

# Bir Davranış ve Örgütlenme Modeli Olarak Tüccar Ahlakı

Cemil Hakan Korkmaz\*

**Öz:** Çalışma temel olarak, ticaretin toplumsal bir çerçeve içerisinde ve kültürel etkenlerle birlikte ele alınmasını içermektedir. Nitekim ticaret, aynı zamanda toplumsal bir eylem alanı olarak manevi değerler ve ilkelerden bağımsız değildir. Bu noktada ticaret ve tüccar ahlakı, ekonomik yaşamın sadece maddi yaşamdan hareket edilerek anlaşılmasına karşı güçlü bir dayanaktır. Sonuçta bir davranış ve örgütlenme modeli olarak tüccar ahlakı, belli ilkeler üzerinden hareket edilerek sağlam bir çerçeve içerisine alınabilir. Türkiye'deki birtakım tarihsel ve toplumsal örnekler de bu tür bir yaklaşıma ev sahipliği yapabilecek bir nitelik taşımaktadır. Bu kabuller ışığında çalışma, ülkemizdeki tüccar için öngörülen bir davranış esasını ortaya çıkartmak amacını taşımaktadır. Bu açıdan çalışma üç temel ayak üzerine kuruludur. İlk olarak toplumsallık, ahlak ve ekonomi arasında bir bağ olduğu ve bu bağın tüccarı da içine aldığına ilişkin açıklamalara yer verilmektedir. Çalışmanın omurgasını oluşturan ikinci husus ise ticaret ve ahlak arasındaki bağın sağlıklı bir şekilde kurulması adına belirlenen tüccar ahlakının temel ilkelerinden oluşmaktadır. Çalışmanın son ayağındaysa yerel imkanların ve küresel gelişmelere yönelik örneklerin konuyla ilgili yaklaşımlara altyapı oluşturması konu edinilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Ticaret, Ahlak, Ahlakı Değerler, Örgütlenme, Sosyal Sorumluluk.

*“Denizi bir testiye dökse ne kadar alır?  
Bir günlük kısmet  
İhtiraslıların göz testisi dolmaz.  
Sedef, kanaatkâr olmadıkça inciyle dolmaz.”  
(Mevlana, Mesnevi, 2007, s. 39).*

Günümüzde parasal ilişkilerin egemenliği altındaki kişinin, başarı odaklı olarak yaşadığı/yaşatıldığı reddedilemez bir gerçektir. Üstelik iktisadi çıkarlarımızın ahlaki ilkelerimizle çatıştığı bir dünya, arzu edilmeyen insan davranışlarını da fazlasıyla tetiklemektedir. Bu ağır şartların altında ezilen ve unutulmaya yüz tutan insani değerlerse her geçen gün yokluklarını daha yoğun biçimde hatırlatmaktadırlar. Söz konusu sürece bağlı olarak, akademi alanında iş ahlakı üzerine yapılan çalışmalar hızlı bir şekilde artmaktadır . Bu

\* Dr. Cemil Hakan Korkmaz, düşünce tarihi çerçevesinde sömürgecilik, oryantalizm, Avrupalı merkezilik konularında çalışmalarını sürdürmektedir. Ayrıca yazar, bu konu kapsamında Türk modernleşmesi bağlamında da araştırmalarda bulunmaktadır. Yayınlanmış kitap ve makaleleri bulunan Korkmaz, halen İstanbul Ticaret Odası'nda görev yapmaktadır. *İletişim:* İstanbul Ticaret Odası Binası, Reşadiye Caddesi, B Kapısı, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Şubesi. Elektronik posta: [chkorkmaz@gmail.com](mailto:chkorkmaz@gmail.com) Tel: +90 212 455 6089.

noktada akademik çerçevenin, uygulamalı yaklaşımlarla zenginleştirilmesi önemli bir ihtiyaç olarak belirmektedir. Zira akademik alandaki teorik çalışmalar, uygulamalı alanda yeterince ses getirmemektedir. Bu açıdan ekonomik aktörler, çoğunlukla ekonomi ve ahlak dünyası arasındaki bağı göz ardı etmek eğilimindedirler (bkz. (O'Neill, 2001).

İşte ticaret, böylesi bir duyarlılığının kuvvetle muhtemeldir ki en fazla unutulduğu alanlardan biridir. Öyle ki maddi kazancı azamileştirme yarışındaki kurum ve kişilerin tüm araç ve amaçlarını bu çerçeve içinde anlamlandırmış olması, toplumsal yaşamımızın hemen hemen her alanını etkileyen bir kırılmayı doğurmaktadır. Akılcı, tüketime odaklanan, başarıyı tek amaç olarak gören, sınıflar arasında çatışmacı bir iklime göndermelerde bulunan ve yaşamını diğer tüm çeşitliliklere kapatarak parasal ilişkileri esasa oturtan bir insandır aslında söz konusu olan. Modern kapitalist sistemin dayattığı bu insan modelinin, temelde Batılı kaynaklardan beslenen bir bilgi üretimine bağlı olduğuyorsa aşıkardır. Öyleyse, insanı kendi karanlığına hapsederek her gün yeniden kurtuluş çareleri aramaya iten fasit daireden çıkarmak, bu bilgi alanını değiştirecek bir karşı modelle mümkün olabilir. Türkiye'nin tarihsel mirası ve toplumsal imkanları, bunu başarmayı sağlayacak zenginliktedir. Yüzyıllara yayılan ahilik geleneği, yardımlaşma ve dayanışmayı esas alan değerlerin hâlâ korunuyor oluşu ve elbette dünyada söz sahibi olmayı arzulayan dinamik bir nüfusu bu zenginliklerin belli başlılarıdır. Bu nedendir ki insani değerlerin varlığımızın ilk şartı olduklarına ilişkin bir iradeyi ortaya koymak bu çalışmanın ana kaygısıdır.

