



JOURNAL of SOCIAL and HUMANITIES SCIENCES RESEARCH (JSHSR)

Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi

Received/Makale Geliş 23.10.2021
Published /Yayınlanma 31.12.2021
Article Type/Makale Türü Research Article

Citation/Alıntı: Ceylan Şaşmaz, E., Baş, Ş. & Öğüldü, E. (2021). Günümüz işletmelerinde Ahilik uygulamaları ve örgütsel erdemlilik. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8(77), 3336-3347.
<http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.2850>

- **Öğr. Gör. Esin CEYLAN ŞAŞMAZ**
<https://orcid.org/0000-0002-4566-0542>
Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu, KONYA / TÜRKİYE
- **Öğr. Gör. Şaban BAŞ**
<https://orcid.org/0000-0002-4142-6580>
Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu, KONYA / TÜRKİYE
- **Öğr. Gör. Emine ÖĞÜLDÜ**
<https://orcid.org/0000-0003-3761-7189>
Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu, KONYA / TÜRKİYE

GÜNÜMÜZ İŞLETMELERİNDE AHİLİK UYGULAMALARI VE ÖRGÜTSEL ERDEMLİLİK

AKHISM PRACTICES AND ORGANIZATIONAL VIRTUE IN TODAY'S BUSINESSES

ÖZET

Ahilik, fütüvvet anlayışı üzerine kardeşlik, birlik, beraberlik ve dayanışma temellerini esas alan milli ve yerli Türk esnaf teşkilatlanmasıdır. Anadolu'da 13. yy'da Ahi Evran tarafından kurulmuş olup toplumsal açıdan ekonomik ve sosyal hayatın düzenlenmesinde etkin bir rol oynamıştır. Bununla birlikte ahilik teşkilatı iyi huylu, dürüst ve erdemli olma gibi ahlaki değerleri temel alarak bireylere mesleki eğitim vermeyi amaç edinmiştir. Erdemlilik; dürüstlük, alçak gönüllülük ve hoşgörülü olmayı gerektirir. İş yaşamındaki erdemli davranış göstergeleri de örgütsel erdemliliğe temel oluşturmaktadır.

Çalışmanın amacı; yüzyıllardır topraklarımızda varlığını sürdüren ahilik teşkilatlanmasının ilke ve uygulamalarının günümüze yansımaları ile örgütsel erdemlilik ilişkisini araştırmaktır. Bu bağlamda Türkiye'de faaliyet gösteren küçük ve orta büyüklükteki işletme (KOBİ) sahip ve çalışanlarına anket yapılmıştır. Ahilik değerleri için Battal ve Durmuş (2017) tarafından geliştirilen "Modern Ahilik Ölçeği" kullanılmıştır. Örgütsel erdemlilik için Cameron, Bright ve Caza (2004) tarafından geliştirilen, Erkmen ve Esen (2012)'in Türkçe uyarlamasını yaptığı "Örgütsel Erdemlilik Ölçeği"nden yararlanılmıştır. Araştırmada elde edilen bulgulara göre işletmelerin faaliyet süreleri ve işletmelerde çalışma sürelerinin uzun olması ahilik uygulamalarının ve örgütsel erdemliliğin benimsenmesinde etkili olmaktadır. Sonuç olarak günümüz işletmelerinde ahilik uygulamaları örgütsel erdemliliği etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Modern Ahilik, Ahilik İlkeleri, Örgütsel Erdemlilik, KOBİ.

ABSTRACT

Akhism is a national and local Turkish organization that is based on the understanding of futuwah on the basis of fraternity, unity, togetherness and solidarity. It was founded by Ahi Evran in the 13th century in Anatolia and played an active role in the regulation of social and economic life. However, the Akhism organization aims to provide vocational training to individuals based on moral values such as being good-natured, honest and virtuous. Virtue requires honesty, humility and tolerance. Virtuous behavior indicators in business life also form the basis of organizational virtuousness.

The aim of this study is to investigate the reflections of the principles and practices of the Akhism organization, which has existed in our lands for centuries, and the relationship between organizational virtue. In this context, a survey was conducted with the owners and employees of small and medium-sized enterprises (SMEs) operating in Turkey. The "Modern Akhism" scale developed by Battal and Durmuş (2017) was used for Akhism values. For organizational virtue, the "Organizational Virtue Scale" developed by Cameron, Bright & Caza (2004) and adapted into Turkish by Erkmen and Esen (2012) was used. According to the findings obtained in the research, the operating periods of the enterprises and the long working hours in the

enterprises are effective in the adoption of Akhism practices and organizational virtue. As a result, ahi-order practices in today's businesses affect organizational virtue.

Keywords: Modern Akhism, Principles of Akhism, Organizational Virtue, SMEs.

1. GİRİŞ

Ahilik, XIII. yy'dan XX. yy'a kadar Anadolu esnaf ve sanatkâr birliklerini tanımlamak amacıyla kullanılmıştır (Andaç, 1994:1). Ahilik kelimesi Arapça kökenli "kardeşim" anlamına gelen "Ahi" kelimesinden türetilmiştir. Türkçede ise cömert, eli açık, kahraman gibi anlamlar içeren "akı" sözcüğünün karşılığı olarak kabul edilmektedir (Bayram, 1991:131; Gündüz, Kaya ve Aydemir, 2012:40). Ahi Evran, Anadolu'da ilk olarak kendi mesleği olan debbağlık (dericilik) sonra da diğer mesleki kuruluşlarda esnaf örgütlenmesini sağlamıştır.

Ahilik teşkilatının kendi içerisinde bazı ilkeleri, kuralları ve yaptırımları bulunmaktadır. Esnafların kaliteli mal satması ve sattıkları malın arkasında durmaları, ürünleri ederinden fazla bir değerle satmaması ve buna bağlı olarak haksız kazanç elde etmemesi gerekir. Tüketicileri korumak adına böyle bir durumla karşılaşıldığında esnaf kademeli olarak cezalandırılır ve meslekten men edilmeye kadar giderdi. Günümüz iş örgütlerinde ise geçmişin ahilik izlerini taşıyan esnafın olmasına rağmen bunun yanı sıra hileli mal satma ve malın taklidini yapma gibi iş ahlakına uygun olmayan davranış gösteren esnafalarda bulunmaktadır. Böyle olayların önüne geçmek için ülkemizde Tüketici Hakem Heyetleri Komisyonu kurulmuştur. Tüketiciler şikâyetlerini bu komisyona bildirmekte ve komisyon da esnaf üzerinde inceleme başlatmaktadır. İnceleme sonucunda da gerekli cezai işlem uygulanmaktadır.

Ahilik teşkilatı, esnaflar arasında birlik ve beraberliği sağlama ve nitelikli eleman yetiştirmek üzere mesleki eğitimin yanı sıra tevazu, merhametlilik, doğruluk, dürüstlük, yardımseverlik ve dayanışma gibi ahlaki değerleri temel almaktadır. Ahiliğin modern iş hayatına uyarlanmasında örgütsel erdemlilik, örgütsel bağlılık, örgütsel özdeşleşme, müşteri memnuniyeti, kalite güvencesi, iş ahlakı ve etik gibi değerler ile örtüşmektedir. Erdemlilik, iyi ve doğru olanı yapma davranışıdır. Aynı zamanda ahlaki değerlerin bir boyutunu oluşturmaktadır. Örgütsel erdemlilik de örgüt içerisinde çalışan bireylerin erdemli olma davranışı sergilenmesidir.

