

# TÜRK DÜNYASI İŞLETMELERİNİN EKONOMİK YAPILARININ GÜÇLENDİRİLMESİNDE AHİLİK ANLAYIŞINDAN YARARLANILMASI

*Ali ERBAŞI\**

*(Selçuk Üniversitesi, Türkiye)*

*Semih BÜYÜKİPEKÇİ\*\**

*(Selçuk Üniversitesi, Türkiye)*

*Mehmet BAKANLAR\*\*\**

*(Selçuk Üniversitesi, Türkiye)*

## 1. Türkiye ile Orta Asya Türkleri Arasındaki Ticari İlişkilerin Yapısı

Türkler, oldukça geniş coğrafyada yaşam sürdürmektedir. Türk Cumhuriyetleri ve Türkçe konuşan topluluklar düşünüldüğünde Adriyatik'ten Çin Seddi'ne yaklaşık 11 milyon km<sup>2</sup>'lik sahada, 200 milyon nüfusu barındıran, 20'ye yakın Türk lehçesinin konuşulduğu, 20'ye yakın Türk boyunun yaşadığı bir coğrafya aklı gelir. Sadece bağımsız Türk Cumhuriyetleri yaklaşık 2 milyon km<sup>2</sup> toprak ve 58 milyon nüfusa sahiptir. Ayrıca Türkiye, dünyadaki ispatlanmış doğalgaz rezervlerinin yaklaşık %40'ına, petrol rezervlerinin ise %67'sine sahip olan Orta Doğu ve Orta Asya ile bu ürünlerin en büyük talep edicisi batı ülkeleri arasında doğal bir köprü konumundadır<sup>1</sup>.

Türk coğrafyası incelendiğinde; Türkiye Türkleri, Balkan Türkleri, Gagavuz Türkleri, Kazaklar, Özbekler, Kırgızlar, Türkmenler, Karakalpaklar, Uygurlar, Sarı Uygurlar ve Salarlar, Tatarlar, Çuvaşlar, Başkurtlar, Kırımçaklar, Meshet (Ahıska) Türkleri, Azerbaycan Türkleri, Dağıstan Türkleri, Kumruklar, Karaçaylar, Balkarlar (Malkarlar), Nogaylar, Stavropol Türkleri, Saha (Yakut) Türkleri, Altay Türkleri, Hakaslar, Tuva Türkleri, Tobol Tatarları, Barabalar, Sorlar, Çulm Türkleri, Kumandı Türkleri, Kandak Türkleri, Karagas Türkleri, Uranhay Türkleri, Irak Türkleri, Suriye Türkleri, Kıbrıs Türkleri, Kaşgaylar, Hamse Türkmenleri, Karay Türkleri, Kırım Türkleri ve Avrupa'daki Türk

\* Selçuk Üniversitesi, Seydişehir MYO. İktisadi ve İdari Programlar, İşletme Bölümü

\*\* Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler MYO. İktisadi ve İdari Programlar, İşletme Bölümü

\*\*\* Selçuk Üniversitesi, Seydişehir MYO. Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Okutmanı

<sup>1</sup> R. ULUDAĞ, Türkiye'yi Büyüten Cumhuriyet, Dünya Gazetesi, 6.11.1998, s. 13'ten aktaran:

M. AKDİS, Orta Asya Türk Cumhuriyetleri İle Ekonomik Sosyal Kültürel İlişkiler – Bölgeye Yabancı İlgisi ve Beklentiler,

<http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/TanitimKoordinasyonDb/ortaasya.doc>, s. 7

işçileri gibi çok geniş bir milletin varlığından söz edebiliriz. Bahsi geçen coğrafyanın harita üzerindeki gösterimi Şekil 1’de verilmiştir.



Şekil 1: Türk Dünyası Haritası

Çok geniş bir coğrafyaya yayılmış olan Türk Dünyası ülkelerinin, Türkiye ile ticari ilişkilerinin yapısı incelenecektir. Ancak, çok fazla sayıda ülke söz konusu olduğundan dolayı yalnızca Orta Asya Türk Dünyası ile Türkiye arasındaki ticari ilişkilerin yapısı ortaya konulmaya çalışılacaktır. Bu kapsamda Orta Asya Türk Cumhuriyetleri olarak bilinen Kazakistan, Kırgızistan, Özbekistan, Türkmenistan ve Azerbaycan<sup>2</sup> ülkelerinin ticari yapısı incelenecektir. Ülkeler bazında inceleme yapmadan önce, Türk Cumhuriyetleri'nin, Türkiye'nin ticari yapısı içerisindeki yerini genel hatlarıyla vermekte fayda vardır.

Türkiye'nin ülke gruplarına göre 2009 yılı Ocak-Şubat ayı ihracatında<sup>3</sup> OECD Ülkelerinin payı %56 iken, İslam Konferansı Teşkilatı %26.4, Karadeniz Ekonomik İşbirliği %10.6, Bağımsız Devletler Topluluğu %7.4, Ekonomik İşbirliği Teşkilatı %5.1, EFTA ülkeleri %12.8'lik paya sahiptir. Türkiye'nin ihracatında Türk Cumhuriyetleri'nin payı sadece %2.6'dır.

<sup>2</sup> Azerbaycan, Kafkasya Cumhuriyeti'ne dahil olmasına rağmen Orta Asya Türk Cumhuriyetleri ile birlikte değerlendirilmektedir.

<sup>3</sup> Veriler, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı internet sitesindeki bilgilerden alınmıştır (<http://www.dtm.gov.tr/dtmweb/index.cfm?action=detayrk&yayinID=1116&icerikID=1225&dil=TR>).

İthalata bakıldığında, Türkiye'nin ülke gruplarına göre 2009 yılı Ocak-Şubat ayı ithalatında<sup>3</sup> OECD Ülkelerinin payı %49.7 iken, Karadeniz Ekonomik İşbirliği %22.3, Bağımsız Devletler Topluluğu %20.9, İslam Konferansı Teşkilatı %13.5, Ekonomik İşbirliği Teşkilatı %5, EFTA ülkeleri %1.4'lük paya sahiptir. Türkiye'nin ithalatında Türk Cumhuriyetleri'nin payı sadece %1.8'dir.

### **i) Kazakistan**

Kazakistan, bağımsızlığın ilk yıllarında yaşanan sosyal ve ekonomik sıkıntıların üstesinden gelme yolunda önemli mesafe kat etmiştir. Şüphesiz bunda ülkenin sahip olduğu doğal kaynaklardan sağlanan gelirin ve SSCB döneminden miras kalan beşeri ve fiziki sermaye imkanlarının büyük payı vardır. Bugün gelinen noktada Kazakistan için asıl mesele, ülkenin sahip olduğu kaynaklardan elde ettiği gelirin hangi alanlarda ve nasıl verimli bir şekilde kullanılabileceğinin tespit edilmesidir. Piyasa ekonomisine dayalı bir kalkınma modeli benimseyen Kazakistan, bu kapsamda, sosyal ve ekonomik sektörlerin gelişim istikametlerini belirleyen strateji, plan ve programlarını ciddiyetle uygulamaktadır<sup>4</sup>.

Kazakistan'ın GSMH'sı 184 milyar \$ iken kişi başına düşen GSMH'sı 12.000 \$'dir. 2008 yılı rakamlarına göre 66,7 milyar \$ ihracat ve 37,5 milyar \$ ithalatı olan Kazakistan'ın<sup>5</sup> ihracatta Almanya ile (%12,4), ithalatta Rusya Federasyonu ile (%36,4) ticari ilişkileri bulunmaktadır. İhracatının yalnızca binde 7,25'i ve ithalatının binde 1,69'u<sup>6</sup> Türkiye ile ilişkilidir<sup>7</sup>.

