

# *Ahilik Ahlakında Değişen Değerler Üzerine Sosyolojik Bir Değerlendirme*

Makalenin

Geliş Tarihi / Received: 24.05.2020

Kabul Tarihi / Accepted: 31.05.2020

**Merve Ebrar KAYA\***  
**İbrahim Hakkı AYDIN\*\***

## **Öz**

Araştırma, İstanbul ili Fatih ilçesinde bulunan Kapalıçarşı’da esnaf ya da sanatkâr olarak meslek hayatlarını devam ettiren bireylerin bir esnaf teşkilatı olan Ahilik değerlerine sahiplik düzeylerinin belirlenmesi yönünde gerçekleştirilmiştir. Türk Dil Kurumu’nun sözlüğünde; “Ahi”, erkek kardeş, Ahilik ocağında olan kimse, eli açık ve cömert kişi; daha geniş bir açıdan Ahilik, İnsani erdemleri, prensipleri benimsemek ve bunları savunmak esasına dayalı bireylerin hem kişilik hem de ahlak bakımından da donanımlarını sağlayan bir kurum şeklinde tanımlanmaktadır (Tdk, 2019; Çakır & Gümüş, 2011). Çalışmanın amacı; her alanda üstün niteliklere sahip kişilerin yetiştirilmesinde başarı göstermiş olan Ahilik sistemine özgü meslek ahlakına ilişkin değerlerin günümüz esnaf ve sanatkârlarının sahip oldukları meslek ahlâkı ile karşılaştırıp bu alana ait hangi değerlerin aktarılıp devamlılığı olduğunu hangi değerlerin ise zamanla değişime uğradığını ya da işlevlerini yitirdiğini ortaya koymaktır. Çalışma verileri tarama modeli ile “Kişisel Bilgi Formu” ve “Ahilik Değerlerine Sahiplik Düzeyini Belirleme Ölçeği” yardımıyla elde edilmiştir.

***Anahtar Kelimeler:*** Ahilik, Değer, Esnaf ve Sanatkâr, Meslek Ahlakı.

---

\* Merve Ebrar Kaya, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Ana Bilim Dalı, mervebrar12@gmail.com  
Orcid: 0000-0002-1210-5219

\*\* Prof. Dr. İbrahim Hakkı Aydın, İstanbul Aydın Üniversitesi, Sosyal Bilimler Ana Bilim Dalı,  
iaydin@aydin.edu.tr

Orcid: 0000-0003-0165-4527

Doi Num: 10.17932/IAU.AIT.2015.012/ait\_v06i1003

## ***A Sociological Evaluation on the Changing Values in Ahi Communities' Ethics***

**Merve Ebrar KAYA\***

**İbrahim Hakkı AYDIN\*\***

### **Abstract**

This research has been carried out to determine the tenure levels of the people who last their professional life as tradesmen or craftsmen in the Grand Bazaar in Fatih district of Istanbul province. In the dictionary of the Turkish Language Association; “Ahi” is stated as, Brother, anyone in Ahilik quarry, open and generous person from a broader perspective, Ahilik is defined as An institution that provides individuals both in terms of personality and morality, based on the principle of adopting and defending human virtues and principles (Tdk, 2019; Çakır & Gümüş, 2011). The study purports to compare the values of professional ethics peculiar to the Ahilik system, which has been effective in raising individuals with superior qualifications in every field, and to specify values transferred and continued over time as well as values changed or lost their functions over time. The study data has been attained with the help of “Personal Information Form” and “Detection of Ownership Level of Ahilik Values” via the scanning model.

**Keywords:** *Ahi-order, Value, Tradesmen and Craftsmen, Professional Ethics Page.*

---

\* Merve Ebrar Kaya, Istanbul Aydın University, Department of Social Sciences, mervebrar12@gmail.com  
Orcid: 0000-0002-1210-5219

\*\* Prof. Dr. İbrahim Hakkı Aydın, Istanbul Aydın University Department of Social Sciences, iaydin@aydin.edu.tr  
Orcid: 0000-0003-0165-4527

Doi Num: 10.17932/IAU.AIT.2015.012/ait\_y06i1003

## Giriş

### Değer ve Ahilik Sistemi

Yaşadığımız dönem içerisinde değer alanının sorunlardan bir tanesi, hayatımızın her aşamasında önümüze gelebilecek değerler alanına özgü krizler olarak görülmektedir. Özellikle son yıllarda hızı oldukça artan küreselleşme, bilim ve teknoloji konusunda meydana gelen gelişmeler değişim olgusunu da beraberinde getirmiştir. Değişime paralel olarak da gerek bireylerde gerekse de toplumlarda oluşan ahlaki değişime uğraması, değerler alanına özgü niteliklerin bozulması “değerler” konusuna verilen önemi artırdığı gözlemlenmektedir. Dinamik bir yapıya sahip olan değişimden normal olarak sosyal yaşam ve sosyal yaşamın şekillenmesinde etkisi olan değerler sistemi de etkilenmektedir. Değişim konusuna değinmişken yapılan araştırma, okumalar neticesinde literatürde özellikle değişimin olumsuz taraflarına örnekler gösterildiği ve atıflar yapıldığı bir gerçektir. Bu noktada araştırmanın başat amaçlarından bir tanesinin değerler temelinde yer alan değişim olgusunun yalnızca olumsuz taraflarına değil olumlu yanlarına da dikkat çekmek olmuştur. Örneğin; bir toplumda değerlerin yanında teknoloji bağlamında ortaya çıkan ürünlerde de kültürün önemli bir etkisi bulunmakla birlikte kültürlerin oluşumlarında da bilim ve teknolojinin katkıları yer almaktadır ki bu katkıları her zaman olumsuz sonuçlar doğuracağı anlamına gelmemektedir.

### Değer

Değerler, toplum bilimlerinin unsurlarından birisini oluşturmaktadır. Literatüre bakıldığında da değerlerin geniş bir alana sahip olduğunu görmekteyiz. Bu noktada değerın yaygın olarak kullanılan tanımları şu şekilde ifade edilebilir: Değerler; olması istenilen, kişilerin gerek bireysel gerek toplumsal yaşamlarına kılavuzluk eden, önem dereceleri zamana ve mekâna göre birbirlerinden farklılık gösteren, hayatımızın amaçlarını ve bireylerin kendileri de dahil olmak üzere diğer insanları, olayları nitelendirmek, davranış biçimlerini seçmekle birlikte bunları meşrulaştırmak için kullandıkları ölçütlerdir (Mehmedoğlu, 2007). Buradan yola çıkarak belirli ölçütlerin oluşmasında da bireyin içerisinde yer aldığı toplumsal yaşam göz ardı edilemezken değerler alanına özgü literatürün meydana gelmesinde etkisi olan bilimlerden birisinin sosyoloji alanı olduğu söylenebilir. Sosyoloji bilimi içerisinde değer kavramı genel

anlamda toplumsal yaşamı açıklamak için kullanılmaktadır. Literatürde yer alan sosyal değerler ile ilgili tanımlar ise şu şekildedir: Değerler, bireylerin ya da içerisinde yer aldıkları toplumsal grupların benimsediği ölçütler, inançlar, kişilere yaşamları boyunca rehberlik eden, bir bakıma sosyal alanları birbirinden ayıran aynı zamanda da toplumların kaynaşmasına yardımcı olan ilkelerdir (Avcı, 2007). Yapılan tanımlamalardan da sosyal değerlerin neyin doğru, neyin yanlış, neyi iyi, neyin kötü olduğu gibi durumlarda genel olarak bir fikir edinmemize yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla değer kavramı insana hastır ve değerler, insanların kendilerine, çevresinde bulunan insanlara olan bakış açılarını yönlendirebilmektedir. Bu nedenle de davranışların, ahlaki sorgulamaların, insanlarla olan ilişkilerin, bireysel ve toplumsal yargılamaların içerisinde bulunan bir olgu olduğu gerçektir. Değerler aynı zamanda kendilerini buldukları toplumsal yapı içerisinde benimsettirirlerken kişinin iyi ve kötü olanın ayırımına varmasında yardımcı olarak bireylerin bunlara uygun bir şekilde hareket edebilmelerini öncelendiği söylenebilir.

