

Tartışma: Şirketlerin Kâr Yapma Ötesinde Bir Sorumluluğu Var mıdır? Norman P. Barry'ye Cevap*

Dennis P. McCANN

119

Piyasa

Elbette vardır. Fakat, envaiçeşit sebepten dolayı şirketlerin sorumluluklarının neler olduğunu belirlemek ve bu sorumlulukların her biri için ikna edici argümanlar geliştirmek fevkalâde güçtür. Bu güçlüklerin bazıları Norman Barry tarafından gözden geçirilmektedir. Mamafih, Barry diğer güçlüklerle temas etmemektedir. Barry'nin genellikle şirket sosyal sorumlulukları olarak adlandırılan şeyin ahlâkî bakımdan zorlayıcı karakterini tasdik etmeye yönelik her görüşü toptan reddi beni sarsmaktadır. Barry, saf kâr maksimizasyonu lehine iyi düşünülmüş bir argüman geliştirdiğini düşünürken, çeşitli gözlemleri gerçek dışılık izleri taşımaktadır. Ve bu izler, Barry'nin gözlemlerini işadamlarının gerçekte nasıl faaliyet gösterdiğini bilen kimseler nazarında şüpheli pozisyona sokabilir.

Hayaliliğin en çarpıcı parçası, şirket sosyal sorumluluğunu savunan herkesin mecburen kapitalist sisteme karşı olduğu varsayımdır. Bu varsayım gülünç derecede yanlıştır. Tarihî olarak şirket sosyal sorumluluğu hareketi 1970'lerin başında, en azından Amerikan iş âleminin sosyal bakımdan sorumlu olduğu iddiasını ciddi olarak restore etme ihtiyacı içinde olduğu bir zamanda başladı. Profesör Barry kabul ediyor ki, iş âlemindekilerin çoğu artan devlet regülasyonlarını başlarından savmak için şirket sosyal sorumluluğu hareketine katılmıştır. Doğru. Fakat, bu tür "taktik" mütalâalar, "hakikî ahlâkçılar" tarafından, ikiyüzlülük olarak görülecekti. Barry'nin daha iyi bilmesi lâzım, fakat söylediklerine bakarak iş ahlâkının ne olduğu düşünülecek olursa şu sonuca varmak gerekir: Saygıyı hakeden tek ahlâk grubu, ileri sürdükleri görüşleri eleştirel bir gözle yeniden gözden geçirmekten ziyade itibardan düşmüş sosyalist gündeme sıkı sıkıya sarılacak hiper-Kantçı universalistlerdir. Profesör Barry'nin oynamamızı istediği oyunda, bu yüzden, gerçek bir ahlâkçı olma vasfına sahip olacak her iş ahlâkçısı konuyla tamamen ilgisiz olduğunu daha şimdiden göstermiş olmalıdır.

Prof. Dennis P. McCann, Agnes Scott College, Decatur, Georgia.

Alâkadarlı Şirket Görüşünün Problemleri

Hristiyan çevrelere -sosyalizmi savunmak için değil- takılmış bir iş ahlâkçısı ve kapitalist sistemin ahlâkını savunurken, aynı zamanda hem ticaret okuyan, hem iş idaresi yüksek lisansı yapan öğrencilerin önünde şirket sosyal sorumluluğunun ahlâken mecburî karakterini savunmaya çalışmış bir iş ahlâkçısı olarak, Profesör Barry'nin mütalâalarını renklendiren bir sürü hayal üzerinde biraz durmaktan mutlu olacağım. Fakat, korkarım, bu zaman israfı olacaktır. Öyleyse, Barry ile mutabık olduğum bir noktaya başlayayım. Meslektaşım alâkadarlı şirket görüşünün, bazı mühim güçlükleri üzerinde haklı olarak duruyor. Barry'nin işaret ettiği gibi, alâkadar kelimesi hissedar kelimesi üzerinde pek de akıllıca bir oyun değildir. Alâkadarlık teorisinin niyeti, yönetimin görevini sadece firma sahiplerini, yani firmanın kayıtlı sahiplerini değil, aynı zamanda firmanın "işçilerini, tedarikçilerini, firmanın bulunduğu muhitte oturanları ve ne kadar geçici/önemsiz olursa olsun şirketle teması olan her grubu" kapsamaya yönelik olarak genişletmektir. Barry'nin korkusu meşru bir korkudur: Bazı ahlâkçıların elinde alâkadarlık teorisi "neredeysse sahiplik haklarının tersini temsil edecek duruma" gelecek kadar kapsayıcı olabilecektir. Daha önemlisi, ahlâkçı, firmaların alâkadarlık teorisini idarî karar vermede öncelikli kural olarak kullanmasıyla belirecek ana problemin önemini küçümser:

Problem şudur: Alâkadarlar tarafından işletmeleri etkileyecek tipik kararlarda kullanılacak, piyasa mekanizmasına eşit/muadil bir düzenleyici ilke yoktur. Alâkadarlık fikri ciddiye alınsaydı, bir şirkette karar verme bir parlâmentonun toplantısına benzeyecekti; Yönetim kurulu toplantı odası savaştan baskı gruplarının bir muharebe sahası olacaktır.

Şirket yönetimi, aşikâr bir öncelikli kuralın yokluğunda, muhtemelen alâkadarlık iktidarını *ad hoc* bir temelde geçeriileştirecek (validate) unsurların her biriyle müzakere etmek zorunda olacaktır. Her bir alâkadarlık iddiası bir hak/yetki verseydi, yöneticiler, firmanın hisse sahiplerine karşı olan vazifesine benzer şekilde, her bir alâkadar grubuna karşı bir göreve sahip olacaklardı. Alâkadarlık teorisi normal olarak değişik alâkadar grupların çatışan taleplerinin/iddialarının hangisinin üstün olacağını belirlemeye muktedir olmadığından, yönetimin bu iddialara cevap vermede, menfaat grubu- liberalizminin gereklerini (experiences) yapmaktan başka yapacağı bir şey olmayacaktır.¹

Şüphesiz bu büyük bir problemdir; fakat bu problemin, olmaları gerektiği gibi güçlendirilmiş ve kendilerine tavsiyelerde bulunulmuş yöneticilerin fiyat mekanizmasının kesin/mutlak zaruretleri yüzünden karşı karşıya kaldıkları şeylerden farkı nedir? F. A.

1 Karşılaştırmız: Thomas Donaldson, *The Ethics of International Business*, New York, Oxford University Press, 1989. Bu çalışmada ve izleyen çalışmalarında Donaldson "Entegre edilmiş Sosyal Sözleşme Teorisi"ne dayanan yetkin bir iş ahlâkı paradigması geliştirmiştir. Entegrasyon teorisi, diğer şeyler yanında, siyaset felsefesi tarihinden kaynaklanan, alâkadar teorisi ile sosyal sözleşme paradigması korlasyonunu istilzam eder. Donaldson'un görüşlerinin (insights) çoğuna katılmakla beraber, bu paradigmayı kabul etmiyorum, çünkü sosyal sözleşme teorisi hatalı bir insan tabiatı görüşüne sahiptir -sosyal karakteristiklerimizden ziyade bireysel karakterimizi aşırı derecede vurgulayan bir insan tabiatı görüşü- ve sanırım sosyal sözleşme teorisi çatışan çeşitli alâkadarlık iddiaları arasında etik öncelikler tesis etme problemini çözmez. Bundan dolayı, Profesör Barry ile iş idaresine alâkadarlı yaklaşımdan doğan mahzurlar hakkında hemfikiridir.

2 F. A. Hayek, "The Use of Knowledge in Society", Louis Putterman (ed.), *The Economic Nature of the Firm: A Reader*, New York, Cambridge University Press, 1986, s. 66-71.

Hayek'in meşhur ortaya koyuş tarzıyla ifade edecek olursak, serbest piyasanın fiyat mekanizması, şimdiye kadar herhangi biri tarafından geliştirilmiş en etkin dağıtım bilgileri işleme yoludur.² Fakat idarî karar oluşturma nadiren data işlemeye indirgenebilir. İdarî karar alma işi data işlemeye indirgenebilseydi, yöneticilerin yerini bilgisayarlar alırdı. Şirket ofislerinin ve toplantı odalarının hâlihazırda (zaten) savaştan baskı gruplarının muharebe alanına benzediği bir gerçektir; fakat bir alâkadarlık hareketine yönelmek en azından bu "parlâmenter meclisi"nin Lordlar Kamarası'ndan ziyade Avam Kamarası'na benzemesini temin edecektir.