Ülkemizde Ahilik geleneğimizi yaşatmak ve kültürel mirasımızı gelecek nesillere aktarabilmek için çeşitli etkinliklerle her yıl eylül ayı içerisinde "Ahilik Haftası" kutlamaları yapılmaktadır. Ahilik Haftası Kutlamaları'nın koordinasyonu ve sorumluluğu 2008 yılında çıkarılan yönetmelikle T.C. Ticaret Bakanlığına verilmiştir. Ahilik'in merkezi olarak Kırşehir'de gerçekleştirilecek 7 günlük resmi kutlama programını bakanlık diğer illerdeki kutlama programlarını ise Kırşehir İl Kutlama Komitesi hazırlamaktadır (URL 1).

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Ahilik Teşkilatı ve Günümüz İşletmelerine Yansıması

Ahilik, temelleri XIII. yüzyıla kadar uzanan bir esnaf teşkilatlanması olmasının yanı sıra sosyal, kültürel ve iktisadi hayatı düzenleyen bir müessesedir (Düşükcan ve Başdaş, 2019:869). Bununla birlikte Anadolu'da yaşayan Türklerin esnaf ve sanatkârlarının birliğini, çalışma esas ve usullerini teşkil eden sosyo-ekonomik bir yapı olarak bilinmektedir (URL 2). Anadolu Ahilik teşkilatının kurucusu, Ebu'l Hakayık unvanıyla da anılan Ahi Evran'dır (Malkoç, 2016: 20).

Ahilik teşkilatı üzerine yapılan araştırmalar; Ahiliğin ve temel ilkelerinin kökeninin özellikle Arap toplumunda gelişmiş olan Fütüvvet teşkilatına dayandığını ortaya koymaktır (Hülagü, 2012:3). Fütüvvetnamelerde geçen iyilik yapmak, cömert olmak, yardımsever olmak, dürüst olmak ve alçakgönüllü olmak gibi prensipleri olan fütüvvet teşkilatının temel kuralları; ahilik örgütünün de temel ilkeleri olmuştur. Ahilik iyi ahlaklı, hoşgörülü, yardımsever, dürüst ve erdemli esnaf ve sanatkârların yetişmesini amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, ilk olarak ıraklara toplumsal ahlak ve erdemlilik değerleri öğretilir daha sonra mesleki eğitime geçilirdi (Soysalı ve Tan, 2013:3). Ahilik, bu özellikleri ile dürüstlük ve adalet kavramı ile özdeşleşmekte ve ahlak kurallarına dayanmaktadır. Bu minvalde Ahilik ve ona mensup olan üyeler, meslek ve toplum hayatında geçerli olan belirli etik ilke ve kaidelere göre çalışmaktadır (Doğan, 2015:1). Ahilik ilkelerinin yer aldığı fütüvvetnameler incelendiğinde, 740 ilkeden oluştuğu görülmektedir (Ünsür, 2017:93).

Ahilik teşkilatına örgütsel açıdan bakıldığında; XIII. yüzyıldan günümüze Anadolu esnaf ve sanatkâr birliklerinde ahlaklı ve erdemli insan yetiştiren, işleyiş ve kontrolleri düzenleyen, sosyo-ekonomik sistemdir (Çağatay, 1989:1). Ahilik kurumu ortadan kalkmasına rağmen; yapılan çalışmalarda, ahilik

müessesesinin ilke ve uygulamalarının küçük esnaf ve sanatkârların iş, sosyal ve kişisel hayata ait tutum ve davranışlarına yön verme konusunda etkili olduğu görülmüştür (Soysalı ve Tan, 2013:2). Ahilik; günümüzdeki birçok örgütün kuruluşuna esin kaynağı olmuştur. Ahilerin kurdukları teşkilat bir bakıma, bugünkü Esnaf Odaları, İşçi ve İşveren Sendikaları, Ticaret ve Sanayi Odaları, Eğitim Hizmetleri veren Kuruluşlar, Bağ-Kur ve Türk Standartları Enstitüsü gibi kurum ve kuruluşların temeli sayılmaktadır (Öztürk, 2002:4). Ahilik; esnaf ve sanatkârların faaliyetleri ve prensipleri ile uzun yıllar toplumun sosyal ve iktisadi yaşamını etkilemekle kalmamış günümüzde de işletmelerde ahiliğin temel ilkelerinin etkileri görülmektedir (Soysalı ve Tan, 2013:2).

Örneğin Muğla'da Debağ Esnaf Teşkilatında esnafın ileri gelenlerinden ve seçilmiş ustalardan meydana gelen bir İdare Kurulu herhangi bir olumsuz hareketi görülen esnafa ceza da verebilmekteydi. Muğla'daki esnaf idare kurulunda üç tür ceza uygulanıyordu. Bunlardan birincisi; "Gönül Küskünlüğü Cezası" idi. Bu en hafif ceza idi ve bu cezayı alan esnafa diğer esnafın ceza süresince selam vermezdi. Bu ceza süresi bir hafta idi. İkinci ceza "Yolsuzluk Cezası" idi. Bu cezayı alan esnaf mal satamazdı. Bu ceza da bir ay sürerdi. Ceza bitiminde esnaf idare kurulu toplanarak cezalı esnafın cezasının bittiğini ilan ederdi. Daha sonra da ceza alan esnaf, esnaf kahvehanesinde toplanan tüm esnafa çay ve kahve ikram ederdi. Üçüncü en ağır olan ceza ise; "Pabucu dama atılma cezası" idi. Bu cezayı alan esnaf artık bu tarihten sonra bir daha esnaflık yapamazdı (Akça, 2001:4).

Ahilik kültüründe her esnafın bir de duacısı vardı. Sabah namazından sonra mütevellinin dairesi önünde toplanan esnafa dua eder, bundan sonra herkes dükkânına dağılırdı. Bugün bu uygulama Urfa'da her sabah Ahi çarşısının, Isparta'da pazarların dua ile açılması gibi Anadolu'nun birçok şehrinde sürmektedir (Sancaklı, 2010: 9). Buna benzer birçok örnek Ahilik temel ilkelerinin küçük işletmeler tarafından uygulandığını göstermektedir.

Ahilik Teşkilatı ilkelerinin, günümüz işletmelerinde yönetici-iş gören arasındaki ilişkilere etkisini Modern Ahilik olarak nitelendirebiliriz. Battal ve Durmuş (2017:76) araştırmasında Modern Ahiliğin; "iyi ahlaklı olmak", "selim (dürüst) olmak", "istikrarlı olmak", "hoşgörülü ve yardımsever olmak", "fırsatçı olmak" ve "çıkarıcı" olmak üzere altı boyutunu belirlemiştir.