### ***Ahilik Sistemi***

Ahiliğin Türk milletinin tarihsel zenginliğinde var olan ancak yeteri kadar değeri anlaşılamamış bir konu olduğu düşünülmektedir. Gerek teşkilata üye olan kişilerin gerekse de toplumun hem mesleki hem de sosyal eğitimine katkıda bulunması, donanımlı bireylerin yetiştirilmesi açısından ahilik sisteminin sosyal, kültürel, iktisadi ve tarihi alanlarda önemli bir payının olduğu söylenebilir. Bu nedenden dolayı farklı alanların iç içe olduğu ahiliğin tam olarak ne olduğunu anlayabilmek adına literatürde bulunan ve sıklıkla kullanılan anlamlarına yer verilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

Türk tarihi incelendiğinde ise Ahilik sisteminin geçmişte kalan değerlerin günlük hayata aktarılmasını sağlayan önemli bir sosyo-ekonomik bir yapıda olduğu söylenebilir. Türk Dil Kurumu'nun sözlüğünde; “*Ahi*”, erkek kardeş, Ahilik ocağında olan kimse, eli açık ve cömert kişi daha geniş bir açıdan Ahilik, temel kaynak olan fütüvvetnâmelerde yer alan insani erdemleri, prensipleri benimsemek ve bunları savunmak esasına dayalı bireylerin hem kişilik hem de ahlak bakımından da donanımlarını sağlayan bir kurum şeklinde tanımlanmaktadır (Tdk, 2019; Çakır &

Gümüş, 2011). Ahilik sistemi 13. yüzyıl ile 20. yüzyıl arasında Ahi Evran tarafından kurulmuş, zamanla Anadolu'ya, Balkanlara, Kırım'a kadar yayılmış gerek Osmanlı Devleti'nin kurulmasında gerekse toplumun sosyal, ekonomik, ahlaki, kültürel alanlarının şekillenmesinde etkili olmuş esnaf ve sanatkârlardan oluşan bir yapılanmadır. Bu ahilik sistemi devlet otoritesinin haricinde yapılanmaya başlamış ve gelişmişlerdir. Ancak kamu görevi içinde yer alan fonksiyonlar ya da yapılacak olan uygulamalar sisteme üye olan kişiler tarafınca gönüllü olarak gerçekleştirilmiştir.

Anadolu'da ilk olarak faaliyetlerine kurucu Ahi Evran'ın da mesleği olan debbağlık yani deri işçiliği ile başlamışlardır. Zaman geçtikçe ahi başkanından aldıkları mesleki yeterlilik ve iş yeri açabilme belgeleri ile birlikte farklı sanat dalları ile de uğraşmaya başlamışlardır. Böylece sistem içerisinde yer alan esnaf ve sanatkârlar arasında iş birliği ve dayanışma olgusu oluşmaya başlamıştır. Ayrıca ahilik sistemi içerisinde Anadolu'ya göç eden kişilerin de yararlanabileceği askeri, mesleki ve ahlaki gelişim için eğitimler de verilmekteydi. Bu eğitimler vasıtası ile meslek alanına özgü prensiplerin öğretilmekte olduğu görülmektedir.

Ahilik sisteminde eğitim ile amaçlanan mesleki olgunluğa ulaşılacak amacıyla gereken yetenek ve bilgilerin bireye kazandırılması ve bunun yanında kişinin ahlaki gelişimine de katkıda bulunulmasının söz konusu olduğu söylenebilir. Yani ahilik sisteminde asıl amaç ahlaki ve mesleki açıdan üstün birey yetiştirmektir. Bundan dolayı da ahilikte, dürüst, adaletli, güvenilir gibi niteliklere sahip meslek erbabı oluşturabilmek için mesleki eğitimle genel eğitim birbirini tamamlayıcı şekilde ve bütünlük içinde yürütülmeye çalışılmış bu amacın da kişinin ömrü boyunca sürdürebileceği bir uygulama olması istenmiştir.

Ahlaki eğitimde ise amaç üye olan kişiye mesleki ve toplumsal örf-adet, gelenek ve göreneklerin aktarılması, iş alanında dikkat etmesi ve kaçınması gereken değerlerin neler olduğunun bildirilmesi, her alanda olumlu olan özelliklerin kazandırılmasıdır. Kısacası ahilik sisteminde amacın olgun bir birey yetiştirmek olduğu söylenebilir.

Ahilik sisteminde insan odaklılık söz konusudur. Bu nedenle sistem içerisinde yer alan kişileri ahlaki ve mesleki anlamda tüm boyutlarıyla geliştirmeyi amaçlamaktadır. Böylece bireyin davranışlarıyla etrafında bulunan insanlara örnek teşkil edebileceği düşünülmüştür.

İş ve meslek ahlakına ilişkin değerlerin yer aldığı fütüvvetnâmeler de toplam da yedi yüz kırk kural bulunmaktaydı ve ahilik sistemi içerisinde yer almak için kişinin bu kurallardan asgari olarak yüz yirmi dört maddesini ezbere bilmesi beklenirdi.

Ahilikte genel anlamıyla çalışma hayatına ait başlıca ahlaki kurallar şu şekildedir:

Her ahinin sahip olduğu ya da uğraştığı bir sanat ve mesleği bulunmaktaydı. Her bireyin bir işe sahip olması toplumda kimsenin bir başkasına yük olmayacağını göstermektedir. Fütüvvetnâmelerde de ahiliğe üye olan kişinin muhakkak bir mesleğinin olmasının gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Ahi yalnızca bir işle meşgul olmalıdır. Yani sahip olduğu işin dışında bir uğraşı olmamalıdır. Çünkü buradaki amaç herkesin sahip olduğu ya da yaptığı iş ve mesleği en iyi şekilde yerine getirilebilmesidir. Çalışma için veri toplamak amacıyla yapılan ankette de esnafa ek bir gelirin olup olmadığı sorulmuştur. Bunun sonucunda da üretim ve satımda kendisinden, ürününden emin bireyler oluşacağından alıcı-satıcı ve toplumla karşılıklı olarak olumlu ilişkiler geliştirilmiş olacaktır. Bir ahi üyesi için elde ettiği kazanç bir emek verilmesi sonucunda elde edilmelidir. Bir kişi yaptığı ya da gösterdiği emeğin karşılığını almayı hedeflemeli, hakkı olmayan kazanca yanaşmaması gerekmektedir. İşinde ölçü ve tartıya dikkat etmeli, ürününde olmayan özellikleri varmış gibi gösterip alıcıyı kandırmamalı, yalan söze yanaşılması gerekmektedir. Bundan dolayı da ahilik teşkilatı içerisinde tellallar giremezdi çünkü tellallar bir malı ya da ürünü olmadığı halde daha nitelikli, ayrıcalıklı gösteren kişilerden oluşmaktaydı.

### **Literatür Araştırması**

Türkiye’de sosyoloji alanında Ahilik ile ilgili çok sayıda çalışma bulunmamaktadır. Toplam araştırma sayısı 8 tane olup bunlardan 2’si doktora 6’sı da içlerinden yine 2 tanesi alan araştırması olmak üzere yüksek lisans tezlerini kapsamaktadır.

