

## TARIMDA KOOPERATİF PAZARLIK GÜCÜ

Ergün. KİP (1)

### Ö Z E T

Son zamanlarda tarımsal üretimde ve tarımsal ürünlerin pazarlanmasında ortaya çıkan değişiklikler daha yüksek bir pazarlık gücü elde edilmesini gerektirmiştir. Pazarlık gücü, fiyat ve gelirleri etkileyen faktörlerden bir veya birkaçı üzerinde kontrol sağlama ve bu kontrolü devam ettirme yeteneği şeklinde tarif edilmektedir. Pazarlık gücü mutlak bir güç olmayıp, hiç bulunmadığı tam rekabetten mutlak anlamda mevcut olduğu monopol koşullarına kadar değişen bir seyir takip eder. Pazarlık gücünün derecesini etkileyen faktörler arasında; tarım ve endüstrinin piyasa yapısı, üretim ve ürün özellikleri, arz kontrolü gibi faktörler sayılabilir. Kooperatif pazarlığının olanakları piyasa yapısı ile yakından ilgili olmakla birlikte çiftçilerin gelirlerini artırabilmesi geniş çapta mal arzı üzerindeki kontrol derecesine ve bu kontrolü kullanma yeteneğine bağlı bulunmaktadır.

### I — TARIMDAKİ DEĞİŞMELER

Son zamanlarda tarımsal üretimde ve tarımsal ürünlerin pazarlanmasında birçok değişiklikler ortaya çıkmıştır. Bu değişikliklerden bazıları daha yüksek bir pazarlık gücü elde edilmesine karşı artan bir ilgi ve ihtiyaç duyulmasına sebep olmuştur. Son yıllarda çiftçiler bir «fiyat - masraf baskısı» altı-

na girmişlerdir. Bilhassa bazı bölgelerde, yeni üretim metodları uygulamakta, işlemlerini genişletmekte ve ihtisaslaşmaktadırlar.

Tarımsal üretimdeki değişmelere paralel olarak tarımsal ürünlerin pazarlanmasında da bazı değişmeler olmuştur. Daha az sayıda ve daha büyük pazarlama firmalarına doğru bir eğilim gözlenmektedir. Üretim, işleme ve satış faa-

(1) Atatürk Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Ziraî Ekonomi Bölümü Doçenti.

liyetlerinin bir tek idare altındaki entegre kontrolü gittikçe artmaktadır. Çiftçiler, tarıma dayalı endüstrilerde organize olmuş emeğin git-tikçe önem kazanan bir grup ola-rak ortaya çıktığını gözlemekte-dirler. Yükselen ücretler tüketici-lerin gıda harcamalarının büyük bir kısmını götürdüğü gibi çiftçilerin satın aldıkları üretim faktörleri fi-yatlarını da yükseltmektedir. Bazı çiftçiler bu değişmelerin kendi fi-yat ve gelir problemlerine katkıda bulunduğunu bilmekte ve bu da daha büyük tarımsal pazarlık gü-cüne duyulan ilgi ve ihtiyacı artır-maktadır.

## II — PAZARLIK GÜCÜ

### A. Pazarlık Gücünün Tarifleri

Pazarlık gücünün birçok tarifi yapılmakta ve her tarif büyük çap-ta pazarlık gücünün uygulanma de-rece ve alanına bağlı olmaktadır. Christiansen'e göre «piyasadaki pa-zarlık gücü veya piyasa gücü - fi-yat ve gelirleri etkiliyen faktörler-den bir veya birkaçı üzerinde kont-rol sağlama ve bu kontrolü devam ettirme yeteneği» dir. (1). Christi-ansen'e göre piyasa arzını daraltıcı, talebi genişletici veya rekabeti artırıcı (çiftçilerin ürünlerini sat-

tıkları ve üretim faktörlerini satın aldıkları piyasalarda rekabet az ol-duğu takdirde) tedbirler tarımsal fiyat veya gelirleri yükseltici etki-de bulunur. Çiftçilerin bu gibi fak-törler üzerinde kontrolü başlatma ve devam ettirme yeteneğine sa-hip olmaları piyasadaki en etkili pazarlık gücüdür.

