşme gerçekleştirilen kooperatiflerin türlerinin sayısına göre dağılımı	53
Şekil 7. Kooperatif başkanlarının öğrenim durumları	53
Şekil 8. Kooperatif başkanlarının yaş dağılımı	54
Şekil 9. Görüşülen kooperatiflerin kuruluş yıllarına göre dağılımı	54
Şekil 10. Kooperatif türlerine göre ortalama kayıtlı ortak sayısı	55
Şekil 11. İllere göre kooperatiflerin ortalama kayıtlı ortak sayısı	55
Şekil 12. Kooperatif türlerine göre ortalama kadın ortak sayısı	56
Şekil 13. Kooperatiflerdeki istihdamın kooperatif türlerine göre dağılımı	58
Şekil 14. Kooperatiflerin Kalite Yönetim Sistemi kullanım durumu	59
Şekil 15. Coğrafi işaretli ürün üreten kooperatif oranı	61
Şekil 16. Kooperatiflerin İyi Tarım veya Organik Tarım Uygulamasına Göre Dağılımı	62
Şekil 17. Kooperatiflerin Öz Değerlendirmelerine Göre Dağılımı	63
Şekil 18. Kooperatiflerin performansını etkileyen faktörler (%)	64
Şekil 19. Kooperatiflerin rekabetçiliğindeki ilk 3 avantaj	65
Şekil 20. Ürünlerin işlenmiş ürüne dönüştürülme durumu	68
Şekil 21. Kooperatiflerin Makine-Ekipman Durumu	68
Şekil 22. Ürünlerin Satış-Pazarlama Kanallarının Kooperatifler Tarafından Kullanılma Oranları	70
Şekil 23. Kooperatiflerin İnternet ve Sosyal Medya Araçlarını Kullanma Düzeylerinin Dağılımı	71
Şekil 24. Ambalajlı Satış Yapan Kooperatiflerin Durumu	72
Şekil 25. Kooperatiflerde Marka Sahibi Olma Oranı	73
Şekil 26. Kooperatif türlerine göre marka sahibi olma oranı	74
Şekil 27. Katalog/Broşür Kullanım Durumu	74
Şekil 28. Son 3 yılda eğitim alma durumu (%)	75
Şekil 29. Kooperatif olarak önümüzdeki 3 yılda eğitim ihtiyaç durumu (%)	76
Şekil 30. Kooperatiflerin önümüzdeki 3 yıl içinde en fazla talep ettiği eğitimler	76
Şekil 31. Devletten son 5 yılda aldığınız herhangi bir kredi/teşvik/hibe var mı?	77
Şekil 32. Önümüzdeki 3 yıl içinde yeni yatırım yapmayı planlıyor musunuz?	78

Yönetici Özeti

1 2 3 4 5 6 7

“ Güney Ege
Bölgesi’nde Üreten
Kooperatiflerin
Mevcut Durum
Analizi ve Gelişim
Stratejileri ”

Oleatrium Zeytin ve Zeytinyağı Müzesi/Aydın

YÖNETİCİ ÖZETİ

"Güney Ege Bölgesi'nde Üreten Kooperatiflerin Mevcut Durum Analizi ve Gelişim Stratejileri" çalışması, bölgede faaliyet gösteren kooperatiflerin ürün yelpazesi, üretim süreçleri, markalaşma kapasiteleri, satış kanalları ve yatırım planlarını sistematik bir biçimde inceleyerek, bu alanlardaki ihtiyaç ve gelişim alanlarını tespit etmeyi amaçlamaktadır. Çalışma kapsamında belirlenen ürün pazarlama düzeyi, markalaşma potansiyeli, kurumsal gelişim kapasitesi ve Güney Ege Kalkınma Ajansı (GEKA) ile iş birliği geçmişi gibi kriterler doğrultusunda 94 kooperatif seçilmiştir. Seçilen kooperatiflerle büyük ölçüde yüz yüze, kısmen çevrim içi yöntemlerle, 35 sorudan oluşan kapsamlı bir anket gerçekleştirilmiştir. Anket görüşmelerinin %60'ı Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerle, %40'ı ise Ticaret Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerle yapılmıştır.

Araştırma, Ajansın faaliyet bölgesini oluşturan Aydın, Denizli ve Muğla illerindeki üretim odaklı kooperatifleri kapsamaktadır. Bu çerçevede tarımsal kalkınma, su ürünleri, kadın girişimi ve işletme, üretim ve pazarlama ile yaş sebze ve meyve pazarlama kooperatifleri incelenmiştir. Kooperatifler, bireylerin ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını dayanışma temelinde karşılamalarını sağlayan demokratik yapılar olmalarının yanı sıra, kırsal kalkınmada da kritik bir rol üstlenmektedir. Özellikle kırsal bölgelerde üreticilerin maliyetlerini düşürmesine, pazara erişimini artırmasına ve gelir paylaşımında adaletin sağlanmasına katkı sunmaktadır. Ayrıca kadınlar, gençler ve küçük üreticiler açısından fırsat eşitliği sağlayarak kapsayıcı ve sürdürülebilir kalkınma modeli oluşturmaktadır.

Saha çalışması kapsamında, bölgede faaliyet gösteren Tarım ve Orman Bakanlığı'na ve Ticaret Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerin yaklaşık %13'ü ile görüşülmüştür. Görüşülen kooperatifler, büyük oranda il müdürlükleriyle yakın iş birliği içinde faaliyet gösteren ve üretim kapasitesi yüksek kooperatiflerden seçilmiştir. Anket sonuçları, "Güney Ege Bölgesi'nde Üreten Kooperatifler Saha Çalışması Analizleri" başlığı altında değerlendirilmiş; kooperatiflerin mevcut durumları ortaya konmuş, GZFT (Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar, Tehditler) analizi ile kurumsal yapı ve işleyişlerine ilişkin kapsamlı bir analiz yapılmıştır.

Elde edilen bulgular, kooperatiflerin yapısal ve işlevsel sorunlarını, öncelikli ihtiyaçlarını ve gelecek planlarını ortaya koymuştur. Bu doğrultuda, "Üretici Örgütlerinin Güçlendirilmesi Yol Haritası" hazırlanmıştır. Ayrıca, kooperatifler mevcut gelişim aşamalarına göre sınıflandırılarak; "Temel üretim aşamasındaki kooperatifler, Kadın kooperatifleri, Marka gelişimi aşamasındaki kooperatifler ve Uluslararası pazarlara giriş potansiyeli bulunan kooperatifler" olmak üzere dört kategoriye ayrılmış ve her kategoriye özgü stratejik gelişim önerileri geliştirilmiştir.

Sonuç olarak, Güney Ege Bölgesi'nde kırsal kalkınmayı destekleyecek, kooperatiflerin katma değer yaratma kapasitesini güçlendirecek ve GEKA'nın gelecek dönem faaliyet ve programlarına yön verecek stratejik öneriler sunulmuştur.



Giriş

1 2 3 4 5 6 7

" Güney Ege
Bölgesi'nde Üreten
Kooperatiflerin
Mevcut Durum
Analizi ve Gelişim
Stratejileri "

GİRİŞ

TR32 Bölgesi (Aydın, Denizli, Muğla); tarım, turizm ve sanayi sektörlerindeki güçlü yapısıyla kooperatifçilik açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Söz konusu potansiyel, bölgede; tarımsal ürünlerin ekonomik değerinin artırılmasına katkı sağlamakta, kırsal kalkınma sürecini hızlandırmakta ve bu gelişimin çarpan etkisiyle turizme yönelik yeni ürünlerin ve kullanım alanlarının ortaya çıkmasına olanak tanımaktadır. Ayrıca kooperatifçilik aracılığıyla özellikle kırsal alanlarda sanayi sektörünün gelişimine yönelik önemli adımların atılması mümkün hale gelmektedir.

Ajansın 2023-2026 sonuç odaklı programlarından birisi olan Üretici Örgütlerinin Güçlendirilmesi Sonuç Odaklı Programı (SOP) kapsamında, üretim odaklı kooperatiflerin ve birliklerin rekabet gücünün geliştirilerek kırsal alanda gelir düzeyinin artırılması amaçlanmaktadır. Bu hedefe ulaşmak için üretici örgütlerinin kurumsal kapasitesinin güçlendirilmesi; işleme, paketleme, depolama süreçlerinin iyileştirilmesi; markalaşma ve pazarlama kapasitesinin artırılması öncelikleri ve bu doğrultuda aşağıdaki faaliyetler belirlenmiştir:

- “Kırsal Kalkınmaya Yönelik Kapasite Geliştirme Faaliyetleri”
- “Yöresel Ürünlerin Katma Değerinin Artırılmasına Yönelik Analiz Çalışmaları”
- “Yöresel Ürünlerin Pazar Payının Artırılmasına Yönelik Faaliyetler”
- “Yöresel Ürünlerin Markalaştırılmasına Yönelik Faaliyetler”

Söz konusu SOP faaliyetlerinin etkin bir şekilde gerçekleştirilmesi için Ajans; bölgede aktif faaliyet gösteren 94 kooperatife anket çalışması uygulayarak üreten kooperatiflerin mevcut durum analizini, ihtiyaç ve sorunlarını ve geleceğe yönelik yol haritasını ortaya koymuştur.

Gerçekleştirilen üretici birlikleri mevcut durum analizi çalışması ile TR32 2024-2028 Bölge Planı'nda yer alan stratejiler arasındaki uyum, sahaya yönelik politika ve projelerin çok boyutlu gerekçelendirilmesine olanak tanımaktadır. Anket verileri, bölge planındaki her bir stratejinin gerekliliğini somut bulgularla desteklemekte, planlama ve uygulama bağlantısını güçlendirmektedir. Bu nedenle, TR32 Düzey 2 Bölgesi için kooperatifçiliğe dayalı kalkınma modelleri geliştirilirken, saha verilerinin stratejik planlama süreciyle entegre edilmesi önem taşımaktadır. Bu doğrultuda TR32 Bölgesi'nde yürütülen Üreten Kooperatifler Analiz Çalışması kapsamında, ürün üretim ve pazarlama durumu, markalaşma potansiyeli, kurumsal gelişim kapasitesi gibi belirleyici kriterler esas alınarak toplam 94 kooperatif seçilmiş; bu kooperatiflerle büyük oranda yüz yüze, kısmen de çevrim içi yöntemlerle 35 sorudan oluşan anket gerçekleştirilmiştir. Anket görüşmelerinin %60'ı Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerle, %40'ı Ticaret Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerle gerçekleştirilmiştir.

Bölgede faaliyet gösteren toplam 602 kooperatif içerisinde (525'i Tarım ve Orman Bakanlığı'na, 77'si Ticaret Bakanlığı'na bağlı), Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerin yaklaşık %9'u ile Ticaret Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerin ise yaklaşık %48'i ile doğrudan görüşme sağlanmıştır.

Anket sürecini yürüten ajans uzmanları bölgede öne çıkan, üretim yapan, gelişme potansiyeli olan 94 kooperatifin yöneticisiyle görüşme olanağı bulmuş ve ajans uzmanları tarafından her bir kooperatif için ayrı genel değerlendirme notları hazırlanarak bu görüşler rapora niteliksel veri olarak yansıtılmıştır. Ayrıca Aydın, Denizli ve Muğla illerinde kooperatiflerin bağlı bulunduğu İl Tarım ve Orman Müdürlükleri ve Ticaret İl Müdürlükleri ile odak grup görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerde kooperatifçilik alanındaki yapısal ve işleyişe ilişkin kritik sorunlar tespit edilmiş ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirilmiştir.

Çalışmanın ilerleyen bölümlerinde, öncelikle kooperatifçilikle ilgili temel kavram ve yapılar gözden geçirilmiş; saha araştırması kapsamında elde edilen bulgular, kooperatiflerin tanımlayıcı özellikleri doğrultusunda tablo ve grafikler aracılığıyla açıklanmıştır.

Devam eden bölümlerde, anket sonuçları üzerinden yapılan çapraz analizlere yer verilmiş, bölge özelinde öne çıkan sorun alanları ile bu alanlara ilişkin geliştirilen çözüm önerileri sistematik bir biçimde sunulmuştur. Son olarak, TR32 Bölgesi'nde kooperatifçiliğin güçlendirilmesine yönelik hedefler ve stratejiler ortaya konulmuştur.



Kooperatifçilik Kavramı ve İlkeleri

1 2 3 4 5 6 7

“ Güney Ege
Bölgesi’nde Üreten
Kooperatiflerin
Mevcut Durum
Analizi ve Gelişim
Stratejileri ”

1. KOOPERATİFÇİLİK KAVRAMI VE İLKELERİ

Kooperatifçilik hareketi, 19. yüzyılın ortalarında sanayi devriminin yol açtığı toplumsal ve ekonomik sorunlara karşı bir dayanışma modeli olarak ortaya çıkmıştır. Ancak 20. yüzyılın ortalarından itibaren, özellikle 1930'larda filizlenen ve 1970'lerden sonra küresel düzeyde hâkim hale gelen neoliberalizm akımı, kooperatiflerin işlev ve anlamını dönüştürmüştür. Neoliberalizm; özelleştirme, serbest piyasa mekanizmalarının güçlendirilmesi, küreselleşme, kamu harcamalarının azaltılması ve devletin sosyal hizmetlerdeki rolünün daraltılması gibi politikalarla şekillenmiştir.

Bu politikalar doğrultusunda sağlık, eğitim, istihdam ve kırsal kalkınma gibi alanlarda önemli boşluklar oluşmuştur. Genel anlamda sosyal devlet anlayışının zayıflamasıyla hem geleneksel hem de yeni nesil kooperatifler bu boşlukları doldurmak üzere ön plana çıkmış; kooperatifler dayanışma temelli bir alternatif olarak yerel ihtiyaçlara duyarlı, çok paydaşlı ve topluluk temelli çözümler geliştirmeye başlamıştır.

Bu bağlamda, kooperatifler sadece ekonomik değil, aynı zamanda sosyal sorumluluk taşıyan örgütler olarak yerel toplulukların güçlenmesinde kritik bir rol üstlenmiştir. Bu dönüşüm, kooperatiflerin hem tarihsel kökenleriyle bağını korumasına hem de değişen ihtiyaçlara cevap verecek şekilde evrilmesine olanak tanımıştır.

Kooperatifler, bireylerin ortak sosyo-ekonomik ve kültürel ihtiyaçlarını karşılıklı yardımlaşma, dayanışma ve kefalet yoluyla karşılamak ve üyelerinin çıkarlarını korumak amacıyla kurulan; değişir ortaklı, değişir sermayeli işletmelerdir. Geleneksel anlamda kooperatifler, ortakları arasında rekabeti artırmak yerine piyasa karşısında ortakları ile birlikte bir dayanışma örneği sergilemekte ve bu yolla piyasaya karşı rekabet etme fırsatı yaratmaktadır.

Uluslararası Kooperatifler Birliği (ICA International Cooperative Alliance)'nin tanımına göre kooperatif; "müşterek sahip olunan ve demokratik olarak kontrol edilen bir işletme yoluyla, ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını ve arzularını karşılamak için gönüllü olarak bir araya gelmiş kişilerin özerk birliği"dir (ICA, 2015). Bu tanım, kooperatiflerin yalnızca ekonomik kazanç sağlamayı değil, üyelerine doğrudan fayda sunmayı ve sosyal bütünleşmeyi de temel amaç olarak benimsediğini göstermektedir.

19. yüzyıldan bu yana modern bir işletme modeli olarak kabul edilen kooperatifler, sadece bir şirket türü olmanın ötesine geçerek; atıl kaynakların değerlendirilmesi, sermayenin tabana yayılması, dezavantajlı grupların ekonomik hayata katılması ve küçük girişimlerin birleşerek güçlü ekonomik aktörlere dönüşmesi açısından etkili bir araç olarak öne çıkmıştır. Özellikle küresel ekonomik kriz dönemlerinde kooperatiflerin ayakta kalabilme kapasitesi, onların sadece yüksek kârlı sektörlerde değil; sağlık, eğitim, yaşlı ve çocuk bakımı gibi toplumsal önceliği yüksek alanlarda da aktif rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Bu nedenle kooperatifçilik modeli, ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel boyutlarıyla toplumun çeşitli ihtiyaçlarını karşılayabilme kapasitesi sayesinde, kamu ve özel sektör arasında "üçüncü sektör" olarak konumlanmaktadır. Günümüzde bu model, sanayileşme, kentleşme ve ulusallaşma süreçlerinin etkisiyle evrilerek yeni formlar kazanmakta ve "yeni nesil kooperatif" anlayışını ortaya çıkarmaktadır.

Yeni nesil kooperatifler, toplumun değişen ve değişmeyen ihtiyaçları doğrultusunda şekillenen, topluluk temelli girişim modelleri olarak dikkat çeker. Bu kooperatifler yalnızca üyeleri için değil, içinde bulundukları topluluklar için sosyal, ekonomik, kültürel ve çevresel faydalar üretmeyi hedeflemektedir. Geleneksel kooperatifçilikteki ticari ortaklık anlayışı yerini, daha kapsayıcı ve katılımcı bir topluluk anlayışına bırakmıştır.

Kooperatifçiliğin temel ilkelerinden biri olan toplumsal sorumluluk ilkesi doğrultusunda, kooperatifler bulundukları bölgelerin sürdürülebilir kalkınmasına katkı sunmayı hedefler. Yerel kaynakların dengeli kullanımı, çevrenin korunması, ortakların bilinçlendirilmesi ve teknik bilgi/becerilerin artırılması bu katkıların önemli parçalarıdır. Bu nedenle özellikle kırsal ve az gelişmiş bölgelerde kurulacak kooperatifler, bölgesel kalkınmayı destekleyen hızlı ve etkili araçlar olarak karşımıza çıkmaktadır (Çetin, 2009: 41).

Uluslararası Kooperatifler Birliğinin tanımına göre kooperatifin haiz olduğu değerler çerçevesinde kooperatifçiliğin genel kabul görmüş yedi ilkesi bulunmaktadır:

1. Gönüllülük ve herkese açık ortaklık
2. Demokratik Yönetim
3. Ekonomik Katılım
4. Özerklik ve Bağımsızlık
5. Eğitim, Öğretim ve Bilgilendirme
6. Kooperatifler Arası İşbirliği
7. Topluma Karşı Sorumluluk

Bu ilkeler genel anlamda, her üyeye eşit oy şansı sunmakta, hem demokratik katılımı hem de aidiyet duygusunu güçlendirmektedir. Ekonomik katılımı kendi işinin patronu gibi hisseden ortaklar, kooperatifin devlet ya da başka dış kaynaklarla etkileşimini bağımsızlıklarını zedelemekten devam ettirebileceklerdir.

Özellikle yeni nesil kooperatiflerle toplumsal sorumluluk ilkesi sosyal kooperatifler aracılığıyla daha aktif irade göstermektedir. Dezavantajlı ya da muhtaç kişilerin sosyal hizmetlere erişimi ve iş hayatına entegrasyonunu destekleyen bu yeni nesil kooperatifler devletlere sosyal politikaların uygulanmasında daha çok yol gösterici olmaktadır.



Dünyada Kooperatifçiliğin Gelişimi

1 2 3 4 5 6 7

A photograph of a man with a mustache and glasses, wearing a light-colored button-down shirt, sitting in a workshop. He is surrounded by numerous spools of thread in various colors (green, red, brown, black) on a table. The background shows wooden shelves and tools, suggesting a textile or craft workshop. The image is overlaid with a large, semi-transparent circular graphic.

“ Güney Ege
Bölgesi’nde Üreten
Kooperatiflerin
Mevcut Durum
Analizi ve Gelişim
Stratejileri ”

2. DÜNYADA KOOPERATİFÇİLİĞİN GELİŞİMİ

Ekonomik ve sosyal yaşamda, ayrıca kamu yönetimi anlayışında yaşanan dönüşümler sonucunda devletler; sosyal ve ekonomik alanlardaki rollerini azaltma, idari ve ekonomik yapıları serbestleştirme, merkeziyetçi planlamadan piyasa ekonomisine geçiş yapma ve yerelleşmeyi teşvik etme yönünde adımlar atmıştır. Bu gelişmeler, toplumun çeşitli ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarına çözüm üretebilecek alternatif yapılanmalara olan ihtiyacı artırmıştır. Bu çerçevede kooperatifler, birlikte hareket etme, dayanışma ve ortak sorunlara kolektif çözümler geliştirme kapasitesiyle önemli bir model olarak öne çıkmıştır. Tarihsel kökenleri insanlık tarihine kadar uzansa da, kooperatifçilik klasik anlamda özellikle gıda temelli ihtiyaçlara dayanarak gelişmiştir.

Modern kooperatifçiliğin ilk örneği kabul edilen Rochdale Equitable Pioneers Society, 1844 yılında İngiltere'nin kuzeyinde yer alan Rochdale kasabasında, pamuk fabrikalarında çalışan 28 zanaatkâr tarafından kurulmuştur. Bu girişimin amacı, ortakların temel tüketim maddelerine daha uygun fiyatlarla ulaşmasını sağlamaktır. Dönemin ağır çalışma koşulları, düşük ücretler ve yüksek gıda fiyatları karşısında zanaatkârlar, sınırlı kaynaklarını bir araya getirerek kolektif bir çözüm üretmişlerdir.

Rochdale öncüleri, alışveriş yapanlara dürüstlük, açıklık ve saygıyla yaklaşılması gerektiğini savunmuş; elde edilen kârın üyelerle paylaşılması ve kooperatifin demokratik ilkelerle yönetilmesi gerektiğini kabul etmişlerdir. Bu ilkeler doğrultusunda, mağazadan alışveriş yapan herkes aynı zamanda kooperatifin bir üyesi olmuş ve karar alma süreçlerine katılım hakkı elde etmiştir. Başlangıçta yalnızca haftada iki akşam açık olan mağaza, kısa süre içinde artan ilgiyle haftada beş gün hizmet verecek noktaya ulaşmıştır.

Bugün en başarılı kooperatifler arasında, tarımsal üretim yapan kooperatifler ile kırsal alanlarda finansal hizmet sunan kooperatif bankaları öne çıkmaktadır. Bu durum, tarım sektöründe dayanışma ilişkilerinin tarihsel ve yapısal olarak güçlü olmasından kaynaklanmaktadır.

2.1 Dünyada Kooperatifçiliğin Genel Görünümü ve Öne Çıkan Kurumlar

Dünya genelinde kooperatifçilik çalışmalarını analiz etmek için bu konuda öne çıkan ülkeleri, bu ülkelerdeki örnekleri ve uluslararası kurulmuş üst organizasyonları incelemek faydalı olacaktır.

Kooperatifçiliğin dünya rakamları incelendiğinde dünya nüfusunun en az %12'sinin, dünya genelindeki 3 milyon kooperatiften herhangi birinin ortağı olduğu görülmektedir. Bu demektir ki, Dünya genelinde her 8 kişiden biri, mevcut 3 milyon kooperatiften en az birine üyedir. Kooperatiflerin Tanıtımı ve İlerlemesi Komitesi (Copac-Committee for the Promotion and Advancement of Cooperatives-) verilerine göre; bu kooperatiflerin çalışma alanları tarım, bankacılık, tüketici, enerji, balıkçılık, sağlık, konut, sigorta ve sanayi ve hizmetler sektörü gibi çok çeşitli olduğu görülmektedir. (International Cooperative Alliance, 2025)

Kooperatiflerin ekonomik yönü incelendiğinde; kooperatifler küresel düzeyde istihdam edilen 3,5 milyar kişinin yaklaşık %10'unu kapsayarak sürdürülebilir ekonomik kalkınmaya katkı sunmakta ve milyonlarca kişiye doğrudan iş veya çalışma olanağı sunmaktadır.

Dünya Kooperatif Monitörü verilerine göre, en büyük 300 kooperatif ve karşılıklı kuruluş, toplamda 2,4 trilyon ABD doları civarında ciro üretmekte ve toplumların sürdürülebilir kalkınması için gerekli hizmetleri ve altyapıyı sağlamaktadır. (International Cooperative Alliance, 2025)

Dünya sıralamasında kooperatifçilik konusunda öne çıkan ülkelerin ABD, Almanya, İngiltere, Fransa ve Japonya gibi ekonomi ve teknoloji alanında da gelişmiş ülkeler olduğu görülmektedir.(Ticaret Bakanlığı, 2013). Dünya genelinde kooperatifçiliği anlamak için kooperatifler için kurulmuş olan uluslararası kurum, kuruluş ve örgütlenmelerin incelenmesi faydalı olacaktır. Bunlardan en güçlü ve öne çıkan kurum Uluslararası Kooperatifler Birliği (ICA)'dır.

Uluslararası Kooperatifler Birliği (ICA)

Uluslararası Kooperatifler Birliği, 1895 tarihinde Londra'daki 1. Kooperatif Kongresi'ne Arjantin, Avustralya, Belçika, İngiltere, Danimarka, Fransa, Almanya, Hollanda, Hindistan, İtalya, İsviçre, Sırbistan ve ABD'den gelen kooperatif temsilcileri ile kurulmuştur. Kuruluş aşamasında; uluslararası kooperatifler birliğinin amacı; üyeler arası ve ticari ilişkiler için bilgi akışını sağlama, kooperatif ilkelerinin gerçekleştirilmesi ve uluslararası ticaretin geliştirilmesi olarak belirlenmiştir. (International Cooperative Alliance, 2021)

Uluslararası Kooperatifler Birliği (ICA), kooperatiflerin kurulması ve sürdürülebilir şekilde büyüebilmesi için gerekli mevzuat altyapısının oluşturulması için küresel ve bölgesel düzeyde hükümetler ve ilgili kuruluşlarla iş birliği yapan, dünya çapında 3 milyondan fazla kooperatife ortak olan yaklaşık 1 milyardan fazla kooperatif ortağını temsil eden dünyanın en büyük sivil toplum örgütlerinden biridir. (ICA 2025,2023)

Uluslararası Sanayi, Zanaatkâr ve Hizmet Kooperatifleri Organizasyonları (Cicopa-International Organisation Of Industrial And Service Cooperatives)

CICOPA adı ile dünya genelinde kısaltması doğrudan kullanılan Uluslararası Sanayi, Zanaatkâr ve Hizmet Kooperatifleri Organizasyonları; ICA'nın sektörel bir organizasyonu olup kamu yararına çalışan uluslararası bir ortaklık olarak Brüksel'de kurulmuştur. CICOPA'nın temel amacı; kooperatif değerleri ve ilkeleri doğrultusunda dünya çapındaki sanayi, hizmet, işçi, sosyal ve zanaatkâr kooperatiflerini tanıtmak, birleştirmek ve geliştirmektir. (CICOPA, 2017)

Avrupa Kooperatifleri (Ce-Cooperatives Europe)

Cooperatives Europe (CE), kooperatifleri küresel düzeyde temsil eden çatı kuruluş olan Uluslararası Kooperatifler Birliği'nin (ICA) Avrupa bölge ofisidir. 2006 yılında kurulan CE, Avrupa'da kooperatif işletme modelinin tanıtımı ve geliştirilmesi amacıyla faaliyet göstermektedir. 2023 itibarıyla CE; 33 Avrupa ülkesinden 84 üye kuruluşa sahiptir.

Üyeleri arasında Avrupa düzeyindeki sektörel birlikler, ulusal kooperatif temsil kuruluşları, bireysel kooperatif işletmeleri ve sektörel örgütler yer almaktadır. Bu yapılar toplamda 163 milyon bireysel ortağı, 250.000 kooperatif işletmeyi temsil etmekte ve 5,4 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır. Bu veriler, kooperatiflerin Avrupa'da ekonomik büyüme ve sosyal dönüşümdeki etkili rolünü göstermektedir. CE'nin merkezi, Avrupa Birliği kurumlarına yakınlığı dolayısıyla Brüksel'de bulunmaktadır. (Cooperatives Europe, 2025)

2.2. Ülkelere Göre Kooperatifçilik Örnekleri

ABD

Amerika Birleşik Devletleri'nde yaklaşık 65.000 kooperatif faaliyet göstermekte olup ülke nüfusunun yaklaşık üçte biri bir kooperatife üyedir. Kooperatiflerin faaliyet gösterdiği sektörler çeşitlilik göstermektedir. Örneğin, ülkede 300 ila 400 arasında işçi kooperatifi bulunmakta ve bu kooperatiflerde yaklaşık 7.000 kişi istihdam edilmektedir. İşçi kooperatiflerinin yıllık toplam cirosu 400 milyon dolara yaklaşmaktadır. Öne çıkan bir diğer kooperatif türü olan market kooperatifleri, sayıca 300–350 arasında değişmekte ve yerel ekonomiye önemli katkılar sunmaktadır. Bu kooperatiflerde satılan ürünlerin yaklaşık %21'i yerel üreticilerden temin edilmektedir. (NCBA CLUSA, 2025)

National Co-op Grocers (NCG), Amerika genelindeki perakende gıda kooperatifleri için kurulmuş iş hizmetleri kooperatifidir. Bu kooperatif, ABD'de 39 eyalette faaliyet gösteren 160 kooperatifi ve bunlara bağlı 230'dan fazla mağazayı temsil etmektedir. Temsil ettiği 160 kooperatifin yıllık cirosu 2,5 milyar dolar seviyesinde olup 1,3 milyondan fazla tüketici ortağı bulunmaktadır. NCG, doğal gıda kooperatiflerini birleştirerek operasyonel ve pazarlama kaynaklarını optimize etmeyi, satın alma gücünü güçlendirmeyi ve doğal gıda kooperatif ortaklarına ve tüketicilere daha fazla değer sunmayı amaçlamaktadır. (International Cooperative Alliance & Euricse, 2024)

Hindistan

Indian Farmers Fertiliser Cooperative Limited (IFFCO), Hindistan'ın Yeni Delhi şehrinde merkezi bulunan birden fazla eyalette faaliyet gösteren dünyanın en büyük gübre kooperatifidir. IFFCO'nun 35.565 kooperatif üyesi bulunmaktadır.

IFFCO, çiftçilere daha iyi tarımsal uygulamalar ve gelişmiş geçim kaynakları sağlamak amacıyla eğitim programları, gübre temini ve finansal destek gibi çeşitli hizmetler sunmaktadır. IFFCO, tamamen kooperatif üyeleri tarafından sahip olunan özerk bir kooperatiftir ve tüm girişimlerinin amacı, üyelerinin yani çiftçilerin yararına hizmet etmektir. Ayrıca, IFFCO'nun kırsal kalkınmaya yönelik etkin çalışmaları, Hindistan'dakigenel tarımsal ekosistemi güçlendirmede önemli bir rol oynamaktadır. (International Cooperative Alliance & Euricse, 2024)

Self-Employed Women's Association (SEWA), Hindistan'da kendi işinin sahibi kadınları güçlendirmeyi ve onlara yüksek faizle kredi veren kişilere alternatif olmayı amaçlayarak kurulmuş bir kooperatif bankasıdır. Kooperatif ortağı kadınlar her yıl bir araya gelerek banka yönetimini seçer. Yönetim kurulu, bankanın politikalarını belirler ve tüm kredileri onaylar.

Banka, profesyonel yöneticiler tarafından yönetilmekte olup faaliyetleri Hindistan Merkez Bankası (Reserve Bank of India) tarafından denetlenmektedir. (Global Development Research Center, 2025)

Bankanın web sitesindeki 2023-2024 verilerine göre, kooperatifin yatırımcı sayısı 341.224'e, sermayesi ise 4.686.423.000 Hindistan Rupisi (yaklaşık 6 milyon \$) değerine ulaşmıştır. (SEWA Bank, 2025)

SEWA üyeleri çoğunlukla; sokaklarda ya da pazarlarda ürün satan kadınlar, inşaat, temizlik gibi işlerde çalışan kadınlar, evde el sanatları, dikiş, nakış gibi işler yapan kadınlardan oluşmaktadır. SEWA; üyelerinin ekonomik bağımsızlık kazanmasına yardımcı olur ve onlara finansal hizmetler ve eğitim sunarak yaşamlarını iyileştirmeyi hedefler. (SEWA Bank, 2025)

Almanya

Almanya'da her dört vatandaştan biri bir kooperatifin üyesidir. Bu oran dünya genelinin iki katı kadardır. Almanya'da ekonomik ve sosyal devlet anlayışı ile kooperatifçilik anlayışı paralel gelişim göstermiştir.

Almanya'da kooperatifler, büyük ölçüde küçük ve orta ölçekli işletmelerden oluşmakta ve birçok sektörde piyasanın canlanmasına katkı sağlamaktadır. Kooperatiflerin sayısı zaman içinde ekonomik yapının dönüşmesiyle azalmış olsa da sektördeki pazar payları belirgin şekilde artmıştır.

Almanya'da faaliyet gösteren 7.000'in üzerindeki kooperatif, 20 milyondan fazla üyeye ülkenin en büyük ekonomik yapılarından birini oluşturmaktadır. Ülke genelinde çiftçilerin, bağcılık ve bahçecilikle uğraşanların neredeyse tamamı, zanaatkarların %60'ı, perakendecilerin %75'i, fırıncı ve kasapların %90'ı ile bağımsız vergi danışmanlarının %65'inden fazlası en az bir kooperatife üyedir. Kooperatifler, yaklaşık 830.000 kişiye istihdam sağlamakta ve 35.000'den fazla kişiye eğitim programları sunmaktadır.

Almanya'daki kooperatif sistemi beş ana gruba ayrılmaktadır: kooperatif bankaları, tarımsal kırsal kooperatifler, ticaret ve hizmet kooperatifleri, tüketici ve konut inşa kooperatifleri ile bunlara bağlı birlik ve merkez kooperatifler ve özel kuruluşlar. (DGRV Türkiye, 2025)



Türkiye’de Kooperatifçiliğin Gelişimi

1 2 3 4 5 6 7

“ Güney Ege
Bölgesi’nde Üreten
Kooperatiflerin
Mevcut Durum
Analizi ve Gelişim
Stratejileri ”

Buldan Bezi

3. TÜRKİYE'DE KOOPERATİFÇİLİĞİN GELİŞİMİ

Türk toplumlarında birlikte çalışma ve ortaklaşa iş yapma şeklinde görülen dayanışma faaliyetleri, imece, lonca veya ahilik gibi yapılar altında bir araya gelmiş ve yüz yıllarca başarılı şekilde uygulanmıştır. Bu noktada, Türk kültüründe bulunan yardımlaşma ve dayanışma kültürü, dünyada 170 yılı aşkın süredir etkin bir şekilde uygulanan kooperatifçilikle birçok açıdan benzeşmektedir. Cumhuriyet kurulmadan önce kooperatif modellerine benzeyen, Anadolu'da "Ahi Birlikleri" ile başlayan bu ortak iş yapma sistemi, cumhuriyetin kurulmasıyla günümüz kooperatiflerine dönüşmüştür.

Kooperatifçiliğin Türkiye'de gelişiminin Mithat Paşa'nın kurduğu "Memleket Sandıkları" ile başladığı kabul edilmektedir. Osmanlı İmparatorluğunun Rumeli topraklarında bulunan Şehirköy (Piot) kasabasında 1863 yılı Kasım ayında kurulan "Memleket Sandıkları" Türk Kooperatifçiliğinin ilk uygulamasıdır. Uygulamanın olumlu sonuçlar vermesinin ardından 1867 yılında çıkarılan "Memleket Sandıkları Nizamnamesi" ile bir devlet politikası olarak Memleket Sandıkları tüm ülkeye yayılmıştır.

Cumhuriyetin ilk yıllarında ise özellikle ülke gelirinin büyük bir kısmının karşılandığı tarım sektöründe kurulan kooperatiflerin aktif olduğu görülmektedir. Cumhuriyetin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk kooperatiflerin gelişimine oldukça katkı sağlamıştır. Zira 1926 yılında kabul edilen Ticaret Kanunu, kooperatifleri bir şirket türü olarak kabul etmiştir (Başar, 1983: 120; Mülâyim, 1992: 46).

Kooperatif modeli; Türkiye'de yüzyıldan daha uzun bir zamandır istihdam olanaklarını artırmak, iyileştirmek, ürün ve hizmet sağlamak ve atıl kaynakları yeniden ekonomiye kazandırmak üzere uygulanmaktadır (KEDV ve CCA, 2015:19).

Günümüzde kooperatifçilik Türkiye'de 8 milyondan fazla kişinin gönüllü olarak katıldığı ekonomik girişim modeli olmayı başarmış bir sektör olarak varlığını ispatlamaktadır. Geniş kesimleri bünyelerinde barındıran ortaklık modeli ile her daim kendilerini geliştirmektedir. Kooperatif türlerinden biri olan tarım satış kooperatifleri ve birlikleri üreticilerin güçlerini birleştirerek bir araya gelip, ürün arz zincirinde birbirlerini desteklediği ve bu sayede rekabet ve pazarlık gücü kazandığı kuruluşlardır. Bu kooperatifler üreticiyi üretim ve pazarlama sürecinde yalnız bırakmayan, üreticinin üretimi sürdürmesi yönünde güven unsuru temelinde faaliyet gösteren kuruluşlardır.

Kadın kooperatifçiliği hareketi ise 2000'li yılların başında hız kazanmış; kadın kooperatifleri kadının iş gücüne katılımını artırmak, kadınlar için sosyal ve kültürel faaliyetler geliştirilmek, kadını korumak, desteklemek, sağlıklı bir çevrede yaşamalarını sağlamak amacıyla kadın girişimciler ve tabandan gelen talepler doğrultusunda kurulmaya başlanmıştır (KGM, 2012:11).

1960'lar Türkiye'sinde kırsal ve kentsel alanlarda yaşanan ekonomik ve toplumsal sorunlara çözüm geliştirmek için kalkınma planları oluşturulmaya başlanmış, bu planlarda da en temel aktörlerden biri kooperatifler olarak planlanmıştır. Tarihsel sürece baktığımızda Türkiye'de devlet, kooperatifçiliğin gelişiminde oldukça faal rol almıştır. Bu gelişimi özellikle kırsal alanlarda kooperatiflerin, devletin bir uzantısı olarak görülmesine neden olmuştur. Bu konudaki en büyük örnek, Cumhuriyet'in kuruluş yıllarından itibaren tarımsal kooperatiflerin üzerindeki devlet

himayesidir. Akabinde ulusal kalkınma politikalarını uygulamak için adeta bir enstrüman olarak kullanılan tarım satış kooperatifleri ve tarım kredi kooperatifleri, devlet destekleriyle yatırımlar yapmış, sanayi tesisleri kurmuş ve yıllar içerisinde büyük işletmelere dönüşmüştür.

Türkiye’de PANKOBİRLİK, MARMARABİRLİK ve TRAKYABİRLİK gibi birliklerin farklı yıllarda İSO 500 Büyük Sanayi Kuruluşları listesine girmesi veya ihracat şampiyonları arasında yer alması, kooperatifçiliğin zaman içinde önemli bir gelişme gösterdiğini ve bu sayede ülkenin her köşesindeki üreticiye kooperatifçilik aracılığıyla refah sağlandığını ortaya koymaktadır.

3.1 Ulusal Ve Bölgesel Planlarda Kooperatifçilik ve Kırsal Kalkınma

Ülkede ulusal ve bölgesel kalkınma doğrultusunda ortaya konan planlar kırsal kalkınma, kooperatifçilik ve tarım faaliyetlerine yönelik politikaları ele almaktadır. Bu doğrultuda 2024-2028 yıllarını içine alan On İkinci Kalkınma Planı, Ulusal Kalkınma Stratejisi ve TR32 Düzey 2 Bölge Planı öne çıkmaktadır.

