

PAZAR REFORMUNDA ARAÇ OLARAK KOOPERATİFLERİN YERİ VE GEÇERLİLİĞİ¹

Reuben C. BUSE
Peter G. HELMGERGER²

Çeviren :
Doç. Dr. Rıdvan KARALAR

GİRİŞ

Ortaya atılan hipoteze göre, tarımsal kooperatifler yada yarı kooperatifler (quasi), Dünyanın az gelişmiş ülkelerinde ekonomik gelişme hızının artmasında önemli ölçüde katkıda bulunurlar. Daha özel açıdan düşünüldüğünde, bu soy ekonomilerin tarımsal kesimlerinin gelişmesine, üreticilerin alım satım yaptıkları pazarları iyileştirme yoluyla doğrudan doğruya ve somut bir biçimde katkıda bulunabilirler. Bu tebliğ, iktisatçı açısından bu hipotezin ayrıntılı bir sınamasını yapmaktadır.

Tebliğimizde, çözümlememiz için temeli nitelikte olan kavramlar demetini incelememizde kullandığımız anlamda tanımlayarak ve kooperatiflerin pazar reformunda araç olarak kullanılabilceği pazar biçimlerini tanıtarak başlayacağız. Sonraki çözümlememizin doyurucu bir anlaşılabilirliğe ulaşması, bu temellerin iyi özümlemesine bağlıdır. Temel çatı, ekonomik gelişmenin tanımlanması ve tarımın gelişmediki yerinin kısa bir özetlemesinden oluşmaktadır.

-
- (1) Bu yazı, «Potential and Feasibility of Cooperatives As Instruments of Market Reform» adıyla «Agricultural Cooperatives and Quai-Cooperatives in Underdeveloped Countries» konusunda 26-30 Nisan 1967 tarihinde Kentucky Üniversitesince düzenlenen seminere sunulmuştur.
 - (2) Reuben C. Buse, Wisconsin Üniversitesi Tarımsal Ekonomi Bölümü profesörlerindedir. Peter G. Helmberger, Berkeley Kaliforniya Üniversitesi Tarımsal Ekonomi Bölümünde Associate Profesördür.

EKONOMİK KALKINMA VE TARIMIN YERİ

Yalın biçimde az gelişmişliği, ekonomik ve teknik başarılılıktaki düzey düşüklüğü olarak tanımlayabiliriz. Bu tür ülkelerde Kuzey Amerika, Avrupa ve Avusturalya ülkeleriyle karşılaştırıldığında daha düşük bir gelir düzeyi, daha az kapital birikimi ve daha ilkel üretim teknikleri söz konusu olmaktadır.

Ekonomik kalkınma ise, tersine «dilenen mal ve hizmetlerin sağlanmasındaki etkenliği yükseltme ve böylece kişi başına düşen gelir düzeyini ve genel yaşam çizgisini geliştirme sürecidir.» Bu tanımın içerik yönünden bütünlüğe ulaşmadığı söylenebilir. Çünkü, tanımdaki öğelerin yanı sıra, gelirin dağılımı, kişisel seçim özgürlüğü, geliştirilmiş toplumsal ve siyasal sistemler gibi öbür ekonomik ve ekonomik olmayan hedefler de içerilebilir.

Bu tanımda ağırlık verilmesi gereken görünümünden birisi zaman kesindir. Ekonomik kalkınma sorunu, bu işi eldeki olanakların da ötesine taşarak en kısa sürede başarabilmektir.

Earl Heady, bu noktayı çok iyi biçimde ortaya koymuştur : «Teori ve uygulama yönünden tarımın kalkınmasını açıklayacak bilgiler boldur. İşleme sokulacak önemli değişkenler oldukça açıktır ve engelleyici etmenlerin dışında kalanlara kolaylıkla hız verilebilir. Sözü ettiğimiz bu değişkenler, tarımın yapısal ve ekonomik büyüme açısından içinde bulunduğu süreçle ilgilidir. Bunların dışında, siyasal, kültürel, entellektüel ve benzer kısıtlamaların nasıl aldedilebileceği sorunları vardır...»

