

**KÜÇÜK SANAYİ SİTELERİNDE KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK OLGUSU:
BİLECİK KÜÇÜK SANAYİ SİTESİ ÖRNEĞİ**

Muzaffer AYDEMİR¹
Murat ATEŞ²

Özet: Bu çalışmada Bilecik Küçük Sanayi Sitesi'nde faaliyet gösteren işletme sahiplerinin birbirleriyle, çalışanlarıyla, müşterileriyle ve diğer paydaşlarıyla ilişkileri "Ahilik" ve "Kurumsal Sosyal Sorumluluk" bağlamında incelenmiştir. Elde edilen bulgular işletmelerin yeterli sayıda çırak, kalfa ve usta yetiştiremediklerini; mesleki konularla ilgili olarak biraraya gelerek birlikte hareket edemediklerini ve kentin sağlık, eğitim ve kültür gibi ihtiyaçlarına yeterince destek olamadıklarını göstermektedir. Bu eksikliklere karşın, sitede faaliyet gösteren işletme sahiplerinin müşterilere sorumluluk bilinciyle hizmet verdikleri, insani konularda kendi aralarında yapıcı ilişkiler geliştirdikleri, işyerlerini "besmele" ile açtıkları, "çalışmayı ibadet olarak gördükleri," "ekmek teknesi" olarak gördükleri işyerlerinde "helal kazanç elde etmeyi" önemsedikleri anlaşılmaktadır. Sonuç olarak, Bilecik Küçük Sanayi Sitesi'ndeki işletme sahiplerinin (her ne kadar bazı konularda sorunlar yaşıyorlarsa da), sosyal sorumluluk konusunda iyi oldukları, Ahilik geleneğini belli ölçüde sürdürdükleri anlaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler : Küçük Sanayi Siteleri, Sosyal Sorumluluk ve Ahilik.

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PHENOMENON IN SMALL INDUSTRIAL AREAS:
BİLECİK SMALL INDUSTRIAL AREA CASE**

Abstract: In this study, the relationships of small business owners among themselves and with their employees, customers and other key stakeholders in Bilecik Small Industrial Area are analyzed in terms of corporate social responsibility and Ahilik. Findings of the study show that small business owners can not train enough apprentices, qualified workmen, and masters; they can not come together and act accordingly related to the occupational issues; and they can not adequately support Bilecik's medical, educational, and cultural problems. On the other hand, small business owners operate their businesses in a socially responsible manner and respect their customers, and neighboring small business owners. In addition, they open their stores in the morning with "besmele," they consider "work" as a "worship," and they see their businesses as "places where they earn their bread", and they struggle to earn "honest earnings." Finally, it is understood from the research that small business owners in Bilecik Small Industrial Area are very good at corporate social responsibility issues (although there are some minor problems) and they try to keep Ahilik alive, as much as they can.

Key Words : Small Industrial Areas, Corporate Social Responsibility, and Ahilik.

GİRİŞ

Son yıllarda ülkemizde girişimciliğin teşvik edilmesi, küçük ve orta ölçekli işletmelerin geliştirilerek verimliliklerinin artırılması önemli bir gündem maddesi haline gelmiş bulunmaktadır. Kuşkusuz söz konusu amacın gerçekleştirilebilmesi, devletin desteğinin yanı sıra, işletme sahiplerinin kendi aralarında ve paydaşlarıyla kurdukları ilişkilerin kalitesine de bağlı bulunmaktadır.

Bu düşünceden hareketle bu çalışmada küçük sanayi sitelerindeki işletme sahiplerinin birbirleriyle, çalışanlarıyla, müşterileriyle ve diğer kilit paydaşlarıyla kurup sürdürdükleri ilişkiler "kurumsal sosyal sorumluluk" ve "Ahilik" bağlamında ele alınıp incelenmiştir.

Çalışma, "literatür taraması," "araştırma yöntemi" ve "bulgular" kısımlarından oluşmakta, sonuç ve yorumlarla sona ermektedir.

¹ Doç. Dr. , Yıldız Teknik Üniversitesi, İİBF, İşletme Böl., Yönetim ve Organizasyon ABD.

² Uzm. ,Bilecik Bayındırlık ve İskan Müdürlüğü.

LİTERATÜR TARAMASI

Bu kısımda, küçük sanayi siteleri, Ahilik ve kurumsal sosyal sorumluluk kavramları kısaca açıklanmakta ve araştırma için kurumsal alt yapı oluşturulmaktadır.

Küçük Sanayi Siteleri

Küçük sanayi siteleri, tamirat ve imalatla uğraşan küçük işletmelerin yer aldığı, altyapı hizmetleri ile idare binası, çırak okulu, satış dükkânı gibi sosyal kurumlarla donatılmış işyeri toplulukları olarak tanımlanabilir. 2010 yılı sonu itibarıyla ülkemizde toplam 441 adet küçük sanayi sitesi bulunmakta ve bu sitelerdeki 92.623 işyerinde yaklaşık 463.000 kişi istihdam edilmektedir (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2011).

Küçük sanayi siteleri, çarpık sanayinin önlenmesi ve sanayi yapılaşmalarının disipline edilmesi amacıyla, planlı kalkınma döneminde (1960'lı yıllarda) yaygınlaşmaya başlamıştır. Küçük sanayi siteleri temelde iki işleve sahip bulunmaktadır (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2011): Plansız ve denetimsiz bir şekilde yapılaşmış işyerlerini biraraya toplayarak çevre sağlığına ve planlı kentleşmeye katkı yapmak; benzer ve/veya tamamlayıcı iş kollarında üretim yapan işletmelerin aynı site içinde toplanarak birlikte daha verimli çalışmalarını sağlamak.

Küçük işletmelerin sanayi sitelerinde biraraya toplanmaları, bir taraftan işletmeler arası ilişkilerin geliştirilmesine, diğer taraftan da ölçek ekonomisinin getirilerinden yararlanılmasına olanak sağlamaktadır. Ayrıca, su, kanalizasyon, yol, elektrik ağının bir tek arazi parçası üzerinde birarada geliştirilmesi de işletmelerin maliyet etkin çalışmalarına olanak sağlamaktadır (Aslan, 2007).