On İkinci Kalkınma Planı

Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı (SBB) tarafından hazırlanan On İkinci Kalkınma Planı, Türkiye’nin uzun vadeli kalkınma hedeflerini belirleyen temel politika belgesidir. Strateji ve Bütçe Başkanlığı, kalkınma planlarını hazırlarken kamu kurumları, üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, özel sektör ve yerel yönetimlerle istişare süreçleri yürütür. En güncel plan olan 12. Kalkınma Planı (2024–2028), 2023 yılı Ekim ayında TBMM’ye sunulularak yürürlüğe girmiştir.

a. “Tarım ve Gıda” Politika ve Tedbirler kapsamında;

496.2. Üretici birliklerinin ticari faaliyette bulunabilmelerinin kolaylaştırılması amacıyla düzenlemeler yapılacaktır.

496.3. Tarımsal amaçlı kooperatif ve üretici birliklerinin fiziki altyapılarının iyileştirilmesi desteklenecektir.

563. Esnaf, sanatkâr ve kooperatiflerin değişen ekonomik ve sosyal şartlara uyum sağlayacak şekilde rekabetçilikleri ve kapasiteleri geliştirilecek, denetim sistemleriyle şeffaflık ve güvenilirlikleri artırılabilecek, işbirliği ve ortak çalışma kültürünün yaygınlaşması sağlanacaktır.

563.4. Kooperatiflere yönelik finansal destek araçları geliştirilecek, kooperatiflerin makine ve ekipman alımı, nitelikli personel istihdamı ve demirbaş alımları desteklenecektir.

563.5. Başta tarım satış kooperatifleri, kadın kooperatifleri ile sosyal nitelikli kooperatifler olmak üzere öncelikli sektörlerde faaliyette bulunan kooperatiflere destek sağlanacaktır.

563.6. Esnaf, sanatkâr ve kooperatiflere yönelik ortak makine kullanım alanlarının kurulması teşvik edilerek daha az maliyetli üretim yapılabilmesi sağlanacaktır.

563.7. Kooperatifçilikle ilgili kamuoyunda ve üniversitelerde farkındalık sağlanacak ve kooperatifçiliğin daha etkin uygulanması yönünde çalışmalar yapılacaktır.

b. "Kadın" Politikaları ve Tedbirler

728.2. Kadınların işgücüne katılımlarını artıracak girişimcilik, finansal ve dijital okuryazarlık, kooperatifçilik gibi alanlardaki programlar kapsamı genişletilerek yaygınlaştırılacaktır

c. "Kırsal Kalkınma" Politikaları ve Tedbirler

897.4. Kırsalda üretici örgütlerinin güçlendirilmesi ve kooperatifçiliğin etkinleştirilmesi amacıyla ilgili mevzuatta iyileştirmeler gerçekleştirilecektir.

Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi-IV (2024-2028)

"Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi-IV (2024-2028)" belgesi, Tarım ve Orman Bakanlığı Tarım Reformu Genel Müdürlüğü (TRGM) ana koordinasyonunda hazırlanmıştır. Strateji belgesi, 12. Kalkınma Planı (2024-2028)'da yer alan kırsal kalkınma hedeflerine dayanarak hazırlanmıştır. Ayrıca Cumhurbaşkanlığı tarafından yayımlanan genelge ile bu stratejinin uygulama, izleme ve güncelleme süreci Tarım ve Orman Bakanlığı koordinasyonunda sürdürülmektedir

Temel Amaç ve Hedefler

Kırsal alanda sürdürülebilirliğin sağlanması, ekonominin canlandırılması, doğal kaynak yönetimi, yaşam kalitesinin iyileştirilmesi, nüfusun kırsalda tutulması en temel amaç olarak belirlenmiştir. Kırsal kalkınmanın geliştirilmesine yönelik eğilimler ve AB uyum süreci gereklilikleri de göz önünde bulundurularak hazırlanan UKKS ile kırsalda geçim kaynaklarının oluşturulması için aile işletmelerine destek verilmesi, kooperatiflerin etkinleştirilmesi, mevzuatta iyileştirmelerin yapılması, kırsal toplumun refah düzeyinin artırılması ele alınmakta olup, bütüncül bir politika çerçevesinin oluşturulması hedeflenmektedir. UKKS 6 ana stratejik amaç (eksen) üzerine kurgulanmıştır. Her eksen temelde bir odak alana yönelik tedbirlerden oluşmaktadır. Belirtilen stratejik amaçlar aşağıda yer almaktadır:

Stratejik Amaç-1: Tarımsal Üretimin Ekonomik Sürdürülebilirliğinin ve Uzun Vadeli Gıda Güvenilirliğinin Sağlanması,

Stratejik Amaç-2: İklim ve Çevre Değişikliğine Karşı Doğal Kaynakların Sürdürülebilir Kullanımının Geliştirilmesi ve Yönetilmesi,

Stratejik Amaç-3: Doğal Afetlerin Kırsal Kalkınmaya Etkilerinin Azaltılması,

Stratejik Amaç-4: Teknolojik Dönüşüm ve Dijitalleşmenin Yaygınlaştırılması,

Stratejik Amaç-5: Kırsalda Yaşanabilirliğin Sağlanması, Sosyal, Fiziki Altyapı ve Sosyal Sermayenin Geliştirilmesi,

Stratejik Amaç-6: Yerelde Yeni Kırsal Kalkınma Modellerinin Geliştirilmesi İçin Kamu Kurumlarının Etkinliğinin Artırılması.

TR32 Düzey 2 Bölge Planı (2024-2028)

TR32 Bölgesinin küresel değer zincirinin güçlü halkası olma vizyonu doğrultusunda; uluslararası rekabetçiliğin artırılması stratejik önceliği kapsamında, geleneksel üretim alanlarında kurumsallaşma ve verimlilik odaklı dönüşüm sağlanması hedeflenmiştir.

Bölge Planında doğrudan üretici örgütleri ile ilgili hedef ve tedbirlerle birlikte kırsal kalkınma ve tarıma dayalı sanayide katma değer artırılmasına yönelik hedef ve tedbirler yer almaktadır. Bu doğrultuda uluslararası rekabetçiliğin artırılması stratejik önceliği kapsamında bölgenin nitelikli mal ve hizmet üretme, dijitalleşme, yenilik, kurumsallaşma ve verimlilik kapasitesinin artırılarak rekabetçi üretim yapısının uluslararası düzeye taşınması ele alınmaktadır. Bu çerçevedeki hedef ve tedbirler bölgenin küresel değer zincirinin güçlü halkası olma vizyonuna katkı sunacak niteliktedir. Nitekim Hedef 4.1.2. "Geleneksel üretim alanlarında kurumsallaşma ve verimlilik odaklı dönüşüm sağlanacaktır." İle uluslararası rekabetçiliğin artırılması stratejik önceliği altında üretici örgütleri ile ilgili olan hedef ve tedbirlere ilişkin bilgiler bu başlık altında yer almaktadır.

Hedef 4.1.2. altında yer alan üretici örgütleri ve kooperatiflerle ilgili tedbirler şu şekilde belirlenmiştir;

Tedbir 1: Üretici örgütlerinde dijital yetkinlikler artırılabacaktır.

Güney Ege Bölgesi'nde Üretim Odaklı Kooperatiflerin Mevcut Durum Analizi ve Gelişme Stratejileri (2016) çalışmasına göre; üretimdeki yöntem ve gelişmeleri takip eden üreticilerin yaklaşık olarak %34'ü güncel gelişmeleri TV'den, %23'ü ise internetten takip etmektedir. Kooperatif başkanlarından internet ve sosyal medya araçlarını kullanmayanların oranı da %48,6 olarak belirlenmiştir. Kooperatiflerin yalnızca %3,8'i e-ticaret platformlarını kullanmaktadır. Bu kapsamda gelişmede öncelikli ve rekabet potansiyeli olan ilçelerde, dijital okuryazarlık, dijital pazarlama gibi hususlarda eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin yaygınlaştırılması gerekmektedir.

Tedbir 3: Üretici örgütlerinin üniversite, araştırma merkezi ve kamu kurumları ile ortak çalışmalar yürütmesi teşvik edilecektir.

Üretim Odaklı Kooperatiflerin Mevcut Durum Analizi (2016) çalışmasına göre bölgede üniversite, araştırma merkezi ya da kamu kurumu ile iş birliği yaptığını belirten kooperatiflerin oranı %15,7'dir. Kurumsallaşma kapasitesi yüksek kooperatiflerin diğer kooperatiflere göre üniversiteler, araştırma merkezleri gibi kurumlarla daha fazla iş birliği yapma eğiliminde olduğu görülmektedir.

Kooperatiflerin çeşitli kurumlarla iş birliğinin az olması ar-ge, yenilikçilik gibi faaliyetlerinin olmamasına ve mevcut insan kaynağı eksikliğinin de telafi edilememesine neden olmaktadır. Bu kapsamda üniversite, araştırma merkezleri ve kamu kurumlarının üretici örgütleri ile işbirliğini artırmaya yönelik faaliyetleri artırılabacaktır.

Tedbir 4: Küçük ölçekli tarımsal işletmelerin ve kadın girişimcilerin kooperatifleşmek suretiyle ölçek ekonomisinden yararlanması sağlanacaktır.

Küçük ölçekli tarımsal işletmeler daha çok aile odaklı hedeflerle yola çıkan ve temel hedefinde hanenin geçim istikrarı olan işletmelerdir. 2022 yılı verilerine göre, Türkiye'de tarım sektöründe istihdam edilenlerin oranı yüzde 15,8 iken bu oran Güney Ege Bölgesi'nde yüzde 20,6'dır. Bölgede tarım sektöründe yaklaşık 263.000 kişi istihdam edilirken 139.000 kişi ise ücretsiz aile işçisi olarak tarımsal üretime katılmaktadır (TÜİK, Bölgesel İstatistikler, 2022).

Güney Ege Bölgesi'nin tarım sektöründe üretimi ve verimi artırmanın en önemli aracı küçük ölçekli tarımsal işletmelerin örgütlenmesi olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca son 20 yıl içerisinde yaygınlaşmaya başlayan kadın kooperatifleri, kadınların sosyoekonomik problemlerinin çözümünde bir araç olarak katkı sağlamaktadır. Kadın emeğinin değerlendirilerek ölçek ekonomisine ulaşması açısından kadın kooperatiflerinin varlığı özellikle gelişmede öncelikli ilçelerde kalkınmanın sürdürülebilir kılınması açısından büyük önem arz etmektedir.

Tedbir 5: Üretici örgütleri arasında ortaklık ve iş birlikleri teşvik edilecektir.

Üretim Odaklı Kooperatiflerin Mevcut Durum Analizi (2016) çalışmasına göre; bazı bölgelerde birbirine yakın faaliyet alanlarına sahip birden fazla kooperatif olduğu belirlenmiştir. Bu yapı hem etkin ve verimli kaynak kullanımının önüne geçmekte, hem de kooperatiflerin etkinliğini azaltmaktadır. Bu kooperatiflerin iş birliği yapmadığı ve aksine zaman zaman fiyat kırarak haksız rekabete neden olduğu çalışmaya katılan kooperatif başkanları tarafından belirtilmiştir.

Aynı bölgede faaliyet konusu aynı olan kooperatiflerin oranı %20 olarak tespit edilmiştir. Bu kooperatiflerin sadece %38,7'si bölgesinde olan diğer kooperatifler ile iş birliği yapmaktadır. Coğrafi olarak birbirine yakın konumda bulunan kooperatiflerin, özellikle ortak kullanıma yönelik makine-ekipman, ortak tesis ve nakliye-depolama hizmeti kullanımı ile ilgili çalışmalar yapması ve maliyet avantajı sağlanması önemlidir. Kooperatiflerin söz konusu maliyet unsurları açısından desteklenmesi ve maliyetlerin düşürülmesine yönelik iş birliği çalışmalarının teşvik edilmesi önem arz etmektedir.

Tedbir 6: Tarım sektörüne yönelik araştırma geliştirme çalışmaları desteklenecek, ürün depolama, işleme tesisleri teşvik edilecektir.

Fethiye merkezli Seydikemer'den Köyceğiz'e uzanan havza Muğla ilinin meyve ve sebze üretiminin yüzde 75'ini karşılamaktadır. Nazilli merkezli Sultanhisar ve Köşk ilçelerini içine alan havza ise Aydın ilinin meyve ve sebze üretiminin yüzde 30'unu karşılamaktadır. Denizli'de Acıpayam merkezli Tavas'ı içeren havza ile Çivril merkezli havza bölgenin önemli tarımsal büyüme merkezleridir. Bu kapsamda Fethiye, Nazilli, Acıpayam ve Çivril gibi ilçelerde tarım sektörüne yönelik araştırma ve geliştirme birimleri, ürün toplama, depolama, ürün işleme tesisleri ve entegre tesislerin kurulması önemlidir. Bu merkezlerdeki tarımsal gelişmenin çevrelerindeki ekonomik hareketliliği de tetiklemesi öngörülmektedir.

Tedbir 7: Organik ve iyi tarım ürünlerinin pazarlama kanalları geliştirilecek, organik ürün ihracatı yaygınlaştırılacaktır.

2021 yılı TÜİK verilerine göre Aydın organik üretim yapan çiftçi sayısı ve organik üretim alanı bakımından 81 il arasında 2.sırada yer almaktadır. Aydın ili, bölgedeki organik üretimin yüzde 70'ini gerçekleştirmektedir. Bölgede organik üretim alanı ve miktarı açısından zeytin ve incir ilk sıralarda yer almaktadır. Organik tarım yetiştiriciliğinde gelineen noktada önemli gelişmeler elde edilmesine rağmen, Güney Ege Bölgesi'nin ekolojik ve topoğrafik şartları düşünüldüğünde organik tarım pazarının potansiyelinin değerlendirilemediği görülmektedir. Bu kapsamda organik ürünlerin, fonksiyonel tasarımlar ve yenilikçi ambalajlama yöntemleri ile paketlenmesi, satıcıların e-ticaret platformlarına entegrasyonu, ihracat ve e-ihracat faaliyetlerinin artırılması odaklı faaliyetler desteklenecektir.

Tedbir 8: Düşük atık yüksek verim sağlayan dikey tarım girişimciliği teşvik edilecektir.

Güney Ege Bölgesi'nde nüfusun yüzde 65'i kentlerde yaşamakla birlikte önümüzdeki yıllarda bu oranın artması beklenmektedir. Artan kentsel nüfus gıda talebinin de artmasına neden olacaktır. Dikey tarımın verimli kullanımı, böyle bir zorluğa hazırlanmada önemli bir rol oynayabilecektir. Dünyanın gelişmiş ülkelerinin metropoliten alanlarında hızla artan nüfusu sağlıklı ve güvenilir gıdalar ile doyurabilmek için dikey tarım uygulamalarına büyük yatırımlar yapılmaktadır. Özellikle günümüzde lojistik maliyetlerinin çok yüksek olduğu düşünüldüğünde dikey tarım uygulamaları önem kazanmaktadır. Bu sistemler sayesinde kentsel alanlarda yer alan atıl durumda olan depo ve sanayi tesisleri ile bu yapıların üstünde tarımsal faaliyetler gerçekleştirilebilmektedir. Ayrıca kentlerde atıl durumda bulunan kapalı alanların envanterlerinin çıkarılarak dikey tarım alanlarına dönüştürülmesi kapsamında ön fizibilite çalışmalarının yapılması bölgede dikey tarım uygulamalarında ilk etapta kurulum ve inşaat maliyetlerinin asgari düzeye indirilmesi açısından önemlidir.

Tedbir 9: Apiterapi ürünlerinin üretimi yaygınlaştırılacaktır.

YER-SİS araştırmasına göre; Güney Ege Bölgesi'nde yer alan 1401 kırsal nitelikli mahallenin %51'inde (716) arıcılık faaliyeti gerçekleştirilmektedir. GEKA Arıcılık Sektörü Araştırması (2019) sonuçlarına göre Bölgede bir marka altında bal üretimi ve ticareti yapan işletmelerin %68,4'ünün anı sütü, %66,6'sının propolis, %50,8'inin balmumu, %49'unun karışım, %19'unun anı ekmeği, %1,75'inin anı zehri satışı yaptığı görülmüştür. Ancak bu ürünleri üreten işletmelerin yarıdan fazlası bu ürünleri bir marka altında ambalajlı bir şekilde piyasaya sunmamaktadır.

Dünya çam balı üretiminde lider konumda olan Muğla'da yenilikçi üretim metotlarıyla katma değeri ve ihracat potansiyeli yüksek apiterapi ürünlerinin üretilmesi, yaygınlaştırılması ve turizmle entegrasyonu yoluyla bölgesel gelirin artırılması mümkündür. Propolis, anı sütü, polen, anı zehri gibi yüksek katma değerli anı ürünlerinin sözleşmeli arıcılar vasıtasıyla üretilmesi mümkündür. Bu kapsamda Marmaris, Milas, Ula, Köyceğiz ve Fethiye ilçeleri başta olmak üzere Muğla ilçelerinde apiterapi ürünleri üretimi yaygınlaştırılacaktır.

Tedbir 10: Su ürünleri üretiminde ürün çeşitliliği ve alternatif yem kullanımı yaygınlaştırılacaktır.

Aydın ve Muğla illeri su ürünleri yetiştiriciliğinde Türkiye'nin önde gelen illeri arasında yer almaktadır. YER-SİS sonuçlarına göre Güney Ege Bölgesi'nin 46 kırsal nitelikli mahallesinde su ürünleri üretim faaliyeti gerçekleştirilmektedir. Balıkçılık ve su ürünleri yetiştiriciliği yapılan mahallelerin yaklaşık olarak yüzde 70'i, balık çiftliklerinin ise yaklaşık yüzde 60'ı Muğla ilinde bulunmaktadır. Muğla ili son yirmi yılda balık ihracatında 17 kat artış sağlayarak 2021 yılında 303 milyon dolarlık balık ihracatı ile ülke balık ihracatının yaklaşık yarısını karşılamaktadır.

Gelecek dönemde, balık yemi fiyatlarındaki artışın devam etmesi durumunda balık yetiştiriciliği sektörünün olumsuz etkileneceği bilinmektedir. Yüksek yem fiyatlarının, su ürünleri yetiştiriciliğinde tür çeşitliliği üzerinde etkisinin olabileceği, daha az ve ucuz yem gerektiren türlere doğru bir kayma olabileceği düşünülmektedir. Alternatif yem kaynaklarının kullanımının balıkçılık sektöründe girdi maliyetlerinin düşürülmesine katkı sağlayacağı öngörülmektedir. Milas, Seydikemer, Bodrum, Çivril, Marmaris, Fethiye, Çameli ilçelerinde alternatif yem kullanımının yaygınlaştırılması ve ürün çeşitliliğinin artırılması sektörün rekabet gücü açısından kritik role sahiptir.

Tedbir 11: Atıl kamu binalarının üretim faaliyetleri için yeniden düzenlenmesine yönelik yatırımlar teşvik edilecektir.

YER-SİS Araştırması'na göre, kırsal mahallelerde 676 okul, 208 lojman, 65 sağlık ocağı ve 26 fabrika/atölye binası atıl durumdadır. Kırsal mahallelerinde atıl tesislerin en fazla olduğu ilçelerin başında Milas, Nazilli, Seydikemer, Acıpayam, Çine, Bozdoğan, Söke, Efeler, Koçarlı ve Menteşe gelmektedir. Bu bağlamda atıl tesislerin mevcut kullanım durumlarının tespiti, atıl tesislerin ekonomik olarak değerlendirilmesine yönelik fizibilite çalışmalarının desteklenmesi, atıl kamu taşınmazlarının kırsal ekonominin ihtiyaçlarına uygun olarak değerlendirilmesi gerekmektedir.

Tedbir 13: Kırsal alanlarda üretim yapısının tarım dışı ekonomik faaliyetler lehine çeşitlendirilmesi sağlanacaktır.

YER-SİS araştırmasına göre Güney Ege Bölgesi'ndeki kırsal alanların büyük çoğunluğunun ana geçim kaynağı tarım ve hayvancılıktır. Bölgenin genelinin bu tek sektörlü yapıya bağımlılığı hem büyümeyi kısıtlamakta hem de kent merkezlerine göçü artırmaktadır.

Bu kapsamda kırsal alanlarda ekonominin üretim ve istihdam yapısının tarım dışı ekonomik faaliyetler lehine çeşitlendirilerek, atıl ve düşük verimli iş gücü potansiyelinin değerlendirilmesi önemlidir. Kırsal yörelerin karşılaştırmalı üstünlüklerinin bulunduğu yerel zenginlikler temelinde ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi, kolektif yatırımların özendirilmesi, örtü altı üretimin yaygınlaştırılması, yenilenebilir kaynaklardan enerji üretilmesi, tarıma dayalı sanayi tesisi gibi yatırımlar teşvik edilecektir.

3.2. Türkiye'de Kooperatif Türleri

Ülkemizde, kooperatiflerin kuruluş, işleyiş ve denetim hizmetleri üç ayrı Bakanlık tarafından yürütülmektedir:

- Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı (Mesleki Hizmetler Genel Müdürlüğü)
- Tarım ve Orman Bakanlığı (Tarım Reformu Genel Müdürlüğü)
- Ticaret Bakanlığı (Esnaf, Sanatkârlar ve Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü)

Tablo 1: Kooperatif Türleri ve Bağlı Olduğu Bakanlıklar

Ticaret Bakanlığı	• Bilimsel Araştırma ve Geliştirme Kooperatifi • Çocuk Bakım Hizmetleri Kooperatifi • Deniz Yük Taşıma Kooperatifi • Deniz Yolcu Taşıma Kooperatifi • Eğitim Kooperatifi • Esnaf ve Sanatkârlar Kredi Kefalet Kooperatifi • Fikri Mülkiyet Hakları ve Proje Danışmanlığı Kooperatifi • Gayrimenkul İşletme Kooperatifi • Hizmet Kooperatifi • İşletme Kooperatifi • Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi • Karayolu Yolcu Taşıma Kooperatifi • Karayolu Yük Taşıma Kooperatifi • Karşılıklı Sigorta Kooperatifi • Küçük Sanat Kooperatifi • Pazarcılar İşletme Kooperatifi • Sağlık Hizmetleri Kooperatifi • Site İşletme Kooperatifi • Tarım Satış Kooperatifi • Taşıma ve İşletme Kooperatifi • Tedarik ve Dağıtım Kooperatifi • Temin ve Tevzi Kooperatifi • Turizm Geliştirme Kooperatifi • Tüketim Kooperatifi • Üretim ve Pazarlama Kooperatifi • Yaş Sebze Meyve Kooperatifi • Yenilenebilir Enerji Üretim Kooperatifi
Tarım ve Orman Bakanlığı	• Pancar Ekicileri Kooperatifi • Sulama Kooperatifi • Su Ürünleri Kooperatifi • Tarım Kredi Kooperatifi • Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanlığı	• Konut Yapı Kooperatifi • Küçük Sanayi Sitesi Yapı Kooperatifi • Toplu İşyeri Yapı

Kaynak: Ticaret Bakanlığı Esnaf, Sanatkârlar ve Kooperatifçilik Genel Müdürlüğü, 100 Soruda Kooperatifçilik; Ocak 2025.

3.3. Türkiye'de Başarılı Örnekler

Türkiye'de kooperatiflerin, birliklerin ve bu alanda farklı kurumlar tarafından yapılan çalışmalarını incelemek konuyu analiz etmek için önem arz etmektedir. Ülke genelinde hem üst birlik olarak hem de bireysel kooperatifler olarak başarılı örnekler bulunmaktadır:

Pankobirlik

Türkiye genelinde yüksek marka bilinirliğine sahip olan ve neredeyse tüm ulusal zincir marketlerde yer alan TORKU markasının sahibi olan Pankobirlik, 64 ilde ve 13.750 yerleşim biriminde faaliyet gösteren yaklaşık 1 milyon ortağa sahip 31 pancar kooperatifinin üst örgütü konumundadır.

Birlik, toplamda 328 şube, 6 şeker fabrikası (Amasya, Kayseri, Boğazlıyan, Konya, Çumra, Turhal) ve 50'den fazla tarımsal amaçlı iştiraki ile ülke genelinde kapsamlı bir örgütlenme yapısına sahiptir. Pankobirliğin amacı; çiftçilerin tarımsal üretimde ihtiyaç duyduğu girdilerin teminini, dağıtımını, denetimini ve koordinasyonunu sağlamaktır. (PANKOBİRLİK, 2025)

Tire Süt Kooperatifi

Markalaşma sürecinde önemli ilerlemeler kaydeden kooperatiflerden biri, 1967 yılında kurulmuş olan ve 2.000'in üzerinde aile işletmesini bünyesinde barındıran üretici bir yapı olan Tire Tarımsal Kalkınma Kooperatifidir. Yaklaşık yarım asırlık geçmişiyle, ortaklarının üretim kalitesinin sürdürülebilirliğini sağlamakta; çiftlikten sofraya kadar uzanan üretim zincirinin altyapısını kurarak, üretim maliyetlerini azaltmak amacıyla çiftçiye desteklemekte ve nitelikli üretim yoluyla gıda güvenliğine katkıda bulunmaktadır. Bu yönüyle kooperatif, Türkiye'nin en büyük süt kooperatifleri arasında yer almaktadır. (Tire Süt Kooperatifi, 2025)

Marmara Kadın Girişimi Üretim Ve İşletme Kooperatifleri Birliği

Marmara Kadın Girişimi, Üretim ve İşletme Kooperatifleri Birliği, Türkiye'nin ilk bölgesel kadın kooperatifleri birliği olarak 2020 yılında kurulmuştur. 10 farklı faaliyet alanında örgütlenen 10 kadın kooperatifi aracılığıyla 2.912 kadını temsil etmektedir. Birlik, kadın girişimciliğini desteklemek, üretimi ticarileştirmek ve uluslararası pazarlara açılmak amacıyla faaliyet göstermekte; e-ticaret ve marka iş birlikleri yoluyla küresel ölçekte büyümektedir. Aynı zamanda üyelerine hukuki, finansal ve operasyonel destek sağlamaktadır. Kocaeli Ticaret İl Müdürlüğü, 2025) (Sabah, 2024)/(T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2018)





Türkiye'de Kooperatiflerin Genel Görünümü

1 2 3 4 5 6 7

“ Güney Ege
Bölgesi'nde Üreten
Kooperatiflerin
Mevcut Durum
Analizi ve Gelişim
Stratejileri ”

4. TÜRKİYE'DE KOOPERATİFLERİN GENEL GÖRÜNÜMÜ

Üreten Kooperatiflerin Mevcut Durum Analizi kapsamında Tarım ve Orman Bakanlığı ile Ticaret Bakanlığı'na bağlı kooperatifler dâhil edildiği için bu başlıkta iki bakanlığa bağlı kooperatiflerin Türkiye'deki mevcut durumu incelenmiştir. Böylece bölge illerinin Türkiye'deki konumlarının daha net görülmesi amaçlanmaktadır.

4.1. Tarım ve Orman Bakanlığı'na Bağlı Kooperatifler

Çalışma kapsamında analize dâhil edilen tarımsal kalkınma kooperatifleri, su ürünleri kooperatifleri ile sulama kooperatiflerinin istatistikleri bölge illerinin durumunu ortaya koymak üzere incelenmiştir.

Tarımsal kalkınma kooperatiflerinin yoğunluğu, sadece tarım alanlarının büyüklüğüyle değil; kooperatifçilik kültürü, devlet destekleri, çiftçilerin örgütlenme bilinci ve kırsal nüfusun dağılımı gibi birçok etkenle şekillenmektedir. Türkiye'deki Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri (TKK) sayısına göre Bursa (341 adet) ve Kastamonu (337 adet), en fazla sayıda tarımsal kalkınma kooperatifine sahip illerdir. Bursa, Türkiye'deki TKK'ların %5,35'ine sahipken, Kastamonu için bu oran %5,29'dur.

TR32 Düzey 2 bölgelerinin Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri (TKK) kapsamında Türkiye'deki sıralaması ve kooperatif sayısı ile ortak sayılarının Türkiye toplamına oranı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir. Denizli Türkiye'de TKK sayısında 7. sırada (%2,62 ile) yer alırken ortak sayısında ise çok daha yüksek bir orana (%3,84) sahiptir. Yani Denizli'de kooperatif başına düşen ortak sayısı ülke ortalamasına göre daha yüksektir. Muğla ve Aydın için de aynı durum söz konusudur. Bu durum üç ilin de TKK başına ortak sıralamasında TKK sayısı sıralamasına göre daha önde olduğunu ve bölgemizdeki kooperatiflerin nüfuz alanının geniş olduğunu, yani her bir kooperatifin çok sayıda çiftçiye ulaştığını göstermektedir.

Tablo 2: Bölge İllerinin Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri (TKK) Kapsamında Türkiye'deki yeri

İl	TKK Sayısında Türkiye sıralaması	İl/Türkiye TKK sayısı oranı	İl/Türkiye TKK ortak sayısı oranı
Aydın	21	1,66%	2,05%
Denizli	7	2,62%	3,84%
Muğla	10	2,26%	3,28%

Kaynak: (Tarım ve Orman Bakanlığı verileri, 2025)

Sulama kooperatifleri, Türkiye'de tarımsal sulama faaliyetlerini düzenlemek ve çiftçilere su teminini organize etmek amacıyla kurulmuş kooperatifler olup sulama tesislerinden suyun tarım alanlarına ulaşmasını sağlar, suyun kullanım miktarını ve sırasını düzenler. Türkiye'de 16 ilde sulama kooperatifi bulunmamaktadır. 309 adet sulama kooperatifi ile Türkiye'deki sulama kooperatiflerinin %12,65'ini barındıran Konya ilk sırada yer almaktadır.

Bölge illerinin sulama kooperatifleri (SK) açısından Türkiye genelindeki konumları incelendiğinde, Denizli ön plana çıkmaktadır. Denizli, sahip olduğu sulama kooperatifi sayısı ile Türkiye genelinde 10. sırada yer almakta ve toplam SK sayısının %3,28'ini oluşturmaktadır. Ayrıca, ortak sayısı bakımından da %2,42 ile önemli bir paya sahiptir. Muğla ise SK sayısı açısından 26. sırada bulunmakta ve Türkiye'deki toplam SK'ların %1,11'ine sahiptir; ortak sayısı oranı ise %1,21'dir. Aydın ise SK sayısı bakımından 31. sırada yer almakta, toplam SK'ların %0,82'sini ve SK ortaklarının %1,63'ünü barındırmaktadır. Aydın ve Muğla'da SK ortak sayısı oranının SK sayısı oranına göre yüksek olması bu illerdeki sulama kooperatiflerinin, ortalamaya göre daha fazla sayıda ortak (çiftçi) barındırdığını göstermektedir. Denizli'de ise durum tam tersi olup, SK ortak sayısı oranı SK sayısı oranına göre daha düşüktür. Yani Denizli'deki sulama kooperatiflerinin sayısı fazla, ancak sulama kooperatiflerinin ortalama ortak sayısı Türkiye genelinin altındadır.

Tablo 3: Bölge İllerinin Sulama Kooperatifi(SK) Kapsamında Türkiye'deki yeri

İl	SK Sayısında Türkiye sıralaması	İl/Türkiye SK sayısı oranı	İl/Türkiye SK ortak sayısı oranı
Aydın	31	%0,82	%1,63
Denizli	10	%3,28	%2,42
Muğla	26	%1,11	%1,21

Kaynak: (Tarım ve Orman Bakanlığı verileri, 2025)

Su ürünleri kooperatifleri (SÜK); balıkçılık, su ürünleri üretimi, avcılık ve pazarlama gibi faaliyetleri yürüten üretici örgütleridir. Su ürünleri kooperatiflerinin ölçeği, ortak sayısı ve dağılımı, bölgenin hem doğal kaynaklarına hem de örgütlenme biçimlerine bağlı olarak çeşitlilik göstermektedir. 49 su ürünleri kooperatifi ile İstanbul Türkiye'de ilk sırada bulunurken, Güney Ege Bölgesi'nden Muğla 38 SÜK ile 3. sırada, ikinci sırada ise 45 SÜK ile İzmir yer almaktadır.

Aşağıdaki tablo, Aydın, Denizli ve Muğla illerinin Türkiye'deki su ürünleri kooperatifleri (SÜK) içindeki konumlarını göstermektedir. Özellikle her ilin kooperatif sayısındaki payı ile ortak sayısındaki payı karşılaştırılmıştır. Muğla'nın Türkiye genelinde SÜK sayısı bakımından 3. sırada olması Muğla'nın su ürünleri kooperatifçiliğinde çok güçlü bir il olduğunu göstermektedir.

Tablo 4: Bölge İllerinin Su Ürünleri Kooperatifleri (SÜK) Kapsamında Türkiye'deki yeri

İl	SÜK Sayısında Türkiye sıralaması	İl/Türkiye SÜK sayısı oranı	İl/Türkiye SÜK ortak sayısı oranı
Aydın	16	%2,02	%2,86
Denizli	40	%0,51	%0,43
Muğla	3	%6,41	%5,76

Kaynak: (Tarım ve Orman Bakanlığı verileri, 2025)

4.2. Ticaret Bakanlığı'na Bağlı Kooperatifler

Çalışma kapsamında analize dâhil edilen kadın girişimi ve işletme kooperatifleri, üretim ve pazarlama kooperatifleri ile yaş sebze ve meyve pazarlama kooperatiflerinin istatistikleri bölge illerinin durumunu ortaya koymak üzere incelenmiştir.

Kadın girişimi üretim ve işletme kooperatifleri, Ticaret Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerden en yaygın olan türdür. Ankara 62 adet, Hatay ve İzmir 53 adet ile en fazla kadın girişimi üretim ve işletme kooperatifine ev sahipliği yapan illerdir. Toplamda 1.247 adet kadın kooperatifinin bulunan ülkemizde, en az kadın kooperatifi Ardahan'da (2 adet) bulunmaktadır. Bölgemiz illeri listede ilk 10'da yer alamamış olup Denizli 20 adet kadın girişimi üretim ve işletme kooperatifiyle 23. sırada, Aydın 11 adet ile 49. sırada, Muğla ise 22 adet kadın girişimi üretim ve işletme kooperatifiyle 20. sırada yer almaktadır.

TR32 Düzey 2 bölgesi illerinin kadın girişimi üretim ve işletme kooperatifleri kapsamında Türkiye'deki sıralaması ve kooperatif sayısı ile ortak sayılarının Türkiye toplamına oranını kıyaslandığında arada önemli farklılıklar görülmemektedir. Denizli Türkiye'de kadın girişimi üretim ve işletme kooperatifi sayısında 23. sırada yer alırken ortak sayısında 266 ortak ile listede 17. sırada yer almaktadır. Aydın, Türkiye'de kadın girişimi üretim ve işletme kooperatifi sayısında 23. sırada yer alırken ortak sayısında 182 ortak ile listede 35. sırada yer almaktadır. Muğla ise, Türkiye'de kadın girişimi üretim ve işletme kooperatifi sayısında 22. sırada yer alırken ortak sayısında 234 ortak ile listede yine 22. sırada yer bulmaktadır. Bu durum Denizli ve Muğla'nın kadın kooperatifi başına ortak sıralamasında kooperatif sayısı sıralamasına göre daha önde olduğunu ve bölgemizdeki kadın kooperatiflerinin çok sayıda kadın girişimciye ulaştığını göstermektedir.

Üretim ve pazarlama kooperatifleri, küçük üreticilerin güçlerini birleştirerek ölçek ekonomisinden faydalanmalarını ve daha adil gelir elde etmelerini sağlamaktadır. Ürünlerin markalaşması, pazara erişimi ve değer zincirine katılımı açısından önemli bir rol üstlenirler. Üretim ve pazarlama kooperatifleri, Ticaret Bakanlığı'na bağlı kooperatifler arasında ortak sayıları en çok olan kooperatif türü olmakla birlikte kadın kooperatiflerinden sonra ikinci en yaygın olan kooperatif türüdür.

Türkiye'deki üretim ve pazarlama kooperatifleri sayısına göre ilk 10 il gösterilmektedir. İzmir 28 adet ilgili kooperatife ev sahipliği yaparken Ankara, Çanakkale ve İstanbul 26'sar adet ile en fazla üretim ve pazarlama kooperatifine ev sahipliği yapan iller olup 2. sırayı paylaşmaktadır. Toplamda 358 adet üretim ve pazarlama kooperatifinin bulunduğu ülkemizde, bu kooperatiflerin toplam 16.612 adet ortağı bulunmaktadır. Bölgemiz illerinden Denizli listede 9. Sırada 11 adet üretim ve pazarlama kooperatifine ev sahipliği yapmaktadır. Aydın 9 adet üretim ve pazarlama kooperatifiyle Türkiye genelinde 18. sırada, Muğla ise 2 adet ile 47. sırada yer almaktadır. Denizli'de faaliyet gösteren 11 üretim ve pazarlama kooperatifine toplamda 598 üye dâhil olmaktadır. Bu orantısız olarak yoğun bir katılım olduğunu göstermektedir. Aydın'da bu 9 kooperatife ortak katılım sayısı 214 olarak tespit edilmiştir. Muğla'da faaliyet gösteren 2 adet üretim ve pazarlama kooperatifinde ise toplamda 121 üye yer almaktadır.

Yaş sebze ve meyve pazarlama kooperatiflerinin Türkiye'deki dağılımına baktığımızda, Ticaret Bakanlığı'na bağlı kooperatifler arasında en düşük sayıya sahip olan tür olduğu gözlemlenmektedir.

Bölge illerinden sadece Aydın'da 3 adet yaş sebze ve meyve pazarlama kooperatifi bulunmakta olup Türkiye'de ilk üçte yer almaktadır. 74 adet ortağı bulunan kooperatiflerin özellikle taze sebze ve meyve üretim çeşitliliği, İzmir limanına yakınlığı, ana ulaşım hatları üzerinde yer alması bu sıralamada önemli bir faktör olarak yer almıştır.



Güney Ege'de Kooperatiflerin Dağılımı

1 2 3 4 5 6 7

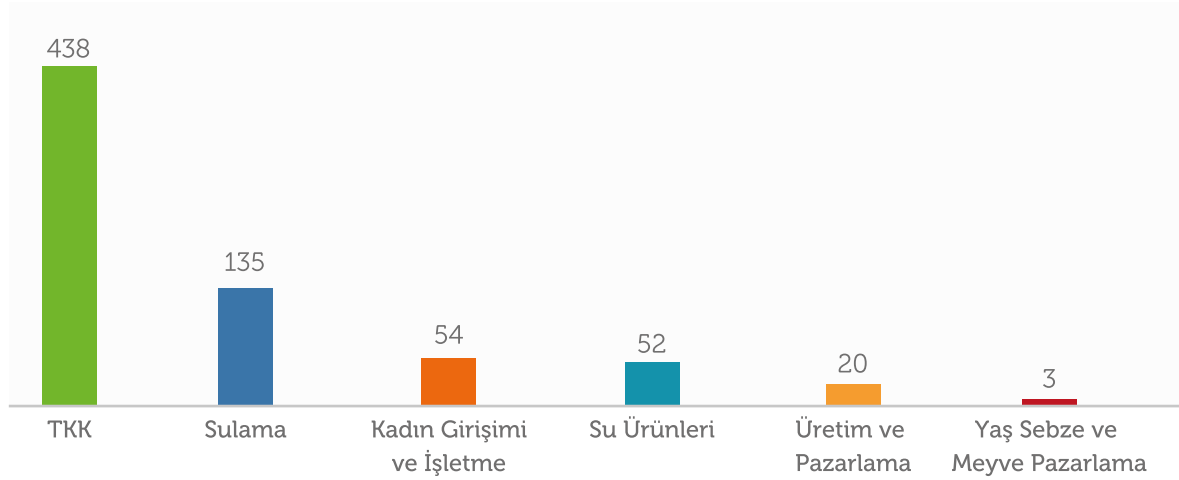
A photograph of an older man with white hair and glasses, wearing a striped shirt, working in a workshop. He is using pliers to work on a piece of metal. The background is blurred, showing various tools and equipment. The image has a warm, orange-toned overlay with large, semi-transparent circular shapes.

