

**T.C.**  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İŞLETME ANABİLİM DALI**  
**İŞLETME BİLİMDALI**

**ÖRGÜT KÜLTÜRÜ VE İŞ AHLAKI TEMELİNDE**  
**AHİLİK KÜLTÜRÜNÜN GÜNÜMÜZ ÖRGÜTLERİNDE**  
**UYGULANMA DÜZEYİNİN ÖLÇÜLMESİ ÜZERİNE**  
**BİR ARAŞTIRMA**

**Havvanur BAKAN**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Danışman**  
**Prof. Dr. Adnan ÇELİK**

**Konya-2019**



T. C.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



Bilimsel Etik Sayfası

Öğrencinin	Adı Soyadı	: Havvanur Bakan
	Numarası	: 164227001002
	Anabilim Dalı	: İşletme Ana Bilim Dalı
	Bilim Dalı	: İşletme Bilim Dalı
	Danışmanı	: Prof. Dr. Adnan Çelik
	Tezin Adı	: Örgüt Kültürü Ve İş Ahlakı Temelinde Ahilik Kültürünün Günümüz Örgütlerinde Uygulanma Düzeyinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma

Bu tezin proje safhasından sonuçlanmasına kadarki bütün süreçlerde bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle riayet edildiğini, tez içindeki bütün bilgilerin etik davranış ve akademik kurallar çerçevesinde elde edilerek sunulduğunu, ayrıca tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu çalışmada başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel kurallara uygun olarak atıf yapıldığını bildiririm.

Havvanur Bakan

Öğrencinin İmzası



**T. C.**  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**  
**Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü**



**Yüksek Lisans Tezi Kabul Formu**

<b>Öğrencinin</b>	Adı Soyadı	Havvanur Bakan
	Numarası	164227001002
	Ana Bilim / Bilim Dalı	İşletme Ana Bilim Dalı / İşletme Bilim Dalı
	Programı	Tezli Yüksek Lisans <input checked="" type="checkbox"/> Doktora <input type="checkbox"/>
	Tez Danışmanı	Prof. Dr. Adnan Çelik
Tezin Adı	Örgüt Kültürü Ve İş Ahlakı Temelinde Ahilik Kültürünün Günümüz Örgütlerinde Uygulanma Düzeyinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma	

Yukarıda adı geçen öğrenci tarafından hazırlanan “Örgüt Kültürü Ve İş Ahlakı Temelinde Ahilik Kültürünün Günümüz Örgütlerinde Uygulanma Düzeyinin Ölçülmesi Üzerine Bir Araştırma” başlıklı bu çalışma 25/06/2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunarak, jürimiz tarafından yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

ÜNVANI, ADI SOYADI	DANIŞMAN/ÜYE	İMZA
PROF. DR. ADNAN ÇELİK	DANIŞMAN	
DOÇ.DR. ALİ ERBAŞI	ÜYE	
DR. ÖĞR. ÜYESİ AYDAN YÜCELER	ÜYE	

## ÖNSÖZ

Ahilik, gerek teşkilat yapısıyla, gerekse bireye verdiği ahlaki alt yapısıyla 13. yüzyıldan 19. yüzyıla kadar varlığını sürdürmeyi başarmış bir yapılanmadır. Günümüzde önemli bir ifadeyle tarif edecek olursak % 100 yerli ve milli bir kurumdur. Örgüt kültürü ve iş ahlakı temelinde ahilik kültürünün günümüz örgütlerinde uygulanma düzeyinin ölçülmesi üzerine yapılan araştırma kapsamında, günümüzdeki esnaf ve sanatkârların ahilik ilkelerine sahiplik düzeyleri belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda literatüre ve esnaf ve sanatkârların mesleki yaşamlarında, örgüt yapısı ve iş ahlakıyla ilgili ahilik ilkeleriyle, eksikliklerini gidermeye katkı sağlanmak amaçlanmıştır.

Öncelikle bu tezi yazma sürecinde benden desteğini esirgemeyerek danışmanlığımı yapan Sayın Prof. Dr. Adnan ÇELİK hocama, ayrıca Doç. Dr. Ali ERBAŞI ve Dr. Öğr. Üye. Aydan YÜCELER hocalarıma, bilgi ve tecrübelerini benimle paylaşarak tezimi tamamlamamda büyük katkısı olan Arş. Gör. Hande ULUKAPI YILMAZ hocama sonsuz teşekkür ve saygılarımı sunarım.

Ayrıca büyük fedakârlıklarla beni bugüne getiren anne ve babama, bu süreçte hep yanımda olarak maddi ve manevi desteğini esirgemeyen sevgili eşim Alper BAKAN'a, beni bu süreçte destekleyen sevgili kardeşim Saliha AĞIRBAŞ'a ve son olarak yoğun zamanlarımda ilgimi esirgediğimde sabırlı olan canım oğullarım Emir ve Alptuğ'uma sonsuz teşekkür ediyorum.

**Havvanur BAKAN**



T. C.  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



<b>Adı Soyadı</b>	HAVVANUR BAKAN
<b>Numarası</b>	164227001002
<b>Ana Bilim /</b>	İŞLETME /
<b>Bilim Dalı</b>	İŞLETME
<b>Programı</b>	TEZLİ YÜKSEK LİSANS
<b>Tez Danışmanı</b>	PROF. DR. ADNAN ÇELİK
<b>Tezin Adı</b>	ÖRGÜT KÜLTÜRÜ VE İŞ AHLAKI TEMELİNDE AHİLİK KÜLTÜRÜNÜN GÜNÜMÜZ ÖRGÜTLERİNDE UYGULANMA DÜZEYİNİN ÖLÇÜLMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

### ÖZET

Ahiliğin doğuşu, Anadolu'yu etkisi altına alan Moğol istilasına rağmen başarıyla ilerleme kaydetmiştir. Anadolu'da Selçuklular zamanında tam anlamıyla sivil toplum kuruluşu olarak görülmesi de örgüt yapısıyla köklü bir değişimin alt yapısını hazırlamıştır. İlke ve değerleriyle esnaf örgütlerine iş ahlakı ve daha birçok konuda işine gereken önemin gösterilmesi hususunda yol göstermiştir. Anadolu'da Ahi Evran öncülüğünde kurulan ahilik sistemi, belirli ilkelerle ve ahlaki değerlerle oluşturduğu örgütsel yapısını günümüze kadar taşımayı başarmıştır. Bu çalışmada Ahiliğin örgütsel yapısı ve iş ahlakı incelenerek günümüz örgütlerinde uygulanma düzeyinin üzerinde durulmuştur. Bu doğrultuda Konya Bedesten Çarşısı esnafına anket çalışması uygulanmıştır.

Araştırmanın sonucuna göre, Konya Bedesten Çarşısı esnafı öncelikli amacının müşteri memnuniyeti ve iş ahlakı olduğunu belirtmiştir. Bugünde de işini ahlakıyla yapan ve müşterisinin memnuniyetini düşünerek hareket eden esnaf maddi açıdan tam doyuma ulaşmasa da vicdani olarak kendini rahat hissetmesiyle manevi olarak doyuma ulaşmaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Ahilik, Ahilik Değerleri, Örgüt Kültürü, İş ahlakı.



T. C.  
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



<b>Adı Soyadı</b>	HAVVANUR BAKAN
<b>Numarası</b>	164227001002
<b>Ana Bilim /</b>	İŞLETME /
<b>Bilim Dalı</b>	İŞLETME
<b>Programı</b>	TEZLİ YÜKSEK LİSANS
<b>Tez Danışmanı</b>	PROF. DR. ADNAN ÇELİK
<b>Tezin Adı</b>	Based on Organizational Culture and Business Ethics A research on Measuring the Level of Akhism Application in Today's Organizations

### SUMMARY

The emergence of Akhism has progressed successfully despite the Mongolian invasion that influenced Anatolia. Even though in Anatolia in the time of Seljuks; Akhism was not seen exactly as a non-profit organization, it prepared the infrastructure of a deep-rooted change. It has guided the trade organizations with its principles and values, to give the importance to work ethics and many other subjects, The Akhism that was founded in Anatolia by Ahi Evran, has been able to successfully carry its organizational structure that was built with specific principles and morals to this day. This study examined the organizational structure and work ethics of Akhism and focused on the amount of its appliance in the modern organizations. In this direction, the tradespeople of Konya Bedesten Bazaar were surveyed.

According to the results of this study, tradespeople in Konya Bedesten Bazaar have stated that their primary goals are customer satisfaction and work ethic. Today, tradespeople who do their job ethically and act thinking the customer satisfaction are not fully satisfied in a material sense; rather they receive a spiritual fulfillment from having a clear conscious.

**Keywords:** Akhism, Akhism Values, Organizational Culture, Business Ethics.

## İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa No</u>
<b>BİLİMSEL ETİK SAYFASI</b> .....	<b>i</b>
<b>YÜKSEK LİSANS TEZİ KABUL FORMU</b> .....	<b>ii</b>
<b>ÖNSÖZ</b> .....	<b>iii</b>
<b>ÖZET</b> .....	<b>iv</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>v</b>
<b>İÇİNDEKİLER</b> .....	<b>vi</b>
<b>KISALTMALAR LİSTESİ</b> .....	<b>xii</b>
<b>TABLolar LİSTESİ</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ŞEKİLLER LİSTESİ</b> .....	<b>xv</b>
<b>GİRİŞ</b> .....	<b>1</b>

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### AHİLİĞİN TEMEL DEĞERLERİ VE İLKELERİ

1.1. Ahilik Kavramı .....	3
1.1.1 Ahiliğin Tanımı .....	4
1.1.2. Ahiliğin Kurucusu Ahi Evran ve Hayatı .....	6
1.1.3. Ahiliğin Anadolu'da Doğuşu ve Gelişimi .....	8
1.2. Ahiliğin Temel Değer Ve İlkeleri .....	11
1.2.1. Ahilik İlkeleri .....	11
1.2.2. Ahiliğin Toplumsal Temelleri .....	13
1.2.3. Ahiliğin Bozulması ve Çöküşü .....	14
1.2.4. Ahiliğin Günümüze Yansımaları .....	16

## İKİNCİ BÖLÜM

### ÖRGÜT KÜLTÜRÜ VE AHİLİĞİN ÖRGÜTSEL YAPISI

2.1. Örgüt Kültürü .....	19
2.1.1. Örgüt Kültürünün Tanımı .....	19
2.1.2. Örgüt Kültürünün Önemi.....	20
2.1.3. Örgüt Kültürünün Özellikleri .....	21
2.2. Ahi Birliklerinin Örgütsel Yapısı .....	21
2.2.1. Teşkilatlanma.....	23
2.2.1.1. Ahi Birliklerinin Yönetimi .....	25
2.2.1.2. Büyük Meclis .....	26
2.2.1.3. Esnaf Şeyhi .....	26
2.2.1.4. Yönetim Kurulu .....	28
2.2.1.5. Üyelik ve Üyelik Çeşitleri .....	29
2.2.1.5.1. Dahililer .....	29
2.2.1.5.2. Hariciler .....	30
2.2.1.6. Esnafa Hizmet Veren Diğer Üyeler .....	31
2.2.2 Orta Sandıkları .....	31
2.2.3. Seçimler .....	32
2.2.4 Denetim ve Ceza .....	33
2.2.5. Ahilikte Kadın Kuruluşu (Bacıyan-ı Rum) .....	34

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### İŞ AHLAKI VE AHI BİRLİKLERİNDE İŞ AHLAKI

3.1. İş Ahlakı .....	37
3.1.1. İş Ahlakının Tanımı .....	38
3.1.2. İş Ahlakının Önemi .....	40
3.1.3. İş Ahlakının Tarihsel Gelişimi .....	42



3.1.4. Günümüzde İş Ahlakı .....	43
3.2. Ahilikte İş Ahlakı .....	45
3.2.1. Ahiliğin İş Ahlakı İlkeleri .....	49
3.2.1.1. Ahiliğin Dolaylı İş Ahlakı İlkeleri .....	49
3.2.1.2. Ahiliğin Dolaysız İş Ahlakı İlkeleri .....	49
3.2.1.2.1. Kanaatkar Olmak .....	50
3.2.1.2.2. İddihar (Yastık-Altı Yapmamak) .....	51
3.2.1.2.3. İş Bölümü .....	51
3.2.1.2.4. Çalışma Azmi Alın Teri ve Tevekkül Anlayışı .....	52
3.2.1.2.5. Yardımlaşma .....	52
3.2.1.2.6. Usta-Çırak İlişkisi .....	53
3.2.1.2.7. Bir Sanat veya İş sahibi Olmak .....	54
3.2.2. Ahi Evran'ın Ahlak Anlayışı .....	54

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

### **ÖRGÜT KÜLTÜRÜ VE İŞ AHLAKI TEMELİNDE AHİLİK KÜLTÜRÜNÜN GÜNÜMÜZ ÖRGÜTLERİNDE UYGULANMA DÜZEYİNİN ÖLÇÜLMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

4.1. Araştırmanın Amacı .....	56
4.2. Araştırmanın Önemi .....	56
4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları .....	56
4.4. Araştırmanın Metodolojisi .....	57
4.4.1. Araştırma Hipotezlerinin Belirlenmesi .....	57
4.4.2. Anket Formunun Hazırlanması .....	59
4.4.3. Araştırma Evreni ve Örneklemi .....	59
4.4.4. Anket Formunun Uygulanması ve Değerlendirilmesi .....	62
4.5. Araştırmanın Bulguları ve Bulguların Değerlendirilmesi .....	62
4.5.1. Örneklem İlişkin Tanıtıcı Bilgiler .....	62

4.5.2. Güvenilirlik Analizi .....	68
4.5.3. Geçerlilik Analizi .....	69
4.5.4. Ahilik Ölçeğine İlişkin Normallik Testi .....	71
4.5.5. Tanımlayıcı İstatistikler .....	72
4.5.6. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Bazı Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi .....	74
4.5.6.1. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi .....	74
4.5.6.2. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi .....	75
4.5.6.3. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Eğitim Durumu Değişkenine Göre İncelenmesi .....	77
4.5.6.4. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Meslek Değişkenlere Göre İncelenmesi .....	78
4.5.6.5. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Baba Mesleği Uyumu Değişkenine Göre İncelenmesi .....	80
4.5.6.6. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Statü Değişkenine Göre İncelenmesi .....	83
4.5.6.7. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Çalışma Yılı Değişkenine Göre İncelenmesi .....	84
4.5.6.8. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Mevcut İşletmedeki Çalışma Yılı Değişkenine Göre İncelenmesi .....	84
4.5.6.9. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi .....	86
4.5.6.10. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Faaliyet Alanı Değişkenine Göre İncelenmesi .....	88
<b>SONUÇ VE ÖNERİLER .....</b>	<b>89</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>93</b>
<b>EKLER .....</b>	<b>99</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>	<b>101</b>

## TABLOLAR LİSTESİ

<b>Tablo 1.</b> Ahilik ve Günümüzde Esnaf Teşkilatlanması .....	16
<b>Tablo 2.</b> Katılımcıların Cinsiyetleri .....	63
<b>Tablo 3.</b> Katılımcıların Yaş Aralıkları .....	63
<b>Tablo 4.</b> Katılımcıların Eğitim Durumları .....	64
<b>Tablo 5.</b> Katılımcıların Meslekleri .....	64
<b>Tablo 6.</b> Katılımcıların Baba Meslekleri ile Uyumu .....	65
<b>Tablo 7.</b> Katılımcıların Statüleri .....	65
<b>Tablo 8.</b> Katılımcıların Toplam Çalışma Yılları .....	66
<b>Tablo 9.</b> Katılımcıların Buldukları İşletmedeki Çalışma Yılları .....	66
<b>Tablo 10.</b> Katılımcıların Aylık Ortalama Gelir Düzeyleri .....	67
<b>Tablo 11.</b> Araştırmaya Katılan İşletmelerin Faaliyet Alanları .....	67
<b>Tablo 12.</b> Ölçeklerin Güvenilirlik Değerleri .....	68
<b>Tablo 13.</b> Ahilik Kültürünün Günümüz Örgütlerinde Uygulanma Düzeyine İlişkin Faktör Analizi .....	70
<b>Tablo 14.</b> Normallik Testi .....	71
<b>Tablo 15.</b> Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyine İlişkin Boyutların Tanımlayıcı İstatistikleri .....	72
<b>Tablo 16.</b> Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyine İlişkin İfadelerin Tanımlayıcı İstatistikleri .....	73
<b>Tablo 17.</b> Cinsiyet Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi .....	75
<b>Tablo 18.</b> Yaş Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi .....	75
<b>Tablo 19.</b> Yaş Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarına İlişkin Sıra Değerleri .....	76
<b>Tablo 20.</b> Eğitim Durumu Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi .....	77

<b>Tablo 21.</b> Eğitim Durumu Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarına İlişkin Sıra Değerleri .....	78
<b>Tablo 22.</b> Meslek Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi .....	79
<b>Tablo 23.</b> Meslek Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarına İlişkin Sıra Değerleri .....	79
<b>Tablo 24.</b> Baba Mesleği Uyumu Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi .....	80
<b>Tablo 25.</b> Baba Mesleği Değişkenine Göre Kalite ve Çalışanlara Değer Verme Boyutuna İlişkin Sıra Değerleri .....	81
<b>Tablo 26.</b> Statü Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi .....	82
<b>Tablo 27.</b> Statü Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarına İlişkin Sıra Değerleri .....	82
<b>Tablo 28.</b> Çalışma Yılı Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi .....	83
<b>Tablo 29.</b> Çalışma Yılı Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarına İlişkin Sıra Değerleri .....	84
<b>Tablo 30.</b> Mevcut İşletmedeki Çalışma Yılı Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi .....	85
<b>Tablo 31.</b> Mevcut İşletmedeki Çalışma Yılı Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarına İlişkin Sıra Değerleri .....	85
<b>Tablo 32.</b> Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi .....	86
<b>Tablo 33.</b> Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarına İlişkin Sıra Değerleri .....	87
<b>Tablo 34.</b> Faaliyet Alanı Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi.....	88

## ŞEKİLLER LİSTESİ

<b>Şekil 1.</b> Ahi Teşkilat Şeması .....	23
---	----

## GİRİŞ

Ahilik, kelime anlamı olarak Arapça'da "kardeşim" anlamında kullanılmaktadır. Türkçe'de "akı" kelimesinden türeyerek yiğit, kahraman, eliaçık ve cömertlik gibi anlamları taşımaktadır. İslam diniyle ortaya çıkan genç sanatkâr ve zanaatkarların örgütlenmesiyle karşımıza çıkan "fütüvvet" anlayışının devamı olduğunu savunan görüşler de vardır. Türklerde esnaf birliklerinin örgütlenme biçimi olarak görülen fütüvvet anlayışı ahilik sisteminin benimsenmesine sebep olmuştur.

Ahiliğin kurucusu olarak bilinen Ahi Evran örgütlenmenin ilk hamlesi olarak Kayseri'de kurduğu deri imalathanesiyle çevredeki bütün derici zanaatkârları kapsayan o devrin en büyük sanayi sitesini kurmuştur. Daha sonra ahi birlikleri teşkilat yapısını genişleterek üye olmak isteyen bütün esnafları da bünyesinde toplayarak geniş kapsamlı bir kuruluş halini almıştır. İbn-i Battuta'nın seyahatnamesinde de bahsettiği ahiliğin örgütlenme ve yayılış biçimi teşkilatlara benzetilerek şehirlere, kasabalara, köylere ve ücra köşelere hatta dağ başlarına bile zaviyeler kurularak devam etmesi sağlanmıştır. Geçmişte de çalışıp üretmeyi hedefleyen ahilik, günümüzdeki esnaf odaları, işveren sendikaları, Türk Standartları Enstitüsü, eğitim hizmetleri veren kuruluşların temelinde yatan yapılanmadır (Malkoç, 2016: 13-14).

Ahilik 13. yüzyıldan günümüze kadar esnaf teşkilatları üzerinde ahlaki yapının gerekliliğininve önemini vurgulayan, ilkeleri ve değerleriyle esnaf örgütlerine iş ahlakının önemini benimseten bir miras olmuştur. Geçmişten günümüze yansıyan bu ideoloji temeline insanı koymuş, insanların inançları doğrultusundaki ahlaki değerleri ilke edinmiştir. Kurumsallaşmış bir sistem olan ahilik örgüt yapısına bakıldığında en üst seviyeden alt seviyeye kadar hiyerarşik bir yapı göze çarpmaktadır. Bu yapının uyması gereken ahlaki ilkeler en alt seviyedeki çırakta az iken, mertebesi yükseldikçe yani usta konumunda bulunan kişilerde artmaktadır. İş konusunda üretilen ürünlerdeki kaliteyi üretilen miktardan önde tutan ahilik sisteminde, haksız kazanç sağlamak, tüketmeden üretmek, insanların kandırılması gibi ahlaki açıdan olumsuz olan her türlü davranışın karşısında olmuştur.

Bu çalışmada örgüt kültürü ve iş ahlakı kapsamında ahilik kültürünün sahip olduğu değerler incelenmiş bugün hala bazı değerlerinin günümüze yansıdığı görülmüştür. Bu kapsamda çalışmanın birinci bölümünde ahiliğin temel değerleri ve ilkeleri başlığında ahilik kavramı, ahiliğin tanımı ve tarihçesi, ahiliğin kurucusu Ahi Evran, ahiliğin Anadolu'da doğuşu ve gelişimi, ahilik ilkeleri, ahiliğin toplumsal temelleri konularına değinilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde, örgüt kültürü ve ahiliğin örgütsel yapısı, örgüt kültürünün tanımına, ahi birliklerinin örgütsel yapısı konuları ele alınmıştır. Çalışmanın üçüncü bölümü, iş ahlakı tanımına, günümüzde iş ahlakı kavramına, ahilikte iş ahlakına, ahiliğin iş ahlakı ilkelerine, Ahi Evran'ın ahlak anlayışına ve ahiliğin günümüze yansıması konularına ilişkindir. Çalışmanın son bölümünde ise araştırmanın amacına, araştırmanın önemine, araştırmanın sınırlılıklarına, araştırmanın metodolojisine ve araştırmanın bulgularına değinilmiştir.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### AHİLİĞİN TEMEL DEĞERLERİ VE İLKELERİ

Bu bölümde ahilik kavramı, ahiliğin tanımı ve tarihçesi, ahiliğin kurucusu ahi evran, ahiliğin anadolu’da doğuşu ve gelişimi, ahiliğin temel değer ve ilkeleri, ahilik ilkeleri, ahiliğin toplumsal temelleri, ahiliğin günümüze yansımaları başlıklarına yer verilmiştir.

#### 1.1.Ahilik Kavramı

Bir kavram olarak ahilik, Anadolu’da 13. yüzyıldan itibaren İslam dünyasını kapsayarak, Abbasi halifesi Nasır Li-dinillah tarafından kurumsallaştırılan “fütüvvet” anlayışının, yerli ve milli değerlerle donanmış bir halidir. Türk esnafının hayat tarzına ve ahlaki değerlerine uygun olması sebebiyle daha çok esnaf birlikleri arasında gelişmiş olsa da esnaflar dışın farklı meslekleri de bünyesinde toplamıştır. Ahi Evran-ı Veli önderliğinde Anadolu’da daha yaygın görülen fakat Anadolu dışında Ortadoğu, Balkanlar ve hatta Kafkaslara kadar uzanan sivil bir yapılanmanın adıdır (Ekinci, 2016: 21). Türklerin ahlaki yönden kendilerini geliştirerek, sanatsal ve mesleki alanlarda yetişmelerini sağlayan ahilik, binlerce yıl varlığını sürdürmüş olan Türk medeniyetinin daha sonra kabul edilen İslam kültürüyle birleşerek uyum içerisinde kaynaşmasından ortaya çıkmış yeni bir kültür kuruluşudur (Demirpolat ve Akça, 2004:363).

Yakın zamana kadar derviş tekkeleri olarak varlığını sürdüren ahilik kurumlarının başlangıçlarının, Fütüvvetnamelere dayanan sufi nitelikli olduğu söylenebilir. Buna en iyi örnek, yakın zamana kadar Bektaşî Tekkesi olarak bilinen aslının meşhur Ahi velisi Ahi Evran’a kadar giden Kırşehir Tekkesidir Ahilik 13. yüzyılın ikinci yarısından beri geniş bir halk tabakasına hitap etmiştir. Osmanlı Devleti’nin kuruluşundan sonra siyasi bakımdan, uç sınır boylarında ve gazalarda bulunarak da askeri bakımdan önemli roller oynamıştır. Moğol baskısından sonra ise Ahilik örgütünde mesleki yapının ağırlığı ön plandadır. Kentli bir yapısı olan Fütüvvet hareketi ve Ahilik, Anadolu’nun temelini oluşturan eski kent kültürü ve özellikle halkın orta tabakasında daha çok kabul görerek benimsenmiştir (Özerkmen, 2004 :65).

Ahilik, bireyden topluma yükselişi simgeleyen bir misyona sahiptir. Diğer bir deyişle, ahilik ocaklarında yetişen bu müesseselerde olgunlaşarak pişen kişilerden oluşan topluluklar çevrelerine fayda sağlamaktadır. Ahilik teşkilat anlayışı faaliyetlerini bağımsız ve tarafsız yürüterek bu ilke ve inanç doğrultusunda hizmet vermektedir. Yönetici kesim başta olmak üzere bütün örgüt üyelerinin ahiliğin temel prensipleri olan dürüstlük, liyakat ve tarafsızlık gibi özellikleri barındırması beklenmektedir. Bu açıdan, ahilik hem sosyal ahlak yapısına sahip olduğu için hem de mistik bir yapısı olduğu için sosyal güvenlik kurumu olmaktan ziyade sivil toplum kurumu özelliği taşımaktadır (Zorlu vd. 2012: 76).

### 1.1.1.Ahiliğin Tanımı

Kelime anlamı olarak ahilik, Arapça'da kardeş, dilimizde ise eli açık, misafirperver, mert, cömert anlamlarını taşıyan "akı" sözcüğünün karşılığıdır. Ahilik Teşkilatı ise 13. yüzyılda en küçük yerleşim birimlerine kadar yayılarak eğitim, sanat ve ticarete yardımlaşmayı esas alan, düzenli ve ahlaklı milli bir toplum kurmayı amaç edinmiş sosyal bir kurumdur (Gülvahaboğlu, 1991: 51).

Ahi kelimesini inceleyen bazı dil bilimcileri kelimenin Arapça'dan Türkçe'ye geçtiği yönünde görüş bildirmişlerdir. Bu görüşe göre Ahi kelimesi Arapça'da erkek kardeş manasına gelen "ah" kelimesinin sonuna eklenen birinci tekil şahısları ifade eden sahiplik eki olan "ye" zamirinin eklenmesiyle oluşmuş bir kelimedir (Erken, 2008: 34).

Fütüvvetnamelere bakıldığında, ahiliği şöyle tanımladıkları görülmektedir; *"Ahi, vicdanını kendi üzerine gözcü koyan adamdır. Helalinden kazanan, yerine ve yeterince harcayan, ölçü tartı ehli olan, yararlı şeyler üreten ve yardım edendir. Kalbi Allah'a kapısı yetmiş iki millete açık olan; mürüvet ve merhamet üzere olup cömertliği esas alan; ahlakına ana sermaye edinip akıl yolundan yürüyen; ilim isteyen ve ilmiyle amel edip yararlı çalışmayı elden bırakmayan kişiler ahilerdendir. Fütüvvet erkanınca yiğitlik niteliklerine ulaşmış, ayrıca bir sanat öğrenmiş, Allah'ın varlığına ve birliğine inanmış, Yüce İslam Peygamberi'nin elçiliğini kabul ederek sünnetlerine uymuş, din ehilleri ile sohbet ve muhabbete yönelmiş kişiler, ahilikte ilerlemiş olanlardır"* (Anadol, 2001: 61).



İş ve meslek ahlakı ahilikte kabul edilmesi gereken kurallar çerçevesindedir. Kendinden önce başkalarının hakkını gözetmek ve düşkünleri kollamak, hak ettiği kadarıyla yetinmek, fazlasını istememek, kanaat ve tevazu sınırları içinde kalarak aza kanaat ederek “hırs” ve “tamah”dan uzaklaşmak, kendi becerisine uygun bir işle uğraşmak, sanatı illa o işin pirinden öğrenmek ve teşkilat içerisinde birlik ve beraberliğin korunması adına dayanışma içinde olmak ahiliğin mutlak uyulması gerekli olan kurallarıdır (Güllülü, 1977: 9). Dolayısıyla ahilikte bireylerin ve toplumun huzurunu maksimize ederek üreticinin yani emek gücünün ve tüketicinin arasındaki adaleti sağlamak temel esaslardandır. Ahilik, güçlünün zayıfı sömürmesine, haksız rekabete, üretmeden tüketmeye, haksız kazanç sağlamaya, ihtiyaç fazlasını tüketmeye, insanları kandırmaya kısaca, ahlak dışı her türlü davranışa karşıdır (Durak ve Yücel, 2010: 152).

Yeniliklere açık insanlar olan ahiler, meslek inceliklerini, sanatsal faaliyetleri ve genel bilgileri halka öğretmek için bütün güçleriyle çalışırlar. Bu açıdan önemli özelliklere sahip olan ahilik eğitimcilerine ışık tutmaktadır. Ahilik sisteminde işyerinde çalışan ile çalıştırılan arasında bir baba-oğul ilişkileri vardır. İşyeri aynı zamanda ahlak ve sanat eğitiminin verildiği bir okul olarak görülmektedir. Buralarda üretilen mal kusursuz ve tam olarak belli bir ihtiyacı karşılayacak şekilde üretilir. Emeğin karşılığı, hakkınca çalışanın alın teri kurumadan ödenir. İşyerlerinde işçi ve işveren dayanışma içerisindeyler. Bu uygulama emek ve sermayenin barışık olduğu bir model olmuştur (Çağatay, 1989: 93).

Ahi Teşkilatına bağlı her esnaf birliği kendi alanındaki zanaatçıları denetlerdi. Birliğe bağlı dükkân ya da atölye sayısı birliğin izniyle artırılabilirdi. Her dükkânda bir tek usta bulunurdu. Üretim belirli kurallar çerçevesine göre yapılırdı. Mallarda bir fiyat uygulanır, bozuk ya da değerinden fazlaya mal satanlar meslekten atılırdı. Geleneğe göre bir ahi kendi emeği ile geçinmeli, cömert, alçak gönüllü ve namuslu olmalı, mal-mülk hırsına kapılmamalıydı (Gündüz vd. 2012:41).

### 1.1.2. Ahiliğin Kurucusu Ahi Evran ve Hayatı

Asıl adı Mahmut olan Ahi Evran 1171 yılında, İran'ın Batısında Azerbaycan'ın Hoy kasabasında doğmuştur. Babasının adının Ahmet olmasından Hoylu Ahmet'in oğlu Mahmut anlamını taşıyan Mahmut bin Ahmet el-Hoyi denmiştir. "Dinin yardımcısı" anlamına gelen Nasiruddin lakabıyla anılmaktadır (Ceylan,2013:23).

