

T.C.  
MARMARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANABİLİM DALI  
KOOPERATİFÇİLİK BİLİM DALI

**HALKLA İLİŞKİLER AÇISINDAN KOOPERATİFLERLE KAR AMACI  
GÜTMİYEN DİĞER İŞLETMELERİN KARŞILAŞTIRILMASI**

Yüksek Lisans Tezi

NİHAL BEYKAL

**İstanbul, 2010**

T.C.  
MARMARA ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
İŞLETME ANABİLİM DALI  
KOOPERATİFÇİLİK BİLİM DALI

**HALKLA İLİŞKİLER AÇISINDAN KOOPERATİFLERLE KAR AMACI  
GÜTMİYEN DİĞER İŞLETMELERİN KARŞILAŞTIRILMASI**

Yüksek Lisans Tezi

NİHAL BEYKAL

Danışman: DOÇ. DR. MEHMET TIĞLI

**İstanbul, 2010**

Marmara Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Tez Onay Belgesi

İŞLETME Anabilim Dalı KOOPERATİFÇİLİK Bilim Dalı Yüksek Lisans öğrencisi NİHAL BEYKAL'ın HALKLA İLİŞKİLER AÇISINDAN KOOPERATİFLERLE KAR AMACI GÜTMEYEN DİĞER İŞLETMELERİN KARŞILAŞTIRILMASI adlı tez çalışması, Enstitümüz Yönetim Kurulunun 05.07.2010 tarih ve 2010-13/26 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından oybirliğiyle Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Öğretim Üyesi Adı Soyadı

İmzası

Tez Savunma Tarihi : 02.10.2010  
1) Tez Danışmanı : DOÇ. DR. MEHMET TIĞLI  
2) Jüri Üyesi : DOÇ. DR. SERDAR PİRTİNİ  
3) Jüri Üyesi : DOÇ. DR. MEHMET MELEMEN



## ÖNSÖZ

Lisans ve Yüksek Lisans'ta aldığım eğitimlerden edindiğim bilgileri birleştirebilme fırsatı bulduğum bu tezde bilgi ve yönlendirmelerini eksik etmeyen değerli tez danışmanım Doç. Dr. Mehmet TIĞLI'ya; yüksek lisans programı boyunca pazarlama konusunda bilgilendiren ve yazdığım bu tezde desteklerini ve yönlendirmelerini esirgemeyen Doç. Dr. Serdar PİRTİNİ'ye; tezimin kooperatif başlığı altında incelediğim İstanbul Ecza Koop yetkililerinden Pazarlama Müdürü Ecz. Hamdi SALMAN'a, Üye İlişkileri Sorumlusu İsa CAMGÖZ'e yardımları ve kurumları hakkında verdikleri bilgiler için; diğer bir başlıkta incelediğim LÖSEV Lösemili Çocuklar Vakfı Halkla İlişkiler Departmanında görevli ve yakın dostum olan Seda ALAKAYA'ya manevi desteği, yardımları, verdiği bilgileri için; yakın dostum olan İTÜ Mimarlık Fakültesi Araştırma Görevlisi Aslı ÇEKMiŞ'e manevi destekleri ve yardımları için; aileme eğitim hayatım boyunca desteklerini esirgemedikleri için teşekkürlerimi sunarım.

İstanbul, 2010

Nihal BEYKAL

# İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
<b>TABLO LİSTESİ</b> .....	<b>iv</b>
<b>ŞEKİL LİSTESİ</b> .....	<b>v</b>
<b>KISALTMALAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>
<b>1.HALKLA İLİŞKİLER</b> .....	<b>2</b>
1.1 Halkla İlişkilerin Tanımı .....	3
1.2 Halkla İlişkilerin Amacı.....	6
1.3 Halkla İlişkilerin Tarihi.....	6
1.4 Halkla İlişkilerde Kullanılan İletişim Araç Ve Yöntemleri .....	11
1.4.1 Yazılı Araçlar .....	11
1.4.2 Sözlü Araçlar.....	13
1.4.3 İşitsel ve Görsel Araçlar .....	14
<b>2. KAR AMACI GÜTMİYEN İŞLETMELER</b> .....	<b>16</b>
<b>3. KOOPERATİF</b> .....	<b>20</b>
3.1 Kooperatifin Tanımı.....	20
3.2 Kooperatifin Tarihi .....	24
3.3 Kooperatif Çeşitleri.....	30
3.3.1 Üretim Kooperatifi.....	30

3.3.2 Tüketim Kooperatifleri .....	31
3.3.3 Konut Kooperatifleri .....	32
3.3.4 Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri .....	32
3.3.5 Hizmet Kooperatifleri.....	32
3.3.6. Ecza Kooperatifleri .....	33
<b>4. İSTANBUL ECZACILAR ÜRETİM ve TEMİN DAĞITIM KOOPERATİFİ.....</b>	<b>37</b>
4.1 İstanbul Ecza Kooperatifi Tarihi .....	37
4.2 İstanbul Ecza Kooperatifi Kurumsal Yapısı.....	38
4.3 İstanbul Ecza Kooperatifi Halkla İlişkiler Faaliyetleri .....	46
<b>5. VAKIF.....</b>	<b>54</b>
5. 1 Vakıfların Tanımı.....	54
5.2 Vakıfların Tarihi .....	56
<b>6. LÖSEV LÖSEMİLİ ÇOCUKLAR VAKFI.....</b>	<b>60</b>
6.1 LÖSEV Tarihi .....	60
6.2 LÖSEV Kurum Yapısı .....	65
6.3 LÖSEV Halkla İlişkiler Çalışmaları .....	66
<b>7. SONUÇ.....</b>	<b>75</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>77</b>

## TABLO LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1. Ecza Kooperatiflerinin Kuruluş Sırası Tablosu.....	35

## ŞEKİL LİSTESİ

	<b>Sayfa No.</b>
Şekil 1. Kooperatiflerin Hizmet Alanı.....	40
Şekil 2. İstanbul Ecza Kooperatifi Yönetim Şeması.....	41
Şekil 3. İstanbul Ecza Kooperatifi İlaç Paketleme Sistemi- Otomasyon Sistemi.....	43
Şekil 4. İstanbul Ecza Kooperatifi İlaç Paketleme Sistemi- Otomasyon Sistemi.....	43
Şekil 5. İstanbul Ecza Kooperatifi İlaç Paketleme Sistemi- Otomasyon Sistemi.....	44
Şekil 6. İstanbul Ecza Kooperatifi İlaç Paketleme Sistemi- Otomasyon Sistemi.....	44
Şekil 7. İstanbul Ecza Kooperatifi Manüel Sistem İlaç Rafları .....	45
Şekil 8. İstanbul Ecza Kooperatifi Otomasyon Sistemi İlaç Rafları.....	45
Şekil 9. İstanbul Eczacılar Kooperatifi Dergisi .....	47
Şekil 10. İstanbul Ecza Kooperatifi Toplantı Davet Kartı.....	49
Şekil 11. İstanbul Ecza Kooperatifi Toplantı Davet Kartı.....	50
Şekil 12. İstanbul Ecza Kooperatifi Bayram Tebrik Kartı.....	51
Şekil 13. Ankara Vakıf Merkezi .....	60
Şekil 14. LÖSANTE Lösemili Çocuklar Hastanesi.....	61
Şekil 15. Özel LÖSEV İlköğretim Okulu.....	62
Şekil 16. LÖSEV Lösemili Çocuklar Köyü .....	63
Şekil 17. İstanbul LÖSEV Lösemili Çocuklar Evi.....	64
Şekil 18. LÖSEV Organizasyon Şeması .....	66
Şekil 19. LÖSEV Yaşam Dergisi .....	67

Şekil 20. LÖSEV Ispanak Dergisi .....	67
Şekil 21. 8.Uluslararası Lösemili Çocuklar Haftası Broşür.....	68
Şekil 22. Kurban Bayramı Broşürü .....	69
Şekil 23. LÖSEV Basın Bülteni .....	70
Şekil 24. LÖSEV 2009 Kurban Bayramı Afişi.....	71
Şekil 25. LÖSEV 2008 Kurban Bayramı Afişi.....	72
Şekil 26. Elimi Siz Tutar Mısınız? Reklam Karesi.....	73
Şekil 27. Elimi Siz Tutar Mısınız? Reklam Karesi.....	74

## **KISALTMALAR**

CRM: Müşteri İlişkileri Yönetimi

Koop: Kooperatif

LÖSEV: Lösemili Çocuklar Vakfı

TEKB: Türkiye Eczacılar Kooperatifi Birliği

## GİRİŞ

Kurumlar dış dünya ile iletişimlerinin sağlıklı olması açısından halkla ilişkiler araç ve yöntemlerini kullanmaktadırlar. Kar amacı güden veya gütmeyen çoğu kurum bu araçlardan faydalanmaktadır.

Bu tezde; kooperatifleri, kar amacı gütmeyen kurumları ve halkla ilişkileri genel bir bakış açısıyla inceledikten sonra örnek olarak seçilen bir kooperatif ile kar amacı gütmeyen bir kurumun halkla ilişkiler araçlarını nasıl kullandıklarını ve hedef kitlelerine bu araçlarla nasıl ulaştıklarını incelenmiştir.

Birinci bölümde halkla ilişkilerin geçmişten günümüze nasıl geldiği, halkla ilişkilerin ne anlama geldiği ve halkla ilişkiler araçları açıklanıyor. Bu bölümde incelenen araçların kurumlarda nasıl kullanıldığı ise üçüncü ve altıncı bölümlerde seçilen örnek kurumlar incelenerek anlatılmıştır.

İkinci bölümde vakıfları ve kooperatifleri daha iyi anlaşılabilmesi için kar amacı gütmeyen kurumların neler olduğu nasıl faaliyet gösterdikleri anlatılmıştır.

Üçüncü bölümde kooperatiflerin tarihi ve kooperatif çeşitleri kısaca açıklanarak dördüncü bölümde incelenen İstanbul Ecza Kooperatifi'nin daha kolay anlaşılmasını sağlamaktadır. Bu bölümde İstanbul Ecza kooperatifinin halkla ilişkiler araçlarından hangilerini, nasıl kullandıkları incelenmiştir.

Beşinci bölümde ise vakıflar tanımlanarak altıncı bölümde bir başka örnek olarak seçtiğimiz LÖSEV Lösemi Çocuklar Vakfı'nı tanımamız konusunda yol gösterici olmuştur. LÖSEV'i kurum olarak tanıdıktan sonra halkla ilişkiler araçlarından hangilerini kullandıklarını incelemek.

İstanbul Ecza Kooperatifi ve LÖSEV örnekleri incelenerek kooperatiflerinde vakıflar gibi halkla ilişkiler araçlarını kullanarak hedef kitlelerine kolay ulaşabileceklerini ve vermek istedikleri mesajın daha rahat iletilebileceğini göreceğiz.

# 1.HALKLA İLİŞKİLER

Dilimizde halkla ilişkiler sözü, İngilizce *Public Relations* deyiminin çevirisidir. İngilizcede kullanılan bu deyim, herhangi bir kurumun ilişki içerisinde olduğu kamu gruplarını ifade etmektedir.<sup>1</sup> Fransızcada halkla ilişkiler, *Relations Rubliques* şeklinde adlandırılmaktadır ve halklarla ilişkiler olarak Türkçeye çevrilmektedir.<sup>2</sup> Bu nedenle halkla ilişkilerin dilimizdeki çevirisinin pek doğru bir çeviri olmadığı söylenebilir.

Aslına bağlı kalarak İngilizceden Türkçeye çevrildiğinde kamusal ilişkiler manasına gelmektedir. Burada ki halkla İlişkilerdeki halk sözcüğü, günlük konuşma dilinde kullandığımız “Aynı ülkede oturan ve ortak çıkarlarla birbirine bağlı kişilerin tümüdür” anlamından farklıdır. Halk, örgütün eylem ve işlemlerinden etkilenen, kanaat ve eylemleriyle örgütü etkileyen, ortak çıkarlarına sahip insan gruplarını anlatmaktadır.

3

Halkla İlişkiler, yönetim felsefesi, bu felsefenin yürütülen politika ve eylemlerle görüntülenmesi, bir yönetim fonksiyonu ve karşılıklı anlayış ve iyi niyetin sağlanması için, kamuoyu ile haberleşme yöntemlerinden yararlanarak bu felsefenin, politikanın, uygulamanın ve eylemlerin açıklanmasıdır.<sup>4</sup>

Halkla İlişkiler temelde hedef kitleyi nasıl, ne zaman ve ne şekilde bir iletişim kuracağını belirleyen ve bu şekilde insanların davranışları, yaklaşımları ve algılamaları üzerinde yönlendirici etkiye sahip olmayı sağlayan bir süreçtir.

Dış dünya ile kurulacak iletişimin sağlıklı olması şansa bırakılmayacak kadar büyük önem taşımaktadır. Halkla İlişkiler işte tam bu noktada devreye girmektedir.

---

<sup>1</sup> Yeşim Salimgil, “İşletmelerde Halkla İlişkileri Yeri ve İşlevi”, ( **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi SBE, 1992) s.6

<sup>2</sup> Estreya Baruh, “Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Kullanılan İletişim Kanalları ve Sigortacılık Sektöründe Bir Uygulama”, ( **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi SBE, 2001 s.36

<sup>3</sup> Yeşim Salimgil, “İşletmelerde Halkla İlişkileri Yeri ve İşlevi”, ( **Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi** Marmara Üniversitesi SBE), 1992 s.26

<sup>4</sup> Alaeddin Asna, **Public Relations Temel Bilgiler**,2. Basım, İstanbul: Der Yayınları, 1998, s.2

Halkla ilişkilerin başarıyla uygulanması, günümüz iş dünyasında ister uluslar arası olsun ister tek kişilik, her tür kuruluş için hayati önem taşımaktadır.<sup>5</sup>

### 1.1 Halkla İlişkilerin Tanımı

Halkla İlişkilerin kesin bir tanımını yapmak güçtür. Sosyal Bilimler alanına giren böyle bir konunun kesin olarak sınırlandırılması olanağı bulunmağı için, tanımlar değişik olacaktır.

Uluslar arası Halkla İlişkiler Birliği, halkla ilişkileri, özel veya kamu kesimlerinde faaliyet gösteren bir kuruluş veya kurumun, ilişkide buldukları kimselerin anlayış, sempati, ve desteğini elde etmek üzere sürekli olarak yapmış oldukları bir yönetme görevi olarak tanımlamıştır.<sup>6</sup>

Amerikalı halkla ilişkiler uzmanı Reck halkla ilişkiler; Bir bireyin ya da kurumun siyasetlerini, hizmetlerini ve eylemlerini, bu bireyin yada kurumun güvenine ve iyi niyetine ihtiyacı olduğu bireylerin ve grupların çıkarlarına uydurmak için girişilen sürekli bir süreçtir, ikinci olarak da tam bir anlayış ve takdir kazanmak için bu siyasetlerin, hizmetlerin ve eylemlerin yorumlanması olarak tanımlamıştır.

Fransız uzman Crozier'e göre halkla ilişkiler; Dış alemin sempati ve iyi niyetini sağlamak amacı ile idareci ve müteşebbis başvurdukları usullerin tümüdür.<sup>7</sup> Rex F. Harlow halkla ilişkileri, “ Bir firmanın sosyal sorumluluğunu vicdanlı bir biçimde gerçekleştirmeye yarayan, halkın o firmanın faaliyetlerinin tasvip ve kabulünü sağlayan bilim dalıdır.” şeklinde tanımlamaktadır.

ABD'de yayınlanmakta olan Public Relations News adlı ünlü meslek dergisinin tanımı ise, “ Halkla ilişkiler; yöneticiliğin, halkın davranışlarını

<sup>5</sup> Amanda Barry, **Halkla İlişkilerin Gücü**, 1. Basım, Ankara: Elips Kitap, 2003, s.15

<sup>6</sup> Nuri Tortop, **Halkla İlişkiler**, Ankara; Yargı Yayınevi, 1998, s.3

<sup>7</sup>Halkla İlişkilerin Farklı Tanımları, [www.makaleler.com/oku-halkla-iliskiler-farkli-tanimlari](http://www.makaleler.com/oku-halkla-iliskiler-farkli-tanimlari), (14 Ocak 2010)

değerlendiren, kişinin ya da firmanın güttüğü politika ve eylemleri kamu yararı ile iş programı düzenleyip uygulayan yanındır.” Şeklindedir.<sup>8</sup>

Türk halkla ilişkiler uzmanı Asna’ya göre ise halkla ilişkiler; Özel ya da tüzel kişilerin belirtilmiş kitlelerle dürüst ve sağlam bağlar kurup geliştirerek onları olumlu inanç ve eylemlere yönlentmesi, tepkileri değerlendirerek tutumuna yön vermesi, böylece karşılıklı yarar sağlayan ilişkiler sürdürme yolundaki planlı çalışmaları kapsayan bir yöneticilik sanatıdır.<sup>9</sup>

1995 yılında göreve gelen ve ilk Türk IPRA Başkanı unvanını taşıyan Betül Mardin’in yaptığı tanıma göre Halkla ilişkiler: “Kamuya ya da özel ait kuruluşların olumlu bir imaja sahip olmaları için gerekli tanıtım politikasının saptanması, kuruluşların bu doğrultuda yönlendirilmesi, insan grupları ve kuruluşlar arasında bilgi akışının sağlanması ve bu bilgi akımının gerekli etkinliği kazanarak amaçlanan sonuca ulaşması için yapılan planlı faaliyetlerdir.”<sup>10</sup>

Webster Sözlüğünde, Halkla İlişkiler için iki farklı tanım yapılmıştır. Bunlardan ilki; Halkla İlişkileri bir kişi kurum ya da örgüt ile halk arasında sağlanan anlayış ve iyi niyetin derecesidir şeklindeyken; ikincisi ise halkla ilişkiler, karşılıklı iyi niyet ve anlayışın geliştirilmesinin bilim ya da sanatıdır olarak tanımlamıştır.<sup>11</sup>

Halkla İlişkiler Derneği’nin tüzüğünde mesleki faaliyeti şu şekilde tanımlanmaktadır: “ Halkla İlişkiler, özel ve kamu kuruluşlarının müşteri, işçi, ortak gibi özel gruplar, resmi çevreler veya geniş anlamıyla halkla, sağlam bağlar kurup geliştirerek kendisini çevresine yerleştirme, topluma tanıtma ve çalışmalarına kamu

---

<sup>8</sup> Firuze Nasır, “Halkla İlişkiler ve Pazarlama Etkileşiminde Marka Yerleştirme Faaliyetleri”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Marmara Üniversitesi SBE, 1997), s.20

<sup>9</sup>Halkla İlişkilerin Farklı Tanımları, [www.makaleler.com/oku-halkla-iliskiler-farkli-tanimlari](http://www.makaleler.com/oku-halkla-iliskiler-farkli-tanimlari), (14 Ocak 2010)

<sup>10</sup> Halkla İlişkiler Nedir?, <http://www.frntr.com/halkla-iliskiler-turizm-ve-insan-kaynaklari-ulaştırma/705187-halkla-iliskiler-nedir.html> (20.05.2010)

<sup>11</sup>Halkla İlişkiler Nedir?

[http://www.kutuphaneci.org.tr/web/node.php?action=6&type=6&target=contentShow&id=1065&node\\_id=134](http://www.kutuphaneci.org.tr/web/node.php?action=6&type=6&target=contentShow&id=1065&node_id=134) (16.05.2010)

oyundan yankıları değerlendirerek tutumuna yön verme konusunda giriştiği planlı çabadır.”<sup>12</sup>

Halkla İlişkiler, bir örgütle ilgili hedef kitlesi arasında iletişim, karşılıklı anlayış, çıkar, kabul ve işbirliğini oluşturmaya yönelik ilişkileri kurmayı sağlayan ayırt edici bir yönetim fonksiyonudur. Halkla ilişkiler, sorunların ya da konuların yönetmeni içerir; kamuoyunun görüşleri hakkında bilgi sahibi olmayı sağlar; kamu çıkarlarına hizmet edebilmesi için yönetimin sorumluluğunu tanımlar ve vurgular; yönetimin değişimin yanında olmasını ve bunu etkin biçimde kullanılmasını sağlar; eğilimlerin saptanmasına yardımcı olmak için bir erken uyarı sistemi gibi çalışır ve araştırma, izlenim ve etik iletişim tekniklerini temel araç olarak kullanır.<sup>13</sup> Halkla İlişkiler; özel bilgi, beceri ve metotlardan oluşan bir bütündür.<sup>14</sup>

Gruning ve Hunt’a göre halkla ilişkiler, bir örgütle o örgütü ilgilendiren kamular arasındaki iletişim yöntemidir.<sup>15</sup> Halkla ilişkiler; her kuruluşta, kuruluş yönetiminin çevreyi bilmesi, değerlendirmesi ve çevresindeki değişimler karşısında sürekli önlem almasında olduğu kadar, kuruluş amaç, politika ve etkinliklerinin çevreye anlatılması ve benimsenmesinde merkezi bir konuma sahip bulunmaktadır. Sahip olduğu bu konum nedeniyle halkla ilişkiler, kuruluşun çevresiyle ilişkilerini, çevrenin kuruluş amaçlarını, işlevleri ve örgütsel davranış üzerindeki etkinliklerini ve kuruluşun çevre üzerindeki etkileme yol ve yönlerini anlatan bir kavramdır.<sup>16</sup>

---

<sup>12</sup> Zehra Güngör Sanyer, “Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Toplam Kalite Yönetimi”, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, 2000) s.23

<sup>13</sup> Pınar Eraslan Yayınoglu, **Çok Kültürlü Ortamlarda Halkla İlişkiler Kurumsal İletişim ve Yönetim**, 1.Basım, İstanbul: Dizayn Matbaacılık, 2005, s.87.

<sup>14</sup> A.Fikret Işıkyakar, **Halkla İlişkiler İPRA Raporu**, 1.Basım, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi, 1987, s.56.

<sup>15</sup> James E. Gruning, **Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik**, Elif Özsayar (çev.), İstanbul: Rota Yayınları, 2005, s.15.

<sup>16</sup> Birkan Uysal, **Siyaset Yönetim Halkla İlişkiler**, 1.Basım, Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayını, 1998, s.1.

## 1.2 Halkla İlişkilerin Amacı

Halkla İlişkilerin amacı, kuruluş ile diğer çeşitli iç ve dış kuruluşlar arasında iyi bir ortam yaratmaktır. Halkla ilişkiler kuruluşun yalnız halkla olan ilişkilerini değil, diğer kuruluş veya topluluklarla olan ilişkilerini de kapsamaktadır.