Kazakistan; Rusya Federasyonu, Ukrayna ve Özbekistan gibi maden ve enerji kaynaklarınca zengindir. Dünya çapında üretici durumunda olduğu krom, bakır, kurşun ve çinko metalleri ile ilgili işbirliği potansiyeli mevcut görülmektedir. Kazakistan, eski Sovyet Cumhuriyetleri arasında aynı zamanda önemli bir petrol, kömür ve çelik üreticisidir. Kazakistan bor rezervleri bakımından dünyada üçüncü sırada yer almaktadır<sup>8</sup>. Ayrıca Kazakistan, tarımsal potansiyel alanında da Türkiye ile işbirliği açısından gelecek vaat etmektedir.

### **ii) Kırgızistan**

Komşularının aksine, ekonomiye önemli katkılar sağlayabilecek petrol ve doğalgaz kaynaklarından yoksun olan Kırgızistan, bağımsızlığın ilan

<sup>4</sup> TİKA, 2007 Faaliyet Raporu, [http://www.tika.gov.tr/TR/Yayin\\_Detay.asp?Yayin=26](http://www.tika.gov.tr/TR/Yayin_Detay.asp?Yayin=26), s. 29

<sup>5</sup> Kazakistan Cumhuriyeti Ülke Raporu, Konya Ticaret Odası Yayınları, <http://www.kto.org.tr/dosya/rapor/kazakistan1.pdf>, s. 8

<sup>6</sup> Ülkelerin TİKA'dan alınan ekonomik verileri, 2007 yılı tahmini verileri iken, Türkiye ile ihracat ve ithalat payları 2006 yılı kesin verileridir.

<sup>7</sup> TİKA, s. 29

<sup>8</sup> H. DEMİRKAN, Orta Asya Türk Cumhuriyetleri Yeraltı Kaynakları Potansiyeline Yaklaşım, 13. Madencilik Kongresi Teknik Oturum Tebliğler Kitabı, TMMOB Maden Mühendisleri Odası, Ankara, 1993, s. 388-390

edilmesinin ardından geçen 17 yıllık süre zarfında inişli çıkışlı da olsa kararlı bir kalkınma hamlesi gerçekleştirmiştir. Günümüzde, 1998 – 1999 yıllarında yaşanan mali kriz sonucu ağır bir darbe alan ekonominin yavaş yavaş toparlanmaya başlaması ve 2005 – 2006 yılları içerisinde meydana gelen siyasi istikrarsızlıkların yerini nispeten sakin bir siyasal ortama bırakması, Kırgız Hükümetinin sürdürülebilir kalkınmaya odaklı politikalarının başarı şansını yükselten faktörler olarak değerlendirilmektedir<sup>9</sup>.

Kırgızistan'ın GSMH'sı 10,5 milyar \$ iken kişi başına düşen GSMH'sı 2.000 \$'dır. 2007 yılı rakamlarına göre 1,14 milyar \$ ihracat ve 2,79 milyar \$ ithalatı olan Kırgızistan'ın ihracatta İsviçre ile (%26,1), ithalatta Rusya Federasyonu ile (%38,1) ticari ilişkileri bulunmaktadır. İhracatta %2,7 ve ithalatta % 1,56 oranında Türkiye ile ilişkisi bulunmaktadır<sup>10</sup>.

Kırgızistan'ın dünyaya ihracatının üçte birinden fazlasını oluşturan altın ve değerli madenlerde Rusya'ya ihracat payı önemli bir yer tutmamaktadır. Pamuk ve tekstil ürünleri gibi diğer geleneksel ihraç mallarının ise ezici bir çoğunluğu Rusya'ya gitmektedir. Kırgızistan, toplam ithalatının yaklaşık dörtte birini oluşturan petrol ve petrol ürünlerinin %70'den fazlasını Rusya'dan temin etmektedir. Diğer ithal malları açısından ise Rusya'ya önemli bir bağımlılık göze çarpmamaktadır<sup>11</sup>.

Bugün itibariyle Kırgızistan, Dünya Bankası ve IMF tarafından “en borçlu fakir ülkeler” (HIPC – Heavily Indebted Poor Countries) sınıflaması içinde gösterilmiştir. Kırgızistan'ın toplam dış borçları uzun vadeli olup ağırlığı kamu borçları oluşturmaktadır. GSMH'sının yaklaşık %70'i kadar dış borcu bulunan Kırgızistan'ın borçlarının %75'lik kısmı Dünya Bankası'na bağlı Uluslararası Kalkınma Birliği'nin (IDA–International Development Association) verdiği kredilerdir<sup>12</sup>.

### iii) Özbekistan

Dünyanın en verimli topraklarından olan Fergana Vadisi'ni komşuları Kırgızistan ve Tacikistan ile paylaşmakta olan Özbekistan'ın ekonomisine en büyük girdi tarım sektöründen sağlanmakta olup, söz konusu ülkede yürütülen proje ve faaliyetler ağırlıklı olarak bu sektörde yoğunlaşmaktadır. Söz konusu ülkede ön plana çıkan diğer çalışma alanları ise, kültürel işbirliği ve ticaretin geliştirilmesidir. Özbek ekonomisinde son derece önemli bir yere sahip olan

<sup>9</sup> TİKA, s. 33

<sup>10</sup> Kırgızistan Cumhuriyeti Ülke Raporu, Konya Ticaret Odası Yayınları, <http://www.kto.org.tr/dosya/rapor/kirgizistan.pdf>, s. 6; TİKA, s. 33

<sup>11</sup> A. ATİLLA, Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin Rusya İle Ticari İlişkileri, <http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/DisTicaretGelistirmeDb/turk%20cumhuriyetleri/sayfa135.doc>, s. 144-145

<sup>12</sup> A. Hüseyin EGELİ ve H. EGELİ, Bir Geçiş Ekonomisi Olarak Kırgızistan'ın Dış Borçlarının Sürdürülebilirliği, Sosyo Ekonomi Dergisi, Sayı: 2008-1, Ocak-Haziran, 2008, s. 17

tarım sektörü, bu ülkede üretilen projelerin odaklandığı sektörlerin başında gelmektedir<sup>13</sup>.

Özbekistan'ın GSMH'sı 18 milyar \$ iken kişi başına düşen GSMH'sı 671 \$'dır. 2007 yılı rakamlarına göre 6,58 milyar \$ ihracat ve 4,57 milyar \$ ithalatı olan Özbekistan'ın<sup>14</sup> ihracatta Rusya Federasyonu ile (%23,7), ithalatta yine Rusya Federasyonu ile (%27,6) ticari ilişkileri üst düzeydedir. İhracatının sadece %7,4'ü ve ithalatının %3,6'sı Türkiye iledir<sup>15</sup>.

İhracatının %80'inden fazlasını pamuk oluşturan Özbekistan, altın üretimi bakımından da son derece önemli bir yere sahiptir<sup>16</sup>. Özbekistan; tekstil, taze yiyecekler ve temel imalat sanayi ürünlerinde uzmanlaşmış bir ülkedir<sup>17</sup>.