“ Güney Ege
Bölgesi’nde Üreten
Kooperatiflerin
Mevcut Durum
Analizi ve Gelişim
Stratejileri ”

5. GÜNEY EGE'DE KOOPERATİFLERİN DAĞILIMI

Ticaret Bakanlığı ile Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerin Türkiye'deki dağılımları bir önceki başlıkta incelenirken bu başlıkta ise kooperatiflerin bölge içinde, ilçelere ve türlere göre dağılımı incelenecektir.

Bölgedeki kooperatif sayılarını türlerine göre incelendiğinde en fazla kooperatif 438 adetle Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri (TKK) türünde yer aldığı görülmektedir. Bu durum, bölgedeki kooperatifleşmenin ağırlıklı olarak tarımsal kalkınma ve sulama alanlarında yoğunlaştığını ortaya koymaktadır.



Şekil 1: Türlerle Göre Bölgedeki Kooperatif Sayıları

Kaynak: (Tarım ve Orman İl Müdürlükleri ile Ticaret İl Müdürlükleri Verileri, 2025)

5.1. Tarım ve Orman Bakanlığı'na Bağlı Kooperatifler

Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı kooperatifler; Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri (TKK), Su Ürünleri Kooperatifleri, Sulama Kooperatifleridir. Şekil 2'de Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerin türlere göre üç ildeki dağılımı gösterilmektedir. TKK (Tarım Kredi Kooperatifleri) her üç ilde de en yaygın tür olup, özellikle Denizli'de 181 adetle dikkat çekmektedir.

Balıkesir

Kütahya



Manisa

Uşak

Afyonkarah

İzmir

Ege Denizi

Aydın

Denizli

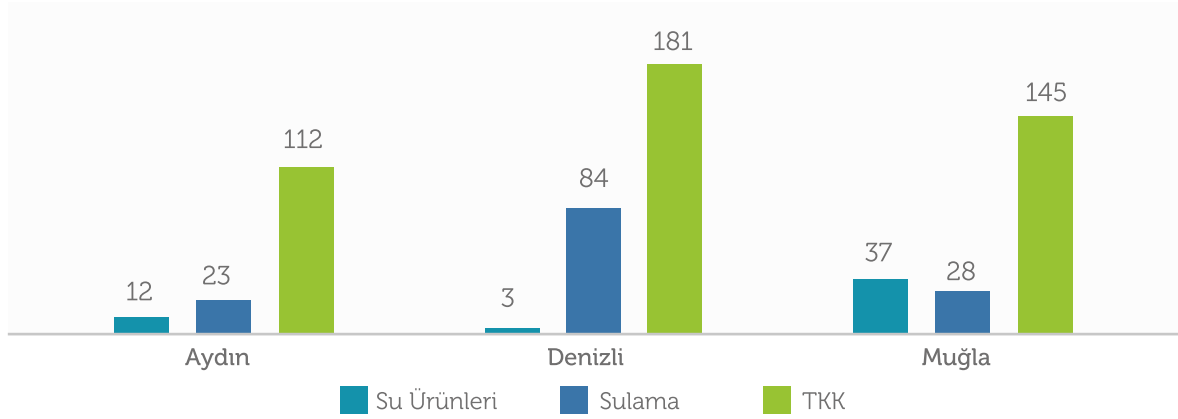
Burdur

Muğla

Antalya



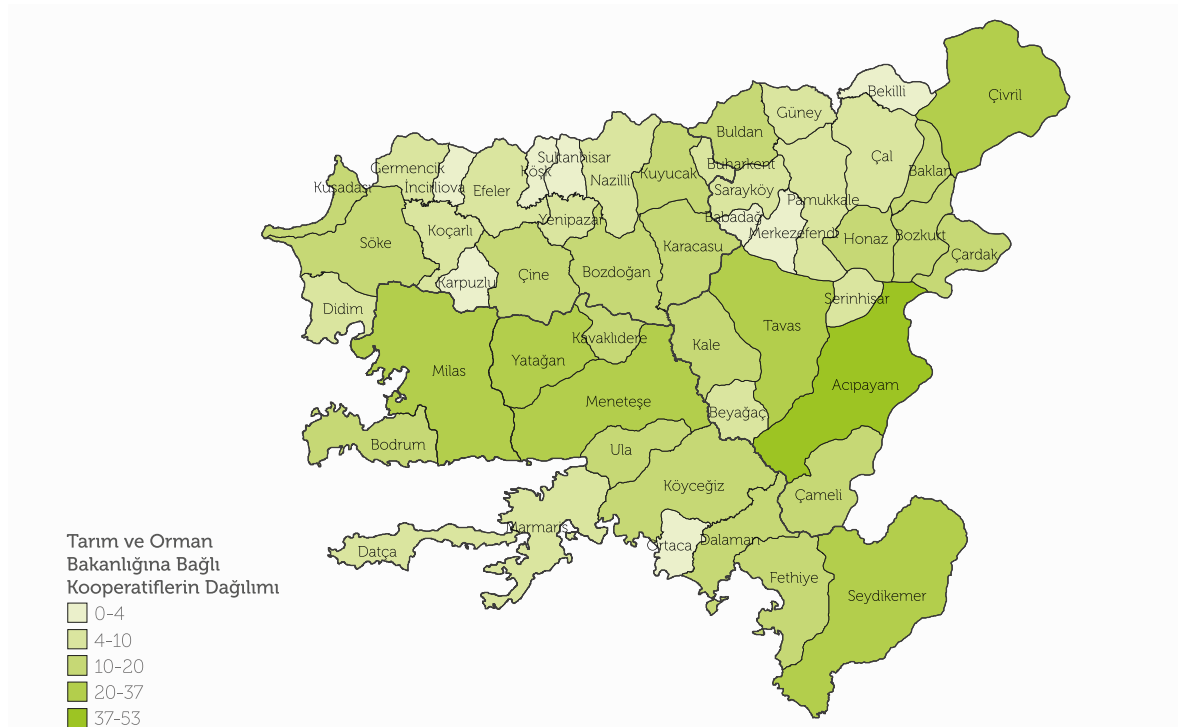
Akdeniz



Şekil 2: Tarım ve Orman Bakanlığına bağlı kooperatiflerin türlerinin dağılımı

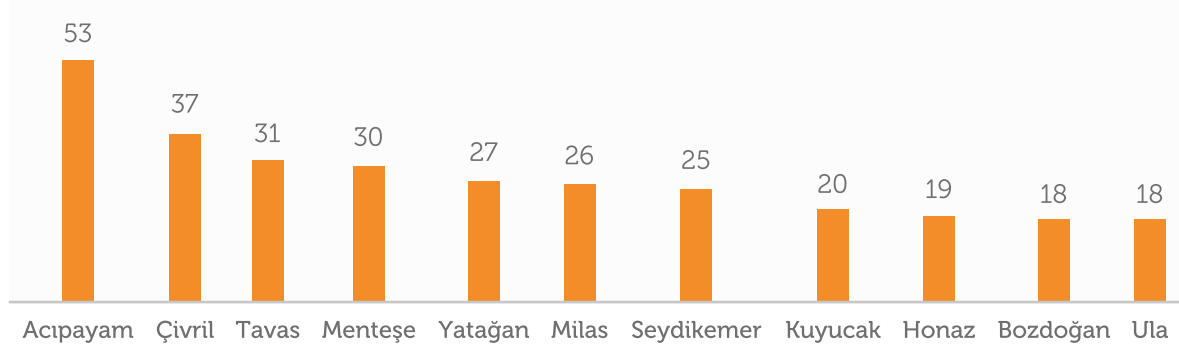
Kaynak: (Tarım ve Orman İl Müdürlükleri İle Ticaret İl Müdürlükleri Verileri, 2025)

Acıpayam 53 kooperatifle bölgede en yüksek Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı kooperatife sahip ilçe olarak öne çıkmaktadır. Bu durum ilçede tarım kooperatifçiliğinin oldukça yaygın olduğunu göstermektedir. İlçede verimli tarım arazilerinin varlığı, tarım ve hayvancılık faaliyetlerinin yoğun şekilde yürütülmesine olanak sağlamaktadır. Tüm bunlar, tarım ve hayvancılıkla bağlantılı sanayinin de gelişmesine katkı sunmuş; ilçede Türkiye genelinde önemli ölçekte gıda sanayi tesislerinin faaliyet göstermesine zemin hazırlamıştır. Bu sebeplerle Tarım ve Orman Bakanlığına bağlı kooperatif sayısında Acıpayam'ın bölgede ilk sırada olduğu görülmektedir.



Harita 1: Bölge ilçelerinde Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerin dağılımı

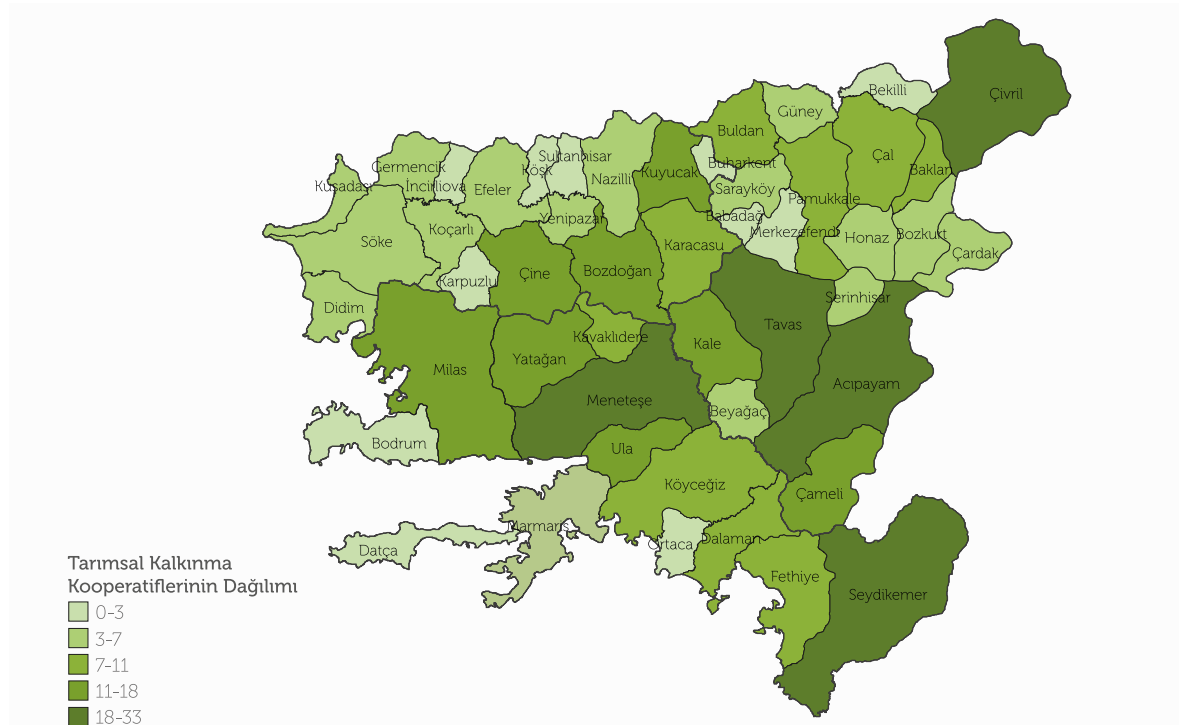
Çivril (37), Tavas (31) ve Menteşe (30) sırasıyla ikinci, üçüncü ve dördüncü en yüksek kooperatif sayılarına sahiptir. Bu durum Denizli'de Acıpayam merkezli Tavas'ı içeren havza ile Çivril merkezli havzanın bölgenin önemli tarımsal büyüme merkezleri olmasına bağlanabilir. Yatağan (27), Milas (26), Seydikemer (25) ve Kuyucak (20) orta düzeyde kooperatif sayısına sahip olup onları Honaz (19), Bozdoğan (18) ve Ula (18) izlemektedir.



Şekil 3: Tarım ve Orman Bakanlığına bağlı kooperatif sayısı en fazla olan ilçeler

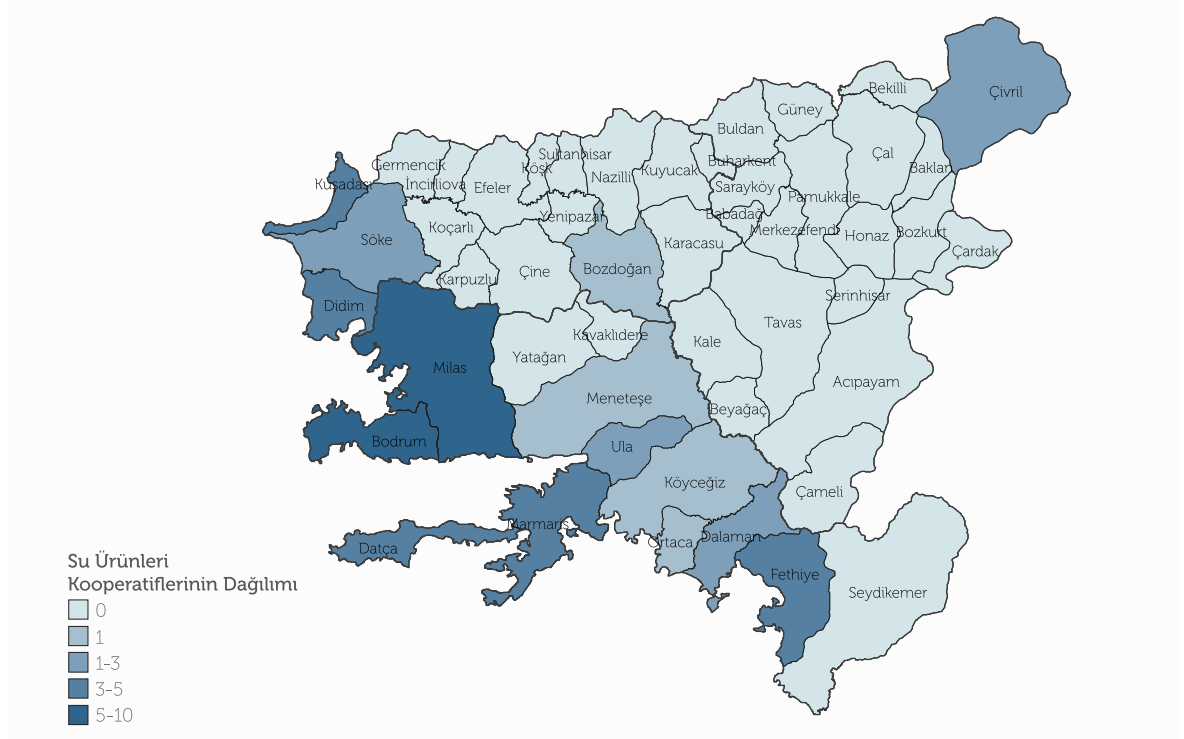
Kaynak: (Tarım ve Orman İl Müdürlükleri İle Ticaret İl Müdürlükleri Verileri, 2025)

Bölgede Tarımsal Kalkınma Kooperatifi (TKK) sayısı bakımından Acıpayam, sahip olduğu 33 TKK ile bölgede ilk sıradadır. Bu durum, ilçedeki verimli tarım arazileri sayesinde tarım ve hayvancılığın yoğun şekilde yapılmasına ve buna bağlı olarak gıda sanayisinin gelişmesine bağlanabilir.



Harita 2: Bölge ilçelerinde Tarımsal Kalkınma Kooperatiflerinin Dağılımı

Su ürünleri kooperatiflerine bakıldığında ise bölgede 15 ilçede su ürünleri kooperatifi bulunduğu görülmektedir. Bodrum 10 adet ile bölgede en fazla su ürünleri kooperatifi bulunan ilçedir. Onu sırasıyla Milas (7) ve Marmaris (5) izlemektedir. Görüldüğü üzere kıyı ilçeleri su ürünleri kooperatifçiliğinde başı çekmektedir. Özellikle turizmle birlikte gelişen kıyı ekonomilerinde, balıkçılık gibi geleneksel sektörler de örgütlü yapılarını koruduğu gözlenmektedir.



Harita 3: Bölge ilçelerinde Su Ürünleri Kooperatiflerinin dağılımı

Bölge illerindeki Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı birlikler, bağlı kooperatif sayıları, ortak sayıları ve ortak sayısı bakımından kendi türleri içinde Türkiye sıralamaları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. S.S. Denizli Bölgesi Köy Kalkınma ve Diğer Tarımsal Amaçlı Kooperatifler Birliği bağlı kooperatif sayısı bakımından bölgemizdeki en büyük birliktir. Ortak sayısı bakımından ise S.S. Denizli Bölgesi Sulama Kooperatifleri Birliği bölgede ilk sırada, Türkiye genelinde ise sulama kooperatifleri birlikleri içinde 2. sırada yer almaktadır.

Tablo 5: Bölge İllerindeki Birlikler

İl	Unvanı	Birliğe Bağlı Toplam Koop. Sayısı	Birliğe Bağlı Toplam Ortak Çiftçi Sayısı	Ortak Sayısına Göre Aynı Kategorideki Türkiye Sırası/Toplam Birlik Sayısı
Aydın	S.S. Aydın Bölgesi Hayvancılık Kooperatifleri Birliği	55	9.381	3/31

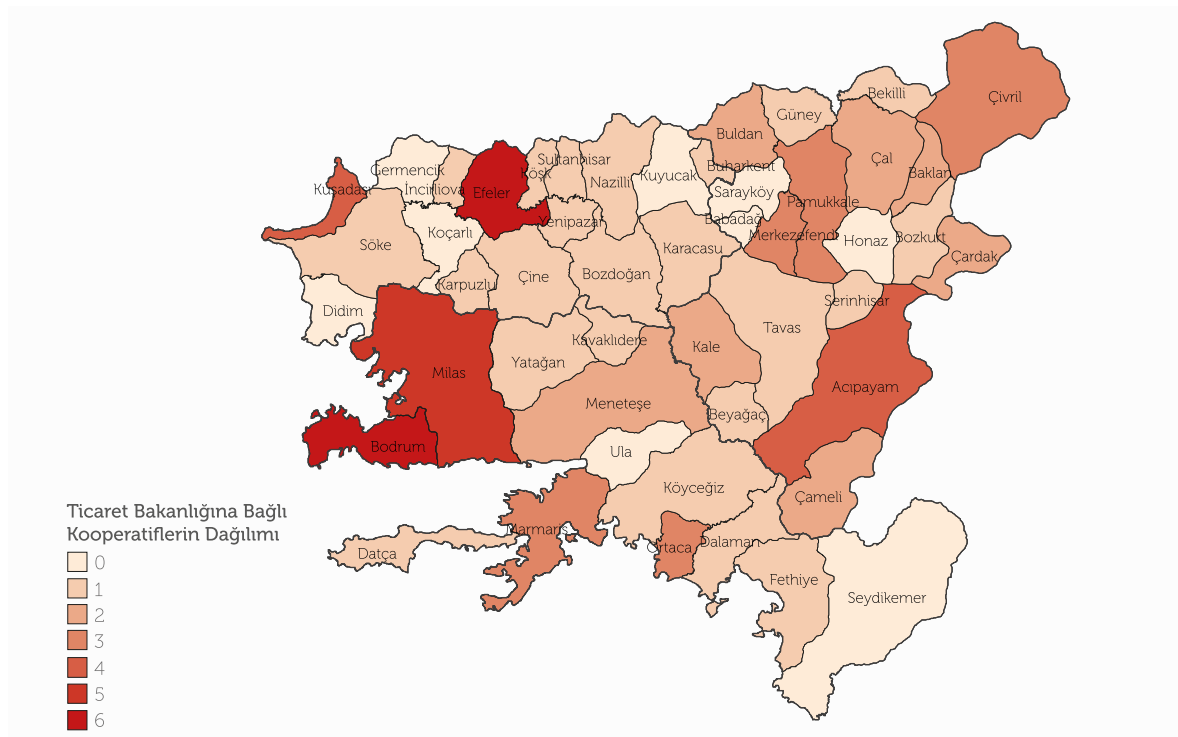
Tablo 5: Bölge İllerindeki Birlikler (Devamı)

İl	Unvanı	Birliğe Bağlı Toplam Koop. Sayısı	Birliğe Bağlı Toplam Ortak Çiftçi Sayısı	Ortak Sayısına Göre Aynı Kategorideki Türkiye Sırası/Toplam Birlik Sayısı
Denizli	Sınırlı Sorumlu Denizli Bölgesi Köy Kalkınma ve Diğer Tarımsal Amaçlı Kooperatifler Birliği	101	15.294	6/18
Muğla	Sınırlı Sorumlu Mukobirlik Muğla İli Köy Kalkınma ve Diğer Tarımsal Amaçlı Kooperatifler Birliği	62	10.472	8/18
Denizli	S.S. Denizli Bölgesi Tarım Kooperatifleri Birliği	57	7.450	5/14
Muğla	S.S. Muğla Bölgesi Ormancılık Kooperatifleri Birliği	68	12.974	4/18
Aydın	S.S. Aydın Bölgesi Ormancılık Kooperatifleri Birliği	26	4.077	11/18
Denizli	S.S. Denizli Bölgesi Sulama Kooperatifleri Birliği	29	29.315	2/13
Aydın	S.S. Aydın Bölgesi Su Ürünleri Kooperatifleri Birliği	12	719	10/18
Muğla	S.S. Muğla Bölgesi Su Ürünleri Kooperatifleri Birliği	15	711	11/18

Kaynak: Tarım ve Orman Bakanlığı verileri, 2025

5.2. Ticaret Bakanlığı'na Bağlı Kooperatifler

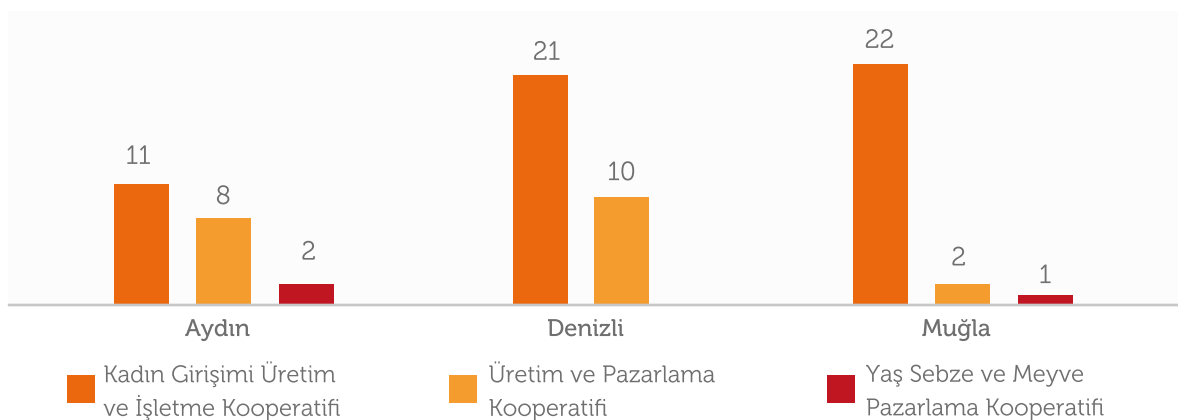
Bölge illerinde Ticaret Bakanlığı'na bağlı kooperatifler incelendiğinde ise Denizli 31 kooperatif ile ilk sırada yer almaktadır. Muğla'da 25, Aydın'da ise 21 adet Ticaret Bakanlığı'na bağlı kooperatif bulunduğu görülmektedir. Bu dağılım, Denizli'nin ticaret odaklı kooperatifleşmede diğer iki ile göre daha aktif olduğunu göstermektedir.



Harita 4: Bölge ilçelerinde Ticaret Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerin dağılımı

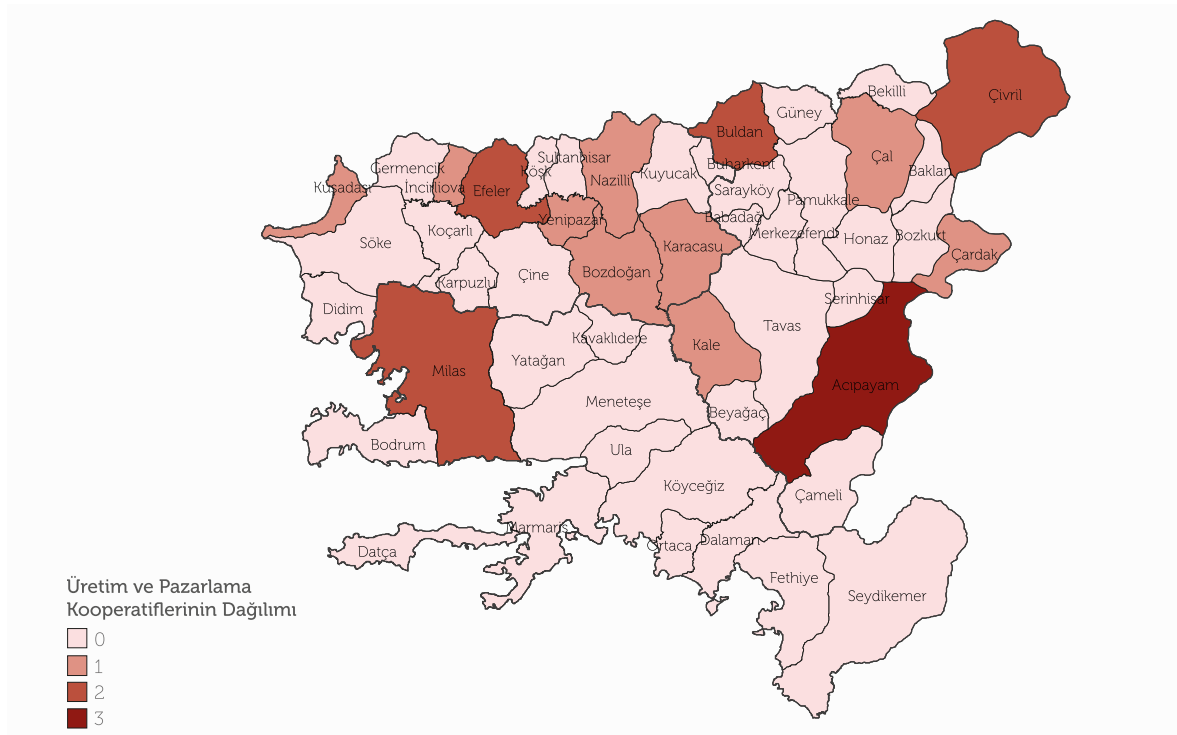
Çalışma kapsamında ele alınan Ticaret Bakanlığı'na bağlı kooperatifler Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifleri, Üretim ve Pazarlama Kooperatifleri ve Yaş Sebze ve Meyve Pazarlama Kooperatifleridir.

Şekil 4'te Ticaret Bakanlığına bağlı kooperatiflerin türlere göre üç ildeki dağılımı gösterilmektedir. Üç ilde de en fazla "Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi" bulunurken, bunu sırasıyla "Üretim ve Pazarlama Kooperatifi" ve "Yaş Sebze ve Meyve Pazarlama Kooperatifi" izlemektedir.



Şekil 4: Ticaret Bakanlığına bağlı kooperatiflerin türlerinin dağılımı

Kaynak: (Tarım ve Orman İl Müdürlükleri İle Ticaret İl Müdürlükleri Verileri, 2025)



Harita 6: Bölge ilçelerinde Üretim ve Pazarlama Kooperatiflerinin dağılımı

Bölgede tarımsal üretimin yüksek hacimli ve çeşitlilik arz eden bir yapıya sahip olmasına rağmen, üretim ve pazarlama kooperatiflerinin sayısının sınırlı düzeyde kalması dikkat çekicidir. Bu durum, üreticilerin pazarlama süreçlerinde çoğunlukla bireysel hareket ettiklerini ve örgütlü yapılar aracılığıyla katma değer yaratma kapasitelerinin yeterince kullanılmadığını göstermektedir. Pazarlama kooperatiflerinin yetersizliği, ortak pazarlama, lojistik optimizasyonu, toplu girdi temini, fiyat istikrarı ve marka konumlandırması gibi ölçek ekonomilerinin sunduğu avantajlardan üreticilerin tam anlamıyla faydalanamamasına neden olmaktadır. Bu bağlamda, bölgede üretim ve pazarlamanın kooperatifler üzerinden kurumsallaşması, hem üretici gelirlerinin artırılması hem de tarımsal değer zincirinde rekabet gücünün yükseltilmesi açısından kritik önem taşımaktadır.

Ayrıca bölge illerimizde Ticaret Bakanlığına bağlı birlik bulunmamaktadır.





Güney Ege Bölgesi'nde Üreten Kooperatifler Saha Çalışması Analizleri

1 2 3 4 5 6 7

“ Güney Ege
Bölgesi’nde Üreten
Kooperatiflerin
Mevcut Durum
Analizi ve Gelişim
Stratejileri ”

6. GÜNEY EGE BÖLGESİ'NDE ÜRETEK KOOPERATİFLER SAHA ÇALIŞMASI ANALİZLERİ

6.1. Araştırmanın Gerekçesi, Kapsamı ve Yöntemi

TR32 Bölgesi'nde yürütölen Üreten Kooperatifler Saha Çalışması kapsamında bölgede kooperatiflerin eğitim, yatırım, markalaşma ve satış kapasitelerinin belirlenmesi hedeflenerek bu alanlarda kooperatiflerin ihtiyaçlarının ortaya konması amaçlanmıştır.

Bu doğrultuda kooperatiflerin aktif üretimde bulunması, ürün pazarlama durumu, markalaşma potansiyeli, kurumsal gelişim kapasitesi gibi belirleyici kriterler esas alınarak toplam 94 kooperatif seçilerek; bu kooperatiflerle büyük oranda yüz yüze, kısmen de çevrim içi yöntemlerle 35 sorudan oluşan anket gerçekleştirilmiştir. Anket görüşmelerinin %60'ı Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerle, %40'ı Ticaret Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerle gerçekleştirilmiştir.

Bölgede faaliyet gösteren toplam 602 kooperatif içerisinde (525'i Tarım ve Orman Bakanlığı'na, 77'si Ticaret Bakanlığı'na bağlı), Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerin yaklaşık %9'u ile Ticaret Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerin ise yaklaşık %48'i ile doğrudan görüşme sağlanmıştır.

Anket sürecine eşlik eden ajans uzmanları 94 kooperatif yöneticisiyle görüşmüş ve ajans uzmanları tarafından her bir kooperatif için ayrı ayrı genel değerlendirme notları hazırlanarak bu görüşler rapora niteliksel veri olarak yansıtılmıştır. Ayrıca, Aydın, Denizli ve Muğla illerinde kooperatiflerin bağlı bulunduğu İl Tarım ve Orman Müdürlükleri ve Ticaret İl Müdürlükleri ile odak grup görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Bu görüşmelerde kooperatifçilik alanındaki yapısal ve işleyişe ilişkin kritik sorunlar tespit edilmiş ve bu sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirilmiştir.

Çalışmanın izleyen bölümlerinde, öncelikle kooperatifçilikle ilgili temel kavram ve yapılar gözden geçirilmiş; ardından saha araştırması kapsamında elde edilen bulgular, kooperatiflerin tanımlayıcı özellikleri doğrultusunda tablo ve grafikler aracılığıyla açıklanmıştır. 6. başlık kapsamında anket sonuçları üzerinden yapılan çapraz analizlere yer verilmiştir. Bölge özelinde öne çıkan sorun alanları ile bu alanlara ilişkin geliştirilen çözüm önerileri sistematik bir biçimde sunulmuştur. Son olarak, TR32 Bölgesi'nde kooperatifçiliğin güçlendirilmesine yönelik hedefler ve stratejiler ortaya konulmuştur.

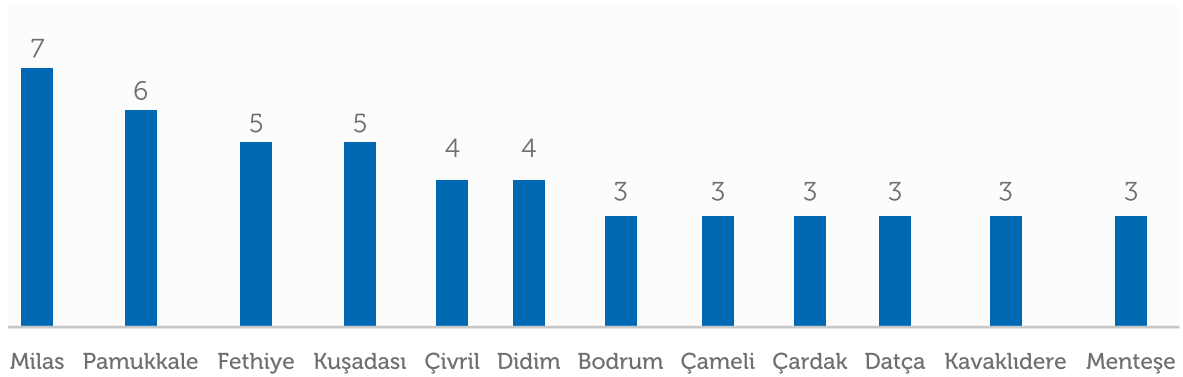
6.1.1. Anket Çalışmasına Katılan Kooperatiflerin İllerde Dağılımı

Üretici örgütlerinin mevcut durum analizi çalışması kapsamında Aydın'da 25, Denizli'de 32, Muğla'da 37 olmak üzere toplam 94 kooperatif ile görüşme sağlanmıştır. Araştırma kapsamında ele alınan Tarım ve Orman Bakanlığı'na ve Ticaret Bakanlığı'na bağlı bölgede faaliyetlerine devam eden kooperatiflerin yaklaşık %13'ü ile görüşme gerçekleştirilmiştir (Tablo 6).

Tablo 6: Analiz kapsamında görüşülen kooperatiflerin dağılımı

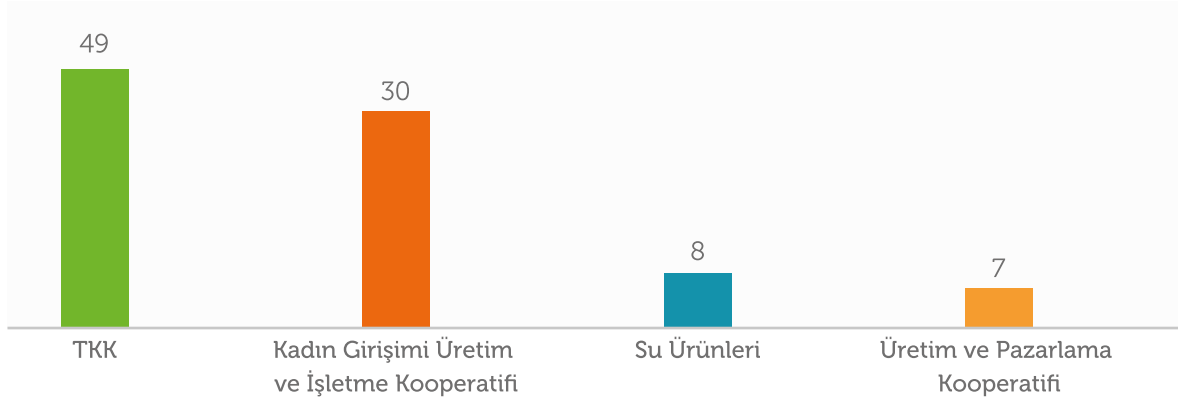
İller	Tarım ve Orman Bakanlığı'na Bağlı		Ticaret Bakanlığı'na Bağlı		Toplam
	Tarımsal Kalkınma	Su Ürünleri	Kadın Girişimi	Üretim ve Pazarlama	
Aydın	13	2	6	4	25
Denizli	14	2	14	2	32
Muğla	22	4	10	1	37
Genel Toplam	49	8	30	7	94

Kooperatiflerle gerçekleştirilen anketlerin ilçelerde dağılımı incelendiğinde en fazla anket çalışmasının Milas'ta gerçekleştirildiği görülmektedir. Milas'ı Pamukkale, Fethiye, Kuşadası izlemektedir. Bu ilçelerin yoğun ekonomik çeşitliliği bulunan, kadınların sosyal hayatta daha yoğun yer aldığı ilçeler olduğu dikkat çekmektedir. Bu doğrultuda aktif kooperatif sayılarının görece daha fazla olduğu söylenebilmektedir (Şekil 5).

**Şekil 5:** Analiz kapsamında en fazla görüşme gerçekleştirilen ilçeler

6.1.2. Anket Çalışmasına Katılan Kooperatiflerin Türlerine Dağılımı

Analiz kapsamında gerçekleştirilen görüşmelerin kooperatiflerin türlerine göre dağılımı incelendiğinde tüm görüşmelerin %52'si tarımsal kalkınma kooperatifleriyle, %32'si kadın kooperatifleriyle, %8,5'i su ürünleri kooperatifleriyle, %7,5'i ise üretim ve pazarlama kooperatifleriyle gerçekleştirilmiştir (Şekil 6).



Şekil 6: Görüşme gerçekleştirilen kooperatiflerin türlerinin sayısına göre dağılımı

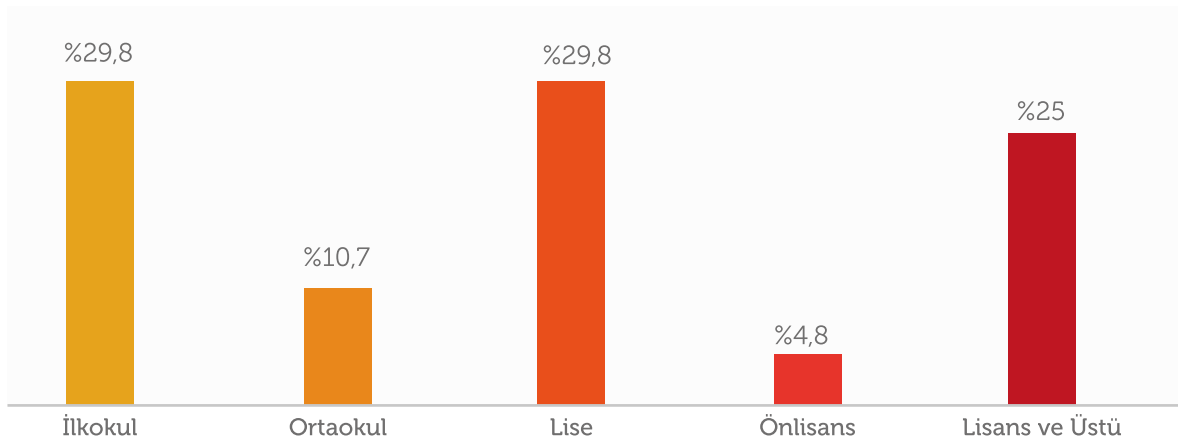
Bu doğrultuda görüşülen kooperatiflerin Bakanlıklara göre dağılımı incelendiğinde tüm görüşmelerin %60'ı Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı faaliyetlerini sürdüren kooperatiflerle gerçekleştirilirken %40'ı Ticaret Bakanlığı'na bağlı faaliyetlerini sürdüren kooperatiflerle gerçekleştirilmiştir. Bölgede Tarım ve Orman Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerin %9'u ile görüşme sağlanırken Ticaret Bakanlığı'na bağlı kooperatiflerin %48'i ile görüşme sağlanmıştır.