Her ne kadar küçük sanayi siteleri “isim” olarak yeni ise de, “anlayış” olarak oldukça eskidir. Örneğin, 13. yüzyılda Anadolu’da yaygınlaşmaya başlayan Ahilik geleneğinde her mesleğin kendi adıyla anılan ve “Bedesten”, “Arasta” veya “Uzun Çarşı” adı verilen toplanma yerleri vardı (Ekinci, 1989). Bazı kaynaklar Ahi Evran’ın Kayseri’de Ahilere mahsus büyük bir sanayi sitesi kurmuş olduğunu da ileri sürmektedirler (Bayram, 2001).

Ahilik

Ahilik, 13. yüzyılda “Ahi Evran” tarafından Anadolu’da kurulan (Demirtaş, 1998), toplumun ekonomik, sosyal ve kültürel alanlarda gelişimini sağlayan (Çiftlikli, 2002) ve çalışma hayatını iyi insan meziyetlerini esas alarak düzenleyen sosyo-ekonomik bir modeldir (Yalkın, 1993).

Ahilik, yaklaşık 500 yıl Anadolu’da etkili olmuş ve günümüzdeki sosyal güvenlik kuruluşlarına, esnaf ve sanatkar teşekküllerine, kooperatifçiliğe, sendikacılığa, belediyeciliğe ve bütün bunların da ötesinde iş ahlakına ilham kaynağı olmuş önemli bir kurumdur (Öztürk, 2002; Çağatay, 1990; Demirpolat ve Akça, 2004).

Ahilik, İslam inancıyla Türk örf ve adetlerini kaynaştıran bir düşünce sistemine dayandığından, merkezinde “insan” vardır (Ekinci, 1989). Buradan hareketle de, zengin ile yoksul, üretici ile tüketici, emek ile sermaye, millet ile devlet, kısaca toplumun bütün kesimleri arasında iyi ilişkiler kurulmasına ve her kesimin huzur içinde yaşamasına odaklanmıştır (Poyraz, 1993; Gülvahaboğlu, 1991; Ekinci, 1989).

Ahilikte, kaliteli ve standart üretime ulaşmak için işinin ehli ustalar yetiştirilmesi hedeflenmiş (Dönek, 2000), esnaf çevresi ve ustalar, Ahi olacak çıraklara davranışlarıyla örnek olmuşlardır (Yılmaz, 1995). Çıraklar da, ustalarına itaat ederek onlardan mesleğin inceliklerini ve iş hayatı için gerekli olan bilgileri öğrenmişlerdir.

Ahilik kendine özgü örgütlenmesi ve ahlaka dayalı işleyişi ile bir taraftan ekonomik hayata katkı yaparken, diğer taraftan da sürdürülebilir bir sosyal yapı oluşturmaya çalışmıştır. Ahilerin mesleklerini icra ederken uymaları gereken kuralların yer aldığı “fütüvvetnameler” (Ülgener, 1981; Gülvahaboğlu, 1991) incelendiğinde bazı ahlak ilkelerinin öne çıktığı görülmektedir. Bunları aşağıdaki şekilde sıralamak olanaklıdır: Doğruluk, ihtiyaç sahibini gözetme, olgun insan olma, kaliteli üretim yapma, sosyal sorumluluk, yardımlaşma ve dayanışma, alın terine, uzmanlığa ve bilgiye saygı, müşteriye vesile-i nimet olarak görme ve standartlara uyma (Dönek, 2000; Gürata, 1975; Ekinci, 1989).

Günümüzün kavramlarıyla bakıldığında aslında Ahiliğin temel işlevleri itibariyle “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” kavramı şemsiyesi altında toplanabilecek özelliklere sahip olduğu görülmektedir (Aydemir ve Barutçu, 2010). Diğer deyişle, Ahilik çalışanlara, müşterilere, ortaklara (sahiplere), tedarikçilere, rakiplere, topluma, devlete ve doğal çevreye karşı sorumlulukları önemsemektedir.

Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kurumsal sosyal sorumluluk kısaca, bir örgütün hem kendi, hem de tüm paydaşlarının yararına olacak şekilde hareket etme yükümlülüğü olarak tanımlanabilir (Schermerhorn, 1996). Paydaşlar, bir örgütün faaliyetlerini etkileyen ve/veya örgütün faaliyetlerinden etkilenen toplumsal kesimler olarak tanımlanabilir (Freeman, 1984).

Kendilerini sosyal olarak sorumlu hisseden işletmeler, topluma olan olumlu etkilerini çoğaltmaya, olumsuz etkilerini ise, azaltmaya çalışırlar. İşletmeler bir taraftan toplumun gereksinim duyduğu ürün ve hizmetleri (işletmenin devamlılığına olanak tanıyacak bir fiyattan) üretip sunmak, diğer taraftan da çalışanlarının, tedarikçilerinin, ortaklarının ve diğer tüm toplumsal kesimlerin beklentilerini dengeli bir şekilde karşılamak zorundadırlar (Ferrell ve Fraedrich, 1994).

Günümüzde, kalite ve maliyet kadar, sosyal sorumluluklara ve etik davranışa uygun faaliyet göstermek de rekabetin önemli bir koşulu haline gelmiş bulunmaktadır (Aydemir, 1999).

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE BULGULAR

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu araştırmanın temel amacı Bilecik Küçük Sanayi Sitesi’nde faaliyet gösteren işletme sahiplerinin birbirleriyle, çalışanlarıyla, müşterileriyle ve diğer paydaşlarıyla kurup sürdürdükleri ilişkilerin “Ahilik” ve “Kurumsal Sosyal Sorumluluk” bağlamında incelenmesidir.

Araştırmanın evrenini, Bilecik Küçük Sanayi Sitesi’nde faaliyet gösteren 187 işletmenin sahibi oluşturmaktadır. Kendilerine yapılan görüşme teklifini kabul eden 100 işletme sahibi ise, bu araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Geri kalan işletme sahipleri işlerinin yoğunluğu gibi nedenlerle görüşme teklifini kabul etmemişlerdir.