#### iv) Türkmenistan

Zengin petrol yataklarının yanı sıra Orta Asya'daki en büyük doğalgaz rezervinin sahibi olan Türkmenistan'ın ekonomisi büyük ölçüde bu iki stratejik enerji kaynağının ihracına dayanmakta olup; söz konusu kaynaklardan en üst düzeyde yararlanılması, Türkmen Hükümetinin öncelikleri arasında ilk sırada yer almaktadır. Türkmenistan, ekonomik çeşitliliğin sağlanması ve refah seviyesinin dengeli bir biçimde artırılmasını hedefleyen destekleyici politikaları kararlı bir biçimde uygulamaya da devam etmektedir. 2000 – 2010 dönemini kapsayan "Sosyal ve Ekonomik Dönüşüm Stratejisi"ni bu doğrultuda 1999 yılında hayata geçiren Türkmenistan, 2003 yılında bu stratejiyi 2020 yılına kadar olan dönemi de içine alan ve ana hedefleri ekonomik bağımsızlık, gıda güvenliği, sosyal güvence ve ekolojik güvenlik olan yeni bir uzun vadeli kalkınma programına dönüştürmüştür. Söz konusu programa 2007 yılında verilen destek ise özellikle tarım ve sağlık sektörlerine yoğunlaşmış durumdadır<sup>18</sup>.

Türkmenistan'ın GSMH'sı 26,7 milyar \$ iken kişi başına düşen GSMH'sı 5.200 \$'dır. 2007 yılı rakamlarına göre 7,6 milyar \$ ihracat ve 4,2 milyar \$ ithalatı olan Özbekistan'ın ihracatta Ukrayna ile (%47,7), ithalatta Birleşik Arap Emirlikleri ile (%15,5) ticari ilişkileri üst düzeydedir. İhracatının sadece %2,5'i ve ithalatının %6,7'si Türkiye iledir<sup>19</sup>.

Türkmenistan, tekstil ve konfeksiyon, mineraller ve taze yiyecekler alanında uzmanlaşmış durumdadır. Toplam ihracatının yaklaşık %95'i doğalgaz ve petrol

<sup>13</sup> TİKA, s. 45

<sup>14</sup> Özbekistan Ülke Raporu, <http://www.ito.org.tr/ITOPortal/Dokuman/08.04.67.pdf>, s. 4

<sup>15</sup> TİKA, s. 45

<sup>16</sup> Cafer T. SADIKLAR, 2000'li Yıllar Dünya ve Türkiye, T.C. Kültür Bakanlığı İkibinli Yıllar Dizisi, Ankara, 1995, s. 216

<sup>17</sup> ATİLLA, s. 145

<sup>18</sup> TİKA, s. 53-54

<sup>19</sup> TİKA, s. 53

ürünlerinden, geri kalanının tamamına yakını da pamuk ve tekstil ürünlerinden oluşmaktadır<sup>20</sup>.

#### v) Azerbaycan

Kafkasya bölgesinde yer alan Azerbaycan'ın en önemli özelliği, tarihi geçit ve ticaret yolları üzerinde bulunmasıdır<sup>21</sup>. Ekonomisi hızlı bir biçimde büyüyen Azerbaycan'ın kalkınma süreçleri açısından en temel iki önceliği, petrol dışı sektörlerin geliştirilmesi yoluyla ekonomik faaliyetlerde bir çeşitlilik sağlanması ve buna bağlı olarak yaşanan ekonomik büyümenin ülke geneline daha dengeli bir biçimde yayılmasının temin edilmesidir. Bu bağlamda, 1992'den bu yana Türkiye'nin en büyük işbirliği ortağı konumunda olan Azerbaycan'da 2007 yılı içerisinde gerçekleştirilen proje ve faaliyetlerde ağırlık, ülke önceliklerine uygun bir biçimde ekonomik altyapılar ile başta küçük ve orta sanayi olmak üzere üretim sektörlerinin geliştirilmesine verilmiştir<sup>22</sup>.

Azerbaycan'ın GSMH'sı 65,47 milyar \$ iken kişi başına düşen GSMH'sı 7.700 \$'dir. 2007 yılı rakamlarına göre 21 milyar \$ ihracat ve 6 milyar \$ ithalatı olan Azerbaycan'ın ihracatta İtalya ile (%44,7), ithalatta Rusya Federasyonu ile (%22,4) ticari ilişkileri üst düzeydedir. İhracatının sadece %6,1'i ve ithalatının %7,3'ü Türkiye'yledir<sup>23</sup>.

Toplam ihracatının %80-90'ı petrolden oluşan Azerbaycan, sadece minerallerde uzmanlaşmış durumdadır<sup>24</sup>.

## 2. Türkler'in Esnaf ve Zanaatkar Örgütlenmesi: Ahilik

Sosyal, ekonomik ve kültürel hayatta yeni bir yaşam şekline geçiş, oldukça önemli ve köklü değişiklikleri beraberinde getirmektedir. Onbirinci yüzyılda Selçuklular döneminde yerleşik hayat tarzına yabancı olan ve bu şekilde yaşayanlara “tembel” anlamına gelen “yatuk” diye hitap eden Türkler, Anadolu'ya gelmişlerdir. Türklerin kitleler halinde yerleşik hayat tarzına geçmeleri, tarımın yanısıra, esnaf ve zanaatkarların da önemini ön plana çıkarmıştır<sup>25</sup>. Ortaçağda insanların tüm ihtiyaçları sınırlı bulunduğundan, bunların temini çok az esnaf ve zanaatkar tarafından yapılmıyordu. Bu durum,

<sup>20</sup> ATİLLA, s. 146-147

<sup>21</sup> DPT, Türkiye İle Türk Cumhuriyetleri ve Bölge Ülkeleri İlişkileri Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, DPT Yayınları No: 2511, Özel İhtisas Komisyonu Yayın No: 528, Ankara, 2000, s. 9

<sup>22</sup> TİKA, s. 21

<sup>23</sup> TİKA, s. 21

<sup>24</sup> ATİLLA, s. 146

<sup>25</sup> O. POYRAZ, Ahi Örgütleri, I. Uluslar Arası Ahilik Kültürü Sempozyum Bildirileri, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1996, s. 140

meslek yarışması (rekabet) ve güvensizlik sorunu yaratmıyor, bu nedenle de bir esnaf ve zanaatkarlar birliğinin kurulması gerekmiyordu<sup>26</sup>.

Türkler, onbirinci yüzyılda Selçuklular döneminde Anadolu'ya geldiklerinde, Doğu Roma'nın Anadolu üzerinde hakimiyeti zayıflamış olup Anadolu'da yaşayan halkın can güvenliği sağlanamaz durumda ve ağır vergiler altında inleyen gayri memnun bir kitlenin varlığı bilinmektedir. Türkler, böyle bir toplum için kurtarıcı konumunda yer almıştır. Türkler, Anadolu'da Doğu Roma devletini yenilgiye uğrattıktan sonra yerleşmeye başlamışlardır. Başka hiçbir Anadolu toplumunun devletini yıkarak veya toprağını elinden alarak istila etmemişlerdir. Bu gerçeği Anadolu'nun gerçek sahibi olduklarını iddia ederek ortaya çıkan ve tarihi olayları ideolojik malzeme olarak kullanmaya çalışan kesimlere karşı vurgulamak zarureti vardır<sup>27</sup>. Ancak, Türkler Anadolu'daki şehirlere yerleşirken bu bölgede el sanatları ve ticaret, özellikle Bizans'ın geliştirdiği Rum ve Ermenilerin tekelindeydi. Asya'dan gelme zanaatkar ve tüccar Türklerin, yerli tüccar ve zanaatkarlar karşısında tutunabilmeleri, onlarla yarışabilmeleri, ancak aralarında bir teşkilat kurarak dayanışma sağlamaları, bu yolla iyi, sağlam ve standard mal yapıp satmaları ile mümkün olabilirdi. Ahi Birlikleri, bu şartların tabii bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır<sup>28</sup>. Türklerin kitleler halinde yerleşik hayat tarzına geçmeleri, tarımın yanısıra, esnaf ve zanaatkarların önemini ön plana çıkarmıştır<sup>29</sup>.

