

Türk Kültüründe Ticaret Ahlakı Üzerine Kavramsal Bir Araştırma ***A conceptual research on trade ethics in Turkish culture****H. Mustafa PAKSOY** ^{1**}**B. Dilek ÖZBEZEK** ²**Sadettin PAKSOY** ³¹ Gaziantep Üniversitesi, İİBF, Gaziantep, Türkiye, hmpaksoy@yahoo.com, Orcid: 0000-0001-7975-1795² Gaziantep Üniversitesi, İslahiye İİBF, Gaziantep, Türkiye, dilekozbezek@gmail.com, Orcid: 0000-0001-7176-1534³ Gaziantep Üniversitesi, Oğuzeli MYO, Gaziantep, Türkiye, sadettinpaksoy64@gmail.com, Orcid: 0000-0003-3346-3530

** Yazışılan Yazar/Corresponding author

Makale Geliş/Received: 05.05.2020

Makale Kabul/Accepted: 30.05.2020

Öz

Günümüzde küreselleşme, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı değişimlerin meydana getirdiği yoğun rekabet ortamında ülkelerin kalkınma ve ilerlemesi için ticaret ahlâkî giderek artan bir şekilde büyük önem arz etmektedir. Toplum içinde insanların duygu ve düşünceleri ile davranışları arasındaki uyumu düzenleyen ahlâk sadece resmi yapılar değil, aynı zamanda gayri resmi kurallar setidir. Bu nedenle de ahlâk daha çok bir toplumun kültürüyle bağlantılıdır. Sosyal bir faaliyet alanı olarak ticaret ise toplumsal güven, karşılıklı sevgi ve saygı ortamını korumak için toplumu oluşturan bireylerin hak ve yükümlülüklerini, tutum ve davranışlarını ölçülü hale getirilmesini hedefleyen hukuki düzenlemelerin yanı sıra aile ve benzeri diğer toplumsal kurumlar tarafından şekillendirilen manevi değerler ve ilkeleri de kapsayan ekonomik bir etkinliktir. Öyle ki ticaretin kültürel etkenlerle birlikte toplumsal bir çerçeve içerisinde gerçekleştiği göz ardı edilemez. Bu bakış açısı ile bir tutum ve davranış kalıbı olarak ticaret ahlâkî, belli toplumsal değerler ve ilkeler üzerinden hareket edilerek sağlam bir çerçeve içerisinde ele alınabilir. Kavramsal olarak tasarlanan bu araştırmanın temel amacı, ticaret kavramını toplumsal bir çerçeve içerisinde ve kültürel etkenlerle birlikte incelenerek, Türk kültüründe ticaret ahlâkına ilişkin bir perspektif ortaya koymaktır. Bu temel amaç doğrultusunda araştırma ahlâk, Türk kültürü ve ticaret yanı sıra Türk kültüründe ticaret ahlâkının tarihsel dinamiklerini oluşturan inanç, ahilik ve vakıf sistemleri üzerine kurulmuştur. İlk olarak, ahlâkın modern dünyada ifade ettiği anlam, Türk kültürü ve ticarete ilişkin açıklamalara yer verilecektir. Daha sonra Türk kültüründe bir tutum ve davranış kalıbı olarak ticaret ahlâkının şekillenmesinde etkili olan ahilik, inanç ve vakıf sistemleri açıklanacaktır.

Anahtar kelimeler: Ahlâk, Ticaret, Ticaret Ahlâkî, Ahilik, Vakıf

JEL kodları: . F10, F19

Abstract

Nowadays, with the globalization, trade ethics is increasingly important for the development and progression of countries in a highly competitive environment caused by rapid changes in information and communication technologies. The ethics is not only formal structures that regulate the harmony between human emotions and thoughts and behaviors in society, but also a set of informal rules. Ethics is therefore more connected to the culture of a society. Trade as a social field of activity is an economic activity that includes spiritual values and principles shaped by family and other social institutions and legal regulations aiming to measure the rights and obligations, attitudes and behaviors of individuals in order to preserve the environment of social trust, mutual love and respect. In fact, it cannot be overlooked that trade takes place within a social framework together with cultural factors. From this perspective, trade ethics as an attitude and behavior pattern can be dealt with in a sound framework by acting on certain social values and principles. The main purpose of this conceptually designed research is to examine the concept of trade in a social framework together with the cultural factors and to present a perspective on trade ethics in Turkish culture. For this main purpose, a research is founded on ethics, Turkish culture and trade as well as the beliefs, akhism and waqf systems that are constitute the historical dynamics of trade ethics in Turkish culture. First of all, the meaning expressed by ethics in the modern world, Turkish culture and trade will be explained. Later on, the akhism, beliefs and waqf systems that are effective in shaping the trade ethics in the Turkish culture will be explained.

Keywords: Ethics, Trade, Trade Ethics, Akhism, Waqf

JEL codes: F10, F19

* Bu çalışma, 28-30 Mart 2019'da Arnavutluk State University of Tirana'da düzenlenen International Turkish Language and Regional Studies Congress'de İngilizce bildiri olarak sunulmuştur.

1. GİRİŞ

Ahlâk, en basit tanımıyla kültürel süreç içinde aktarılan yanı sıra hayatımızın amacını ve seyrini belirleyen seçimlere ve eylemlere rehberlik eden sosyal hayatın temel kuralları ve ilkelerini oluşturan doğru ve yanlış davranış biçimleridir. Toplumların karşılaştıkları pek çok sosyal sorunun temel kaynağı ekonomik, sosyal, kültürel ve politik alanlarda yaşanan gelişmelerin ahlâkî yönlerini ihmal etmesidir (Özgener, 2008: 33-34). Öyle görülüyor ki çağımızın ince hassas dengeleri üzerine kurulan dünyasında insanlar ahlâkî değerlere daha da fazla ihtiyaç duymaktadır. Ahlâkî yozlaşma veya çöküntü bir toplumun ticarî, iktisadî ve sosyal hayatında da bozulmaları hızlandırmaktadır. Öyleyse ahlâkî değerler, toplumları saygın bir yere getiren en önemli unsurlar olarak görülebilir. Aslında toplumsal düzenin teminatı olarak da ifade edilen ahlâkî değerler olmadan toplumların sosyal hayatta erdemli olmalarının mümkün olmadığı söylenebilir. Aynı zamanda ahlâkî prensip ve ilkeler üzerine inşa edilmeyen iktisadî ve ticarî bir hayatın sağlıklı bir şekilde yürümesi ve ayakta kalması da mümkün değildir (Sancaklı, 2010: 11).

Eski çağlardan beri insanların hayatında yer alan birkaç temel meslekten biri olarak ticaret, kazanç sağlaması yanı sıra sosyal yönden faydaları, üretimi teşvik etmesi, üretilen malların dağılımının gerçekleşmesi, insanlara iş ve istihdam alanı sağlaması gibi nedenlerle bir toplumu ayakta tutan önemli dayanaklardan biridir. Ne var ki insanlık tarihi boyunca önemini hep koruyan ticaretin (Çalışkan, 2018: 27-29) sağlıklı bir şekilde yürümesi ise genel ve mesleki düzeylerde bazı davranış kurallarının, düşünce biçimlerinin ve buna uygun ilkelerin varlığıyla doğru orantılıdır (Korkmaz, 2012: 40). Hal böyle olunca ahlâkî değerler özellikle ticaret hayatından başlamak sureti ile toplumsal hayatın bütün alanlarına yayılmasını hedef alan belirli kurum ve tarihsel mirasla inşa edilen kültürel etkenler ile kontrol altına alınmakta ve yön verilmektedir.

Ticaret ahlâkî genel olarak bir toplumda hâkim ahlâkî prensip ve ilkelerin ticarî hayata yansımalarıdır. Nitekim doğruluk, dürüstlük, adâlet, sözünde durma gibi ticaret ahlâkının temelini oluşturan ahlâkî değerler şüphesiz toplumsal hayatın tüm alanları için de geçerlidir. Öte yandan öğrenilen ve paylaşılan davranış kalıpları olarak ifade edilen kültür, bir toplumdaki hâkim ahlâkî anlayışın belki de temel belirleyici unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. İşte bu noktada ticaretin toplumsal bir çerçeve içerisinde gerçekleştiği de göz ardı edilmeyecek olursa "ticaret ahlâkî" kültürel bir yapı içerisinde değerlendirilmesi gerekir.