Sorun, zamandır. Başarmaya çalıştığımız nokta, gelişmiş ulusların 30-50 yıl önce aştıkları yola ulaşabilmektir. Az gelişmiş ülkeler bu konuda aceleci değildirler. Bu ülkeler, gelişmiş ülkelerin büyüme oranlarını örnek almakta ve on ile yirmi yıl içinde, bazı durumlarda daha kısa bir sürede, aynı sonuçlara ulaşmak istemektedirler. «Bir gecede oluşan kalkınma»ya ilişkin herhangi bir örneğe rastlama olanağı yoktur. Profesör Heady bu konuda şöyle der : «Tarımsal kalkınmanın ilginç örneği olarak ele alınabilen ABD'de bile, ekonomik gelişmenin ortaya çıkan değişkenlere ve yapısal sorunlara göre düzenlenebilmesi önemli ölçüde zaman yitirmesine yol açmıştır. İleri olanakların sağlanması ve bilgi sunumunda elverişli artışların elde edilmesinden sonra, aradan elli yıl geçmiş ve ABD tarımı bu dönemden sonra daha yüksek bir bilimsel

gelişim düzeyine ulaşmıştır. Ayrıca, bir yirmi yıl da bilgi düzeyinin tam kullanılması sürecinde geçmiştir.»

Daha sonra da görülebileceği gibi kalkınma sorunu, kalkınma hedeflerini gerçekleştirebilecek doğru süreç ve kurumların seçimi yolunda ekonomik gelişme teorisinin kullanılabilirliğine bağlıdır. Sorun, bu süreç ve kurumları yörel düzeydeki siyasal, toplumsal ve kültürel çevreye uyarlayabilmek (adaptation) ve bunu belirli bir zaman kesitinde başarıya erdirebilmektir.

İktisatçılar ve kalkınma plancıları, yanlışlıklara zorlukla katlanırlar. Yanlışların düzeltilmesi zaman alır ve ez gelişmiş ülkeler buna katlanmazlar yada bu düzeltmeler için bekleyecek zamana sahip değildir.

Çözümlememizin temelini oluşturan soruya böylece ulaşmış bulunmaktayız : «Kooperatifler yada yarı kooperatifler, kalkınmayı hızlandıracak bir kurum yada süreçlerden birisi midir?»

Burada önem kazanması gereken ikinci konu, tarımın ekonomik kalkınmadaki yeridir. Tarımın endüstri karşısında ekonomik kalkınmada yüklediği rol, dengeli büyüme kavramına dayanılarak savaş öncesi dönemde bir çözüme kavuşturulmuştur. Tarihsel olarak ele alındığında, tarımsal devrim endüstriyel devrimin koşullarını hazırlayıcı olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca, kalkınma ilerledikçe tarımsal kesimin de geliştirilmesi gerekir. Bu gelişim, yalnızca tarımsal ürün niceliklerinde artış yaratma, ihracat programını genişletme ya da endüstriyel yayılma için kaynak sağlayıcı biçiminde değerlendirilmemeli. Bunun yanı sıra, daha ileri bir endüstrileşme için pazar yaratıcı hizmetler açısından da ele alınmalı. Az gelişmiş bir ülkenin endüstriyel kesiminin sürekli büyümesi ve uzmanlaşması, bu kesim mallarının geniş bir pazara yayılması gereğine bağlıdır. Genellikle, bu ülkelerin nüfus açısından büyük ölçüde tarıma bağımlı olması, kırsal pazarların genişletilmesiyle, yeni endüstrilerin mallarını satamama risklerinin azalmasını sağlar.

Yukarıdaki açıklamalardan kolaylıkla anlaşılabilir gibi, dengeli büyüme, ekonominin çeşitli kesimlerinin karşılıklı bağımlılıkları temeline dayanmaktadır. Dengeli büyüme, malların üretici ve tüketicileri arasındaki açığı kapatacak bir köprü yaratan dağıtım ya da pazarlama kesiminin geliştirilmesine bağlıdır. Tam bir oynaklığın (mobility) geçerli olduğu tam (perfect) pazarlarda,

üretim faktörleri (ürünler) bir kesimden başka bir kesime (bir tüketiciden öbürüne) gelir farkları (yarar farkları) sıfıra ulaşmaya değin akmasını sürdürecektir. Demek ki, pazarlama ikili bir rol oynamaktadır : Bir yandan malların ve bilgilerin aktarılmasını sağlarken, öbür yandan da üretimi özendirilmektedir. Pazarlama, bilgileri, fiyatlandırma mekanizması aracılığıyla tüketiciden üreticilere aktarmakta ve ürünleri de ters yöne doğru hareket ettirmektedir. Pazarlama mekanizması tamlığa ne kadar yaklaşırsa, üretimdeki uzmanlaşma derecesi ve ekonominin bütünleşmesi o kadar fazla olacaktır. Başka bir söyleyişle, kalkınma büyük ölçüde pazarlardaki gelişmenin yoğunluğuna bağlıdır. «Uzmanlaşmaya yer vermeyen değişim olanaksızdır; değişime yer vermeyen uzmanlaşma ise saçmadır.»