“Ahi” kelimesi, Arapça'da “kardeş” manasına gelmektedir. Bir başka tanımla “Ahi” kelimesi, eli açık-cömert manasında “aki” sözcüğünden gelmektedir<sup>30</sup>. Türklerle özgü bir kurum olan Ahilik, Türk yardımseverliğinin ve konukseverliğinin, doğruluk ve merhametliliğinin bir alaşımı olarak görülebilir. Orta çağ başlarında Türkistan'da kurulduğu kuvvetle tahmin edilen Ahilik kurumu, aynı niteliklerde bir benzeri, hiçbir ulusta görülmemiştir. Her Ahi'nin, kesin olarak bir meslek ya da sanatı olması gerekmektedir<sup>31</sup>. Kurum olarak tanımlayacak olursak; Ahilik, esnaf ve zanaatkarların, Anadolu'daki yerli Rum ve Ermeni tüccarların ticaret tekelini kırmak amacıyla oluşturdukları esnaf örgütlenmesidir.

Ahilik örgütü, şekillendiği dönemden itibaren Selçuklu, Beylikler ve Osmanlı döneminde varlığını sürdürmüştür. Osmanlı devletinin yükselme

<sup>26</sup> N. ÇAĞATAY, Bir Türk Kurumu Olan Ahilik, Türk Tarih Kurumu Basımevi, VII. Dizi, Sayı: 104, Ankara, 1989, s. 75-76

<sup>27</sup> A. KOLBAŞI, Türk Kültür Turizmi Açısından Ahilik, Ahilik Araştırmaları Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 2, Gazi Üniversitesi Ahilik Kültürünü Araştırma Merkezi Yayınları, 2005, s. 59

<sup>28</sup> N. ÇAĞATAY, Bir Türk Kurumu Olarak Ahilik, Ankara Üniv. İlahiyat Fakültesi Yayınları No: 123, Ankara, 1974, s. 59

<sup>29</sup> POYRAZ, s. 140

<sup>30</sup> K. MAHMUD, Divan-ı Lüğati't-Türk, Türk Dil Kurumu Yayınları, c.1., 1995, s. 90; N. PEKOLCAY, İslami Türk Edebiyatı Metinlerinde Ahiliğin Anlamı ve Önemi, Ahilik ve Esnaf, Esnaf ve Zanaatkarlar Derneği Yayınları, İstanbul, 1986, s. 77

<sup>31</sup> ÇAĞATAY, 1989: 240

döneminden itibaren dönüşüme uğramasına rağmen özdeki misyonunu korumuştur. Ahilik, Anadolu Selçukluları zamanında başta Kırşehir olmak üzere Ankara, Kayseri, Sivas, Erzurum gibi şehirlerde kurulup geliştiği gibi, Osmanlılar döneminde ülkenin her tarafına ulaşmış ve kökleşmiştir. Anadolu köylerinde ve kırsalında ise Ahiliğin uzantısı olarak yararlık teşkilatı yer almıştır<sup>32</sup>.

Ahilerin kurduğu esnaf ve zanaatkar birliklerinin koydukları ana kurallar, daha sonraları bu alanda hazırlanan kanunnamelerin, tüzüklerin temelini teşkil etmiştir. İlk sıralarda Ahiler, sadece debbağlık ve deri işçiliği ile uğraşırken, bu sanat kolları sonradan 32'ye ulaşmıştır. Örgütün kurduğu sağlam, mesleki ve ahlaki düzen, birbirlerine bağlılık ve yardım, onların, öteki esnaf ve zanaatkarlar üzerinde etki ve üstünlük kurmaları sonucunu doğurmuştur. Osmanlı ülkesindeki bütün Türk zanaatkarları, gitgide, Ahi Babalardan ya da onların yetki verdiği kişilerden aldıkları yeterlilik ve izin belgeleri ile iş görür ve sanat icra eder duruma gelmiştir<sup>33</sup>. Türk esnaf ve zanaatkarları, Anadolu bölgesinde ticaret ve zanaatı uzunca bir dönem elinde tutmuştur. Ahilik örgütünün iktisadi fonksiyonları o kadar ileri düzeye ulaşmıştır ki, 15. yüzyılda Hristiyan ve Yahudi esnafının İstanbul'da Türkler'den esinlenerek çeşitli loncalar kurdukları görülmektedir<sup>34</sup>.

Ahi Teşkilatı'nın yaşadığı dönemde devlet yönetimine önemli katkılar ve etkiler yapmasıyla birlikte insanların ahlaki, dini, siyasi ve sosyo-ekonomik yaşantılarında da önemli fonksiyonlar üstlendiği açıktır<sup>35</sup>. Yerleşme birimlerinde her sanat kolu için ayrı birlikler kurulmuştur. İmparatorluk içindeki bütün esnaf birlikleri Kırşehir'de bulunan Ahi Evran zaviyesine bağlıydılar. Bu zaviyenin başında bulunan Ahi Baba, bütün zanaatkarların piri kabul edilen Ahi Evran-ı Veli'nin halifesiydi ve bütün esnaf birlikleri ona bağlıydı. Böylece Ahi Birlikleri bir merkeze bağlanmakta ve Ahi Evran zaviyesi de bu birliklerin genel merkezi olmaktadır<sup>36</sup>. Ahiler bir araya gelerek içlerinden birini önderliğe seçerler ve bir zaviye yaptırırlardı<sup>37</sup>. Her esnaf ve zanaatkar birliğine ait bir zaviye bulunurdu. Akşam işlerini bitirdikten sonra üyesi oldukları zaviyeye gelen üyeler, burada ürün, hizmet, müşteri ve pazar ile ilgili bilgi alışverişlerinde bulunurlardı.

Ahiliğin amaçları; insanları hem ahlaken hem de mesleki yönden eğiterek üretici ve topluma yararlı bir duruma getirmek; inançlı, ahlaklı, bilinçli ve üretici bir toplum oluşturmak; insanlar arasında karşılıklı anlayış, güven ve rıza

<sup>32</sup> KOLBAŞI, s. 61

<sup>33</sup> ÇAĞATAY, 1989, s. 111

<sup>34</sup> M. AKDAĞ, Türkiye'nin İktisadi ve İçtimai Tarihi 2 (1453 – 1559), Cem Yayınevi, İstanbul, 1995, s. 24

<sup>35</sup> S. GÜLLÜLÜ, Ahi Birlikleri, Ötüken Yayınevi, İstanbul, 1977, s. 92

<sup>36</sup> Y. EKİNCİ, Ahilik, Sistem Ofset Baskı, Ankara, 1991, s. 24

<sup>37</sup> İ. PARMAKSIZOĞLU, İbn-i Battuta Seyahatnamesinden Seçmeler, MEB Yayınları, İstanbul, 1971, s. 9



duygularıyla işbölümü ve işbirliği kurarak toplumda sosyal ve ekonomik dengeyi sağlamaktır<sup>38</sup>. Ahiler, rekabeti çok iyi biliyorlardı. Ama, rekabeti müşteri çalmak için hileli yollara başvurarak değil, daha iyi ve daha kaliteli mal üreterek yapıyorlardı. Ahilik; daha fazla kazanmak, spekülasyon ve rekabet yapmak yerine karşılıklı yardım ve sosyal dayanışma esaslarına bağlı kalmayı tercih etmiştir<sup>39</sup>.