2. AHLÂK KAVRAMI

Ahlâk, insanlık tarihinde her zaman var olmuş sosyal bir olgudur (Akdoğan, 2004: 180). Öyle ki dünyanın kurulduğu günden beri bir toplum içinde insanların davranışlarını ve birbirleriyle ilişkilerini düzenlemek için (Gök, 2008: 7) her zaman uyması zorunlu kurallar sistemi olarak tanımlanan ahlâk; felsefe ile birlikte sosyoloji, psikoloji, antropoloji, din ve işletme gibi birçok sosyal bilim alanında tartışılan önemli bir kavram (Arslanoğlu, 2005: 68; Akçay, 2010: 2) olarak karşımıza çıkmaktadır. İngilizce'de ahlâk kelimesinin karşılığı olarak kullanılan "ethics" terimi etimolojik açıdan (Aktan, 2009: 39) Yunanca'da gelenek ve alışkanlık anlamına gelen "etos", Latince'deki gelenek, alışkanlık veya karakter anlamına gelen "mos, mores" (Özgener, 2008: 32) ve Arapça'da huy, karakter, tabiat ve yaratılış anlamında gelen "hulk" sözcüklerine dayanmaktadır (Tarım vd., 2014: 122). Ahlâk, iyi,

güzel, faydalı... ile kötü, çirkin, zararlı... gibi zıt fiillerin birbirinden ayırt edilmesini sağlayan değerler kümesini (Ünsür, 2017: 90) temsil etmektedir.

Literatürde yapılmış pek çok tanımı bulunan ahlâk, insanın duygu ve düşünceleri ile davranışı arasındaki uyum ve dengeyi sağlayan değer yargılarını içerir (Baktır, 2007: 1). Genel anlamda ahlâk, bireyin hayatında yol gösterici ilkeler olarak benimsediği (Sroka ve Lórinçzy, 2015: 157) ve uymak zorunda olduğu temel değerler ve davranış biçimleri olarak tanımlanabilir (Özen, 2015: 110). Ahlâk, bir kültür çerçevesinde benimsenen ve kabul gören değerler ile bu değerlerin nasıl faydalanacağını yanı sıra uzun dönemde belirlenen amaçlara nasıl ulaşılacağını ortaya koyan kurallar olarak da tanımlanmaktadır (Bektaş, 2015: 329). Başka bir tanımda ise ahlâk, doğru/iyi veya yanlış/kötü konularında bilinçli yargılama ve karar verme ve bu karar doğrultusunda davranışta bulunma ile ilgili süreçleri içeren bilişsel bir yapı (Ekşi, 2006: 30) olarak ifade edilir.

Tüm bu tanımlardan yola çıkıldığında ahlâk, belirli bir dönemde ve belirli bir toplumda (Çalışkan, 2013: 23) doğru ve iyi şeylerin veya yanlış ve kötü şeylerin standartlarını açıklayan bir davranış kodunu oluşturan normlar ve kurallar sisteminin bütünü olarak (Özgener, 2008: 33) karşımıza çıkmaktadır. Bu yönüyle ahlâk, bir bireyin doğumu ile birlikte kendisini içinde bulduğu bir disiplin sistemi ya da bir sosyal kurum niteliğindedir (Özen, 2014: 66). Ahlâk, doğru ve yanlış davranışları tanımlayan kurallar veya ilkeler (Sroka ve Lórinçzy, 2015: 157) ile ilgili bir kavram olarak içinde yaşanılan toplumun genel anlayışını yansıtır (Gül, 2016: 525). Bir başka ifade ile bir toplumdaki hâkim ahlâk anlayışı, aynı zamanda diğer toplumsal değerler ve değer yargularından da bağımsız değildir. Öyle ki bir bireyin içinde yaşadığı toplumdaki ayrı ele alınmaması gerekmektedir, farklı toplumlar da geçmişlerinden getirdikleri kültürel özelliklerinden ayrı ele alınmaması gerekir (Ünal, 2008: 40).

3. TARİHÎ, COĞRAFÎ VE SİYASÎ DEĞİŞKENLER İŞİĞİNDE TÜRK KÜLTÜRÜ VE TİCARET

Kültürel, ekonomik ve siyasi süreçler toplumsal hayatın birbirinden ayrılmaz parçalarını oluşturmaktadır (Kara, 2010: 479). Sosyal bir kavram olarak genellikle medeniyet, uygarlık ya da irfan gibi kavramlar ile birlikte kullanılan (Çetin, 2016: 72) kültür, açıklanması ve tanımlanması oldukça zor bir yapıdır. En genel anlamı ile kültür, belirli bir zamanda (Ünal, 2011: 126; Ralston vd., 2008: 9), toplumsal gelişme süreci içinde ortaya konulan (Göktoğa ve Gündoğmuş, 2015: 319) "bütün bir yaşam biçimi ve ortak bir semboller bütünü" şeklinde tanımlanabilir (Işık, 2013: 155). Kültür, insan davranışlarını etkileyen en soyut kavram olarak görülür (McCort ve Malhotra 1993: 92). Kültür, özünde toplum içinde insanları bir arada tutan ve birlikte yaşamaları sonucu ortaya çıkan ortak (Yuvalı, 1996: 211) duygu, düşünce, tutum ve davranışları kapsayan bir olgudur (Tazebay ve Akpınar, 2010: 245). Toplumların kimliği olarak da tanımlanan kültür (Arslan vd., 2017: 670) ayrıca, bilgi ve her türlü sanat, ahlâk, hukuk, inanç, örf ve âdetleri yanı sıra insanın içinde yaşadığı toplumun bir üyesi olarak kazandığı yetenek ve alışkanlıkları da içine alan maddi ve manevi değerlerin bütünü (Çetin, 2016: 73) temsil etmektedir.

Kültür, toplumların yaşam şeklini belirleyen en önemli unsurlardan birisi olarak kabul edilebilir. Toplumlar, ekonomik, coğrafi ve iklimsel faktörlerle birlikte örf, adet ve geleneklerden aldıkları unsurları birleştirerek, kendilerine ait bir kültür oluşturur ve geliştirirler (Gögebakan, 2010: 202). Kültür, dinamik bir yapıya sahiptir ve dolayısıyla

değişmeyen, hep olduğu gibi kalan bir yapı değildir. Öyleyse kültürün yapısı zamana, siyasal, sosyal ve ekonomik yapıdaki gelişmelere bağlı olarak değişikliğe uğrayabilir ve aynı zamanda başka kültürlerle karşılıklı olarak alışverişte bulunabilir (Mahiroğulları, 2005: 1279). Türk kültür tarihinin oluşumunda, temel dinamikleri Orta Asya bozkırlarına kadar uzanan geleneksel Türk Kültürü, Türkler'in İslamiyet'i kabul etmeleri ile birlikte kurdukları büyük devletlerin de izlerini taşıyan İslâm kültürü ve Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin kurulması ve Atatürk inkılâpları sonrasında gerçek anlamıyla topluma etkileyen Batı kültürü olmak üzere üç temel kültürel yapı önemli rol oynamıştır (Yüksel, 1987: 260). Esasen bireylerin kişisel özelliklerinin şekillenmesinde etkili olduğu kabul edilen kültür ile kimlik kavramları iç içe gelişen kavramlardır. Bu iç içelik kültürün kişiliği, kişiliğin de kimliği etkilemesi şeklinde ortaya çıkmaktadır (Arslantaş, 2008: 110). Bu yönüyle Türk kimliğinin de kültürel yapı içerisinde yer alan maddi ve manevi değerlere dayandığını söylemek mümkündür.

