

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GİRİŞİMCİLİK VE YENİLİK YÖNETİMİ
ANABİLİMDALI



AHİLİK İLKE VE UYGULAMALARININ
GÜNÜMÜZ KOBİ'LERİNE YANSIMASI:
ELAZIĞ İLİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Ü. Muhammet DÜŞÜKCAN

HAZIRLAYAN
Oğuzhan BAŞDAŞ

ELAZIĞ-2018

T.C.
FIRAT ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GİRİŞİMCİLİK VE YENİLİK YÖNETİMİ ANABİLİMDALI

AHİLİK İLKE VE UYGULAMALARININ
GÜNÜMÜZ KOBİ'LERİNE YANSIMASI:
ELAZIĞ İLİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN
Dr. Öğr. Üyesi Muhammet DÜŞÜKCAN

HAZIRLAYAN
Oğuzhan BAŞDAŞ

Jürimiz,tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonunda bu yüksek lisans tezini oy birliği/oy çokluğu ile başarılı saymıştır.

Jüri üyeleri:

- 1.
- 2.
- 3.

F.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nuntarih ve sayılı kararıyla tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr. Ömer Osman UMAR
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

Ahilik İlke ve Uygulamalarının Günümüz Kobi'lerine Yansıması: Elazığ İli Örneği

Oğuzhan BAŞDAŞ

Fırat Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi Anabilim Dalı

Elazığ-2018, Sayfa: XI+83

Ahilik, temelleri fütüvvet anlayışı üzerine kurulmuş, ilkeleri insani ahlak değerleriyle oluşturulmuş sosyal, ekonomik, siyasi ve kültürel fonksiyonları bulunan bir esnaf teşkilatlanmasıdır.

Ahilik teşkilatıyla Anadolu insanının eğitilmiş ve ahlaklı birer sanatkâr olmaları sağlanmıştır. Ahi Evran tarafından kurulan ahilik kurumu günümüzde dahi eşine rastlanılmayan muazzam bir sistemle, ahiliğe bağlı üyelere mesleki eğitim vermenin yanı sıra sosyal yardımlaşma fonksiyonu da yerine getirmektedir.

Ahilik teşkilatı Türk toplumuna mal edilmiş, ilkeleri ahlaki değerler üzerine kurulmuş bir sistem olmakla birlikte milli birlik ve beraberlik ülküsüyle işleyen devasa bir mekanizma örneğidir. Bu kurum esnaf teşkilatı olarak üyelerine gerekli eğitimler vererek üretilen malın miktarındansa kalitesine odaklanan bir anlayışa sahiptir.

Girişim ve girişimcilik kavramı, son dönemlerde büyük bir hızla küreselleşmeye sahne olan dünyada ekonomik kalkınmanın en önemli faktörlerinden biridir. Özellikle kapitalizmin ekonomilere egemen olmasıyla ekonomi döngüsünün çarkı görevini üstlenen girişimciler olmadıkça ekonomik sistemin bir gelişme göstermesi mümkün değildir.

Girişimcilik bir süreçtir, pazardaki fırsatların belirlenmesi ile başlayan, kaynak ve girdiler kullanılarak yeni işlerin yaratıldığı, yeni ekonomik fırsatları kazanca dönüştüren dinamik bir süreçtir.

Günümüzde girişimcilik faaliyetleri kurumsal bir çerçevede küçük ve büyük işletmelerde yapılmaktadır. Ahilikteki esnafların günümüzdeki karşılığı olan girişimciler faaliyetlerini KOBİ'ler vasıtasıyla yerine getirmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ahilik, Ahilik İlkeleri, KOBİ'ler



ABSTRACT

Master Thesis

**Ahilik Principles and Applications Today's to Current Kobis:
Elazığ Provincial Example**

Oğuzhan BAŞDAŞ

The University of Fırat

The Institute of Social Science

The Department of Entrepreneurship and Innovation Management

Elazığ-2018; Page: XI+83

Ahilik is an artisan organization based on the understanding of futuch, whose principles are social, economic, political and cultural functions formed by human moral values.

With the organization of Ahilik, it is ensured that the people of Anatolia are educated and moral ones. The Ahi institution established by Ahi Evran, in addition to providing vocational training to the members of the society with an enormous system which is not even seen even today, also fulfilled the function of social assistance.

The Ahilik organization is an example of a gigantic mechanism that is based on moral values and is functioning in the national unity and solidarity together with being a system based on moral values, This institution has the understanding that it focuses on the quality of the produced goods by providing necessary trainings to its members as an artisan organization.

The concept of entrepreneurship and entrepreneurship are the most important factors of economic development in the world, which has recently become a globalizing stage. It will not be possible for the economic system to show an improvement unless the entrepreneurs undertake the task of singing the economic cycle, especially since capitalism dominates the economies.

Entrepreneurship is a process, a dynamic process that starts with the identification of opportunities in the marketplace, creates new jobs using resources and inputs, and transforms new economic opportunities into profit.

Today, entrepreneurship activities are carried out in small and large enterprises on an institutional framework. Entrepreneurs who are the counterparts of the tradesmen of the present day are carrying out their activities through the kobis.

Key Words: Ahilik, Ahilik Principles, KOBIS



İÇİNDEKİLER

ÖZET	II
ABSTRACT	IV
İÇİNDEKİLER	VI
TABLolar LİSTESİ	VIII
ŞEKİLLER LİSTESİ	IX
ÖNSÖZ	X
KISALTMALAR	XI
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

1. AHİLİK TEŞKİLATI	3
1.1. Ahiliğin Kurucusu	3
1.1.1. Ahi Evran.....	3
1.2. Ahiliğin Tanımı	4
1.3. Ahiliğin Teşkilat Yapısı	6
1.4. Ahilik İlkeleri	8
1.5. Ahiliğin Toplumsal Temelleri.....	11
1.6. Ahiliğin Ortaya Çıkış Sebepleri	12

İKİNCİ BÖLÜM

2. KOBİ'LER VE AHİLİK İLKELERİNİN KOBİ'LERDE UYGULANMASININ YARARLARI	14
2.1. KOBİ Kavramı	14
2.1.1. KOBİ Tanımı.....	14
2.1.2. KOBİ'lerin Sınıflandırılması.....	15
2.1.2.1. Çalışan Sayısı Bakımından	15
2.1.2.2. Fonksiyonları Bakımından.....	16
2.1.3. KOBİ'lerin Avantaj ve Dezavantajları	16
2.1.3.1. KOBİ'lerin Avantajları	17
2.1.3.2. KOBİ'lerin Dezavantajları.....	17
2.1.4. KOBİ'lerin Önemi.....	18
2.1.4.1. Ekonomik Açıdan Önemleri	19
2.1.4.2. Sosyal Açıdan Önemleri	20

2.1.5. KOBİ'leri Destekleyen Kurum ve Kuruluşlar.....	20
2.1.5.1. KOSGEB	21
2.1.5.2. TÜBİTAK.....	21
2.1.5.3. T.C Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı	22
2.1.6. KOBİ'lerde Halkla İlişkiler	22
2.2. Ahilik İlkelerinin Kobilerde Uygulanmasının Yararları	24

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMA YÖNTEM VE BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ ...	26
3.1. Araştırmanın Tanımlanması.....	26
3.1.1. Araştırmanın Amacı	26
3.1.2. Araştırmanın Önemi	27
3.1.3. Araştırmanın Hipotezleri	28
3.1.4. Araştırmanın Modeli	28
3.1.5. Araştırmanın Veri Toplama ve Analiz Yöntemi	28
3.1.7. Araştırmanın Güvenilirlik Analizi.....	29
3.2. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi.....	30
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	62
KAYNAKÇA.....	66
EKLER	68
Ek 1. Orjinallik Raporu	68
Ek 2: Anket Formu.....	69
ÖZGEÇMİŞ	72

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1: Avrupa Birliği Kobi Tanımı	14
Tablo 2.2: KOBİ'lerin Ülke Ekonomilerindeki Yeri	19
Tablo 3.1: KOBİ'lerin Hukuki Durum Frekans Dağılımı	30
Tablo 3.2: KOBİ'lerin Faaliyet Alanı Frekans Dağılımı	30
Tablo 3.3: KOBİ'lerin Eleman Sayısı Frekans Dağılımı	31
Tablo 3.4: KOBİ Sahibinin İş Tecrübesi Frekans Dağılımı	31
Tablo 3.5: KOBİ'lerin Eğitim Düzeyi Frekans Dağılımı	32
Tablo 3.6: İşletmenin Hukuki Durumu İle Ahilik İlkelerinden “Kötü Sözlerden Sakınmak” Arasındaki İlişki	33
Tablo 3.7: İşletmenin Hukuki Durumu İle Ahiliğin Ticari Yasaklarından “Sahte Ve Kalitesiz Mal Üretilmeyecek” Arasındaki İlişki	35
Tablo 3.8: İşletmenin Faaliyet Alanı İle Ahilik İlkelerinden “Egemen Sömürücü Güçlere Karşı Çalışan Her Kesimden Halkın Çıkarlarını Korumak” Arasındaki İlişki	36
Tablo 3.9: İşletmenin Eleman Sayısı ile Ahilik İlkelerinden ”Daima İyi Komşulukta Bulunmak” Arasındaki İlişki	39
Tablo 3.10: İşletmenin Eleman Sayısı ile Ahilik İlkelerinden “Çoğa Şükretmek” Arasındaki İlişki	41
Tablo 3.11: İşletmenin Eleman Sayısı ile Ahilik İlkelerinden “Kötülerden Uzak Durmak” Arasındaki İlişki	44
Tablo 3.12: İşletme Sahibinin İş Tecrübesi İle Ahilik İlkelerinden “Çoğa Şükretmek” Arasındaki İlişki	46
Tablo 3.13: İşletme Sahibinin İş Tecrübesi İle Ahilik İlkelerinden “Cömert Olmak” Arasındaki İlişki	48
Tablo 3.14: İşletme Sahibinin İş Tecrübesi İle Ahilik İlkelerinden “Sözünü Bilmek Sözünde Durmak” Arasındaki İlişki	51
Tablo 3.15: İşletme Sahibinin İş Tecrübesi İle Ahilik İlkelerinden “Dostluğa Önem Vermek” Arasındaki İlişki	56
Tablo 3.16: İşletme Sahibinin İş Tecrübesi İle Ahiliğin Ticari Yasaklarından “Bozuk Terazi Kullanılmayacak” Arasındaki İlişki	60

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. Ahi Teşkilat Şeması.....	6
Şekil 3.1: İşletme Sahibinin Eğitim Düzeyi İle Ahilik İlkelerinden “Sır Tutmak” Arasındaki İlişki.....	34
Şekil 3.2: İşletme Sahibinin Eğitim Düzeyi İle Ahilik İlkelerinden “Helal Kazanç Sahibi Olmaya Özen Göstermek Arasındaki İlişki	37
Şekil 3.3: İşletme Sahibinin Eğitim Düzeyi İle Ahilik İlkelerinden “Ayıp ve Kusurları Örtmek” Arasındaki İlişki.....	42
Şekil 3.4: İşletme Sahibinin Eğitim Düzeyi İle Ahiliğin Ticari Yasaklarından “Hileli Ve Çürük Mal Satılmayacak” Arasındaki İlişki	45
Şekil 3.5: İşletmenin Hukuki Durumu İle Ahilik İlkelerinden “ İyi Huylu Ve Güzel Ahlaklı Olmak” Arasındaki İlişki	49
Şekil 3.6: İşletmenin Hukuki Durumu İle Ahilik İlkelerinden “Emanete Hıyanet Etmemek” Arasındaki İlişki.....	50
Şekil 3.7: İşletmenin Hukuki Durumu İle Ahiliğin Ticari Yasaklarından “Noksan Tartılmayacak” Arasındaki İlişki	52
Şekil 3.8: İşletmenin Faaliyet Alanı İle Ahiliğin Ticari Yasaklarından “Müşteriden Fazla Para Alınmayacak” Arasındaki İlişki	53
Şekil 3. 9: İşletmenin Eleman Sayısı İle Ahiliğin Ticari Yasaklarından ”Bir Başkasının Malı Taklit Edilmeyecek” Arasındaki İlişki	54
Şekil 3. 10: İşletmenin Eleman Sayısı İle Ahiliğin Ticari Yasaklarından “Bozuk Terazi Kullanılmayacak” Arasındaki İlişki	57
Şekil 3. 11: İşletmenin Faaliyet Alanı İle Ahiliğin Ticari Yasaklarından “Hileli Ve Çürük Mal Satılmayacak” Arasındaki İlişki.....	58

ÖNSÖZ

Ahilik, kökeni 12.yüzyıla kadar giden ve ortaya çıktığından itibaren tüm Anadolu'da yayılma göstermeyi başarmış,kültürel,sosyal ve ekonomik fonksiyonları bulunan çok yönlü bir oluşumdur. Ahilik kurumu hem dini tarikat yönü hem de sosyal ve ekonomik yönden işleyen bir düzeni olan bir yapılanmadadır. Ahiliğin etkin olduğu dönemler incelendiğinde günümüz şartlarında dahi birçok ülkenin gerçekleştirmeyi başaramadığı adaletli, ahlaklı ve verimli sonuçlar çıkartan güzel bir sisteme sahip olduğu görülmektedir.

Ahilik, günümüz için çok önemli bir ifade olan %100milli ve yerli bir Türk kurumudur. Bu kurum hem Selçuklu Türkleri'nde başlayıp Osmanlı Devleti'nde insanların nitelikli ve ahlaklı yetişmesinde önemli hizmetleri yerine getiren sosyal bir teşkilat hemde de ihtiyaç halinde de memleket savunmasında yer alan bir askeri yapılanma örneğidir. Şöyle ki 13.yy'ın ilk yarısında dünya siyasi haritasını alt üst eden Moğol istilalarına karşı Anadolu'nun savunması için gerekli tedbirleri almışlardır.

Girişimciliğin sosyal ve ekonomik etkilerinin olduğu tartışmasız bir gerçektir. Özellikle ekonomik etkileri daha çok görülmektedir. Yarattığı istihdam alanlarıyla toplumdaki atıl kapasiteleri faal hale getirerek işsizliğin azaltılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Girişimcilik her geçen gün daha önem arz etmektedir ve etmeye devam da edecektir.

Ahilik düzeninin tekrar canlandırılması hiç kuşkusuz girişimciliği disipline edecek, güzel işleyen sistemle kar oranları artacaktır.

Bu çalışmamızda bir esnaf teşkilatlanması olmanın yanı sıra insana odaklanan, bireyin maddi ve manevi hayatına katkıda bulunmuş Ahilik teşkilatının ilke ve uygulamalarının günümüzde KOBİ'lerde tespiti hususunda araştırmalara yer verilmiştir.

Özellikle tez dönemim boyunca bilgi ve tecrübelerinden faydalandığım değerli hocamDr. Öğr. ÜyesiMuhammet DÜŞÜKCAN ile Dr. Emrah Hanifi Fırat'a ve şahsıma göstermiş oldukları maddi- manevi desteklerinden ve sabır, hoşgörülerinden dolayı aileme şükranlarımı bildirir saygılarımı sunarım.

KISALTMALAR

c.	: Cilt
Fen Bil.Ens.	: Fen Bilimleri Enstitüsü
H.	: Hicri
İibf	: İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi
Km	: Kilometre
KOBİ	: Küçük Ve Orta Büyüklükteki İşletme
KOSGEB	: Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme Destekleme İdaresi Başkanlığı
m.	: Madde
s.	: Sayfa
Sos.Bil.Ens	: Sosyal Bilimler Enstitüsü
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel Ve Teknik Araştırma Kurumu
üni.	: Üniversite
v.b.	: Ve benzeri
vs.	: Vesaire
yy.	: Yüzyıl
Zfwt	: Zeitschrift Für Die Welt Der Türken

GİRİŞ

Ahilik temeline insanı koymuş, faaliyette bulunduğu zamanlardaki halkın, mesleki ve ahlaki gelişimine katkıda bulunan bir teşkilatlanmadır.

Ahilik ilkeleri, ahlaki değerler üzerine kuruludur. Ahilik teşkilatlanması bu ilkelerle özellikle esnaflar arasında iş ahlakının gelişmesini önemseyen, üretilen malın miktarından ziyade niteliğine önem veren bir yapılanmadır.

Ahilik teşkilatı halkın nitelikli, kalifiye eleman olarak yetişmesi için mesleki eğitimleri verirken insanın doğasında inancı gereği olması gereken ahlaki değerler üzerine inşa edilmiş ilkelere sahiptir. Bu ilkeler sayesinde müşteri memnuniyeti kazanılarak esnafların istikrarlı bir faaliyet sürdürmeleri sağlanmıştır. Teşkilatın kurmuş olduğu düzen günümüz için dünyanın hiçbir yerinde görülememektedir.

Günümüz ticaret hayatı ele alındığında adam kayırma, kalitesiz mal üretme, bir başkasının malını taklit etme, malın ederinden fazla ücret istenmesi gibi sayısı daha da arttırılabilecek sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bu sorunlar beraberinde işletmeler için istikrarsızlığa ve süreç içerisinde iflas etmelerine sebep olmaktadır. Bir zincirin halkası gibi düşünüldüğünde bir işletmenin kapanması çalışanlarının işsiz kalmasına ve dolayısıyla ülke ekonomisinin olumsuz yönde etkilenmesine sebep olmaktadır. Bu tür olumsuzlukların önüne geçmek için ve ekonomik kalkınmanın istikrarlı bir şekilde sürdürebilmesi için %100 milli ve yerli olan Ahilik kurumumuzun ilke ve uygulamalarının tekrardan hayata geçirilmesi oldukça faydalı olacaktır.

Bir araştırma süreci sonunda elde ettiğimiz neticelerle yazılan bu tezin, insanı temeline koymuş, ilkeleri incelendiğinde hep ahlaki değerler üzerine inşa edilmiş, maldan çok emeği önemseyen, üretilen malın miktarından ziyade niteliğini benimseyen, özelden genele doğru esnaftan başlayıp tüm halkın birliğine önem veren, mesleki anlamda çalışanların gelişim ve eğitimini önemseyen Ahilik felsefesinin eskiden olduğu gibi özellikle ekonomik kalkınmamızın çok önemli olduğu çağımızda tekrardan yaşatılmasıyla ticari alanda yaşanan her türlü sorunların üstesinden gelmek için ve istikrar sorunu yaşayan KOBİ'lerimize yol göstermek maksadı taşıdığı söylenebilir.

Bu kapsamda tezin birinci bölümünde, Ahilik teşkilatının kurucusu olan Ahi Evran'a, ahilik kavramının tanımına, teşkilat yapısına, ahiliğin ilkelerine, toplumsal temellerine ve ortaya çıkış sebeplerine yer verilmiştir.

İkinci bölümde ise, KOBİ kavramının teorik çerçevesi kapsamında, KOBİ kavramının tanımına, sınıflandırılmasına, KOBİ'lerin avantaj ve dezavantajlarına, KOBİ'lerin önemine, KOBİ'leri destekleyen kurum ve kuruluşlara ve son olarak KOBİ'lerde halkla ilişkilere yer verilmiştir. Ayrıca bu bölümde ahilik ilkelerinin KOBİ'lerde uygulanmasının faydaları ele alınmıştır.

Üçüncü bölümde ise tezin uygulama kısmı olan anket çalışmasının sonuçları yer almaktadır. Bu kapsamda araştırmanın amacı, önemi, hipotezleri, modeli ile veri toplama ve analizi bu bölümde ele alınmıştır.

Üçüncü bölümden sonra tez sürecinde elde edilen veriler ışığında sonuç ve öneri kısmı oluşturulmuştur.



BİRİNCİ BÖLÜM

1. AHİLİK TEŞKİLATI

1.1. Ahiliğin Kurucusu

1.1.1. Ahi Evran

Ahi Evran'ı konu edinen kaynaklarda ahilik teşkilatının fikir babası, kurucusu ve esnaf ve sanatkârların lideri olarak bahsedilmiştir. Lakabı dinin yardımcısı olan Ahi Evran'ın bu teşkilatı da fütüvvet anlayışıyla sistematize ettiği görülmektedir. Ahilik teşkilatı onun düşünce tarzının bir yansımasıdır.

“Ahi Evran, 1171(H. 566) yılında İran'ın Batı Azerbaycan tarafında bulunan Hoy kasabasında doğmuştur. Asıl adı Mahmut'tur. Babasının adına ve doğum yeri nedeniyle Mahmut Bin Ahmet el-Hoyi(Hoylu Ahmet'in oğlu Mahmut) denmiştir. Lakabı “dinin yardımcısı” anlamına gelen Nasiruddin'dir. Kurmuş olduğu Ahilik Teşkilatı ile sosyal, iktisadi ve siyasi hayatımızı etkilemiş, Anadolu'nun vatanlaşmasında ve Osmanlı Devleti'nin kuruluşunda büyük rol oynamıştır. Bu sebepten dolayı Türk- İslam tarihinin önemli şahsiyetlerinden biri olmuştur”(Malkoç, 2007:20).

“XII. yy başlarında Hoy şehriden çıkıp Şam, Bağdat ve Mekke'de dolaştıktan sonra Anadolu'ya gelen Ahi Evran Şeyh Nasiruddin Ebu'l Hakayık Mahmud Bin Ahmed el-Hoyi, XII. Yüzyıldan beri İran'a yerleşmiş bulunan Türkmenlerdendi. Hoy, Van'ın Özalp ilçesine 70-80 km. uzaklıkta bir İran şehridir. Ahi Evran 1206 yılında sonradan kayınpederi olan Evhaudın Kirmani ile Anadolu'ya gelip Kayseri'ye yerleşerek debbağlık ve o alanla ilgili sanat dallarını geliştirmeye başlamış 15-20 yıl sonra Moğol saldırısı üzerine doğrudan Anadolu'ya gelen esnaf, sanatkar ve tüccarları daha geniş bir örgüt halinde, fütüvvetname denen tüzük kuralları içinde birleştirmiştir”(Temel, 2007: 17).

“Anadolu Ahiliğinin kurucusu olarak bilinen Ahi Evran 1205'te Kayseri'ye yerleşerek burada bir debbağhane(deri işletmeciliği) kurmuştur”(Aslan, 2013: 40). Ayrıca kendi meslek dalı olan debbağlıktan başka 32 çeşit esnafa liderlik yapmıştır.

Anadolu Ahi teşkilatının kuruluşunun temel amaçlarından biri de ilmi, çeşitli sanat alanlarında uygulama ve toplumu bundan yararlandırma ülküsüdür. Ahi Evran eserlerinde topluma bu ülküyü vermeye çalışmaktadır. Letaif'i Hikmet adlı eserinde

şöyle demektedir: “Allah insanı medeni tabiatlı yaratmıştır. Bunun manası şudur: insanlar yemek, içmek, giymek, eğlenmek, mesken edinmek gibi çok şeylere muhtaçtır. Hiç kimse kendi başına bu ihtiyaçları karşılayamaz. Bu yüzden çeşitli meslekleri icar için gerekli alet edevatı tedarik içinde yeni ve çeşitli mesleklere ihtiyaç vardır.” Görüldüğü gibi Ahi Evran bugün modern ekonominin özelliklerinden biri olan işte ve meslekte uzmanlaşmayı o dönemde sağlamaktadır(Günay, 2003: 16).