İlk eğitimini doğum yeri olan Azerbeycan'nın Hoy kasabasında alan Ahi Evran sonra, Maveraünnehir bölgesindeki Horosan'a giderek oradaki ünlü âlimlerden olan Fahreddin Râzi' den, Kur'an-ı Kerim tefsir dersleri ve Felsefe dersleri almıştır. Daha sonra Hac görevini yerine getirmek için Horasan'dan ayrılmış bu esnada Şeyh Evhad'ud-Din Kirmanî ile tanışarak Onun müridi olmuştur. Aynı zamanda Ahi Evran şeyhi olan Evhad'ud-Din Kirmanî'nin kızı Fatma hatunla evlenerek damadı olmuştur. Abbasî Halifesi Nasır Lidinillah tarafınca Kirmanî ile beraber Anadolu'ya gönderilmiştir (Turan, 2007: 159).

Ahi Evran, Tahminen 1206 yıllarında takriben 13. yy'ın başlarında Mevlana Celaleddin ve Yunus Emre gibi önemli şahsiyetlerin izinde giderek yüzyıllarca sürecek olan bir hizmetin oluşumunu başlatmak için Anadolu'ya gelmiştir (Çalışkan ve İkiz, 2001:1)

Anadolu'da ahiliğin asıl kurucusu olarak bilinen Ahi Evran, Ahmet Yesevi'nin fikirlerini önemsemiş ve ondan ders almıştır. Anadolu'da Kayseri şehrine yerleşerek ahiliğin ilk temellerini burada açtığı debbağ dükkanı ile atmıştır. Çevre esnaflarla başlattığı örgütsel yapı ahilik anlayışının yayılmasında etkili olmuştur. Devrin Selçuklu sultanı I. Alaaddin Keykubad'ın zehirlenmesiyle siyasi entrikalara karıştığı iddiası ileri sürülerek beş yıl hapsedilmiştir (Akgündüz, 2014: 11-12)

Ahiyan-ı Rum teşkilatını kuran Ahi Evran gibi eşi Fatma Bacı'da bir diğer sivil teşkilat olan Anadolu'nun Türkleşmesi ve İslamlaşmasında önemli rol oynayan Bacıyan-ı Rum'u kurmuştur. Ahi Evran, daha sonra Konya'ya gelmiştir ve Konya ilinde büyük bir sosyal etkinliğe sahip olan Mevlana Celaleddin Rumi ile tanışmıştır. I. Alaaddin Keykubat ahi teşkilatını önemsemesi ve büyük destek sağlamasına karşın sonra tahta geçen II. Gıyaseddin Keyhüsrev'in teşkilatla arasının iyi olmadığı rivayet

edilmiştir. Konya'dan sonra Kırşehir'e yerleşerek burada daha çok esnaf ve sanatkâr kesimine hitap edecek büyük bir teşkilatlanma olan ahiliğe hizmet etmeye devam etmiştir (Erdem, 2009: 7).

Osmanlı Devletinin kurulmasında önemli rol oynayan Ahi Evran, binlerce ahi yetiştirmiş ve ahiliğin günümüze kadar uzanmasını sağlamıştır. 1329'da Kırşehir'de 93 yaşındayken ölmüştür. Doksan üç yıllık hayatında diyar diyar dolaşarak her sanat ve zanaata başvurmuştur. Nasıl ki Hacı Bektaşî Veli, köylerde Türkmenlerin başına geçip çiftçilik konusunda onlara öncülük etmişse, Ahi Evran da şehir hayatında 32 esnaf kolunu bir başa bağlayan teşkilat yapısıyla insanlara dünya ve ahiret hayatlarını kazanmayı öğretmiştir. Menkıbeler ve şecerenamerler ahi birliklerinden ve Ahi Evran'dan çokça bahsetmektedir. Bu kaynaklarda Ahi Evran keramet sahibi olan büyük bir veli olarak karşımıza çıkmaktadır. Ahmet Gülşehri Keramet-ı Ahi Evran adlı eserinde Onun bir keramet sahibi olduğundan şöyle bahseder (Ekinci, 2016: 59-60):

*“Dağı tutup yazıya sürür idi*

*Yani yürü dese yürür idi.*

*Hızır ile yürür idi her gün bile*

*Komaz idi ki kim esne gark ola*

*Ol ki sultan ile sahip sır durur*

*Deniz ile yazı ana bir durur...”*

Ahi Evran'ın ünü o kadar büyüktür ki, sonraki yüzyıllarda onun soyundan geldiği varsayılan kişiler de ahiler üzerinde uzun yıllar denetim kurmuşlardır. Tarihi bir kişilik olan Ahi Evran hakkında pek çok efsane de çıkarılmıştır (Cahen, 2012: 332).

Ahilik teşkilâtının eğitim anlayışı toplumdaki fertlerin büyük bir kısmının sanata yönlendirilmesi ve toplumun ihtiyaçlarının giderilmesi için her bir ferdin belli bir sanat dalıyla meşgul olması gerekir. Ahi Evran'ın kurduğu bu temel prensiple devlete düşen görev, bu görüşe destek vererek halkın eğitilmesine ve

yönlendirilmesine yardımcı olmaktadır. Ahi Evran'ın eserinde belirttiği eğitim ve öğretim konusundaki tüm öneriler, Ahi birliklerinde uygulanmıştır. Ahi Evran'ın teknik öğretim ve ahlaka yönelik eserleri, yıllarca Ahi birliklerinde ders kitabı olarak okutulmuştur. Ahi Evran'a ait olduğu belirlenen eserler bugün el yazması ihtiva eden kütüphanelerin bazılarında nadir bir şekilde bulunmaktadır. Eserlerine bakıldığında, dini ilimlere yer verdiği birçok eseri ortaya çıkar. Ahi Evran'ın günümüze ulaşmayı başaran bazı eserleri şunlardır (Bayram, 2016: 66-67):

- Metâliu'l-İman
- Menahic-i Seyfi
- Tabsiratu'l-Mübtedi ve Tezkiretü'l-Müntehi
- Yezdân-Şinaht
- Murşidu'l-Kifaye
- Ağaz u Encam (Vasiyyet)
- Medh-i fakr u Zemm-i Dünya
- Risale-i Arş
- Mukâtebat Beyne Sadruddin Konevî
- Letaif-i Giyasiyye
- Letaif-i Hikmet
- Tuhfetüş-Şekür
- Ulum-i Hakiki
- İlmüt-Teşrih
- Cihat-Nâme

Bu eserlerden "Menahic-i Seyfi", bir ilmihal kitabıdır.

### **1.1.3. Ahiliğin Anadolu'da Doğuşu ve Gelişimi**

Ahiliğin Anadolu'da doğuşu sırasında, Moğol saldırıları ve bu olayların etkisiyle ortaya çıkan kaos ortamında birbirleriyle sürekli çatışma halinde olan gruplar söz konusuydu. Anadolu'daki bu karmaşık ortam aslında köklü bir toplumsal değişimin de başladığının göstergesiydi (Ekinci, 2002: 15).

Ahilik, ortaçağda Anadolu'nun toplumsal ve kültürel yapısına yön vermiş bir kurumdur. Kökeni tasavvufi-ahlaki bir akım olan Fütüvvet anlayışına dayanan bu gelenek aslında Abbasi Halifesi Nâsır Lidînillah (1180-1225) dönemindeki siyasi bir otoriteye dayanmaktadır. Zamanla üretime yönelik bir içerik kazanmış olan ahilik, Osmanlı tebasında esnaf örgütlerinin iç tüzüklerini düzenleyen ve iktisadi yaşamı biçimlendirmiş olan bir teşkilat haline dönüşmüştür (Turan, 2007:151).

Doğu İslam medeniyetlerinde ki fütüvvet hareketinin aksine Türk-İslam kültürü kapsamında varlığını uzun süre sürdüren bir akımdır ahilik. Anadolu'ya iskânın başladığı dönemden bu yana Türk Milletinin sosyal yaşamında birleştirici bir kurum görevi görmüştür. Özellikle Anadolu'nun Selçuklular devrinde İslamlaşma ve Türkleşme'nin başladığı zamanlarda tam anlamıyla bir sivil toplum kuruluşu olarak görülmesi de örgütsel yapısı ve içinde barındırdığı farklı toplumsal kesimleri (ulema, kadı, esnaf, zanaatkâr gibi) içeren bir sosyal dayanışma kurumu olarak nitelendirilebilir (Demirpolat, Akça, 2004 :374).

Aslında, Ahiliği Bizans loncalarıyla bağdaştıran hatta loncaların devamı olarak görenler de olmuştur. Fakat Bizans loncalarıyla ahilik arasında önem arz eden farklılıklar mevcuttur. Loncalar sadece ticareti amaç edinmiş, sıkı devlet denetimiyle genelde sınıfsal bir toplum geleneğinden ortaya çıkan bir örgütlenme şekli iken, Ahilikte ise işin görünen kısmında ticaret amaç olsa da örgütün asıl yapısında manevi eğitimin olmazsa olmaz bir koşul olduğunu görmekteyiz. Sivil bir yapılanma olarak karşımıza çıkan model, toplumun her kesimine hizmet etmeyi amaç edinmiştir (Erdem,2009:6).

İbn-i Batuta'nın ahilerle ilgili verdiği önemli bilgilerin başında ahiler Anadolu'da (Bilad-ı Rum'da) oturan Türkmen Milleti'nin her beldesinde, vilayetinde ve köylerinde mevcut olduğu bilgisi gelmektedir. Bu ifadeden anlaşılacağı üzere İbn Batuta notlarını görüş ve kanaatlerini birleştirerek yazdırırken umumi bir değerlendirme yaparak ahiliğin Anadolu Türkleri'nin bulunduğu her yerleşim bölgesinde bulduklarına işaret etmiştir (Şeker,1993:86).

Anadolu ahilerinin en önemli amaçlarından biride Asya'nın çeşitli yerlerinden Anadolu'ya gelen soydaşlarına gerek yerleşme konusunda gerekse

ağırlayıp misafir etme konusunda yardım etmektir. Ahi topluluğunun bulunduğu herhangi bir yere başka ülkeden ya da bölgelerden bir konuk geldiğinde teşkilata üye esnaf ve üyelerden para toplanır yemek için hazırlık yapılırdı. Gelen konuk şehir, köy ya da kasabada bulunan ahi zaviyelerinde ağırlanırdı. Bu konuk evlerinde defalarca ağırlanan Anadolu ve Kırım ahileri hakkında en net ve ayrıntılı bilgi veren seyyah İbn-i Batuta seyahatnamesinde, Türklerin ne kadar misafirperver ve yardımsever olduğundan bahsetmiştir (Anadol, 2001: 67).

Anadolu'da 13. Yüzyılda yoğun olarak görülen Türkleşme ve İslamlaşma sürecinde Konya ili ve çevresinde Mevlana Celaleddin-i Rumi'nin, Kırşehir ve çevre yörelerde ise Hacı Bektaş Veli ve Ahi Evran'ın o günkü toplumun farklı kesimlerine devletin yetişemediği alanlarda gerek kültürel, sosyal, ekonomik açıdan gerekse siyasi ve askeri alanda toplumu içinden çıkılmaz durumlara düşürmemek için çalıştıkları muhakkaktır. Devletle millet kaynaşmasında önemli rol oynamışlardır (Erdem, 2009: 8).

Anadolu'nun hemen hemen her şehir, kasaba ve köylerine kadar yayılan ahi teşkilatı, Anadolu'nun vatanlaşması, Türkleşmesi ve İslamlaşması konusunda önem arz etmektedir. Anadolu içinde oluşan kültür ve medeniyetin ortaya çıkmasındaki emekleri yadsınamaz bir gerçektir. Anadolu'daki gerek mimari eserlerde gerekse bu eserlerin ve beldelerin isimlerine Türkçe isimler vererek coğrafyanın vatanlaşmasına öncülük etmişlerdir (Ceylan, 2013: 48).

Ahilik teşkilat yapısı devletin ekonomik düzeninin sarsıldığı, asayiş ve devlet otoritesinin zayıfladığı zamanda, üretici ve tüketicinin çıkarlarını düşünerek sanat ve ticaret ahlakını geliştirerek Anadolu'nun her köşesine ulaşmayı başarmıştır. Yüzyıllar boyu ilkelerini geleceğe taşıyacak olan, Ahi Evran'ın birlik ve dirlik davası meyvesini vermiş, Osmanlı İmparatorluğu'nun ve Yeniçeriliğin kurulmasında da önemli rol oynamıştır. Osmanlı sultanları ve devlet adamları bile bu örgüte girmeyi şeref olarak görmüşlerdir. Osmanlı padişahlarından Orhan Gazi ve I. Murat ve osmanlının kuruluşunda vezirlik yapan Çandarlılar birer Ahi idiler. Ahilerin mallarının kalitesini arttırmak için getirdikleri standartlar ,osmanlı kanunlarına temel

olmuştur (II. Beyazıt döneminde ki “Kanunname-i İhtisab-ı Bursa” ve Yavuz Sultan Selim Kanunnamesi gibi) (Şimşek, 2002: 22-23).

Osmanlı devletinin kurulmasıyla ahilik, Osmanlıya özgü bir hal almıştır. Türklerin Anadolu’da kök salması ve burayı yurt bellemesinde katkıları olmuştur. 17. Yüzyıla kadar yapısını koruyan bu birlik, Osmanlı Devleti’nin sınırlarını genişleterek Müslüman olmayan yurtdaşlar edinmesiyle farklı dinler arasında meydana gelen çalışma hayatı yapının adını değiştirmiştir. Din ayrımı gütmeyen eski ilkelerinden birşey kaybetmeden değişen yeni teşkilatın adına “Gedik” denilmiştir. 1860 yılına kadar bu şekilde devam eden esnaf ve sanatkârlık, Osmanlı Devrinde altın çağını yaşamıştır. Ahilik gelenekleri kendinden sonra kurulan Lonca Teşkilatını nitelik ve nicelik yönünden oldukça desteklemiştir. 18. yüzyıla kadar altın çağını yaşayan ahilik, nitekim Osmanlı’nın çöküş sürecinden etkilenecek şekilde gitgide yozlaşmıştır. Ahilik değerlerini ilke edinen Lonca sistemi atık geleneklere göre değil, iltimasa göre atamalar yapmıştır. Bu dönemde tam bir çöküş yaşanmış ve 1912 yılında Lonca sistemi tamamen kaldırılmıştır. Böylece Anadolu halkının sosyal, kültürel ve ekonomik açıdan kalkınmasını sağlayan Ahilik Teşkilatı 700 yıllık hizmetini tamamlamıştır (Gündüz, vd., 2012: 41).

## **1.2. Ahiliğin Temel Değer ve İlkeleri**

İnsanın ahlaklı olması ahiliğin temel değerleri arasında yer almaktadır. Zaviyelerde gösterilen fütüvvet esaslarının ahilerin hayatlarının bir parçası olması istenir. Ahiliğe girebilmek için müslüman olmak ve bir meslek mensubu olmak şarttır. Bir ahiden beklenen inancını hayatına geçirmesi, iş ve meslek ahlakını inandığı değerlerin oluşturmasıdır. Fütüvvet ehlinde olması gereken doğruluk, vefa, cömertlik, elinin bol sofrasının açık olması gibi değerler asırlar boyu esnafın uygulamaya çalıştığı prensiplerdendir (Ceylan, 2013: 38).

### **1.2.1. Ahilik İlkeleri**

Ahilikle mesleki ahlak ve görgü kurallarının temel ilkelerini oluşturan ilkelere bazılarını kısaca şu şekilde sıralayabiliriz (Erken, 2008: 125-126):

- İyi huylu ve güzel ahlaklı olmak,

- İşinde ve hayatında, kin, hasetlik ve gıybetten kaçınmak,
- Ahdinde, sözünde ve sevgisinde vefalı olmak
- Gözü, gönlü ve kalbi tok olmak,
- Şevkatli, merhametli, adaletli, faziletli, iffetli ve dürüst olmak,
- Ayıp ve kusurları örtmek, gizlemek ve affetmek,
- Hataları yüze vurmamak,
- Dost ve arkadaşlara tatlı sözlü, samimi, güler yüzle ve güvenilir olmak,
- Herkese iyilik yapmak, iyiliklerini istemek,
- Yapılan iyilik ve yardımı başa kakmamak,
- Hakka, hukuka, hakkaniyet riayet etmek,
- İnsanların işlerini içten, gönülden ve güler yüzle yapmak,
- Hata ve kusurları daima kendi nefsinde aramak,
- İyilerle dost olup, kötülerden uzak durmak,
- Hak için hakkı söylemek ve hakkı söylemekten korkmamak,
- Maiyetinde ve hizmetindekileri korumak ve gözetmek,
- Açıkta ve gizlide Allah'ın emir ve yasaklarına uymak,
- Kötü söz ve hareketlerden sakınmak,
- İçi, dışı, özü, sözü bir olmak,
- Kötülük ve kendini bilmezliğe iyilikle karşılık vermek,
- Müslümanlara lütufkar ve hoş sözlü olmak,
- İnanç ve ibadetlerinde ihlaslı olmak,
- Fani dünyaya ait şeylerle öğünmemek, böbürlenmemek.



### 1.2.2. Ahiliğin Toplumsal Temelleri

Türklerin mesleki, ahlaki ve sosyal alanlarda 13. yüzyıldan 19.yüzyıl sonlarına kadar gelişmesini sağlayan Ahilik, ayrıca esnaf ve sanatkârların çalışma şartlarını, gereksinimlerini, ilkelerini ve davranış biçimlerini düzenleyen sosyal bir kurum niteliği taşımaktadır. Ahilik yapısı, sosyal bir kurum niteliğinde çalışması nedeniyle sınıf ayrımının yapılmadığı, dayanışma ve sosyal barış prensibine sahip olduğu bir toplum yapısının oluşması hususunda Türk tarihinin sosyal hayatı içinde önemli bir yere sahiptir. Bu sosyal kurum vasıtasıyla topluma kazandırılan Ahilik kültürünü benimseyen kişiler, kendisiyle içinde yaşadığı toplumla iç içe, barışık, uyumlu, mesleğinde ve işinde yetenekli, sosyal kuralları ve ahlaki değerleri öğrenerek hayatına geçirmiş, karakteri sağlam, davranışlarıyla örnek, ve kişiliği sağlam bireylerdir (Tatlıoğlu, 2012: 157).

Ahi birliklerini biraraya getiren toplumsal temel yaklaşım felsefesi, birbirlerine karşı çatışmacı tavır alan toplulukları uzlaştırmak, zayıflamış aşiret bağlarının yerine yerleşik hayata uygun değerler oluşturmak, Müslüman-Türk çıkarlarını Bizans'a karşı korumak ve toplumsal huzurun devamını sağlamaktır. Ahiliğin temel gayesi Türk gelenek göreneklerini İslam inancıyla kaynaştıran bir sentezdir. Bu sentezin esas neticesi, insandan daha kıymetli bir şeyin olmamasıdır. İnsanın dünya ve ahirette içinin rahat olmasını sağlamak, zengin ile fakir, emek ile sermaye, üretici ile tüketici, devlet ile millet gibi toplumun her kesiminin arasında iyi ilişkiler kurması ahiliğin temel gayesidir (Ekinci, 2016: 353-354).

Başka bir açıdan bakılacak olursa, köklü bir toplumsal kurumun kısa bir zamanda oluşması sosyolojik olarak mümkün değildir. Bu nedenle Ahiliğin, fütüvvet anlayışıyla beslenerek uzun vadede fütüvvetle bir ilişkisinin bulunduğu görülmektedir. 13. yüzyılda yaşanan Moğol baskısı nedeniyle Anadolu'ya göç eden bir çok "alim, derviş, sanatkârlar" gibi toplumun oluşmasını ve yaşam değerlerini etkileyen faktörleri de gözardı etmemek gerekir. Ahiliğin kurucusu olarak bilinen Ahi Evran'ın Anadolu'da yaşanan bu karışık zamanlarda, mevcut kargaşayı bitirecek ahilik anlayışını doğudan gelen fütüvvet ahlakının temelleri üzerinde yeniden inşa ettiği bir gerçektir (Özerkmen, 2004: 63).

Toplumunu bir bütün olarak ele alan Ahilik sisteminde, sistemin en üstünde toplum vardır. İş dünyasını oluşturan esnaf ve sanatkârlar ise toplumun alt kısmını oluşturmaktadır. İki kısım arasında sürekli olarak karşılıklı etkileşim söz konusudur. Bu bağlamda Ahiliğin topluma yaydığı ve geliştirdiği sosyal sorumluluk ve iş ahlakıyla ilgili ilkelerin bir çoğu sadece iş dünyasını değil toplumun her kesiminden insanların uyması gereken kural çerçevesindedir (Durak ve Yücel, 2010: 160).

Buhran dönemlerinde Anadolu'daki ahiler, devletin yetmediği yerlerde devletsizliği hissettirmeyecek şekilde güç kullanımı ve idari yapılarda örgütlenme örnekleri sergilemişlerdir, devletin güçlü olduğu zamanlarda ise, fitne ve fesattan uzak durarak devlete sadakatin en güzel örneklerini göstermişlerdir. Diğer taraftan, özellikle gazilik ve fütüvvet anlayışı arasındaki ilişki göz önünde bulundurulduğunda, ahilik ve onun temel ilke ve ideallerinin kaynağı olan fütüvvet anlayışı Anadolu'nun ve Balkanlar'ın "Kolonizatör Türk Dervişleri" aracılığıyla kendine özgü İslamlaşmasında temel ve asli değerlerinden birini oluşturmuştur (Demirpolat ve Akça, 2004: 374).

### **1.2.3. Ahiliğin Bozulması ve Çöküşü**

Ahi teşkilat yapısının 17. yüzyıldan itibaren çözülmeye başladığı görülmektedir. Avrupa'nın sanayileşmesiyle büyük fabrikalarda üretilen ürünlerin küçük tezgahlarda yapılan el işliğinin yerine geçmesiyle ahi esnaf teşkilatı gittikçe sönmeye başlamıştır. Çeşitli mallarda yetersiz kalan yerli üretim ve hammaddenin batıya satılmasıyla azalan üretim köyden şehre göçleri ve meslek değişimlerini tetikledi. Osmanlı toplum yapısında iç ticarete yönelen esnaf ve sanatkârlar arasına yeni bir müteşebbis sermaye grubu katıldı. Bu davranışlar ahi birliklerinin disiplinini bozarak sermaye emek bütünlüğünü parçaladı (Anadol, 2001: 118).

Osmanlı Devletinin güçlenen merkezi yapılanması ahi teşkilatının kendi içine çekilmesine neden olmuştur. Oysa ki Osmanlı'nın kurulmasında önemli rol oynayan, kurulmasından itibaren askeri, siyasi, idari, dini ve ekonomik alanlarda büyük katkı sağlayarak kuruluş felsefesini oluşturan ahilik müessesesi, 16. yüzyılın sonlarına doğru sadece bir meslek kuruluşundan ibaret olan lonca sistemine geçmek durumunda bırakılmıştır. Ahilik gelenekleri bu çerçevede de ne kadar devam

ettirmeye çalışılsa da ahilik lonca sistemi içerisine girmesiyle dayanışmacı özelliğini yitirmiş mesleki çıkarlarını düşünen bir müessese olmaya başlamıştır (Ceylan, 2013: 73).

Ahi teşkilat yapısının yerinin lonca sistemine bırakması ahilikte sosyo-kültürel değer kaybının yaşanmasına neden olmuştur. Osmanlı'nın son zamanlarda topraklarının genişlemesiyle gayrimüslüm halka verilen imtiyaz olarak görülen "gedik" ler, ahi birliklerinin batı menşeli "lonca" laşmaya başlamasını hızlandırmıştır. Fütüvvetin esnaflık kollarında manevi cephesini, loncaların da dış cephesini oluşturduğu görülse de esnaf teşkilatının çöküşü bu iki koldan da tamamlanmıştır. Ahi teşkilatının tarihinde temel ilkelerinin yapıtaşı olan fütüvvet anlayışının manevi değerlerini kaybettiğçe iş cephesi yavaş yavaş zayıf düşmüş, 19. yüzyılın sanayileşmesiyle meydana gelen üretim seli karşısında dayanamayıp çökmüştür (Ülgener, 1981: 38).

Esnaf birliklerinin arasına katılarak ahi teşkilat yapısını içten bozan etkenlerden olan esnaflık yapma izni verilen yeniçeriler ve loncaların da karşı çıktıkları çift bozarak köyden şehre gelen köylüler ahi çözülmesinde rol almışlardır. Yeniçerilerin efeliklerinin başladığı dönemde askerliğin yanısıra ticarete de el atmışlar ahi ilke ve ahlak kurallarını hiçe sayarak zorbalıkla esnaf olanları olmuştur. Oysa ahi geleneğinde çırak, kalfa, usta terfilerinden sonra ancak yeterli mertebeye ulaşanlar müstakil bir işyeri sahibi olabilirdi. Esnaf arasına böyle giren yeniçerilerin kârlı alanlara zoraki bir şekilde hakim olma çabalarının ahi birliklerinin bozulmasında doğrudan ve dolaylı olarak tesir ettiği söylenebilir. Kârlı iş alanlarını kaybederek kaliteli çırak ve kalfalarını yeniçeri esnafına kaptıran ahi mensupları yavaş yavaş ahi geleneklerinin dışına çıkmışlardır. Standartlara bağlı kalmayarak narh fiyatlarının dışına çıkılmış, müşterilere gösterilen dürüst tavırlar segilenmeye başlanmış, hatalı ve eksik tartmalar ortaya çıkmış kısacası yapılan eleştirilere bakılınca ahilik ahlak kaidelerinin çözülmeye başlandığı görülmüştür (Günay, 2003: 46).

Ahi teşkilat yapısını olumsuz etkileyen bu sınıflar Evliya Çelebi'nin tabiriyle ahi birliklerine “*Her pabucu beş akçe kar ile satmaya razı değil bir alay bıyığı traş, gözleri sürmeli bi insaf kavim*” halini aldirmiştir. Netice itibariyle birliğin ahlaki ve iktisadi yapısı bu gelişmelerden etkilenerek olumsuz bir hal almıştır. Teşkilatın yapı taşlarını oluşturan sütunlar çökmüş, talancı, vurguncu, herkesin birbirine kazık atmaya çalıştığı bir sistem ortaya çıkmıştır. Osmanlı'nın iktisadi yapısı batının kapitalist sömürgeci sistemine karşı kendi değerleriyle yuğrulmuş olan kültürel kodlarına sahip çıkamamıştır (Ceylan, 2013: 74).

#### **1.2.4. Ahiliğin Günümüze Yansımaları**

Ahiliğin günümüz çalışma hayatına yansımasının bir çok gelenek ve görenekle karşımıza çıktığını görmekteyiz. Günümüz esnafında ahiliğe paralel olarak görülen inançve geleneklerle süregelenmiş çalışma ahlakıyla karşılaşmaktayız. Ahi sisteminde belirli malları satan ve aynı hizmeti veren esnafın birarada bulunması, günümüzde de ayakkabıcılar çarşısı, terziler işhanı, bakırcılar çarşısı, bedestenler olarak varlığını sürdürmektedir. Böylece üretici ve satıcılar birarada bulunmakta satıcılar arasında tam rekabet koşulları korunarak esnafın birbirleri arasındaki dayanışma ile eksiklerini gidermesi hala sağlanmaktadır (Durak ve Yücel, 2010: 159).

Ahilik kurumunu çağrıştırarak günümüze kadar gelen, üyelerine sosyal yardım sağlayarak sermayeden çok insanın şahsına önem verme gibi karşılıklı yardımlaşma, demokratik idare prensipleriyle bilinen kooperatifçilik, orta sandıkları adı altında ahilikte mevcut olan sistemi bünyesinde barındırmaktadır. Ahi birliklerinde dayanışmanın en güzel örneği olarak karşımıza çıkan orta sandıklarındakazancın şahsiliği ön planda olmayıp, üyelerinin kazancı tümüyle kendilerine ait değildir. Orta sandıklarda toplanan teşkilat sermayesi ile ihtiyacı olanlara yardım edilerek, tüm üyelere verilecek şekilde alet ve hammadde alınmakta, iş ihtiyacı olanlara yeni tezgahlar kurulmaktaydı. nitekim kooperatifçiliğin temellerinin atılmasında ahi birliklerinin büyük önemi olduğunu ingiliz araştırmacı John B. Higgins belirtmiştir (Öztürk, 2015: 7).

Orta sandıkları günümüzdeki sosyal güvenlik kurumlarının ve hayır kurumlarının genelinin üstlendiği görevi yapacak şekilde çalışıyordu (Ekinci, 2002: 91).

Ahi örgütlenme modeli sadece esnaf ve sanatkârlar kesimine ait bir yapı olmayıp temelini bireyi alarak esnaf ve sanatkâr topluluğunun da manevi yönden gelişmesine büyük önem vermiştir. Esnaf ve sanatkârlar arasında örgütsel bir bağ kurarak dayanışmayı sağlayan, sorunlara çözüm bulan ve devlet olgusu içinde yardımlaşmayı ilke edinerek toplumun huzur ve refah seviyesinin artmasına katkı sağlayan ahi teşkilatının günümüze yansımaları olarak görülen ve bu teşkilatın gelecek nesillere aktarılmasını üstlenen kurum Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Konfederasyonu'dur. Bu kurumun amacı da ahilikte olduğu gibi esnafın örgütlü bir biçimde hareket etmesini sağlamaktır (Malkoç, 2016: 61-62)

Günümüzde Ahilik standartlarına aykırı olan bişey de, parası olan ve birkaç formaliteyi yerine getiren kişinin sanatına bakılmaksızın işyeri açmasına izin verilmesidir. Oysa ahilikte çıraklıktan pişerek bir süre kalfalık yapmış olan usta olmuş kişiler yani artık o işin piri kabul edilenler halkın ihtiyacı doğrultusunda uygun olan yerde işyeri açabilirlerdi. Değil iş yeri sahibi olmak, çıraklığa kabul edilmede bile bir takım meziyetlere sahip olmak gerekiyordu. Bir işe çırak olarak giren kişi o meslekte sonuna kadar gidip hayatını sanatına adamaktaydı. Ahiliğin bu disiplinli iş ilkesi günümüz iş hayatında malesef pek az görülmekte aksine personelin yıl bile değil birkaç ayda iş değiştirerek hem kendine hemde işletmeye zarar verdiğini görmekteyiz (Şimşek, 2002: 189).

Tablo 1'de de gördüğümüz üzere günümüzde illerde bulunan esnaf oda başkanlıkları her ilde bir tane bulunan Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği Başkanlığına bağlıdır. Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği Başkanlığı ise Ankara'da bulunan Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu (TESK) Genel Başkanlığına bağlıdır. Ahilik Teşkilatına baktığımızda ise esnaf şeyhlikleri her yerleşim yerinde bir tane bulunan Ahibaba vekillğine bağlı olmakla beraber, Ahibaba vekili ise merkezi Kırşehir'de bulunan Ahi Evran Zaviyesi Şeyhi Ahi Baba'ya bağlıdır (Çakır ve Gümüş, 2011: 46).