İyi Ahlaklı Olmak: Türk Dil Kurumu ahlak kavramını; bir toplum içinde kişilerin uymak zorunda oldukları davranış biçimleri ve kurallar (URL 3) şeklinde açıklamaktadır. Ahlak kelimesi ile İngilizcede 'ethic', Fransızcada 'moral' sözcükleri benzer anlamda kullanılmaktadır. Ahlak; "İyi, güzel, faydalı... ile kötü, çirkin, zararlı... gibi zıt fiillerin birbirinden ayırt edilmesini sağlayan değerler kümesidir." şeklinde de tanımlanmaktadır (Bikun, 2004: 12). Kardeşlik, eşitlik, özgürlük, sevgi, hak ve adalet gibi evrensel değerler; ahiliğe göre ancak iyi ahlaklı olmakla mümkündür. Ahilik mensuplarında ve ahiliğe kabul edilecek esnaf ve sanatkârlarda Ahiliğin altı ahlaki prensibi aranır. Bunlar ahiliğin ve fütüvvet anlayışının da üç açık, üç kapalı ilkeleridir. Bunlar; "eli açık, kapısı açık, sofrası açık olmalı"; şu üç şey de kapalı olmalı idi: Bunlar; "gözü kapalı, dili bağlı, beli bağlı" özellikleri aranır (Kantarıcı, 2007 Akt: Tatlılıoğlu, 2012:76). Günümüz çalışma hayatına ahlak; *iş ahlakı* olarak yansımaktadır. İş ahlakı ise genel ahlak ilkelerinin çalışma hayatına yansımasıdır. Günümüz ekonomik sistemindeki işletmelerde işler Ahlaki şekilde yerine getirilebilmesinin ön şartı ahlaki kimliğe sahip iş gören ve yöneticilerle mümkündür (Leavit, Zhu ve Aquino, 2016: 787).

Selim olmak: Selim olmak; doğru, dürüst olmak, kötücül olamamakla eş anlamda kullanılmaktadır (URL 3). Ahilikte bir usta eğer işyerinde bir çırağa ihtiyacı varsa önce çocuğun fiziki kabiliyetini ve ahlaki karakterini anlamak için kendine has usullerle test etmek amacıyla geçici bir süre çalıştırır (Akça, 2001:4). Örneğin, dükkânın herhangi bir yerine değerli eşya veya bir madeni para bırakarak, çirak onu bulduğu zaman nasıl bir davranış sergileyeceğini gözlemlerdi. Bu kısa gözlemden sonra çocuk kabiliyetli ve dürüst bulunursa çirak olmayı hak kazanır (Bodur, 1999). Günümüzde uygulanan iş kanununda da benzer bir uygulamaya rastlamak mümkündür.

"İşveren, bir iş/meslek/görev için çalışacak işçiyi iş tecrübesine, eğitimine, kişisel özelliklerine göre değerlendirip o işe uygunluğunu tespit etmeye çalışır. Aynı şekilde yeni bir işe başlayacak işçi de o işin kendine uygun olup olmadığına bu görüşmelerde elde ettiği izlenimlere göre karar verir. İş Kanunu bu aşamada işçi ve işverene kolaylık sağlaması açısından sözleşmelere "deneme süresi" adı altında bir süre belirlemesine izin verir. Deneme süresi, işçi ile işveren arasında işe başlangıç tarihinden itibaren en fazla 2 aylık süre için geçerli olabilir." (URL 4).

İstikrarlı olmak: Battal ve Durmuş (2017:76), Modern Ahiliğin İstikrarlı olma boyutunu “Kendisine verilen sırrı uzun bir süre boyunca saklaması, kendi durumunu sürekli dengede tutabilmek için ihtiyaçlarını dengede ve rasyonel tutabilmeli bu yüzden bu boyutu en iyi ifade eden kelime: İstikrarlı Olmaktır.” şeklinde açıklamıştır. Ayıp ve kusurları örtmek, gizlemek ve affetmek, hataları yüze vurmamak, sır tutmak, sırları açığa vurmamak Ahiliğin temel ilkeleri arasında yer alır. Ahilik yoluna giren esnaf ve sanatkâr uzun bir deneyim ve aşmalardan geçirilirlerdi. Ahilerin bu aşama ve evrelerden geçerken bütün faaliyetlerinin gizliklerine uyulma ve ‘baş (ser) verip sır vermeme’ zorunlulukları vardı (Öz, 2001:277). Ahi eliyle, emeği ile üreten, sofrasını bölüşen, ekmeğini paylaşan, yürekten seven dost kişidir. Ekmeği olduğu gibi acıyı da sevinci de candan paylaşmasını bilir. Yaptığını değil, yapılan iyiliği söyler. Kötülüğü bilmez, görmez, dost sırrı bedenle bir mezara gider (Doğan, 2011:90). Günümüz örgütlerinde güven ortamını zedeleyen, insanları birbirine düşürüp, düşman eden en olumsuz unsurların başında sırrı ifşa etme dedikodu gelmektedir. İşletmelerde güven ortamı oluşturacak ve dedikodu, söylenti gibi biçimsel olmayan iletişimin önünü kesecek en önemli araçlardan bir tanesi bireylerin sır tutabilme becerisi ya da alışkanlığıdır. Bu bağlamda çırak, kalfa, işçi, usta, müdür, yönetici kısacası her ne konumda olursa olsun diğer bireylere ve işyerine ait sırları saklayabilmelidir (Doğan, 2011:90).

Çıkarıcı olmak: Herhangi bir değere, ilkeye bağlı kalmadan para ve kazanç için her şeyi mubah görmek; çıkarıcı olmakla ilişkilendirilmiştir (Battal ve Durmuş, 2017:76). Özellikle işletmelerde iş gören ya da yönetici pozisyonundaki kişilerin çıkarıcı olmaları; kazanç maksadının kendi başına rasyonel ekonomik faaliyetin tek güdüsü veya tek nedeni haline gelmesi olarak açıklanmıştır (Akalin, 2012:332). Çıkarıcı bireyler; kurnaz, bencil, kişisel menfaatlerini ön planda tutan, tamahkâr özellik gösterirler. Örgütsel amaçlarını gerçekleştirebilmek için ahlaki değerleri hiçe sayarlar (Ferris, Frink, Beehr ve Gilmore, 1995:23). Günümüz iktisadi sistemindeki gelir dağılımındaki adaletsizlik, kısa zamanda köşe dönme arzusu, ekonomik ve siyasi istikrarsızlıklar, rüşvetin yaygınlaşması, kötü örgütlenme, torpil, fırsatçılık, açgözlü ve toplumun bu konulara ilgisizliği gibi birçok faktör çıkarıcı ahlak anlayışının egemen olmasına neden olmuştur (Özgener, 2004:154-155). Bu açıdan bakıldığında çıkarıcı olmak; ahiliğin temel ilkeleri ile örtüşmemektedir. Öyle ki ahilik kültüründe dükkân açmak isteyen ustanın kulağına ahi babası şu nasihati okurdu: “*Haram yeme/içme, harama bakma, sabırlı ol, doğru ol, yalan söyleme, kimseyi kandırma, kanaatkâr ol, dünya malına tamah etme, eksik tartma, yanlış ölçme ve kendin muhtaç iken başkalarına verecek kadar cömert ol.*” (Gelici, 2007). Uсталık makamına kadar kendi de bir iş gören olan usta; bundan böyle hem kendi işinde hem de çırak ve kalfaların yetiştirilmesinde kanaatkârlığı, cömertliği, dürüstlüğü şiar edinmiş; aç gözlülüğten, hırstan, tamahtan, enaniyetten kaçınmıştır.