Cochrane ve McMillan'ın ta-rifleri bir bakıma yukarıdaki tarif-ten daha yapıcı bulunmaktadır.

Cochrane pazarlık gücünü «bir tarafın diğer bir tarafı kendi ko-şullarına zorlama yeteneğidir» (2) şeklinde tarif eder. McMillan'da «pazarlık veya piyasa gücü genel bir terim olup, fiyat yapma prose-sinin sonucunu etkileme yeteneği-ni gösterir» (3) der.

### B. Pazarlık Gücünün Şekilleri

Yukarıdaki tariflere eklenecek belli başlı bir nokta da pazarlık gü-cünün mutlak bir güç olmasından ziyade, hiç bulunmadığı tam reka-betten mutlak anlamda mevcut ol-duğu monopol koşullarına kadar değişen bir seyir takip etmesidir. Aslında çok geniş bir kavram teş-kil etmesine rağmen pazarlık gü-cünü hemen herkes fiyatlara göre düşünür, zira fiyat çiftçilerin gelir-lerine direkt olarak etkide bulunur.

- (1) M.K. Christiansen and Others, «Agricultural Bargaining Power - Some Factors to Consider,» Special Report No. 10, Agricultural Extension Service, University of Min-nesota, November, 1963.
- (2) Willard W. Cochrane, «A Discussion of Cooperatives and Agricultural Marketing,» The Pennsylvania State University, address delivered April 22, 1963.
- (3) Wendell M. McMillan, «Improving Farmers' Income Through Cooperative Bargaining,» Information 41, Farmer Cooperative Service, USDA, October, 1963.

Gerçekte pazarlık gücü politik alanı da içermelidir, çünkü kurumsal faktörler bazan artan fiyat pazarlığını kısıtlar veya serbest bırakabilir. Clodius pazarlık şekillerini aşağıdaki gibi sınıflandırmaktadır (1).

- I. Şekil : Alıcı ve satıcı arasındaki mübadele hadlerini tespit eden piyasa gücü ilişkileri. Bu şekil pazarlık birlikleri vasıtasıyla iyi anlaşılmaktadır. Bu şekil pazarlığı belirtmek için yaygın olarak kullanılan genel bir terim karşıt güç (countervailing power) tür.
- II. Şekil : Rakipler arasındaki davranış hadlerini ve gerçekleşen piyasa sonuçlarını tespit eden ve alıcı ile alıcı ve satıcı ile satıcı arasında mevcut firmalar arası rekabet ve piyasa gücü ilişkileri.
- III. Şekil : Organizasyon ve grupların kendi özel çıkarlarını koruyucu kanun ve tüzükler çıkartmak için yöneticilere tesir ettikleri politik ekonomide ortaya çıkan piyasa gücü.

Pazarlık kooperatifleri daha fazla fiyat pazarlık gücü uygulayabilmek için gün geçtikçe kurumsal vasıtalara başvurmayı gerekli görmektedirler.

### **C. Pazarlık Gücünün Alan ve Derecesini Etkilleyen Faktörler**

Pazarlık gücü, bireyler ve fir-

malarca bağlı buldukları endüstri ve diğer endüstrilerin piyasa yapılarına ve bu güce konu olan mala bağlı olmak üzere, değişen derecelerde sahip olunan nisbi bir kavramdır. Bu faktörler ve koşullar pazarlık gücünün geliştirilme alanı ve pazarlığın alması gereken şekil üzerinde önemli etkilere sahiptir.

#### **1. Tarım ve Endüstrinin Piyasa Yapısı :**

Piyasa yapısına göre pazarlık gücü muhtelif derecededir. Bir uçta hepsi yeknesak mal üreten, piyasa hakkında eşit bilgiye sahip bulunan çok sayıda firmanın yer aldığı ve piyasaya girme tahdidinin bulunmadığı piyasa yapısı ile serbest rekabet bulunmaktadır. Bu piyasa yapısı içinde hiç bir firma fiyatı etkileyememekte ve münferit firmalar arz ve talep güçleri ile tabii olarak tayin edilen fiyatları kabul lenmeye zorlanmaktadır.

Tarımsal üretimi en yakından temsil eden bu model olup, tek bir çiftçi fiyatı veya diğer mübadele hadlerini etkileyemediği için çok cüz'i bir pazarlık gücüne sahiptir.