Tablo 1 : Ahilik ve Günümüzde Esnaf Teşkilatlanması

<b>Ahilikte</b>	<b>Günümüzde</b>
Kırşehir’de Bulunan Ahi Evran Zaviyesi Şeyhi (Ahibaba)	Ankara’da Bulunan Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu (TESK) Genel Başkanlığı
Ahibaba Vekili	Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği Başkanı
Esnaf Şeyhi	Bakkal ve Perakendeciler Esnaf Oda Başkanı
Esnaf Şeyhi	Şoförler ve Otomobilciler Esnaf Oda Başkanı
Esnaf Şeyhi	Madeni Eşya Sanatkârları Esnaf Oda Başkanı
Esnaf Şeyhi	Berberler Esnaf Oda Başkanı
Esnaf Şeyhi	Kahveciler Esnaf Oda Başkanı
Esnaf Şeyhi	Terziler Esnaf Oda Başkanı
Esnaf Şeyhi	Umum Lokantacılar Esnaf Oda Başkanı
Esnaf Şeyhi	Seyyar Pazarcılar Esnaf Oda Başkan
Esnaf Şeyhi	İnşaat Sanatkârları Elektrikçiler Esnaf Oda Başkanı

Kaynak: Malkoç, 2016: 61.

## İKİNCİ BÖLÜM

### ÖRGÜT KÜLTÜRÜ VE AHİLİĞİN ÖRGÜTSEL YAPISI

Bu bölümde örgüt kültürü örgüt kültürü tanımı, ahi birliklerinin örgütsel yapısı, teşkilatlanma, ahi birliklerinin yönetimi, büyük meclis, esnaf şeyhi, yönetim kurulu, üyelik ve üyelik çeşitleri, dahililer, hariciler, esnafa hizmet veren diğer üyeler, orta sandıkları, seçimler, denetim ve ceza, ahilikte kadın kuruluşu (bacıyan-ı rum) konularından bahsedilmiştir.

#### 2.1. Örgüt Kültürü

Toplumsal kültüre benzeyen örgüt kültürü, örgütlerin arasındaki bağı kuvvetlendiren gizli bir güç, örgüt üyelerinin bütünleşmesini sağlayarak verimliliği en üst düzeye taşımaya hedefleyen bir yapıdır. Killmann vd.'ne göre; “Örgüt için kültür, birey için kişilik gibi, saklı ama birleştirici, anlam sağlayıcı, yön ve hareket verici bir temadır.” (Aktaran; Yağmurlu, 1997: 4).

##### 2.1.1. Örgüt Kültürünün Tanımı

Kültür, örgütleri kapsayan toplumsal çevre şartlarının en belirgin öğelerinden biridir, bu sebeple örgütlerin yaşam şartlarını ve gelişmelerini büyük ölçüde etkiler. Örgüt kültürü, örgüt gerçeğinin görülmesini sağlayan düşünsel bir yapıdır yani bir paradigmadır. Bir paradigma kişileri sınıflar, rutin süreçleri belirler, iyi ve kötü çözüm önerileri sunarak üyelerin örgüt içinde nasıl davranacaklarını bilme yeteneklerini artırır. Başka bir deyişle örgütün paradigması, kişilere ortak paylaşılan yapılar, ortak dil ve referanslar sağlayarak örgüt içindeki bir probleme çözüm getirerek benzer yaklaşımlarla yola çıkmayı sağlar. Örgüt kültürü, bir örgüte üye olan insanların davranışlarını yönlendiren kurallar, davranışlar, değerler, inançlar ve alışkanlıklar sistemidir. Başka bir ifade ile örgüt kültürü, örgüt üyelerinin düşünce ve davranışlarını şekillendiren hakim değer ve inançlardır (Güçlü, 2003 :147).

Schein örgüt kültürünü, “bir grubun dışa uyum sağlama ve iç bütünleşme sorunların çözmek için oluşturduğu ve geliştirdiği belirli düzendeki temel varsayımlar” olarak tanımlamıştır (Eren, 1998: 86).

### 2.1.2. Örgüt Kültürünün Önemi

Örgüt, faaliyetlerini seçilmiş bir topluluğun üzerinde sürdürür. Bu topluluk üyelerinin dini inanç, etnik yargılar ve belirli kavramsal çerçevede kendilerince aldıkları tavırlar vardır. Örgüt açısından bu yargıların ve kültürel değerlerin bilinmesi büyük önem taşımaktadır. Belirli bir çevrede faaliyetlerini sürdüreceği olan örgüt üyelerine o çevrenin bilgisi, yasal sorumlulukları ve teknolojik seviyesi etki edecektir. Genellikle her örgüt, hedeflerine ulaşmak için üyelerinin tam desteğini bekler ve örgütün yapmış olduğu toplantı ve faaliyetlere tam katılım sağlanmasını bekler. Bireylerin örgüte tam anlamıyla uyum sağlaması örgüt içerisindeki verimliliği artırır. Kültürel özellikleri benimseyen örgüt üyeleri örgütün beklentilerine olumlu katkı sağlar. Oluşacak örgüt kültürü, örgüt üyelerinin verimliliğini artıracak şekilde olmalıdır. Her örgüt kendi bünyesinde oluşturduğu kuralları kendi gelenek görenekleri yani kendi içinde barındırdığı kültürüyle yoğurarak hazırlamalıdır. Nitekim etkin örgütlerin arkasında yatan neden iç kültürlerine olan bağlılıkları denilebilir. Kültürün örgüt üzerindeki etkisi yadsınamaz bir gerçek olup örgüt üyelerinin davranışlarını yöneten normları değerler, inançlar, alışkanlıklar oluşturmaktadır (Köse vd., 2001: 222).

Örgüt kültürü kavramının yönetim kaynaklarına girmesinde Japon işletmeleri büyük etken olmuştur. 1960'lı Yıllarda yaşanan krizler nedeniyle büyük kayıplar yaşayan batılı örgütler kendilerine özeleştiri yaparak 1970'lerde yükselişe geçen ve 1980 yıllarında başarı konusunda zirveye ulaşan Japon örgüt yapısını irdelemişlerdir. Kendileriyle Japonlar arasındaki farkın kültür değerlerine olan bağlılık konusunda fikir birliğine varmışlardır. Japonların iş hayatına bakış açıları da bir sebeptir. Japonlar, iş yaşamını aile yaşamından farklı tutmayıp iş ortamını da ailenin bir uzantısı gibi görmektedir. İşe yeni başlayan biri o ortamı aile ortamı gibi görerek bağlanırken işveren de onu ailenin bir ferdi gibi görerek bir daha hiç oradan ayrılmayacakmış gibi davranır. Böylece bireyler birbirlerine ve bağlı oldukları örgüte yazılı sözleşmelerden ziyade göül bağı ile bağlanmaktadır. Bu da bulunduğu ortamın başarısını artırmaktadır (Ersen, 1997: 35).



Örgüt kültürü, bir parçası olan örgütün stratejisini anlamamıza yarayan açıklayıcı bir sözlük niteliği taşımaktadır. Örgüt kültürünü oluşturan öğeler şöyle sıralanmaktadır (Arslan, 2005: 137);

- Sosyal ve fiziki çevre
- Hikayeler, efsaneler, metaforlar
- Çeşitli törenler ve ritüeller şeklinde ortaya çıkan davranışlar
- Adap, erkan gibi davranış kuralları
- Kahramanlar
- Semboller ve sembolik eylemler
- Değerler, inançlar ve tutumlar
- Temel varsayımlar
- Örgüt tarihi.

### **2.1.3. Örgüt Kültürün Özellikleri**

Örgüt kültürü üzerinde çalışan farklı düşünürlerin ortak görüşlerini yansıtan örgüt kültürünün özellikleri şöyle sıralanabilir (Eren, 1998: 89);

- Örgüt kültürü sonradan kazanılan ya da öğrenilen bir iştir.
- Örgütsel kültür bir örgütü oluşturan üyeler tarafından paylaşılmalıdır
- Örgüt kültürünü belirli kuralları içeren yazılı bir anayasa gibi düşünmek yanlıştır, örgüt üyelerinin bilinç ve belleklerine işlenen inanç ve değerler bütünüdür.
- Örgüt kültürü düzenli olarak rutin bir şekilde yapılan veya ortaya çıkarılan davranış biçimidir.

## **2.2. Ahi Birliklerinin Örgütsel Yapısı**

Örgütlenme modeliyle ahilik misyonunun amacı arasında bir bağlantı söz konusudur. Dikey örgütlenme modelini benimseyen ahilikte ilişkiler bürokratiktir ve ağır işler emir komuta zinciri ile yürütülmektedir. Yatay örgütlenme modelinde ise örgüte rızai katılım söz konusu olduğundan işler daha hızlı ve kaliteli yürümektedir. Her bireyin bir değeri olan ahi örgütlenme modelindeki yatay örgütlenme, günümüzdeki “faaliyet örgütü” ve “enformasyon örgütünün” bir örneğidir. başka bir

deyişle günümüze ışık tutan bir örgütlenme yapısı olan ahi teşkilat yapısında da “uzmanlık” esas kabul edilmektedir (Özerkmen, 2004: 69).

Ahiler, Selçuklu ve Osmanlı zamanında tüm şehir ve kasabalarda tarikat sistemini kendilerine örnek alarak teşkilat yapısını buna göre oluşturmaktadır. Her meslek grubu kendi arasında örgütlenerek toplanma yeri olarak zaviyeleri kullanmaktadır. Her mesleğin kendi ustası olup her meslek kendi işini tekelinde tutmaktadır. Çıraklıktan ustalığa geçmek için uzun süre meslekte kalarak ahi teşkilatının yöneticileri önünde ciddi bir sınavdan geçmeleri gerekmektedir (Ceylan, 2013: 31).

Ahilik ilk zamanlarda çok az sayıda esnaf kolunu kapsayan bir teşkilatlanma iken zaman içerisinde Anadolu'nun her bir köşesine yayılarak her şehirde, kasabada hatta köylerde bile varlığını devam ettirmiştir. Bu vilayetlerin ahileri, her sanat dalından seçilen ahi şeyhlerinin büyük meecliste toplanmasıyla iletişimlerini sağlamaktaydı. Ahi örgütsel yapısı kendi içerisinde hiyerarşik teşkilatlanmaya sahipti. Kırşehir'de bulunan Ahi Evran zaviyesinin başındaki ahi baba, bütün sanatkârların piri kabul edilen Ahi Evran'ın halifesiydi ve dolayısıyla bütün birliklerin başıydı. Böylece ahi teşkilat yapısındaki ahi birlikleri önce yerel merkezlere karşı sorumluluk taşıırken sonrada Kırşehir Zaviyesine bağlı olan genel merkeze karşı sorumluydular (Akça, 2003 : 215).

Ahi teşkilat yapısında, örgütün yaşamında benimsediği çıraklık, kalfalık, ustalık ve şed kuşanma gibi bir çok törenden söz etmek mümkündür. Kulağa, göze, kalbe ve ruha etki ederek, eğitme, öğretme ve dinlendirme yetisine sahip bu törenler örgüt felsefesini şekillendiren etkinliklerdir. Bunlardan başka Ahi teşkilatında üç günler toplantısı (yıllık genel toplantı), ziyafet toplantısı (olağan yıllık toplantı), ve olağanüstü toplantı (memleket toplantısı) gibi çeşitli toplantılar yapılmaktaydı. Mesala yılın belli bir gününde memleketin her yerinden gelen esnaf ve sanatkârların yapılan eğlence yerine giderek şenliğe katılması geleneksel bir töre haline getirilmişti. Bu toplantı yılda bir kez düzenli olarak yapıldığından yıllık toplantı adı verilmiştir. Bu toplantılarda esnaf ve sanatkârların tümünün eğlence yerine gidip

eğlenmesi üyelerin koordinasyonu için yapıldığını söyleyebiliriz. (Erbaşı, 2012: 1326).

### 2.2.1. Teşkilatlanma

Ahilerin, teşkilat yapısı Anadolu'nun her şehrine, kasabasına hatta büyük köylerine kadar uzanıyordu. Bu yerleşim yerlerinde her sanat dalı için ayrı bir birlik oluşturulurdu hatta birlik kurmak için yeterlilik sağlamayan mesleklerde ise birbirine yakın sanat dallarında olan meslekler aynı birlikte toplanırlardı. Birliklerin arasındaki ilişkileri büyük meclis kontrol ederdi. Ülke bazında bulunan bütün esnaf birlikleri ise merkezleri kabul edilen Kırşehir'deki Ahi Evran zaviyesine bağlıydılar (Ekinci,2016: 88).

Devlet otoritesinin dışında kurulmuş olan ahi teşkilatının amacı devletin bekası ve sürekliliğinin sağlanması olduğundan sadece esnaflar değil, toplumun farklı kesimlerinden kişiler de teşkilata üye olabilmektedir. Biliminsanları hatta hükümdarları bile bünyesine katmış olan ahi teşkilatı toplumun refahı ve barışı, gelişip kalkınması için ahlaki temel kurallarının benimsenmesini her üye için şart koşmuştur (Durak ve Yücel, 2010:153).

Ahi Evran'ın devlet idarecilerine hitaben kaleme aldığı Letatif-i Hikmet adlı eserinde iktisadi hayatın bir organizasyonla teşkilatlanmaya gitmesi gerektiği fikirlerini Selçuklu sultanı tarafından da desteklenmiştir. Kitabında insanoğlunun tek başına bütün ihtiyaçlarını karşılayamayacağını, çeşitli meslek grupları oluşturularak bunlar arasında yapılacak olan iş bölümüyle insanların bütün ihtiyaçlarını giderebileceğini söylemiştir. Ancak bu sistemin yıkıcı etkilerine karşın insanlar arasında belli bir kanun olmalı ki insanların çatışması önlenmiş, bu kanunun şer'i olması gerektiğini yazmıştır (Şimşek, 2002: 32).

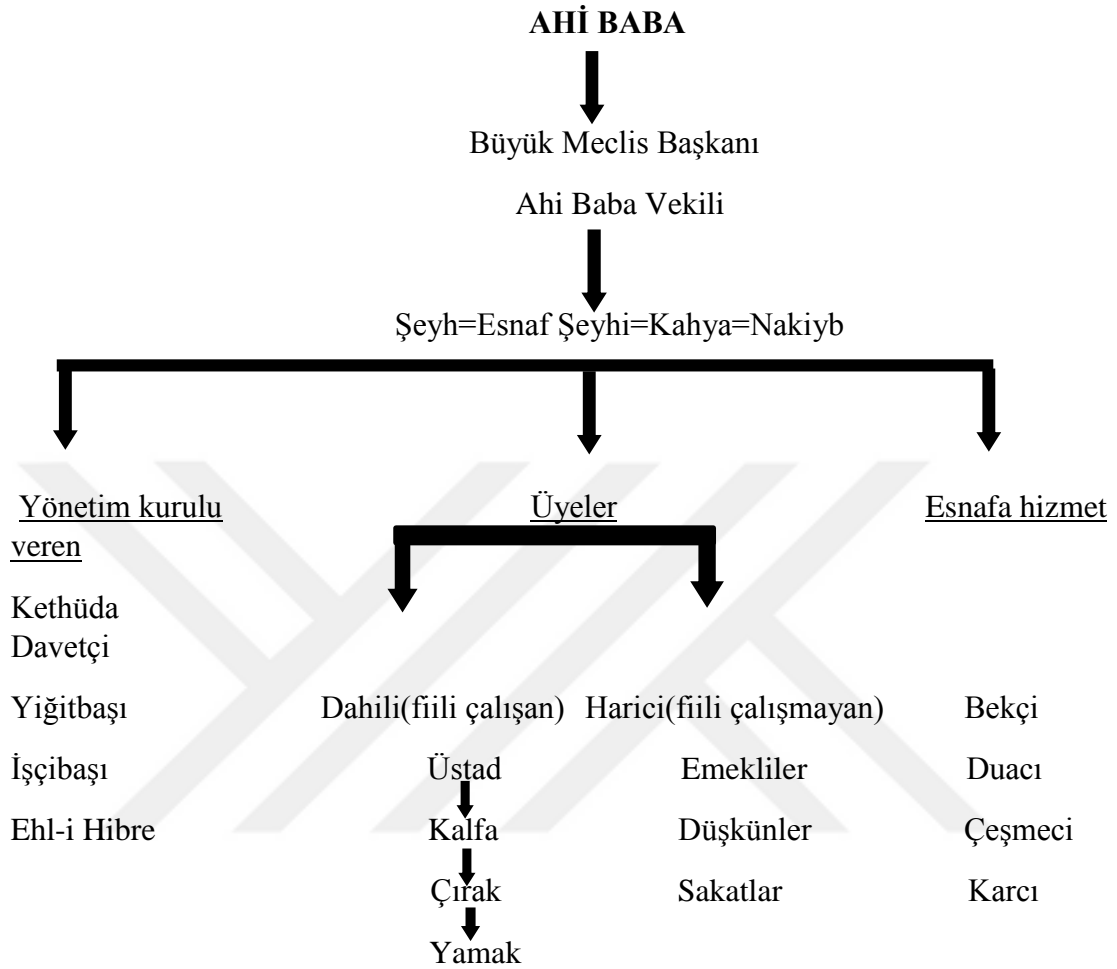
(Durkheim, 1986: 21), "Meslek Ahlakı" adlı eserinde, farklı meslek gruplarının kurulup bunların canlanmasının meslek ahlakının iktisadi alanda yayılmasına destek olacağına değinmiştir. Fertlerin ticari hayatta kendi başlarına disiplini sağlayamayacağı teşkilatlı bir topluluğa üye olmalarının mahiyetlerini değiştirmesinden bahsetmiştir.

Ahilikte bütün sanat dallarının kendi içinde olan pirlerine ve kendi ustaları olan meslek büyüklerine tam itikatla bağlanmaları istenirdi. Tarikat ahlakınca Hakk'a varmak için araya şeyh, mürid koymadan gidilemez inancı, ahilikte de pire ve ustaya tam bağlanmadan sanatta olgunluğa ermenin o kadar imkansız olacağı inancıyla paraleldi (Ülgener, 1981: 90).

Ahilik teşkilatlanmasında aynı meslek kolunda bulunan esnafın, birarada buldukları ve kendi adlarında "Bedesten", "Arasta" veya "Uzun Çarşı" denilen çarşıları bulunurdu. Bu çarşıların uygun olan yerlerinde büyük bir dükkanda birlik idare kurulunun ve başkanının çalıştığı odalar bulunurdu. Fırıncı, beber, nalbant gibi her zaman herkesin ihtiyacı olacak olan mesleklere her çarşıda dükkan açma izni verilirdi. Her esnafın kendine has bir bayrağı ve alemdarı olurdu. Genellikle bu bayrak yeşil atlas kumaştan olup üzerine kırmızı yada beyaz renkte ayetler yazardı. Bu sancağın ipekten olan kordonunun ucunda her esnafa has birde simge olurdu (Şimşek, 2002: 28). Mesela yorgancıların atlas yorgan, nalbantların simgesi gümüş nal, ayakkabıcılarınki bir çift patik, berberlerin küçük bronz leğen, gekercilerin yaldızlı geke külahı, çiftçilerinki ise bir demet başaktı (Erbaşı, 2012: 1325).

Başlangıcında tasavvufi bir hareket olarak doğan teşkilat, Selçuklu ve Osmanlı dönemlerinde siyasi, iktisadi, kültürel, dini ve sosyal birçok alanda faaliyet göstererek kendine has organize olan yapısıyla tarihe damgasını vurmuştur. Ahlaki liderlik modelinin oluşmasında ve teşkilatlanma içerisinde ehliyet-liyakat esaslarına uyarak toplumda denge kurma konusunda ahi şeyhlerinin büyük emeği vardır. Gerek toplum içerisinde gerekse esnaf teşkilatı mensupları arasında arabuluculuk görevi yaparak şekil 1.1'deki modeli ortaya atmışlardır (Ceylan, 2013: 32).

Şekil 1. Ahi Teşkilat Şeması



Kaynak: Başdaş, 2018: 6.

### 2.2.1.1. Ahi Birliklerinin Yönetimi

Ahi birliklerinin yönetim çatısını oluşturan temel ilke can ve mal birlikteliğini temsil eden dayanışma anlayışıdır. Ahi teşkilatındaki silsile en alt kademededen en üst kademeye doğru şekillenmiştir. En üstte bulunan Ahi Babalıkla, en alttaki yamaklıkla ortaya çıkan sıfatlar bir statü kavramı olmayıp yönetimdeki hiyerarşiyi göstermekteydi. Dayanışma anlayışı, ahi birliklerinin yönetiminde bir gruplaşmaya imkan vermeden birey ve toplum çıkarları doğrultusunda Türk gelenek ve göreneklerinin cömertlik, misafirperverlik ve paylaşım ve yardımlaşma gibi ilkelerini en iyi mertebeye çıkartarak İslami inançlarla şekillendirerek doğmuştur. Çalışanları ve işverenleri birbirlerinden soyutlamadan aynı çatı altında toplayan bu

teşkilat işbirlikçi bir düzen kurmayı denge esaslı bir toplum düzeni kurmuştur (Ekinci, 2016: 97-98).

### **2.2.1.2. Büyük Meclis**

Farklı meslek dallarında çalışan esnaflar arasındaki dayanışmayı ve koordinasyonu sağlayan büyük meclisin başlıca görevleri şöyledir (Ekinci, 2016: 100);

- Esnaf şeyhlerinin esnaflarla ilişkilerini takip etmek,
- Esnaf kolları yönetim kurullarının düzenli bir şekilde toplanıp toplanmadıklarını takip etmek,
- Esnaf kolları yönetim kurullarının uygulamalarını denetlemek, verdikleri cezaları inceleyerek uygun olanları onaylamak,
- Esnaf şeyhleri tarafından meclise taşınan konuları incelemek ve esnaf yönetim kolları kurullarının karara bağlayamadığı konuları karara bağlamak,
- Esnaf şeyhlerinin yıllık hesap planlarını inceleyerek usulsüzlük olanlar hakkında gerekli işlemler başlatmak, uygun olanları onaylamak,
- Görevini kötüye kullanan Esnaf şeyhlerinin görevine son vermek,
- Hükümet yetkilileri ile birlikte esnafla alakalı problemlerin çözümünü sağlamak,
- Hükümetce alınan kararların esnafların menfaatine olup olmadığını inceleyerek yetkililere istekte bulunmak,
- Ahi Baba tarafından karara bağlanması istenilen konuları karara bağlamak

### **2.2.1.3. Esnaf Şeyhi**

Teşkilatın yönetici grubunun en başında Kırşehir'deki Ahi Evran tekkesinde bulunan, Şeyh'ül Mesayih adıyla anılan Ahi Şeyhi vardı. İlk ahi şeyhliği yapan teşkilat başkanı Ahi Evran'dı. Her ilde bulunan bulunduğu ildeki tüm ahilerin başı kabul edilen ahi babalar, bulunduğu ilin adıyla anılırdı; Konya Ahi Babası gibi. Her meslek dalının kendi içinde lideri olan kişiye ahi denirdi. Ahinin yardımcısı olan

o meslek eşrafiyla ahi arasındaki bağı kuran kişiye yiğitbaşı (server) denirdi (Erbaşı, 2012: 1324).

Yönetim yeri olarak seçilen zaviyelerde, ahiler bir başkan ve beş kişilik yönetim kurulu tarafından yönetilirdi. Esnaf Şeyhi adı verilen başkanın örgüt içinde ayrı bir yeri vardı. Bütün üyeleri baba şevkatiyle koruyup kollayan bir liderdi. Sistem içinde başkana duyulan saygı ve itimat ahi birliklerinin yönetim yapısının oluşmasında temel etken olmuştur (Ceylan, 2013: 33).

Geniş yetki ve sorumluluk taşıyan esnaf şeyhlerinin başlıca görevleri şöyle sıralanmaktadır (Ekinci, 2016: 98):

- Esnafların mesleki sorunlarını halletmek.
- Orta sandığın idaresinden sorumlu olmak.
- Birliklerine ait olan taşınmazların bakım onarım gibi işlerini yaptırmak ve bunların kiraya verilmesi veya teşkilatın faydalanacağı şekilde kullanılmasını sağlamak.
- Teşkilat görevlileri olan bekçi, davetçi, çeşmeci gibi çalışanları işe almak, maaşlarını ödemek ve gerektiğinde işten çıkartmak.
- Teşkilat üyesi esnafın tutum ve davranışlarını gerek mesleki hayatta gerekse özel hayatta takip etmek.
- Usta, kalfa, çırak ve yamak törenleri organize etmek.
- Yönetim kurulu toplantılarına katılmak.
- Esnaf grupları toplantılara çağırmak.
- Temsil ettiği esnaf kolu adına büyük meclis toplantılarına katılmak.

Esnaf şeyhi, yönetim kuruluna götürdüğü esnafın sorunlarıyla ilgili kararlardan yönetim kurulu ile kendisi de sorumluydu fakat kararların uygulanmasında sorumlu kişi kendisiydi (Ekinci, 2016: 98).

#### 2.2.1.4. Yönetim Kurulu

Esnaf şeyhi ile beraber Ahi teşkilatının ana karar organı olan yönetim kurulu genellikle beş kişiden oluşurdu. Esnafın genel eğitimi ile ilgilenen kurulun birinci üyesi, Esnaf Kethüdası'dır. Esnaf Kethüdası olmadan toplantı yapılmazdı. Kurulun ikinci üyesi Esnaf Kethüdası'nın yardımcısı konumunda olan Yiğitbaşı, esnafa hammadde dağıtımı, esnafın yetiştirilmesi, esnaflar arasındaki rütbelerin tespit edilmesi, esnafın disiplinle alakalı konuları ve disiplin cezalarını uygulama, ustalar için düzenlenen peştemal kuşanma törenleri, orta sandığının idaresi gibi hususlarda görev almaktaydı.

İşçibaşı daha çok teknik konularda yetiştirilmiş, iş kolundan çıkartılan ürünlerin kontrol edilmesi, kalitesiz üretilen yada kalitesi düşük malları tespit ederek bunların imhası ve kalite standartlarının korunması ile ilgilenen idare kurulunun üçüncü üyesiydi. Ehl-i Hibre adını taşıyan yönetim kurulunun son iki üyesi idare kurulunun en çok sevilen ve sayılan kimselerden seçilirdi. Esnaflar arasında çıkan anlaşmazlıklarda yada esnafla idare arasında veya sadece idari kurulda yaşanan olumsuzluklarda adeta hakemlik yaparlardı (Gürata, 1975: 104).

Yönetim kurulu üyeleri seçimle iş başına gelmekteydi. Üyeler ahlaken düzgün, sözüne itibar edilen, sanatlarında örnek niteliğinde olan seçkin kişilerden oluşurdu. İdare heyeti her ayın birinci ve üçüncü Cuma günleri kendilerine ayrılan odada toplanırdı. Heyetin başlıca görevleri şunlardır (Erken, 1998: 61):

- Esnaflar arasında çıkan ihtilafları çözmek,
- Kahyalar meclisine sunulacak konuları görüşerek karara bağlamak,
- Esnafla ilgili konularda, üyelerin onbeş gün içinde görüp işittikleri hususları görüşmek,
- Borç isteyenlerin durumlarını istişare edip karara bağlamak,
- Ticaret ve meslek ahlakının korunmasını sağlamak,
- Ürünlerin kalitelerini kontrol ederek kalitesini yükseltmek,
- Fiyatları belirlemek,
- Üretimin düşmemesi için tedbir alarak bunları uygulamak,
- Esnafı zarara sokacak fiyat hareketliliklerini denetlemek,



- İstihsal için gereken malları temin etmek,
- Kalfaların ustalık derecesine terfisini görüşerek karara bağlamak,
- Esnafla hükümet arasındaki ilişkileri düzenlemek
- Esnaf ile ilgili tavsiyeleri mütevellî heyetine aktarmak,
- Borç para isteyenlerin maddi durumlarını tetkik için iki kişiyi görevlendirmek.

### 2.2.1.5. Üyelik ve Üyelik Çeşitleri

Ahi teşkilatına üye olmak isteyen birisi iki aşamadan geçmekteydi. Üye olmak isteyeneye “talip” kabul edecek ustaya da “matlub” denilmektedir. Çıraklığa kabul edilecek talip kişi bir çok imtihana tabi tutulurdu. Epey süre alan bu süreçte teşkilat üyelerinin çocuklarına daha çok dikkat edilerek en ufak hata dahi kabul edilmezdi (Malkoç, 2016: 16).

Esnaf teşkilatının yönetilen kısmına kayıtlı üyeler 2’ye ayrılmaktadır. Herhangi bir sebepten çalışmayacak halde olanlara hariciler, aktif olarak çalışanlara ise dahililer denilmektedir. Ahi birliklerindeki yönetilen aktif çalışan topluluk aşağıda açıklanmıştır (Erken, 1998: 70-71).

#### 2.2.1.5.1. Dahililer

**-Yamak:** Ahi birliklerine yeni katılan yamaklara, öncelikli olarak ahi zaviyelerinde dini, ahlaki ve sosyal bilimler eğitimleri verilirdi bu eğitimi alırken iş yerinde mesleki eğitimine de devam ederdi (Güllülü, 1977: 108). Mesleki eğitimin ilk basamağı olarak görülen yamaklıkta, yamak olacak kişinin velisi işe devam etmesini taahhüt eder. Ahilikte sanata başlayacak kişinin yaşının on yaşın aşağısında olmaması gerekir. İki sene para almadan devamlı çalışan yamak meslekte yeterli görülürse çıraklığa yükselirdi (Erken, 1998: 87).

**-Çırak:** Çıraklık süresi her mesleğe göre farklılık göstermekdeydi. Genellikle 1001 gün olup kuyumculuk gibi meşakkatli işlerde 20 yıla kadar uzamaktaydı. Ustasına her daim itaatkar olan çırağa, ustası da mesleğin en ince noktalarını ve iş hayatında gerekli olacak önemli bilgileri aktarma çabasında olurdu. Çırağının haklarını gözetmeyen ustaya ahi yönetimince bir daha çırak verilmezdi.

Çıraklık dönemini tamamlayan genç ustası tarafından teşkilata bildirilerek esnaf yönetim kurulunca düzenlenen merasimle kalfalığa terfi ederdi (Ekinci, 2002: 38-39).

**-Kalfa:** Bütün meslekler için hemen hemen üç yıl olan kalfalık döneminde kalfalar kendilerinden istenilen herşeyi bu dönemde icra etme yeteneğine sahiptir. Hatta usta olmadığı zamanlarda kalfalar usta yerine bakma görevini üstlenmişlerdir (Erken, 1998: 87). Kalfalık eğitiminin yanısıra kalfalar atıcılık, ata binme, kılıç kullanma gibi askeri alanda da eğitilmekteydi. Bütün eğitimlerini tamamlayarak mesleki yeterliliğe ulaşan kalfalar, kendi becerileriyle hazırladıkları bir eseri ahi vekilinin başkanlık ettiği ustalar meclisine sunarak sınava tabi tutulurdu. Sınavı başarıyla geçen kalfa ustalığa yükseltildi (Ekinci, 2002: 39).