Maneviyatın izinden giderek iktisadi yaklaşımlardaki kaba mantığı çözümlemenin olmazsa olmaz şartı, ticaretin yepyeni ilke ve esaslara kavuşturulmasıyla mümkündür. İşte bütün bunların sonucunda tüccarsa, çalışmanın ana öznesini oluşturur. Bütün bunlara karşılık insan olmanın akılcı ve duygusal yanları, tüccarın kâra odaklı dünyasında nasıl bir araya getirilebilir? Sonuç olarak çalışmanın Türkiye özelinden hareket ederek cevabını arayacağı bu soru, tüccar ahlakına yönelik bir vurgulamanın getirdiği *insana* işaret eder. Çünkü tüccarın ahlaki kaygılarını toplumsal yaşamla iç içe kılmayı başarmak, iktisadi dünyaya ve oradan tüm ilişki biçimlerine sirayet eden bir değişimin odak noktalarından olacaktır. Bu çerçevede çalışma, günümüz iktisadi ve toplumsal şartlarının kişiden toplumun geneline yayılan eksiklik ve yanlışlıklarına dair çözümlerin ticari alanı düzenlemekten geçtiği temeline oturmaktadır. Öncelikle ticari ilişkileri düzelterek, pek çok sorunun kesin olarak çözüme kavuşturulması sağlanabilir. Bu yönüyle ahlaki değer-

ler, hem bir davranış hem de örgütlenme ilkesi olarak gözümüze çarpar. İşletme sahibi, ortaklar ve hatta üst düzey yöneticilerin dünyayı ve yaşamı algılama biçimleri, yaptıkları ya da yapacakları işlerin kalitesini belirler. Bu yönüyle manevi ilkeler, hem kişinin hem de işletmenin ana dayanağı ve yol haritasıdır.

## İktisadi Aklın Ahlak Dünyası

Öncelikle ahlak, neyi yapıp neyi yapmamamız gerektiğini ifade eden bir kurallar setidir ve bu yönüyle yaşamımızın nasıl seyretmesi gerektiğine ilişkin yol gösterici bir zemine sahiptir (Kapu, 2009, s. 57). Bu niteliğiyle birlikte akla, duygulara, inanç sistemlerine ve tarihsel mirasa dayalı olan ahlak, insanların yaşama bakışında ve eylemlerinde belirleyici olan etkenlerin başında gelir. Birine yardım edildiği zaman, toplumdaki ya da yardım edilen kişinin kendisinden bir *hayır duası* beklenir. Bu anlamda ahlak, karşılıklılık ilkesine dayalı biçimde algılanır. *Kendine yapılmasını istemediğin şeyi başkasına yapmamak* ya da *kendine yapılmasını istediğin şeyi başkasından esirgememek* düsturuna dayalı olan bu açıklama, aynı zamanda toplumsal sistemlerin kuruluşundaki aklı da açığa çıkartmaktadır. Çünkü bir arada yaşayabilmemizin temel kuralı; asgari güvenlik, adalet, uyum ve işlerliğin varlığına bağlıdır. Hal böyle olunca aklın buyruklarıyla açıklanan ahlak, yasalarla birlikte söz konusu uyumun anahtarı olarak sivrilir.<sup>1</sup>

Diğer yandan ahlak sadece aklın sınırlarıyla birlikte algılanamayacak kadar derin ve geniş bir olgudur. Onu var eden başkaca şartlardan bir diğeri de, duygulardır. Bir kişinin çektiği acılar karşısında duyulan üzüntü, bu durumu en iyi açıklayan örneklerden biridir. İnsanlar arasındaki ortak bağın adresi burada duygudaşlık olarak adlandırılır. Ünlü düşünür Adam Smith de, piyasanın işlerliğini ve toplumsal gelişmeyi açıkladığı eseri *Ulusların Zenginliği*'nde öne sürdüğü tüm düşüncelerini işte bu ahlaki ilke zemininden hareketle açıklamaya çalışmıştır (bkz. Smith, 2000, s. 3-4). Bu çerçevede iktisat ve ahlak ilişkisi yavaş yavaş ortaya çıkmaya başlar. Buna göre karşılıklılık ilkesiyle birlikte aklımız ve başkalarının duygularını paylaşabiliyor olmamız nedeniyle de duygularımız, toplumsal alanın önemli bir bölümünü işgal eder. Ne var ki ahlakın açıklanmasında bu iki kavram yeterli değildir. Her sistemin kural koyucu birtakım güçlerin varlığına duyduğu ihtiyaç, iktisat ve ahlak ilişkisine ait çerçevenin çizilebilmesi için başkaca etkenle-

1 Bu temeldeki açıklamanın, felsefi boyuttaki en önemli yansımalarından biri Immanuel Kant'ta görülür. bkz. (Kant, 1999, 2003).

rin ele alınmasını gerektirir. Bu itibarla manevi ve maddi temelli iki büyük kaynağın varlığına daha işaret edilebilir. Bunlardan ilki, genelde insanın inanma isteğine ve özel olarak da dinsel buyruklara dayanır. Dini inançlar, insanların hem kişisel hem de toplumsal yaşamlarıyla ilgili yapılması ve yapılmaması gerekenler listesine sahiptir. Bu nedenle ahlakın önemli bir bileşeni olan din, dünyevi yaşamın düzenleyicilerinden biri haline gelir. Maddi boyuttaki olguysa, kültürel ve tarihsel mirasla ilgilidir.

