

MUHAFAZAKÂR İŞ AHLAKI ANLAYIŞI ÇERÇEVESİNDE REKABET KAVRAMININ DERİNLEMESİNE MÜLAKAT TEKNİĞİYLE KURUMSAL VE BİREYSEL DÜZLEMDE İNCELENMESİ

Dr. Öğr. Üyesi Kemal YILDIZ

Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi, İİBF, (kyildiz@bandirma.edu.tr)

Dr. Öğr. Üyesi Hamit AKÇAY

Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi, İİBF, (hakcay@bandirma.edu.tr)

ÖZET

İktisadi zihniyetin en kritik unsurlarından birisi de birey ve toplumun rekabet algısı ve rekabet konusundaki tutumlarıdır. Liberal ekonomi anlayışının teorisyenleri, rekabeti ekonomi için daima olumlu işlemlere sahip bir araç olarak ifade etmektedirler. Sosyalist düşünce ise rekabeti ekonomik düzenin dışında konumlandırmıştır. İslam ekonomisi hakkındaki pek çok çalışma, İslam ekonomisini liberal ekonomik anlayışa yakın bir şekilde konumlandırmaktadır. Yaygın kanının aksine, İslam öğretisinin sosyalist ekonomik teorilere yakın olduğunu ifade eden görüşler de mevcuttur. Bu çalışmada rekabet konusu, nüfusunun çok büyük bir kısmını İslam dinine mensup insanların oluşturduğu Türkiye’de, muhafazakâr ahlâk kavramı çerçevesinde ele alınacak olup, kendisini dindar/muhafazakâr olarak tanımlayan kişilerin iş ahlakının temel unsurları irdelenecektir.

Anahtar Kelimeler: İslami normlar, Rekabet, Muhafazakâr ahlak, İş ahlakı, Dindar işveren.

INVESTIGATION OF THE COMPETITION CONCEPT IN INSTITUTIONAL AND INDIVIDUAL PLANS IN THE FRAMEWORK OF CONSERVATION BUSINESS ETHICS UNDERSTANDING WITH DEEPLY INTERVIEW TECHNIQUE

ABSTRACT

One of the most critical elements of the economic mindset is perception of competition for individual and society and their attitudes about competition. Theoreticians of liberal economic conception refer to competition as a means of having always positive functions for the economy. With socialist thought has positioned competition outside economic order. Many studies on the Islamic economy position the Islamic economy close to liberal economic understanding. Contrary to popular belief, there are opinions which express that Islamic teachings are close to socialist economic theories. Competition issues in this study, a large part of the population consisting of people of the Islamic faith in Turkey will be discussed in the framework of conservative moral concept. The basic elements of business ethics of those who define themselves as religious/conservative will be examined.

Keywords: Islamic norms, Competition, Conservative ethics, Business ethics, Religious employer.

1. Etimolojik Yaklaşımla Rekabet Kavramı

Dili düşünme olarak, kelimeyi de fikir, imge veya nesne olarak tarif edebiliriz. Rekabet, Arapça kökenli Türkçeleşmiş bir kelimedir. Bu kelime Türkçeye girmeden önce Türkçede yerine kullanılan bir kelime olup olmadığı tespit edilememiş, ulaşılabilen etimolojik kaynaklarda bu bilgiye rastlanmamıştır. Master kökü ra-ka-be olan rekabet kelimesi, denetim, kontrol etmek, müşahede, gözetlemek, dikkatle gözlemlemek manasına gelir (Mutçalı, 2012: 371). Türk Dil Kurumu ise rekabeti “aynı amacı güden kimseler arasındaki çekişme, yarışma, yarış” olarak tanımlamıştır. Mehmet Doğan’ın Temel Türkçe Sözlüğünde ise rekabet kelimesi; “1-Bir safhada başkalarından geri kalmama hatta ileri geçme arzusu hissi ve gayreti, 2-Kıskanma” şeklinde anlandırılmıştır (Doğan, 1994: 659). Rekabet temelde üstünlük yarışıdır. Kelimenin Türkçede ve Türkçeye geçmiş Arapça kökenli kelimelerde yakın anlamlı pek çok benzeri vardır. Günümüzde kullandığımız bağlamda rekabet kavramının anlamı liberal batı toplumundan bize intikal etmiştir. İngilizcede rekabet kelimesinin karşılığı competition olarak yer almaktadır. Competition kelimesi Türkçeye bire bir çevrildiğinde yarışma, mücadele anlamına gelir. Longman’ın Modern İngilizce sözlüğünde birbiriyle çekişen iki kişi arasındaki mücadele biçiminde tarif edilmiştir (Longman Modern English Dictionary, 1976: 223). Almandaki der wettbewerb kelimesi de yarışma anlamını taşır. Yarışma, mücadele gibi anlamlar ifade eden competition kelimesini daha iyi karşılayacak kelimeler yerine dilimizde gözetme manasındaki bir kelimenin yerleşmiş olması etimolojik olarak anlamlı görünmektedir.

2. Bir İktisadi Mücadele Biçimi Olarak Rekabet

Rekabet kelimesi etimolojik kökeninin yanı sıra iktisat literatüründe terminolojik olarak yer edinmiş bir kavramdır. İşletme literatürde bu terimin genellikle olumlama şeklinde geçtiği görülmektedir. Bunun sebebinin işletme literatüründeki hâkim paradigmanın liberal teorilere göre şekillenmesi olduğu söylenebilir. Çünkü liberal teorinin ana önermelerinden birisi bireysel kâr maksimizasyonunun toplumsal refahı artıracığıdır. Meseleye böyle bakıldığında rekabet, şahsi çıkarların yanında, hatta şahsi menfaatten daha çok topluma hizmet sağlayan bir olgu olarak görülür. Bu nedenle birçok yazında rekabet unsuru merkeze konarak şirket yöneticilerinin stratejilerini buna göre belirlemeleri gerektiği öngörülmektedir (Andersen, 2008: 115; Pirtini, 2009: 235).

Bütün bu olumlamalara karşın rekabet olgusunu olgusal düzlemde ele aldığımızda şu tespiti yapabiliriz. Rekabet halinde, rakiple aranızda istediğiniz muhtemel senaryolar şu şekilde ifade edilebilir;

- i. Rakibin yerinde kalmasına karşın siz ilerlersiniz
- ii. Rakip yok olur, siz varlığınızı sürdürürsünüz.
- iii. Rakip de ilerler siz de ilerlersiniz ancak sizin hızınız rakipten fazla olur.

Yine rekabet sürecinde rakip için arzu edilen bu senaryoları gerçekleştirilebilmek için ortaya konulacak davranışlar da şu şekilde tasnif edilebilir.

- iv. Rakip umursanmaz. Kurum/kişi sadece kendine odaklıdır (gerçek bir rekabet değil karşılaşma hali).

- v. Rakip izlenir ve rakipten daha iyi pozisyona taşıyacak fiil ve tutumlar geliştirilir (geliştirici tutum).
- vi. Rakibi geri koymaya çalışan fiil ve tutumlar geliştirilir (engelleyici tutum).
- vii. Rakibi yok etmeye yönelik tutum ve fiiller geliştirilir (yıkıcı tutum).