Diğer uçta ise monopol yapısı yer almaktadır. Bu piyasa yapısı içinde firma kendi fiyat politikasına uygun mal miktarı hususunda bağımsız karar verme bakımından tam bir pazarlık gücüne sahiptir. Piyasaya giriş tahdit edildiği gibi yakın ikâme malları da yoktur.

(1) Robert L. Clodius, «The Role of Cooperatives in Bargaining», Journal of Farm Economics, Vol. XXXIX, No. 5, December, 1967, S, 1271.

Bu iki ekstrem durum arasında genel olarak aksak (eksik) rekabet adı verilen birçok piyasa yapısı yer almaktadır. Ürün farklılaştırılması bulunabilen ve piyasaya girme engelleri oldukça yüksek bulunan bu tip piyasa yapılarında firma fiyat ve miktar üzerinde bir derece kontrole sahiptir. Çiftçilerin alış verişte bulunduğu işleme ve dağıtım endüstrilerinden bir çoğu aksak rekabet yapısı içinde bulunmaktadır. Genel olarak, herhangi bir endüstri tam rekabetten uzaklaştıkça yararlandığı pazarlık gücü de artar.

Bu sebeple, tam rekabete en yakın bir piyasa yapısını temsil eden tarımsal üretimde tek bir işletme hiç denecek kadar cüz'î bir pazarlık gücüne sahip olduğu halde piyasada karşısındaki endüstriler oldukça kesif durumda bulunup geniş çapta pazarlık gücüne sahiptir. Bu sebeple, çiftçiler ürünlerini pazarlamada piyasa yapısını değiştirmek amacıyla kooperatiflere başvurabilirler.

«Bir pazarlık birliğinin yokluğunda piyasanın satış tarafı atomistik rekabet ve piyasaya giriş serbestisi ile karakterize edilmektedir.» (1) Bir pazarlık birliğinin kurulması ile, münferit tarımsal işletmelerin yatay kombinasyonu olarak karakterize edilen, basat bir satıcı doğar. Birliği kuran çiftçiler üyelik an-

laşmaları ile birliği kendilerinin yeğâne satış ajanı olarak görevlendirir ve bu şekilde de piyasada güç kazanmak amacıyla satış fonksiyonlarını yatay olarak birleştirirler. Bu işlem piyasa yapısında bir değişiklik olarak düşünülebilir.

## 2. Üretim ve Ürün Özellikleri

Knutson'a göre tarımsal üretim ve tarımsal ürünlerin özellikleri piyasa gücünün derecesi ve pazarlık gücünün uygulama metodu üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bu üretim ve ürün özelliklerinden önemli olan bazıları şunlardır: (1)

- a) Coğrafi konum — Mahalli veya sınırlı bir üretim alanı üretilen ürünün bir kooperatif pazarlık grubu tarafından sıkı bir şekilde kontrolüne olanak sağlar. Çiftçilerin ülke düzeyinde dağılışı organizasyon ve koordinasyonu çok güçleştirir.
- b) Üretici sayısı — Herhangi bir ürünü üreten üretici sayısı azaldıkça kollektif pazarlığın başarı olasılığı da yükselir. Bütün hububat üreticilerini veya hayvan yetiştiricilerini gönüllü bir organizasyon içinde bir araya getirmek hemen hemen olanaksızdır.

(1) Peter G. Helmsberger and Sidney Hoos, «Economic Theory of Bargaining in Agriculture,» *Journal of Farm Economics*, Vol. 45, No. 5, December, 1963, S. 1272.

(1) Ronald D. Knutson, «Bargaining Power for Farmers,» An Unpublished Paper.