Atalardan devralınan geçmiş, hem genler yoluyla biyolojik hem de kültür yoluyla tarihsel bir anlama sahiptir. Bu açıdan ahlak, kökleşmiş ve uzun yıllara dayanan uygulamalarla birlikte anılır. Örneğin yardıma ihtiyacı olmadığını bildiğimiz halde yeni evlenen bir çifte götürülen hediye ya da yaşça oldukça büyük bir kişinin karşısında bazı davranışların sergilenmesi/sergilenmemesi gibi kültür yoluyla elde edilen davranış kalıpları değişime uğramakla birlikte güçlerini uzun süre korumaktadırlar. Diğer yandansa genler yoluyla aktarılan miras da benzer bir işleve sahiptir. Cesaret, kahramanlık, fedakarlık gibi kavramlarla uyuşan belli başlı davranış biçimlerinin, insanlar kadar hayvanlarda da görülebiliyor olması biyolojik etkenlerin nasıl bir güçle manevi yaşam üzerinde rol oynadıklarını açıklamaya yeter.

Böylelikle dört ana madde çerçevesinde ahlakın kapsamına, ayrıca toplumsal ve kişisel yaşam üzerindeki belirleyici olma haline işaret edilmiş oldu. Akla, duygudaşlığa, tarihsel ve biyolojik mirasa dayanan bu olgunun iktisadi yaşamın dışında tutulacağını öngörmenin ancak aşırı bir iyimserlik olarak nitelendirilebileceği çok açıktır. Her şeyden önce yasal ve yönetsel anlamdaki önlemlerin ve ayrıca ticari yaşamı düzenlemeye ilişkin yöntemlerin pek çoğunun altında belli başlı ahlaki ilkeler bulunmaktadır. Örneğin sözleşmeye taraf olan kişi ve kurumların ahde vefa ilkesi içerisinde hareket etmeleri, sadece yasal bir zorunluluğa dayanmaz. Ticaretin sağlıklı olarak işleyebilmesi, genel ve mesleki düzeylerde bazı davranış kurallarının, düşünce biçimlerinin ve buna uygun ilkelerin varlığıyla doğru orantılıdır. Öyleyse kârını azamileştirme yarışındaki tüccarı, yasal ve yönetsel olgular kadar ahlaki ilkeler de baskın biçimde etkiler.

Sonuç olarak iktisadi davranış biçimlerinin tümü, akıl, duygu, inanç sistemleri ve tarihsel mirasla örülü bir ahlaki alanda vücut bulurlar. Ticarete konu olan etkenlerin düzenlenmesindeki rolü nedeniyle akılla, insanların ortak hassasiyetleri açısından duyguyla, karşılıklı yardımlaşmanın sağlayacağı yararlar nedeniyle inanç sistemleriyle ve uzun yıllar içerisinde kazanılmış olan davranış/düşünce kalıpları üzerinden de tarihsel mirasla etkileşim içe-

risinde olan ticaret, bu nedenle derin ve karmaşık bir ahlaki tabana sahiptir. Böylelikle ticaretin manevi ilkeleri de, maddi kazancın sağlanmasındaki saf akılla uyum içerisinde olmak zorundadır. Bu zorunluluk hem iktisadi ilişki ve faaliyetlerimizin manevi değerlerden bağımsız olmadıklarına ilişkin gerçekle hem de toplumsal varlıklar olarak insanoğlunun yaşama biçimiyle ilgilidir.

## Ticaretin İlkelerinde Toplumsal Yaşamı Görmek

En basit anlamıyla ticaret, mal ve hizmetlerin birer meta olarak pazarlanmasını ifade eder. Sağlıklı iletişimin kurulması, mal ve hizmetlerin koordineli bir biçimde hareket ettirilmesi, işletmenin ana ilkelerinin belirlenmesi, profesyonelliğin sağlanması ve uygun yetki dağılımının gerçekleştirilmesi olarak kurumsallaşma, elbette ticari yaşamdaki başarının olmazsalarındır. Bu nedenle ticaret yapan öznelerin kurumsal boyutları, *alışverişin* işlerliğine yönelik ilk adımdır. Bu açıdan kurumsallaşma, bir kültür alanını da ifade etmektedir. Zamanla oluşan birtakım davranış ve düşünce biçimleri ile kurumun belli başlı olaylar karşısında sergilediği tutum, elle tutulur bir kurum kültürünü beraberinde getirir. Hal böyle olunca işletme çalışanları, hem kurumsallaşmanın ve dolayısıyla kurum kültürünün bir parçasıdır hem de ondan etkilenerek kişisel yaşamlarında bazı değişiklikler yaşayan öznelerdir. Söz konusu etkileşim nedeniyle çalışanlar, işletmenin değerleriyle içli dışlı olur ve bazı değerlerini çalışma yaşamı içerisinde kazanırlar. İşte bu açıdan kurumsallaşma ve kurum kültürü, aynı zamanda çalışanları da içine alan bir değerler sistemidir. Bu nedendir ki çalışanların meslek ilkelerine ve çalışma disiplinine uygun davranışlar içinde bulunmaları, en az tüccarın ahlaki ilkeleri kadar önemlidir.