Meseleyi bu düzlemde ele aldığımızda rekabetin geliştirici boyutunun yanı sıra ket vurucu boyutu da net olarak ortaya çıkmış olur. Bu yüzden işletme literatüründe rekabet, aşırı rekabet, fiyat dışı yıkıcı rekabet, kıyasıya rekabet ve haksız rekabet gibi etik birer sorun olarak da tanımlanmaktadır. İyi niyet kurallarına ve dürüstlük ilkelerine uymayarak rakiplerine zarar verme ve rekabet avantajı sağlama şeklinde bir haksız rekabet, dürüstlük kuralına aykırı reklamlar ve satış yöntemleri, sözleşmeyi ihlale veya sona erdirmeye yönelmek, başkalarının iş ürünlerinden yetkisiz yararlanma, üretim ve iş sırlarını ifşa ile iş şartlarına uymama gibi unsurlar içermektedir (Ünlü, 2015: 96). Hatta kalite konusu bile üstün olan firmalar tarafından rekabet avantajı gibi saldırgan amaçlı kullanılmaktadır (Efil, 2010: 51). Bu yönleriyle rekabet iş etiğinin en önemli konularından birisidir. Rekabeti kısıtlama mekanizmaları genel olarak giriş engelleri (endüstri düzeyinde), hareketlilik engelleri (stratejik grup düzeyinde) ve izolasyon mekanizmaları (işletme düzeyinde) şeklinde sınıflandırılmaktadır (Seviçin, 2009: 189).

3. Ahlak ve Rekabet İlişkisi

Ahlak kelimesi de Arapça kökenlidir. Huluk (yaratılmış) kelimesinin çoğul halidir. Birebir Türkçe karşılığı arandığında huy, tabiat, seciye gibi kelimelerle eşleştirilebilir. Burada dikkat çekici husus ahlakın doğallığı ve/veya doğallaşması olgusudur. Gazali, insanın kalıp(beden) ve ruhtan oluştuğunu, ruh güzelliğine de ahlak denildiğini, ahlakın ise bilgi, hışım, şehvet, adalet ve ilim kuvvetlerinden oluştuğunu ifade eder (Gazali, 2005: 325). Esasen ahlak iyi olduğu kabul edilen şeyin düşünülmeden yapılması hali olarak da ifade edilebilir (Kiraz, 2005: 10). İslam Ahlakı araştırmalarında müracaat edilen en önemli kaynaklardan biri olan Ahlak-ı Alai'de de "Hulk bir melekedir ki anın sebebi ile nefsten ef'al suhuletle sadır olur ve fikr ü reviyete muhtaç olmaz" ibaresi yer almıştır (Kınalızade, 2007: 99). Bu tanımlarda öne çıkan unsur düşünülerek yapılan "iyi" değil, düşünülmezsizin yapılan, içselleştirilmiş "iyilik" halidir. Ancak kelime günümüzde yaygın olarak bu manada değil Latince menşeli "moral" kelimesinin kavramsal çerçevesi içinde yani iyi ve kötü hakkındaki inançlar bağlamında kullanılmaktadır (Özgener, 2009: 180).

Ahlakın kaynağının ne olduğu hususunda pek çok farklı görüş ileri sürülmüştür. Görüşlerin çeşitliğine mukabil din ve ahlak arasındaki ilişki başat tartışma konularından birisini teşkil etmektedir. Akdemir (2009: 37) din ve ahlak arasında zorunlu tersinir bir ilişkinin olduğunu ileri sürmektedir. Bu bağlamda ahlak kavramının pratik bir ihtiyaçtan doğduğu, insan davranışlarının toplumsal yaşamda birbirlerine zarar vermemesi esasına bağlı olduğu görüşü de ileri sürülmektedir (Arslan, 2005: 1). Bu görüş esas kabul edilirse rekabet konusunun bizzat ahlakın en esaslı meselesi olacağı aşikârdır. Şüphesiz ahlaki normlar rekabetin nasıllığını düzenleyecektir. Ancak burada bir tersinir ilişkinin varlığına da işaret edilebilir. Ahlak rekabeti etkileyeceği gibi rekabetin de ahlakı etkileyebileceği söylenebilir. Nitekim Özgener (2009: 180) bu hususa dikkat çekerek, "Rekabet eksikliği de ahlaki sorunları ortaya çıkarabilir" yargısını ifade etmektedir.

Protestan iş ahlakı üzerine temellendirilmiş kapitalizmin bu günlerde derin bir kriz yaşadığı görülmektedir. Nitekim Amerika’da ve Avrupa’da “en güvenilir” kabul edilen devasa kurumlarda patlayan ahlaki sorunlar bu krizin göstergesi konumundadır. Diğer taraftan protestan iş ahlakından neşet eden kapitalizmin artık başlangıç temellerinden tamamen uzaklaştığı ileri sürülmektedir. Ekonomik anlamda gelişmiş batı toplumlarında ortaya çıkan ahlaki sorunları engellemek adına yapı ve kurumlar tesis edilmektedir (Kurtuluş, 2005: 738). Liberalizmin egemen olduğu toplumlarda Türkiye’deki Rekabet Kurumu’na benzer yapılar yıkıcı rekabeti önlemek amacıyla oluşturulmuştur. Dünyada bu konudaki ilk yasal düzenleme ABD’de 1890 yılında Sherman Kanunu adıyla yapılmıştır. Yine Roma Anlaşması’nın rekabet hakkındaki maddeleri Avrupa Ekonomik Topluluğu, Avrupa Birliği kapsamındaki tüm anlaşma ve eylemleri bu konuda duyarlı olmaya zorlamaktadır. Türkiye’de de rekabete ilişkin Anayasa’nın 167’nci maddesi çerçevesinde 1994 yılında 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun çıkarılmıştır (<http://www.rekabet.gov.tr/tr-TR/Sayfalar/Genel-Bilgiler>).

4. Muhafazakârların Rekabet Anlayışı

Muhafazakâr kelimesi Arapça ve Farsça bileşimi Türkçe bir terkidir. Arapçada koruyan manasına gelen muhafaza kelimesi ile Farsça bir ameli işleyen kişi anlamındaki kâr kelimesi birleştirilerek Türkçe muhafazakâr kelimesi elde edilmiştir. Siyasi/sosyolojik bir kavram olarak muhafazakârlık Fransız düşünce geleneğinde yer alan Latince kökenli conservator (Fransızca conservateur) kavramına karşılık olarak kullanılmaktadır. Kavram, tarihsel olarak Napolyon politikalarının başarısızlığa uğraması sonucu, ortaya çıkan sorunları, devrim öncesi asli değerlerle aşmayı önermeyi ihtiva eden bir mana içermektedir (Akkaş, 2003: 242). Kavramın Türkçe’de siyasi ve sosyal alanda kullanımında belirsizlikler söz konusudur. Türkçe’de kavram pejoratif bir mana yüklenerek tutuculuk anlamında kullanılabilirdiği gibi, din çağrışımı bir manada da, statükonun yanında olmak manasında da kullanılabilir (Akıncı, 2009:135). Gündelik dilde ise temel İslami değerlerle ilişkilendirilerek kullanımı yaygındır. Bu nedenle bu makalede muhafazakâr kavramı araştırmacıların kendi tanımı üzerinden iletmiştir. Kendilerini muhafazakâr kabul edenlere muhafazakâr denmiş ve kendilerine muhafazakâr diyen bu kişilere muhafazakârlığı nasıl tanımladıkları sorulmuştur. Bulgular kısmında da işaret edildiği üzere, katılımcılar da muhafazakâr kavramını toplumda yaygın anlaşılan bağlamda dinle ilişkili olarak kullanmaktadırlar.

