



T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI

#YEREL
KALKINMA
HAMLESİ



TR33 BÖLGESİ KOOPERATİFLERİNİN ÜRETİM YAPISI VE KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER

2025





T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



YEREL
KALKINTI
HATLISI

**TR33 Bölgesi Kooperatiflerinin
Üretim Yapısı ve Karşılaşılan
Güçlükler**



Zafer
Kalkınma Ajansı

**TR33 BÖLGESİ
KOOPERATİFLERİNİN
ÜREİTİM YAPISI VE KARŞILAŞILAN GÜÇLÜKLER**



İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ.....	4
2. KADIN KOOPERATİFLERİ.....	5
2.1. Kadın Kooperatifleri ve Kalkınma	5
2.2. KADIN KOOPERATİFLERİ ÇALIŞMA SONUÇLARI	6
2.2.1. Genel Çerçeve.....	6
2.2.2. Araştırma ve Mevcut Durum	7
2.2.2.1 Kadın Kooperatifleri Genel Bilgiler	7
2.2.2.2 Gelir Getirici Faaliyetler	8
2.2.2.3 Tanıtım / Pazarlama Faaliyetleri.....	9
2.2.2.4 Satış Kanalları.....	9
2.2.2.5 İş Birlikleri	9
2.2.2.6 Dış Kaynaklı Sorunlar	10
2.2.2.7 Dış Kaynaklı Sorunlar	10
2.2.2.8 Gelir Artırmaya Yönelik Sorunlar	10
2.2.2.9 Alınan Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri	11
2.2.2.10 Alınan İstenilen Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri.....	11
2.2.2.11 Makine – Ekipman İhtiyacı.....	11
2.2.2.12 Genel Görüşler.....	11



T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



#YEREL
KALKINTI
HAREKETİ

TR33 Bölgesi Kooperatiflerinin Üretim Yapısı ve Karşılaşılan Güçlükler



ŞEKİL LİSTESİ

Grafik 1 – TR33 Bölgesi Kadın Kooperatiflerinin İllere Göre Dağılımı	6
Grafik 2 – Ankete Katılım Sağlayan Kadın Kooperatiflerinin İllere Göre Dağılımı	7
Grafik 3 – Ankete Katılım Sağlayan Kadın Kooperatiflerinin Üye Sayıları	8

1. GİRİŞ

Uluslararası Kooperatifler Birliğinin tanımına göre; kooperatifler ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaç ve istekleri müşterek sahip olunan ve demokratik olarak kontrol edilen bir işletme yoluyla karşılamak üzere gönüllü olarak bir araya gelen insanların oluşturduğu özerk bir teşkilatlar olup dünya üzerinde yaklaşık 1 milyardan fazla insana hizmet verdiği tahmin edilen işletme modelleridir¹. Kooperatifler, Türk Ticaret Kanununa (6102 sayılı) göre ise bir ticari şirkettir. Kadın kooperatifleri ise kadınların iş gücüne katılımını dolayısıyla ülke ekonomisine katkısını sağlayabilen önemli saç ayaklarındadır.

Kadın kooperatifleri üretim (el becerileri, geleneksel gıda, hediyelik eşya vb) ve hizmetler (lokanta, kişisel bakım, engelli bakımı) sektörleri gibi oldukça geniş alanlarda hizmet vermektedir. Kooperatifçilik ekonomik bir kuruluş olarak 19. Yüzyılın ortalarında ortaya çıkmış olup, ülkemizdeki ilk kadın kooperatifi ise 2011 yılında kurulmuştur. Kadın kooperatiflerinin ortaklık yapısı incelendiğinde yüzde 80-100 kadınlardan oluştuğu ortaya çıkmaktadır².

TR33 Bölgesi (Afyonkarahisar, Kütahya, Manisa ve Uşak) istihdam verilerine bakıldığında erkeklerin istihdam oranının kadınların oranının neredeyse iki katı olduğu görülmektedir. Bu durum bölgedeki iş gücünün neredeyse yarısının ekonomide yer almaması anlamı taşımaktadır. Farklı iş kolları ve yönetim modelleri incelendiğinde kadınların iş hayatına /ekonomik hayata atılmasında en avantajlı modellerden birinin kooperatifler olduğu değerlendirilmektedir. Kadın kooperatifleri sadece ekonomik kalkınmaya olan faydası ile değil ayrıca kadınların sosyalleşmesine de olanak sağlamasıyla günümüzde giderek daha ilgi odağı haline gelmektedir. Bölge genelinde kadın kooperatifleri incelendiğinde Ticaret Bakanlığına bağlı 53 (elli üç) ve Tarım ve Orman Bakanlığına bağlı 8 (sekiz) kadın kooperatifi bulunduğu belirlenmiştir. Bu kooperatifler el işçiliği, tarımsal ürün, gıda vb çok farklı ürün üretirken farklı alanlarda ayrıca çeşitli hizmetler de sunmaktadır.