Fırsatçı olmak: Karımı artırmayı düşünen bireyci dostluğu arkadaşlığı önemsemeyen olarak ilişkilendirilmiştir (Battal ve Durmuş, 2017:76). Fırsatçılık; hileyle kişisel çıkarın peşinde olmak olarak tanımlanmaktadır (Williamson, 1985:45). Bir ticari ilişkisinde fırsatçılık aldatmacanın ince biçimlerini içermektedir. Fırsatçılık daha çok taraflar arasında bilginin eksik veya çarpıtılmış bir şekilde aktarılmasını veya karşı tarafı kandırmak, kendi lehine, bencilce fayda üretmek amacıyla gösterilen çabalar olarak ortaya çıkmaktadır (Erdoğan, 2019:625). Bu anlamları ile fırsatçı olmak ahiliğin temel ilkelerine aykırı bir davranıştır. Ahiliğin ‘çıkar birliği/ortak menfaat’ ilkesi ben duygusu yerine biz duygusunu ortaya koymaktadır. Ahiliğin en önemli unsurlardan bir tanesi bu kültürde “ben” veya “benim” kelimelerine pek fazla rastlanmamasıdır. Ahiliğe mensup esnaf ve sanatkâr “*Ben bugün satış yaptım siz komşumdan alın, o henüz sifteh yapmadı.*” diyecek derecede fedakâr, erdem ve fazilet sahibidir (Gölpınarlı, 1950:90).

Hoşgörülü ve yardımsever olmak: Bir davranış olarak hoşgörü; bir bireyin bilerek ve prensipli bir şekilde, çeşitlilik içerisindeki karşıt bir diğer birey davranışlarına, görüşlerine, vb. unsurlara müdahalede bulunmaktan uzak durma davranışıdır (Cohen, 2004:78). Yardımseverlik ise genel olarak ihtiyacı olana herhangi bir karşılık veya kişisel çıkar gözetmeden maddi veya manevi olarak destekte bulunma durumudur (Karatekin, Ekşi, Işılak, Otrar, Koç Yıldırım ve Durmuş, 2012:14). Günümüz ticari hayatında esnaf ve sanatkârlar hoşgörülü olmalarının yanında, büyüklük ölçülerine göre sosyal sorumluluk ya da sponsorluk faaliyetleri ile yardımseverlik prensibini benimsemişlerdir. Ahilik teşkilatı, mesleki bir örgütlenme altında üyelerinin karşılıklı hoşgörü, işbirliği ve yardımseverlik duygusu içerisinde görev ve faaliyette bulunduğu bir kültüre dayanmaktadır (Doğan, 2015:32). Ahilik müessesinde “can ve mal ortaklığı” adında bir yardımlaşma ve dayanışma sistemi vardı. Bu sistemde ahinin kazancının, ihtiyacından fazlasını bütünüyle yoksul, işsiz ve muhtaç insanlara yardım için kullanılmasını sağlamakla beraber kişinin ihtiyacını aşan zenginliğin biriktirilmesi, sermayenin belirli ellerde toplanmasını engellenmiştir (Özerkmen, 2004:68). Yine Ahi birliklerinde, hariciler ve dahililer olarak adlandırılan iki grup üye mevcuttu. Hariciler; emekliler, düşkünler, sakatlar ve fiilen

çalışmayanlardan oluşurdu. Günün şartlarına göre haricilere çeşitli yardımlarda bulunulurdu (Demir, 2001:81). Kısacası Ahi esnaf ve sanatkârları, müşteri ve çalışanlarına karşı hoşgörülü olmayı; yoksul muhtaç ve ihtiyaç sahiplerine yardım etmeyi temel ilke kabul etmişlerdir.

3. ÖRGÜTSEL ERDEMLİLİK

Örgüt, en az iki kişinin bilinçli şekilde ve belli bir hedefi gerçekleştirmek amacıyla oluşturdukları sistem olarak tanımlanan örgüt kavramı, bireylerin iş birliği ihtiyacının sonucudur (Aydın, 1994:14). Erdemlilik; ahlaki değerler yönünden gelişmiş bir kişiliğe sahip olmak ve insan onuruna yakışacak davranışlar sergileme eğilimiyle hareket etmek anlamına gelmektedir (Akbolat, Durmuş ve Özgün, 2017). Örgütsel erdemlilik ise örgütlerin değerler sisteminde iyiliğin, ahlak seviyesinin, sosyal ve fizyolojik yönden gelişmişliğin, hoşgörü, dürüstlük, saygı, sabır gibi örgüt içi faktörlere sahip olma düzeyini ortaya koymaktadır (Cameron, 2011).

Erdemliliğin bir örgütte ortaya çıkan en az beş özelliği mevcuttur (Abedi, Eslami ve Amrolahi, 2014):

- Erdemlilik, insanın iyilik ve saygı duygusunu güçlendirir.
- Erdemlilik, duygusal, bilişsel ve davranışsal boyutlar açısından yaşanır/deneyimlenir.
- Erdemlilik, iletişimde iş birliği ve denge yaratır.
- Erdemlilik, sapmaları olumlu şekilde güçlendirir.
- Erdemlilik, arabuluculuk hizmetleri sağlar ve esnekliği artırır.

Örgütsel erdemliliği sadece örgütler açısından değil çalışanlar açısından da değerlendirmeliyiz. Çünkü bir işletmenin temel amaçlarının yanında çalışanlarının motivasyonu da önemlidir. Bununla birlikte kâr amacı olan veya olmayan her türlü organizasyonun erdemli olması gerekmektedir. Bu nedenle erdem kavramı insanlardan oluşan her türlü örgüt ve işletmelerin güvenilirliği ve geleceği açısından en önemli bir yere sahiptir.

Örgütsel erdemliliğin işlevleri aşağıdaki şekilde açıklanabilir (Xia ve Weizheng, 2010):

- Örgütsel erdemlilik, çalışan sağlığına faydalıdır. Organizasyondaki erdemlilik, zihinsel ve fiziksel dahil, çalışan sağlığına oldukça yararlı olan pozitif işyeri anlamına gelmektedir.
- Örgütsel erdemlilik, çalışanların saygınlığını ve itibarını artırır. Çalışanların işi sadece bir 'iş' olarak değil bir neden olarak görmesini sağlar.
- Örgütsel erdemlilik, çalışanların performansını artırmasını sağlar.
- Örgütsel erdemlilik, örgütsel faaliyetlerin (bağlılık, verimlilik, kalite, kâr vb.) iyileşmesini sağlar.

Örgütsel erdemlilik, Cameron, Bright ve Caza (2004) tarafından geliştirilen ölçekle değerlendirilmiştir. Bu ölçeğe göre iyimserlik, güven, merhamet, dürüstlük ve bağışlayıcılık olmak üzere 5 faktörlü örgütsel erdemlilik modeli ileri sürülmüştür (Ugwu, 2012; Ziapour, Bistoni ve Afsari, 2015).

İyimserlik Boyutu: Derin bir amaç duygusunun eylemlere rehberlik ettiği ve örgüt üyelerinin karşı karşıya kaldıkları zorluklarda bile iyi ve başarılı olmayı beklemeleri anlamına gelmektedir (Rego, Ribeiro, Cunha ve Jesuino, 2011).