Halkla ilişkilerin diğer amaçları; halkı aydınlatmak ve onlara çalışmalarını benimsetmek, halkta yönetime karşı olan olumlu davranışlar yaratmak, halkın yönetimle olan ilişkilerini kolaylaştırmak<sup>17</sup>, kararların doğruluk derecesini arttırmak için halktan bilgi almak, kanun ve nizamlara uyulmasını sağlamak için bunlar hakkında halka aydınlatıcı bilgi vermek, halkla iş birliği sağlayarak hizmetlerin daha çabuk ve kolay görülmesini sağlamak, halkın istek, tavsiye ve şikayetlerinden yapılan çalışmalarda, hazırlanan yasa, tüzük ve diğer tasarımlardan yararlanmaktır. Halkla ilişkiler, özel ve kamu yararlarına cevap vermeye çalışmak ve herkesin kişiliğine saygı göstererek sosyal sorumluluk duygusu yaratmakta amaçları arasındadır.<sup>18</sup>

## 1.3 Halkla İlişkilerin Tarihi

Tarih incelediği zaman yöneten ve yönetilen ayrımının ortaya çıktığı dönemden bu yana, yani yönetimin ve devletin ortaya çıkmasıyla birlikte, halkla ilişkiler uygulamasının değişik görünüm ve biçimlerine rastlanmaktadır. Halkla ilişkiler çabalarının kökenini insanların toplum halinde yaşamaya başladığı en eski dönemlere kadar götürebilmek mümkündür.

Eski Yunan ve Roma'da uygulanmakta olan "Forum" bir halkla ilişkiler aracıdır. Arkeologlar, Irak'ta M.Ö. 1800 yıllarına ait tablet tarım bültenleri bulmuşlardır. Bu bültenlerde sulamanın nasıl yapılacağı, hasatın nasıl kaldırılacağı konularında çiftçilere bilgi verilmektedir. Eski Türk Devletlerinden Göktürk Devletinin Hakan'ı Bilge Kaan'ın "Ey Türk Milleti: üstte mavi gök çökmedikçe, altta yağız yer yarılmadıkça, senin il'ini ve töreni kim bozabilir." sözlerinin yer aldığı Orhun Kitabelerini de hedef kitleye verilen mesaj açısından bir halkla ilişkiler faaliyeti olarak

---

<sup>17</sup> Sami Şener, **Halkla İlişkiler**, 1.Basım, İstanbul: Sakarya Mühendislik Fakültesi Matbaa, 1992, s.7-9.

<sup>18</sup> Nuri Tortop ,s. 10

değerlendirilebilir.<sup>19</sup> Bundan 3000 yıl önce eski Teb’de, papirüs üzerine yazılmış yarış ilanları zamanımıza kadar bozulmadan kalmış en eski reklam örnekleridir.

İnsanlar arasında okur yazarların pek azınlıkta olduğu yüzyıllarda halkı belirli konularda aydınlatmanın ve inandırmanın diğer bir yolu da söylevler, konferansları bunlar da yüz yüze iletişime örnek oluşturmaktadır. Eski Yunan’daki Sofistlerin ve eski Roma’daki Çiçeron’un ün kazanmaları bu tip halkla ilişkiler çabası göstermeleri ile bağlantılıdır.

Gutenberg’in 1440’daki büyük buluşu basılı araçların geniş ölçüde kullanılmasını, kitle haberleşmesinin karşılıklı ilişki şeklinden çıkararak kalabalık grupları kapsamasını, yani kolaylaşmasını ve yayılmasını sağlamıştır. Ancak yüzyıllar boyu süregelen bu gelişim, halkla ilişkilerin 20. yüzyıla özgü bir yeni sanat, uğraş olduğu görüşünü yine de değiştirmemektedir. Çünkü araştırması, planlaması, değerlendirmesi, radyosu, televizyonu, gazetesi ve diğer yayınları ile gelişmiş bir halkla ilişkiler oluşumu, 20’nci yüzyılda, özellikle de II. Dünya Savaşı’ndan sonra gerçekleşmiştir.

Yönetimin olduğu kadar, özel kesimin halkla ilişkilerinin düzenli bir çaba olarak ortaya çıkması, birbirini tümleyen teknolojik, toplumsal değişikliklerin bir sonucudur. Halkla ilişkilerin 20’nci yüzyılda daha çok işlerlik kazanmasının nedenleri “gerek kamu gerek özel kesim örgütlerinin toplumsal sorumluluk duygularının güçlenmesi, iletişim teknolojisindeki büyük gelişmeler, devletin görevlerinin giderek çoğalması ve yönetimin karmaşıklaşmasının olumsuz sonuçlarını gidermek” olarak görülmektedir.<sup>20</sup>

Halkla İlişkiler, ayrı bir sorun alanı ve bir yönetsel uzmanlık alanı olarak bakıldığında dünya da oldukça yenidir. Yapılan araştırmalara göre Halkla İlişkiler deyimi ilk defa Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Thomas Jefferson tarafından 1807 yılında kongreye gönderdiği bir mesajda kullanmıştır. Deyimi kullananlardan bir başkası da Dorman Eaton adlı New York’lu hukukçu olmuştur.

---

<sup>19</sup> Halkla İlişkiler ve Yönetim, <http://www.ekitapyayin.com/id/051/halklailiskiler1.htm>, (15.05.2010)

<sup>20</sup> Halkla İlişkiler ve Yönetim, <http://www.ekitapyayin.com/id/051/halklailiskiler1.htm> (15.05.2010)

20'nci yüzyılın ilk yıllarında Ivy Lee adında bir gazeteci, günümüzde kabul gören halkla ilişkilerin teknik ve kavramların bir çoğunu ortaya çıkarmıştır.<sup>21</sup> Ivy Lee, 1916 yılında ilk halkla ilişkiler bürosunu kurmuştur. Lee, basın ile iş çevresini birbirine yakınlaştırmaya çalışmış ve bülten hazırlayarak iş çevrelerinin kamuoyuna seslerini duyurmalarını sağlamıştır.

Halkla İlişkilerin gelişmesine önemli katkıları olan bir diğer isimde Edward Bernays'dır. Bernays halkla ilişkiler alanında akademik çalışmalar yapan ilk kişidir. 1923 yılında Crystallizing Public Opinion (Kamuoyuna Biçim Verme) isimli eseri bu alanda yayınlanmış ilk eserdir. Bernays halkla ilişkiler konusunda üniversitelerde dersler vermiş ve alanın ilk uzmanı olarak nitelendirilmektedir. 1919'da ilk bürosunu açan Bernays yaptığı işi tanıtma işinin yönetimi olarak tanımlamıştır daha sonra ise halkla ilişkiler danışmanlığı deyimini kullanmıştır.<sup>22</sup>

1920 yılında ilk kes Halkla İlişkiler Danışma Ajansı kurulmuştur. 1923 yılında ilk kez New York Üniversitesinde halkla ilişkiler dergi verilmeye başlanmıştır.1924 yılında bir Amerikan ajansı Paris'te bir büro açarak Fransız iş adamları için seri konferanslar düzenlemiştir. Harvard, Yale ve Columbia üniversitelerinde de halkla ilişkiler dersi okutulmaya başlamıştır. İkinci Dünya Savaşı sırasında savaşın zorunluluğunu sivil ve askeri çevrelere açıklama için halkla ilişkilerden geniş ölçüde yararlanılmıştır.<sup>23</sup>

Osmanlı'da da planlı bir halkla ilişkiler uygulaması yoktur. Bu dönemin siyasal yapısı ve yönetim-halk ilişkisi kendiliğinden yürüyen ve tümüyle siyasal otoritenin isteğine kalmış neredeyse tek taraflı bir uygulama niteliğindedir. Dini hukuka göre yani şeriata göre davranmak temel ilkedir. Devletin gücünü bu ilkeye göre yönlendirmek ve kamusal eylem ve işlemleri bu ilkelere göre yürütmek önemli bir dini görev ve zorunluluk olmuştur. Halkın sorunları, kuruluşun ilk yıllarında, bizzat beyle halkın yüz yüze ilişkisi ile çözülebiliyordu.

---

<sup>21</sup>Halkla İlişkiler Nedir?, kamyon.politics.ankara.edu.tr/dergi/belgeler/sbf/73.pdf, Cemal Mihçioğlu, (14.01.2010)

<sup>22</sup> Biber Ayhan, **Halkla İlişkilerde Teorik Bir Çerçeve**, 1.Basım, Vadi Yayınları:2004,s.24-25

<sup>23</sup> Tortop, s.14

Fatih'le birlikte artık imparatorluk dönemi başlamıştır. sultanın güvenliğiyle ilgili özel önlemler gerekmektedir. Bu amaçla oluşturulan koruma birimleri ve kurumlar, padişahın halkla ilişkisinde önemli bir başka engeldir. İstanbul'un fethinden sonra O güne değin herkese açık olan, özellikle halka açık olması nedeniyle de ilginç bir halkla ilişkiler örneği oluşturan, divan toplantılarıyla ilgili bazı sınırlamalar, bazı yasaklar getirilmiştir. Divanda vezirlerle toplanmayı ve bu toplantıları halka açmayı, toplantılara halkı davet etmeyi yasaklar. günümüzde önemli bir halkla ilişkiler yöntemi olan ve oldukça yaygın olduğunu bildiğimiz "eş, dost, akraba ya da yönetici çevre ile birlikte yemek yeme" usulü Fatih Sultan Mehmet tarafından yasaklanmıştır. İslam, cami kurumu ile önemli bir halkla ilişkiler alanı yaratmıştır. Yine cami ile birlikte siyasal iktidarın eline önemli bir ideolojik araç geçmiştir.

Şikayet mektupları Osmanlı'da halk şikayetle-rini yansıtan en ilginç örnekler olduğu gibi Osmanlı'nın halkla ilişkileri hakkında da bir fikir vermektedir. Şikayet yoluyla hem görevlilerin işlerini doğru dürüst yapıp yapmadıkları denetleniyor hem de aksaklığın nerede olduğu saptanıyordu.

II. Mahmut'tan sonra devlet-halk ilişkisinde önemli değişiklikler oldu. Ancak bu değişiklikler yönetim-yönetilen ilişkilerinin özünde olmayıp biçimiyle ilgilidir. Önce yeni araçlar devreye girdi, ikinci olarak ilişkileri iyileştirme çabaları önemli hale geldi. Devlet kamuoyunu biçimlendirmek için yeni yöntemlere başvurdu. Klasik devirdeki gibi şehirlerin meydanlarında okunan fermanlar, adaletnameler veya camilerde verilen vaazlar, halkı devlet adına etkileyecek propagandayı yapmakla görevli duagular, şeyhler, seyyidler yerine yavaş yavaş gazete kullanılmaya başlandı 1860'da ilk bölgesel gazetenin daha sonraları da önemli kentlerde vilayet gazetelerinin yayınlandığını görmekteyiz. 1860 ile 1908 arasında bu gazetelerin yayınlandığı vilayet sayısı otuz dolayındadır.

II. Abdülhamit döneminde (1876-1909) sultanın halkla ilişkileri ve imaj sorunu çok şeyin önüne geçti. Osmanlı'nın bıraktığı miras ve alışkanlık nedeniyle Cumhuriyet

yönetimi de halkla ilişkilerinde sorun yaşamış, ortaya sorunlar çıkmıştır. Cumhuriyet döneminde sistemi halka doğru çevirmek de sanıldığı kadar kolay olmamıştır<sup>24</sup>

Amerika'da 1920'lerde çağdaş anlamda halkla ilişkiler faaliyet başlarken 1950'lere doğru Avrupa'ya gelmektedir. Türkiye'de ise halkla ilişkiler 1960'lı yıllarda başlamıştır. 1960 öncesinde de kamu kuruluşlarının bugün halkla ilişkiler diye tanımlanan birtakım çalışmaları olmuştur. Örneğin; Dış İşleri Bakanlığı Enformasyon Genel Müdürlüğü 1950'li yıllarından itibaren halkla ilişkiler birimi gibi çalışmıştır.<sup>25</sup>

Türkiye'de halkla ilişkiler anlayışı Batı'daki özellikle de ABD'deki gelişimi göstermemiştir. Türkiye'de cumhuriyetin kuruluşundan, çok partili hayata kadar görev yapan hükümetlerden yalnızca 1946'da göreve başlayan Celal Bayar Hükümetinin programında polisin halkla ilişkilerine dair bir hüküm yer almıştır.

1950'lerden sonra Amerikan ordu sistemine yakın bir örgüt ve eğitim biçimi benimseyen Türk Silahlı kuvvetleri halkla ilişkiler birimine yer vermiştir. 1960'lardan önce Milli savunma Bakanlığı ve Genel Kurmay Başkanlığında Basın ve Halkla Münasebetler Daire Başkanlığı yer almıştır.

Çağdaş anlamda ilk Halkla İlişkiler çalışması 1961'de kurulan Devlet Planlama Teşkilatının Koordinasyon Dairesi bünyesinde Temsil Şubesinin yer alması ile başlamıştır. Ülkemizde toplumu doğrudan doğruya etkileyen ve uygulaması neticesinde başarılı sonuçlar veren ilk halkla ilişkiler kampanyalarından biri 1964 yılında uygulanan ve nüfus planlamasını topluma benimsetmeye çalışan kampanyadır.

1966 yılında Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi'ne bağlı Basın Yayın Yüksek Okulunun üçüncü ve dördüncü sınıf uzmanlık bölümleri Gazetecilik, Halkla İlişkiler ve Radyo-Televizyon olarak saptanmış ve böylece halkla ilişkiler konusunda uzmanlık eğitimi vermeye başlanmıştır.

---

<sup>24</sup>Kazancı Metin , **Osmanlıda Halkla İlişkiler** , Selçuk Üniversitesi Dergisi, 2006, s.3-23.  
[http://74.125.155.132/scholar?q=cache:2w2ZBYStFt0J:scholar.google.com/+halkla+ili%C5%9Fkiler+ma+kale&hl=tr&as\\_sdt=2000&as\\_vis=1](http://74.125.155.132/scholar?q=cache:2w2ZBYStFt0J:scholar.google.com/+halkla+ili%C5%9Fkiler+ma+kale&hl=tr&as_sdt=2000&as_vis=1)

<sup>25</sup> **Halkla İlişkiler Sempozyumu-87**, Halkla İlişkilerin Türkiye'de Benimsenmesi, No.1, s.27-29.

Ülkemizde halkla ilişkiler öncelikli olarak kamu kuruluşlarında başlarken, Amerika Birleşik Devletleri'nde ise halkla ilişkiler ticari kurumlarda ortaya çıkmıştır. Türkiye'de özel kuruluşların halkla ilişkiler ile tanışması ancak 1970'li yıllarda mümkün olmuştur.<sup>26</sup>

Örgütlenme hareketleri ise 1969 yılında başlamıştır. 1972 yılında İstanbul'da Halkla İlişkiler Derneği kurulmuştur. 1973'de Ankara'da 1985'te ise İzmir'de benzer örgütler kurulmuştur. Ereğli Demir Çelik İşletmeleri A.Ş. Koç Grubu, Eczacıbaşı ve Yaşar Holding Türkiye'de ilk halkla ilişkiler uzmanı çalıştırmaya başlayan özel kuruluşlar olmuştur.<sup>27</sup>

#### **1.4 Halkla İlişkilerde Kullanılan İletişim Araç Ve Yöntemleri**

Halkla ilişkilerde ,hedef kitleyle iletişim kurulup,haberleşmenin sağlanabilmesi için hem kişisel hem de kişisel olmayan çeşitli araçlardan yararlanır. Halkla ilişkilerde kullanılan iletişim araçları; yazılı, sözlü, görsel ve işitsel araçlar, olarak ayrılmaktadır. Temel amaç, hedef kitleye mesajların, en kısa zamanda, en az maliyetle ve en uygun hangi araçları kullanarak iletilmesinin belirlenmesidir.<sup>28</sup>

##### **1.4.1 Yazılı Araçlar**

Yazılı iletişim araçları; gazete, dergi, bülten, broşür, mektup, el ilanı, afiş olarak sayılabilmektedir.

Gazete kamuoyu oluşturmada etkili araçlardan biridir. Basılı araçların başında gelir. <sup>29</sup>Kitle iletişim aracı olarak gazete; ulusal gazete, bölgesel gazete, yerel gazete ayrıca günlük gazete ve günlük olmayan gazeteler olarak sınıflandırılabilir. Gazeteler ayrıca işletme gazete olarak da sınıflandırılabilir. Bazı kurum ve kuruluşlar bu gazete yerine bülten çıkarmayı tercih etmektedir.

---

<sup>26</sup> Ayla Okay, Aydemir Okay; **Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları**, 1.Basım, İstanbul: Der Yayınları, 2001, s.9-23.

<sup>27</sup> Güngör Onal, **Halkla İlişkiler**, 1.Basım, İstanbul: Türkmen Kitapevi, 1997 , s.8.

<sup>28</sup> Halkla İlişkilerde Kullanılan Araçlar, <http://www.genelforum.gen.tr/halkla-iliskiler-turizm-ulaştırma/100376-halkla-iliskilerde-kullanilan-araclar.html> (06.05.2010).

<sup>29</sup> Yücel Ertekin, **Halkla İlişkiler**, 1.Basım, Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları, 1983, s.81-87.

Halkla İlişkiler faaliyetlerinin hedef kitlesinin yaygın ve dağınık özellik gösterdiği durumlarda, ulusal gazetelerdeki ilgili yayınlar etkili olmaktadır. Gazeteler içerdikleri konular bakımından; siyasal gazeteler, ekonomik gazeteler, magazin gazeteleri ve spor gazeteleri sınıflandırılmaktadır.<sup>30</sup>

Dergiler gazetelere göre daha uzun zaman dilimleri içinde çıkarılan halkla ilişkiler aracıdır. Dergiler; haberler, röportaj ve magazin türü konulara ağırlık vermektedir. Ancak hangi okuyucu kitlesine hitap edeceği önceden iyi saptanmalı ve ona göre hazırlanmalıdır<sup>31</sup>

Kuruluşların faaliyetlerini basına periyodik olarak duyurma amacıyla hazırladıkları duyurulardır.<sup>32</sup> Haber ajansı bültenleri ve diğer bültenler olarak iki farklı bülten vardır. Haber ajansı bültenleri tüm basın-yayın kuruluşlarına ve diğer abonelerine; haber, yorum, fotoğraf vb. konularda kaynak oluşturmaktadır. İşletmelerin kendi halkla ilişkiler faaliyetleri için bülten çıkartmaları klasikleşmiş bir diğer bültendir.<sup>33</sup>

Broşür genelde az sayfalı, ufak bir dergi boyunda basılan bir tanıtma aracıdır. Daha çok 8 ila 16 sayfa arasında basılır ve önemli özelliği bol resimli oluşmaktadır. Broşürler daha çok firmayı tanıtan özlü bilgiler içermektedir. İşletmenin üretim ve sosyal tesislerinde renkli görüntüler vermektedir.<sup>34</sup>

Broşürler, kurum tarafından hazırlandıkları için belirli üstünlükler taşır. Broşürün içeriği tümüyle kuruluşun denetimindedir. Bu yüzden broşürü istenilen biçimde hazırlamak ve süreci baştan sona denetim altında tutmak mümkündür. Bu, broşürü dergi ve gazetelerden ayıran en önemli farktır. Halkla ilişkiler çalışmalarının anlatılması bazen daha çok sayıda sayfaya ihtiyaç gösterebilir. Bu durumda broşür

---

<sup>30</sup> Özkan Tikveş, **Halkla İlişkiler&Reklamcılık Temel Bilgiler ve Uygulamalar**, 1. Basım, İstanbul: Betaş, 2003, s.124.

<sup>31</sup> **Halkla İlişkilerde Kullanılan İletişim Araçları**, [www.bilgininadresi.net/bilgirehberi/halklailiskiler](http://www.bilgininadresi.net/bilgirehberi/halklailiskiler) (17.01.2010).

<sup>32</sup> Gönül Budak, Gülay Budak, **Halkla İlişkiler (Davranışsal Bir Yaklaşımdır)**, 1. Basım, İstanbul: Beta, 1995, s.142.

<sup>33</sup> Tikveş, s.129.

<sup>34</sup> **Halkla İlişkilerde Kullanılan İletişim Araçları**, [www.bilgininadresi.net/bilgirehberi/halklailiskiler](http://www.bilgininadresi.net/bilgirehberi/halklailiskiler) (17.01.2010).

yerine el kitabı hazırlamak gerekir. El kitapları sayfa olarak daha fazladır ve basit referans kaynağı olarak konuların açıklanmasına yardımcı olur.<sup>35</sup>

Mektup, posta yoluyla ya da elektronik ortamda e.mail olarak gönderilmektedir. Halkla ilişkilerde genelde iş mektupları kullanılmaktadır. Belirli kişiler, işletmenin faaliyetlerinden bu araçla haberdar edilebilmektedir.<sup>36</sup>

Afiş; meydanlarda, bulvarlarda, caddede, hava meydanlarına yakın binalarda veya işletmelerde asılan afişler dikkat çekici olmaktadır. Afiş ile az sayıda kelimeyle mesaj verilebilmektedir.<sup>37</sup>

#### **1.4.2 Sözlü Araçlar**

Yüz yüze görüşme, telefonla görüşme, toplantılar, konferans ve seminerler olarak dört başlık altında incelenmektedir.

Yüz yüze yapılan görüşmeler yazılı iletişimden daha etkili sonuçlar doğurmaktadır. Çünkü yazılı iletişim daha çok tek yönlü işlerken sözlü iletişim ve özellikle yüz yüze iletişim iki yönlü çalışmaktadır. Bu durumda verici konumunda bulunan kişi karşı tarafın algılama, davranış ve tepkilerini anında saptayabilmektedir. Yüz yüze yapılan iletişimin sonucunda alıcı ya da hedef kitle olumlu bir izlenim edinmişse bu izlenimlerini başkalarına aktararak kurum adına bir hizmete getirmiş olmaktadır.

Telefonla görüşme Halkla İlişkilerde önemli araçlardan biridir. Firma adına konuşan kişi ile karşı taraf arasında bir diyalog kurma fırsatı yaratılmıştır.<sup>38</sup> Kurum dışı halkla ilişkiler de kullanılabileceği gibi kurum içi halkla ilişkilerde de kullanılabilir.<sup>39</sup>

---

<sup>35</sup> Halkla İlişkilerde Kullanılan Araçlar, <http://www.frmttr.com/halkla-iliskiler-turizm-ve-insan-kaynaklari-ulasirma/683998-halkla-iliskilerde-kullanilan-araclar.html> (20.05.2010).

<sup>36</sup> Tikveş, s.132.

<sup>37</sup> Tikveş, s.134.

<sup>38</sup> Halkla İlişkilerde Kullanılan İletişim Araçları, [www.bilgininadresi.net/bilgirehberi/halklailiskiler](http://www.bilgininadresi.net/bilgirehberi/halklailiskiler) (17.01.2010).

<sup>39</sup> Mahmut Oktay, **Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları**, 1.Basım,İstanbul: Der Yayınları, 1996 s. 67.

Halkla İlişkiler açısından toplantılar bilgi verme, değerlendirme ya da bilgi alma amacıyla yapılmaktadır. Katılanlar karşılıklı görüş ve düşüncelerini açıklayarak bilgi alış-verişine girer ve firma katılanlara toplantı sırasında en doyurucu – tanıtıcı bilgileri sunmaktadır.