Ne var ki özellikle tüccar, işletme sahibi ya da üst düzey yöneticilerin bazıları, kurum kültürü üzerinde çok daha ağırlıklı bir role sahiptir. Bu nedenle tüccarın kişisel ve ticari görevlerine bağlı davranışları, takındığı tutum ve hatta özel yaşamındaki nitelikleri kurum kültürünün ve dolayısıyla da çalışanların üzerinde etkilidir. İşte bu açıdan tüccar ahlakı sadece toplumsal, iktisadi, siyasi ya da işletmenin verimliliği açısından değil, aynı zamanda da çalışanların üzerinde derin izler bırakan bir sürecin parçasıdır. Nitekim liderliğin kurumsallaşmadaki etkin rolü, hem akılcı uygulamaları hem de ahlaki ilkeleri beraberinde getirmelidir. Tüccar, işletme çalışanları ve muhatap olduğu diğer kişiler üzerindeki otoritesini ancak bu yoldan tesis edebilir.

Diğer taraftan kurumsallaşmanın varlığı, aynı zamanda ticarete konu olan mal ve hizmetlerin bir marka değerine sahip olmasıyla ilgilidir. Nitekim markalaşma ve bu markanın insan zihninde ortaya çıkarması istenen imaj da, söz konusu değerler dünyasından bağımsız olarak var olamazlar. Bu nedenle işletmenin imajını zedeleyecek herhangi bir olumsuzluk halinde, tüketici tercihleri değişecek ve işletme zarar etme tehlikesiyle karşı karşıya kalacaktır. Marka değeri oluşturmak, gerek pazarlama aşamasında gerekse kurum kültürünün oluşturulmasında büyük yere sahiptir. Örneğin küçük çocukların çok zor şartlar altında çalıştırıldığına yönelik bir gerçeğin kitle iletişim araçlarında yer bulmasının, marka değeri olan bir işletmeyi güç durumda bırakacağı aşikardır. Hal böyle olunca marka değeri olgusu, tüccarın, ahlaki kaygılarını ve toplumsal sorumluluğunu, aynı zamanda iktisadi akıl aracılığıyla birlikte algılamasını sağlar. Bir bakıma kurumsallaşma ve marka değeri, toplumsal alana ilişkin kaygıları hatırlatma işlevine sahip olur.

Bilindiği üzere doğadaki her madde ve bunlardan yola çıkılarak ortaya çıkartılan her mal, aslında sağladıkları fayda veya piyasadaki değerleriyle doğru orantılı olarak ticari alana dahil olurlar. Bu nedenle metalaşma süreci, aynı zamanda parasal ilişkilerin ayrılmaz bir parçasıdır. Mal ve hizmetlerin parasal değere dönüşmesi, paranın da mal ve hizmete dönüştüğü bir döngüyü takip eder. Hal böyle olunca para ve meta arasındaki ilişki, tıpkı tavuk-yumurta arasındaki ilişkiye benzer bir biçimde ilerler. İşte ticaret, söz konusu dönüşümdeki belirleyici rolüyle birlikte iktisadi yaşamı etkiler. Söz konusu etkiyse, mal ve hizmetlerin sunulduğu piyasa kanalıyla gerçekleşmektedir. Ticaretin yaşama dair temel ihtiyaçları sağlayan bir mekanizma olduğu düşünülürse, piyasanın da adeta vücudumuzun her yerine kan taşıyan damarlar olarak ifade edilebileceği açıktır. İşte bu nedendir ki piyasanın etkin, sağlıklı ve şeffaf olmasına yönelik tüm vurgulamaların altında yatan asıl hassasiyet bu gerçeğe kaynaklanmaktadır.

Ticaretin gerçekleştiği, alıcı ve satıcıların karşılaştığı bir alan olarak piyasa, diğer yandan ticaret yapan özneler arasındaki rekabetin yoğun olmasını da beraberinde getirir. Bu noktadan sonra ticari ilişkiler, yasal ve yönetsel bir takım açıklayıcı-yönlendirici-emredici hükümlerle birlikte açıklığa kavuşturulmak zorunda kalır. Çünkü para ve mal-hizmet arasındaki çetrefilli ilişki sırasında kâr elde etme amacının varlığı, piyasadaki işlerliğin bozulmasına neden olabilir. Bu açıdan rekabetin yıkıcı biçimde gerçekleşmesini engelleyecek iki temel kaynak bulunur. Bunlardan ilki kamusal müdahale araçları, diğeryse iktisadi alandaki öznelerin örgütlenme becerileridir.