Yapılan araştırmaya paralel olarak benzeri çalışmalarda da Ahilik değerlerine ilişkin demografik özellikler incelenmiş ve farklı bulgulara ulaşılmıştır. Örneğin Aslanderen, Kırşehir’de esnaf ve sanatkârların Ahilik değerlerine ilişkin tutum ve davranışları ile ilgili bilgilere müşteriler üzerinde uygulamış olduğu anket ve ölçek sonucunda ulaşmıştır (Aslanderen, 2016). Esnaf ve sanatkârların Ahilik değerlerine sahiplik düzeylerine ilişkin değerlendirmelerinin, müşterilerin yaş gruplarına göre farklılaşma durumu incelenmiştir. Bizim yaptığımız araştırmada çalışmanın geçerlilik ve güvenilirlik durumları göz önüne alınarak Kapalıçarşı’dan sürekli alışveriş yapan müşterileri bulmak zor olacağından dolayı esnaf ve sanatkârların Kapalıçarşı’da çalışan diğer iş arkadaşlarını göz önünde bulundurarak değerlendirmelerde bulunulması rica edildi. Aslanderen’in yapmış olduğu çalışmaya genel olarak bakıldığında müşterilerin yaşlarına göre esnaf ve sanatkârlara ilişkin Ahilik değerlerine sahiplik düzeyleri konusundaki yaptıkları değerlendirmeler değerler açısından anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmektedir. Veriler üzerinde, faktörlere göre değerlendirmelerin farklılaşma nedenlerini belirlemek üzere yapılan Scheffe testi analizi sonunda anlamlı farklılaşmalar 25 yaş altı müşteriler ile 26-40 ve 41-55 yaş arasındaki müşterilerde görüldüğü belirlenmiştir. 25 yaş altı müşterilerin değerlendirmeleri esnaf ve sanatkârların Ahilik değerlerine iyi düzeyde sahip oldukları yönündedir. 26-40 ve 41-55 yaş aralığındaki müşterilerin değerlendirmeleri ise esnaf ve sanatkârların Ahilik değerlerine orta düzeyde sahip oldukları görüşündedirler. Bu durumda Ahilik değerlerine sahiplik düzeyleri değerlendirmelerinin müşterilerin yaşlarıyla ters orantılı olduğunu söylenebilir.

Aslanderen’nin çalışmasında müşterilerin eğitim durumuna göre değerlendirmelerinin farklılaşmasını incelediğinde anlamlı bir farklılık görülmektedir. Anlamlı farklılaşmaların olduğu faktörlerdeki değerlendirme farklılıklarının kaynağı Scheffe testi ile incelenmiştir. Değerlendirme farklılığı, ortaokul mezunu müşteriler ile lise ve üniversite mezunu müşterilerin yaptıkları değerlendirmelerden kaynaklanmaktadır. Ortaokul mezunu müşteriler esnaf ve sanatkârları, lise ve üniversite mezunlarına göre daha çok beğenmektedirler. Özellikle ortaokul mezunlarının memnuniyet düzeylerinin daha yüksek olmasının nedeni açıklayamamakla birlikte değerlendirmeleri genel olarak incelediğimiz zaman müşterilerin eğitim

durumu yükseldikçe, sahiplik düzeylerine ilişkin beğenme düzeylerinin düştüğünü görüyoruz.

Esnaf ve sanatkârların Ahilik değerlerine sahiplik düzeyleri konusunda müşterilerin Kırşehir’de yaşama süresine göre değerlendirmelerinde de anlamlı düzeyde farklılaşma olduğu görülmektedir. Buna göre, anlamlı farklılaşmaların 1 yıldan az bir sürede Kırşehir’de yaşayan müşteriler ile 6 yıldan daha fazla bir süre yaşayan müşteriler arasında olduğu görülmektedir. 1 yıldan daha az bir süredir Kırşehir’de yaşayan müşterilerin değerlendirmelerine göre esnaf ve sanatkârların Ahilik değerlerine orta düzeyde sahip olduğu görüşündedirler.

Genel olarak verilere baktığımızda müşterilerin ekonomik durumlarına göre yapmış oldukları değerlendirmeler anlamlı düzeyde farklılaşmaktadır. Veriler üzerinde, faktörlere göre değerlendirmelerin farklılaşma nedenlerini belirlemek üzere yapılan Scheffe testi analizi sonucunda anlamlı farklılaşmanın aylık geliri 2000-3500 TL olan ile aylık geliri 5000 TL’den fazla olanlar arasında olduğu görülmektedir. Aylık geliri alt sınır ve üst sınırında olan müşteriler Ahilik değerlerine sahiplikleri bakımından esnaf ve sanatkârları daha çok beğenmektedirler. Aylık geliri orta seviyede olan müşterilere doğru gidildikçe bu değerlerin düştüğü görülmektedir.

Ahilik değerlerine ilişkin bir başka çalışma da Başdaş tarafından gerçekleştirilmiştir (Başdaş, 2018). Çalışmanın bulgular kısmında işletme sahibinin eğitim düzeyi ile ahilik ilkelerinden “sır tutmak” arasındaki ilişki verilmiştir. İşletme sahibinin eğitim düzeyi ile ahilik ilkelerinden “sır tutmak”, “ayıp ve kusurları örtmek”, “hileli ve çürük mal satılmayacak” ve “helal kazanç sahibi olmaya özen göstermek” arasındaki ilişkilerin varlığı test edilmiştir. Bu test sonucuna göre işletme sahibinin eğitim düzeyi ile ahilik ilkelerinden “sır tutmak”, “ayıp ve kusurları örtmek”, “hileli ve çürük mal satılmayacak” ve “helal kazanç sahibi olmaya özen göstermek” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı ortaya çıkmıştır.

İşletme sahibinin iş tecrübesi ile ahilik ilkelerinden “cömert olmak”, “bozuk terazinin kullanılmaması”, “çoğa şükretmek”, “sözünü bilmek, sözünde durmak” ve “dostluğa önem vermek” arasında ilişkinin varlığı test edilmiştir. Bu test sonucuna göre işletme sahibinin iş tecrübesi ile



ahilik ilkelerinden “cömert olmak”, “bozuk terazinin kullanılmaması” “çoğa şükretmek”, “sözünü bilmek sözünde durmak” ve “dostluğa önem vermek” arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

### **Araştırmanın Amacı**

Araştırma, İstanbul ili Fatih ilçesinde bulunan Kapalıçarşı’da esnaf ya da sanatkâr olarak meslek hayatlarını devam ettiren bireylerin Ahilik değerlerine sahiplik düzeylerinin, günümüz İstanbul Kapalıçarşı esnaf ve sanatkârlarının Ahilik değerlerini yaşatma oranlarını ve varsa farklılaşma ya da değişimin olumlu, olumsuz sonuçlarını belirlenmesi yönünde gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda var olan problemlerin çözümü, kendi kültürümüzde gün geçtikçe etkinliğini yitirmeye başlayan meslek ahlakı adı altında ancak sosyal yaşamın diğer ahlaki alanlarına da ışık tutan değerlerin farkına varılmasının sağlanması, yok olmaya yüz tutmuş olan değerlerin yeniden günümüzde uygulanabilirliğinin artırılmasıyla tekrar ele alınması gereken konular arasında yer almaktadır.

### **Araştırmanın Önemi**

Bu çalışmada, esnaf ve sanatkârların demografik özelliklerinin (yaş, eğitim düzeyi, medeni durum gibi.), mesleki özelliklerinin (ek gelir durumu, çırak-kalfa-usta hiyerarşisi, sözüm senettir uygulaması, ekonomik ve sosyal yardım kuruluşları gibi.) meslek ahlaklarını nasıl etkiledikleri araştırılmıştır. Bu çalışmadan elde edilecek bulgular çerçevesinde, Ahilik temelinde olmak üzere değişen değerler ile meslek ahlakı düzeyini etkileyen değişkenlerin neler olduğu ortaya konacaktır.

### **Araştırmanın Yöntemi ve Elde Edilen Bulguların Değerlendirilmesi**

Veri toplama araçlarının kullanılabilmesi adına İstanbul Valiliği’nden, İstanbul Esnaf ve Sanatkârlar Odası’ndan ve Kapalıçarşı Yönetimi’nden gerekli izinler alınarak çalışma alanı olan Kapalıçarşı’da kişisel bilgi formu ve ölçek, araştırmacı tarafından doğrudan uygulanmıştır.