Bilindiği üzere Weber kapitalizmin doğuşunu Protestan iş ahlakı ile ilişkilendirir. Sombart ise kapitalizmin doğuşunu Yahudilerle ilişkilendirir. Bu ilişkiyi ispat etmek için de kapitalizmin doğduğu şehirlerdeki Yahudi nüfus ve etkinliğini belgelerle ortaya koyar. Bu ilişkilendirmede her iki araştırmacı her iki dinin çalışmayı olumlayan öğretilerini dayanak olarak ileri sürmektedir (Sombart, 2005). Bu durumda İslam dininin de çalışmayı ve emeği yücelten öğretilerinin niçin benzer bir etki oluşturmadığını sormak durumundayız. Bu soruyu cevaplamak elbette kolay değildir. Ancak meselenin sadece çalışmanın (amel) olumlanması ile ilgili olmayacağı, iktisadi zihniyetle ilişkinin de merkezi bir role sahip olduğu aşikârdır. İslam’ın vazettiği iktisadi zihniyetin mülkiyet, servet, emek, sermaye, rızık gibi temel kavramlar üzerine bina edildiğini söyleyebiliriz. İnsanın bu dünyada malik değil, ancak emanetçi olacağını vazedən, Allah’ın servetin elden ele dolaşan meta olmasını arzu etmediğini vurgulayan, rızık çalışma ile artmayacağını rivayetlerde ifade eden bir din anlayışı, rekabet konusundaki tutumlarıyla diğer din ve zihniyetlerle aynı olmayacaktır (Khan, 2017: 53). Haşr

Suresi 7'nci ayette geçen "servetin elden ele dolaşan bir meta olmasını istemedi" ibaresi ve bu ibareden önce gelen yoksullara, düşkünlere yardım edilmesi emri, İslam'ın sosyal adaleti esas alan yaklaşımına işaret etmektedir. Zekât, sadaka, infak birer ibadet biçimidir. Bu ibadetlerin yerine getirilebilmesi ise ancak üretim ve paylaşımın mümkün olabilecektir. Liberal ekonominin egemen olduğu toplumlarda her ne kadar rekabetin yıkıcı etkilerini önlemek amacıyla bir takım kanuni ve idari tedbirler alınmış olsa da, doğası gereği kapitalizmin kartel olma, tröst oluşturma gibi faaliyetlere vermiş olduğu cevazla gerek ulusal gerekse dünya pazarlarında rakiplerinin durumunu hiç de umursamayan organizasyonlar ortaya çıkmıştır.

İslam'ın temel kaynağı olan Kuran-ı Kerim'in yorumlanmasında bazen hukuki bir normun dini ve ahlaki bir düzenleme olarak görüldüğü, bazen de dini ve ahlaki bir düzenlemenin hukuki bir norm olarak algılandığı görülmektedir. Aslında İslam'ın vazettiği emir ve yasaklarda hukuk-ahlak hukuk-din sınırını çizmek oldukça zordur (Yıldırım, 2015: 26). Bu çalışmada İslam'ın bu konudaki ilkeleri ahlâkın bir gereği olarak değerlendirilmektedir. Elbette ki mevcut seküler hukukun İslam Hukuku ile benzeşen birçok yönü vardır. Fakat konumuz muhafazakâr çevre ve ahlâk olduğundan ve hukukta laiklik ilkesi benimsenmiş olduğundan meseleye hukuki açıdan çok ahlaki açıdan bakmak gerektiği kanısındayız. Hemen belirtmek gerekir ki; Müslümanlar açısından ahlaki kurallara uymak bir zorunluluktur. Çünkü İslam'a göre Allah, her şeyi bilen, her şeyi gücü yeten ve bağışlayan mutlak ve aşkın bir varlıktır. Böyle bir varlığa inandığını iddia eden birisinin bu varlığın söylediklerinin kendisini ilgilendirmediğini iddia etmesi en azından çelişkidir (Güneş, 2011: 98). Belki de buradaki tüm tartışmayı Ripert'in "Medeniyet ahlâk kuralları önemsendikçe yükselir. Hukuk, ahlak kaidelerine nasıl ilgisiz kalabilir?" sözü özetlemektedir. Konuyla ilgili İslam'ın ortaya koymuş olduğu hususları özetleyecek olursak;

Hümeze Suresi 1-2'nci ayette "Mal toplayan ve onu durmadan sayan, insanları arkadan çekıştiren, kaş göz işaretiyle alay eden her kişinin vay hâline!", Nahl 71'nci ayette "Allah, rızık konusunda kiminizi kiminizden üstün kıldı. Üstün kılınanlar, rızıklarını ellerinin altındakilere vermezler ki rızıkta hep eşit olsunlar. Şimdi Allah'ın nimetini mi inkâr ediyorlar?", Hucurat 10'uncu ayette "Muhakkak müminler kardeşirler." denilmektedir.

İslam dünyasında kaynak kabul edilen hadislerde de iş ve iş ahlaki kapsamından değerlendirilebilecek pek çok bilgi yer almaktadır. Güler "40 Hadis"te İş ve Ticaret Ahlakı isimli çalışmasında el emeği, helal-haram sınırı, zekat-infak, özel mülkiyete saygı, iş ortaklığı, aldatma, ölçü ve tartı, yemin, emanete hıyanet, satış üzerine satış, karaborsacılık, borcun geciktirilmesi, haram malın ticareti gibi ana başlıkları hadisler üzerinden ifade etmiştir (Güler, 2012). Bir başka hadiste "Kardeşlerinizin arasını ıslah edin ve Allah'tan korkun ki size rahmet edilsin" denilmekte yine Peygamberin "Sizlerden bazıınız, diğer bazıınızın satışı üzerine satış yapmasın" dediği rivayet edilmektedir. Bu ve benzer rivayetlerden sırf kâr elde etmek amacıyla pazarda hırslı ve saldırgan bir tutumun İslam tarafından onaylanmadığı anlaşılmaktadır.