Türk milleti, sosyal, siyasî ve ekonomi alanlarda dünya tarihine yön veren en eski kültür ve medeniyetlerine sahiptir (Yetişgin, 2007: 46). 10. asırdan itibaren, Orta Asya bozkırlarından, Anadolu'ya, Avrupa'ya ve Güney Asya ile Orta Doğu ve Kuzey Avrupa'ya kadar uzanan (Özkul, 2015: 169) tarih sahnesindeki çok uzun ve bir o kadar da meşakkatli yolculukları sırasında (Gögebakan, 2010: 202) Türk milleti sadece tarih sayfalarına geçen zaferleriyle değil, aynı zamanda büyük medeniyetlerin bulunduğu stratejik öneme sahip geniş bir coğrafyada kurduğu güçlü devletler ile dünya tarihinde de derin izler bırakmıştır (Kara, 2010: 480; Horata, 2017: 127). Özellikle tarih boyunca uzun zaman dilimleri içerisinde hâkim oldukları coğrafya ve iklimlerin farklılıklarını özünde yumuşatarak uyum sağlaması ve aynı zamanda kendilerine ait olan kimliklerini kaybetmeden (Timur, 2000: 11) bu toprakları kendi kültürleri ile inşa etmesi ve asırlarca hukuku ve insan haklarını ön planda tutarak farklı din, dil, ırk ve milletten insanları bünyesinde barındıran üç kıtanın bulunduğu bir bölgeyi yönetmesi Türkleri dünya milletleri içerisinde ayrı bir yere taşımıştır (Kara, 2010: 480).

Türk milleti yeni tanıştıkları kültürler ile uyum sağlarken, aynı zamanda kendi kültürlerini daha da zenginleştirerek sürdürmeyi başarabilmiştir (Yuvalı, 1996: 217; Özkul, 2015: 169). Öyle ki Orta Asya'nın bozkırlarında yeşermeye başlayan (Gögebakan, 2010: 202) ve farklı medeniyetlerle karşılıklı etkileşim içinde (Tazebay ve Akpınar, 2010: 245) sürekli gelişime ve değişime dayalı bu dinamik yapı Türk milletini büyük devlet ve imparatorluklara taşıyan temel faktörlerden biri olmuştur (Horata, 2017: 117). Bir başka ifade ile Türk milleti, Büyük Selçuklu, Anadolu Selçuklu ve Osmanlı Devleti Dönemleri başta olmak üzere yayıldıkları topraklar içerisinde bulunan toplumları hem fiziki hem de sosyo-ekonomik ve kültürel olarak etkilerken, aynı zamanda farklı kültür öğelerini de bünyesine alarak dünya milletleri arasında engin bir tarihi hafızaya sahip olmuştur. Öyle görülüyor ki bu hareketlilik tarihsel geçmişi Orta Asya'ya kadar uzanan Türk kültürünü sürekli ve dinamik kılmıştır. Özellikle İslamiyet'in kabulünden sonra daha da güçlü bağlarla birbirine bağlanan Türk milleti, hiçbir askeri gücün başaramayacağı, farklı kıtalarla ve iklimlerle ilişki kurabilecek ve sürdürebilecek ve aynı zamanda da bu ilişkiye yön verebilecek bir karakteri içinde barındıran (Artun, 2005: 1; Yetişgin, 2007: 63; Eroğlu, 2008: 254) manevi bir birlik ruhunu ve gücünü oluşturmuştur. Günümüzde bu dinamikler sayesinde Adriyatik'ten Çin Seddi'ne kadar dünyanın farklı köşelerinde birlik ve beraberliklerini bozmadan halen Türk kimliğini

koruyarak, Türk dünyası içerisinde yaşayan milyonlarca soydaşımız da bu anlayışın bir devamını ortaya koymaktadır (Kara, 2010: 480).

Batıda Balkanlardan, Doğuda Büyük Okyanus'a, kuzeyde Kuzey Buz Denizinden, Güneyde Tibet'e (Topal ve Sezer, 2016: 97) kadar oldukça geniş bir coğrafya yayılıp, aynı zamanda da Orta Asya coğrafyasında yüzyılların birikimiyle oluşan (Göğebakan, 2010: 204) tarihî mirasla organik bağlarını koparmadan dün olduğu gibi, bugün de kültürlerini evrensel değerler etrafında geliştiren (Horata, 2017: 127) Türkler'in, dünya ticaretinde söz sahibi oldukları görülmektedir (Kar, 2016: 193). Öyle görülüyor ki kültürel etkilerin üzerinde baskın rol oynadığı ticarî yaşamda da Türkler'in ortaya koyduğu çalışmalar, kültürleri kadar dünya milletlerine örnek teşkil etmiştir (Kara, 2010: 480).

Orta Asya'da Türk topluluklarının bozkır kültürü etrafında şekillenen İktisâdî yapısını genellikle hayvancılık, tarım, el sanatları ve ticaret oluşturmaktadır (İlgen, 1999: 103-104). Genel olarak hayvancılığa dayanan bozkır ekonomisi yeterli olmadığı için Türkler, ekonomilerinin eksikliğini daha çok ticaret yaparak gidermeye çalışmışlardır. Nitekim Türkler, kendilerinin ihtiyaçlarından fazla ürettikleri malları başkalarına satmak, kendilerinde olmayanları da almak için karşılıklı ticarî ilişkilerde bulunmuşlardır (Mandaloğlu, 2013: 134). Türkler'in ilk ticarî faaliyetlerine Orta Asya'da İpek Yolu'nu birbirine bağlayan şehirlerde kurulan pazar yerlerinde başladığı bilinmektedir (İnan, 2015: 120; Kar, 2017: 4). Özellikle Türkler'in yaşadığı bölgenin eski İpek Yolu güzergâhında bulunması, bu bölgeyi transit ticarete elverişli hale getirmiştir (İlgen, 1999: 97). İşte bu açıdan Türkler'in ticaret hayatında, Çin'i Batı Türkistan'a birleştiren Kâşgar, Semerkant, Buhara, Nişapur, Rey, Hemedan ve Bağdat'tan İstanbul'a, Akdeniz'e ve batı ülkelerine ulaşan dünyaca ünlü İpek Yolu önemli rol oynamıştır (Güçlüay, 2007: 1432). Aslında İpek Yolu sadece bir ticaret yolu değil, aynı zamanda doğudan batıya ve batıdan doğuya bilgelerin, orduların, fikirlerin, dinlerin, kültür ve medeniyetlerin de yolu olarak kabul edilmektedir (Bozkurt, 2002: 157; Yasa, 2016: 2522; Kar, 2016: 191). Kısaca uygarlıklar arası etkileşimi sağlayan İpek Yolu Türk yurtlarını birbirine bağlarken, Türkler'in ticarî ilişkilerini arttırmış, aynı zamanda güçlenmelerini, birlik ve beraberliklerini de sağlamıştır (Işık, 2017: 147).

Avrupa ile Asya arasında bir köprü vazifesi görerek (Kayaoğlu, 1981: 359) ticari ilişkinin gelişmesinde Türkler'in Anadolu coğrafyasına hâkim olmalarının rolü de son derece önemlidir (Güçlüay, 2007: 1435). 1071 Malazgirt zaferiyle Anadolu'nun kapısının Türklere açılmasıyla birlikte, Türkler yoğun bir şekilde Orta Asya'daki ana yurtlarından Anadolu'ya göç etmeye başlamışlardır (Durak, 2016: 108). Orta Asya kökenli olan Anadolu Türklerinin göçebelikten yerleşik hayata geçişle birlikte, yerli halkın elinde bulunan sanat ve ticaret hayatına da katıldığı görülür (Niray, 2002: 2). Özellikle Asya'nın batıya açılan kapısında önemli bir kavşak noktası olarak kabul edilen Anadolu'da Selçuklularla başlayarak Osmanlı döneminde devam eden Türk hâkimiyeti değişik kültür çevreleri ile ilişkilerde dinamik bir yapı oluştururken, ticaret ve ekonomik ilişkiler de büyük önem kazanmıştır (İnan, 1996: 120; Yetişgin, 2007: 64). Sözü edilen dönemlerde İslâm'ın bütün kurallarını uygulayan Türkler, hâkim oldukları coğrafyalarda yaşayan toplumların ticarî ve sınai bilgilerini bünyelerine almışlar ve aynı zamanda yeni değerler katarak daha da güçlendirmişlerdir (Şanal ve Güçlü, 2007: 384; Akın, 2010: 816).