Güven Boyutu: Yöneticilerin çalışanlara, çalışanların örgüte ve örgüt üyelerine karşı duyduğu saygı, güven, itimat ve inceliği ifade etmektedir (Erkmen ve Esen, 2012; Akyüz, 2017).

Merhamet Boyutu: Çalışanların birbirlerini umursamaları ve birbirleri için endişelenmeleri ve birbirlerine merhametli davranışları anlamına gelirken bu boyutta çalışanlar birbirlerine karşı ilgilidir ve aralarında sempati vardır (Rego, Ribeiro, Cunha ve Jesuino, 2011; Çelik ve Telman, 2013; Hamrahi, Najafbaggy, Musakhani, Daneshfard ve Delavar, 2015).

Dürüstlük Boyutu: Haysiyet ve doğruluğu ifade edip, dürüstlük, güvenilirlik ve onurun örgüte hakim olması anlamına gelmektedir (Rego, Ribeiro, Cunha ve Jesuino, 2011; Erkmen ve Esen, 2012). Bireylerde dürüstlük, yüksek düzeyde özgüven, samimiyet, öz saygı ve olumlu etki ile ilişkilendirilmiştir (Cameron, Dutton ve Quinn, 2003). Bu boyut işgörenlerde dürüstlük, benlik saygısı ve sıcakkanlı gibi olumlu davranışlar, etkili karar verme, kararlara katılma, ekip çalışması ve örgütlerde pozitif iklim ile ilişkilidir (Akyüz, 2017).

Bağışlayıcılık Boyutu: Hataların hızlı bir şekilde affedilmesi ve yüksek performans standartlarını öğrenmek için bir fırsat olarak görülmesi anlamına gelmektedir (Ziapour, Bistoni ve Afsari, 2015).

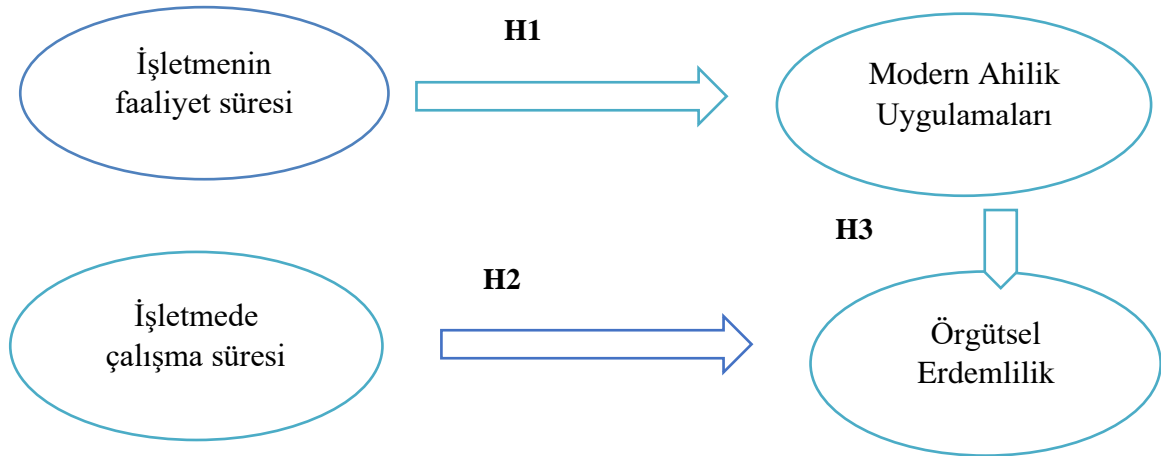
Belirtilen boyutlar ışığında örgütsel erdemlilik, iyimserlik, güven, merhamet, dürüstlük ve bağışlayıcılığın yüksek olduğu organizasyonlarda olumlu sapma durumudur (Çelik ve Telman, 2013).

4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Bu araştırmanın amacı, yüzyıllardır topraklarımızda varlığını sürdüren Ahilik teşkilatlanmasının ilke ve uygulamalarının günümüze yansımaları ile örgütsel erdemlilik ilişkisini araştırmaktır. Bu bağlamda Türkiye’de faaliyet gösteren küçük ve orta büyüklükteki işletme (KOBİ) sahip ve çalışanlara anket yapılmıştır. Ancak araştırma evreni çok geniş olduğu için hepsine ulaşmak imkansızdır. Bu durum ise araştırmanın zaman ve maliyet kısıtını oluşturmaktadır. Anakütle içerisinde ulaşılabilen ve isteğe bağlı katılımın esas alındığı kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2010: 140). Araştırma verileri 2021 yılı Şubat-Ekim aylarında toplanmış olup 500 işletme sahibi ve çalışana yüz yüze ve online anket uygulanmıştır. Ancak 54 tane anketin hatalı veya eksik olması sebebiyle değerlendirmeye alınmamış olup 446 işletme sahibi ve çalışanın anket cevapları üzerinden çalışma yapılmıştır.

Anket üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik değişkenler, ikinci bölümde Battal ve Durmuş (2017) tarafından geliştirilen 24 maddeden oluşan “*Modern Ahilik Ölçeği*” bulunmaktadır. Ölçeğin alt boyutları ise şunlardır; İyi Ahlaklı Olmak, Yardımsever ve Hoşgörülü Olmak, Selim Olmak, İstikrarlı Olmak, Çıkarıcı Olmak, Fırsatçı Olmak. Üçüncü bölümde Cameron, Bright ve Caza (2004) tarafından geliştirilen “*Örgütsel Erdemlilik Ölçeği*” (Organizational Virtuousness Scale)’nin Erkmén ve Esen (2012) tarafından Türkçeye uyarlanması ile geçerlilik ve güvenilirlik çalışması yapılmıştır. Bu çalışmada 15 sorudan oluşan üç boyutlu ölçek yer almaktadır. Bu boyutlar ise Dürüstlük ve Bağışlayıcılık, Güven ve Nezaket ile İyimserlikten oluşmaktadır. Araştırmadan elde edilen veriler SPSS 22.0 paket programında analiz edilmiştir. Araştırma soruları için 5’li Likert Tipi ölçek kullanılmıştır.

Şekil 1: Araştırma Modeli



H1: Modern ahilik uygulamalarının benimsenmesi işletmelerin faaliyet süresine göre farklılık gösterir.

H2: Örgütsel erdemlilik işletmede çalışma süresine göre farklılık gösterir.

H3: Modern ahilik uygulamalarının örgütsel erdemlilik üzerinde pozitif yönlü anlamlı bir etkisi vardır

5. BULGULAR

Araştırma kapsamında Türkiye genelinde küçük ve orta ölçekli işletme sahibi ve bu işletmelerde çalışan 446 katılımcıya ilişkin demografik değişkenlerin frekans dağılımı, ölçek ifadelerinin güvenilirlik ve faktör analizleri, son olarak da hipotezleri test etmek amacıyla korelasyon ve regresyon analizlerine ilişkin sonuçlar aşağıda verilmiştir.