İslam dünyasında temel İslami normların yanı sıra, örf de çoğunlukla kaynaklık teşkil etmiştir. Bu bağlamda Osmanlıların son döneminde dünyada yükselen sermaye birikimi, sanayileşme, iktisadi kalkınma ve kapitalistleşme isteği olup olmadığı halen tam olarak tespit edilememiş olmakla birlikte, modern kapitalizme fazlaca ilgi göstermedikleri anlaşılmaktadır. Başta dış ticaret politikalarıyla bolluk ekonomisini önemsemişler, "ibadullahın ter fi i ahvali"ni (Allah'ın kullarının refahını yükseltmek) amacıyla hareket etmişlerdir (Bulut, 2015: 116). Klasik

İslam Hukuku (fıkıh) kaynak eserlerinde, tasavvufi ekollerin menakıb ve öğüt kitaplarında, dilden dile aktarılan sözlü kültürün rivayetlerinde de vahşi rekabetin pek kabul edilebilir bir şey olmadığı görülmektedir. Muhafazakâr çevrelerde basılan günümüz yayınlarında da bu hususta aynı söylem devam ettirilmektedir (Eren, 2015: 55). Buna karşın kendini muhafazakâr olarak ifade eden kişilerin günümüzdeki tutumlarının nasıl şekillendiğinin incelenmesi varsa ayrışma ve çelişkilerin ortaya çıkartılması önemli olacaktır. Gazali, Mevlana, Feriduddin Atar, İbn Haldun, Sadi Şirazi, Erzurumlu İbrahim Hakkı, Kınalızade Ali Efendi gibi ahlak filozoflarının etkisiyle şekillenen Müslüman kültür dünyası Sombart'ın Yahudilik ve Kapitalizm Ahlakı ya da Weber'in Protestan Ahlak ve Kapitalizm Ahlakında işaret ettiği zihin dünyası ile uyum göstermemektedir. Osmanlı'nın da, Osmanlı toplumundan bu güne süregelen muhafazakarlık üst başlığı ile ifade edilen kültürel damarın da bakış açısı batılıların "homoeconomicus" anlayışından merhamet, infak, paylaşma, işar, gibi "diğerini kendin gibi düşünme" ve hatta "diğerini kendine tercih etme" gibi kaygılarla ayrılmaktadır (Bulut, 2015: 116).

Öte yandan günümüzde Müslüman çoğunluğun -modernizmin etkisiyle- bir takım ahlaki değerlerine yeterince önem vermediklerini söyleyebiliriz. Bunun en önemli sebebi rekabet duygusunun kamçılıdığı kişisel hırs ve arzuların bu ahlaki değerlerin önüne geçmesi olarak görülmektedir (Börk & Kavas, 2015: 95). Muhafazakâr ahlak etkisi de işte tam bu noktada gün yüzüne çıkmaktadır. Esasen muhafazakâr ahlak anlayışının din/değerler ile realite arasında yaşanan bir sıkışmışlık üzerinde tanımlandığını söyleyebiliriz. Bu tutumun da sadece "modern" bir durum olmadığı çağlar boyu süregelen bir zihniyete tekabül ettiği Ülgener (2006: 125) tarafından ifade edilmiştir. Ancak özellikle son yıllarda muhafazakâr iş ahlakı ve özelde muhafazakâr iş ahlakı içerisindeki çelişkiler üzerine yapılan tespit ve eleştiriler dikkati çekmektedir. Denizli'de Müsiad üyeleri arasında yapılan bir alan araştırmasındaki mülakat yapılan katılımcılar "ekonomik faaliyetlerinizle dini değerlerinizin çatıştığı durumlarda bunun üstesinden nasıl geliyorsunuz?" biçimindeki soruya ekonomik faaliyetler esnasında ellerinden geldiğince dini değerleri uygulamaya çalıştıklarını, ancak haksız rekabet, vade farkı, çek-senet işlemleri gibi kimi durumlarda piyasanın kurallarını istemeye istemeye uygulamak zorunda kalabildiklerini ifade etmişlerdir. Aksi halde bu piyasada var olmanın imkânsızlığını dile getirmişlerdir" tespiti bu bağlamda dikkat çekicidir (Demirpolat & Yıldız, 2014: 103). Ancak bu ikili ahlak anlayışının muhafazakâr ahlak anlayışına özne bir durum olduğunu iddia etmek abartılı olacaktır. Diğer yandan kapitalist ahlaki anlayışının bizzat bu ikili ahlak anlayışını ürettiği tezi de ileri sürülmektedir (Poole, 1993: 77).

Serbest piyasa fikrine karşı çıkmayan fakat kardeşliği ve paylaşımı esas alan İslam'a göre serbest fakat başıboş olmayan bir piyasa makul görülmektedir (Çayıroğlu, 2014: 182). Osmanlı'nın son dönemleri ve yıkılmasından itibaren dünyada hâkim olan iki ekonomik görüş olan kapitalizm ve komünizmin ikisi de ahlaki kurallardan yoksun görünmektedir. Komünizmin ahlakı dışlaması kategorik, epistemolojiktir. Çünkü Marks'a göre üst yapı yani ahlak alt yapının yani iktisadi şartların bir tezahürüdür. Bu durumda epistemolojik olarak ahlakın konuşulması anlamlı değildir. Genel in iyiliği adına konuşulan şey ise ancak hukuki nitelikte olacaktır. Kapitalizm ahlak ilişkisi ise daha girifttir. Kapitalizmin ideolojik arka planı Protestan zihin yapısına dayalı olup ahlakilik iddiasındadır. Ancak çalışma, kâr ve kazanç bir sınır konulmamış olması, teoride ahlaki olan durumu pratikte bambaşka bir noktaya taşımaktadır. Sokrates'ten Kınalızade'ye tüm ahlakçıların vurguladığı gibi ahlak bir anlamda da orta yolu

bulmaktır. Diğer yandan komünizm de de facto kapitalizm de rekabet konusunda ortayı değil uçları temsil etmektedir. Kapitalizmin savunduğu şey “pazar” iken komünizm “merkezi planı” savunuyordu. Pazar etkileşiminin olumsuzlukları yukarıda anlattığımız rekabet piyasasını yaratmış, diğer yandan totaliter sistem merkezi plan ve üretimi tek ortak unsur olarak ortaya koymuştur. Her iki durumda da ahlaki değerlerin önemi oldukça azdır. Kapitalizmde bireylerin tercihleri, zevkleri ve davranışları bellidir. Değer yargılarında en ufak bir değişim söz konusu değildir. Komünizmde de birey bir satranç oyununun piyonu gibi görülmekte, sınıflar arasında bir geçiş asla söz konusu olamamaktadır. Kapitalist ve komünist sistemlerin güçlü olduğu günümüz dünyasında test edilmemiş bir sistem hakkında fikir yürütme oldukça zordur. Fakat İslam’ın hedefleri ve emirlerinin kardeşliği, adaleti, adil gelir dağılımını, aile bağlarını, sevgi ve şefkati öncelediği apaçık ortadadır (Yardımcıoğlu, 2015: 212).

5. Gereç ve Yöntem

5.1. Çalışmanın Problemi ve Varsayımları

Kendisini muhafazakâr demokrat olarak tanımlayan Adalet ve Kalkınma Partisinin 2002 yılında iktidara gelmiş olmasıyla birlikte kendisini muhafazakâr/dindâr diye tanımlayan kişi ve şirketlerin iktisadi hayatta günden güne daha öne çıktığı herkesçe bilinen bir gerçektir. Daha önceki dönemlerde böyle bir kimliğin iş hayatında bu denli öne çıkmamış olması, kendisini bu kimlikle tanımlayan kişilerin iş hayatına ilişkin davranışlarının tespiti noktasında önem kazanmaktadır. Manevi bir yönü de bulunan bu kimlik tanımlamasında günümüzde özellikle karşısındaki yaşama hakkını yok edebilecek düzeye gelebilen rekabet konusunda saf kapitalist anlayıştan ya da özel girişimciyi yok sayan komünist anlayıştan farklı davranacakları beklenmektedir.