**-Usta (Üstad) :** Ahilikte ustalık peştemal kuşanılarak olurdu. Usta olmanın başlıca kuralları arasında kalfa iken en az ün tane çırak yetiştirmekte vardı. Usta meclisine girmek için de peştemal kuşatılmış üç kalfa yetiştirmesi gerekiyordu. Ustaların kulağına usta olurlarken ahi baba tarafında ahilik yemini okunurdu. Ustaların üretecekleri mallar ve yanlarına alacakları çırak sayıları da belirli standartlara bağlanmıştır (Şimşek, 2002: 47).

Ahi teşkilatının çalışma prensibine bakıldığında, ahilerin ilerleyeceği kariyer adımı dört basamaktan oluşmaktadır. Bu basamaklarda ilerlemeleri için bazı parametreler belirlenmiştir. Bunların belli başlı olanları; aidiyet (iş ve iş yerini sevmek), kıdem, kalite, performans, davranış, müşteri odaklılık gibi unsurlardır. Teşkilat içerisinde yöneten kısım olarak görülen usta ve kalfaların, yönetilen kısım olan yamak ve çıraklara iş ve meslek incelikleri ve yaşama dair diğer hususlarda danışmanlık yaptıkları görülmektedir (Ünsür, 2017: 96).

#### **2.2.1.5.2. Hariciler**

Teşkilat üyesi fakat bir sebepten ötürü fiilen çalışamayacak konumda olan üyelere “harici” üyeler denirdi. Bunlar aşağıdaki şekilde üç gruba ayrılmışlardır (Ekinci, 2016: 93).

**-Emekliler:** Sermayesi kendilerine ait olan dükkanlarını kalfalarının idaresine bırakan, artık çalışamayacak kadar yaşlanmış ancak maddi imkanı yerinde olan ustalar bu gruba girmektedir. Bu üyeler esnaf sandığından yardım almazlardı.

**-Güçsüzler:** Gençliğinde çalışıp çabalayan ancak yaşlandığında çalışamayacak kadar güç duruma düşen, maddi olanakları da bulunmayan ustalara teşkilat sahip çıkarak bu üyelere emekli sandığından imkanlar ölçüsünde yardım yapmıştır.

**-Sakatlar ve Hastalar:** Teşkilatın “dahili” üyesi konumundayken sakatlık geçiren yada devası olmayan hastalığa yakalanmak gibi mücbir sebeble çalışamaz konuma gelen kişileri de teşkilat yalnız bırakmaz emekli sandığından yardım yapardı. Bu üyelere diğer esnaf eşrafı da yardımda bulunurdu.

#### **2.2.1.6. Esnafa Hizmet Veren Diğer Üyeler**

**-Duacı:** Ahi merasimlerinde mesleğin pirlarını anarak dua eden, gülbenk çeken, boş zamanlarda esnafa gelenek ve görenekler hakkında bilgiler vererek onları terbiye eden kişilerdir.

**-Bekçi:** Her esnaf grubunun bir bekçisi olurdu. Bunlar çarşının temizliği ve güvenliğinden sorumlu kişilerdi. Her akşam dükkanları kontrol eder açık kalanları sahiplerine haber verir, geceleri çarşığı beklerlerdi.

**-Davetçi:** Mütevelli odasından sorumlu olan, buranın temizliği, açılıp kapatılması, gereken zamanlarda gerekli kişileri buraya çağırarak, dükkanların kapanma saatlerini ve namaz vakitlerini bildiren kişilerdir.

**-Çeşmeci ve Karcı:** Esnafın yaz aylarında kar ve su ihtiyacını karşılar, suyolları ve çeşmelerin bakım çalışmalarını yapan kişilerdir.

#### **2.2.2. Orta Sandıkları**

Her esnaf zümresinin kendi aralarında yardımlaşma ve dayanışmaları artırmak adına bir sandık oluşturduğu görülmektedir. Sandık, sorumlusu olan mütevelli ya da sandık vakfı yöneticisi tarafından faaliyetlerini yürütür. Sandık

yönetiminden sorumlu olan mütevellî sandığın gelirleri ve giderlerini idare heyetine bildirir (Erken, 1998: 68).

Sandığın belli başlı gelirleri; Vakıf paraları, kira gelirleri, vasiyetle kalan paralar, hibeler, duhuliyeler ve bağışlardan oluşmaktadır. Giderleri ise; Onarım giderleri, vergiler, yoksul esnaflara yapılan yardımlar, bilginlere ve fakir din adamlarına yapılan yardımlar, görevlilerin maaşları, yazları halka sunulan sebîl ve benzeri giderler (Çağatay, 1989: 93).

Orta sandıklarında ahi birliklerinin hazinesi niteliğinde olan altı kese bulunmaktaydı bunlar (Gürata, 1975: 108):

- Orta sandığına ait her türlü yazışma evrağının bulunduğu atlas kese.
- Esnaflara ait olan mülklerin tapularının ve senetlerin olduğu yeşil kese.
- Nakit paraların bulunduğu örme kese.
- Geçmiş senelere ait olan hesap hûlasaları ve her türlü gider kalemlerine ait vesika ve senetlerin olduğu ak keseler.
- Nemaya işlemeye verilen paraların senetlerinin bulunduğu kırmızı kese,
- Vadesi geçen tahsilatı yapılamamış olan senetler ve bunlarla alakalı evrakların bulunduğu kara keseler.

### **2.2.3. Seçimler**

Ahi teşkilatının yönetim kademesinde görev alacaklar seçimle göreve gelirlerdi. Seçime katılacak olanların vasıfları belliydi ve bu vasıfların dışına çıkılmazdı. İdari işler belirli grupların tekeline bırakılmayıp şartları yerine getiren her meslek kolundan esnaf katılabilirdi. Yalnız esnaf kolu seçimlerinde kendi mesleğinden olan ustaların seçme hakkı vardı. Esnaf şeyhi ile yönetim kurulu üyelerini seçmek için ayrı ayrı oy kullanılırdı. Yürütmenin bütün mesuliyetinin esnaf şeyhine verilmesi bugünkü başkanlık sistemini andıran bir yapının olduğu görülmektedir. Esnaf şeyhi olmak isteyen adaylarda aranan özellikler şöyle sıralanabilir (Ekinci, 2016: 102-103):

- O meslek kolunda usta olarak aktif çalışmak,
- Meslek hayatında en az üç ustayı yetiştirmek,
- Herhangi bir mahkumiyet yaşamamak iyi hali bulunmak.

Esnaf şeyhi seçiminden sonra yönetim kurulu seçimi yapılırdı. Seçilen yönetim kurulu üyeleri gizliden esnaf şeyhine bildirilir, esnaf şeyhi o üyelerle çalışmayı kabul ederse seçim sonuçlanır ve ahi baba vekiline bildirilirdi. Aksi durumda esnaf şeyhi ahi baba vekilinin huzuruna çıkar yönetim kurulundaki üyelerin hepsi ile mi yoksa bir iki üyeyle mi çalışmak istemediğini söyler, cevabına göre eğer bütün üyelerle çalışmak istemezse her iki seçimde yinelenirdi. Esnaf Şeyhinin veto yetkisi vardı. Seçilecek yönetim kurulu üyelerinde aranan şartlar şöyledir;

- En az beş yıllık ustalık görevini yapmış olmak,
- Herhangi bir mahkumiyet yaşamamak iyi hali bulunmak.

#### **2.2.4. Denetim ve Ceza**

Ahilik kaidelerine intisab eden bir kişi meslek ahlakına aykırı bir tavır sergilediğinde yiğitbaşı tarafından tedrici olarak cezalandırılırdı (Akgündüz, 2014: 16). Bir esnaf kendi meslekdaşından şikayetçi ise durumu kendi yiğitbaşına, esnaf olmayan biri bir esnaftan şikayetçi ise esnafın yiğitbaşına, iki farklı meslek kolundan esnaflar arasında bir anlaşmazlık varsa debbağ olanın yiğitbaşına ikisi de debbağ değil ise dava debbağların yiğitbaşına götürülürdü. Bu debbağların pirinin Ahi Evran olmasının bir ayrıcalığıydı. Basit davalarda ve yapılan denetim gezilerinde yiğitbaşılar cezayı hemen orada kesme yetkisine sahipti. Teşkilatın idarecilerinin denetimi büyük meclis tarafından yapılmakta idi.

Ahilikte, esnafların ahlaki ve diğer kurallara riayet etmesi için uygulanan cezalar bir araç olarak görülmüştür. Ağır suçlar dışında kalan olaylarda aşığlayıcı cezalardan ziyade barış sağlayıcı ve eğitici cezalara yer verilmiştir. Hafif cezalar arasında davalıya kahve veya çay ismarlatarak ikram yapmaya zorlatma, özur diletme, dükkan kapatma, suçluya hammadde vermeme, selamlaşmama, kurban kesme, yardım etmeme (umumi boykot) gibi cezalar vardı (Ekinci, 2016: 105-16).

Suçun ağırlığına ve türüne göre cezalar yiğitbaşı dışında esnaf heyeti olan yönetim kurulunca yada büyük kurluca da verilirdi. Az da olsa bazı suçlar sadrazama kadar intikal ederdi. Ağır olan suçlarda suçun türüne göre şu cezalar verilirdi (Erken, 1998: 72):

- Meslekten geçici olarak ihraç edilmesi,
- Yaptığı sanattan tamamen uzaklaştırılmak,
- Para cezası,
- Dayak cezası,
- Medeni münasebetin kesilmesi,
- Uyarı ve nasihat,
- Hapis cezası,
- Malların müsadere edilmesi.

Ahi birliklerince esnafa belli standartlar ve narh sistemi getirilmiş, bu esnaflar gözlemler doğrultusunda bu kurallara uymazlarsa etrafa ibret, kendilerinede ders olması için suçlarına göre cezaya çarptırılırdı. Bu tür cezalara çarptırılanlar halk arasında “yolsuz” tabiriyle anılırlardı (Şimşek: 2002: 81).

#### **2.2.5. Ahilikte Kadın Kuruluşu (Bacıyan-ı Rum)**

Anadolu Bacıları örgütsel yapısı Selçuklu zamanında kadınların örgütlenme biçimi olarak karşımıza çıkmıştır. Bacıyan-ı Rum kız kardeş manasına gelen bacı kelimesi ile Anadolu manalı Rum kelimelerinin birleşmesiyle oluşmuştur. İlim, sanat, eğitim ve ahlak gibi birçok alanda bugünlere ışık tutan ahilik teşkilatı kadınlarıda sosyal ve ekonomik hayata kazandırmıştır. Tarihte yer alan ilk kadın teşkilatının temellerini atan, Ahi Evran'ın eşi Fatma Bacı'dır (Günay, 2003: 72).

Bacı teşkilatı da Ahilikle birlikte başlangıçta Kayseri, Konya, Kırşehir, Ankara, Larende gibi büyük yerleşim yerlerinde kurulmuştur. Anadolu'nun Moğol istilasına uğramasından sonra Moğol iktidarına direnişte bulunan Ahi ve Türkmenlere büyük katliamlar yapılmış Anadolu'daki ahiler ve bacılar büyük takibata maruz kalarak iş yerleri ve malları ellerinden alınmıştır. Bu sebeble Ahi ve

Bacı teşkilatlanmaları daha uç bölgelere ya da Moğol baskısından uzak ücra yerlere kaymıştır. Bu siyasi gelişmeler Türk el sanatlarının da (halı, kilim dokumacılığı gibi) Ahilik ve Bacı yapılanmasıyla birlikte şehirlerden köylere yayılmasını sağlamıştır (Bayram, 2016: 37).

Ahi Evran'ın Kayseri'de kurduğu deri imalathanesinde derilerden artakalan yünleri değerlendirmek için toplanan kadın birlikleri daha sonra ahilerin aldıkları eğitimleri alarak kendilerini geliştirmiş başka sanatlara yönelmişlerdir. El sanatları, keçecilik, nakışçılık, örgücülük, oyacılık, kilimcilik, çadırcılık ve giyisi dikimi gibi bir çok kolda ekonomiye katkı sağlamışlardır (Ceylan, 2013: 37).

Bacıyan-ı Rum üyelerinin yaptıkları iş derileri değerlendirmekle başlayan basit bir iş olmayıp ciddi ve sistematik bir faaliyettir. Ahilik sistemi içindeki kuralları aynen uygulayan bacılar ürünleri sıkı denetimden geçirmektedir (Karatop, 2012: 887).

Ahilerin kadın kolları olarak bilinen Bacıyan-ı Rum birliği yetim, kimsesi olmayan kadınlara sahip çıkmış, onların eğitimleri başta olmak üzere her türlü ihtiyaçlarını karşılamıştır. İhtiyar, dul ve evlenecek genç kızların maddi manevi sıkıntılarında destek olarak onlara sosyal hizmet vermiştir. Ahi zaviyelerinde de hizmet veren bacılar gerek misafir sunumlarında, gerekse askeri elbiselerin dikimi ve onarımı konusunda askerlere destek sağlamışlardır. Ahi kadınlar, “işine, aşına, eşine sahip çık” ilkesiyle hareket etmiş, işlerine sahip çıkarak her daim becerikli ve hamarat olmuşlar, aşlarına sahip çıkarak israftan kaçınmışlar, eşlerine sahip çıkarak onları evlerine bağlayacak hünere sahip olmuşlardır (Malkoç, 2016: 23).

Kadınlar arasındaki birliğin, dayanışmanın, kadın kooperatifçiliğin ilk örneği olarak karşımıza çıkan bu kadın hareketi kadınların ekonomik özgürlüklerine ulaşmasında tarihte bir dönüm noktası olmuştur. Kadınları mesleki alanda eğiterek dünyada ki kadın örgütlerinin temelini oluşturmuştur. Anadolu Bacıları örgütlenme modelinin topluma katkıları ve özellikleri şöyle özetlenebilir (Öztürk ve Akgöz, 2012: 838-841):

- Askeri bir teşkilatlanma modeline sahiptir.
- Dinsel yönünden çok ekonomik yönü ağır basar.

- Sosyal ve toplumsal dayanışmayı hedefler.
- Yardıma muhtaç kadınların barınma ihtiyacını karşılar
- Genç kızları evlendirerek aile kurumunu güçlendirir
- Esnaf örgütlenme yapısı vardır.
- El sanatları ve dokumacılık sektörünün öncülerindedir.
- İlk kadın kooperatif hareketidir.
- İlk sosyal dayanışma hareketi örneklerindedir.
- Demokratik konsey ve şura geleneğini benimserler.

Selçukluların son zamanlarında Osmanlı'nın ilk zamanlarında Anadolu'da yaygın görülen ahi örgüt yapısı devleti her zaman desteklemiştir. Osmanlı Devleti'nin ilk zamanlarında devlet yeni fetihler yaparak yurt savunmasını sağlamaya çalışırken hem topraklarının güvenliğini sağlamayı hem de sosyal, ekonomik ve eğitim alanlarında altyapı kurmada zorlanmıştır. Bu aşamada iyi örgütlenmiş sivil toplum kuruluşlarına büyük ihtiyaç duyulmuştur. Devletle koordineli bir şekilde görev üstlenen, kargaşayı giderip imparatorluğun kurulmasında önemli rol üstlenen sivil toplum kuruluşları şunlardır (Erdem, 2009: 25):

- Gaziyan-i Rum (Anadolu Gazileri),
- Abdalan-i Rum (Anadolu Ermişleri),
- Bacıyan-i Rum (Anadolu Kadınları),
- Ahiyan-i Rum ( Anadolu Kardeşleri yada Ahileri).



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### İŞ AHLAKI VE AHI BİRLİKLERİNDE İŞ AHLAKI

Bu bölümde, iş ahlakı, iş ahlakının tanımı, iş ahlakının önemi, iş ahlakının tarihi gelişimi, günümüzde iş ahlakı, ahilikte iş ahlakı, ahiliğin iş ahlakı ilkeleri, ahiliğin dolaylı iş ahlakı ilkeleri, ahiliğin dolaysız iş ahlakı ilkeleri, kanaatkar olmak, iddihar (yastık-altı yapmamak), iş bölümü, çalışma azmi alın teri ve tevekkül anlayışı, yardımlaşma, usta-çırak ilişkisi, bir sanat veya iş sahibi olmak, ahi evran'ın ahlak anlayışı başlıklarına değinilmiştir.

#### 3.1. İş Ahlakı

İnsan, önce insan olmanın kıstaslarını yerine getirmek durumundadır. Bunun için öncelikle genel ahlak kurallarını icra etmesi önemli bir husustur. İnsanoğlu ilk önce insan olmakla bir işe ve mesleğe sahip konumdadır. Yani insanın en önemli uğraşı, mesleği insan olmaktan geçmelidir. Ahlak, bize ilk önce insan olmayı daha sonra da insanca yaşamayı öğretir. Bunun için ahlak kavramına “insana, insanlık mesleğini öğreten ilimdir” denmektedir. Her iş, toplum içinde topluma faydalı görevleri icra etmek için vardır. Sağlıklı toplum bireylerinin bu işlerde yapması yada yapmaması gereken kurallar zinciri temel ahlaki kurallara dayanmaktadır. İş ahlakı da bu kurallar zincirinin genel ahlak kısmının özel alt dalı olarak karşımıza çıkmaktadır. Hiçbir zaman da genel ahlakın dışında sadece iş hayatında uygulanan ahlaki uygulamalar silsilesi olmamıştır. Tersine bir ifadeyle genel ahlaki değerlerin iş yaşamına taşınması ve uygulanmasıdır (Erdem, 2016: 339-340).

Ahlak, ilk olarak topluma karşı mecburi olarak yapmakla mükellef olduğumuz bir harekettir. Ahlakın disiplin ruhuyla bezenerek hayatımıza girmesi içimizdeki vazife duygusunu tetikleyecektir. İkincisi ise insanın içinden gelerek onu gerçekleştirmeyi isteme arzusudur. Yani ahlak önce kaide olarak sonra da gaye olarak karşımıza çıkar. (Durkheim, 1986: 27) göre bunların birincisi vazife duygusunu, ikinciside iyilik arzusunu ifade etmektedir. Ahlak, başka bir deyişle,

koşullardan bağımsız olan, “doğru” ya da “yanlış” olarak bilinen davranışları kapsamaktadır (Lovett 2005:167).

### 3.1.1. İş Ahlakının Tanımı

İş ahlakı, iş yaşamında var olan bütün doğru ve yanlış davranışları ele alan bir kavramdır. İş ahlakı karşılıklı yapılan mübadelelerde dürüst olmayı, saygılı olmayı, sözünde durmayı, hakça davranmayı ve yapılan haksızlıklara karşı gelmeyi kapsar (Mc.Hugh, 1992: 11-12). İnsanlar arasındaki barış ve düzeni sağlamak tamamen maddi olanakların işi olmayıp ahlakın getirdiği bir iştir (Durkheim, 1986: 19).

İş hayatında karşılaşılan tüm ahlaki sorunları inceleyen iş ahlakı, uygulamaya dayanan bir ahlak bilgisidir. Bu sorunlar çalışanlar arasında, işverenle çalışan arasında, işletmeler arasında yada çalışanlarla müşteriler arasında olabilecek çevresel faktörler olabilir. İş ahlakı iş yerinde kibar ve nazik davranmaktan ibaret olmayıp genel ahlak kurallarını iş yerinde de benimsemek esasına dayanır. İş ahlakıyla ilgili karşımıza çıkan bir önyargı, iş ahlakıyla ilgili iş dünyasında uygulanan farklı ahlak kurallarının olması inancıdır. Örnek olarak bir spor hekimliği mesleği nasıl ki hekimlik mesleğinden ayrılamazsa, iş ve meslek ahlakı da ahlak felsefesinin bir paçası olup bundan ayrı düşünülemez (Arslan, 2005: 4).

İşletmelerde ortaya çıkabilecek ahlaki sorunların neler olabileceği ise şöyle sıralanmaktadır (Tierney,1997: 20):

- Mal satın aldığımız şirketlerden birinin, pahalı hafta sonu tatili hediyesini kabul edip etmeyeceğiniz.
- Araştırma sonuçlarını müşterilerinize iletirken, gerçekleri mi yoksa duymak istediklerini mi söyleyeceğiniz.
- Müşterinizin gerçekten ihtiyacı olan bir ürünü mü yoksa size daha fazla komisyon getirecek olanı mı satacağımız.
- Hedeflere ulaşılmış olduğunu göstermek amacıyla, yıl sonu rakamları üzerinde oynayıp oynamayacağımız.

- Elemanlarınızdan belirli bazı bilgileri saklamalarını isteyip istemeyeceğiniz.

Tierney, yukarıda belirtilen sorunlara ek olarak “aşağıdakilerden herhangi biri sizin başınıza gelseydi ne yapardınız?” sorusuna cevap aramaktadır:

- Ürünlerinizden birinin hatalı olduğunu fark ediyorsunuz. Ürün sorumlusu durumu biliyor, ama hiçbir şey söylememiş.
- Yeni bir ürünün tasarımında bir hata görüyorsunuz, sorumlu kişiye durumu bildiriyorsunuz, ama sizi dikkate almıyor.
- Üstlerinizden birinin, şirket malzemelerini kişisel amaçlarla kullandığını fark ediyorsunuz. - Üstlerinizden biri, müşteriyi yanlış yönlendirmeniz için size sürekli baskı yapıyor.
- Genel müdürünüzün kayınbiraderi, şirketinize mal satmakta. Sizi şık bir golf kulübüne davet ediyor ve siz onun şirkete defolu malzeme gönderdiğini biliyorsunuz.
- Satış departmanından birkaç kişinin, satış kotalarını doldurmuş gibi göstermek için rakamlarla oynadıklarını biliyorsunuz.

İş ahlakının tek amacının felsefi analiz yapmak olmayıp, ekonomik faaliyetlerin toplum için hayati önem taşıması ekonomik hayattaki ahlaki değerlerin önemini daha da artırmaktadır. İş ahlakı betimleyici iş ahlakı ve normatif iş ahlakı olmak üzere iki gruba ayrılır. Ne yapmalı yada ne yapmamalı sorusuna cevap arayan normatif iş ahlakı, iş ahlakı ilkelerinin oluşturduğu davranış kodlarının belirlenmesi üzerinde durarak iş ahlakına uygun olan davranışların nelerden ibaret olduğunu incelemektedir. Normatif iş ahlakının temelini oluşturan faktörler ahlaki sağduyudan yapılan çıkarsamalardır. Ahlaki sağduyu ise olağan ahlaki değerlere bağlı olan bir kavramdır. Betimleyici iş ahlakından kastedilen ise iş dünyasında mevcut olan ahlaki sorunları ve bu alandaki tutum ve davranışlar üzerinde durarak davranış bilimlerinin yöntemlerini kullanır. İş ahlakını, teorik ahlaktan ayıran en önemli özelliği var olan değer yargılarıyla ilgili olmasıdır (Arslan, 2005: 7).

Meslek ahlakı ilkeleri, örgütlere ve mesleklere göre farklılık gösterir. Bu sebeble meslek ahlakına yönelik ilkeler, mutlak değil görecelidirler. İş ve meslek

ahlakında önem arz eden bu ilkelerin tümünün genelden ziyade meslek mensupları tarafından uygulanması ve bilinmesi esastır. Aksi halde meslek ahlakı ilkelerinin meslek grupları tarafından uygulanmadığında hukuk alanını ilgilendiren birçok konu gibi cezai yaptırımlar uygulanmaz ancak ahlakın yaptırımını olan meslek sahiplerinin vicdanlarına seslenme durumu yer alır (Uysal, 2016: 23).

Rasyonalistlerce ortaya konulan ahlaki ilke olan “vazife için vazife yapmak” tan kastedilen mana ise, Müslümanlar tarafından benimsenen ve olması gereken ahlaki düstur olan “bir işi Allah’ın emri olduğu için yapmak” daki anlam aynıdır (Karakaya ve Naim, 2005: 103).

Foerster’in yaptığı “Meslek Ahlakı” incelemesinde bu fikrinin meslek okullarının kapılarına yazılmasını isteyerek aktardığı gibi, meslek hayatında başarısızlık yaşayan insanların çoğu bilgi eksikliğinden yada zeka noksanlığından değil kendi kendilerine sorgulamadan yapılan her antlaşmaya razı olarak, adeta bir saat gibi çalışarak, müşterilerine ya da çalışanlarına karşı dürüstlük ilkesinden uzaklaşıp, yalancının mumu yatsıya kadar yanar atasözünü bilmeden hareket etmelerinden kaybetmektedirler. Ticarete ve sanatta doğrulukla hareket etmek her zaman başarıyı getirmiştir. İnsan çalıştığı işini yük hayvanı gibi monoton bir tavırla yapmamalıdır. Çalışma hayatında en büyük kazanç dürüstlikle yapılan çalışmadır. Bir fabrika işlerinin kalitesini ve sağlamlığını yaptığı satıştan aldığı milyonlarla değil, ahlaki tavrı ve bundan kazandığı şöhretiyle ortaya koyar. Geçici başarı sağlamak için rekabette hileli yollara başvuran ve kirli işlerle uğraşan müesseseler hiçbir zaman güven sağlamaz (Şimşek, 2002: 182-183).

### **3.1.2. İş Ahlakının Önemi**

İş ahlakı, günümüzde değişen değerlerle birlikte tüm sektörlerde kendini gösteren önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. İş ahlakının önemli nedenlerinden biri sosyal sorumluluk kavramının yapılan iş açısından önem arz etmesidir. İkinci bir husus ise ahlaklı yapılan bir işin başarıyı getirdiği inancıdır. Üçüncü önemli yanı yapılan iş bağlamında ahlaki olan sorunları çözme hususunda stratejiler sunmasıdır. Günümüzde başarıyı elde etmiş olan yöneticiler, iş ahlakının önemini idrak ederek iş ahlakını bir sorun ya da tehdit şeklinde görmeyip, ürün ve

hizmetteki kaliteyi arttırmak için bir araç niteliğinde görmektedirler. Aksi takdirde yani iş ahlakının önemini benimseyememiş kurumlarda motivasyon düşüklüğü, kuruma olan bağlılığın azalması, saldırganlık, devam durumunda aksama, işi hakkıyla yapamama gibi davranışların ortaya çıkarak kuruma vereceği zarar kaçınılamaz hal alacaktır (Uysal, 2016: 24).

Her işletmede uygulanma derecesi farklılık gösteren ahlaki kurallar, şirketlerin taşıdığı inanç, değer ve davranışlara görede değişiklik gösterebilmektedir. Kurumun vizyonunu ortaya koyan bu kültür, etik ağırlıklı olabileceği gibi yalnızca kâra odaklanma şeklinde de ortaya çıkabilir. Bazı işletmelerde iş ahlakının önemi oldukça büyük olup, içinde yaşanılan toplumun ahlaki ve kültürel değerlerinin bile önüne geçebilmektedir. Bir örnekle açıklayacak olursak, Monako Prensi Rainier ve Prenses Grace 1981 yılında bir televizyon fabrikasını gezerken fabrikada işlerine yoğunlaşan işlerden hiçbirinin kendileriyle ilgilenmediğini görmüşlerdir. Bu duruma şu açıklamayı getiren işletme sahibi Masahura Matsushita işçilerin prens ve prensesin ziyaretlerini bildiklerini ancak işlerinin dikkat gerektirdiği için konuklarla ilgilenmediklerini söylemiştir. Bu örnekte işçilerin geleneksel Japon selamının ve misafirperverliğinin prenslerinden bile esirgemeleri iş ahlakının öneminin başarıda kaçınılmaz olduğunu göstermektedir (Kurtuluş, 2005: 742-743).

Genel ahlak kuralları için gösterilen hassasiyet onun bir parçasını teşkil eden iş ahlakı için de aynı önemi arz etmektedir. Sağlam bir iş ahlakı temelleri üzerine oturtulmuş bir sistemde ekonomik kalkınmanın ön şartı sağlanmış demektir. Böylece toplumların kalkınma konusunda canlanarak hayat bulması için ahlaki değerlerini gözden geçirerek ideal ölçülere ulaştırmaları gerekir. Ahlak bilim, teknoloji hatta eşya gibi ithal edilecek bir meta olmayıp, ileriye hedefleyen toplumlar, kendi etik değerleriyle örtüşen, tarihi, sosyal ve kültürel açıdan kendi ahlaki çerçevesini kendi oluşturmalıdır (Öztürk, 2015: 9).

Kapitalizmin ortaya çıkarttığı çıkar odaklı bencillik anlayışı kısa sürede toplumun belirli kesimlerinde etkisini artırarak kişi, kurum ve kuruluşlar arasında güven kaybı problemini ortaya çıkartmaktadır. Bu durum iş alanında üretim, müşteri memnuniyeti, çalışan başarısı gibi iş sonuçlarına da yansımaktadır. Çiçero'nun

“*Memleketler parasızlıktan değil, ahlaksızlıktan çökerler.*” sözü ahlaki değer in iş yaşamında da önemini ortaya koymaktadır (Ünsür, 2017: 97).

### 3.1.3. İş Ahlakının Tarihsel Gelişimi

Antik çağlara kadar uzanan iş ahlakı tarihsel gelişim sürecinde, geleneklere ve dine dayanan kurallar çerçevesinde karşımıza çıkmaktadır. Eski Yunan ve Roma zamanındaki filozof ve önde gelen yazarlar ticaret ve bu tür faaliyetlere para kazanmak için hırs getiren yalan dolan işler gözüyle bakarlardı. Barbar tüccarların medeniyetlerine yolsuzluğu bulaştırarak toplumlarının dejenere olmasından endişe duyarlardı. Aristokrasinin egemen olduğu köleci toplumlarda ise el emeğine ve insan gücüne dayanan faaliyetlere küçümsenerek bakılırdı. Bu medeniyetlerde ticarete, iş ve çalışma faaliyetlerine kölelerin ve aşağı sınıfların yaptığı faaliyet gözüyle bakılırdı. Antik çağda ticaret ve iş hayatına karşı olan bu tutum her toplumda aynı değildi (Arslan, 2005: 23).

İş ahlakının gelişim sürecinde dinlerin rolü büyüktür. Yahudilik kişinin işindeki başarısını Tanrının bir lütfu olarak görmüştür. Kutsal metinlerinde gelir eşitsizliğinin ve servet biriktirmenin kötülüğünden bahsedilmiş olsada servet biriktirmenin genel ahlaka aykırı olmayan bir davranış olduğu inancı varlığını sürdürmektedir. Yahudi hukukunda faiz yasağı çalışma ahlakını ilgilendirmiş, ticaret faaliyetlerinde etkili olmuştur. Hristiyanlık dininde ticaret insanların aralarında eksiklerini gidermek amacıyla yaptıkları bir hizmet olarak görülmüştür. Hristiyanlık, tüccarların din, dil, ırk ayırt etmeden tüm insanlara karşı dürüst olmaları gerektiği ve herkese aynı çalışma ahlakı ilkeleriyle muamelede bulunmalarını telkin etmiştir. İbrahimi dinlerin sonuncusu olan İslam dininde ise iş ahlakının ilgisi dinin ortaya çıkış tarihi kadar eskidir. Çünkü dinin peygamberi bizzat ticaretle ilgilenmiş gerek hadislerle gerekse kutsal kitabı olan Kuran-ı Kerim’de iş ahlakı ile bir çok hüküm içermektedir. Evrensel dinlerden farklı olarak Şintoizm, Hinduizm, Konfüçyüsçülük, Budizm, Taoizm, ve Zerdüştlük gibi dinlerde de iş ahlakı hususuna değinilmiştir. Konfüçyüsçülük, mutlu bir yaşam için hayatın her aşamasında orta yolun bulunması, aşırılıktan kaçınılması, iyiliğe ve kötülüğe karşı adalet gösterilmesi gerektiğini anlatmıştır. Zerdüştlük dinin ahlaki yapısında iyi düşünce, iyi söz, iyi eylem ilkeleri

bulunmaktadır ve ayrıca Zerdüşt iş adamlarının dürüstlük ve iş ve çalışma ahlakına olan bağlılıkları bilinen bir gerçek haline gelmiştir (Can, 2013: 59-60).