Araştırma için iki farklı veri toplama aracı kullanılmıştır. Bunlar; araştırmacı tarafından araştırmanın örnekleme üzerinde etkili olduğu varsayılan değişkenler belirlenerek esnaf ve sanatkârlar için bir adet kişisel bilgi formu ile daha önceden Rüştü Yeşil ve Mustafa Aslanderden tarafından oluşturulmuş “Ahilik Değerleri Ölçeği ”dir. Araştırmanın

ana hedefine ulaşmak için Rüştü Yeşil ile çalışmasında Ahilik alanına özgü ölçeği uygulayan Mustafa Aslanderden tarafından geliştirilen 32 sorunun yer aldığı “Ahilik Değerleri Ölçeği” ve araştırmacı tarafından hazırlanan 19 sorudan oluşan “Anket-Bilgilendirilmiş Gönüllü Onam Formu” vasıtasıyla örneklem grubundan Ahilik değerlerine ilişkin veriler toplanmıştır (Aslanderden, 2016).

Araştırmada verilerin toplanması için görüşlerine başvuru esnaf ve sanatkâr sayısının fazla olması nedeniyle eleme yoluna gidilmiştir. Araştırmanın örneklem grubunu oluşturan esnaf ve sanatkârların anket formundaki bilgileri eksiksiz bir şekilde doldurmalarına dikkat edilmiştir.

Kişisel bilgi formu Kapalıçarşı’daki esnaf ve sanatkârların Ahilik değerlerine sahiplik düzeylerine ilişkin bilgi vermesi beklenen demografik özelliklerinde içerisinde bulunduğu 19 farklı sorudan oluşmaktadır. Bu kapsamda esnaf ve sanatkârların cinsiyetleri, yaşları, eğitim düzeyleri, medeni durumları, Kapalıçarşı’da çalışma süreleri, iş yerindeki konumları, aylık gelirlerine ilişkin sorular yöneltilmiştir. Bunların yanı sıra iş yerinde çırak-kalfa-usta hiyerarşisinin olup olmadığı, sözüm senettir uygulamasının devamlılık düzeyi esnaf ve sanatkârı çarşıda denetleyen bir kişi ya da kurumunun varlığı gibi Ahi birliğine özgü sorular da sorulmuştur. Anket formu “Ahilik Değerleri Ölçeği” 32, esnaf ve sanatkârın demografik ve Ahilik anlayışının günümüze yansımalarına yönelik 19 sorudan oluşturulmuş ve ölçek formunda 5’li Likert ölçeği kullanılmıştır. Likert ölçeği bir “toplamalı sıralama” tekniğidir. Bundan dolayı sadece bir özelliği ölçmek için kullanılırlar. Likert ölçeklemesinde de araştırılan özellikler “o özelliği somutlaştıran önermeler” şeklinde tasarlanmalıdır. Ölçekte, her bir soru için esnaf ve sanatkârların görüşleri 1’den (kesinlikle katılmıyorum) 5’e (kesinlikle katılıyorum) şeklinde puanlandırılmıştır. Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde “SPSS 16.0” paket programı kullanılmıştır.

### **Araştırmanın Varsayımı**

Bu araştırmanın temel varsayımı, günümüzde esnaf ve sanatkârlarının çalışma alanlarına ait alışkanlıklarının, değerlerinin Ahilik teşkilatına özgü özellikler ile farklılıklar gösterdiği, esnaf ve sanatkârların Ahilik sistemi hakkında yeterli bilgilere sahip olmadıkları, Ahilik teşkilatında yer alan değerlerin günümüzün meslek hayatında etkin olarak görülmediği, esnaf ve

sanatkârların hem kendilerini hem de yanlarında çalışanları mesleki alanda geliştirme yönünde eksiklikleri olduğu, esnaf ve sanatkârların medeni durumları, yaşları, eğitim düzeyleri, çalışma süreleri ve aylık gelirleri ile Ahilik değerlerine ilişkin görüşleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu tezine dayanmaktadır.

### **Araştırmadan Elde Edilen Bulguların Analiz ve Yorumu**

Bu bölümde, araştırmanın bulguları doğrultusunda ulaşılan sonuçlara yer verilmiştir.

Araştırma alanı Fatih ilçesinde yer alan Kapalıçarşı olarak belirlenmiştir. Kapalıçarşı ile ilgili yapılan araştırmalara bakıldığında alanda 20 adet mimarlık, işletme, sosyoloji, radyo-televizyon, kamu yönetimi, antropoloji, coğrafya, şehircilik ve planlama, iç mimari ve dekorasyon bilimlerini kapsayan çalışma bulunmaktadır. Sosyoloji alanında yapılan araştırma ise “Kuyumculuk hâlâ zanaat mı? Güven ve iş ahlakının kuyumculuk sektöründeki rolü: İstanbul Kapalıçarşı örneği” adı altında gerçekleştirilmiştir.

Araştırma için Kapalıçarşı'nın seçilme nedenleri arasında sokaklarında birbirinden farklı meslek dallarının bulunması, küreselleşme ile geleneksel yapının hâlâ bir arada bulunuyor olması, esnaf ve sanatkârların özellikleri bakımından farklı yaş gruplarını, eğitim düzeylerini, maddi durumlarını vs. içeren çok faktörleri yapısının olması gösterilebilir.

Esnaf ve sanatkârların cinsiyeti her ne kadar elimizde sayılara dayanan veriler olmasa da (Araştırmaya katılan grubun ağırlıklı olarak erkek esnaf ve sanatkârdan oluşmuş olması) yaptıkları değerlendirmeleri etkilemediği düşünülmektedir. Elimizde yeterli veri olmamasının sebebi ise çalışma örnekleme içerisinde yalnızca 2 kadın esnaf ve sanatkârın olmasıdır. Erkek ve kadın esnaf ve sanatkârlar sayıca dengeli bir biçimde dağılmadıklarından dolayı genelleme yapmak sağlıklı olmayacaktır.

Araştırma kapsamında yer alan örneklem özellikleri ve yorumları aşağıdaki gibidir:

**Tablo 1.** Araştırma grubunun demografik özelliklerinin ahilik değerleri üzerindeki etkileri

Demografik Özellikler	Gruplar	Frekans	Yüzde
Yaş	25 yaş altı	45	22.5
	26-40 yaş	88	44.0
	41-55 yaş	49	24.5
	56 yaş ve üzeri	18	9.0
Eğitim Düzeyi	İlkokul	27	13.5
	Ortaokul	38	19.0
	Lise	84	42.0
	Üniversite	49	24.5
	Lisansüstü	2	1.0
Medeni Durum	Bekâr	91	45.5
	Evli	107	53.5
	Boşanmış	2	1.0
Kapalıçarşı'da Çalışma Süresi	0-2 yıl	19	9.5
	3-10 yıl	55	27.5
	11-18 yıl	47	23.5
	19 yıl ve üzeri	79	39.5
İş Yerindeki Konum	İş Yeri Sahibi ve Yönetici	71	35.5
	Yalnızca Yönetici	21	10.5
	Yalnızca Çalışan	102	51.0
	Serbest Çalışan	6	3.0

Araştırmaya katılan grubun %99,0'ı erkek, %1,0'ı ise kadın esnaf ve sanatkârdan oluşmaktadır. Cinsiyetler arasında sayıca büyük bir fark olduğundan dolayı genelleme yapmak doğru olmayacaktır. Araştırma alanı içerisinde erkeklerin girişimcilik ve risk alabilme seviyeleri kadınlara göre daha yüksek olduğundan dolayı böyle bir dağılımın ortaya çıktığı düşünülmektedir.

Araştırmaya katılan esnaf ve sanatkârın büyük çoğunluğunu %44,0 ile 26-40 yaş arasında olan kişilerin oluşturduğu, yaş dağılımı içerisinde en az payı %9,0 ile 56 yaş ve üzeri esnafın oluşturduğu görülmektedir. Buradan yerli

ve eski esnafın yerini yaş itibariyle daha genç nesile bıraktığı sonucuna ulaşmıştır.

Esnaf ve sanatkârlar arasında büyük çoğunluğun lise mezunu olduğu görülmekle birlikte ortaokul ile üniversite mezunu kişilerin de sayılarının birbirine yakın olduğu söylenebilir.

Tabloya bakıldığında boşanmış olan kişilerin sayısının çok az olup bekâr ve evliler arasında da sayıca oldukça büyük bir farklılık olmadığı görülmektedir.