Bu çalışma kapsamında TR33 Bölgesi illerinde faaliyet gösteren kadın kooperatiflerinin sorunlarına, ihtiyaçlarına yönelik anketler ve saha çalışmaları gerçekleştirilmiştir. Çalışma öncesinde kadın kooperatifleri ile görüşmeler yapılmış ve ankete son hali verilmiştir. Çalışma kapsamında elde edilen sonuçların hem kadın kooperatiflerinin ortak sorunlarının belirlenmesinde hem de Ajans tarafından yeni bölge planı kapsamında kooperatiflere yönelik yapılacak çalışmalara yol göstermesi beklenmektedir.

¹ Ticaret Bakanlığı, www.ticaret.gov.tr Erişim Mayıs 24

² Emiroğlu, M., Kooperatifçilik ve Kadın Kooperatifleri, Ticaret Bakanlığı, www.ticaret.gov.tr Erişim Mayıs 24



2. KADIN KOOPERATİFLERİ

Kooperatifler faaliyet türlerine göre: üretim kooperatifleri, kredi kooperatifleri, tüketim kooperatifleri, yapı ve iş yeri kooperatifleri ve bunların arasında yer almayanlar (diğer kooperatifler olarak beş gruba ayrılır. Ayrıca 1163 sayılı Kooperatifler Kanuna Tabi olanlar ve Özel Kanuna Tabi olanlar olmak üzere hukuki açıdan ise ikiye ayrılırlar. Kooperatifçiliği düzenleyen temel kanun 1163 sayılı Kooperatifler Kanunudur (24 Nisan 1969). Bunun dışında farklı kanunlarda da geçen kooperatifçilik için diğer önemli kanunlar Türk Ticaret Kanunu, 1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri ve Birlikleri Kanunu ile 4572 sayılı Tarım Satış Kooperatif ve Birlikleri Hakkında Kanunu sayılabilir.

Kadın kooperatifleri tür ve hukuki açıdan diğer kooperatiflere oldukça benzer durumda iken sosyal dayanışmanın da etkisiyle diğer kooperatiflerden ayrışma durumu da ortaya çıkmaktadır. Buna istinaden 2012 yılında “Kadın Girişimi Üretim ve İşletme Kooperatifi Ana Sözleşmesi” yayımlanmıştır. Bu sözleşmenin 6. Maddesinde kadın kooperatiflerinin amacı “ortaklarının ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçları ile ekonomik faaliyetleri kapsamında yer alan mal ve hizmet üretimi ile bunların pazarlanmasına yönelik ihtiyaçlarını karşılamak, girişimlerini desteklemek, üretim becerilerini geliştirmek, böylece ortaklarının ekonomik menfaatlerini koruyarak sağlıklı ve gelişmiş bir çevrede yaşamalarını sağlamaktır” olarak belirlenmiştir.

Ülkemizdeki kadın kooperatifleri hakkında genel bilgiler, tarihsel gelişimi, bağlı olduğu mevzuatlar ile ilgili bilgiler Ahiler Kalkınma Ajansı³, İzmir Kalkınma Ajansı⁴ ve Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı⁵ tarafından hazırlanan raporlarda detaylı bir şekilde yer almaktadır. Bu nedenle rapor kapsamında kadın kooperatifleri özelinde genel mevzuat bilgilerine değinilmeyecektir.