17. ve 18. yüzyıllardaki iş yaşamına bakıldığında, çalışma ahlakının dini ve ekonomik boyutu arasında yakın bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Bu zaman diliminde Weber tarafından ortaya atılan Protestan iş ahlakı'nın ve Katolik ahlak anlayışının derin izleri bulunmaktadır. Katolik inancında çalışmaya dini açıdan bakıldığında, bir ideal olarak karşımıza çıksa da ahlaki olarak ticaretle ilgili ilişkilere şüpheli yaklaşım ile karşılanmıştır. Protestan iş ahlakına bakıldığında çok çalışma inancının benimsendiği, hedefe ulaşmak için yaratıcılık, din ve ahlak inancının ön planda tutulduğu görülmektedir. Savurganlık ve tembelliğe karşı bir tutum olarak boş zamanların azaltılması, çalışma sürelerinin artırılması taraftarı olmuşlardır. Ancak bu yüzyıllarda çalışan ve itaatkar olan insanların aç kaldığı da yadsınamaz bir gerçektir (Gök, 2008: 4).

19. yüzyılda işletmecilik kendisine toplum içerisinde tutunabileceği, kabul göreceği bir pozisyon aramıştır. Bu bağlamda iş yaşamında ahlaki boyutları da gündeme gelmiştir. İş ve çalışma ahlakı hakkında yürütülen araştırmalar, 20. yüzyılın başlarına gelindiğinde ise Avrupa ve Amerika'daki gelenekçilerin benimsediği liberal anlayışın hükmünü kaybederek yerini sosyalist akıma bırakmasıyla başlamıştır. İşletmeciliğin bir meslek olarak benimsendiği ve yönetim biliminin iş kolları üzerinde bir disiplin anlayışı olarak belirmeye başladığı zamanla bu olay aynı zaman dilimine denk gelmektedir. Zamanın gelişen teknolojisi ile ortaya çıkan yeni sorunları ve bu sorunların çözümünü de kapsayacak şekilde iş dünyası için bazı ahlaki kurallar geliştirilmiş, bu kuralların hem ticaret ve sanayi hem de kamu politikalarına yol gösterici olması amaçlanmıştır (Özgener, 2004: 123).

### **3.1.4. Günümüzde İş Ahlakı**

Ahilikte karşımıza çıkan sağlam ahlaki yapının günümüz iş ve çalışma hayatında bazı örneklerine rastlansa da pek görülmediği aşikardır. Günümüz toplumunda insanlar ahlaki değerlerden ziyade servetlerini artırmak ve kârlarını maksimum seviyeye çıkartmak için koşturmaktadır. Söz konusu bu durum sadece ekonomik alanda olmayıp hemen hemen her sahada karşımıza çıkmaktadır. Maalesef

insanlar kendilerini yüceltecek asıl değerlerini unutup fayda ve çıkarlarının peşinden gitmektedir. He ne kadar ahilik geleneklerini iş ahlakına taşımayı başaran istisnalar olsa da bugün ülkemizde kolay yoldan para kazanma, vergi, sermaye kaçırma, rüşvet alıp verme eğilimlerinin çokluğu yadsınamaz bir gerçektir (Şimşek, 2002:187).

Şu durumda iktisadi hayatın düzenlenmesi, bireylerin bir ahlak boşluğu içinde yaşamaktan kurtulmasıyla yani toplumun ahlaklaşması ve kargaşanın sona ermesiyle mümkün olacak bir hadisedir. Çünkü fabrikatör, tüccar, müstahdem, amele mesleğini ahlakıyla icra ettiği müddetçe kendinin üstündeki egoizme dizgin vuracak hiç bir kuvvet görmez (Durkheim, 1986: 20).

İnsanların toplumda yaşayan diğer bireylere olan sorumlulukları ve görevleri karmaşık ve zor gibi görülsede genel itibariyle ahlak kuralları çerçevesinde belirlenmektedir. İnsanlar hayatlarını bazı standartlara göre yaşamakta ve bu standartlara göre hayatlarına yön vermektedir. Ahlaki değerler her ne kadar insanlar üzerine itaf edilse de işletmeleri de başarıya götüren unsurlar arasındadır. İş ahlakının temel yapı taşı insan ve dolaylı olarak insan emeğidir. Ahlaki değerleri işine geldiği ölçüde kullanan gelmediği zamanlarda rahatlıkla saf dışı eden kapitalist seküler sistem, günümüz çalışma hayatına yansıyan ahlaki sorunların başında gelmektedir. Sanayi inkılabı ve sonrasında fazlasıyla karşımıza çıkan kapitalizm ve küreselleşme çalışma yaşamında telafisi zor olan ahlaki sorunları da beraberinde getirmiştir (Ünsür, 2017: 97).

Kapitalizmin özgürlükçü yapısı, kişinin bilgi ve becerisine kıymet vermesi, sürekli ilerleme ve gelişimi sağlayarak yeni fikirler üretmesi, dinamik yapısıyla değişimlere karşı duyarlı olması bazı düşünörlere çeşitli ahlak ve değer yargılarından yoksunluğunu unuttursa da, başka bir kısım da sosyal ve kültürel alanda yarattığı boşluğa dikkat çekerek ahlaki, ideolojik ve manevi yönlere olan eksikliğini eleştirmiştir. 19. yüzyılda kapitalizmi inceleyen Karl Marx gayri ahlaki olduğunu zira işçinin hakettiği ücreti çalmanın, insanları yabancılaştırmanın, azınlık bir zümrenin çıkarlarını korumanın ahlaki yapıyla alakası olmadığını savunanlardandır (Arslan, 2005: 183).



### 3.2. Ahilikte İş Ahlakı

Ahilikte yaratılmışların en değerlisi olan insan güzel ahlakıyla yaradınının yeryüzündeki temsilcisi kabul edilmektedir. Ahi ahlak ve ilkelerini en iyi şekilde yaşamına taşıyarak, mükemmel insan yetiştirme hedeflenmiştir. Ahilikte meslek ve sanat sahibi olmak için üyelerinin gündüzleri işlerinin başında geceleri ise ahi zaviyelerinde eğitilmesi ve olgunlaştırılması kurumun en belirgin özellikleri arasındadır. Temel ilkeleri ahlaken dosdoğru insanı yetiştirmek olan kurumun en belirgin felsefesi insanın “eline, diline, beline sahip olmasıdır” (Durak ve Yücel, 2010: 159-160).

Ahi ahlakının temellerine bakıldığında formel ve informel ahlak ayrımı çerçevesinde iki şekilde incelenir. Formel ahi ahlakı, İslami değerleri yansıtan fütüvvet ilkeleri şeklinde kalıplaştırılan ahlaki yapıdır. Enformel ahi ahlakı ise, daha ziyade mesleki dayanışma zorunluluğundan ve birlik içi ilişkilerden doğmuş davranış örüntüleridir. Bu davranış örüntüleri, örf ve adet otoritesi tarafından belirlenmektedir. İş alanının düzenlenmesi ve mesleğe bağlılıktaki ilkeler, bu ahlakın tezahürleri olmuştur. Bu ahlakın genel ilkeleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Ahinin emeğini değerlendirecek bir işi, özellikle bir sanatı olmalıdır.
- Ahi, birkaç iş veya birkaç sanatla değil, yeteneklerine en uygun olan bir iş veya bir sanatla uğraşmalıdır.
- Ahi, doğru olmalı, emeğiyle hak ettiğiinden fazlasını kazanma yoluna sapmamalıdır.
- Ahi, işinin veya sanatının geleneksel pirlerinden kendi üstadına kadar bütün büyüklere, içten bağlanmalı, sanatında ve davranışlarında onları örnek almalıdır.
- Ahi, kazancının geçiminden arta kalanının tümüyle yoksullara ve işsizlere yardımda bulunmalıdır (Demirpolat ve Akça 2004:373).

Doğruluk ve sadakate dayanan ahi teşkilatının meslek ahlakının prensipleri şu şekilde sıralanmaktadır (Erken, 1998: 93):

- Müşteriyi aldatmamak,
- Malını överek yalan söylememek,
- Hileli ölçüp tartmamak,
- Müşteriyi kızdırmamak,
- İntikar (karaborsacılık) yapmamak,
- Alış-verişte müşteriye iyi muamele etmek,
- Çalışanın sorumluluğunu bilmesi,
- Çalışanın işinde dikkatli olması,
- Çalışan ferдин işi savsaklamaması.

Bu prensipler doğrultusunda hareket eden ahi esnafı tam anlamıyla güven teşkil eder ve bu esnafla pazarlık yapılmaz. Ahi ahlakını düstur edinen esnaf faiş fiyatla asla mal satmaz böyle mal satmayı ahlaksızlık olarak görmektedir.

Ahi kültüründe insan, hem ahlaken ve sosyal olarak doğru olmasıyla, hemde üretim, ticaret, ekonomi, sanat gibi işlerde istikrarlı olarak iki kolda da dengeyi sağlaması yönüyle iki kürekli kayığa benzetilmektedir. Küreklerden biri aksarsa yada olmazsa kayık ilerlemek yerine olduğu yerde dönecektir. Ahi teşkilatı kişileri mesleğe kazandırmanın yanında ahlak kurallarına uymayı erdemli ve onurlu yaşamayı da öğretiyordu. Kademelerine göre çıraklıktan kalfalığa, kalfalıktan da ustalığa geçenlere çeşitli törenler düzenlenerek ahi baba tarafından belirli nasihatlerde bulunulurdu (Kantarıcı,2007:67-68).

Ahi nasihati şöyledir (Gürata, 1975: 80):

*“Harama bakma,*

*Haram yeme,*

*Haram içme,*

*Doğru, sabırlı, dayanıklı ol,*

*Yalan söyleme,*

*Büyüklerinden önce söze başlama,*

*Kimseyi kandırma,*

*Kanaatkâr ol,*

*Dünya malına tamah etme,*

*Yanlış ölçme, eksik tartma,*

*Kuvvetli ve üstün durumda iken affetmesini,*

*Hiddetli iken yumuşak davranmasını bil,*

*Ve kendin muhtaç iken bile, başkalarına verecek kadar cömert ol” .*

Kalitesiz mal üreten esnaf “yolsuz” tabiriyle anılırdı. Diğer esnaflar yolsuz diye anılan kişiyle irtibatı keserek alış veriş yapmazlardı. Bu ambargoya dayanamayan kişi, mesleğinde ve o belde de barınamazdı (Şeker, 2011: 89).

Çalışmanın ibadet sayıldığı ahilik anlayışında işsizlik kabul edilemez bir kavramdır. Ahi teşkilatının temel ilkeleri gözönüne alınarak toplumun genelini ele alıp bütün sosyal grupların çıkarları düşünülmüştür. Servet biriktirmeyi uygun görmeyen ahilik anlayışı, Avrupalılardan farklı bir anlayışla spekülasyon, serbest rekabet ve fazla para kazanma hırsı yerine karşılıklı yardım ve sosyal dayanışma ahlakına bağlı kalmıştır. Aralarında kurdukları sandıklarla geçinecekleri para dışında kalan fazla kazanılan paralarını yardıma muhtaç olanlara ulaştırmışlardır (Çelik, 2012: 462-463).

İbn Batuta'nın yansıttığı bilgiler doğrultusunda net olarak öğrenilen bir ahinin sofrası da eli de açıktır. Daima şefkatli ve güler yüzlü olan ahi tipi insan modelinde, başkalarına kötü gözle bakmadığı gibi başkalarının kötü düşüncelerini önlemeyi kendilerine vird edinmişlerdir. Son ifadeden anlaşıldığı gibi ahiler, kötülüklerle karşı oldukları kadar toplumsal refahı ve güvenliği sağlamak adına kötülükleri ortadan kaldırmaya çalışan kimselerdir. Bir bakıma güvenlik güçlerinin görevlerini de ifa etmeye çalışan zaviye mensupları herşeyden önce insanların ahlaki eğitimlerinde de müsbet rol aldıklarını seyahatname yazarının notlarında görülmektedir (Şeker, 1993: 81).

Ahiliğin ahlaki değerlere sahip ilkeleri incelendiğinde İslam ahlakının temel değerlerinden beslenen fütüvvetnamelerde yer alan ilkeler burada da açıkça görülmektedir. Fütüvvetnamelerde bulunan ilkelerin tamamı 740 tanedir. Sistemde ilk defa katılanlar bunlardan önceliklendirilmiş olan, en az 124 tanesini bilmesi ve içselleştirmiş olması istenmektedir. Ahlaki yeterliliğin, çalışma hayatına başlayabilmek için ön şart olarak belirlendiği görülmektedir. Ahilikte ahlak eğitimi; hem işyerlerinde, hem de zaviyelerde/yaren evlerinde yapılmakta ve süreklilik arz eden bir niteliğe sahipti (Ünsür, 2017: 93).

Ahilik, iş içerisinde eleştiriden kaçmayarak, daha iyi bir şekilde iş yapmaya hedef bilir bu yönüyle ayıplamamayı öğretir. Kişileri açgözlü olmaktan ve ihtirastan uzak tutarak, toplumsal adaleti sağlamayı amaç edinmiş yönüyle kişileri düşmanlık vasfından uzak tutar. İş yaptırarak eğittiği kişiyi, suçtan korur ve utanmaktan uzaklaştırır. Sabırla iş yapmayı öğreterek insanları fevri olmaktan alakoyar. Ahi ocaklarında hep daha iyiye yöneltme güdüsü, güveni artırır, sosyal hayatta tatminde tutar (Şimşek, 2002: 186).

Ahiliğin ahlaki temellerinde üç şey kapalı, üç şey açık olmalıydı (Çağatay, 1989: 72):

- Kapalı olanlar: Eli, dili, beli bağlı tutmak.
  - Elini bağlı tut: Kötülük, hırsızlık ve zorbalık yapmamak için.
  - Dilini bağlı tut: Dedikodudan, yalandan, iftiradan ve kötü sözden uzak durmak için.
  - Belini bağlı tut: Kimsenin namusuna, haysiyetine ve şerefine göz dikmemek için.
- Açık olanlar: Kapıyı, keseyi, sofrayı açık tutmak.
  - Kapıyı açık tut: Misafirperver olmak için.
  - Keseni açık tut: Cömert olmak için, düşkünlere yardım etmek için.
  - Sofranı açık tut: Fakirlere yemek yedirmek, misafirlere ikramda bulunmak için.

### 3.2.1. Ahiliğin İş Ahlakı İlkeleri

#### 3.2.1.1. Ahiliğin Dolaylı İş Ahlakı İlkeleri

Ahilik ilkeleri hayatımızın her kesiminde aynı derecede bulunması gereken ilkeler olmasına karşın bazı ilkelerine baktığımızda özellikle iş aleminde bulunması gerekli ahlaki ilkelerdir. Bu tür ilkelere Ahiliğin dolaylı iş ahlakı ilkeleri diğer ilkelere de Ahiliğin dolaysız iş ahlakı ilkeleri diyebiliriz. Ahiliğin iş hayatında olmazsa olmaz dolaylı iş ahlakı ilkeleri şunlardır (Erdem, 2009: 50);

- Doğruluktan ayrılmamak.
- Cömert olmak.
- Alçak gönüllü olmak.
- İyi huylarını geliştirmek.
- Kendisini halka adamak.
- Misafirleri sevmek.
- İnsanlara nasihat ederek onları iyi yola yöneltmek.
- Dindar olmak.
- Utanma duygusuna sahip olmak.
- Yalan söylememek.
- Dedikodu yapmamak.
- Kusur aramamak, aksine kusurları örtmek.
- İçki içmemek.
- Zina yapmamak.
- Kimseye karşı düşmanlık ve kin beslememek.
- Büyüklere karşı hürmetkar, küçüklere karşı şefkatli olmak.
- Nefsine hakim olmak.
- Eline, beline ve diline sahip olmak.

#### 3.2.1.2. Ahiliğin Dolaysız İş Ahlakı İlkeleri

Belirli prensiplere dayanarak karşımıza çıkan Ahiliğin ilkelerinden iyi bir meslek ahlakının ve iktisadi amacın aslında, çalışanın çalışma zamanını fazla mal

üretmek için rekabet piyasasına dönüştürmesinden ziyade sanatiyle bütünleşmesini ve ürününü mükemmelliyle ortaya çıkarması esastır. İlkeli bir ahide daha çok üreterek daha fazla kazanç sağlamayı hedeflemek yerine, ürünün kalitesinden taviz vermeden kaliteli ürün üretmenin ahlaki yapısı vardır. Aksi söz konusu olduğunda ahi birlikleri tarafından üretime bir sınırlama getirilerek emeğin değerini bulması ve narh sistemi, standartlaşma ile tüketicinin hakları gözetilmiştir. Ahi birliklerinde ahilik ilkelerine uymadaki amaç ve esnafların sergiledikleri tutum ve davranışlar bir atın kulaklarına benzetilmektedir ikisi de daima aynı yönde ve yüksekliktedir (Şimşek, 2002: 180-181).

#### **2.2.1.2.1. Kanaatkar Olmak**

Günümüzde iş dünyasında karşımıza çıkan kapitalist sistemin kârı maksimize etme arzusunun düşündüğümüzde, ahiliğin temel ilkeleri arasında yer alan kanaatkarlık ilkesinin bugünkü dünyada yaşanan birçok sorunun yaşanmaması veya engellenmesi açısından ne denli öneme sahip olduğunu görmekteyiz. Firmaların kârı maksimum seviyeye taşıma arzuları ile, hem çalıştıkları personelin hakları konusunda, hem de çevreye olan duyarlılıkları konusunda bencilce davranarak gereken hassasiyette olmadıkları günümüzdeki bilinen bir gerçektir. Bu gerçeğin tersi olan ahiliğin kanaatkarlık ilkesi, gerek çalışanların haklarına saygı göstermede gerekse çevredeki etkenlerin hakkını gözetmede her zaman diliminde uyulması gereken bir ahlaki değer olarak bilinmektedir (Karagül, 2012: 10).

Ahiliğin bu ilkesiyle alakalı olan bir hadise de şöyle rivayet edilmektedir: Ahiliğin esnaflar arasında yoğun olarak görüldüğü zamanlarda, Fatih Sultan Mehmet tebdili kıyafet yaparak esnafın arasına karışır. Hem piyasadaki malların kalitesini kontrol amacıyla hemde narh durumuna bakmak için ilk esnafın dükkanına girer ve yarım batman peynir, yarım batman bal ve yarım batman yağ ister. Siparişi alan esnaf yarım kilo peyniri verdikten sonra Fatih'e diğer erzakları da yan komşusundan almasını keza komşusunun malının daha kaliteli olduğunu ve onunda siftah yapmasını istediğini söyler. Yan dükkana giren padişah aynı şekilde burdan da yarım batman bal ve yarım batman yağ almak istediğini söyler, yarım batman yağı veren esnaf kendisinin bugünkü nafakasını kazandığını karşı komşusundan da balı almasını

söyler. Bu ahlaki davranıştan çok etkilenen padişah bu olay karşısında şu sözleri sarfeder “Milletimin bu ahlaki değerleriyle değil İstanbul, dünyalar fethedilir, milletimin ahlaki safiyetine halel getirenleri Allah kahretsin” der (Erdem, 2009: 62).

#### **3.2.1.2.2. İddihar (Yastık-Altı Yapmamak)**

Ahilik alakını benimseyen esnaf ve sanatkârlar başkalarının hakkını ihlal ederek zenginleşmeyi, birikim amaçlı mal ve para yığmayı akıllarından bile geçirmezlerdi. Osmanlı zamanında da oldukça yaygın olan ahilerde, bu özelliğin görülmesi toplumda kapitalist sistemin oluşmasını ve haksız kazanç sağlayarak zenginleşmenin önüne geçmiştir. Yastık altı paraya mahal vermeyen ahilikte paranın yığılmasından ziyade kazanılan fazla para Ahi ocakları aracılığıyla fakir ve işsiz olanlara dağıtırdı (Köksal, 2016: 399).

#### **3.2.1.2.3. İş Bölümü**

Ahilik sisteminde önem arz eden bir diğer konu da her ahinin kendi yeteneğinin fark edilip bir sanat üzerinde uzmanlaşması idi. Ahilikte iş değiştirmek pek hayra yorulmazdı. İşini bırakıp giden bir usta tekrar o mesleğe döndüğünde kalfa olarak çalışmaya başlardı. Bu ilke, işgücünde yaşanan hareketliliğin önüne geçerek bugünkü ekonomik tabirle geçici işsizliği minimum seviyeye taşımaktır (Erdem, 2009: 64).

Hem sosyal hem de iktisadi açıdan önem teşkil eden iş bölümü kavramı tarihte müslüman düşünür olan Al-Ghazali, bir somun ekmeğin bile nihai halini almasında üretime katılan işgücünün koordinasyon ve işbirliğinden bahseder. İbn-i Haldun iş bölümü hakkındaki görüşlerine 1378 yılında kaleme aldığı Kitabu'l-İber adlı eserinin birinci kısmı olan Mukaddime’de değinmiştir. Müslüman düşünürler gibi batılı düşünür olan Adam Smith Milletlerin Zenginliği adlı eserinde iş bölümü ile ilgili önemli bilgilere yer vermiştir (Bocutoğlu, 2015: 13-19)

İş bölümüne önem verilen ahilikte, teşkilat mensupları kabiliyetlerine en uygun bir işte çalışır, başka ikinci bir iş arayışına girmezlerdi. İnsanların iş değiştirmeleri veya birden fazla işle uğraşmaları hoş karşılanmazdı. Ahi birliklerinde iş bölümü ekonomik olduğu kadar bir ahlak problemi olarak da ele alınmıştı.

Herhangi bir işte karar kılmayarak sık sık iş değiştirmek, ancak sebatsız ve istikrarsız bir ruh yapısına sahip olanların yapacağı bir davranış tarzı olduğu için böyle insanlar Ahi olabilecek ruh disiplinine sahip olarak kabul edilmezdi. Ahilik iş değiştirmeme, sanatkârın bütün düşünce ve gayretiyle kendisini işlerine vermelerini sağlamıştır (Öztürk, 2015: 6).

#### **3.2.1.2.4. Çalışma Azmi, Alın Teri ve Tevekkül Anlayışı**

Bir ülkenin ekonomik kalkınmasını sağlayan önemli etken insanı çalışmaya sevk etmek, miskinliği ortadan kaldırmak ve kazancın en hayırlısının alın teriyle kazanıldığı ideolojisini benimsetmektir. "İki günü birbirine eşit olanın zararda olduğu" hadisi şerifini benimsemiş olan toplumların ekonomik kalkınması muhtemeldir (Erdem, 2009: 65).

Daima üretmeyi, çalışmayı ve atılcı olmayı öngören ahilik ruhu, sadece bu dünya işi ve ahlakı için değil Kur'an'ın olunmasını bahsettiği salih amel insanı olmak üzerinde durmuştur. Tembelliği ve hazır yiyiciliği hoş görmeyen ahilikte bir meslek ve işin olmasının üzerinde durulduğu kadar bu işte alın teriyle çalışmak ve hakkıyla üretmekte son derece önemlidir (Sancaklı, 2010: 16).

Ahilikte "kazanç" mutlaka alın teri dökülerek yani aldığı parayı hak ederek, helalinden kazanılmalıdır. Emeğinin karşılığı olan parayı almak, esnafın ticarete terazisinin şaşmaması, hile ve yalan ile mal satmamak ahi esnafının olmazlarından. Bu nedenle bazı meslekler ahilikte kabul görmemektedir. Ahiliğe girmesi kabul edilmeyen meslekler arasında "tellallar" de bulunmaktadır. Tellallık, bir ürünü olduğundan çok fazla değere sahipmiş gibi gösteren kimselerin yaptığı bir meslekti. Günümüzde "çıgırtkanlık" olarak bilinen bu meslek ahilerin iş ve meslek ahlakıyla bağdaşmayan bir iştir (Köksal, 2016: 398).

#### **3.2.1.2.5. Yardımlaşma**

Esnaf ve sanatkârların içlerinde barındırdıkları, temellerini dini inanç ve değerlerinden alan kardeşlik, yardımlaşma ve dayanışma içgüdüleri toplumun çeşitli kesimlerinde oluşacak kin ve düşmanlık duygularına yer verdirmemiştir (Niray, 2002: 8).



Temelinde yardımlaşma ve dayanışma ilişkisine yer veren ahilik kurumu, sürekli kargaşa yaratan, devletin bile sahip çıkmadığı sorunlu grup ve bireyleri ele almış, kimsesizlerin kimsesi olma düsturunu kendine hedef edinmiştir. Ahilikte sosyal dayanışma ve yardımlaşma zorunlu görülmüştür. Bu yönüyle Kuran-ı Kerim'in emrettiği gibi iyilik için yardımlaşmayı ancak kötülük için yardımlaşmamayı öngörmüştür. Kendi aralarında kurdukları yardımlaşma sandıklarıyla devletten hiçbir yardım almadan şehir esnafı ve halk kardeşçe dayanışmayla birbirlerini idare etmişlerdir (Özerkmen, 2004: 73).

Ahilerin birbirlerine karşı soyyal sorumlulukları bulunmaktaydı. Bir ahinin maddi manevi başı sıkışsa diğer ahiler her türlü yardımdan kaçmazlardı. Ahilerin oluşturduğu bugünkü kooperatifleri andıran sivil toplum örgütlerince bu tür yardımlar yapılırdı. Bu yardımlardan ziyade her ahinin sandığının altında altı farklı amaçla para koydukları keseler bulunurdu. Farklı isimlerle anılan bu keselere “sadakanın ömrü uzattığı ve malı bereketlendirdiği” inancı ile para konulur gerektiğinde ihtiyaç sahiplerine iletilirdi (Erken, 2008: 66).

#### **2.2.1.2.6. Usta-Çırak İlişkisi**

Ahilikte işveren ile işçinin yerini usta-çırak ilişkisi almaktadır. Sendikada işveren ile işçi arasında geçiş söz konusu değildir. Bu geçişkenliğin olmaması, işverenin işçiyi ve işçinin değerini reddetmesi sonucunu doğurmaktadır. Ahilikte usta-çırak ilişkisi geçişlidir. Bu geçiş bir nevi hiyerarşik kurallara bağlı ve birtakım görev ve sorumlulukları içermektedir. Her çırak, günün birinde gerek işinde, gerekse o işi yapmadaki başarısında sınava tabidir. Bir işte sadece yetenekli olmak yeterli değildir. Aynı zamanda kişinin ahilik kurallarına ve ahi ahlakına sahip olması gerekir (Niray, 2002: 9)

İyi bir ahi olanın şartlarından birisi de kendisini yetiştiren ve işinde pir olan diğer ustalara saygıda kusur etmeden hayırla anmasıdır. Şed kuşanmada binbir günlük meslek eğitimini almanın yanında insani olarak ahlak kurallarını da barındırmak ve ustasının rızasını almak önemli şartlardandı. Ahi şecerenamerinde ustasına karşı gelen ahi için ağır cezalara yer verilmektedir (Köksal, 2016: 398).

Günümüzde hala var olan çıraklıkta bir baba çocuğunu mesleğe verirken “eti senin, kemiği benim” sözünü kullanmaktadır. Bu tabirle amaç çocuğuna acımasız yada şefkatsiz yaklaşmak değil, verdiği ustanın yani o mesleğin hocasının evladına işin inceliklerini belli bir disiplinle öğretmesini istemesidir. Dili Türkçe olan Çobanoğlu fütüvvetnamesinde çırakların görevleri şöyledir (Erdem, 2009:67):

- Fütüvvetnamelerde bulunan kuralların 124’üne uymak,
- Ahiliğin bütün sözlerini benimsemek,
- Malını canını ahilik yolunda harcamak ve bir hüner yada sanat sahibi olmak,
- Her hafta temiz çamaşır giymek, giysilerini yıkatmak,
- Ahiden çerağ almak, ahiye saçını kestirmek ve alnını yoldurmak,
- Ocak adına belini bağlatmak.

### **3.2.1.2.7. Bir Sanat veya İş sahibi Olmak**

Her ahi mutlaka bir işe sahip olmalı hatta her ahinin bir sanatı (mesleği) olmalıdır. Herkesin çalışacağı bir işi olmalı sağlıklı biri kimseden yardım beklemeden kendi rızkını çıkartmalıdır. İşsiz kişiler toplumda yük olarak görülmektedir. Fütüvvetnamelerde her peygamberin bir mesleğinin olduğu her ahinin de bir sanatının olması gerektiği vurgulanmaktadır. Ahiliğin meslek ahlakına yönelik bir kuralı da her ahinin kendi mesleği dışında ikinci bir meslekle uğraşmamasıdır. Bu kuralla hem üretilen ürünlerin mesleğinde ehil kişilerce daha kaliteli ve standartlara uygun olması hemde kimsenin rızkına mani olunmaması istenmektedir (Köksal, 2016: 397).

### **3.2.2. Ahi Evran’ın Ahlak Anlayışı**

Ahi Evran, ahlakla sanatın ahenkle birleştiği bir kurum olan ahilik müessesini ve bu kurumun yüzyıllar boyunca Anadolu’da yetişen esnaf ve sanatkârlara yön verecek olan ahlaki değerlerini miras olarak bırakmıştır (Çağatay, 1974: 58).

Ahilik örgütünün kurucusu olan Ahi Evran, becerisi, üstün ahlakı ve hak severliği ile tanındıktan sonra örgütün başkanlığını üstlenmiştir. Ahi Evran ahi ahlaki

yapısını kendisine bağılı ahiler aracılığıyla en kırsal bölgelere kadar taşıyarak ulusal bir saygınlık azanmıştır (Şimşek, 2002: 30).

Ahilere göre, “Doğrulukla yapılmayan iş bereket getirmez, getirse de bu sürekli olmaz” fikri yaygındı. Ahi teşkilatının kurucusu olan Ahi Evran ve arkadaşları, örgütün yapıtaşlarını oluşturan mertlik, yiğitlik, delikanlılık, cömertlik ve el açıklığı gibi ahlaki değerleri fütüvvetnameden almışlardır. Ahi birliklerine ahlaki bir bakış açısı çizen Ahi Evran, tüketicinin haklarını gözetir, aşırı fiyat dalgalanmasının önüne geçer, hileli kalitesiz yapımı bozuk malların piyasaya sürülmesini istemezdi. Halk arasında halen kullanılan “pabucu dama atılmak” deyiimi, Ahi Evran’ın yapımı hatalı olan kunduraları dama atmasıyla yaygınlaşan bir deyimdir. Burada pabucu dama atılan esnaf utanarak bir daha böyle bir hareketten kaçınırmış. Ahi Evran, bir esnaf temsilcisi iken bile en ufak hatayı bile kabul etmeyerek esnafı cezalandırmaktan çekinmezmiş. Yeterince satış yapan bir ahi esnafı gelen müşterisini gün içinde hiç satış yapmayan komşusuna yönlendirmeyi bilirdi. Ahilik, esnafar arasında kurulan sıkı işbirliği, dayanışma ve yardımlaşma gibi güzel ahlaki değerleri halk arasında da yaymayı gerçekleştirmiştir (Düşkün, 2012:220).

