

Tartışma: Şirketlerin Kâr Yapmanın Ötesinde Bir Sorumluluğu Var mıdır?*

Norman P. BARRY

111

Piyasa

Milton Friedman 1970'de kısa, fakat ziyadesiyle ihtilâflı bir yazı yayınladı.¹ Bu yazıda, şirket yöneticilerinin, toplumun daha geniş menfaatleri adına kâr maksimizasyonu şartlarını gevşetme gibi bir görevleri olduğu fikrini reddetti. Yöneticiler, şirket sahipleri (hisse sahipleri) adına hareket etme yolunda sıkı bir akdî sorumluluk altında bulunmaktadır. Yöneticilerin (veya, aslında, şirket sahiplerinin) şirket kaynaklarını (işyerinde pozitif kayırmacılık (affirmative action), bir sosyal adalet anlayışına dayalı ödüllendirme ve pozitif hukukun gerektirdiklerini aşan sert çevre sınırlandırmaları gibi) sosyal gayelere hizmet etmek için kullanmaları, onların bazı siyasî fonksiyonları üstlenmeleri anlamına gelecektir. Bazı kimseler daha ileri gidebilir ve bunların bir tür hırsızlık olduğunu söyleyebilir.² Sosyal sorumluluk tezi sosyalizmi gerçekleştirmeye yönelik örtülü bir teşebbüstür. Friedman'ın görüşü, bazı tadillerle de olsa, bütün kapitalizm taraftarı yazarlar tarafından kabul edilmiştir. Meselâ, pasif hisse sahibinin geleneksel anlamda kaynak sahibi olmadığı, şirketin gizli bilgilerine ulaşmasına izin verilmediği söylenir. Hisse sahipleri, daha ziyade bir sözleşme -hisse sahiplerini yatırımları üzerinden bir getiriye hak sahibi kılan bir sözleşme- çerçevesinde firmanın partnerleri (ortaklar) olarak kabul edilirler. Bu sözleşme şirkete, hisse sahibinin menfaatlerine karşı olabilecek ahlâken değerli projeler için harcama yapma yetkisi vermez; dahası, mahkemeler hisse sahiplerinin menfaatlerini geliştirmeyi hedef almayan eylemleri tasdik etmekte isteksiz olmuştur.³ Kapitalizmin asıl haklılaştırması faydacı bir temele dayanmaktadır. O, çalışmak isteyenler için iş imkânı yaratır ve tüketiciye rekabetçi fiyatlarda ürün sağlayarak sosyal refahı artırır. Mamafih, bu hedeflerden her sapış, sadece faydanın azalmasına yol

Prof. Norman P. Barry, Buckingham Üniversitesi.

¹ Milton Friedman, "The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits", *New York Times Magazine* (1 Eylül 1970). Bu makale Tom L. Beauchamp ve Norman E. Bowie'nin editörlüğünü yaptığı (Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, 1993) *Ethical Theory and Business* adlı kitapta tekrar basılmıştır.

² Elaine Sternberg, *Just Business* (London: Little, Brown, Ltd., 1994), s. 30.

³ ABD'de önde giden mahkemeler *Dodge v. Ford* (1919) ve *A. P. Smith Manufacturing Co. v. Barlow* (1953)'dur.

açmaz, ona ilâveten mülkiyet ve sözleşme haklarının ihlâlüne de sebep olur. Fakat, bu teoride, fayda ve haklar arasındaki ilişki asla araştırılmaz.

Bununla beraber, kapitalizme karşı duyulan düşmanlık komünizmin çöküşüyle hafiflemedi. Aslında hür teşebbüse yönelik saldırılar, eleştiriciler piyasanın yerinin bütünüyle başka bir şey tarafından alınmasına değil yalnızca reforma tâbi tutulmasına yönelik mütevazı tavsiyeler teklif ettiğinden, daha netameli hâle gelmiştir. Temel iddia şudur: Kapitalizm (özgürlük ahlâkından kaynaklanmış) kendi kendini tashih eden bir sistem değildir, onun kendisinin dışındaki bir ahlâk sistemi tarafından tasdik edilmeye ihtiyacı vardır. İş ahlâkı fikri de buradan kaynaklanır. Bundan başka, iş âlemi, ahlâkî ve yasal tasdik kazanmak için, Friedman'ın dediğinin tersine, geleneksel ahlâkı aşacak şekilde sosyal sorumluluk üstlenmelidir. Bunun bir sebebi şudur: Devlet şirkete varlık statüsü, daimîlik ve en önemlisi onsuz varolamayacağı sınırlı sorumluluk gibi imtiyazlar vermiştir.⁴ Şirkete, toplumun diğer birimlerine ve partnerler (ortaklar) gibi diğer iş personeline karşı imtiyazlar veren bu "hediyeler", firmalar tarafından, sıradan vatandaşların yapması gerekmeyen davranışlarla/faaliyetler göstermek suretiyle kazanılmalıdır/hak edilmelidir.