Devletin yasal ve yönetsel açıdan düzenleyici işlevi, piyasadaki oyuncuların kaotik bir ortam içerisine düşmelerini engellemesidir. Bu yönüyle söz konusu durum ticari faaliyetlerin devlet eliyle yürütülmesini değil, tüccarın faaliyetleri sırasında karşılaşacağı güçlükleri ortadan kaldırmaya yönelik bir uygulama olarak karşımıza çıkar. Diğer yandan iktisadi aktörlerin örgütlenme becerileri, içinde buldukları şartların bilincinde olan kişilerin, sağlıklı biçimde çıkarlarını savunabilmesini ifade etmektedir. Çeşitli meslek örgütleri, sivil toplum kuruluşları ve hatta siyasi partiler, bu örgütlenmenin sonuçları olarak ortaya çıkarlar. Nitekim farklı çıkarların birlikteliğinin ve uyumlu bir çerçevenin sağlanması, örgütlenme becerilerinin önündeki engelleri kaldırmayı zorunlu kılar. Böylelikle meşru zeminde hareket eden örgütlerin varlığı, üst ölçekte siyasal demokrasiye ilişkin önemli bir destek oluşturur. Bu açıdan tüccarların kendi aralarındaki örgütlenmeleri, ortaya çıkardıkları siyasal sonuçlarının yanı sıra, gerek ticari faaliyetlerde kârlılık ve toplumsal sorumluluk açısından gerekse ticaretin düzenlenmesi ve kayıt altına alınmasında oldukça belirleyici bir öneme sahiptir. Bu açıdan odalar, borsalar, esnaf ve sanatkarlar dernekleri, çeşitli işveren kuruluşları, sendikalar ve vakıflar, iktisadi ilişkilerin kurumsal boyutunu göstermektedir.

Çok genel biçimde aktarılmaya çalışılan süreç, ticaretin temel ilkelerini de açığa çıkartmak için yol gösterici olmaktadır. Buna göre ticaret her şeyden önce para ve meta arasındaki ilişkiden mal ve hizmetlerin pazarlanması sonucunda kârlı çıkma *sanatı* olarak ifade edilebilir. Kazancın azamileştirilmesi ve yeni yatırımlara yönelme zorunluluğu, insanlığın sürekli ilerlemeye dayalı azminin ifadesidir. Ne var ki bu çabaların altında saf aklın yanı sıra kendini güvende hissetmeye yönelik arzudan, çalışmayı yücelten inanç ilkelere ve oradan da ait olunan topluluğun gelişmesini amaçlamaya kadar pek çok olgu yer almaktadır. Bu nedenle ticaretin ilkeleri, maddi olduğu kadar manevi etkenlerle örülü bir zeminden hareketle gerçek anlamda anlaşılabilir. Sonuç olarak bizi tüccar ahlakının ana dayanaklarına götüren ticaretin temel ilkeleri, aşağıdaki tespitler ışığında toparlanabilir:

(i) *Kurumsal bir kimliğe sahip olmak*: Kurumsallaşma, ticari faaliyet içindeki öznenin kimliğidir. Bu nedenle tüketici, açıkça tanımlayabileceği ve görebileceği bir tarafla alışveriş ilişkisine girer. Bir başka açıdansa kurumsallaşma, *marka olmanın* toplumsal niteliğini açığa çıkartır. Çünkü markalaşma, aynı zamanda tüketiciye karşı duyulan sorumluluğun ifade edilmiş biçimidir. Kurumsallaşmanın bir diğer yanı olarak çalışanlarsa, bizzat işletmenin içerisinde yer alan kişiler olarak bu sürecin sınırlı da olsa belirleyicilerinin-

dendir. Kurum, iktisadi işlevlerini yerine getirirken çalışanları aracılığıyla ete kemiğe bürünür. Bu açıdan manevi değerlerin yıpranması da onarılması ya da oluşturulması da, çalışma yaşamı sırasında kazanılan tutum ve davranışlarla doğrudan doğruya ilgilidir. Sonuç olarak tüccar ahlakı, kurum içerisindeki çalışanların işe alınmasından çalışma ilkelerine ve hatta emekli olma aşamasına kadar bir yol haritası olarak varlığını hissettirmelidir (bkz. Yıldırım, 2009).

(ii) *Meta ve para arasındaki ilişkiyi kâr sağlayacak bir sürece tabi kılmak*: Ana sermayenin kaybedilmemesi ve artırılması için kâr elde etme zorunluluğu, aynı zamanda ticaret yapılan alanda kurumsal kimliğe duyulan güveni ve talebi de ayakta tutmayı gerektirmektedir.

(iii) *Piyasanın işlerliğini bozacak etkenleri en aza indirmek*: Piyasa, oyuncuların tüm yeteneklerini göstererek kazançlarını elde etme yarışında oldukları bir alanı işaret eder. Haliyle burada sağlanacak şeffaflık ve denge, *oyunun işlerliğini beraberinde getirir*. Ticarete konu olan hemen her şeyin yasal ve yönetsel bir çerçeveye içine alınması da bunu göstermektedir.

(iv) *Rekabetin düzenlenmesinde devletin rolüne ilişkin kuralları belirlemek*: Kuralsız ve sınırsız rekabet anlık kazançlar sağlayabilse de, iktisadi yaşamı sekteye uğratabilecek bir karmaşanın varlığı uzun süre devam ettirilemez. Nitekim ülkemizde Sermaye Piyasası Kurulu, Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, Enerji Piyasası Düzenleme Kurumu ve Rekabet Kurumu gibi örgütlenmelerin varlık nedenleri böylesi bir algılamaya dayanmaktadır.

(v) *Ticari faaliyetlerin sağlıklı bir şekilde yürütülmesinde örgütlenmeyi esas almak*: Hak ve özgürlüklerin elde edilmesi, görev ve sorumluluklarınsa layıkıyla yerine getirilmesinde örgütlenme, olmazsa olmaz şartlardan biridir. Tüccarın sahip olduğu toplumsal sorumluluklar örgütlenme eliyle gerçekleştirilebilecek bir iradeye muhtaçtır. Örneğin ülkemizde sermaye sahipleri tarafından kurulan vakıfların, yasal olarak kurulması zorunlu olan ticaret ve sanayi odalarının sahip olduğu görev ve sorumluluklar bu açıdan ele alınabilir.