Düşmanca (hostile) davranışların ahlâklılığıyla (morality) ilgili pozitif değerlendirmeleri göz önüne alındığında, Profesör Barry, mevcut şirket idarî yapısını kişisel çıkarları için kullanan uzun süre görevde kalmış idarî elitlerin tahkim edilmiş kuvvetini azaltmayı isteyen kişilere biraz sempati duymalıdır. Şüphesiz, üst şirket yönetimi için şaşırtıcı maaş/ücret (compensation) paketi büyümesini haklılaştırmak için yalnızca fiyat mekanizmasına başvurulamaz. Bir baş yöneticinin kendisinin maaş artışı oylayacak bir yönetim kurulunda yer alması, iktisadî rasyonelitenin tamamen dışındadır. Öyleyse, gerçekçi olalım. Hissedarlar ne şirketin karar alma mekanizmalarının hizmet ettiği yegâne çıkarlardır ne de verilen kararlar tutarlı biçimde artan hissedar zenginliği mantığını izler.

Alâkadarların gerçek menfaatlerini sisteme yerleştirmeye (accomodate) teşebbüs etmedikçe, şirket yönetimi, muhtemelen, alâkadarların, gittikçe artan ölçüde, hissedarlar olarak (sisteme) katıldığını görecektir. Meşru alâkadarlık taleplerine (iddialarına) sahip gruplar şirketin yönetim yapılarında temsil edilmedikçe, alâkadar gruplar Interfaith Center for Corporate Responsibility (ICCR) gibi örnekleri izlemeye devam edeceklerdir. Alâkadarlar ne aptaldır ne de kudretsiz. Alâkadarlar, ICCR'nin dinî cemaatleri mobilize etme şeklindeki başarılı stratejisini kolayca taklit edebilirler. ICCR, dinî cemaatleri, yatırım portföylerini kullanma ve yıllık hissedarlar toplantısında vekâlet muharebelerine ve diğer isyanlara (insurgencies) başvurma yoluyla şirketlerin sosyal sorumluluk gündemini güçlendirmeye/belirlemeye teşvik etmektedir. Sosyal sorumluluk gündemlerini ihtilâflı karar önereleriyle teşvik etmeye çalışmak fazlasıyla beyhude görünebilir, çünkü bu tür öneriler, rutin şekilde, ezici çoğunluklar tarafından reddedilir; fakat bu tür mücadeleler büyük ilgi çeker ve bu kesin olarak ilgili grupların hedefidir. Üst yönetim genellikle bu tür çabaları organize edenlerle müzakereye isteklidir, çünkü üst yöneticiler her şeyden önce kötü şöhretten/tanınmaktan nefret ederler. Yönetim için ders basittir: "Bizimle ya şimdi ilgilenin (meşgul olun) ya da daha sonra ilgilenin. Eğer bizim alâkadarlar olarak iddiamızı kabul etmezseniz, arkadaşlarımız ve ben hissedar olacak ve taleplerimizi bu yolla ortaya koyacağız! Öyle veya böyle, idare, görevlerini yapmaya zorlanacaktır"

Şirketler de Ahlâkî Varlıklardır

Birçok iş ahlâkçısı alâkadarlık teorisi ve şirket sosyal sorumluluğuna yönelik hareket arasında doğrudan ve açık bir bağlantı (linkage) kurarlarsa da, ikisi arasında hiçbir mantıkî bağlantı yoktur. Alâkadarlık teorisi şirket sosyal sorumluluğu fikrini/idealini haklılaştırmaz da. Şirket sosyal sorumluluğunun felsefî temeli herhangi bir bireysel ahlâkî varlığın sosyal sorumlulukları olduğunun iddia edilmesiyle aynıdır. Ahlâkî bakımdan

sorumlu insanlar, normal olarak, insanların mutluluk arayışının ve şahsî çıkarlarıyla ilgili faaliyetlerinin, ortak iyiden Tanrı'nın isteğine, diğer insanların haklarına, kamu çıkarına veya temel vatandaşlık sorumluluklarına kadar değişen geniş ahlâkî mütalâalar tarafından sınırlandırılmış veya sınırlandırılması gerektiğini kabul eder. Bu tür ahlâkî iddiaların pasif muvafakattan daha fazlasını ilzam ettiği düşünülür. Hukukun (kanunun) minimum taleplerine itaatten daha fazlasını talep ederler. Muhtaç insanlara yardım etme yolunda bir ahlâkî yükümlülüğümüz olduğunu genellikle kabul ederiz, özellikle bunun bize düşük bir maliyeti olduğunda. Eğer bireysel ahlâkî varlıkların bu tür sosyal sorumlulukları varsa, aynı sorumluluklara neden şirketler de sahip olmasınlar? Daha erkenlerde yayınlanmış bir çalışmada, *Corporations and Responsibility*'de (Şirketler ve Sorumluluk), Tom Donaldson şirketlerin bu tür sosyal sorumlulukları olduğunu düşünmemizi sağlayacak ikna edici sebepler sunmuştur. Şirket faaliyetinin ve onu -diyelim ki, medyada ve akademik teori geliştirmede olduğu kadar (gibi) hukukî durumlarda da- nasıl tasvir ettiğimizin ve nasıl yargıladığımızın bireylerin sergilediği, moral varlıklara ait her karakteristiği sergilediğini iddia etti.³ Eğer şirketler sosyal sorumluluklara sahipse, bunlar, kaçınılmaz olarak, bireylerin moral sorumluluklarını ahlâkî yapan sebepler yüzünden moraldir ve eğer bir bireyin sosyal sorumlulukları olduğu söylenebilirse, bir şirketin de sosyal sorumlulukları olduğu söylenebilir.