Toplantının yapılacağı yer, tarih ve saat önceden kitle iletişim araçlarında duyurulmalıdır. Toplantıya basın mensupları çağırılarak, toplantı konusunun ve sonuçlarının hedef kitlelere duyurulması sağlanmalıdır.

Tek yönlü iletişim araçlarında biri de konferanstır. Genellikle konuşmacı tarafından hedef kitleye mesajlar iletmektedir. Konuşmacı ile katılanlar arasında bir diyalog kurulmamaktadır. Eğer konferansın konusu dinleyenlerin ilgisini çekmiyorsa beklenen etkiyi sağlamayabilmektedir. Seminerler ise kitlenin ilgi ve güvenini kazanmak için düzenlenen faaliyetlerdendir. Genellikle birkaç gün sürmekte ve güncel konularda düzenlenmektedir. Seminerin son günü, tartışma açılarak karşılıklı bilgi aktarımı yapılmaktadır.<sup>40</sup>

### ***1.4.3 İşitsel ve Görsel Araçlar***

Bu araçlar arasında Radyo ve Televizyon, film ve video bantı, sergi, yarışma ve festivaller sayılabilmektedir.

Radyo da mesajlar sadece sesle iletilmektedir. Bir radyo programında başta insan sesi olmak üzere müzik ve efekt vb. öğeler kullanılmaktadır. Radyo kulağa hitap etmektedir. İşitsel özelliği nedeniyle hayal gücünü harekete geçirmektedir. Ucuz bir kitle iletişim aracıdır. Sloganlar radyoda kullanımı ve sık sık tekrarlanması en çok rastlanan uygulanmalardandır.

---

<sup>40</sup> Halkla İlişkilerde Kullanılan İletişim Araçları ,[www.bilgininadresi.net/bilgirehberi/halklailiskiler](http://www.bilgininadresi.net/bilgirehberi/halklailiskiler) (17.01.2010).

Televizyon aynı anda göze ve kulağa hitap ettiğinden en etkili kitle iletişim aracıdır. Bu aracın asıl etkisi görselliği nedeniyle olmaktadır. Ses, bu unsuru desteklemektedir.<sup>41</sup>

Halkla İlişkiler faaliyetlerinde kullanılan önemli araçlar arasında film ve video bantta yer alır. Dokümanter, eğitsel, kültürel veya sadece tanıtım amacına yönelik filmler yapılabilmektedir.

Halkla İlişkiler faaliyetlerinde sergiye de yer verecek kuruluşların, sergide anlatılmak istenen şeylerin açık ve anlaşılır olmasına dikkat etmeleri gerekmektedir. Özellikle kuruluşları ve onların yaptığı çalışmalarını tanıtmak amacıyla düzenlenen sergilerde buna dikkat edilmelidir.

Yarışmalar toplumsal bir hizmettir. Halkın ilgisi çekilerek, sonuçta katılanları ödüllendirmek amaçlanmaktadır. Yarışma düzenlenirken, halka duyurulmasında kitle iletişim araçlarından yararlanılarak, kişilerin yarışmaya özendirilmesi sağlanmalıdır.

Festivaller günümüzde giderek yaygınlaşmaya başlayan faaliyetler arasındadır. Festivaller gerek yerel, gerek ülke düzeyinde, gerekse uluslararası platformlarda kuruluşların adlarını duyurmada bir araçtır. Festivallerin kültürel yönden katkıları da büyüktür. Festivaller, Halkla İlişkilere faaliyeti olarak iyi bir şekilde düzenlendiklerinde halkın dikkatini çekebilmektedirler.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Tikveş, s.140.

<sup>42</sup>Halkla İlişkilerde Kullanılan İletişim Araçları, [www.bilgininadresi.net/bilgirehberi/halklailiskiler](http://www.bilgininadresi.net/bilgirehberi/halklailiskiler) ( 17.01.2010).

## 2. KAR AMACI GÜTMİYEN İŞLETMELER

Kar Amacı Gütmeyen Kurumlar; açık ya da örtük biçimde kâr amacı gütmeyen; sağlık, eğitim gibi sosyal hizmetleri sağlamak amacıyla etkinlikte bulunan kurumlar.<sup>43</sup>

Vakıf, dernek gibi sivil toplum örgütlerinden oluşan vatandaşlar sektörüne çağdaş demokrasilerde; hükümet dışı kuruluşlar, üçüncü sektör, bağımsız sektör, gönüllü kuruluşlar sektörü, kar amacı gütmeyen kuruluşlar gibi adlar verilmektedir.<sup>44</sup>

Kişilerin sosyal ihtiyaçlarının karşılanması onların daha verimli ve etkin çalışmalarını sağlayacağından bu ihtiyaçların karşılanması toplumlar için son derece önem taşımaktadır. Kişilerin ihtiyaçları ve istekleri sonsuzken kaynaklar sınırlıdır. İşletmeler kar amacının yanında değişen çevre koşullarının ortaya çıkardığı toplumsal ihtiyaçları karşılamak içinde çaba göstermeli, tüketicilerde bu çabanın ürünlerini almaya özendirilmelidir.

Bir ekonomi de ticari ve sanayi işletmeler dışında kalan bir takım işletmeler faaliyetlerini çeşitli sosyal sorunlarını çözmek ya da bazı sosyal faydalar sağlamak amacıyla yürütmektedirler. Bu tür işletmeler için birincil amaç kar elde etmek değil sundukları hedef kitleye çeşitli yararlar sağlamak ve bu yararların tatmin düzeyini en yükseğe çıkartmaktır. Kar amacı güden organizasyonlar ve devlet sektöründen sonra üçüncü sektör adıyla tanımlanan bu organizasyonlara kar amacı gütmeyen organizasyonlar ya da kurumlar adı verilmektedir.

Kar amacı gütmeyen kurumlar genelde devlete bağlı olarak ve devletten büyük yardımlar alarak işlerini yürütmektedirler. Varlıklarını devam ettirebilmek için devlet yardımları dışında bu kurumlar; özel işletmelerin, bağışçıların ve halkın maddi ve manevi desteğine ihtiyaç duymaktadırlar.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Kar Amacı Gütmeyen Kurumlar Nedir?, [http://www.nedirmedemek.org/kar\\_amac%C4%B1\\_g%C3%BCtmeyen\\_kurumlar\\_nedir](http://www.nedirmedemek.org/kar_amac%C4%B1_g%C3%BCtmeyen_kurumlar_nedir) (20.01.2010).

<sup>44</sup> Zekai Baloğlu (Ed.), **Daha Sağlıklı Bir Demokrasi ve Sivil Toplum İçin Türkiye’de Vakıflar ve Dernekler Sorunlar ve Değişime Yapısal Uyum Önerileri**, İstanbul: Arset Matbaacılık, 2000, s.13.

<sup>45</sup> Ekrem Cengiz, **Kar Amacı Gütmeyen Kurumlarda Pazarlama Faaliyetleri**, e-dergi.atauni.edu.tr, (29.03.2010).

Kar amacı gütmeyen kuruluşlar, piyasada faaliyet gösteren işletmeler arasında birincil amacı kar elde etmek olmayan, toplumu bilinçlendirmeyi ve fayda sağlamayı amaçlayarak hizmet götüren gayri ticari kuruluş olmanın yanı sıra faaliyetlerinden elde ettikleri geliri yine amaçladıkları toplumsal fayda için harcamaktadırlar. Kurucu ve ortakları ise herhangi bir kar payı ödemesi almamaktadır. Bu özellikleriyle ticari bir kurumdan ayrılırken diğer tüm fonksiyonlarıyla ticari işletmelerin tabi olduğu piyasa şartlarına da uyum sağlamak durumundadırlar.<sup>46</sup>

Kar amacı gütmeyen kurumlar, gönüllü, bağımsız, üçüncü sektör ya da sivil toplum sektörü olarak da bilinen bu kuruluş grubu, içinde çeşitli girişimleri de barındırmaktadır. Bunlar; hastaneler, üniversiteler, sosyal kulüpler, profesyonel organizasyonlar, günlük bakım merkezleri, insan hakları örgütleri ve diğerleridir. Bu çeşitliliklerine rağmen bu girişimlerin bazı ortak özellikleri bulunmaktadır. Kar amacı gütmeyen kurumların ortak özellikleri;

- Kurumsal bir yapıya ve sahip oldukları için organizasyon olarak tanımlanmışlardır.
- Kurumsal olarak devletten ayrı oldukları için özel kurumdurlar.
- Yöneticilerine ya da sahiplerine kar dağıtmadıkları kar amacı gütmeyen işletmelerdir.
- Kendi problemlerini kendileri kontrol ettikleri için özerk kuruluşlardır.
- Üyelik yasal olarak zorunlu olmadığı, para ve zaman açısından gönüllü katkıları kendilerine çektikleri için gönüllü kuruluşlardır.

John Hopkins Comparative Non-profit Sector Project kapsamında çeşitli ülkelerde yapılan araştırmaya göre kar amacı gütmeyen işletmelerin faaliyet alanları şu şekildedir; kültür, eğitim, sağlık, sosyal hizmetler, çevre, gelişme, savunuculuk, uluslar arası sorunlar, dini oluşumlar, ticari ve profesyonel birliklerdir.

---

<sup>46</sup> Güniz Atış, "Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlarda Pazarlama ve Halkla İlişkiler", (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Marmara Üniversitesi SBE, 1993 ), s.40.

Faaliyet alanlarına göre yapılan başka bir sınıflandırma ise kar amacı gütmeyen kurumlar üç grupta sınıflandırılmıştır. Bu sınıflar;

- Yardım amaçlı sivil toplum kuruluşları
- Duyarlılık yaratan sivil toplum kuruluşları
- Toplumsal üretim ve başvuru kaynakları

Sivil toplum kuruluşu kavramı gerek dünyada gerekse ülkemizde sınırları kesin olarak çizilebilmiş bir kavram değildir. Avrupa Birliği dernek, vakıflar, meslek odaları, sendikalar ve federasyonlar, yerel birlik ve kooperatifler kuruluşlarını Sivil Toplum Kuruluşu kavramına almıştır.<sup>47</sup>

Sivil Toplum Kuruluşları,; Fransızca'da Organisations Non Gouvernementales, İngilizcede ise Non Governmental Organisations olarak bilinmektedir.<sup>48</sup> Sivil birlikler kendi başlarındaki ekonomik veya siyasi güçlerden bağımsız olmalı ki amaçlarını gerçekleştirebilsinler.<sup>49</sup>

Sivil Toplum Kuruluşları, sivil toplumdaki belli ilgi gruplarını temsil etmek üzere organize olmuş kurumlardır. Etkinlik alanlarına göre STK'ları kalkınma ve yardım STK'ları olarak ikiye ayırabilir. Kalkınma STK'ları sosyal, ekonomik ve kültürel kalkınmayı hedeflerken, yardım STK'ları dezavantajlı gruplar için insani yardım misyonu üstlenmektedir.<sup>50</sup> Sivil Toplum Kuruluşları, birey veya gruplar ile devletler ve çok uluslu işletmeler arasında arabulucu pozisyonundadır.<sup>51</sup> STK'lar, bireylere mesajı resmi devlet beyanlarından daha direkt daha etkili bir şekilde iletir.<sup>52</sup>

Hegel, sivil toplumu modern dünyanın bir başarısı olarak görmektedir. Sivil toplum, bireylerden, gruplardan, sınıflardan ve çalışmaları modern hukuk tarafından

---

<sup>47</sup> Gülçin Ermiş, "Vakıflar İçin Stratejik Bir Karar Modelinin Geliştirilmesi", (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi FBE, 2009), s.3-7.

<sup>48</sup> Philippe Ryfman, **Sivil Toplum Kuruluşları**, İsmail Yerguz (çev.), İstanbul: İletişim Yayıncılık, 2006, s.25.

<sup>49</sup> Ali Çakmak (Ed.), STK'larda Gönüllük ve Gençlik, İstanbul:Numune Matbaacılık, 2002, s.5-6.

<sup>50</sup> Sivil Toplum Kuruluşu Nedir? [www.insanca.kadikoy.bel.tr](http://www.insanca.kadikoy.bel.tr), (29.03.2010).

<sup>51</sup> Halis Yunus Ersöz, **Türkiye'de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek ve Sivil Toplum Kuruluşları**, 1.Basım, İstanbul: Vimek Ajans Reklamcılık Matbaa, 2007, s.115.

<sup>52</sup> Uğur Özgöker ve Ayça Öztürk (Ed.), **Avrupa Birliği Müzakere Sürecinde STK'ların ve Vakırların Rolü ve Önemi**, İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Yayınları, 2007, s.31.

düzenlenen ancak bu nitelikleriyle de siyasal devletin kendisine doğrudan bağlı olmayan kurumlardan oluşan bir yapı olarak tanımlanmaktadır.<sup>53</sup>

Sivil Toplum Kuruluşu, resmi kurumlar dışında ve bunlardan bağımsız olarak çalışan, politik, sosyal, kültürel, hukuki ve çevresel amaları doğrultusunda lobi çalışmaları, ikna eylemleriyle çalışan, üyelerini ve çalışanlarını gönüllülük usulüyle alan, kar amacı gütmeyen ve gelirlerini bağış veya üyelik ödemeleriyle sağlayan kuruluşlar olarak da tanımlayabiliriz.

Sivil toplum kuruluşları oda, sendika, vakıf ve dernek adı altında faaliyet göstermektedir. Vakıf, dernekler topluma yararlı bir hizmet geliştirmek için kurulmuş yasal topluluklardır. Bu kuruluşlar herkese yardım etmek için kurulmuşlardır.<sup>54</sup>

Türkiye’de STK’ı 1980’li yıllardan itibaren gelişmeye başlamış ve bugün dernekler, meslek odaları, vakıflar, sendikalar ve kooperatiflerle birlikte sayısının 150.000’ne yaklaştığı düşünülmektedir.<sup>55</sup>

---

<sup>53</sup> Yavuz Cevit, Sivil Toplum Kuruluşlarında Bir Gereklik Halkla İlişkiler, 2009, Ordu Üniversitesi, [http://74.125.155.132/scholar?q=cache:AqiHWdl9y8J:scholar.google.com/+sivil+toplum+kurulu%C5%9Fu+makale&hl=tr&as\\_sdt=2000](http://74.125.155.132/scholar?q=cache:AqiHWdl9y8J:scholar.google.com/+sivil+toplum+kurulu%C5%9Fu+makale&hl=tr&as_sdt=2000) (24.05.2010).

<sup>54</sup> Sivil Toplum Kuruluşu, tr.wikipedia.org/wiki, (29.03.2010).

<sup>55</sup> **II. Ulusal Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi Bildiriler Kitabı**, 1.Basım, 2005, s.193.

### 3. KOOPERATİF

Kooperatif Latince de iş birliği anlamına gelmektedir. Kooperatifin farklı tanımlarının yapılmasına rağmen bugün herkesçe kabul edilmiş bir tanımı yoktur.

#### 3.1 Kooperatifin Tanımı

1925 yılında Hollanda kooperatifler yasasında kooperatif şu şekilde tanımlanmıştır, “Ortaklarının girme ve çıkmalarının serbest olduğu ve ortaklarının, işlerini birleştirerek veya onlara gerekli maddeleri satın alarak veya onlara kredi sağlamak suretiyle, ekonomik haklarını savunma amacını güden şahıs birleşmeleridir”.

Bir diğer kooperatif tanımı ise 1942 İtalyan Yurttaşlar yasasında yapılmıştır. Bu tanıma göre kooperatif “Karşılıklı yardım amacı güden, değişik sermayeli, sınırsız ortaklı ortaklarının en çok payı tespit edilmiş bir ekonomik örgüttür”.

İtalyan İktisatçı Prof. Valenti göre ise kooperatif, “Dağılımindan zarar görenlerin, bu zararı ortadan kaldırmak ve dağılımlında bir denge yaratmak amacıyla, kendi istekleri üzerine birleşip meydana getirdikleri kolektif bir işletmedir.”

Fransız kooperatifler yasasında kooperatifler, “Belirli bazı malların ve bazı hizmetlerin maliyet fiyatlarını ve gereğinde satış fiyatını; karları maliyete eklenen müteşebbis veya aracılardan gördükleri işleri yapmak suretiyle, kendi ortakları lehine ve bu ortakların müşterek gayretleriyle düşürmek; ortakların sağladıkları veya ortakların üretip tüketiciye sattıkları mal veya eşyanın kalitesini düzeltmek olan şirketlerdir” şeklinde tanımlanmıştır.

Ünlü Fransız kooperatifçisi Charles Gide göre kooperatif “ Karı ortadan kaldırma amacını güden bir birleşme şeklidir”.

Alman mevzuatında ise kooperatifler “Müşterek bir işletme vasıtasıyla ortakların tarımsal ve ekonomik gereksinimlerini karşılamak üzere kurulan sınırsız ortaklı şirketlerdir”.

Alman kooperatifçi Prof Henzler “ Konut kooperatifleri dışında, üye sayıları sınırlı olmayan, ekonomilerini belirlenen temel sözleşme uyarınca, birlikte yükümlen ekonomik araçlarla kendilerine özendirme görevi verilen bireyler topluluğuna kooperatif denmektedir” şeklinde tanımlamıştır.<sup>56</sup>

Kooperatifin Türkiye’deki tanımı ise Kooperatifler kanununda “ Tüzel kişiliği haiz olmak üzere, ortaklarının belirli ekonomik menfaatlerini ve özellikle meslek ve geçimlerine ait ihtiyaçlarını, işgücü ve parasal katkılarıyla karşılıklı yardım, dayanışma, ve kefalet suretiyle sağlayıp korumak amacıyla gerçek ve tüzel kişiler tarafından kurulan değişir ortaklı ve değişir sermayeli ortaklıklar” olarak yapılmıştır.<sup>57</sup>

Kooperatif; ortak ekonomik, sosyal, kültürel istek ve ihtiyaçlarını demokratik şekilde idare edilen bir kurum üzerinden karşılamak üzere bir araya gelen gönüllü insanlardan oluşan topluluktur.

Kooperatifler kişisel yardım, kişisel sorumluluk, demokrasi, eşitlik ve dayanışmaya dayalı değerlere sahiptir. Kurucularının geleneğine göre, kooperatif üyeleri dürüstlük, açıklık, sosyal sorumluluk ve diğerlerini önemseme gibi etik değerlere sahiptir.<sup>58</sup>

Kooperatifçilik, işbirliği ile adil ve eşit bir katılımı ve paylaşımı da öngörmektedir. Bunun sonucu olarak birtakım düzenlemelerin yapılması zorunluluğu ortaya çıkmış ve böylece bir kooperatifler hukukunun oluşmuştur ve saptanan hukuksal ilkeler doğrultusunda kooperatiflerin gerçek kimliklerini kazanmaları ve korumaları olanağı sağlanmıştır.<sup>59</sup>

M.Colombian kooperatifi, “ Aynı iktisadi üçlüklerle, mücadele eden, hak ve vecibelerde eşitlik esasına göre bir araya gelen kimselerin bir veya birkaç iktisadi görevlerini, ortaklaşa bir işbirliği halinde maddi ve manevi istifadeleri için devrettikleri girişimi yönetip kullanarak, sözü edilen belli başlı güçlükleri gidermek amacıyla değişir

---

<sup>56</sup> Ziya Gökalp Mülayim, **Kooperatifçilik**, 5.Basım, Ankara: Yetkin Basımevi, 2006, s. 65-67 .

<sup>57</sup> Reha Poray, Ünal Tekinalp, Ersin Çamoğlu, **Ortaklıklar ve Kooperatif Hukuku**, İstanbul: Arıkan Basım Yayım Dağıtım, 2005, s.949.

<sup>58</sup> Kooperatifler, <http://www.aib.org.tr/proje/kooperatif.doc> (14.05.2010)

<sup>59</sup> Kooperatifçilik, <http://osmanaltug.com/yazilar.html> (14.05.2010).

sayıda kişilerin bir araya gelmesinden meydana gelen bir organizasyondur.” Şeklinde tanımlamıştır.<sup>60</sup>

Kooperatifçilik sosyal yönüyle ele alınırsa; toplumun birçok sorununu zararsız ve sarsıntısız çözümlenmeye yarayan bir yoldur. Kooperatifleri emek ve ürünü değerlendirmek ve aynı zamanda yaşayış seviyesi bakımından geri kalmadan bir hayat düzeni kurmak ve böylece çeşitli zümreler arasında muhtemel çekişmeleri önlemek, sivri uçları törpüleyip, sınıf farklarını azaltmak ve dolayısıyla toplumun sosyal dert ve sorunların o nispette eksiltmek ve çözümlenmek suretiyle birer denge hizmeti görmektedir.<sup>61</sup>

Kooperatiflerde bulunması gereken özellikler;

- İşbirliği amacıyla kurulurlar.
- Kooperatiflerin gelir ve giderleri arasında gelir farkı kalırsa ortaklara eşit olarak geri dağıtılır.
- Sermayeleri ve ortak sayıları sınırlıdır.
- Mesleksel gelişme, ortak yaşama, birbirlerinin çıkarlarına saygı duyma, sorunları paylaşabilme gibi konularda eğitimi güçlendirir.<sup>62</sup>

Kooperatifçilik İlkeleri;

- Gönüllü ve herkese açık üyelik: Kooperatifler, cinsel, sosyal, ırksal, siyasal ve dinsel ayrımcılık olmaksızın, hizmetlerinden yararlanabilecek ve üyeliğin sorumluluklarını kabule razı olan herkese açık gönüllü kuruluşlardır.

---

<sup>60</sup> Rıdvan Karalar, **Teoride ve Türkiye Uygulamasında Tarımsal Pazarlama Açısından Kooperatif İşletmeler**, 1.Basım, Eskişehir: Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları, 1975, s.35.

<sup>61</sup> Kösem Yıldız, “Kooperatiflerde Marka Yönetimi”, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi Marmara Üniversitesi SBE, 2008 ),s.6.

<sup>62</sup> Dünya Kooperatifçilik Günü, <http://mitoloji.info/belirli-gun-ve-haftalar/dunya-kooperatifcilik-gunu.nedir> (13.05.2010).

- Üyeler tarafından gerçekleştirilen demokratik denetim: Kooperatifler, siyasa oluşturma ve karar alma süreçlerine katılan üyelerince denetlenen demokratik kuruluşlardır. Seçilmiş temsilci olarak hizmet eden erkekler ve kadınlar üyelere karşı sorumludur. Birim kooperatif kuruluşlarında üyeler eşit oy hakkına sahiptir (her üyeye bir oy hakkı). Diğer düzeydeki kooperatif kuruluşlarında ise oy hakkı demokratik bir yaklaşımla düzenlenir.