Araştırmaya katılan grubun %39,5'i 19 yıl ve üzeri süredir, %27,5'i 3-10 yıl arasında, %23,5'i 11-18 yıl arasında, %9,5'i 0-2 yıl arasında Kapalıçarşı'da çalışan esnaf ve sanatkârlardan oluşmaktadır. %39,5 ile 19 yıl ve üzeri çalışan esnaf ve sanatkârın oranının diğer çalışma yıllarına göre en fazla orana sahip olması hâlâ Kapalıçarşı'da uzun süreli çalışan kişilerin varlıklarının olduğunu göstermektedir.

Kapalıçarşı'da bulunma süresine göre de iş türlerinin farklılaştığı görülmektedir. Örneğin uzun süredir ikamet eden ve çalışan esnafların iş türleri daha çok babadan kalma hat eserlerinin, eski dokuma halıların sergilendiği meslekler iken yeni gelmiş ya da kısa süreli orada çalışmaya başlamış olan esnafların ayakkabı, saat, kıyafet sektörlerinde kendilerine yer buldukları görülmektedir.

Grubun %51,0'ı yalnızca çalışan, %35,5'i iş yeri sahibi ve yönetici, %10,5'i yalnızca yönetici, %3,0'ı serbest çalışan esnaf ve sanatkârlardan oluşmaktadır. Verilerin anket yoluyla toplanması aşamasında yalnızca çalışan olarak iş hayatında yer alan esnaf ve sanatkâr dükkân açacak sermayeye sahip olmadıklarını belirtmişlerdir. Buradan çalışma grubu içerisinde yer alan kişilerin %35,5'inin dükkân açmak için yeterli sermayeye sahip oldukları sonucuna ulaşılabilir. Ayrıca esnaf ve sanatkârların %80,0'ı baba mesleğini devam ettirmemekte, %20,0'ı ise baba mesleğini devam ettirmektedir. Bireylerin geçen zaman ile birlikte artan ve değişen ihtiyaçlarının bulunması baba mesleğini sürdürme durumunda düşüşe sebep olduğu düşünülmektedir. Bununla birlikte araştırma grubu içerisinde yer alan kişilerin yalnızca %20'sinin babalarının mesleklerini devam ettirmelerinden de Ahilik içerisinde yer alan "baba mesleğini devam ettirme" olgusunun devamlılığında kesintilerin olduğu görülmektedir.

**Tablo 2.** *Örneklemin mesleki özelliklerinin ahilik değerleri üzerindeki etkileri*

Örneklemin Mesleki Özellikleri	Cevaplar	Frekans	Yüzde
Ek bir geliriniz var mı?	Evet	8	4.0
	Hayır	192	96.0
Ahilik teşkilatını daha önce duydunuz mu?	Evet	93	46.5
	Hayır	107	53.5
İş yerinizde meslek ahlakı ilkeleri yazılı olarak bulunmakta mıdır?	Evet	32	16.0
	Hayır	161	80.5
	Bilmiyorum	7	3.5
İş yerinizde çırak-kalfa-usta hiyerarşisi var mıdır?	Evet	125	62.5
	Hayır	75	37.5
Çıraklara ücret ödeniyor mu?	Evet	122	61.0
	Hayır	2	1.0
“Sözüm senettir.” uygulaması esnaflar arasında var mıdır?	Evet	148	74.0
	Hayır	48	24.0
	Bilmiyorum	3	1.5
Esnaf ve sanatkârı çarşıda denetleyen kişi/kişiler ya da bir kurum var mıdır?	Evet	102	51.5
	Hayır	90	45.0
	Bilmiyorum	8	4.0
İş yerinizde yapılan hatalı davranışlar kime mal edilir?	Sadece hatayı yapan kişiye	114	57.0
	İşyerindeki herkese	66	43.0
Meslek ahlakına uymayanların şikâyet edilebileceği bir yer var mıdır?	Evet	89	44.5
	Hayır	99	49.5
	Bilmiyorum	12	6.0
İş yerinizde elde edilen gelirden toplumsal çıkar ve fayda için ödenen bir miktar ücret var mıdır?	Evet	105	52.5
	Hayır	75	37.5
	Bilmiyorum	20	10.0
Maddi ihtiyaç halinde destek alabileceğiniz bir kurum var mıdır?	Evet	23	11.5
	Hayır	164	82.0
	Bilmiyorum	13	6.5

Tabloda görüldüğü üzere araştırmaya katılan grubun %96,0'ı ek gelirinin olmadığını belirtirken %4,0'ı ise ek gelirinin olduğunu ifade etmiştir. Burada araştırmaya katılan gruba ek gelirden kasıt olarak başka bir işte çalışıp çalışmadıkları sorusu yöneltilmiştir. Örneklem içerisinde yer alan kişilerden %96,0'sının ek gelirlerinin olmadığını belirtmesi Ahilik içerisinde yer alan herkesin yalnızca bir işte çalışma gerekliliğini doğruladığı ve bu geleneğin devam ettirildiğini ortaya koymaktadır. Yaş itibari ile büyük olan kişilerin çalıştıkları işin dışında ek gelir olarak büyük çoğunluğunun yalnızca emekli maaşlarının olduğu ancak ikinci bir işte çalışmadıkları bulgusu sahadan elde edilmiştir.

Araştırmaya katılan grubun %53,5'i Ahilik teşkilatını daha önce duymadığını ifade ederken %46,5'i Ahilik teşkilatını daha önce duyduğunu belirtmiştir. Ahilik teşkilatını daha önce duyduğunu ifade eden esnaf ve sanatkârlar Ahilikle ilgili bilgiye ya okulda gördüğü derslerden ya da Kapalıçarşı'da Ahilik haftasında yapılan etkinlikler vasıtası ile eriştiğini ifade etmişlerdir. Yerleşik yani uzun süreli olarak orada bulunan ya da çalışan kişiler arasında Ahilik sisteminin duyulma oranı yeni neslin Ahiliği duyma oranına göre oldukça fazladır. Hatta yeni esnaftan sayıca az bir kısmının Ahilik teşkilatını görülmektedir.

Esnaf ve sanatkâr grubunun %80,5'i meslek ahlakı ilkelerinin yalnızca sözlü olarak bulunduğunu yazılı bir şekilde iş yerlerinde ve dükkânlarda bulunmadığını, %16,0'ı çalıştıkları iş yerinde meslek ahlakı ilkelerinin yazılı olarak bulunduğunu, %3,5'i ise meslek ahlakı ilkelerinin yazılı olarak var olma durumundan haberdar olmadıklarını ifade etmişlerdir. İş yerlerinde meslek ahlakına ilişkin ilkelerin yazılı olarak yer aldığı belgelerden örnekler ise aşağıda gösterilmektedir. Ayrıca bazı esnaf ve sanatkârlar yazılı halde bulunan meslek ahlakının yer aldığı belgelerin ulaşılamayacak bir yerde olduğunu ya da belgeleri şirkete ait olduğu için gösteremeyeceklerini belirtirken kimisi de ellerinde bulunan metni paylaştılar.

Araştırmaya katılan grubun %62,5'i çalıştığı iş yerinde çırak-kalfa-usta hiyerarşisinin olduğunu belirtirken %37,5'i ise böyle bir yapılanmanın olmadığını belirtmiştir. Yöneltilen bu soruya “fikrim yok” cevabını veren esnaf ve sanatkâr olmamıştır. Anketin uygulanması aşamasında görülmüştür ki Ahilik sisteminde yer alan çırak-kalfa-usta basamakları

yerleşik yani uzun zamandır Kapalıçarşı'da yer alan esnaflar arasında devamlılığı bulunurken daha kısa süreli olarak orada yer edinen esnafların büyük çoğunluğunda iş yerlerinde bir yönetici ve bir çalışan bulunmaktadır. Yani çırak-kalfa-usta geleneğinin sekteye uğramaya başladığını ve dükkânlarda çırak-kalfa-ustanın yerini "satış danışmanları"nın aldığı görülmektedir. Ancak uzun süredir Kapalıçarşı'da çalıştığı halde çırak-kalfa-usta hiyerarşisinin olmadığı dükkânlar da bulunmaktadır. Bu tür iş yerlerinde çırak-kalfa-usta gibi asgari 3 kişinin bulunmadığı, dükkânların baba-oğul ya da dede-torun arasında çevrildiği gözlemlenmiştir. Grubun %61,5'i çıraklara ücret ödendiğini, %1,0'ı çıraklara ücret ödenmediğini belirtmiştir. Bu sonuçtan yola çıkarak Ahilik sistemi içinde bulunan çıraklara ücret ödenme geleneğinin devam ettiği görülmektedir.