Ahi birliklerinin iş ve meslek ahlakını destekleyerek iş ve üretimde gösterdikleri disiplin anlayışı 12 ve 13. yüzyıllarda yaşamış olan Hacı Bektaşî Veli’nin aslanı disiplin ederek geyiği av olarak vermemesi gibi Ahi Evran’ın da yılanı sevgiyle yola getirmesi, en zehirli , tehlikeli yaradılmışların bile eğitim, ahlak terbiyesi ve disiplinle yola gelebileceklerinin halk arasındaki ifadesidir (Şimşek, 2002: 186).

## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### ÖRGÜT KÜLTÜRÜ VE İŞ AHLAKI TEMELİNDE AHİLİK KÜLTÜRÜNÜN GÜNÜMÜZ ÖRGÜTLERİNDE UYGULANMA DÜZEYİNİN ÖLÇÜLMESİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde, örgüt kültürü ve iş ahlakı temelinde ahilik kültürünün günümüz örgütlerinde uygulanma düzeyinin ölçülmesi üzerine yapılan araştırmaya ilişkin araştırmanın amacı, önemi, sınırlılıkları ile metodoloji ve bulgulara yer verilmiştir.

#### 4.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, örgüt kültürü ve iş ahlakı temelinde ahilik kültürünün günümüz örgütlerinde uygulanma düzeyinin ölçülmesidir. Bu temel amaç çerçevesinde araştırmanın alt amacı ise araştırmaya katılan işletme sahibi, yöneticisi veya çalışanlarının demografik bilgileri ve işletmenin faaliyet alanı doğrultusunda ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin ortalama değerlerin farklılık gösterip göstermediğinin tespit edilmesidir.

#### 4.2. Araştırmanın Önemi

13. yüzyılda Anadolu'da Ahi Evran öncüsüğünde kurulan ahi teşkilatı esnaf ve sanatkârları bir çatı altında toplamıştır. Temel ilke ve prensiplerini dini ve ahlaki değerlere dayandırarak, esas önceliğini bireyin yetişmesine veren anlayış yapısıyla ahilik, tarihte ilk örgütlenme modelini sergilemiştir. Etkisini zaman geçtikçe yitirip ortadan kalkmasına rağmen günümüzde gereken önemin verilerek, ilkelerinin esnaf ve sanatkâr kesimine benimsetilmesi ile olağan sorunların çözümü için önem arz etmektedir.

#### 4.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Sosyal bilimler alanında yapılan birçok araştırmada literatür, örneklem, zaman, mekân, katılımcı türü bakımından bazı sınırlılıkların olabilmektedir. Bu nedenle elde edilen sonuçlar, bulguların geçerliliği ve genelleştirilerek değerlendirilmesi konusunda sorunlara neden olabileceğinden dikkatli olmak

gerekmektedir. Bu bağlamda bu araştırmanın sınırlılıkları ise aşağıdaki şekilde sıralanabilir:

- Araştırmanın Konya ili merkez sınırları içerisinde faaliyet gösteren Tarihi Bedesten esnafı ile sınırlı tutulması,
- Sadece anket yöntemi ile toplanan nicel verilere bağlı kalınması,
- Araştırma sonucunda elde edilen bulguların güvenilirliğinin ankete katılan işletme çalışanlarının cevaplarına bağlı olması.

#### 4.4. Araştırmanın Metodolojisi

Araştırmada amaçları doğrultusunda izlenen metodoloji önem taşımaktadır. Bu araştırmada izlenen metodoloji; araştırma hipotezlerinin belirlenmesi, anket formunun hazırlanması, araştırma evreni ve örnekleminin belirlenmesi, anket formunun uygulanması, istatistiksel analizlerin yapılması ve söz konusu analizler sonucunda ortaya çıkan bulguların değerlendirilmesi ve yorumlanması şeklindedir.

##### 4.4.1. Araştırma Hipotezlerinin Belirlenmesi

Konuyla ilgili literatür bilgisi, benzer çalışmalar ve araştırmanın amaçları çerçevesinde oluşturulan hipotezler şu şekildedir.

**H<sub>1</sub>:** İşletmelerin ahilik kültürü ve uygulamalarını işletmelerine yansıtma düzeyleri yüksektir.

**H<sub>1a</sub>:** İşletmelerin *iş etiği ve müşteri odaklılığa* yönelik uygulamaları işletmelerine yansıtma düzeyleri yüksektir.

**H<sub>1b</sub>:** İşletmelerin *kalite ve çalışanlara değer vermeye* yönelik uygulamaları işletmelerine yansıtma düzeyleri yüksektir.

**H<sub>1c</sub>:** İşletmelerin *paylaşım ve yardımlaşmaya* yönelik uygulamaları işletmelerine yansıtma düzeyleri yüksektir.

**H<sub>2</sub>:** Ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin ortalama değerler çalışanların *cinsiyetine* göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>2a</sub>:** İş etiği ve müşteri odaklılığa yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların cinsiyetine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>2b</sub>:** Kalite ve çalışanlara değer vermeye yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların cinsiyetine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>2c</sub>:** Paylaşım ve yardımlaşmaya yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların cinsiyetine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>3</sub>:** Ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin ortalama değerler çalışanların *yaş aralıklarına* göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>3a</sub>:** İş etiği ve müşteri odaklılığa yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların yaşına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>3b</sub>:** Kalite ve çalışanlara değer vermeye yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların yaşına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>3c</sub>:** Paylaşım ve yardımlaşmaya yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların yaşına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>4</sub>:** Ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin ortalama değerler çalışanların *eğitim durumlarına* göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>4a</sub>:** İş etiği ve müşteri odaklılığa yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların eğitim durumlarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>4b</sub>:** Kalite ve çalışanlara değer vermeye yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların eğitim durumlarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>4c</sub>:** Paylaşım ve yardımlaşmaya yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların eğitim durumlarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>5</sub>:** Ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin ortalama değerler çalışanların *mesleklerine* göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>5a</sub>:** İş etiği ve müşteri odaklılığa yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların mesleklerine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>5b</sub>:** Kalite ve çalışanlara değer vermeye yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların mesleklerine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>5c</sub>:** Paylaşım ve yardımlaşmaya yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların mesleklerine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>6</sub>:** Ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin ortalama değerler çalışanların *baba meslekleri ile uyumlarına* göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>6a</sub>:** İş etiği ve müşteri odaklılığa yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların baba meslekleri ile uyumlarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>6b</sub>:** Kalite ve çalışanlara değer vermeye yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların baba meslekleri ile uyumlarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>6c</sub>:** Paylaşım ve yardımlaşmaya yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların baba meslekleri ile uyumlarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>7</sub>:** Ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin ortalama değerler çalışanların *statülerine* göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>7a</sub>:** İş etiği ve müşteri odaklılığa yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların statülerine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>7b</sub>:** Kalite ve çalışanlara değer vermeye yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların statülerine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>7c</sub>:** Paylaşım ve yardımlaşmaya yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların statülerine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>8</sub>:** Ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin ortalama değerler çalışanların *toplam çalışma yıllarına* göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>8a</sub>:** İş etiği ve müşteri odaklılığa yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların toplam çalışma yıllarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>8b</sub>:** Kalite ve çalışanlara değer vermeye yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların toplam çalışma yıllarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>8c</sub>:** Paylaşım ve yardımlaşmaya yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların toplam çalışma yıllarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>9</sub>:** Ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin ortalama değerler çalışanların *mevcut işletmelerindeki çalışma yıllarına* göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>9a</sub>:** İş etiği ve müşteri odaklılığa yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların mevcut işletmelerindeki çalışma yıllarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>9b</sub>:** Kalite ve çalışanlara değer vermeye yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların mevcut işletmelerindeki çalışma yıllarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>9c</sub>:** Paylaşım ve yardımlaşmaya yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların mevcut işletmelerindeki çalışma yıllarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>10</sub>:** Ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin ortalama değerler çalışanların *gelir düzeylerine* göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>10a</sub>:** İş etiği ve müşteri odaklılığa yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların gelir düzeylerine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>10b</sub>:** Kalite ve çalışanlara değer vermeye yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların gelir düzeylerine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.



**H<sub>10c</sub>:** Paylaşım ve yardımlaşmaya yönelik uygulamalara ilişkin ortalama değerler çalışanların gelir düzeylerine göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>11</sub>:** Ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin ortalama değerler *işletmelerin faaliyet alanlarına* göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>11a</sub>:** İş etiği ve müşteri odaklılığa ilişkin ortalama değerler işletmelerin faaliyet alanlarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>11b</sub>:** Kalite ve çalışanlara değer vermeye ilişkin ortalama değerler işletmelerin faaliyet alanlarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

**H<sub>11c</sub>:** Paylaşım ve yardımlaşmaya ilişkin ortalama değerler işletmelerin faaliyet alanlarına göre istatistiki olarak anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır.

#### 4.4.2. Anket Formunun Hazırlanması

Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak anket yöntemi tercih edilmiştir. Araştırma için gerekli veriler, yüz yüze (kişisel görüşme) yöntemiyle toplanmıştır. Yüz yüze anket yöntemi; daha fazla sayıda veri toplanabilmesi, daha az zaman, maliyet ve emek gerektirmesi (Karagöz, 2017: 69), cevaplama oranının yüksek olması ve gözlem yapabilmeye imkân sağlaması (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2016: 137-138) nedeniyle tercih edilmiştir.

Anket formu hazırlanmadan önce literatürde konuyla ilgili benzer çalışmalar araştırılmış ve bu doğrultuda ölçeğe son hâli verilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formu, iki ayrı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, ankete katılan cevaplayıcıya (işletme çalışanı) ilişkin cinsiyeti, yaşı, eğitim düzeyi, mesleği, mesleğinin baba mesleği olup olmadığı, toplam çalışma yılı, mevcut işletmedeki çalışma yılı, işletmedeki statüsü, gelir düzeyi ve çalıştığı işletmenin faaliyet alanı bilgilerinden oluşan 10 adet demografik soruya yer verilmiştir.

Anket formunun ikinci ve son bölümünde ise ahilik kültürü ve uygulamalarının günümüz işletmelerinde uygulanma düzeyini tespit edebilmek amacıyla; “Ahilik Kültürü ve Uygulamaları” ile ilgili 19 maddeden oluşan ölçeğe yer verilmiştir. Akgül (2017) tarafından kaleme alınan “Ahilik Kültüründeki Etik İlkelerin Günümüz İşletmelerine Yansımaları: Kırşehir İli Örneği” başlıklı makaleden yazarından mail yoluyla istenmiş ve izni dâhilinde kullanılmıştır. Söz konusu ölçekte katılımcılara

5’li Likert ölçekli; “1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2. Katılmıyorum, 3. Kararsızım, 4. Katılıyorum ve 5. Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde ifadeler yöneltilmiştir.

#### **4.4.3. Araştırma Evreni ve Örneklemi**

Araştırmanın evrenini, Konya ili merkez sınırları içerisinde bulunan Tarihi Bedesten Çarşısı’nda faaliyet gösteren işletmeler oluşturmaktadır. Konya Tarihi Bedesten Çarşısı’ndaki işyerlerinin hepsi gezilerek anketi doldurmayı kabul eden esnaflarla yüzyüze görüşme yapılmıştır.

#### **4.4.4. Anket Formunun Uygulanması ve Değerlendirilmesi**

Araştırma örnekleme çerçevesinde, ilgili işletmelere 05.12.2018-10.02.2019 tarihleri arasında kolayda örnekleme yöntemiyle 150 anket dağıtılmıştır. Bu aşamada öncelikli olarak özellikle esnafın kendisine, ikinci alternatif olarak ise esnafın yanında çalışanlara ya da yönetici konumunda olanlara anket ulaştırılması konusunda mümkün olduğunca hassas davranılmıştır.

Dağıtılan 150 anket analize dahil edilmiştir. Anketlerden elde edilen veriler gerekli kodlamalar yapılarak bilgisayar ortamına aktarılmış ve SPSS (Statistical Package for Social Sciences-Sosyal Bilimler için İstatistik Paketi) 22.0 paket programı yardımıyla analize tabi tutulmuştur.

#### **4.5. Araştırmanın Bulguları ve Bulguların Değerlendirilmesi**

Bu başlık altında, örgüt kültürü ve iş ahlakı temelinde ahilik kültürünün günümüz örgütlerinde uygulanma düzeyinin ölçülmesi amacıyla Konya Bedesten Çarşısı’nda faaliyette bulunan işletmelerin çalışanlarından elde edilen veriler doğrultusunda yapılan analizlere, bulgulara ve söz konusu bulgulara ilişkin yorum ve değerlendirmelere yer verilmiştir.

##### **4.5.1. Örnekleme İlişkin Tanıtıcı Bilgiler**

Bu başlık altında öncelikle araştırmaya katılan işletme çalışanlarının demografik özelliklerine ve çalıştıkları işletmeye ilişkin birtakım bilgilere yer verilmiştir.

İlk olarak, araştırmaya katılım sağlayan işletme çalışanlarının cinsiyetlerine ilişkin bilgiler Tablo 2’de görülmektedir.

**Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyetleri**

CİNSİYET	Frekans	Yüzde
<b>Erkek</b>	<b>134</b>	<b>89,3</b>
<b>Kadın</b>	16	10,7
<b>Toplam</b>	150	100,0

Tablo 3’e göre, araştırmaya katılan işletme çalışanlarının büyük çoğunluğunun erkek olduğu (%89,3), kadın çalışanların (%10,7) ise azınlıkta olduğu anlaşılmaktadır. Bir diğer ifadeyle Konya Bedesten esnafı ve çalışanlarının büyük kısmını erkek işgücü oluşturmaktadır.

İkinci olarak, araştırmaya katılan işletme çalışanlarının yaşlarına ilişkin frekans bilgileri Tablo 3’de yer almaktadır.

**Tablo 3: Katılımcıların Yaş Aralıkları**

YAş	Frekans	Yüzde
<b>20 yaş ve altı</b>	7	4,7
<b>21-35</b>	36	24,0
<b>36-45</b>	<b>40</b>	<b>26,7</b>
<b>46-55</b>	31	20,7
<b>55 yaş üzeri</b>	36	24,0
<b>Toplam</b>	150	100,0

Tablo 3’e göre, araştırmaya katılan işletme çalışanlarının %26,7’sinin 36 ile 45 yaş aralığında, %24’ünün 21 ile 35 yaş ve yine %24’ünün 55 yaş üzerinde olduğu, 20 yaş ve altındaki çalışan sayısının ise yalnızca %4,7 oranında olduğu görülmektedir. Ayrıca alışanların %71,4’ünün orta yaş ve üzeri bir aralıkta olduğu, dolayısıyla tecrübeli çalışanların veya işletme sahiplerinin araştırmaya katıldığı söylenebilir.

nc olarak, araştırmaya katılan işletme çalışanlarının eğitim durumlarına ilişkin frekans bilgileri Tablo 4’de yer almaktadır.

**Tablo 4: Katılımcıların Eğitim Durumları**

<b>EĞİTİM DURUMU</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>İlkokul</b>	<b>55</b>	<b>36,7</b>
<b>Ortaokul</b>	36	24,0
<b>Lise</b>	46	30,7
<b>Üniversite</b>	<b>13</b>	<b>8,7</b>
<b>Toplam</b>	150	100,0

Yukarıdaki tabloya göre; araştırmaya katılan işletme çalışanlarının %36,7'sinin ilkokul mezunu, %30,7'sinin lise mezunu, %24'ünün ortaokul mezunu ve yalnızca %8,7'sinin ise üniversite mezunu olduğu anlaşılmaktadır. Bu verilere göre Konya Bedesten esnafının %36,7'sinin ilkokul mezunu ve sadece %8,7'sinin üniversite mezunu olması, araştırmaya katılanların eğitim durumlarının düşük olduğunu gösterir niteliktedir.

Araştırmaya katılan işletme çalışanlarının mesleklerine ilişkin frekans bilgileri ise alan Tablo 5'de yer almaktadır.

**Tablo 5: Katılımcıların Meslekleri**

<b>MESLEK</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Esnaf</b>	<b>86</b>	<b>57,3</b>
<b>Sanatkâr</b>	17	11,3
<b>Vasıfsız Eleman</b>	47	31,3
<b>Toplam</b>	150	100,0

Yukarıdaki tabloya göre; araştırmaya katılan işletme çalışanlarının %57,3'ünün mesleğini esnaf, %31,3'ünün vasıfsız eleman ve %11,3'ünün ise sanatkâr olarak beyan ettiği anlaşılmaktadır. Bu verilere göre ahilik kültürünün günümüz örgütlerindeki uygulanma düzeyinin etkin ölçülebilmesi doğrultusunda araştırmaya katılanların yaklaşık %70'inin esnaf ve sanatkârlardan oluşması, araştırmayı güçlü ve güvenilir kılma noktasında avantaj sağlamaktadır.

Araştırmaya katılanların meslekleri bağlamında verdikleri cevapların ardından kendilerine “bu mesleklerinin aynı zamanda baba mesleği olup olmadığı” sorulmuş ve Tablo 6'daki veriler elde edilmiştir.

**Tablo 6: Katılımcıların Baba Meslekleri ile Uyumu**

<b>“Mesleğiniz aynı zamanda baba mesleği midir?”</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Evet</b>	62	41,3
<b>Hayır</b>	<b>88</b>	<b>58,7</b>
<b>Toplam</b>	150	100,0

Tablo 6’ya göre, araştırmaya katılan işletme çalışanlarının %58,7’sinin baba mesleklerini yapmadıkları, %41,3’ünün ise baba mesleklerine devam ettikleri anlaşılmaktadır. Çoğunluğun baba mesleğini devam ettirmemesi ise bu araştırma bağlamında ahilik kültürünün izlerinin sürülmesi ve günümüze yansımalarının tespiti açısından kısmen dezavantaj olarak görülebilir.

Tablo 7’de araştırmaya katılan çalışanların işletmelerindeki statülerine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

**Tablo 7: Katılımcıların Statüleri**

<b>STATÜ</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>İşletme sahibi ve yöneticisi</b>	<b>80</b>	<b>53,3</b>
<b>Yalnızca yönetici</b>	21	14,0
<b>Yalnızca çalışan/mavi yakalı işçi</b>	49	32,7
<b>Toplam</b>	150	100,0

Tablo 7’ye göre, araştırmaya katılan işletme çalışanlarının %53,3’ünün işletmenin sahibi ve aynı zamanda yöneticisi olduğu, %32,7’sinin mavi yakalı çalışan olduğu ve %14’ünün ise yönetici konumunda olduğu görülmektedir. Bu verilere göre ahilik kültürünün günümüz örgütlerindeki uygulanma düzeyinin etkin ölçülebilmesi doğrultusunda araştırmaya katılanların %67,3’ünün işletme sahibi ve yöneticisi ya da sadece yöneticilerinden oluşması, araştırmayı güçlü ve güvenilir kılma noktasında avantaj olarak görülebilir.

Aşağıda yer alan Tablo 8’de ise araştırmaya katılan çalışanların mesleklerinden toplam çalışma yıllarına ilişkin bilgiler yer almaktadır.

**Tablo 8: Katılımcıların Toplam Çalışma Yılları**

ÇALIŞMA YILI	Frekans	Yüzde
<b>5 ve altı</b>	24	16,0
<b>6-10</b>	25	16,7
<b>11-15</b>	27	18,0
<b>16-20</b>	28	18,7
<b>20 üzeri</b>	<b>46</b>	<b>30,7</b>
<b>Toplam</b>	150	100,0

Yukarıdaki tabloya göre; katılımcıların %30,7’sinin 20 yıldan fazla bir zamandan beri çalışma hayatında var oldukları görülmektedir. Ayrıca %84,1’inin ise en az 6 yıldır çalışma hayatında oldukları anlaşılmaktadır. Diğer yandan aşağıdaki Tablo 9’da ise araştırmaya katılan çalışanların buldukları işletmedeki çalışma yıllarına ilişkin frekans dağılımı görülmektedir.

**Tablo 9: Katılımcıların Buldukları İşletmedeki Çalışma Yılları**

ÇALIŞMA YILI	Frekans	Yüzde
<b>5 ve altı</b>	28	18,7
<b>6-10</b>	28	18,7
<b>11-15</b>	24	16,0
<b>16-20</b>	27	18,0
<b>20 üzeri</b>	<b>43</b>	<b>28,7</b>
<b>Toplam</b>	150	100,0

Tablo 9’a göre; katılımcıların %28,7’sinin en az 20 yılın üzerinde bir süredir buldukları işletmede çalıştıkları görülürken, ayrıca %81,4’ünün ise en az 6 yıl ve daha üzeri bir süredir buldukları işletmede çalıştıkları anlaşılmaktadır. Bu veriler ise bir önceki tabloda ifade edilen toplam çalışma yılı verileri ile büyük oranda benzerlik göstermektedir. Bu bağlamda araştırmaya katılım gösteren çalışanların büyük kısmının kariyerlerine buldukları işletme başlayarak devam ettikleri

söylenebilir. Ayrıca bu veri araştırma çerçevesinde Bedesten esnafında ahilik kültürünün izlerinin sürülmesi bakımından da olumlu bir durum olarak değerlendirilebilir, nitekim en az 6 yıldır bulunduğu işletmede çalışanların ahilik kültürünün uygulanma düzeyine ilişkin ciddi bir kanıya sahip olacağı düşünülmektedir.

Tablo 10’de araştırmaya katılan çalışanların aylık ortalama gelir durumlarına ilişkin frekans dağılımı görülmektedir.

**Tablo 10: Katılımcıların Aylık Ortalama Gelir Düzeyleri**

<b>GELİR DÜZEYİ</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>1000 TL’den az</b>	1	,7
<b>1000-2000 TL</b>	39	26,0
<b>2001-3500 TL</b>	<b>41</b>	<b>27,3</b>
<b>3501-5000 TL</b>	40	26,7
<b>5001 TL ve üzeri</b>	29	19,3
<b>Toplam</b>	150	100,0

Tablo 10’a göre; katılımcıların %27,3’ünün 2001 ile 3500 TL arasında bir gelir düzeyine sahip oldukları görülürken, ayrıca katılımcıların %73,3’ünün ise en az 2001 TL ve daha üzerine bir gelire sahip oldukları anlaşılmaktadır.

Son olarak Tablo 11’de araştırmaya katılan işletmelerin faaliyet alanlarına ilişkin bilgiler görülmektedir.

**Tablo 11: Araştırmaya Katılan İşletmelerin Faaliyet Alanları**

<b>FAALİYET ALANI</b>	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>
<b>Tekstil</b>	<b>40</b>	<b>26,7</b>
<b>Gıda</b>	31	20,7
<b>Mücevherat</b>	23	15,3
<b>Ayakkabı/Deri</b>	23	15,3
<b>Mobilya</b>	16	10,7
<b>Bakır</b>	6	4,0
<b>Diğer</b>	11	7,3
<b>Toplam</b>	150	100,0

Tablo 11'e göre; araştırmaya katılan işletmelerin %26,7'sinin tekstil sektöründe, %20,7'sinin gıda sektöründe, %15,3'ünün mücevherat sektöründe ve yine %15,3'ünün ayakkabı/deri sektöründe faaliyet gösterdikleri görülürken, araştırmaya katılan işletmelerden en çok tekstil ve gıda sektöründe yer alan işletmelerin yer aldığı anlaşılmaktadır.

#### 4.5.2. Güvenilirlik Analizi

Veri toplama aracının güvenilirliğini, bir diğer ifadeyle verilerin içsel tutarlılıklarını tespit etmek amacıyla Cronbach's Alpha değerleri hesaplanmıştır. Söz konusu değerler aşağıdaki Tablo 12'de görülebilmektedir.

Cronbach's Alpha değeri, sorular veya ifadeler arası korelasyona bağlı uyum değeridir. Bu değer, ölçeklerdeki soruların güvenilirlik düzeylerini göstermektedir. Cronbach's Alpha değerinin 0,70 ve daha üzerinde olduğu durumlarda ölçeğin güvenilir olduğu kabul edilir. Ancak sosyal bilimlerde bu sınır, soru sayısının az olduğu durumlarda 0,60 ve üzeri olarak da kabul görmektedir (Sipahi vd., 2008: 89).

**Tablo 12: Ölçeklerin Güvenilirlik Değerleri**

Ölçek	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )
<b>Ahilik Kültürü Ve Uygulamaları</b>	16	0,914
- İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	10	0,958
- Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	4	0,652
- Paylaşım ve Yardımlaşma	2	0,857

Yukarıdaki tabloda da görüleceği üzere, "**ahilik kültürü ve uygulamaları**" ölçeğinin Cronbach's Alpha güvenilirlik değerinin %91,4 ( $\alpha=0,914$ ) ile yüksek düzeyde bir güvenilirliğe sahip olduğu söylenebilir. Güvenilirlik analizi sonucunda, söz konusu ölçeğin güvenilirliğini düşürdüğü gözlenen altıncı ("*Rekabetin iyi bir şey olduğunu düşünüyorum.*"), on sekizinci ("*Ahilik sistemi günümüzde, çağımızın kuralları ile güncellenerek uygulanmaktadır.*") ve on dokuzuncu ("*Ahilik kültüründeki etik değerler, uluslararası etik değerler ile örtüşmektedir.*") maddeler ölçekten çıkarılmıştır. Bu maddeler ölçekten çıkarılmadan önce geçerlilik analizi çerçevesinde ilgili maddelerin faktör yükleri incelenerek nihai karar verilmiştir, ilgili maddelerin faktör yüklerinin sosyal bilimlerde kabul edilebilir sınır olan 0,4'ün



(Şencan, 2005: 390) altında olması da göz önüne alınarak söz konusu ifadelerin ölçekten çıkarılmasına karar verilmiştir.

Ayrıca ölçeğin alt boyutlarının güvenilirliklerine bakıldığında ise *iş etiği ve müşteri odaklılık* boyutu için %95,8 ( $\alpha=0,958$ ); *kalite ve çalışanlara değer verme* boyutu için %65,2 ( $\alpha=0,652$ ) ve *diğerkâmlık ve yardımlaşma* boyutu için %85,7 ( $\alpha=0,857$ ) oranında olduğu görülmektedir. Bu değerler ölçeğin alt boyutlarının güvenilir olduğunu göstermektedir.

#### 4.5.3. Geçerlilik Analizi

Bu başlık altında, örgüt kültürü ve iş ahlakı temelinde ahilik kültürünün günümüz örgütlerinde uygulanma düzeyinin ölçülmesine yönelik kullanılan ölçeğin geçerliliğini belirlemek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Bu bağlamda ahilik kültürünün günümüz örgütlerinde uygulanma düzeyinin ölçülmesine ilişkin ölçeğin katılımcılar tarafından kaç farklı alt boyutta algılandığını tespit etmek amacıyla keşifsel faktör analizi yapılmıştır. Veri setinin faktör analizine uygunluğunun test edilmesi için, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ve Bartlett küresellik testi uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda KMO değeri 0,928 ile 0,50'nin üzerinde ve Bartlett testinin kuyruk olasılığının 0,05 önem derecesinde anlamlı olduğu ( $p=0,00$ ), dolayısıyla veri setinin faktör analizine uygun olduğu belirlenmiştir (Sipahi vd., 2008: 80; Kalaycı vd., 2005: 322). Analizler, temel bileşenler yöntemi ve Varimax döndürme yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Aşağıda Tablo 13'te ahilik kültürünün günümüz örgütlerinde uygulanma düzeyinin ölçülmesine ilişkin faktör analizi sonuçlarına verilmiştir.

Aşağıdaki Tablo 13 incelendiğinde; yapılan keşfedici faktör analizi sonucunda 16 maddeden oluşan ahilik kültürünün günümüz örgütlerinde uygulanma düzeyi ölçeğinin ankete katılan işletmeler tarafından üç alt boyutta algılandığı belirlenmiştir. Boyutlar, ölçeğin alındığı Akgül (2017)'nin faktör isimlendirmelerinden de esinlenerek, sırası ile *İş Etiği ve Müşteri Odaklılık* (10 ifade), *Kalite ve Çalışanlara Değer Verme* (4 ifade) ve *Paylaşım ve Yardımlaşma* (2 ifade) şeklinde adlandırılmıştır. Toplam açıklanan varyans % 72,2 olarak bulunmuştur. Bu açıklanan varyansa ilişkin boyutların ayrı ayrı katkıları incelendiğinde; *iş etiği ve müşteri odaklılık* boyutu için %45,99; *kalite ve çalışanlara değer verme* boyutu için %14,63

ve *diğerkâmlık ve yardımlaşma* boyutu için %11,57 oranında olduğu görülmüştür. Ölçeğe ilişkin faktör yükleri incelendiğinde ise; faktör yüklerinin sosyal bilimlerde kabul edilebilir sınır olan 0,4'ün (Şencan, 2005: 390) üzerinde olduğu görülmektedir. Dolayısıyla Tablo 13'te verilen maddelerin faktör yükleri istatistiksel olarak yeterli düzeydedir.