Araştırma yöntemi olarak survey, veri toplama aracı olarak ise, anket tercih edilmiştir. 31’i 5’li Likert ölçekli, 8’i demografik ve birisi de açık uçlu olmak üzere toplam 40 sorudan oluşan anket araştırmacılar tarafından geliştirilmiş ve işletme sahipleriyle yüzyüze görüşülerek doldurulmuştur.

Araştırmada nesnellik sağlanması amacıyla işletme sahiplerin kendi kendilerini değil, diğer işletme sahiplerini değerlendirmeleri istenmiştir. Diğer bir deyişle görüşülen kişilere; “Sanayi sitesindeki işletme sahiplerini 5 üzerinden değerlendirecek olursanız, aşağıdaki davranışlar (31 soru) açısından onlara ortalama kaç puan verirdiniz?” şeklinde temel bir soru sorulmuş ve sorulara verilen cevaplar, “1 = Çok Kötü”, “2 = Kötü”, “3 = Orta”, “4 = İyi” ve “5 = Çok İyi” şeklinde kodlanmıştır. 31 soruluk anketin güvenilirlik katsayısı (Cronbach’s Alpha) 0,915 olarak bulunmuştur.

Anket sorularının yanı sıra, (işyerinin düzeni ve temizliği, işletme sahibinin dış görünüşü ve konuşma tarzı gibi) belli başlı konularda da gözlemler yapılmıştır. Ayrıca, görüşme sırasında işletme sahiplerine sitedeki en önemli sorunun ne olduğuna ilişkin açık uçlu bir soru yöneltilmiştir. İşletme sahiplerinin sorulara vermiş oldukları yanıtlar, gözlemlerden elde edilen bulgularla birlikte analiz edilmiş ve sonuçlar aşağıdaki şekilde rapor edilmiştir.

ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırma Örneklemine İlişkin Demografik Bulgular

Araştırma örnekleminde yer alan deneklerin %99’u erkek; %78’i evli ve %48’i ilköğretim okulu mezunudur. Sitede yer alan işletmelerin %98’i mikro ölçeklidir. İşletmeler ağırlıklı olarak oto tamir (%41) ve yedek parça (%13) alanında faaliyet göstermektedirler (Bknz. Tablo 1).

Tablo 1. Örnekleme İlişkin Demografik Bilgiler.

Demografik Değişkenler	Sıklık	Yüzde (%)	Toplam
Cinsiyet			100%
- Kadın	1	1	
- Erkek	99	99	
Yaş			100%
- 16-20 yaş arası	3	3	
- 21-25 yaş arası	7	7	
- 26-30 yaş arası	14	14	
- 31-35 yaş arası	18	18	
- 36-40 yaş arası	16	16	
- 41-45 yaş arası	19	19	
- 45 yaş ve yukarı	23	23	
Medeni Hal			100%
- Bekar	21	21	
- Evli	78	78	
- Diğer	1	1	
Eğitim			100%
- İlköğretim	48	48	
- Lise ve Dengi	28	28	
- MYO	9	9	
- Üniversite	15	15	
Görüşülen Kişinin Görevi			100%
- Sahip / Patron	53	53	
- Usta	30	30	
- Kalfa	12	12	
- Çırak	1	1	
- Diğer	4	4	
Deneyim			100%
- 1-2 yıl	7	7	
- 3-4 yıl	5	5	
- 5-6 yıl	8	8	
- 7-8 yıl	11	11	
- 9-10 yıl	18	18	
- 10 +	51	51	
İşletmenin Faaliyet Alanı			100%
- Oto tamir	41	41	
- Yedek parça	13	13	
- Demir doğrama	9	9	
- Mobilya	11	11	
- Cam	2	2	
- Diğer	24	24	
İşletmede Çalışan Personel Sayısı			100%
- 1-5 kişi			
- 6-10 kişi	86	86	
- 11-15 kişi	12	12	
	2	2	

İşletme Sahiplerinin Çalışanlarıyla İlişkileri

Tablo 2’de de açıkça görüldüğü gibi, işletme sahiplerinin yeni çırak, kalfa ve usta yetiştirme konusunda kötü durumda oldukları anlaşılmaktadır. Ayrıca, işletme sahiplerinin çalışanlarına yönelik sorumlulukları konusunda da ortamın biraz üzerinde bir performansa sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 2. İşletme Sahiplerinin Çalışanlarıyla İlişkileri.

Soru No	Sorular	Ort.	Std. Sapma
S1	Yeni çırak, kalfa ve usta yetiştirme	1,7500	,83333
S2	Çalışanlara sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamı sunma	3,1600	1,21206
S3	Çalışanlara “alın terinin” karşılığını verme	3,6500	1,34371
S4	Sigortalı işçi çalıştırma	3,6300	1,27648

İşletme sahiplerinin çalışanlara yönelik sorumluluklarını ne ölçüde yerine getirdiklerine ayrıntılı bir şekilde bakılacak olursa:

Deneklerin %46’sı işletme sahiplerini “*Yeni çırak, kalfa ve usta yetiştirme*” konusunda “çok kötü,” %37’si “kötü” olarak değerlendirirken, %13’ü “orta” ve %4’ü de “iyi” olarak değerlendirmiştir. Yapılan görüşmelerde; zorunlu eğitimin 8 yıla çıkarılması ve ailelerin çocuklarını daha prestijli mesleklere yönlendirmesi dolayısıyla işletme sahiplerinin yetiştirmek için çırak bulamadığı görülmüştür.

Deneklerin %35’i işletme sahiplerini “*Çalışanlara sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamı sunma*” konusunda “iyi” olarak değerlendirirken, %11’i “çok iyi”, %27’si “orta”, %13’ü “kötü” ve %14’ü ise “çok kötü” olarak değerlendirmiştir. Yapılan gözlemlerde işletmelerin çalışanlarına sağlık ve güvenli bir ortam sundukları görülmüştür.