### 3. Türk Dünyası İşletmelerinin Ekonomik Yapılarının Güçlendirilmesinde Ahilik Modeli

SSCB'nin dağılmasının ardından bağımsızlıklarına kavuşan Türk Cumhuriyetleri'ni ilk tanıyan ülke Türkiye olmuştur. Zengin doğal kaynaklara sahip olmaları nedeniyle birçok ülkenin gözü Türk Cumhuriyetleri üzerindedir ve ayrıca Rusya hala bu Cumhuriyetleri egemenliği altında görme eğilimini devam ettirmektedir. Bundan dolayı, diğer ülkelerle ilişki kurmasına pek sıcak bakmamaktadır. Merkeziyetçi sistemden serbest piyasa ekonomisine geçme çabası içinde olan Türk Cumhuriyetleri ile Türkiye arasındaki ortak değerler ve coğrafi yakınlık nedeniyle bağımsızlıklarının ilk günlerinden itibaren başlayan işbirliği, dünyada yaşanan konjonktürel dalgalanmalara rağmen (Rusya Krizi, Türkiye'de yaşanan krizler), değişen ve gelişen bir hızla devam etmektedir<sup>40</sup>.

Sovyetler Birliğinin dağılması, Türkiye açısından ekonomik, ticari ve siyasi alanlarda önemli bir etkinlik alanı yaratmıştır. Özellikle Kafkasya ve Orta Asya Türk Cumhuriyetleri ile mevcut tarih ve kültür yakınlığı, Türkiye'nin bu ülkeler ile ilişkilerini olumlu yönde etkilemektedir<sup>41</sup>. Ancak ikinci bölümde ortaya konulan veriler dikkate alındığında, Türkiye'nin Orta Asya ülkeleri üzerindeki ticari etkisinin oldukça yetersiz olduğu göze çarpmaktadır. Bu kapsamda Türkiye ile Orta Asya Türk Dünyası arasındaki ticari ilişkilerin geliştirilmesine yönelik alternatif model ve yöntemlerin geliştirilmesine olan ihtiyaç açıkça ortadadır.

Türk Dünyası kapsamına giren ülkelerdeki işletmelerin, dünyada yaşanan ekonomik krizlerden etkilenmemesi mümkün değildir. Çünkü bu ülkelerin çoğunun ekonomik gelişmişlik düzeyi çok yüksek görünmemektedir. Hakeza son derece gelişmişlik düzeyi yüksek olan ülkelerin dahi, ekonomik krizlerden

<sup>38</sup> Refik H. SOYKUT, Orta Yol Ahilik, Türkiye Esnaf ve Zanaatkarları Konfederasyonu Eğitim Yayınları, Ankara, 1971, s. 88

<sup>39</sup> EKİNCİ, s. 173

<sup>40</sup> M. ALAGÖZ, S. YAPAR ve R. UÇTU, Türk Cumhuriyetleri İle İlişkilerimize Ekonomik Açından Bir Yaklaşım, Selçuk Üniv. Sosyal Bilimler Enst. Dergisi, Sayı: 12, 2004, s. 29

<sup>41</sup> DPT, Dünyada Küreselleşme ve Bölgesel Entegrasyonlar (AT, NAFTA, PASİFİK) ve Türkiye (AT, EFTA, KEİ, Türk Cumhuriyetleri, İslam Ülkeleri, ECO) İlişkileri Özel İhtisas Komisyonu: Türkiye – Türk Cumhuriyetleri İlişkileri Raporu Özeti, DPT Yayınları No: 2410, Özel İhtisas Komisyonu Yayın No: 471, Ankara, 1995, s. 26

ne derece etkilendiğini 2009 Dünya Mali Krizi bize açıkça göstermektedir. Orta Asya Türk Cumhuriyetleri ile Türkiye arasında oluşturulacak etkin bir işbirliği modeli, her iki ülkenin de iktisadi menfaatlerine katkı sağlayacaktır.

Ahilik, birçok alanda Osmanlı Devleti'nin gelişimine katkılar sağlamıştır. Özellikle debbağ (derici) esnafları meşin ve bihassa sahtiyana (işlenmiş deri) üretiminde bütün Avrupa'da çok aranan ve benzeri yapılamayan mamulleri ile ün yapmışlardır. Türk esnaf örgütlerinin en güçlü ve tipik örneklerini yansıtan debbağlar (dericiler), meslek sırlarını 19. yüzyılın başlarına kadar titizlikle koruyarak üstünlüklerini sürdürmüşlerdir. Hatta Türk debbağ esnafları Avrupa'da karşılıklarına çıkarılan korumacı gümrük duvarlarını aşarak ihracat yapabilmişler ve özellikle de sarı ve kırmızı sahtiyanda (işlenmiş deri) rakipsiz kalmayı başarmışlardır. Batıya ihracatı 15. yüzyıla kadar geriye giden bu mamullerde dış talep o kadar aşırı olmuştur ki, devlet, iç Pazar ihtiyacını karşılayabilmek için ihracatta miktar kısıtlamasına ve hatta zaman zaman tümü ile yasaklamalara başvurmak zorunda kalmıştır<sup>42</sup>. Türk dünyası ülkelerinin kendi aralarında, en iyi oldukları alanda üretimlerini artırarak dayanışma göstermeleri, Ahilik felsefesinin ortaya koyduğu bir anlayış olacaktır. Ahilik anlayışı, esnaf ve zanaatkarların oluşturdukları birliktelik sayesinde Osmanlı Devleti'ni beylikten imparatorluğa götüren bir oluşum olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu birliktelik, Türk Dünyası'ndaki işletmelerin arasında oluşturulacak böyle bir dayanışma ile sağlanabilecektir.

Ahilik kurumu, köylere kadar yayılan örgütleriyle, ulusal birlik ve bütünlüğü, sosyal dayanışma ve yardımı temel ilke olarak benimsemektedir. Ahilik, dostluk ve kardeşlik içinde toplumsal ahlak kurallarına bağlı, uygar bir toplum kurmayı amaçlayan, üretimi en kaliteli, en ucuz biçimde yapmayı öngören 13. yüzyılda kurulup gelişen ulusal bir organizasyon biçimidir<sup>43</sup>. Bu organizasyon biçiminin, günümüz ekonomik yapısında birebir uygulanması mümkün değildir. Ancak Ahilik felsefesinin temel düstur olarak kabul ettiği yardımlaşma, dayanışma ve birliktelik anlayışının, günümüz ekonomik yapısına uyarlanması mümkündür. Bu uyarlama, Türk Dünyası ülkeleri arasında oluşturulacak iş ahlakına, yardımlaşma ve dayanışmaya, tüketici odaklılığa ve kalite gibi çeşitli rekabet ölçütlerine bağlı bir yapılanma ile mümkün olabilecektir.