(vi) *İktisadi ilişkileri toplumsal sorumlulukla iç içe algılamak*: İster yurt içinde ister yurt dışına olsun, bir mal veya hizmetin sunulmasında toplumsal duyarlılığa yer vermemek kazancın sağlandığı zeminin kendisini çürütme-ten başka bir işe yaramaz. Böyle düşünüldüğünde insan sağlığına zararlı bir ürünün pazarlanmasında gösterilen *başarının* -haklı olarak- gerçekten bir başarı olup olmadığı tartışmalı hale gelir.



## Tüccar Ahlakının Temel Göstergeleri

İktisadi aklın manevi kökleri ve ticaretin temel köklerinin ahlakla olan ilişkileri ortaya çıkarıldığına göre tüccarın, söz konusu zeminden bağımsız olması düşünülemez. Bu itibarla kendi varlığını borçlu olduğu iktisadi süreç ve olgulara karşı sorumluluklarını yerine getirme becerisine sahip olduğu takdirde tüccar, maddi ve manevi kazanç sağlayabilecektir. Öyleyse ahlakın kökeni olarak akıl, duygu, inanç sistemleri ve tarihsel miras, ticaretin ahlaki zeminine işaret eden ve ifade edilmiş olan altı maddeyle birlikte tüccarın sorumluluklarını tanımlamak için gerekli kalkış noktasını sağlar. Öncelikle tüccar, kar elde etme amacındaki kişidir. Onun bu niteliği, varlığını sürdürebilmesi için olmazsa olmaz bir şarttır. Aksi halde yürütmekte olduğu işler sona erecek ve doğal olarak kendisinin tüccar olma niteliği de ortadan kalkacaktır. Bu nedenle tüccarın iş yaşamı, kazancın azamileştirilmesine, büyümenin sekteye uğratılmamasına, zor zamanlar için gerekli maddi dayanak noktalarının her zaman elde bulundurulmasına, başarı odaklı bir anlayışın kurulmasına, ideal bir sevk ve yönetim sisteminin varlığına dayanmaktadır. Nitekim insanlığın gelişme tarihine bakıldığında, ticaretin değişim ve dönüşüm oluşturan gücünün arkasında böylesi bir ilişki ağının yattığı görülebilir.

Ne var ki aynı biçimde söz konusu ticaret, acımasız uygulamaların, insanın var olma şartlarını ortadan kaldıran savaşların, ırkçılıktan totaliter yönetimlere kadar uzanan siyasi düşünce ve uygulamaların da bir parçası olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüccar, kimi zaman Yeni Dünya'daki insanların canlarını alan bir katil, kimi zamansa siyah köle ticaretinde olduğu üzere insanları ölmekten daha beter bir hale sokan acımasız insanlardır tarihin sahnesinde. Tablonun karanlık tarafındaki bu doğrular, aklın tek yol gösterici olarak kabul edildiği Batılı anlayışların ağırlıklı rollerine işaret eder. Elbette Batı dışı toplumlardaki tüccarlar da böylesi uygulamaların sahipleri olmaktan uzak değillerdir. Ne var ki günümüzde yaşamaya devam ettiğimiz ve kişiyi gerçek anlamdaki bir toplumsallıktan uzak tutarak yalnızlığa iten, toplumsal duyarlılıklarımızı giderek körelten ve dünyanın tek sahipleriymiş gibi bencilce bir anlayışa bizi hapseden yaklaşımın ana kaynağı Batı kökenli iktisadi algılama ve uygulamalardır.<sup>2</sup>

İşte bireyin iç dünyası kadar toplumsal yaşamı da sarmalayan bu olumsuzluğu sona erdirecek bir yaklaşım biçimi, kişiden topluma ve oradan da

<sup>2</sup> Elbette eski çağlarda da çeşitli riskler ve olumsuzluklar bulunmaktaydı. Bu nedenle sarf edilen ifadeler romantik bir geçmiş özlemi oluşturmayı içermez. Nitekim modern ve modern öncesi yaşamların güven-risk analizini yapan ünlü sosyolog Anthony Giddens da bu konuyla ilgili dikkate değer bir tablo sunmuştur. bkz. (Giddens, 1998, s. 100).

uluslararası zemine kadar geniş bir alanı etkileyecektir. Öyle ki iktisadi aklın ve ticaretin ahlaki boyutu, tüccarın bir davranış ve kurumsallaşma modeli oluşturabileceği gerçeğini desteklemektedir. Ne var ki burada sadece tüccarın *gönlünden kopacak yardımlardan* ya da kendi vicdanına ait çelişki ve çatışmalardan kaynaklanan davranış biçimlerinin kastedilmediği önemle belirtilmelidir. Öncelikle tüccar ahlakının ilkeleri, akıl, duygu, inanç sistemleri ve tarihsel miras etrafında oluşmuştur. Bu açıdan iktisadi aklın bir gereği olarak tüccar ahlakı ancak ve ancak, sistematik ve kökleşmiş uygulamalar eliyle gerçek bir anlam kazanabilir. Çünkü sadece acıma ve korku duygusuna ya da sevap kazanma isteğine bağlı davranışlar, geçici ya da sistemli olmayan nitelikleriyle toplumsal alanda köklü bir yer edinemezler. Bu uyarı akılda tutularak çalışmanın başından itibaren aktarılanlar ışığında tüccarın ahlak dünyasına ait başat etkenler, somut düzeyde dokuz ana ilke etrafında gösterilebilir:

1. İlke: Kurumsal bir çerçeve içerisine alınmış toplumsal sorumluluk bilincini özümsemek.
2. İlke: Mesleki yardımlaşmayı etkin biçimde uygulamak.
3. İlke: Mesleki dayanışmayı sağlam biçimde kurmak.
4. İlke: Uzman olunan konu ve işlerde gelecek kuşakları eğitmek.
5. İlke: Ahde vefa ilkesine ve dürüstlüğe kesin olarak sahip çıkmak.
6. İlke: Kamu yararını gözetmek ve devletle olan ilişkileri sağlıklı yürütmek.
7. İlke: Çevreye ve insan sağlığına gereken özeni göstermek.
8. İlke: Özgürlük ve fırsat eşitliği konularındaki uygulamaların takipçisi olmak.
9. İlke: Sonlu bir dünyevi yaşamın içerisinde bulunduğumuzu akıldan çıkarmamak (maneviyat ilkesi).

İlk ilkenin gösterdiği üzere tüccarın içinde yaşadığı topluma karşı duyması gereken sorumluluk, onun ahlak dünyasına ait temel etkidir. Ne var ki bu sorumluluktan kastedilen, hayırseverlikten oldukça farklı ve kurumsallaşmış bir davranış sistemidir. Buna göre adil bir gelir paylaşımı, yoksulluğun giderilmesi, siyasal sistemin özgürlükçü bir zemine sahip olması, toplumsal barışın korunması ve bizzat ticari faaliyetlerin sağlıklı biçimde devam ettirilebilmesi adına tüccar, birtakım projelere imza atmalıdır. Bilindiği üzere eğitim-sağlık hizmetlerine ulaşma ve temel

ihtiyaçlardan yararlanma konusunda toplumun her üyesi aynı imkanlara sahip olmaktan uzaktır. Pek çok nedene dayanan bu duruma karşı, sadece devletin önleyici ve iyileştirici bir güç olarak devreye girmesi elbette yeterli değildir. Haliyle söz konusu eşitsizlikler de, toplumsal barış ve uyumun bozulmasına neden olmaktadır. İşte bu dengesizliğin oluşturduğu kargaşa ortamı, adi suçlardan yasa dışı örgütlerin varlığına kadar geniş bir alandaki olumsuzlukları besler. Sonuç olarak tüccarın uzun vadeli çıkarları, hem talep cephesindeki istikrarın korunması hem de çok daha genel olarak toplumsal zeminin korunması adına hareket etmeyi gerektirir. Bu nedenle özellikle iktisadi adaleti sağlayacak düzenlemeleri desteklemek ve sorunun halli için doğrudan doğruya konuya müdahil olmak, ticaret ahlakının gerekliliklerindedir. Buna göre ilk ilke olan tüccarın toplumsal sorumluluğunu yerine getirme biçimleri, aşağıda sıralanan örnekler üzerinden çok daha açık biçimde gösterilebilir:

- Okul, kütüphane, hastane, sağlık ocağı gibi eğitim ve sağlığa yönelik hizmetler verecek kurumların oluşturulması ya da devlet adına bu kurumların bina ve teçhizatlarının sağlanması
- İlköğretimden üniversiteye kadar işlerliği olan yaygın bir burs sisteminin kurulması ya da buna yönelik girişimlerin desteklenmesi
- Sportif, kültürel ve sanatsal faaliyetlere katılımı kolaylaştıracak/özendirecek uygulamaların ortaya koyulması ya da bunlara yönelik destek programlarının oluşturulması
- Yoksullara yönelik sistematik yardımların yapılması
- Meslek kazandırmaya yönelik kurslar aracılığıyla nitelikli insan kaynağının sağlanmasında etkin bir rol üstlenilmesi
- İş güvenliği, hakkaniyete dayalı bir ücret, örgütlenme özgürlüğü ve liyakate dayalı çalışma ilkeleri tarafından desteklenen çalışanların, işletmede alınan kararlara katılımının sağlanması
- Siyasal sistemin işlerliği ve özgürlükçü bir zemine sahip olmasına yönelik çabaların varlığı
- Ticarete konu mal ve hizmetlere ilişkin olarak toplumun doğru bilgilendirilmesi ve bu yönüyle reklamların doğru kullanımı
- Yine söz konusu mal ve hizmetlerle ilgili tüketiciye ait talep, şikayet ve önerilerin, kalite ve markalaşma esasları çerçevesinde sağlıklı biçimde değerlendirilmesi

Tüccar ahlakının iki, üç, dört ve beşinci ilkeleriye doğrudan doğruya ticaret yaşamının örgütlenmesiyle ilgilidir. Nitekim mesleki yardımlaşma ve dayanışma, uzman olunan konularda gelecek kuşakların eğitilmesi ve ahde vefa ilkesinin üzerinde titizlikle durmak, gerektiği gibi örgütlenmiş bir tüccar sınıfının altından kalkabileceği olgulardır. Öncelikle tüccarların örgütlenerek, kendi mesleklerinden olan kişilere karşı dayanışmacı bir tutum sergilemeleri, zor durumda olan üyelere yardım edebilmeyle sonuçlanacağı gibi aynı zamanda mesleklerinin çıkarlarını toplumsal alanda çok daha iyi savunabilmeyi de beraberinde getirecektir. Bu nedenle örgütlenme ve dayanışma, iktisadi aklın öngördüğü doğal sonuçtur. Üstelik olağanüstü şartlar altında ya da herhangi bir olumsuzluk karşısında tüccar, kendi örgütü aracılığıyla belli bir güvene sahip olmanın rahatlığını da yaşayacaktır.