Deneklerin %36’sı işletme sahiplerini “*Çalışanlara ‘alın terinin’ karşılığını verme*” konusunda “çok iyi” olarak değerlendirirken, %24’ü “iyi”, %20’si “orta”, %9’u “kötü” ve %11’ü ise “çok kötü” olarak değerlendirmiştir.

Deneklerin %34’ü işletme sahiplerini “*Sigortalı işçi çalıştırma*” konusunda “çok iyi” olarak değerlendirirken, %23’ü “iyi”, %22’si “orta”, %14’ü “kötü” ve %7’si ise “çok kötü” olarak değerlendirmiştir.

İşletme Sahiplerinin Müşterilerle İlişkileri

Tablo 3 incelendiğinde deneklerin işletme sahiplerini müşterilerle ilişkilerinde “iyi” olarak değerlendirdikleri görülmektedir. Bu kısımda “işletme sahiplerinin müşterilere verdiği sözü tutma ve işleri zamanında teslim etme” konularında biraz problemlilik oldukları görülmektedir.

Tablo 3. İşletme Sahiplerinin Müşterileriyle İlişkileri.

Soru No	Sorular	Ort.	Std. Sapma
S5	Müşterilere kaliteli mal ve hizmet sunma	4,1200	,93506
S6	Müşterilere ürün ve hizmetler hakkında doğru bilgi verme	4,4000	,77850
S7	Müşterilerden “adil” fiyat talep etme	4,2200	,95959
S8	Müşterilere verdikleri sözleri tutma ve işlerini zamanında teslim etme	3,6200	1,04234
S9	Yaptıkları işin arkasında durma	4,1200	,92420

İşletme sahiplerinin müşterilere karşı sorumluluklarını ne ölçüde yerine getirdiklerine ayrıntılı bir şekilde bakılacak olursa:

Deneklerin %40’ı işletme sahiplerini “*Müşterilere kaliteli mal ve hizmet sunma*” konusunda “çok iyi” olarak değerlendirirken, %41’i “iyi”, %11’i “orta”, %7’si “kötü” ve %1’i ise “çok kötü” olarak değerlendirmiştir.

Deneklerin %57’si işletme sahiplerini “*Müşterilere ürün ve hizmetler hakkında doğru bilgi verme*” konusunda “çok iyi” olarak değerlendirirken, %27’si “iyi”, %15’i “orta”, %1’i se “kötü” olarak değerlendirmiştir.

Deneklerin %54'ü işletme sahiplerini “Müşterilerden “adil” fiyat talep etme” konusunda “çok iyi” olarak değerlendirirken, %19'u “iyi”, %22'si “orta”, %5'i ise “kötü” olarak değerlendirmiştir. Yapılan görüşmelerde bazı işletme sahiplerinin pazarlık yaparak fiyatı aşağıdaki çekmeye çalışan müşterilerle baş edebilmek amacıyla fiyatı bilerek yüksek tuttuğu görülmüştür.

Deneklerin %23'ü işletme sahiplerini “Müşterilere verdikleri sözleri tutma ve işlerini zamanında teslim etme” konusunda “çok iyi” olarak değerlendirirken, %32'si “iyi”, %32'si “orta”, %10'u “kötü” ve %3'ü ise “çok kötü” olarak değerlendirmiştir. Yapılan görüşmelerde özellikle mobilya ve demir doğrama işlerinde yoğunluktan dolayı gecikmelerin meydana geldiği, bazı işlerde ise yedek parça temininde zorluk yaşanması durumunda sıkıntılar yaşandığı anlaşılmıştır.

Deneklerin %41'i işletme sahiplerini “Yaptıkları işin arkasında durma” konusunda “çok iyi” olarak değerlendirirken, %37'si “iyi”, %16'sı “orta”, %5'i “kötü” ve %1'i ise “çok kötü” olarak değerlendirmiştir.

İşletme Sahiplerinin Komşu İşletmelerin Sahipleriyle İlişkileri

Sitedeki işletme sahiplerinin meslektaşlarıyla çarşı ile ilgili sorunlar bağlamında biraraya gelme, birlikte hareket etme ve komşu işletme sahiplerine gerektiğinde borç para verme konularında kötü durumda olduğu görülmektedir (Bknz. Tablo 4).

Tablo 4. İşletme Sahiplerinin Komşu İşletmelerin Sahipleriyle İlişkileri.

Soru No	Sorular	Ort.	Std. Sapma
S10	Komşu esnaflara yaptırdıkları işlerin ve satın aldıkları ürünlerin (yedek parça vb.) parasını zamanında ödeme	3,5600	1,21705
S11	Diğer esnaflara verdikleri sözleri tutma	3,9400	,91916
S12	Diğer esnaflara müşteri gönderme	4,2200	1,14221
S13	Diğer esnaflara selam verme, onların selamını alma; hal-hatır sorma	4,5300	,99955
S14	Komşu esnafların arkasından iyi konuşma, onların işlerini ve ustalıklarını takdir etme	3,6000	1,18065
S15	Sanayi sitesi ile ilgili konularda biraraya gelme / birlikte hareket etme	2,3100	1,39765
S16	Komşu esnafların düğün, nişan, yemek davetlerine katılma	4,0700	1,09411
S17	Hasta veya kaza yapan esnafa geçmiş olsuna gitme; cenazesine katılma vb.	4,1300	1,02154
S18	Komşu esnaflara ödünç alet – edevat vb. verip alma	3,8400	1,26107
S19	Komşu esnaflara gerektiğinde borç para verme	2,7600	1,44334

İşletme sahiplerinin komşu işletmelerin sahipleriyle ilişkilerine ayrıntılı bir şekilde bakılacak olursa:

Deneklerin %24'ü işletme sahiplerini “Komşu esnaflara yaptırdıkları işlerin ve satın aldıkları ürünlerin (yedek parça vb.) parasını zamanında ödeme” konusunda “çok iyi” olarak değerlendirirken, %35'i “iyi”, %24'ü “orta”, %7'si “kötü” ve %10'i ise “çok kötü” olarak değerlendirmiştir. Yapılan görüşmelerde ekonomik sıkıntılıların zaman zaman ödemelerde aksamalara neden olduğu, bazen müşteriler tarafından ödemelerin zamanında yapılmadığı ve bu nedenle de iş yaptırılan esnafa olan ödemenin geciktiği belirtilmiştir.