Başka bir görüş açısına göre, herhangi bir ekonomik sistemde pazarlamanın yerini ortaya koymak için, aşağıdaki soruların kesinlikle yanıtlanması gerekir :

1. Neyi, ne kadar üretmeli?
2. Nasıl üretmeli?
3. Ürünü nasıl dağıtmalı?
4. Destekleme ve geliştirme için neler sağlanmalı?

İlk üç soru, aşağı yukarı durağan (static) üretim kararlarıyla ilgilidir. Bu soruları yanıtlamak için gereken yol göstericilerin sağlanmasının yanı sıra, pazarlama sistemi, girişimcilerin gelecekteki üretimlerini gerçekleştirecek yol göstericileri de sunmalıdır. Kalkınmanın başlatılması ile kalkınmanın sürdürülmesini destekleyici araçlar sunma arasında önemli ölçüde fark vardır. Dördüncü soru, gelecekteki gelişmenin dayandığı kapital yapısı ve yeni teknolojiye ilişkin olmaktadır.

Kooperatiflerin pazar reformunun araçları olarak yaptıkları katkının incelenmesi gereği, böylece açıklığa kavuşmaktadır. Etken üretim etken bir pazarlama gerektirir. Etken bir pazarlama sisteminin yerleştirilmesi, zaman kesitine ilişkin kısıtlamaları göz önünde tutma koşuluyla, uygun reform araçlarının seçiminin doğru olarak yapılmasını zorunlu kılar. Yanlışlardan kaçınılmalıdır; çünkü katlanılacak bedel çok büyüktür.

PAZARLAMADA ETKENLİĞİ ENGELLEYEBİLECEK KAYNAKLAR

Pazarlama sistemindeki yapısal aksaklıklar, kalkınmayı engelleyici bir sonuç yaratır. Bu bölümde, bu engelleri ortaya koyarak tarımsal üretim ve pazarlamada bu engeller nedeniyle ortaya çıkan etken olmayan kaynaklar incelenecektir.

Etken olmayan durumları dört ayrı kümede toparlayabiliriz :

1. Üretimin etken olmaması
2. Boyutça etken olmama
3. Fiyatlandırmanın etken olmaması
4. Yarı optimal dikey bütünleşme

Üretimin Etken Olmaması

Üretimin etken olmaması denince, tarımsal kesim açısından en iyi üretim yüzeyine ulaşmada başarısızlık gösterilmesi anlaşılır. Duragan bir ortamda, üretici giderek düşük düzeyli bir dengeye ulaşır. Böylece elindeki kaynakların kullanımında düşük düzeyli bir etkenlik sağlar. Bilgi eksikliği, modern teknolojik gelişimlerden yoksunluk, kaynak kıtlığı, çok tutucu düşünceler, tekelci ortamların varlığı gibi tüm etmenler bir araya gelerek köylünün daha üst bir üretim fonksiyonuna ulaşmasını engeller. Üreticinin bilgiye sahip olduğunu varsayarsak, pazardaki tekelci güç talep koşullarının değişmesiyle ortaya çıkacak herhangi bir kâr olanağını eline geçirecek ve böylece faktör-üretim maliyeti ilişkisini bozacaktır. Faktör açısından düşünüldüğünde, kredide olduğu gibi kaynakların denetimini elinde tutan monopsonist ögeler, köylülerin daha yüksek bir üretim yüzeyine ulaşma güçlerini kolaylıkla kısıtlayabileceklerdir. Köylülerin tutucu yaradılışları, sıkı aile işletmesi yapısıyla birleşince, pazarlama sisteminden sağlanacak duragan özendirmeler eksik olacak, bu ise çıktıyı arttırma çabalarını engelleyecektir.

Öte yandan, pazarlama sistemindeki tekelci ögeler, rekabet yokluğu nedeniyle pazarda sistemli bir denetim ve egemenlik kurma yoluyla tarımsal ürünlerin etken pazarlama yöntemlerinden geçirilmesini aksatabilir.