- c) Dayanıklılık — Pazarlığın etkili olabilmesi için dayanıksız bir ürün hem depolama hem de işleme vasıtalarını gerektirir. Dayanıklı bir ürün ise yalnızca depolamayı gerektirir.
- d) Mevsimlik — Yüksek derecede mevsimlik üretime sahip olan bir ürün yetiştirme mevsimi boyunca daha muntazam bir şekilde üretilen bir üründen daha fazla depolama ve işleme vasıtaları gerektirir.
- e) Alternatif Kullanım Alanları — Fiyat ayırımı için gerekli kriterler yerine getirildiği takdirde esas kullanma yerinden başka yerlerde kullanılan ürünler fiyat ayırımını kolaylaştırır. Bu kriterler talep elastikiyetinin muhtelif piyasalar da farklı olmasını ve bu piyasaların birbirlerinden ayrılabilmesini içerir.
- f) Elastikiyet özellikleri — Direkt ve çapraz talep elastikiyeti ürüne uygulanan kontrolün şekli ve ne derecede uygulanması gerektiği üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Söz konusu ürüne olan talep gayri elastik ise etkili bir arz kontrolü fiyatı yükseltecek ve dolayısı ile toplam geliri artıracaktır. Yakın ikâme mallarının bulunması da da-

ha yüksek bir fiyat için yapılan pazarlığın kârlılık derecesini etkiler.

Yukarıdaki özelliklerden her birinin kendi ürününe uygulanabilme derecesini bilen bir kooperatif işlemlerini daha iyi organize ederek üyesi olan çiftçilerin net gelirlerini artırmada yardımcı olabilir.

### 3. Arz Kontrolü

Çiftçiler herhangi bir derecede pazarlık gücüne sahip olmak istedikleri takdirde bunun ancak bir grup hareketi ile mümkün olabileceği açıktır. Yukarıda sözü edilen üç çeşit pazarlıktan herhangi birinde etkili pazarlık, söz konusu grubun arzulanan sonuca ulaşma yeteneğini yöneten muhtelif değişkenlere bağlıdır. Geleneksel olarak piyasa gücü, müzakereye konu olan malın arzı üzerinde firmanın sahip olduğu kontrol derecesi ile yakından ilgilidir. Pazarlık kooperatifleri, üreticilerin yatay entegrasyonu ile pazarlık gücü kazanmada, bu değişkenin önemini kolayca anlarlar. Bir arz kontrolü programının temel amacı fiyatları yükseltmektir ki talebin gayri elastik olduğu varsayıldığında bu aynı zamanda çiftçilerin gelirlerini de artıracaktır. Teorik olarak sağlam ve tutarlı bir hareket tarzı gibi görünen arz kontrolü aslında ulaşılması güç olan bir amaçtır. «Gelecekte ortaya çıkacak arz miktarları üzerine kontratlar ve diğer kurumsal faktörlerle kısıtlamalar konmadığı takdirde, etkili organizas-

yonların sağladığı yüksek fiyatlar karşısında arz miktarının artacağı bir gerçektir.» (1) Bu sebeple, pazarlık kooperatifleri üretilen ürünün tamamını kontrol edebilseler bile arz üzerinde geleneksel biçimde bir kontrole sahip değillerdir, zira yeni firmaların üretime katılmaları veya halihazırda mevcut olanların büyümeleri üzerinde bir kontrol olanakları yoktur.

Kendi endüstrisi içindeki ürün arzının büyük bir kısmını pazarlayan dikey entegrasyona sahip bir kooperatif birliği bile piyasa gücünün ön koşulu olan arzı kısıtlama yeteneğine sahip değildir. Piyasa gücü sadece ürünlerin geçtiği pazarlama vasıtalarına sahip olmaya değil, pazarlama sisteminden geçen ürün arzını kontrol etmeye de bağlıdır. Çünkü birliğe üye olmayanlar sağlanan yüksek fiyatla satış yaparken birlik piyasaya geçmesine engel olduğu büyük ürün stokları ile dolup taşabilir. Bu koşullar üye olmamayı üye olmaktan daha çekici hale getirebilir ve birlikte ya kapanmak ya da amaçlarını yeniden düzenlemek zorunda kalabilir. Maksimum piyasa gücü sağlabilmek için çiftçiler kendi malları yerine ikâme edilebilen malların arzlarını da kontrol etme zorundadırlar. Garoian bu hususta şu sonuca varır : «Söz konusu mal yerine

ikâme edilebilecek malların arzını kontrol etmek mümkün olmayacağına göre, baş vurulacak makûl bir alternatif ikâme mallarının üreticileri tarafından da pazarlık kooperatifleri kurulmasını teşvik etmek ve onların da aynı derecede başarılı olmalarını ümit etmektir.» (2)