Deneklerin %31'i işletme sahiplerini “Diğer esnaflara verdikleri sözleri tutma” konusunda “çok iyi” olarak değerlendirirken, %39'u “iyi”, %24'ü “orta”, %5'i “kötü” ve %1'i ise “çok kötü” olarak değerlendirmiştir.

Deneklerin %60'ı işletme sahiplerini “Diğer esnaflara müşteri gönderme” konusunda “çok iyi” olarak değerlendirirken, %16'sı “iyi”, %4'ü “orta”, %6'sı “kötü” ve %4'ü ise “çok kötü” olarak değerlendirmiştir.

Deneklerin %76'sı işletme sahiplerini "*Diğer esnaflara selam verme, onların selamını alma; hal-hatır sorma*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %12'si "iyi", %4'ü "orta", %5'i "kötü" ve %3'ü ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir.

Deneklerin %26'sı işletme sahiplerini "*Komşu esnafların arkasından iyi konuşma, onların işlerini ve ustalıklarını takdir etme*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %33'ü "iyi", %22'si "orta", %13'ü "kötü" ve %6'sı ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir.

Deneklerin %11'i işletme sahiplerini "*Sanayi sitesi ile ilgili konularda biraraya gelme / birlikte hareket etme*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %14'ü "iyi", %9'u "orta", %27'si "kötü" ve %39'u ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir.

Deneklerin %47'si işletme sahiplerini "*Komşu esnafların düğün, nişan, yemek davetlerine katılma*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %26'sı "iyi", %17'si "orta", %7'si "kötü" ve %3'ü ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir.

Deneklerin %49'u işletme sahiplerini "*Hasta veya kaza yapan esnafa geçmiş olsuna gitme; cenazesine katılma vb.*" konusunda performansını "çok iyi" olarak değerlendirirken, %24'ü "iyi", %19'u "orta", %7'si "kötü" ve %1'i ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir.

Deneklerin %41'i işletme sahiplerini "*Komşu esnaflara ödünç alet – edevat vb. verip alma*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %26'sı "iyi", %16'sı "orta", %10'u "kötü" ve %7'si ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir. Yapılan görüşmelerde olumsuz değerlendirmelerde bulunanların daha önceki dönemlerde takım çantası vb.. malzemelerini verip geri alamayanlar oldukları görülmüştür.

Deneklerin %18'i işletme sahiplerini "*Komşu esnaflara gerektiğinde borç para verme*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %13'ü "iyi", %23'ü "orta", %19'u "kötü" ve %27'si ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir. Yapılan görüşmelerde artık komşudan borç para istemek yerine kredi kartı ile alışveriş yapıldığı ve nakit ihtiyaçlarının bu kartlar ile sağlandığı belirtilmiştir.

İşletme Sahiplerinin Genel Görünümleri ve Davranışları

İşletme sahiplerinin işyerlerini besmele ile açma, işyerini ekmek teknesi olarak görme, helal rızık peşinde koşma ve çalışmayı ibadet olarak görme anlayışlarının çok güçlü olduğu görülmektedir. Bununla birlikte, giyim-kuşamlarına, saç ve sakal traşlarına özen gösterme ve kendi aralarında ve müşterileriyle küfürsüz ve düzgün konuşma açısından esnafların ortalama bir konuma sahip oldukları görülmektedir (Bknz. Tablo 5).

Anket dolayısıyla ziyaret edilen işyerlerinde işletme sahiplerinin ve temsilcilerinin tamamının kendilerine verilen selamı aldıkları, işyerine gelenleri güler yüzle karşıladıkları görülmüştür. Ayrıca birkaç işyeri dışında genel olarak işyerlerinin temiz, düzenli, iyi aydınlatılmış ve havalandırılmış olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 5. İşletme Sahiplerinin Genel Görünümü ve Davranışları.

Soru No	Sorular	Ort.	Std. Sapma
S20	Giyim-kuşamlarına, saç ve sakal traşlarına özen gösterme	2,7400	1,29193
S21	Kendi aralarında, çalışanlarla ve müşterilerle küfürsüz ve düzgün konuşma	3,0000	1,42134
S22	İşyerini "ekmek teknesi" olarak görme	4,4900	1,01995
S23	İşyerini "besmele" ile açma	4,3800	,76251
S24	"Helal rızık" kazanmaya özen gösterme	4,3500	,89188
S25	Çalışmayı ibadet olarak görme	4,0000	1,11916

Tablo 5'teki sorular teker teker incelendiğinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmaktadır:

Deneklerin %10'u işletme sahiplerini "*Giyim-kuşamlarına, saç ve sakal traşlarına özen gösterme*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %21'i "iyi", %24'ü "orta", %23'ü "kötü" ve %22'si ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir. Yapılan gözlemlerde genelde işletme sahiplerinin kılık kıyafetine dikkat ettiği ve bir çoğunun traşının iyi olduğu görülmüştür. Bazı işletme sahiplerinin ise, sakal bıraktığı gözlemlenmiştir.

Deneklerin %18'i işletme sahiplerini "*Kendi aralarında, çalışanlarla ve müşterilerle küfürsüz ve düzgün konuşma*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %25'i "iyi", %17'si "orta", %19'u "kötü" ve %21'i ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir. Yapılan gözlemlerde anket ve gözlem yapılan süre boyunca hiç küfürlü konuşmayla karşılaşılmasıdır.

Deneklerin %75'i işletme sahiplerini "*İşyerini 'ekmek teknesi' olarak görme*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %9'u "iyi", %9'u "orta", %4'ü "kötü" ve %3 ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir.