Araştırmaya katılan grubun %74,5'i sözleşme senettir uygulamasının esnaflar arasında devam ettiğini, %24,0'ı sözleşme senettir uygulamasının devam etmediğini ifade ederken %1,5'i bu uygulamanın devamlılığı konusunda bilgi sahibi olmadıklarını belirtmişlerdir. Böylece grubun %75'ine yakın bir kısmı Ahi birliği içerisinde var olan "Sözleşme senettir." olgusunun devamlılığını da onaylamış gözükmektedirler. Sorulan soruya karşılık "Bilmiyorum" cevabını veren %1,5'inin ise Kapalıçarşı'da yeni çalışmaya başladığı için bir fikir sahibi olmamasının göz önünde bulundurulmasında faydası olduğu düşünülmektedir. Bunun yanında Kapalıçarşı'nın bazı bölgelerinde böyle bir uygulamanın adının dahi duyulmadığı sahadan elde edilen bulgular arasında yer almaktadır. Ayrıca %51,0'ı "Esnaf ve sanatkârı çarşıda denetleyen bir kişi/kişiler ya da bir kurum var mıdır?" sorusuna evet, %45,0'ı hayır ve de %4,0'ı bilmiyorum cevabını vermiştir. Çarşıda denetimin var olduğunu söyleyen esnaf ve sanatkârlar denetimin Kapalıçarşı Derneği, Kapalıçarşı Yönetimi ve İstanbul Kuyumcular Odası olduklarını belirtmişlerdir.

Grubun %57,0'ı iş yerinde yapılan hatalı davranışların sadece hatayı yapan kişiye %43,0'ı ise yapılan hatalı davranışın iş yerindeki herkese mal edildiğini ifade etmiştir. Yapılan hatalı davranışların sorumlu tutulduğu taraf konusunda istatistiki olarak pek bir fark bulunmamakla birlikte yüzdesel olarak bakıldığında grubun %57,0'ının gerçekleştirilen hatalı davranışın sadece hatayı yapan kişinin sorumluluğunda olması durumu Ahilik yapılanması içerisinde yapılan yanlış bir davranışın her iki tarafa da mal edilmesi konusuna ters düştüğü söylenebilir. Buna paralel olarak da



%49,5'i meslek ahlakına uymayan esnaf ve sanatkârı şikâyet edilebilecek bir yerin bulunmadığını, %44,5'i şikâyet edilebilecek bir yerin olduğunu, %6,0'ı ise şikâyet edilebilecek bir mercinin olup olmadığı hakkında bilgi sahibi olmadıklarını belirtmişlerdir.

Araştırmaya katılanlardan %52,5'i “İş yerinizde elde edilen gelirden toplumsal çıkar ve fayda için ödenen bir miktar ücret var mıdır? (Hayır kurumları vs. için)” sorusuna evet cevabını, %37,5'i hayır cevabını, %10,0'ı ise bilmiyorum cevabını vermişlerdir. Yardımların genellikle bireysel olarak yapıldığı alandan elde edilen bilgiler arasında yer almaktadır. Maddi ihtiyaç halinde destek alınabilecek bir kurumun olup olmadığı sorulduğunda ise esnaf ve sanatkârın %82,0'ı hayır, %11,5'i evet ve de %6,5'i bilmiyorum cevaplarını vermişlerdir.

**Tablo 3.** *Esnaf ve sanatkârların olumlu olan ahilik değerlerine katılma düzeyi*

<b>Olumlu Değerleri Yansıtan İfadeler</b>	<b>Toplam</b>	<b>Ortalama</b>
Hilesiz ve kaliteli mal üretip, satmaya özen gösterirler.	200	3,3400
Meslekleri ile ilgili kanun ve kurallara uygun davranırlar.	200	3,2800
Yapacakları işi savsaklamazlar, gününde teslim ederler.	200	3,5300
Müşterilerin haklarını korur, haklarını yemezler.	200	3,5150
Rızkını kazandığı mesleğine saygı duyar ve önem verirler.	200	3,8800
Mesleklerini özenerek yaparlar.	200	3,7550
Yanlarında çalışanlara karşı sorumluluklarını bilirler ve haklarını gözetirler.	200	3,4600
İnsanları zengin-yoksul, güçlü-zayıf olarak ayırmazlar, eşit davranırlar.	200	3,0900
Müşteri ve komşu esnaflara kin gütmez, kıskançlık etmezler.	200	2,9250
Vergilerini zamanında ve tam verirler.	200	3,5800

Komşu esnaf ve sanatkârların da kazanç elde etmesini ister, gerekirse müşterileri yönlendirir.	200	3,3350
Diğer esnaf ve sanatkârlarla dayanışma içerisinde çalışırlar.	200	3,4500
Fedakâr insanlardır, mal, emek ve zamanlarından fedakârlık ederler.	200	3,3950
Alışverişleri ile ilgili hata ve kusurları öncelikle kendilerinde ararlar.	200	3,1900
Bela ve musibetlere karşı sabırlıdırlar.	200	3,3050
Az kazanca kanaat ederler, çok kazanca şükrederler.	200	3,1950
Müşterileri ve diğer esnaflarla ilgili sırları tutarlar, açığa vurmazlar.	200	3,1100
Kötülük ve kendini bilmezliğe iyilikle karşılık verirler.	200	3,0250
Müşterilere ve diğer komşu esnaflara karşı kötü söz ve hareketlerden sakınırlar.	200	3,2800
Meslekleri ile ilgili gelişmeleri medya ve diğer kitle iletişim araçlarından takip ederler.	200	3,2200
Yanlarında çalışan elemanların mesleği öğrenmesi ve eğitilmeleri için düzenlenen kurs, seminer ve sertifika programlarına gönderirler.	200	2,8700
İş güvenliğine önem verirler, gerekli tedbirleri alırlar.	200	3,3950
Ürünlerinde ve çalışma şartlarında hijyene önem verirler.	200	3,5050
Eğitime büyük önem verirler, ihtiyaç sahibi öğrencilere yardımda bulunurlar.	200	3,1000
Yanlarında çalışanların sosyal sigorta primlerini zamanında yerine getirirler.	200	3,6700
Mesleki fuarlara ya da düzenlenen eğitim seminerlerine katılarak mesleklerinde kendilerini geliştirmeye çalışırlar.	200	3,2100
Genel Aritmetik Ortalama	200	3.3311

Tablo incelendiğinde örnekleme içerisinde yer alan esnaf ve sanatkârların Ahilik değerlerine katılma ve bu değerleri benimseme düzeylerinin (3.33) olduğu genel aritmetik ortalamada görülmektedir. Bu ortalama ölçekte bulunan 26 adet Ahilik değerini benimsemenin genel düzeyini göstermektedir. 1’den 5’e kadar numaralandırılmış olan Likert ölçeğinde bu oran yaklaşık olarak 3’e yani “Kısmen Katılıyorum” seçeneğine karşılık gelmektedir. Ölçekte yer alan ifadelerle verilen cevaplar 5’e yaklaştıkça esnaf ve sanatkârların Ahilik değerlerini tam olarak benimsedikleri, 1’e yaklaşması ile de Ahilik değerlerinin benimsenmediği görülmektedir. Araştırmanın genel ortalaması 3.33 olduğu için esnaf ve sanatkârların Ahilik değerlerini kısmen benimsedikleri sonucu ortaya çıkmaktadır.