2.1. Kadın Kooperatifleri ve Kalkınma

Kooperatiflerin temel oluşum sebepleri cinsiyet eşitliği açısından değerlendirildiğinde kadın kooperatiflerinin hedeflerinin kadın yoksulluğunun azaltılması, kadın istihdamının artırılması, kadınların sosyo-ekonomik hayata dahil edilmesi ve kadının rol adlığı kalkınma modellerinin geliştirilmesi olduğu söylenebilir⁶. Kadın kooperatifleri son dönemlerde gittikçe popülerleşmektedir. 2011 yılında ülkemizde resmi olarak ilk defa kurulan kadın kooperatiflerinin sayısı 2021 yılı itibarıyla 700’e yaklaşmıştır. TR33

³ Ahiler Kalkınma Ajansı, TR71 Bölgesi Kadın Kooperatifleri Araştırma Raporu, Mart 2022, www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr

⁴ İzmir Kalkınma Ajansı, İzmir Kooperatif Analizi, 2022, www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr

⁵ Kuzey Anadolu Kalkınma Ajansı, TR82 Bölgesi Kadın Kooperatifleri Mevcut Durum Analizi, Kasım 2021, www.kalkinmakutuphanesi.gov.tr

⁶ KEİG Platformu, Türkiye’de Kadın Kooperatifleşmesi: Eğilimler ve İdeal Tipler, Ekim 2015, www.keig.org/wp-content/uploads/2016/03/koopwweb.pdf



Bölgesi illeri içerisinde 2024 yılı Mart ayı itibarıyla Ticaret Bakanlığı ile Tarım ve Orman Bakanlığına bağlı toplam 61 adet kadın kooperatifi bulunmaktadır. Kadın kooperatiflerinin illere göre dağılımı Grafik 1’de verilmektedir. Bunların birçoğunun ilçelerde bulunması yeterli düzeyde iş yaratılmayan kırsal alanlarda istihdam dışı kalan kadınların sosyal ve ekonomik hayata atılmak adına kadın kooperatiflerine yöneldiğini göstermektedir. Bu durum ekonomik açıdan atıl kalan iş gücünün iş dünyasına dahil olmasını sağlamaktadır.

Grafik 1 – TR33 Bölgesi Kadın Kooperatiflerinin İllere Göre Dağılımı



2.2. KADIN KOOPERATİFLERİ ÇALIŞMA SONUÇLARI

2.2.1. Genel Çerçeve

TR33 Bölgesi istihdam düzeyi erkeklerde yüzde 67,5 iken kadınlarda yüzde 33,7’dir. Bu bölgedeki kadınların yarısının ekonomik anlamda atıl kalması anlamına gelmektedir. Kadın kooperatifleri bu durumu değiştirebilecek bölgesel kalkınmaya güç katacak önemli etkenlerden biridir. Bu nedenle kadın kooperatiflerinin yaşadığı sorunları belirlemek adına bölge genelinde anket ve saha ziyaretleri ile bu çalışma hazırlanmıştır. Çalışma öncesinde bölgedeki tüm kadın kooperatiflerine ulaşabilmek adına dört ildeki Ticaret ile Tarım ve Orman Müdürlüklerinden kadın kooperatif bilgileri talep edilmiştir. Çeşitli çalışmalarda kullanılan anketler irdelenerek taslak oluşturulmuş ve sonrasında bölge illerindeki bazı kadın kooperatifleri ziyaret edilerek anket sorularına son hali verilmiştir. Ankete yirmi dokuz kadın kooperatifi dönüş sağlamıştır.