Mamafih, iş dünyasının kendiliğinden gelişen ve pozitif hukuktan önce gelen bir konvansiyonlar (mukaveleler) dünyasında, kendi ahlâkını yarattığını göstermek zor değildir. Dünya egoistler (veya, en azından, bildik fayda-maksimizasyoncuları) tarafından iskân edilmiş bir dünya olsa bile, iş dünyası kendi kendine mülkiyeti ve sözleşmeleri koruyan bir hukuk ve ahlâk çerçevesi –ki bu çerçeve olmaksızın iş dünyası yaşayamazdı- yaratacaktır. Mahkûmların dilemması teorisinin birçok senaryosunda tekrar tekrar gündeme getirilen örneklerde, rasyonel bireyler/birimler bu kurallara kendi menfaatleri için uyacaklardır (David Hume'un⁵ gözlediği gibi, birbirini sevmeyen iki çiftçi, yine de, işbirliğinin her ikisinin de yararına olduğunu keşfedecektir). İş dünyasının mensupları - Voltaire'in⁶ Londra borsasıyla ilgili hayranlık yaratan sözlerinde işaret ettiği üzere- kendilerinin kişisel çıkar arayışıyla yönlendirilen uluslararası ve kültürler arası davranışlarının, tam da iş âleminin temel kurallarının dine ve etnik kökene karşı kayıtsız (tarafsız) olması sayesinde koordine edildiğini görmektedirler. Londra borsası, Yahudilerin, Hristiyanların ve Müslümanların barış içinde ticaret yapabildiği, tek 'günah'ın iflâs olduğu bir buluşma yeri idi. İş faaliyetlerinin, kuralları ihlâl edenlerin belirlenemediği ve diğer katılımcılar tarafından cezalandırılmadığı (yalnızca bir kere oynanan) 'tek-atışlık' dilemma oyunları olduğu durumlar çok nadirdir. Bir defaya mahsus olarak, ticaret veya üretim yapan kişisel çıkar arayışındaki egoistlerin çevreye verebileceği bazı türden zararlar farklı olabilir ve zorlayıcı regülasyon gerektirebilir, ancak, bu durumda bile, sert bir şekilde tatbik edilen mülkiyet hakları rejimi aşırıya kaçmış (çok fazla) yasama faaliyetinin önüne geçecektir. İş âleminin çoğu, insanların yalnızca bilgisayar ekranı aracılığıyla bulunduğu modern finans pazarlarında dahi, kendi kendisini regüle edebilir. Zorlayıcı regülasyonun yokluğunda, oyunun yeni oyuncuları, oyunun sözleşmelerine/ kural-

4 Buradaki saklı anlam kapitalizmin sahiplik ve ortaklığa indirgenmesidir.

5 David Hume, *A Treatise of Human Nature*, H. Aiken (ed), New York: Macmillan, 1948, s. 612.

6 Bkz. David Boaz (ed), *Libertarianism: A Primer*, New York: Free Press, 1997, s. 38.

larına dâhil edilecektir. Bu piyasalarda ortaya çıkan hayret verici birçok iş skandalı gayretkeş savcılarının ve çok sayıdaki rekabeti tahrip edici kuralların sonucudur. Şirketlerin kârın ötesine geçmesini gerektiren kurallar kendiliğinden gelişmeyecektir, zira bu kurallar nadiren iş faaliyetlerinin kendisiyle ilişkilidir.