#### D. Pazarlık Gücünün Boyutları

Tarımın yapısından ötürü münferit çiftçilerin çok cüz'î piyasa gücü olan bir endüstride çiftçilerin grup faaliyeti ile önemli derecede pazarlık gücüne sahip olmaları için çeşitli yollar vardır. Büyük çapta girişimler ve şirketlerin kontrol ve konsantrasyona kaydığı bir dönemde çiftçilerin de bu büyük girişimlerle olan ilişkilerinde kendilerine bir karşıt güç (countervailing power) olarak kooperatiflere baş vur veya pazarlık gücünün esas, daha maları gayet doğaldır. Bu karşıt güç önce de belirtildiği gibi, stratejik piyasa değişkenlerini kontrol altına alabilmek için üreticilerin yatay olarak birleşmeleridir. Bir kez yeter miktarda yatay entegrasyon sağlandığı zaman çiftçiler piyasa güçlerini korumak amacıyla dikey entegrasyona da gidebilirler.

Yatay ve dikey entegrasyonun birçok tarifleri vardır. Knapp'e göre horizontal (yatay) entegrasyon, bir-

(1) Leon Garoian, «Contributions of Bargaining Cooperatives to Increased Bargaining Strength,» American Cooperation, 1960, S. 165.

(2) Leon Garoian, a.g.e., S. 165.

birine benzer birimlerin ortak bir yönetim kontrolü altında genel bir gruplaşması; vertikal (dikey) entegrasyon ise endüstriyel prosesin safhaları olan perakendecilik, toptancılık, imalât, v.s. gibi işlerin bir organizasyon altında toplanmasıdır. (1)

Büyük çapta pazarlama kuruluşlarının etkinliği ile ilgili olarak, yatay ve dikey entegrasyonun yararları eskiden beri bilinmektedir. John D. Black yatay entegrasyonun 16 yararını saymaktadır. (2). Bunlar : 1) Kalite kontrolü, 2) üretimin standardizasyonu, 3) üretimin stabilizasyonu, 4) üretimin tüketime göre ayarlanması, 5) tüketicinin üretime uydurulması için kontrol edilmesi, 6) piyasaya akışın kontrol edilmesi, 7) ürünün dağıtılması, 8) denetleme, 9) sınıflandırma, 10) satış, 11) finansman, 12) satın alma politikası, 13) rekabetten doğan kayıpların önlenmesi, 14) faaliyetlerin ıslah edilmesi, 15) yan ürünlerin değerlendirilmesi ve 16) araştırma.

Bu faktörlerin hepsi de kooperatiflerin etkinliğine ve çiftçilerin gelirlerini artırmaya katkıda bulunurlarsa da, 4ten 7'ye kadar olan faktörler kooperatiflerin ve üyelerinin pazarlık gücünü artırmada bîlhassa önemlidirler.

Her ne kadar yatay ve dikey entegrasyon, yukarıda yapılan tariflere göre, entegrasyonun birbirinden farklı ve tamamen ayrı iki safhası olarak görünmekteyse de birbirleri ile ilgilidir. Bu ilişkinin farkında olan Black şöyle der : «Dikey entegrasyonun teşkil edilebilmesi için yatay entegrasyon gereklidir. Yatay entegrasyonun en önemli bazı yararları belirli oranda dikey entegrasyon olmadıkça gerçekleşemez.» (3) Koller'de bu nokta üzerinde durmakta ve «herhangi bir bölgedeki tarımsal işletmeler bir kooperatif teşkil etmek için birleştikleri (yatay entegrasyon) zaman çiftçiler dikey entegrasyona bağlı bazı ekonomilerden yararlanabilirler.» (4) Mammafi, şurası da belirtilmelidir ki pazarlık gücünü artırmak, yeter miktarda yatay entegrasyon sağlandıktan sonra dikey entegrasyon vasıtasıyla sıradaki ikinci bir pazarlama safhasına geçmek değerlidir.