5.1. Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular

Türkiye’de küçük ve orta ölçekli işletmelerde çalışan 446 katılımcıya yönelik yapılan demografik değişkenlere ilişkin bulgular Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular

Değişkenler	Gruplar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	269	60,3
	Kadın	177	39,7
Yaş	18 yaş altı	9	2,0
	18-25 yaş	163	36,5
	26-35 yaş	132	29,6
	36-45 yaş	89	20,0
	46-55 yaş	37	8,3
	56-65 yaş	14	3,1
	65 yaş üzeri	2	0,4
İşletmenin Faaliyette Bulunduğu Sektör	Gıda	116	26,0
	İnşaat	50	11,2
	Tekstil, Hazır Giyim	45	10,1
	Ticaret (Satış ve Pazarlama)	7	1,7
	Diğer	158	35,4
İşletme bu sektörde kaç yıldır faaliyet gösteriyor	1 yıl ve daha az	39	8,7
	2-5 yıl	77	17,3
	6-9 yıl	82	18,4
	10 yıldan fazla	248	55,6
Bu işletmede kaç yıldır çalışıyorsunuz	1 yıl ve daha az	122	27,4
	2-5 yıl	171	38,3
	6-9 yıl	55	12,3
	10 yıldan fazla	98	22,0
Toplam		446	100,0

Araştırmaya 269 erkek ve 177 kadın çalışan katılmıştır. Katılımcılardan 107 kişi 18-25 yaş 9 kişi 18 yaş altında, 163 kişi 18-25 yaş aralığında, 132 kişi 26-35 yaş aralığında, 89 kişi 36-45 yaş aralığında, 37 kişi 46-55 yaş aralığında, 14 kişi 56-65 yaş aralığında ve 2 kişide 65 yaş üzeridir. Katılımcılardan 116 kişi gıda sektöründe, 50 kişi inşaat sektöründe, 45 kişi tekstil, hazır giyim sektöründe, 7 kişi ticaret (satış ve pazarlama) sektöründe ve 158 kişi de diğer grubu olarak adlandırılan çeşitli sektörlerde çalışmaktadır. İşletmelerin varlık sürelerine bakıldığında 39 işletme 1 yıl ve daha az, 77 işletme 2-5 yıl, 82 işletme 6-9 yıl ve 248 işletme 10 yıldan fazla aynı sektörde faaliyet göstermektedir. Katılımcıların bu işletmelerde kaç yıldır çalıştığına bakıldığında ise 122 kişi 1 yıl ve daha az, 171 kişi 2-5 yıl, 55 kişi 6-9 yıl ve 98 kişi 10 yıldan fazla çalıştığı tespit edilmiştir.

5.2. Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Türkiye’de faaliyet gösteren küçük ve orta büyüklükteki işletme (KOBİ) sahip ve çalışanların modern ahilik uygulamalarının örgütsel erdemliliğe etkisini belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada kullanılan ölçeklerin faktör ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Birbirleri ile ilişkili olduğu varsayılan çok sayıdaki değişkenin daha az sayıdaki temel boyuta indirmek için faktör analizi yapılmıştır (İslamoğlu ve Alnaçık, 2014:395). Ölçekte yer alan ifadelerin faktör analizine uygunluğunu tespit etmek için KMO Örneklem Yeterlilik Testi ve Barlett’s küresellik testi) yapılmıştır. KMO değerinin 0,9-1,0 mükemmel; 0,8-0,89 çok iyi; 0,7-0,79 iyi; 0,6-0,69 orta; 0,5-0,59 zayıf ve 0,5’in altında olduğunda ise faktör analizi yapmaya uygun olmayacağı açıklanmaktadır (Aydın, 2007: 5). Analiz sonucunda ölçeklerin KMO değerleri 0,9’un üzerinde çıkmış olup faktör analizi yapmaya uygun görülmüştür. Faktördeki yük değerinin belirlenmesinde 0,45 veya daha yüksek olması iyi bir değer olarak kabul edilmektedir (Büyüköztürk, 2002: 118). Analiz sonucunda faktör yük değerinin 0,45 altında olan ve binişik maddeler analizden çıkarılmış. Sonuç olarak Modern Ahilik Ölçeği’nde bulunan ifadeler 2 boyuta yüklenmiştir. Örgütsel Erdemlilik Ölçeği de tek boyuta yüklenmiştir. Analiz sonuçları Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2: Ölçeklere İlişkin Faktör ve Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçekler	Faktör Yükleri	Cronbach Alpha (α) Katsayısı
Modern Ahilik Ölçeği	0,63-0,95	0,947
KMO Değeri	0,964	
Bartlett’s Sphericity: 12833,689	p=0,000	

Örgütsel Erdemlilik	0,58-0,89	0,967
KMO Değeri	0,962	
Bartlett's Sphericity: 6917,806	p=0,000	

Güvenilirlik analizi için kabul edilen Cronbach's Alpha Katsayısı 0 ile 1 arasında değer almaktadır. Bu değer 0,7 ve üzerinde olması ölçeğin iç tutarlılığının sağlandığını yani güvenilir olduğunu açıklamaktadır (Sürücü, Şeşen ve Maşlakçı, 2021:78-79). Bu çalışmada yer alan Modern Ahilik Ölçeği Cronbach Alpha Katsayısı 0,947 ve Örgütsel Erdemlilik Ölçeği Cronbach Alpha Katsayısı 0,967 bulunmuştur. Analiz sonuçlarına göre ölçeklerin güvenilir olduğu söylemek mümkündür.

5.3. Hipotez Testleri

İşletmelerin faaliyet süreleri ile modern ahilik uygulamaları ve çalışma süresi ile örgütsel erdemlilik arasındaki ilişkileri açıklamak amacıyla kurulan hipotezi test etmek için Anova Analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3: Anova Analizi Sonuçları

İşletmenin Faaliyet Süresi	N	\bar{x}	Standart Sapma	F	p
1 yıl ve daha az	39	2,08	1,29	9,382	0,000
2-5 yıl	77	2,41	0,96		
6-9 yıl	82	2,56	1,23		
10 yıldan fazla	248	1,99	0,73		
İşletmede Çalışma Süresi	N	\bar{x}	Standart Sapma	F	p
1 yıl ve daha az	122	2,44	1,18	4,497	0,004
2-5 yıl	171	2,19	1,02		
6-9 yıl	55	2,03	0,95		
10 yıldan fazla	98	1,93	1,04		

Analiz sonuçlarına bakıldığında hipotezlerin anlamlılık düzeyi (p) 0,05'ten küçük olduğu için kabul edilmiştir. Farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını tespit etmek için Post Hoc testleri yapılmıştır. Bu testler sonucunda işletmenin faaliyet süresinin 10 yıldan fazla olması ile daha az faaliyet süreleri arasında farklılık çıkmıştır. Bu durum ise işletme kültürünün oluşmasını ve sektöre bağlılığın zaman içerisinde gelişmesini açıklamaktadır. İşletmede çalışma süresinin 1 yıl ve daha az olması ile 10 yıldan fazla olması arasında farklılık çıkmıştır. İşletmeyi benimseme, örgütün bir parçası olma, amaç birliği sağlama, örgütsel erdemlilik ve çalışma süresi ile arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Çalışmanın temel amacını oluşturan modern ahilik uygulamaları ile örgütsel erdemlilik arasındaki ilişkiyi test etmek için korelasyon analizi yapılmıştır. İki değişken arasındaki ilişkinin yönünü ve şiddetini belirlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmaktadır. Korelasyon katsayısı -1 ile +1 arasına değer almaktadır. Korelasyon katsayısının işareti ilişkinin yönünü, 1'e yakın olması da ilişkinin gücünü açıklamaktadır (Can, 2017:369). Analiz sonuçları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 4: Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Modern Ahilik	Örgütsel Erdemlilik
Modern Ahilik	1	
Örgütsel Erdemlilik	0,794*	1

Tablo 4 incelendiğinde modern ahilik uygulamaları ile örgütsel erdemlilik arasındaki ilişkinin güçlü ve pozitif bir ilişkinin olduğundan söz edilebilir ($r=0,794$; $p<0,05$). İşletme sahip ve çalışanlarının iyi ahlaklı, iyimser, istikrarlı, yardımsever ve hoşgörülü olması ile örgütsel erdemlilik bilincinin daha fazla gelişmesine olanak sağlayacağı açıklanabilir.