Ahi Evran, Harzemşahlar yönetimindeki Herad’de ders vermekte olan Fahrüddin Râzi’nin derslerine devam etmiş ve onun hizmetinde bulunmuştur. O ilk tasavvuf terbiyesini Horasan ve Maverâünnehir’de iken Ahmet Yesevi’nin öğrencilerinden almıştır. Daha sonra hac için Mekke’ye gittiğinde Evhadüddin Kirmani ile tanışmış ve onu intisap etmiştir(Temel, 2007: 20).

Tasavvuf terbiyesiyle eğitimini almış olan Ahi Evran’ın en büyük eseri, Türk toplumuna mal edilmiş, nihayetinde devletin birlik, dirlik ve düzenini amaç edinen, ahlaki değerler üzerine inşa edilmiş ilkeleri bulunan Ahilik Teşkilatı’dır. Ahi Evran’ın bugün dahi eşi benzeri bulunmayan bu devasa güzel sistemli eserinin yanı sıra yazılı eserleri de mevcuttur. Bu eserlerden bazıları Menahic-i Seyfi, Metali’el-İman, Tabsirat ül Mübtedi ve Tezkiretül-Müntehi, Risaleyi Arş, Yezdan-Sinaht, Cihanname, Agaz u Encam ve Letaif-i Hikmet’tir. Bu eserleri içerisinde en önemli sayılabilecek olan sultanlara öğüt veren Letaif-i Hikmet’tir. Bu eserinde Ahi Evran toplumun mutluluğu ve refahı için her çeşit sanat dalının geliştirilmesi ve sanatkârların belirli yerlerde toplanarak sanatını icra etmeleri tavsiyesinde bulunmuştur.

1.2. Ahiliğin Tanımı

Türk toplumuna mal edilmiş devasa güzel bir sistem olan ahilik kavramının ne anlam ifade ettiğini çözümlersek icra ettiği fonksiyonları da rahat bir şekilde anlayabileceğiz.

Ahi kelimesinin kaynağıyla ilgili birbirinden farklı iki görüş bulunmaktadır. Ünlü seyyah İbn Batuta’nın da aralarında bulunduğu birinci görüşe göre; ahi kelimesinin kaynağı Arapça’dır ve Arapça’dan Türkçe’ye geçmiştir. Ahi kelimesinin Arapça’dan Türkçe’ye geçtiğini ileri süren araştırmacılara göre ahi, erkek kardeş manasına gelen “ah” kelimesinin sonuna birinci tekil şahıslar için kullanılan ve sahiplik ifade eden “ye” zamirinin bitişmesinden oluşan bir kelimedir. Ahi kelimesi bu haliyle “kardeşim” anlamındadır. Ahi kelimesini tetkik edenlerin bir kısmı ise bu kelimenin

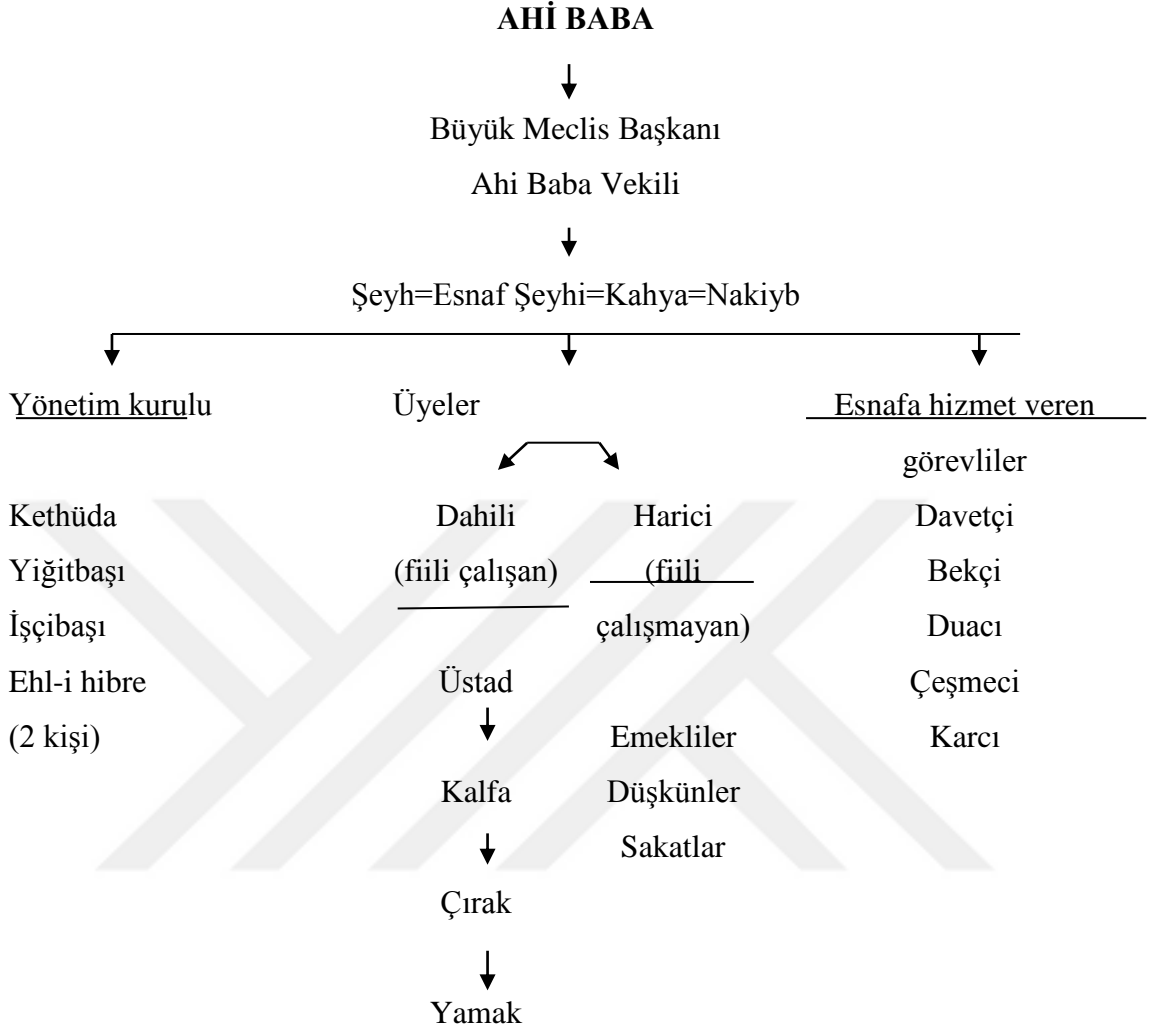
“Divan-ı Lugatı’t Türk” ve “Kutadgu Bilig” gibi eski Türkçe metinlerde geçen cömert, eli açık, ali cenap gibi anlamlara gelen “akı” kelimesinden gelmiş olabileceği görüşünü ileri sürmüşlerdir. Bu görüşte olanlara göre ahi, kelimedeki “k” harfinin “h” olarak telaffuz edilmesinden doğmuştur. Misal olarak okumak, bakmak yerine okumah, bakmah veya okumağ, bakmağ denildiği bilinmektedir. Buna göre ahi kelimesi cömert, eli açık anlamlarına gelen “akı” kelimesinin “h” sesi ile okunmasından türemiş ve terimleşmiştir(Demir, 2004: 16).

Türk Dil Kurumu’na göre ise Ahilik; “kökleri eski Türk törelerine dayanan ve Anadolu’da yüksek bir gelişim gösteren esnaf, zanaatçı, çiftçi vb. bütün çalışma kollarını içine alan ocak”(TDK, İnternet: 2017).

“Ahilik, çalışma tarzı itibariyle topluma hizmet sunan ülküsüyle özel yönetmeliklerde belirtilen iş ve ahlak disiplini, şeyh, usta, çırak, kalfa vs. hiyerarşisi içinde çalışmayı ibadet zevki haline getiren sınaî, ticari, siyasi, askeri, sosyal ve kültürel faaliyetlerde bulunan teşkilattır”(Aslan, 2013: 35).

Çeşitli kaynaklardan yararlanarak yukarıda vermiş olduğumuz ahilik tanımlarından hareketle; ahiliğin toplumu bütünleştirici bir sosyal yardımlaşma kurumu, Ahi Evran’ın almış olduğu tasavvufi eğitimlerin etkisiyle fütüvvetlerden yararlanılarak ilkelerinin oluşturulduğu bir esnaf teşkilatlanması olmanın yanı sıra sosyal, ekonomik, siyasi, askeri ve kültürel yönlerinin olduğu, tamamıyla Türk toplum yapısının değer yargılarını(örf, adet, gelenek, kültür, inanış) yansıtan %100 milli ve yerli bir Türk kurumu olduğu yargılarına ulaşabiliriz.

1.3. Ahiliğin Teşkilat Yapısı



Kaynak: Ali Yılmaz (1995), “Ahilikte Din Ve Ahlak Eğitimi” adlı tez çalışması

Şekil 1.1. Ahi Teşkilat Şeması

Yukarıdaki şekilden hareketle herhangi bir mesleğe çıracak olarak girmeden önce iki yıl ücretsiz yamak olarak çalışmak gerekmektedir. Çıracak olarak işe girdikten sonra artık ahiliğin kendi meslek alanıyla ilgili kurallarına uyulmaya başlanıyor. Böylece teşkilatın en küçük üyesi olan çıracak, yiğitler denetiminde eğitime başlamış oluyorlar. Çıracakların eğitiminde usta ile çıracak arasında yani çıracaklığını başarıyla tamamlamış olan yiğitlik derecesi bulunmaktadır. Yiğitler usta olabilme yolunda ustalarına ve ahiliğin

kurallarına uymak zorundadırlar. Yiğitlik derecesi önem arz etmektedir. Çünkü çırağı iyi eğitemeyen yiğit niteliksiz meslek erbabı yetiştirir. “Bu konuyla ilgili Burgazi Fütüvvetnamesi’nde “yiğitlik yüce makamdır. Kişi yiğit olmayınca ahi olamaz, evvela kişi yiğit gerektirir denilmekte ve yaramaz iş yapmanın yiğiti yiğitlikten ahiyi ahilikten, şeyhi de şeyhlikten düşüreceği ifade edilmektedir”(Yılmaz, 1995: 24).

Teşkilatın fiili çalışan üyelerinden çırak ve kalfanın yetiştirilmesinde birinci derece sorumlu olan, ahi olma vasfını kazanmış, istediği meslekte dükkân açabilme ehliyetini kazanmış olan ustalık derecesidir. Bu derecedeki kişi ahilik hayatını devam ettirebilmesi için ahilik ilke ve kurallarına bağlı kalmak zorundadır.

Teşkilat yapısı içerisinde yer alan bir başka üye ise emeklilerdir. Bu kimseler mesleğini icra etme vasfını yerine getiremeyecek kadar yaşlı olan kimselerdir. Sermayesi olanların dükkânlarını kalfalar çalıştırırdı ve bunlar esnaf sandığından yardım almazlardı. Sermayesi olmayanlar ise yardım alırlardı.

Bir diğer üye düşkünlerdi. Bunlar da esnaf üstatlarından olup ilerlemiş yaşları nedeniyle dükkâna çalışmaya çıkamayan kimselerdi. Bazıları düşkün olmanın yanı sıra dükkânları da bulunmayan kişilerdi. Gençliğinde çalışmış fakat yaşlılıktan dolayı çalışamayan bu kimselere tespit edilen yoksulluk haline ve sandığın maddi durumuna göre yardımlar yapılırdı.

Fiili çalışamayacak durumda olan son üye ise sakatlardır. Bu kimseler fiili çalışır halde iken herhangi bir sebepten dolayı iyileşemez hastalığa yakalanan kişilerdir. Bunlara buldukları kademeleri göz önünde bulundurulmaksızın esnaf sandığından gerekli yardım yapılırdı. Ayrıca esnaf sandığından yapılan yardımın yanı sıra usta ve kalfalarca da aynı ve nakdi nitelikte her türlü yardım yapılırdı.

“**Şeyh**, derece bakımından ustadan daha yüce olan bir kişidir. **Nakiyb**, reis veya vekil anlamına gelmektedir. Şeyh olmadığına vekâletini yapmaktadır. **Yiğitbaşı**, esnaf arasındaki ihtilafı basitse kendisi hakemlik yaparak değilse bir üst mahkemeye intikal ettirerek halleden, teşkilat üyeleri arasında inzibatı temin edip birlik ve beraberliği sağlayan kişidir. **Duacı**, merasimlerde dua eden, gülbenk çeken, meslekin pirlarını anan ve diğer boş zamanlarında da esnafa töre ile ilgili bilgiler verip onları terbiye eden kişidir. **Bekçi**, her esnafın bir bekçisi olup bunlar çarşayı süpürür, akşam kapanan dükkânların kontrolünü yapar, kilitlemeden unutulmuş olanları sahibine haber verir ve geceleri çarşayı beklerdi. **Davetçi**, mütevellî odasını açıp kapamak, temizlemek, gerekli kişileri çağırarak, namaz vakitlerini ve akşamüzeri dükkânların kapanma zamanını ilan

etmekten sorumlu kişidir. **Esnaf şeyhi(kethüda)**, bu kişi her zümrenin ustalarının seçilmiş ahilik teşkilatının en kıdemli üyelerindedir. Kethüda olabilmenin şartı, çok temiz, dürüst ve faziletiyle meşhur en az üç usta yetiştirmektir. **Çeşmeci ve karcı**, suyolları ve çeşme bakımından sorumlulardır. Ayrıca yazın esnafa kar ve soğuk su dağıtırlardı. **Ehl-i Hibre**, esnaf içinde en çok sayılan ve sevilen kimselerdir. Esnafla idare arasında veya idare kurulu içinde meydana gelen anlaşmazlıklara hakemlik ederlerdi. **İşçi başı**, genellikle teknik konularda yetişmiş olup çıkartılan mamullerin kontrol edilmesi, kalitesiz üretilen malların imhası ve standartların korunması ile ilgili görev yapmaktaydı”(Yılmaz, 1995: 25–29).

Şemadan da anlaşılacağı üzere Ahilik Teşkilatı’nda genel manada iki çeşit üye bulunmaktadır. Bunlar; fiili çalışan ve fiili çalışmayan üyeler, yönetim kurulu ve esnafa hizmet veren görevlilerden oluşan yönetilenler ile Ahi Baba, Ahi Baba Vekili ve şeyhten oluşan yönetici gruptur.

“Ahilik teşkilatı Yönetim Kurulu ve Büyük Meclis olmak üzere iki kurul tarafından yönetilirdi. Yönetim kurulu, her sanat kolunun kendi üyeleri arasından seçtikleri baş temsilciden meydana gelmektedir. Bu seçilenlerde kendi aralarında Kethüda denen Yönetim Kurulu Başkanı’nı seçerlerdi. Yönetim Kurulu eski yönetim kurulundan devraldığı bütün evrak ve hesap defterlerini inceler ve son durumu Büyük Meclise bildirirdi. Büyük Meclisin görevleri ise, yönetim kurulu kararlarını incelemek, yönetim kurulunda çözülemeyen anlaşmazlıkları karara bağlamak, büyük meclisin kararlarının hükümete bildirmek ve hükümetin esnaf hakkında aldığı kararları üyelere duyurmak vb. görevlerden oluşmaktadır”(Durak ve Yücel, 2010: 156–157).

1.4. Ahilik İlkeleri

Ahilik ilkeleri fütüvvet anlayışı ışığında oluşturulmuşlardır.

Peki fütüvvet anlayışı ne demektir?

İslamiyetin etkisiyle aşiret hayatından yerleşik hayata geçiş sürecinde Arap toplumunda misafirperverlik, yiğitlik ve cömertlik gibi anlamlara gelmektedir.

Ahilik, temelleri 13.yüzyıla kadar uzanan bir esnaf teşkilatlanması olmasının yanı sıra sosyal, siyasal, ekonomik ve kültürel yönleri bulunan bir Türk kurumudur. Bu kurumun kurucusu olan Ahi Evran almış olduğu dini-tasavvufi eğitimler örgütün yapılanmasında çok etkili olmuştur. Ahiliğin temelinde fütüvvet anlayışı vardır.

“Fütüvvetnameler, ahilikle ilgili mevcut bilgilere kaynaklık ettiği gibi bizzat ahilerinde usul ve erkan kaynağıdır. Fütüvvetnameler ve şecerenameler gibi fermanlar, beratlar,vakfiyeler ve diğer arşiv belgelerinde de ahilikle ilgili önemli bilgiler bulunmaktadır”(Aslanderen, 2016: 10-11).

Fütüvvetnameler ışığında geliştirilen ahilik ilkeleri şunlardır:

- “İyi huylu ve güzel ahlaklı olmak,
- İşinde ve hayatında kin, çekememezlik ve dedikodudan kaçınmak,
- Ahdinde, sözünde ve sevgisinde vefalı olmak,
- Gözü, gönlü ve kalbi tok olmak,
- Şefkatli, merhametli, adaletli, faziletli, iffetli ve dürüst olmak,
- Cömertlik, ikram ve kerem sahibi olmak,
- Küçüklere sevgi, büyüklere karşı saygılı ve edepli olmak,
- Alçak gönüllü olmak, büyüklük ve gururdan kaçınmak,
- Ayıp ve kusurları örtmek, gizlemek ve affetmek
- Hataları yüze vurmamak,
- Dost ve arkadaşlara tatlı sözlü, samimi, güleryüzlü ve güvenilir olmak,
- Gelmeyene gitmek, dost ve akrabayı ziyaret etmek,
- Herkese iyilik yapmak, iyiliklerini istemek,
- Yapılan iyilik ve yardımı başa kalkmamak,
- Hakka, hukuka, hak ölçüsüne riayet etmek,
- İnsanların işlerini içten, gönülden ve güler yüzle yapmak,
- Daima iyi komşulukta bulunmak, komşunun eza ve cahilliğine sabretmek,
- Yaradandan dolayı yarattıklarını hoşgörmek,
- Hata ve kusurları daima kendi nefsinde aramak,
- İyilerle dost olup, kötülerden uzak durmak,
- Fakirlerle dostluktan, oturup kalkmaktan şeref duymak,
- Zenginlere, zenginliğinden dolayı itibardan kaçınmak,
- Allah için sevmek, Allah için nefret etmek,
- Hak için hakkı söylemek ve hakkı söylemekten korkmamak,
- Emri altındakileri ve hizmetindekileri korumak ve gözetmek,
- Açıkta ve gizlide Allah’ın emir ve yasaklarına uymak,

- Kötü söz ve hakaretlerden sakınmak”(Günay, 2003:8).
- “Düşmana düşmanın silahıyla karşılık vermek,
- İnanç ve ibadetlerinde samimi olmak,
- Fani dünyaya ait şeylerle övünmemek, böbürlenmemek,
- Yapılan iyilik ve hayırda hakkın hoşnutluğundan başka bir şey gözetmemek,
- Alimlerle dost olup dostlara danışmak,
- Her zaman her yerde yalnız Allah’a güvenmek,
- Örf, adet ve törelere uymak,
- Sır tutmak, sırları açığa vurmamak,
- Aza kanaat, çoğa şükür ederek dağıtmak,
- Feragat ve fedakarlığı daima kendi nefsinden yapmak
- İçi, dışı, özü, sözü bir olmak
- Hakkı korumak, hakka riayetle haksızlığı önlemek,
- Kötülük ve kendini bilmezliğe iyilikle karşılık vermek,
- Bela ve kötülöklere sabır ve tahammüllü olmak,
- Müslümanlaralütufkar ve hoşsözlü olmak”(ahiliğın görgü kuralları, internet, erişim: 04.01.2017).

Yukarıda vermiş olduğumuz ahilik ilkelerini incelediğimizde bu ilkelerin kuralcı yaklaşımlardansa bizzat hayatın içinden geldiğini gözlemlemek mümkündür. Bu ilkeler gerçek hayatta iş ve üretim gereklerinden doğmuştur. Belirli bir düşünce sisteminin kalıplarındansa günlük yaşamın gerçeklerinden üretilmişlerdir.

Ahilik ilkelerinin genelinde gerçek yaşamın ahlak değerleri etrafında toplandığı söylenebilir.

Bu ilkelerle hedeflenenlerin:

- Kaliteli ve standart mal üretimi sağlamak,
- Müşteriyi yanıltıcı hareketlerden uzak durmak ve müşterilerle her daim iyi ilişkiler kurmak,
- Yardımlaşma ve dayanışmayı sağlamak olduğunu söyleyebiliriz.

1.5. Ahiliğin Toplumsal Temelleri

Ahilik, toplumla bütünleşmiş bir örgütlenmedir. Bu örgütlenmeyle, 13. Yüzyılda insanlar eğitilerek hem devletin ekonomik kalkınması hem de askeri gücünün yetiştirilmesi hedeflenmiştir. Bu hedeflere ulaşma yolunda kaynağı fütüvvetnamelere dayanan gerçek yaşamın gereklerinden doğmuş ilkeler oluşturmuşlardır. Bu ilkeler daha öncede çalışmamızda değinmiş olduğumuz gibi ahlaki değerler etrafında toplanmıştır. Fütüvvetnameler ışığında oluşturulan ilkelerle örgüt toplumun dini, siyasi, ahlaki ve ekonomik ihtiyaçlarını gidermeye yönelik fonksiyonlar üstlenmiştir. Tüm bu fonksiyonlar yerine getirilirken fütüvvetnamelerinde yer alan ilkeler tekrarlanır.

“Bilinen ilk fütüvvetname Ebu Abdi’r-Rahman Muhammed İbn el-Hüseyin es-Sülemi’nin ‘Kitabu Fütüvvesi’dir”(Özerkmen, 2004: 68).

Ahilik kurumunu doğru anlayabilmek için fütüvvet kurumunun ve ideallerinin incelenmesi doğru olacaktır. Çünkü ahilik, fütüvvet anlayışının somutlaştığı örgütlenme biçiminin Anadolu’ya has bir biçimi olarak tarihte yerini almıştır.

“Fütüvvet, İslamiyet’in tesirinde aşiret hayatından yerleşik hayata doğru evrilen Arap toplumunda göçebe aşiret dönemlerine ait Arap kültürünün-asıl insan- idealinin karakterleri olan konukseverlik, cömertlik ve yiğitlik gibi değerlerin yeni yapıdaki yansımaları olarak müteala edebilecek olan toplum ideolojisinin adıdır. Bu ideolojinin kahramanı olan fata(feta), eski Arabin zihninde yaşattığı asil ve kâmil insanı ifade etmekteydi. Bu kahraman, birisi misafirperverlik ve sehavet(cömertlik) diğeri şecaat(cesaret, kahramanlık) olmak üzere iki vasıf ile temayüz etmiştir”(Demirpolat ve Akça, internet: 356).

Fütüvvetnamelerdeki ilkeler, ahilerin günlük yaşamının her alanını ve anını düzenlemiştir; yaşamı çepeçevre kuşatmıştır. “Ahi vizyonunun temel değerlerini oluşturan değişmez ve vazgeçilmez olarak kabul edilen bu ilke ve öğretiler, fütüvvetnamelerde şöyle yer alır:

- Namazı bırakmamak: Çünkü namaz insanı her türlü kötülükten uzak tutar.
- Dünya yaşamına esir olmamak. Fani olanları kutsayıp yükseltmek insanın değerini yok eder.
- Hayâ(ar, utanma) sahibi olmak. Hayâ, insanın toplum içindeki itibarını arttırır.