#### **E. Pazarlık Kooperatiflerinin Olanakları ve Olanaksızlıkları**

Daha önce de belirtildiği gibi ulaşılabilecek pazarlık gücünün alan ve derecesini etkileyen çeşitli faktörler vardır. Aslında, pazarlık gücünün yanında çiftçilerin gelirleri üzerinde rolü olan daha birçok fak-

(1) Joseph G. Knapp, «Cooperative Expansion Through Horizontal Integration,» *Agricultural Cooperation*, ed. by Martin A. Abrahamsen and Claud L. Scroggs, University of Minnesota Press, 1963, S. 357.

(2) *Ibid*, S. 358.

(3) *Ibid*, S. 358.

(4) E. Fred Koller, «Vertical Integration of Agricultural Cooperatives,» *Agricultural Cooperation*, a. g. e., S. 374.

tör vardır ve bu karmaşık durum karşısında bir pazarlık birliğinin kurulması gibi spesifik bir yapısal değişikliğin etkisini kestirmek son derece güçtür.

Pazarlık birliklerinin başarılarının ölçüm ve tayininde ortaya çıkan problemler sadece direkt fiyat yükseltmesini değil, fiyatla ilgili olmayan satış hadlerini de —ki çiftçilerin gelirleri üzerinde direkt ve endirekt etkide bulunur— kapsar.

Bir kooperatifin çiftçi üyeleri ni dikey entegrasyona ulaşmış bir pazarlama veya işleme kuruluşuna karşı temsil ederken sağlayabileceği fiyatla ilgili olmayan satış hadleri konusunda Wilcox v Cochran'e iki değişkenden söz etmektedirler (1) : 1) teslim zaman ve koşulları ve 2) kalite ve görünüş özellikleri. Birinci değişkene teslim zaman şedülü, ödeme metod ve şedülü, teslim yeri, hasat ve nakil ekipmanlarını kimin sağlayacağı gibi maddeler girmektedir. İkinci değişken altında ise aşağıdaki maddeler göz önünde bulundurulmalıdır : tohum veya damızlık cinsi, yemleme hadleri ve rasyonları, hastalık ve zararlı kontrolü, hasat zamanını kimin kontrol edeceği ve kalite ve görünüşteki farklılıklar için pirim ve tenzilatlar. Yukarıdaki maddelerden her birinde müzakere edilecek birçok nokta bulunacağı

ve bütün bu kararların net etkisinin çiftçilerin gelirleri üzerinde önemli olacağı açıktır. İyi yönetilen ve desteklenen bir kooperatif bütün bu konularda etkili bir pazarlığa girişebilir, zira alıcı bir firma için söz konusu malı istenen zaman ve kalitede ve sürekli ve stabil miktarlarda sağlamak çok önemlidir. Kooperatifin bu sınırlı gücü eğer o kooperatif bir firmanın satın aldığı malın büyük kısmını sağlıyorsa, yani toplam arzın büyük çoğunluğunu kontrol edebiliyorsa, genişler ve piyasada önemli bir faktör olur.

Kooperatif pazarlığın olanaklarını değerlendirmede ilk olarak bu kuruluşların içinde çalışabilecekleri ekonomik çevre veya piyasa yapılarına bakabiliriz. İki piyasa yapısı arasındaki fark, alıcılar arasındaki rekabet derecesinin bir fonksiyonu olduğundan, kooperatif pazarlık yoluyla fiyat yükseltme potansiyeli bu rekabetin derecesi ile sınırlanmaktadır. Helmberger ve Hoos'un ulaştıkları sonuç şudur ki, «piyasanın alıcı yanındaki rekabetin derecesi tam rekabete yaklaştıkça çiftçilerin kazanç potansiyelleri uzun dönemde gittikçe azalır ve nihayet ortadan kalkar. Öte yandan, monopson ve monopolistik rekabet unsurlarının yer aldığı bir piyasada kooperatif pazarlığı yoluyla uzun — dönemli fiyat yükseltme potansiyeli vardır (2). Bir

(1) Walter W. Wilcox and Willard W. Cochran, «Economics of American Agriculture», Second Edition, Prentice Hall, Inc., 1960, S. 153.