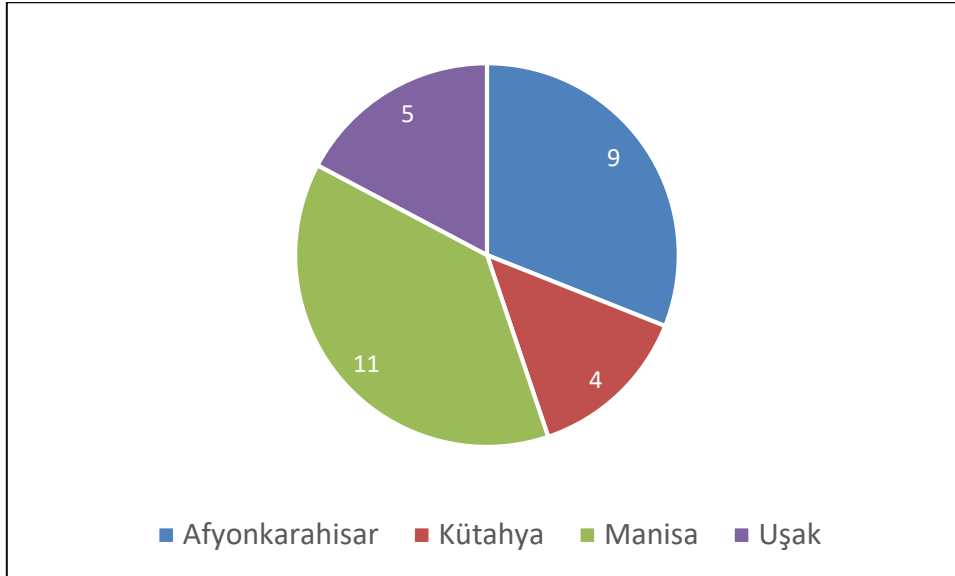


2.2.2. Araştırma ve Mevcut Durum

2.2.2.1 Kadın Kooperatifleri Genel Bilgiler

Ankete katılım sağlayan kooperatiflerin yirmi dokuz tanesinin yirmi altı tanesi 2019 yılı ve sonrasında kurulduğu tespit edilmiştir. Ankete katılım sağlayan kooperatiflerin il bazlı dağılımı aşağıdaki grafikte verilmektedir (Grafik 2). 2021-2022 yılları arasında kurulan kadın kooperatifi sayısı 19'dur. Bunların özellikle Afyonkarahisar'da 2021 yılında başlayan "Kadın Kültür Evleri" projesi ile ilgili olduğu değerlendirilmektedir. Proje 2020 yılında Afyonkarahisar Valiliği öncülüğünde hayata geçirilmiştir⁷. Kuruluş yıllarının dağılımı açısından Manisa ilinde 2018 öncesi kurulmuş kooperatiflere rastlanırken Uşak ilinde kadın kooperatiflerinin tamamı 2021 yılı sonrasında kurulmuştur.

Grafik 2 – Ankete Katılım Sağlayan Kadın Kooperatiflerinin İllere Göre Dağılımı



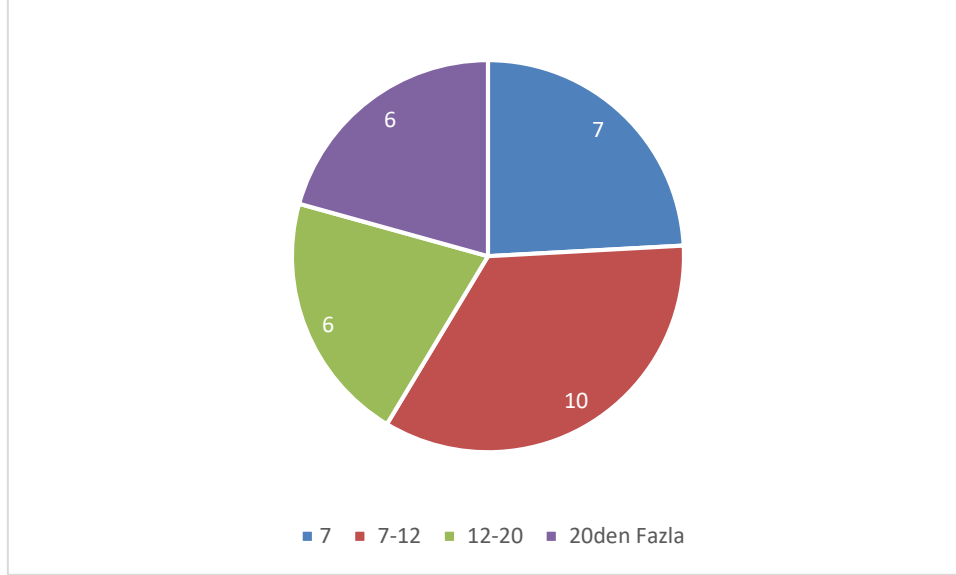
Ankete katılım sağlayan dokuz kooperatifin kendi internet siteleri bulunmaktadır. Bunların altı tanesi Manisa ili merkezli iken Afyonkarahisar'da iki Kütahya ve Uşak'ta ise birer kadın kooperatifinin kendi internet siteleri bulunmaktadır. Buna göre Manisa ilindeki kooperatiflerin kurumsallık açısından daha ileride olduğu değerlendirilebilir.