Boyutça Etken Olmama

Pazardaki aksaklıklar, çeşitli yollarla toprak birimleri ve pazarlama işletmelerinin boyut yönünden etken olmayan bir düzeyde

kalmalarına yol açacaktır. İlk olarak, pazarlama sistemi kaynak aktarımını kolaylıkla gerçekleştirecek bir yapıda değilse, tarlalar en uygun maliyetle üretim yapılabilir bir boyuta ulaşamazlar.

İkinci olarak, tarlaların en optimal düzeyde olduklarını varsayarsak, pazardaki aksaklıklar bu kez önemli ölçüdeki üretim biriminin üretim alanına girmesini ya da çıkmasını engelleyecektir. Bunun sonucu olarak, siyasal yada toplumsal alt-yapıda yapısal aksaklıklar bulunmasa bile, her üretim birimi ya kullanılmayan kapasiteyle çalışacak ya da kapasite ötesinde üretim yapar duruma düşecektir. Her iki durumda da, maliyetler en düşüğe indirilemeyecek ve kaynakların etkin kullanımı gerçekleştirilemeyecektir. Boyutsal etkenliği kaldırıcı üçüncü öge, araştırma, geliştirme ve toparlanma hizmetleri gibi destekleyici işlevler açısından ortaya çıkmaktadır. Bu soy hizmetleri sağlayan işletmeler, çoğunlukla boyutsal üstünlüklerden en çok yararlananlardır. Demek ki, destekleyici endüstrilerdeki aksaklıklar, boyutsal üstünlüklere ulaşmayı engellemekte ve tarımsal kesimin tümü açısından etkenliği ortadan kaldırıcı olmaktadır. Bu noktada, Vernan Ruttan'ın verdiği örnek ilginç bir göstegedir.

Fiyatlandırmanın Etken Olmaması

Kapitalist bir ekonomide, en yüksek çıktıyı sağlamak için kıt kaynakların etkin bir şekilde bölüşümü, pazarlama mekanizmasının fiyatlar aracılığıyla işleyen temel bir işlevidir. Az gelişmiş ülkelerde çoğunlukla geçerli olan karmaşık kanallardan fiyata ilişkin bilgilerin akışı, tarla düzeyine ulaşana değin önemli sızıntılara uğrar. Bu koşullar altında, üreticiler yanlış ürün ya da üsteler üretecekler ve ülkenin bir bölümünde ürün fazlalığı varken öbür bölümünde ürün sıkıntısı doğacaktır.

Fiyatların yayılmasındaki yetersizlik ya da aksaklıklar da fiyat belirsizliğine yol açar. Belirsizlik dereçesindeki bir değişiklik, bir fiyat değişikliğine göre üretim miktarını oynatmaz. Ya da fiyat ilişkilerindeki gerçek fiyat değişikliklerinin etkisini emer ya da yumuşatır. Fiyat değişiklikleri toplam çıktı üzerinde çok az etki gösterirler; çünkü tarımdaki temel girdi emektir ve emeğin fırsat maliyeti düşüktür. Öte yandan, fiyat belirsizliği, genellikle toplam çıktıdan çok işletme içindeki faktörlerin birbirinin yerine geçerliliğini etkiler. Çiftçilerin geleneksel görüş olarak riskten hoşlanmalarını nedeniyle, pazar fiyatları önemli ölçüde düşer. Doğadaki

ve ekonomik sistemdeki belirsizlikler, pazar aksaklıklarıyla büyü-
mekte, bu da üreticilere düşük riskli ürün yetiştirmelerini ön yar-
gı olarak aşılacaktır. Bu koşullar altında, pazar fiyatları belirli
ürünler dışında kalanların üretilmesini özendirmemektedir.

Son olarak belirtmek istediğimiz fiyat yetersizliği biçimi, te-
kelci eğilimler nedeniyle ortaya çıkar. Yeterli bir bilginin ışığı al-
tında, üreticilerin girdileri kullanma derecesi ve çıktı düzeyleri,
girdilerin marjinal fiziksel ürününe ve faktör ve ürün -fiyatlarına
bağlıdır. Pazarlama sistemindeki teknelci ögeler, girdi, ürün ya da
kaynak fiyatlarının bozulmasıyla, kaynakların kullanımını yanlış
bir yöne sürüler.