- Nefsin esiri olmamak. Nefis esareti(bağımlılığı) getirir; kötü istek, arzu ve davranışın kaynağıdır.
- Helal kazanç sahibi olmak. Helal, kişinin eliyle, emeğiyle ve çabasıyla kazandığı gelirden yediği ve içtiği şeydir. Bu ilke ahilik örgütünün en önemli, vazgeçilmez ilkelerinden biridir. Bu ilke meslek ve çalışma yaşamının dinamik bir yapı kazanmasını sağlamıştır.
- Muhtaç ve düşkün olan kimselere ihsan ve keremde bulunmak.
- İyiliği emretmek, kötülükten alıkoymak”(Özerkmen, 2004: 68).

1.6. Ahiliğin Ortaya Çıkış Sebepleri

Ahiliğin Anadolu’da kurulmasında; İslam’ın ilk asırlarında ortaya çıkan genç sanatkâr ve zanaatkârların bir araya gelmesiyle oluşmuş olan “fütüvvet” anlayışının katkısı olmuştur. Fütüvvet ise İslamiyetin etkisiyle aşiret hayatından yerleşik hayata geçiş sürecinde Arap toplumunda misafirperverlik, yiğitlik ve cömertlik gibi anlamlara gelir. “Fütüvvet”ahi örgütlerinin kuruluşunda fikri ortamı, sağlayarak ahiliğin ahlaki yapısının şekillenmesinde etkili olmuştur. “XIII. yüzyılda Abbasi halifesi Nasır (1180-1225) ülkesinin bozulan iç düzenini ve siyasal durumunu sağlamlaştırmak, özellikle batılı faaliyetleri etkisizleştirmek amacıyla Arap kültüründeki fütüvvet teşekküllerini merkezi otoriteye bağlayarak işlevselliğini arttırmaya çalışmış; ayrıca çeşitli İslam ülkelerine elçiler gönderip bu tip yapılanmayı tanıtmak ve fütüvvet ruhuyla İslam birliğini sağlamak istemiştir. Bu bağlamda halife Nasır, önce Gıyaseddin Keshüsrev daha sonraki yıllarda da I. İzzettin Keykavus ve I. Alaeddin Keykubat gibi Selçuklu sultanlarıyla irtibat kurmuştur. Sultanlar düzeyinde kurulan ilişki çerçevesinde İslam dininin temel prensiplerini çağrıştıran fütüvvet ilkeleri, Anadolu’da esnaf kesimi arasında kısa sürede benimsenmiştir. İşte Anadolu Ahi Teşkilatı Anadolu Selçukluları zamanındaki siyasi ve kültürel ilişkiler sonunda Anadolu’da oluşan sosyal ve kültürel ortamda, o dönemde Ahi Evran gibi bilge kişilerin rehberliğinde fütüvvet teşkilat yapısının içinde kurulmuştur”(Gunduz, Kaya ve Aydemir, 2012:38-39).

Aslan çalışmasında yer vermiş olduğu Ahiliğin ortaya çıkış sebeplerinden birinde şu şekilde ifade etmektedir. “Orta Asya’da hüküm süren Oğuz Yabguluğu yıkılınca (1040) Oğuz Türkleri yavaş yavaş Selçuklu egemenliği altına girerek Anadolu’ya göç etmeye başladı. Ekseriyeti göçebe olan Oğuzlar, kopup geldikleri Orta

Asya steplerine benzediği içi daha çok Orta Anadolu kırsalını mesken olarak tercih ediyorlardı. Dolayısıyla Orta Anadolu'nun Türkleşip İslamlaşması hızlı olurken, şehirlerde bu dönüşüm yavaştı. İslam dini de yerleşik hayatı gerekli kılıyordu. İşte bu sebeple, göçebe Türkmenlerin İslamlaşma sürecini hızlandırmak, Anadolu'yu Türk yurdu haline getirmek, şehirlerde yaşayan rum ve ermeni tacirlerle rekabet edebilme amacıyla Ahi teşkilatı Anadolu'da kuruldu. Kısacası Anadolu'da Ahiliğin şekillenmesi ve köylere kadar teşkilatlanması politik ve sosyo-ekonomik bir mecburiyetin ürünüdür" (Aslan, 2003:38).

"Ahi Evren tarafından 13. yüzyılda kurulmuş olan ve modern çağın buluşu olarak nitelendirilen sanayi siteleri, aynı iş kolunda çalışanları bir araya toplamıştır. Ahi Evran, öncelikle Kayseri'de bir deri imalathanesi kurmuştur. Daha sonra çevredeki bütün dericileri ve zanaatkârları içine alan, dönemin en büyük sanayi sitesini oluşturmuştur. Ayrıca Ahi Evran, aynı faaliyet kolundaki esnaflardan oluşan çarşılar ve hanların kurulmasını da sağlamıştır. Bu oluşum günümüz işletmeleri açısından son zamanlarda ticari ve ekonomik bakımdan önem ve gereği yeni fark edilen bir uygulamadır" (Zorlu, Merdan ve Ege, 2012: 76).

Görüldüğü üzere Ahilik teşkilatı, düzenli ve milli bir toplum kurma hedefiyle ekonomik, sosyal, kültürel ve siyasi ihtiyaçlardan kurulmuştur. Halk arasında bütünleşmeyi sağlayarak her türlü sosyal ihtiyaçların karşılanması bakımından sosyal, Moğol istilalarına karşı Anadolu'yu savunmak amacıyla askeri ve politik, Türk gençlerinin aylak aylak gzmelerindense meslek erbabı olup ailesine ve milletine faydalı birer fert olmasını sağlaması açısından kültürel, yabancı tacirlerle daha bilinçli, eğitilmiş eleman yetiştirme ve kaliteli mal üretiminin sağlanmasının gerçekleştirilmesi açısından da ekonomik gerekçelerinin bulunduğu söylenebilir.

İKİNCİ BÖLÜM

2. KOBİ'LER VE AHİLİK İLKELERİNİN KOBİ'LERDE UYGULANMASININ YARARLARI

2.1. KOBİ Kavramı

2.1.1. KOBİ Tanımı

KOBİ kavramı ile ilgili yapılan genel kabul görmüş bir tanımlama yoktur. KOBİ tanımlamaları ülkeden ülkeye hatta ülke içinde kuruluştan kuruluşa farklılık göstermektedir.

KOBİ'lerin tanımlamasında kullanılan nicel ve nitel kriterler bulunmaktadır. Bu kriterlerden nicel olanları işletmenin sayısal verilerini kapsar. Yani işletmenin personel sayısı, kâr oranı, makine-teçhizat sayısı, personel ücretleri vb. kriterler baz alınarak yapılan tanımlamalardır. Nitel kriterlerde ise rakamsal verilerin yerini işletme sahibi ve işletmenin özellikleri alır. İşletme mülkiyetinin sahibine ait olması, aile bireylerinin işletmeye katkıları mülkiyet ve yönetim bağımsızlığı vb. gibi kriterler baz alınarak tanımlamasında faydalanılan kriterlerden oluşmaktadır. Ancak 18.11.2005 tarih ve 259917 Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren KOBİ tanımı, nitelikleri ve sınıflandırılması hakkında yönetmelik ile KOBİ tanımı revize edilmiştir. Bu yönetmeliğe göre KOBİ tanımı şu şekildedir; Küçük ve orta büyüklükte işletme (KOBİ); 250 kişiden az yıllık çalışan istihdam eden ve yıllık net satış hâsılatı veya mali bilançosundan herhangi biri 40 milyon Türk Lirasını aşmayan ve bu yönetmelikte mikro işletme ve orta büyüklükte işletme olarak sınıflandırılan, ekonomik birimler veya girişimlerdir.

Tablo 2.1: Avrupa Birliği Kobi Tanımı

İşletme Ölçeği	Yıllık Çalışan Kişi	Yıllık Satış Hasılatı Veya Mali Bilanço	Bağımsızlık
Mikro işletme	10 kişiden az	≤2milyon€/≤2milyon€	Başka firma hissesi ≤ %25
Küçük işletme	50 kişiden az	≤10milyon€/10milyon€	
Orta büyüklükteki işletme	250 kişiden az	≤50milyon€/43milyon€	

Kaynak: Sibel Çetin(2015), "Türkiye'deki KOBİ'lerin Genel Görünümü, Sorunları Ve Hibelerden Yararlanmasına Yönelik İstatiksel Bir Analiz: Çalışması Yalova Örneği" adlı tez çalışması.

Avrupa Birliği tarafından 2005 yılında oluşturulan KOBİ tanımlamasının yukarıda tabloya dönüştürülmüş hali yer almaktadır. Tablodan hareketle AB'ye göre yıllık çalışanı 1-9 olan ve yıllık satış hasılatı veya mali bilançosu 2 milyon Avro veya bu tutardan az olan mikro işletme; yıllık çalışanı 10-49 olan ve yıllık satış hasılatı veya mali bilançosu 10 milyon avro veya bu tutardan az olan küçük işletme; yıllık çalışanı 50-249 olan ve yıllık satış hasılatı 50 milyon avroya eşit veya bu tutardan az olan mali bilançosu ise 43 milyon avroya eşit veya bu tutardan az olan orta büyüklükteki işletme olarak tanımlanmaktadır.

2.1.2. KOBİ'lerin Sınıflandırılması

KOBİ kavramı geniş bir alanı kapsadığından sadece bir grupta toplayarak incelemek oldukça zordur. KOBİ, üretimde bulunan en küçük el atölyesinden devasa büyüklükteki fabrikalara kadar çok sayıda işletmeyi kapsayan bir alanı ifade etmektedir.

KOBİ'ler geleneksel yöntemlerle çalışan firmalardan çağdaş işletmelere, bağımsız çalışan işletmelerden uydu firmalara, fason üreticilerden ihracatçılara kadar çok geniş bir yelpaze içinde yer almaktadırlar(İslamoğlu, 2007:5).

KOBİ'lerin sınıflandırılmasında kullanılan ölçütler ülkeden ülkeye hatta ülke içinde kuruluştan kuruluşa farklılık göstermesine rağmen yine de sınırlarının çizilmesinde yararlanılan ölçütler bulunmaktadır. Çeşitli sınıflandırma ölçütleri var olmasına rağmen burada bu ölçütlemeleri iki başlık altında inceleyeceğiz. Bunlar çalışan sayısı bakımından sınıflandırma ve üstlendikleri fonksiyon açısından sınıflandırma ölçütleridir.

2.1.2.1. Çalışan Sayısı Bakımından

18.11.2005 tarih ve 259917 sayılı Resmi Gazete' de yayımlanarak yürürlüğe giren, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik"te yer alan kriterlere göre; 1-9 kadar çalışan personeli olan mikro ölçekli, 10-49 kadar çalışan personeli olan küçük ölçekli ve 50-249 kadar çalışan personeli olan orta ölçekli işletme olarak sınıflandırılmaya tabi tutulmaktadır.

Tikici ve Aksoy'un çalışmasında KOBİ'ler şu şekilde sınıflandırılmıştır; varlıklarını, toplumun mutlak ihtiyaçlarına bağlı olarak sürdürülebilen; ancak 1 çalışanı

bile tam bir gün boyunca istihdam edemeyecek olan işletmelere cüce işletme, çalıştırılan kişi sayısındaki üst sınır yasa koyucunun yapmış olduğu son düzenlemeyle 50 kişi olarak belirlenen işletmeye küçük işletme, 250 kişiden az personel çalıştıran işletmeye orta büyüklükteki işletme, 250 kişiden fazla personel çalıştıran işletmeye büyük işletme ve çalışan personel sayısı bakımından nitelendirilemeyecek kadar fazla olan ise dev işletme olarak adlandırılmaktadır (Tikici ve Aksoy , 2009: 73-74).

2.1.2.2. Fonksiyonları Bakımından

Fonksiyonları bakımından KOBİ sınıflandırılmasından kasıt, KOBİ'lerin faaliyet alanları ve işlevleridir.

Fonksiyonları bakımından KOBİ'ler çeşitli kaynaklarda genellikle üç grupta sınıflandırılmıştır. Bu gruplar; imalat(üretim) işletmeleri, ticaret işletmeleri ve hizmet işletmeleridir.

Üretim(imalat) işletmeleri: “küçük çapta hammadde olarak işlerler ve kullanılır(veya tüketilir) hale getirirler. Küçük ölçekte üretim yapan işletmelerin birçok çeşidi vardır; şekerlemeciler, oyuncak üreticileri, lokantalar, mobilya üreticileri gibi. Bunların hepsi aynı basit işlevi yerine getirirler ve bu işlemler zincirleme olarak son kullanıcıya/tüketiciye kadar devam eder”(İslamoğlu, 2007:8).

Ticaret işletmeleri; “uygulamada toptancı ve perakendeci şeklinde görülen doğrudan müşteriye mal satan işletmelerdir. Örneğin; marketler, kafeteryalar, eczaneler gibi. Hizmet işletmeleri; insanların satın alma güçlerinin artması nedeniyle ortaya çıkan işletmelerdir. Örneğin; oteller, seyahat acenteleri, kuaför, bilgi işlemciler gibi” (Tikici ve Aksoy, 2009 :74 -75).

2.1.3. KOBİ'lerin Avantaj ve Dezavantajları

KOBİ'ler Avantaj ve Dezavantajları bulunan yapılanmalara sahiptirler. KOBİ'lerin avantaj ve dezavantajları farklı farklı olabilmektedir.

2.1.3.1. KOBİ'lerin Avantajları

KOBİ'ler daha az yatırımla daha çok üretim ve ürün çeşitliliği sağlamaktadır. Düşük yatırım maliyeti ile istihdam yaratma; talep değişikliklerine ve çeşitliliklerine kolay uyum göstermektedir. (HOSSEINPOUR, 2013: 27).

“KOBİ'lerin avantajlarını aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür:

- Esnek yapıya sahiptirler.
- Tüketicilerle/müşterileriyle kişisel ilişki kurmaları kolaydır.
- Emek yoğun çalışıldığından istihdama katkı sağlar.
- Nitelikli ürünler üretilir.
- Gerekli olan sermaye azdır.
- Kuruluş yeri seçimindeki esneklikler, kurulduktan sonra da geçerlidir.
- İşletme çalışanlarının azlığı nedeniyle ilişkiler ve bilgi akışı oldukça iyi ve kolaydır.
- Örgütlenme ve insan kaynaklarının yeniden yapılanması maliyeti düşüktür.
- Vasıflı elemanların yetiştirilmesine katkı sağlarlar.
- Ülkenin tüm bölgelerine rahatlıkla kurularak bölge ekonomisine katkı sağlarlar.
- Piyasaya girecek yeni ürünlerin küçük işletmeler tarafından sokulması tutmadığı zamanlarda daha az zararla karşılaşılır.
- Hammaddenin ürüne çabuk dönüştürülmesi gereken durumlarda bölgesel küçük işletmeler daha üstündür”(Tikici ve Aksoy, 2009: 81).

2.1.3.2. KOBİ'lerin Dezavantajları

KOBİ'lerin çevrelerine, faaliyette bulunan ülke ekonomisine ve istihdam sağlama gibi avantajları bulunmasına karşın kendilerine ait ve içe dönük durumlarından kaynaklanan dezavantajları da bulunmaktadır.

HOSSEINPOUR çalışmasında KOBİ'lerin dezavantajlarını, yapısal ve ekonomik kaynaklı dezavantajlar olarak iki grupta incelemiştir.

KOBİ'lerin yapısal dezavantajları; örgütsel yönetimde yetersizlikler, nitelikli iş gücüne erişimde engeller, pazarlama sorunu ve küçük olmanın dezavantajlarıdır. Ekonomi kaynaklı dezavantajlar ise; finansmana ulaşmada karşılaşılan sorunlar, dışa açılımda karşılanan güçlükler, satışlardaki dalgalanmalar, yüksek vergi ve primler(HOSSEINPOUR,2013: 30 -31).

Ekinci çalışmasında KOBİ'lerin dezavantajlarını şu şekilde sıralamıştır:

- “Sermaye yetersizliği dolayısıyla kapasite artırımına gitme imkânları sınırlıdır.
- İşletme yönetiminin bizzat işletme sahibinde olması, yönetim sorunlarına ilaveten diğer sorunlarla da aynı kişinin ilgilenmesi sonucunu doğurmaktadır.
- Yönetim ve organizasyondaki aksaklıklara ilaveten, personel politikası ve benzeri diğer politikalarla ilgili hatalı davranışlar, neticede sağlıklı bir yapıya yol açmakta ve işletmelerde büyüme sağlıklı bir şekilde gerçekleşmektedir.
- KOBİ'lerin ticaret, pazarlama ve finansman alanlarında bilgi eksiklikleri mevcuttur.
- KOBİ'ler, sürekli değişen piyasa şartları ve teknoloji karşısında gerekli olan teknik ve sektörel bilgiye sahip olmadıklarından veya söz konusu bilgiye ulaşamadıklarından doğru karar vermekte zorlanırlar”(Ekinci,1999:24 -25).

2.1.4. KOBİ'lerin Önemi

Günümüzde kapitalizmin etkisiyle küresel ekonomilerin önem kazanmasıyla rekabet olgusu büyük önem arz etmektedir. Liberal ekonomi politikalarıyla ekonomilerde devlet müdahalesinin azalması küreselleşmenin etkisiyle birbirine bağlı hale gelen ekonomilerde sermaye mal ve hizmetlerin serbest dolaşımı gibi nedenler, uluslar arası piyasalarda söz sahibi olmak ya da en azından kendi gemisini yürütme gayretinde bulunan KOBİ'leri zorlamaktadırlar. Rekabet, KOBİ'lerin kaliteli ve verimli hizmet ya da mal üretiminin gelişimine önemli bir katkı sağlamıştır.

“ Firmaların karşı karşıya kaldığı rekabet, sermaye akımlarının etkisi ve bunların getirdiği sorunlar eşiğinde, küçük ve esnek yapıları sayesinde değişen piyasa şartlarına hızlı ve kolay uyum sağlama kabiliyetleri ile ekonomilere katkı sağlayan küçük ve orta büyüklükteki işletmeler; istihdama katkıları, üretim kapasiteleri yaratmış oldukları katma değer, girişimciliği teşviki, bölgesel gelişmişlik düzey farklarının azaltılması ve böylece gelir dağılımının adaletli yapılmasına katkıları nedeniyle önem taşımaktadır”(Tarakçı,2016:10).

KOBİ'lerin toplumsal ve ekonomik kalkınmada oynadıkları roller: ekonomiye dinamik kazandırma, istihdam sağlama, yeni iş imkanları oluşturma, esneklik ve yenilikleri teşvik etme ve bölgesel kalkınmayı hızlandırma şeklindedir(Çetin,2015: 36).

Çalışmamızın bu kısmında KOBİ'lerin önemlerini ekonomik ve sosyal açıdan ele alacağız.

2.1.4.1. Ekonomik Açıdan Önemleri

Küreselleşmenin etkisiyle pazarda büyük işletmelerden esnek yapıya küçük işletmelerin varlığı her geçen gün artmaktadır.

Gelişmiş ülkeler ve Türkiye'deki KOBİ'lerin ekonomi içindeki paylarını gösteren aşağıdaki tablo incelediğinde KOBİ'lerin önemi daha da anlaşılacaktır.

Tablo 2.2: KOBİ'lerin Ülke Ekonomilerindeki Yeri

Ülkeler	Tüm işletmeler içindeki yeri %	İstiham içindeki payı %	Yatırım içindeki payı %	Katma değer içindeki payı %	İhracat içindeki payı %	Kredilerden aldığı pay %
Amerika	97.2	58	38	43	32	42.7
Almanya	99	64	44	49	31	Bilgi yok
Japonya	99.4	81.4	40	52	38	30
İngiltere	96	36	29.5	25	22	27
İtalya	98	83	52	47	Bilgi yok	Bilgi yok
Fransa	99	67	45	54	26	29
G. kore	98.8	59	35	35	20	47
Türkiye	99.2	53	26.5	38	82	4

Kaynak: Mehmet Tikici ve Ali Aksoy, Girişimcilik Ve Küçük İşletmeler, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 2009, S.78

Tablo 2.2 'den hareketle sadece ülkemizdeki verileri incelediğimizde dahi KOBİ'lerin ne denli önemli olduklarının sonucuna varabiliriz. Ülkemizdeki işletmelerin %99.2 sini kobiler oluşturmaktadır. Yatırımlar içindeki payları %26.5 ve ihracat içerisinde %82lik paya sahiptirler. Bu sayısal veriler ülkemiz ekonomisinde kobilerin oldukça önemli bir yerinin olduğunun göstergesidir.

“Çağımızda tüm ülkelerin hedefi ekonomik gelişmedir. Ekonomik sistemlerin temelindeki rekabet sistemlerinin işleyişinde KOBİ'lerin nedenli güçlü olduğunu göstermektedir. KOBİ'ler genellikle büyük işletmelerin yerine getiremedikleri fonksiyonları yerine getirdikleri için ekonomiye olumlu katkıda bulunurlar. Kimi yaptıkları iş gereği kimi de istedikleri için KOBİ boyutunda kalırlar. Bu çerçevede

bakılırsa; piyasa ekonomisinin dinamizmi ve gücü birçok ölçüde KOBİ'lerin varlıklarına ve güçlerine bağlıdır denilebilir”(Tikici veAksoy, 2009: 78).

KOBİ'ler esnek yapıları nedeniyle ülke ekonomilerinin değirmen çarkları olarak nitelendirilebilirler. Kriz dönemlerinde ekonomilerin bunları atlatmasında da önemli rol oynarlar.

2.1.4.2. Sosyal Açıdan Önemleri

KOBİ'ler ekonomik hayatta olduğu gibi sosyal hayatta da oldukça önemli bir yere sahiptirler. KOBİ'ler geniş bir alanda faaliyette buldukları için bölgelerarası gelişmişlik farklarının açılmasını engellerler.

KOBİ'ler örgütsel yapılanmalarıyla samimi ve işbirliğine dayalı çalışma ilişkileri ortaya çıkarmaktadır. Bu çalışma ilişkileri çalışanlar arasında diyalogu arttırarak çalışanların iş tatminini ve motivasyonunu sağlamaktadır. Yaptığı işten tatmin olan birey zaman içerisinde işletmeyle özdeşleşmiş bulunuyor. Bu özdeşleşme KOBİ'lerde verimliliği arttırarak kâr oranlarını yükseltmektedir.

“Ekonomik yapının büyük ölçüde KOBİ'lerden oluşmasının ve KOBİ'lerin istihdamın yarısından fazlasını sağlıyor olmasının, KOBİ'lerin sağladığı iş tatmini ve moralin, toplumsal tatmin ve morale de önemli ölçüde katkı da bulunduğunun açık bir göstergesidir”(Tikici ve Aksoy, 2009: 80).