Kadın kooperatiflerinin üye sayılarına bakıldığında kooperatif kurulma şartı olan yedi üyeli kooperatif sayısı yedidir. En fazla üyeli kooperatif (60 üye) Manisa ilinde bulunurken Kütahya ilinde en fazla üyeli kooperatifin üye sayısı 32, Afyonkarahisar'da 29, Uşak'ta ise 20'dir. Katılım sağlayan kadın kooperatiflerinin üye sayısının dağılımı aşağıdadır (Grafik 3).

⁷ Afyonkarahisar Valiliği, <http://www.afyonkarahisar.gov.tr/kadin-kultur-evleri-projesi-basaridan-basariya-kosuyor> , Erişim Mayıs 2024.



Grafik 3 – Ankete Katılım Sağlayan Kadın Kooperatiflerinin Üye Sayıları



2.2.2.2 Gelir Getirici Faaliyetler

Ankete katılım sağlanan kadın kooperatiflerinden Uşak ilinde çok yakın zamanda kurulan bir kooperatif hariç tümü ürün üretmektedir. Bunların ayrıca on tanesi çeşitli hizmetler de üretmektedir. Hizmetler konusunda yoğunlaşma lokanta veya kafe işletme olarak öne çıkmaktadır.

a) Ürün Üretimi

Üretim yapanların dokuz tanesi birden fazla ürün üretirken (gıda, hediyelik eşya vb), on dokuz kadın kooperatifi gıda ürünü üretmektedir. Bunların 12 tanesi bölgede oldukça önemli bir yere sahip tarhana imal etmektedir (bölge genelinde üç adet tarhananın coğrafi işareti bulunmaktadır: Gediz Tarhanası, Kütahya Kızılıcak Tarhanası, Uşak Tarhanası). Tarhana dışarıda bırakıldığında, Manisa ilinde tarım ürünlerinin gücünden kaynaklı üzüm, zeytin ve kurutulmuş meyve üretimleri öne çıkarken, Afyonkarahisar ili Bayat ilçesinde istiridye mantarı üreten kadın kooperatifi bulunmaktadır. Gıda imalatını, hediyelik eşya ve tekstil üretimi takip ederken en farklı ürün olarak geçtiğimiz dönemlerde Ajansın da katkılarıyla Manisa ilinde (Kula) kurulan kadın kooperatifi tarafından üretilen futbol topu göze çarpmaktadır. Afyonkarahisar ilinde ürün üretimi yapan kadın kooperatifleri incelendiğinde neredeyse tüm kooperatiflerin birbirinden farklı ürünler ürettiği görülmektedir.



T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



TR33 Bölgesi Kooperatiflerinin Üretim Yapısı ve Karşılaşılan Güçlükler



b) Hizmet Üretimi

Bölge genelinde yapılan anket çalışmasına katılım sağlayan 29 kadın kooperatifinden on tanesi çeşitli hizmetler ürettiğini belirtmiştir. Bu hizmetlerin sekiz tanesi lokanta ve/veya kafe işletmeciliği tarzındadır. Afyonkarahisar ve Manisa illerinde dörder kadın kooperatifi hizmet üretimi yaparken Kütahya ve Uşak illerinde birer kooperatif hizmet üreterek gelir elde etmektedir.

2.2.2.3 Tanıtım / Pazarlama Faaliyetleri

Ankete katılan yirmi dokuz kadın kooperatifinin yirmi altı tanesi ürünlerinin tanıtımını yaptığını belirtmiştir. Bunların tamamının Instagram üzerinden tanıtım yaptığı tespit edilmiştir. Instagram'dan sonra en fazla tercih edilen çevrimiçi tanıtım yönteminin Facebook olduğu görülmektedir. Bunların dışında kooperatiflerin internet siteleri, gazete veya dergi reklamları da az da olsa ürün tanıtımında tercih edilmektedir.