Modern çağın bir buluşu sanılan aynı iş kolunda çalışanları bir araya toplayan "siteler", bizzat Ahi Evran tarafından 13. yüzyılda oluşturulmuştu. Ahi Evran, Kayseri'de bir deri imalathanesi kurmuş, ardından bütün dericileri ve diğer zanaatkarları içine alan devrin en büyük sanayi sitesini oluşturmuştur. Her

<sup>42</sup> M. GENÇ, Osmanlı Esnafı ve Devlet İlişkisi, Ahilik ve Esnaf (Konferanslar, Seminer Metinleri ve Tartışmalar), İstanbul, 1986, s. 130; M. ŞİMŞEK, TKY ve Tarihteki Bir Uygulaması Ahilik, Hayat Yayınları, İstanbul, 2002, s. 37

<sup>43</sup> A. MARŞAP, Ahi Evran-ı Veli ve Evrensel İş Etiğinde Yeni Gelişmeler: Çağdaş İş Yaşamında Etik Yaklaşımlar, Ahilik Araştırmaları Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 2, Gazi Üniversitesi Ahilik Kültürünü Araştırma Merkezi Yayınları, 2005, s. 70

sanat dalındaki birliklerin bir araya toplandığı bu siteler, Anadolu'nun diğer şehirlerine de hızla yayılmıştır. Ahi Evran, sanayi sitelerini takiben aynı meslekte faaliyet gösteren esnaflardan meydana gelen çarşılar ve hanların kurulmasına öncülük etmiştir. Bu, günümüz dünyasında, ticari ve ekonomik bakımdan önem ve gereği henüz anlaşılmaya başlanan bir uygulamadır<sup>44</sup>. Ahiler, her grup zanaatkar için ayrı olmak üzere bedestan, arasta ya da uzun çarşı denilen kalın duvarlarla çevrili görkemli yapılar içindeki, yan yana dizilmiş dükkanlarda sanat ya da mesleklerini güven içinde sürdürmüşlerdir. Aralarında kurdukları güçlü bir otokontrol ile standard, sağlam ve ucuz mal satarak her dinden ve milletten olan kişilerle güven içinde ticaret yapıyorlardı. Atelyede ve tezgahta sanat eğitimi, zaviyelerde kültür ve genel bilgi almak suretiyle çift eğitim gören Türk esnaf ve zanaatkarları, hem aralarında güçlü bir dayanışma ve yardımlaşma kurmuş, hem de yerli Bizans zanaatkarları ile yarışabilecek bir sanat yeteneğine kavuşmuşlardı<sup>45</sup>. Bu tür uygulamaların, Türk dünyası ülkeleri arasında Ahilik anlayışının temelleri doğrultusunda uyarlanması mümkündür.

Ahilik felsefesinde yer alan toplumsallık ilkesi, işletmecilik problemlerine yeni çözüm alanları bulabilmek adına bizi ciddi derecede ümitlendirmektedir. Ahi Birliklerinde, menfaatler toplumsal bazda düşünüldüğünden dolayı kalite, fiyat, kontrol ve ticarete hem piyasa ekonomisi korunmuş, hem de ticari ahlak oluşturulmuştur<sup>46</sup>. Ahilikte kabul edilen toplumsallık anlayışının, Türk dünyası toplumları arasında da oluşturulması, ülkelerin menfaatleri açısından son derece önemli bir konudur.

Ahi Birlikleri'nde; iç pazarda, hatta bulunduğu yörede tüketiciyi memnun edememiş bir ürünün, dış pazarlarda rekabet etme şansı görülmemektedir<sup>47</sup>. Ahi Birlikleri'nin iç ve dış pazara bakış açılarının, Türk Dünyası tarafından örnek alınabilecek bir strateji olduğu düşüncesindeyiz. Türk Dünyası ülkelerinin kendi aralarında memnun olmadıkları bir ürünü, dış pazarlarda farklılaştırabilmek için birbirleriyle dayanışma içerisinde olmaları gerekmektedir.

Bugünkü ülkeler arası ticaret sahnesinde yaşanan en önemli problemlerden biri de, çok para kazanma gayesidir. Ancak bu sorunun, hiç değilse Türk dünyası ülkeleri arasında yaşanmaması gereklidir. Çünkü bu konuda geçmişimizden bize verilen önemli dersler bulunmaktadır. Ahilik Teşkilatı'nın bu konudaki uygulamalarından birkaç örnek aşağıda verilmiştir. Bu derslere iyi çalışmamız, daha kaliteli mal/hizmet üreten ve birbirlerine destek veren ülkeler

<sup>44</sup> F. KÖKSAL, Ahi Evran ve Ahilik, Kırşehir Valiliği Yayınları No: 5, Kırşehir, 2006, s. 106

<sup>45</sup> ÇAĞATAY, 1989, s. 246

<sup>46</sup> A. ERBAŞI ve S. ERSÖZ, Toplam Kalite Yönetimi – Ahilik İlişkisi, Standard Dergisi, Yıl: 43, Sayı: 515, Kasım, 2004a, s. 37

<sup>47</sup> A. ERBAŞI ve S. ERSÖZ, AB Programına Uyum Çerçevesinde KOBİ'lerin Rekabet Gücü ve Kalitesindeki Artı Değerlerin Geliştirilmesi Adına: Ahilik, I. Ahi Evran-ı Veli ve Ahilik Araştırmaları Sempozyumu, 12-13 Ekim, Kırşehir, 2004b, s. 362

arası işletmecilik anlayışını ortaya koyan bir yapılanmayı beraberinde getirebilecektir.

Her Ahi, belirli bir kalitedeki hammaddeyi kullanmak zorundadır. Bu konuda değişik usullere başvurmak (tavr-ı kadimden huruç etmek) affedilmez bir hata (bidat)dir. Herhangi bir ürünün zaviye onayı olmadan ‘olagelmış’ten farklı şekilde imalı, o ürünün ‘yeni ürün’ (nev-icad) diye nitelendirilmesine, ahlak ve gelenek dışı bir hareket (hilaf-ı edeb-ı kadim), olarak algılanmasına neden olmaktadır<sup>48</sup>. Ahilikte malın kalitesiz-çürük-ayıplı üretilmesi yasaktır. Para hırsı olmadığı için, çok para kazanmak amacıyla ucuza mal etme gibi zayıf bir iktisadi bir ahlak geleneği yoktur<sup>49</sup>. Ahilikte mal, servet ve sadece kazanç için çalışmak hiç bir zaman kendi başına bir anlam taşımamaktadır. Bunlar, ancak kendinden üstün bir gayenin gerçekleşmesine vasita oldukları takdirde bir değer ifade etmektedirler. Para kazanmayı gaye haline getirmek Ahilik düşüncesine terstir. Çünkü, vasita olan para, gaye haline gelirse, gaye olan ahlaki değerler de vasita haline gelir ki, bu son derece ahlaksız bir dünya görüşünün temeli olur<sup>50</sup>.

Ahi Teşkilatı’nın amaçları; Anadolu’ya göç eden zanaatkarlara iş bulmak, yerli zanaatkarlarla rekabet etmek, üretimde kalite ve standardizasyonu sağlamak, üretimi ihtiyaca göre planlamak, sanat ve ahlakın gelişmesini sağlamak, savaş halinde devletin silah teminine yardımcı olmak, gerektiğinde silahlı kuvvetlerin yanında olmak, sanatta, dilde, musikide, gelenek ve göreneklerde milli heyecanı canlı tutmaktır. Bu kapsamda Ahi Teşkilatı, Türk-İslam kültürüne, dünya uygarlık tarihine özellikle ticaret ve sanat hayatına çok önemli değerler katmıştır<sup>51</sup>. Ahilik ruhunun Türk Dünyası ve işletmeleri arasında da yaşatılması, ekonomik anlamda güçlenmelerinde önemli açılımlar sağlayabilecektir.