5.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı kendisini muhafazakar (dindâr) olarak tanımlayan kişilerin rekabet konusundaki ahlaki eğilimlerinin ortaya çıkartılması ve bu bağlamda muhafazakar iş adamları derneklerinin formel söylemleri ile bu sonuçların karşılaştırılması olarak belirlenmiştir. İlgili yazında, rekabet kavramını kapitalist veya sosyalist bakış açılarıyla izah eden birçok eser bulunmasına rağmen, iş hayatında sayısı günden güne artan ve yaygınlaşan muhafazakâr bakış açısının bu kavramı nasıl anlamlandırdığı önem kazanmaktadır. Bu çalışma ile sınırlı da olsa muhafazakâr bakış açısının rekabeti nasıl tanımladığına dair bir verinin elde edilmesi amaçlanmaktadır.

5.3. Araştırmanın Yöntemi ve Verilerin Toplanması

Bu çalışmada sosyal bilimlerde son yıllarda özellikle tanımlamaya (descriptive) yönelik araştırmalar için tercih edilen derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemleri bu tarz başlangıç araştırmaları için son derece elverişli bir yöntemdir. Bu yöntemde amaç genellemelere varmak değil, katılımcıların bakış açılarının ve görüşlerinin açığa çıkmasını sağlamaktır (Çokluk vd., 2011: 98). Araştırma kapsamında İstanbul İş Piyasasında “kendinizi muhafazakâr olarak tanımlayabilir misiniz?” sorusuna “evet” cevabı veren 10 işadamları yüz yüze görüşülmüş ve daha önce hazırlanmış sorulara bağlı kalınarak yüz yüze görüşme tekniği ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiştir. Mülakatlar öncelikle ses

kaydedici cihaza kaydedilmiş daha sonra söyleşilerin çözümlenmesi yapılarak yazılı metinlere dönüştürülmüştür. Görüşme öncesinde katılımcılara araştırmanın amacı ve araştırma tekniği hakkında bilgi verilmiştir. Yine mülakat öncesinde katılımcılarla rahatlatıcı nitelikte sohbet edilmiş ve katılımcıların rahatlatılmasına çalışılmıştır.

Bu çalışmada derinlemesine mülakat tekniğinin yanı sıra muhafazakâr/dindar işveren kesimini kurumsal bazda temsil eden iş adamları derneklerinin rekabet ile ilgili kurumsal yaklaşımları da incelenmiştir. Bu bağlamda Müsiad, Genç Müsiad, Askon, Tümsiad, İgiad gibi muhafazakar iş adamlarını temsil niteliğine haiz kuruluşlarının tüzüklerinde ve temel metinlerinde rekabetle ilgili yaklaşımlarının ne olduğu araştırılmıştır.

5.4. Örneklemin Niteliği

Katılımcıların ana kütleyi doğru temsil edebilmesini sağlamak amacı ile farklı yaş, ekonomik güç, bölgesel köken ve cinsiyette kişiler belirlenmiş ve bu belirlenen kitlenin ana kitleye benzeşik olmasına gayret edilmiştir. 10 katılımcıdan 9'u erkek birisi kadındır. Katılımcı iş adamlarının küçük, orta ve büyük boyutta iş yapan kişilerden seçilmesine gayret edilmiştir. Katılımcılar ülkenin farklı bölgelerinden yetişmiş, farklı şehirlerde doğmuşlardır.

5.5. Bulgular

Katılımcılara öncelikle işletmelerinde rekabet unsurunun yer alıp almadığı sorulmuş; bu soru ile katılımcıların rekabet ortamında iş yapış yapmadıkları anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu soruya katılımcılardan sadece birisi orta derece önemli diye cevap verirken diğer katılımcıların tamamı rekabet unsurunun işleri için çok önemli olduğunu beyan etmişlerdir.

Daha sonra katılımcılardan rekabetin ne olduğunu tanımlamaları istenmiştir. Katılımcıların rekabeti yarış, mücadele ve kalite bağlamında ele aldıkları görülmüştür. Rekabette olması gereken sınırlar nelerdir sorusuna A.Y. ahlak, E.K. yıkıcılık (rakibini yok etme), G.C. ahlak, M.K. centilmenlik, K.Ç. etik değerler, N.Ö. ahlak ve yasal sınırlar, A.T. ahlak, E.S. bir yerde dur demek lazım, Ö.Ç. ahlak ve S.T. ahlak cevabını vermiştir. Neredeyse tüm katılımcıların rekabetin sınırlarını ahlakın belirlemesi gerektiğinde hem fikir oldukları görülmektedir.

Daha sonra katılımcılara rekabetin gayri ahlaki bir durum arz edip, arz etmeyeceği konusundaki fikirleri sorulmuş; bu soruya yine katılımcıların tamamı (%100) bazı rekabet etme şekillerinin ahlaksız olacağı hususunda hem fikir oldukları görülmüştür. Katılımcıların çoğunluğu rakibini iflasa sürükleyecek tutumları ahlaksızlık olarak nitelerken (%90), K.Ç. rakibe iftira atmaya, E.K. tekelleşmeyi, N.Ö. başkasının işine engel olmayı, E.S. maliyetinin altında ürün satmayı gayri ahlaki rekabet biçimi olarak vurgulamıştır.

Katılımcılara kendilerinin tüm kanuni sınırlara uyarak rekabet ettikleri bir rakiplerinin iflası halinde ne düşünecekleri sorusu yöneltilmiş; katılımcıların çoğunluğu (%90) empati yaparak bu durumda üzüleceklerini beyan etmişlerdir. Hatta katılımcılardan N.Ç bu durumda rakibine maddi yardımda bulunacağını ifade etmiştir. Sadece bir katılımcı (E.S) bu durumdan hoşnut olacağını beyan ederken, N.Ö rakibi ile güçlü kaldığını vurgulayarak tekel olmak istemediğini vurgulamıştır. A.T ise Alev Alatlı'nın bir konuşmasına gönderme yaparak kanuni olanın helal olmayabileceği hususuna vurgu yapmıştır.

Katılımcılara üyesi oldukları kurumların rekabet konusunda sınırlar koymasını destekleyip, desteklemeyecekleri sorulmuş; yine katılımcıların tamamının (%100) bu tarz bir uygulamayı destekleyeceklerini beyan ettikleri görülmüştür.

Katılımcılara çoktan seçenekli olarak rekabet anlayışlarını en iyi ifade eden kelimeyi seçmeleri istenmiş bunun neticesinde 5 katılımcının (%50) ahlak, 5 katılımcının (%50) ise mücadele kavramını tercih ettiği görülmüştür. Katılımcılara seçenek olarak sunulan (kanun, mecburiyet, zafer, dayanışma) seçenekleri hiçbir katılımcı tarafından tercih edilmemiştir.