2.2.2.4 Satış Kanalları

Kadın kooperatiflerinin on üç tanesi internet siteleri üzerinden satış yaparken on altı tanesi yapmamaktadır. Bu yapmayanların bir kısmı üretimlerini kendi veya iş birliği yaptığı lokanta ve/veya kafeler(in)de kullandığından böyle bir satış yöntemine ihtiyaç duymamaktadır. İnternet üzerinden satış yapılırken en öne çıkan firmaların Trendyol ve Hepsiburada olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte Instagram veya kendi kooperatif siteleri üzerinden satış yapanlar da bulunmaktadır. Ayrıca bölgede kurulu olan "albikere" sitesi üzerinden satış yapan kadın kooperatifleri de bulunmaktadır. (www.albikere.com: Afyonkarahisar ilinde Afyon Eğitim Vakfı İktisadi İşletmesi tarafından kadın kooperatiflerinde üretilen ürünlerin satılarak daha çok öğrenciye bursa verilmesine olanak sağlayan bir sosyal sorumluluk projesidir.) Kooperatifler satış siteleri içerisinde en çok Hepsiburada ve Trendyolu tercih etmekte olup komisyon oranlarının düşüklüğü ve kullanıcı sayısının fazlalığı buna neden olarak gösterilmektedir.

2.2.2.5 İş Birlikleri

Ankete katılım sağlayan kadın kooperatiflerinin on altısı diğer kadın kooperatifleri ile iş birliği yaptığını belirtmiştir. Genelde iş birlikleri il içinde sınırlı kalırken Uşak ilindeki kadın kooperatiflerinin ildeki veya il dışındaki diğer kooperatiflerle iş birliği yapmaması dikkat çekicidir. Ağ oluşturma, deneyim paylaşımı ve ortak satış iş birlikleri arasında oldukça öne çıkmaktadır.

Kadın kooperatifleri dışında iş birliği yapılan kurum ve kuruluşlara bakıldığında valilikler, kaymakamlıklar ve belediyeler öne çıkmaktadır. Bunu kalkınma ajansı ile ticaret ve sanayi odaları izlemektedir. İl özel idareleri ve ticaret borsaları da yine kadın kooperatiflerinin iş birliği yaptığı kurumlar arasında yer almaktadır. Ayrıca Afyonkarahisar ilindeki Kadın Kültür Evleri projesi (proje Afyonkarahisar Valiliği



tarafından koordine edilmektedir) sebebiyle ilde Valilik ile iş birliği daha güçlüdür. Manisa ilinde ankete katılım sağlayan tüm kooperatiflerin kamu kurum ve kuruluşlardan en az bir tanesi ile iş birliği yaptığı göze çarpmaktadır.

2.2.2.6 Dış Kaynaklı Sorunlar

Kadın kooperatiflerine yönelik yapılan ankette kooperatiflere vergi, muhasebe, genel giderler gibi yaşadıkları “dış kaynaklı” genel sorunlar hakkında soru yöneltilmiştir. Bu soruyla ilgili en çok geri dönüş ödenen hizmet giderleri (muhasebe ödemeleri) olduğu görülmektedir. Bunun dışında ise genel giderler olarak tabir edilecek ısınma, elektrik ve su giderlerinin de birçok kadın kooperatifi tarafından sorun olarak değerlendirildiği görülmektedir. Bu konularla ilgili detay görüşmelerde (saha çalışmaları) muhasebe ödemelerinin sorun olmadığı kooperatiflerin üyelerinin arasında muhasebe eğitimi almış / veya çalışanı birinin bulunduğu belirlenmiştir. Yine bu kooperatiflerin finansal okuryazarlıklarının görece daha iyi olmasından kaynaklı nakit / para yönetimini daha doğru yapabildiği ve genel giderler konusunda da sorunlar yaşamadığı görülmüştür. Bu durumda olan kadın kooperatiflerinin daha çok kargo ücretleri, kira giderleri gibi sorunları öne çıkardığı belirlenmiştir.

2.2.2.7 İç Kaynaklı Sorunlar

Kooperatiflerin iç sorunları arasında en öne çıkan sorunlar: ürünlerde standart oluşturulamaması, diğer kooperatiflerle benzer ürünler üretme, örgütsel ve operasyonel yetersizlikler olarak görülmektedir. Çalışmanın ilk bölümlerindeki üretilen ürünler kısmında ağırlıklı olarak tarhananın adının geçmesi diğer kooperatiflerle aynı ürün üretme konusunda paralellik göstermektedir. Yine saha çalışmalarında mevsimsellik durumu, hammaddenin alındığı yerin farklı olması veya üretim aşamasında farklı reçetelerin / yöntemlerin izlenmesinden kaynaklı olarak aynı ürünün tadında farklılıklar olmasından kaynaklı olumsuz dönüşler alındığı bilgisine de ulaşılmıştır.