Deneklerin %51'i işletme sahiplerini "*İşyerini 'besmele' ile açma*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %39'u "iyi", %8'i "orta", %1'i "kötü" ve %1 ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir. Yapılan görüşmelerde alkol tüketimini alışkanlık haline getiren işletme sahiplerinin bu bağlamda değerlendirilmediği görülmüştür.

Deneklerin %56'sı işletme sahiplerini "*Helal rızık' kazanmaya özen gösterme*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %28'i "iyi", %13'ü "orta", %1'i "kötü" ve %2'si ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir.

Deneklerin %47'si işletme sahiplerini "*Çalışmayı 'ibadet' olarak görme*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %16'sı "iyi", %32'si "orta" ve %5'i ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir. Çok kötü cevaplarının verilme sebebi, yine alkol kullanan esnafın bu kapsama dahil edilmek istenmemesi ile ilgilidir.

İşletme Sahiplerinin Mesleki Gelişme ve Çevre Konusundaki Düşünceleri

İşletme sahiplerinin özellikle fakirlere, öğrencilere vs. maddi yardımlar yapma ve kentin eğitim, sağlık ve kültür gibi ihtiyaçlarına destek verme konusunda kötü durumda olduğu anlaşılmaktadır. Bununla birlikte, atık yağ, talaş vb. çöpleri yok etmede dikkatli oldukları görülmektedir (Bknz. Tablo 6).

Tablo 6. İşletme Sahiplerinin Mesleki Gelişme ve Çevre Konusundaki Düşünceleri.

Soru No	Sorular	Ort.	Std. Sapma
S26	Kendilerini mesleklerinde geliştirme ve yenilikleri takip etme	3,3700	1,25251
S27	Mesleğin saygınlığını koruma ve geliştirme	3,7100	1,22512
S28	Vergilerini, harçlarını, aidatlarını vb. zamanında ve dürüst bir şekilde ödeme	3,6400	1,23517
S29	Fakirlere, öğrencilere burs vb. yardımlar yapma	1,9200	1,16930
S30	Kentin sağlık, eğitim ve kültür gibi ihtiyaçlarına maddi ve manevi destek verme	1,7600	1,05524
S31	Atık yağ, talaş vb. çöplerini dikkatlice yok etme ve siteyi temiz tutma	4,2400	1,21539

İşletme sahiplerinin mesleki gelişme ve çevre konusundaki görüşlerine ayrıntılı olarak bakmak gerekirse:

Deneklerin %25'i işletme sahiplerini "*Kendilerini mesleklerinde geliştirme ve yenilikleri takip etme*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %22'si "iyi", %24'ü "orta" ve %23'ü "kötü" ve %6'sı ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir. Yapılan görüşmelerde ekonomik nedenlerden dolayı esnafın bazı yenilikleri takip edemediği, mesleki seminer ve kurslara gidemediği belirlenmiştir.

Deneklerin %35'i işletme sahiplerini "*Mesleğin saygınlığını koruma ve geliştirme*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %28'i "iyi", %12'si "orta" ve %23'ü "kötü" ve %2'si ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir.

Deneklerin %35'i işletme sahiplerini "*Vergilerini, harçlarını, aidatlarını vb. zamanında ve dürüst bir şekilde ödeme*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %18'i "iyi", %28'i "orta" ve %14'ü "kötü" ve %5'i ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir. Yapılan görüşmelerde vergi affı beklentilerinin normal ödemelerini yapanları rahatsız ettiği, ekonomik imkanlar elverdiği sürece ödemelerin zamanında yapılmasına gayret gösterildiği belirtilmiştir.

Deneklerin %5'i işletme sahiplerini "*Fakirlere, öğrencilere burs vb. yardımlar yapma*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %5'i "iyi", %19'u "orta" ve %19'u "kötü" ve %52'si ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir. Yapılan görüşmelerde işletme sahiplerinin maddi sıkıntıları nedeniyle bu tür faaliyetlere katılmadığı belirtilmiştir.

Deneklerin %11'i işletme sahiplerini "*Kentin sağlık, eğitim ve kültür gibi ihtiyaçların maddi ve manevi destek verme*" konusunda "iyi" olarak değerlendirirken, %13'ü "orta" ve %17'si "kötü" ve %59'u ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir. Yapılan görüşmelerde işletme sahiplerinin maddi sıkıntıları nedeniyle bu tür faaliyetlere katılmadığı belirtilmiştir.

Deneklerin %61'i işletme sahiplerini "*Atık yağ, talaş vb. çöplerini dikkatlice yok etme ve siteyi temiz tutma*" konusunda "çok iyi" olarak değerlendirirken, %21'i "iyi", %7'si "orta" ve %3'ü "kötü" ve %8'i ise "çok kötü" olarak değerlendirmiştir. Yapılan görüşmelerde atıkların imha ekipleri tarafından hem de ücret verilerek toplatıldığı belirtilmiştir.

Bilecik Küçük Sanayi Sitesinin Sorunları

Deneklere yöneltilen, "Sizce işletme sahipleri arasındaki ilişkiler açısından, "Bilecik Küçük Sanayi Sitesi'ndeki en önemli ve öncelikli sorun nedir?" sorusuna verilen cevaplar Tablo 7'de özetlenmiştir.

Tablo 7: Sanayi Sitesinin Öncelikli Sorunları.