(2) Peter G. Helmberger and Sidney Hoos, «Economic Theory of Bargaining in Agriculture», Journal of Farm Economics, Vol. 45, No. 5, December, 1963, S. 1277.



monopsonist veya bir grup kollusif oligopsonist fiyat ve miktarı tam rekabet davranışındakinden daha aşağıda tutabilir. Bu durumda, başlangıçtaki piyasa başarısına göre, bir pazarlık potansiyeli vardır.

Mamafih, değişen derecelerdeki aksak (eksik) rekabet bir çok piyasaların özelliği olduğundan bir pazarlık kooperatifi belirli piyasaların yapı ve davranışlarını üye çiftçilerin lehine, değişen derecelerde, etkilemek olanağına sahiptir. Fakat kooperatifin bu olanakları çiftçilerin gelirlerini arttırabilme yönünde kullanabilme derecesi, geniş çapta, mal arzı üzerindeki kontrol derecesine ve bu kontrolü kullanma yeteğine bağlıdır.

Ürün üzerinde yüzde 20-30 gibi küçük bir kontrole sahip olan bir kooperatif fiyatla ilgisi olmıyan alanlarda bazı değişikliklere — bilhassa bu değişiklikler üretici, işleyici ve dağıtıcının ortak çıkarına olduğu takdirde — ulaşabilir. Öte yandan ürün arzı üzerinde büyük bir kontrole sahip olan ve etkin olarak yönetilen bir kooperatif, fiyat ve diğer satış hadlerini etkileyecek piyasa gücüne sahip olarak, çiftçilerin gelirlerini arttırabilir.

### III — SONUÇ

Piyasa yapısı üzerinde geçmişteki deneyler ve son zamanlardaki eğilimler çiftçi liderleri ve çiftçilerin piyasa güçlerini arttırmak için artan bir ilgi duymalarına sebep olmuştur. Çiftçilerin gelirleri-

ni arttırmak için düşünülen çeşitli yaklaşımlar içinde en ümit vereni kooperatif pazarlığıdır. Gerçekten kooperatifler çiftçiler için önemli bir pazarlık gücü kaynağı olabilirse de bu gücün alan ve derecesi kısa ve uzun— dönemde bazı faktörlerle sınırlandırılmaktadır. Kooperatif pazarlığı bazı piyasalarda ve süt, meyve ve sebzeler, pamuk, tütün ve fındık gibi bazı tarımsal ürünlerde etkin bir direkt fiyat yükseltme vasıtası olabildiği gibi, geliri etkileyen fakat fiyatla ilgili olmıyan satış hadlerini de düzenleyebilir. Bu birliklerin amaçlarına ulaşabilmeleri için ürünün büyük bir kısmını kontrol altında tutabilmeleri, iyi bir yönetim ve bilgili üyelik gibi faktörler daima göz önünde bulundurulmaları gereken önemli noktalaradır.

### LİTERATÜR

Christiansen, M. K., and others, «Agricultural Bargaining Power - Some Factors to Consider,» Special Report No. 10, Agricultural Extension Service, University of Minnesota, November, 1963.

Clodius, Robert L., «The Role of Cooperatives in Bargaining,» Journal of Farm Economics, Vol. XXXIX, No. 5, December, 1957.

Cochrane, Willard W., «A Discussion of Cooperatives and Agricultural Marketing,» The

- Pennsylvania State University, address delivered April 22, 1963.
- Garioian, Leon, «Contributions of Bargaining Cooperatives to Increased Bargaining Strength, American Cooperation, 1960.
- Helmberger, Peter G., and Hoos, Sidney, «Economic Theory of Bargaining in Agriculture,» Journal of Farm Economics, Vol. 45, No. 5, December, 1963.
- Knapp, Joseph G., «Cooperative Expansion Through Horizontal Integration,» Agricultural Cooperation, University of Minnesota Press, 1963.
- Knutson, Ronald D., «Bargaining Power for Farmers,» An Unpublished Paper.
- Koller, E. Fred, «Vertical Integration of Agricultural Cooperatives,» Agricultural Cooperation, University of Minnesota Press, 1963.
- McMillan, Wendell M., «Improving Farmers' Income Through Cooperative Bargaining,» Information 41, Farmer Cooperative Service, USDA, October, 1963
- Wilcox, Walter W., and Cochrane, Willard W., «Economics of American Agriculture,» Second Edition, Prentice-Hall, Inc., 1960.