Şirket Hakları Bireysel Haklara İndirgenebilir

Sanırım, örf ve adet hukuku (common law) sistemlerinde işletmelerin *bireysel* haklara indirgenemeyecek herhangi bir hakka sahip olmadığı gösterilebilir.⁷ Şirket tarzı oluşumun, sözümlü ona özel imtiyazları bireylerin kaynaklarını bir havuzda toplaması ve mukaveleyle bir sun'î kollektif varlık yaratması sayesinde ortaya çıkabilir ve nitekim öyle de olmuştur. Şu bir hakikattir ki, İngiltere'deki ilk şirketler Taht'ın verdiği imtiyaz bağışlarıyla ortaya çıkmıştı (aynı şey daha önce Birleşik Devletler'de de olmuştu) ve bu şirketlere imtiyazlarla beraber spesifik sosyal görevler de verilmişti. Mamafih, 19. yüzyıldan beri, şirketler otoriteler tarafından yaratılmamış, sadece tanınmıştır. Meselâ, Birleşik Devletler'de varolan yasama/yasalar sadece müsaade ediciydi. Sınırlı sorumluluk konsepti tarihin sisleri içinde ve mahkeme kararlarıyla ortaya çıktı, yasamanın çıkardığı kanunlar sadece bu olguyu kabul etti ve resmîleştirdi; fakat konsept bir şirket için esas (essential) değildir, çünkü hiç kimse yasanın himayesini arayan kişilerle ticaret yapma yükümlülüğü altında değildir. Artık şirketler kâr edici organizasyonlar olarak kabul edilmektedir ve şirket çalışanları, Anglo-Amerikan hukukuna göre, hisse sahiplerinin menfaatine olacak şekilde davranma yolunda katı bir itibarî (itimada dayalı) göreve sahiptir. Bu görev, şirketin orijinal fonksiyonuna ve gayesine zarar veren bazı pozitif hukuk kaynaklı veya yargıç yapımı tahribatlara rağmen, hâlâ geçerlidir.

Mamafih, iş ahlâkı üzerinde çalışan çoğu yazarın iddiası şudur: Şirket bireysel değil sosyal kaynaklardan çıkar; yalnızca toplumun müsaadesiyle işler (çalışır). Şirketin, mensuplarının ortak gayelerini geliştiren (teşvik eden) bir tür kollektif varlık oluşu önemsiz bir gerçektir. Şirketin zenginliğinin ve bağımsız fonksiyonunun her tarafı işgal edecek devlet kuvvetine önemli sınırlar teşkil ettiğini belirtmek de doğrudur.⁸ Fakat, bunların hiçbiri, John Kenneth Galbraith'ın bir seferinde ileri sürdüğü gibi, şirketin, piyasanın düzeltici (ıslah edici) sürecinden bağımsız olduğuna delâlet etmez. Bugün zirvedeki Amerikan şirketlerinin ekserisinin yirmi yaşından genç olması ve son yıllarda bazı büyük şirketlerin ortadan kalkmış veya başkalarının eline geçmiş olması gerçeği, şüphecileri, şirketlerin hayli belirsiz ve rekabetçi bir ortamda faaliyet gösterdiğine ikna etmeye yeterli olmalıdır. Şu doğrudur: Ronald Coase'un 1937'de işaret ettiği gibi, işçi, bir şirkete katılmakla, piyasa(daki) özgürlüğünün bir miktarını kaybeder, çünkü firma saf piyasa toplumunun bireysel olarak müzakere edilerek ulaşılmış çok taraflı anlaşmaları (zemini) üzerinde değil, iki taraflı ve spesifik olmayan mukaveleler üzerinde işler.⁹ Fakat, yine de, bu anlaşmalar bir kişinin istediği takdirde anlaşmadan vazgeçme özgürlüğüne sahip olduğu, gönüllülüğe dayalı düzenlemelerdir.

7 Bkz. Norman P. Barry, *Business Ethics*, Londra: Macmillan, 1998, Böl. 3.

8 Katolik görüşe katılan Michael Novak bu noktayı sürekli vurgulamıştır.

9 Ronald H. Coase, "The Nature of the Firm", *Economica* 4, 1937, s. 386-405

• Şirketlerin Kâr Yapma Ötesinde Bir Sorumluluğu Var mıdır?