- Üyelerin ekonomik katılımı: Üyeler, kooperatiflerinin sermayesine adil bir şekilde katkıda bulunur ve bunu demokratik olarak yönetirler. Bu sermayenin en azından bir kısmı genellikle kooperatifin ortak mülkiyetidir. Çoğunlukla üyeler, üyeliğin bir koşulu olarak taahhüt edildiği üzere (var ise) sermaye üzerinden kısıtlı miktarda gelir elde ederler. Üyeler gelir fazlasını, muhtemelen "en azından bir kısmı taksim olunamaz kaynaklar" oluşturma yoluyla kooperatiflerini geliştirme, kooperatifle yapmış oldukları işlemlerle orantılı olarak üyelerine kar sağlama ve üyelerce onaylanan diğer faaliyetlere destek olma gibi amaçların biri ya da tamamı için ayırırlar.

- Özerklik ve bağımsızlık: Kooperatifler özerk, kendi kendine yeten ve üyelerince yönetilen kuruluşlardır. Kooperatifler, hükümetler dahil olmak üzere diğer kuruluşlarla bir anlaşmaya girmeleri ya da dış kaynaklar yoluyla sermayelerini artırmaları durumunda, bunu kooperatiflerin özerkliğini sürdürecektir ve üyelerinin demokratik yönetimini koruyacak şekilde gerçekleştirirler.

- Eğitim, öğrenim ve bilgilendirme: Kooperatifler, üyelerine, seçilmiş temsilcilerine, yöneticilerine ve çalışanlarına kooperatiflerinin gelişimine etkin bir şekilde katkıda bulunabilmeleri için eğitim ve öğretim imkanı sağlar. Kooperatifler genel kamuoyunu, özellikle de gençleri ve kamuoyunu oluşturanları, işbirliğinin şekli ve yararları konusunda bilgilendirirler.

- Kooperatifler arasında işbirliği: Kooperatifler, yerel, ulusal, bölgesel ve uluslararası oluşumlarla birlikte çalışarak üyelerine daha etkin bir şekilde hizmet eder ve kooperatifçilik hareketini güçlendirir.

- Topluma karşı sorumlu olma: Kooperatifler, üyelerince onaylanan politikalar aracılığıyla toplumlarının sürdürülebilir kalkınması için çalışırlar.

63

### **3.2.Kooperatifin Tarihi**

Belirli amaçlara ulaşmak için, kişilerin bir araya gelip ortak çabalara giriştikleri, insanlık tarihi boyunca çok görülmüştür. Bu girişimler, ilkel toplumların belirgin bir özelliğini yansıtır. Özellikle Ortaçağda, eski Yunan ve Roma dönemlerinde bazı örnekleri varsa da örgütlenmiş sürekli işbirliği atılımları tarih boyunca görülmemiştir.<sup>64</sup>

Modern anlamda kooperatifçiliğin, ilk defa İngiltere’de doğdu kabul edilmektedir. İngiltere’de kooperatifçilik hareketi 18. Yüzyılda Peter Cornelius Plockboy ve John Bellers tarafından başlatılmıştır. Bu fikirleri Robert Owen (1771-1858), Dr. William King (1786-1865) ve Rochdale Hakseverler Öncüleri (1844) tarafından daha ileri götürmüşlerdir.

Robert Owen’a göre insan, çevrenin eseridir; çalışma hayatının düzeltilmesi, insanların hayatını da düzelterektedir. Owen, parayı kapitalist karın bir aracı olarak görmüş ve paranın kaldırılarak yerine çalışma bonolarının getirilmesi ilkesini benimsemiştir. Makineli sanayin meydana getirdiği işsizliğin ortadan kaldırılması için insanın üreticilik ve tüketicilik vasıflarının birleştirilmesini, yani bir anlamda kooperatif üretim tarzının benimsenmesi için çalışmıştır.

Owen, 1832 yılında Londra’da ilk tüketim mağazasını açarak iş bonolarını piyasaya sürmüştür. 1840 üyeye sahip olan bu mağazalar, kooperatif şirketi şeklindeydi.

---

<sup>63</sup> Koopeartifçilik İlkeleri, <http://www.turkiyemillikoop.org.tr/kooperatifcilikilkeleri.htm> (11.05.2010).

<sup>64</sup> İlhan Cemalcılar, **Kooperatif İşletme Ekonomisi**, 1.Basım, Eskişehir: Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Basımevi, 1976, s.1.

Kooperatif üyesi olan işçiler çalışmaları sonunda ürettikleri malları mağazaya getirip teslim ediyorlar. Malları üretmek için kaç saat çalışırlarsa, para yerine iş bonoları üzerinden yazılıyordu çünkü mağazanın sattığı tüm malların üzerinde para yerine üretilmesinde harcanan iş saatleri yazılıyordu. Üyelerin getirdikleri malları üretmek için harcadıkları iş saatlerini doğru söylemeyerek abartmaları, sürümü güç veya değersiz malları getirerek değerli malları mağazalardan almaları ve sonradan bu malları piyasaya para karşılığında satmaları R.Owen'in bu girişiminin başarısızlıkla sonuçlanmasına neden olmuştur.

R.Owen'in çalışmaları toplumsal nitelikte ve toplum katmanlarını daha iyi yaşamasını sağlamaya yöneliktir. Bunları düşünürken gerçekten uzaklaşır ve düşünceleri ütopya haline gelmiştir.

Dr. William King İngiltere kooperatifçilik hareketinin önemli bir diğer ismidir. Sosyal felaketin sebebinin mevcut sosyal ve ekonomik düzen olduğunu düşünmüştür. İşçilerin kendi hesaplarına çalışabilmeleri sermaye ve üretim araçlarına ihtiyaçları olduğuna inanmıştır.Kooperatifçilik etrafında birleşmenin çare olduğuna inanmıştır. Birleşik mağaza denemesi Dr. King'in en önemli uygulaması olmuştur. Fakat bu uygulama başarısızlıkla sonuçlanmış olsa bile yapılan hatalara tekrar düşülmemiştir.

R.Owen ekonomik ve sosyal olarak reformist fikirlere sahipken, Dr. Willam King bugünkü anlamda kooperatifçilik deneyimini kullanan ve bu konuda birçok ilkeye imza atmıştır. Rochdale Haksever Öncüleri ise kooperatifçiliği ilk kez başarıyla uygulamışlardır.

Rochdale Öncüleri, karşılıklı yardım ve iş birliği amacıyla kooperatif kurmuşlardır. Dr. King'in bağımsız işyerleri kurma ve kendi kendine yeterlilik fikri Rochdale programına olduğu gibi uygulanmıştır. Rochdale Öncülerinin başarıyı yakalama sebeplerinin başında daha önceki denemeleri iyi incelemeleri yapmaktadır. Zamanlarına göre çok ileri ve ideal ilkeler ortaya koymuşlardır.<sup>65</sup>

---

<sup>65</sup> Mehmet Gülpak, "Türkiye'de Kooperatifçilik Hareketinin Gelişimi ve Bu Gelişimde Ahmet Hamdi Başar'ın Yer ve Önemi" (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi SBE)1997 s.???

Bu denemeyle yalnız tüketim kooperatifçiliğinin değil, bütün kooperatifçilik hareketlerinin de temelini oluşturmuş ve hareket dünya çapına yayılmıştır. Kooperatiflerinin iyi işlemesi için ortaya koydukları ilkeler, günümüzde de kabul edilen evrensel kooperatifçilik ilkelerini belemiştir.<sup>66</sup>

19. yüzyıldan itibaren sanayileşmenin Avrupa'ya yayılması ile birlikte sosyal ve politika alanda fikri hareketlilikler başlamıştır. Fransa'da kooperatifçilik hareketleri daha çok fikri saha kalmıştır.

Fransa'da kooperatifçilik alanında dünya kooperatifçilik tarihine adını yazdıran pek çok isim vardır. Bu isimler; Frauçois Maria Charles Fourier ( 1772-1837), Philippe Joseph Benjamin Buchez (1796-1865), Jean Joseph Louis Blanc (1811-1882) ve Charles Gide (1847-1932)dir.

Frauçois Maria Charles Fourier, sermayeye taraftar, sanayiciye ve fabrikasyona karşı bir düşünce tarzı vardır. Ziraat, tavukçuluk, ağaççılık, kuşçuluk, bahçıvanlık ve balıkçılıkla uğraşılmasını istemekteydi. Ürettiğini tüketen ve tükettiğini üreten bir birlik kurmak istiyordu. Her üyenin belli bir miktar sermaye ile katılacağı Phalanstere'de elde edilen karın sermaye, yetenek ve emek arasında paylaştırılması benimsenmiştir. Bu projeyi maddi olanakların el vermemesi nedeniyle gerçekleştirememiştir. Fakat kendinden sonra gelenlere örnek olmuş bir çalışmadır.<sup>67</sup> Lyon'da 1935 yılında Fourier'in düşüncelerine dayanan bir tüketim kooperatifi kurulmuştur.<sup>68</sup>

Philippe Joseph Benjamin Buchez üretim kooperatifinin kurucusu olarak kabul edilmektedir. Çalışan sınıfın birleşerek kendi kendine yardım etmesini istemekteydi. Bu düşünce uygulandığı zaman müteşebbis ortadan kalkacak ve işçiler kendi işlerinin patronu olacaktır. Her üyenin ayrı ayrı iş yeri olmayacaktı ve kooperatifte bulunan tüm üretim araçları üzerinde mülkiyet, bütün yelere ait olacaktır. Devletin kooperatiflere yardımcı olmasını ve gereken kredi imkanını sunmasını istemekteydi.

---

<sup>66</sup> Güven Sami, **Ekonomik Demokrasi ve Servetin Geniş Kitlelere Yayılmasında Kooperatifçilik Politikası**, 1.Basım, Bursa :Ezgi Bitapevi, Bursa 1997, s.8

<sup>67</sup> Mehmet Gülpak, "Türkiye'de Kooperatifçilik Hareketinin Gelişimi ve Bu Gelişimde Ahmet Hamdi Başar'ın Yer ve Önemi" (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi SBE)1997 s

<sup>68</sup> Bülent Tokat, **Yönetimde İşbirliği İlkesinin Türk Kooperatif Düzenindeki Sorunları ve Bir Model Denemesi**, 1.Basım, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi, 1985, s.42-43

Jean Joseph Louis Blanc toplumdaki bütün sorunların önünde serbest rekabeti görmüştür. Rekabetin olmadığı toplumda sorunların olmadığını savunmuştur. Toplumsal atölyeler adını verdiği kurumlar aracılığı ile rekabetin ortadan kaldırılacağını ve demokratik bir ortam oluşacağına inanmaktadır. Toplumsal atölyelerdeki temel prensip eşitliktir. Üretim kooperatifleri şeklinde örgütlenen bu kurumlar zamanla birlik haline gelmiştir.

Devletin kooperatiflere kredi sağlamasını isterken, kooperatiflere karışmasına şiddetle karşı çıkmaktadır. Kooperatifin bizzat devlet tarafından kurulmasını istemektedir. Blanc'a göre kooperatifin temelinde karşılıklı dayanışma ve birlik yoktur.

Charles Guide ekonomistlerin üretime gereken önemi vermediklerini söylemektedir. Üretimin amacı tüketimdir, tüketimin artışı ise tüketicinin alım gücü artmasına bağlı olduğunu düşünmektedir. Alım gücü ise kooperatifleşmeyle artar ve tüketim kooperatifi çatısı altında örgütlenme üreticiler üzerinde baskısını azaltacaktır şeklinde düşünmektedir.

Alman kooperatifçilik akımı, sanayileşme akımının etkisiyle İngiltere ve Fransa'dan biraz daha geç başlamıştır. Tüketim kooperatiflerinin ortaya çıktığı yer İngiltere, üretim kooperatifçiliğinin doğduğu yer ise Fransa'dır. Almanya'da ise ilk defa esnaf ve tarım kredi kooperatifleri ortaya çıkmıştır.

İngiltere ve Fransa da kooperatifçilik akımı sosyal sorunların sonucunda çıkarken Almanya'da bu şekilde olmamıştır. Bu ülkelerde ihtiyaçtan ortaya çıkarken Almanya'da daha çok özenti sonucu ortaya çıkmıştır.

Almanya'da kooperatif alanında çalışan en ünlü isimler şöyledir; Herman Schultze-Delitzsch (1808-1883), Friedrich Wilhelm Raiffeisen (1818-1888), Eduard Preiffer (1835-1921)

H.Schultze- Delitzsch, kooperatifçilik denemesini ilk kez 1846 yılında ortaya çıkan kıtlık nedeniyle yapmıştır. Kasabasında halktan para toplayarak buğday satın almış ve bunu kıtlık zamanında kullanmak üzere stoklamıştır. Halkın kıtlığı sıkıntı çekmeden atlatmasını sağlamıştır.

1849 yılında kasabasında hastalık ve ölüm sandığını kurmuştur. Bugün ki sosyal sigortanın temelini atmıştır. Aynı yıl Hammadde Sağlama Kooperatifini kurmuştur. 1850 yılında ilk kredi kooperatifini kurmuştur. 1959 yılında ise kooperatifleri bir çatı altında toplamak için Almanya Kazanç Arttırma ve İktisadi Durumu Düzeltme Kooperatifleri Genel Birliği'ni kurmuştur. 1864 yılında Berlin'de Kooperatifler bankasını kurmuştur.

Friedrich Wilhem Raiffeisen, kurak bir yıl sonunda çiftçilerin açlık tehlikesini zamanında fark etmiş ve yardımlaşma temeline dayalı ilk kooperatifi kurmuştur. Esas düşüncesi, çiftçilerin gönüllü olarak katılımıyla ve şahsi güçlerin birleşmesiyle ortaya çıkan çalışma ruhundan faydalanarak çiftçilerin ve halkın refah seviyesini yükseltmektir. Tarımsal kooperatifçiliğin doğmasını ve ivme kazanmasını sağlamıştır.<sup>69</sup>

Amerika Birleşik Devletlerinde kooperatif hareketi Robert Owen ve Rochdale Öncülerinin etki ve izleri ile başlamıştır. İlk Tüketim kooperatifi Boston'da 1845 yılında kurulmuştur.<sup>70</sup> Kanada ve ABD'de özellikle Raiffeisen'in kredi kooperatifleri, Papaz Tompkins, Dr. Coady, E. Filene ve R. Bergengren'in çabaları sonucunda çok benimsenmiştir.<sup>71</sup>

Ülkemizde kooperatifçilik hareketinin 1863 yılında Niş valisi Mithat paşa tarafından kurulan "memleket sandıkları" ile başladığı kabul edilmektedir.<sup>72</sup> Bu hareket 1868 yılında çıkarılan "Memleket Sandıkları Nizamnamesi" ile imparatorluğun her bölgesine yayılmış, yine 1868 yılında şehirlilerin kredi ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan emniyet sandığı ile devam etmiştir. Bu sandıklar 1888 yılında Ziraat Bankasına sermaye olarak devredilmiştir. 1914 yılında aydın ilinde incir üreticileri tarafından

---

<sup>69</sup> Mehmet Gülpak, "Türkiye'de Kooperatifçilik Hareketinin Gelişimi ve Bu Gelişimde Ahmet Hamdi Başar'ın Yer ve Önemi" (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE)1997 s.15.

<sup>70</sup> Polat Hüseyin, Tayanç Tunç, **Tüketim Kooperatifleri ve Sorunlar, 1.Basım, Ankara: Şark Matbaa,** 1973, s.14.

<sup>71</sup> Aydos Volkan, Müftüoğlu Volkan, **Türkiye'de Kooperatifçilik,** Lebib Yalkın Matbaası, 2001 İstanbul, s.12.

<sup>72</sup> Kooperatifçilik Nedir, <http://www.rehberim.net/forum/j-k-l-458/69961-kooperatif-nedir-kooperatifciligin-tarihcesi.html> (05.05.2010).

“Kooperatif Aydın İncir Müstahsilleri Ortaklığı” adıyla ilk tarım satış kooperatifi kurulmuştur.<sup>73</sup>

Türkiye’de Cumhuriyet sonrası kooperatifçilik tarihine baktığımızda; ülkemizin sosyal ve ekonomik yönden kalkınması, demokrasinin yerleşmesi, çevrenin ve barışın korunması için, ülkemizde demokratik kooperatifçiliğin mutlaka geliştirilmesi gerektiği herkesçe kabul edilmesine karşın, kooperatifçiliğin etkili bir biçimde gelişmesi için gereken önlemlerin yeterince almadığı görülmektedir.

Cumhuriyetin kuruluş yıllarında, özellikle 1920-1938 seneleri arasında Mustafa Kemal Paşa, özel ve devlet sektöründen daha fazla Kooperatifçiliğe önem vermiştir. Halbuki Avrupa, kooperatifçiliği 1948 yıllarında ayrı bir sektör olarak algılayabilmiştir. Böylece Atatürk, genç Türk Cumhuriyetinde 1920’lerden itibaren ülke kalkınmasında kooperatifçiliğe gereken önemi vermiş, hatta bunu itici güç olarak kullanmıştır.

1925 de çıkarılan bir kanunla kurulan Ankara Memurlar Tüketim Kooperatifinin 1 No.lu üyesi Mustafa Kemal Paşa, 2 No.lu üyesi Başvekil İsmet Paşadır. 30 Haziran 1936 da Adana/Silifke Ziraat Bankasına verilen 9 köyü içine alan Tekir Kooperatifi’nin kuruluş dilekçesi, 1 No.lu üye M. Kemal Paşa tarafından verilmişti. İleriki yıllarda bu konu oldukça değişik bir gelişme göstererek; 1980’lerden sonra iktidarlara daha uygun gelen ve her türlü suiistimale müsait KİT’ler oluşturulmuş; kooperatiflerden yararlanılması bir kenara bırakılmıştır.<sup>74</sup>

- 1925 yılında Ankara’da, ilk tüketim kooperatifinin,
- 1934 yılında yine Ankara’da, ilk yapı kooperatifinin,
- 1948 yılında Rize’de ilk tedarik kooperatifinin,
- 1951 yılında Adapazarı’nda, ilk pancar ekicileri kooperatifinin,

---

<sup>73</sup>Kooperatif, <http://www.bilgi.com/ansiklopedi/Kooperatif> (10.05.2010).

<sup>74</sup>Kooperatiflerin Gelişimi, <http://kooperatifcilik.blogcu.com/kooperatiflerin-gelisimi/2888181> (11.05.2010).

- 1951 yılında Ankara’da ilk esnaf kefalet kooperatifinin, kurulduğu görülmektedir.<sup>75</sup>

### 3.3 Kooperatif Çeşitleri

Üretim Kooperatifleri, Tüketim Kooperatifleri, Konut Kooperatifleri, Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri, Hizmet Kooperatifleridir.

#### 3.3.1 Üretim Kooperatifi

Üretim kooperatiflerinin temel amacı, üretimi arttırmaktır. Ortakları birbirine benzeyen benzer türdeki işlerde çalışmaktadır. Üretilen malı satmak için satış kooperatifleri de bu grup içinde yer almaktadır.<sup>76</sup>

Üretim Kooperatifleri; tarım kooperatifleri, sanayi ürünleri kooperatifleri ve satın alma kooperatifleridir.<sup>77</sup>

Tarım kooperatifi ortakları ve faaliyet alanı tarım olan kooperatifi ifade etmektedir. Ortakları çiftçilerdir. Tarım kooperatifi, çiftçilerin bazı ekonomik haklarını korumak ve dolayısıyla işletmelerinden daha fazla kar sağlamak amacıyla birleşmeleridir.<sup>78</sup>

Tarım kooperatifleri ya tarım satış kooperatifleri ya da tarım alım kooperatifleri şeklinde olmaktadır. Birinci şekilde tarım ürünlerinin bir arada piyasaya sürülmesi amacı güdülür. Böylece, hem mallar, müşterisini daha kolaylıkla bulmuş, hem de ürünlerinin daha iyi bir fiyatla satılması sağlanmış olur. İkinci şekilde, tarım için gerekli çeşitli aletlerin traktör ve lüzumlu maddelerin gübre, tohum yem satın alınmasını, bunların ortaklar arasında, kooperatifin malı olarak eşit şekilde kullanılmasını sağlamak için kurulmuş kooperatiflerdir.<sup>79</sup>

---

<sup>75</sup> Kooperatif, <http://www.bibilgi.com/ansiklopedi/Kooperatif> (10.05.2010).

<sup>76</sup> [www.odevarsivi.com](http://www.odevarsivi.com), Kooperatif İşletmeleri, 22.03.2010

<sup>77</sup> Dünya Kooperatifçilik Günü, <http://www.ozgurokul.org/index.php/etiket/tuketim-kooperatifleri> (22.03.2010).

<sup>78</sup> Mülayim, s.195.

<sup>79</sup> Kooperatif Nedir, <http://www.altbilgi.com/kooperatif-nedir-kooperatif-turleri-nelerdir.html#more-27639> (15.05.2010).

Sanayi ürünleri kooperatifleri de sanayi ürünleri üreten sanayicilerin birleşmesiyle bir araya gelmektedir.<sup>80</sup>

### **3.3.2 Tüketim Kooperatifleri**

Tüketim kooperatifi, tüketicilerin, özellikle de dar gelirli tüketicilerin, tüketim maddeleri gereksinimlerini en iyi biçimde ve olabildiğince ucuza sağlamak amacıyla dayanışma suretiyle ekonomik güçlerini bir araya getirmeleridir.<sup>81</sup>

Ortaklarının gereksinim duyduğu tüketim mallarını en iyi kalitede ve ucuz fiyata sağlamak amacıyla kurulurlar. Bu kooperatifler gereksinimleri olan malları doğrudan üreticiden almak, aracıyı ortadan kaldırmak istemektedir.<sup>82</sup>

Tüketim kooperatifi bir yardımlaşma derneği değildir. Tüketiciler, kendilerine ekonomik yarar sağlamak için tüketim kooperatifi kurmaktadır. Bu yararı, kooperatife yatırmış oldukları sermayeye fazla kar alarak değil, gereksinim duydukları tüketim maddelerini kooperatifleri aracılığıyla daha ucuza almak suretiyle sağlamaktadır.<sup>83</sup>

Tüketici durumunda olan ortaklarına daha ucuz ve daha kaliteli mal ve hizmet temini amacıyla kurulmaktadır. Günümüzün en yaygın kooperatif türüdür. Tüketim kooperatifleri, belli tüketici grupları tarafından kurulmaktadır. Tüketim kooperatifleri, tüketicilerin ihtiyaç maddelerini temiz ve ucuz şekilde karşılamak amacıyla kurulurlar.<sup>84</sup>

Tüketiciyi tüketim kooperatiflerinde örgütlenmeye iten asıl neden, kendisi ile üretici arasında aracının varlığıdır. Tüketicinin korunması için aracılık payının asgariye indirilmesi gerekmektedir. Aracıların bir kısmı tüketiciyi bir kısmı da üreticiyi sömürmektedir. Yaygın ve etkin bir tüketim kooperatifi, ortadan kaldıramadığı aracılardan bile kar oranlarını makul bir düzeye indirmelerini sağlamaktadır.

---

<sup>80</sup> Dünya Kooperatifçilik Günü, <http://www.ozgurukul.org/index.php/etiket/tuketim-kooperatifleri>

<sup>81</sup> Mulayim, s.513-562 (22.03.2010).