2.2.2.8 Gelir Artırmaya Yönelik Sorunlar

Kooperatiflerin gelirlerini artırmaya yönelik yaptıkları çalışmalarda yaşadıkları sorunların tespit edilmesi amacıyla da sorular yönetilmiştir. Bu kapsamda kooperatiflerden, anket öncesi yapılan ön görüşmelerde en fazla dile getirilen on sorunun en önemlisine 10 en önemsizine 1 puan verecek şekilde sıralama yapmaları istenmiştir. Buna istinaden elde edilen sonuçlara göre gelirlerin artırılmasına yönelik yaşanan en büyük iki sorun pazarlama ve ürün geliştirme olarak öne çıkmaktadır. Bunları hizmet verilen binadaki eksiklikler takip etmiştir. Ürün sertifikalandırma, ağ oluşturma / ortak satış gibi konularda yine kadın kooperatiflerinin gelirlerini artırma konusunda yaşadıkları önemli sorunlar olarak göze çarpmaktadır.



T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



TR33 Bölgesi Kooperatiflerinin Üretim Yapısı ve Karşılaşılan Güçlükler



2.2.2.9 Alınan Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri

Kadın kooperatiflerinin en fazla başvurdukları danışmanlığın proje yazma üzerine olduğu görülmektedir. Bunun kooperatiflerin finansa erişimi açısından en hızlı yol olarak kalkınma ajansları ve benzer kurumların sundukları hibe programları ile alakalı olduğu düşünülmektedir. Ankete katılım sağlayan kadın kooperatiflerinin yedi tanesi herhangi bir danışmanlık hizmeti almadığını belirtmiştir.

Kadın kooperatifleri tarafından alınan eğitimlere bakıldığında ise en önde e-ticaret ve pazarlama eğitimi gelmektedir. Kooperatiflerin aldıkları e-ticaret ve pazarlama eğitimlerine rağmen gelir artırmaya yönelik sorunlarının başında (Başlık 2.2.28) pazarlama konusunun gelmesi eğitimlerin yeterli düzeyde başarıya ulaşmadığı bu konuda eğitim yerine benzer ürün üreten kooperatiflere yerinde danışmanlık hizmetinin verilmesinin daha faydalı olabileceği değerlendirilmektedir.

2.2.2.10 Alınan İstenilen Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri

Kooperatiflerin eğitim ve danışmanlık hizmetleri ihtiyaçlarına yönelik olarak ta sorular yönlendirilmiştir. Bu alanda en çok göze çarpan eğitim başlıkları, finansal okuryazarlık, muhasebe, pazarlama, e-ticaret, markalaşma ve pazar bulma olarak göze çarpmaktadır.

2.2.2.11 Makine – Ekipman İhtiyacı

Kadın kooperatiflerinin ikisi hariç (yirmi yedi kooperatif) yeni makine- ekipman ihtiyacı olduğunu belirtmiştir. Bunlardan altı tanesi mevcut ürün üretiminde artış amaçlı makine ihtiyacı duyarken sadece bir kooperatif yeni ürün üretmek amacıyla makine ekipman ihtiyacı olduğunu belirtmiştir. Yirmi kadın kooperatifi ise hem yeni ürün üretmek hem de kapasite artışı amacıyla makine ihtiyacı olduğunu belirtmiştir. Kadın kooperatiflerinin ihtiyaç duydukları makinelerle gıdadan hediyelik eşyaya birçok ürün üretmek istedikleri belirlenmiştir. Ankette bu soruyla ilgili dikkat çeken hususlardan biri ağırlıklı olarak ürün pazarlama ve pazar bulma konusunda sıkıntı yaşayan kadın kooperatiflerinin de kapasite artırımı ve/veya yeni ürün üretmek amacıyla makine – ekipman ihtiyacından bahsetmesi olarak göze çarpmaktadır.

2.2.2.12 Genel Görüşler

Uygulanan ankette ve kadınla kooperatiflerine yapılan saha ziyaretlerinde kadın kooperatiflerine genel olarak yaşadıkları en büyük sorunun SGK ve vergi ödemeleri olduğu öne çıkmıştır. Bu konulara yönelik bilgi ve yönetim eksikliği kadın kooperatiflerinin sürdürülebilirliğini etkilediği belirtilmiştir. Ayrıca finansal okuryazarlık konusunda da temel eksikliklerden bahsedilmiştir.