Gerçekten, hem İnternet'in yükselişi hem de bireylerin sofistike teknolojileri kullanması ve evde çalışabilmesi, yok oluşlarına işaret etmiyorsa da, şirketlerin mahiyetini/ tabiatını değiştirmektedir. İşlem maliyetleri değiştikçe iş tarzları değişir, böylece firmalar sadece pür piyasa üretim metotlarının ciddi biçimde yüksek işlem maliyetleri getirmesi yüzünden doğarlar. Hakikaten, piyasa ekonomileri ilerledikçe, firmalar daha bireyselci (individualistic) olmaktadır ve, sonuç olarak, şirketlerin sosyal sorumluluğu tezi- nin makullüğü gittikçe azalmaktadır.

Şirketler ve Sosyal Sorumluluk Talebi

Görünür gelecekte şirketler varolmaya devam edecektir. Bunun anlamı, sosyal sorumluluk taleplerinin de aynı şekilde sürecek olmasıdır. Fakat bu talepler, Ortodoks iş ahlâkınıninkilerden çok farklı sosyal politikalar gerektiren/dikte eden iktisat kanunlarına karşı ortaya çıkmıştır. Çağdaş iş hayatını eleştirenlerin, bir rekabetçi piyasayı muhafaza etmeye istekli olduğu farz edilebilir; gerçekten, onlar monopollerin ve diğer piyasa kusurlarının müzmin tenkitçileridirler. Fakat, anlayamadıkları şey, şirketlerin, ancak, piyasa daha az rekabetçi olduğunda, hayırsever ve sosyal bakımdan sorumlu olabileceğidir. Buna ilâveten, etkin bir piyasada, bazı işçilerin lehine olan kimi davranışlar, normal olarak, diğer işçilerin aleyhine olacaktır. Meselâ, Coca Cola, 1970'lerin başlarında,¹⁰ Florida'da kötü şartlarla karşılaşan göçmen işçileri için bir özel teşebbüs refah programı gerçekleştirerek sosyal sorumluluğun şampiyonluğunu yapmaktaydı (bu işçilerin hayat şartlarının geldikleri yerdeki insanların hayat şartlarından çok daha iyi olmasına rağmen). Fakat, refah programı, erdemli bir hareket olmasına rağmen, maliyetleri yükseltti ve şirket bünyesinde, farkına varılmayan bir işsizliğe yol açtı. Yalnızca yeterli ilâve kaynağa sahip tekelciler hayırseverlik davalarına girişebilir, fakat çoğu ahlâkçı iş âlemindeki herkesin böyle yapmasını bekler. İngiltere'de, bir süre önce özelleştirilen su monopolleri iş ahlâkını savunmada liderlik yapmaktadır. Bu tür firmalar sadece mükemmel değil eksik/kusurlu piyasa sayesinde cömert olabilmekle kalmazlar, fakat, cömert olmamaları hâlinde aşırı regülasyona tâbi tutulmaktan da korkarlar. Bu durumda, sosyal sorumluluk tezi tekellerin oluşmasını teşvik etmez mi? Şirketlerin hayırseverlik faaliyetlerinin çoğunda, bu hayırseverliğin gerçekten ahlâkî bir davranış mı (yani hisse sahipleri tarafından isteyerek tasdik edilmiş bir davranış mı) yoksa yalnızca ihtiyatlılık tedbiri mi olduğunu ayırt etmek kolay değildir.

Gerçekte, iş âleminin sosyal sorumluluğunu vurgulayanlar, hisse sahipleri bir yana, şirket yöneticilerinin hayırseverlik görevlerini ifa etmesini, yani adalet ve mülkiyetin temel kurallarına itaat etmenin ve sözünde durmanın ötesine geçen yükümlülükler üstlenmesini talep ederler. Bu görevlerin özel kişilere ait olması münasiptir ve bunlar, ahlâkın samimî ifadeleri oldukları yerlerde, normal olarak, o işe girişenin (gerçekte malî) bir fedakârlığını gerektirir. Fakat, şirket yöneticileri, ancak şirkette hisse sahibi değillerse, bu sorumlulukları sahipleneceklerdir. İş ahlâkı, hisse sahipleri için, çalışmaktan daha zevkli ve daha az külfetli, fakat, yöneticilerin bir rant arama biçimi olmaktan daha öteye

¹⁰ Henry Manne, *The Modern Corporation and Social Responsibility*, Washington, D.C., American Enterprise Institute, 1972, s. 29.