Ahilik felsefesi, modern çağın gerekleriyle birebir örtüşen bir ticaret anlayışını içermektedir. Müşteri odaklılık, motivasyon, iş ahlakı, insan, sürekli gelişim ve kalite kontrol çemberleri, eğitim, kalite kontrol, tam katılım ve üst yönetimin liderliği gibi Toplam Kalite Yönetimi’nin tüm unsurlarını<sup>52</sup> içinde barındıran Ahilik felsefesi, özü itibarıyla Toplam Kalite Yönetiminin 13. yüzyıldaki uygulanmış halidir<sup>53</sup>. Yine yeni yönetim tekniklerinden biri olarak kabul edilen benchmarking (kıyaslama) çalışmalarının Ahilik felsefesinde

<sup>48</sup> B. DURAN, Weberyen Yaklaşımla Ahilik Kurumunun Değerlendirilmesi, I. Uluslar arası Ahilik Kültürü Sempozyum Bildirileri, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara 1996, s. 55

<sup>49</sup> A. GÜLVAHABOĞLU, Sosyal Güvenlik Öncüsü Ahi Evran Veli ve Ahilik, Memleket Yayınları, Ankara, 1991, s. 261

<sup>50</sup> POYRAZ, s. 143

<sup>51</sup> O. AKKUŞ, Ahilik Teşkilatlarına Tarihsel Bir Perspektiften Bakış, I. Ahi Evran-ı Veli ve Ahilik Araştırmaları Sempozyumu, 12-13 Ekim, Kırşehir, 2004, s. 30

<sup>52</sup> İ. EFİL, Toplam Kalite Yönetimi ve ISO 9000 Kalite Güvence Sistemi, Alfa Basım Yayım, 4. Baskı, Ankara, 1999, s. 4

<sup>53</sup> ERBAŞI ve ERSÖZ, 2004a, s. 29

uygulandığını görmekteyiz<sup>54</sup>. Kıyaslamamızın, Türk dünyası işletmeleri arasında uygulanmasıyla buradaki işletmelerin, kendilerinden daha iyi ve üstün olan diğer işletmelerin yönlerini, kendi işletmelerine uyarlayabilme olanakları bulmalarını sağlayabilir. Görüldüğü üzere, 21. yüzyılın yeni olarak kabul edilen yönetim anlayışlarının birçoğunu özünde barındıran Ahilik, yönetsel açıdan Türk Dünyası işletmelerinin gelişmişlik düzeylerini artıracak önemli katkıları beraberinde getirebilecektir.

Ahiler, kendi aralarında büyük bir yardımlaşma ve dayanışma sergiliyorlardı. İşbirliği ile esnaf ve zanaatkarların, sermaye açısından daha güçlü konuma getirilmesi hedeflenerek maliyetlerin düşürülmesi, mal ve hizmet üretiminde kalite ve verimliliğin artırılması sağlanıyordu<sup>55</sup>. Ahilik Teşkilatı'nın kendi aralarında gerçekleştirdikleri bu yardımlaşma ve dayanışma ruhunun, Türk Dünyası işletmeleri arasında da oluşturulmaması için hiçbir neden bulunmamaktadır.

#### 4. Sonuç

Türkiye ile Türk Dünyasına dahil olan ülkeler arasındaki ticari ilişkiler incelendiğinde, istenen ve beklenen bir iktisadi yapının oluşmadığı görülmektedir. Bu durum, özellikle çok gelişmiş ekonomik yapıya sahip olmayan Türk dünyası ülkelerinin, farklı kültür ve anlayıştaki ülkelerle olan ticari bağımlılıklarının artmasına sebebiyet vermektedir. İçinde bulunduğumuz dönem, ahlaki ve dostane duyguların değil, ticari ve parasal zihniyetin ön plana çıkacağı bir dönem olarak görülmektedir. Bu dönemde, farklı kültürdeki toplumlarla olan ticari diyaloglar yerine, Türk Dünyası ülkeleri arasında geliştirilecek her türlü ticari diyalog önem kazanmaktadır. Elbette bu durum, Türk dünyası ülkelerinin, farklı ülkelerle ithalat ve ihracat ilişkilerinin olmaması anlamına gelmemelidir. Ancak oluşturulacak ilişkilerde, Türk dünyası ülkelerinin lehinde davranışlar sergilenmesi ve arayışların ortaya çıkarılması önemli bir konudur. Türk dünyası işletmelerinin ekonomik gelişmelerinin sağlanabilmesi, daha kaliteli ve toplumun isteklerine uygun mal/hizmet üretebilmeleri gerekmektedir. Bu gereksinim bizi, Türk dünyası ülkeleri arasında Ahilik Teşkilatı uygulamalarının uyarlanma açısından örnek bir model teşkil edebileceği sonucuna götürmektedir.

Ahilik, ticaretteki Ermeni ve Rum tekeli kırma amacıyla esnaf ve zanaatkarların bir araya gelip kaliteli mal / hizmet üretimi gerçekleştirmelerini

<sup>54</sup> A. ERBAŞI ve S. ERSÖZ, Ahi Evran-ı Veli'nin 13. yy.'daki Benchmarking Uygulamaları, 1. Uluslararası Ahilik Kültürü ve Kırşehir Sempozyumu, 15-17 Ekim, Bildiri Özetleri Kitapçığı, Kırşehir, 2008, s. 106

<sup>55</sup> A. ACAR, Küreselleşme Sürecinde Ahilik Kodları ve Normlarının Yeniden Değerlendirimi, I. Ahi Evran-ı Veli ve Ahilik Araştırmaları Sempozyumu, 12-13 Ekim, Kırşehir, 2004, s. 12

sağlamaya çalışan, ahlaki ve müşteriye odaklı üretimi esas alan bir anlayışla hareket eden teşkilatlanma modelidir. Ahilikteki “Ben siftah ettim, yan komşum siftah etmedi. Git, ürününü oradan al” anlayışının sergilenebilmesi için; kendi ülke menfaatlerine de olsa, Türk Dünyasına dahil olan diğer ülkelerin ticari menfaatlerine katkı sağlamayan ya da zarar görmesine neden olan ticari ilişkilerin sorgulanması gerekmektedir. Türk Dünyası ülkeleri, sadece Ahilik felsefesinde var olan bu anlayışla, kendi aralarında önemli ve hatırı sayılır ekonomik güçlenmeleri yaşayabilecektir. Tüm bunların yanısıra, Ahilik’te günümüz işletmelerine yön verecek düzeyde uygulanan yöntemlerin, Türk Dünyası işletmelerine önemli katkılar sağlayacağı da aşikardır.

## KAYNAKLAR

1. Acar, A., Küreselleşme Sürecinde Ahilik Kodları ve Normlarının Yeniden Değerlendirimi, I. Ahi Evran-ı Veli ve Ahilik Araştırmaları Sempozyumu, 12-13 Ekim, Kırşehir, 2004, s. 1-13
2. Akdağ, M., Türkiye’nin İktisadi ve İctimai Tarihi 2 (1453 – 1559), Cem Yayınevi, İstanbul, 1995
3. Akdıs, M., Orta Asya Türk Cumhuriyetleri İle Ekonomik Sosyal Kültürel İlişkiler – Bölgeye Yabancı İlgisi ve Beklentiler,
4. <http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/TanitimKoordinasyonDb/ortaasya.doc>, 02.03.2009
5. Akkuş, O., Ahilik Teşkilatlarına Tarihsel Bir Perspektiften Bakış, I. Ahi Evran-ı Veli ve Ahilik Araştırmaları Sempozyumu, 12-13 Ekim, Kırşehir, 2004, s. 27-41
6. Alagöz, M., S. Yapar ve R. Uçtu, Türk Cumhuriyetleri İle İlişkilerimize Ekonomik Açından Bir Yaklaşım, Selçuk Üniv. Sosyal Bilimler Enst. Dergisi, Sayı: 12, 2004, s. 29-44
7. Atilla, A. Orta Asya Türk Cumhuriyetlerinin Rusya İle Ticari İlişkileri, <http://www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/DisTicaretGelistirmeDb/turk%20cumhuriyetleri/sayfa135.doc>, 03.03.2009
8. Çağatay, N., Bir Türk Kurumu Olan Ahilik, Türk Tarih Kurumu Basımevi, VII. Dizi, Sayı: 104, Ankara, 1989
9. Çağatay, N., Bir Türk Kurumu Olarak Ahilik, Ankara Üniv. İlahiyat Fakültesi Yayınları No: 123, Ankara, 1974
10. Demirkan, H., Orta Asya Türk Cumhuriyetleri Yeraltı Kaynakları Potansiyeline Yaklaşım, 13. Madencilik Kongresi Teknik Oturum Tebliğler Kitabı, TMMOB Maden Mühendisleri Odası, Ankara, 1993, s. 385-395
11. DPT, Türkiye İle Türk Cumhuriyetleri ve Bölge Ülkeleri İlişkileri Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, DPT Yayınları No: 2511, Özel İhtisas Komisyonu Yayın No: 528, Ankara, 2000
12. DPT, Dünyada Küreselleşme ve Bölgesel Entegrasyonlar (AT, NAFTA, PASİFİK) ve Türkiye (AT, EFTA, KEİ, Türk Cumhuriyetleri, İslam Ülkeleri, ECO) İlişkileri Özel İhtisas Komisyonu: Türkiye – Türk Cumhuriyetleri İlişkileri Raporu Özeti, DPT Yayınları No: 2410, Özel İhtisas Komisyonu Yayın No: 471, Ankara, 1995
13. Duran, B., Weberyen Yaklaşımla Ahilik Kurumunun Değerlendirilmesi, I. Uluslar arası Ahilik Kültürü Sempozyum Bildirileri, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara 1996
14. Efil, İ., Toplam Kalite Yönetimi ve ISO 9000 Kalite Güvence Sistemi, Alfa Basım Yayım, 4. Baskı, Ankara, 1999
15. Egeli, Hüseyin A. ve H. Egeli, Bir Geçiş Ekonomisi Olarak Kırgızistan’ın Dış Borçlarının Sürdürülebilirliği, Sosyo Ekonomi Dergisi, Sayı: 2008-1, Ocak-Haziran, 2008, s. 11-26