6.2. Güney Ege Bölgesi'nde Kooperatifçilik Mevcut Durum Analizi

6.2.1. Bölgede Kooperatiflerin Genel Yapısı

6.2.1.1. Kooperatif Başkanlarının Eğitim Düzeyi Dağılımı

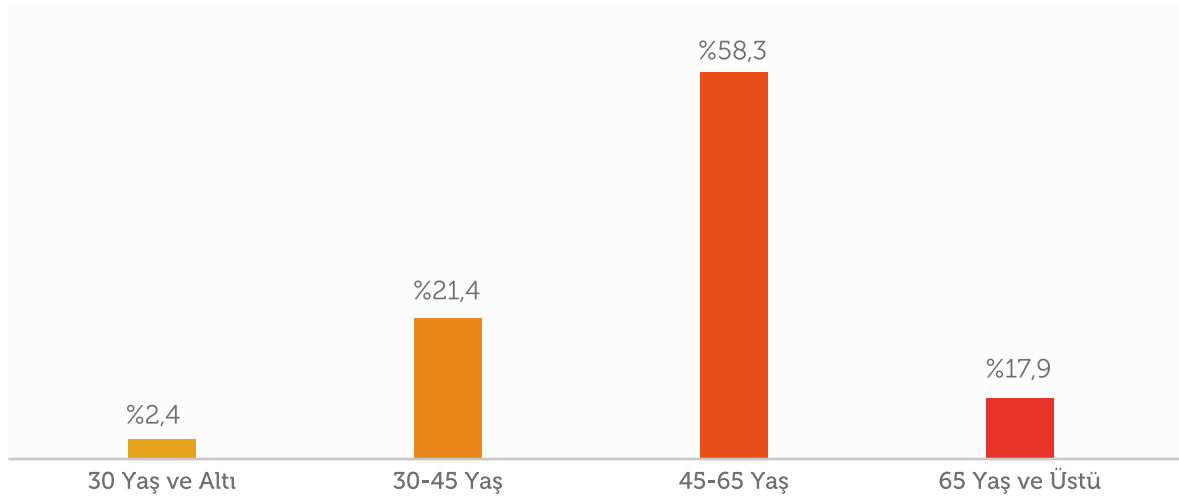
Araştırma kapsamında görüşülen 94 kooperatifin 84'ünde kooperatif başkanları ile görüşme sağlanmıştır. Diğer 10 kooperatifte ise denetmen, başkan yardımcısı, yönetici gibi çeşitli ilgililerle görüşme sağlanmıştır. Görüşülen 84 başkanın eğitim durumları incelendiğinde %75'inin lisans öğrenimi görmediği dikkat çekmektedir. %29,8'i ilkökul, %10,7'si ortaokul, %30'u lise, %25'i ise lisans ve lisansüstü eğitim görmüştür (Şekil 7).



Şekil 7: Kooperatif başkanlarının öğrenim durumları

6.2.1.2. Kooperatif Başkanlarının Yaş Dağılımı

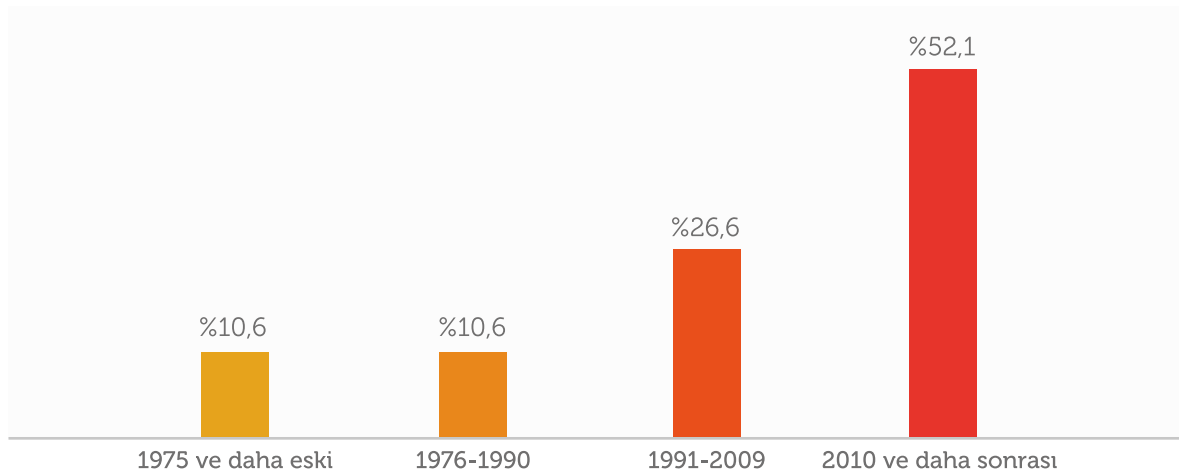
Kooperatif başkanlarının yaş dağılımı incelendiğinde %58,3'ün 45-65 yaş aralığında olduğu dikkat çekmektedir. 30 yaş altı yalnızca 2 kooperatif başkanı olduğu ve %18,9'un ise 65 yaş ve üstü olduğu görülmektedir.



Şekil 8: Kooperatif başkanlarının yaş dağılımı

6.2.1.3. Kooperatiflerin Kuruluş Yılları

Görüşülen kooperatiflerin yaklaşık %52'sinin 2010 ve sonrasında kurulduğu dikkat çekerken %26'sı 1991-2009 yılları arasında kurulmuştur. Görüşme yapılan kooperatiflerin sadece %10,6'sı 1975 yılı öncesinde kurulmuştur (Şekil 9).

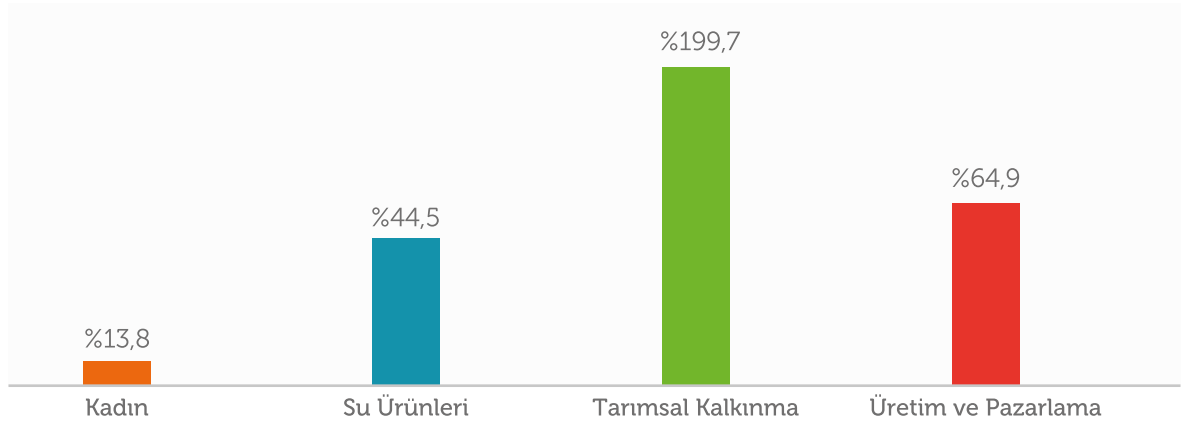


Şekil 9: Görüşülen kooperatiflerin kuruluş yıllarına göre dağılımı

Anket çalışmasına katılan kadın kooperatiflerinin hepsinin 2010 yılı ve sonrasında kurulduğu dikkat çekmektedir. Kadın kooperatiflerinin ülkemizde 1999 yılında kurulmaya başlanmış ancak yaygınlaşması 2010 yılından sonra olmuştur. Ankete katılan tarımsal kalkınma kooperatiflerinin çoğunluğunun ise 1991-2009 yılları arasında kurulduğu görülmektedir.

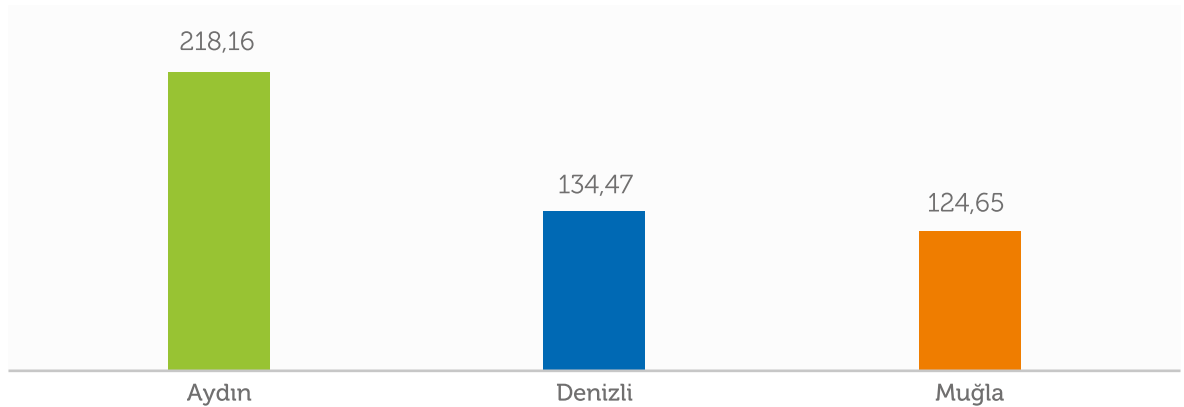
6.2.1.4. Kooperatiflerin Kayıtlı Ortak Sayısı

Kooperatiflerin kayıtlı ortak sayılarına baktığımızda kadın kooperatiflerinin ortalama ortak sayısının en düşük kooperatif türü olduğu görülmektedir. Tarımsal kalkınma kooperatiflerinin ise en yüksek ortalama ortak sayısına sahip olduğu dikkat çekmektedir.



Şekil 10: Kooperatif türlerine göre ortalama kayıtlı ortak sayısı

İllerde kooperatiflerin ortalama ortak sayısını incelediğimizde ise Aydın'ın önemli bir farkla en fazla ortalama ortak sayısına sahip olduğu Muğla'nın ise en az ortalama ortak sayısına sahip olduğu görülmektedir. Aydın'da Ör-Koop 3.779 ortağı ile bölgenin en fazla ortağı bulunan kooperatifi olarak öne çıkmaktadır. Pınarköy Tarımsal Kalkınma Kooperatifi 764 ortağı ile ikinci sırada yer almaktadır.

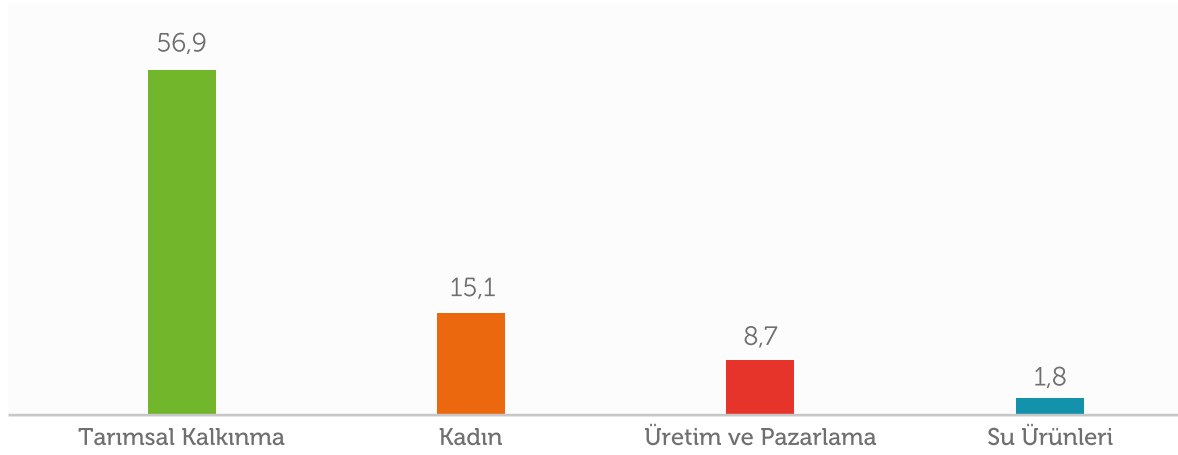


Şekil 11: İllere göre kooperatiflerin ortalama kayıtlı ortak sayısı

İllerde kooperatif türlerine göre ortak sayıları incelendiğinde kadın kooperatiflerinin ortak sayılarının diğer kooperatif türlerine göre daha düşük olduğu dikkat çekmektedir. Aydın'da kadın kooperatiflerinin ortalama ortak sayısının diğer illere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Su ürünleri kooperatiflerinde Aydın, diğer illerden daha az ortalama ortak sayısına sahip olurken Denizli ve Muğla'nın birbirine yakın seyrettiği görülmektedir. Tarımsal kalkınma kooperatiflerinde Denizli'nin ortalama ortak sayısı diğer illere göre daha fazladır. Üretim ve pazarlama kooperatiflerinde ise ortalama ortak sayısı açısından iller arasında belirgin bir fark olmadığı gözlenmektedir.

6.2.1.5. Kooperatiflerin Kayıtlı Kadın Ortak Sayısı

Kooperatiflerin kayıtlı kadın ortak sayıları incelendiğinde tarımsal kalkınma kooperatiflerinde ortalama 57, kadın kooperatiflerinde 15, üretim ve pazarlama kooperatiflerinde 9, su ürünleri kooperatiflerinde ise ortalama 2 kadın ortağın bulunduğu görülmektedir.



Şekil 12: Kooperatif türlerine göre ortalama kadın ortak sayısı

Kooperatiflerin kadın ortak sayıları illere göre incelendiğinde Aydın ilinin kooperatiflerinde daha fazla kadın ortak bulunduğu görülmektedir. Aydın'ın tüm kooperatiflerinde ortalama 48 kadın ortak bulunmaktadır. Aydın'ı Denizli 38, Muğla ise 24 ortalama kadın ortak ile takip etmektedir.

6.2.1.6. Kooperatiflerin Kayıtlı Tüzel Ortak Sayısı

Kooperatiflerin tüzel kişilik statüsündeki ortaklara (örneğin belediyeler, kalkınma ajansları, şirketler vb.) sahip olması, onların satış ve pazarlama kapasitelerini doğrudan artırmakta; finansmana erişim, pazar ağına katılım ve kurumsal iş birlikleri geliştirme gibi konularda önemli avantajlar sağlamaktadır. Bu nedenle analiz kapsamında görüşülen kooperatiflere tüzel ortaklarının olup olmadığı sorulmuştur. Görüşülen 94 kooperatifin 80'inde tüzel ortak bulunmadığı tespit edilmiştir. Tüzel ortağı bulunan 14 kooperatifin 5'i Aydın, 8'i Denizli ve 1'i Muğla'dadır. Bu kooperatiflerin 5'i kadın kooperatifi, 7'si tarımsal kalkınma kooperatifi, 2'si ise üretim ve pazarlama kooperatifi.

Tablo 7: Analiz çalışmasında görüşülen kooperatiflerden tüzel ortağı bulunan kooperatifler

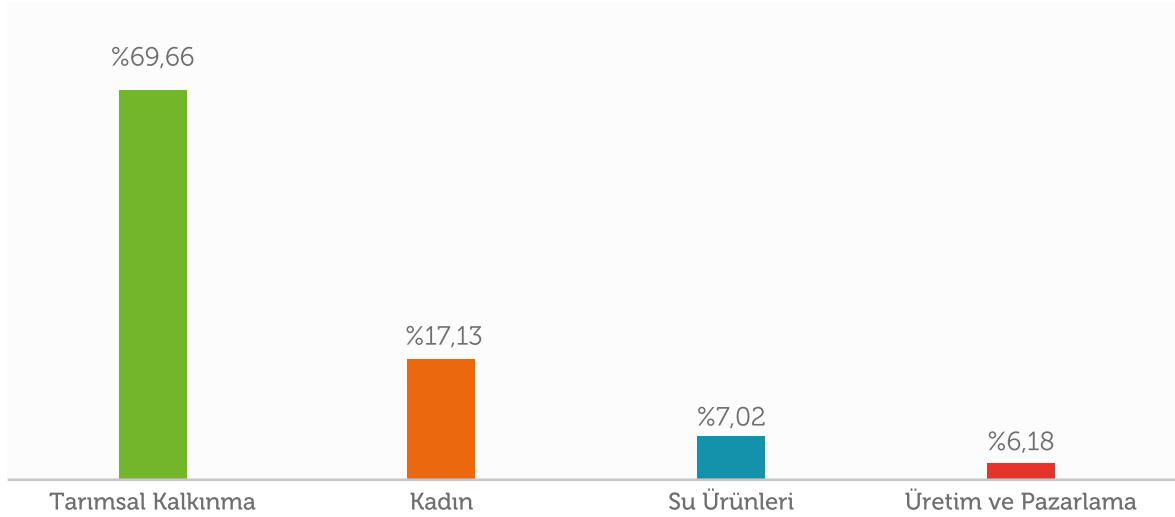
Kooperatif Adı	Kooperatifin türü	Kooperatifin Bulunduğu İl	Kooperatifin Bulunduğu İlçe
Ör-Koop (S.S. Nazilli ve Çevresi TKK)	Tarımsal Kalkınma	Aydın	Nazilli
S.S. Balatçık Köyü TKK	Tarımsal Kalkınma	Aydın	Germencik
S.S. Karacasu TKK	Tarımsal Kalkınma	Aydın	Karacasu
S.S. Buharkent Ziraat Yaş Sebze ve Meyve Kooperatifi	Üretim ve Pazarlama	Aydın	Buharkent
S.S. Aydın Bal ve An Ürünleri Kooperatifi	Üretim ve Pazarlama	Aydın	Efeler
S.S. Merkezefendi Kadın Kooperatifi	Kadın	Denizli	Merkezefendi
S.S. Bozkurt Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	Kadın	Denizli	Bozkurt
S.S. Hambat Kadın Eli Kooperatifi	Kadın	Denizli	Çardak
S.S. Elmalı Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi	Kadın	Denizli	Çameli
S.S. Tavas Yarengüme Kadın Girişimi ve Üretim İşletme Kooperatifi	Kadın	Denizli	Tavas
S.S. Kurtluca T.K.K.	Tarımsal Kalkınma	Denizli	Pamukkale
S.S. Kızılyaka TKK	Tarımsal Kalkınma	Denizli	Çameli
S.S. Alandız TKK	Tarımsal Kalkınma	Denizli	Buldan
S.S. Merkez Menteşe TKK	Tarımsal Kalkınma	Muğla	Menteşe

6.2.1.7. Kooperatiflerin İstihdam Durumu

Analiz çalışmaları kapsamında araştırılan konulardan birisi de kooperatiflerin istihdam olanakları olmuştur. Analize dâhil edilen kooperatiflerin %49'unda herhangi bir istihdam sağlanamamaktadır. %51'inde ise istihdam yaratıldığı görülmektedir.

Kooperatiflerin istihdam olanaklarını ayrıntılı incelediğimizde Aydın'da yüksek istihdam rakamlarına sahip olan Ör-Koop (Nazilli ve Çevresi Tarımsal Kalkınma Kooperatifi) 115 istihdam ile öne çıkmaktadır. Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri en yüksek istihdam oranına sahip kooperatif türü olarak dikkat çekmektedir. Ör-Koop'un ardından Kızılyaka TKK, Kavaklıdere TKK ve Dalama TKK sağladığı istihdam ile ilk sıralarda yer almaktadır.

Şekil 13'te görüldüğü üzere en fazla istihdam sağlayan kooperatifler tarımsal kalkınma kooperatifleri olmuş, onun ardından (%17,1) ile kadın kooperatifleri gelmektedir.



Şekil 13: Kooperatiflerdeki istihdamın kooperatif türlerine göre dağılımı

Kooperatiflerin bölge illerinde yarattıkları istihdama göre karşılaştırması yapıldığında Aydın ilk sırada yer alırken Muğla ise son sırada yer almaktadır. Yüksek istihdam sağlayan kooperatiflerin çoğunlukla Aydın ve Denizli'de yer aldığı dikkat çekmektedir.

6.2.1.8. Kooperatiflerde Ciro, Kâr

Analiz kapsamında anket görüşmesi yapılan kooperatiflere, 2022, 2023 ve 2024 yıllarına ait ciro ve kâr bilgileri sorulmuş; bu veriler, kooperatiflerin yıllar içindeki büyüme eğilimlerinin ve pazarlama becerilerinin değerlendirilmesi açısından önemli bulunmuştur. Ancak görüşülen 94 kooperatiften yalnızca 49'u bu verileri sözlü olarak paylaşmıştır. Elde edilen veriler, özellikle tarımsal kalkınma kooperatiflerinin üç yıl boyunca en yüksek ortalama ciro ve kâr düzeylerine sahip olduğunu göstermektedir. Bu kooperatiflerin ardından üretim ve pazarlama kooperatifleri ile su ürünleri kooperatifleri gelmektedir. Kadın kooperatifleri ise ciro ve kâr açısından en düşük düzeyde yer almıştır.

Tablo 8: Kooperatiflerin türlerine göre ortalama ciro ve kâr durumları (TL)

Kooperatif Türleri	Ortalama 2024 Ciro	Ortalama 2024 Kâr	Ortalama 2023 Ciro	Ortalama 2023 Kâr	Ortalama 2022 Ciro	Ortalama 2022 Kâr
Kadın	933.512	76.316	1.007.799	119.711	478.777	108.192
Su Ürünleri	1.216.208	128.268	2.670.178	398.723	1.256.863	44.861
Tarımsal Kalkınma	31.491.616	1.009.603	60.312.825	693.352	30.000.992	784.749
Üretim ve Pazarlama	15.748.194	1.564.606	11.906.299	347.338	7.495.336	217.566
Genel Ortalama	18.712.805	768.349	36.361.802	506.208	18.866.020	524.552

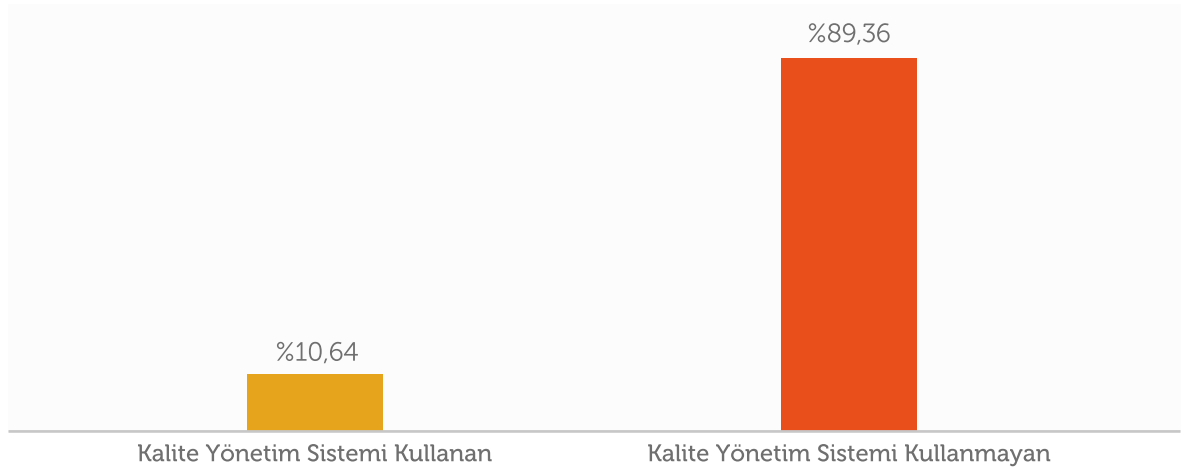
Tablo 8'de gösterilen bu farklılıklar, kooperatif türleri arasındaki üretim ölçeği, ortak sayısı ve pazarlama kapasitesi gibi faktörlerle yakından ilişkilidir. Tarımsal kalkınma ve üretim-pazarlama kooperatiflerinin ortaklarının yüksek üretim hacmine sahip olması ve bu ürünlerin çeşitli pazarlama kanallarında değerlendirilmesi, bu kooperatiflerin finansal performansını olumlu yönde etkilemektedir. Aynı zamanda, yüksek ciro ve kâr rakamlarına ulaşan kooperatiflerin genellikle daha fazla sayıda ortağa sahip olduğu, dolayısıyla kolektif üretim gücünün ve satış potansiyelinin arttığı görülmektedir. Bu durum, kooperatiflerin büyüme kapasitesinin yalnızca sektörel faaliyet alanıyla değil, örgütlenme düzeyi ve erişebildiği pazarlarla da doğrudan bağlantılı olduğunu göstermektedir.

Öte yandan, kadın kooperatiflerinin çoğunlukla düşük ölçekli üretim yapmaları, sınırlı sayıda ortakla faaliyet göstermeleri ve yeterli pazarlama ağlarına ulaşamamaları nedeniyle daha düşük gelir ve kârlılıkla faaliyet yürüttükleri anlaşılmaktadır. Bu tablo, kadın kooperatiflerinin finansal kapasitesinin artırılması ve daha güçlü yapılar haline gelmesi için desteklenmeleri gerektiğini ortaya koymaktadır. Son olarak, genel olarak tüm kooperatif türlerinde en yüksek ortalama cironun 2023 yılında, en yüksek ortalama kârın ise 2024 yılında elde edildiği görülmüştür. Bu durum, 2023 yılında satış hacminin arttığını, ancak 2024'te daha kontrollü gider yönetimiyle birlikte kârlılığın optimize edildiğini göstermektedir.

6.2.2 Bölgede Kooperatiflerin İşletme Performansı ve Rekabetçilik Durumu

6.2.2.1 Kooperatiflerin Kalite Yönetim Sistemi Kullanımı

Kalite yönetim sistemleri; ürün ve hizmet kalitesini artırmak, ortak ve müşteri memnuniyetini sağlamak ve iç süreçlerde etkinliği geliştirmek amacıyla uygulanan sistematik yönetim yaklaşımlarıdır. Bu sistemler, kooperatiflerin kurumsallaşma süreçlerine katkı sunarken aynı zamanda yasal uygunluk, pazar erişimi ve kamu desteklerinden yararlanma gibi alanlarda da önemli avantajlar sağlamaktadır (Pektaş, 2009).



Şekil 14: Kooperatiflerin Kalite Yönetim Sistemi kullanım durumu

Şekil 14'te ise kooperatiflerin kalite yönetim sistemi kullanım durumları incelenmektedir. Buna göre, ankete katılan 94 kooperatifin yalnızca yaklaşık %11'inin kalite yönetim sistemi kullandığı, %90'a yakın bir kısmında ise herhangi bir kalite yönetim sisteminin bulunmadığı görülmektedir. Bu durum, kooperatiflerin büyük çoğunluğunun kurumsal yönetim, ürün ve hizmet standardizasyonu ile süreç iyileştirme konularında henüz yeterli düzeye ulaşmadığını ortaya koymaktadır.

TR32 Bölgesi'nde kooperatiflerde uygulandığı görülen ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi, ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi, HACCP, ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi ve ISO 45001 İş Sağlığı ve Güvenliği Yönetim Sistemi ve Türk Gıda Kodeksi gibi standartlar; üretim süreçlerinin güvenilirliğini, izlenebilirliğini ve sürdürülebilirliğini sağlamada önemli bir rol üstlenmektedir. Ankete katılan kooperatifler arasında kalite yönetim sistemine sahip olan 10 kooperatifin büyük çoğunluğunda uygulanan sistemlerin, ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi ile ISO 22000 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, kalite yönetimi ve gıda güvenliği alanlarında uluslararası standartlara uyum sağlama yönünde sınırlı ancak önemli bir eğilimin bulunduğunu göstermektedir (VertaCert, 2025).

Türk Gıda Kodeksi uygulaması, Türkiye'de satışa sunulan gıdalara yönelik hijyen kuralları, etiketleme, pestisit ve veteriner ilaç kalıntı limitleri, ithalat ve ihracat denetimleri, belgelendirme sistemi, tahlil ve numune alma yöntemleri, gıda katkı maddeleri ile beslenme ve özel diyet amaçlı gıdalara ilişkin genel standartların yanı sıra; taze, dondurulmuş ve işlenmiş tüm gıda ve gıda ürünlerine özgü spesifik standartları içeren kapsamlı bir mevzuat bütünüdür. (Ankara Ticaret Borsası, 2025). Bu kapsamda, S.S. Ula İlçesi ve Kızılağaç Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi'nin sahip olduğu ilgili sertifika aracılığıyla, kooperatifin söz konusu standartlara uygun olarak peynir ve yoğurt üretimi gerçekleştirdiği tespit edilmiştir. Bu durum, kooperatifin gıda güvenliği ve yasal uygunluk açısından önemli bir örnek teşkil ettiğini göstermektedir.

Gerçekleştirilen anketler kapsamında kadın kooperatiflerinin %13,33'ünün, tarımsal kalkınma kooperatiflerinin %16,67'sinin ve üretim-pazarlama kooperatiflerinin %3,33'ünün kalite yönetim sistemlerini uygulamakta olduğu tespit edilmiştir. Su ürünleri kooperatiflerinde ise herhangi bir kalite yönetim sistemi kullanımına rastlanmamıştır. Bu durum, kalite yönetim sistemlerinin kooperatif türlerine göre yaygınlık düzeyinin değiştiğini ve çoğu kooperatifte henüz yeterince benimsenmediğini göstermektedir.

6.2.2.2 Kooperatiflerin Coğrafi İşaretli Ürün Üretimi

Coğrafi işaretli ürün üretimi, kooperatifler için yerel değerlerin korunması, ürünlerin pazarda farklılaştırılması ve katma değer yaratılması açısından büyük önem taşımaktadır. (T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 2020). Bu tür ürünler, kökeniyle bağlantılı kalite ve geleneksel üretim yöntemleri sayesinde tüketici nezdinde güven oluşturur ve yüksek fiyatla satılma potansiyeline sahiptir. Kooperatifler için coğrafi işaretli ürün üretmek, hem yerel kalkınmayı destekleyen bir araç hem de markalaşma ve sürdürülebilir üretim açısından stratejik bir fırsattır. TR32 Bölgesi'nde coğrafi işaretli ürün olarak tescil edilmiş 85 ürün bulunmakta olup 33 ürün için başvuru süreci devam etmektedir. (Türk Patent ve Marka Kurumu, 2025).



Şekil 15: Coğrafi işaretli ürün üreten kooperatif oranı

Şekil 15’de, kooperatiflerin coğrafi işaretli ürün üretim durumları analiz edilmektedir. Verilere göre, kooperatiflerin yalnızca %31,91’i coğrafi işaretli ürün üretimi gerçekleştirirken, %68,09’u herhangi bir coğrafi işaretli ürün üretmemektedir. Bu durum, TR32 Bölgesi’nde coğrafi işaret potansiyeline sahip birçok yerel ürün bulunmasına rağmen, kooperatiflerin bu alandaki tescil ve markalaşma süreçlerine yeterince entegre olamadığını göstermektedir. Coğrafi işaretli üretimin artırılması, kooperatiflerin pazarda farklılaşması, ürünlerine katma değer kazandırması ve kırsal kalkınmaya katkı sunmaları açısından stratejik bir fırsat alanı olarak değerlendirilmektedir.

Anket sonuçlarından elde edilen verilere göre, bölgede faaliyet gösteren kooperatiflerin çeşitli coğrafi işaretli ürün üretimini gerçekleştirdiği görülmektedir. Bu ürünler arasında öne çıkanlar; Muğla Çam Balı, Köyceğiz Portakalı, Kavaklıdere Cevizi, Muğla Göce Tarhanası, Üzümlü Dastan (Yeşilüzümlü Dastan), Bodrum Mandarini, Datça Nurlu Bademi, Milas Yağlı Zeytini, Milas Zeytinyağı, Karacasu Çömleği, Aydın Enginarı, Aydın Yuvarlaması, Kale Biberi, Denizli Kekiği, Denizli Çalkarası Üzümlü (Denizli Çalkarası), Çameli Kilimi, Çameli Elmalı Bezi gibi ürünlerdir. Bunun yanı sıra; Fethiye Kaya İnciri, Fethiye Tahini, Seydiler Kilimi, Fethiye Kaya Halısı (Fethiye Kayaköy Halısı/Fethiye Halısı), Buldan Bezi, Buldan Kestanesi gibi yerel ürünlerin de kooperatifler aracılığıyla üretildiği belirlenmiştir. Bu çeşitlilik, kooperatiflerin bölgesel ürünlerin korunması ve pazara sunulmasında önemli bir rol üstlendiğini ve coğrafi işaretli ürün üretme potansiyelinin yüksek olduğunu göstermektedir.

6.2.2.3 .Kooperatiflerin İyi Tarım ve Organik Tarım Uygulamaları

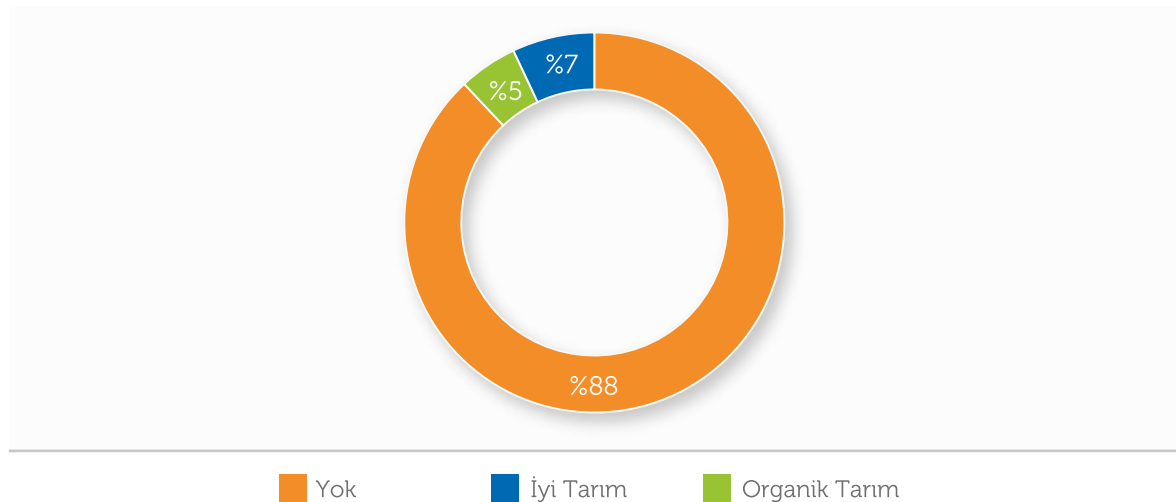
İyi tarım ve organik tarım uygulamaları, sürdürülebilir tarım politikalarının temel unsurlarını oluşturarak hem çevresel koruma hem de halk sağlığının güvence altına alınması açısından stratejik önem arz etmektedir. İyi Tarım Uygulamaları Hakkında Yönetmeliğe göre iyi tarım uygulamaları, tarımsal üretim sistemini sosyal açıdan yaşanabilir, ekonomik açıdan karlı ve verimli, insan sağlığını koruyan, hayvan sağlığı verefahı ile çevreye önem veren bir hale getirmek için uygulanması gereken işlemleri kapsamaktadır. Organik tarımda ise gübre ve pestisit gibi sentetik girdiler tamamen ortadan kaldırılarak çevreyle uyumlu bir üretim hedeflenir. Bu yöntemler, yalnızca güvenilir ve sağlıklı gıda arzını sağlamakla kalmamakta, aynı zamanda üretici gelirlerini artırmakta ve tüketici nezdinde yüksek düzeyde güven oluşturarak piyasa istikrarına katkı sunmaktadır. Ayrıca, bu yöntemler iklim değişikliğiyle mücadelede

karbon ayak izini azaltarak çevresel sürdürülebilirliğe katkı sağlamakta; buna bağlı olarak doğal ve sağlıklı ürünlere yönelik artan tüketici talebi, bu üretim modellerinin ekonomik değerini ve yaygınlığını kayda değer ölçüde artırmaktadır.

TR32 Bölgesi'nde ise Aydın, Türkiye'nin tarım potansiyeli yüksek illerinden biri olarak, iyi tarım ve organik tarım uygulamalarının yaygınlığıyla dikkat çekmektedir. Özellikle incir, zeytin, pamuk ve çeşitli meyve-sebze üretiminde Aydın'ın verimli toprakları ve uygun iklim koşulları, bu uygulamalar için ideal bir zemin sunmaktadır. 2023 yılı TÜİK verilerine göre Aydın, hem üretim alanı hem de üretim miktarı bakımından organik bitkisel üretimde ülkemizde ilk sırada yer almaktadır.

Aydın, 2007'de ülkemizde iyi tarım uygulamasına ilk başlayan 18 il arasında yer almış olup, iyi tarımın gelişmesi açısından da büyük bir potansiyel içermektedir. 2017 yılı verilerine göre iyi tarım uygulamaları ile yetiştirilen ürün çeşitliliğinde Aydın'ın birinci sırada yer alması bu durumun göstergelerindendir. Organik tarım kapsamında ise Aydın'da kuru incir, zeytin, zeytinyağı, pamuk, kayısı, kestane ve nar üretimi gerçekleştirilmektedir. Aydın'daki bu uygulamalar, hem yerel hem de uluslararası piyasalarda güvenilir ve kaliteli ürün talebini karşılayarak bölgenin tarımsal marka değerini artırmaktadır (Aydın Tarım Master Planı, 2018: 179, 184).

Üretici örgütlerinin mevcut durum analizine yönelik gerçekleştirilen çalışma kapsamında görüşülen 94 kooperatifin 6'sının iyi tarım uygulamalarını yürüttüğü tespit edilmiştir. Bu kooperatiflerin üçü tarımsal kalkınma kooperatifi, ikisi üretim ve pazarlama kooperatifi, biri ise kadın kooperatifi statüsündedir. Ayrıca, görüşme yapılan kooperatifler arasında organik tarım faaliyetinde bulunan beş kooperatif yer almakta olup bunların üçü tarımsal kalkınma kooperatifi, biri üretim ve pazarlama kooperatifi, biri ise kadın kooperatifi'dir. Şekil 16'da görüldüğü üzere görüşülen kooperatiflerin %7'si iyi tarım, %5'i organik tarım uygulamakta iken %88'inde bu uygulamalar bulunmamaktadır.



Şekil 16: Kooperatiflerin İyi Tarım veya Organik Tarım Uygulamasına Göre Dağılımı

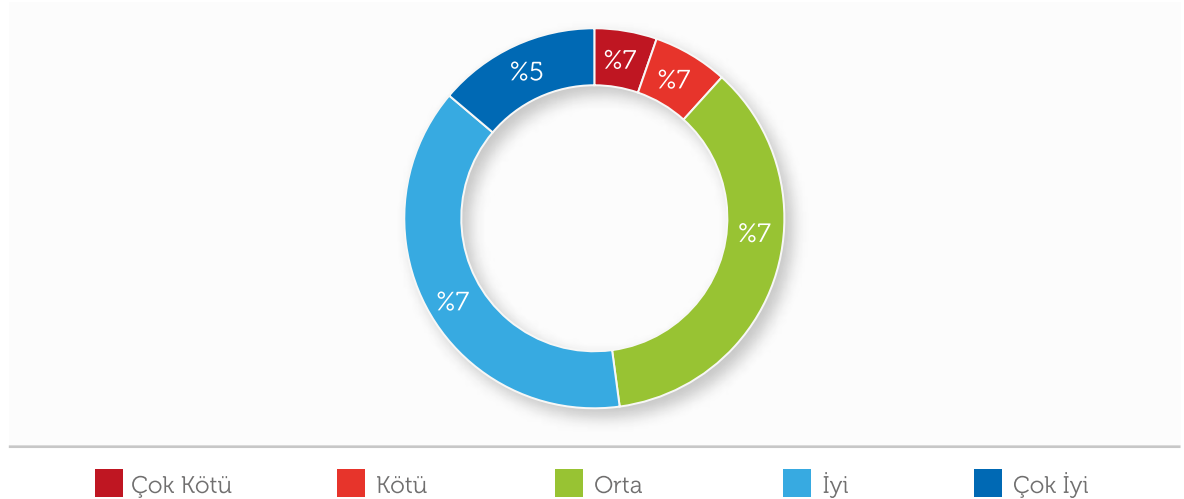
Kaynak: (Tarım ve Orman İl Müdürlükleri İle Ticaret İl Müdürlükleri Verileri, 2025)

Görüşülen kooperatifler arasında iyi tarım uygulayan kooperatifler; Buharkent Ziraat Yaş Sebze ve Meyve Pazarlama Kooperatifi, Bozkurt Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi, Pınarköy Tarımsal Kalkınma Kooperatifi, S.S. Balatçık Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi, S.S. Alandız Tarımsal Kalkınma Kooperatifi ve Çal Üretim ve Pazarlama Kooperatifi'dir. Organik tarım uygulayanlar ise; Nazilli Tarımsal Kalkınma Kooperatifi, S.S. Merkez Menteşe Tarımsal Kalkınma Kooperatifi, S.S. Milas Uyku Vadisi Tarımsal Üretim ve Pazarlama Kooperatifi, Pamukeller Üretiyor Kadın Kooperatifi ve Datça Sındı Tarımsal Kalkınma Kooperatifi'dir.