Bütünleşmenin Çeşidi ve Optimum Derecesi

Pazar aksaklığından doğan dördüncü soy yetersizlik; dikey bü-
tünleşmenin optimum olmayan derece ve çeşitlerinden ortaya çı-
kar. Rekabetin aksamaması ve dikey bütünleşmenin varolması duru-
munda, artık kârın bulunması kaynakların yanlış bölünmesine yol
açacaktır. Öte yandan alıcılar arasında bölge ve müşteriye ilişkin
anlaşmalar ve alıcılar ve satıcılar arasındaki yasal ya da karşılık-
lı güvence bağlı anlaşmalar, rekabetçi işletmeleri pazarlardaki di-
key bütünleşmenin dışına atar. Ayrıca, bu soy anlaşmalar, fiyat
farklılıklarının ortaya çıkması durumunda üreticilerin bir pazar
yerinden öbürüne kaymasını engelleyebilir.

Çok büyük dikey bütünleşmeler de çeşitli bozulmalara yol
açar. Merkezleşmemiş satın almalar, alıcılar açısından gizli anlaş-
malara göre hareket etme fırsatını arttırır ve fiyatlardaki etkenlik
aksaklığının düşmesini sağlar. Üstelik, çok fazla satın alma nok-
tası, didinme giderlerinin etken olduğu düşük düzeyi veren hacmin
aşılmasına yolaçar. Öte yandan, az gelişmiş ülkelerin gelişmeye
başlaması ile, ulaştırma haberleşme gibi etmenler, gelişmiş depola-
ma ve dereceleme teknikleri ve geniş çaplı perakende satın alma-
lar daha üst bir düzeyde yoğunlaşmaya başlar. Satın alma ve işle-
me işlevlerinin merkezleştirilmesi ekonomik açıdan çekicilerdir.
Bununla birlikte, gizli anlaşmalar ve geleneksel kalıplar yoluyla
pazarlama sisteminin bozulması, bu soy düzenlemelerin ortaya çık-
masını engeller.

PAZARIN GELİŞTİRİLMESİ İÇİN GEREKEN ÖNLEMLER

Kuşkusuz, pazarlama sistemine ilişkin kaynak dağılımlarının
etkenlik aksaklıklarını ortadan kaldırmanın çeşitli yolları vardır.

Etken olmayan durumları yaratan koşulları düzeltme sorunu, maliyetler, gelirler ve bunlar için gerekli zaman açısından zorlukların doğmasına yol açar. Bu durum, doğal olarak bir takım önlemlere başvurmayı gerektirir. Daha etken bir fiyatlandırmayı sağlayacak biçimde pazarlama sisteminin düzenlenmesi, çeşitli nedenlerle en başta gelen önlem olmaktadır. Bu yola başvurmanın kolaylıkla hızlandırıcı etki sağlaması, ilk nedendir. Pazar haberleri bilgisi, fiyatı durgunlaştırma programları aracılığıyla dolaysız ekonomik yardımlar, ürün sigortası gibi önlemler, kısa bir süre içinde etkisini gösteririr. Bunlar, gelişme için gelişme için temel olan eylemlerse de, özel kesim için uygulanırlılığı pek yoktur. Öte yandan, gelişmiş fiyatlandırma etkenliği, gelişmiş üretim etkenliği ile birlikte yürür ve bu da uzmanlaşmayı özendirir. Önemli öğelerden ikincisi ise, daha ileri üretim etkenliği sağlayacak pazar yapısının geliştirilmesidir. Bu ise, devletin düzenlemeleriyle sonuçlandırılması güç olan bir noktadır. Bu çoğunlukla, sonuç vermesi çok daha uzun bir zaman isteyen ayarlamaları gerektirir.

Geriye kalan iki çeşit etken olmama durumu — yanlış işletme hacmi ile bütünleşmenin derecesi ve biçimi — öncekilerden daha az önem taşımaktadır. İşletmenin kâr maksimizasyonuna gittiği varsayıldığında, işletme hacmi ve bütünleşme derecesine ilişkin kararlarda her türlü bilginin elverişli olduğu düşünülebilir. Tersine, bu koşulların oldukça duraganlık gösterdiği ortamlarda, işletme hacmi ve bütünleşme derecesi yoluyla etkenliğin geliştirilme yeteneği, umulan maliyetlere göre çok daha düşük bir önem taşır. Bununla birlikte, az gelişmiş ülkeleri duragan bir gelişmeden, devingen (dynamic) bir gelişmeye geçmeleri durumunda, bu öğelerin etkenliği yükseltici yöndeki önemleri artacaktır. Bu durumda da ilk önlem, fiyatlandırma etkenliğinin geliştirilmesi yolunda olursa, ortam kendi kendini düzeltici (selfcorrectng) bir niteliğe bürünür.