4. TÜRK KÜLTÜRÜNÜN TİCARET AHLAKINA YANSIMALARI

Sosyal bir faaliyet olarak eski çağlardan beri eşya değişimi şeklinde varlığını sürdüren ticaret (İnan, 1996: 119), bir toplumu ayakta tutan vazgeçilmez gereksinimlerden biri olarak görülmektedir. Ticaret, bir toplum için hayat, kalkınma, refah ve güç anlamına gelmektedir. Ne var ki ticaret, tarih boyunca insanlığın en fazla ihtiyaç duyduğu bir alan olmakla birlikte, kişisel çıkarlar daha da fazla gözetildiği ve dolayısıyla çıkar çatışmalarının egemen olması halinde de haksızlığın, hilenin, sahtekârlığın, dolandırıcılığın ve istismarın yaşandığı bir alandır (Erturhan, 2010: 213-219). Bu nedenle de ticarî ilişkilerde insanların ortak faydalarını, toplumsal huzur ve güven ortamını, kişisel hak ve yükümlülüklerini, tutum ve davranışlarını ölçülü hale getirilmesini sağlayan hukukî düzenlemelerin yanı sıra manevi değerleri ve ilkeleri kapsayan ahlâkî prensiplerin oluşturulması gerekmektedir (Kallek, 2012: 144).

Ekonomik ilişkiler toplumsal hayatın önemli bir parçasıdır. Ekonomik ilişkiler genelde toplum için son derece önemli olması iktisadî hayatta ahlâkî problemlerin önemini daha da artırmaktadır (Eğri ve Sunar, 2010: 43). Ahlâk bütün toplumsal ilişkilerde bir denge unsuru oluşturmaktadır (Akdoğan, 2004: 186). Zira ahlâk kardeşlik, eşitlik, özgürlük, bağımsızlık, sevgi, adalet, dirlik, düzenlik, güzellik, yararlılık gibi son derece önemli vasıfları temsil etmektedir (Sancaklı, 2010: 11). Ahlâk yine bir toplumun fizyolojik, sosyolojik, ekonomik ve psikolojik yanı sıra inanç sistemleri ve tarihsel mirasla örülü kültürel değerlerinden etkilenmektedir (Özen, 2015: 111). İşte bu noktada her toplumun kendi ahlâk anlayışını şekillendirdiği söylenebilir. Öyleyse bir toplumun bir arada tutan ve sürekliliğini sağlayan temel değerler sistemi olarak da kabul edilen ahlâk, toplumun dünyaya açılan penceresidir (Özgener, 2008: 34).

Selçuklu ve sonrasında Osmanlı Dönemi'nde, Türk milletinin tarihsel geçmişi Orta Asya coğrafyasına dayanan İslâmiyet öncesi döneme ait Türk kültürü ile İslâm Uygarlığı kaynaştıktan sonra hâkim olduğu coğrafyanın kültür unsurlarını da bünyesine alarak inşa ettiği son derece zengin bir kültürel yapısı (Gögebakan, 2010: 204; Özen, 2014: 69) içerisinde kaynağını Kur'an ve Sünnet'ten alan ahilik ve vakıf müessesesi gibi sosyal, kültürel ve ekonomik hayatı düzenleyici sistemler geliştirilmiştir. Öyle ki Türk milleti, toplumun refahını yükseltmeyi ve sosyal barışı hedefleyen (Karatop ve Kubat, 2018: 356) bu sistemler sayesinde sosyal dayanışma ve yardımlaşmayı esas alan bir yapı oluşturulmuş ve İslâm ahlâkî temeline dayanan bir ticaret ahlâkî (Korkmaz, 2012: 55; Kaya ve Çinemre, 2013: 11) anlayışıyla ticarî hayatın bütün alanlarını kontrol etmiştir.

4.1. İnanç

Eski çağlarda yazılı kutsal din kitaplarına bakıldığında ticaretin belirli ahlâkî prensipler ve kurallar içerisinde yapılması önemle vurgulanmıştır. Ticaret ahlâkî bilenen en eski meslek ahlâkî olarak kabul edilmektedir (Aktan, 2013: 152).

İslâm'da ticaret, helâl kazanç yollarından birisi olarak görülmektedir. Ticaret sırasında yapılan işlemlerin hukukî sonucu olduğu kadar ahlâkî sonuçları da bulunmaktadır ve bir işlemin hukuka uygun olduğu kadar ahlâkî prensip ve ilkelere de uygun olması gerekir (Kandemir, 1979: 301-302). Zira İslâm dininin temeli ahlâk olarak kabul edilmekle birlikte (Bulut, 1996: 98), hukuk ile ahlâk arasında da ayrılmaz bir bütünlük bulunmaktadır

(Çalışkan, 2018: 29). Bu nedenle İslâm kültürünün temel referanslarını oluşturan Kur'an ve Sünnet'in ticaret ahlâkına bakışı büyük bir önem arz etmektedir. Sosyal hayatın en önemli unsuru olan "Alış veriş/ticareti helal, ribâyı haram kılan" İslâm dini, bireylere manevî ve sosyal sorumluluklar yükleyerek ticaret hayatını da belli ahlâkî ve hukukî kurallar çerçevesinde düzenlemiştir (Aydın, 2015: 88).

İslâm kültüründe inanç, ibadet, ahlâk, iş ve ticaret (sosyal ve ekonomik) değerlerinin hepsi birbiriyle iç içe geçmiş bir durumdadır (Arslan, 2018: 95). Bununla yanı sıra İslâm'da en fazla ahlâka vurgu yapılan alanlardan biri olan ticaret (Erturhan, 2010: 219) büyük ölçüde itimat ve güvene dayanmaktadır (Bozkurt, 2002: 160). Hz. Muhammed yüzyıllarca önce doğru ve adil alışverişin ve ticaretin ilkelerini ortaya koymuştur. Ticarî alanlarda yapılan sahtekârlık, belirsizlik, haksız kazanç, kara borsa gibi faktörleri ticari faaliyetlerden çıkarmıştır (Baktır, 2007: 8). Şüphesiz insanlar her işinde olduğu gibi ticaret hayatında da güvenilir ve güzel ahlâklı olmalıdır. Esasen, İslam kültüründe ahlâk anlayışına göre daha fazla kazanma hırsıyla başkalarını aldatmamalı, sattığı malın kusurunu gizlememeli, fırsatını bulunca fahiş fiyatla mal satmamalı, kalitesiz bir malı kaliteli gibi göstermemeli ve başkasının malının değerini düşürmek için çalışmamalıdır (Çakmak, 2017: 167).

Sonuç olarak Türk milletini bir arada tutan ve milli benlik kazanmalarını sağlayarak, ahlâkî değerlerini oluşturan olgulardan birisi olan İslâm dini (Özen, 2014: 65) helal kazanca ve ticaret ahlâkına son derece önem verilmiştir. İşte bu açıdan kaynağını Kur'an ve Sünnet'ten alan pek çok ilkeyle helal kazanca ve ticaret ahlâkına son derece önem veren İslâm kültürün (Kaya ve Çinemre, 2013: 10) ticarî faaliyetlerin temel ahlâk prensipleri ve kuralları çerçevesinde yürütülmesini, ticaretin sadece bir kazanç aracı şeklinde düşünülmemesini, aynı zamanda insanların ihtiyaç duyduğu şeylere onlara ulaştırmak suretiyle Allah'ın rızasını kazanmaya vesile olarak değerlendirilmesini de telkin eden bir ahlâk zihniyetini ortaya konulmuştur. Nitekim bazı İslâm âlimleri ahlâkî sorumluluk bilinciyle sürdürülen ticareti farz-ı kifâye saymıştır (Kallek, 2012: 145).

4.2. Ahilik

Türk tarihi içerisinde 10. yüzyıldan itibaren ortaya çıkan ve 13. yüzyıldan bu yana da (Korkmaz, 2012: 53) kurumsallaşmaya başlayan ahilik, İslâm inancıyla Türk kültürünün sentezi sonucu oluşan bir düşünce sistemi ve yaşama tarzı olarak tanımlamak mümkündür (Durak ve Yücel, 2010: 152; Çeker, 2017: 85; Çoban, 2018: 720).

Orta Asya'dan gelip Anadolu'ya yerleşen Müslüman Türklerin yeni topraklarda hayatlarını devam ettirebilmek için gerekli maddî ve manevî ortamı oluşturan kurumsal yapı olarak da kabul edilen (Şanal ve Güçlü, 2007: 383) ahilik, Anadolu şehirlerinin yavaş yavaş Türk karakteri almasında, Türk kültürü ve medeniyetinin, Türk dili ve edebiyatının gelişmesinde, örf, adet ve geleneklerin yerleşmesi ve korunmasında, özellikle de Türk sanat ve ticaret ahlâkının oluşması ve yaygınlaşmasında son derece önemli roller üstlenmiştir (Tatlıoğlu, 2013: 2).