6.2.2.4. Kooperatiflerin Son 3 Yıldaki Öz-Performans Değerlendirmesi

Üretici örgütlerinin mevcut durum analizine yönelik gerçekleştirilen çalışma kapsamında görüşülen kooperatif yetkililerinden, kooperatiflerini "çok kötü", "kötü", "orta", "iyi" ve "çok iyi" seçeneklerinden birisi ile değerlendirmeleri istenmiştir.

Yüzde olarak Şekil 17'de gösterilen sonuçlara göre kooperatiflerin öz değerlendirmelerinde ilk sırada %38,3 ile "iyi" bulunmaktadır. Genel olarak bakıldığında toplamda %74,47'lik "orta"(%36,17) ve "iyi"(%38,3) oranı, kooperatiflerin çoğunun kendilerini yeterli gördüğünü, ancak "çok iyi" kategorisinin (%14) düşük olması, daha fazla iyileştirme alanı olduğunu göstermektedir. Bu durum kooperatiflerin çoğunluğunun kendilerini yeterli gördüğüne işaret ettiği gibi, bir gelişme potansiyelinin de bulunduğunu düşündürmektedir. Performansını düşük bulan kooperatiflerin bulunduğu "Çok kötü" (%5,32) ve "kötü" (%6,38) kategorilerinin oranları ise sınırlı seviyededir. Sonuç olarak bu değerlendirmeler, kooperatiflerin büyük çoğunluğunun kurumsal kapasitelerini asgari düzeyde yeterli bulduklarını ve gelişime açık bir potansiyel taşıdıklarını ortaya koymaktadır.



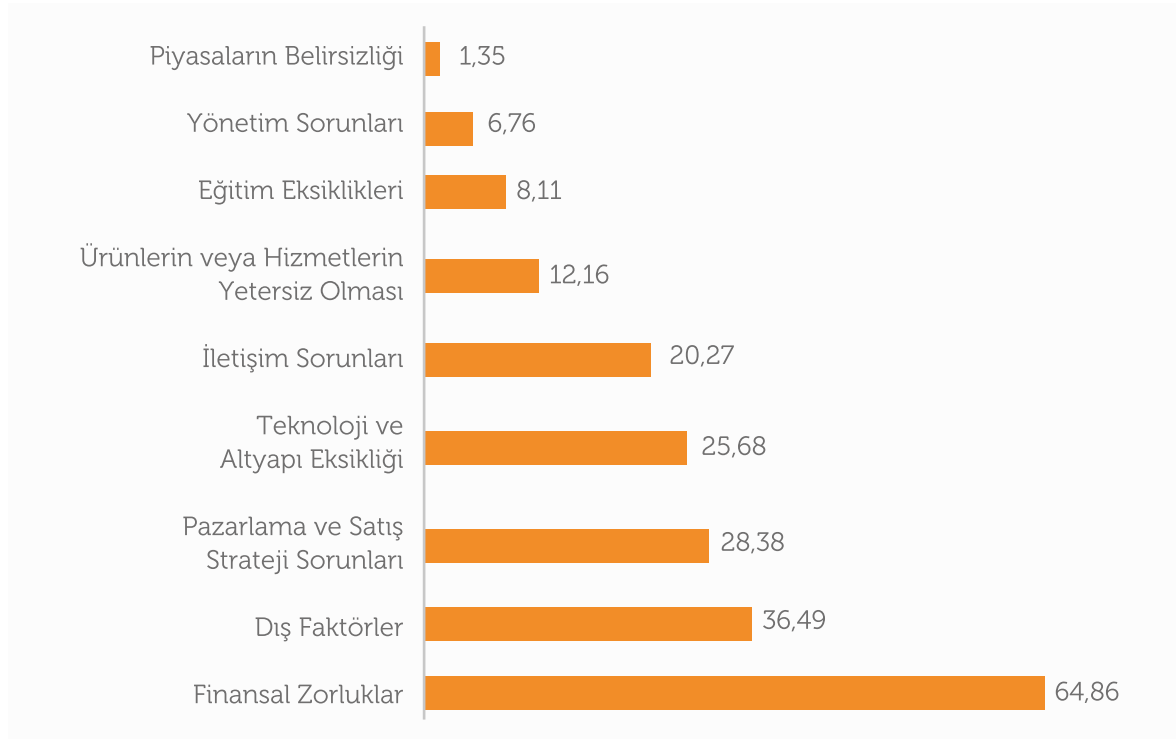
Şekil 17: Kooperatiflerin Öz Değerlendirmelerine Göre Dağılımı

Kaynak: (Tarım ve Orman İl Müdürlükleri İle Ticaret İl Müdürlükleri Verileri, 2025)

Tarımsal kalkınma kooperatiflerinin önemli bir kısmı kendini "orta" düzeyde görmektedir. Bu dağılım, TKK'ların önemli bir kısmının faaliyetlerini yeterli düzeyde gördüğünü, ancak gelişime açık alanlar bulunduğunu göstermektedir. "İyi" ve "çok iyi" oranları da kayda değer ve olumlu bir iç değerlendirme eğilimini yansıtmaktadır. Kadın kooperatiflerinde ise "iyi" değerlendirmesi en baskın durumdadır. Bu durum, kadın kooperatiflerinin kendilerini çoğunlukla yeterli ve başarılı gördüğünü göstermektedir. Bununla birlikte, orta ve daha düşük düzeydeki değerlendirmelerin varlığı kapasite geliştirme ihtiyacına işaret etmektedir.

6.2.2.5. Kooperatiflerin Son 3 Yıldaki Performansları Etkileyen Faktörler

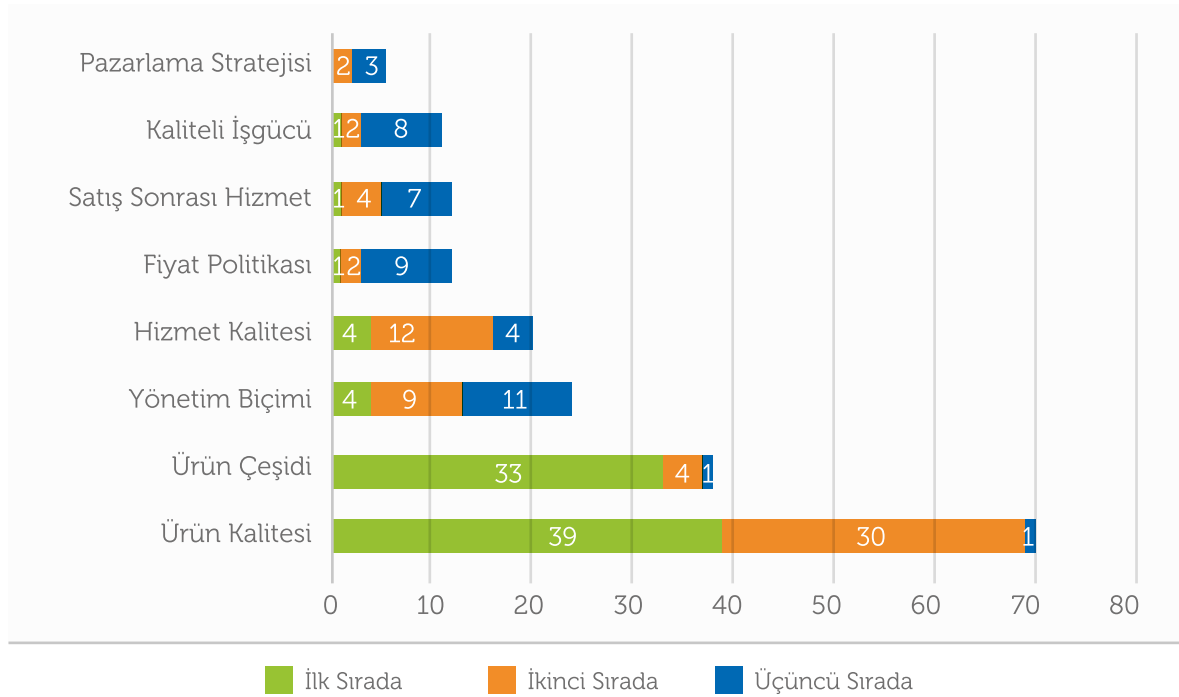
Gerçekleştirilen anketlerde son 3 yılda kooperatiflerin performansını etkileyen faktörler irdelenmiş ve farklı sektörlerde yer alan kooperatiflere özgü dinamiklerle geliştirilen cevapların çoktan seçmeli olarak cevaplanması sağlanmıştır. Bu doğrultuda kooperatiflerin rekabetçiliğini etkileyen, öne çıkan faktörün açık ara farkla finansal zorluklar olduğu tespit edilmiştir. Burada kastedilen finansal zorluklar salt kooperatifin ekonomik yapısını kapsamaktadır. Ülke ekonomisi, küresel ekonomik etkiler ve kooperatifin içsel alanı dışında kalan tüm faktörler dış faktörler olarak anket cevaplarında yerini almıştır. Zira grafikte görüldüğü üzere ikinci sırada da bu faktör yer almaktadır. Pazarlama ve satış strateji sorunları, teknoloji ve altyapı eksikliği faktörleri özellikle üretim yapan kooperatifleri etkileyen önemli dinamikler olarak ankette yer almıştır. Kooperatif üyeleri arasındaki iletişim sorunları da beşinci sırada cevaplarda yer bulmuştur (Şekil 18).



Şekil 18: Kooperatiflerin performansını etkileyen faktörler (%)

6.2.2.6 Kooperatifin Rekabetçiliğinde En Önemli Avantajları Öz Değerlendirmesi

Kooperatiflerin faaliyet gösterdikleri pazarda öne çıkmalarını sağlayan temel unsurların anlaşılması amacıyla kooperatif yetkililerine "Kooperatifinizin rekabetçiliğindeki en önemli ilk 3 avantajını belirtiniz" sorusu yöneltilmiştir. Bu soru aracılığıyla, kooperatiflerin güçlü yönlerini nasıl tanımladıkları, rekabet ortamında hangi imkân ve yetenekleri avantaj olarak gördükleri ortaya konulmak istenmiştir. Katılımcıların verdiği yanıtlar, kooperatiflerin stratejik konumlanmaları, içsel kapasite algıları ve pazardaki farklılaşma potansiyelleri hakkında önemli veriler sunmaktadır. Elde edilen bulgular, kooperatiflerin hangi alanlarda güçlü olduklarını ve bu güçlerini nasıl değerlendirdiklerini anlamaya yönelik temel bir analiz zemini oluşturmaktadır. Çalışmaya katılan 94 kooperatiften 83'ü bu soru kapsamında fikir sunmuş olup, sonuçlar aşağıdaki grafikte gösterilmektedir.



Şekil 19: Kooperatiflerin rekabetçiliğindeki ilk 3 avantaj

Anket sonuçları, kooperatiflerin rekabet avantajı olarak vurguladıkları unsurların başında ürün kalitesi ve ürün çeşitliliğinin geldiğini göstermektedir. "Ürün Kalitesi" unsuru, 39 kooperatif tarafından birinci sırada, 30 kooperatif tarafından ise ikinci sırada belirtilmiş olup; bu yönüyle toplamda en çok tercih edilen avantaj konumundadır. Bu durum, kooperatiflerin pazarda değer üretme stratejilerinde kaliteyi öncelikli bir unsur olarak gördüklerini ortaya koymaktadır (Şekil 19).

"Ürün Çeşidi" ise 33 kooperatif tarafından birinci sırada belirtilerek, çeşitlilik açısından da önemli bir rekabet gücüne sahip olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, bu avantaj ikinci ve üçüncü sırada daha düşük oranlarda belirtilmiştir. Bu durum, ürün çeşitliliğinin bazı kooperatiflerde güçlü bir unsur olduğunu, ancak yaygın olarak öne çıkmadığını göstermektedir.

"Yönetim Biçimi" ve "Hizmet Kalitesi" faktörleri ise sırasıyla daha dengeli bir dağılım göstermiştir. Yönetim Biçimi toplamda 24 kez Hizmet Kalitesi ise 20 kez belirtilmiş olup, kooperatiflerin kurumsal işleyişlerine yönelik olumlu bir algı oluşturduğu gözlenmektedir.

Buna karşılık, "Fiyat Politikası", "Kaliteli İşgücü" ve "Pazarlama Stratejisi" gibi unsurlar, anket katılımcıları tarafından daha düşük oranda belirtilmiştir. Bu durum, kooperatiflerin rekabet avantajlarını maliyet veya pazarlama temelli değil; daha çok ürün kalitesi, çeşitliliği ve yönetsel yapı üzerinden kurduğunu ortaya koymaktadır.

Elde edilen bulgular, kooperatiflerin genel olarak kalite ve içerik odaklı bir rekabet anlayışına sahip olduğunu, ancak pazarlama, iş gücü niteliği ve fiyatlandırma stratejileri gibi bazı alanlarda gelişim ihtiyacının bulunduğunu göstermektedir.

6.2.3. Kooperatiflerde Üretim

6.2.3.1. Kooperatiflerde Üretilen Ürünler

Gerçekleştirilen anketlerde kooperatiflerin ürettikleri ürünlerin sıralamasında birinci sırada %36,17 ile gıda ürünlerinin yer almasının en önemli nedeni kooperatiflerde işlenmiş tarımsal ürünlerin ve yöresel ürünlerin öne çıkmakta oluşudur. Süt ve süt ürünleri grubu, %22,34'lük payla sıralamada ikinci sırada yer almakta olup; bu durum, özellikle hayvancılığın yoğun olduğu bölgelerde faaliyet yürüten Tarımsal Kalkınma Kooperatiflerinin etkinliğiyle doğrudan ilişkilidir.

Tablo 9: Kooperatif Ürünlerinin Sınıflandırması

Kooperatif Ürünlerinin Sınıflandırması	Oran(%)
Gıda Ürünleri	36,17%
Süt ve/veya Süt Ürünleri	22,34%
Zeytin ve Zeytinyağı	8,51%
El İşçiliği Tekstil Ürünleri	7,45%
Bal	6,38%
Tıbbi ve Aromatik Ürünler	6,38%
Su Ürünleri	5,32%
Orman Ürünleri	3,19%
Yem	3,19%
Ahşap Ürünler	1,06%
Apiterapi Ürünleri	1,06%
Bıçakçılık	1,06%
Canlı Bitki Üretimi	1,06%
Çömlekçilik	1,06%
El İşçiliği Çanta	1,06%
Kilim	1,06%
Sabun	1,06%
Seramik	1,06%
Yapma Çiçek	1,06%

Kooperatif ürünlerinin sınıflandırmasında üçüncü sırada yer alan zeytin ve zeytinyağı ürünleri, bölgenin hem coğrafi işaretli Milas ve Aydın zeytin ve zeytinyağından beslenmekte hem de özellikle Aydın ve Muğla genelinde yoğun olarak üretimi yapılan sofralık yağlı zeytin ve zeytinyağından kaynaklanmaktadır.

Listede dördüncü sırada %7,45 ile yer alan el işçiliği tekstil ürünleri, el işçiliği ile üretilen özgün deri çantalar, bıçaklar, işlemeli ve oyalı kırlent ve masa örtüleri, дастar, halı, kilim, kolan, ev tekstili, giyim, aksesuar, örgü, çanta gibi çeşitli tekstil ürünleri özellikle kadın kooperatiflerinin farklı kimlik kazandırdığı çeşitlerdir. Yöresel dokumacılık ve nakış işi ile zenginleşen kumaşlar, tahta baskı ile yapılan kırlent, şal, perde, masa örtüsü, runner, bez çanta, çavdar yastığı gibi katma değeri yüksek ürünler olarak öne çıkmaktadır.

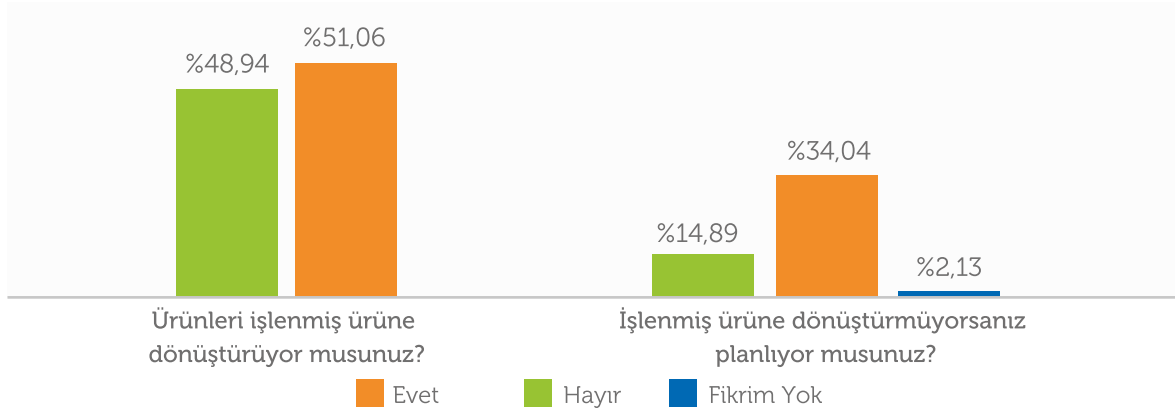
Ayrıca bal, tıbbi ve aromatik ürünler, orman ürünleri, su ürünleri üretimi gibi ürünlerin çeşitlendirilmesi de bölgede yoğunluklu olarak kooperatif ve birlikler aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Yöresel ürünlerden tarhana, kekik suyu, kekik yağı, sirke, baklava, tarhana, erişte, mevsimine göre üreticilerden temin edilen meyve reçelleri, salça, kuru meyvelerin mevsimsel olarak üretimi ve işlenmesi kooperatiflerimizce özellikle kadın istihdamı ile gerçekleştirilmektedir.

Coğrafi işaretli ürünlerden üretilenler arasında Denizli'de Denizli kekiği ve Çal garası üzüm dikkat çekmektedir. Bu üzümünden sirke ve pekmez yapılarak ürün çeşitlendirmesi gerçekleştirilmektedir. Yine coğrafi işaretli ürünlerimizden Fethiye kaya incirinin, Milas zeytininin, Milas zeytinyağının, Aydın inciri, memecik zeytininin tüketime hazırlanması kooperatiflerimiz tarafından gerçekleştirilmektedir. Coğrafi işaretli Köyceğiz portakalı, Muğla Çam balı, Muğla Göce Tarhanası ve Yeşilüzümlü dastarı da el işçiliği tekstil ürünleri ve gıda ürünleri ile öne çıkan bölge kooperatifleri tarafından işlenmektedir.

6.2.3.2 Kooperatiflerin Ürünlerini İşlenmiş Ürüne Dönüştürme Durumu

Analiz kapsamında görüşülen kooperatiflerin ürünlerini işleme ve katma değer kazandırma motivasyonu değerlendirilmiştir. Kooperatiflere "Ürünlerinizi ham halde mi satışa sunuyorsunuz yoksa işleyerek mi satışa sunuyorsunuz?" sorusu yöneltilmiştir. Ürünlerini işlemeden satışa sunan kooperatiflere "Ürününüzü işlemeyi planlıyor musunuz?" sorusu yöneltilmiştir.

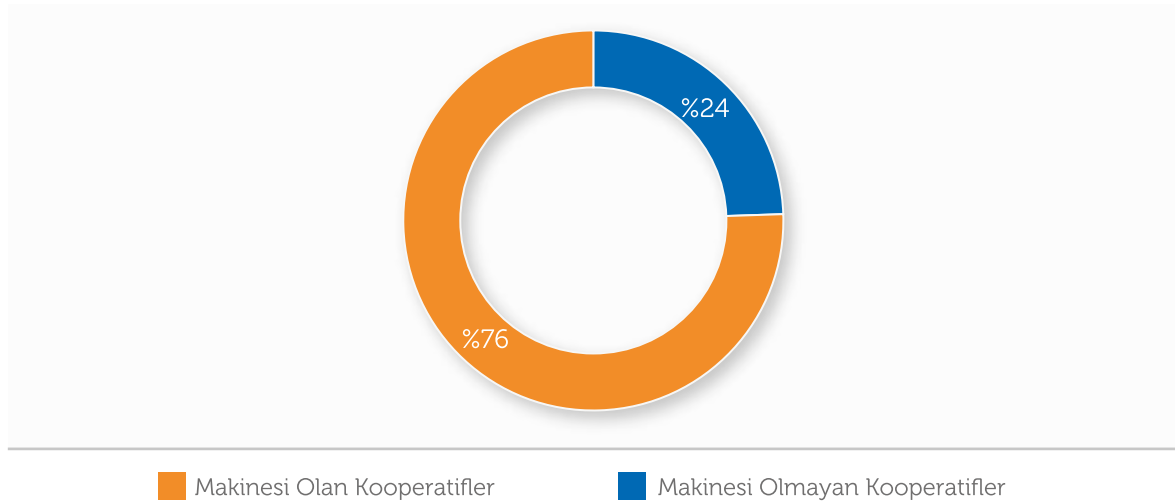
Bir önceki başlıkta bahsedildiği üzere işlenmiş ve katma değeri yüksek yöresel ürünler yoğun talep gördüğü için kooperatifler tarafından yatırıma değer görülmektedir. Ayrıca ürünlerini işlenmiş ürüne dönüştürmeyi planlanmayan kooperatifler, genellikle süt, mandalina, kekik, su ürünleri gibi ürünlerini işlemeden doğrudan aracıya ya da üreticiye iletmektedir.



Şekil 20: Ürünlerin işlenmiş ürüne dönüştürülme durumu

6.2.3.3. Kooperatiflerin Makine Ekipman Durumu

Saha çalışması kapsamında görüşülen kooperatiflerin makine-ekipman varlığı durumunu araştırılmıştır. Şekil 21'e göre kooperatiflerin %75,53'ü en az bir tür makine veya ekipmana sahipken, %24,47'si herhangi bir makine veya ekipman varlığına sahip değildir. Bu durum, bölgede faaliyet gösteren kooperatiflerin büyük çoğunluğunun üretim süreçlerini destekleyecek teknik altyapıya sahip olduğunu ortaya koymakta; aynı zamanda makineleşmenin kooperatifçilikte verimlilik ve kapasite açısından önemli bir unsur haline geldiğini göstermektedir. Bununla birlikte, hâlâ yaklaşık dörtte birlik bir kesimin makine yetersizliği yaşaması, bu alanda yapılacak kapasite geliştirme ve destekleme çalışmalarının önemini ortaya koymaktadır.



Şekil 21: Kooperatiflerin Makine-Ekipman Durumu

Kooperatiflerin makine ve ekipman altyapısına ilişkin yapılan sınıflandırma, faaliyet alanlarına göre sahip olunan teknolojik kapasiteyi ve uzmanlık düzeyini ortaya koymaktadır. Analiz sonuçlarına göre, kooperatiflerin büyük bölümü makine kullanımını sadece temel üretim süreçlerinde değil, aynı zamanda ürün işleme, paketleme ve kalite kontrol gibi katma değer sağlayan aşamalarda da yaygınlaştırmaktadır.

Ambalaj ve paketleme alanında; kalibreleme, dolum, vakumlama ve etiketleme gibi işlemleri gerçekleştiren makinelerin kullanılması, ürünlerin standardizasyonunu sağlamanın yanı sıra pazar payının artırılmasına yönelik önemli bir göstergedir. Arıcılık faaliyetlerinde temel petek üretimi, bal paketleme ve an keki üretimi gibi üretim aşamalarına yönelik makineleşme, bu alandaki profesyonelleşmenin arttığını göstermektedir.

Ağaç ürünleri işleme kategorisinde yer alan arabalı hızar, şerit testere ve emprenye tesisi gibi ileri seviye makineler, bu alandaki kooperatiflerin yüksek teknik donanımına sahip olduğunu ve üretim kapasitesini endüstriyel boyuta taşıyabildiklerini ortaya koymaktadır. Benzer şekilde, süt ve süt ürünleri alanında süt toplama tankları, silaj makineleri ve yem karma ekipmanlarının varlığı, hem üretimin ölçeklendiğini hem de kooperatiflerin hayvancılık faaliyetlerinde entegre bir sistem geliştirdiğini göstermektedir.

Kurutma ve öğütme, mutfak ve gıda üretimi gibi alanlarda ise özellikle geleneksel ürünlerin (tarhana, reçel, kestane şekeri vb.) işlenmesine yönelik modern ekipmanların kullanımı, kırsal üretimin katma değerli hale getirilmesine önemli bir katkı sunmaktadır. Zeytinyağı işleme sürecinde kullanılan kırıcı, malaksör, dekantör ve boylama makineleri ise bu ürün grubundaki teknik yeterliliği ve kalite odaklı üretim yaklaşımını yansıtmaktadır.

Tarım ve hayvancılık kategorisinde yer alan çekim tamburu, ekskavatör ve ot biçme makineleri gibi ekipmanlar ise kooperatiflerin sadece üretim değil, aynı zamanda tarımsal altyapı hizmetlerinde de aktif rol üstlendiğini göstermektedir. "Diğer" başlığı altında toplanan araç ve genel kullanım ekipmanları ise kooperatiflerin lojistik, nakliye ve genel operasyonel süreçlerdeki kapasitesini desteklemektedir.

Bu kapsamda yapılan sınıflandırma, TR32 Bölgesi'ndeki kooperatiflerin üretimden pazarlamaya kadar olan tüm süreçlerde makineleşmeye yönelerek rekabet güçlerini artırma eğiliminde olduklarını ortaya koymaktadır.

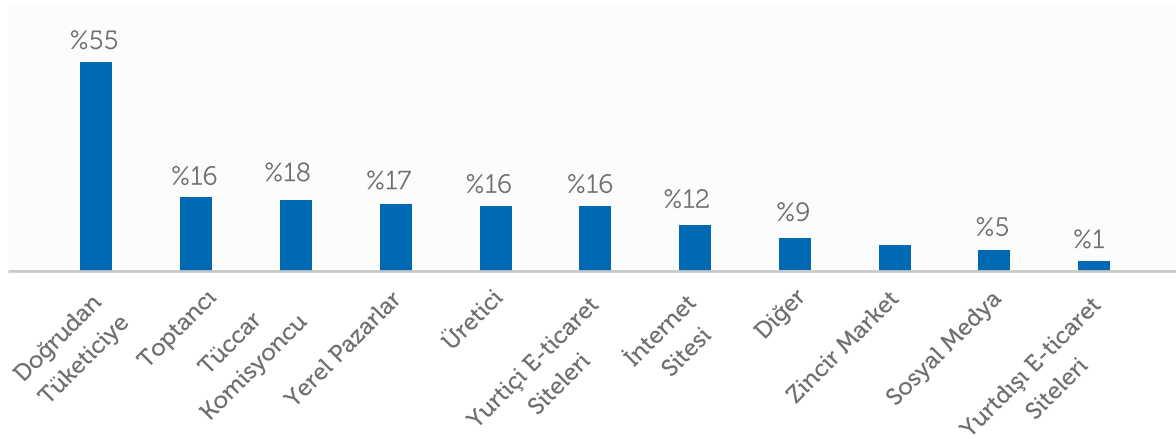
TR32 Bölgesi'nde faaliyet gösteren kooperatifler arasında, ellerinde bulundurdukları makine ve ekipman kapasitesi ile bazı kooperatifler öne çıkmaktadır. Aydın ilinde yer alan Ör-Koop ile Aydın Bal ve An Ürünleri Kooperatifi, süt ürünleri işleme ve arıcılık alanlarında sahip oldukları teknik donanım sayesinde üretim kapasitesi açısından ildeki kooperatiflere içerisinde güçlü bir konumda bulunmaktadır. Muğla ilinden Kavaklıdere Tarımsal Kalkınma Kooperatifi ve S.S. Ula İlçesi ve Kızılağaç Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi ise, sahip oldukları ahşap ürünleri işleme ve süt ürünleri işleme altyapıları ile ilde makineleşme düzeyinin yüksek olduğu kooperatifler arasında yer almaktadır. Bu kooperatifler, makine ve ekipman yatırımları sayesinde üretim süreçlerinde verimlilik ve ürün kalitesini artırarak bölgesel kooperatifçilikte örnek teşkil ettiği tespit edilmiştir.

6.2.4 Bölge Kooperatiflerinde Satış, Pazarlama ve Markalaşma

6.2.4.1. Kooperatiflerin Ürünlerini Satış/Pazarlama Kanalları

Üretici örgütlerinin mevcut durum analizine yönelik gerçekleştirilen çalışma kapsamında görüşülen kooperatiflerden ürünlerini hangi satış ve pazarlama kanalları aracılığıyla satışa

sundukları sorulmuştur. Bu sayede, kooperatiflerin pazara erişim stratejilerini, tercih ettikleri dağıtım yollarını ve dijital platformlara olan yönelimlerini analiz etmek hedeflenmiştir. Anket kapsamında; doğrudan tüketiciye satıştan e-ticaret sitelerine, sosyal medyadan yerel pazarlara kadar çeşitli kanallar değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular, kooperatiflerin pazarlama faaliyetlerinde hangi yöntemleri benimsediklerini ve bu yöntemlerin yaygınlık düzeylerini ortaya koymaktadır. Bazı kooperatifler birden fazla kanal yoluyla satış yapmakta olup, Şekil 22’de kooperatiflerin kullandığı satış pazarlama kanallarının kullanılma oranları gösterilmiştir.



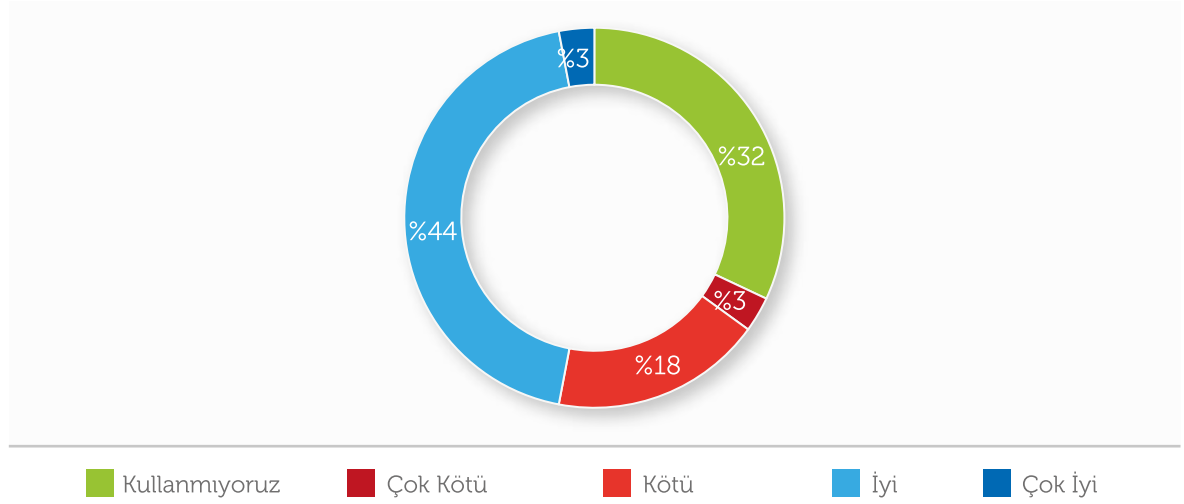
Şekil 22: Ürünlerin Satış-Pazarlama Kanallarının Kooperatifler Tarafından Kullanılma Oranları

Anket sonuçlarına göre, kooperatiflerin çoğunluğu (%55) ürünlerini doğrudan tüketiciye satarak pazarlama yöntemini kullanmaktadır. Bu durum, kooperatiflerin en çok aracısız satış yöntemini kullandığını göstermektedir. Toptancı (%19) ve tüccar/komisyoncu (%18) gibi aracılı kanallar da önemli bir paya sahiptir. Kooperatiflerin %17’sinin yerel pazarlarda satış yapması, bölgesel ölçekte faaliyet gösteren kooperatif sayısının azımsanamayacak düzeyde olduğunu düşündürmektedir. Dijital satış kanallarının kullanımı ise görece düşük seviyededir: Yurtiçi e-ticaret siteleri (%16) ve kooperatifin kendi internet sitesi (%12) gibi kanallar, fiziksel yöntemlerin gerisinde kalmıştır. Sosyal medya (%5) ve yurtdışı e-ticaret siteleri (%1) oranları ise dijital pazarlamada ciddi bir gelişim alanı olduğunu ortaya koymaktadır. Zincir marketler (%6) gibi yüksek hacimli perakende noktalarının az tercih edilmesi, kooperatiflerin büyük ölçekli dağıtım anlaşmalarına ulaşmada zorluk yaşadığını ya da bu kanalı stratejik olarak tercih etmediğini göstermektedir. Sonuç olarak, kooperatiflerin hâlen geleneksel ve doğrudan satış yöntemlerine ağırlık verdiği, ancak dijitalleşme ve modern perakende kanallarında gelişime açık oldukları değerlendirilmektedir.

6.2.4.2. Kooperatiflerin İnternet ve Sosyal Medya Araçlarını Kullanma Düzeyi

Günümüzde dijitalleşmenin hız kazanmasıyla birlikte, internet ve sosyal medya araçları pazarlama ve iletişim açısından kooperatifler için de önemli bir potansiyel sunmaktadır. Bu araçlar sayesinde kooperatifler hem daha geniş kitlelere ulaşabilmekte hem de marka bilinirliklerini artırarak doğrudan tüketiciyle etkileşim kurabilmektedir. Bu bağlamda, yapılan çalışmada kooperatif yetkililerinden kooperatiflerin internet ve sosyal medya kullanım düzeylerini değerlendirmeleri istenmiş olup, değerlendirme sonuçlarının oransal dağılımı Şekil 23’de gösterilmektedir.

Şekil 23'de görüldüğü üzere, kooperatiflerin %44'ü internet ve sosyal medya araçlarını "iyi" düzeyde kullandıklarını belirtmiştir. Bu, dijital araçlara yönelik önemli bir farkındalık ve kullanım düzeyinin mevcut olduğunu göstermektedir. Ancak "çok iyi" kullandığını belirten kooperatiflerin oranı yalnızca %3 olması, dijital araçların ileri düzeyde etkili ve stratejik kullanımının oldukça sınırlı olduğunu ortaya koymaktadır.



Şekil 23: Kooperatiflerin İnternet ve Sosyal Medya Araçlarını Kullanma Düzeylerinin Dağılımı

Diğer yandan, %32'lik bir kesim bu araçları hiç kullanmadığını ifade etmiştir. Bu oran, kooperatiflerin yaklaşık üçte birinin hâlen dijital kanallardan tamamen uzak olduğunu göstermektedir. Bu durum, pazarlama ve müşteri etkileşimi açısından önemli bir fırsat kaybına işaret etmektedir. Ayrıca "kötü" (%18) ve "çok kötü" (%3) olarak değerlendirenlerle birlikte toplamda %21'lik bir kesim, bu araçların kullanımında yetersiz olduklarını kabul etmektedir. Sonuç olarak, internet ve sosyal medya araçları kooperatiflerin önemli bir kısmı tarafından kullanılmakta olsa da, etkili ve profesyonel düzeyde kullanım sınırlı kalmaktadır.

İnternet ve sosyal medya araçlarını kullanmayan veya düşük seviyede kullanan kooperatiflere bu durumun sebebi sorulduğunda Kooperatiflerin %52'si gerekli görmediğini, %37'si personel eksikliğinin bu duruma neden olduğunu %11'i ise eğitim eksikliğini gerekçe göstermiştir. Özellikle hiç kullanmayan ve düşük düzeyde kullanan kooperatiflerden bu duruma sebep olarak eğitim eksikliğini gösterenlere dijital okuryazarlığın artırılması ve stratejik dijital pazarlama eğitimlerinin verilmesi katkı sağlayabilecektir.

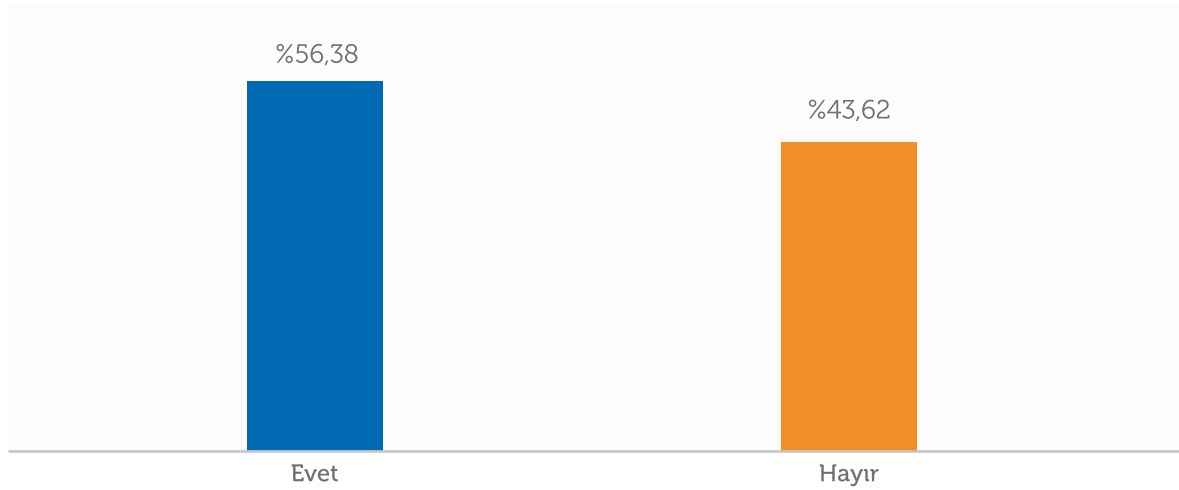
6.2.4.3 Kooperatiflerde Ürünlerin Ambalajlı Satışı

Ambalajlı ürün satışı, kooperatiflerin ve işletmelerin pazarlama faaliyetlerinde temel bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Ambalaj kullanımı, hem ürünlerin fiziksel korunmasını sağlamakta hem de ürünün kimliğini yansıtarak tanıtım ve pazarlama aracı olarak kullanılabilir.