**Tablo13: Ahilik Kültürünün Günümüz Örgütlerinde Uygulanma Düzeyine İlişkin Faktör Analizi**

Faktörler	Maddeler	Faktör Yükleri			Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )
		1	2	3	
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	İşyerimde yardımlaşma ve dayanışmaya önem veririm.	,753			,958
	Mal/hizmet sattığım müşterilerin menfaatlerini önemserim.	,838			
	Mal/hizmet sattığım müşteriye iade/değişirme garantisi veririm.	,746			
	Müşteriye kalitesiz mal/hizmet satmaktan utanırım.	,891			
	Sattığım mal/hizmetin eksikleri ve hataları ile ilgili uyarıda bulunurum.	,883			
	Müşteriler benden mal/hizmet satın almasalar bile ikramda bulunur ürünlerimi tanıtırım.	,842			
	Sosyal güvenlik ve iş hukuku kurallarına önem veririm.	,757			
	İşyerimde etik değerlere önem verilir.	,860			
	İşyerimde çalışanlara, müşterilere iyi ve anlayışlı davranmaları konusunda telkinde bulunurum.	,879			
	Ustaların, çıraklarına bilgilerini aktarmaları gerektiğini düşünüyorum.	,874			
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	İşyerimde çalışanlar, alınan kararlara özgürce katılabilmelidir.		,780		,652
	İşyerim sosyal sorumluluk ilkelerine uygun olarak çalışır.		,622		
	Sattığım tüm mal ve hizmetler benim için aynı ölçüde önemlidir.		,543		
	Sattığım tüm mal ve hizmetlerin eşit/aynı olması benim için önemlidir.		,699		
Paylaşım ve Yardımlaşma	Zor durumda olduğunu düşündüğüm esnaf arkadaşşıma müşteri yönlendiririm.			,885	,857
	Mali olarak zor durumda olduğunu düşündüğüm arkadaşşıma mali yardım yaparım.			,932	
<b>Özdeğerler</b>		7,36	2,34	1,85	
<b>Açıklanan varyans (%)</b>		45,99	14,63	11,57	
<b>Toplam açıklanan varyans (%)</b>		72,2			
<b>Notlar:</b> (i) Varimax Rotasyonlu Asal Bileşenler Analizi (ii) KMO = 0,928; Bartlett Testi = 1923,42; p=0,00 (p<0,05)					

#### 4.5.4. Ahilik Ölçeğine İlişkin Normallik Testi

Bu aşamada amaç, elde edilen verilerin araştırma amaçları doğrultusunda hangi analizlere tabi tutulacağına, parametrik veya parametrik olmayan analiz yöntemlerinden hangisinin kullanılacağına belirlenmesidir. Bu noktada parametrik ya da parametrik olmayan analiz yöntemlerinden hangisinin kullanılacağına karar vermek adına verilerin normallik testine tabi tutulması gerekmektedir. Verilerin normal dağılıma uygunluğunu test etmek amacıyla istatistiki analiz programlarında değişik türde testler anlatılmaktadır. Bu testler arasında en yaygın olarak bilinenler, Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk testleridir. Bu testler aracılığıyla verilerin normal dağılım şartlarını yerine getirip getirmediğini belirlemek mümkündür. Bu testlerin anlamlılık derecesi 0,05'ten küçük ise verilerin normal dağılmadığı, aksi taktirde verilerin normal dağıldığı yorumu yapılmaktadır (Altunışık vd., 2012: 166). Bu bilgiler ışığında araştırmanın değişkenlerine ilişkin normallik testlerine aşağıdaki Tablo 14'de yer verilmiştir.

**Tablo 14: Normallik Testi**

Ölçek ve Boyutları	Kolmogorov-Smirnov (a)			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	n	p	İstatistik	n	p
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	,247	150	,000	,712	150	,000
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	,149	150	,000	,931	150	,000
Paylaşım ve Yardımlaşma	,176	150	,000	,921	150	,000
AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI	,214	150	,000	,764	150	,000

**Not:** (a) Lilliefors Anlamlılık Düzeltmesi, n= Örneklem Sayısı, p= Anlamlılık

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, hem Kolmogorov-Smirnov hem de Shapiro-Wilk testlerinin p değerlerinin 0,05'ten küçük olması verilerin normal dağılıma sahip olmadıklarının bir göstergesidir. Bununla birlikte ilgili ölçek ve boyutlarına ilişkin histogram grafikleri, çarpıklık ve basıklık değerleri de incelenerek normal dağılıma uygun olmadığı tespit edilmiş ve sonuç olarak ilgili verilerin normal dağılmadığı anlaşılmıştır.

Bu sonuca göre yapılacak fark testlerinde parametrik analiz yöntemlerinin alternatifi olan parametrik olmayan (non-parametrik) analiz yöntemleri tercih edilmiştir. Bu doğrultuda;

- Bağımsız gruplar t-testinin yerine parametrik olmayan Mann-Whitney U testi,
- Tek yönlü Anova analizi yerine parametrik olmayan Kruskal Wallis H analizi yapılmıştır.

#### 4.5.5. Tanımlayıcı İstatistikler

Bu başlık altında, araştırma verilerine ilişkin tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir. İlk olarak aşağıda yer alan Tablo 15’de ahilik kültürünün günümüz örgütlerinde uygulanma düzeyi ve alt boyutlarına ilişkin tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir.

**Tablo 15: Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyine İlişkin Boyutların Tanımlayıcı İstatistikleri**

	Ort.	Sıra Ort.	S.S.
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	4,487	2,48	,769
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	3,932	1,76	,728
Paylaşım ve Yardımlaşma	3,693	1,76	1,039
AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI	4,249	-	,627

**Notlar:** (i) n=150, (ii) Ölçekte; 1= “Hiç önemli değil” ve 5= “Çok önemli” anlamındadır. (iii) Ort.= Aritmetik Ortalama (Mean); Sıra Ort.= Mean Rank; S.S.= Standart Sapma, (iv) Friedman çift yönlü Anova testine göre  $\chi^2= 57,49$ ; p=0,00 (p<0,01) sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

Yukarıdaki tablo incelendiğinde; ahilik kültürü boyutlarından en fazla uygulanma düzeyine sahip boyutun, “iş etiği ve müşteri odaklılık” boyutu olduğu görülmektedir (ort.=4,49). Bu boyutu sırasıyla “ahilik kültürünün genel uygulanma düzeyi” (ort.=4,25), “kalite ve çalışanlara değer verme” (ort.=3,93) ve “diğerkâmlık ve yardımlaşma” (ort.=3,69) boyutlarının izlediği anlaşılmaktadır. Söz konusu boyutların ortalama değerleri incelendiğinde araştırmaya katılan işletmelerin gerek genel olarak ahilik kültürü ve uygulamalarını, gerekse alt boyutlarını yüksek düzeyde<sup>1</sup> uyguladıkları, bir diğer ifadeyle ahilik kültür ve değerlerini günümüze taşıdıkları ve yansıttıkları söylenebilir. Bu veriler doğrultusunda  $H_1$  ile  $H_{1a}$ ,  $H_{1b}$  ve  $H_{1c}$  hipotezleri kabul edilmiştir.

<sup>1</sup> 5’li Likert ölçeği bağlamında; “1,00-2,33” düşük düzey, “2,34-3,66” orta düzey ve “3,67-5,00” yüksek düzey olarak değerlendirilmiştir.

Ayrıca ahilik kültürünün uygulanma düzeyine ilişkin alt boyutların kendi aralarında karşılaştırılması amacıyla çift yönlü anova (friedman) testi yapılmıştır. Tablo 15’te yer alan sıra ortalamaları incelendiğinde; “iş etiği ve müşteri odaklılık” boyutunun diğer iki boyuta nazaran daha yüksek düzeyde uygulandığı görülmektedir. Bununla birlikte araştırmaya katılan işletmelerin “kalite ve çalışanlara değer verme” ile “diğerkâmlık ve yardımlaşma” boyutlarına ise aynı düzeyde önem verdikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 16’da ise ahilik kültürünün günümüz örgütlerinde uygulanma düzeyine ilişkin tüm ifadelerle ilişkin tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir.

**Tablo 16: Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyine İlişkin İfadelerin Tanımlayıcı İstatistikleri**

	<b>Ort.</b>	<b>Sıra Ort.</b>	<b>S.S.</b>
İşyerimde çalışanlar, alınan kararlara özgürce katılabilmelidir.	3,77	6,64	1,177
İşyerim sosyal sorumluluk ilkelerine uygun olarak çalışır.	4,23	8,09	,804
İşyerimde yardımlaşma ve dayanışmaya önem veririm.	4,37	8,66	,824
Zor durumda olduğumu düşündüğüm esnaf arkadaşşıma müşteri yönlendiririm.	3,71	6,19	1,178
Mali olarak zor durumda olduğumu düşündüğüm arkadaşşıma mali yardım yaparım.	<b>3,67</b>	<b>5,97</b>	1,039
Mal/hizmet sattığım müşterilerin menfaatlerini önemserim.	4,57	9,96	,789
Mal/hizmet sattığım müşteriye iade/değişirme garantisi veririm.	4,40	9,01	,920
Müşteriye kalitesiz mal/hizmet satmaktan utanırım.	<b>4,59</b>	<b>10,15</b>	,803
Sattığım mal/hizmetin eksikleri ve hataları ile ilgili uyarıda bulunurum.	4,55	9,79	,848
Sattığım tüm mal ve hizmetler benim için aynı ölçüde önemlidir.	3,95	7,67	1,214
Müşteriler benden mal/hizmet satın almasalar bile ikramda bulunur ürünlerimi tanıtırım.	4,45	9,32	,894
Sattığım tüm mal ve hizmetlerin eşit/aynı olması benim için önemlidir.	3,78	6,73	1,158
Sosyal güvenlik ve iş hukuku kurallarına önem veririm.	4,42	9,11	,861
İşyerimde etik değerlere önem verilir.	4,43	8,99	,830
İşyerimde çalışanlara, müşterilere iyi ve anlayışlı davranmaları konusunda telkinde bulunurum.	4,53	9,68	,766
Ustaların, çıraklarına bilgilerini aktarmaları gerektiğini düşünüyorum.	4,57	10,05	,847
<b>Notlar:</b> (i) n=150, (ii) Ölçekte; 1= “Hiç önemli değil” ve 5= “Çok önemli” anlamındadır. (iii) Ort.= Aritmetik Ortalama (Mean); Sıra Ort.= Mean Rank; S.S.= Standart Sapma, (iv) Friedman çift yönlü Anova testine göre $\chi^2=342,11$ ; p=0,00 (p<0,01) sonuçlar istatistiksel bakımdan anlamlıdır.			

Tablo 16 incelendiğinde; araştırmaya katılan işletmelerin ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin ifadeler arasında en yüksek ortalamaya sahip ifadenin, “müşteriye kalitesiz mal/hizmet satmaktan utanırım.” ifadesi olduğu görülmektedir (Ort.=4,59; Sıra Ort.=10,15). Bu veriye göre, Konya bedesten esnafının müşterilerine kalite mal ve hizmet sunma konusunda son derece titiz oldukları söylenebilir. Ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin ifadeler arasında en düşük ortalama değere sahip ifadenin ise “mali olarak zor durumda olduğumu düşündüğüm arkadaşşıma mali yardım yaparım.” ifadesi olduğu anlaşılmaktadır (Ort.=3,67; Sıra Ort.=5,97). Bu veri doğrultusunda ise Konya bedesten esnafının ahilik kültüründe diğerkâmlık ve yardımlaşma kapsamında önemli bir yeri olan zor durumda olana maddi yardım edilmesi noktasında diğer hususlara nazaran hassasiyetlerinin düşük olduğu söylenebilir.

#### **4.5.6. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Bazı Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi**

Bu başlık altında; ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin boyutların ve genel olarak ahilik kültürünün uygulanma düzeyine yönelik elde edilen ortalama değerlerin araştırmaya katılan işletme çalışanlarının demografik bilgilerine ve ilgili işletmelerin faaliyet alanlarına göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesine yönelik yapılan varyans analizine bir diğer ifadeyle fark testlerine yer verilmiştir.

##### **4.5.6.1. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Cinsiyet Değişkenine Göre İncelenmesi**

Bu başlık altında, araştırmaya katılan işletme çalışanlarının cinsiyetlerine göre ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin boyutların ve genel olarak ahilik kültürünün uygulanma düzeyinin ortalama değerlerinde farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Mann-Whitney U testine ilişkin veriler yer almaktadır.

Aşağıdaki tablo incelendiğinde; ahilik kültürü ve uygulamaları ile alt boyutlarının uygulanma düzeyi değişkenlerinin p (anlamlılık) satırında yer alan değerlerin 0,05’ten büyük olması nedeniyle araştırmaya katılan işletme çalışanlarının cinsiyetlerine göre ahilik kültürü ve uygulamaları ile alt boyutlarının uygulanma düzeyi ortalama değerlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmadığı anlaşılmaktadır. Bir diğer ifadeyle araştırmaya katılan işletme çalışanlarının

cinsiyetlerine göre ahilik kültürünün uygulanma düzeyine ilişkin verdikleri cevaplarda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu veri doğrultusunda  $H_2$ ,  $H_{2a}$ ,  $H_{2b}$  ve  $H_{2c}$  hipotezleri reddedilmiştir.

**Tablo 17: Cinsiyet Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi**

Test İstatistiği <sup>a, b</sup>		
Boyutlar	Mann-Whitney U Testi	
	Z	P
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	-,074	,941
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	-,061	,951
Paylaşım ve Yardımlaşma	-1,323	,186
AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI	-,971	,332

*a: Mann-Whitney U Testi; b: Grup Değişkeni= Cinsiyet*

#### 4.5.6.2. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Yaş Değişkenine Göre İncelenmesi

Bu başlık altında, araştırmaya katılan işletme çalışanlarının yaş aralıklarına göre ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin boyutların ve genel olarak ahilik kültürünün uygulanma düzeyinin ortalama değerlerinde farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Kruskal-Wallis H testine ilişkin veriler yer almaktadır.

**Tablo 18: Yaş Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi**

Test İstatistiği <sup>a, b</sup>		
Boyutlar	Kruskal-Wallis H Testi	
	$\chi^2$	P
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	18,43	<b>,001</b>
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	35,66	<b>,000</b>
Paylaşım ve Yardımlaşma	7,78	,100
AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI	23,28	<b>,000</b>

*a: Kruskal-Wallis H Testi; b: Grup Değişkeni= Yaş*

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, ahilik kültürü ve uygulamaları ( $p=0,000$ ) ile alt boyutlarından; iş etiği ve müşteri odaklılık ( $p=0,001$ ), kalite ve çalışanlara değer

verme ( $p=0,000$ ) değişkenlerinin  $p$  (anlamlılık) satırındaki değerler  $0,05$ 'ten küçük olması nedeniyle araştırmaya katılan işletme çalışanlarının yaş aralıklarına göre söz konusu boyutların ortalama değerlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Bu veriler doğrultusunda **H<sub>3</sub>, H<sub>3a</sub> ve H<sub>3b</sub> hipotezleri kabul** edilirken, **H<sub>3c</sub> hipotezi ise reddedilmiştir**. Söz konusu farklılıklara ilişkin değerler ise aşığıdaki Tablo 19'da gösterilmektedir.

**Tablo 19: Yaş Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarına İlişkin Sıra Değerleri**

Sıra (Rank) Değerleri			
	Yaş Aralığı	n	Sıra Değeri Ortalaması
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	20 yaş ve altı	7	<b>14,36</b>
	21-35	36	69,11
	36-45	40	82,53
	46-55	31	75,18
	55 yaş üzeri	36	<b>86,25</b>
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	20 yaş ve altı	7	<b>20,36</b>
	21-35	36	59,51
	36-45	40	69,88
	46-55	31	77,92
	55 yaş üzeri	36	<b>106,38</b>
AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI	20 yaş ve altı	7	<b>15,29</b>
	21-35	36	71,06
	36-45	40	72,48
	46-55	31	72,90
	55 yaş üzeri	36	<b>97,25</b>

Yukarıdaki tabloya göre, araştırmaya katılan işletme sahip, yönetici veya çalışanlarından 55 yaşın üzerinde olanların genel olarak ahilik kültürü ve uygulamaları ile iş etiği ve müşteri odaklılık, kalite ve çalışanlara değer verme boyutlarına ilişkin önem düzeyinin, diğer yaş aralıklarındaki çalışanların ilgili boyutlara verdikleri önem düzeyine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu veri doğrultusunda yaşlı esnaf veya çalışanların ahilik kültürüne, iş etiği ve müşteri odaklılığa, kaliteye ve çalışanlara değer verme hususlarına daha çok önem verdikleri söylenebilir. Bu veriyi destekler nitelikte bir diğer istatistik ise genel olarak ahilik kültürü ve uygulamalarının uygulanma düzeyi ortalaması ile kalite ve çalışanlara değer verme düzeyi ortalamalarının yaş aralığı arttıkça yükselmesidir.

Ayrıca 20 yaş veya daha altındaki çalışanların ise ahilik kültürü ve uygulamaları ile iş etiği ve müşteri odaklılık, kalite ve çalışanlara değer verme



boyutlarına ilişkin önem düzeyinin, diğer yaş aralıklarındaki çalışanların ilgili boyutlara verdikleri önem düzeyine göre daha düşük olduğu anlaşılmaktadır. Bu veri ise iş hayatının başında olan genç çalışanların henüz ahilik kültürü ve uygulamalarını yeterince benimsemediği ve uygulamadığını gösterir niteliktedir.

#### 4.5.6.3. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Eğitim Durumu Değişkenine Göre İncelenmesi

Bu başlık altında, araştırmaya katılan işletme çalışanlarının eğitim durumlarına göre ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin boyutların ve genel olarak ahilik kültürünün uygulanma düzeyinin ortalama değerlerinde farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Kruskal-Wallis H testine ilişkin veriler yer almaktadır.

**Tablo 20: Eğitim Durumu Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi**

Test İstatistiği <sup>a, b</sup>		
Boyutlar	Kruskal-Wallis H Testi	
	$\chi^2$	p
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	6,67	<b>,024</b>
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	0,13	,987
Paylaşım ve Yardımlaşma	16,4	<b>,001</b>
AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI	7,15	<b>,012</b>

*a: Kruskal-Wallis H Test; b: Grup Değişkeni= Eğitim Durumu*

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, ahilik kültürü ve uygulamaları ( $p=0,012$ ) ile alt boyutlarından; iş etiği ve müşteri odaklılık ( $p=0,024$ ), diğerkâmlık ve yardımlaşma ( $p=0,001$ ) değişkenlerinin p (anlamlılık) satırındaki değerler 0,05'ten küçük olması nedeniyle araştırmaya katılan işletme çalışanlarının eğitim durumuna göre söz konusu boyutların ortalama değerlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Bu veriler doğrultusunda **H<sub>4</sub>, H<sub>4a</sub> ve H<sub>4c</sub> hipotezleri kabul** edilirken, **H<sub>4b</sub> hipotezi ise reddedilmiştir**. Söz konusu farklılıklara ilişkin değerler ise aşağıdaki Tablo 21'de gösterilmektedir.

**Tablo 21: Eğitim Durumu Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarına İlişkin Sıra Değerleri**

Sıra (Rank) Değerleri			
	Eğitim Durumu	n	Sıra Değeri Ortalaması
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	İlkokul	55	76,64
	Ortaokul	36	63,54
	Lise	46	76,99
	Üniversite	13	<b>98,54</b>
Paylaşım ve Yardımlaşma	İlkokul	55	59,66
	Ortaokul	36	76,86
	Lise	46	84,61
	Üniversite	13	<b>106,50</b>
AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI	İlkokul	55	70,87
	Ortaokul	36	68,10
	Lise	46	79,12
	Üniversite	13	<b>102,77</b>

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, araştırmaya katılan işletme sahip, yönetici veya çalışanlarından üniversite mezunu olanların genel olarak ahilik kültürü ve uygulamaları ile iş etiği ve müşteri odaklılık, diğerkâmlık ve yardımlaşma boyutlarına ilişkin önem düzeyinin, eğitim düzeyi daha düşük olan çalışanların ilgili boyutlara verdikleri önem düzeyine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu veri doğrultusunda üniversite mezunu esnaf veya çalışanların ahilik kültürüne, iş etiği ve müşteri odaklılığa, diğerkâmlık ve yardımlaşma hususlarına daha çok önem verdikleri söylenebilir. Eğitim düzeyi olarak diğer gruplar arasında ise ciddi bir farklılığın olmadığı görülmektedir. Ayrıca diğerkâmlık ve yardımlaşma hususunda ise uygulanma düzeyine ilişkin ortalamanın eğitim düzeyi arttıkça yükseldiği görülmektedir.

#### **4.5.6.4. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Meslek Değişkenine Göre İncelenmesi**

Bu başlık altında, araştırmaya katılan işletme çalışanlarının mesleklerine göre ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin boyutların ve genel olarak ahilik kültürünün uygulanma düzeyinin ortalama değerlerinde farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Kruskal-Wallis H testine ilişkin veriler yer almaktadır.

**Tablo 22: Meslek Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi**

Test İstatistiği <sup>a, b</sup>		
Boyutlar	Kruskal-Wallis H Testi	
	$x^2$	p
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	17,32	,000
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	18,76	,000
Paylaşım ve Yardımlaşma	4,38	,112
<b>AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI</b>	17,18	,000

*a: Kruskal-Wallis H Testi; b: Grup Değişkeni= Meslek*

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, ahilik kültürü ve uygulamaları ( $p=0,000$ ) ile alt boyutlarından; iş etiği ve müşteri odaklılık ( $p=0,000$ ), kalite ve çalışanlara değer verme ( $p=0,000$ ) değişkenlerinin p (anlamlılık) satırındaki değerler 0,05'ten küçük olması nedeniyle araştırmaya katılan işletme çalışanlarının mesleklerine göre söz konusu boyutların ortalama değerlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Bu veriler doğrultusunda **H<sub>5</sub>, H<sub>5a</sub> ve H<sub>5b</sub> hipotezleri kabul** edilirken, **H<sub>5c</sub> hipotezi ise reddedilmiştir**. Söz konusu farklılıklara ilişkin değerler ise aşağıdaki Tablo 23'te gösterilmektedir.

**Tablo 23: Meslek Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarına İlişkin Sıra Değerleri**

Sıra (Rank) Değerleri			
	Meslek	n	Sıra Değeri Ortalaması
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	Esnaf	86	86,47
	Sanatkâr	17	78,76
	Çalışan	47	<b>54,26</b>
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	Esnaf	86	87,47
	Sanatkâr	17	75,47
	Çalışan	47	<b>53,61</b>
AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI	Esnaf	86	87,08
	Sanatkâr	17	75,00
	Çalışan	47	<b>54,50</b>

Yukarıdaki tabloya göre, araştırmaya katılan işletme sahip, yönetici veya çalışanlarından mesleğini “çalışan” olarak beyan edenlerin genel olarak ahilik kültürü ve uygulamaları ile iş etiği ve müşteri odaklılık, kalite ve çalışanlara değer verme boyutlarına ilişkin önem düzeyinin, diğer meslek gruplarındaki çalışanların

ilgili boyutlara verdikleri önem düzeyine göre daha düşük olduğu görülmektedir. Bu veri doğrultusunda esnaf veya sanatkâr dışındaki çalışanların bir diğer ifadeyle mavi yakalı çalışanların ahilik kültürüne, iş etiği ve müşteri odaklılığa, kaliteye ve çalışanlara değer verme hususlarına daha az önem verdikleri söylenebilir. Bu veriyi destekler nitelikte bir diğer istatistik ise genel olarak ahilik kültürü ve uygulamalarının uygulanma düzeyi ortalaması ile iş etiği ve müşteri odaklılık ve kalite ve çalışanlara değer verme düzeyi ortalamalarının çalışandan esnaf grubuna doğru gidildikçe yükselmesidir. Bir başka açıdan ise esnaf ve sanatkâr mesleğindeki ahilik kültürüne, iş etiği ve müşteri odaklılığa, kaliteye ve çalışanlara değer verme hususlarına daha fazla önem verdikleri söylenebilir.

#### 4.5.6.5. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Baba Mesleği Uyumu Değişkenine Göre İncelenmesi

Bu başlık altında, araştırmaya katılan işletme çalışanlarının baba meslekleri ile uyumuna göre ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin boyutların ve genel olarak ahilik kültürünün uygulanma düzeyinin ortalama değerlerinde farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Mann-Whitney U testine ilişkin veriler yer almaktadır.

**Tablo 24: Baba Mesleği Uyumu Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi**

Test İstatistiği <sup>a, b</sup>		
Boyutlar	Mann-Whitney U Testi	
	Z	P
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	-,945	,345
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	-2,903	<b>,004</b>
Paylaşım ve Yardımlaşma	-1,123	,261
<b>AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI</b>	-,610	,542
<i>a: Mann-Whitney U Test; b: Grup Değişkeni= Baba Mesleği Uyumu</i>		

Yukarıdaki tablo incelendiğinde; ahilik kültürü ve uygulamaları ile alt boyutlarından; iş etiği ve müşteri odaklılık ile diğerkâmlık ve yardımlaşma boyutlarının p (anlamlılık) satırında yer alan değerlerin 0,05'ten büyük olması nedeniyle araştırmaya katılan işletme çalışanlarının baba meslekler ile uyumlarına

göre ilgili boyutların uygulanma düzeyi ortalama değerlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmadığı anlaşılmaktadır. Ancak kalite ve çalışanlara değer verme düzeyi ortalamasının ise p (anlamlılık) satırındaki değer 0,05'ten küçük olması nedeniyle araştırmaya katılan işletme çalışanlarının baba meslekleri ile uyumlu olup olmamasına göre kalite ve çalışanlara değer verme düzeyinin farklılık gösterdiği görülmektedir. Bu veriler doğrultusunda **H<sub>6</sub>**, **H<sub>6a</sub>** ve **H<sub>6c</sub>** hipotezleri reddedilirken, **H<sub>6b</sub>** hipotezi ise kabul edilmiştir. Söz konusu farklılığa ilişkin değerler ise aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

**Tablo 25: Baba Mesleği Değişkenine Göre Kalite ve Çalışanlara Değer Verme Boyutuna İlişkin Sıra Değerleri**

Sıra (Rank) Değerleri			
	Meslek	n	Sıra Değeri Ortalaması
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	Evet	62	<b>87,67</b>
	Hayır	88	66,93

Yukarıdaki tabloya göre, araştırmaya katılan işletme sahip, yönetici veya çalışanlarından mesleklerini aynı zamanda baba mesleği olarak beyan edenlerin kalite ve çalışanlara değer verme boyutuna ilişkin verdikleri önem düzeyinin, baba mesleğini sürdürmeyenlere göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bir diğer ifadeyle, baba mesleğini sürdüren çalışanların sürdürmeyenlere nazaran kalite ve çalışanlara değer verme hususlarına daha fazla önem verdikleri anlaşılmaktadır.

#### **4.5.6.6. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Statü Değişkenine Göre İncelenmesi**

Bu başlık altında, araştırmaya katılan işletme çalışanlarının statülerine göre ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin boyutların ve genel olarak ahilik kültürünün uygulanma düzeyinin ortalama değerlerinde farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Kruskal-Wallis H testine ilişkin veriler yer almaktadır.

Tablo 26: Statü Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi

Test İstatistiği <sup>a, b</sup>		
Boyutlar	Kruskal-Wallis H Testi	
	$x^2$	p
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	22,88	,000
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	19,93	,000
Paylaşım ve Yardımlaşma	2,34	,311
AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI	22,10	,000

*a: Kruskal-Wallis H Testi; b: Grup Değişkeni= Statü*

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, ahilik kültürü ve uygulamaları ( $p=0,000$ ) ile alt boyutlarından; iş etiği ve müşteri odaklılık ( $p=0,000$ ), kalite ve çalışanlara değer verme ( $p=0,000$ ) değişkenlerinin p (anlamlılık) satırındaki değerler 0,05'ten küçük olması nedeniyle araştırmaya katılan işletme çalışanlarının statülerine göre söz konusu boyutların ortalama değerlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Bu veriler doğrultusunda **H<sub>7</sub>**, **H<sub>7a</sub>** ve **H<sub>7b</sub>** hipotezleri kabul edilirken, **H<sub>7c</sub>** hipotezi ise reddedilmiştir. Söz konusu farklılıklara ilişkin değerler ise aşağıdaki Tablo 27'de gösterilmektedir.

Tablo 27: Statü Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarına İlişkin Sıra Değerleri

Sıra (Rank) Değerleri			
	Statü	n	Sıra Değeri Ortalaması
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	İşletme sahibi ve yöneticisi	80	90,75
	Yalnızca yönetici	21	66,33
	Yalnızca çalışan/mavi yakalı işçi	49	54,53
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	İşletme sahibi ve yöneticisi	80	89,24
	Yalnızca yönetici	21	72,24
	Yalnızca çalışan/mavi yakalı işçi	49	54,46
AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI	İşletme sahibi ve yöneticisi	80	91,00
	Yalnızca yönetici	21	60,95
	Yalnızca çalışan/mavi yakalı işçi	49	56,43

Yukarıdaki tabloya göre, araştırmaya katılanlar arasında statüsü işletme sahibi ve yöneticisi olanların genel olarak ahilik kültürü ve uygulamaları ile iş etiği ve

müşteri odaklılık, kalite ve çalışanlara değer verme boyutlarına ilişkin önem düzeyinin, diğer statü gruplarının ilgili boyutlara verdikleri önem düzeyine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bir diğer ifadeyle işletme sahip ve yöneticilerinin ahilik kültürüne, iş etiği ve müşteri odaklılığa, kaliteye ve çalışanlara değer verme hususlarına daha fazla önem vererek bu kültürü yaşatmaya ve uygulamaya çalıştıkları söylenebilir. Benzer bir veri de genel olarak ahilik kültürü ve uygulamalarının uygulanma düzeyi ortalaması ile iş etiği ve müşteri odaklılık ve kalite ve çalışanlara değer verme düzeyi ortalamalarının mavi yakalı çalışanlardan işletme sahibi ve yöneticileri grubuna doğru gidildikçe yükselmesidir.

#### 4.5.6.7. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Çalışma Yılı Değişkenine Göre İncelenmesi

Bu başlık altında, araştırmaya katılan işletme çalışanlarının toplam çalışma yıllarına göre ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin boyutların ve genel olarak ahilik kültürünün uygulanma düzeyinin ortalama değerlerinde farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Kruskal-Wallis H testine ilişkin veriler yer almaktadır.

**Tablo 28: Çalışma Yılı Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi**

Test İstatistiği <sup>a, b</sup>		
Boyutlar	Kruskal-Wallis H Testi	
	$\chi^2$	p
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	5,09	,278
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	37,33	<b>,000</b>
Paylaşım ve Yardımlaşma	4,14	,388
<b>AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI</b>	16,03	<b>,003</b>

*a: Kruskal-Wallis H Testi; b: Grup Değişkeni= Çalışma Yılı*

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, ahilik kültürü ve uygulamaları (p=0,003) ile alt boyutlarından; kalite ve çalışanlara değer verme (p=0,000) değişkeninin p (anlamlılık) satırındaki değerler 0,05'ten küçük olması nedeniyle araştırmaya katılan işletme çalışanlarının toplam çalışma yılına göre söz konusu boyutların ortalama değerlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Bu veriler

doğrultusunda  $H_8$  ve  $H_{8b}$  hipotezleri kabul edilirken,  $H_{8a}$  ve  $H_{8c}$  hipotezleri ise reddedilmiştir. Söz konusu farklılıklara ilişkin değerler ise aşağıdaki Tablo 29’da gösterilmektedir.

**Tablo 29: Çalışma Yılı Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarına İlişkin Sıra Değerleri**

Sıra (Rank) Değerleri			
	Çalışma Yılı	n	Sıra Değeri Ortalaması
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	5 ve altı	24	54,35
	6-10	25	56,36
	11-15	27	62,20
	16-20	28	72,48
	20 üzeri	46	<b>106,58</b>
AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI	5 ve altı	24	67,25
	6-10	25	72,18
	11-15	27	65,15
	16-20	28	61,46
	20 üzeri	46	<b>96,23</b>

Yukarıdaki tabloya göre, araştırmaya katılan işletme sahip, yönetici veya çalışanlarından 20 yıldan daha fazla bir süredir çalışma hayatında olanların genel olarak ahilik kültürü ve uygulamaları ile kalite ve çalışanlara değer verme boyutlarına ilişkin verdikleri önem düzeyinin, 20 yıl ve daha az bir süredir çalışanların ilgili boyutlara verdikleri önem düzeyine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu veri doğrultusunda kıdem düzeyi daha yüksek esnaf veya çalışanların ahilik kültürüne, kaliteye ve çalışanlara değer verme hususlarına daha çok önem verdikleri söylenebilir. Ayrıca bu veri yaş aralığı yükseldikçe ahilik kültürü ve uygulamalarına verilen önemin arttığına dair elde edilen bulgu ile paralellik göstermektedir.