Genel olarak ahiliğin Arapça "kardeşim" anlamına gelen "ahî" kelimesine dayandığı söylene de (Akgündüz, 2014: 10), Orta Asya'dan beri görülen "akı" yani cömertlik felsefesinin İslâmî fütüvvet geleneğiyle kaynaşmasını sonucu ortaya çıkan (Cevherli vd., 2017: 308) sosyo-ekonomik ve kültürel yapıya ait bir kavram olduğu (Doğan, 2015: 28) ifade

edilmektedir. Esasen bütün prensipleriyle dinin asıl kaynağı olarak kabul edilen Kur'an-ı Kerim'e ve Hz. Peygamber'in Sünnetine dayanan ahîlik (Kızıler, 2015: 409), ekonomik hedefler ile toplumsal sorumluluk düşüncesini güzel ahlâk temelinde bir araya getirerek gerçeklik bulmuştur (Okumuş, 2018: 28). Bu felsefeye göre ahlâkî olduğu yerde kardeşlik, hoşgörü, sevgi, saygı, eşitlik, özgürlük ve adalet gibi önemli özellikler ile dirlik ve düzenlik bulunmaktadır (Eroğlu ve Köktan, 2015: 342).

Tarihsel süreç içerisinde hâkim olduğu çağın sosyal, siyasi ve ekonomik dokusunu düzenlemeye yönelik (Aytekin ve Bayramoğlu, 2015: 68; Aydın, 2016: 43; Akyüz ve Özyer, 2018: 19) birinci derecede ahlâkî esaslar üzerine kurulan ahîlik (Yeşil ve Aslander, 2017: 569), fertlerin ahlâkî erdem sahibi olarak buldukları sosyal çevre, aile ve tüm topluma huzur, barış ve mutluluk vermesini amaçlayan bir insanlık kurumu olarak kabul edilmektedir (Karatop ve Kubat, 2018: 354). O halde Selçuklu ve Osmanlı Anadolu'sundaki kültürel atmosferin sonucu ortaya çıkan (Turan, 2007: 159) ahîliğin, sosyal, siyasi ve ekonomik ilişkilerde birbirine karşılıklı (Baktır, 2014: 407) saygı gösteren, yardım eden, işini seven, fakirlere gözetken ve her türlü ihtiyacını karşılayan, çalışmayı bir ibadet kabul eden, toplum çıkarlarını ferdi çıkarların üzerinde gören, kısacası bütün güzel meziyetlerin birleştiği ahlâkî ilkelere sıkı sıkıya bağlı (İnanır, 2014: 112; Karatop ve Kubat, 2018: 353) bir sosyal ve iktisadî teşkilatlanma ve dayanışma modeli olduğunu (Aydoğan ve Delibaş, 2017: 9) söylemek mümkündür.

Soyut bir kavram olarak ifade edilen ahlâkî somut hali ahlâkî değerlerin teoriden alanından uygulama alanına nüfuz etmesi yani bir davranış haline gelmesi ile gerçekleşmektedir (Kaya, 2013: 43). Türk kültür tarihinde önemli bir yeri olan ahîlik, Selçuklu ve Osmanlı coğrafyasında (Şanal ve Güçlü, 2007: 381; Elkatmış ve Demirbaş, 2013: 722) esasen sadece kendi iç dinamikleri açısından ticarî alanda bir sosyal kontrol mekanizması sağlamakla kalmamış, aynı zamanda ahlâkî açıdan müntesiplerinin değerleri öğrenmesine ve bunların soyut halden somut hale geçirmesine yardımcı olan aktif bir sivil toplum kuruluşu hüviyetine de bürünmüştür (Kaya, 2013: 43).

İslâmî ahlâk kurallarını özümseyen (Aydın, 2016: 45) ahîlik felsefesinin temelinde iyi insan yetiştirme ve insana hizmet esası yatmaktadır (Sancaklı, 2010: 10). Tamamen Türk İslâm kültürünün belirgin özelliklerini temsil eden (Yiğit, 2017: 253) ahîlikte esas olan ahlâkî kazançtır (Akgül, 2017: 16). Nitekim "ahlâk ile sanatın ahenkli bir birleşimi" olarak da ifade edilen (Gunduz vd., 2012: 38) ahîliğin sosyal dayanışma ruhu sayesinde, devletin hiçbir etkisi ve yardımına ihtiyaç duymadan; şehir esnafı ve halkı, en iyi şekilde kendi kendisini idare etmiş ve asla karaborsacılık, suistimal, yolsuzluk ve geleneklere aykırı davranışa hiçbir şekilde izin verilmemiştir (Turan ve Gümüş, 2015: 604).

Sonuç olarak insani ilişkileri dini ve ahlâkî bir ekseninde dayanışma ve yardımlaşma çerçevesinde düzenleyen ahîlikte (Tatlıoğlu, 2013: 2), her şey insanın dünya ve ahiret mutluluğunu kazanmasına yönelik olarak düzenlenmiştir (Cevherli vd., 2017: 311). Öyle ki İslam inancıyla Türk kültürünün bir sentez sonucu oluşan insan odaklı bir düşünce sistemi olarak da kabul edilen (Karatop ve Kubat, 2018: 354) ahîlik, yapı itibarıyla dinî, manevî, ahlâkî, insanî değerlerin yanı sıra maddî, ekonomik ve ticarî süreçleri birbirinden ayırmadan ve aralarında çatışmalar, çelişmeler meydana getirmeden hepsini aynı çatı altında

toplayarak (Kaya, 2013: 44), iş, sanat ve ticaret ahlâkına damga vurmuştur (Okumuş, 2018: 29).

4.3. Vakıf Müessesesi

İslâmî bir anlayış içerisinde yardımlaşma ile ilgili emir ve prensiplerinden doğan vakıf sistemi, asırlarca (Sırım, 2018: 24) Selçuklu ve Osmanlı Dönemi'nde Türk dünyasının kültürel, sosyal ve iktisadi hayatı üzerinde derin izler bırakan dini, hukuki ve sosyal bir kurumdur (Teber, 2002: 198). Genel bir ifadeyle geçmiş ve gelecek arasında köprü kuran vakıf müessesesi iktisadi, sosyal ve kültürel faaliyetler gibi toplumsal problemler ve ihtiyaçlar ile ilgilenen bir medeniyet unsurudur (Erşahin, 2003: 324).

Temel dinamikleri arasında insanlığa karşı sorumluluk hissi, sevgi, iyilik, şefkat, sosyal yardımlaşma ve dayanışma (Ertem, 2011: 43) duygusu gibi değerleri ifade eden vakıf müessesesi (Gül Çötel, 2016: 10) Türkler İslâmiyet'i kabul ettikten sonra ve özellikle de Selçuklu ve sonrasında Osmanlı İmparatorluğu'nun hâkim oldukları coğrafyada sosyal, kültürel ve ekonomik yaşamın çok önemli bir bileşeni olmuştur (Bayartan, 2008: 159).

Anadolu'da Türk varlığı sonrasında ortaya çıkan vakıf müessesesi insan psikolojisi ile dini inançlar, iktisadî ve sosyal hayatın birleştiği noktada yer almaktadır (Özaydın, 2003: 9). İnsanların mutluluğunu ve toplumun refahını yükseltmeyi amaçlamayan (Akyıldız ve Abay, 2017: 144) vakıf kültürü, Türk İslâm kültür ve medeniyetinin temel taşlarından birisi olarak görülmektedir (Alper ve Erdoğan, 2009: 86). Türk milleti hâkim oldukları bölgelerde daha önce İslâm Uygarlığı içinde bir sosyal denge unsuru olarak kurulan vakıf müessesesini itina ile korumakla yetinmemiş, aynı zamanda bu müesseseleri sosyal ve iktisadî hayatın hemen her alanında büyük bir yoğunlukta yaygınlaştırmış, derinleştirmiş yanı sıra yeni boyutlar kazandırmaktan da geri kalmamıştır (Soysaldı, 2002: 395; Genç, 2014: 10).