Ambalajlı ürünler, raf ömrünün uzatılması sayesinde daha geniş pazarlara erişim imkânı sağlarken, hijyen ve standartlara uygunluk açısından da tüketici tercihi olumlu yönde etkilemektedir. Ayrıca perakende satış noktalarında, kooperatif ürünlerinin kurumsal bir kimlikle sunulması, marka bilinirliğini artırmakta ve ürünlerin katma değerli şekilde

pazarlanmasına olanak tanımaktadır. Ürünün üzerinde yer alan marka, logo, içerik bilgisi ve görsel tasarım unsurları, tüketicide güven ve sadakat oluşturmakta ürünün ayırt edilebilirliğini ve tekrar satın alınma oranını artırmaktadır. Bu açıdan değerlendirildiğinde ambalaj kullanımı, kooperatiflerin rekabet gücünü belirleyen stratejik bir pazarlama aracı olarak değerlendirilmektedir.

TR32 Bölgesi'nde faaliyet gösteren ve ankete katılan kooperatiflerin yarısından fazlası ürünlerini ambalajlı olarak pazarlamaktadır. Kooperatifler tarafından ambalajlanan ürünler arasında zeytinyağından bala, tarhanadan reçele kadar geniş bir yelpaze yer almakta; bu ürünler farklı gramajlarda, genellikle logolu ve markalı ambalajlarla tüketiciye ulaştırılmaktadır. Ambalajlı ürün satan 54 kooperatiften 39'unun aynı zaman da kooperatife özel markası bulunmaktadır.



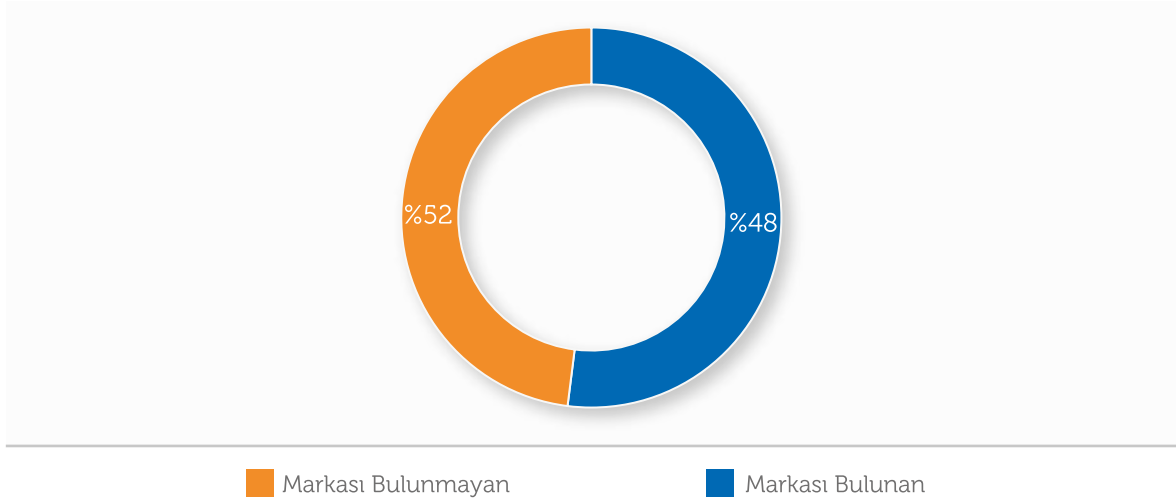
Şekil 24: Ambalajlı Satış Yapan Kooperatiflerin Durumu

Şekil 24'te kooperatiflerin ürünlerini ambalajlı olarak satma durumları incelenmektedir. Verilere göre, kooperatiflerin %56,38'i ürünlerini ambalajlı olarak satarken, %43,62'si ambalajsız ürün satışı yapmaktadır. Bu durum, her ne kadar ambalajlı ürün satışının bölge genelinde yaygınlaşmaya başladığını gösterse de, halen önemli sayıda kooperatifin bu alanda yetersiz kaldığını ortaya koymaktadır. Ambalajsız satış yapan kooperatiflerin markalaşma oranının da düşük olduğu gözlemlenmiştir.

Ambalajlı ürün satışı yapan kooperatifler arasında çeşitli uygulamalar dikkat çekmektedir. Özellikle hediyelik eşya kutuları içerisinde ürünlerini sunan KUŞAK Kooperatifi, yaratıcı ambalaj tasarımı ve marka bilinirliği açısından öne çıkan bir örnek teşkil etmektedir. Gıda ürünleri kategorisinde ise, coğrafi işaretli çam balını 27 kg, 5 kg, 850 gr ve 460 gr'lık ambalajlarla kendi web sitesi üzerinden (pinkoop.com.tr) pazara sunan S.S. Pinar Tarımsal Kalkınma Kooperatifi, ürün çeşitliliği ve ambalajlama standardı ile dikkat çekmektedir. Öte yandan, Çal Kadın Kooperatifi, ürünlerini 500 ml şişeler ile ve 1000 gr, 500 gr, 100 gr'lık ambalajlarla satışa sunmakta olup, Trendyol üzerinden ihracat gerçekleştirilmesiyle dijital pazarlama ve dış ticaret boyutunda örnek bir uygulama ortaya koymaktadır. Bu örnekler, ambalajlamanın sadece fiziki sunum değil, aynı zamanda marka konumlandırma ve pazar genişletme stratejisinin bir parçası olduğunu da açıkça göstermektedir.

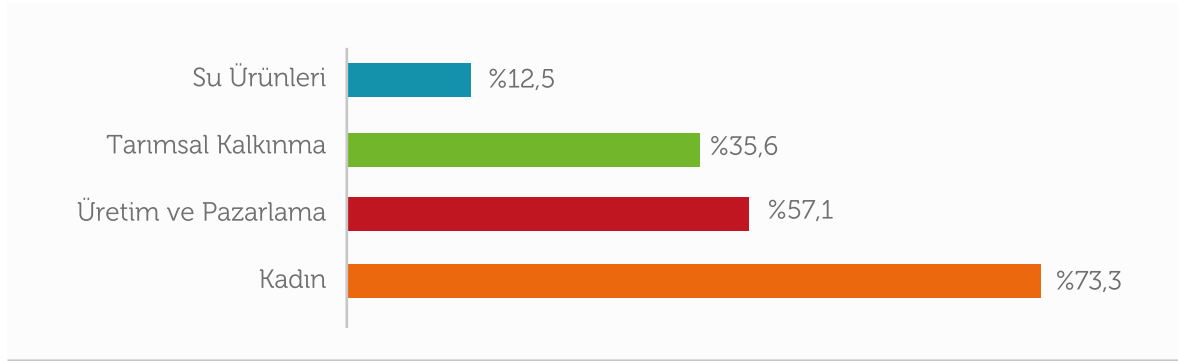
6.2.4.4. Kooperatiflerin Markalaşma Durumu

Kooperatiflerde markalaşma, rekabet gücünün artırılması, ürünlerin pazarda tanınabilirliği ve tüketici güveninin sağlanması açısından hayati öneme sahiptir. Markalaşma sayesinde kooperatifler, sadece yerel pazarlarda değil, ulusal ve hatta uluslararası düzeyde de görünürlük kazanarak sürdürülebilir gelir kaynakları oluşturabilirler. Ancak incelenen kooperatiflerde marka sahibi olma oranı Şekil 25'te de görüldüğü üzere yalnızca %47,8 düzeyindedir. Kooperatiflerin yarısından fazlasının markasız faaliyet göstermesi, ürünlerinin tanıtımı, fiyatlandırma gücü ve müşteri bağlılığı açısından önemli dezavantajlara yol açmakta, dolayısıyla hem ekonomik büyümeyi hem de kooperatiflerin uzun vadeli varlığını tehdit etmektedir.



Şekil 25: Kooperatiflerde Marka Sahibi Olma Oranı

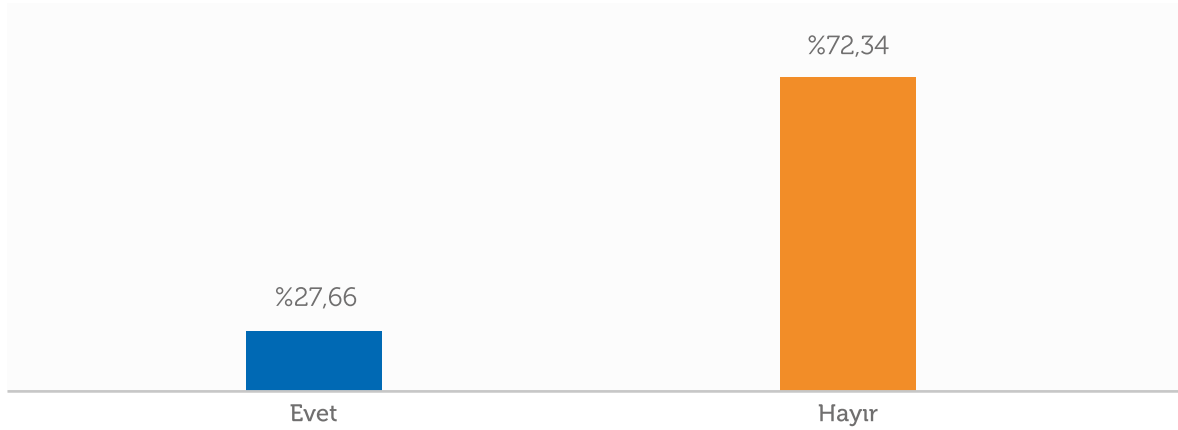
Şekil 26, kooperatif türlerine göre markalaşma konusunda belirgin farklılıklar olduğunu açıkça ortaya koymaktadır. Kadın kooperatiflerinde %73,3 oranında marka sahibi olunması, bu kooperatiflerin markalaşmanın kurumsal gelişim ve pazarlama açısından önemini kavradıklarını ve bu alanda daha etkin bir strateji izlediklerini göstermektedir. Üretim ve pazarlama kooperatiflerinde %57,1 oranında markalaşma sağlanmış olmasında, bu kooperatiflerin pazara erişim ve satış faaliyetleri açısından markaya duyulan ihtiyacı orta seviyede karşıladığını ortaya koymaktadır. Doğrudan satış ve rekabet gerektiren alanlarda faaliyet gösteren bu kooperatifler için markalaşma bir zorunluluk olduğundan bu oranın artırılması yönünde çalışmalar yapılması bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Buna karşılık, Tarımsal Kalkınma Kooperatiflerinde %35,6 ve Su Ürünleri Kooperatiflerinde sadece %12,5 gibi oldukça düşük markalaşma oranları görülmüştür.



Şekil 26: Kooperatif türlerine göre marka sahibi olma oranı

6.2.4.5. Kooperatiflere Ait Katalog/Broşür Durumu

Kooperatiflerde broşür ve katalog kullanımı, ürünlerin tanıtımı ve marka bilinirliğinin artırılması açısından stratejik bir araç niteliğindedir. Bu tür materyaller, kooperatifin sunduğu ürün ve hizmetleri görsel ve içerik açısından bütüncül bir şekilde sunarak hedef kitleye ulaşmayı kolaylaştırmakta, aynı zamanda kurumsal kimliğin güçlendirilmesine katkı sağlamaktadır. Özellikle fuar, satış noktası ve tanıtım etkinliklerinde kullanılan broşür ve kataloglar, potansiyel müşteriler ve yatırımcılar nezdinde kooperatifin profesyonel bir yapıya sahip olduğu algısını pekiştirmektedir. Bu nedenle, tanıtım materyallerinin olması kooperatiflerin pazarlama kabiliyetini ve rekabet gücünü gösteren temel unsurlardan biridir.



Şekil 27: Katalog/Broşür Kullanım Durumu

Şekil 27'de kooperatiflerin katalog veya broşür kullanım durumları gösterilmektedir. Kooperatiflerin yalnızca yaklaşık dörtte birinin katalog/ broşür kullandığını yaklaşık %72'sinin ise bu konuda herhangi bir çalışma yapmadığını göstermektedir. Bu durum, kooperatiflerin büyük çoğunluğunun tanıtım, marka bilinirliği ve pazarlama faaliyetleri konusunda yetersiz kaldığı yönünde değerlendirilmektedir. Bu nedenle, bu alanda kapasite geliştirme çalışmaları ve kurumsal destek mekanizmalarının hayata geçirilmesi büyük önem taşımaktadır.

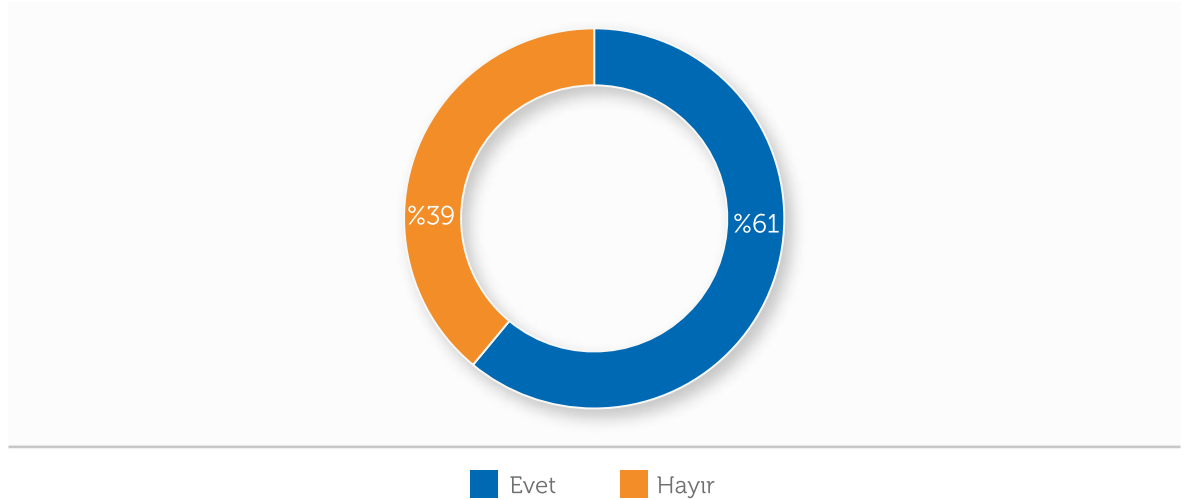
Broşür ve katalog kullanımına dair yapılan incelemede, TR32 Bölgesi'nde bu alanda uygulama yapan sınırlı sayıda kooperatifin bulunduğu görülmektedir. Bu çerçevede, Aydın ilinden süt toplayan ve işleyen Ör-Koop, Denizli ilinden kekik üretimi yapan Kurtluca Tarımsal Kalkınma Kooperatifi ve Muğla ilinden S.S. Milas Uyku Vadisi Tarımsal Üretim ve Pazarlama Kooperatifi, tanıtım materyali hazırlayan örnek kooperatifler arasında yer aldığı görülmektedir.

6.2.5. Bölgede Kooperatiflerde Eğitim ve Danışmanlıklar

6.2.5.1. Kooperatiflerin Son 3 Yılda Aldığı Eğitimler

Ankete dâhil edilen 94 kooperatiften sadece 57 tanesi son 3 yılda eğitim aldıklarını belirtmiştir. Geri kalan 37 kooperatif anketin yapıldığı 2025 yılında ve geçmiş 3 yılda herhangi bir eğitim almamıştır.

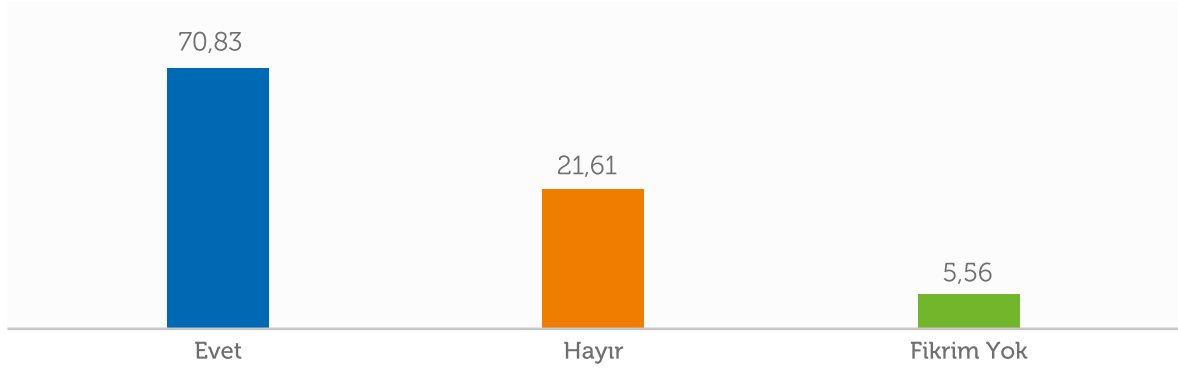
Geçmiş yıllarda alınan eğitimlerin çoğu kooperatifçilik odaklıdır, zorunlu olan eğitimin dışında da bu konuda birçok kurum eğitim vermiş görünmektedir. Pazarlama, dijital pazarlama ve markalaşma gibi eğitim konuları en çok tercih edilen ikinci grup olarak değerlendirilmiştir. GEKA çok sayıda eğitimde yer almış ve şuan için kooperatifler arasında öne çıkan en aktif kurum olarak yer almaktadır. Eğitimler büyük ölçüde kamu kurumları (bakanlıklar, müdürlükler) ve kalkınma ajansları tarafından verilmiştir. Teknik konular dışında yönetim, girişimcilik ve proje yazma gibi destekleyici konular da ilgi görmüştür.



Şekil 28: Son 3 yılda eğitim alma durumu (%)

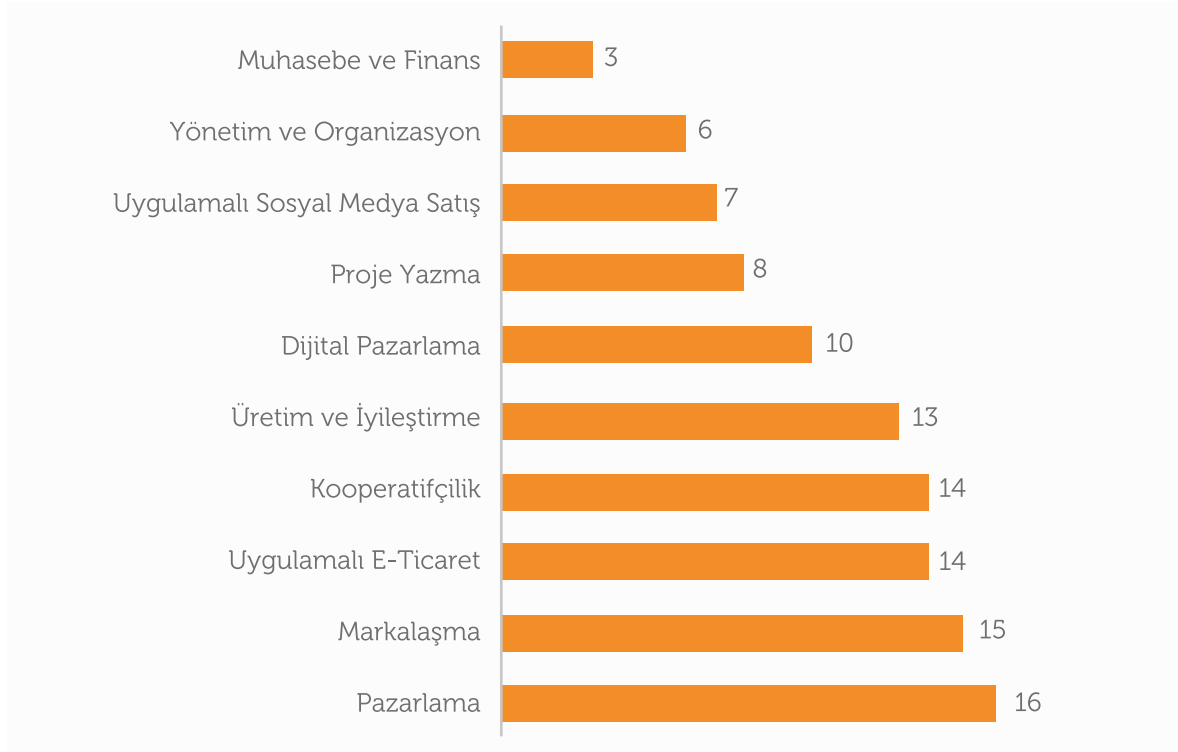
6.2.5.2. Kooperatiflerin Gelecek 3 Yılda İhtiyaç Duyduğu Eğitimler

Bir sonraki aşamada anket gerçekleştirilen kooperatiflerin gelecek 3 yılda herhangi bir eğitime ihtiyacı olup olmadığı sorusu ve ihtiyaç var ise ihtiyaç duyduğu eğitim konusu sorulmuştur.



Şekil 29: Kooperatif olarak önümüzdeki 3 yılda eğitim ihtiyaç durumu (%)

En çok talep edilen eğitimler pazarlama, markalaşma ve uygulamalı e-ticaret olmuştur. Bunların dışında kooperatifçilik, yurtdışı pazar bulma, tekstil ve hediyelik eşya tasarım eğitimleri bilgisayar kullanımı, web sitesi tasarımı, hayvan bakım ve hijyeni, zeytin konularındaki eğitimler gibi genel eğitimler de talep edildiği gibi çok özelliikli bir alana hitap eden teknik eğitimler de talep edilmiştir. Örneklendirmek gerekirse; ipek dokuma, kök boya, ipek üretimi, devlet destekleri, salep eğitimi, iş sağlığı ve güvenliği, MYK onaylı aşçılık eğitimi, bitki yetiştiriciliği, aşılama, budama, ilaçlama şeklinde sıralanabilir.

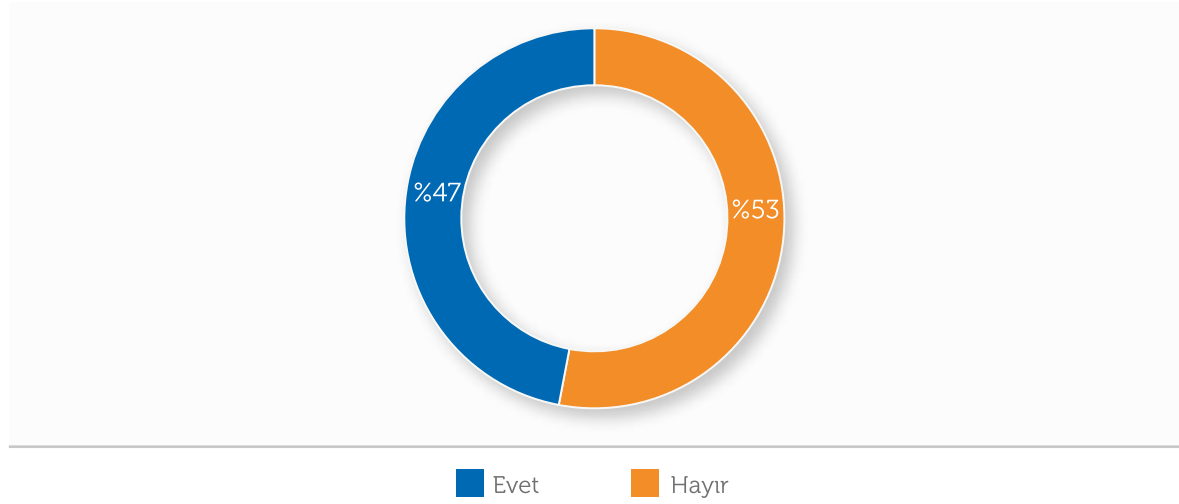


Şekil 30: Kooperatiflerin önümüzdeki 3 yıl içinde en fazla talep ettiği eğitimler

6.2.6. Kooperatiflerin Proje Gerçekleştirme Kapasitesi ve Yatırım Planları

6.2.6.1. Kooperatiflerin Devletten Son 5 Yılda Destek Alma Durumu

Anket kapsamında, kooperatiflere son beş yıl içerisinde herhangi bir kredi, teşvik veya hibe alıp almadıkları ve bu desteklerin hangi kurum veya programlar aracılığıyla sağlandığı sorulmuştur. Bu soruya verilen yanıtlara göre 44 kooperatif devlet desteğinden faydalandığını belirtirken, 50 kooperatif herhangi bir destek almadığını ifade etmiştir. Veriler, destek alan ve almayan kooperatif sayılarının birbirine oldukça yakın olduğunu göstermektedir.



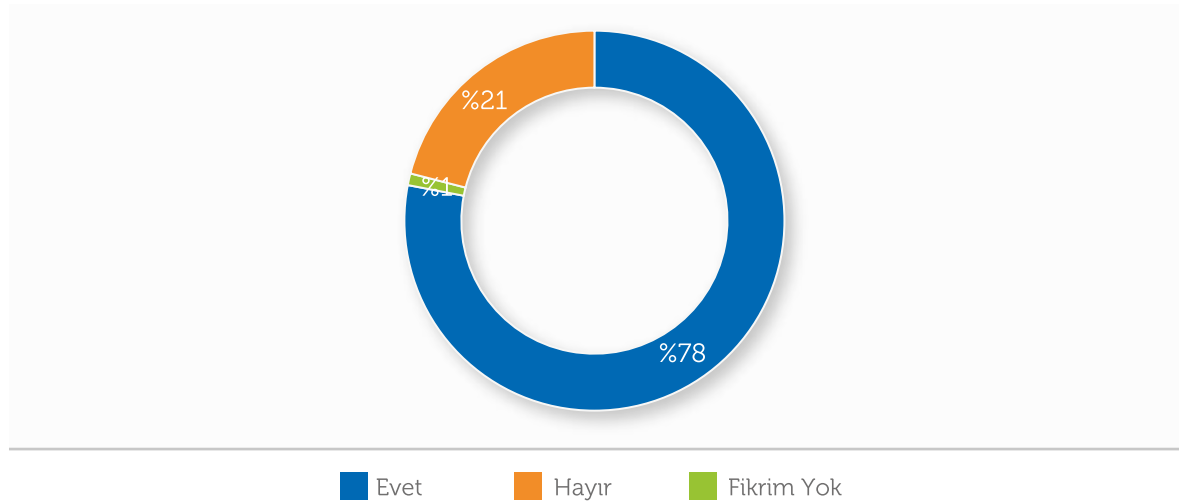
Şekil 31: Devletten son 5 yılda aldığınız herhangi bir kredi/teşvik/hibe var mı?

Destek aldığını belirten 44 kooperatifin yanıtları incelendiğinde, en çok yararlanılan kurumlar olarak Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, GEKA, Ticaret Bakanlığı, Tarım ve Orman Bakanlığı, TKDK (Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu), UNDP, KOSGEB ve çeşitli yerel yönetimlerin olduğu görülmektedir. Destek türleri olarak makine ve ekipman alımları, eğitim ve kapasite geliştirme, araç alımları, bilgisayar, yazılım, donanım desteği ve tanıtım desteği kooperatiflerin faydalandıkları arasındadır. Kredi kapsamında, Ziraat Bankası kredileri yararlanılanlar arasında yer almıştır. Ayrıca, Muğla Büyükşehir Belediyesi bazı kooperatiflere makine kullanım hakkı veya üretim yeri tahsis gibi aynı destekler sağlamıştır. Bu veriler, kamu kurumlarının kooperatiflerin üretim, pazarlama ve kurumsal kapasitelerini geliştirmeye yönelik önemli katkılar sunduğunu göstermektedir.

6.2.6.2. Kooperatiflerin Önümüzdeki 3 Yılda Yeni Yatırım Planı

Kooperatiflere yapılan ankette önümüzdeki 3 yıl içinde yeni yatırım yapmayı planlayıp planlamadıkları sorulmuş olup, cevap dağılımları aşağıdaki grafikte gösterilmiştir. Katılımcıların %78'i önümüzdeki 3 yıl içinde yeni yatırım yapmayı planladığını belirtmiştir. Bu oran kooperatifler arasında yüksek düzeyde bir yatırım eğilimi olduğunu göstermektedir. %21 oranında "hayır" yanıtı veren kooperatiflerin ise ya mevcut kapasitesini yeterli gördüğü ya da yatırım için finansal veya yapısal koşulların yeterli olmadığını göstermektedir.

Genel olarak bu sonuçlar, önümüzdeki dönemde ciddi bir yatırım hareketliliği beklentisine işaret etmekte; yatırım destek programlarının etkin biçimde planlanmasını, Bakanlıkların taşra teşkilatlarının etkin bilgilendirme yapmasını ve yatırım yapmaya istekli grupların harekete geçirilmesini gerekli kılmaktadır.



Şekil 32: Önümüzdeki 3 yıl içinde yeni yatırım yapmayı planlıyor musunuz?

Önümüzdeki 3 yıl için yatırım yapma planı durumunun kooperatif türlerine göre dağılımı aşağıdaki tabloda gösterilmiştir. Tarımsal kalkınma kooperatiflerinde, 49 kooperatifin 37'si yatırım yapmayı planlamaktadır. 11'i hayır cevabı verirken, yalnızca 1 kooperatif kararsız kalmıştır. Bu grup, kırsal kalkınmanın lokomotifi niteliğinde olup, üretim altyapısını geliştirme konusunda önemli bir potansiyel taşımaktadır. Kadın kooperatiflerinde ise 30 katılımcının 26'sı yatırım yapmayı planladığını belirtmiştir. Bu oran, kadın kooperatiflerinin büyüme isteğini ortaya koymaktadır.

Tablo 10: "Önümüzdeki 3 Yıl Yatırım Yapmayı Planlıyor Musunuz" Sorusuna Verilen Cevapların Kooperatif Türlerine Göre Dağılımı

Kooperatif Türü	Evet	Fikrim Yok	Hayır	Toplam
Kadın	26		4	30
Su Ürünleri	3		5	8
Tarımsal Kalkınma	37	1	11	49
Üretim ve Pazarlama	7			7
Genel Toplam	73	1	20	94

Hangi konuda yatırım yapmayı planladıkları sorulduğunda, kooperatiflerin yatırım hedeflerinin büyük bölümünün tarımsal üretimin katma değerini artırmaya yönelik olduğu, özellikle makine-ekipman alımı, süt ve zeytin işleme tesisleri, soğuk hava deposu, paketleme ve ambalajlama sistemleri ile markalaşma gibi alanlara yoğunlaştığı görülmüştür. Bunun yanında, GES (güneş enerjisi sistemi) yatırımı planlayan kooperatifler de bulunmaktadır. Ayrıca satış ofisi, market, kafe-restoran, ihracat ve soğuk zincir yatırımlarını planlayan kooperatiflerin bulunması, sadece üretim değil, pazarlama ve satışa da odaklanan kooperatiflerin varlığını göstermektedir. Bu tablo, kırsalda ekonomik çeşitliliğin artırılmasına ve yerel ürünlerin daha geniş pazarlara taşınmasına dönük güçlü bir irade ortaya koymaktadır.

6.2.6.3. Kooperatiflerin İhtiyaç Duyduğu Yatırımlar Ve Proje Konuları

Kooperatiflerin ihtiyaç duydukları makine ve ekipmanlar ile yapmayı planladıkları yatırım konuları birlikte incelendiğinde, dikkat çekici bir paralellik olduğu görülmektedir. Belirlenen yatırım başlıklarının, kooperatiflerin öncelikli olarak almayı planladıkları makine ve ekipman gruplarıyla doğrudan örtüştüğü ve bu durumun kooperatiflerin üretim, işleme ve pazarlama stratejileriyle tutarlı olduğu değerlendirilmektedir. Yatırım konularının zeytinyağı işleme ve paketleme, süt ve süt ürünleri işleme, meyve ve sebze kurutma ve paketleme, salça, reçel, tarhana gibi gıda işleme, aromatik ve tıbbi bitkiler işleme, su ürünleri işleme ve soğuk depolama, silaj ve yem üretimi, GES yatırımları, tekstil ve el sanatları, genel paketleme ve ambalajlama, satış alanları ve pazarlama, tesis inşaatı ve altyapı, markalaşma ve tanıtım ile araç ve ekipman alımı gibi başlıklarda yoğunlaştığı görülmektedir. Bu kapsamda, kooperatiflerin yatırım eğilimlerinin, bölgesel üretim potansiyeline, mevcut kapasiteye ve pazarlama olanaklarına dayalı olarak şekillendiği ve planlanan makine-ekipman yatırımlarıyla bu alanların desteklenmesinin hedeflendiği anlaşılmaktadır.

Tablo 11: Kooperatiflerin Yapmayı Planladığı Yatırımlar

Yatırım Konusu
Zeytinyağı İşleme ve Paketleme
Süt ve Süt Ürünleri İşleme
Meyve ve Sebze Kurutma ve Paketleme
Salça, Reçel, Tarhana vb. Gıda İşleme
Aromatik ve Tıbbi Bitkiler İşleme
Su Ürünleri İşleme ve Soğuk Depolama
Silaj ve Yem Üretimi
Güneş Enerjisi Yatırımları (GES)
Tekstil ve El Sanatları
Paketleme ve Ambalajlama Genel
Satış Alanları ve Pazarlama
Tesis İnşaatı ve Altyapı
Markalaşma ve Tanıtım
Araç ve Ekipman Alımı

TR32 Bölgesi'nde yer alan Aydın, Denizli ve Muğla illerindeki kooperatiflerin yapmayı planladıkları proje konuları incelendiğinde, bölgenin ekonomik yapısını yansıtır biçimde belirgin bir örtüşme ve eşgüdüm içerisinde oldukları görülmektedir. Söz konusu illerdeki kooperatiflerin yatırım eğilimlerinin, hem bölgesel ortak dinamiklere hem de il bazındaki özgün ekonomik yapı ve fırsatlara dayandığı değerlendirilmektedir. Aydın'da güçlü tarımsal üretim altyapısının etkisiyle, tarım ve gıda işleme odaklı proje konularının öne çıktığı; Denizli'de sanayi gücünün sunduğu olanaklarla ürünlerin işlenmesi ve pazara sunulması süreçlerinde belirgin bir avantaj sağlandığı; Muğla'da ise kırsal alanlarda yürütülen ekonomik faaliyetlerin turizm ekonomisi ile hızla ve yüksek katma değerle buluşma potansiyelinin proje çeşitliliğini şekillendirdiği tespit edilmiştir. Bu bağlamda, üç ilde belirlenen yatırım konularının genel olarak benzer temalar etrafında toplandığı, ancak yerel ekonomik dinamiklerin ve fırsat alanlarının proje çeşitlenmesinde belirleyici rol oynadığı görülmektedir.

Tablo 12: Kooperatiflerin Yatırım Konularının İllere Göre Dağılımı

Aydın	Denizli	Muğla
Zeytinyağı İşleme ve Paketleme, Süt ve Süt Ürünleri İşleme, Meyve-Sebze Kurutma ve Katma Değerli Ürün Üretimi, Soğuk Hava Deposu ve Depolama, Ambalajlama ve Paketleme Tesisleri, Tekstil ve El Sanatları, Satış ve Pazarlama (E-Ticaret, Satış Ofisi, Marka Tanıtımı vb.), Yeni Tesis ve Altyapı Kurulumu, Eğitim ve Kapasite Geliştirme	Aromatik ve Tıbbi Bitkiler İşleme (Kekik, Distilasyon vb.), Süt ve Süt Ürünleri İşleme, Meyve-Sebze Kurutma ve Katma Değerli Ürün Üretimi, Soğuk Hava Deposu ve Depolama, Silaj ve Yem Üretimi, GES (Güneş Enerji Sistemleri), Satış ve Pazarlama (E-Ticaret, Satış Ofisi, Marka Tanıtımı vb.), Tekstil ve El Sanatları, Ambalajlama ve Paketleme Tesisleri, Yeni Tesis ve Altyapı Kurulumu, Turizm Odaklı Projeler (Bağ Yolu, Yerel Ürün Rotası vb.)	Zeytinyağı İşleme ve Paketleme, Süt ve Süt Ürünleri İşleme, Meyve-Sebze Kurutma ve Katma Değerli Ürün Üretimi, Aromatik ve Tıbbi Bitkiler İşleme (Kekik, Distilasyon vb.), GES (Güneş Enerji Sistemleri), Soğuk Hava Deposu ve Depolama, Satış ve Pazarlama (E-Ticaret, Satış Ofisi, Marka Tanıtımı vb.), Yeni Tesis ve Altyapı Kurulumu, Ambalajlama ve Paketleme Tesisleri, Restoran ve Yöresel Ürün Sunumu, Makine ve Ekipman Alımı Eğitim ve Kapasite Geliştirme

Kooperatiflere herhangi bir destek programı kapsamında yürütmeyi planladıkları proje konuları sorulduğunda, Aydın ili için öne çıkan başlıkların zeytinyağı işleme ve paketleme alanında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durumun, zeytinin bölgenin başlıca tarımsal ürünlerinden biri olmasından kaynaklandığı değerlendirilmektedir. Süt ve süt ürünleri işleme projelerinin ağırlık kazanmasında ise, geniş dağıtım ağı ve pazarlama kapasitesiyle öne çıkan ÖR-KOOP gibi kooperatiflerin ilde varlığının etkili olduğu anlaşılmaktadır. Tarım ürünlerinin ekonomik değerinin artırılmasına yönelik olarak meyve-sebze kurutma, katma değerli ürün üretimi ile ambalajlama ve paketleme yatırımlarının da ön plana çıktığı tespit edilmiştir. Ayrıca, Kuşadası Su Ürünleri Kooperatifi ve Aydın Enginar Üretim Kooperatifi gibi kooperatiflerin ürün depolama ihtiyaçlarının, soğuk hava deposu yatırımlarını öncelikli hale getirdiği belirlenmiştir. Bunların yanı sıra, tekstil ve el sanatları, satış ve pazarlama, yeni tesis ve altyapı kurulumu ile eğitim ve kapasite geliştirme alanlarının da Aydın'daki kooperatiflerin proje geliştirme eğilimleri arasında yer aldığı gözlemlenmiştir.

Denizli ili için gerçekleştirilen kooperatiflerin yapmayı planladıkları proje konuları analizinde, aromatik ve tıbbi bitkiler işleme (özellikle kekik/lavanta vb.) alanının farklı kooperatiflerin öncelikli alanında olduğu görülmektedir. Bu eğilimin, bölgedeki aromatik bitki üretiminin ve işlenmiş ürünün ekonomik değeri ile ilişkili olduğu değerlendirilmektedir. Süt ve süt ürünleri işleme ile meyve-sebze kurutma ve katma değerli ürün üretimi konularının da kooperatiflerin öncelikli yatırım alanları arasında yer aldığı tespit edilmiştir. Soğuk hava deposu ve depolama yatırımlarına olan ilginin ise, işlenen ürünlerin saklama ve pazarlama süreçlerinin güçlendirilmesi amacıyla Aydın ve Muğla'da olduğu gibi ortaya çıktığı anlaşılmaktadır. Ayrıca, kooperatiflerin silaj ve yem üretimi, GES, satış ve pazarlama, tekstil ve el sanatları, ambalajlama ve paketleme tesisleri ile yeni tesis ve altyapı kurulumu konularında da proje geliştirme eğilimlerinin sürdürüldüğü gözlemlenmiştir. Bunun yanı sıra, turizm odaklı projelerin (örneğin, Çal bağ yolu ve yerel ürün rotaları) bölgesel kalkınma stratejileri kapsamında önem kazandığı belirlenmiştir.

Muğla ili kooperatiflerinin yapmayı planladıkları proje konuları incelendiğinde, zeytinyağı işleme ve paketleme konusunun öncelikli başlıklardan biri olarak öne çıktığı görülmektedir. Bu eğilimin, ilin zeytin ve zeytinyağı üretim potansiyelinden kaynaklandığı değerlendirilmektedir. Bunun yanı sıra, süt ve süt ürünleri işleme, meyve-sebze kurutma ve katma değerli ürün üretimi ile aromatik ve tıbbi bitkiler işleme (distilasyon vb.) konularının da kooperatifler tarafından yapmayı planladıkları proje konuları arasında önemli bir yer tuttuğu tespit edilmiştir. Soğuk hava deposu ve depolama projelerinin ise, ürünlerin saklanması ve kalite koruma süreçlerinin güçlendirilmesi amacıyla geliştirildiği anlaşılmaktadır. Ayrıca GES, satış ve pazarlama, yeni tesis ve altyapı kurulumu, ambalajlama ve paketleme tesisleri, restoran ve yöresel ürün sunumu ile eğitim ve kapasite geliştirme konularının da kooperatiflerin yapmayı planladıkları proje konuları arasında yer aldığı gözlemlenmiştir.