Öbür türlü düşünmek Richard De George'un münasip biçimde "amoral iş miti"⁴ olarak tasvir ettiği şeye kurban gitmektir. İnsan, kendini, Profesör Barry'nin tezinde böyle bir ekonomik hurafenin izini bulmaktan alamamaktadır. Eğer şirketler bir moral varlık olmaktan ziyade bir amoral makine olarak görülürse, yöneticiler aldıkları komisyon için olduğu kadar kusurları/günahları için de kendilerine bir mazeret bulurlar. O zaman fiyat mekanizmasına ritüel müracaatlar bütün idarî karar alımlarını açıklamaya ve haklılaştırmaya yetecektir ve "iş iştir" maksimi başka bir totoloji olmayacaktır. Sadece ve sadece hayatlarını kazanmak için şirketleri yöneten insanlardan gelen itirafları/beyanları ihmal eden bir ekonomist veya teorisyen, şirketlerin sadece halk tarafından değil, fakat aynı zamanda şirketler için ve şirketler içinde çalışan kişiler tarafından da moral varlıklar olarak kabul edildiğini görmekte başarısız olur. Eğer şirketler moral varlıklarsa, o zaman, şirketlerin de, aynen sen ve ben gibi sosyal sorumlulukları vardır.

Şirketler Hangi Sorumlulukları Kabul Etmek Mecburiyetindedir?

Asıl soru şirketlerin kâr yapmanın ötesinde bir sorumluluklarının olup olmadığı değildir, herhangi bir firmanın ne tür sosyal sorumlulukları fiilen kabul etmeye mecbur olduğudur. Burada, Profesör Barry'nin korkularını paylaşıyorum, çünkü şirket sosyal sorumluluğunu savunan bazı kimseler şirketleri ellerini daldıracakları cepler olarak mütalâa etmeye meyilli ve onları hükümeti üstlenmeye ikna edemedikleri her şey için sorumlu tutmaya (her şeyi onların sırtına yıkmaya) istekli görünmektedirler. Şirketin sosyal sorumluluğu-

3 Thomas Donaldson, *Corporations and Morality*, Englewood Cliffs, N. J., Prentice-Hall, 1982, s. 18-33.

4 Richard T. DeGeorge, *Business Ethics*, 4. Baskı, Englewood Cliffs, N. J., Prentice-Hall, 1995, s. 5-7.

nu abartan görüş, meslektaşının ısrar ettiği gibi, siyasetin bazı fonksiyonlarını gasbetmektedir. Fakat bu görüş, ne daha doğru ne de daha yaygın/ortak şirket sosyal sorumluluğu görüşüdür Robert Solomon'un *Above the Bottom Line* isimli kitabındaki şirket sosyal sorumluluğu tartışması burada da anlamlıdır, zira o, negatif ve pozitif sosyal sorumluluklar arasında ayırım yapmaktadır.⁵

Negatif sosyal sorumluluklar bütün moral varlıklar için geçerli olan bir başlığın altına düşer: Zarar verme! Aynen diğer ahlâkî varlıklar gibi, şirketler de iş faaliyetlerinin fiili sonuçlarından sorumludurlar. "Şirketler faaliyetlerinde makul tedbirler almamaları sonucunda ortaya çıkan olumsuz tesirleri, sonuçları ve hataları düzeltmek için gerekli tedbirleri almakla sorumludur. Şüphesiz, 'makul', muhtevaya ve maliyetlere dayanır"⁶. Meselâ, bir şirket yarattığı çevre kirliliğini temizlemenin maliyetini ödemelidir ve şirketin maliyetleri "dışsallıklar" olarak başkalarının omzuna yıkmasına müsaade edilmemelidir. Bu, her mâkul insan için yeterince aşikâr olmalıdır.