Faktörler arasındaki karşılaştırmalara bakıldığında; ortalamanın altında yer alanlar şunlardır: “Mesleki fuarlara ve eğitime katılma” ortalamanın altında olmuştur., “Eğitime önem verme”, “Çalışanları eğitime gönderme” ve “Müşteri ve komşu esnaflara kin gütmez, kıskançlık etme” değerleri konusunda yine ortalamanın altında bir sonuç çıkmıştır. Buradan da esnaf ve sanatkârların hem kendilerini hem de yanlarında çalışan kişileri mesleki alanda geliştirme yönlerinde önemli eksiklikleri olduğu ve yine esnaf ve sanatkârların mesleki gelişim ve mesleki eğitim konusunda yeterince eğitim almadıklarının yanında bu alandaki eğitimlere de çok önem vermedikleri görülmektedir.

Araştırma grubunda ortalama cevap yerine net olarak (Likert ölçeğinde 4’e denk gelen “Katılıyorum” ifadesinde bulunan) sorulan sorulara katılan esnaf ve sanatkârlara yöneltilen sorulara aşağıda yer verilmiştir. Aşağıda belirtilen faktörlerde ise ortalamanın üstünde bir benimseme ve katılım düzeyi gerçekleşmiştir.

- Yapacakları işi savsaklamazlar, gününde teslim ederler. (3.53)
- Müşterilerin haklarını korur, haklarını yemezler. (3.51)
- Rızkını kazandığı mesleğine saygı duyar ve önem verirler. (3.88)
- Mesleklerini özenerek yaparlar. (3.75)
- Vergilerini zamanında ve tam verirler. (3.58)
- Ürünlerinde ve çalışma şartlarında hijyene önem verirler. (3.50)
- Yanlarında çalışanların sosyal sigorta primlerini zamanında yerine getirirler. (3.67)

**Tablo 4.** *Esnaf ve sanatkârların olumsuz olan ahilik değerlerine katılma düzeyi*

<b>Olumsuz Değerleri Yansıtan İfadeler</b>	<b>Toplam</b>	<b>Ortalama</b>
Müşteri ve komşu esnaflarla ilgili dedikodu yapar, iftira atarlar.	200	3,0200
Mal ve para kazanma konusunda açgözlü davranırlar.	200	3,2450
Dünyaya ait şeylerle övünürler, böbürlenirler.	200	3,2850
Malını pahalınca satmak için saklarlar.	200	2,5850
Mal biriktirme hırsı ile hareket eder, sürekli birikim yapmayı amaçlarlar.	200	3,3200
Malını överek müşteriye aldatmaya çalışırlar.	200	2,9800
<b>Genel Aritmetik Ortalama</b>	<b>200</b>	<b>3.0725</b>

Tablo incelendiğinde hem grubun aritmetik ortalamasını hem de esnaf ve sanatkârların olumsuz değerleri yansıtan sorulara likert ölçeğinde 3'e karşılık gelen "Kısmen Katılıyorum" cevabını verdikleri görülmektedir. Esnaf ve sanatkârlar genel olarak olumsuz değer içeren durumlara kısmen katıldıklarını belirtse de "Malını pahalınca satmak için saklarlar." ve "Malını överek müşteriye aldatmaya çalışırlar." ifadelerinin çalışma arkadaşları içerisinde geçerli olmadığını yani Kapalıçarşı genelinde bu tür olumsuz eylemlerin gerçekleşmediğini savunmuşlardır.

Yukarıda yer alan son 2 tablo birlikte ele alındığında hem olumlu hem de olumsuz olan sorulara genel olarak kısmen katıldıklarını ifade eden araştırma grubu için gerçeği gün yüzüne çıkarmayan cevaplarda buldukları söylenebilir. Bu durum ise alanda yapılan gözlem itibariyle esnaf ve sanatkârların yukarıda yer alan olumsuz değerleri ve fiilleri kendilerine yakıştırmadıkları ve aslında tamamen katıldıkları halde olumsuz tutumların, davranışların devam etmemesini diledikleri için ortalama cevaplar verildiği şeklinde yorumlanabilir.

Ankete katılanların yaş, eğitim, çalışma süresi, aylık geliri içeren demografik özellikleri ile Ahilik değerlerine ilişkin görüşleri arasında anlamlı farklılıklara bakmak için ANOVA, cinsiyet, medeni durum için ise F testi yapılmış ve hipotezlerin test edilmesine ilişkin yorumlara yer verilmiştir.

**Tablo 5.** Bağımlı ve bağımsız değişkenlerin değerlendirilmesi ( F Testi)

N=200 ANOVA					
Bağımsız Değişken	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Toplaması Ortalaması	F	Sig
Yaş	556,702	3	185,567	,625	,599
Eğitim	1483,051	4	370,763	1,263	,286
Çalışma Süresi	1960,638	3	653,546	2,257	,083
Aylık Gelir	707,447	4	176,862	,595	,667

p<0,05 anlamlı farklılık vardır.

Ankete katılan esnaf ve sanatkârların yaş, eğitim, çalışma süresi ve aylık gelir bağımsız değişkenleri ile “Ahilik değerleri” ölçeği bağımlı değişkeni arasındaki anlamlı ilişkiyi incelemek için yapılan ANOVA analiz sonuçları görülmektedir. Yapılan analiz sonucunda, F değerlerinin sig. değerleri 0.05’ten büyük olması sebebiyle gruplar arasındaki farkın istatistiki olarak anlamlı olmadığı görülmektedir yani grupların görüşleri arasında fark olmadığını; yaş, eğitim, çalışma süresi ve gelir farklılıklarını Ahilik değerlerine katılma ve Ahilik değerlerine katılmama düzeyleri üzerinde etkili olmadığı sonucunu çıkarmaktadır. Diğer yandan, benzeri çalışmalarda da Ahilik değerlerine ilişkin demografik özellikler incelenmiş ve farklı bulgulara ulaşılmıştır. Örneğin Aslanderen (2016) Kırşehir’de esnaf ve sanatkârların Ahilik değerlerine ilişkin tutum ve davranışları ile ilgili bilgilere müşteriler üzerinde uygulamış olduğu anket ve ölçek sonucunda ulaşmıştır. Esnaf ve sanatkârların Ahilik değerlerine sahiplik düzeylerine ilişkin değerlendirmelerinin, müşterilerin yaş gruplarına göre farklılaşma olduğu durumu incelenmiştir. Bizim yaptığımız çalışmada çalışmanın geçerlilik ve güvenilirlik durumları göz önüne alınarak Kapalıçarşı’dan sürekli alışveriş yapan müşterileri bulmak zor olduğundan dolayı esnaf ve sanatkârların Kapalıçarşı’da çalışan diğer iş arkadaşlarını göz önünde bulundurarak değerlendirmelerde bulunulması rica edilmiştir. Aslanderen’in yapmış olduğu çalışmaya genel olarak bakıldığında müşterilerin yaşlarına göre esnaf ve sanatkârlara ilişkin Ahilik değerlerine sahiplik düzeyleri konusundaki yaptıkları değerlendirmelerin mesleki değerler açısından anlamlı düzeyde farklılaştığı görülmektedir. Veriler üzerinde, faktörlere

göre değerlendirmelerin farklılaşma nedenlerini belirlemek üzere yapılan Scheffe testi analizi sonunda anlamlı farklılaşmalar 25 yaş altı müşteriler ile 26-40 ve 41-55 yaş arasındaki müşterilerde görüldüğü belirlenmiştir. 25 yaş altı müşterilerin değerlendirmeleri esnaf ve sanatkârların Ahilik değerlerine iyi düzeyde sahip oldukları yönündedir. 26-40 ve 41-55 yaş aralığındaki müşterilerin değerlendirmeleri ise esnaf ve sanatkârların Ahilik değerlerine orta düzeyde sahip oldukları görüşündedirler. Bu durumda Ahilik değerlerine sahiplik düzeyleri değerlendirmelerinin müşterilerin yaşlarıyla ters orantılı olduğunu söylenebilir.