6.2.6.4 Kooperatiflerin İhtiyaç Duyduğu Makine Ekipmanlar

Kooperatiflere önümüzdeki dönemlerde ihtiyaç duydukları ve almayı planladıkları makine ve ekipmanlar sorulduğunda, genel olarak taleplerin kullanım alanlarına ve işlevsel gruplara göre sınıflandırılabilirdiği görülmektedir. Bu kapsamda oluşturulan sınıflandırma; zeytinyağı ve tıbbi-aromatik bitki işleme, gıda işleme ve paketleme, süt ve süt ürünleri işleme, tarım makineleri ve ekipmanları, soğuk hava depoları ve dondurucular, tekstil ve el sanatları, ambalajlama, etiketleme ve baskı, enerji ve çevre teknolojileri ile diğer genel amaçlı makineler olmak üzere temel başlıklar altında yapılandırılmıştır. Her bir kategori altında yer alan makine ve ekipmanlar, kullanım amaçları doğrultusunda ayrıca tanımlanmış ve kooperatiflerin üretim, işleme, depolama, lojistik ve pazarlama kapasitelerini artırmaya yönelik potansiyel katkıları değerlendirilmiştir. Bu sınıflandırma, bölgede planlanan yatırımların sektörel ve işlevsel dağılımını ortaya koymakta ve destekleme programlarının önceliklendirilmesi açısından yol gösterici bir temel sağlamaktadır.

Tablo 13: Kooperatiflerin Konularına Göre İhtiyaç Duyduğu Makine Ekipman Listesi

Kategori	Makine / Ekipman	Kullanım Amacı
Zeytinyağı ve Tıbbi-Aromatik Bitki İşleme	Zeytinyağı sıkım tesisi	Zeytinyağı üretimi
Zeytinyağı ve Tıbbi-Aromatik Bitki İşleme	Zeytinyağı dolum makinesi	Şişeleme ve dolum
Zeytinyağı ve Tıbbi-Aromatik Bitki İşleme	Zeytinyağı paketleme ve etiketleme Makineleri	Ambalajlama ve pazarlama
Zeytinyağı ve Tıbbi-Aromatik Bitki İşleme	Zeytinyağı saklama tankı / azot tankı	Depolama ve ürün koruma
Zeytinyağı ve Tıbbi-Aromatik Bitki İşleme	Zeytin çizme makinesi	Zeytin işleme
Zeytinyağı ve Tıbbi-Aromatik Bitki İşleme	Zeytin dolum makinesi	Ambalajlama
Zeytinyağı ve Tıbbi-Aromatik Bitki İşleme	Zeytin silkme makinesi	Hasat sonrası işleme
Zeytinyağı ve Tıbbi-Aromatik Bitki İşleme	Distilasyon cihazı	Tıbbi aromatik bitki yağı üretimi
Zeytinyağı ve Tıbbi-Aromatik Bitki İşleme	Tıbbi aromatik bitki distilasyon makinesi	Bitki işleme
Zeytinyağı ve Tıbbi-Aromatik Bitki İşleme	Kekik işleme tesisi ekipmanları	Kekik yağı ve ürünleri üretimi
Zeytinyağı ve Tıbbi-Aromatik Bitki İşleme	Kekik yağı paketleme ve etiketleme Makineleri	Ambalajlama ve pazarlama
Gıda İşleme ve Paketleme	Liyofilizasyon (freeze-dry) cihazı	Gıda kurutma
Gıda İşleme ve Paketleme	Gıda kurutma makineleri	Meyve ve sebze kurutma
Gıda İşleme ve Paketleme	Vakum makineleri	Paketleme ve raf ömrü uzatma
Gıda İşleme ve Paketleme	Paketleme makineleri	Genel ambalajlama
Gıda İşleme ve Paketleme	Dolum makineleri	Sıvı ve yarı sıvı gıda dolumu
Gıda İşleme ve Paketleme	Lokum makinesi	Şekerleme üretimi
Gıda İşleme ve Paketleme	Reçel makinesi	Reçel üretimi
Gıda İşleme ve Paketleme	Şoklama hattı	Hızlı dondurma
Gıda İşleme ve Paketleme	Fırın	Pişirme
Gıda İşleme ve Paketleme	Üzüm sıkma makinesi	Üzüm işleme
Gıda İşleme ve Paketleme	Salamura yaprak işleme ekipmanları	Yaprak salamura üretimi
Süt ve Süt Ürünleri İşleme	Süt soğutma tankları	Süt soğutma
Süt ve Süt Ürünleri İşleme	Süt toplama araçları	Lojistik ve soğuk zincir
Süt ve Süt Ürünleri İşleme	Yoğurt-peynir üretim makineleri	Süt ürünleri üretimi
Süt ve Süt Ürünleri İşleme	Ayran paketleme makinesi	Ayran üretimi
Süt ve Süt Ürünleri İşleme	Süzme yoğurt hazırlama makinesi	Yoğurt işleme
Tarım Makineleri ve Ekipmanları	Traktör	Tarla işleme
Tarım Makineleri ve Ekipmanları	Biçer döver	Hasat
Tarım Makineleri ve Ekipmanları	Silaj paketleme makinesi	Hayvan yemi hazırlama

Tablo 13: Kooperatiflerin Konularına Göre İhtiyaç Duyduğu Makine Ekipman Listesi (Devamı)

Kategori	Makine / Ekipman	Kullanım Amacı
Tarım Makineleri ve Ekipmanları	Yem karma makinesi	Hayvan yemi karıştırma
Tarım Makineleri ve Ekipmanları	Drone (ilaçlama için)	Tarım ilaçlaması
Soğuk Hava Depoları ve Dondurucular	Soğuk hava deposu	Gıda ve ürün saklama
Soğuk Hava Depoları ve Dondurucular	Derin dondurucular	Gıda dondurma
Soğuk Hava Depoları ve Dondurucular	Şoklama makineleri	Hızlı dondurma
Tekstil ve El Sanatları	Sanayi tipi dikiş makineleri	Tekstil üretimi
Tekstil ve El Sanatları	Nakış makineleri	Nakış işlemesi
Tekstil ve El Sanatları	Dokuma makineleri	Tekstil üretimi
Tekstil ve El Sanatları	Lanolin çıkarma makinesi	Yün işleme
Ambalajlama, Etiketleme ve Baskı	Etiketleme makineleri	Etiketleme
Ambalajlama, Etiketleme ve Baskı	Şişeleme makineleri	Şişeleme
Ambalajlama, Etiketleme ve Baskı	Barkod yazılımı + printer + ekran	Ürün takibi ve barkodlama
Enerji ve Çevre Teknolojileri	Çatı üstü GES sistemleri	Yenilenebilir enerji
Enerji ve Çevre Teknolojileri	Biyogaz tesisi	Enerji üretimi
Diğer	Forklift	Yük taşıma ve istifleme
Diğer	Buz makineleri	Buz üretimi
Diğer	Mini değirmen	Öğütme

Kooperatiflerin makine-ekipman ihtiyaç analizine ilişkin veriler değerlendirildiğinde, bölgedeki üretici kooperatiflerin yatırım eğilimlerine dair önemli ipuçları elde edilmektedir. Analiz sonuçları, kooperatiflerin büyük bir bölümünün bölgenin ekonomik değeri yüksek tarımsal ürünü olan zeytinin işlenmesine ve zeytinyağı üretimine yönelik kapasite geliştirme hedeflediklerini göstermektedir. Bununla birlikte, hayvancılık faaliyetlerinin güçlü olduğu kooperatiflerde süt toplama ve işleme altyapısının güçlendirilmesine yönelik taleplerin de öne çıktığı görülmektedir. Genel başlık yoğunlukları değerlendirildiğinde, zeytinyağı işleme, gıda işleme ve süt işleme faaliyetlerinin kooperatiflerin stratejik öncelikleri arasında yer aldığı anlaşılmaktadır. Öte yandan, kadın girişimciliğinin desteklenmesi açısından önem arz eden ev tipi üretimlere (salça, tarhana, reçel vb.) ve bölgeye özgü tarımsal ürünlerin (üzüm, enginar, incir, aromatik otlar vb.) işlenmesine ve paketlenmesine yönelik yatırımların da dikkat çekici bir şekilde ön plana çıktığı gözlemlenmektedir. Bu eğilim, kooperatiflerin yerel tarımsal üretim çeşitliliğini katma değerli ürünlere dönüştürme ve pazarlama kapasitelerini artırma yönündeki stratejik vizyonlarını açıkça yansıtmaktadır.

6.3. Kooperatiflerin Mevcut Durum Analizi Genel Değerlendirme

TR32 Bölgesi illerinde üretim odaklı kooperatiflere yönelik hazırlanan anket çalışması kapsamında 94 kooperatifle görüşülmüş ve mevcut durumlarına yönelik genel yapıları, mali durumları, işletme performansları ve rekabetçilikleri, üretim durumları, makine ve ekipman

durumları, satış, pazarlama durumları, markalaşma çalışmaları, eğitim ve danışmanlık ihtiyaçları ile gelecek yatırım planları sorulmuştur. Bu çerçevede değerlendirildiğinde, "2016 yılı Güney Ege Bölgesi'nde Üreten Kooperatifler Mevcut Durum Analizi" çıktıları ile karşılaştırıldığında kooperatiflerin genel olarak katma değerli üretim, eğitim ve danışmanlıklar, markalaşma, proje geliştirme farkındalığı gibi açılardan gelişim gösterdiği dikkat çekmektedir. Son yıllarda kadın kooperatiflerinin etkinliğini artırması ve bölgeden KUŞAKK, Begonvil, Pamuk Eller, Çal Kadın Kooperatifi gibi güçlü kadın kooperatifleri örneklerinin ortaya çıkması umut verici gelişmelerdir.

Tarımsal kalkınma kooperatiflerinin çoğunluğunda ham tarım ürünlerinin işlenmeden satışa sunulduğu görülmekle birlikte ürünlerini Yerkesik TKK ve ÖR-KOOP örneğinde olduğu gibi katma değeri yüksek ürünlere dönüştürme eğilimde birçok tarımsal kalkınma kooperatifinin bulunduğu dikkat çekmektedir. Ürünlerini işlemeden doğrudan tüketiciye ve fabrikalara satan tarımsal kalkınma kooperatifleri herhangi bir satış pazarlama sorunu yaşamazken işlenmiş ürün üreten kooperatiflerin satış kanallarında zorluklar yaşadığı değerlendirilmektedir.

Kadın kooperatifleri sayısını her geçen gün artırmakta ve bölgedeki kadın kooperatifleri sayı açısından ülkede de öne çıkmaktadır. Kadın kooperatiflerinin üretim alanları çok çeşitlenmiştir. El sanatları, yöresel el işçilikleri, tekstil ürünlerinin yanı sıra reçel, tarhana, pekmez, erişte, meyve vb. özütleri gibi çok çeşitli ürün yelpazesine sahiptir. Kadın kooperatiflerinin satış kanalları doğrudan tüketiciye olmakla birlikte genellikle sosyal medya, e-ticaret, kendi internet sayfaları, satış dükkânları gibi alanları tercih etmektedirler. KUŞAKK, zincir marketler ile markalar, sosyal medya ve e-ticaret ağlarını en etkin kullanan kadın kooperatiflerinden birisi olarak öne çıkmaktadır. Ancak geri kalan kadın kooperatiflerinin çoğunda etkin bir pazarlama stratejisinden söz edilememektedir.

Bölgede üretim ve pazarlama kooperatiflerinin sayısının düşük olması, katma değerli üretim ve etkin pazarlama faaliyetleri açısından önemli bir yapısal eksikliğe işaret etmektedir. Üretim ve pazarlama kooperatifleri; ürünlerin işlenmesi, paketlenmesi, markalaştırılması ve pazara erişiminin sağlanması süreçlerinde kritik bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, mevcut kooperatiflerin kurumsal kapasitelerinin artırılması, teknik ve mali açıdan desteklenmeleri, bölgesel markalaşma ve pazarlama stratejilerine entegre edilmeleri öncelikli bir ihtiyaç olarak değerlendirilmektedir. Söz konusu desteklerin, hem üreticilerin gelir düzeyinin artırılmasına hem de bölge ekonomisinin sürdürülebilir kalkınmasına katkı sağlaması beklenmektedir.

Su ürünleri kooperatifleri ise ürünleri doğrudan tüketiciye, restoran ve fabrikalara satışını yaparak katma değer ve üretim açısından bir faaliyet yürütmemektedir. Su ürünleri kooperatiflerinin ihtiyaçları genellikle Tarım ve Orman Bakanlığı uygulamalarına yönelik düzenlemeler olarak kaydedilmiştir. Su ürünleri kooperatiflerinin ürünleri işlemek ya da farklı ürün yelpazesini genişletmek gibi bir planı bulunmamaktadır. Bu faaliyetler genellikle birlikler kapsamında gerçekleştirilmektedir.

Bu doğrultuda kooperatiflerin genel değerlendirmeleri genel yapı, işletme performansı ve rekabetçilik, üretim, satış-pazarlama ve markalaşma, eğitim ve danışmanlıklar ve yatırım planları başlıklarında aşağıdaki gibidir:

Genel Yapı

Kooperatiflerin yönetiminde görev alan kişiler ile kooperatif ortaklarının büyük çoğunluğunu ileri yaştaki bireyler oluşturmaktadır. Bu durum, gençlerin kooperatifçilik faaliyetlerine katılımının sınırlı olduğunu göstermektedir. Kooperatiflerde gençlerin katılımının artırılması kırsal kalkınma ve ekonominin geleceği için önem arz etmektedir. Bununla birlikte kadın kooperatifleri dışında kooperatiflerde kadın ortak sayısının azlığı dikkat çekmektedir. Kadınların kooperatiflerde aktif rol alması, yönetim kademelerinde yer alması için farkındalık çalışmalarının yürütülmesi, eğitimlerin verilmesi önem arz etmektedir. Katma değerli ürün üreten kooperatifler ile ürünlerini son tüketiciye ulaştırabilen kooperatiflerin ciro ve kârlarının genellikle yüksek olduğu görülmektedir. Ciro ve karları yüksek olan kooperatiflerin istihdam yaratma olanağı daha yüksek olmaktadır. Bunun dışındaki kooperatiflerin çoğunlukla kilit roller için bile işçi çalıştıramadığı görülmektedir.

İşletme Performansı ve Rekabetçilik

Ankete katılan kooperatiflerin yaklaşık %90'ında herhangi bir kalite yönetim sisteminin bulunmaması, kooperatiflerin büyük çoğunluğunun kurumsal yönetim, ürün ve hizmetlerde standardizasyon ile süreç iyileştirme gibi temel yönetim alanlarında henüz yeterli bir olgunluk seviyesine ulaşamadığını göstermektedir. Bu durum, kooperatiflerin sürdürülebilirlik, rekabetçilik ve verimlilik açısından önemli yapısal zayıflıklarının bulunduğuna işaret etmektedir. Bu soruna çözüm olarak kalite yönetim sistemlerine yönelik danışmanlık desteklerinin faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

Tarım uygulamaları açısından değerlendirildiğinde ise, görüşülen kooperatiflerden iyi tarım ve organik tarım uygulamaları gerçekleştirenlerin oranının düşük olduğu görülmektedir. Bu oranların düşük olması önemli bir gelişim potansiyelinin kullanılmadığını ortaya koymaktadır.

Kooperatiflerin performansını etkileyen başlıca faktörler arasında ise ilk üç sırada finansal kısıtlar, dış çevresel faktörler, pazarlama ve satış stratejilerindeki yetersizlikler yer almaktadır. Bu bulgular, kooperatiflerin rekabet gücünü artırabilmesi için çok yönlü ve kapsamlı bir kapasite geliştirme sürecine ihtiyaç duyduğunu ortaya koymaktadır. Finansal zorlukların hibe ve teşviklerle aşılabileceği düşünülmese de, kooperatiflerin destekler hakkında yeterli bilgiye sahip olmadıkları görülmüştür. Bu sebeple destekler ve teşvikler konusunda kooperatiflere bilgilendirme yapılmasının ve proje geliştirme kapasitelerini artırmaya yönelik eğitimler sağlanmasının faydalı olacağı değerlendirilmiştir.

Kooperatifçilik ekosisteminde dikkat çeken temel sorunlardan biri, genç nüfusun hem ortaklık yapısında hem de yönetim kademelerinde yeterince temsil edilmemesidir. Bu durum, sadece kooperatiflerin kurumsal yenilenme kapasitesini değil, aynı zamanda kırsal alanların demografik sürdürülebilirliğini de tehdit etmektedir. Kırsalda yaşayan gençlerin tarım ve kooperatifçilik faaliyetlerine yönlendirilmesi, ancak yaşam kalitesini artıran, ekonomik cazibe yaratan ve sosyal katılımı teşvik eden bütüncül politikalarla mümkün olabilir. Bu bağlamda, gençlerin kırsalda kalmasını sağlayacak mekanizmaların oluşturulması ve onları kooperatif süreçlerine aktif katılım sağlayacak şekilde teşvik etmek, uzun vadeli kırsal kalkınma stratejilerinin ayrılmaz bir parçası olmalıdır.

Öte yandan, son yıllarda kadın kooperatiflerinin sayısında ve diğer kooperatif türlerinde kadın ortakların temsiliyetinde belirgin bir artış yaşandığı gözlemlenmektedir. Bu olumlu gelişmeye rağmen, kadınların üretim, karar alma ve yönetim süreçlerinde daha etkin roller üstlenebilmesi için mevcut desteklerin güçlendirilerek sürdürülmesi gerekmektedir. Kadın kooperatiflerinin kurumsal kapasitelerinin artırılması, finansmana erişimlerinin kolaylaştırılması ve yerel kalkınma politikalarına entegre edilmeleri; toplumsal cinsiyet eşitliğinin sağlanması ve bölgesel ekonomik büyümenin hızlandırılması açısından kritik öneme sahiptir.

Üretim ve Altyapı

Kooperatiflerin önemli bir kısmı, üretim faaliyetlerini yalnızca ham ürün düzeyinde sürdürmekte, ürünlerini işlenmiş ve katma değerli hale dönüştürme konusunda yeterli adım atmamaktadır. Ayrıca, birçok kooperatifin bu alanda gelecek yönelimine dair net bir stratejik planlama içinde olmadığı görülmektedir. Katma değerli üretim konusunda yaşanan bu eksiklik, kooperatiflerin sürdürülebilir büyüme ve gelir artışı konusunda önemli bir engel teşkil etmektedir.

Kooperatiflerin performansını etkileyen faktörlere bakıldığında dördüncü sırada teknoloji ve altyapı eksikliği gösterilmiştir. Bu sorunun çözümü konusunda da mali desteklerin faydalı olabileceği değerlendirilmektedir. Aynı alanda hizmet veren ve yakın konumdaki kooperatifler arasında işbirliği olmaması dikkat çekmektedir. Bu durum hem verim hem de maliyet açısından önem arz etmektedir.

Kooperatiflerin teknoloji, makine, ulaşım ve depolama alanlarında ihtiyaçlarının olduğu anket sonuçlarından açık bir şekilde görülmektedir. Bu doğrultuda kooperatif altyapılarının desteklenmesi önem arz etmektedir.

Satış, Pazarlama ve Markalaşma

Kooperatiflerde e-ticaret ve internet sitesi kullanım oranlarının düşük seviyede olması, dijitalleşme konusunda önemli bir gelişim alanına işaret etmektedir. Bu durumun temel nedeni olarak, kooperatiflerin büyük bir bölümünün dijital mecraların kullanımını gerekli görmemesi öne çıkmaktadır. Dijital araçlara ihtiyaç duyan kooperatifler açısından ise başlıca engeller; yeterli personel bulunmaması ve konuya ilişkin eğitim eksikliğidir. Bu bulgular, dijital dönüşümün insan kaynağı ile de doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir.

Markalaşma konusunda ise kooperatiflerin belirli bir düzeye ulaştığı gözlemlense de, bu alanda hâlâ gelişim potansiyeli mevcuttur. İhtiyaç duyulan eğitim başlıkları incelendiğinde bu sorunlarla paralel şekilde pazarlama birinci, markalaşma ikinci, e-ticaret ise üçüncü sırada yer almaktadır. Bu paralellik sorunların tespitinin doğru şekilde yapıldığını ve ilgili konulardaki eğitim ve danışmanlıklarla bu sorunların çözümüne katkı sağlanabileceğini göstermektedir.

Kooperatif ürünleri ve yöresel ürünlerin markalaşması ve pazarlama faaliyetleri kapsamında en önemli hususlardan birisi de halkta coğrafi işaretli ürün ve kooperatif ürünlerinin önemine yönelik farkındalık yaratılamamasıdır.

Eğitim-Danışmanlık Eksiklikleri

Ankete katılan 94 kooperatiften yalnızca 57'si son üç yıl içerisinde herhangi bir eğitim faaliyetine katıldığını beyan etmiştir. Ancak, geçmiş yıllarda alınan eğitimlerin büyük bölümünün kooperatifçilik konulu olması, bu eğitimlerin çoğunlukla yasal zorunlulukları ve temel düzeyde bilgi aktarımını kapsaması nedeniyle, kooperatiflerin kurumsal kapasitelerini asgari düzeyin ötesine taşıyacak gelişim açısından yetersiz kalmaktadır. Nitekim kooperatiflerin %70'inin önümüzdeki üç yıl içinde eğitim ihtiyacı duyduğunu ifade etmesi bu değerlendirmeyi desteklemektedir. Öte yandan, internet ve sosyal medya araçlarını hiç kullanmayan ya da düşük düzeyde kullanan kooperatiflere bu durumun nedeni sorulduğunda, %11'i eğitim eksikliğini gerekçe göstermiştir. Bu veriler ışığında değerlendirildiğinde, kooperatiflerin kurumsal gelişimlerinin önündeki temel engellerden birinin eğitim yetersizliği olduğu açıkça görülmektedir.

Bu sorunun giderilmesine yönelik olarak, kooperatifler tarafından talep edilen eğitimlerin planlı ve hedef odaklı bir şekilde temin edilmesi önemli bir çözüm alanı olarak değerlendirilmektedir. Ankette en çok talep edilen eğitim konuları arasında pazarlama, markalaşma ve uygulamalı e-ticaret başı çekmektedir. Bunların yanı sıra; kooperatifçilik, yurtdışı pazar araştırması, tekstil ve hediyeelik eşya tasarımı, bilgisayar kullanımı, web sitesi tasarımı, hayvan sağlığı ve hijyeni gibi konularda da eğitim talepleri öne çıkmıştır. Bu kapsamda hem genel gelişimi destekleyen hem de belirli alanlara özgü teknik içerikli eğitimlere ihtiyaç duyulduğu görülmektedir. Özellikle internet ve sosyal medya araçlarını hiç kullanmayan veya düşük düzeyde kullanan kooperatiflerden bu duruma sebep olarak eğitim eksikliğini gösterenlere dijital okuryazarlığın artırılması ve stratejik dijital pazarlama alanlarında verilecek eğitimlerin, kooperatiflerin dijital dönüşüm süreçlerine kayda değer katkılar sunacağı değerlendirilmektedir.

Proje Gerçekleştirme Kapasitesi

Çalışma kapsamında, kooperatiflerin rekabet gücünü etkileyen en belirgin unsurun finansal zorluklar olduğu açık biçimde ortaya konmuştur. Bu soruna yönelik olarak kamu destekleri bir çözüm seçeneği olarak değerlendirilse de, ankete katılan kooperatiflerin yarısından fazlasının son beş yıl içerisinde bu desteklerden yararlanmadığı görülmektedir. Kamu kurumlarının üretim, pazarlama ve kurumsalkapasitenin geliştirilmesine yönelik çabalarına rağmen, desteklerin kullanım düzeyinin düşük kalması kooperatifler açısından çözülmesi gereken temel sorunlardan biridir. Bu nedenle, kooperatiflerin kamu desteklerine erişimini kolaylaştıracak mekanizmaların geliştirilmesi önem arz etmektedir.

Bununla birlikte, desteklerden etkin şekilde faydalanabilmeleri için kooperatiflerin proje hazırlama ve yürütme kapasitelerinin artırılmasına yönelik eğitim ve danışmanlık hizmetlerinin sunulması da sürece katkı sağlayacaktır.

Kooperatiflerin çoğunluğunda geleceğe yönelik katma değerli ürün üretimi, üretim kapasitesinin artırılması, ürün yelpazesinin geliştirilmesi gibi konularda yatırım planlarının bulunduğu görülmektedir. Fakat bu kapsamda faydalanılabilecek devlet teşviklerinin çoğunlukla bilinmediği, proje geliştirme ve yazma kapasitesinin düşük olduğu gözlenmiştir.

6.4 Üreten Kooperatiflerin Güçlü, Zayıf Yönleri ile Fırsat ve Tehditleri

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
• Tarımsal ürün çeşitliliği yüksek (zeytin, incir, pamuk, bal, lavanta, üzüm) • Kadın kooperatifleri sayısında artış ve sosyal farkındalık • Turizm ile entegre edilebilecek kırsal kalkınma potansiyeli • Kalkınma ajansları, TKDK, üniversiteler ve belediye gibi kurumların desteğe açık olması • Kadın emeği ve yöresel üretime dayalı pozitif algı • Coğrafi işaret potansiyeli yüksek ürün varlığı • Markalaşmaya yönelik ilginin artışı • Bölge ürünlerin birçoğunun tarihi ve kültürel bir değere sahip olması	• Birçok kooperatifte profesyonel yönetim ve iş bölümü eksik • Marka, pazarlama ve ambalaj konusunda bilgi ve bütçe eksikliği • Ürünlerin büyük çoğunluğu katma değersiz • Yerel pazara bağımlılık • Gençlerin kooperatif yapısına ilgisi düşük • Dijitalleşme oranı zayıf • Kooperatifler arasında yatay işbirliği çok zayıf • Finansal sürdürülebilirlik eksik, çoğu kooperatif hibeye bağımlılık • Proje geliştirme kapasitesi düşük • İş gücü eksikliği (profesyonel, teknik çalışan ve günlük işçi vb.)
Fırsatlar	Tehditler
• Doğal ürünlere olan talebin artması (organik, yerel, katkısız vb.) • E-ticaret ve sosyal medya ile düşük maliyetli pazarlama fırsatları • Coğrafi işaret, marka ve sürdürülebilirlik odaklı kamu destekleri • Kadın ve genç girişimciliğine yönelik özel destek programlarının yaygınlaşması • Kooperatif ürünlerinin belediye ve kamu kurumları aracılığıyla alım imkânları • Tarım-turizm entegrasyonu (agro-turizm, kırsal deneyim satışları) • Bölgenin turizm yoğun bir bölge olması • Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'nın yürütmekte olduğu 'Anadoludakiler' programı	• İklim değişikliği ve su kaynaklarının azalması • Girdi maliyetlerinin yüksekliği ve satış fiyatlarının baskılanması • Kooperatiflerin diğer kurum ve kuruluşlardan destek almadan ayakta kalmakta zorlanması • Tüketicilerde bazı bölgelerde "kooperatif ürünü = düşük kalite" algısı • Kooperatif üyeleri arasında güven eksikliği ve çatışmalar

6.5. Kooperatiflerin Gelişim Aşamalarına Dayalı Sınıflandırılması ve Stratejik Eylem Alanları

Yapılan analizler ve mevcut durum değerlendirmeleri doğrultusunda kooperatiflerin üretim, satış, ürün çeşitliliği gibi hususlar göz önüne alındığında kooperatiflerin mevcut durumunun daha iyi ele alınabilmesi ve geleceğe yönelik yol haritalarının daha net oluşturulabilmesi için kooperatifler 4 ayrı kategoride değerlendirilmektedir:

	Sınıflandırma	Amaç	Müdahale Alanları
1	Temel Üretim Aşamasındaki Kooperatifler	Katma değeri artırmak, işleme ve markalaşma süreçlerine hazırlamak	1. İşleme ve Paketleme Altyapısı Desteği 2. Ortak Kullanım Tesisleri 3. Katma Değer Eğitimleri 4. Tedarik Zinciri Eğitimi 5. İyi Tarım Uygulamaları Danışmanlığı
2	Marka Gelişimi Aşamasındaki Kooperatifler	Kooperatiflerin kurumsal kimliklerini oluşturarak dijital pazara entegrasyonlarını sağlamak ve rekabet güçlerini artırmaktır.	1. Marka Kimliği Oluşturma Desteği 2. Dijital Pazarlama Kapasitesinin Artırılması 3. Görsel ve Hikayeleştirme Çalışmaları 4. Pazar ve Müşteri Analizi Eğitimi 5. Ortak Marka ve Tanıtım Platformları
3	Uluslararası Pazarlara Giriş Potansiyeli Olan Kooperatifler	Bu kooperatiflerin uluslararası pazarlara etkin giriş yapmalarını sağlamak, kalite standartlarını yükseltmek ve sürdürülebilir üretim modellerini yaygınlaştırmaktır.	1. Uluslararası Sertifikasyon ve Standartlara Uyum Desteği 2. Dış Ticaret Kapasitesinin Güçlendirilmesi 3. Pazarlama ve Marka Uluslararasılaştırma 4. Yenilikçi ve Sürdürülebilir Üretim Teknikleri 5. Uluslararası İşbirlikleri ve Fuar Katılımları
4	Kadın Kooperatifleri	Sosyal desteklerle üretim gücünü artırmak, görünürlük sağlamak	1. Kapasite Geliştirme Eğitimleri 2. Sosyal Destek Mekanizmaları 3. Pazarlama Desteği 4. Görünürlük ve Rol Model Tanıtımı 5. Yerel İşbirlikleri

6.5.1 Temel Üretim Aşamasındaki Kooperatifler

Bölgede faaliyet gösteren kooperatiflerin önemli bir kısmı, üretim zincirinin henüz ilk basamağında yer almakta ve temel üretim aşamasında konumlanmaktadır. Bu gruba giren kooperatifler, çoğunlukla tarımsal ya da hayvansal ürünlerin sadece ham halini üretmekte; işleme, paketleme, markalaştırma ve pazarlama gibi katma değer artırmacı adımları gerçekleştirememektedir. Sınırlı altyapı, finansman eksikliği, teknik bilgi yetersizliği ve pazara erişim sorunları, bu kooperatiflerin gelişimlerini sınırlayan temel faktörler arasında yer almaktadır. Bu nedenle söz konusu kooperatiflerin güçlendirilmesi; eğitim, teknik

destek, ekipman altyapısı ve iş birliği mekanizmaları ile desteklenmeleri, kırsal kalkınma hedefleri açısından kritik önem taşımaktadır.

Amaç: Katma değeri artırmak, işleme ve markalaşma süreçlerine hazırlamak

Temel üretim aşamasındaki kooperatiflerin üretim zincirinde daha ileri bir noktaya taşınarak ürünlerine katma değer kazandırmaları ve markalaşma süreçlerine hazırlanabilmeleri amacıyla aşağıdaki destek ve müdahale alanlarının çeşitlendirilmesi önem arz etmektedir.

İşleme ve Paketleme Altyapısı Desteği: Kooperatiflerin temel işleme, paketleme, depolama ekipmanı ve tesis altyapısına erişimini sağlamak amacıyla hibe ve düşük faizli kredi desteklerinin çeşitlendirilmesi

Ortak Kullanım Tesisleri: Aynı bölgede benzer üretim yapan kooperatiflerin maliyet ve verimlilik açısından faydalanabileceği ortak soğuk hava deposu, ambalajlama tesisi ve taşıma ağı gibi altyapıların kurulması

Katma Değer Eğitimleri: Kooperatif ortaklarının temel ürünleri işleyerek katma değeri yüksek nihai ürünlere dönüştürmelerine yönelik uygulamalı eğitimlerin (örneğin süt > yoğurt/peynir, meyve > reçel/kurutma vb.) düzenlenmesi

Tedarik Zinciri Eğitimi: Kooperatiflerin üretimden pazara kadar olan süreçte etkin, verimli ve sürdürülebilir bir tedarik zinciri oluşturmaları için eğitim programlarının uygulanması

İyi Tarım Uygulamaları Danışmanlığı: Üretim kalitesinin artırılması ve sertifikasyon süreçlerine hazırlık için kooperatiflere teknik danışmanlık desteğinin sağlanması

Belirtilen stratejilerin, temel üretim aşamasındaki kooperatiflerin üretimden pazara kadar değer zincirine entegrasyonunu sağlamak amacıyla çeşitlendirilerek uygulanması gerekmektedir.

6.5.2. Marka Gelişimi Aşamasındaki Kooperatifler

Marka gelişimi aşamasındaki kooperatifler, ürünlerini işleyip pazarlama faaliyetlerine başlamış ancak henüz güçlü bir kurumsal kimlik ve dijital görünürlük oluşturamamış yapılar olarak ön plana çıkar. Söz konusu kooperatifler ürününü işleyip pazarlayan ancak marka hikâyesi, tasarımı ve dijital görünürlüğü henüz gelişmemiş kooperatifler olarak tanımlanmaktadır. Bu kooperatifler için markalaşma sürecinin tamamlanması, sürdürülebilir büyüme ve pazarda rekabet edebilme açısından kritik öneme sahiptir. Kurumsal kimlik oluşturmak ve dijital pazarlara etkin şekilde entegre olmak, bu kooperatiflerin ürün değerini artırırken aynı zamanda geniş kitlelere ulaşmalarını sağlar. Bu nedenle, marka gelişimi aşamasındaki kooperatiflerin ihtiyaçlarına yönelik destekler ve eğitimlerin çeşitlendirilerek sunulması gerekmektedir.

Bölgede Yerkesik TKK, Kurtluca TKK, Karabörtlen TKK gibi kooperatifler marka gelişim aşamasında olan kooperatiflere örnek teşkil etmektedir.

Amaç: Kooperatiflerin kurumsal kimliklerini oluşturarak dijital pazara entegrasyonlarının sağlanması ve rekabet güçlerinin artırılması

Marka Kimliği Oluşturma Desteği: Ürün adı, marka hikayesi, logo, ambalaj tasarımı ve etiketleme gibi kurumsal kimlik unsurlarının geliştirilmesi için eğitim ve danışmanlık sağlanması

Dijital Pazarlama Kapasitesinin Artırılması: Sosyal medya yönetimi, e-ticaret platformları (Trendyol, N11, Instagram Shop vb.) kullanımı, dijital içerik üretimi ve online satış stratejileri üzerine uygulamalı eğitimler düzenlenmesi

Görsel ve Hikayeleştirme Çalışmaları: Kooperatif ve ürünlerinin tanıtımını güçlendirecek kısa videolar, belgeseller ve dijital kampanyalar oluşturulması

Pazar ve Müşteri Analizi Eğitimi: Hedef kitle belirleme, pazar trendlerini takip etme ve müşteri ilişkileri yönetimi konusunda destek sağlanması

Ortak Marka ve Tanıtım Platformları: Bölgesel kooperatif birlikleri aracılığıyla ortak tanıtım etkinlikleri, tadım günleri ve dijital kampanyalar düzenlenmesi

Bu stratejilerle marka gelişimi aşamasındaki kooperatiflerin kurumsal yapıları güçlendirilerek dijital pazarlara entegrasyonlarının çeşitlendirilerek desteklenmesi önem arz etmektedir.

6.5.3. Uluslararası Pazarlara Giriş Potansiyeli Olan Kooperatifler

Uluslararası pazarlara giriş potansiyeli olan kooperatifler, yüksek ürün kalitesi, gelişmiş işleme ve ambalaj kapasitesi ile yurt dışı satış hedefleyen yapılar olarak dikkat çekmektedir. Bu kooperatiflerin uluslararası standartlara uyum sağlamaları, sürdürülebilir üretim tekniklerini benimsemeleri ve global pazarlarda güçlü bir marka olarak yer almaları büyük önem taşımaktadır. Uluslararası rekabette başarılı olabilmeleri için ihtiyaç duydukları teknik bilgi, finansal destek ve pazarlama becerileri çeşitlendirilerek sunulacak stratejilerle karşılanmalıdır.

Aydın Enginar Üretim ve Pazarlama Kooperatifi ile Pinar Tarımsal Kalkınma Kooperatifi gibi kooperatifler yıl boyunca düzenli üretim kapasitesine sahip olmaları, yüksek ürün kalitesi ve güçlü pazarlama altyapılarıyla öne çıkan örnek kooperatifler arasında yer almaktadır. Bu tür kooperatiflerin mevcut kapasitelerinin ihracata yönelik olarak geliştirilmesi ve uluslararası pazarlara erişimlerinin desteklenmesi, kooperatiflerin rekabet gücünü artırmak ve ekonomik çeşitliliği sağlamak açısından stratejik önem taşımaktadır.

Amaç: Bu kooperatiflerin uluslararası pazarlara etkin giriş yapmalarını sağlamak, kalite standartlarını yükseltmek ve sürdürülebilir üretim modellerini yaygınlaştırmaktır.

Uluslararası Sertifikasyon ve Standartlara Uyum Desteği: İyi tarım uygulamaları, organik sertifikasyon, ISO standartları gibi uluslararası kalite belgelerinin alınması için teknik danışmanlık ve finansal destek sağlanması

Dış Ticaret Kapasitesinin Güçlendirilmesi: İhracat prosedürleri, gümrük mevzuatı, uluslararası lojistik ve ödeme sistemleri hakkında eğitimler verilmesi

Pazarlama ve Marka Uluslararasılaştırma: Ürünlerin uluslararası pazarlarda tanıtımı için marka konumlandırma, yabancı dilde dijital pazarlama stratejileri ve global e-ticaret platformlarına erişimin desteklenmesi

Yenilikçi ve Sürdürülebilir Üretim Teknikleri: Çevre dostu, iklim değişikliğine dirençli üretim yöntemlerinin yaygınlaştırılması ve sürdürülebilirlik sertifikalarının alınmasının teşviki

Uluslararası İşbirlikleri ve Fuar Katılımları: Kooperatiflerin yurtdışı fuarlara, ticaret heyetlerine katılımı ve uluslararası iş birlikleri geliştirmeleri için destek mekanizmaları oluşturulması

Bu stratejilerle uluslararası pazarlara giriş potansiyeli olan kooperatiflerin rekabet gücü artırılarak, sürdürülebilir ve kaliteli üretimlerinin global pazarlarda karşılık bulması önem arz etmektedir.

6.5.4. Kadın Kooperatifleri

Kadın kooperatifleri, kadınların ekonomik hayata katılımını artıran, yerel üretimi canlandıran ve toplumsal dayanışmayı güçlendiren önemli yapılardır. Genellikle gıda üretimi, el işi, ev ekonomisi ürünleri ve yöresel değerlerin korunması gibi alanlarda faaliyet gösteren bu kooperatifler; hem kadın emeğinin görünür kılınmasına hem de yerelde sürdürülebilir kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Ancak birçok kadın kooperatifi, üretimden yönetime kadar çeşitli alanlarda kapasite gelişimine ihtiyaç duymaktadır.