2.1.5. KOBİ'leri Destekleyen Kurum ve Kuruluşlar

KOBİ'ler bir ülkenin sosyal ve ekonomik yapısı içerisindeki sanayileşmenin ve ekonomik kalkınmanın temel taşlarıdır. Ekonomik sistemlerin liberalleşmeye dönüşmesiyle devlet müdahalesinin azalmasına bağlı olarak KOBİ'lere verilen önem her geçen gün artmaktadır. Ekonomik kalkınmanın istikrarlı ve düzenli olarak sağlanması için KOBİ'lerin varlığı her geçen gün artmaktadır. Ülkeler kendi iç ekonomik politikalarında KOBİ'lerin desteklenmesi ve her türlü yardımın sağlanması açısından kuruluşlara önemli iş düşmektedir.

Tezimizin bu kısmında ülkemizde KOBİ'lere finansal ve teknik yardım sağlayan ve çeşitli konularda danışmanlık hizmeti veren kurum ve kuruluşlardan KOSGEB, TUBİTAK ve BİLİM, SANAYİ ve TEKNOLOJİ BAKANLIĞI'NA yer vereceğiz.

2.1.5.1. KOSGEB

12.04.1990 tarihinde kabul edilen 3624 sayılı kanunla kurulan KOSGEB' in amacı, ülkenin ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarının karşılanmasında küçük ve orta ölçekli işletmelerin payını ve etkinliğini arttırmak, rekabet güçlerini ve düzeylerini yükseltmek sanayide entegrasyonuekonomik gelişmelere uygun biçimde gerçekleştirmektir. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ile ilgili bir kamu kuruluşu olup, tüzel kişiliğe haizdir ve bütün işlemlerinde özel hukuk hükümlerine tabidir (KOSGEB kuruluş kanunu, mad.1).

KOSGEB, hâlihazırda KOBİ'lerle ilgili olarak faal bir şekilde çalışan bir kuruluş olup organları; genel kurul, icra komitesi ve başkanlık'tır.

Künyeli çalışmasında KOSGEB'in temel hizmetlerini şu şekilde sıralamıştır:

- Bilgilendirme, işletmeler Arası işbirliği ve Elektronik Ticaret hizmetleri
- Teknoloji araştırma ve geliştirme destekleri
- Finansman destek hizmetleri
- Pazar araştırma ve ihracatı geliştirme hizmetleri
- Bölgesel kalkınma hizmetleri
- Laboratuar hizmetleri
- Danışmanlık hizmetleri
- Kalite Geliştirme hizmetleri
- Eğitim hizmetleri
- Uluslar arası gözetim hizmetleri(Künyeli,2006:86 -89).

2.1.5.2. TÜBİTAK

Türkiye'deki bilimsel ve teknik araştırmaları izleyen ve bu alanlarda teşvikler, destekler sağlayan bir kuruluş olan Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), bu özelliği ile KOBİ'lerle de direkt olarak ilgisi olan bir kuruluştur.

TÜBİTAK, firmalara belirli oranda sermaye desteği sağlamaktadır. Bu destek, firmalarca izlenen projeler izlenerek; eğer uygunsa,"AR-GE desteği" sağlama şeklinde gerçekleştirilmektedir. Yani bir teknoloji üretimini hedefleyen projeler için geçerli olan bu destek, KOBİ'lerin istifade edeceği bir niteliğe sahiptir(TUBİTAK, Ar-Ge Başlangıç Destek Programı Uygulama Esasları)

2.1.5.3. T.C Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı

“Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’nın kuruluş kanuna göre başlıca görevleri Organize Sanayi Bölgeleri ve Küçük Sanayi Siteleri planlamak, bu plan hedefleri doğrultusunda gerekli mevzuat düzenlemelerini yapmak ve üst yapı kredisi sağlamaktır. Bunun yanında KOBİ’lere eğitim, teşkilatlanma, tedarik ve pazarlama gibi teknik, ekonomik konularda hizmet vermek, KOBİ’lerin varlıklarını korumak ve geliştirmek de Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’nın görevleri arasındadır. Bu amaç doğrultusunda Bakanlık her il merkezinde Sanayi ve Ticaret il Müdürlükleri kurmuştur”(Künyeli,2006:96).

2.1.6. KOBİ’lerde Halkla İlişkiler

Günümüzde artık kapalı ekonomi sistemleri yerini açık sistemlere bırakmıştır. Dar anlamda faaliyette bulunduğu çevreyle, geniş anlamda ulusal veya uluslar arası çevreyle bütünleşmeyen işletmelerin uzun ömürlü olmaları söz konusu değildir.

KOBİ’ler her geçen gün ekonomide önemli bir yere sahip olmaktadırlar. Ürettikleri mal ve hizmet standartları eş değer olmasına rağmen markalaşma problemi yaşadıklarından diğer markalarla piyasada rekabet edememekte ve faaliyetlerine son vermek zorunda kalmaktadırlar. Bu nedenle pazarda rekabet edebilmek için ürettikleri ürünlerin pazarda tutulmasını sağlama, belli bir tüketici tabanı oluşturma, pazarda söz sahibi olmak ve sahip olunan yeri korumak adına KOBİ’ler halkla ilişkilerine önem vermelidirler.

Kimi KOBİ’ler markalaşma yolunda ürettikleri malın ya da hizmetin tanıtılması hususunda çeşitli iletişim faaliyetlerinde bulunmaktadırlar. Bu faaliyetler arasında internet, promosyon, tanıtım katalogu, broşür ve CD’ler gibi sayısı daha da arttırılabilecek kitle iletişim araçları sayılabilir.

“KOBİ’lerin işletme faaliyetlerini üretim ve tanıtım olarak ikiye ayırmak mümkündür. Üretim, ürünün satışa hazırlanmasına kadar olan organizasyonel süreci, pazarlama ise: ürünün satışa hazır hale getirildikten sonra bir plan dahilinde dağıtım kanallarının oluşturulması ve tanıtım sürecini içermektedir. Bu iki ayrı süreç işletmenin hayatını sürdürebilmesi ve devam edebilmesi için hayati önem taşımaktadır”(Tikici ve Aksoy,2009:159).

Uygulamaya bakıldığında KOBİ’lerin tanıtımdan ziyade üretim aşamasına önem verdikleri görülmektedir. Halbuki satılmayan malın üretilmesi KOBİ’ye olduğu gibi maliyet olarak geri dönmektedir.

Küreselleşme etkisiyle dünya küçüldü ve tüm pazarlar birbirine yaklaştı. Artık Elazığ'da faaliyet gösteren bir işletme sadece Elazığ piyasasında faaliyet gösterdiği sektördeki rakipleriyle değil dünya ölçeğinde sektörde yer alan rakipleriyle rekabet etme durumunda kalmıştır. Piyasalara karşı duyarlı olabilmek ve rekabet koşullarını en iyi şekilde yerine getirerek pazarda yer tutunma adına halkla ilişkilere yeni ürettiği malın tanıtımına oldukça önem verilmelidir.

KOBİ'lerde halkla ilişkiler iki şekilde yapılabilir. Bunlardan ilki örgüt içi iletişim sağlanması adına yapılan halkla ilişkiler ve işletme istikrarının devamının sağlanması için üretilen mal ve hizmetlerin dış çevreye tanıtımı noktasında başvurulacak olan halkla ilişkilerdir. İşletme içi halkla ilişkiler politikalarının geliştirilmesiyle çalışanların tüm istek ve ihtiyaçları karşılanarak çalışanın moral ve motivasyonu artırılıp iş tatmini sağlanarak işletmeyle özdeşleşmesi sağlanabilir. Bu özdeşleşme ile işletme faaliyetleri daha kaliteli ve verimli hale gelecektir.

İşletme dışı halkla ilişkiler politikaları, işletme açısından hayati önem taşımaktadır. Çünkü iyi tanıtımı yapılmamış ürün/hizmet istenilen düzeyde satış gerçekleştiremeyeceği için işletme açısından zarara uğramaya sebep olacaktır.

Ürünlerin iyi tanıtılıp gerek ulusal gerekse de uluslararası piyasa da pazar sahibi olabilmek için KOBİ'lerin faydalandıkları halkla ilişkilerin araçları vardır. Bu araçları: yazılı araçlar, sözlü araçlar, görsel-ışitsel araçlar ve sosyal araçlar şeklinde tasnife tabi tutmak mümkündür.

Tikici ve Aksoy çalışmasında halkla ilişkilerin araçlarını tasniflemişlerdir. Bu kapsamda yazılı araçları; işletme gazetesi, broşürler, bültenler, kitapçıklar, basın kitleri, gazeteler, dergiler, yıllıklar, mektuplar şeklinde sıralamıştır. Sözlü araçları; yüz yüze iletişim, telefonla görüşme, toplantılar, konferanslar, seminerler, paneller, panolar şeklinde. Görsel-ışitsel araçları; radyo, televizyon, internet, sinema şeklinde ve son olarak sosyal araçları; sergiler, fuarlar, festivaller, açılış-yıldönümü törenleri, sponsorluk çalışmaları şeklinde sıralamıştır(Tikici ve Aksoy,2009:163 -170).

Sonuç olarak, KOBİ'lerin özellikle son kullanıcılara ulaşan kesimi, mutlaka pazarlama ve kurumsal faaliyetlerinde halkla ilişkiler disiplininin yararlanmalıdırlar. Rekabetin yoğunlaştığı piyasalarda, ürün ve hizmetlerin ötesinde kurumsal itibar ve algılanma, müşteri tercihlerini etkilemektedir. KOBİ'ler pazarlama iletişimi yatırımlarını arttırırken, halkla ilişkiler faaliyetlerini merkezi bir konuma yerleştirmelidirler. Tüm pazarlama iletişimi faaliyetleri, halkla ilişkiler faaliyetleri

kapsamında entellektüel kapasite ve beceri ile yönetilebilir. Bunun yanı sıra ‐halkla ilişkiler faaliyetlerinin reklam ve diğer iletişim disiplinlerine göre, mte vazı btçelerle çok önemli işler ortaya koyduğu da vurgulanmalıdır‐(alışır ve Banger, 2012: 238).

2.2. Ahilik İlkelerinin Kobilerde Uygulanmasının Yararları

KOBİ'lerin ekonomik ve sosyal açıdan önemleri azımsanamayacak derecede yüksektir. Ülkemiz bazında ele aldığımızda %82 gibi(Tikici ve Aksoy'un kaynağından) yüksek bir rakamla ihracatta söz sahibidirler.

Ülkemiz ekonomisinin temel taşı olarak nitelendirebileceğimiz KOBİ'lerin her daim güçlü ve istikrarlı olmaları kanaatimce Ahilik ilkelerini uygulama derecelerine bağlıdır. şöyle ki Ahilik ilkelerini ele aldığımızda tepeden inme kurallar olmanın ötesinde günlük ticari hayatın gereklerinden üretilmişlerdir. Muhatabı direkt müşteridir yani insan odaklıdır.

Kapitalizmin etkisiyle liberal ekonomilerde sanayi üretiminin artmasıyla işletme biliminde bazı kavramlar popülerlik kazanmışlardır. Bu kavramlar toplam kalite yönetimi, müşteri memnuniyeti, mesleki eğitim, uzmanlaşma, standartlaşma ve daha da sıralayabileceğimiz kavramlardır. Ahilik sistemini incelediğimizde günümüz için KOBİ'lerin vazgeçilmezi olan bu kavramlar 12.-13. Yüzyıllarda belirgin bir şekilde sistem içerisinde uygulanmıştır. KOBİ'ler için son derece önemli olan bu kavramları atalarımız asırlar öncesinde uygulamışlar ve başarıyı yakalamışlardır.

Her bir KOBİ nitelikli kalifiye eleman yetiştirmek adına mesleki eğitim adı altında çalışanlarını kamplara, kurslara, seminerlere göndererek belli bir maliyete katlanmak zorunda kalıyor. Bu maliyete rağmen istedikleri elemanın yetişmesi hususunda sıkıntı yaşıyorlar. Oysaki Ahilik sistemi içerisinde kalifiye eleman yetiştirme hususu usta çırak ilişkisi içerisinde işlemektedir. 2 yıl ücretsiz çalışan yamak yiğidin oluruna göre sistem içerisine dâhil edilmektedir. Herhangi bir adam kayırma olmadan bu işlem gerçekleşmektedir. Liyakat sistemine göre ‐adama göre iş‐ değil ‐işe göre adam‐lar yetiştiriliyordu. Böylece sistemde tıkanıklık yaşanmıyordu. Kısaca iş ehline veriliyordu. Böylece karlılık oranının, hizmetin/ürünün yüksek kalitede olması kaçınılmazdı.

Bir diğer kavram müşteri memnuniyetidir. Bir işletmenin piyasadaki en önemli muhatabı müşteridir. Müşteri odaklı hareket edebilmek istikrar ve sağlamlılığın anahtarıdır. Ahilik sisteminde ‐pabucun dama atılması‐ yani esnafın itibarsızlaştırılması

diye bir deyim vardır. Bu deyim diyor ki müşteriye yanılıcı harekette bulunan esnaf kim olursa olsun sistemden çıkartılmalıdır. Böylece müşteri memnuniyeti sağlanacak ve sistem sorunsuz şekilde işleyebilecektir. Günümüz açısından bu kavram ele alındığında müşteriye yanılıcı bir harekette bulunan bir KOBİ'nin istikrarlı olabilmesini bir kenara bırakalım elde ettiği karının zararını karşılayabilmesi mucize gibi görünmektedir. Bu kavramın tam anlamıyla gerçekleştirilmesi konusunda gerekli titizliği göstermelilerdir.

Son olarak kalite yönetimi kavramı üzerinden Ahilik ilkelerinin KOBİ'lerde uygulanmasının yararlarını anlatmaya çalışalım. Müşteri her zaman için parasının karşılığında kaliteli hizmet/mal almak istemektedir. Bir KOBİ ürettiği malın kalitesinin ölçülmesine önem vermelidir. 12.-13. Yüzyıllarda Ahilik teşkilatı içerisinde üretilen mal/ hizmetin müşteriyle karşılaşmasından(tezgâha sunulmasından) önce yiğitbaşılar vasıtasıyla kalite kontrolü yaptıkları ve bu kontrol sonunda olumlu sonuç verdikleri mal/hizmetin satılmasına izin verdiklerini görebilmekteyiz. KOBİ'lerde sadece kâğıt üzerinde "biz kaliteye önem veriyoruz" dememelilerdir. Gerçek manada kontrollerinin sağlanması hususunda gerekli ciddiyeti vermeye özen göstermelilerdir.

Bu başlık altında Ahilik ilkelerinin KOBİ'lerde uygulanmasının yararları hususunu birkaç popüler kavram üzerinden anlatmaya çalıştım. Bundan 7-8 asır önce atalarımızın uyguladığı kavramlar bugün işletmeler için büyük önem arz etmektedir. Günümüz KOBİ'leri de asırlar önce başarıyı yakalamış olan atalarımızı örnek almalılardır. Ancak bu sayede başarıyı yakalayabileceklerdir.

Ahiliğin ilkeleri hep insani değerler üzerine kuruludur. Bir KOBİ, insan odaklı bu ilkeleri kendi politikalarına uygulayabilirse elbette ki muhatabı insan olan bu sistemde tıkanıklıkla karşılaşmayacaktır. Tıkanıklık yaşanmasından ziyade hiç kuşkusuz başarıyı yakalayacaktır.

Bu araştırma; istikrar, sağlam olma ve kar oranını yükseltme gibi sorunlar yaşayan günümüz KOBİ'leri için bu sorunların üstesinden gelmeleri noktasında önemli bir kaynak teşkil etmeyi ve güçlü ekonomi için ilk adım olabilmeyi hedeflemektedir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. ARAŞTIRMA YÖNTEM VE BULGULARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

3.1. Araştırmanın Tanımlanması

Çalışmamızın birinci bölümünde, Ahilik Teşkilatı'nın kurucusu olan Ahi Evran'a, ahilik kavramının tanımına, teşkilat yapısına, ahiliğin ilkelerine, toplumsal temellerine ve ortaya çıkış sebeplerine yer verilmiştir.

İkinci bölümde, KOBİ kavramının teorik kapsamında; KOBİ kavramının tanımına, sınıflandırılmasına, KOBİ'lerin avantaj ve dezavantajlarına, KOBİ'lerin önemine, KOBİ'leri destekleyen kurum ve kuruluşlara, KOBİ'lerde halkla ilişkilere ve son olarak ahilik ilkelerinin KOBİ'lerde uygulanmasının yararlarına yer verilmiştir.

Çalışmamızın bu bölümünde ise tezin uygulama kısmı yer almaktadır. Bu kapsamda araştırmanın amacı, önemi, hipotezi, modeli, güvenilirliği ile veri toplama ve analizine yer verilmiştir.

Bu bölümden sonra tez sürecinde elde edilen veriler ışığında sonuç ve öneriler kısmı oluşturulmuştur.

3.1.1. Araştırmanın Amacı

Bir araştırma süreci sonunda elde edilen veriler ışığında oluşturulan bu tezin amacı; araştırmanın hipotezi olan ahilik ilkelerinin Elazığ da faaliyette bulunan KOBİ'lerde uygulanmadığını ortaya çıkarmaktır. Hipotezimizi yapacağımız araştırmayla kanıtlayabilirsek; insanı temeline koymuş, ilkeleri incelendiğinde hep ahlaki değerler üzerine inşa edilmiş, maldan çok emeği önemseyen, üretilen malın miktarındansa niteliğini benimseyen, özelden genele doğru esnaftan başlayıp tüm halkın birliğine önem veren, mesleki anlamda çalışanların gelişim ve eğitimini önemseyen Ahilik felsefesinin eskiden olduğu gibi özellikle ekonomik kalkınmamızın çok önemli olduğu günümüzde tekrardan yaşatılmasıyla ticari alanda yaşanan her türlü sorunların üstesinden gelmek ve istikrar sorunu yaşayan KOBİ'lerimize bu felsefe ışığında yol göstermektir.

Araştırmamızın bir diğer amacı bilimsel manada akademik literatüre katkıda bulunmaktır. Çünkü tezimizin konusu belirlediğimiz sırada genel bir literatür taraması yaptığımızda Elazığ ilinde bu alanda hiçbir çalışmanın olmadığını gördüm. Türkiye

genelinde de yapılan çalışmaların sayısı oldukça az. Bizde bu literatür boşluğunu doldurmak ve bilime bir nebze de olsa katkıda bulunabilmek maksadıyla bu çalışmayı yapmaya karar verdim.

3.1.2. Araştırmanın Önemi

Girişimcilik ve KOBİ kavramları günümüz küresel ekonomilerinde her geçen gün önemi artan kavramlardır. Bir ülkenin ekonomik kalkınmasında günümüz için KOBİ'ler çok önemlidir. Ülke ekonomilerini bir eve benzetecek olursak KOBİ'ler binanın üzerine oturtulduğu temel taşlarıdır.

Küreselleşmenin etkisiyle dünya küçülmekte ve ülkelerin ekonomik anlamda birbirlerine bağımlılıkları artmaktadır. Gelişmiş ekonomilerin gelişmemiş ekonomilere baskısı her geçen gün artmaktadır. Artık günümüzde savaşlar cephede tankla, tüfekte değil ekonomi silahıyla yapılmaktadır. Kendi içinde temelini sağlamlaştıran ekonomiler elbette ki küresel krizlere boyun eğmeyecektir.

Ülke ekonomisinin sağlamlılığı da temel taşlarının yani girişimcisinin (KOBİ'lerinin) sağlamlılığıyla doğru orantılıdır. Bir KOBİ'nin sağlam, istikrarlı olması için de hiç kuşkusuz politikalarını insan ve emeği üzerine geliştirmesi gerekmektedir.

Tarihimizde nitelikli eleman yetiştirme konusunda ilkeleri hep insan ve ahlak üzerine odaklı olan Ahilik Teşkilat'ımız yer almaktaydı. Bu teşkilatlanma sayesinde müşteri memnuniyeti ön plana çıkmıştır ve zaman esnafları bir birliktelik içerisinde faaliyetlerini sürdürmüşlerdir.

İşte tam da bu birliktelik günümüz için oldukça önem arz etmektedir. Müşteri, yerli esnaftan kaliteli hizmet/ürün alırsa insani muamele görürse orada alışveriş yapacaktır. Böylece yerli ekonomi canlanacak ve KOBİ'ler kar oranlarını arttıracaktır.

Bu araştırma Elazığ ilinde yer alan KOBİ'lerin karlılık oranlarını arttırmaları ve buna paralel olarak sürdürülebilir istikrarı sağlamaları noktasında Ahilik ilke ve uygulamalarının yeniden canlandırılması için oldukça önemlidir. Ahilik ilkeleriyle öncelikle esnaf kendi arasında birlik sağlayacaktır ve bu birliktelik zamanla toplumun geneline yayılarak ülkemizde milli birlik ve beraberliğinin sağlanmasına öncülük edecektir.

Ahiliğin yeniden canlanmasıyla küresel krizlerin etkisi en aza indirgene bilecektir. Ülkemiz ekonomisine fayda sağlayacak olan KOBİ'lerin faaliyetlerinin başarısı geçmişten gelen bir gelenek olan Ahilik ilkeleriyle örtüşmesine bağlıdır.

3.1.3. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın temel hipotezi;

H1: Elazığ ilindeki Küçük ve Orta Büyüklükteki işletmelerde Ahilik teşkilatı ilke ve uygulamaları uygulanmamaktadır.

3.1.4. Araştırmanın Modeli

Tanımlayıcı araştırma modelinin uygulandığı bu çalışmada Ahilik Teşkilatı'nın ilke ve uygulamalarının KOBİ'lerde uygulanması arasındaki ilişki tanımlanmaya çalışılacaktır. Bu amaçla KOBİ'lerin günlük yaşamdaki faaliyet şekilleri incelenecek ve müşteri odaklılığının temelleri tespit edilmeye çalışılacaktır. KOBİ'lerde Ahilik teşkilatı ilke ve uygulamalarının mevcudiyetine yönelik olarak düzenlenen bu çalışma ile elde edilecek veriler ışığında ileriye yönelik önerilerde bulunulmaya çalışılacaktır.

Anketin hazırlanmasında kapalı uçlu soru türünden yararlanılmıştır. Alternatif cevap seçenekleri listelenerek, yanıtlayanlardan düşüncelerini en iyi yansıtan seçeneği işaretlemelerinin istendiği soru türü kapalı uçlu sorulardır. Ayrıca, KOBİ'lerde Ahilik ilke ve uygulamalarının uygulanmalarının ölçülmesi amacıyla 5'li Likert ölçeğiyle hazırlanmış sorulardan yararlanılmıştır.

Anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm KOBİ'lerin demografik yapılarını öğrenmek amacıyla hazırlanan sorulardan oluşmaktadır. İkinci bölümde ise 5'li likert ölçeğine uygun olarak hazırlanan katılımcının görüşlerinin açıkça belirtmesini sağlayan ahilik ilkerinden 30 tane ve ticari yasaklarından 6 tane madde bulunmaktadır.

5'li Likert ölçeğine uygun olarak hazırlanan anket soruları mevcut bulunan ahilik ilke ve yasaklarından yararlanılarak tarafımca oluşturulmuştur. Ankete konu olan ilke ve ticari yasaklar iki ayrı gruba ayrılarak verilmiştir. Bu şekilde bir tasnifleme yapılmasında amaç iki ayrı gruptaki değişkenlerin çapraz tablolarda karşılaştırılmalarının yapılarak analiz sonuçlarını elde edebilmektir.