Selçuklu ve sonrasında da Osmanlı Dönemi'nde Anadolu şehirlerinin yavaş yavaş Türk karakteri almasına paralel bir şekilde ticarî faaliyetlerin yapıldığı hanlar, kervansaraylar, bedestenler ve çarşıların inşa edilmesi (İnan, 1996: 120) hususunda, temel dayanağını İslâm anlayışından alarak Türk kültüründe kendine kolayca yer bulan (Teber, 2001: 197) vakıf müessesesinden faydalanılmıştır. Nitekim dinî yaklaşımlarla da beslenen vakıf müessesesi içerisinde ticarî alanda da hizmetler sunulmuştur (İlca, 2000: 3). Bu sayede hem sosyal hayat hem de ticarî hayat, rekabet ve çatışmadan ziyade, işbirliği ve yardımlaşma temelinde yürütülmüştür. Öyle ki vakıf müessesesi sadece kendi iç dinamikleri açısından ticarî hayatı etkilemekle kalmamış, aynı zamanda adaletli gelir dağılımı ve sosyal ilişkileri düzenleyen ve dayanışmayı artıran aktif bir kurum hüviyetine de bürünmüştür (Alper ve Erdoğan, 2009: 86).

Sonuç olarak Türk tarihinde önemli bir yere sahip olan ve dönemin şartlarına göre farklı işleyişlerle toplumsal refahı ve sosyal barışı sağlamayı hedefleyen güçlü vakıf müessesesi sayesinde sosyal ve ekonomik hayatın her alanına sosyal dayanışma ve yardımı esas alan bir yapı oluşturulmuştur (Taşkesen, 2017: 58-64). Öyle görülüyor ki hem ahîlik hem de vakıf müessesesi, ticarî faaliyetlerin manevi ve toplumsal yanlarını açığa çıkartmaktadır (Korkmaz, 2012: 55). Türk milleti, ticaret ahlâkının doğruluk ve dürüstlük, sözünde durma, dayanışma ve yardımlaşma olgularının (Aktan, 2013: 152), kısacası güzel meziyetlerin tamamının toplumsal boyutta değerlendirilmesi ve toplumsal sorumluluk ilkesinin yerine

getirilmesi gibi temel unsurları düzenleyen bu yetkin bir sistemler sayesinde ticarî hayatın bütün alanlarını kontrol altına almış ve yön vermiştir.

5. SONUÇ

Ticarî ilişkiler toplumsal yaşamın bir parçasıdır. Ticaret, uygarlıkların gelişmesi ve yayılmasında son derece önemli rol oynamakta ve aynı zamanda bir toplum için refah ve güç göstergesinin de belirleyici unsuru olarak kabul edilmektedir. Ticaretin toplumsal bir çerçeve içerisinde gerçekleştiği dikkate alınarak, ticarî hayatın da tabii olarak içinde geliştikleri toplumların kültürel değerlerinin izlerini taşıdığını söylemek mümkündür.

Ticaret ahlâkî bir toplumda hâkim ahlâkî anlayışın ticarî hayata yansımaları olarak kabul edilebilir. Nitekim kardeşlik, cömertlik, hoşgörü, sevgi, saygı, doğruluk, dürüstlük, eşitlik, özgürlük ve adâlet, dayanışma ve yardımlaşma gibi ahlâkî değerler hem ticarî hem de toplumsal hayata yön vermektedir. Öyle görülüyor ki sağlıklı bir ticaret ahlâkının geçerli olduğu bir sistem toplumsal hayatın sağlıklı bir şekilde devam etmesi ve özellikle de ekonomik kalkınma için temel koşuldur.

Türk milleti sosyal, siyasî ve ekonomi alanlarında dünya tarihine yön veren en kadim milletlerinden biridir. Türk milletinin ticarî hayatta da dünya ticaretinde söz sahibi olması, özellikle temel dinamikleri Orta Asya'ya kadar uzanan ve sağlam bir ahlâkî anlayışı içinde barındıran Türk kültürü sayesinde olmuştur. Tarihî mirasla organik bağlarını koparmadan dün olduğu gibi, bugün de kültürlerini evrensel değerler etrafında geliştiren Türk milleti, ticarî ilişkilerde yalancılık, aldatmak, haksız kazanç, rüşvet vermek, hile yapmak, karaborsacılık, sahtekârlık, dolandırıcılık gibi toplum dengelerini bozan konuları kontrol altına alarak, doğruluk, dürüstlük ve güven esasına dayanan helal kazancı ve bütün insanların mutluluğu ve huzurunu hedefleyen ticaret ahlâkına son derece önem verilmiştir.

Tarih boyunca ticarete büyük önem veren Türk milleti, kültürel etkilerin de üzerinde baskın rol oynadığı ticaret hayatını, kaynağını İslâm inancının temelini oluşturan Kur'an ve Sünnet'ten aldığı ahîlik ve vakıf müessesesi gibi düzenleyici sistemler sayesinde sosyal dayanışma ve yardımlaşmayı esas alan bir ahlâkî anlayış ile kontrol etmiştir. Bu sistemlerin Türk toplumunun hayatında derin ahlâkî anlayışı oluşturmuş, geliştirmiş ve yaygınlaştırmış olması ticarî hayatın da temel dinamikleri olduklarının bir göstergesidir.

Sonuç olarak diyebiliriz ki, ticarî ilişkilerde kazancın helal yollar ve yöntemlerle yapılmış olması ticaret ahlâkının temel şartıdır. İslam dinin gereklerine ve tarihi kökenlerinden gelen geleneklerine göre bir hukuk sistemi ve toplum yaşantısını esas alan Türk kültürü, dünya milletleri arasında örnek teşkil eden ticarî hayatta bugün de kullanılması gereken bir ahlâkî anlayışı içinde barındırmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akçay, V. H. (2010). Değişen İş Ahlakı ve İnsan Merkezli Düşünmek. *Sosyoloji Konferansları*, 41: 1-14.
- Aktan, C. Ç. (2009). Ahlak ve Ahlak Felsefesine Giriş. *Hukuk ve İktisat Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 38-59.
- Aktan, Can Ç. (2013). Meslek Ahlakının Temelleri ve Boyutları. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 5(2), 151-174.

- Akdoğan, A. (2004). Bireysel ve Toplumsal Hayatta Ahlâka Olan İhtiyaç ve İslam. *Ekev Akademi Dergisi*, 8(18), 179-194.
- Akın, A. (2010). Kültür Penceresinden Türk İş Sisteminin Temelleri ve Atasözleri Bağlamında Bir Model Önerisi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 7(2), 809-837.
- Akgündüz, M. (2014). Ticarî Hayatta Kardeşliği Esas Alan Ahilik Teşkilatı. *Harran Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 19(31), 9-18.
- Akgül, D. (2017). Ahilik Kültüründe Etik İlkelerin Günümüz İşletmelerine Yansımaları: Kırşehir İli Örneği. *Ahi Evran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1(1), 8-26.
- Akyıldız, Y. ve Abay, A. R. (2017). Vakıf Müessesesinin Gelişimi ve Mahiyeti Tarihsel Bir Değerlendirme. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(15), 141-157.
- Alper, D. ve Erdoğan, C. (2009). 16. ve 18 Yy Arasında Bursa Para Vakıfları ve Bursa Ekonomisine Etkileri. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, XXVIII(1), 85-99.
- Arslanoğlu, İ. (2005). Türk Değerleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Felsefe Dergisi*, 1(41), 64-77.
- Arslan, A., Çağlayandereli, M. ve Arslan, G. (2017). Türk Kültür Sosyolojisinin İmkân ve Gereksinimleri Üzerine. *International Congress on Fashion & Art & Design*, May 20-23, Gaziantep –Turkey. <https://www.researchgate.net/publication/321937310>
- Arslantaş, A. H. (2005). Kültür – Kişilik ve Kimlik, Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları, 105-112.
- Artun, E. (2005). Ortak Türk Folklorunun Küreselleşen Dünyaya Tanıtılması. *Çukurova Üniversitesi-Türkoloji Araştırmaları Merkezi*, http://turkoloji.cu.edu.tr/html/ea_turk_folkloru_kuresellesme.htm
- Aydın, N. (2015). Ahilikte İş ve Ticaret Ahlakının HZ. Peygamber'in Sünnetindeki Temel Referansları. *Bülent Ecevit Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 2(1), 87-104.
- Aydoğan, E. ve Delibaş, B. M. (2017). Ahilik Kurumu ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 52(1), 1-18.
- Aytekin, B. ve Bayramoğlu, S. (2015). İktisat Sosyolojisi Açısından İktisadi Dalgalanmalar ve Krizlere Karşı Tarihsel Bir Çözüm Durağı: Ahi Örgütlenmesi. *International Journal of Academic Value Studies*, 1(1), 65-78.
- Aydın, S. (2016). Küreselleşme ve Neo-Liberal Uygulama Sürecinde Sosyal Politika Alanında Ortaya Çıkan Problemlere Çözüm Önerisi: Osmanlı İmparatorluğu'nda Ahilik Sistemi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13, 40-48.
- Akyüz, M. ve Özyer, K. (2018). Güneş Doğudan Yükselir: Günümüz Örgütlerine Yol Gösterici Olarak Ahilik Sistemi. *Route Educational and Social Science Journal*, 5(5), 197-209.
- Baktır, S. (2001). Ticari Ahlak, *D. E. Ü. İ. İ. B. F. Dergisi*, 16(2), 1-10.