Katılımcılardan muhafazakârlık kavramını tanımlamaları istenmiş; kendilerine “sizce muhafazakârlık nedir?” sorusu yöneltilmiştir. Bu soruyu katılımcıların çoğu (%80) dinle ilişkilendirerek cevaplamışlardır. Katılımcılardan ikisi muhafaza etmek, statik olmak olarak cevaplarırken, katılımcılardan A.T. eleştirel bir vurgu ile kapitalizm ile dinin sentezi muhafazakârlıktır ifadesini kullanmıştır.

“İslam’ın rekabetle ilgili görüşü nedir” sorusuna katılımcılardan 4’ü (%40) emin olmadıkları, bilmedikleri yönünde cevaplar vermişlerdir. Neredeyse tüm sorularda net bir ifade ortaya koyan katılımcılardan önemli bir kısmı bu soruda tereddüt etmişlerdir. Diğer katılımcılar İslam’ın rekabetle ilgili görüşünü; A.Y. “İslam rekabete müsaade eder vahşi kapitalizmin önerdiği rekabete değil ama. Serbest piyasayı önerir. Haksız kazancı yasaklar. Elindeki gücü diğerlerini boğacak şekilde kullanmayı yasaklar”, E.K. “Yarışmacı olan, ancak yıkıcı olmayan ve gelişime kapı açan özgürlüğe bir vurgu olduğunu düşünüyorum”, G.C. “İslam her şeyden önce sosyal bir din, sosyal adaleti olan bir din. Adaleti, sosyalliği ve sosyal olmayı, sosyal mücadeleyi öne çıkarmış bir dinin vahşi kapitalizm emarelerini öne çıkarmış olacağını düşünmüyorum. Müslümanların daha adil, daha ahlaklı, mal satarken insanları kandırmayan insanlar olacağını düşünüyorum. İslam elbette rekabeti teşvik eder. Rekabet her zaman başarı getirir. Bugün İslam coğrafyasına baktığımız zaman yerlerde sürünmesinin nedeni nedir? Hiç bir rekabetin olmaması”. A.T. “Dürüst centilmence yarış. Sermaye gücünün rekabette avantajının az olması.” K.Ç. “İslam’ın merhamet ve adalet üzerine rekabetçi yaklaşımı olduğunu düşünüyorum. Komşusunu da düşünen bir anlayış. İslam rekabeti kalibre eder yönlendirir.” Ö.Ç. “Muhafazakârlık olduğunu düşünmüyorum. İslam’ın rekabetle ilgili ne söylediğine ilişkin bilgi sahibi değilim. Ama fikir anlamında bir şeyler söyleyebilirim. İslamiyet toplumsal dayanışmayı önemseyen yardımlaşmayı bu anlamda önde tutan, yok etmeden öte var etmeyi önemseyen bir kurum. Fakat İslamiyet şu da değil diye düşünüyorum hiçbir şekilde bir komünizm sistemi de değildir. Bana göre sen üretme ama devlet sana versin değil bence. Bu anlamda kendini diri tutma ve birilerini ezmeden ön plana çıkmanın çok da problemliliğini düşünmüyorum.” şeklinde yanıtlamışlardır.

Katılımcılara kendi işletmelerindeki çalışma ahlakı anlayışını hangi İslami İkelere bağlı olarak şekillendirdikleri sorulmuştur. Bu soruya verilen yanıtlar iki kategoride şekillenmiştir i-İşçi hakları: katılımcıların işçilerinin ücretini zamanında ödemeyi, sigorta primlerini yatırmayı, angarya yaptırmamayı, mümkün olduğunca piyasa üzerinde ücret vermeyi vurguladıkları görülmüştür. ii-Ticari ahlak: Katılımcılar faizle iş yapmamayı, vadeli mal alıp satmamayı esas kabul ettiklerini vurgulamışlardır.

Son olarak katılımcılara muhafazakâr olarak bilinen iş adamları örgütlerine üye olup olmadıkları sorulmuş, katılımcılardan 6'sı (%60) üye olduklarını beyan etmiştir. Bunun üzerine kamuoyunda muhafazakar olarak bilinen iş adamları derneklerinin formel beyanları esas alınarak bu derneklerin rekabet konusunda bir görüşlerinin olup olmadığı, bir görüşleri varsa bu görüşlerin ne ölçüde katılımcıların görüşleriyle uyum sağladığı anlaşılmaya çalışılmıştır.

Muhafazakâr çevrelerin en büyük işadamları derneği sayılan Müsiad'ın kuruluş amaçlarında (<http://www.musiad.org.tr/tr-tr/musiadla-tanisin/amaclar>) “toplumumuzun geçmişten bugüne getirdiği kültürel ve manevi değerlerle beslenmiş, ortak bir iş ahlakının ve örnek bir işadamları yahut işletme modelinin oluşmasına, gelişmesine katkıda bulunmak” denilerek belki olumsuz rekabet konusunun da içinde değerlendirilebileceği oldukça geniş bir ilke konmuştur. Fakat olumsuz rekabetin bu denli yıkıcı olduğu günümüz şartlarında bu organizasyondan özellikle bu konuya vurgu yapması beklenirdi. Yine Genç Müsiad'ın amaçlarında (<http://www.gencmusiad.org.tr/hakkimizda/>) Müsiad'a benzer şekilde “Toplumumuzun geçmişten günümüze getirdiği kültürel ve manevi değerlerle beslenmiş, iş ahlakını özümsemiş, örnek iş adamları” gibi oldukça geniş kapsamlı bir ilke konulmuş, olumsuz rekabete özellikle vurgu yapılmamıştır. Askon ise kurumun misyonunu açıklarken (http://www.askon.org.tr/page/misyon_3) “Üye işletmelerin ve ülkemizin rekabet gücünü arttırmak, haksızlıkların giderilmesi mücadelesi vermek ve iktisadi hayatın ahlaki temelde şekillenmesine katkıda bulunmaktır..... Kuruluşların kurumsal altyapısının güçlenmesi, uluslararası standartlara kavuşması, iş etik kurallarının benimsenmesi konularında destek vermek ve rehberlik yapmak” diyerek yıkıcı rekabet konusunda daha net bir ilkeyi ortaya koymuştur. Son yıllarda kapsam alanının çok arttığı gözlenen Tümsiad'ın tüzüğünde ise “Uluslararası iş dünyası ile karşılıklı faydalanma esasına dayalı iş birliği doğrultusunda, ülkemiz sanayi ve hizmet kesiminin rekabet gücünü artırarak, uluslararası ekonomik yapıların karar mekanizmalarına etki ederek veya söz sahibi olarak, ekonomik yapımızın istikrarlı yapısının sağlamaştırılması yönünde çalışır” ifadeleri yer almaktadır. Bir diğer muhafazakar dernek olan İgiad ise Tüzüğü'nün 3'üncü maddesinde sosyal yardımlaşmayı ve iş ahlakını önceleyen ilkeler koymuştur (<http://igiad.com/kurumsal/igiad/tuzuk/>). İlgili derneklerin tüzüklerinde geçen rekabet kelimesi sayısı da tarafımızca incelenmiş ve Tümsiad'ın tüzüğünde 4 yerde, Genç Müsiad'ın tüzüğünde 1 yerde ve yine Askon'un kurumsal politikaların açıklandığı bölümde 1 yerde rekabet kelimesinin geçtiği görülmektedir. İgiad'ın tüzüğünde ise rekabet kelimesi yer almamaktadır. Bahsedilen derneklerin tüzüklerinde rekabet kelimesinin nicel olarak yer almasının yanı sıra nitel durumuna da bakılmış; Tümsiad, Askon ve Genç Müsiad'da rekabet kelimesinin olumlu anlamda yer bulduğu, Müsiad ve İgiad'ın ise rekabet kelimesini kullanmaktan kaçındıkları, dolaylı anlatımlarda ise rekabet yerine dayanışma kelimesine vurgu yaptıkları görülmüştür. Araştırma kapsamında kendisi ile derinlemesine mülakat yapılan katılımcılar, üye oldukları bu kuruluşlardan rekabet ile ilgili daha net ve vurgulu ilkeler koymasını istemesine rağmen, bu hususun fazlaca önemsenmediği görülmektedir.