Günümüz küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde uygulanan ahilik uygulamalarının örgütsel erdemlilik üzerinde ne derece etkili olduğunu test etmek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Regresyon analizinde bir bağımlı değişken ile bir veya birden fazla bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi incelenmektedir (Altunışık Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2005: 233). Değişkenler arasındaki ilişki Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5: Regresyon Analizi Sonuçları

Değişken	B	Std. Hata	β	T	p
Sabit	0,248	0,077	0,794	3,217	0,00*
Modern Ahilik	0,888	0,032		57,24	

R= 0,794; R²=0,630; F=757,578; p<0,01

Analiz sonuçları incelendiğinde modern ahilik uygulamalarının örgütsel erdemliliği anlamlı düzeyde açıkladığı sonucuna varılmıştır (R= 0,794; R²=0,630; F=757,578;p<0,01). Modern ahilik uygulamaları örgütsel erdemliliğe ilişkin toplam varyansın %63'ünü açıklamaktadır. Bu bulguları göre modern ahilik uygulamalarının örgütsel erdemlilik üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılabilir ve hipotez kabul edilmektedir.

6. SONUÇ

Esnaf ve Sanatkâr örgütlenmesi olan Ahilik teşkilatının temel ilkelerinin günümüz işletmelerinde de etkileri gözlemlenmektedir. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin uzun ömürlü ve köklü geçmişe sahip olması ahilik geleneğinin sürdürülmesine katkı sağlamaktadır. Birlik, beraberlik ve dayanışma ruhu esnafın ve çalışanların örgüte olan bağlılığını artırmakla birlikte örgütsel erdemliliğe geliştirmektedir.

Ahilik ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde; Kaynak (2021)'in Malazgirt'te faaliyet gösteren esnafın oluşturduğu yardımlaşma ve dayanışma organizasyonunun ahilik değerleri ile ilişkisini incelediği çalışmada, yardımlaşma duygusu ile ahilik değerleri arasında güçlü bir ilişki bulunmuştur. Yeşil ve Aslenderen (2017)'in Kırşehir'de yapmış oldukları çalışmada esnaf ve sanatkârların ahilik değerlerine bağlı kalmada eksiklikler olduğunu tespit etmiş ve bu eksiklerin giderilmesine yönelik önerilerde bulunmuştur.

Bu çalışmada ise işletmelerin yaşam süresi uzadıkça ahilik ilkelerinin uygulandığı ve benimsendiği sonucuna varılmıştır. Aynı şekilde işletmelerde çalışma süresi uzadıkça örgüte olan aidiyet duygusunun artması ve örgüt değerlerini benimseme ile birlikte örgütsel erdemliliğin de geliştiği tespit edilmiştir. Ahilik kültürünün temelindeki dürüstlük, alçakgönüllülük, cömertlik gibi ilkeler örgütlerde erdemliliğin oluşmasını etkilemiştir.

Bu çalışmanın, ahilik ile ilgili yapılacak olan akademik yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Abedi S. H., Eslami, H., & Amrolahi, N. (2014). The Role of Organizational Virtuousness on the Organizational Commitment of Employees (Case Study: Islamic Azad University). *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5(10), 114-130.
- Akalın, K. H. (2012). Ekonomik Rasyonalizmin Dinsel Güdüsü Dünyevi Asketikizmden Bireysel Seçim Mantiği Çıkar Uyumu ve En Yüksek Faydaya Geçiş. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 62 (2), 305-354.
- Akbolat, M., Durmuş, A., & Özgün, Ü. (2017). Örgütsel Erdemliliğin Personel Güçlendirmeye Etkisi ve Otantik Liderliğin Aracı Rolü. *İşletme Bilimi Dergisi*, 5(2), 71-88.
- Akça, B. (2001). Cumhuriyetin İlk Yıllarında Muğla'da Debağ (Tabakçılık) Esnaf Teşkilatı. *Muğla Üniversitesi SBE Dergisi*, 4, 1-8.
- Akyüz, M. (2017). Örgütsel Erdemlilik (ss.55-69). Polatçı S, Özyer K. (Ed.) *21. Yüzyılda Örgütsel Davranış (1. Baskı)*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2010). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri SPSS Uygulamalı (Geliştirilmiş 6. Baskı)*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- Andaç, F. (1994). Osmanlı Döneminde Ahilik Teşkilatı. *Erciyes Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11,1-14.
- Aydın, M. (1994). *Eğitim Yönetimi (1. Baskı)*. Ankara: Hatipoğlu Yayınevi.
- Aydın, Z. B. (2007). *Faktör Analizi Yardımıyla Performans Ölçütlerinin Boyutlarının Ortaya Konulması*. 8. Türkiye Ekonometri ve İstatistik Kongresi. Malatya: İnönü Üniversitesi.
- Battal, F., & Durmuş, İ. (2017). Modern Ahilik Ölçeği Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Akademik Bakış Dergisi*, 63 (Eylül-Ekim), 71-84.
- Bayram, M. (1991). *Ahi Evran ve Ahi Teşkilatı'nın Kuruluşu*. Konya: Damla Matbaacılık.
- Bikun, R. İ. (2004). *İş Ahlakı (Çev.Ahmet Yaşar)*. İstanbul: İGİAD Yayınları.