KOOPERATİFLER PAZAR REFORMUNA NE GİBİ KATKILARDA BULUNABİLİR?

Tarımsal pazarlamanın aksak pazar yapısına dayandırılacak yetersizliklerini ortaya koyduktan sonra, sıra şu soruyu incelemeye gelmiştir : «Kooperatifler yada yarı-kooperatifler ekonomik gelişmeye ne gibi katkılarda bulunabilirler?» Bu soruyu şu biçimde düzenlemek belki de daha iyi olabilecektir : «Kooperatifler ya da yarı-kooperatifler, pazarlama kesiminin rekabetçi yapısının ge-

liştirilmesinde özel işletmelere göre herhangi bir üstünlüğe sahip midirler?»

Yalın olarak, bu kooperatif, müşterileri ve sunucuları aynı zamanda kapital sahibi olan bir işletme örgütü biçimidir. Daha kesin açıdan, bir kooperatif aşağıdaki örgütsel ve işlemsel özellikleri taşımalıdır :

1. Girişimin sahiplik ve denetimi, girişimin hizmetinden yararlananların elinde olmalıdır.
2. Kooperatiflerin didinmelerinden sağlanacak bütün kârlar kapitale göre değil, ortakların kooperatifle yaptıkları işlemlere göre dağıtılmalıdır.
3. Ortakların yatırılan kapitaline verilecek faiz sınırlı olmalıdır.

Ekonomik kalkınma açısından kooperatiflerin özendirilmesinin devletin önemli bir görevi olması, en azından şu iki nedenden dolayı zorludur :

1. Üreticilerin sömürülmesi sonucunu doğuran tekelci öğeleri düzeltici bir ölçü olması
2. Ortak bir girişimde bir araya gelerek geniş çaplı didinmede bulunmanın sağlayacağı üstünlüklerden üreticilerin yararlandırılması

Çeşitli biçimlerdeki kooperatiflerde bir araya gelen üreticilerin, ürünlerini daha ekonomik olarak işleyip pazarlayacakları, büyük çapta tarımsal çıktı sağlayabilecekleri, kredinin maliyetini düşürebilecekleri ve küçük tarımsal birimlerin bağımsızlık ve öz yönetimlerinden ödün vermeksizin öbür hizmet ve olanaklardan yararlanabilecekleri konularında tartışmalar yapılmaktadır.

Az gelişmiş ülkelerin geleneksel üretimlerinin içinde buldukları duruma bakarak, böyle bir tartışmanın çok iyimser olduğu söylenebilir. Ancak, şu gerçektir ki, bir kooperatif çok daha elverişli koşullar sağladıktan sonra, üreticilerin kooperatife girmeleri için hiç bir neden yoktur; bununla birlikte en başta böyle bir kooperatifin olması gerekir. Ayrıca, daha elverişli koşullara ulaşmak için ortada bulunan kişisel sakıncalardan arınmış olmalıdır. Belirli bir üretici kümesini bir kooperatif kurmak üzere örgütlemek ve bu kümeyi yörel tüccarlarla olan geleneksel ilişkilerini kırma yolunda harekete geçirmek kolay bir görev değildir. Üstelik,

köylünün kesesinden ancak çıkabilecek küçüklükteki paralarla ekonomik açıdan canlı bir kooperatifi örgütleyebilecek bir kapital birikimi sağlanamaz. Öte yandan, yöredeki geleneksel tüccarlar, her zaman için kooperatiflere göre daha büyük bir kapital varlığına sahiptirler.

Bütün bu sorunlar çözümlendikten sonra, yeni kurulan kooperatif başka sorunlarla karşı karşıya kalır : Kooperatif yöneticisinin yönetsel yeteneğinin yetersizliği çok ağır bir engeldir. Geleneksel tarım topluluklarının toplumsal yapıları düşünülürse, kooperatif yöneticilerinin her zaman için topluluğun üretici önderleri arasından seçilmesi kaçınılmazdır. En yalınından bu, yöneticinin eğitim, yönetsel yetenek ve işletmecilik görgüsü açısından çok zayıf olması demektir.