<sup>82</sup> Kooperatif Çeşitleri, <http://www.dersimiz.com/belirligun/bilgi.asp?id=234> (05.04.2010).

<sup>83</sup> Mulayim, s.513-562.

<sup>84</sup> Erkan Nebiler, Türkiye'deki Kooperatiflerin Lojistik Faaliyetleri: Nakliye Kooperatifinin İncelenmesi,(**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi SBE, 2010 ) s.46.

### ***3.3.3 Konut Kooperatifleri***

Konut kooperatifi dar ve orta gelirli kişilerin, konut gereksinimlerini olabildiğince ucuz bir fiyata karşılamak amacıyla kurdukları bir kooperatiftir. Konut kooperatifleri dağınık ve küçük birikimleri bir araya toplayarak, ortakların aktif girişim ve yatırımını sağlarlar ve kurumsal tasarruflardan da yararlanmak için bir çıkış noktası oluşturmaktadır. Ayrıca, fiili üretim uğraşlarıyla düzenli bir kentsel bünyenin gerçekleşmesine de katkıda bulunmaktadır.

Konut kooperatifi kavramı içerik yönünden yapı kooperatifi kapsamından daha dar kapsamlıdır. Konut kooperatifi yalnız konut üretme veya konut sağlama faaliyeti gösterirken, yapı kooperatifi konuta ilaveten, esnaf ve zanaatkar için çarşı kurmak veya toplu işyeri yaptırmak olan kooperatiflerde yer almaktadır.

### ***3.3.4 Esnaf ve Sanatkarlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri***

Küçük esnaf ve sanatkarlar, maddi güvence verememeleri nedeniyle, ticaret bankalarından doğrudan kredi alamamaktadır. Esnaf ve sanatkarlar kredi kooperatifleri, ortakları esnaf ve sanatkarlar adına bankalara kefil olur ve böylece ortaklarının ticaret bankalarından kredi almalarını sağlamaktadır.

Bu kooperatiflerin amacı, esnaf ve sanatkarların gereksinim duydukları ve tek başlarına sağlayamadıkları kredi, bankaya kefil olmak suretiyle, esnaf ve sanatkarlara sağlamaktır.

### ***3.3.5 Hizmet Kooperatifleri***

Hizmet kooperatiflerinin amacı, muhtelif hizmetlerini ortaklarına maliyet fiyatına sunmak veya ortaklarının ürünlerini veya emeklerini en iyi bir biçimde değerlendirmek suretiyle onların hayat koşullarını iyileştirmektir.

Değişik ülkelerde ve ülkemizdeki gelişmelerle çok çeşitli hizmet kooperatifleri kurulmuştur. Bunların bazılarını şöyle sıralayabiliriz; taşıma, ecza iş yeri, yapı, turizm, çevre koruma işçi üretim, el sanatları, hamallar, yayıncılık, sigorta, okul vb. kooperatifleridir.

### ***3.3.6. Ecza Kooperatifleri***

Ecza Kooperatifi ülkemizde yeni gelişen bir kooperatif tipidir. Bu kooperatife eczacılar kooperatifi de denebilmektedir. Bu kooperatifin en belirgin özelliği tabandan örgütlenmiş olmaları nedeniyle demokratik yapıdadırlar.

Ecza kooperatiflerinin amacı; ortakları olan eczaların ilaç gereksinimlerini karşılamak; ilaçları temin, dağıtım, ve gerektiğinde üretim çalışmalarını düzenlemek; eczane ve ilaç sektörünün sağlıklı oluşumuna katkıda bulunmak ve ortakları eczacıların hak ve çıkarlarını korumaktır.<sup>85</sup>

Ecza Kooperatifleri eczacılar tarafından kurulmuştur. Ülkemizde eczacıları böyle bir kooperatifleşmeye iten neden ise 1970'li yıllarda, eczacılara ilaç sağlayan ticari amaçlı ilaç depo sahiplerinin spekülatif hareketlerde bulunmaları, keyfi uygulamalarla istedikleri eczanelere ilaç verip, istemediklerine vermemeleri; hatta piyasada yapay olarak yokluğu yaratmalarıdır. Sonuçta birçok eczanenin kapanma tehlikesiyle karşı karşıya kalmaları ilaç dağıtım kademesinde eczaneleri kooperatif kurmaya sevk etmiştir.<sup>86</sup>

Öte yandan Türkiye'de hızlı nüfus artışı, genç nüfusun payını artırmış ve bu genç nüfusun eğitim ihtiyacı, özel yüksek okullar açılarak çözümlenmeye çalışılmıştı. En çok tercih edilen yüksek öğrenim dalının eczacılık oluşu da çok sayıda eczacının herhangi bir planlama olmaksızın tek alternatif olan eczane açma yönünde davranması zorunlu kılmıştır.

---

<sup>85</sup> Mulayim, s.513-562.

<sup>86</sup> Mulayim, s.562-563.

Bu dönemle ilgili bir diğer önemli olgu ise, 1961 anayasasının toplumsal bilinç düzeyini artırıcı ve demokrasinin temel ögesi olan örgütlü birey anlayışına destek vermiş olmasıdır.<sup>87</sup>

Ülkemizde ilk ecza kooperatifi 1978 yılında 22 eczacının bir araya gelmesi ile Manisa'da kurulmuştur. Daha sonra 1979 yılında İzmir, Bursa, Eskişehir, 1980 yılında Ankara, Antalya, Giresun, 1984 yılından itibaren de Samsun, Trabzon, Sakarya, Tekirdağ, İçel, İstanbul (3adet), Gaziantep illerinde ecza kooperatifleri kurulmuştur. Bütün bu kooperatifler hale faaliyetlerini sürdürmektedir.

Ecza kooperatifleri ilk yıllarında faaliyetlerinde oldukça başarılı olmuşlardır. Bunun yerine güçlerini arttırmak için 11 ecza kooperatifi bir araya gelerek 1163 sayılı Kooperatifler Yasasına uygun olarak 1989 yılında Ankara'da Tüm Eczacılar Üretim Temin Dağıtım Kooperatifleri Birliğini kurmuşlardır. 1990 yılında bu birlik Türkiye Milli Kooperatifler Birliğine kurucu üye olarak katılmıştır.

Türkiye'de halen 17 ecza kooperatifi faaliyet göstermektedir. Bunlardan 6'sı, ülkemizde 300 ecza deposu içinde en fazla cirolu ilk 25 arasındadır. Bu 17 ecza deposu kooperatifinin tüm ortak sayısı 15.000'dir. Bu kooperatiflerin 1999 yılı toplam ciroları 160 trilyon lirayı bulmuştur.<sup>88</sup>

---

<sup>87</sup> Yücel Özcan, "Ecza Kooperatiflerinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri ", (Yayınlanmış **Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi SBE,2007), s.38.

<sup>88</sup> Mulayim, s.563-564.

**Tablo 1.** Ecza Kooperatiflerinin Kuruluş Sırası Tablosu

<b>Kurulduğu Yıl</b>	<b>Kurulduğu İl</b>	<b>Ecza Kooperatifinin Adı</b>
1979	İzmir	İzmir EDAK
1979	Bursa	Bursa Ecza-Koop
1979	Eskişehir	Eskişehir Ecza-Koop
1980	Ankara	Ankara Ecza-Koop
1980	Antalya	Antalya EDAK
1980	Giresun	Karadeniz Ecza-Koop
1984 itibaren	Samsun	Samsun Ecza-Koop
1984 itibaren	Tekirdağ	Tekirdağ Ecza-Koop
1984 itibaren	İçel	İçel Ecza-Koop
1984 itibaren	İstanbul	İstanbul AYEK
1984 itibaren	Gaziantep	Gaziantep Ecza-Koop
1984 itibaren	Gaziantep	Gaziantep Tes-Koop
1984 itibaren	Istanbul	İstanbul Ecza-Koop

**Kaynak:** Tijen Atay, “ Türkiye İlaç Sektöründeki Dağıtım Kanalları İçerisinde Ecza Kooperatiflerinin Analizi”, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE,1996), s.27

Ecza Kooperatifleri, diğer kooperatiflerden farklı olarak insan sağlığına katkı veren kuruluşlardır. Ecza Kooperatifleri ana sözleşmelerinde tarif edildiği gibi “üretim, temin, dağıtım kooperatifi” tanımı içinde yer alırlar. Bu özellikleri ile geleneksel kooperatiflerden farklılık göstermektedir. Geleneksel kooperatifçilik ilkelerine bağlı olmak koşulu ile mesleki bir boyutları da vardır. Eczacı odasının kayıtlı eczacılardan oluşmaktadır. Ortak dışı işlem yoktur ve kurumlar vergisi muafiyeti kapsamında işlem yapmaktadır.

Türkiye’de sivil toplum örgütleri ya da meslek örgütleri içerisinde eczacı örgütlerinin konumu ve başarısı kayda değerdir. Bunun nedeni; eczacı kooperatiflerinin çok eski olmalarına rağmen, eczacı kamuoyu faydalarının bir hayli fazla olması ve

bunun sonucu olarak da eczacı kooperatiflerinin örgütlenmede büyük problemlerle karşılaşmamasıdır.

Örgütlenmenin kolay olmasının bir diğer nedeni ilaç piyasasındaki şiddetli rekabettir. Ecza kooperatifleri yıllar içinde eczacının katkı-yarar denkleminde yarar yönünde daima pozitif sonuç sağlamasını bilmiş ve hatta yıllar itibariyle pozitif yarar oranını büyüttüğü için, kooperatiflere eczacı katılımı ve kooperatiflerin işlem hacmi artmıştır.

Sağlık Bakanlığı tarafından fiyatı belirlenmeyen ancak eczanelerde satılan ilaç dışı ürünler, TEKB tarafından ilk elden alınarak ortağı olan eczanelere bir satış fiyatı önerilmektedir. Dolayısıyla bu ürünler kooperatif ortağı olan eczanelere diğer eczanelerden daha ucuza bir fiyatla ulaşmaktadır.

Eczacı Kooperatiflerinin eczacılara olan yararlarını şöyle sıralayabiliriz;

- Ecza Kooperatifleri ortak dışına satış yapmadıkları için kurumlar vergisinden muaftır.<sup>89</sup>
- Üreticiden ilaçlar için aldıkları mal fazlası, satış ıskontosu ve yıl yılsonu primleri olduğu gibi satış şartlarına yansıtılmaktadır. Bu durum diğer dağıtım kanallarına oranla daha ucuz satış yapmalarını sağlamaktadır.
- İlaç fiyatlarına Sağlık Bakanlığınca belirlenmem oranlarda zam yapıldığında, kooperatifler bu zaman hemen uygulamazlar ve eski fiyattan satış yaparlar. Ayrıca yılsonunda ristun \* dağıtımları da bir diğer avantajdır.
- Ecza kooperatifleri sosyal bir örgüttür ve eczacılar arasında dayanışma, iş birliği ve beraberlik sağlarlar. Demokratik olduklarından, demokrasi kültürünün yerleşmesi yönünde de faydalı olmuşlardır.<sup>90</sup>

---

<sup>89</sup> Tijen Atay, “ Türkiye İlaç Sektöründeki Dağıtım Kanalları İçerisinde Ecza Kooperatiflerinin Analizi”, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE,1996), s.27

<sup>90</sup> Özcan, s.43-44.

\*Risturn terimi genel olarak geri verme anlamına gelmektedir. Burada ifade ettiği anlam ise kooperatiflerin ortaklarıyla yaptıkları işlemlerden sağladıkları kazançların, kooperatifle yaptıkları işlem hacmi oranında ortaklara geri verilmesi ya da iade edilmedir.

## 4. İSTANBUL ECZACILAR ÜRETİM ve TEMİN DAĞITIM KOOPERATİFİ

Eczacı ortakların ihtiyaçlarını karşılamak, temin, dağıtım ve gerektiğinde üretim çalışmalarını düzenlemek için çeşitli girişimlerde bulunmak, eczane ve ilaç sektörünün oluşmasında katkıda bulunmak, ortaklarının hak ve çıkarlarını korumak amacıyla kooperatiflerden biridir.<sup>91</sup>

### 4.1 İstanbul Ecza Kooperatifi Tarihi

18 Kasım 1987'de İstanbul'da 30 Eczacı kurmuştur. Kurucusu Sait Yücel şuanda kooperatifte başkan olarak görev yapmaktadır. O yıllarda özel depoların yapmış olduğu bazı uygulamalardan dolayı bu kooperatif kurulmuştur. Örneğin çok satılan üründen x tane aldığımda hiç satılmayan üründen y adet alma zorunluluğu gibi uygulamalar sebebiyle eczacıları özel depolar zor duruma düşürmekteydi. Mal fazlası bir ürün aldığımda hediye verilen diğer üründe istedikleri gibi oynama yapabilmekteydiler. Bir ürün aldığımda başka bir ürünü satmak zorunda kalıyorlardı. Ecza depolarının bu tür uygulamalarına son vermek için ecza kooperatifi kurulmuştur.<sup>92</sup>

Sektörde yaşanan düzensizlik, satış koşullarındaki dengesizlik, Sağlık Bakanlığı'nın ilaç üzerinde aldığı her kararın olumsuzluğunun direkt olarak eczanelere yansıtılması, depoculuk uygulamalarında; salık alanında kullanılan bir ürün olan ilacın saklanıp dağıtılmasında uymayan koşullar, ilacın her alanda yasal olarak sorumlu olan eczacıların, sektördeki uygulamalarda devre dışı bırakılması gibi sorunlar nedeniyle İstanbul Ecza Kooperatifi kurulmuştur.<sup>93</sup>

<sup>91</sup>Ecza Kooperatifçiliği, <http://www.ist.eczakoop.org.tr/v2/#>, (04.03.2010).

<sup>92</sup> Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi Röportaj ( 04.10.2009) .

<sup>93</sup>Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi Röportaj ( 04.10.2009) .

## 4.2 İstanbul Ecza Kooperatifi Kurumsal Yapısı

İstanbul Ecza Kooperatifi kurumsal çalışmalarını aşağıda açıklanan ilkeler çerçevesinde yürütmektedir. Yönetim ve çalışma ilkeleri şu şekildedir;

- Eşitlikçi: Ürün temini, kampanya koşulları ve ödemelerde tüm üyeleri arasında eşit davranmaktadır.

- Şeffaf: Kooperatifin tüm hesapları ortaklarına açıktır. Bu konudaki tek istisna diğer eczacı bilgilerinin gizliliği ilkesidir.

- Katılımcı: Ortağı olan eczacılar, her yıl yapılan genel kurullara katılarak; düşünceleri ile katkı yapabilmektedirler, temsilcileri vasıtasıyla yönetim sürecine katılmaktadırlar.

- Yenilikçi: Teknolojiyi yakından takip etmektedir, kendi alanlarındaki yeniliklerin öncüsüdür. Sektöründe; soğuk zincir uygulamasını başlatan, fiyat kitapçığı uygulamasını yapan, ilk yarı otomasyona geçen, sevkiyatta ilk plastik kasa uygulamasını başlatan kuruluştur.

- Uzman: Tüm personelin eğitimi olmasına özen göstermektedir. Genel eğitimlerin yanı sıra periyodik olarak tüm birimlerini eğitimden geçirmektedir. Hizmet üretim sürecinde çalışanlarından oluşan İşyeri Kurulu'ndan azami düzeyde katkı sağlamaktadır. Sağlık alanında hizmet vermenin bilinciyle; içinde bulunduğu sektörde yaşanan gelişmeleri uzmanlık alanı olarak kabul etmektedir.

- Sosyal Sorumluluk: Ortağı olan eczacıların mesleklerinden kaynaklanan hizmet sorumluluklarının yanında, sosyal ve toplumsal sorumluluklarının da olduğu bilinciyle; başta eczacı adaylarının eğitimlerine katkı sağlamak olmak üzere pek çok alanda sosyal sorumluluk yerine

getirilmesini bir hizmet olarak görmektedir ve bu alanda öncü bir rol üstlenmektedir.<sup>94</sup>

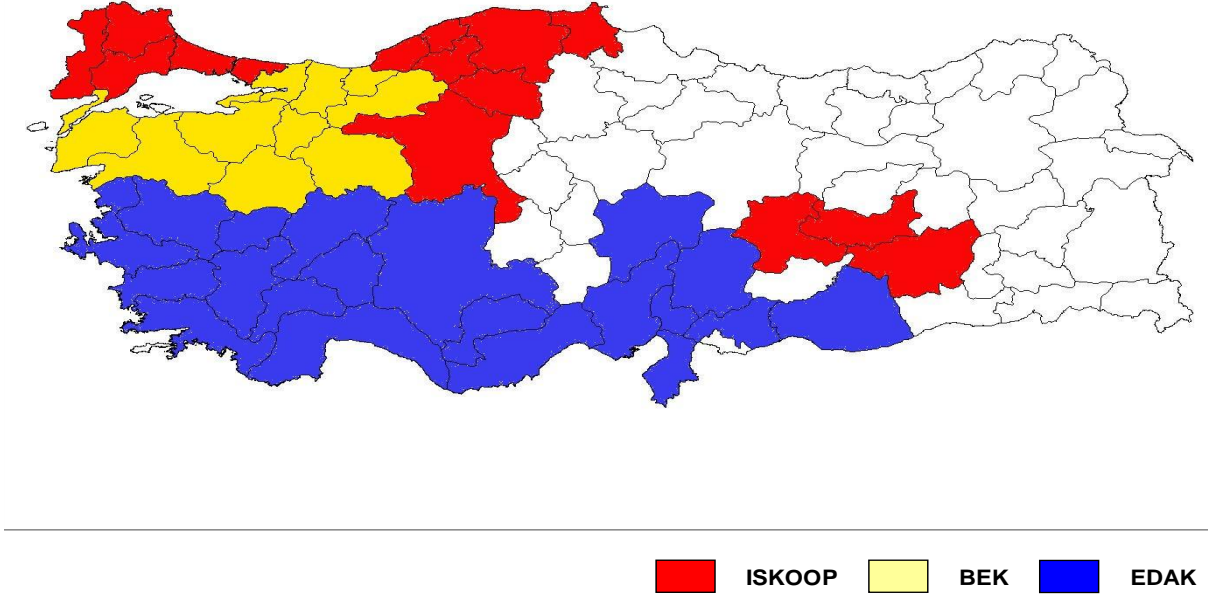
İstanbul Ecza Kooperatifi'nin 4000'e yakın üyesi 3400 aktif çalışanı bulunmaktadır. Kooperatif üyelerinin hepsi eczacı olmak zorundadır. Ayrıca her şube için mesul müdür eczacı olmalıdır. Bölge sorumlusu eczane ziyareti yaparak satışa yönelik çalışmalar yapmaktadır. Şuan Türkiye genelinde 9 şubede 1674 çalışan görev yapmaktadır. Şubeler İstanbul'da ; Avcılar, Yenibosna (genel merkez) , Çapa, Şişli, Kadıköy, Ümraniye, Kartal, Zonguldak Kastamonu, Ankara, Diyarbakır, Malatya, Elazığ, Mardin. 19 bölge sorumlusu görev yapmaktadır.

Yönetim kurulu her hafta 1 gün toplanmaktadır. Kooperatifin yol haritası çizilmektedir. Yönetim kurulu, temsilciler meclisiyle beraber büyük kararları almaktadır. Yönetim kurulu 7 kişiden oluşmaktadır. Bir başkan, Bir ikinci başkan, beş yönetim kurulu üyesi vardır ve sayman görev almamaktadır.

---

<sup>94</sup> İstanbul Ecza Kooperatifi 2010 Yılı Ajandası

## Kooperatiflerin Hizmet Alanları



19

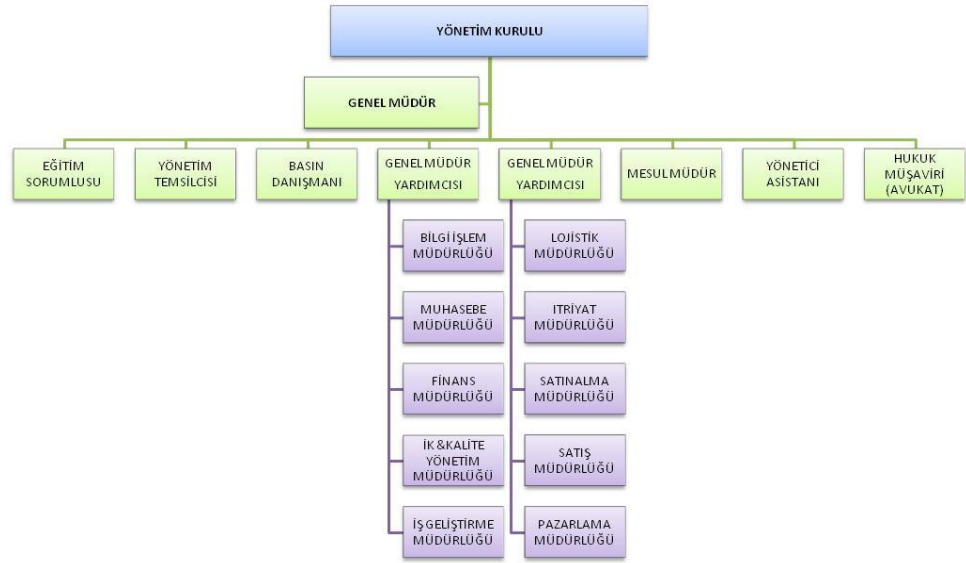
BEK – Bursa Ecza Kooperatifi

EDAK – İzmir Ecza Kooperatifi

**ISTKOOP- İstanbul Ecza Kooperatifi**

### Şekil 1. Kooperatiflerin Hizmet Alanı

**Kaynak:** Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi, Üniversite Sunum Metni



**Şekil 2.** İstanbul Ecza Kooperatifi Yönetim Şeması

**Kaynak:** Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi Röportaj ( 04.10.2009)

Bir eczanın 2 tane hisse almak gibi bir sansı yoktur. Her eczacı bir kez üye olmaktadır ve bir kez aidat vermektedir. Kooperatifle ticari bir faaliyet sürdürmektedir. Hastasına verdiği ilacı buradan temin etmektedir. Kooperatif olarak ilaçları ilaç sanayiden temin etmektedirler. Eczane bize üye değilse ilaç verilmiyor ama kooperatife üye olan bir eczane ecza deposundan ilaç alabilmektedir. Kooperatifte bir depodur. Ecza kooperatifi ticari faaliyet gösteren depolarla aynı işi yapmaktadır.<sup>95</sup>

Ecza kooperatifleri olmasa piyasada 2 büyük depo kalmaktadır ve onlar tek başına kalınca anlaşsa piyasa da istediklerini yapabilecek konuma gelebilirler. Kooperatif emniyet sibobu olarak görev yapmaktadır. Rekabeti dengeleyen unsurdur. Ecza kooperatifi olmasa bu koşullarda ilaç satılması çok zor olacaktır.

<sup>95</sup> Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi Röportaj ( 04.10.2009).