3.1.5. Araştırmanın Veri Toplama ve Analiz Yöntemi

Araştırmada ilk olarak çalışmayı bilimsel temellere oturtmak amacıyla literatür taraması yapılmıştır. Belirli bir süreç sonunda elde edilen veriler ışığında ilk iki bölümde kuramsal çerçeve oluşturulmuştur. Kuramsal çerçevenin oluşturulması sürecinde çeşitli yazılı ve görsel kaynaklardan faydalanılmıştır. Kuramsal çerçevenin

akabinde, kuramsal çerçeveden hareketle hazırlanan anketlerle alan araştırması yapılmıştır.

Bu araştırmanın evrenini oluşturan Elazığ ilinde KOBİ'lerde Ahilik ilke ve uygulamaları esas alınarak hazırlanan anketlerle bu ilkelerin uygulanabilirliğine yönelik veriler toplanmıştır. Anket formunun başında anketin içeriğine ve doldurulmasına yönelik bilgilere yer verilmiştir.

Anketler, araştırmanın evrenini oluşturan Elazığ ilindeki örneklem grubundan çeşitli iş kollarında faaliyette bulunan KOBİ'lerden kolayda örnekleme seçilen 122 KOBİ yönetici veya çalışanlarıyla yüz yüze görüşmeler yapılarak uygulanmıştır.

Likert ölçeğine uygun olarak hazırlanan anket sonuçlarından elde edilen veriler, SPSS 21 paket programı vasıtasıyla belirli değişkenler arasında Chi-Square Tests uygulanarak değerlendirmeye tabi tutulmuşlardır.

3.1.6. Araştırmanın Evreni Ve Örneklem Seçimi

Araştırmanın evrenini, Elazığ merkezde bulunan ticaret ve sanayi odasına kayıtlı, Elazığ ilinde çeşitli iş kollarında faaliyetlerde bulunan KOBİ'ler oluşturmaktadır.

Araştırma evreninden örneklem seçimi ise kolayda örneklem yöntemiyle belirlenmiştir. Bu yöntem ile çeşitli iş kollarında ulaşılabildiği kadar KOBİ yönetici ve çalışanına ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda 122 KOBİ ile yüz yüze görüşülmüş ve önceden tarafımda hazırlanmış anket formu kendilerine ibraz edilmiş ve cevaplandırmaları hususunda ricada bulunulmuştur.

3.1.7. Araştırmanın Güvenilirlik Analizi

Bu tür istatistiksel verilerin güvenilirliğinin ölçülmesinde kullanılan yöntem Cronbach's Alpha tekniğidir. Cronbach's Alpha Katsayısı 0 ile 1 arasında yer alır. Soruların benzerliliğini ya da yakınlığını ortaya koyan bir katsayıdır. Test sonucunda bulunan katsayı anketin güvenilirlik düzeyini gösterir.

Alpha katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanır:

- $0.00 \leq \text{Alpha} < 0.40$ ise ölçek güvenilir değil. Yeniden düzenlenmeli
- $0.40 \leq \text{Alpha} < 0.60$ ise ölçeğin güvenilirliği düşüktür. Yeniden düzenlenmeli veya modifiye yapılmalı.
- $0.60 \leq \text{Alpha} < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir.

- $0.80 \leq \text{Alpha} < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Araştırmanın güvenilirliğinin tespiti hususunda tüm anket sonuçları SPSS 21 programına girildikten sonra Cronbach's Alpha katsayısı hesaplanmış ve bu katsayının 0.938(%93) olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla yukarıdaki yorumlamalar ışığında ölçeğimizin yüksek derecede güvenilir bir çalışma olduğunu söylemek mümkündür.

3.2. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Çalışmamızın bu bölümünde SPSS 21 veri programı yardımıyla Chi- Square Tests'lerden elde edilen tablo ve şekiller ile bu tablo ve şekillerinin yorumlanması yer alacaktır.

Tablo 3.1: KOBİ'lerin Hukuki Durum Frekans Dağılımı

Hukuki durum	Frekans	Yüzde
Limited Şti.	28	%22,9
Anonim	12	%9,8
Şahıs	78	%63,9
Aile	4	%3,2
TOPLAM	122	%100

Tablo 3.1' de araştırmaya katılan KOBİ'lerin hukuki durumlarına ilişkin frekans dağılımları verilmiştir. Bu tabloya göre araştırmaya katılanların %3,2'sinin Aile işletmesi, %9,8'inin Anonim şirket, %22,9'unun Limited Şirket ve %63,9'unun Şahıs İşletmesi olduğu görülmektedir.

Tablo 3.2: KOBİ'lerin Faaliyet Alanı Frekans Dağılımı

Faaliyet alanı	Frekans	Yüzde
Tekstil	29	%23,7
Gıda	35	%28,6
Otomotiv	2	%1,6
Ambalaj	1	%0,8
Mobilya	5	%4,0
Metal	1	%0,8
Diğer	49	%40,1
Toplam	122	%100

Tablo 3.2’de araştırmaya katılan KOBİ’lerin faaliyet alanlarına ilişkin frekans dağılımları verilmiştir. Bu tabloya göre araştırmaya katılan KOBİ’lerin %0,8’inin Metal ve Ambalaj, %1,6’sının Otomotiv, %4,0’inin Mobilya, %23,7’sinin Tekstil, %28,6’sının Gıda ve %40,1’inin Diğer alanlarda faaliyetlerde bulunduğu görülmektedir.

Tablo 3.3: KOBİ’lerin Eleman Sayısı Frekans Dağılımları

Eleman sayısı	Frekans	Yüzde
9 ve altı	97	%79,5
10-49	21	%17,2
50-199	3	%2,4
200 ve zeri	1	%0,8
Toplam	122	%100

Tablo 3.3’ de araştırmaya katılan KOBİ’lerin eleman sayılarına ilişkin frekans dağılımları verilmiştir. Bu tabloya göre araştırmaya katılan KOBİ’lerin %0,8’inde 200 ve üzeri, %2,4’nde 50-199, %17,2’sinde 10-49 ve %79,5’inde 9 ve altı eleman çalıştığı görülmektedir.

Tablo 3.4: KOBİ Sahibinin İş Tecrübesi Frekans Dağılımları

İş tecrübesi	Frekans	Yüzde
10 yıl altı	34	%27,8
11-19	32	%26,2
20-49	52	%42,6
50 yıl ve zeri	4	%3,2
Toplam	122	%100

Tablo 3.4’ de araştırmaya katılan KOBİ’lerin iş tecrübesine ilişkin frekans dağılımları verilmiştir. Bu tabloya göre araştırmaya katılan KOBİ’lerin %3,2’sinin 50 yıl ve üzeri, %26,2’sinin 11-19 yıl, %27,8’inin 10 yıl ve altı, %42,6’sının 20-49 yıl iş tecrübesine sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 3.5: KOBİ'lerin Eğitim Düzeyi Frekans Dağılımı

Eğitim düzeyi	Frekans	Yüzde
İlkokul	17	%13,9
Ortaokul	9	%7,3
Lise	40	%32,7
Önlisans	28	%22,9
Lisans	20	%16,3
Lisans üstü	8	%6,5
Toplam	122	%100

Tablo 3.5'de araştırmaya katılan KOBİ'lerin eğitim düzeylerine ilişkin frekans dağılımları verilmiştir. Bu tabloya göre araştırmaya katılan KOBİ'lerin 6,5'inin lisansüstü, %7,3'ünün ortaokul, %13,9'unun ilkokul, %16,3'ünün lisans, %22,9 unun önlisans ve %32,7'sinin lise eğitim düzeyli olduğu görülmektedir.

Tablo 3.6: İşletmenin Hukuki Durumu İle Ahilik İlkelerinden “Kötü Sözlerden Sakınmak” Arasındaki İlişki

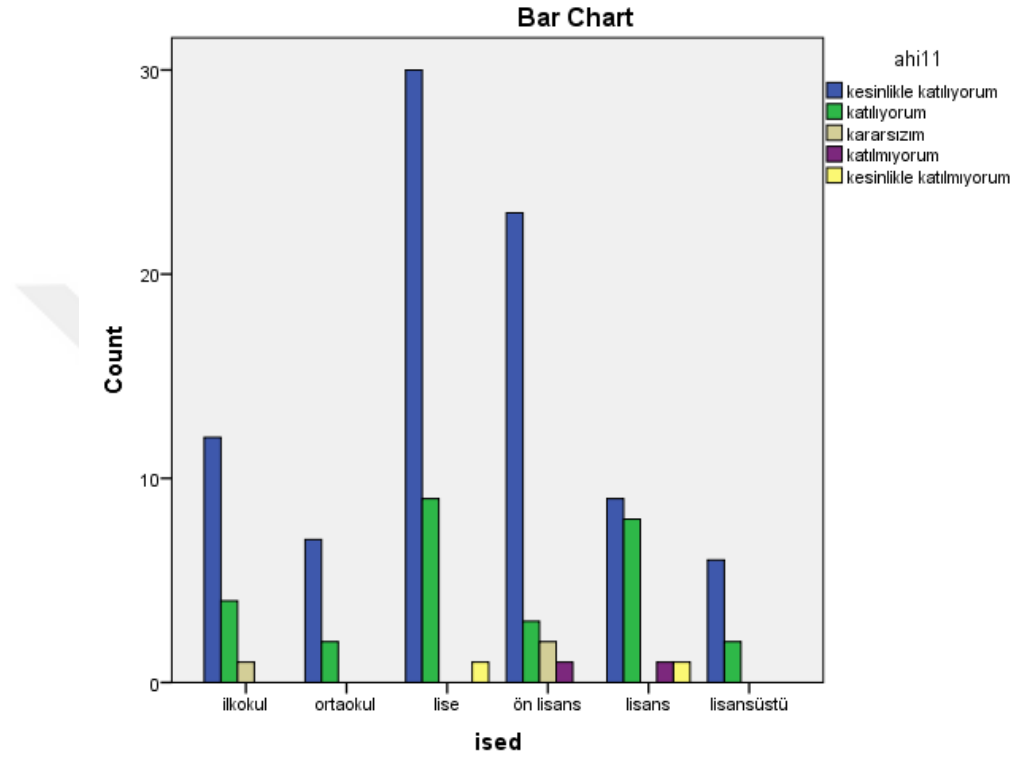
Crosstab

		Kötü sözlerden sakınmak				Toplam		
		Kesinlikle katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum		Kesinlikle katılmıyorum	
ihd	SAYI	17	8	1	0	2	28	
	limited	% içinde ihd	60,7%	28,6%	3,6%	0,0%	7,1%	100,0%
	% içinde ahi8	20,0%	25,8%	50,0%	0,0%	100,0%	23,0%	
	% toplamın	13,9%	6,6%	0,8%	0,0%	1,6%	23,0%	
	SAYI	12	0	0	0	0	12	
	anonim	% içinde ihd	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% içinde ahi8	14,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	9,8%	
	% toplamın	9,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	9,8%	
	şahıs	SAYI	53	23	0	2	0	78
% içinde ihd	67,9%	29,5%	0,0%	2,6%	0,0%	100,0%		
% içinde ahi8	62,4%	74,2%	0,0%	100,0%	0,0%	63,9%		
% toplamın	43,4%	18,9%	0,0%	1,6%	0,0%	63,9%		
aile	SAYI	3	0	1	0	0	4	
% içinde ihd	75,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	100,0%		
% içinde ahi8	3,5%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	3,3%		
% toplamın	2,5%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	3,3%		
TOPLAM	SAYI	85	31	2	2	2	122	
% içinde ihd	69,7%	25,4%	1,6%	1,6%	1,6%	100,0%		
% içinde ahi8	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%		
% toplamın	69,7%	25,4%	1,6%	1,6%	1,6%	100,0%		

Ki- kare Testler

	Değer	Frekans	Asymp. Sig. (2- tarafli)
Pearson ki-kare	29,913 ^a	12	,003
Olasılık Oranı	25,186	12	,014
Doğrusal ilişki ile doğrusal	1,272	1	,259
Geçerli durumların sayısı	122		

Tablo 3.6’da işletmenin hukuki durumu ile ahilik ilkelerinden “kötü sözlerden sakınmak” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletmenin hukuki durumu ile ahilik ilkelerinden “kötü sözlerden sakınmak” arasında ilişkinin varlığı test edilmektedir. Bu test sonucuna göre işletmenin hukuki durumu ile ahilik ilkelerinden “kötü sözlerden sakınmak” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır (chi-square:29.913 , p değeri=0,003).



Şekil 3.1: İşletme Sahibinin Eğitim Düzeyi İle Ahilik İlkelerinden “Sır Tutmak” Arasındaki İlişki

Ki-kare Testler

	değer	frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	18,052 ^a	20	,584
Olasılık oranı	19,977	20	,459
Doğrusal ilişki ile doğrusal	1,245	1	,265
Geçerli durumların sayısı	122		

Şekil 3. 1’de işletme sahibinin eğitim düzeyi ile ahilik ilkelerinden “sır tutmak” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletme sahibinin eğitim düzeyi ile ahilik ilkelerinden “sır tutmak” arasındaki ilişkinin varlığı test edilmektedir. Bu test sonucuna göre işletme

sahibinin eğitim düzeyi ile ahilik ilkelerinden “sır tutmak” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur (chi-square:18.052, p değeri=0.584).

Tablo 3.7: İşletmenin Hukuki Durumu İle Ahiliğin Ticari Yasaklarından “Sahte Ve Kalitesiz Mal Üretilmeyecek” Arasındaki İlişki

Crosstab

		Sahte ve kalitesiz mal üretilmeyecek				toplam
		kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	kesinlikle katılmıyorum	
ihd	SAYI	23	4	1	0	28
	limited % içinde ihd	82,1%	14,3%	3,6%	0,0%	100,0%
	% içinde yasaklar6	21,9%	30,8%	33,3%	0,0%	23,0%
	% toplamın	18,9%	3,3%	0,8%	0,0%	23,0%
	SAYI	11	1	0	0	12
	anonim % içinde ihd	91,7%	8,3%	0,0%	0,0%	100,0%
	% içinde yasaklar6	10,5%	7,7%	0,0%	0,0%	9,8%
	% toplamın	9,0%	0,8%	0,0%	0,0%	9,8%
	SAYI	68	8	2	0	78
	şahıs % içinde ihd	87,2%	10,3%	2,6%	0,0%	100,0%
	% içinde yasaklar6	64,8%	61,5%	66,7%	0,0%	63,9%
	% toplamın	55,7%	6,6%	1,6%	0,0%	63,9%
aile	Count	3	0	0	1	4
	% within ihd	75,0%	0,0%	0,0%	25,0%	100,0%
	% within yasaklar6	2,9%	0,0%	0,0%	100,0%	3,3%
	% of Total	2,5%	0,0%	0,0%	0,8%	3,3%
TOPLAM	SAYI	105	13	3	1	122
	% içinde ihd	86,1%	10,7%	2,5%	0,8%	100,0%
	% içinde yasaklar6	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% toplamın	86,1%	10,7%	2,5%	0,8%	100,0%

Ki-kare Testler

	Değer	frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	31,045 ^a	9	,000
Olasılık oranı	9,156	9	,423
Doğrusal ilişki ile doğrusal	,328	1	,567
Geçerli durumların sayısı	122		

Tablo 3.7’ de işletmenin hukuki durumu ile ahiliğin ticari yasaklarından “sahte ve kalitesiz mal üretilmeyecek” arasındaki ilişkiye yer verilmiştir. İşletmenin hukuki durumu ile ahiliğin ticari yasaklarından “sahte ve kalitesiz mal üretilmeyecek” arasındaki ilişkinin varlığı test edilmiştir. Bu test sonucuna göre işletmenin

hukuki durumu ile ahiliğin ticari yasaklarından “sahte ve kalitesiz mal üretilmeyecek” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır (chi-square:31.045, p değeri=0.000).

Tablo 3.8: İşletmenin Faaliyet Alanı İle Ahilik İlkelerinden “Egemen Sömürücü Güçlere Karşı Çalışan Her Kesimden Halkın Çıkarlarını Korumak” Arasındaki İlişki

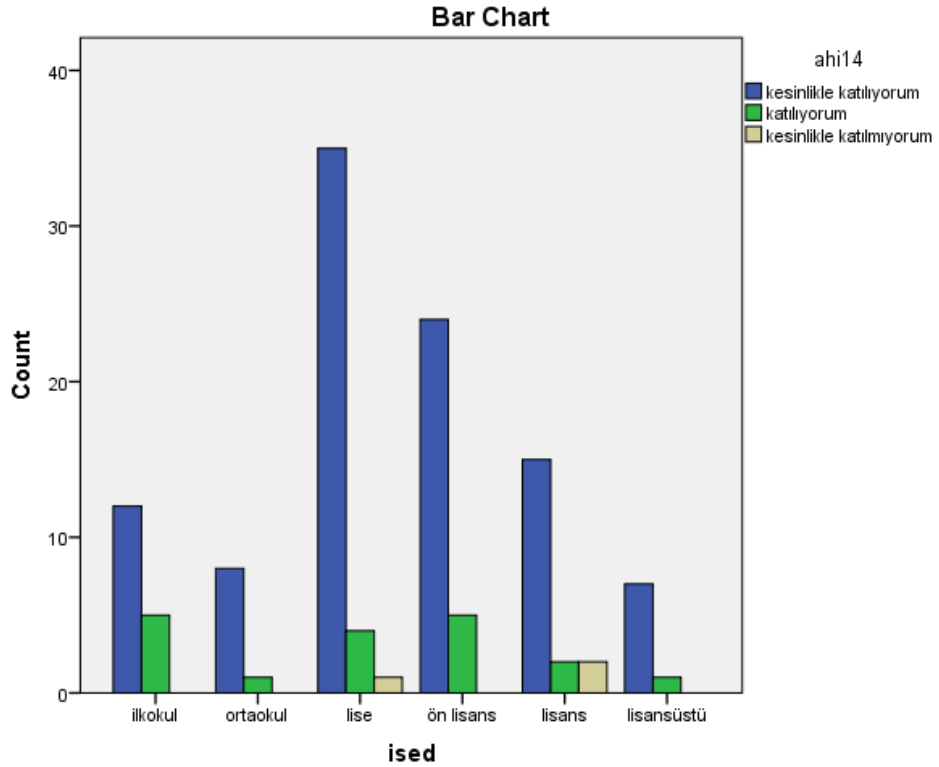
Crosstab

		Egemen sömürücü güçlere karşı çalışan her kesimden halkın çıkarlarını korumak					Toplam
		kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	kesinlikle katılmıyorum	
tekstil	SAYI	21	7	1	0	0	29
	% içinde ifa	72,4%	24,1%	3,4%	0,0%	0,0%	100,0%
	% içinde ahi27	25,9%	21,9%	25,0%	0,0%	0,0%	23,8%
gıda	% toplamın	17,2%	5,7%	0,8%	0,0%	0,0%	23,8%
	SAYI	25	8	1	1	0	35
	% içinde ifa	71,4%	22,9%	2,9%	2,9%	0,0%	100,0%
otomotiv	% içinde ahi27	30,9%	25,0%	25,0%	50,0%	0,0%	28,7%
	% toplamın	20,5%	6,6%	0,8%	0,8%	0,0%	28,7%
	SAYI	1	1	0	0	0	2
ifambalaj	% içinde ifa	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% içinde ahi27	1,2%	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%
	% toplamın	0,8%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	1,6%
mobilya	SAYI	0	1	0	0	0	1
	% içinde ifa	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% içinde ahi27	0,0%	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
metal	% toplamın	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%
	SAYI	3	2	0	0	0	5
	% içinde ifa	60,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
diğer	% içinde ahi27	3,7%	6,3%	0,0%	0,0%	0,0%	4,1%
	% toplamın	2,5%	1,6%	0,0%	0,0%	0,0%	4,1%
	SAYI	0	0	0	1	0	1
Toplam	% içinde ifa	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	% içinde ahi27	0,0%	0,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,8%
	% toplamın	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,8%
Toplam	SAYI	31	13	2	0	3	49
	% içinde ifa	63,3%	26,5%	4,1%	0,0%	6,1%	100,0%
	% içinde ahi27	38,3%	40,6%	50,0%	0,0%	100,0%	40,2%
Toplam	% toplamın	25,4%	10,7%	1,6%	0,0%	2,5%	40,2%
	SAYI	81	32	4	2	3	122
	% içinde ifa	66,4%	26,2%	3,3%	1,6%	2,5%	100,0%
Toplam	% içinde ahi27	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% toplamın	66,4%	26,2%	3,3%	1,6%	2,5%	100,0%

Ki-kare Testler

	Değer	frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	70,760 ^a	24	,000
Olasılık oranı	21,228	24	,625
Doğrusal ilişki ile doğrusal	3,089	1	,079
Geçerli durumların sayısı	122		

Tablo 3.8 de işletmenin faaliyet alanı ile ahilik ilkelerinden “egemen sömürücü güçlere karşı çalışan her kesimden halkın çıkarlarını korumak” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletmenin faaliyet alanı ile ahilik ilkelerinden “ egemen sömürücü güçlere karşı çalışan her kesimden halkın çıkarlarını korumak” arasındaki ilişkinin varlığı test edilmektedir. Bu test sonucuna göre işletmenin faaliyet alanı ile ahilik ilkelerinden “egemen sömürücü güçlere karşı çalışan her kesimden halkın çıkarlarını korumak” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır(chi-square:70.760, p değeri=0,000).



Şekil 3.2: İşletme Sahibinin Eğitim Düzeyi İle Ahilik İlkelerinden “Helal Kazanç Sahibi Olmaya Özen Göstermek Arasındaki İlişki

Ki-kare Testler

	Değer	frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	10,635 ^a	10	,387
Olasılık oranı	9,467	10	,488
Doğrusal ilişki ile doğrusal	,237	1	,626
Geçerli durumların sayısı	122		

Şekil 3. 2 ‘de işletme sahibinin eğitim düzeyi ile ahilik ilkelerinden “ helal kazanç sahibi olmaya özen göstermek” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletme sahibinin eğitim düzeyi ile ahilik ilkelerinden “helal kazanç sahibi olmaya özen göstermek” arasındaki ilişkinin varlığı test edilmektedir. Bu test sonucuna göre işletme sahibinin eğitim düzeyi ile ahilik ilkelerinden “helal kazanç sahibi olmaya özen göstermek” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur (chi-square:10.635, p değeri=0.387).