Az gelişmiş ülkelerdeki kooperatiflerin karşılaştıkları başka bir güçlük, yerleşik tüccarların rekabetidir. Bu güçlük, çeşitli etmenlerden dolayı ortaya çıkar. En başta, özdeş olmayan ulaştırma olanakları, belirli bir kooperatifin oldukça sınırlı bir alanda hizmet görmesine ve hacim olarak önemli ölçüde sınırınmasına yol açar. Üstelik, başlangıçta geleneksel üretici yeni girdilerin satın alınması ve kullanılması konusunda hazırlık değildir. Bu, kooperatifin, doğrudan doğruya yörel tüccarla rekabet edebilecek bir tüketim kooperatifi olarak işlev görmesini kısıtlar. Her ne kadar, bir tüketim kooperatifi geleneksel üretici için kaçınılmaz bir gereksinim değilse de, miktarı belirli olan kapitalle, bir kooperatifin didinme konusu olarak seçebileceği tek biçim budur. Bir kooperatifin yılların deneyine sahip, kredisi geniş, büyük kapital hacimli ve geniş envanterli olan ve bir fiyat savaşında kolayca kazanabilecek yörel tüccarlar tarafından en azından üstü kapalı olarak varlığı kabul edilmiş olmalıdır. Öte yandan, ölüm tartımında, fiyatlarda ve vergilerin ödenmesinde doğruluk ilkesini güdecek biçimde iyi işletme yönetimi uygulamalarından herhangi birinin ya da tümünün yörel tüccarlarca izlenmemesi, bir kooperatifi rekabet açısından yenik duruma sokabilir.

Özet olarak, haberleşme sorunları nedeniyle küçük çaplı kurulma zorunluğu, daha az hizmet ve küçük bir kapital varlığı anlamına gelecek; ayrıca yörel tüccarların yada yörel güçlerin düşmanlığını çekmeme zorunluğu yeni bir kooperatifin yaşamasını son derece güçleştirecek, böylece, üreticinin kooperatife katılmasını ve onu desteklemesini sağlayıcı ekonomik üstünlüklerin sunulma olanağı önemli ölçüde kısıtlanacaktır.

KOOPERATİFLERDEN BEKLENEN İŞLEVLER

Salt ekonomik kuruluşlar olarak açıklanan kooperatifler, ekonomik kalkınmanın kısıtlanmasında ağır kısıtlamalar içerisinde görülmektedirler. Ekonomik olmayan yada yarı ekonomik olan katkılar açısından aynı şeyi söylemek doğru olmayacaktır. Bu son nokta, daha değerli katkılarda bulunur.

Varolan sisteme karşı savaşmak yada bu sistemi düzeltmek, kooperatiflerin kuruluşlarının temelidir. Varolan işletmelerin, kooperatif üyelerinin çıkarlarına aykırı hareket ettiği yolundaki kanılar, bu düşünceleri ortaya çıkarmaktadır. Bu görüşler, Birleşik Devletlerde ve bir çok gelişmiş ülkede genelse de, köylülerin kendi sorunlarının nedenlerine ilişkin fazla bir şey bildiklerinden kuşku duymakta, bunun yanı sıra bu sorunların bir kooperatifle nasıl çözümleneceği konusuna açıklık getirilememektedir. Bununla birlikte, bu ülkelerdeki gazete yazılarından ortaya çıkan gerçek, çoğunluğun üreticilerin sömürüldüğü konusunda olduğudur. Pazar reformunun dışındaki amaçlarla kooperatiflerin kurulması, daha çok geleneksel üreticide yaşayan bu düşünceden esinlenmektedir. Böylece, bu duygunun değerlendirilmesinin yanı sıra, başka türlü yeteneklerini geliştiremeyecek olan yörel önderlerin siyasal bilinçlenmeleri de gerçekleşmiş olur. Ayrıca, zaman geçtikçe, köylülerin kendi büyüme ve gelişmelerini sağlayıcı bir demokrasi ve işbirliği duygusunu güçlendirir, küme sorumluluğu konusunda sağlam görüşler yaratır.

Geleneksel üreticiyi kendi kendini yönetme konusunda görgülü kılmak, onun kendine güven ve bağımsızlık duygularını geliştirecektir. Bu özellik, geleneksel bağlayıcı kalıplar içinde kalmış ve «otorite»ye hiç düşünmeksizin ve tartmaksızın boyun eğmesi kişilere doğal olarak kazandırılmaz. Bu çerçevede içinde, bir kooperatif gereksinmesi gerçekten varsa, bu yoldaki atılım sonunda başarıya ulaşabilir ve sağlamlık kazanabilir. Kooperatifin hiç bir ekonomik gereksinmeye hizmet etmemesi durumu olsa bile, yörel kırsal topluluğun öz gelişiminin sağlanmasında, gerçek demokrasinin yerleşmesi için çok daha geniş ve kurallı temeller kurularak önemli bir rol oynar.