16. Ekinci, Y., Ahilik, Sistem Ofset Baskı, Ankara, 1991
17. Erbaşı, A. ve S. Ersöz, Ahi Evran-ı Veli'nin 13. yy.'daki Benchmarking Uygulamaları, 1. Uluslararası Ahilik Kültürü ve Kırşehir Sempozyumu, 15-17 Ekim, Bildiri Özetleri Kitapçığı, Kırşehir, 2008, s. 105-106
18. Erbaşı, A. ve S. Ersöz, Toplam Kalite Yönetimi – Ahilik İlişkisi, Standard Dergisi, Yıl: 43, Sayı: 515, Kasım, 2004a, s. 27-37
19. Erbaşı, A. ve S. Ersöz, AB Programına Uyum Çerçevesinde KOBİ'lerin Rekabet Gücü ve Kalitesindeki Artı Değerlerin Geliştirilmesi Adına: Ahilik, I. Ahi Evran-ı Veli ve Ahilik Araştırmaları Sempozyumu, 12-13 Ekim, Kırşehir, 2004b, s. 359-369
20. Genç, M., Osmanlı Esnafı ve Devlet İlişkisi, Ahilik ve Esnaf (Konferanslar, Seminer Metinleri ve Tartışmalar), İstanbul, 1986
21. Güllülü, S., Ahi Birlikleri, Ötüken Yayınevi, İstanbul, 1977
22. Gülvahaboğlu, A., Sosyal Güvenlik Öncüsü Ahi Evran Veli ve Ahilik, Memleket Yayınları, Ankara, 1991
23. Kazakistan Cumhuriyeti Ülke Raporu, Konya Ticaret Odası Yayınları, <http://www.kto.org.tr/dosya/rapor/kazakistan1.pdf>, 06.04.2009
24. Kırgızistan Cumhuriyeti Ülke Raporu, Konya Ticaret Odası Yayınları, <http://www.kto.org.tr/dosya/rapor/kirgizistan.pdf>, 06.04.2009
25. Kolbaşı, A., Türk Kültür Turizmi Açısından Ahilik, Ahilik Araştırmaları Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 2, Gazi Üniversitesi Ahilik Kültürünü Araştırma Merkezi Yayınları, 2005, s. 57-67
26. Köksal, F., Ahi Evran ve Ahilik, Kırşehir Valiliği Yayınları No: 5, Kırşehir, 2006
27. Mahmud, K., Divan-ı Lügati't-Türk, Türk Dil Kurumu Yayınları, c.1., 1995
28. Marşap, A., Ahi Evran-ı Veli ve Evrensel İş Etiğinde Yeni Gelişmeler: Çağdaş İş Yaşamında Etik Yaklaşımlar, Ahilik Araştırmaları Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 2, Gazi Üniversitesi Ahilik Kültürünü Araştırma Merkezi Yayınları, 2005, s. 69-89
29. Özbekistan Ülke Raporu,
30. <http://www.ito.org.tr/ITOPortal/Dokuman/08.04.67.pdf>, 06.04.2009
31. Parmaksızoğlu, İ., İbn-i Battuta Seyahatnamesinden Seçmeler, MEB Yayınları, İstanbul, 1971
32. Pekolcay, N., İslami Türk Edebiyatı Metinlerinde Ahiliğin Anlamı ve Önemi, Ahilik ve Esnaf, Esnaf ve Zanaatkarlar Derneği Yayınları, İstanbul, 1986
33. Poyraz, O., Ahi Örgütleri, I. Uluslar Arası Ahilik Kültürü Sempozyum Bildirileri, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1996
34. Sadıklar, Cafer T., 2000'li Yıllar Dünya ve Türkiye, T.C. Kültür Bakanlığı İkibinli Yıllar Dizisi, Ankara, 1995
35. Soykut, Refik H., Orta Yol Ahilik, Türkiye Esnaf ve Zanaatkarları Konfederasyonu Eğitim Yayınları, Ankara, 1971
36. Şimşek, M., TKY ve Tarihteki Bir Uygulaması Ahilik, Hayat Yayınları, İstanbul, 2002
37. TİKA, 2007 Faaliyet Raporu,
38. [http://www.tika.gov.tr/TR/Yayin\\_Detay.asp?Yayin=26](http://www.tika.gov.tr/TR/Yayin_Detay.asp?Yayin=26), 02.03.2009
39. Uludağ, R., Türkiye'yi Büyüten Cumhuriyet, Dünya Gazetesi, 6.11.1998, s. 13
40. [www.dtm.gov.tr](http://www.dtm.gov.tr)

## Summary

### **BENEFITING FROM THE AKHISM UNDERSTANDING TO STRENGTHEN THE ECONOMIC STRUCTURES OF TURKISH WORLD'S BUSINESS ENTERPRISES**

***Ali ERBASHI***

*(Selchuk University, Turkey)*

***Semih BUYUKİPEKÇİ***

*(Selchuk University, Turkey)*

**Mehmet BAKANLAR**

*(Selchuk University, Turkey)*

The waves of the global crisis being experienced in the world brings about serious problems in business enterprises. The collaboration among the business enterprises holds an important place while strenghtening the economic structure of countries especially during these perionds. This kind of collaboration which business enterprises in the Turkish World will establish among themselves will be able to reduce the level of the negative reflections of the world-wide economy. As establishing this structure effectively the approach which is to be taken as a model is Akhism philosopy. We can say that the cooperation and collaboration which tradesmen and craftsmen established among themselves was based by Akhism understanding which was one of the most important dynamics taking the Ottomon Empire from the seigniory to the imperial. The aim of this workout is to explain that the collaboration established among the Turkish World's business enterprises by adopting the principles of the Akhism understanding is going to contribute to strenghten their countries' economic structures with the examples of the practices of Akhism Organization in the Ottomon Empire.

**Key Worlds:** Turkish World, Economic Structure, Akhism