Bölgede faaliyet gösteren Çal Kadın Kooperatifi, Efeler Kadın Kooperatifi, Çameli Kadın Kooperatifi, Söke Kadın Kooperatifi ve Ortaca Elele Kadın Kooperatifi; işbirliğine açık yapıları, yerel düzeydeki etki potansiyelleri ve kurumsal kapasitelerini geliştirme potansiyelleri ile öne çıkan örnek kadın kooperatifleri arasında yer almaktadır. Bu kooperatiflerin, destek mekanizmalarıyla güçlendirilerek daha etkin ve sürdürülebilir yapılar hâline getirilmesi mümkündür.

Amaç: Sosyal desteklerle üretim gücünü artırmak, görünürlük sağlamak

Kapasite Geliştirme Eğitimleri: Kooperatif yönetimi, liderlik, finansal okuryazarlık, dijital pazarlama, markalaşma ve satış konularında uygulamalı eğitimler düzenlenmesi

Sosyal Destek Mekanizmaları: Kreş desteği, kadınlara özel sosyal alanlar ve yerel destek birimleri oluşturularak kadınların üretime daha etkin katılımının sağlanması

Pazarlama Desteği: El işi ve yöresel ürünlerin dijital platformlar üzerinden satışını kolaylaştırmak amacıyla e-ticaret eğitimi, Instagram Shop gibi araçlar üzerinden tanıtım stratejilerinin geliştirilmesi

Görünürlük ve Rol Model Tanıtımı: Başarılı kadın kooperatiflerinin hikâyeleri belgesel, sosyal medya içerikleri ve iyi uygulama ziyaretleri ile görünür kılınması

Yerel İşbirlikleri: Belediyeler, yerel yönetimler ve özel sektör ile kadın kooperatiflerinin ürünlerinin pazar bulmasını sağlayacak yerel festivaller, üretici pazarları ve satış alanları organize edilmesi

6.6. Üretici Örgütlerinin Güçlendirilmesi Yol Haritası

Üreten kooperatiflerin anketler aracılığı ile ortaya konan mevcut durum analizi doğrultusunda ortaya çıkan sorunlar ve ihtiyaçlar kapsamında hazırlanan söz konusu yol haritası sayesinde kooperatif ürünlerinin:

- Yerel, güvenilir ve kaliteli algısıyla,
- Katma değerli ve sürdürülebilir gelir sağlayan,
- Hikâyesi olan ve tüketiciyle bağ kuran güçlü bir markaya dönüştürülmesi beklenmektedir.

Bölgedeki tarımsal üretimin, sosyal yapının ve ekonomik refahın artırılması için kooperatifçilik temelli sürdürülebilir bir yerel kalkınma modeli oluşturmak amacıyla

1. Kadın ve gençlerin kooperatiflerde daha etkin rol alması
2. Finansal kısıtlara yönelik destekleme modellerinin geliştirilmesi
3. Kooperatiflerde üretim, katma değer ve verimliliğin artırılması
4. Kooperatif ürünlerinin pazara ve son tüketiciye ulaştırılması
5. Bölgeye özgü ürünlerin markalaşması ve tanıtımının sağlanması
6. Kooperatiflerin kurumsal kapasitesinin eğitim ve danışmanlıklar ile güçlendirilmesi

hedefleri belirlenmiştir. Bu hedefler kapsamında ele alınan stratejiler aşağıda açıklanmaktadır.

1. Kadın ve Gençlerin Kooperatiflerde Daha Etkin Rol Alması

- Kadın ve gençlerin tarım ve kooperatifçilik faaliyetlerinde daha fazla yer alması için fon, eğitim ve mentorluk sağlayan programlar oluşturulması
- Kadın kooperatifleri ve yoğun kadın ortağı olan kooperatifler için kreş desteği, sosyal alanlar, yerel destek birimleri oluşturulması
- Bölgesel kadın kooperatifler birliği kurulması ve bölgesel görünürlük kazandırılması
- Kırsalda yaşayan gençlerin tarıma dönüşü için yenilikçi projeler gerçekleştirilmesi
- Başarılı kadın ve genç kooperatifçilerin rol model olarak tanıtılması (belgesel, sosyal medya içerikleri, iyi uygulama ziyaretleri vb. ile)

2. Finansal Kısıtlara Yönelik Destekleme Modellerinin Geliştirilmesi

- Kooperatif ürünlerinin sadece ham olarak değil, işlenmiş, markalaşmış ve paketlenmiş şekilde değerlendirilmesinin teşvik edilmesi
- Yerel kooperatif markaları ve coğrafi işaretli ürün üreten kooperatiflerin desteklenmesi
- Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK), KOSGEB ve Ziraat Bankası iş birlikleri geliştirilerek kooperatif desteklerinin çeşitlendirilmesi
- Kooperatiflerin devlet destekleri hakkında etkin bilgilendirilmesi için Tarım Cebimde uygulamasında kooperatif ve kırsal kalkınma desteklerine yönelik bir modül eklenmesi
- Kooperatif ve birliklerin araştırma enstitüleri, üniversite, kamu kurumları ile ortak çalışmalar yürütmesi

3. Kooperatiflerde Üretim, Katma Değer Ve Verimliliğin Artırılması

- Kooperatiflerin katma değerli ürün üretiminde işleme, paketlenme ve ürün tasarımına yönelik teknoloji ve altyapısının desteklenmesi
- Kooperatiflerin katma değerli ürün çeşitliliğinin artırılması sağlanacaktır. (örneğin süt > peynir, yoğurt; zeytin > zeytinyağı vb.)
- Kooperatiflerin gıda ürünlerine yönelik ulaşım, depolama ve soğuk zincir sistemleri gibi temel altyapıların güçlendirilmesi
- Yakın konumda aynı konuda faaliyet gösteren kooperatiflerin verimlilik ve maliyet açısından ortak kullanım alanlarının oluşturulmasının teşvik edilmesi
- Kooperatiflerin sertifikalı iyi tarım ve organik tarım uygulamalarının yaygınlaştırılması
- Kooperatiflerde aromatik bitkiler ve apiterapik ürünlerin katma değerinin artırılması
- Kooperatiflerde kalite yönetim sistemlerinin yaygınlaştırılması
- Kooperatif ürünlerinin ve yöresel ürünlerin katma değerinin artırılmasına yönelik ürün değer zinciri araştırmaları yapılması
- Kooperatif ve birliklerde iklim değişikliğine dirençli, çevreci üretim modellerinin yaygınlaştırılması

4. Kooperatif Ürünlerinin Pazara ve Son Tüketicieye Ulaştırılması

- Kooperatiflerin pazarlama ve satış stratejilerinin geliştirilmesine yönelik danışmanlıkların sağlanması
- Kooperatiflerin dijital pazarlama kapasitesinin artırılması (e-ticaret ve internet siteleri: getir, trendyol, n11, ETSY, Wix, Shopify; dijital ihracat, Instagram Shop vb.)
- Yöresel ürünlerin potansiyel alıcılarla (yerel marketler, market zincirleri, oteller, restoranlar vb.) buluşturulması
- Kooperatif ürünlerini tanıtan kısa belgeseller ve sosyal medya çalışmalarının yapılması
- Kooperatiflerin etkin ürün tanıtımı için sosyal medya stratejisi geliştirilmesine yönelik danışmanlık sağlanması
- Kooperatif ve yöresel ürünlerin son tüketici ile buluşmasına yönelik yerel festivaller, üretici pazarları belediyeler ile işbirliği halinde sezonluk fiziksel pazarlama alanlarının organize edilmesi
- Otoyol ve turizm güzergâhları ile turist yoğun merkezlerde kooperatif ürünlerinin satışına yönelik alanların oluşturulması
- Tarım ve kadın emeği ile turizm entegrasyonu (agroturizm, kırsal deneyim satışları) sağlanarak yenilikçi pazarlama modellerinin geliştirilmesi

5. Bölgeye Özgü Ürünlerin Markalaşması ve Tanıtımının Sağlanması

- Kooperatiflerin ürünlerine marka tescili almasına yönelik danışmanlık ve destekler sağlanması (TÜRKPATENT üzerinden marka adı tescili, Web sitesi alan adı alınmalı (.com/.com.tr))
- Kooperatif ürünlerinin marka kimliğinin geliştirilmesine yönelik ürün adı, hikâyesi, marka algısına yönelik marka kimlik danışmanlıklarının sağlanması
- Kooperatif ürünlerinin görsel kimliğinin oluşturulmasına yönelik ambalajlama ve logo-grafik tasarımlar, etiket ve barkodlama gibi faaliyetlerin desteklenmesi

- Yöresel ürünler için marka oluşturmaya yönelik hikayeleştirme çalışmaları yapılarak kısa film, belgesel ve tanıtım videoları çalışmaları yapılması
- Kooperatiflerde coğrafi işaretli ürün etiket kullanımının yaygınlaştırılması
- Kooperatif ve yöresel ürünlerin tanıtımına yönelik tadım günleri, atölyeler gibi tanıtım kampanyaları yürütülmesi
- Ulusal ölçekte kooperatif ürünleri ve coğrafi işaretli ürün farkındalığı sağlanması için kamu spotu çalışmaları yürütülmesi

6. Kooperatiflerin Kurumsal Kapasitesinin Eğitim ve Danışmanlıklar ile Güçlendirilmesi

- Dijital pazarlama (Instagram, Trendyol, Hepsiburada, Shopier, kendi web sitesi vs.) için uygulamalı eğitimler ve danışmanlıklar verilmesi
- Markalaşma, satış pazarlama, sosyal medya stratejisi, dijital ve finansal okuryazarlığın artırılması eğitimleri ve danışmanlık verilmesi
- Kooperatiflerin proje geliştirme kapasitelerini artırmaya yönelik eğitimler verilmesi
- Marka oluşturma (isim, logo, hikâye, ambalaj tasarımı, etiket) eğitimleri ve danışmanlıkları verilmesi
- İyi tarım ve organik tarım sertifikasyon süreçlerine yönelik danışmanlıklar verilmesi
- Yenilikçi üretim teknikleri konusunda gençlere ve kadınlara yönelik eğitimler düzenlenmesi
- Başarılı kooperatifçilik hikâyelerinin iyi uygulama eğitimleri kapsamında paylaşılması
- Kooperatiflerin yönetim kurulları için liderlik, şeffaflık ve iletişim konulu eğitim programları düzenlenmesi



7

Sonuç

1 2 3 4 5 6 7

“ Güney Ege
Bölgesi’nde Üreten
Kooperatiflerin
Mevcut Durum
Analizi ve Gelişim
Stratejileri ”

7. SONUÇ

Güney Ege Bölgesi'nde yürütülen analiz ve saha gözlemleri doğrultusunda üretici kooperatiflerin bölgesel kalkınmada taşıdığı potansiyel ortaya konulmuştur. Tarım, gıda, el emeği ve kırsal turizm temelli üretim süreçlerinde yer alan kooperatifler, sadece ekonomik değil; aynı zamanda sosyal dayanışma, kapsayıcılık, kadın ve gençlerin güçlenmesi açısından da önemli yapılardır. Bölge halkının gelir düzeyini artırma, yerel üretimi güçlendirme, kırsal göçü azaltma ve toplumsal refahı yaygınlaştırma noktasında kooperatifler kritik bir rol üstlenmektedir.

Araştırma sonuçları, kooperatiflerin üretim kapasiteleri, örgütlenme biçimleri, ürün çeşitliliği ve pazara erişim düzeyleri açısından homojen bir yapıya sahip olmadığını göstermektedir. Gelişmişlik düzeylerindeki farklılıklar, kooperatiflere yönelik politika ve desteklerin farklı gelişim aşamalarına duyarlı bir yaklaşımla tasarlanmasını zorunlu kılmaktadır.

Çalışmanın bulguları doğrultusunda, bölgedeki kooperatifçilik hareketinin geleceği için aşağıdaki öncelikler öne çıkmaktadır:

- 1. Kadın ve Gençlerin Etkin Katılımı:** Kadın kooperatiflerinin güçlendirilmesi, kadın emeğinin ekonomik değer kazanması ve gençlerin kooperatif yönetiminde aktif rol alması, sürdürülebilir kalkınmanın temel taşlarıdır. Bu kapsamda özel teşvikler, mentorluk programları ve kapasite geliştirme faaliyetleri uygulanmalıdır.
- 2. Finansal Kısıtların Aşılması:** Kooperatiflerin hibe ve sınırlı destek mekanizmalarına bağımlı yapılar olmaktan çıkarılması, uzun vadeli finansman araçlarına erişimlerinin artırılması gerekmektedir. Kredi ve yatırım fonları, sosyal finansman modelleri, kitle fonlaması gibi alternatif yöntemler tanıtılmalı ve yaygınlaştırılmalıdır.
- 3. Üretimde Katma Değer ve Verimlilik:** Modern tarım tekniklerinin yaygınlaştırılması, işleme ve paketleme tesislerinin artırılması, dikey tarım, organik tarım ve apiterapi ürünleri gibi yenilikçi üretim modellerine odaklanılması, kooperatiflerin rekabet gücünü yükseltecektir.
- 4. Pazarlama:** Kooperatiflerin dijital platformlarda ve e-ticaret kanallarında görünürlüğünün artırılması kritik bir ihtiyaçtır.
- 5. Markalaşma ve Tanıtım:** Bölgeye özgü ürünlerin markalaşması, coğrafi işaretlerin yaygınlaştırılması, yenilikçi ambalajlama ve tanıtım faaliyetleri ile hem iç hem de dış pazarlarda rekabet avantajı sağlanmalıdır.
- 6. Kurumsal Kapasite ve Eğitim:** Yönetim becerilerinin geliştirilmesi, kurumsal yönetim ilkelerinin benimsenmesi, profesyonel yönetici istihdamı ve eğitim-danışmanlık hizmetleri yoluyla kooperatiflerin kurumsal yapısı güçlendirilmelidir.

Bu öncelikler doğrultusunda, kooperatifler için farklı gelişim aşamalarına uygun destek ve yönlendirmeler önerilmektedir. Bu kapsamda, kooperatifler Temel Üretim Aşamasındaki Kooperatifler, Marka Gelişimi Aşamasındaki Kooperatifler, Uluslararası Pazarlara Giriş Potansiyeli Olan Kooperatifler ve Kadın Kooperatifleri olmak üzere dört ana grupta sınıflandırılmıştır. Her bir grubun gelişimine yönelik farklı yaklaşımlar ve müdahale araçları belirlenmiştir. Gruplara göre belirlenen yaklaşımlar aşağıdaki gibi özetlenmektedir:

- **Temel Üretim Aşamasındaki Kooperatifler:** Kapasite geliştirme, eğitim, ortak makine-ekipman kullanımı.
- **Marka Gelişimi Aşamasındaki Kooperatifler:** Tanıtım, markalaşma, e-ticaret, fuar ve ticari ağlara katılım desteği.
- **Uluslararası Pazarlara Açılma Potansiyeli Olan Kooperatifler:** İhracata yönelik sertifikasyon, kalite belgeleri, dış ticaret eğitimleri ve küresel değer zincirlerine entegrasyon.
- **Kadın Kooperatifleri:** Kadın emeğinin pazara entegrasyonu, sosyal faydayı artırıcı projeler, gelir getirici faaliyetlerin yaygınlaştırılması.

Bu farklılaştırılmış yaklaşım, kaynakların etkin kullanılmasına olanak tanıyacak, kooperatiflerin mevcut seviyelerinden daha ileri aşamalara geçişlerini hızlandıracaktır.

Genel olarak değerlendirildiğinde, Güney Ege Bölgesi'nde kooperatifçilik; ekonomik büyüme, istihdam, kırsal kalkınma, kadın ve gençlerin güçlendirilmesi açısından stratejik bir öneme sahiptir. Bu yapılara yönelik müdahaleler, mevcut gelişmişlik düzeylerine duyarlı, kapsayıcı ve uzun vadeli bir perspektifle tasarlanmıştır.

Ajans, kamu kurumları, yerel yönetimler, üniversiteler, özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının iş birliği ile hayata geçirilecek bütüncül destek mekanizmaları ve çeşitli projeler kooperatiflerin potansiyelini ortaya çıkarmada belirleyici olacaktır. Böylelikle kooperatifler, bölgesel kalkınmanın lokomotifi, yerel markalaşmanın taşıyıcısı ve toplumsal faydanın sürdürülebilir aktörleri haline gelecektir.

Sonuç olarak, bu çalışmada, Güney Ege Bölgesi'nde kooperatiflerin bölgesel kalkınmaya katkılarını artıracak stratejik öncelikler ve uygulamaya dönük somut bir yol haritası sunulmuştur. Doğru stratejiler ve etkili iş birlikleri ile kooperatiflerin; bölgenin ekonomik, sosyal ve kültürel gelişimine uzun vadeli ve kalıcı katkılar sağlaması amaçlanmaktadır.

Kaynakça

1 2 3 4 5 6 7

" Güney Ege
Bölgesi'nde Üreten
Kooperatiflerin
Mevcut Durum
Analizi ve Gelişim
Stratejileri "

KAYNAKÇA

- Başar, H. (1983). *Türkiye'de ve Dünya'da Kooperatif Kuruluşlarının Sosyo-Ekonomik Yapısı*. Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi. (s.120)
- Mülayim, Z.G. (1992). *Kooperatifçilik* (7. baskı). Ankara: Yetkin Yayınları. (s.46)
- International Co-operative Alliance. (2015). *Co-operative identity, values & principles*. <https://www.ica.coop/en/cooperatives/cooperative-identity> (erişim tarihi: 02.06.2025)
- Çetin, H. (2009). *Kalkınma sürecinde kooperatifçiliğin sosyal, ekonomik ve demokratik etkileri üzerine genel bir değerlendirme*. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 4(2), 35–50.
- *Türkiye'de kadın kooperatifçiliği: Mevcut durum ve etki analizi*, Kadın Emekçini Değerlendirme Vakfı (KEDV) & CICOPA 2015 (International Organisation of Industrial and Service Cooperatives) (*İlgili metin, İzmir Kalkınma Ajansı'nın 2022 yılında yayımlanan İzmir Kooperatif Analizi raporunun 19. sayfasında da yer almaktadır.)
- *Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü*. (2012). *Türkiye'de Kadın Kooperatifçiliği: Mevcut Durum Raporu* (İsveç Uluslararası Kalkınma ve İşbirliği Ajansı – SIDA; Dünya Bankası ortaklığıyla). Ankara: Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı.
- *Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü*. (2012). *Türkiye'de Kadın Girişimciliği ve Kadın Kooperatifçiliği: Mevcut Durum ve Öneriler Raporu*. T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Yayını.
- International Cooperative Alliance (2025), *2025 International Year of Cooperatives Media Kit*, <https://2025.coop/mediakit/> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- International Cooperative Alliance (2025), *Facts and Figures about Cooperatives*, <https://ica.coop/en/cooperatives/facts-and-figures> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- Ticaret Bakanlığı (2013), *Gelişmekte Olan Ülkelerde Kooperatifçilik Uygulamaları*, <https://ticaret.gov.tr/data/5d4c10d213b876180c773ff8/GUKU-SON.pdf> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- International Cooperative Alliance (2021), *125 Years: Building a Better World Together*, https://ica.coop/sites/default/files/2021-12/ACI_%20ENG_125_V3%20%281%29.pdf (erişim tarihi: 07.05.2025).
- International Cooperative Alliance (2023), *World Cooperative Monitor 2023 – Top 300 Ranking Released with a Focus on the Cooperative Member*, <https://ica.coop/en/newsroom/news/world-cooperative-monitor-2023-top-300-ranking-released-focus-cooperative-member> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- CICOPA (2017), *CICOPA Statutes*, <https://www.cicopa.coop/wp-content/uploads/2017/12/CICOPA-Statuts-EN.pdf> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- Cooperatives Europe (2025), *Our Approach*, <https://coopseurope.coop/our-approach/> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- NCBA CLUSA (2025), *What is a Co-op?*, <https://ncbaclusa.coop/resources/what-is-a-co-op/> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- International Cooperative Alliance & Euricse (2024), *World Cooperative Monitor 2023*, https://monitor.coop/sites/default/files/2024-01/wcm_2023_3101.pdf (erişim tarihi: 07.05.2025).
- Global Development Research Center (2025), *Self-Employed Women's Association (SEWA)*, <https://www.gdrc.org/icm/inspire/sewa.html> (erişim tarihi: 07.05.2025).

- SEWA Bank (2025), *Statistical Data*, <https://www.sewabank.com/about/statistical-data> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- SEWA Bank (2025), *History*, <https://www.sewabank.com/about/history> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- DGRV Türkiye (2025), *Yönetim*, <https://www.dgrvtr.com/yonetim.php> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- PANKOBİRLİK (2025), *Genel Bilgi ve Tarihçe*, https://www.pankobirlik.com.tr/anasayfa/genel_bilgi_ve_tarihce (erişim tarihi: 07.05.2025).
- Tire Süt Kooperatifi (2025), *Hakkımızda*, <https://tiresutkoop.org.tr/hakkimizda.php> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- Kocaeli Ticaret İl Müdürlüğü (2025), *Marmara Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifleri Birliği Tarafından Kahvaltı*, <https://kocaeli.ticaret.gov.tr/haberler/marmara-kadin-girisimi-uretim-ve-isletme-kooperatifleri-birligi-tarafindan-kahval> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- Sabah (2024), *Marmara Kadın Kooperatifleri Dünya Markasıyla İşbirliği Yaptı*, <https://www.sabah.com.tr/ekonomi/marmara-kadin-kooperatifleri-dunya-markasiyla-isbirligi-yapti-6331786> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (2018), *Marmara Kadın Kooperatifleri Birliği Başkanı: Türkiye'nin En Büyük Kadın Kooperatifi Olmanın Gururunu Yaşıyoruz*, <http://www.turktarim.gov.tr/Haber/1161/marmara-kadin-kooperatifleri-birligi-baskani-turkiye-nin-en-buyuk-kadin-kooperatifi-olmanin-gururunu-yasiyoruz> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- Pektaş, H. M. (2009), *Kooperatiflerin Ekonomik ve Sosyal Kalkınmadaki Yeri*, Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, Cilt 11, Sayı 2, ss. 293–306, <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/193129> (erişim tarihi: 01.07.2025).
- VertaCert (2025), *Kalite Yönetim Sistemi*, <https://www.vertacert.com/kalite-yonetim-sistemi/> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- Ankara Ticaret Borsası (2025), *Türk Gıda Kodeksi*, https://www.ankaratb.org.tr/lib_upload/T%C3%BCrk%20g%C4%B1da%20kodeksi.pdf (erişim tarihi: 07.05.2025).
- T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı (2020), *Ulusal Kırsal Kalkınma Stratejisi (2021–2023)*, <https://www.tarimorman.gov.tr/TRGM/Belgeler/0Yay%C4%B1nlar%C4%B1m%C4%B1z/UKKS%20IV.PDF> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- Türk Patent ve Marka Kurumu (2025), *Coğrafi İşaretler*, <https://www.turkpatent.gov.tr/cografi-isaret> (erişim tarihi: 07.05.2025).
- Aydın Tarım Master Planı (Revizyon) (2018), *Aydın İli Tarım Master Planı*, Aydın İl Tarım ve Orman Müdürlüğü Yayını, s. 179, 184.

Ekler

1 2 3 4 5 6 7

“ Güney Ege
Bölgesi’nde Üreten
Kooperatiflerin
Mevcut Durum
Analizi ve Gelişim
Stratejileri ”

EK-1: Kooperatif Analizi Kapsamında Anket Görüşmesi Gerçekleştirilen Kooperatifler

- 1) Alaattin Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 2) Alandız Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 3) Balatçık Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 4) Karacasu Afrodisias Çömlekçileri Üretim Ve Pazarlama Kooperatifi
- 5) Kırılan Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 6) Korubükü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 7) Pinar Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 8) Ula İlçesi Ve Kızılağaç Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 9) Armutçuk Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 10) Karabörtlen Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 11) Cankurtaran Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 12) Milas Savran Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 13) Ada Yerel Kadın Girişimi Üretim Ve İşletme Kooperatifi
- 14) Akalan Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 15) Akbük Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 16) Akyeniköy Tarımsal Kırsal Kalkınma Kooperatifi
- 17) Alında Kadın Girişimi Üretim Ve İşletme Kooperatifi
- 18) Anatolia Kadın Girişimi Üretim Ve İşletme Kooperatifi
- 19) Arsaköy Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 20) Ata Tarımsal Kırsal Kalkınma Kooperatifi
- 21) Ayasofya Kadın Girişimi Üretimi ve İşletme Kooperatifi
- 22) Aydın Enginar Üretim Satış Pazarlama Kooperatifi (AYENÜRSA)
- 23) Aydın Bal Ve Ari Ürünleri Üretim ve Pazarlama Kooperatifi
- 24) Bafa Kadın Girişimi Üretim Ve İşletme Kooperatifi
- 25) Bahçeburun, Kafaca, Epçe, K. Dibekdere, Kızılcaçayık ve Kırcağz Tarımsal Kırsal Kalkınma Kooperatifi
- 26) Begonvil Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi
- 27) Belküm Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi
- 28) Bencik Tarımsal Kırsal Kalkınma Kooperatifi
- 29) Beylerbeyi Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 30) Bodrum Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 31) Bozkurt Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi
- 32) Buharkent Ziraat Yaş Sebze Ve Meyve Pazarlama Kooperatifi
- 33) Bulkaz Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 34) Çal Kadın Girişimi Üretim Ve İşletme Kooperatifi
- 35) Çal Üretim Ve Pazarlama Kooperatifi
- 36) Çamdibi Köyü Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 37) Çameli Elmalı Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi
- 38) Çardak Kadın Eli (Hambat Kadın Eli Kooperatifi)
- 39) Çardak Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 40) Dalama Tarımsal Kalkınma Kooperatifi

- 41) Datça Ahi Kadın Kadın Girişimi Üretim Ve İşletme Kooperatifi
- 42) Datça Sındı Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 43) Datça Yazı Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 44) Davutlar Su Ürünleri Kooperatifi
- 45) Didim Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 46) Efeler Diyarı Kadın Girişimi Ve Üretim İşletme Kooperatifi
- 47) Ege Turizm Gıda Çevre Tarım Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi
- 48) Elmalı Kadın Girişimi Üretim Ve İşletme Kooperatifi
- 49) Esenköy Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 50) Fethiye Kadın Girişimi Üretim İşletme ve Kalkınma Kooperatifi
- 51) Fethiye Su Ürünleri Kooperatifi
- 52) Gemiş Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 53) Gözler Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 54) Güllük Su Ürünleri Kooperatifi
- 55) Güney Kadın Girişimi Ve Üretim İşletme Kooperatifi
- 56) Irgilli Su Ürünleri Kooperatifi
- 57) İncirköy Tarımsal Kırsal Kalkınma Kooperatifi
- 58) Kale Kadın Girişimi Ve Üretim İşletme Kooperatifi
- 59) Kalınkoz Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 60) Karacasu Tarımsal Kırsal Kalkınma Kooperatifi
- 61) Karateke Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 62) Kavaklıdere Hanımeli Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi
- 63) Kavaklıdere Menteşe Tarımsal Kalkınma Kooperatifi (Kavaklıdere ismi yok)
- 64) Kavaklıdere Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 65) Kayadibi Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 66) Kızılyaka Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 67) Kirazlı Köyü Küplüce Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 68) Köyceğiz Kadın Girişimi Üretim Ve İşletme Kooperatifi
- 69) Kurtluca Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 70) Kuşadası Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi (KUŞAKK)
- 71) Kuşadası Su Ürünleri Kooperatifi
- 72) Kuyucak Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 73) Marmaris Bozburun Su Ürünleri Kooperatifi
- 74) Marmaris Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi (MAKKO)
- 75) Merkez Menteşe Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 76) Merkezefendi Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi
- 77) Mesken Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 78) Milas Uyku Vadisi Tarımsal Üretim İşletme ve Pazarlama Kooperatifi
- 79) Nazilli Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 80) Nazilli ve Çevresi Tarımsal Kalkınma Kooperatifi (ÖR-KOOP)
- 81) Ortaca El Ele Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi
- 82) Pamukeller Üretiyor Kadın Girişimi Üretim Ve İşletme Kooperatifi
- 83) Pınarköy Tarımsal Kırsal Kalkınma Kooperatifi
- 84) Selçuk Bacı Kadın Girişimi Üretim Ve İşletme Kooperatifi
- 85) Serinhisar Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi
- 86) Sidelya Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi

- 87)Soğucak Tarımsal Kalkınma Kooperatifi
- 88)Söke Tarımsal Kırsal Kalkınma Kooperatifi
- 89)Sökeli Kadın Girişimi Üretim Ve İşletme Kooperatifi
- 90)Sundurlu Su Ürünleri Kooperatifi
- 91)Tavas Yarengüme Kadın Girişimi Ve Üretim İşletme Kooperatifi
- 92)Turgutreis Su Ürünleri Kooperatifi
- 93)Yatağan Bıçakçıları Kooperatifi / Yatağan Demircilik Kooperatifi
- 94)Yerkesik Tarımsal Kalkınma Kooperatifi

EK 2: Anket Soruları

1. Kooperatifin İsmi:
2. İsim Soyisim:
3. Kooperatifteki görevi:
4. Eğitim Durumu:
5. Yaş:

Genel Yapı

6. Kooperatifin türünü işaretleyiniz:
 - a. Tarımsal kalkınma
 - b. Su Ürünleri
 - c. Kadın girişimi üretim ve işletme
 - d. Üretim ve pazarlama
7. Kooperatifin Bulunduğu İl:
8. Kooperatifin Bulunduğu İlçe:
9. Kooperatifin Bulunduğu Mahalle:
10. Kooperatifin Kurulduğu Yıl:
11. Kooperatifin mevcut ortaklık yapısı nedir?

1. Kayıtlı Ortak Sayısı	
2. Kayıtlı Kadın Ortak Sayısı	
3. Kayıtlı Tüzel Ortak Sayısı	

12. Kooperatifin çalışan sayısı:
13. İstihdam edilen kadın sayısı:
14. Kooperatifinizde profesyonel insan kaynağınız var mı?
 1. Evet
 2. Hayır (Sonraki soruya geçiniz)
- 1a. Varsa görevi nedir?

Pozisyon	Sayısı
Yönetici	
İdari İşler	
Teknik İşler	
Muhasebe/Finansman	
Mühendis ve Veteriner (Ziraat Müh., Veteriner, Gıda Müh., vb.)	
Diğer	

15. Kooperatifiniz kalite yönetimi yönetim sistemi (ISO, TSE vb.) uyguluyor mu? Uyguluyorsa hangileri bulunmaktadır? İşaretleyiniz.

- ISO 9001 Kalite
- ISO 14001 Çevre
- ISO 22001 Gıda Güvenliği
- HACCP
- Diğer _____
- Yok

16. Kooperatifinizin ürettiği ürünlerden coğrafi işaretli olan var ise yazınız.

17. Kooperatifinizde sertifikalı iyi tarım ya da organik tarım yapılmakta mıdır?

- i. İyi Tarım
- ii. Organik Tarım
- iii. Yok

İhracat ve Ciro

18. Son 3 yıllık verileri giriniz.

Yıl	Ciro	İhracat	Kâr
2024			
2023			
2022			

İşletme Performansı ve Rekabetçilik

19. Kooperatifinizin son 3 yıldaki genel işletme performansını nasıl değerlendiriyorsunuz?

- 1. Çok İyi
- 2. İyi
- 3. İdare eder
- 4. Kötü
- 5. Çok Kötü

20. Kooperatifinizin son 3 yıldaki performansını olumsuz etkileyen etmenler nelerdir?

- a) İletişim Sorunları (Üyeler arasındaki iletişimin zayıflığı, anlaşmazlıklar veya işbirliği eksikliği vb.)
- b) Yönetim Problemleri
- c) Finansal Zorluklar
- d) Teknoloji ve Altyapı Eksikliği
- e) Pazarlama ve Satış Stratejilerindeki eksiklikler veya hatalar
- f) Ürünlerin veya hizmetin kalitesinin yetersiz olması
- g) Dış Faktörler (Ekonomik dalgalanmalar, değişen tüketici tercihleri, hükümet düzenlemeleri vb.)
- h) Eğitim Eksikliği
- i) Diğer.....

21. Son 3 yılda kooperatifiniz için alınan eğitim veya danışmanlık var mıdır?

- 1. Var (Aşağıdaki tabloya geçiniz)
 - 2. Yok (Sonraki soruya geçiniz)
- 21.1.a. Varsa son 3 yılda aldığınız eğitimleri eğitimi sağlayan kurumla birlikte belirtiniz.

Eğitim / Danışmanlık Konusu	Eğitimi Sağlayan Kurum (İl Tarım Müd., İl Ticaret Müd., TOBB, GEKA, Birlikler vb.)
A. Kooperatifçilik	
B. Yönetim ve Organizasyon	
C. Üretim ve İyileştirme	
D. Pazarlama	
E. Dijital Pazarlama	
F. Muhasebe ve Finansman	
G. İnsan Kaynakları	
H. Proje Yazma	
I. Bilgisayar/İnternet Kullanımı	
J. Web Tasarımı ve Yönetimi	
K. Markalaşma	
L. Diğer.....	

22. Kooperatifinizin önümüzdeki 3 yıl içinde ihtiyaç duyduğu eğitim/danışmanlık var mıdır?

1. Var (Aşağıdaki tabloya geçiniz) 2. Yok (Sonraki soruya geçiniz)

1.a. Varsa ihtiyaç duyduğunuz ilk 3 eğitim nelerdir?

Eğitim / Danışmanlık Konusu	(X)
A. Kooperatifçilik	
B. Yönetim ve Organizasyon	
C. Üretim ve İyileştirme	
D. Pazarlama	
E. Dijital Pazarlama	
F. Muhasebe ve Finansman	
G . İnsan Kaynakları	
H . Proje Yazma	
I. Bilgisayar/İnternet Kullanımı	
J. Web Tasarımı ve Yönetimi	
K. Markalaşma	
L. Uygulamalı E-ticaret Eğitimi	
M. Uygulamalı Sosyal medya satış ve markalaşma eğitimi	
N. Uygulamalı E-ihracat(yurt dışı pazaryerleri) eğitimi	
O. Diğer	
P. Diğer	

23. Kooperatifinizin rekabetçiliğindeki en önemli ilk 3 avantajını belirtiniz. (En fazla 3 tercih yapınız)

Rekabet Avantajı	İşaretleyiniz. (X)
Ürün Çeşidi	
Ürün Kalitesi	
Hizmet Kalitesi	
Satış Sonrası Hizmet	
Yönetim Biçimi	
Kaliteli İşgücü	
Pazarlama Stratejisi	
Fiyat Politikası	

Üretim

24. Kooperatifin üretim yeri kaç m²'dir? (Ürün işleyen kooperatifler için fabrika ve/veya makine alanı)

_____ m²

25. Kooperatifin ürettiği ürünler ve üretim kapasitesi nelerdir?

Ürünler	Üretim Miktarı (ton/yıl)	Üretim/Hasat Dönemi

26. Kooperatifinizin üretim hattında kullanılan makine ekipmanlar ve kapasiteleri nelerdir?

Makine adı/İşlevi	Kapasitesi (gün/ton, yıl/ton) (Yaklaşık)	Kullanılan Kapasitesi (gün/ton, yıl/ton) (Yaklaşık)

27. Ürünleri işlenmiş ürüne dönüştürüyor musunuz?

1. Evet ise ürünlerin adlarını yazınız: _____
2. Hayır
- 2b. Ürünlerinizi işlenmiş ürüne dönüştürmeyi planlıyor musunuz?
 1. Evet
 2. Hayır

Satış ve Pazarlama

28. Ürünlerin satışını/pazarlamasını aşağıdakilerden hangileri ile gerçekleştiriyorsunuz?

Satış Yöntemi	İşaretleyiniz. (X)
A. Doğrudan tüketiciye	
B. İnternet sitesi (e -ticaret) (Site adı belirtiniz)	
C. E-ticaret yurtiçi pazaryeri sitesi (Trendyol, Hepsiburada vb.) (Mağaza sayfa linklerinizi ekleyiniz.)	
D. E-ticaret yurtdışı pazaryeri sitesi (ETSY, Amazon vb.) (Mağaza sayfa linklerinizi ekleyiniz.)	
E. E-ticaret sosyal medya (instagram, pinterest vb.) (Profil linklerinizi /isimlerini ekleyiniz.)	
F. Tüccar / Komisyoncu	
G. Üretici	
H. Toptancı	
I. Market Zincirleri (Market adı belirtiniz)	
J Yerel Pazarlar	
Diğer _____	

29. İnternet ve sosyal medya araçlarını kullanma düzeyiniz nedir? (Kullanma seviyesi düşükse sebebini belirtiniz; eğitim eksikliği, personel eksikliği, gerekli görülüyor vb.)

1. Çok iyi
2. İyi
3. Kötü Sebebi: _____
4. Çok kötü Sebebi: _____
5. Kullanmıyoruz Sebebi: _____

30. Ürünlerinizi ambalajlı mı satıyorsunuz?

1. Evet

Eğer evet ise, hangi ürünlerin ambalajlı olduğunu belirtiniz: _____

Hangi gramajlar için ambalajınız olduğunu belirtiniz: _____

2. Hayır

31. Markanız var mı?

1. Evet

Marka Adı: _____

Marka logosu var mı?: 1. Evet 2. Hayır

Logolu ambalajlar/paketler var mı?: 1. Evet 2. Hayır

2. Hayır

32. Ürünlerinizi tanıtan bir katalog veya broşür hazırladınız mı?

1. Evet
2. Hayır

Eğer evet ise, katalog nasıl dağıtılıyor? _____

(elden, internetten vb.)

Gerçekleştirilen Proje ve Destekler

33. Devletten son 5 yılda aldığınız herhangi bir kredi/teşvik/hibe var mı?

1. Var
2. Yok (Sonraki soruya geçiniz)

Aldığınız; kredi (K) / teşvik (T) / hibeyi (H) belirtiniz.

	Türünü Belirtiniz. (K, T, H)	Kimden Açıklaması (GEKA, TKDK, Belediye, İl Tarım Müd. vb.)	Miktarı (TL)	Yılı
Altyapı Yatırım				
Makine Ekipman				
Yatırım İndirimi				
Vergi İndirimi				
İhracat Teşviki				
Gümrük Muafiyeti				
Yerli Makine Teşvik Primi				
Fon Kaynaklı Kredi				
Doğrudan Girdi Desteği				
Fuar Desteği				
Reklam-Tanıtım Desteği				
Diğer _____				

Yatırım Planları

34. Önümüzdeki 3 yıl içinde yeni yatırım yapmayı planlıyor musunuz?

1. Evet 2. Hayır (Sonraki soruya geçiniz)
- 1a. Hangi konuda yatırım yapmayı planlıyorsunuz? (Altyapı, makine-ekipman, markalaşma vb. belirtiniz) _____

35. Önümüzdeki sene bir makine-ekipman desteğine çıkılsa hangi makinelere ihtiyacınız olurdu?

	Makine Adı
1	
2	
3	
4	

36. Kooperatifinizin ihtiyaç veya sorunlarına yönelik muhtemel proje konuları nelerdir?(Depolama, makine ekipman, tarım teknolojileri, akıllı tarım uygulamaları, katma değeri artırmaya ve ürün işlemeye yönelik yatırımlar vb.)

	İhtiyaç-Sorun	İhtiyaca Çözüm Olabilecek Proje Konusu
1		
2		
3		



T.C. GÜNEY EGE KALKINMA AJANSI

Pamukkale Teknokent Kınıklı Mh. Hüseyin Yılmaz Cd.
No:67 B Blok Kat:2 Pamukkale/Denizli

T: +90 258 371 88 44 **F:** +90 258 371 88 47

" Kalkınma Ajansı Yayınları Bedelsizdir, Satılamaz "

www.geka.gov.tr