İstanbul Ecza kooperatifi kar koymadan firmadan alınan fiyatı aynen yansıtmaktadır. %7'lik yasal kar koyma hakları bulunmaktadır. 90 gün vadeli geldiye o şekilde eczaneye yansıtılmaktadır.

İstanbul Ecza Kooperatifi Türkiye'de ilk kez tam otomasyon sistemini kullanan kooperatiftir. Avusturya'dan Knapp firması tarafından kurulmuştur. Sipariş verildiğinde barkotları olan ilaçlar sepete bir tane atmaktadır. Barkot numarası eczane adına kayıt edilmektedir ve raflarda beklemektedir. Raflardaki ilaçlara barkotlarla beraber eczane kot atıyor ve raflardaki ilaç eksilmelerinde beslemeyi çalışanlar yapmaktadır. Üye olan eczaneden sipariş gelince itme yöntemiyle banta düşen ilaçlar angi eczanın kutusuysa o kutuya bırakılıyor sistem tarafından. El değmeden kutulara yerleştiriliyor. İşlerin hızlanması açısından faydalı bir sistemdir. Her ilacın ayrı barkodu vardır. İlaçların tarihsel olarak gönderilmesi açısından ilk gelen ilk çıkar yöntemi uygulanmaktadır . Bu yöntemle eski olan ilaçlar erken tüketilmiş olmaktadır. İlaçların tarihinin geçmesi önlenmiş olmaktadır. 1350 kalem ilaç eczane sipariş ortalamasının %60-70 oranını kapsamaktadır. Kırılacak ve soğuk sistem ilaçlar manüel hazırlanmaktadır. Sipariş 1350 kalemlle tamamlanmadıysa akıllı sistem kendi rafını bilmekte ve o rafın kenarına gitmektedir. Eksik ilacı neredeyse o arada tamamlanmasını beklemektedir. Eksik ilaç manüel olarak tamamlanmaktadır ve tekrar banta konulmaktadır.

Sistem saatte 600-1200 arası sipariş çıkarabilmektedir. 450 metreye kadar konveyör uzunluğu bulunan sistem zaman kaybını önlerken insan hatasını minimuma indirmektedir.<sup>96</sup>

---

<sup>96</sup> Eczanem Bülten, Ocak/Şubat 2009, s.3.



**Şekil 3.** İstanbul Ecza Kooperatifi İlaç Paketleme Sistemi- Otomasyon Sistemi

**Kaynak:** Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi Röportaj ( 04.10.2009)



**Şekil 4.** İstanbul Ecza Kooperatifi İlaç Paketleme Sistemi- Otomasyon Sistemi

**Kaynak:** Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi Röportaj ( 04.10.2009)



**Şekil 5.** İstanbul Ecza Kooperatifi İlaç Paketleme Sistemi- Otomasyon Sistemi

**Kaynak:** Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi Röportaj ( 04.10.2009)



**Şekil 6.** İstanbul Ecza Kooperatifi İlaç Paketleme Sistemi- Otomasyon Sistemi

**Kaynak:** Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi Röportaj ( 04.10.2009)



**Şekil 7.** İstanbul Ecza Kooperatifi Manüel Sistem İlaç Rafları

**Kaynak:** Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi Röportaj ( 04.10.2009)



**Şekil 8.** İstanbul Ecza Kooperatifi Otomasyon Sistemi İlaç Rafları

**Kaynak:** Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi Röportaj ( 04.10.2009)

### 4.3. İstanbul Ecza Kooperatifi Halkla İlişkiler Faaliyetleri

İstanbul Ecza Kooperatifi halkla ilişkiler faaliyetlerini yürütürken iletişim araçlarının bir kısmını kullanmaktadır. Birinci bölümde ayrı ayrı başlıklar altında incelediğimiz Halkla İlişkiler araçları; yazılı, sözlü, işitsel ve görsel olarak üçe ayrılmaktaydı. Bu araçlar şu şekildeydi: Yazılı araçlar; gazete, dergi, bülten, broşür, mektup, afiş. Sözlü Araçlar; yüz yüze görüşme, telefonla görüşme, toplantılar, konferans ve seminerler. İşitsel ve görsel Araçlar; radyo ve televizyon, sergi, yarışma ve festivaller.

Kooperatif olarak yazılı iletişim araçlarından en verimli olarak kullandıkları dergidir Eczanem adlı dergide kooperatif çalışmalarını hakkında bilgi vermenin yanı sıra düzenlenen etkinlikler fuarlar hakkında bilgi verilmektedir. Eczacıların ortak sorunlarına da değinen bu dergide her ay doğum günü ve evlilik tebriklerine ayrıca atamalara da yer verilmektedir.<sup>97</sup>

---

<sup>97</sup> Eczanem Bülten, Mart/Nisan 2009 .



Şekil 9. İstanbul Eczacılar Kooperatifi Dergisi

**Kaynak:** Eczanem Bülteni, 2008, Sayı 50, s.1

Sözlü iletişimde yüz yüze iletişim, seminerler, toplantılar, fuarlar en çok tercih edilen iletişim araçlarıdır.

Seminerler ve eğitimler, hastalıklar ve ilaçlar hakkında bilgilendirme amaçlı olarak yapılmaktadır. Kooperatif üyeleri seminerlere eşleri ile de katılabilmektedir. Böylece farklı sektörlerde çalışan kişilerle bilgi alışverişi de yaşanabilmektedir. Örneğin seminerler mevsimsel hastalıklarla onlara uygulanan ilaçlarla ilgili olabilmektedir. Mevsimsel grip ve grip aşılı gibi konular hakkında yapılmaktadır.<sup>98</sup> Tıbbi Çaylar eğitimi ile doğrudan eczacıların alanına giren ve giderek yaygınlaşan bitkisel tıbbi

<sup>98</sup> Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi Röportaj ( 04.10.2009)

ürünlerin eczanelerden temin edilmesine yönelik eğitim, ürün seçimi ve tanıtım faaliyetleri gerçekleştirilerek; bu konuda eğitim almış tek meslek grubu olarak etkin olmaları sağlanmaktadır. Diğer eğitim konuları kozmoloji yani kozmetik hakkında verilen eğitimler, muhasebe ve finans konulu eğitim seminerleri ve eczacı yardımcısı geliştirme seminerleri, yardımcılarının daha eğitilmiş, donanımlı ve yeteneklerini geliştirmek üzere düzenlenmektedir.<sup>99</sup>

Her yıl eczacılık fuarı her yıl Farmavizyon fuarı Türk Eczacı Birliği, Eczacılık Kooperatif Birliği ve İstanbul Ecza Kooperatifi beraber düzenlemektedir. 2 yılda bir Eczacılık Kongresi, ,Türk Eczacılık Birliği ve Eczacılık Kooperatif Birliği ile İstanbul Ecza Kooperatifi ortak olarak eczacılık düzenlenmektedir.

Firmalar seminer verilmesi için talepte bulunabilmektedir. Üyelerine duyuru yapıp hem seminer hem de ağırlama yapmaktadırlar. Seminerlere potansiyel üyeler, üyeler, eczacılık fakültesi öğrencileri, doktorlar katılabilmektedir. Potansiyel eczacı ve eczacılara yönelik seminer ve eğitimler de verilmektedir. Üyeler hem müşterileri hem de ortaklarıdır eşit paylarda ortak ve eşit oranda söz sahipleridir. Hizmet edilen kesim, hedef kitle aslında kuruma ortaklardır aynı zamanda.

---

<sup>99</sup> İstanbul Ecza Kooperatifi 2010 Yılı Ajandası



**Şekil 10.** İstanbul Ecza Kooperatifi Toplantı Davet Kartı

**Kaynak:** Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi Röportaj ( 04.10.2009)



**Şekil 11.** İstanbul Ecza Kooperatifi Toplantı Davet Kartı

**Kaynak:** Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi Röportaj ( 04.10.2009)

Müşteri ilişkileri yönetimi yani CRM konusunda henüz sistemleri tam oturmamış durumdadır. Modüllerini %90 oranında aktif olarak kullanılmaktadır. Üyelerle ilgili bütün bilgilerin aktarıldığı bir sistem kullanılmaktadır. Her yeni kayıt olan üye bu sisteme eklenmektedir. Kişisel bilgilerinden, eczanenin konumu, kaç cephe sayısı var, hangi Pazar kurulumu gibi bilgiler bu sisteme kayıt edilmektedir. Bu sistemden her türlü veri ve istatistik elde edilebilmektedir. Bölge sorumluları belli aralıklarla eczaneleri ziyaret etmektedir. Bu ziyaretlerin sonucunda elde edilen bilgilerde bu sisteme işlenmektedir. Eczacının sorunları, istekleri, eksikleri, çalışmaları bu sisteme kayıt edilmektedir. Bölge sorumlularının da performansları bu sistem üzerinden takip edilmektedir. Cirolarla ya da alım oranlarıyla eczanenin performansını tespit

edilebilmektedir. Bölge sorumlusunun performansı ne kadar ziyaret yapmış, ne gibi problemlerle karşılaşmış ve onları çözmüş hangi eczanelerle ne şekilde anlaşmalar yapmış, o eczanenin bu anlaşmaya uyumu ne durumda bu tür konuların hepsi bu sistem üzerinden tespit edilebilmektedir.

CRM sistemi tam performans ile çalışmaya başlayınca doğum günlerinde otomatik olarak sistemden doğum gününüz kutlu olsun mesajı gönderilecek, eğitim, seminer, organizasyonlar ve özel günlerin bilgilerinin verildiği toplu bilgi mesajlarının gönderimi de başlayacaktır. Şuan bütün bu mesajlar CRM üzerinden değil ama toplu mesajlarla gönderilmektedir.



**Şekil 12.** İstanbul Ecza Kooperatifi Bayram Tebrik Kartı

**Kaynak:** Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi Röportaj ( 04.10.2009)

Pandiom ismi verilen programlar kullanılmaktadır. Bölge sorumlusu eczaneye gittiğinde nelerle karşılaştı, eczanenin durumu nasıl, genel anlamda mali sıkıntı içinde mi, iskontosunun düşmesi, ilaç fiyatlarının düşüşüyle birlikte eczaneyi daha iyi gözlemlenmesi gerekmektedir. Daha iyi bir finans yapısı adına bunlar kontrol altında tutulmalıdır. CRM’ de görüşmelerin yanı sıra istihbaratlar da kayıt edilebilmektedir. Örneğin X eczanesi bir depoyla problem yaşıyor olabilir yada ödeme sıkıntısı yaşıyor olabilir, finansal birim müdürleri girilmiş olan veriyi takip etmektedir. Kooperatifle de aynı sıkıntıyı yaşamamasın diye daha kontrollü gidilmektedir. Eczacının çocuğu olduğunu bu programdan öğrenip tebrik gönderilmektedir. Görev atamaları da bu sistem üzerinden yapılmaktadır.

İstanbul dışında çalışanlar da bulunmaktadır. Kastamonu’da çalışan Amasya bölgelerini ziyaret ettiğinde birkaç gün ofise dönememektedirler. Buradan bir eczaneye ilgili, eczaneye gidilip anlaşma yapılıyor olabilir veya bir sıkıntısını aktarılmış olabilir bunları da yine sisteme ekleyebilmektedirler. O ildeyken eczaneden gelen şikayetler sisteme girilebilmektedir. Örneğin; ilaç eksik çıkabilir, adet fazla olabilir, yanlış yazılmış olabilir, fatura yırtılmış olabilir, kırılmış olabilir bu tip sorunlar da ziyaretlerle çözülebilmektedir.

Personel ve eczacıların katılımıyla piknikler, tiyatro organizasyonları düzenlenmektedir. Öğretmenler gününde Eczalık Fakültesi Öğretim üyeleri ziyaret edilmektedir. Kadınlar gününde karanfil verilmektedir. Bayramda çikolata ve şeker dağıtılmaktadır.

İstanbul Ecza Kooperatifi sosyal sorumluluk projeleri alanında da çalışmalar yapmaktadır. Bu bağlamda; ülkenin gereksinim duyduğu okul, kreş gibi ihtiyaçların karşılanmasına verdiği desteğin yanı sıra genç eczacı adayların eğitimlerine katkı sağlayacak; burs, staj, bilimsel ve kültürel çalışmaları desteklemektedir. Kooperatif çalışanlarının çocuklarına, eczacılık fakültesi öğrencilerine eğitim bursu vermektedir. Kooperatif çalışanlarının çocuklarına toplu sünnetler yapılmaktadır. Gönüllü olarak eczacıların katılımıyla Filistin’e yardım kampanyası düzenlenmiştir.

2010 Kooperatifin 20. yılıdır. 20. yıla özel bir sosyal sorumluluk projesi hazırlanmıştır. Her kooperatif üyesi adına 2009-2010 Eğitim öğretim yılında 2000 öğrenciye burs, 2 okula bilgisayar sınıfı, 20 okula projeksiyonlu bilgisayar, 200 okula ecza dolabı, 20.000 kitap bağışı yapılacaktır.<sup>100</sup>

---

<sup>100</sup> Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi Röportaj ( 04.10.2009)

## 5. VAKIF

Vakıf, dernekler topluma yararlı bir hizmet geliştirmek için kurulmuş yasal topluluklardır. Bu kuruluşlar herkese yardım etmek için kurulmuşlardır.<sup>101</sup> Vakıf Türkçede Vakıf şeklinde telaffuz edilen vakıf kelimesi Arapça bir mastar olup sözlüğe göre durdurmak, alıkoymak manasına gelmektedir.<sup>102</sup>

Vakıf kurumu Anadolu Türk sanatının başlangıcından itibaren, hem birçok yapının oluşmasında hem de bu yapıların sürekliliğinin sağlanmasında en önemli bir İslami kurum olarak karşımıza çıktığını söylemek mümkündür. Özellikle varlıkların sürekliliğinin sağlanması konusunda hemen hemen tek kurum olarak ortaya çıkmıştır.<sup>103</sup>

### 5. 1. Vakıfların Tanımı

Vakıflar gerçek ya da tüzel kişilerin yeterli mal ve hakları belirli, sürekli bir amaca özgülemeleriyle oluşan tüzel kişiliğe sahip mal topluluklarıdır.<sup>104</sup> 01.01.2002 tarihinde yürürlüğe giren 4721 sayılı Türk Medeni Kanununun 101. Maddesine göre bu şekilde tanımlanmıştır. Bu tanımdan anlaşılacağı üzere vakfı oluşturan en önemli iki unsur; özgülenecek bir malvarlığı ve malvarlığının özgüleneceği amaçtır.<sup>105</sup>

Vakıflar, fertlerin taşınır veya taşınmaz mallarını hür iradeleri ve bildirimleriyle şahsi mülkiyetlerinden çıkarıp sosyal, kültürel, ekonomik hizmet alanlarında, yine kendileri tarafından belirlenen şart ve hizmetlerin görülmesi için ebedi tahsis edilmesinden doğmuş kurumlardır.<sup>106</sup>

---

<sup>101</sup> Sivil Toplum Kuruluşu, tr.wikipedia.org/wiki, (29.03.2010).

<sup>102</sup> Bahaeddin Yediyıldız, **XVIII. Yüzyılda Türkiye’de Vakıf Müessesesi Bir Sosyal Tarih İncelemesi**, 1.Basım, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi, 2003, s.8.

<sup>103</sup> Aydın Seçkin (Ed.), **Vakıf Varlıklarının Sanatsal Yönü Sempozyumu**, Ankara: Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları, 2005, s.27.

<sup>104</sup> Ermiş, s. 7.

<sup>105</sup> [www.vakiflorgenel mudurlugu](http://www.vakiflorgenel mudurlugu)

<sup>106</sup> Fatma Esra Kesmenoğlu, “ Vakıf Kavramına Halkla İlişkiler Perspektifinden Bakış”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Marmara Üniversitesi SBE), İstanbul, 1998, s.35.

Çok genel bir ifadeyle, vakıf adını verdiğimiz kurumun temelinde belirli bir eşyanın daha sık rastlanan şekliyle bir taşınmazın veya bu taşınmaz ile birlikte birden fazla mal varlığı unsurlarının bir amaca tahsis edilmesi olgusudur.<sup>107</sup>

Vakfın amacı; Hukuka uygun, belirli, anlaşılabilir olmalı ve süreklilik arz etmelidir. Cumhuriyetin Anayasa ile belirlenen niteliklerine ve Anayasanın temel ilkelerine, hukuka, ahlâka, millî birliğe ve millî menfaatlere aykırı veya belli bir ırk ya da cemaat mensuplarını desteklemek amacıyla vakıf kurulamaz. Vakfa özgülenecek malvarlığı ise vakfın amacını gerçekleştirmeye yeterli olmalı, vakfın amaç veya devamını imkansız veya yararsız hale getirmemelidir.<sup>108</sup>

Vakıflar, geleneksel olarak bir hizmetin gelecekte de yapılması için belli şartlarla ve resmi bir yolla ayrılarak bir kimse tarafından bırakılan mülk veya paraya vakıf denir. Bu geleneksel yapının Türkiye Anayasası ile kurumlaştırılmasıyla oluşmuştur. Anayasaya göre vakıflar kendi konu ve amaçları dışında toplantı ve gösteri yürüyüşü düzenleyemezler yani belirli amaç için kurulur ve bunun dışında faaliyet göstermezler.<sup>109</sup>

Gerçek ya da tüzel kişiler vakıf kurabilirler. Ancak kurucu gerçek kişi ise Türk Medeni Kanununda belirlenen fiil ehliyetine sahip olmalı, tüzelkişi ise fiil ehliyetine sahip olmakla birlikte, kuruluş statüsünde vakıf kurabileceğine ve vakfa malvarlığı özgüleyebileceğine dair hüküm olması gerekir.

Vakıflar özel hukuk tüzelkişisi olup, Türk Medeni Kanununun 48. maddesinde belirtilen tüm hak ve yetkilere sahiptir. Vakıflar Genel Müdürlüğü denetim makamı olup, vesayet makamı değildir.<sup>110</sup>

---

<sup>107</sup> Mehmet Narince (Ed.), **Vakıf Sempozyumu Kitabı**, Ankara: Vakıf Sistem Matbaa, 2003, s.245.

<sup>108</sup> Tarihçe, [http://www.vgm.gov.tr/001\\_Menu/01\\_Tarihce/tarihce.cfm](http://www.vgm.gov.tr/001_Menu/01_Tarihce/tarihce.cfm) (14.04.2010).

<sup>109</sup> Vakıf(Hukuk), [http://tr.wikipedia.org/wiki/Vak%C4%B1f\\_\(hukuk\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Vak%C4%B1f_(hukuk)), (14.04.2010).

<sup>110</sup> Tarihçe, [http://www.vgm.gov.tr/001\\_Menu/01\\_Tarihce/tarihce.cfm](http://www.vgm.gov.tr/001_Menu/01_Tarihce/tarihce.cfm) (14.04.2010).

## 5.2 Vakıfların Tarihi

Dini inanç ve düşüncelerin güçlü olduğu müesseseler olarak asırlar boyunca toplumun maddi ve manevi ihtiyaçlarının karşılanmasında en büyük görevi üstlenen vakıfların ilk olarak ne zaman ortaya çıktığı hususunda bilim adamlarınca çeşitli görüşler ortaya atılmıştır. Bir kısım araştırmacılar vakfın İslamiyet'ten önce de var olduğu fikrini savunarak, eski Türklere, Roma ve Bizans İmparatorluğuna yada Cahiliye devrine kadar dayanmaktadır.

İslam hukukçularının ortaya koydukları nazarî sistemlere göre ise vakıf, doğrudan doğruya İslam'dan kaynaklanmaktadır. H.z. Muhammed'in Fedek Bahçesi'ni, H.z. Ömer ve H.z. Osman'ın kıymetli arazilerinden büyük bir kısmını insanların yararına tahsis etmeleri, vakıf hadisesini İslâmî bir çehreye bürünmüştür.

Cumhuriyet öncesi kurulan bütün vakıfların kuruluş senedi olan vakfiyelere bakıldığında ayet ve hadislere yer verilmiş olduğu görülüyor. Bu da vakfın hukuki özelliğini İslam'dan sonra aldığı görüşünü kuvvetlendirmektedir. Emeviler ve Abbasiler döneminde hızla gelişen vakıflar Abbasiler döneminde hukuki esasları da belirlenerek bütün İslâm âlemine yayılmıştır.

Selçuklu İmparatorluğunun kuruluşu ile birlikte vakıflar daha fazla önem kazanmış, aynı zamanda Müslümanlığın yayılmasına önemli katkıda bulunan Türkler, İslâmın beraberinde getirdiği hayrî, dinî, sosyal niteliklere sahip bir kurum olan vakıfların en büyük savunucusu ve uygulayıcısı olmuşlardır. Öyle ki Selçuklu Sultanları ile devlet adamları her alanda birbirleriyle yarışır hale gelmişlerdir. Daha sonra kurulan beylikler de buldukları yerlerde vakıfları geliştirmişler ve yenilerini eklemişlerdir.

Anadolu Selçuklularda ve Anadolu beylikleri döneminde beylerin ve önemli sülalelerin vakıf teşkilatına önem verdikleri anlaşılmıştır. Anadolu beylikler döneminden günümüze birçok mimari eser gelmiştir ve bu eserlerin devamlılığını

sağlayan güçlü vakıflar olmuştur.<sup>111</sup> Selçuklu İmparatorluğundan sonra Harzemşahlar, Atabekler, Eyyubiler, Mısır, Suriye, Memluk İmparatorluğu, Anadolu Selçukluları hakim oldukları yerlerde vakıf kurumunun geliştirmişlerdir. Moğollar Müslümanlığı kabul ederek vakıf kurumu gelişmiş ve Osmanlı İmparatorluğu zamanında vakıf kurumu önemi ve gelişimi en yüksek düzeye çıkmıştır.<sup>112</sup>

Vakıflar, en mükemmel ve en görkemli dönemini ise Osmanlı devrinde yaşamıştır. Sayıları yüz binleri aşan, insanlığa hizmette geniş alanlara yayılan Türk-İslâm Vakıflarının sanat yönüyle de zirveye ulaşması bu dönemde olmuştur.<sup>113</sup>

Merkezi yönetimden görece özerklik kazanmış sosyal ve iktisadi bir güç olan vakıflar Osmanlı toplumunda yer alan sivil örgütlenmelerin gücünü ve etkisini göstermesi bakımından oldukça dikkat çekici bir konumdaydı.

Günümüz dünyasında sosyal refah devleti anlayışı gereği bir devletin yapması gereken bütün kamu hizmetleri Osmanlı döneminde vakıflar tarafından karşılanmaktadır. Vakıfların ilgi alanı din, sağlık, eğitim, şehircilik, imar ve bayındırlık hizmetleri gibi oldukça geniş bir yelpazeyi içermektedir.

Bu temel görevlerin yanı sıra bayramda fakirlere elbise almak, köle ve cariyeleri azat edip kurtulmaları sağlamak ve çocuklara oyuncak temin etmek amacı gibi farklı amaçlara hizmet etmek üzere vakıflar kurulmuştur. Osmanlı'da kamuyu ilgilendiren bütün konular devlet elinden bağımsız bulunan vakıflar tarafından yürütülmektedir.