- Bakır, S. (2014). Bir Eğitim Kurumu Olarak Ahilik ve Hülya Taş'ın "Günümüz Bursa Esnafında Ahilik Kültüründen İzler" Adlı Eseri. *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 3(1), 406-415.
- Bayartan, M. (2008). Osmanlı Şehirlerinde Vakıflar ve Vakıf Sisteminin Şehre Kattığı Değerler. *Osmanlı Bilimi Araştırmaları*, X-1: 157-175.
- Bektaş, Ç. (2015). İşletmelerde İş Ahlakı. *Business & Management Studies: An International Journal*, 3(3), 27-363.
- Bozkurt, N. (2002). Ticaretin Felsefesi, Tarihçesi ve Etik Olan Sıkı Bağına İlişkin Bazı Saptamalar. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi*, 2, 153-179.
- Çakmak, M. (2017). *İş Ahlakı ve Değerler Eğitimi*. Pegem Akademi, 1. Baskı: Ankara.
- Çalışkan, N. (2018). Kur'an'da Ticarî Ahlak Kuralları ve Günümüzdeki Yansımaları. *ANTAKİYAT/Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1), 22-42.
- Çalışkan, Ö. (2013). Ahlak Kavramının Kelime Olarak Siyasi Söylem İçerisinde Kullanılması: Sosyal Medya Ortamı Olarak Twitter Örneği. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 4(7): 20-50.
- Çetin, A. (2016). Ahlak ve Kültür Üzerine Bir Değerlendirme. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), 65-78.
- Çeker, F. (2017). Ahlakî ve Sosyo-Ekonomik Bir Teşkilât Olarak Ahilik. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(12), 84-99.
- Cevherli, F., Cevherli, K. ve Çakmaktaş, B. (2017). Bir Toplumsal Dayanışma Kurumu Olarak Ahiliğin İş Ahlakına Dair İlkeleri ve Ekonomik Hayata Katkıları. *Journal of Current Researches on Social Sciences*, 7(1), 307-321.
- Çoban, M. (2018). Model Bir Eğitim Kurumu Olarak Ahilik. *KSÜSBD*, 15(2), 717-734.
- Durak, İ. (2016). Sosyal Girişimcilik ve Ahilik Teşkilatı: Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 47,101-120.
- Durak, İ. ve Yücel, A. (2010). Ahiliğin Sosyo-Ekonomik Etkileri ve Günümüze Yansımaları, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 151-168.
- Doğan, C. K. (2015). Ahilik Teşkilatı, Ombudsman ve Etik İlişkisi. *Küresel İktisat ve İşletme Çalışmaları Dergisi*, 4(7), 28-36.
- Eğri, T. ve Sunar, L. (2010). Türkiye'de İş Ahlakı Çalışmaları: Mevcut Durum ve Yönelimler. *İş Ahlakı Dergisi ©IGAD*, 3(5), 41-67.
- Ekşi, H.(2006). Bilişsel Ahlak Gelişimi Kuramı Kohlberg ve Sonrası. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 6(1), 29-38.
- Elkatmış, M. ve Demirbaş, M. (2013). Ahi Evranı Velinin Düşüncelerinin Demokrasi Kültürüne Yansımaları. *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8(3), 719-728.
- Erşahin, S. (2003). Vakıf Düşüncesini Doğuran temel Dinamikler Üzerine. *İslami Araştırmalar Dergisi*, 16(2), 322-335.

- Eroğlu, A. M (2008). Toplumda Manevi Değerler Dili. *II. Uluslararası Sosyal Bilimciler Kongresi*, 254-261.
<http://www.bilgesam.org/Images/Dokumanlar/0-284-2014063019sosbilkongre16.pdf>
- Eroğlu, E. ve Köktan Y. (2015). Ahilik Kültürü ve Geleneksel Sohbet Toplantıları. *TİDSAD Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(5), 339-348.
- Ertem, A. (2011). Osmanlıdan Günümüze Vakıflar. *Vakıflar Dergisi*, 36, 25-65.
- Erturhan, S. (2010). İslâm Ticaret Hukukuna Vücut Veren Ahlâkî Esaslar. *İslam Hukuku Araştırmaları Dergisi*, 16, 213-246.
- Genç, M. (2014). Klâsik Osmanlı Sosyal-İktisadî Sistemi ve Vakıflar. *Vakıflar Dergisi*, 42, 9-18.
- Gunduz, Y. A., Kaya M. ve Aydemir, C. (2012). Ahilik Teşkilâtında ve Günümüzde Tüketicilerin Korunmasına Yönelik Çalışmalar Üzerine Bir Değerlendirme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 14(2), 37-54.
- Gül, H. (2016). İş ve Çalışma Yaşamında Etik ve Ahlakla İlgili Kavramlar Üzerine Bir Tartışma. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(36), 522-535.
- Gül Çötel, M. (2016). İslam Kentinde Vakıfların Ticaret Bölgesinin Oluşumu Üzerine Etkisi: Hayrat-Akar İlişkisinin Döngüsel Doğası. *Vakıflar Dergisi*, 45: 9-28.
- Güçlüay, S. (2007). Avrupa ile Türk-İslam Dünyası Arasında Hayat Damarı Olan Ticaret Yolları (IX.-XIV. Yüzyıllar). 38. ICANAS (Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi), 10-15.09 2007, Ankara, Türkiye. 1429-1436. <http://www.ayk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/01/GÜÇLÜAY>
- Gök, S. (2008). İş Etiği İle İş Ahlakı Arasındaki İlişki ve Çalışma Yaşamında İş Etiğini Etkileyen Faktörler. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 5(1), 1-19.
- Göktolga, O. ve Gündoğmuş, B. (2015). Küreselleşmeye Karşı Milli Kültürü Koruma ve Yayma Çabası: Yunus Emre Türk Kültür Merkezleri Örneği. *International Journal of Social Science*, 33: 315-328.
- Gögebakan, Y. (2010). Türk Kültüründeki Hoşgörü Anlayışının Tarihsel ve Kültürel Kaynakları ve Bu Anlayışın Kültür Varlıklarına Yansımaları. *İ.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(2): 201-223.
- Horata, O. (2017). Türk Dünyası'nın Kültürel Ufukları: Tarihsel Bağlam İçinde Genel Bir Değerlendirme. *bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 82, 117-131.
- Ilıca, A. (2000). Çorum'da Tarihî Bir Yapı: Veliyyüddin Paşa (Velipaşa) Hanı ve Vakfiyesi. *Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi*, 9(9), 1-30.
- Işık, C. (2013). Kültür Sosyolojisi: Toplumsalı Anlamada Bir Zorunluluk. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 16(2), 152-169.
- Işık, H. (2017). Tarihi İpek Yolu ve Tarih Bölümü Öğrencilerinin Bu Yol Hakkındaki Bilgi Düzeylerinin Değerlendirilmesi. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 145-176.
- İlgen, A. (1999). İslamiyet Öncesi Türk Toplumlarında İktisadi ve İçtimai Yapı. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2, 97-110.