geçmeyen bir faaliyettir. Şirketler, aynı zamanda, kâr azaltıcı regülasyonları savuşturmakta gayet aktiftir, ki bu tavır da hakikî moralist tarafından iki yüzlü bir davranış olarak görülecektir. ABD'nin eski Çalışma Bakanı Robert Reich,¹¹ sosyal görevleri ifa eden firmalara vergi ve regülasyon avantajlarının sağlanacağını söylemişti. Kapitalist ekonomilerde iş âleminin düşük itibar sahibi olduğu göz önüne alındığında, ahlâkın bir taktik davranış biçimi olarak belirmesi şaşırtıcı değildir.

Alâkadar Komüniteryenizminin Ticarete Yönelik Tehdidi

Şirketlerin sosyal sorumluluğuyla ilgili örneklerin her biri uzunca bir süredir ortalıktadır ve mülkiyete ve sözleşmeye yönelik tehditlerine rağmen, ticaret hayatı kendini onlara uydurmuştur. Bununla beraber, son zamanlarda aynı okuldan ticarete yönelik çok daha ciddi bir tehdit gelmeye başlamıştır. Bu, *alâkadarlar* (stakeholder) hareketidir. Bu hareketin tavsiyeleri hukuka yerleştirilseydi, bu tavsiyelerin mülkiyet üzerindeki zayıflatıcı tesiri Amerika ve İngiltere'de serbest piyasayı hemen hemen işleyemez hâle getirirdi. Anglo-Amerikan kapitalizminin eleştiricilerinin kapıldığı alâkadarcılığın (stakeholderism) satıhtaki cazibesi, onun Almanya ve Japonya'nın rakip ve başarılı ekonomilerinin bir veçhesi (özelligi) olarak belirmesi gerçeği tarafından artırılır. Gerçekten, bu ekonomiler şirket sorumluluğu teorisyenlerinin dayanılmaz ölçüde cazip bulunduğu komüniteryen özellikler taşıyor görünmektedir.

Alâkadar (stakeholder) kelimesinin *hissedar* (stockholder) kelimesinin -ki orijinal olarak bir sahiplik tarzına işaret etmekteydi- yerine yerleştirmeye çalışmak akıllıca bir yaklaşım değildir. Fakat şimdilerde neredeyse sahiplik haklarının antitezini temsil etme durumuna gelmiştir. Anglo-Amerikan kapitalizminin mülkiyet haklarına bağlılığını kesin olarak reddetmede önde giden alâkadarlık teorisyenleri Evan ve Freeman şöyle demektedir: "Sahiplere gelir/kazanç ödemenin sebebi, onların firmaya 'sahip' olması değil, fakat desteklerinin firmanın yaşaması için gerekli olması ve firma üzerinde meşru bir hakka (claim) sahip olmalarıdır."¹² Hissedarlar, şirket kaynakları üzerinde hak iddiasında bulunabilecek çok sayıdaki gruptan sadece biridir. Potansiyel olarak rakip gruplar işçileri, tedarikçileri, firmanın bulunduğu yerin sakinlerini ve firmayla, ne kadar önemsiz olursa olsun, gerçekten bir temas içinde olabilecek her grubu kapsayacaktır. Kantçı olduklarını iddia etmelerine rağmen, Evan ve Freeman'ın teorilerinde, hissedarlar, Kantçı olmayan bir tarzda, başkalarının amacının aracı olarak kullanılmaktadır.

Açıktır ki, alâkadarlık teorisine göre, firma sahipleri organizasyonda hiçbir özel konuma sahip bulunmayacaktır ve bu sebeple alâkadarlar tarafından alınan kararlarda rasyonelliğin hâkim olması pek muhtemel değildir. Sahipler, kârdan ziyade, fabrikanın başka yere taşınması, ödüllendirme, işten çıkarma (eğer olacaksa) ve devralmalar (eğer müsaade edilecekse) gibi işlerle meşgul/İlgili olacaktır. Problem şudur: Alâkadarlar ta-

11 Robert Reich, "The New Meaning of Corporate Social Responsibility", *California Management Review* 40, 2. Kış 1998, s. 8-17.