Tablo 3.9: İşletmenin Eleman Sayısı ile Ahilik İlkelerinden ”Daima İyi Komşulukta Bulunmak” Arasındaki İlişki

Crosstab

		Daima iyi komşulukta bulunmak					toplam
		kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	kesinlikle katılmıyorum	
9 ve altı	SAYI	66	27	3	1	0	97
	% içinde	68,0%	27,8%	3,1%	1,0%	0,0%	100,0%
	% içinde	79,5%	84,4%	60,0%	100,0%	0,0%	79,5%
	% toplamın	54,1%	22,1%	2,5%	0,8%	0,0%	79,5%
10-49	SAYI	15	4	1	0	1	21
	% içinde	71,4%	19,0%	4,8%	0,0%	4,8%	100,0%
	% içinde	18,1%	12,5%	20,0%	0,0%	100,0%	17,2%
	% toplamın	12,3%	3,3%	0,8%	0,0%	0,8%	17,2%
50-199	SAYI	2	1	0	0	0	3
	% içinde	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% içinde	2,4%	3,1%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%
	% toplamın	1,6%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%
200 ve üzeri	SAYI	0	0	1	0	0	1
	% içinde	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% içinde	0,0%	0,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,8%
	% toplamın	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,8%
toplam	SAYI	83	32	5	1	1	122
	% içinde	68,0%	26,2%	4,1%	0,8%	0,8%	100,0%
	% içinde	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% toplamın	68,0%	26,2%	4,1%	0,8%	0,8%	100,0%

Ki-kare Testler

	Değer	frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	29,438 ^a	12	,003
Olasılık oranı	11,502	12	,486
Doğrusal ilişki ile doğrusal	2,159	1	,142
Geçerli durumların sayısı	122		

Tablo 3.9 da işletmenin eleman sayısı ile ahilik ilkelerinden “daima iyi komşulukta bulunmak” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletmenin eleman sayısı ile ahilik ilkelerinden “daima iyi komşulukta bulunmak” arasındaki ilişkinin varlığı test edilmektedir. Bu test sonucuna göre işletmenin eleman sayısı ile ahilik ilkelerinden “daima iyi komşulukta bulunmak” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır(chi-square:29.438, p değeri=0,003).

Tablo 3.10: İşletmenin Eleman Sayısı ile Ahilik İlkelerinden “Çoğa Şükretmek” Arasındaki İlişki

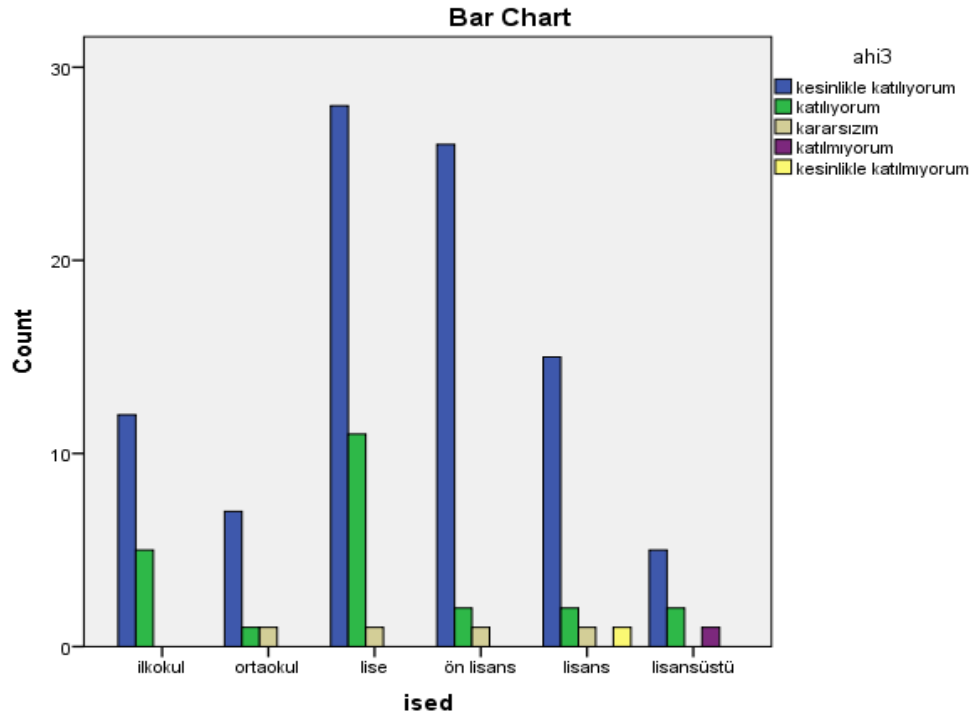
Crosstab

		Çoğa şükretmek					toplam
		kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	kesinlikle katılmıyorum	
9 ve altı	SAYI	74	19	3	1	0	97
	% içinde	76,3%	19,6%	3,1%	1,0%	0,0%	100,0%
	% içinde	78,7%	86,4%	75,0%	100,0%	0,0%	79,5%
	% toplamın	60,7%	15,6%	2,5%	0,8%	0,0%	79,5%
10-49	SAYI	18	2	0	0	1	21
	% içinde	85,7%	9,5%	0,0%	0,0%	4,8%	100,0%
	% içinde	19,1%	9,1%	0,0%	0,0%	100,0%	17,2%
	% toplamın	14,8%	1,6%	0,0%	0,0%	0,8%	17,2%
50-199	SAYI	2	1	0	0	0	3
	% içinde	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% içinde	2,1%	4,5%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%
	% toplamın	1,6%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	2,5%
200 ve üzeri	SAYI	0	0	1	0	0	1
	% içinde	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% içinde	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,8%
	% toplamın	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,8%
toplam	SAYI	94	22	4	1	1	122
	% içinde	77,0%	18,0%	3,3%	0,8%	0,8%	100,0%
	% içinde	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% toplamın	77,0%	18,0%	3,3%	0,8%	0,8%	100,0%

Ki-kare Testler

	değer	frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	36,965 ^a	12	,000
Olasılık oranı	14,070	12	,296
Doğrusal ilişki le doğrusal	1,622	1	,203
Geçerli durumların sayısı	122		

Tablo 3.10 da işletmenin eleman sayısı ile ahilik ilkelerinden “çoğa şükretmek” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletmenin eleman sayısı ile ahilik ilkelerinden “çoğa şükretmek” arasındaki ilişkinin varlığı test edilmiştir. Bu test sonucuna göre işletmenin eleman sayısı ile ahilik ilkelerinden “çoğa şükretmek” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır(chi-square:36.965 , p değeri=0.000).



Şekil 3.3: İşletme Sahibinin Eğitim Düzeyi İle Ahilik İlkelerinden “Ayıp ve Kusurları Örtmek” Arasındaki İlişki

Ki-kare Testler

	Değer	Frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	29,595 ^a	20	,077
Olasılık oranı	19,749	20	,474
Doğrusal ilişki ile doğrusal	,490	1	,484
Geçerli durumların sayısı	122		

Şekil 3. 3 de işletme sahibinin eğitim düzeyi ile ahilik ilkelerinden “ayıp ve kusurları örtmek” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletme sahibinin eğitim düzeyi ile ahilik ilkelerinden “ayıp ve kusurları örtmek” arasındaki ilişkinin varlığı test edilmektedir. Bu test sonucuna göre işletme sahibinin eğitim düzeyi ile ahilik ilkelerinden “ayıp ve kusurları örtmek” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur(chi-square:29.595, p değeri=0,077).

Tablo 3.11: İşletmenin Eleman Sayısı ile Ahilik İlkelerinden “Kötülerden Uzak Durmak” Arasındaki İlişki

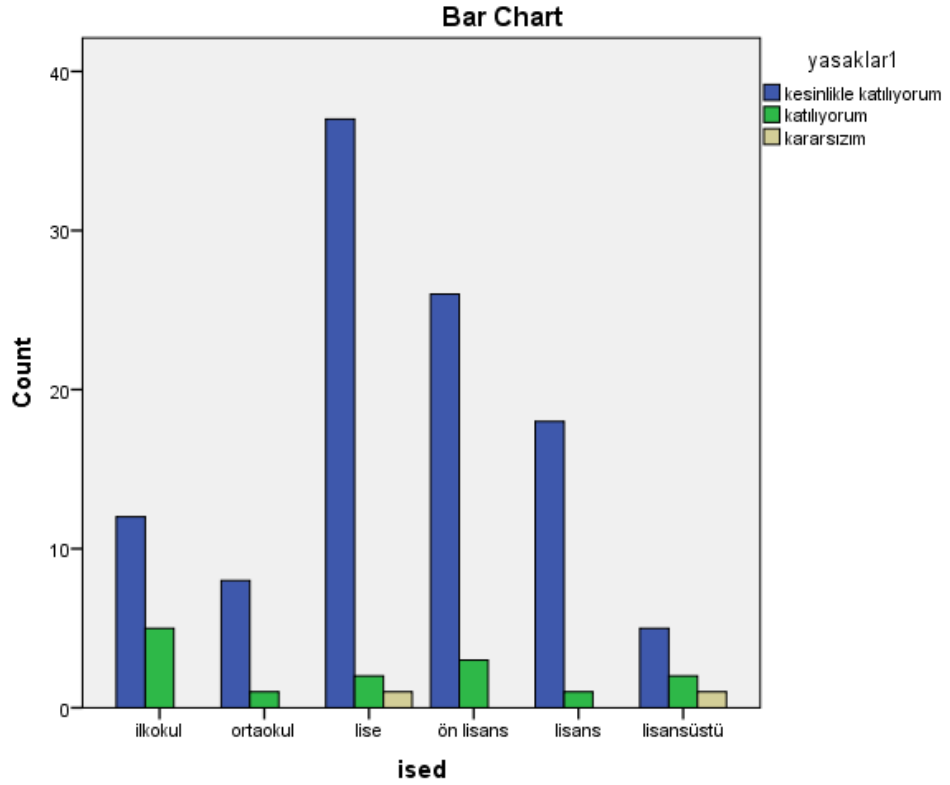
Crosstab

		Kötülerden uzak durmak					Toplam	
		kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	kesinlikle katılmıyorum		
İşletmen Eleman Sayısı	SAYI	72	23	0	2	0	97	
	9 ve altı	% içinde kes	74,2%	23,7%	0,0%	2,1%	0,0%	100,0%
		% içinde ahi	78,3%	92,0%	0,0%	100,0%	0,0%	79,5%
		% toplamın	59,0%	18,9%	0,0%	1,6%	0,0%	79,5%
		SAYI	17	2	1	0	1	21
	10-49	% içinde kes	81,0%	9,5%	4,8%	0,0%	4,8%	100,0%
		% içinde ahi	18,5%	8,0%	50,0%	0,0%	100,0%	17,2%
		% toplamın	13,9%	1,6%	0,8%	0,0%	0,8%	17,2%
		SAYI	2	0	1	0	0	3
	50-199	% içinde kes	66,7%	0,0%	33,3%	0,0%	0,0%	100,0%
		% içinde ahi	2,2%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	2,5%
		% toplamın	1,6%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	2,5%
	SAYI	1	0	0	0	0	1	
200 ve üzeri	% içinde kes	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
	% içinde ahi	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	
	% toplamın	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,8%	
Toplam	SAYI	92	25	2	2	1	122	
	% içinde kes	75,4%	20,5%	1,6%	1,6%	0,8%	100,0%	
	% içinde ahi	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
	% toplamın	75,4%	20,5%	1,6%	1,6%	0,8%	100,0%	

Ki-kare Testler

	Değer	Frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	29,320 ^a	12	,004
Olasılık oranı	16,447	12	,172
Doğrusal ilişki ile doğrusal	,372	1	,542
Geçerli durumların sayısı	122		

Tablo 3.11 de işletmenin eleman sayısı ile ahilik ilkelerinden “kötülerden uzak durmak” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletmenin eleman sayısı ile ahilik ilkelerinden “kötülerden uzak durmak” arasında ilişkinin varlığı test edilmiştir. Bu test sonucuna göre işletmenin eleman sayısı ile ahilik ilkelerinden “kötülerden uzak durmak” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır(chi-square:29.320 , p değeri=0.004).



Şekil 3.4:İşletme Sahibinin Eğitim Düzeyi İle Ahiliğin Ticari Yasaklarından “Hileli Ve Çürük Mal Satılmayacak” Arasındaki İlişki

Ki-kare Testler

	Değer	Frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	16,702 ^a	10	,081
Olasılık oranı	13,330	10	,206
Doğrusal ilişki ile doğrusal	,031	1	,860
Geçerli durumların sayısı	122		

Şekil 3. 4’de işletme sahibinin eğitim düzeyi ile ahiliğin ticari yasaklarından “hileli ve çürük mal satılmayacak” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletme sahibinin eğitim düzeyi ile ahiliğin ticari yasaklarından “hileli ve çürük mal satılmayacak” arasında ilişkinin varlığı test edilmektedir. Bu test sonucuna göre işletme sahibinin eğitim düzeyi ile ahiliğin ticari yasaklarından “hileli ve çürük mal satılmayacak” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur (chi-square:16.702, p değeri=0.081).

Tablo 3.12: İşletme Sahibinin İş Tecrübesi İle Ahilik İlkelerinden “Çoğa Şükretmek” Arasındaki İlişki

Crosstab

		Çoğa şükretmek					toplam
		kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	kesinlikle katılmıyorum	
10 yıl ve altı	SAYI	24	10	0	0	0	34
	% içinde isit	70,6%	29,4%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% içinde ahi13	25,5%	45,5%	0,0%	0,0%	0,0%	27,9%
	% toplamın	19,7%	8,2%	0,0%	0,0%	0,0%	27,9%
11-49	SAYI	26	4	1	1	0	32
	% içinde isit	81,3%	12,5%	3,1%	3,1%	0,0%	100,0%
	% içinde ahi13	27,7%	18,2%	25,0%	100,0%	0,0%	26,2%
	% toplamın	21,3%	3,3%	0,8%	0,8%	0,0%	26,2%
20-49	SAYI	42	8	1	0	1	52
	% içinde isit	80,8%	15,4%	1,9%	0,0%	1,9%	100,0%
	% içinde ahi13	44,7%	36,4%	25,0%	0,0%	100,0%	42,6%
	% toplamın	34,4%	6,6%	0,8%	0,0%	0,8%	42,6%
50 üzeri yıl	SAYI	2	0	2	0	0	4
	% içinde isit	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	% içinde ahi13	2,1%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	3,3%
	% toplamın	1,6%	0,0%	1,6%	0,0%	0,0%	3,3%
Toplam	SAYI	94	22	4	1	1	122
	% içinde isit	77,0%	18,0%	3,3%	0,8%	0,8%	100,0%
	% içinde ahi13	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% toplamın	77,0%	18,0%	3,3%	0,8%	0,8%	100,0%

Ki-kare Testler

	Değer	Frekans	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson ki-kare	36,837 ^a	12	,000
Olasılık oranı	19,216	12	,083
Doğrusal ilişki ile doğrusal	,410	1	,522
Geçerli durumların sayısı	122		

Tablo 3.12 de işletme sahibinin iş tecrübesi ile ahilik ilkelerinden “çoğa şükretmek” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletme sahibinin iş tecrübesi ile ahilik ilkelerinden “çoğa şükretmek” arasında ilişkinin varlığı test edilmiştir. Bu test sonucuna göre işletme sahibinin iş tecrübesi ile ahilik ilkelerinden “çoğa şükretmek” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır(chi-square:36.837, p değeri=0,000).

Tablo 3.13: İşletme Sahibinin İş Tecrübesi İle Ahilik İlkelerinden “Cömert Olmak” Arasındaki İlişki

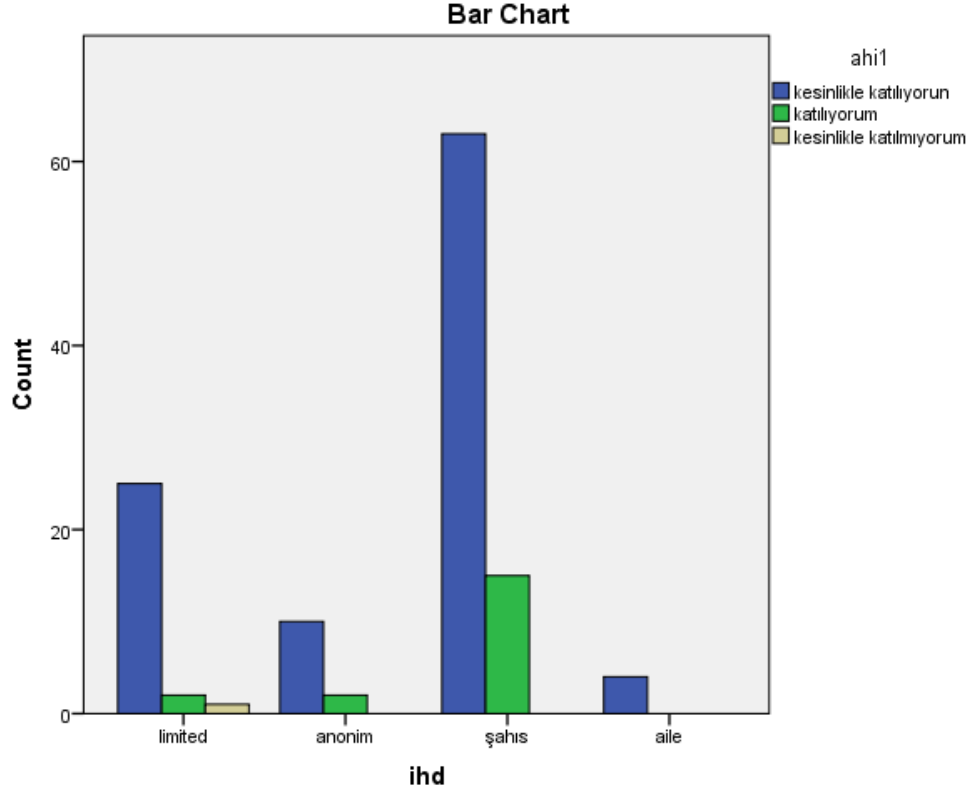
Crosstab

	Cömert olmak					Toplam
	kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	kesinlikle katılmıyorum	
SAYI	26	7	1	0	0	34
10 yıl% içinde isit	76,5%	20,6%	2,9%	0,0%	0,0%	100,0%
ve altı % içinde ahi21	27,7%	30,4%	33,3%	0,0%	0,0%	27,9%
% toplamın	21,3%	5,7%	0,8%	0,0%	0,0%	27,9%
SAYI	24	6	2	0	0	32
11-49 % içinde isit	75,0%	18,8%	6,3%	0,0%	0,0%	100,0%
% içinde ahi21	25,5%	26,1%	66,7%	0,0%	0,0%	26,2%
% toplamın	19,7%	4,9%	1,6%	0,0%	0,0%	26,2%
SAYI	41	10	0	0	1	52
20-49 % içinde isit	78,8%	19,2%	0,0%	0,0%	1,9%	100,0%
% içinde ahi21	43,6%	43,5%	0,0%	0,0%	100,0%	42,6%
% toplamın	33,6%	8,2%	0,0%	0,0%	0,8%	42,6%
SAYI	3	0	0	1	0	4
50 ve % içinde isit	75,0%	0,0%	0,0%	25,0%	0,0%	100,0%
üzeri yıl% içinde ahi21	3,2%	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	3,3%
% toplamın	2,5%	0,0%	0,0%	0,8%	0,0%	3,3%
SAYI	94	23	3	1	1	122
Toplam % içinde isit	77,0%	18,9%	2,5%	0,8%	0,8%	100,0%
% içinde ahi21	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
% toplamın	77,0%	18,9%	2,5%	0,8%	0,8%	100,0%

Ki-kare Testler

	Değer	Frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	34,981 ^a	12	,000
Olasılık oranı	14,238	12	,286
Doğrusal ilişki ile doğrusal Geçerli durumların sayısı	,281	1	,596
	122		

Tablo 3.13 de işletme sahibinin iş tecrübesi ile ahilik ilkelerinden “cömert olmak” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletme sahibinin iş tecrübesi ile ahilik ilkelerinden “cömert olmak” arasında ilişkinin varlığı test edilmiştir. Bu test sonucuna göre işletme sahibinin iş tecrübesi ile ahilik ilkelerinden “cömert olmak” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır(chi-square:34.981 , p değeri=0,000).

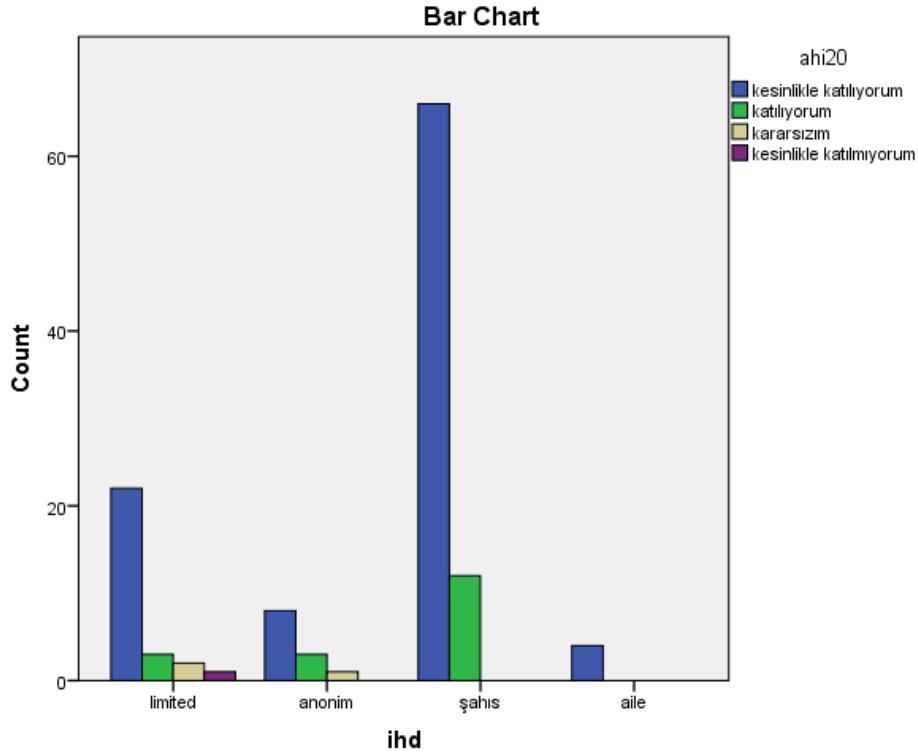


Şekil 3.5: İşletmenin Hukuki Durumu İle Ahilik İlkelerinden “ İyi Huylu Ve Güzel Ahlaklı Olmak” Arasındaki İlişki

Ki-kare Testler

	Değer	Frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	6,249 ^a	6	,396
Olasılık oranı	6,727	6	,347
Doğrusal ilişki ile doğrusal	,156	1	,693
Geçerli durumların sayısı	122		

Şekil 3.5 de işletmenin hukuki durumu ile ahilik ilkelerinden “iyi huylu ve güzel ahlaklı olmak” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletmenin hukuki durumu ile ahilik ilkelerinden “iyi huylu ve güzel ahlaklı olmak” arasında ilişkinin varlığı test edilmektedir. Bu test sonucuna göre işletmenin hukuki durumu ile ahilik ilkelerinden “iyi huylu ve güzel ahlaklı olmak” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur (chi-square:6.249, p değeri=0.396).



Şekil 3.6: İşletmenin Hukuki Durumu İle Ahilik İlkelerinden “Emanete Hıyanet Etmemek” Arasındaki İlişki

Ki-kare Testler

	Değer	Frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	11,938 ^a	9	,217
Olasılık oranı	12,519	9	,186
Doğrusal ilişki ile doğrusal	4,908	1	,027
Geçerli durumların sayısı	122		

Şekil 3. 6 da işletmenin hukuki durumu ile ahilik ilkelerinden “emanete hıyanet etmemek” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletmenin hukuki durumu ile ahilik ilkelerinden

“emanete hıyanet etmemek” arasında ilişkinin varlığı test edilmektedir. Bu test sonucuna göre işletmenin hukuki durumu ile ahilik ilkelerinden “emanete hıyanet etmemek” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur(chi-square:11.938, p değeri=0.217).