“Kadınlar ürünün satıldığı fiyatı net gelir olarak görüyor. Bunun vergisi, genel işletim masraflarını önemseyen yok bu durumda da tatmin olmayan üyeler kooperatifi bırakıyor. Bu durumda da ürün üretimi sekteye uğruyor”

“Kurumlar vergisi ve SGK primleri büyük sorun oluyor. Bunları fiyatlara yansıttığımızda ise ürün satışı azalıyor”

“KDV'nin daha az olduğu bir sistem olsa kadınlar kooperatifleri daha cazip bulur sürdürülebilirlik sağlanır”

“Ürün tanıtımı için fuarlarda etkinliklerde stantlar ücretsiz olarak kadın kooperatiflerine verilmeli”

“Kadın kooperatifleri çok özel, kadınların istihdamını artırmak önemli o nedenle bizi diğer kooperatiflerle bir tutmamak gerekli”

“Yerel yönetim desteği daha fazla olmalı”

3. SONUÇLAR

- Kadın kooperatifleri nispeten küçük ilçelerde kadın istihdamının artırılması konusunda oldukça önemli bir enstrüman olarak göze çarpmaktadır.
- Kadın kooperatiflerine yönelik yapılan çalışmada tüm iletişim olanakları kullanılmasına rağmen (resmi yazı, telefon, yüz yüze görüşme vb.) kooperatiflerin sadece yarısına ulaşılabilmektedir.
- Kadın kooperatiflerinin temel kooperatifçilik, temel muhasebe ve finansal okuryazarlık gibi eğitimleri alması gereklidir.
- Ürün üretme konusunda –çok özel ürünler olmadığı durumda- kadın kooperatiflerinin neredeyse sorun yaşamadığı görülmektedir.
- Kadın kooperatiflerinin neredeyse tamamının pazarlama ve pazar bulma sorunları yaşadığı tespit edilmiştir. Yapılan yüz yüze görüşmelerde üretilen bazı ürünlerin satışında/pazarlamasında sıkıntı yaşandığı belirtilse dahi o ürünlerde kapasite artışına yönelik makine ve ekipman talebinin olduğu görülmektedir.
- Geçmiş dönemlerde farklı kurumların mali/teknik desteklerini alarak üretim yapan kadın kooperatiflerinin bir kısmının bu desteğin bitmesi/sonlanması sonrasında o ürünleri üretmediği ve tesislerin atıl kaldığı tespit edilmiştir.
- Kadın kooperatiflerinin sürdürülebilirlikleri ile ilgili önemli sorunlar yaşadığı yüz yüze görüşmelerde belirtilmiştir.
- Kadın kooperatiflerinde kurumsallaşma önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Güçlü başkan veya yönetim yapısına sahip kooperatifler oldukça güzel işler yaparken yönetimdeki güçlü karakterlerin çekilmesi/bırakması kooperatiflerin üretimlerinde zarar eden pozisyona dönüşmesine neden olabilmektedir. Kadın kooperatiflerin maksimum faydayı sağlamak adına (kadın



T.C. SANAYİ VE
TEKNOLOJİ BAKANLIĞI



#YEREL
KALKINTI
HAREKATI

TR33 Bölgesi Kooperatiflerinin Üretim Yapısı ve Karşılaşılan Güçlükler



istihdamın artırılması başta olmak üzere) kurumsallaşma en önemli konu olarak öne çıkmaktadır.

- Manisa ilindeki kadın kooperatifleri buldukları coğrafyada yetişen tarımsal ürünleri (diğer bölge illerine kıyasen) üretimlerine daha fazla yansıtılmaktadır.
- Afyonkarahisar ilindeki kadın kooperatifleri nispeten daha planlı bir çalışma sonucunda oluşturulduğundan il içindeki rekabet yok denecek kadar azdır.
- Afyonkarahisar ilindeki birliğin (hangi ürünün nerede, ne kadar üretileceğine kadar kontrol edilebilecek şekilde) önce diğer iller sonrasında ise mümkünse TR33 Bölgesi genelinde oluşturulmasının faydalı olacağı değerlendirilmektedir.



Zafer Kalkınma Ajansı
Cumhuriyet Mahallesi Mehmet Dumlu Caddesi No:42,
43020 Merkez/Kütahya
2025

Kalkınma Ajansı Yayınları Bedelsizdir, Satılamaz.