12 William R. Evan ve R. Edward Freeman, "A Stakeholder Theory of the Firm: Kantian Capitalism", *Ethical Theory and Business*, Tom L. Beauchamp ve Norman E. Bowie (ed), Englewood Cliffs, N. J., Prentice Hall, 1993, s. 82. Eleştiri için bkz. Barry, *Business and Ethics*, Böl. 4.

rafından, şirketleri etkileyen tipik kararları almada kullanılacak, fiyat mekanizmasına eşit, bir düzenleyici ilke yoktur. Alâkadarlık fikri ciddiye alınsa, bir şirkette karar-oluşturma bir parlâmentonun toplantısına benzerdi ve yönetim kurulu odası savaştan baskı gruplarının muharebe sahası olurdu. Alâkadarlık teorisyenlerinin, şirket kararlarını etkileyen grupları, şirketi teşkil eden gruplardan biri olarak görmesi tesadüf değildir.

Bununla beraber, alâkadarlık teorisi şirket devirleri üzerindeki tartışmaya önemli bir katkıda bulunmuştur. Standart kolektivist tez şudur: Şirket, hissedarlarının mülkiyeti değildir ve, bundan dolayı, sermayedarların yaptığı tercihler şirketin geleceğiyle ilgili tartışmalarda göz önünde bulundurulması gereken tek nokta olmamalıdır. Anglo-Amerikan kapitalizmiyle onun Alman ve Japon rakipleri arasındaki en açık fark, Alman ve Japon ekonomilerinde hasmane devralma tekliflerinin (bid) olmamasıdır. Buralarda şirket, aslında, alâkadar grupların (işçi sendikaları, bankalar, yöneticiler ve diğerleri) sahipliğindedir, o kadar ki, meselâ, Almanya’da, hissedarlar -gözetleme heyetlerinde işçi sendikalarının mecburî mevcudiyetine rağmen- bu gibi konularda nihaî söz hakkına sahip olmasına rağmen, hiçbir şirket hissedarı, şirketteki hisseleri ne kadar fazla olursa olsun, hisselerinin %5’inden fazla oy hakkına sahip olamaz. Bu, sahipliğin gücünü sulandırır/zayıflatır. Fakat, hissedarlara büyük önem veren bireyci hassasiyetiyle, Anglo-Amerikan kapitalizmi öyle bir dünyada işleyemezdi. Devralma tehdidinin namevcudiyeti hâlinde, şirket yöneticileri rant arayıcısı olacak ve hissedarlara gitmesi gereken gelirleri kendilerine akıtacaktır. Bir alâkadarlar koalisyonunun sahipliğindeki bir şirkete kim yatırım yapmak ister? Japonya ve Almanya’da “sahipler”in devralma tehdidi olmadan yöneticiler üzerinde disiplin tesis edebileceği veya bu ülkelerdeki komüniteryen ruhun anti-sosyal egoizmi önleyeceği doğru olabilir, fakat bu sosyal karakteristiklerin, globalleşme sürecine ve bu sürecin kaçınılmaz olarak ticarete getireceği anonimliğe rağmen yaşama ihtimali azdır. Gerçekte, Almanya’daki %5 oy kuralının bu yıl içinde ortadan kaldırılması plânlanmaktadır. Burada savunulan argümanlar sırf faydacı değildir, çünkü alâkadarlık fikri meşru sahipler ve çalışanlar arasında gelişmesi gereken ahlâki ilişkileri de engeller. Böyle bir dünyada güvenlikten yoksun olacak olan yalnızca mülkiyet hakları değildir; siyasi türden kararların daimî tehdidi altında kaldığı sürece, hangi sözleşmeye dayalı ilişki emniyet içinde olabilir ki? Bir şirket, yalnızca iyinin peşinden gitmekle ilgili olsa bile (eğer böyle bir şey tahayyül edilebilirse), alâkadarlık ilkeleri üzerinde organize edilemezdi, çünkü, bazı düzenleyici ilkelerin olmaması hâlinde, şirket, yarışan (rakip) iyi kavramları tarafından devamlı taciz edilecektir. Bu durumda bile, iş idarî eylem gerektirecektir ve bu yöneticilerin nihaî olarak bir menfaat grupları koalisyonundan çok hissedarlara karşı sorumlu olduğu bir sistemde mümkün olabilir. Menfaat grupları, sağlıklı malî karar oluşturma sürecini tahrip eder.