Osmanlı'da örfi hukuk açısından hükümet tarafından karışılmamaktadır. Ancak şer'i hukuk açısından vakıflar kadılar tarafından denetlenmektedir. Osmanlı'nın son yıllarında vakıf müessesesindeki aksaklıklar önlenemez olduğundan kamu hizmetleri yeni kurulan modern belediyelere bırakılmıştır.<sup>114</sup>

---

<sup>111</sup> İbrahim Ateş, Sadi Bayram ve Mehmet Narince (Ed.), **XI. Vakıf Haftası Kitabı**, Ankara: Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları, 1993, s.149.

<sup>112</sup> **Cumhuriyetin Ellinci Yılında Vakıflar**, 1.Basım, 1973, s.2.

<sup>113</sup> Vakıf, <http://www.motifvakfi.com/default.asp?rsm=11100000000>, (14.05.2010).

<sup>114</sup> Esra Ay, "Türkiye'de Sivil Toplum Düşüncesinin Gelişimi ve Din", (**Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi, SBE, 2009), s.45-47.

Atatürk vakıflar konusuna büyük önem vermiştir. Osmanlı'dan devir alınan kültürel değerlere ve vakıflara ait sorunların çözümlenmesi ve bunların korunup geliştirilmesi konusunda Mustafa Kemal 3. Yasama yılı açılış konuşmasında şöyle demiştir: “*Vakıf sorununa gelince, bildiğiniz gibi vakıf, ülkemizin önemli bir varlığını oluşturur. Bu servetten millet ve memleketi hakkıyla yararlandırabilmek için Şeri'ye Vekaletiyle birlikte bütün bakanlar kurulumuz ve hatta Yüce Meclisin bu konuyu önemle inceleyerek bu büyük kurumun çöküntüden kurtarılmasını ve ülkeye faydalı bir duruma dönüştürülmesini dilerim.*

*Efendiler, vakıfların kuruluş nedenleri göz önünde tutulunca, bunun dini kuruluş ile birlikte hizmet hizmet ve sosyal yardım amaçladığı ortaya çıkar. Vakıfların hayır evleri, akıl hastaneleri ve diğer hastanelerle misafirhaneler, kütüphaneler, kervansaraylar, hamamlar ve çeşmeler, okullar, medreseler ve diğer diğer kültür kurumlarını kapsamış olması vakıf sorunun düzenlenmesinde uyulması gerekli olan kuralları göstermektedir”.*

Mustafa Kemal Atatürk 1 yıl sonra 1 Mart 1923 tarihli TBMM 4. Yasama yılı açılış konuşmasında Vakıflar konusunda bir kez daha TBMM ve Cumhuriyet Hükümetinin eğilimlerini istemiş ve; “*Geçen yıl arz etmiştik. Bu yılda tekrarlıyoruz. Vakıf sorunu önemlidir. Ülkemizin ve ulusumuzun gerçek yararına uyacak biçimde incelemeli ve modern görüşlere uygun biçimde düzenlemelidir, bu gereklidir”* diyerek konuya ne kadar önem verdiğini ortaya koymuştur.

Mustafa Kemal Atatürk'ün vizyonu doğrultusunda Cumhuriyet döneminin vakıf stratejisi belirlenmiştir. Bu strateji yeni dönemin vakıf modelinin Türk Medeni Kanunda “Tesisler” adı altında düzenlenmesi, Osmanlı'dan devir alınan vakıflar içinse ayrı bir vakıf uygulama kanunu yapılarak uygulamaya konmasıdır.

Vakıflar kanunu ve uygulamalarını incelemek üzere İsviçre'ye bir heyet gönderilmiştir. Osmanlı'dan devir alınan vakıfların incelenmesi, uzmanlar grubundan oluşan bir heyet kurulması ve bir vakıflar kanunu tasarısının hazırlanması yönünde bir dizi çalışmalar başlatılmıştır.

Cumhuriyetin ilk on yılında; her yıl vakıflardan alınan maktu vergisinin kaldırılması, vakıf malı satılmaz hükmünün değiştirilmesi, vakıf eserlerinin yok olmalarını önlemek amacıyla illerin harcama yetkilerinin arttırılması, eğitim birleştirilmesi kapsamında vakıflara ait okulların Milli Eğitim Bakanlığı'na ve İl Özel İdaresi'ne devredilmesi, vakıflara ait gayrimenkullerin sigortalanması gibi çalışmalar yapılmıştır. Vakıflar Cumhuriyetin ilk yıllarında sosyal, ekonomik ve kültürel alanda gelişmemize katkıda bulunmuştur.

Cumhuriyet'in 80 yılında toplam 4,706 vakıf kurulmuştur. Bu vakıflar 3,766 tanesi gerçek kişiler tarafından kurulan kişi vakıflarıdır. 928'i ise kanunla kurulan sosyal dayanışma ve yardımlaşma vakfidir. Ayrıca 76 adet çevre vakfı, 24 adet sosyal güvenlik vakfı bulunmaktadır.

1990'lı yıllar vakıf sayılarında büyük artışın yaşandığı yıllar olmuştur. 1926 yılından 2003 yılına kadar 4,895 adet tecil edilmiştir. Bu patlamanın ana nedeni derneklerin tabi olduğu yasal prosedürlerden ve denetimden kaçıştır.<sup>115</sup>

---

<sup>115</sup> Barış Aydın, **Cumhuriyet Dönemi Vakıfları: Tarihi Bakış ve Vergi Muafiyetine Sahip Vakıfların Mali Krizi**, [www.tusev.org.tr](http://www.tusev.org.tr), ( 06.04.2010).

## 6. LÖSEV LÖSEMİLİ ÇOCUKLAR VAKFI

LÖSEV' Lösemili Çocuklar Vakfı'nın amacı; lösemili ve kan hastası çocukların, sağlık ve eğitim başta olmak üzere her türlü ihtiyaçlarının sağlanmasına yardımcı olmak, bunun yanı sıra, kalıtsal ve edinsel kan hastalıkları konusunda ulusal düzeyde tedavi, eğitim ve araştırma kurumları kurmak ve işletmektir.

Türkiye'de her yıl 1000-1200 yeni lösemili çocuk vakası ortaya çıkmaktadır. Bu durum bazen dar bütçeli ailelerde ebeveyni lösemili çocuk ile diğer çocukları arasında seçim yapmaya kadar zorlamaktadır. Bu sebeple vakfımız gerçekleştirdiği tüm faaliyetlerde, gelir elde etmenin yanı sıra, lösemi hastalığını tanıtmayı, lösemili çocukların ve ailelerinin sıkıntılarını topluma aktarmayı ve bu vesileyle toplumu bilinçlendirmeyi amaçlamaktadır.

### 6.1 LÖSEV Tarihi



Şekil 13. Ankara Vakıf Merkezi

**Kaynak :** Tarihçe, <http://www.losev.org.tr/v2/tr/content.asp?ctID=402>

(10.04.2010)

LÖSEV Lösemili Çocuklar Vakfı ilk kez 1998 yılında kurulmuştur. Lösemili çocukları tedavi amacıyla SSK Ankara Çocuk Hastanesine yatırıldığı ilk günlerde hastane yönetiminden çocukların odaları için küçük bir televizyon talebine alınan olumsuz yanıt sonrasında o hastanede çalışan doktorlar, hemşireler ve personel, aralarında para toplayarak küçük bir televizyon almıştır. İlk zamanlarda bir çocuğun yol parasını ya da okul ihtiyacını karşılamak LÖSEV çalışanları için büyük sorundu. Ancak günler geçtikçe büyüdü, güçlendi; projeler geliştirdi, hedeflerini büyüttü. Lösemili çocukların her türlü ihtiyaçlarını karşılamak için çalışmalar yapmışlardır.<sup>116</sup>



**Şekil 14.** LÖSANTE Lösemili Çocuklar Hastanesi

**Kaynak:** Lössante, <http://www.losev.org.tr/v2/tr/content.asp?ctID=445>

(10.04.2010)

24 Eylül 2000 tarihinde Türkiye'nin ilk ve tek Lösemili Çocuklar Hastanesi LÖSANTE'yi hizmete başlamıştır. LÖSEV Lösemili Çocuklar Konukevi, uzun sürecek bir tedavi için şehir dışından gelen lösemili çocuk ve ailelerinin hastane koridorlarında

<sup>116</sup> Tarihçe, <http://www.losev.org.tr/v2/tr/content.asp?ctID=402> (10.04.2010).

yatmaması, her türlü ihtiyaçlarının karşılanması için 23 Eylül 2006 tarihinde açılmıştır.<sup>117</sup>



Şekil 15. Özel LÖSEV İlköğretim Okulu

**Kaynak:** Lösemili Çocuklar Okulu,

<http://www.losev.org.tr/v2/tr/school.asp?ctID=565> (10.04.2010)

Özel LÖSEV İlköğretim Okulu; 16 Kasım 2008 tarihinde Atatürkçü düşünce ışığında, Atatürk ilke ve devrimlerine bağlı, bilinçli ve yeniliğe açık, Türk Milli Eğitiminin temel ilkelerinden yola çıkılarak kurulmuştur. Türkiye de ve dünyada tek olma özelliğine sahip olan okulumuz, haftada 40 saat ders ile tam gün eğitim veren, 20 öğrenci ile sınırlı tutulan sınıf mevcutlarına sahip, özel okullar statüsünde, LÖSEV tarafından açılmış bir vakıf okuludur.<sup>118</sup>

---

<sup>117</sup> Lösante, <http://www.losev.org.tr/v2/tr/content.asp?ctID=445> (10.04.2010).

<sup>118</sup> Lösemili Çocuklar Okulu, <http://www.losev.org.tr/v2/tr/school.asp?ctID=565> (10.04.2010).



**Şekil 16.** LÖSEV Lösemili Çocuklar Köyü

**Kaynak:** Lösemili Çocuklar Köyü

<http://www.losev.org.tr/v2/tr/galleries.asp?RecID=62> (24.05.2010)

8 Kasım 2009 ön açılışı yapılan ve 2010 Mayıs ayı içerisinde tamamen hizmete açılacak olan LÖSEV Lösemili Çocuklar Köyü'nde, Ankara'ya tedavi için gelen lösemili ve kanserli aileler için sağlık ve sosyal tesisleri, konuk evi, aile konutları, üretim atölyeleri, okul ve spor tesisleri bulunmaktadır.



**Şekil 17.** İstanbul LÖSEV Lösemili Çocuklar Evi

**Kaynak:** İstanbul Lösemili Çocuklar Evi,

<http://www.losev.org.tr/v2/tr/content.asp?ctID=701> (10.04.2010)

Ankara dışında ayrıca İstanbul'da LÖSEV Avrupa Yakası Ofis, LÖSEV Lösemili Çocuklar Evi ve LÖSEV Anadolu Yakası Ofis olarak 3 binada hizmet verirken İzmir'de ise ofis binasıyla çalışmalarını yürütmektedir.<sup>119</sup>

Bu hizmetlerin dışında İSPANAK 2000 yılında, İlkadım sokak No:14 GOP-Ankara adresinde, yani Vakıf binasında hizmete başlamıştır. O zamanlar 5 anne ve tek oda başlayan atölye Nisan 2005'te 2 katlı mağazaya taşınmıştır. Bundan böyle çok daha zengin çeşitte organik ve doğal ürünle hizmet verebilmeye başlamıştır.

Tedavi gören çocukların anneleri için verilen rehabilitasyon amaçlı meslek edindirme kursları, hem onların hem de tedavi gören çocukların yüzlerini güldürmektedir. Çünkü moral değerlerin tedavideki başarı oranlarını direk etkilediğini,

<sup>119</sup>Hizmet Binalarımız, <http://www.losev.org.tr/v2/tr/content.asp?ctID=701> (10.04.2010).

bunun için ailedeki annenin, kadının yüksek bir moralle tedaviye yardımcı olması gerektiği görülmüştür.

## 6.2 LÖSEV Kurum Yapısı

Yönetim Kurulu; Pediatrik Hematolog Dr. Üstün Ezer'in başkanlığında, bir başkan yardımcısı ve üç üyeden oluşmaktadır. Denetim kurulunda ise üç kişi görev yapmaktadır.

LÖSEV Lösemili Çocuklar Vakfı çalışanları; merkez bina, hastane, okul, Ankara ve İstanbul Lösemili Çocuklar Evi, İstanbul ve İzmir iletişim büroları çalışanları, sosyal, aile ve genç komitelerinden oluşmaktadır.<sup>120</sup>

LÖSEV' kayıtlı şuan 7000'e yakın lösemili çocuk bulunmaktadır. 14 bini aşkın gönüllüsü ve 142 çalışanı ile hizmet vermektedir.<sup>121</sup>

Bir kurumda halkla ilişkiler biriminin organizasyon şeması içinde nerede bulunduğu, hem bu birime ve hizmetlerine atfedilen önem, hem de halkla ilişkiler birimi ile kurumun diğer birimleri arasında iş birliği ve koordinasyon sağlanması bakımından önemlidir. Örgüt içinde halkla ilişkiler bürosunun yerini belirtmede bazı önemli unsurlar vardır bunlar;

- Kuruluşun tarihsel gelişimi
- Kuruluşun karşılaştığı sorunlar
- Kuruluşun çalışma alanı
- Sorumlu personelin kişiliği
- Diğer personelin kişileri

Bunlara kuruluşun eleman sayısı, bütçe ve bunun gibi bakımdan büyüklüğü ile kurumdaki iş bölümü ve uzmanlaşma düzeyi eklenebilir. Halkla ilişkiler biriminin

<sup>120</sup> Tarihçe, <http://www.losev.org.tr/v2/tr/default.asp> (25.05.2010).

<sup>121</sup> Alakaya Seda, LÖSEV Röportaj, İstanbul, 2010.

organizasyon yapısındaki yerleri tüm bu değişkenler dikkate alınarak en uygun şekilde belirlenmesidir.<sup>122</sup>



**Şekil 18.** LÖSEV Organizasyon Şeması

**Kaynak:** Alakaya Seda, LÖSEV Röportaj, İstanbul, 2010

### 6.3 LÖSEV Halkla İlişkiler Çalışmaları

LÖSEV Lösemili Çocuklar Sağlık ve Eğitim Vakfı'nda birinci bölümde ayrı ayrı başlık altında incelediğimiz Halkla İlişkiler araçlarının neredeyse hepsi kullanılmaktadır. Birinci bölümde değindiğimiz halkla ilişkiler araçları; yazılı, sözlü, işitsel ve görsel olarak üçe ayrılmaktaydı. Bu araçlar şu şekildeydi: Yazılı araçlar; gazete, dergi, bülten, broşür, mektup, afiş. Sözlü Araçlar; yüz yüze görüşme, telefonla görüşme, toplantılar, konferans ve seminerler. İşitsel ve görsel Araçlar; radyo ve televizyon, sergi, yarışma ve festivaller.

<sup>122</sup> Muhittin Acar, **Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Araştırması**, 1.Baskı, Ankara: Yayın Basım Şube Müdürlüğü Matbaa Birimi, 1994, s.12.

LÖSEV Lösemili Çocuklar Vakfı'nın Halkla ilişkiler alanında yaptıkları faaliyetlerde bu araçların nasıl kullanıldığı görülürken halkla ilişkiler çalışmaları incelenecektir.



Şekil 19. LÖSEV Yaşam Dergisi

Kaynak: LÖSEV Yaşam Dergisi,

<http://www.losev.org.tr/v2/tr/dergi.asp?ctID=426> (11.05.2010)



Şekil 20. LÖSEV Ispanak Dergisi

Kaynak: LÖSEV Ispanak Dergisi,

<http://www.losev.org.tr/v2/tr/dergi.asp?ctID=427> (11.05.2010)

LÖSEV Lösemili Çocuklar Vakfı şekil 13 ve şekil 14’te ki dergileri Vakfın yan kuruluşu olan LÖJANS Tasarım tarafından hazırlanmaktadır. Reklam ve tanıtım amaçlı faaliyetleri yürütmektedir.<sup>123</sup>

LÖSEV Yaşam dergisi; vakfın güncel faaliyetleri, kanser ve lösemi hakkında bilgiler sın tıbbi gelişmeler, çocukların gelişiminde ailelerin dikkat etmesi gereken konular gibi konulara içermektedir. Bilgilendirici ve tanıtıcı bir dergidir.

LÖSEV Ispanak dergisi ise sağlıklı yaşam ve sağlıklı beslenme konusunda bilgilendirici bir dergidir.



Şekil 21. 8.Uluslararası Lösemili Çocuklar Haftası Broşür

**Kaynak:** [www.losev.org.tr](http://www.losev.org.tr) (21.04.2010)

LÖSEV düzenli çıkardığı dergilerin yanı sıra dönemsel olarak düzenlediği etkinlikler için broşürler hazırlamaktadır. Şekil 15’te her yıl etkinlik düzenleyerek

<sup>123</sup> Yan Kuruluşlarımız, <http://www.losev.org.tr/v2/tr/content.asp?ctID=405> (20.04.2010).

dünyadaki lösemili çocukların bir araya geldiği Lösemili Çocuklar Haftası için hazırlanmış broşür ya da kitapçık olarak isimlendirebileceğimiz yazılı iletişim aracına bir örnektir.



Şekil 22. Kurban Bayramı Broşürü

**Kaynak:** Kurban Bayramı Broşürü, <http://img412.imageshack.us/i/adszvk.jpg/>  
(11.05.2010)

Şekil 16'da ki broşür örneği, 2009 yılı kurban bayramında bağışlar hakkında bilgi verici ve bağış yapılması konusunda yardımcı olmak amacıyla dağıtımları gerçekleştirilen broşürleridir.

# LÖSEV TEKİRDAĞ VE ÇORLU'DA LÖSEMİLİ VE KANSERLİ AİLELERLE KUCAKLAŞTI

LÖSEV Lösemili Çocuklar Vakfı Sosyal Hizmet Departmanı ülkemizi karşı karşıya getirdiği lösemili çocuklarımız ve aileleri ile buluşuyor



TEKİRDAĞ VE ÇORLU AİLELERİMİZE HİZMET GETİRDİK...

Ailelerinin her sıkıntısına sahip çıkan LÖSEV, yıllardır verdiği hizmetlerle ailelerin zorlu yaşam mücadelesinde fark yaratmaya devam ediyor. Lösemili ailelerin %85'inin dar geliri olduğunu yaptığı araştırmalarla ortaya koyan LÖSEV, bu ailelerden %11'inin hiçbir

geliri ve sosyal güvencesi olmadığını da tespit etmiştir. Bu pahalı hastalıkla mücadele edip bir yandan da hayatlarını sürdürme mücadelesi veren lösemili ailelerimizin yoksulluğun pençesinde parçalanmalarının ve dağılmalarının önüne geçilmeye çalışılmaktadır.

Beslenmeden giyime, yakacaktan kırtasiyeye, bir ailenin tüm ihtiyaçlarını göz önünde tutarak yıl boyunca evlerine kadar ulaştıran LÖSEV, Samsun'dan Hatay'a; Van'dan İzmir'e dek ailelere düzenli ziyaretler ile paylaşımlarda bulunmaktadır. Sorunlar için yerinde tespitler yaparak bir araya gelen ailelerin moral

değerlerini yükseltmektedir.

Birçok ilimizde olduğu gibi Tekirdağ ve Çorlu'da taze et ve et ürünleri 12 Şubat Cuma günü 12 ailemize dağıtıldı. Her zaman söylediğimiz gibi et ve et ürünleri 12 ay boyunca yurt genelinde lösemili ve kanserli ailelere dağıtımı sürdürülecektir.

Düzenli ve protein zengini taze et ürünleriyle beslenen çocuklarımız böylece hastalıklarını daha kolay atlatabilecekler.

Ailelerimiz memnuniyetlerini :

"Bizi hiç unutmadığınız için çok teşekkür ederiz, sayenizde tüm bir yıl et yiyoruz, biz bu şekilde olsun istiyoruz, bu sayede iyileşiyoruz. İyi ki LÖSEV var.

Bayramdan bayrama et yemeği gördük, hayırseverlerin ve LÖSEV'in sayesinde artık soframız her gün bayram ediyor" diyerek dile getirdiler...

LÖSEV Lösemili Çocuklar Vakfı 11 yıl önce 35 çocukla başladığı hizmetlerini bu gün ülke genelinde kayıtlı 6500'den fazla lösemi hastası çocuk ve onların ihtiyaç sahibi aileleri için sürdürmektedir.



Şekil 23. LÖSEV Basın Bülteni

**Kaynak:** Basında LÖSEV,

[http://www.losev.org.tr/v2/tr/basinda\\_losev.asp?ctID=411](http://www.losev.org.tr/v2/tr/basinda_losev.asp?ctID=411) (12.05.2010)

Yazılı araçlardan biri de bültenlerdir. Şekil 17'de görülen LÖSEV etkinliklerinden birini anlatan ve basında yer almış bir basın bültenidir.<sup>124</sup>

<sup>124</sup>Basında LÖSEV, [http://www.losev.org.tr/v2/tr/basinda\\_losev.asp?ctID=411](http://www.losev.org.tr/v2/tr/basinda_losev.asp?ctID=411) (12.05.2010).



Şekil 24. LÖSEV 2009 Kurban Bayramı Afışı

**Kaynak:** Kurban Bayramı Afışı,

[http://www.gundem.be/photcat/photos/135/p\\_13554\\_o.jpg](http://www.gundem.be/photcat/photos/135/p_13554_o.jpg) (15.05.2010)

LÖSEV dönemsel çalışmalarında yazılı araçlardan afişi de sıklıkla kullanmaktadır. Türkiye'nin her yerinde Billboardlarda dönemsel olarak afişleri yer almaktadır. Şekil 17'deki afiş 2009 Kurban Bayramı öncesi ve bayram süresince billboardlarda yer almıştır.



Şekil 25. LÖSEV 2008 Kurban Bayramı Afişi

**Kaynak:** Kurban Bayramı Afişi,

[http://3.bp.blogspot.com/\\_NV2XyP\\_lpNg/SVjrpYc39jI/AAAAAAAAAD2A/7zqjg4HIUuk/s1600/1%C3%B6sev-2008-dis-500.jpg](http://3.bp.blogspot.com/_NV2XyP_lpNg/SVjrpYc39jI/AAAAAAAAAD2A/7zqjg4HIUuk/s1600/1%C3%B6sev-2008-dis-500.jpg) (16.05.2010)

LÖSEV Lösemili Çocuklar Vakfı tüm ihtiyaçlarını bağışlarla karşılamaktadır. Örneğin Lösemili Çocuklar Köyü'nün inşaatında çimentosundan, yer döşemesine, kullanılacak eşyalara kadar her şey bağışlarla bulunmuştur. Vakfın tanımını yapmak ve bağışları elde temin etmek için en sık kullanılan halkla ilişkiler aracı ise sözlü

araçlardır. Bu araçlardan; yüz yüze iletişim, telefonla iletişim ve toplantı en sık kullanılan yöntemlerdir.<sup>125</sup>

Görsel ve işitsel araçlardan televizyon ve radyolar en sık kullananlarıdır. Dönemsel çalışmalarda radyo ve televizyonlarda reklamlar yer almaktadır. Bu dönemlere örnek olarak kurban bayramı öncesi dönem gösterilebilir. Bu dönemde televizyonda ve radyo- da bağışçıların bağış yapabilecekleri banka numaraları, vakıf hakkında bilgilendirici içeriklerin olduğu reklamlar yayınlanmaktadır. 2009 yılında Kurban Bayramı öncesinde yayınlanmaya başlayan reklam Elimi Siz Tutar mısınız?