### **Sonuç ve Öneriler**

Ahilik Değerleri Ölçeği'nde faktörler arasındaki karşılaştırmalar incelendiğinde verilen cevap ortalamalarının altında yer alan; “Mesleki fuarlara ve eğitime katılma”, “Eğitime önem verme”, “Çalışanları eğitime gönderme” ifadeleri göz önüne alındığında tüm esnaf ve sanatkârların Ahilik değerlerine sahiplik düzeylerini iyileştirmek ve geliştirmek sebebiyle eğitim, seminer, konferans gibi çalışmalar düzenlenmeli; var olan planlı ya da plansız eğitim, seminer, konferans çalışmalarına Ahilik değerlerini içeren programların yerleştirilmesinin önem arz edeceği, esnaf ve sanatkârların mesleki gelişimleri adına eğitim ve danışmanlık hizmeti sunan esnaf odaları, MEB (Milli Eğitim Bakanlığı), KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) gibi kurum ve kuruluşlar; eğitim konusunda, Ahilik değerlerinin kazandırılmasına ve bu değerlerin benimsetilmesine önem vererek iş birliği içerisinde yapılacak olan çalışmaların yararlı olacağı kanaatindeyim. Bununla birlikte çalışma ortamı ve mesleki eğitim daha da iç içe olmalı ve pratik-teorik alanın birleştirilmesinin teşvik edilmesi bu noktada önem arz etmektedir.

İş yeri açan kişilerin yanında işyerlerinde çalışanların da belirli zaman aralıkları ile mesleki alanda ön plana çıkmalarını sağlayıcı eğitim çalışmalarına katılmaları teşvik edilebilir.

Esnaf ve sanatkârın hizmet standartlarını artırma, insan ilişkileri geliştirme konusunda hizmet içi eğitim çalışmalarına yer verilmeli ve bu eğitimlerin isteyen herkesin ulaşabileceği bir yapıda olması dikkate alınmalıdır.

Esnaf ve sanatkârların Ahilik değerlerine sahiplik düzeylerini belirlemek adına nitel araştırmalar da oluşturularak daha ayrıntılı veriler sağlanabilir.

Araştırma süresince yapmış olduğum gözlemler, yapılan okuma ve görüşmeler neticesinde Ahilik değerlerinin topluma yayılmasına katkı sağlaması açısından ek olarak aşağıdaki önerilere de yer verilebilir:

Ahilikte var olan değerler eğitimi uygulamaları için pilot bölge oluşturularak sistem içinde yer alan değerlerin mesleki eğitim kurumlarında yer alan program, seminer, konferanslara ahlaki, mesleki, sosyal değerleri kapsayan ünite ya da dersler yerleştirilerek bu değerlerin kalıcılığı artırılıp Ahilik sisteminde görülen “değerler ve değerler eğitimi” uygulamaları kapsamında hazırlanan değerler eğitimi dersi mesleki eğitim kurumlarında uygulamalı olarak gösterilebilir. Örneğin; işletmeye gelen müşteriler o iş yerinin yöneticisinden diğer çalışanlarına kadar memnun kalacak şekilde hizmet görmeli bunun için çalışanlara gerekli eğitimler verilebilir.

Bunun yanında Ahiliğin bireye kazandırmayı amaçladığı nitelikler ve kazançlar konusunda değerlerin eğitiminde kullanılan yaklaşımlar, yöntemlerle ilgili öğretmen ve öğretmen adaylarına eğitimler verilerek Ahilik konusunda farkındalık sağlanabilir.

Ahilikle ilgili yapılan sempozyum, panel, konferans gibi her türlü etkinliklere ve bilimsel araştırmalara destek verilerek Ahilik sisteminin değerlerini yaşatacak ve yayacak olan vakıf, dernek gibi sivil toplum kuruluşlarının açılması için destekler oluşturulabilir.

Ahiliğin günümüz koşullarına uyarlanması ile anlaşılması kolay bir şekilde televizyon programlarında ya da sosyal medyada ele alınması yararlı olabilir. Bu sayede genel değer eğitimi açısından daha geniş kitlelere ulaşılması sağlanabilir.

İş yerleri ve dükkânlara her çalışanın görebileceği bir yere Ahilik ilkeleri yazılı şekilde konumlandırılıp Kapalıçarşı’da yer alan gerek çarşının tanıtımı gerekse de iş ve meslek ahlakına ilişkin tabelaların sayıları artırılabilir.

Esnaf ve sanatkârlar arasında ihtiyaçlarının karşılanması doğrultusunda dayanışmanın artırılması ile ilgili Ahilik sisteminde yer edinen yardım ya da orta sandıkları gibi düzenlemeler günümüz içinde uyarlanabilir.

Ahilik sistemi içinde yer alan ahlaki ve ekonomik alanda bu sistemin değerleri ile bağdaşmayan durumlarla karşılandığı vakit çalışan kişinin “pabucunun dama atılması” gibi uygulamalar günümüzde de uygulanmaya başlanıp yasal olarak düzenlemelere gidilip, çalışanlara Ahilik değerlerini benimsetmenin yanında bu değerlere uyulmaması durumunda cezai bir yaptırım ile karşılaşacaklarının bilgisi verilebilir. Bunun yanında Ahilik değerlerini yerine getiren esnaf ve sanatkârlar için ödüllendirme yoluna gidilerek Ahilik değerlerini yerine getirmeyenler için ise zorunlu olarak esnaf ve sanatkârlar eğitime tabii tutulabilir.

İş sektörlerinin çeşitlenmesi konusu uzun süredir orada ikamet eden ve çalışan esnafın sorunları arasında olduğu görülmüştür. Çünkü uzun süreli yerleşik esnaf iş sektörünün çeşitlenmesi ile kendi alanlarına olan ilginin azaldığını, kendi iş alanlarında orijinal ürünlerin olduğunu ancak sektörün çeşitlenmesi ile çakma ürünlerin piyasaya sürüldüğünü ve bu durumda gelenlerin de orijinal ürünlerin fiyatlarının yüksek olması sebebiyle çakma ürünlere yöneldiklerini söylemiştir. Alıcıya sunulan hizmet kalitesinin düşmemesi ve böylelikle Ahilik değerlerine ters düşmemesi adına çakma ürün yapan, satan kişi ve dükkânlara ilişkin yaptırımlar uygulanabilir.

Esnaf ve sanatkârlara Ahilikte bulunan meslek ahlakının geri kazandırılabilmesi için neler yapılması gerektiği sorusu yönlendirildiğinde dükkân kiralarının kesinlikle düşürülmesi gerektiğini belirtmişlerdir. Dükkân kiralarının düşürülmesi ile esnaf ve sanatkârların daha çok ürün satarak mal ve para kazanma hırsının önüne geçebilir.

Araştırma sürecinde Ahilik ile ilgili yapılan etkinliklerin yalnızca Ahilik haftası ile sınırlı olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Buradan yola çıkılarak Ahiliğin tekrar canlandırılması adına etkinlikler daha sık aralıklarla gerçekleştirilebilir.



## Kaynakça

Aslander, M. (2016). “*Esnaf ve Sanatkârların Ahilik Değerlerine Sahiplik Düzeylerinin Değerlendirilmesi (Kırşehir Örneği)*”, Ahi Evran Üniversitesi.

Avcı, N. (2007). *Toplumsal Değerler ve Gençlik*, Siyasal Kitabevi, 21, Ankara.

Başdaş, O. (2018). “*Ahilik İlke ve Uygulamalarının Günümüz Kobi’lerine Yansımaları: Elazığ İli Örneği*”, Fırat Üniversitesi, Elazığ.

Çakır, B. & Gümüş, İ. (2011). “*Ahilik ve Günümüze Yansımaları*”, Kırklareli Üniversitesi Yayınları, Yayın no:1, 41-56.

Mehmedoğlu, A. (2007). “*Üniversite Öğrencilerinin Değer Yönelimleri ve Dindarlık*”, Değerler ve Eğitimi, Değerler Eğitimi Merkezi Yayınları, 78, İstanbul.

Toad, (2019). “*Ahilik Değerleri Ölçeği*”.

Türk Dil Kurumu Büyük Sözlük (2019). <http://tdkterim.gov.tr>.