#### **4.5.6.8. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Mevcut İşletmedeki Çalışma Yılı Değişkenine Göre İncelenmesi**

Bu başlık altında, araştırmaya katılan işletme çalışanlarının mevcut olarak çalıştıkları işletmedeki çalışma yıllarına göre ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin boyutların ve genel olarak ahilik kültürünün uygulanma düzeyinin ortalama değerlerinde farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Kruskal-Wallis H testine ilişkin veriler yer almaktadır.



**Tablo 30: Mevcut İşletmedeki Çalışma Yılı Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi**

Test İstatistiği <sup>a, b</sup>		
Boyutlar	Kruskal-Wallis H Testi	
	$\chi^2$	p
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	6,18	,186
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	46,32	<b>,000</b>
Paylaşım ve Yardımlaşma	10,11	,069
<b>AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI</b>	16,82	<b>,002</b>

*a: Kruskal-Wallis H Testi; b: Grup Değişkeni= Mevcut İşletmedeki Çalışma Yılı*

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, ahilik kültürü ve uygulamaları ( $p=0,002$ ) ile alt boyutlarından; kalite ve çalışanlara değer verme ( $p=0,000$ ) değişkeninin p (anlamlılık) satırındaki değerler 0,05'ten küçük olması nedeniyle araştırmaya katılan işletme çalışanlarının mevcut işletmelerindeki çalışma yıllarına göre söz konusu boyutların ortalama değerlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Bu veriler doğrultusunda  $H_0$  ve  $H_{9b}$  hipotezleri kabul edilirken,  $H_{9a}$  ve  $H_{9c}$  hipotezleri ise reddedilmiştir. Söz konusu farklılıklara ilişkin değerler ise aşağıdaki Tablo 31'de gösterilmektedir.

**Tablo 31: Mevcut İşletmedeki Çalışma Yılı Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarına İlişkin Sıra Değerleri**

Sıra (Rank) Değerleri			
	Çalışma Yılı	n	Sıra Değeri Ortalaması
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	5 ve altı	28	54,18
	6-10	28	50,41
	11-15	24	64,77
	16-20	27	77,33
	20 üzeri	43	<b>110,56</b>
AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI	5 ve altı	28	70,05
	6-10	28	71,79
	11-15	24	60,17
	16-20	27	63,56
	20 üzeri	43	<b>97,52</b>

Yukarıdaki tabloya göre, araştırmaya katılan işletme sahip, yönetici veya çalışanlarından mevcut durumda çalıştıkları işletmede 20 yıldan daha fazla bir

süredir çalışanların genel olarak ahilik kültürü ve uygulamaları ile kalite ve çalışanlara değer verme boyutlarına ilişkin verdikleri önem düzeyinin, 20 yıl ve daha az bir süredir mevcut işletmelerinde çalışanların ilgili boyutlara verdikleri önem düzeyine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu veri doğrultusunda mevcut işletmelerinde çalışma yılı daha yüksek esnaf veya çalışanların ahilik kültürüne, kaliteye ve çalışanlara değer verme hususlarına daha çok önem verdikleri söylenebilir. Ayrıca bu veri bir önceki başlıkta ele alınan toplam çalışma yılı verileri ve yaş aralığı yükseldikçe ahilik kültürü ve uygulamalarına verilen önemin arttığına dair elde edilen bulgular ile paralellik göstermektedir.

#### 4.5.6.9. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Gelir Düzeyi Değişkenine Göre İncelenmesi

Bu başlık altında, araştırmaya katılan işletme çalışanlarının aylık ortalama gelir düzeylerine göre ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin boyutların ve genel olarak ahilik kültürünün uygulanma düzeyinin ortalama değerlerinde farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Kruskal-Wallis H testine ilişkin veriler yer almaktadır.

**Tablo 32: Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi**

Test İstatistiği <sup>a, b</sup>		
Boyutlar	Kruskal-Wallis H Testi	
	$\chi^2$	P
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	20,38	,000
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	16,31	,003
Paylaşım ve Yardımlaşma	17,07	,002
AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI	18,04	,001

*a: Kruskal-Wallis H Testi; b: Grup Değişkeni= Aylık Ortalama Gelir Düzeyi*

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, ahilik kültürü ve uygulamaları ( $p=0,001$ ) ile tüm alt boyutların; iş etiği ve müşteri odaklılık ( $p=0,000$ ), kalite ve çalışanlara değer verme ( $p=0,003$ ) ve paylaşım ve yardımlaşma ( $p=0,002$ ) değişkenlerinin  $p$  (anlamlılık) satırındaki değerler  $0,05$ 'ten küçük olması nedeniyle araştırmaya katılan işletme çalışanlarının aylık ortalama gelir düzeylerine göre söz konusu boyutların

ortalama değerlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmaktadır. Bu veriler doğrultusunda  $H_{10}$ ,  $H_{10a}$ ,  $H_{10b}$  ve  $H_{10c}$  hipotezleri kabul edilmiştir. Söz konusu farklılıklara ilişkin değerler ise aşağıdaki Tablo 33’te gösterilmektedir.

**Tablo 33: Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarına İlişkin Sıra Değerleri**

Sıra (Rank) Değerleri			
	Gelir Düzeyi	n	Sıra Değeri Ortalaması
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	1000 TL’den az	1	<b>5,00</b>
	1000-2000 TL	39	<b>52,31</b>
	2001-3500 TL	41	78,41
	3501-5000 TL	40	90,05
	5001 TL ve üzeri	29	84,93
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	1000 TL’den az	1	<b>9,00</b>
	1000-2000 TL	39	<b>56,33</b>
	2001-3500 TL	41	74,98
	3501-5000 TL	40	91,46
	5001 TL ve üzeri	29	82,29
Paylaşım ve Yardımlaşma	1000 TL’den az	1	12,50
	1000-2000 TL	39	71,50
	2001-3500 TL	41	68,54
	3501-5000 TL	40	67,91
	5001 TL ve üzeri	29	<b>103,36</b>
AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI	1000 TL’den az	1	<b>4,50</b>
	1000-2000 TL	39	<b>57,05</b>
	2001-3500 TL	41	71,72
	3501-5000 TL	40	84,60
	5001 TL ve üzeri	29	95,55

Yukarıdaki tabloya göre, araştırmaya katılan işletme sahip, yönetici veya çalışanlarından gelir düzeyleri 2000 TL ve daha altında olanların genel olarak ahilik kültürü ve uygulamaları ile iş etiği ve müşteri odaklılık, kalite ve çalışanlara değer verme boyutlarına ilişkin verdikleri önem düzeyinin, daha yüksek gelir düzeyine sahip çalışanların ilgili boyutlara verdikleri önem düzeyine göre daha düşük olduğu görülmektedir. Ayrıca gelir düzeyi 5001 TL ve daha üzerinde olan işletme çalışan, sahip veya yöneticilerin, ilgili tutardan daha düşük gelir düzeyine sahip çalışanlara nazaran paylaşım ve yardımlaşma boyutu ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Bir diğer ifadeyle gelir düzeyleri asgari ücret ve daha altında olan çalışanların diğerkâmlık ve yardımlaşma dışındaki boyutlara daha az önem verdikleri söylenebilir.

#### 4.5.6.10. Ahilik Kültürünün Uygulanma Düzeyinin Faaliyet Alanı Değişkenine Göre İncelenmesi

Bu başlık altında, araştırmaya katılan işletmelerin faaliyet alanlarına göre ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin boyutların ve genel olarak ahilik kültürünün uygulanma düzeyinin ortalama değerlerinde farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Kruskal-Wallis H testine ilişkin veriler yer almaktadır.

**Tablo 34: Faaliyet Alanı Değişkenine Göre Ahilik Kültürü ve Boyutlarının Varyans Analizi**

Test İstatistiği <sup>a, b</sup>		
Boyutlar	Kruskal-Wallis H Testi	
	$\chi^2$	<i>p</i>
İş Etiği ve Müşteri Odaklılık	7,59	,270
Kalite ve Çalışanlara Değer Verme	8,78	,186
Paylaşım ve Yardımlaşma	11,07	,086
AHİLİK KÜLTÜRÜ ve UYGULAMALARI	2,97	,812
<i>a: Kruskal-Wallis H Test; b: Grup Değişkeni= İşletmenin Faaliyet Alanı</i>		

Yukarıdaki tablo incelendiğinde; ahilik kültürü ve uygulamaları ile alt boyutlarının uygulanma düzeyi değişkenlerinin *p* (anlamlılık) satırında yer alan değerlerin 0,05'ten büyük olması nedeniyle araştırmaya katılan işletmelerin faaliyet alanlarına göre ahilik kültürü ve uygulamaları ile alt boyutlarının uygulanma düzeyi ortalama değerlerinde istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar bulunmadığı anlaşılmaktadır. Bir diğer ifadeyle araştırmaya katılan işletmelerin faaliyet alanlarına göre ahilik kültürünün uygulanma düzeyine ilişkin verdikleri cevaplarda istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu veriler doğrultusunda **H<sub>11</sub>**, **H<sub>11a</sub>**, **H<sub>11b</sub>** ve **H<sub>11c</sub>** hipotezleri reddedilmiştir.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Ahilik, yapısal olarak fütüvvet anlayışından esinlenen, Türkler'in Anadolu'da dini ve ahlaki değerler çerçevesinde oluşturdukları esnaf birliği olarak bilinmektedir. Başta ahlaki alanda olmak üzere iktisadi, siyasi, ve sosyal alanlarda Anadolu'nun tarihi ve kültürel değerlerine önemli katkıları olan bir teşkilat yapısıdır. Ahiliğin temelini oluşturan ahlaki kurallar, gerek sosyal yaşamda gerekse iş hayatında karşımıza çıkacak problemleri en aza indirecek geçmişten günümüze kalan en güzel mirastır. 13. yüzyıldan 20. yüzyıla kadar yapısını bozmadan koruyan ahilik anlayışının hedefinde mükemmel insanla mükemmel toplum yapısını oluşturmak vardır. Ahlaki değerler başta olmak üzere pek çok alanda edindikleri ilke ve erdemlerle günümüzdeki bazı örgütsel yapılara da örnek teşkil etmiştir.

Günümüzde yaşamın büyük bölümünü kapsayan iş hayatında ahlaki bozulmalarla sık sık karşılaşılmaktadır. Bu bozulmanın temelinde yatan insanların ahlak kurallarını hiçe sayarak kısa yoldan para kazanma hırısı, kariyer hedefleri ve zengin olma gibi kişisel isteklerinin başkalarının hakkını gözetmeksizin ön planda olmasıdır. Ahilik teşkilatında meslek ahlakının meslek edinmenin önünde olduğu söylenebilir. Ahlaki ilkeleri hayatlarına yansıtarak hayat felsefesi haline dönüştüren ahiler, işlerini ibadet işyerlerini de ibadethane olarak görmekte iş hayatına büyük titizlik göstermekteydiler. Günümüze bakacak olursak mesleki eğitim, meslek ve teknik eğitim veren kurumlar aracılığıyla teknolojinin ve çağın getirdiği yenilikler yardımıyla en iyi şekilde yapılmaktadır. Ancak ahlaki değerlerin meslek hayatına aktarılabilmesi için eğitim kurumları ve meslek odaları başta olmak üzere ilgili tüm kurum ve kuruluşlar bu sorumluluğu ve rolü üstlenmek durumundadırlar.

Geçmişten günümüze dek ahlaki değerleri ve diğer alanlardaki ilkeleriyle adını duyurmayı başarmış olan bu sistemden alınması gerekli olan çok ders vardır. Örneğin, etkisini uzun yıllar muhafaza etmiş olan ahilik sisteminin temel hedefleri arasında sayılabilecek olan;

- Müşteriye karşı dürüst olmak ve iş ahlaki gereklerini yerine getirmek,
- Kaliteli mal üretmek ve çalışanlara değer vermek,

- Paylaşım ve yardımlaşmayı sağlamak bunlardan sadece bazılarıdır.

Yapılan alan araştırmasında ahilikteki “müşteri veli nimettir” anlayışının bugünlere kadar taşındığı görülmüştür. Yapılan anket sonuçlarına göre Konya Bedesten Çarşısı esnafı da öncelikli amacının müşteri memnuniyeti olduğunu belirtmiştir. Bugünde de işini ahlakıyla yapan ve müşterisinin memnuniyetini düşünerek hareket eden esnaf maddi açıdan tam doyuma ulaşmasa da vicdani olarak kendini rahat hissetmesiyle manevi olarak doyuma ulaşmaktadır.

Ahi teşkilat yapısında en önemli hususların başında gelen iş bölümü ve uzmanlaşma konuları günümüzde de önem arz eden konular arasında yer almaktadır. Kişinin uzman olduğu işi yapmasının yanında sevdiği ve benimsediği işi yapması da o işte başarılı olmasını sağlayan etkenlerdendir. Ahi iş ahlakında usta, kalfa ve çırak arasındaki etkili iletişim, saygı ve sevgi bağı kaliteli mal ve hizmet üretmekte oldukça önemli görülen bir husustur. Ahi teşkilat yapısındaki usta çırak ilişkisi günümüz esnaflarında da kısmen devam etmektedir. Halen yanında kalfa ve çırak istihdam eden bedesten esnafı ustaları çalışanlarına bildiklerini aktarma konusunda tereddüt etmemektedir.

Günümüz ticaret hayatında, artan rekabet piyasası küçük esnafın arka planda kalmasına sebep olmuştur. Bu manada bireysel alanda ekmeğini kazanan esnaf gereken ilgiyi görememekten yakınmaktadır. Mesleğine küçük yaşta atılan ustasından ya da babasından mesleğini devralan, mesleğine hayatını adayan küçük esnaflar üretim ve satış açısından büyük firmaların gölgesinde kalmışlardır. Alan araştırmasında bu hususları da dile getirerek, ahiliğin önemli ilkeleri arasında yer alan yardımlaşma ve paylaşım gibi bir değerın önemini bilmelerine rağmen maddi bir takım sebeplerden ötürü uygulamada gerçekleştiremediklerini dile getirmişlerdir.

Konya Bedesten Çarşısı esnafına yapılan anketin sonucuna göre; araştırmaya katılan işletmelerin gerek genel olarak ahilik kültürü ve uygulamalarını, gerekse alt boyutlarını yüksek düzeyde uyguladıkları, bir diğer ifadeyle ahilik kültür ve değerlerini günümüze taşıdıkları ve yansıttıkları belirlenmiştir. İşletmelerin ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin ifadeler arasında en yüksek ortalamaya sahip ifadenin, “müşteriye kalitesiz mal/hizmet satmaktan utanırım.” ifadesi olduğu tespit

edilmiştir. Bu veriye göre, Konya bedesten esnafının müşterilerine kalite mal ve hizmet sunma konusunda son derece titiz oldukları, ahilikteki “müşteri veli nimettir” anlayışının bugünlere kadar taşındığı söylenebilir. Bu bağlamda günümüzde de işini ahlakıyla yapan ve müşterisinin memnuniyetini düşünerek hareket eden esnaf maddi açıdan tam doyuma ulaşmasa da vicdani olarak kendini rahat hissetmesiyle manevi olarak doyuma ulaşmaktadır.

Diğer yandan araştırma sonuçlarına göre ahilik kültürü ve uygulamalarına ilişkin ifadeler arasında en düşük ortalama değere sahip ifadenin ise “mali olarak zor durumda olduğumu düşündüğüm arkadaşşıma mali yardım yaparım.” ifadesi olduğu anlaşılmıştır. Bu veri doğrultusunda ise Konya bedesten esnafının ahilik kültüründe diğerkâmlık ve yardımlaşma kapsamında önemli bir yeri olan zor durumda olana maddi yardım edilmesi noktasında diğer hususlara nazaran hassasiyetlerinin düşük olduğu görülmüştür.

Konya ili Bedesten Çarşısı’ndaki esnafla gerçekleştirilen anket çalışmasına katılan esnafın önemli çoğunluğunun erkek olması dikkat çekicidir. Günümüz çalışma hayatında kadın iş gücünün azımsanmayacak çoğunlukta olması buradaki azlığın dikkat çekmesine neden olmuştur. Oysa Ahi Teşkilatı kadınların da üretime katılmasını desteklemiştir. Bizzat ahiliğin kurucusu olan Ahi Evran’ın eşinin kuruculuğunu yaptığı Bacıyan-ı Rum Teşkilatı bunun tarihteki ilk örneğidir.

Yüzyüze yapılan araştırmadan çıkan diğer önemli sonuç, tarihi yapısıyla bilinen bedesten çarşısının uzun yıllar boyunca burada çalışan esnafının önemli çoğunluğunun ahilik hakkında yeterli ve gerekli bilgiye sahip olmaması hususu olmuştur. Bazı ahilik ilkelerini çok iyi bildikleri halde babalarından ya da ustalarından böyle gördükleri için yaptıklarını ileri sürmüşlerdir. Devletin ilgili kurumlarının ya da ahilikle alakalı faaliyet gösteren sivil toplum örgütlerinin, gerek ahilik gerekse ahilik ilkelerinin benimsenmesi konularında esnaflara gerekli bilgilerin aktarılmasını sağlamalarının önemine vurgu yapılmıştır. Günümüze ekonomik, sosyal ve kültürel birçok konuda ışık tutacak olan ahilik ilkelerinin teşvik edilmesi konusunda gerekli karar ve uygulamaların hayata geçirilmesi önem arz etmektedir.

Ahilik kültürü ile ilgili akademik anlamda birçok çalışma mevcuttur. Son yıllarda önemini daha da artıran ahilik konusu bilim dünyasının ilgisini bir hayli çekmektedir. Ancak iş dünyasında uygulanma açısından bakıldığında gereken önemin verilmediği gözlemlenmektedir. Günümüze ışık tutacak olan ahilik ilkelerinin benimsenerek hayata geçirilmesi hususunda çalışmalara ihtiyaç vardır. Bu anlamda ahi teşkilat yapısının günümüzde bir benzeri sayılabilecek olan Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliklerine görev düşmektedir. Günümüzde ahiliğe benzeyen kurumların geçmiş tecrübelerden yararlanmaları ahi örgütsel yapısını daha derin araştırarak iş ahlakına yansıtmaları ve bununla alakalı projeler geliştirmelerinde yarar vardır.





## KAYNAKÇA

- Akça, G. (2003). Ahilik Geleneği ve Günümüz Fetiye Esnafı. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, (14), 209-219.
- Akgül, D. (2017). Ahilik Kültüründeki Etik İlkelerin Günümüz İşletmelerine Yansımaları: Kırşehir İli Örneği. *Ahi Evran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 8-26.
- Akgündüz, M. (2014). Ticarî Hayatta Kardeşliği Esas Alan Ahîlik Teşkilatı. *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 31(31), 9-18.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Anadol, C. (2001). *Türk İslam Medeniyetinde Ahilik Kültürü ve Fütüvvetnameler*. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları, Yayın No: 2684.
- Arslan, M. (2005). *İş ve Meslek Ahlakı*. Ankara: Siyasal Yayınevi.
- Başdaş, O. (2018). *Ahilik İlke Ve Uygulamalarının Günümüz Kobi'lerine Yansıması: Elazığ İli Örneği*. Yüksek Lisans Tezi. Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Bayram, M. (2016). *Ahilik ve Meslek Ahlakı*. KTO Üniversitesi Yayınları.
- Bocutoğlu, E. (2015). İbn-i Haldun Ve Adam Smith'in İşbölümü Konusundaki Görüşleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 4(8), 8-25.
- Cahen, C. (2012). *Osmanlılardan Önce Anadolu*. (Çev. Erol Üyepazarcı). İstanbul Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Can, C. (2013). *Ahilikten Günümüze Mesleki Eğitimde Çalışma Ahlakı*. Gaziantep: Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Eğitim Yönetimi Ve Denetimi Bilim Dalı.

- Ceylan, K. (2013). *Ahilik Türk-İslam Medeniyetinde Dünyevi ve Uhrevi Sistem*. Ankara: T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Kültür Yayınları, Yayın No:1.
- Çağatay, N. (1974). *Bir Türk Kurumu Olan Ahilik*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Çağatay, N. (1989). *Bir Türk Kurumu Olan Ahilik*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Basımevi.
- Çalışkan, Y. ve İkiz, M. (2001). *Kültür, San'at ve Medeniyetimizde Ahilik*. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Yayınları Halk Kültürlerini Araştırma ve Geliştirme Genel Müdürlüğü Yayınları, Yayın No:193.
- Çelik, F. (2012). Ahilik Teşkilatı'nın Geçmişten Günümüze Ekonomik Hayatta Üstlendiği Roller. *Uluslararası Ahilik Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 1, 457-469.
- Demirpolat, A. ve AKÇA, G. (2004). Ahilik ve Türk Sosyo-Kültürel Hayatına Katkıları. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırma Dergisi*, (15), 355-376.
- Durak, İ. Ve Yücel, A. (2010). Ahiliğin Sosyo Ekonomik Etkileri ve Günümüze Yansımaları. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 151-168.
- Durkheim, É. (1986). *Meslek Ahlakı* (Çev. Mehmet Karasan). İstanbul: MEB Yayınları.
- Düşkün, İ. (2012). Ahilikte İş Etiği ve Günümüze Yansımaları. *Ahiliğe Genç Bakışlar 21 Eylül 2012 Kırşehir Makale Yarışması Sempozyum Bildirileri*, Kırşehir Yayınları: 219-225.
- Ekinci, Y. (2002 ). *Ahilik*. Ankara: Mihrabad Yayınları. 8. Baskı.
- Ekinci, Y. (2016). *Ahi Evran'ın İnsan Yetiştirme Modeli Ahilik*. İstanbul: Mihrabad Yayınları.
- Erbaşı, A. (2012). Ahi Teşkilatında Yönetim Fonksiyonlarıyla İlgili Uygulamalar. *Turkish Studies Dergisi*, Sayı:7, S.1321-1331.

Erdem, E. (2009). *Ahilik: Ahlakla Kalitenin Buluştuğu Bir Esnaf Teşkilatlanma Modeli*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Erdem, H. (2016). *Ahilik ve Meslek Ahlakı*. KTO Üniversitesi yayınları.

Eren, E. (1998). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.

Erken, V. (1998). *Bir Sivil Örgütlenme Modeli Ahilik*. Ankara: Seba Yayınları.

Erken, V. (2008). *Bir Sivil Örgütlenme Modeli Ahilik*. Ankara: Bilgi Ofset Matbaacılık Yayıncılık.

Ersen, H. (1997). *Toplam Kalite ve İnsan Kaynakları Yönetimi ilişkisi*. İstanbul: Sim Matbaacılık.

Gök, S. (2008). İş etiği ile iş ahlakı arasındaki ilişki ve çalışma yaşamında iş etiğini etkileyen faktörler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-19.

Güçlü, N. (2003). Örgüt kültürü. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2), 61-85.

Güllülü, S. (1977). *Ahi Birlikleri*. İstanbul: Hayat Yayıncılık.

Günay, A. (2003). *Ahilikte Mesleki ve Sosyal Dayanışma*. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.

Gündüz, A., Kaya, M. ve Aydemir, C. (2012). Ahilik Teşkilatında ve Günümüzde Tüketicilerin Korunmasına Yönelik Çalışmalar Üzerine Bir Değerlendirme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(2), 37-54.

Gürata, M. (1975). *Unutulan adetlerimiz ve Loncalar*. Ankara: Tisa Matbaacılık.

İslamoğlu, H. A. ve Alınçık Ü. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.

Kalaycı, Ş. (2005). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

- Kantarıcı, Z. (2007). *İş Etiği ve Ahilik*. Yüksek Lisans Tezi. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Erzurum.
- Karagöz, Y. (2017). SPSS ve AMOS Uygulamalı Nicel-Nitel-Karma Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Karagül, M. (2012). Ahilik ve sosyal sermaye bağlamında iş ahlakı ve üretim ilişkisi. *Akademik Bakış Dergisi*, 32, 1-16.
- Karakaya, İ. ve Naim, A. (2005). *İslam Ahlakının Temel Esasları*. Ankara: Neşriyat Dağıtım.
- Karatop, B. (2012). Tersine Lojistiğin İlk Uygulamaları: Bacıyan-ı Rum. 2. *Uluslararası Ahilik Sempozyumu Cilt II*, Yayın No:7, 881-889.
- Köksal, F. (2016). *Ahilik ve Meslek Ahlakı*. KTO Üniversitesi yayınları.
- Köse, S., Tetik, S. Ve Ercan, C. (2001). Örgüt kültürünü oluşturan faktörler. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8.1: 219-242.
- Kurtuluş, B. (2005). İş Ahlakı. *Geçmişte Ve Günümüzde Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 50: 737-759.
- Lovett, B. J. ve Alexander H. J. (2005). Moral Values, Moralism, and the 2004 Presidential Election. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, Volume 5, Number 1, pp.165-175. Tierney, PP.
- Malkoç, E. (2016). *Ahilik Sistemi Örgütlenme Yapısının Günümüz Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu ile Karşılaştırılması*. Yüksek Lisans Tezi. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- Mc.Hugh, Francis P. (1992). *Ethics In Business Now*. İstanbul: TÜSİAD Yayınları.
- Nasır, N. (2002). Anadolu Ahîliği'nin Sosyo-Ekonomik Yönleri. *Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Velî Araştırma Dergisi*, (24), 7-15.

Özerkmen, N. (2004). Ahiliğin Tarihsel-Toplumsal Temelleri ve Toplumsal Fonksiyonları Sosyolojik Yaklaşım. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 44(2), 57-78.

Özgener, Ş. (2004). *İş Ahlakının Temelleri: Yönetmel Bir Yaklaşım*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Öztürk, N. (2015). Ahilik Teşkilatı ve Günümüz Ekonomisi Çalışma Hayatı ve İş Ahlakı Açısından Değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (7), 1-12.

Öztürk, Y. K. ve Akgöz, S. (2012). Anadolu Kadınlar Birliği (Bacıyan-ı Rum) Modelinden Yeni Nesil Kadın Kooperatiflerine Ahilik Felsefesinin İzleri. 2. *Uluslararası Ahilik Sempozyumu* Cilt II, Yayın No:7, 833-842.

Sancaklı, S. (2010). Ahilik Ahlakının Oluşumunda Hadislerin Etkisi. *İnönü Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1.1: 1-28.

Sipahi, B. Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2008). *Sosyal Bilimlerde SPSS'le Veri Analizi*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.

Şeker, M. (1993). *İbn Batuta'ya Göre Anadolu'nun Sosyal Kültürel ve İktisadi Hayatı İle Ahilik*. Ankara: Kültür Bakanlığı Halk Kütüphanelerini Araştırma ve Geliştirme Müdürlüğü Yayınları: 195.

Şeker, M. (2011). *Türk İslam Medeniyetinde Ahilik ve Fütüvvetnamelerin Yeri*. Ötüken Yayınları.

Şencan, H. (2005). *Sosyal Ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik Ve Geçerlilik*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Şimşek, M. (2002). *Ahilik: TKY ve Tarihteki Bir Uygulaması*. İstanbul: Hayat Yayıncılık İletişim Eğitim Hizmetleri.

Tatlıoğlu, K. (2012). Bir Kavram Olarak Ahilik: Sosyal Psikolojik Bir Yaklaşım. 2. *Uluslararası Ahilik Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, Cilt 1, 149-165.

Tierney, E. (1997). *İş Ahlakı*. (çev. Günhan Günay). İstanbul: Rota Yayınları.

Turan, N. S. (2007). Selçuklu Ve Osmanlı Anadolu'sunda Ahiliğin Sosyo-Ekonomik Gelişim Süreci. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, (52), 151-187.

Uysal, M. (2016). *Esnafalarda Meslek Ahlakı Ve Dindarlık (Isparta Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Isparta.

Ülgener, S. (1981). *İktisadi Çözülmenin Ahlak ve Zihniyet Dünyası*. İstanbul: Der Yayınları.

Ünsür, A. (2017). Ahilik Sisteminde Ahlak Temelli Çalışma İlişkileri ve Günümüz Bakış Açısından Değerlendirilmesi. *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7.13: 90-98.

Yağmurlu, A. (1997). Örgüt Kültürü: Tanımlar ve Yaklaşımlar. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 52.01: 717-724.

Zorlu, K., Merdan, E. ve Ege, Ö. (2012). Ahilik Kültürünün Günümüz İşletmelerinde Bilinirliği Üzerine Bir Araştırma: Gümüşhane Örneği. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turkish* 73-94.

**EKLER****EK-1 : ANKET FORMU**

Değerli katılımcı, araştırma yüksek lisans tezi amacına yönelik bilimsel bir nitelik taşımaktadır. Bu araştırma, Konya ilindeki tarihi bedesten çarşısındaki esnafın, ahilik kültürü ve uygulamalarının günümüz örgüt kültürü ve iş ahlakına yansımalarına yöneliktir. Aşağıda Ahilik değerlerini içeren bir takım maddelere yer verilmiştir.

Sizden istenilen, aşağıdaki maddelerde verilen özelliklere göre genel değerlendirmeler yapmanız ve ilgili kutucuğa “X” işareti koymanızdır. Toplanan veriler yalnızca araştırma için kullanılacaktır. Zaman ayırıp araştırmama görüşlerinizle katkı sunduğunuzdan dolayı çok teşekkür ederim.

**DANIŞMAN** Prof. Dr. Adnan ÇELİK Selçuk Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü Öğretim Üyesi

**HAZIRLAYAN** Havvanur BAKAN İşletme Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi

**KİŞİSEL BİLGİ FORMU**

1. Cinsiyetiniz:  Erkek  Kadın
2. Eğitim Düzeyi  İlkokul mezunu  Ortaokul mezunu  Lise Mezunu  Üniversite mezunu
3. Mesleğiniz:  Esnaf  Sanatkâr  Çalışan
4. Mesleğiniz aynı zamanda baba mesleği midir?  Evet  Hayır
5. Mesleğinizdeki çalışma yılınız: .....Yıl
6. Buradaki çalışma yılınız : .....Yıl
7. Yaşınız: ..... Yıl
8. İşletmeniz faaliyet alanı  tekstil  gıda  kuyumcu  ayakkabı-deri  mobilya  
 bakırcı  diğer
9. Ortalama aylık geliriniz:  1.000 TL'den az  1.000 – 2.000 TL arası  2001 – 3.500 TL arası  3.501 – 5.000 TL arası  5.001 TL'den daha çok
10. İş yerinizdeki konumunuz:  İş yerinin sahibi ve yöneticisiyim  İş yerinin yalnızca yöneticisiyim/Amir, Müdür vb.  Yalnızca çalışanıyım







T. C.  
**SELÇUK ÜNİVERSİTESİ**  
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü



## ÖZGEÇMİŞ

### KİŞİSEL BİLGİLER :

Adı Soyadı: Havvanur BAKAN

Doğum Yeri: Konya

Doğum Tarihi: 15.03.1984

### ÖĞRENİM DURUMU :

- Lisans Eğitimi : Gazi Osman Paşa Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümü (2005-2009)

### İLETİŞİM BİLGİLERİ :

- E-posta: nur.042@hotmail.com