- Bodur, H. E. (1999). Ahilik ve Türk Girişimcilik Kültürüne Katkıları. *II. Uluslararası Ahilik Kültürü Sempozyumu Bildirileri*, 13-15 Ekim, Kırşehir.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı: İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum (1. Baskı)*. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Cameron, K. (2011). Responsible Leadership as Virtuous Leadership. *Journal of Business Ethics*, 98(1), 25-35.
- Cameron, K. S., Dutton, J. E., & Quinn, R. E. (2003). *Positive Organizational Scholarship*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Cameron, K., Bright, D., & Cazza, A. (2004). Exploring the Relationship Between Organizational Virtuousness and Performance. *The American Behavioral Scientist*, 47(6), 766-790.
- Can, A. (2017). *SPSS İle Bilimsel Araştırma Sürecinde Nicel Veri Analizi (5. Baskı)*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cohen, A. J. (2004). What Toleration Is. *Ethics*, 115(1), 68-95.
- Çağatay, N. (1989). *Bir Türk Kurumu Olan Ahilik*. Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Çelik, D. A., & Telman, N. (2013). *Örgütsel Erdemlilik Ölçeği. Endüstri / Örgüt Psikolojisi Alanında Kullanılan Ölçekler El Kitabı (1. Basım)*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Demir, G. (2001). Ahilik ve Yükselen Değerler. *Görüş Dergisi*, Ocak Sayısı, 76-82.
- Doğan, H. (2011). Günümüz İşletmeleri İçin Ahilik Kültüründen Örtülü Bilginin Gelişim ve Paylaşım Örnekleri. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 2(4), 77-100.
- Doğan, K. C. (2015). Ahilik Teşkilatı, Ombudsman ve Etik İlişkisi. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 4(7), 28-36.
- Düşükcan, M., & Başdaş, O. (2019). Ahilik İlke ve Uygulamalarının Günümüz Kobilerine Yansıması: Elazığ İli Örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(70), 866-881.
- Erdoğan, D. (2019). Sözleşme Süresinin Belirlenmesi: İşlem Maliyeti Teorisi Bakışıyla Yer Hizmeti Sözleşmeleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(2), 623-637.
- Erkmen, T., & Esen, E. (2012). Örgütsel Erdemlilik Ölçeğinin Uyarlanması: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması. *Business and Economics Research Journal*, 3(4), 107-121.
- Ferris, G. R., Frink, D. D., Beehr, T. A., & Gilmore, D.C. (1995). Political Fairness and Fairpolitics: The Conceptual Integration of Divergent Constructs, in Cropanzano, R.S. and Kacmar, K.M. (Eds), *Organizational Politics, Justice, and Support: Managing the*
- Gelici, M. (2007). *Protestan İş Ahlakı ile Ahilik İş Ahlakının Karşılaştırılması*. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi).
- Gölpınarlı, A. (1950). İslam ve Türk İllerinde Fütüvvet Teşkilatı ve Kaynakları. *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 1(4), 27-72.
- Gündüz, A. Y., Kaya, M., & Aydemir, C. (2012). Ahilik Teşkilatında ve Günümüzde Tüketicilerin Korunmasına Yönelik Çalışmalar Üzerine Bir Değerlendirme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 14 (2), 37-54.
- Hamrahi, M., Najafbaggy, R., Musakhani, M., Daneshfard, K., & Delavar, A. (2015). Factors Effecting on Promoting Organizational Virtuousness in Iran State Agencies. *Indian Journal of Fundamental and Applied Life Sciences*, 5(1), 4772-4779.
- Hülagü, M. (2020). Ahi Evran ve Ahilik. <https://docplayer.net/16205294-Ahi-evran-ve-ahilik-pdf.html> Erişim Tarihi:11.09.2021.
- İslamoğlu, A. H., & Alınacıık, Ü. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş 4. Baskı)*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

- Karatekin, N., Ekşi, H., Işılak, H., Otrar, M., Koç Yıldırım, P., & Durmuş, A. (2012). *Perese Değerler Eğitimi Öğretmen Kitabı- Yardımseverlik*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kaynak, İ. (2021). Malazgirt Esnaf Dayanışma Organizasyonunun Modern Ahilik Değerleri İle İlişkisi. *Oltu Beşeri ve Sosyal Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(1), 1-19.
- Leavitt, K., Zhu, L., & Aquino, K. (2016). Good Without Knowing It: Subtle Contextual Cues Can Activate Moral Identity and Reshape Moral Intuition. *Journal of Business Ethics*, 137 (4),785-800.
- Malkoç, E. (2016). *Ahilik Sistemi Örgütlenme Yapısının Günümüz Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu İle Karşılaştırılması*. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)
- ÖZ, B. (2001). *Bir Alevilik Yolu Ahilik*. İstanbul: Can Yayınları.
- Özerkmen, N. (2004). Ahiliğin Tarihsel-Toplumsal Temelleri ve Temel Toplumsal Fonksiyonları- Sosyolojik Yaklaşım. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 44(2), 57-78.
- Özgener, Ş. (2004). *İş Ahlakının Temelleri*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Öztürk, N. (2002). Ahilik Teşkilatı ve Günümüz Ekonomisi, Çalışma Hayatı ve İş Ahlakı Açısından Değerlendirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7, 1-12.
- Rego, A., Ribeiro, N., Cunha, M.P., & Jesuino, J. C. (2011). How Happiness Mediates the Organizational Virtuousness and Affective Commitment Relationship. *Journal of Business Research*, 64, 524-532.
- Sancaklı, S. (2010). Ahilik Ahlakının Oluşumunda Hadislerin Etkisi. *İ.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-18.
- Social Climate of the Workplace, Quorum, Westport, CT, 21-36.
- Soysalı, A., & Tan, M. (2013). Ahilik İlkelerinin Günümüz İşletmelerine Yansıması: Kilis Sanayi İşletmeleri Örneği. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), 186-202.
- Sürücü, L., Şeşen, H., & Maşlakçı, A. (2021). *SPSS, AMOS ve PROCESS Macro İle İlişkisel, Aracı/Düzenleyici ve Yapısal Eşitlik Modellemesi (Uygulamalı Analizler)*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Tatlıhoğlu, K. (2012). Ahilik Teşkilatında Anadolu Türk Kadınının Girişimciliğine Sosyal Psikolojik Bir Yaklaşım. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(4), 69-92.
- Ugwu, F. O. (2012). Are Good Morals Often Reciprocated? Perceptions of Organizational Virtuousness and Optimism as Predictors of Work Engagement. *Asian Journal of Social Sciences & Humanities*, 1(3),188-198.
- Ünsür, A. (2017). Ahilik Sisteminde Ahlak Temelli Çalışma İlişkileri ve Günümüz Bakış Açısından Değerlendirilmesi. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(13), 90-98.
- Williamson, O. E. (1985). *The Economic Institutions of Capitalism*. NY: Simon&Schuster Inc.
- Xia, L., & Weizheng C. (2010). The Concept and Realization of Organizational Virtuousness. *Orient Academic Forum*, 249-252.
- Yeşil, R., & Aslander, M. (2017). Müşteri Değerlendirmeleriyle Esnaf ve Sanatkârların Ahilik Değerlerine Sahiplik Düzeylerinin İncelenmesi (Kırşehir Örneği). *Değerler Eğitimi Dergisi*, 15, 217-249.
- Ziapour, A., Bistoni, S. M., & Afsari, D. A. (2015). Study of the Relationship Between Organizational Virtuousness and Employee Engagement (A Case Study of Employees of Kermanshah-Based Branches of Keshavarzi Bank, Iran in 2015). *International Research Journal of Applied and Basic Sciences*, 9(8), 1442-1447.
- URL 1 <https://www.ticaret.gov.tr/esnaf-sanatkarlar/ahilik-kulturu-tanitim-faaliyetleri/ahilik-haftasi-hakkinda-genel-bilgiler/ahilik-haftasi-hakkinda-genel-bilgiler>, Erişim: 01.09.2021.
- URL 2 http://mebk12.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/08/01/964930/dosyalar/2012_12/12040700_ahilk_nedr.pdf Erişim Tarihi: 07.07.2021.

URL 3 <https://sozluk.gov.tr/>_Erişim Tarihi: 10.07.2021

URL 4 <http://iskanunu.com/sizin-sorduklariniz/deneme-suresinde-fesih/>_Erişim Tarihi: 20.07.2021