Sorunlar	Kişi Sayısı	Yüzde
İlişkiler arasında zayıflık, kopukluk ve diyalog eksikliği	45	45,0
Çekememezlik	16	16,0
Güven eksikliği var	8	8,0
Saygı yok	8	8,0
Yeterince biraraya gelinmemesi	6	6,0
Sorun yok	5	5,0
Yönetim sorunların çözümünde çaba göstermiyor	3	3,0
Menfaat ön planda dürüstlük yok	3	3,0
Dedikodu	3	3,0
Herkesin maddi sıkıntılarının olması	3	3,0
Toplam	100	%100

İşletme sahiplerinin birbirleriyle mesleki konulardaki ilişkilerinin yeterince iyi olmadığı görülmektedir. Burada işletme sahiplerinin kendi işletmelerinin çıkarları kadar, toplamda sitenin başarısıyla da ilgilenmeleri gerektiği konusunda bilinçlenmelerine ihtiyaç olduğu görülmektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMALAR

Günümüzde işletmelerin sadece ekonomik değil, aynı zamanda toplumsal bazı amaçlara da hizmet etmeleri gerektiği görüşü giderek önem kazanmaktadır. Bu çalışmada Bilecik Küçük Sanayi Sitesi'nde faaliyet gösteren işletmelerin sahiplerinin çalışanlarına, müşterilerine, sitedeki komşu ve rakip işletmelere, kente ve çevreye yönelik sosyal sorumluluk anlayışları ve uygulamaları inceleme konusu yapılmıştır.

Elde edilen araştırma bulguları değerlendirildiğinde işletme sahiplerinin çalışanlarına sağlıklı ve güvenli bir işyeri sunma, onlara alın terinin karşılığını verme ve sosyal güvence sağlama gibi konularda ortalamanın üzerinde bir performansa sahip oldukları görülmektedir. Bununla birlikte, çoğunlukla el becerisine ve ustalığa dayalı işlerin görüldüğü sanayi sitesinde yeni çırak, kalfa ve usta yetiştirmede ciddi sıkıntıların olduğu anlaşılmaktadır. Bunda mevcut çırak, kalfa ve ustaların almış olduğu ücretlerin düşüklüğü, 8 yıllık kesintisiz eğitim ve ailelerin çocuklarını daha prestijli mesleklerde görmek istemeleri gibi nedenlerin etkili olduğu söylenebilir.

İşletme sahiplerinin müşterilere kaliteli mal ve hizmet sunma, müşterilere ürün ve hizmetlerle ilgili doğru bilgi sunma, müşterilerden makul bir ücret talep etme ve yaptıkları işin arkasında durma gibi konularda iyi bir performans sergiledikleri görülmektedir. Bununla birlikte, işletme sahiplerinin müşterilere verdikleri sözleri tutma ve işlerini zamanında teslim etme konusunda ortalamanın biraz üzerinde bir performansa sahip oldukları görülmektedir.

İşletme sahiplerinin komşu esnafın düğün, nişan, yemek vb. davetlerine katılma, hastaları ziyaret etme, selam verip alma, hal-hatır sorma, onlara verdikleri sözleri tutma, müşteri gönderme, alet-edevatları ödünç verme, alma gibi konularda oldukça iyi durumda oldukları görülmektedir. Bununla birlikte, işletme sahiplerinin özellikle ihtiyaç duyan esnafa borç para verme, onlara yaptırdıkları işlerin parasını zamanında ödeme, sanayi sitesi ile ilgili sorunları birlikte çözmeye, diğer işletme sahiplerinin arkasından işleri ve ustalıkları hakkında olumlu şeyler söyleme gibi konularda ortalamaya yakın ve/veya ortalamanın biraz üstünde oldukları görülmektedir.

İşletme sahiplerinin işyerlerini besmele ile açma, çalışmayı ibadet, işyerini ise ekme teknesi olarak görme ve helal rızık peşinde koşma anlayışlarının çok güçlü olduğu söylenebilir. Bununla birlikte, giyim-kuşamlarına, saç ve sakal traşlarına özen gösterme ve kendi aralarında ve müşterilerle küfürsüz ve düzgün konuşma açısından işletme sahiplerinin ortalama bir performansa sahip oldukları görülmektedir.

İşletme sahiplerinin özellikle atık yağ, talaş vb. çöpleri yok etmede dikkatli davrandıkları, buna karşın özellikle fakirlere, öğrencilere vb. maddi yardımlar yapma ve kentin eğitim, sağlık ve kültür gibi ihtiyaçlarına destek verme konusunda kötü durumda oldukları görülmektedir. Ayrıca, işletme sahiplerinin kendilerini mesleklerinde geliştirme ve yenilikleri takip etme konusunda yeterince iyi olmadıkları görülmektedir. Söz konusu eksikliklerin işletme sahiplerinin ekonomik sıkıntılarından kaynaklandığı tahmin edilmektedir.

Yukarıdaki veriler Ahilik geleneği ve kültürü bağlamında değerlendirildiğinde, esnafın büyük ölçüde bu kültürü yaşatmaya veya ayakta tutmaya çalıştığı söylenebilir. Bununla birlikte, işletme sahiplerinin ekonomik sıkıntılar ile boğuşmaktan sosyal ilişkilere yeterince zaman ayıramadıkları, komşularıyla ve meslektaşlarıyla birlik olmanın gücünden yeterince yararlanamadıkları görülmektedir.

Bu bulguların ışığında, Bilecik Küçük Sanayi Sitesi'nde faaliyet gösteren işletmelerin sahiplerine, site yönetimine, esnaf ve sanatkarlar odası gibi kuruluşlara aşağıdaki öneriler yapılabilir:

Yeni çırak, kalfa ve usta yetiştirmenin önündeki engeller dikkatli bir şekilde incelenerek giderilmesi için acilen önlemler geliştirilmelidir. Örneğin, çırak, kalfa ve usta bulunmakta zorlanılan meslekler daha iyi ücret sistemleriyle teşvik edilmelidir. Ayrıca, bu alanlarda çalışan insanların sigorta primleri ve gelir vergileri devlet tarafından ödenerek işyeri sahipleri desteklenebilir.

Müşterilerin siparişlerinin zamanında teslim edilmesi için iyi bir planlama ve zaman yönetimi gerçekleştirilmelidir. Müşterilere teslim tarihleri daha gerçekçi bir şekilde belirtilmelidir.

Zaman zaman toplantılar ve farklı organizasyonlar yapılmalı ve sitedeki işletme sahipleri arasındaki ilişkiler geliştirilmeli, daha gelişmiş sanayi siteleri ziyaret edilerek siteyle ilgili gerekli iyileştirmeler yapılmalıdır.