Sonuç

Basit faydacı temellerde, Anglo-Amerikan kapitalizmi rakiplerine üstün gelmektedir. Alman sosyal piyasa ekonomisi¹³ hâlihazırda büyük baskı altındadır ve ülkenin şir-

13 Bkz. Norman P. Barry, “The Social Market Economy”, *Social Philosophy and Policy* 10, 1993, s. 1-25.

ketleri yabancı şirketler tarafından gittikçe daha fazla tehdit edilmektedir (Bu yazının kaleme alındığı günlerde, Almanya'nın belli başlı telefon şirketlerinden Mannesmann, İngiliz şirketi Vodafone tarafından tarihteki en yüksek fiyat teklifiyle alınmak istenmektedir. Vodafone'un potansiyel başarısı Alman modelinin sonu demek olabilir). Gerçekten, komüniteryen kapitalizmin zayıflatıcı ve rekabet gücünü azaltıcı etkisi yüzünden, Almanlar diğer ülkelerde yoğun şekilde yatırım yapmaktadır. İktisat kavramları en sonunda, en ince ahlâk teorilerine üstün gelecektir; sermaye daima getirisinin en yüksek olduğu yere akar. Fakat bu modelin bilhassa ahlâkî olan bir tarafı yoktur; ne Alman yorumcuların ne de kapitalistlerin şirketlerinin diğer ülkelerdeki muhasım firmalara yönelik bir itirazları vardır. Bu, bu modelin rasyonel ekonomi veya bir üniversal ahlâktan ziyade milliyetçilikle alâkalı olduğunu gösterir.

Çok hayran olunan Japon ekonomisi on yılı aşkın bir süredir durgunluk batağında, fakat Japon ekonomisinin anti-bireyci önyargıları ve varolduğu ileri sürülen şirket sorumluluğu duyguları Wall Street ve Londra'nın açık ekonomileri tarafından çabucak patlatılacak türden bir ahlâksızlığı (immorality) maskeleydi. Japonya'da, küçük hissedarlar kötü muameleye tâbi tutulmaktadır; küçük hissedarlara hem alay derecesinde küçük temettüler ödenmekte ve hem de şirketlerin yönetiminde herhangi bir ciddi rol almaları önlenmektedir. Kriminallerin, şirket yönetiminde, muntazam hisse sahiplerinden daha etkili olduğu görülmektedir.¹⁴

Onyıllar boyunca Anglo-Amerikan kapitalizmi, iş âlemi mensuplarının ahlâkî kazanımları kadar ticarî başarıları konusunda da mütevazı olmuştur. Şirketlerin sosyal sorumluluğuyla ilgili güncel talep, bu sistemin (ve rakiplerinin) nasıl işlediğiyle ilgili yetersiz bilgiye dayanmaktadır. Mamafih, hisse senetlerindeki uzun vadeli istikrarlı yükselme göstermektedir ki, hisse sahiplerinin ağırlığı ABD'de potansiyel bir güçtür (ve İngiltere'de de gitgide öyle olmaktadır). Bu ekonomilerde bireysel moral tercihlerde bulunma imkânı çoktur ve bunu, 1980'lerin sıkıntılı açgözlülük dolu yılları boyunca dahi şirket mensupları kıymet ifade eden davalara şaşırtıcı derecede çok bireysel bağış yapılmış olması kanıtlamaktadır. Kapitalizmin rekabetçiliği ve esnekliği olmaksızın piyasa ekonomileri, hayırseverliği muhafaza etmeyi/sürdürmeyi mümkün kılacak derecede zenginlik yaratamazdı. Kâr, iş ahlâkıyla uğraşanların tercih ettiği ahlâk için esastır. İş âleminin sosyal sorumluluğuna abartılı biçimde inananlar, ahlâkî sosyalleştirme ve sonunda bireysel ahlâkî sorumluluk unsurunu ortadan kaldırma noktasına ulaşırlar.

Çeviren: Atilla Yayla

* Norman P. Barry, "Controversy: Do Corporations Have Any Responsibility Beyond Making A Profit", *Markets & Morality*, Cilt: 3, Sayı: 1, Bahar 2000, s. 101-107.

14 Barry, *Business Ethics*, s. 174-75.