**Şekil 26.** Elimi Siz Tutar Mısınız? Reklam Karesi

**Kaynak:** Elimi Siz Tutar mısınız?

[http://ak2.static.dailymotion.com/static/video/864/383/17383468:jpeg\\_preview\\_large.jpg](http://ak2.static.dailymotion.com/static/video/864/383/17383468:jpeg_preview_large.jpg) (17.05.2010)

---

<sup>125</sup> Alakaya Seda, LÖSEV Röportaj, İstanbul, 2010.



**Şekil 27.** Elimi Siz Tutar Mısınız? Reklam Karesi

Kaynak: **Elimi Siz Tutar mısınız?**

<http://www.videobom.com/video/elimisiztutarm812370810.jpg> (16.05.2010)

## 7. SONUÇ

Halkla İlişkiler, kurumların hedef kitlelerine kendilerini anlatmaları konusunda önemli bir araçtır. Halkla ilişkiler faaliyetlerini yürütürken yazılı, sözlü, işitsel ve görsel araçlar kullanılmaktadır. Her kurum bu araçlardan bazılarını ya da hepsini kullanarak hedef kitlelerine ulaşmaktadırlar.

Kar amacı gütmeyen kurumlar da kar amacı güden kurumlardan farklı olmaksızın halkla ilişkiler araçlarını kullanmaktadır. Bu yolla hedef kitlelerine ulaşarak yaptıkları faaliyetler hakkında üyelerini, bağışçıları, destekçilerini bilgilendirmektedirler. Bilgilendirmek dışında potansiyel bağışçı ya da üyelerine de yine bu yollarla ulaşmaktadırlar.

Kooperatiflerden ve vakıflardan seçtiğimiz örneklerde gördüğümüz üzere her kurum farklı araçlardan farklı ölçülerde yararlanmaktadır. İşleyişleri, kurum yapıları, kurumun özellikleri, iletişimde oldukları kişiler, hedef kitleleri bu kullandıkları araçları seçmelerinde etkenlerden bazılarıdır.

İstanbul Eczacı Kooperatifi, eczacılara hizmet veren kar amacı gütmeyen kurumlardan biri olan kooperatiftir. Hedef kitleleri eczacılardır ve aslında müşterileriyle üyeleri aynı kişilerdir. Tezde incelediğimiz üzere hedef kitlelerine ulaşmak için yazılı araçlar, seminer, fuar, toplantılar, tebrik kartı gibi basılı malzemeler kullanmaktadırlar.

LÖSEV Lösemili Çocuklar Vakfı, lösemili çocuklara ve ailelerine hizmet veren bir vakıftır. Hedef kitleleri lösemili çocuklar ve ailelerinin yanı sıra diğer kanser hastaları, doktorlar, bağışçılar, gönüllüler kısacası iletişimde oldukları herkese ulaşmak asıl amaçları. Bunun içinde kullandıkları halkla ilişkiler araçlarının yazılı, sözlü, görsel ve işitsel araçlarının neredeyse hepsini kullanmaktadırlar. Tezde incelediğimiz üzere; televizyondan, dergiye, eğitimlerden, yüz yüze iletişime kadar ilk bölümde anlatılan iletişim araçlarını kullanmaktadırlar.

Her iki örnek kurumda görüldüğü üzere, kar amacı gütmeyen kurumlar olmalarına rağmen halkla ilişkiler araçlarını kullanma açısından farklılık göstermektedirler. Kooperatiflerle vakıflar yapıları, işleyişleri ve hedef kitleleri farklılık göstermektedir. Vakıflar daha çok halkla ilişkiler araçlarını kullanarak, daha fazla halkla ilişkiler faaliyetlerinde bulunurken, kooperatifler daha az halkla ilişkiler çalışmaları içerisinde bulunmaktadır.

Kooperatiflerde basın bültenleri gibi reklam içerikli olmayan haber içerikli yazılarla sadece kendi dergilerinde değil farklı dergilerde de yer alarak çalışmaları hakkında detaylı bilgilendirmede bulunabilirler. Hedef kitleleri olan eczacılara ulaşabilir. Potansiyel hedef kitlelerine, eczacılık fakültesi öğrencilerine daha hızlı mesajlarını iletebilirler.

İstanbul Ecza Kooperatifi, halkla ilişkiler araçlarının büyük bir kısmını etkin bir şekilde kullanabilen bir kooperatiftir. Verilen eğitici seminerler, kurum içi çalışanlarla düzenlenen etkinlikler, sosyal sorumluluk projeleri, dergileri, fuarlar ile hedef kitlelerine başarıyla ulaşmaktadırlar.

Vakıflar kitle iletişim araçlarını daha etkin kullanabildikleri için kooperatiflerden daha hızlı hedef kitlelerine mesajlarını iletebilmektedirler. Kooperatifler kitle iletişim araçlarını kullanamamasalar bile diğer araçları daha etkin ve sıklıkla kullanarak hedef kitlelerine iletmek istedikleri mesajı daha kolay ulaştırabilirler.

LÖSEV'i halkla ilişkiler araçlarını kullanma konusunda başarılı bir örnek olarak görüyoruz. Halkla ilişkiler araçları olarak yer verdiğimiz bütün araçları etkin bir şekilde kullanmaktadır. Hedef kitlelerine mesajları doğru araçları kullanarak farklı araçlarla farklı konuları iletmektedir.

Kooperatifler ve vakıflar hedef kitlelerine en uygun aracı en etkin şekilde kullanarak mesajı en doğru şekilde iletebilir. Seçilen örneklerde kendi çalışma konularına uygun olan araçlarla hedef kitlelerine mesajlarını iletmektedir.

## KAYNAKÇA

### *Kitaplar*

A.Fikret Işıkyakar, **Halkla İlişkiler İPRA Raporu**, 1.Basım, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi, 1987

Alaeddin Asna, **Public Relations Temel Bilgiler**,2. Basım, İstanbul: Der Yayınları, 1998

Ali Çakmak (Ed.), STK'larda Gönüllük ve Gençlik, İstanbul:Numune Matbaacılık, 2002

Amanda Barry, **Halkla İlişkilerin Gücü**,1.Basım, Ankara: Elips Kitap, 2003

Aydos Volkan, Müftüoğlu Volkan, **Türkiye’de Kooperatifçilik**, Lebib Yalkın Matbaası, 2001 İstanbul

Ayla Okay, Aydemir Okay; **Halkla İlişkiler Kavram, Strateji ve Uygulamaları**, 1.Basım, İstanbul: Der Yayınları, 2001

Bahaeddin Yediyıldız, **XVIII. Yüzyılda Türkiye’de Vakıf Müessesesi Bir Sosyal Tarih İncelemesi**, 1.Basım, Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi, 2003

Biber Ayhan, **Halkla İlişkilerde Teorik Bir Çerçeve**,???Basım, Vadi Yayınları:2004

Birkan Uysal, **Siyaset Yönetim Halkla İlişkiler**, 1.Basım, Ankara: Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayını, 1998

Bülent Tokat, **Yönetimde İşbirliği İlkesinin Türk Kooperatif Düzenindeki Sorunsalı ve Bir Model Denemesi**, 1.Basım, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Basımevi, 1985

**Cumhuriyetin Ellinci Yılında Vakıflar**, 1.Basım, 1973

Gönül Budak, Gülay Budak, **Halkla İlişkiler (Davranışsal Bir Yaklaşımdır)**, 1.Basım, İstanbul: Beta,1995

Güngör Onal, **Halkla İlişkiler**, 1.Basım, İstanbul: Türkmen Kitapevi, 1997

Güven Sami, **Ekonomik Demokrasi ve Servetin Geniş Kitlelere Yayılmasında Kooperatifçilik Politikası**, 1.Basım, Bursa :Ezgi Bitapevi, Bursa 1997

Halis Yunus Ersöz, **Türkiye’de Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışının Gelişiminde Meslek ve Sivil Toplum Kuruluşları**, 1.Basım, İstanbul: Vimek Ajans Reklamcılık Matbaa, 2007

**II. Ulusal Sivil Toplum Kuruluşları Kongresi Bildiriler Kitabı**, 1.Basım, 2005

İbrahim Ateş, Sadi Bayram ve Mehmet Narince (Ed.), **XI. Vakıf Haftası Kitabı**, Ankara: Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları, 1993

İlhan Cemalcılar, **Kooperatif İşletme Ekonomisi**, 1.Basım, Eskişehir: Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Basımevi, 1976,

James E. Gruning, **Halkla İlişkiler ve İletişim Yönetiminde Mükemmellik**, Elif Özsayar (çev.), İstanbul: Rota Yayınları, 2005,

Mahmut Oktay, **Halkla İlişkiler Mesleğinin İletişim Yöntem ve Araçları**, 1.Basım,İstanbul:Der Yayınları, 1996

Mehmet Narince (Ed.), **Vakıf Sempozyumu Kitabı**, Ankara: Vakıf Sistem Matbaa, 2003,

Muhittin Acar, **Türk Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler Araştırması**, 1.Baskı, Ankara: Yayın Basım Şube Müdürlüğü Matbaa Birimi, 1994,

Nuri Tortop, **Halkla İlişkiler**, Ankara; Yargı Yayınevi, 1998,

Özkan Tikveş, **Halkla İlişkiler&Reklamcılık Temel Bilgiler ve Uygulamalar**,1.Basım, İstanbul: Betaş, 2003,

Philippe Ryfman, **Sivil Toplum Kuruluşları**, İsmail Yerguz (çev.), İstanbul: İletişim Yayıncılık, 2006,

Pınar Eraslan Yayınoglu, **Çok Kültürlü Ortamlarda Halkla İlişkiler Kurumsal İletişim ve Yönetim**, 1.Basım, İstanbul: Dizayn Matbaacılık, 2005

Polat Hüseyin, Tayanç Tunç, **Tüketim Kooperatifleri ve Sorunlar**, 1.Basım, **Ankara: Şark Matbaa**, 1973

Reha Poray, Ünal Tekinalp, Ersin Çamoğlu, **Ortaklıklar ve Kooperatif Hukuku**, İstanbul: Arıkan Basım Yayım Dağıtım, 2005

Rıdvan Karalar, **Teoride ve Türkiye Uygulamasında Tarımsal Pazarlama Açısından Kooperatif İşletmeler**, 1.Basım, Eskişehir: Eskişehir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları, 1975

Sami Şener, **Halkla İlişkiler**, 1.Basım, İstanbul: Sakarya Mühendislik Fakültesi Matbaa, 1992

Uğur Özgöker ve Ayça Öztürk (Ed.), **Avrupa Birliği Müzakere Sürecinde STK'ların ve Vakırların Rolü ve Önemi**, İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Yayınları, 2007

Yücel Ertekin, **Halkla İlişkiler**, 1.Basım, Ankara: Türkiye ve Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları, 1983, s.81-87.

Zekai Baloğlu (Ed.), **Daha Sağlıklı Bir Demokrasi ve Sivil Toplum İçin Türkiye'de Vakıflar ve Dernekler Sorunlar ve Değişime Yapısal Uyum Önerileri**, İstanbul: Arset Matbaacılık, 2000

Ziya Gökalp Mülayim, **Kooperatifçilik**, 5.Basım, Ankara: Yetkin Basımevi, 2006

*Sürelî Yayınlar*

Eczanem Bülten, Ocak/Şubat 2009

Ekrem Cengiz, Kar Amacı Gütmeyen Kurumlarda Pazarlama Faaliyetleri, e-dergi.atauni.edu.tr, (29.03.2010).

[http://74.125.155.132/scholar?q=cache:2w2ZBYStFt0J:scholar.google.com/+halkla+ili%C5%9Fkiler+makale&hl=tr&as\\_sdt=2000&as\\_vis=1](http://74.125.155.132/scholar?q=cache:2w2ZBYStFt0J:scholar.google.com/+halkla+ili%C5%9Fkiler+makale&hl=tr&as_sdt=2000&as_vis=1)

Kazancı Metin, Osmanlıda Halkla İlişkiler, Selçuk Üniversitesi Dergisi,2006, s.3-23.

*Diğer*

Alakaya Seda, LÖSEV Röportaj, İstanbul, 2010.

Aydın Seçkin (Ed.), **Vakıf Varlıklarının Sanatsal Yönü Sempozyumu**, Ankara: Vakıflar Genel Müdürlüğü Yayınları, 2005, s.27.

Bariş Aydın, **Cumhuriyet Dönemi Vakıfları: Tarihi Bakış ve Vergi Muafiyetine Sahip Vakıfların Mali Krizi**, [www.tusev.org.tr](http://www.tusev.org.tr), ( 06.04.2010).

Basında LÖSEV, [http://www.losev.org.tr/v2/tr/basinda\\_losev.asp?ctID=411](http://www.losev.org.tr/v2/tr/basinda_losev.asp?ctID=411) (12.05.2010).

Camgöz İsa, İstanbul Ecza Kooperatifi Röportaj ( 04.10.2009) .

Dünya Kooperatifçilik Günü, <http://mitoloji.info/belirli-gun-ve-haftalar/dunya-kooperatifcilik-gunu.nedir> (13.05.2010).

Dünya Kooperatifçilik Günü, <http://www.ozgurokul.org/index.php/etiket/tuketim-kooperatifleri> ( 22.03.2010).

Dünya Kooperatifçilik Günü, <http://www.ozgurokul.org/index.php/etiket/tuketim-kooperatifleri>

Ecza Kooperatifçiliği, <http://www.ist.eczakoop.org.tr/v2/#>, (04.03.2010).

Erkan Nebiler, Türkiye’deki Kooperatiflerin Lojistik Faaliyetleri: Nakliye Kooperatifinin İncelenmesi,( Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Marmara Üniversitesi SBE, 2010 )

Esra Ay, “Türkiye’de Sivil Toplum Düşüncesinin Gelişimi ve Din”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, SBE, 2009), s.45-47.

Estreya Baruh, “Halkla İlişkiler Faaliyetlerinde Kullanılan İletişim Kanalları ve Sigortacılık Sektöründe Bir Uygulama”, ( Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, 2001

Fatma Esra Kesmenoğlu, “ Vakıf Kavramına Halkla İlişkiler Perspektifinden Bakış”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Marmara Üniversitesi SBE), İstanbul, 1998, s.35.

Firuze Nasır, “Halkla İlişkiler ve Pazarlama Etkileşiminde Marka Yerleştirme Faaliyetleri”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Marmara Üniversitesi SBE, 1997),

Gülçin Ermiş, “Vakıflar İçin Stratejik Bir Karar Modelinin Geliştirilmesi”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi FBE, 2009)

Güniz Atış,”Kar Amacı Gütmeyen Kuruluşlarda Pazarlama ve Halkla İlişkiler”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Marmara Üniversitesi SBE, 1993 )

Halkla İlişkiler Nedir?

[http://www.kutuphaneci.org.tr/web/node.php?action=6&type=6&target=contentShow&id=1065&node\\_id=134](http://www.kutuphaneci.org.tr/web/node.php?action=6&type=6&target=contentShow&id=1065&node_id=134) (16.05.2010)

Halkla İlişkiler Nedir?, <http://www.frmtr.com/halkla-iliskiler-turizm-ve-insan-kaynaklari-ulastirma/705187-halkla-iliskiler-nedir.html> (20.05.2010)

*Halkla İlişkiler Nedir?*,

*kamyon.politics.ankara.edu.tr/dergi/belgeler/sbf/73.pdf*, Cemal Mihçioğlu, (14.01.2010)

**Halkla İlişkiler Sempozyumu-87**, Halkla İlişkilerin Türkiye’de Benimsenmesi, No.1,

Halkla İlişkiler ve Yönetim,

<http://www.ekitapyayin.com/id/051/halklailiskiler1.htm>, (15.05.2010)

Halkla İlişkilerde Kullanılan Araçlar, <http://www.frmtr.com/halkla-iliskiler-turizm-ve-insan-kaynaklari-ulasirma/683998-halkla-iliskilerde-kullanilan-araclar.html>  
(20.05.2010).

Halkla İlişkilerde Kullanılan Araçlar, <http://www.genelforum.gen.tr/halkla-iliskiler-turizm-ulasirma/100376-halkla-iliskilerde-kullanilan-araclar.html>  
(06.05.2010).

**Halkla İlişkilerde Kullanılan İletişim Araçları,**  
[www.bilgininadresi.net/bilgirehberi/halklailiskiler](http://www.bilgininadresi.net/bilgirehberi/halklailiskiler) (17.01.2010).

**Halkla İlişkilerde Kullanılan İletişim Araçları,**  
[www.bilgininadresi.net/bilgirehberi/halklailiskiler](http://www.bilgininadresi.net/bilgirehberi/halklailiskiler) (17.01.2010).

Halkla İlişkilerin Farklı Tanımları, [www.makaleler.com/oku-halkla+iliskiler+farkli+tanimlari](http://www.makaleler.com/oku-halkla+iliskiler+farkli+tanimlari), (14 Ocak 2010)

Halkla İlişkilerin Farklı Tanımları, [www.makaleler.com/oku-halkla+iliskiler+farkli+tanimlari](http://www.makaleler.com/oku-halkla+iliskiler+farkli+tanimlari), (14 Ocak 2010)

Hizmet Binalarımız, <http://www.losev.org.tr/v2/tr/content.asp?ctID=701>  
(10.04.2010).

[http://www.nedirnedemek.org/kar\\_amac%C4%B1\\_g%C3%BCtmeyen\\_kurumlar\\_nedir](http://www.nedirnedemek.org/kar_amac%C4%B1_g%C3%BCtmeyen_kurumlar_nedir) (20.01.2010).

İstanbul Ecza Kooperatifi 2010 Yılı Ajandası

Kar Amacı Gütmeyen Kurumlar Nedir?,

Kooperatifçilik İlkeleri,

<http://www.turkiyemillikoop.org.tr/kooperatifcilikilkeleri.htm> (11.05.2010).

Kooperatif Çeşitleri, <http://www.dersimiz.com/belirligun/bilgi.asp?id=234> (05.04.2010).

Kooperatif Nedir, <http://www.altbilgi.com/kooperatif-nedir-kooperatif-turleri-nelerdir.html#more-27639> (15.05.2010).

Kooperatif, <http://www.bibilgi.com/ansiklopedi/Kooperatif> (10.05.2010).

Kooperatif, <http://www.bibilgi.com/ansiklopedi/Kooperatif> (10.05.2010).

Kooperatifçilik Nedir, <http://www.rehberim.net/forum/j-k-l-458/69961-kooperatif-nedir-kooperatifciligin-tarihcesi.html> (05.05.2010).

Kooperatifçilik, <http://osmanaltug.com/yazilar.html> (14.05.2010).

Kooperatifler, <http://www.aib.org.tr/proje/kooperatif.doc> (14.05.2010)

Kooperatiflerin Gelişimi, <http://kooperatifcilik.blogcu.com/kooperatiflerin-gelisimi/2888181> (11.05.2010).

Kösem Yıldız, “Kooperatiflerde Marka Yönetimi”, (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi** Marmara Üniversitesi SBE, 2008 )

Lösante, <http://www.losev.org.tr/v2/tr/content.asp?ctID=445> (10.04.2010).

Lösemili Çocuklar Okulu, <http://www.losev.org.tr/v2/tr/school.asp?ctID=565> (10.04.2010).

Mehmet Gülpak, “Türkiye’de Kooperatifçilik Hareketinin Gelişimi ve Bu Gelişimde Ahmet Hamdi Başar’ın Yer ve Önemi” (**Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Marmara Üniversitesi SBE)1997

Sivil Toplum Kuruluşu Nedir? [www.insanca.kadikoy.bel.tr](http://www.insanca.kadikoy.bel.tr), (29.03.2010).

Sivil Toplum Kuruluşu, [tr.wikipedia.org/wiki](http://tr.wikipedia.org/wiki), (29.03.2010).

Sivil Toplum Kuruluşu, [tr.wikipedia.org/wiki](http://tr.wikipedia.org/wiki), (29.03.2010).

Tarihçe, <http://www.losev.org.tr/v2/tr/content.asp?ctID=402> (10.04.2010).

Tarihçe, <http://www.losev.org.tr/v2/tr/default.asp> (25.05.2010).

Tarihçe, [http://www.vgm.gov.tr/001\\_Menu/01\\_Tarihce/tarihce.cfm](http://www.vgm.gov.tr/001_Menu/01_Tarihce/tarihce.cfm)  
(14.04.2010).

Tarihçe, [http://www.vgm.gov.tr/001\\_Menu/01\\_Tarihce/tarihce.cfm](http://www.vgm.gov.tr/001_Menu/01_Tarihce/tarihce.cfm)  
(14.04.2010).

Tijen Atay, “ Türkiye İlaç Sektöründeki Dağıtım Kanalları İçerisinde Ecza Kooperatiflerinin Analizi”, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE,1996)

Vakıf(Hukuk), [http://tr.wikipedia.org/wiki/Vak%C4%B1f\\_\(hukuk\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/Vak%C4%B1f_(hukuk)),  
(14.04.2010).

Vakıf, <http://www.motifvakfi.com/default.asp?rsm=111000000000>,  
(14.05.2010).

[www.odevarsivi.com](http://www.odevarsivi.com), Kooperatif İşletmeleri, 22.03.2010

[www.vakiflargozenel mudurlugu](http://www.vakiflargozenel mudurlugu)

Yan Kuruluşlarımız, <http://www.losev.org.tr/v2/tr/content.asp?ctID=405>  
(20.04.2010).

Yavuz Cevit, Sivil Toplum Kuruluşlarında Bir Gereklilik Halkla İlişkiler, 2009, Ordu Üniversitesi,  
[http://74.125.155.132/scholar?q=cache:AqiHWdl9yv8J:scholar.google.com/+sivil+toplum+kurulu%C5%9Fu+makale&hl=tr&as\\_sdt=2000](http://74.125.155.132/scholar?q=cache:AqiHWdl9yv8J:scholar.google.com/+sivil+toplum+kurulu%C5%9Fu+makale&hl=tr&as_sdt=2000) (24.05.2010).

Yeşim Salimgil, “İşletmelerde Halkla İlişkileri Yeri ve İşlevi”, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, 1992)

Yücel Özcan, “Ecza Kooperatiflerinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE,2007)

Zehra Güngör Sanyer, ‘‘Halkla İlişkiler ve Tanıtımda Toplam Kalite Yönetimi’’, (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi SBE, 2000)