Kooperatif gelişimin yarattığı başka bir örgütsel görünüm şudur : Kooperatif bir kez kurulunca kendi örgütlerini yöneten özel çıkar kümelerince gelişme yeteneklerini arttırma yönünde zorlanır-

lar. Hızla gelişen margarin pazarına Kraft girerken, Land O'Lakes'in tereyağı pazarında kalması bunun örneğidir.

Kooperatiflerin yapısal reformun bir aracı olarak örgütlenmeleri durumunda, az gelişmiş ülkeler için de bu görüşler geçerlilik kazanır. Beklenir kooperatif ortaklarının çoğuna, belirli bir çıkar kümesinde yer alan kişiler olarak bakılamaz. Genel amaç çizgisinde yer alan kooperatiflerin örgütlenmesinde beklenir ortakların reformcu duygularını ön planda tutmak temel strateji olmalıdır. Sonra, pazarlama sisteminin koşulları gelişmeye başladıkça, kooperatifler pazara atlayacak ve ortaklarına burada karşılaştırmalı üstünlükler sağlar duruma gireceklerdir. Bundan öte, ortakların yaşadıkları bölgenin karşılaştırmalı üstünlüklerinden yararlanması için öğrenilmesi zorunlu olan yeni bilgi ve tekniklerin çözümlenmesinde yardımcı olur.

Değişik zevkler ve yeğlemeler (preference) deki değişmeler, kooperatifi modası geçmiş bir kuruluş durumuna sokabilir; çünkü ürün ya da hizmetler için söz konusu olan talep ortadan kalkar.

Kooperatiflerin, geniş çapta kapital biriktiremeyecekleri gerçeği her zaman için ortadadır. Gelişmiş ekonomilerdeki üreticiler, sürekli olarak ortaklık kapitali araştırırlar ve bunun sonucunda kooperatifleri için gerekenden fazla kapital bulurlar. Bu sorun, az gelişmiş ülkelerde çok yaygın bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

Önem vermek istediğimiz nokta, kooperatiflerin temel olarak büyük çapta kapital gerektiren bir ekonomik gereksinmeyi karşılamak amacıyla örgütlenmesi durumunda, elverişli kapital yetersizliğinin geniş ölçüde tehlike yaratacağıdır. İşte bu noktada hükümet kuruluşlarının yörel kooperatiflere geri ödenecek biçimde kapital yardımında bulunarak destek sağlaması tartışmasına girilir. Bu soy hükümet finanslamasında önemli kısıtlamalar vardır. Yörel kooperatiflerin didinmeleri için yeter ölçüde fon sağlama olanağı bulamaması ile kooperatiflerin başarısızlığı sıkı bağ vardır. Örneğin, kooperatifler yeterli üyeye yada istenen hizmetleri elverişli maliyetle sağlayacak didinme iriliğine ulaşamamış olabilirler. Özel koşullar altında, hükümet yardımı pazar koşullarını düzenleyici işletmelere, karşılıksız olarak verilebilir.

Hükümet yardımının ve dolaysız desteğinin, öncelikle az gelişmiş ülkelerde ortaya çıkardığı sakıncalar açıksa da, kooperatiflerin bir gelişme programının yörel acentaları olarak düşünülmesi

durumunda sağlanan üstünlüklerin bu sakıncaları bastıracağı da bir gerçektir. Kâr peşinde koşan işletmelerin, yeni üretim programları ve teknikleri konusunda köylüleri eğitme çabasına girişmeleri pek düşünülemez. Yörel kooperatiflerin desteklenmesi ve yörel toplumun eğitimi ve gelişmesi için bunların kullanılması, küçük üreticilere ulaşmanın «pratik» bir yoludur. Seçilmiş bir yöneticinin ve yörel toprak temsilcilerinin yol göstericiliği altında, yörel kooperatif, yeni girdilerin, ürünlerin yada hizmetlerin getirilmesinde etken bir araç olarak, toplumsal yada öbür programlarla yarar sağlayabilir. Açıktır ki, öbür biçimlerdeki eğitsel sistemler de elverişli olabilir. Bu konudaki seçim, çeşitli seçeneklerin derinliğine incelenmesiyle yapılır. Bu seçeneklerin incelenmesi, yazımızın dışında kalmaktadır.