- İnan, K. (1996). Bedestenlerin Türk Ticari Mimarisindeki Yeri ve Trabzon Bedesteni. *OTAM (Ankara Üniversitesi Osmanlı Tarihi Araştırma ve Uygulama Merkezi Dergisi)*, 7(7), 119-133.
- İnanır, A. (2014). XVI. Yüzyıl Osmanlı Fetvalarında Ahilik. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 36, 103-138.
- Karatop, B. ve Kubat, C. (2018). Ahiliğin Türk Kalite Yönetim Sistemine Etkisi. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 13(1), 351-368.
- Kar, A. (2016). İpek Yolu'nda Türkler. *Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(7), 191-196.
- Kar, A. (2017). İpek Yolu'nun Türk Dünyası Ülkelerine Geçmişten Günümüze Sosyo – Kültürel Etkileri. *Yeditepe Üniversitesi Tarih Bölümü Araştırma Dergisi*, 2(1), 3-8.
- Kara, M. (2010). Sosyal ve Kültürel Yapının Girişimcilik Üzerine Etkileri ve Türk Toplumundan Örnekler. *Journal of Azerbaijani Studies*, <http://jhss-khazar.org/wp-content/uploads/2010/>
- Kallek, C. (2012). Ticaret, *Türkiye Diyanet Vakfı İslâm Ansiklopedisi*. 41: 134-144. İstanbul: TDV Yayınları.
- Kandemir, M. Y. (1979). Müslüman Türklerde İş ve Ticaret Ahlakı. *Diyanet Dergisi*. 18(5), 300-308.
- Kayalıoğlu, İ. (1981). Anadolu Selçuklu Devrinde Ticari Hayat. *Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 24, 359-373.
- Kaya, M. ve Çinemre, S. (2013). Çırakların Dini İnançlarına Göre İş Ahlakı Düzeylerinin İncelenmesi (Ordu İli Örneği). *Amasya Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1, 7-24.
- Kaya, U. (2013). Değerler Eğitiminde Bir Meslek Teşkilâtı: Ahilik. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 11(26), 41-69.
- Kızıler, H. (2015). Osmanlı Toplumunun Sosyal Dinamiklerinden Ahilik Kurumu. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 408-423.
- Korkmaz, Hakan C. (2012). Bir Davranış ve Örgütlenme Modeli Olarak Tüccar Ahlakı. *İş Ahlakı Dergisi ©IGAD*, 5(9), 37-69.
- Mahiroğulları, A. (2005). Küreselleşmenin Kültürel Değerler Üzerine Etkisi. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 50, 1275-1288.
- Mandaloğlu, M. (2013). Eski Türklerde Sanayi, Ticaret ve Maliyenin Ekonomik Açından Değerlendirilmesi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 129-150.
- McCort, D. J. and Malhotra, N. K. (1993). Culture and Consumer Behavior. *Journal of International Consumer Marketing*, 6(2), 91-127.
- Niray, N. (2002). Anadolu Ahiliği'nin Sosyo-Ekonomik Yönleri. *Gazi Üniversitesi Türk Kültürü ve Hacı Bektaşî Velî Araştırma Dergisi*, 24, 7-15.
- Okumuş, E. (2018). Ahlak-Bağımlı Dindarlık Açısından Ahiliğin İş ve Ticaret Ahlakı Uluslararası Ahilikte İş ve Ticaret Ahlakı Sempozyumu Tebliğleri, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, <http://www.cumhuriyet.edu.tr/userfiles/file/AhilikSempozyum.pdf>

- Özaydın, M. M. (2003). Vakıfların Sosyal Politika İşlevleri ve Günümüzde Artan Önemi. *Kamu-İş*, 7(2), 1-31.
- Özgener, Ş. (2008). İş Ahlâkının Kurumsallaşmasında Üst Yönetim Kademesinin Rolü. *İş Ahlakı Dergisi ©IGAD*, 1(1), 31-54.
- Özen, Y. (2014). Türk Milli Kültüründe Değerler ve Değerlerin Milletleşmeye Etkisi. *Hikmet Yurdu, Düşünce – Yorum Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 7(7): 59-87.
- Özen, S. (2015). Ahlak, Ahlak Teorisi ve Bilimi, Bilim ve İş Ahlakı. *İş Ahlakı Dergisi*, 8(1), 109-149.
- Özkuş, O. (2015). Türk Kimliğini Oluşturan Ortak Kültürel Değerler. *HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, Yıl: 4, 4(8): 166-185.
- Ralston, D. A., Holt, D. H., Terpstr, R. H. and Kai-Cheng, Y. (2008). The Impact of National Culture and Economic Ideology on Managerial Work Values: A Study of the United States, Russia, Japan, and China. *Journal of International Business Studies*, 39(1), 8-26.
- Sancaklı, S. (2010). Ahilik Ahlâkının Oluşumunda Hadislerin Etkisi. *İ.Ü. İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-28.
- Sırım, V. (2018). Bir Finansman Kaynağı Olarak Vakıflar: Osmanlı Örneği, *Osmanlı Medeniyeti Araştırma Dergisi*, 4(6), 22-36.
- Sroka, W. ve Lőrinczy, M. (2015). The Perception of Ethics in Business: Analysis of Research Results. *Procedia Economics and Finance*, 34, 156-163.
- Soysaldı, H. M. (2002). Vakıfların Günümüzdeki Yeri ve Önemi. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 383-400.
- Şanal, M. ve Güçlü, M. (2007). Bir Toplumsallaştırma Aracı Olarak Ahilik. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 23(2), 379-390.
- Tarım, M., Zaim, H. ve Torun, Y. (2014). İş Ahlakı Uygulamalarının Hastane Performansına Etkisi: Kamu Hastaneleri Üzerine Bir Saha Çalışması. *İş Ahlakı Dergisi*, 7(2), 121-153.
- Tatlıhoğlu, K. (2013). Ahilik Teşkilatında İş ve Meslek Ahlakının Bireylerin Kişilik, Karakter ve Sosyal Gelişimine Etkisi. III. *Uluslararası Ahilik Sempozyumu "İş Ahlâkı"*, 1-17. <https://www.researchgate.net/publication/317429211>
- Taşkesen, M. Ö. (2017). Osmanlı Döneminde Sosyal Refah Sistemi Olarak Vakıflar. *İş ve Hayat Dergisi*, 5, 57-66.
- Tazebay, İ. ve Akpınar, N. (2010). Türk Kültüründe Bahçe. *bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 54, 243-253.
- Teber, Faruk Ö (2001). Osmanlı Toplumunda Bir Sosyal kurum Olarak Vakıf Çeşitleri ve İşleyişi. *Dini Araştırmalar*, 4(12), 197-205.
- Timur, T. (2000). *Osmanlı Kimliği*. İstanbul, İmge Yayınları.
- Turan, Namık S. (2007). Selçuklu ve Osmanlı Anadolu'sunda Ahiliğin Sosyo-Ekonomik Gelişim Süreci. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 52, 151-187.

- Turan, A. ve Gümüş, Safa K. (2015). Türk Dünyasında Kültür, Sosyal Dayanışma ve Birlik Köprüsü Olarak Ahilik Teşkilatı ve Bu Bağlamda Türk Devletlerine Öneriler. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(41), 597-612.
- Topal, E. ve Sezer, A. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Türk Dünyası Coğrafyasına İlişkin Farkındalık Düzeylerinin Belirlenmesi. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 33, 96-113.
- Ünsür, A. (2017). Ahilik Sisteminde Ahlak Temelli Çalışma İlişkileri ve Günümüz Bakış Açısından Değerlendirilmesi. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(13), 90-98.
- Ünal, A. ve Çelik, Taylan İ. (2008). Çalışma Ahlakı Üzerine Kültürler Arası Bir Araştırma. *İş Ahlakı Dergisi ©IGAD*, 1(2), 39-60.
- Ünal, A. (2011). Çalışma Ahlakı Kavramına Kültürel Bir Bakış ve Türkiye'de Çalışma Ahlakı. *İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 44, 125-145.
- Yasa, S. (2016). İpek Yolu İle Taşınan Kültürel Değerler ve Sanat. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16 (İpekyolu Özel Sayısı), 2521-2532.
- Yetişgin, M. (2007). Tarih, Coğrafya ve Sosyo-Kültürel Ortamın Türk Kimliğinin Gelişmesine Etkileri. *Akademik İncelemeler*, 2(1), 37-68.
- Yeşil, R. ve Aslander, M. (2017). Ahilik Değerleri Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 12(4), 565-584.
- Yiğit, İ. (2017). XVI. Yüzyıl Türkiye'sinde Ahi Adlı Yerleşmeler. *ZfWT*, 9(3), 251-267.
- Yuvalı, A. (1996). Mozaik Kültür Kavramının Türk Kültür Tarihi Bakımından Değerlendirilmesi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(7), 211-217.
- Yüksel, Ahmet H. (1987). *Atatürkçü Düşünce Sisteminde Kültürel İletişimin Modele Dayalı Boyutları*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.