Mamafih, pozitif sosyal sorumluluklar muhtemelen en ihtilâflı konu olacaktır, çünkü, Solomon'a göre bunlar toplumun şirketleri üstlenmeye teşvik ettiği sorumluluklardır, fakat zati olarak firmanın işleyişiyle ilgili/bağlantılı değildirler. Ancak, Solomon iddia etmektedir ki, "bu tür bazı sorumluluklar hepimizin omzundadır ve bizim aramızda, 'toplumun bir üyesi olmaktan mütevellit', eşit olarak paylaşılmaktadır"⁷. İş dünyasındaki şirketler dahil, değişik kurumlar bu sorumlulukları yerine getirmede değişik kapasitelere sahip olduklarından, Solomon, bir şirketin kendini üstlenmeye mecbur hissetmesi gereken sosyal sorumlulukların neler olduğunu açıklığa kavuşturmaya yardımcı olacak iki ölçüt teklif etmektedir. Bu iki kriteri selâhiyet (competence) ve maliyet olarak tanımlayabiliriz ve bunların her ikisi de belirli bir şirketin katkıda bulunmaya muktedir olup olmadığına kıyasla tespit edilecektir. Her iki kriter de Solomon'un şu sözlerinde mündemiçtir: "Ahlâk şu olmalı: 'İyilik yapma araçları ortadan kaldırmaya niyetlendiği kötülükten daha zararlı olabilecek yan etkiler ve finansal riskler ihtiva ediyorsa, iyilik yapmaya çalışma."⁸ Selâhiyet ve maliyet kriteri şu şekilde ifade edilebilir:

Eğer herhangi bir pozitif sosyal sorumluluk kolayca üstlenilebilirse ve iş faaliyetinin amaçlarıyla ve bu amacı gerçekleştirmek için şirketin sahip olduğu yetkilerle (competences) tutarlıysa, şirket bu sorumluluğu kabul etmelidir.

Eğer herhangi bir sosyal sorumluluk şirketin amacının ve sahip olduğu yetkilerin açıkça ötesindeyse, şirket bu sorumluluğu kabul etme mecburiyetinde değildir.

Eğer şirket sosyal sorumluluğuyla ilgili ihtilâfın tarafları bu iki sınırlayıcı kriteri kabul ederse, bir şirketin sosyal aktivizmine karşı çıkmayı veya taraftar olmayı mecburleştiren türden ideolojik duruşun ötesine gitmek mümkün olabilir. Bu kriterler benimsemişse, şirket sosyal sorumluluklarını kabul etmenin getireceği maliyetler iş yapmanın normal maliyetlerinin parçası olarak kabul edilebilir ve haklılaştırılabilir.

⁵ Rober C. Solomon, *Above the Bottom Line: An Introduction to Business Ethics*, 2. Baskı, Fort Worth, Tex., Harcourt Brace College Publishers, 1994, s. 279-283.

⁶ a.g.e., s. 281.

⁷ a.g.e., s. 282.

⁸ a.g.e.

• Şirketlerin Kâr Yapma Ötesinde Bir Sorumluluğu Var mıdır?

Profesör Barry'nin açıkça korktuğu gibi, Anglo-Amerikan kapitalizmi bu kriterlere bağlı bir dünyada işleyemezse, o zaman siyasal ekonomimiz gerçekten çok sallantılı olmalıdır. Eğer Anglo-Amerikan kapitalizmi hem iş faaliyetlerinin gerçek maliyetlerini ödeyip hem de ortak iyiye âdil katkısını gerçekleştirirken gelişemezse, o zaman, belki de hayranlarının haykırdığı gibi zenginlik yaratmanın aşilamaz etkili makinası değildir. Fakat, yakın tarihin gösterdiği gibi, Profesör Barry'nin sadece tekellerin şirket sosyal sorumluluklarının maliyetini ödemeye muktedir olduğu yolundaki özden yoksun iddiasına rağmen, durum tam tersinedir. İş dünyası, meşru sosyal sorumluluklarından kaçmak/onları aşındırmak yerine bu sorumlulukları yerine getirmeye çalışsa daha fazla kâr edecektir.

* Dennis P. McCann, "Do Corporations Have Any Responsibility Beyond Making Profit? A Response to Norman P. Barry", *Markets & Morality*, Cilt: 3, Sayı: 1, Bahar 2000, s. 109-114.