Tek tek sitedeki işyerlerinin geliştirilmesi kadar, sitenin bir bütün olarak da geliştirilmesine özen gösterilmelidir. Bu bağlamda, sitede olmayan ve fakat ihtiyaç duyulan alanlarda yeni işyerlerinin açılması teşvik edilmelidir. Böylece site bir cazibe merkezine dönüştürülmeli ve müşterilerin Eskişehir ve Bursa gibi çevre illere gitmesinin önüne geçilmelidir.

İşletme sahipleri mesleki gelişimlerine ve alanlarındaki yenilikleri izlemeye özen göstermelidirler. Bu bağlamda üniversitelerden, KOSGEB gibi kuruluşlardan destek istenebilir.

Sitede güvenlik görevlileri istihdam edilmeli ve siteye kamera sistemi kurulmalıdır. Ayrıca, site içerisinde ATM, PTT şubesi, berber dükkanı, sağlık ocağı, eczane, ambulans ve market gibi yerlerin açılmasında da yarar bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

- AKÇA, G. (2004). “*Ahilik Geleneği ve Günümüz Fethiye Esnafı*”, **Türkiyat Araştırmaları Dergisi**, 14. Sayı, Güz, s.209-219.
- ASLAN, E. (2007). “Türkiye’de Organize Sanayi Bölgeleri Ve Küçük Sanayi Sitelerinde İhtiyaç Duyulan Meslekler İle Yeterince Karşılanamayan Meslekler Ve Bu Konuda İşkur’un Rolü”, (Uzmanlık Tezi), **T.C. Çalışma Ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı**, Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü.
- AYDEMİR, M. (1999). “*Sosyal Sorumluluk (SA 8000) Standardı*”, **DEÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 1, Sayı: 3, Ekim/Kasım/Aralık, s.1.
- Aydemir, M. ve Barutçu, S. (2010). “*Ahilik Modern Türk ve Akraba Toplulukları İçin Bir Model Olabilir Mi?*”, **2. Uluslararası Balkanlarda Sosyal Bilimler Kongresi**, 30 Mayıs - 6 Haziran, Prizren, Kosova, s.1757-1772.
- BAYRAM, M. (2001). “*Türkiye Selçukluları Döneminde Bilimsel Ortam ve Ahiliğin Doğuşuna Etkisi*”, **Türkiyat Araştırmaları Dergisi**, 10. Sayı, Güz, s.1-11.
- ÇAĞATAY, N. (1993). “*Ahiliğin Ortaçağ Anadolu Toplumuna Etkileri*”, **I. Uluslar arası Ahilik Kültürü Sempozyumu Bildirileri**, Kültür Bakanlığı, Ankara, 13-15 Ekim, s.33-43.
- ÇALIŞKAN, K. (2010). “*21. Yüzyılın kurumu: Ahilik*”, <http://www.ntv.com.tr/news/76143.asp?cp1=1>. 2008, 15.03.2010.
- ÇİFTLİKLİ, M. (2002). “*Çağımı Yakalayan Organizasyon: Ahilik*”, <http://www.osmanli.org.tr/osav/osav.asp?lang=1&bolum=4&id=323>. 25 Ekim.
- DEMİRPOLAT, A. ve AKÇA, G. (2004). “*Ahilik ve Türk Sosyo-Kültürel Hayatına Katkıları*”, **Türkiyat Araştırmaları Dergisi**, 15. Sayı, Güz, s.355-376.
- DEMİRTAŞ, D. (1998). “*Ahilik Haftası Biterken*”, <http://arsiv.zaman.com.tr/1998/10/19/kultur/6.html>, 19.10.1998.
- DÖNEK, E. (2000). **AHİLİK Ahlakla Kalitenin Buluştuğu Bir Esnaf Teşkilatlanma Modeli**, Kayseri Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği Yayını, Aralık 2000.
- EKİNCİ, Y. (1989). **Ahilik**, 2. Baskı, Ankara.

- FERRELL, O. C. ve FRAEDRICH, J. (1994). **Business Ethics, Ethical Decision Making and Cases**, Second Edition, Houghton Mifflin Company.
- FREEMAN, R. E. (1984). **Strategic Management: A Stakeholder Approach**, Pitman Press, Boston.
- GÜLVAHABOĞLU, A. (1991). **Sosyal Güvenlik Öncüsü Ahi Evran Veli ve Ahilik**, Memleket Yayınları, Ankara.
- GÜRATA, M. (1975). **Unutulan Adetlerimiz ve Loncalar**, TİSA Matbaacılık Sanayii, Ankara, s.74-75.
- ÖZTÜRK, N. (2002). “*Ahilik Teşkilatı ve Günümüz Ekonomisi, Çalışma Hayatı ve İş Ahlakı Açısından Değerlendirilmesi*”, **DPÜ, SBE Dergisi**, 7, 43-56.
- POYRAZ, O. (1993). “*Ahi Örgütleri*”, **I. Uluslar arası Ahilik Kültürü Sempozyumu Bildirileri**, Kültür Bakanlığı, Ankara, 13-15 Ekim, s139-144.
- SCHERMERHORN, J. R. (1996). **Management**, Fifth Edition, John Wiley & Sons, Inc.
- SANAYİ VE TİCARET BAKANLIĞI (2011). “*Küçük Sanayi Siteleri Hizmetleri*,” <http://www.sanayi.gov.tr/ServiceDetails.aspx?dataID=188&catID=307&lng=tr>, 17.05.2011.
- ÜLGENER, S. F. (1981). **Zihniyet ve Din**, Der Yayınları.
- YALKIN, S. (1993). “*Esnaf-Sanatkar Kesiminin Tarihinde Ahiliğin Önemi*”, **I. Uluslararası Ahilik Kültürü Sempozyumu Bildirileri**, Kültür Bakanlığı, Ankara, 13-15 Ekim, s.177-181.
- YILMAZ, A. (1995). “*Ahilikte Din ve Ahlak Eğitimi*,” (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi) T.C. DEÜ, Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, s.12.