Tablo 3.14: İşletme Sahibinin İş Tecrübesi İle Ahilik İlkelerinden “Sözünü Bilmek Sözünde Durmak” Arasındaki İlişki

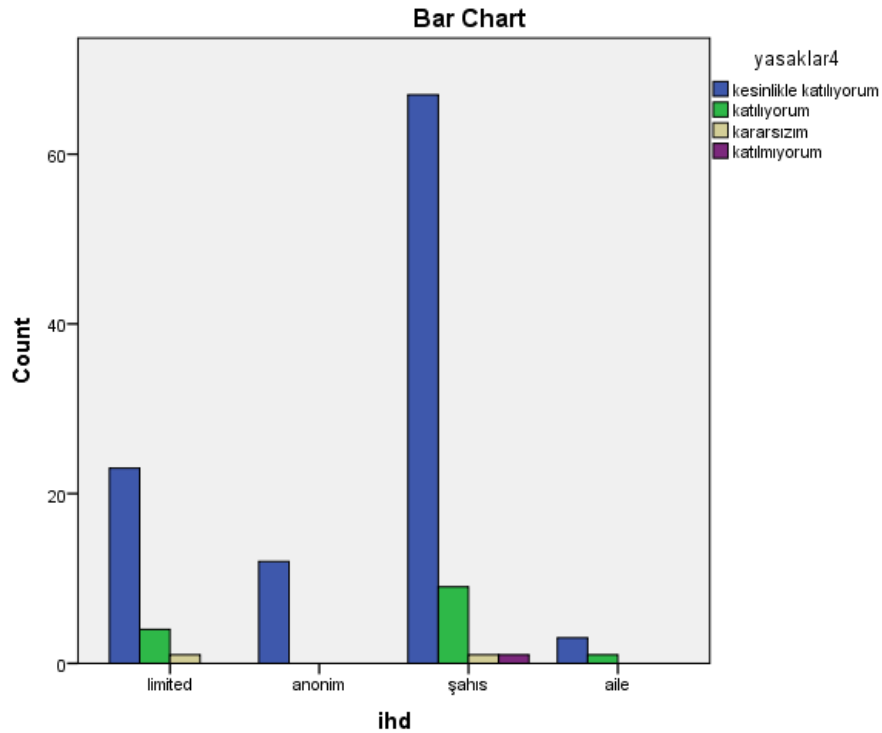
Crosstab

		Sözünü bilmek sözünde durmak					toplam	
		kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	kesinlikle katılmıyorum		
isit	SAYI	26	8	0	0	0	34	
	% içinde isit	76,5%	23,5%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
	10 yıl ve altı	% içinde	26,3%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	27,9%
	ahi28	%	21,3%	6,6%	0,0%	0,0%	0,0%	27,9%
	toplamın	SAYI	28	4	0	0	0	32
	% içinde isit	87,5%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
	11-49	% içinde	28,3%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%	26,2%
	ahi28	%	23,0%	3,3%	0,0%	0,0%	0,0%	26,2%
	toplamın	SAYI	42	8	0	1	1	52
	% içinde isit	80,8%	15,4%	0,0%	1,9%	1,9%	100,0%	
	20-49	% içinde	42,4%	40,0%	0,0%	100,0%	100,0%	42,6%
	ahi28	%	34,4%	6,6%	0,0%	0,8%	0,8%	42,6%
toplamın	SAYI	3	0	1	0	0	4	
% içinde isit	75,0%	0,0%	25,0%	0,0%	0,0%	100,0%		
50 ve üzeri yıl	% içinde	3,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	3,3%	
ahi28	%	2,5%	0,0%	0,8%	0,0%	0,0%	3,3%	
toplamın	SAYI	99	20	1	1	1	122	
% içinde isit	81,1%	16,4%	0,8%	0,8%	0,8%	100,0%		
Toplam	% içinde	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
ahi28	%	81,1%	16,4%	0,8%	0,8%	0,8%	100,0%	
toplamın								

Ki-kare Testler

	Değer	Frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	34,503 ^a	12	,001
Olasılık oranı	13,112	12	,361
Doğrusal ilişki ile doğrusal	,692	1	,405
Geçerli durumların sayısı	122		

Tablo 3.14 de işletme sahibinin iş tecrübesi ile ahilik ilkelerinden “sözünü bilmek sözünde durmak” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletme sahibinin iş tecrübesi ile ahilik ilkelerinden “sözünü bilmek sözünde durmak” arasında ilişkinin varlığı test edilmiştir. Bu test sonucuna göre işletme sahibinin iş tecrübesi ile ahilik ilkelerinden “sözünü bilmek sözünde durmak” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır(chi-square:34.503 , p değeri=0,001).

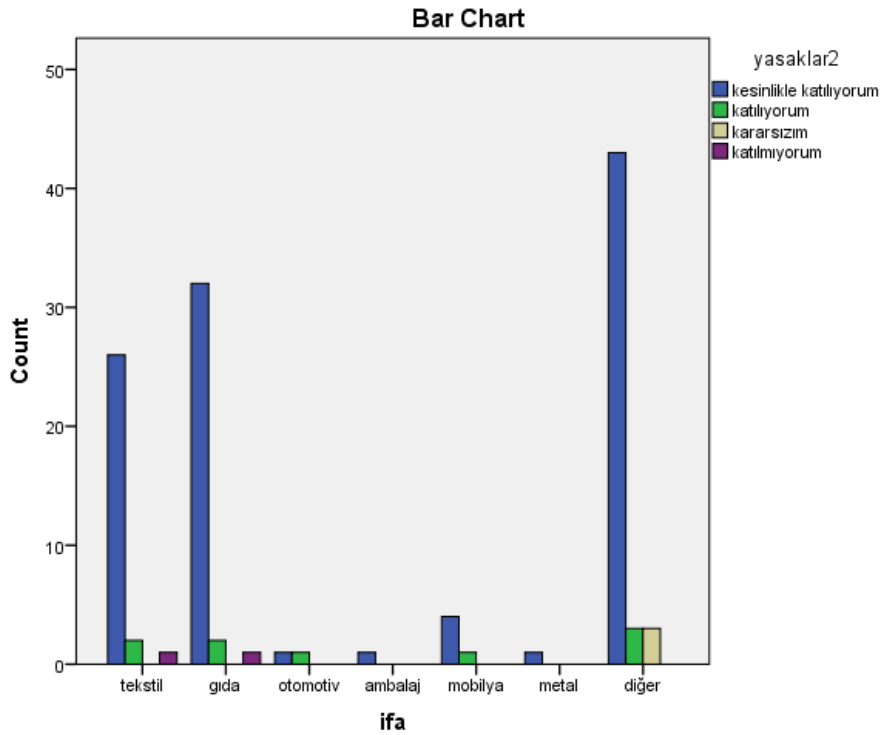


Şekil 3.7: İşletmenin Hukuki Durumu İle Ahiliğin Ticari Yasaklarından “Noksan Tartılmayacak” Arasındaki İlişki

Ki-kare Testler

	Değer	Frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	4,110 ^a	9	,904
Olasılık oranı	5,736	9	,766
Doğrusal ilişki ile doğrusal	,000	1	,997
Geçerli durumların sayısı	122		

Şekil 3. 7 de işletmenin hukuki durumu ile ahiliğin ticari yasaklarından “noksan tartılmayacak” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletmenin hukuki durumu ile ahiliğin ticari yasaklarından “noksan tartılmayacak” arasında ilişkinin varlığı test edilmektedir. Bu test sonucuna göre işletmenin hukuki durumu ile ahiliğin ticari yasaklarından “noksan tartılmayacak” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur(Cchi-square:4.110, p değeri=0.904).

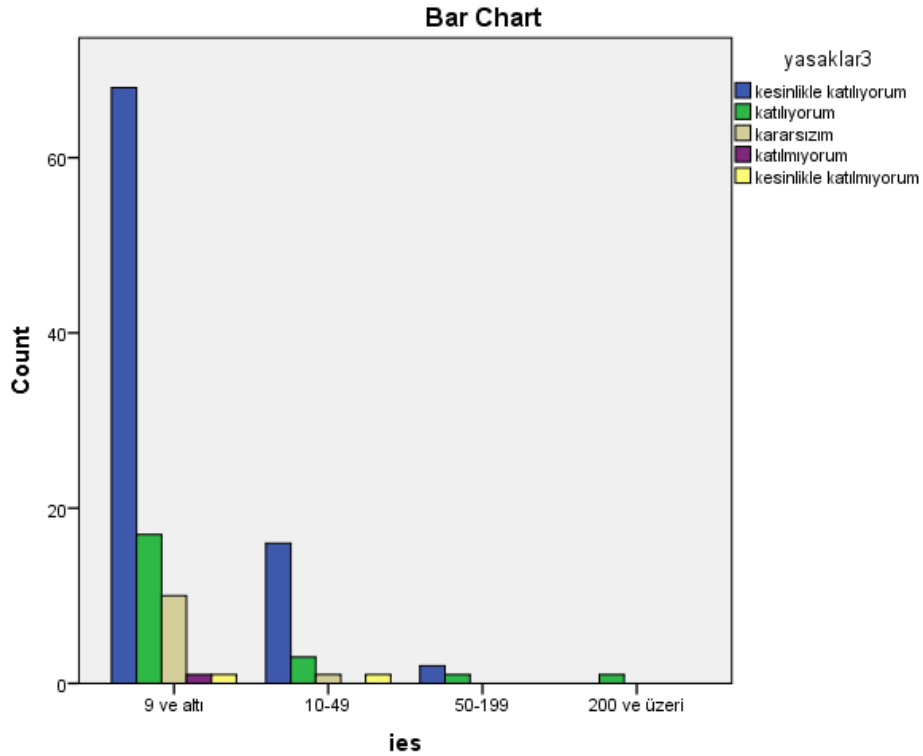


Şekil 3.8: İşletmenin Faaliyet Alanı İle Ahiliğin Ticari Yasaklarından “Müşteriden Fazla Para Alınmayacak” Arasındaki İlişki

Ki-kare Testler

	Değer	Frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	13,160 ^a	18	,782
Olasılık oranı	11,994	18	,848
Doğrusal ilişki ile doğrusal	,033	1	,856
Geçerli durumların sayısı	122		

Şekil 3. 8 de işletmenin faaliyet alanı ile ahiliğin ticari yasaklarından “müşteriden fazla para alınmayacak” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletmenin faaliyet alanı ile ahiliğin ticari yasaklarından “müşteriden fazla para alınmayacak” arasında ilişkinin varlığı test edilmektedir. Bu test sonucuna göre işletmenin faaliyet alanı ile ahiliğin ticari yasaklarından “müşteriden fazla para alınmayacak” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur(chi-square:13.160 , p değeri=0.782).



Şekil 3. 9: İşletmenin Eleman Sayısı İle Ahiliğin Ticari Yasaklarından "Bir Başkasının Malı Taklit Edilmeyecek" Arasındaki İlişki

Ki-kare Testler

	Değer	Frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	7,856 ^a	12	,796
Olasılık oranı	6,867	12	,866
Doğrusal ilişki ile doğrusal	,010	1	,922
Geçerli durumların sayısı	122		

Şekil 3. 9 da işletmenin eleman sayısı ile ahiliğin ticari yasaklarından “bir başkasının malı taklit edilmeyecek” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletmenin eleman sayısı ile ahiliğin ticari yasaklarından “bir başkasının malı taklit edilmeyecek” arasında ilişkinin varlığı test edilmektedir. Bu test sonucuna göre işletmenin eleman sayısı ile ahiliğin ticari yasaklarından “bir başkasının malı taklit edilmeyecek” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur(chi-square:7.856, p değeri=0.796).

Tablo 3.15: İşletme Sahibinin İş Tecrübesi İle Ahilik İlkelerinden “Dostluğa Önem Vermek” Arasındaki İlişki

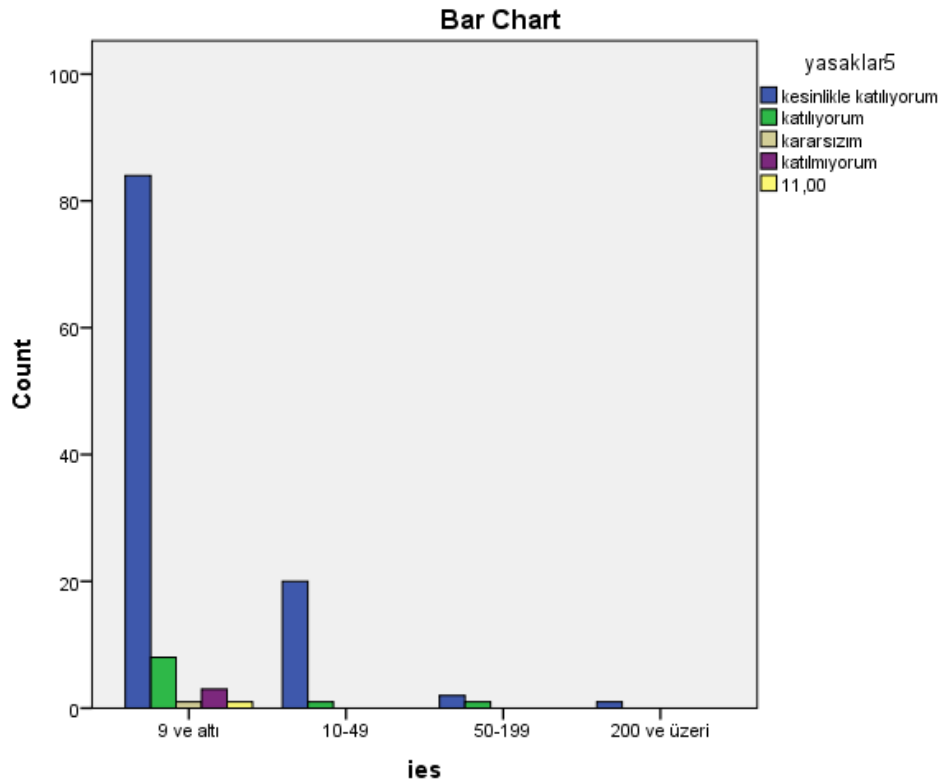
Crosstab

		Dostluğa önem vermek				toplam
		kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	kesinlikle katılmıyorum	
10 yıl ve altı	SAYI	25	9	0	0	34
	% içinde isit	73,5%	26,5%	0,0%	0,0%	100,0%
	% içinde ahi29	26,9%	33,3%	0,0%	0,0%	27,9%
	% toplamın	20,5%	7,4%	0,0%	0,0%	27,9%
11-49	SAYI	28	4	0	0	32
	% içinde isit	87,5%	12,5%	0,0%	0,0%	100,0%
	% içinde ahi29	30,1%	14,8%	0,0%	0,0%	26,2%
	% toplamın	23,0%	3,3%	0,0%	0,0%	26,2%
20-49	SAYI	37	14	0	1	52
	% içinde isit	71,2%	26,9%	0,0%	1,9%	100,0%
	% içinde ahi29	39,8%	51,9%	0,0%	100,0%	42,6%
	% toplamın	30,3%	11,5%	0,0%	0,8%	42,6%
50 ve üzeri	SAYI	3	0	1	0	4
	% içinde isit	75,0%	0,0%	25,0%	0,0%	100,0%
	% içinde ahi29	3,2%	0,0%	100,0%	0,0%	3,3%
	% toplamın	2,5%	0,0%	0,8%	0,0%	3,3%
Toplam	SAYI	93	27	1	1	122
	% içinde isit	76,2%	22,1%	0,8%	0,8%	100,0%
	% içinde ahi29	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
	% toplamın	76,2%	22,1%	0,8%	0,8%	100,0%

Ki-kare Testler

	Değer	Frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	34,644 ^a	9	,000
Olasılık oranı	13,404	9	,145
Doğrusal ilişki ile doğrusal	1,173	1	,279
Geçerli durumların sayısı	122		

Tablo 3.15 de işletme sahibinin iş tecrübesi ile ahilik ilkelerinden “dostluğa önem vermek” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletme sahibinin iş tecrübesi ile ahilik ilkelerinden “dostluğa önem vermek” arasında ilişkinin varlığı test edilmiştir. Bu test sonucuna göre işletme sahibinin iş tecrübesi ile ahilik ilkelerinden “dostluğa önem vermek” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır(chi-square:34.644, p değeri=0,000).

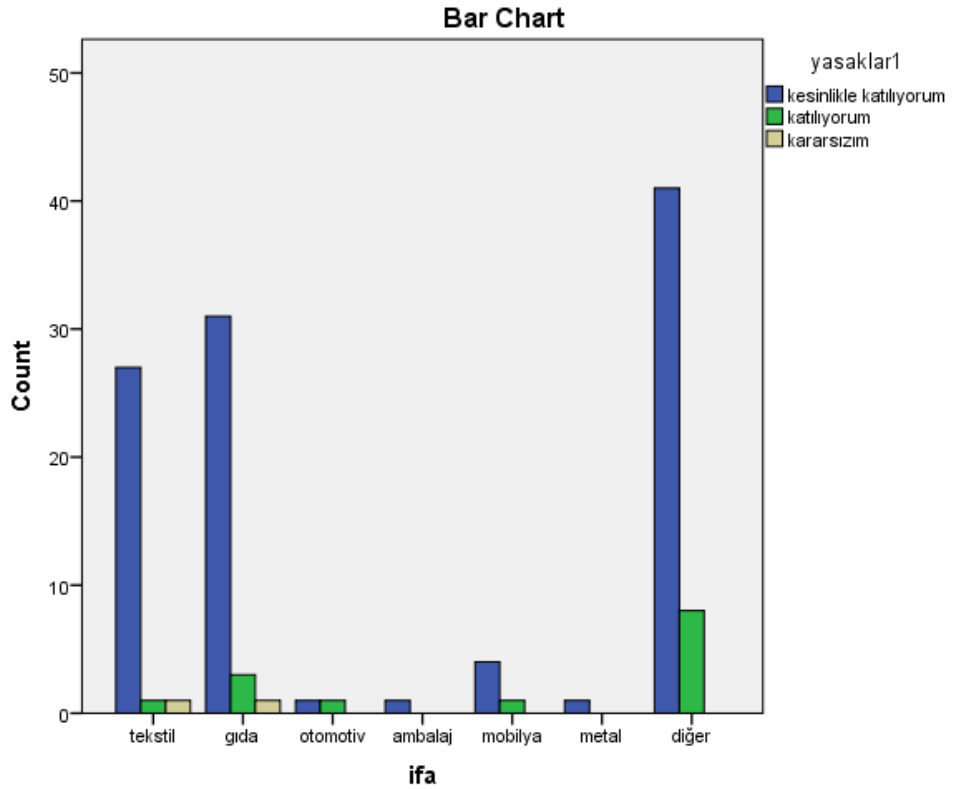


Şekil 3. 10: İşletmenin Eleman Sayısı İle Ahiliğin Ticari Yasaklarından “Bozuk Teraziler Kullanılmayacak” Arasındaki İlişki

Ki-kare Testler

	Değer	Frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	4,304 ^a	12	,977
Olasılık oranı	4,439	12	,974
Doğrusal ilişki ile doğrusal	,561	1	,454
Geçerli durumların sayısı	122		

Şekil 3. 10 da işletmenin eleman sayısı ile ahiliğin ticari yasaklarından “bozuk terazi kullanılmayacak” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletmenin eleman sayısı ile ahiliğin ticari yasaklarından “bozuk terazi kullanılmayacak” arasında ilişkinin varlığı test edilmektedir. Bu test sonucuna göre işletmenin eleman sayısı ile ahiliğin ticari yasaklarından “bozuk terazi kullanılmayacak” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur(chi-square:4.304, p değeri=0.977).



Şekil 3. 11: İşletmenin Faaliyet Alanı İle Ahiliğin Ticari Yasaklarından “Hileli Ve Çürük Mal Satılmayacak” Arasındaki İlişki

Ki-kare Testler

	Değer	Frekans	Asymp. Sig. (2-yanlı)
Pearson ki-kare	8,448 ^a	12	,749
Olasılık oranı	8,771	12	,722
Doğrusal ilişki ile doğrusal	,241	1	,623
Geçerli durumların sayısı	122		

Şekil3. 11 de işletmenin faaliyet alanı ile ahiliğin ticari yasaklarından “hileli ve çürük mal satılmayacak” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletmenin faaliyet alanı ile ahiliğin ticari yasaklarından “hileli ve çürük mal satılmayacak” arasında ilişkinin varlığı test edilmektedir. Bu test sonucuna göre işletmenin faaliyet alanı ile ahiliğin ticari yasaklarından “hileli ve çürük mal satılmayacak” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur(chi-square:8.448, p değeri=0.749).

Tablo 3.16: İşletme Sahibinin İş Tecrübesi İle Ahiliğin Ticari Yasaklarından “Bozuk Terazi Kullanılmayacak” Arasındaki İlişki

Crosstab

		Bozuk terazi kullanılmayacak					toplam	
		kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	11,00		
İşletme Sahibi	SAYI	33	1	0	0	0	34	
	% içinde isit	97,1%	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	
	10 yıl ve altı	% içinde yasaklar5	30,8%	10,0%	0,0%	0,0%	0,0%	27,9%
	% toplamın	27,0%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	27,9%	
	SAYI	28	2	0	2	0	32	
	% içinde isit	87,5%	6,3%	0,0%	6,3%	0,0%	100,0%	
	11-49	% içinde yasaklar5	26,2%	20,0%	0,0%	66,7%	0,0%	26,2%
	% toplamın	23,0%	1,6%	0,0%	1,6%	0,0%	26,2%	
	SAYI	44	7	0	1	0	52	
	% içinde isit	84,6%	13,5%	0,0%	1,9%	0,0%	100,0%	
	20-49	% içinde yasaklar5	41,1%	70,0%	0,0%	33,3%	0,0%	42,6%
	% toplamın	36,1%	5,7%	0,0%	0,8%	0,0%	42,6%	
SAYI	2	0	1	0	1	4		
% içinde isit	50,0%	0,0%	25,0%	0,0%	25,0%	100,0%		
50 ve üzeri yıl	% içinde yasaklar5	1,9%	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%	3,3%	
% toplamın	1,6%	0,0%	0,8%	0,0%	0,8%	3,3%		
SAYI	107	10	1	3	1	122		
% içinde isit	87,7%	8,2%	0,8%	2,5%	0,8%	100,0%		
Toplam	% içinde yasaklar5	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	
% toplamın	87,7%	8,2%	0,8%	2,5%	0,8%	100,0%		

Ki-kare Testler

	Değer	Frekans	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson ki-kare	66,290 ^a	12	,000
Olasılık oranı	21,875	12	,039
Doğrusal ilişki ile doğrusal	6,564	1	,010
Geçerli durumların sayısı	122		

Tablo 3.16’ da işletme sahibinin iş tecrübesi ile ahiliğin ticari yasaklarından “bozuk terazi kullanılmayacak” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletme sahibinin iş tecrübesi ile ahiliğin ticari yasaklarından “bozuk terazi kullanılmayacak” arasında ilişkinin varlığı test edilmiştir. Bu test sonucuna göre işletme sahibinin iş tecrübesi ile ahiliğin ticari yasaklarından “bozuk terazi kullanılmayacak” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır(chi-square:66.290, p değeri=0,000).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde ekonomik kalkınma kavramının özellikle bizim gibi gelişmekte olan ülkeler için önemi her geçen gün azımsanamayacak derecede artmaktadır. Küreselleşmenin etkisiyle dünya küçülmekte ve bunun sonucu olarak ülke ekonomileri birbirlerine bağımlı hale gelmektedirler. Ekonomi, günümüzde ülkeler arasındaki siyasi uyuşmazlıklarda dahi kullanılabilen çok güçlü bir silahtır. Artık günümüzde savaşlar top ve tüfekte cephede değil ekonomik dinamikler aracılığıyla hayatın her alanında yapılmaktadır. Ülkemiz bazında düşündüğümüzde TL'nin dolar yada avro karşısında değer kaybetmesi piyasaları alt üst etmekte ve bunun sonucunda ekonomik bozukluklar ortaya çıkmaktadır. Ekonominin olumsuz etkileriyle yatırımcının piyasaya olan güveni azalmaktadır. Bu güven eksikliği beraberinde yatırımcıyı yatırım yapmaktan uzaklaştırmaktadır. Böylece ekonominin çökmesine ve dolayısıyla dış borçlanmalarla dışa bağımlı hale getirilmekteyiz.