6. Sonuç

Muhafazakârlık kavramı, sosyoloji, ahlak bilim ve iktisatta farklı anlamlarda ifade edilen çok boyutlu bir kavramdır. Türkçe'nin gündelik kullanımında ise kavram daha çok yaşam pratiklerin dinsel (İslam) değer ve normları esas alan yahut doğru kabul eden kişileri ifade için kullanılmaktadır. Bu bağlamda bir kavramsallaştırma yapıldığında kavramın

kapsamının oldukça geniş bir kitleyi kapsadığı ve tabii olarak böyle geniş bir kitlenin yekpare bir tavır ve tutum içinde ifade edilemeyeceği söylenmelidir. Bu çalışmada kişilerin kendilerini tanımlama biçimleri çerçevesinde muhafazakârlık kavramını tanımlamaları istenmiştir. Bunun neticesinde; katılımcıların kahir ekserinin bu kavramı din (İslam) ile ilişkilendirdikleri görülmüştür. Her ne kadar bazı katılımcıların muhafazakârlık kavramının içeriği ile ilgili esaslı itirazları söz konusu olsa da, kavramın geniş kesimlerce kabul edilen şeklini esas alıp, şerh ve itirazlarını beyan ederek, kendilerini muhafazakâr olarak tanımladıkları görülmüştür. Kavrama yöneltile itirazlar önemlidir. Kendilerini temel dini referanslara göre konumlandıran kişilerle, örf ve gelenekler üzerinden konumlandıran kişilerin iş yapma pratikleri açısından kavramsal düzlemde ayrılmasının gerekli olduğunu söyleyebiliriz. Her ne kadar muhafazakâr anlayışla ile din arasında güçlü bir ilişki söz konusuysa da İslam eşittir muhafazakârlık denilemeyeceği gibi İslam ahlakı eşittir, muhafazakâr iş ahlakıdır da denilemez. Muhafazakârlık kavramını, din ile ilişkisini kitabi referanslarla değil de örf ve anane ile kuranlar bağlamında ele alıp değerlendirildiğimizde İslam iş ahlakı ile muhafazakâr iş ahlakı arasında bir dikatomi ortaya çıkar. Rekabet konusunda da aynı olgudan bahsedilebilir. Araştırmadan elde ettiğimiz veriler değerlendirildiğinde muhafazakâr anlayış rekabeti apriori (mutlak veri) olarak içselleştirirken, İslam dini rekabete ahlaki kodlar koymayı önermektedir. İbni Mace'de yer alan "Allah'tan sakınan, iyilik yapan ve dürüst davrananlar dışında bütün tüccarlar kıyamet gününde günahkâr bir vaziyette diriltileceklerdir" rivayeti de bu hususu vurgular niteliktedir (Yıldırım, 2014: 9). Bu ve benzeri onlarca hadis ve ayet neticesindedir ki İslam'ın ilk dönemlerinden itibaren hisbe teşkilatı kurulmuştur. Hisbe teşkilatı birçok fonksiyonu yanı sıra rekabeti mümkün kılmak, denetlemek ve sınırlandırmak vazifelerini de görmektedir.

Araştırma sonucunda tüm katılımcı iş adamlarının kendi iş dünyalarında rekabet faktörünü önemli gördükleri görülmüştür. Bu beklenen bir durumdur. Ekonomik düzen, iş aktörlerinin zihniyet dünyasından bağımsız olarak kendi kurallarını işletmekte, bireyleri teorik alanın dışında pratik mecburiyetler silsilesine mahkûm etmektedir. İşte tam da bu noktada kendisini muhafazakar olarak tanımlayan kişilerin rekabet anlayışının ne olduğu, liberal rekabet teorileriyle bu kişilerin görüşlerinin ne kadar benzeştiği açığa çıkartılmaya çalışılmıştır. Katılımcıların cevapları nitel olarak incelendiğinde katılımcıların genel olarak rekabet kavramını olumlu algıladıkları, hatta kendi iş yapma biçimlerinin merkezlerine aldıkları görülmüştür. Ancak bununla beraber rekabetin sınırları konusunda liberal anlayışla hiçbir şekilde örtüştürülmeyecek biçimde tutumlar takındıkları da açığa çıkmıştır. Katılımcıların büyük çoğunluğu rakiplerinin yok olmasını arzu etmeyeceklerini hatta bu durumdan üzüntü duyacaklarını beyan etmektedir. Rekabet konusunda dini referanslara dayalı çok net sınırlara işaret etmektedirler. Ancak diğer taraftan bu dini referansların ne olduğu sorulduğunda katılımcıların önemli bir kısmının (%40) bu konuda bir fikri olmadığı görülmektedir. Katılımcıların hukuk ve ahlak kavramının ayrık yönlerinin farkında oldukları, rekabet konusunu hukuk bağlamından ziyade ahlak bağlamında değerlendirdikleri anlaşılmaktadır. Çalışma kapsamında katılımcılara bağlı oldukları iş örgütlerinin (şemsiye kurumların) rekabet konusunda sınırlamalar getirmesini isteyip istemedikleri sorulmuş, katılımcıların tamamının sınır koymaktan yana oldukları görülmüştür. Ancak muhafazakar kesimin çatı örgütlerinin formel beyanları incelendiğinde bu konularla ilgili bir anlayışın yansıtılmadığı görülmüş dahası bu örgütlerin rekabet anlayışı konusunda liberal anlayışla büyük bir örtüşme gösteren bir yaklaşım içinde oldukları tespit edilmiştir (Akçay & Yıldız, 2016: 3465). Bu kurumların

tüzükleri ve web siteleri incelendiğinde etik problem olarak görülebilecek konularda liberal çevrelerden daha hassas davrandıklarını gösteren herhangi bir bilgi ve emareye rastlanmamıştır. Buna karşın hem bir iş adamları hem de bir uzman sivil toplum kuruluşu olarak görülebilecek İgiad'ın bu tablodan ayrıştığını kurumsal olarak kendini ifade etmeyen ciddi bir kesimin de bireysel bazda ana kütleden ayrıştığını söyleyebiliriz. Katılımcıların çoğunluğunun aynı zamanda bu çatı kuruluşların üyesi olduğu değerlendirildiğinde tabanın tutum ve yönelimlerinin formal yapı tarafından temsilinde uyumsuzluklar olduğu söylenebilir. Çalışmadan elde edilen bir başka önemli veri de; muhafazakârların kapitalist ahlak ve anlayışla ciddi bir duygusal çatışma hissettikleridir. Türkiye bağlamında bir asrı aşan kapitalist tecrübeye rağmen zihinsel ve duygusal örtüşmenin gerçekleşmediği görülmektedir. Bu durumun ilerleyen yıllarda yeni sosyolojik ve iktisadi arayış ve yönelişlerin tetikleyicisi olabileceği dikkate alınmalıdır. Bu çalışmadaki incelenen birey sayısının düşüklüğü ile kendisini muhafazakâr olarak tanımlayan tüm dernek ve STK'ların kapsama alınmaması, kısıtlılıklar olarak sayılabilir. Kapsamdaki tüm kuruluşların ve daha geniş bir kesimi kapsayacak muhafazakar işadamlarının olduğu çalışmalar, konu hakkında daha doğru bilgiler verecektir. Bu alanda daha derinlemesine çalışmalara yönelmelidir.

Kaynakça

- Akçay, H., & Yıldız, K. (2016). Muhafazakâr iş ahlakı anlayışı çerçevesinde rekabet. *Uluslararası Yönetim, Ekonomi ve Politika Kongresi*, 3, 3459-3466.
- Akdemir, F. (2009). Ahlakî normların ontolojik kaynağı ve epistemolojik değeri bağlamında din/tanrı ahlak ilişkisi. *Muhafazakâr Düşünce Dergisi*, 5 (19-20), 35-54.
- Akıncı, M. (2009). Muhafazakarlık ve değişim: Değişime direniş mi yoksa ihtiyatlı değişimi savunmak mı?, *Aksaray Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi*, 1 (1), 133-148.
- Akkaş, H. H. (2003). Muhafazakâr siyasi düşünce kavramı üzerine. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (2), 241-254.
- Andersen, P. H. (2008). Generic rivalry strategies in business networks: Towards a conceptualization, *jbm*. 2008/2, Vol: 2, DOI 10.1007/s12087-008-0022-0, 99-117.
- Arslan, M. (2005). *İş ve meslek ahlakı*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Börk, A., & Kavas, E. (2015). Yahudilik, Hıristiyanlık ve İslam geleneklerinde iş ahlakı: Karşılaştırmalı bir analiz. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 6(13), 89-101.
- Bulut, M. (2015). Ahlak ve iktisat. *Adam Akademi*, 5(2), 105-123.
- Çayiroğlu, Y. (2014). İslâm iktisadının karakteristik özellikleri. *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, 24, 149-183.
- Çokluk, Ö., Yılmaz, K., & Oğuz, E. (2011). Nitel bir görüşme yöntemi: Odak grup görüşmesi. *Kuramsal Eğitim Bilim*, 4(1), 95-107.
- Demirpolat, A., & Yıldız, S. (2014). Modern ticari yaşamda Müsiad üyesi girişimcilerinin iş ahlakı: Denizli örneği. *Humanitas*, 4 (Güz), 87-108.
- Doğan, M. (1994). *Temel büyük Türkçe sözlük*. İstanbul: Bahar Yayınları.
- Efil, İ. (2010). *Toplam kalite yönetimi*. Bursa: Dora Yayınları.

- Eren, Ş. (2015). *Ticaret ahlakı*. İstanbul: Selsebil Yayınları.
- Gazali, M. (2010). *Kimyayı saadet*. (Çev. M. F. Gürtunca). İstanbul: Sağlık Yayınevi.
- Güler, Z. (2012). *40 hadiste iş ve ticaret ahlakı*. İstanbul: İGİAD Yayınları.
- Güneş, Y. (2011). İslâm ahlâkının temel özellikleri. *Ekev Akademi Dergisi*, 15 (49), 93-104.
- Khan, M. A. (2017). *Hız. Peygamberin iktisadi öğretileri*. (Çev. E. B. Demirtaş). İstanbul: İgiad Yayınları.
- Kınalızade (2007). *Ahlak-ı alai*. Yayıma Hazırlayan: Mustafa Koç. İstanbul: Klasik Yayınları.
- Kiraz, C. (2005). *Kuran'da ahlak ilkeleri, Tevrat, Zebur ve İncil'le mukayeseli bir çalışma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Uludağ Üniversitesi.
- Kurtuluş, B. (2005). Geçmişten günümüze iş ahlakı. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 737-759.
- Longman modern English dictionary*. 1976, London.
- Mutçalı, S. (2012). *Arapça Türkçe sözlük*. İstanbul: Dağarcık Yayınları.
- Özgener, Ş. (2009). *İş ahlakının temelleri*. 2. Baskı, İstanbul: Nobel Yayınları.
- Pirtini, S. (2009). Pazarlamada yeni eğilimler açısından vizyon yönetimi ve müşteri ilişkilerinde rekabet avantajı yaratma. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 26(1), 225-238.
- Poole, R. (1993). *Ahlak ve modernlik*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Rekabet Kurumu (2014). *Rekabet terimleri sözlüğü*. 5. Baskı.
- Seviçin, A. (2009). Sürdürülebilir rekabet üstünlüğü. *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(10), 171-185.
- Sombart, W. (2005). *Kapitalizm ve Yahudiler*. (Çev. S. Gürses). İstanbul: İleri Yayınları.
- Ülgener, S. (2006). İktisadi çözümlenin ahlak ve zihniyet dünyası. İstanbul: Derin Yayınları.
- Ünlü, U. (2015). Ticaret şirketleri ve ticari işlemler açısından haksız rekabet halinde alınacak ihtiyati tedbirler. *Mali Çözüm*, Eylül-Ekim 2015, 95-99.
- Yardımcıoğlu, M. (2015). Mevlana Mevdûdî'nin İslam ekonomisine katkısı. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 4(2), 214-219.
- Yıldırım, E. Y. (2014). *Asrı Saadet'te ticaret ve tüccar sahipleri*. İstanbul: İGİAD Yayınları.
- Yıldırım, Ş. (2015). İslam hukukunda bazı terminolojik problemler. *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, 26, 39-62.
- <http://www.musiad.org.tr/tr-tr/musiadla-tanisin/amaclar>, Erişim Tarihi: 09.11.2016.
- <http://www.rekabet.gov.tr/tr-TR/Sayfalar/Genel-Bilgiler>, Erişim Tarihi: 04.11.2016.
- <http://igiad.com/kurumsal/igiad/tuzuk/>, Erişim Tarihi: 09.11.2016.
- <http://tusiad.org/tr/tusiad/tuzuk>, Erişim Tarihi: 09.11.2016.
- <http://www.gencmusiad.org.tr/hakkimizda/>, Erişim Tarihi: 09.11.2016.