Günümüz liberal ekonomilerinde özel sektör girişimcileri büyük önem arz etmektedir. Her hizmet/ürünün devlet eliyle yapıldığı sosyalist sistemlerin günümüz koşullarında piyasalarda tutunabilmeleri mucize gibi görünmektedir. Çünkü küreselleşmenin etkisiyle dünya küçülürken ülke ekonomileri birbirlerine bağımlı hale gelmektedir. İşte bu bağımlı hale gelen ekonomilerde istikrar, sadece esnek yapılarıyla değişen piyasa koşullarına hemen cevap verebilen KOBİ'ler aracılığıyla sağlanabilecektir. Küresel krizlerden minimum seviye de etkilenebilmenin yegâne araçları güçlü, sağlam ve istikrarlı KOBİ'lerdir.

Her KOBİ güçlüdür, sağlamdır ve istikrarlıdır demek oldukça yanlış bir varsayım olacaktır. Sadece dinamik ve değişken yapıları günümüz ekonomilerinde, çağa ayak uydurabilen KOBİ'ler güçlü, sağlam ve istikrarlıdır. Peki, çağa ayak uydurabilmek ne ile mümkündür? Bu soruya tek bir kelimeyle cevap verebilmek mümkündür. O da yaratıcılık/yenilikçilik kavramıdır.

Günümüz ekonomilerinde işletmeler istikrarı sağlayıp varlığını sürdürebilmeleri ve serbest piyasadaki rakiplerine karşı dirençli olabilmelerini ancak ve ancak rakiplerinden farklı olmayı başarmalarına borçlu olacaklardır. Bir işletme ya da KOBİ'yi farklı kılan faktör KOBİ zihninin yaratıcı olmasıdır.

Tarihimizi incelediğimizde günümüz KOBİ'leri için bir ışık kaynağı olabilecek ahilik kurumunu görmekteyiz. Ahilik her şeyden önce insanı temeline koyan devasa

muhteşem bir kurumdur. Ahiliği, anket sürecinden de gözlemlediklerimizden yola çıkarak herkes sadece bir esnaf teşkilatlanmasından ibaret bilmektedir. Aslında bilmekten ziyade duyulanlarla yetinilmektedir. Tam detaylı bilgi sahibi olan çok nadir birey gözlemledim. Oysaki ahilik bir esnaf teşkilatlanması olmasının yanı sıra birden fazla fonksiyonu yerine getirmiş çok yönlü bir sisteme sahip bir yapılanmadır. Şöyle ki; ahiliğin ekonominin yanı sıra sosyal, siyasal ve kültürel yönleri de vardır. Bu yönlerine çalışmamızın ilgili bölümlerinde yer vermiştik. Herkes tarafından sadece esnaf teşkilatlanması olarak bilinmesinde hiç kuşkusuz kusursuz işleyen ve her daim başarılı sonuçlara ulaşan esnaf sisteminin olması etkili rol oynamaktadır..

Ahiliğin temel amaçlarından biri; ilmi, çeşitli esnaf alanlarında uygulama ve toplumu bundan yararlandırma ülküsüdür.

Özellikle sanayi üretiminin artmasıyla birlikte bazı popüler kavramlar ortaya çıkmıştır. Toplam kalite yönetimi, müşteri memnuniyeti, mesleki eğitim, uzmanlaşma, standartlaşma vb. gibi güncel kavramlar ahilik sistemi içinde kurallara bağlanarak 800 yıl öncesinde kullanıldığı görülmektedir.

Ahiliğin temeli fütüvvet anlayışıdır. Bu anlayış insani ve ahlaki temellere dayanmaktadır. Abbasi halifesi Nasır 13.yüzyılda ülkesinin bozulan iç düzenini yeniden kurmak ve siyasal durumunu sağlamlaştırmak için fütüvvet teşekküllerini merkezi otoriteye bağlayarak işlevselliğini arttırmaya çalışmıştır. Bir ülkenin siyasi otoritesini sağlamlaştırmak için kullanılan bu kavram elbette ki esnaflar arasında da işbirliği ve dirliği sağlayacaktır.

Ahiliğin temel hedefleri;

- Kaliteli ve standart mal üretimi sağlamak,
- Müşteriyi yanıltıcı hareketlerden uzak durmak ve müşterilerle her daim iyi ilişkilerde bulunmak
- Yardımlaşma ve dayanışmayı sağlamak.

Böyle hedefleri olan bir sistemin temeline insanı koyması ve dolayısıyla insan içinde faaliyette bulunan bir işletmeyi muhakkak başarıya götürecektir.

Günümüzde alışverişe çıktığımızda ahiliğin ilkelerini gözlemlemek istediğimizde hiçbir kalıntıya rastlayamayız.

Ahiliğin etkin olduğu dönemlerde başarıyı elde etmesinin tek sebebi hiç kuşkusuz insan odaklı işleyişidir. Şöyle ki piyasada faaliyette bulunulduğunda her daim

insanlarla muhatap kalınacaktır. Alışverişin tarafları insanlardır. İnsan temelli bir sistemde insana aykırı davranış sergilenirse bir işletme için sonuç hüsrana olacaktır.

Bir KOBİ'nin istikrarı sağlayabilmesinin tek etkeni geçmişte de olduğu gibi günümüzde de insanı ve insani değerleri ön plana çıkarmaktır. Ahilik ilkelerini kendi politikalarına uygulayan KOBİ'ler her daim başarıyı elde edebileceklerdir.

Belli bir araştırma süreci yaşadığımız bu çalışma da başta uygulama alanımız olan Elazığ ilindeki ve daha sonra ülkemizdeki tüm KOBİ'lere önerilerde bulunabiliriz.

Önerilerimizi iki gruba ithafen sıralayabiliriz. Bu gruplar sistemin denetleyicisi ve öncüsü olacak olan devlet ve uygulama kısmında faaliyetlerde bulunacak olan KOBİ'lerdir.

- İlk olarak devletimizin şanlı tarihimizin güzide kurumlarından olan ahilik müessesesini yeniden güncel ve uygulanabilir bir şekilde faaliyete geçirmesi oldukça faydalı olacaktır.
- Devletlerin en önemli görevi olan denetim görevini kurulacak olan bu sistem üzerinde düzenli ve yaptırıma dayalı olarak gerçekleştirmesi gerekmektedir.
- Kurulacak bu yeni ama bir o kadar da eski kurumla esnaflar arasında -sektör farkı gözetilmeksizin- birlik beraberlik sağlanabilecektir.
- Devlet eliyle yapılacak olursa esnaflar arasında daha ciddiye alınacaktır ve uygulama sonucunda başarı sağlanacaktır.
- Belki de devlet açısından en önemli olabilecek önerimiz her ne kadar yasa, yönetmelik, genelge vs. çıkarılsa da bunların uygulanmaları yemin ettirilen onurlu devlet memurları aracılığıyla yapılmalıdır.
- Ahilik sistemi girişimcilik lisans veya yüksek lisans programlarında ders olarak okutulmalıdır.
- Her zaman için kendi tarihini okuyan ve ondan hareketle kendi politikalarına ışık tutan KOBİ'ler kazanacaklardır.
- Günümüzde özellikle önemi daha çok artan %100 milli ve yerli sistemimiz olan Ahiliği, her işletme sahibinin iyi bilmesi ve işletme politikalarını bu sistem üzerine kurması başarıyı yakalayıp istikrarı sağlamasında oldukça faydalı olacaktır.

- “Ben piyasada istikrarı yakalayacağım ve karlılık oranlarımı her daim arttıracam” diyen bir KOBİ sahibi ya da yöneticisinin yapması gereken ilk iş ahilik ilkelerini benimseyerek ilkeler üzerinden politikalar oluşturmaktır.
- Nasıl ki ahilikte, ahlaki ve ekonomik anlamda ağır suç işleyen ve ahilik değerlerine uymayan esnafın yargılanıp suçu kesinleşince yiğitbaşı tarafından “yolsuz” ilan edilmesiyle teşkilattan çıkarılması yani pabucunun dama atılması gibi bir yaptırım uygulanırdı, günümüzde de aynı şekilde bir uygulama yürürlüğe konulabilir.
- Bir KOBİ sahibi ya da yöneticisi her zaman fütüvvet anlayışıyla hareket etmelidir. Fütüvvet anlayışından kastımız; alçakgönüllü, cömert olan, sır tutabilen ve daha sayabileceğimiz başka insani ve ahlaki değerlerdir.
- KOBİ sahibi ya da yöneticisi çalışanlarını bir makine gibi görmemeli ve çalışanın emeğine saygı duymalıdır. Çalışanı olmazsa kendi işletmesinin varlığının da olamayacağını farkında olmalıdır.
- İşletmesinde her çalışanın görebileceği bir noktaya ahiliğin ilkelerini koymalıdır.
- Çalışanlarına ahiliğin ilkelerini ve ticari yasaklarını benimsetmeli ve bunlara uygun hareket etmeyenleri cezalandırmalıdır.
- İşletmeye gelen müşteriler, yönetici ve çalışanlardan memnun kalacak şekilde muamele görmelilerdir.
- Bunların yanı sıra aşağıda bazılarını sıralayacağımız, tezimize konu olan ahilik ilke ve uygulamaları da her bir KOBİ için oldukça önemli önerilerdir.

İşletme sahibi, yöneticisi veya her bir çalışanına;

- Gözü, gönlü ve kalbi tok olmalıdır.
- Kötü sözlerden sakınmalıdır.
- Emanete hıyanet etmemelidir
- Sözünü bilmeli ve sözünde durmalıdır.
- Helalinden kazanmaya özen göstermelidir.
- Müşterisinden fazla para almamalıdır.
- Hileli ve çürük mal üretmemelidir.

KAYNAKÇA

- Ahiliğin Görgü Kuralları, <http://anayasa.wordpress.com/2009/01/13/ahilik-gorgu-kurallari/>, erişim: 04.01.2017.
- Ahilik, Türk Dil Kurumu, www.tdk.gov.tr, erişim: 15.04.2017.
- ASLAN E. Hajrula, *Türklerde İş Ahlakı Ve Geçmişten Günümüze Ahilik*, (Beykent Üniversitesi Sos. Bil. Ens. Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2013.
- ASLANDEREN M., *Esnaf Ve Sanatkarların Ahilik Değerlerine Sahiplik Düzeylerinin Değerlendirilmesi (Kırşehir Örneği)*, (Ahi Evran Üniversitesi Sos. Bil. Ens. Yüksek Lisans Tezi, Kırşehir, 2016.
- ÇALIŞIR G. Ve BANGER G. , "Kobi'lerde Halkla İlişkilerin Önemi Ve Geliştirilmesi", İstanbul Kültür Üniversitesi, *8.Kobiler Ve Verimlilik Kongresi*, (27-28 Kasım 2012-İstanbul), İstanbul 2012, S. 233-241.
- ÇETİN S. , *Türkiye'deki KOBİ'lerin Genel Görünümü, Sorunları Ve Hibelerden Yararlanmasına Yönelik İstatistiksel Bir Analiz Çalışması: Yalova Örneği*, (Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bil. Ens. Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2015.
- DEMİR M., Ahilik, *Ahi Evran'ı Veli Ve Kırşehir'de Ahilik Kutlamaları*, (Cumhuriyet Üniversitesi Sos. Bil. Ens. Yüksek Lisans Tezi, Sivas, 2004.
- DEMİRPOLAT, A ve Akça g., ahilik ve türk sosyo-kültürel hayatına katkıları
- EKİNCİ M. Behzat, *Türkiye'de Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ) Gelişimi Ve Finansal Sorunları*, (İstanbul Üniversitesi Sos.Bil.Ens. Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 1999.
- GUNDUZ A.Yılmaz, KAYA M, Ve AYDEMİR C.,(2012), "Ahilik Teşkilatında ve Günümüzde Tüketicilerin Korunmasına Yönelik Çalışmalar Üzerine Bir Değerlendirme", *Afyon Kocatepe Üni. İibf Dergisi*, C.14, S.2, Afyon.
- GÜNAY A., *Ahilikteki Mesleki Ve Sosyal Dayanışma*, (Sakarya Üniversitesi Sos. Bil. Ens. Yüksek Lisans Tezi), Sakarya, 2003.
- HOSSEINPOUR R. , *KOBİ'lerin Yeri Ve Önemi*, (Atılım Üniversitesi Sos. Bil. Ens. Yüksek Lisans Tezi), Ankara, 2013.

- İSLAMOĞLU A. Emin, *Yenilik Yönetimi Açısından Kobilerin Modern Yönetim Tekniklerinden Yararlanma Düzeyi: Konya Organize Sanayi Bölgelerine Yönelik Bir Araştırma*, (Selçuk Üniversitesi Sos. Bil. Ens. Yüksek Lisans Tezi), Konya, 2007.
- KOBİ Tanımı, Nitelikleri ve Sınıflandırılması Hakkında Yönetmelik.
- KOSGEB Kuruluş Kanunu, Kanun No:3624, Tarih: 12.04.1990.
- KÜNYELİ Ç. , *Türkiye'de Ve Dünya'da KOBİ'lerin Yeri Ve İstihdam açısından önemi: Ülkemizde Karşılaştıkları Sorunlar*, (Beykent Üniversitesi Sos. Bil. Ens. Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2006.
- MALKOÇ E., *Ahilik Sistemi Örgütlenme Yapısının Günümüz Türkiye Esnaf Ve Sanatkarları Konfederasyonu İle Karşılaştırılması*, (Karabük Üniversitesi Sos. Bil. Ens. Yüksek Lisans Tezi), Karabük, 2016.
- ÖZERKMEN N., (2004), "Ahiliğin Toplumsal Tarihsel-Toplumsal Temelleri Ve Temel Toplumsal Fonksiyonları-Sosyolojik Yaklaşım", *Ankara Üniversitesi Dil Ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, C.2, S.44, Ankara.
- TARAKÇI A. , *KOBİ'ler İçin İşletme Sermayesinin Önemi: Risk, Likidite Ve Karlılık Üzerine Borsa İstanbul'a Kayıtlı Dokuma Sanayi Sektöründeki KOBİ'ler İle Borsa Dışı KOBİ Niteliğindeki İşletmelerin Mukayesesi*, (Okan Üniversitesi Sos. Bil. Ens. Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2016.
- TEMEL H., *Ahilik Teşkilatının Halkın Eğitimi Ve Öğretimindeki Rolü*, (Selçuk Üniversitesi Sos. Bil. Ens. Yüksek Lisans Tezi), Konya, 2007.
- TİKİCİ Mehmet ve Ali AKSOY, (2009); *Girişimcilik Ve Küçük İşletmeler*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- TÜBİTAK, Ar-Ge Başlangıç Destek Programı Uygulama Esasları.
- YILDIZ S., *Girişimcilik*, (Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sos. Bil. Ens. Yüksek Lisans Projesi), Kahramanmaraş, 2007.
- YILMAZ A., *Ahilikte Din Ve Ahlak Eğitimi*, (Dokuz Eylül Üniversitesi Sos. Bil. Ens. Yüksek Lisans Tezi), İzmir, 1995.
- YÜCEL A. Ve DURAK İ., (2010), "Ahiliğin Sosyo-Ekonomik Etkileri Ve Günümüze Yansımaları", *Süleyman Demirel Üniversitesi İibf Dergisi*, C.15, S.2, Isparta.
- ZORLU K. , MERDAN E. Ve EGE Ö., "Ahilik Kültürünün Günümüz İşletmelerinde Bilinirliği Üzerine Bir Araştırma: Gümüşhane Örneği", *ZWFT* , Cilt: 4, Sayı:3, 2012, S. 73-94.

EKLER

Ek 1. Orjinallik Raporu



SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU

ÖĞRENCİ BİLGİLERİ	
Adı-Soyadı	Oğuzhan BAŞDAŞ
Öğrenci Numarası	151218101
Enstitü Anabilim Dalı	Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi
Programı	Tezli Yüksek Lisans
Danışmanın Unvanı, Adı-Soyadı	Dr. Öğr. Üyesi Muhammet DÜŞÜKCAN
Tez Başlığı (Türkçe)	Ahilik İlke ve Uygulamalarının Günümüz Kobi'lerine Yansıması : Elazığ İli Örneği

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışmamın a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 76 sayfalık kısmına ilişkin, 23/05/2018 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orjinallik raporuna göre, tezin benzerlik oranı % 22'dir.

Uygulanan filtrelemeler:

- 1- Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç,
- 2- Kaynakça hariç
- 3- Alıntılar hariç/dâhil
- 4- 5 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Yukarıda bilgileri verilen öğrencinin doktora tezi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu tarafından belirlenen azami benzerlik oranlarını aşmadığını ve tez çalışmamın herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Dr. Öğr. Üyesi Muhammet DÜŞÜKCAN
Danışmanın Adı-Soyadı

Dr. Öğr. Üyesi Atilla YÜCEL
Anabilim Dalı Başkanı

Lisansüstü tezler, savunma öncesinde **intihal program raporu** ile birlikte enstitüye teslim edilir.

İntihal raporu ile ilgili olarak etik kurallar dâhilindeki benzerlik oranları ilgili Enstitü Yönetim Kurulu tarafından belirlenir. (Enstitü Yönetim Kurulu tarafından tezin, intihal kapsamı dışında değerlendirilmesi için TURNITIN'den alınan raporda "benzerlik oranı"nın, "alıntılar hariç" en fazla %10, "alıntılar dâhil" % 30'u geçmemesi şeklinde kabul edilmiştir).

Ek 2: Anket Formu

Değerli yönetici

Araştırma yüksek lisans tezi amacına yönelik bilimsel bir nitelik taşımaktadır. Bu araştırma, Elazığ ilindeki KOBİ'lerde ahilik teşkilatının ilke ve uygulamalarının yansımalarına yöneliktir. Lütfen ankette yer alan ifadeleri dikkatlice okuyup size uygun olan ifadeyi seçiniz. Yardımlarınız ve çalışmamıza vermiş olduğunuz katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

DANIŞMAN

Dr. Öğr. Üyesi Muhammet DÜŞÜKCAN

Fırat üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü Öğretim Üyesi

HAZIRLAYAN

Oğuzhan BAŞDAŞ

Girişimcilik Ve Yenilik Yönetimi Yüksek Lisans Öğrencisi

İŞLETME BİLGİLERİ

1. İşletmenizin hukuki durumu

limited şirketi anonim şirketi şahıs işletmesi aile işletmesi

2. İşletmenizin faaliyet alanı

tekstil gıda otomotiv ambalaj
 mobilya metal diğer.....

3. İşletmenizin eleman sayısı

9 ve altı 10-49 50-199 200ve üzeri

4. İşletme sahibinin iş tecrübesi

10 yıl ve altı 11-19 yıl 20-49 yıl 50 ve üzeri yıl

5. İşletme sahibinin eğitim düzeyi

ilkokul ortaokul lise ön lisans
 lisans lisansüstü

6. İşletme içindeki pozisyonunuz

:.....

7. İşletme kaç yıldır faaliyet göstermektedir?

:.....

AHİLİK İLKELERİ	Kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1.İyi huylu ve güzel ahlaklı olmak					
2.Gözü, gönlü ve kalbi tok olmak					
3.Ayıp ve kusurları örtmek					
4.Ayıp ve kusurları affetmek					
5.Daima iyi komşulukta bulunmak					
6.Komşunun eza ve cahilliğine sabretmek					
7.Hakka, hukuka ve hakkaniyete riayet etmek					
8.Kötü sözlerden sakınmak					
9.Kötü ve rahatsız edici hareketlerden sakınmak					
10.İç-dışı ve özü sözü bir olmak					
11.Sır tutmak					
12.Aza kanaat etmek					
13.Çoğa şükretmek					
14.Helal kazanç sahibi olmaya özen göstermek					
15.Kendi ihtiyacı varken başkalarına vermek					
16.Öfkelenince yumuşak davranmak					
17.Dünya yaşayışına bağlanmak					
18.El emeğini ve çalışmayı kutsal bir yaşama ilkesi haline getirmek					
19.Yabancıları ağırlamak					
20.Emanete hıyanet etmemek					
21.Cömert olmak					
22.Kötülerden uzak durmak					
23. Gözünü kötü şeylerden sakınmak					
24.İkiyüzlü ve yiyicilerden uzak durmak					
25.Kötülerden uzak durmak					
26.Bütün insanlara karşı sevgi ve yardım duygusu taşımak					
27.Egemen sömürücü güçlere karşı çalışan her kesimden halkın çıkarlarını korumak					
28.Sözünü bilmek sözünde durmak					
29.Dostluğa önem vermek					
30.Hiç kimseyi azarlamamak					

<i>TİCARET AHLAKINDA YASAKLANAN HUSUSLAR</i>	kesinlikle katılıyorum	katılıyorum	kararsızım	kesinlikle katılmıyorum	katılmıyorum
1.Hileli ve çürük mal satılmayacak					
2.Müşteriden fazla para alınmayacak					
3.Bir başkasının malı taklit edilmeyecek					
4.Noksan tartılmayacak					
5.Bozuk terazi kullanılmayacak					
6.Sahte ve kalitesiz mal üretilmeyecek					

ÖZGEÇMİŞ

1991 Elazığ Merkez İlçesi'nde doğdum.

İlköğrenimimi Elazığ Merkez de bulunan Vali Tevfik Gür İlköğretim okulunda, ortaöğrenimimi yine Elazığ Merkez de bulunan Hıdır Sever Lisesi'nde tamamladım. Haziran 2009 da ortaöğretim kurumundan mezun oldum.

Öğrenci seçme sınavını kazanarak Eylül 2009 da Malatya İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümü'ne kayıt yaptırđım. 2013 Haziran ayında üniversite eğitimimi fakülte 2.liğı ve bölüm 1.liğı dereceleriyle tamamladım. Şuan Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Girişimcilik ve Yenilik Yönetimi alanında tezli yüksek lisans eğitimimi sürdürmekteyim.

MEB onaylı bilgisayar işletmenliğı ile A1 ve A2 seviye İngilizce sertifikalarım bulunmaktadır.

Askerliğı Eylül 2018 tarihine kadar tecillidir.

Evliyim ve bir çocuk babasıyım.

Saygılarımla.