Diğer yandan ticarete uzmanlaşılacak alanlardaki bilgi ve tecrübenin gelecek kuşaklara aktarılmasına ilişkin sorumluluk da, anılan dayanışmanın bir parçasını oluşturmaktadır. Mesleklerin layıkıyla sürdürülebilmesi ve nitelikli insan kaynağıyla söz konusu ticaretin devam ettirilebilmesi, uzmanlığa yönelik birtakım eğitim faaliyetlerinde bulunmayı zorunlu kılmaktadır. Yaşamın içerisinde ve zorlukları bire bir yaşayarak öğrenen ticari işletmeleri herhangi bir eğitim kurumundan ayıran etkenler, dikkat edilmesi gereken eğitim sürecinin temel konusunu oluşturmaktadır. Sonuç olarak yerine getirilen bu ilke sonucunda gerek ara eleman gerekse üst düzey yönetici konusunda esaslı sıkıntılar çekilmeyecek ve ticari faaliyetlerdeki devamlılık layıkıyla sağlanmış olacaktır. Üstelik usta-kalfa-çırak üçlüsünü hatırlatan böylesi bir devamlılık, ticaretin manevi ilkelerinin kuşaklar arasındaki aktarımını kolaylaştıracaktır.

Örgütlenmenin diğer noktasını oluşturan ahde vefa ilkesiyse, karşılıklı güvenin oluşturulmasındaki en önemli etkidir. Herkes, birilerine inanmak ve güvenmek ister. Çünkü güvenmek, yaşam içerisindeki elde edilebilecek huzurun başta gelen şartlarından. Eğer kişi, her an kandırılabilir korkusuyla yaşamak zorunda bırakılırsa, kuşkularının arkasında iş yapamaz hale gelir. Aşırı kuşkunun sonucunda olumsuzluklara karşı uyanık kalmak, ahde vefanın ahlaki temelli bir yasal ilke olduğunu anlamakla mümkündür. İşte bu nedendir ki ahde vefa, tüccar ahlakının yol haritasında başat bir role sahiptir. Tarafların, kuşku bırakmayacak bir biçimde anlaşmaya gitmeleri, yasal çerçeveye birlikte iyi niyetli olma halini de gerektirir. Nitekim bir tarafın cehaletinden, dalgınlığından ya da çaresizliğinden yararlanarak yapılan sözleşmeden caymak, kimi zaman yasal ve ahlaki düzeydeki bir

haktır. Öyleyse tarafların bilinçli olarak sözleşmeleri, bağlayıcı karar olma niteliğine sahiptir. Ahde vefa ilkesinin sulandırılarak yasal boşluklardan faydalanma yarışıysa, uzun vadede sistemin bütününe etkileyen derin sarsılmalara neden olur. Nitekim bu tür davranışlar sonucunda elde edilebilecek kısa vadeli kârların ticari ilişkilerde oluşturacağı yıpranma, sadece ahlaki değil büyük ve genel ölçekli iktisadi kayıpları da beraberinde getirecektir. İlk bakışta soyut olduğu düşünülebilen dürüstlük ve doğruluk ilkesi de aynı biçimde bir etkiye sahiptir. Doğru bilgiye hızlı ve güvenilir yollardan ulaşabilmek, şeffaflığın sağlanması ve tüketici tercihlerinin sağlıklı yapılması; her şeyden önce bilgiyi sağlayacak kanalların dürüstlük ilkesinden beslenmesini gerektirir. En küçük miktardaki alışverişlerde bile kendisini hissettiren bu tutumun -tıpkı ahde vefa ilkesinde olduğu gibi- ahlaki olduğu kadar iktisadi bir mantığı vardır. Nitekim kandırmanın, hileli yollara başvurma ya da spekülasyon yoluyla vurgun yapmanın genel iktisadi şartları kötüleştirerek kayıpları artırdığı herkesçe bilinmektedir. 2008 sonundan başlayan ve 2009'da etkisini giderek artıran küresel finans krizinin Yunan ekonomisindeki yansımaları bu konuda iyi bir makro ekonomik örnek oluşturmaktadır. Kağıt üzerinde yapılan değişiklikler ve gerçekte olduğundan çok daha az gösterilen cari açık oranları, ahlaki olmayan bir uygulamanın sonuçlarını göstermektedir. Yunan Ulusal İstatistik Kurumu'nun, cari açığı yarı yarıya az göstermesi günü kurtarmış olabilir.<sup>3</sup> Ancak bu ahlaki olmayan uygulama, kısa süreli ekonomik kazançların zayıflığına işaret etmektedir.

Tüccar ahlakındaki yedinci maddeyse, toplumsal sorumluluğa sahip ve kendi örgütlenmesini bu ilke üzerinden gerçekleştiren tüccar sınıfının kamusal işler ve örgütlenme konusundaki düzenleyici rolüne atıf yapmaktadır. Kamusal yararın toplumsal sorumlulukla doğrudan ilgisi, devletle ilişkilerin belli bir yasal çerçeve içerisinde yürütülmesiyle sonuçlanmaktadır. Örneğin ülkemizdeki sanayi ve ticaret odaları, buldukları illerdeki tüccarların kayıt altına alınarak kamusal örgütlenmeyi oluşturmak adına söz konusu işlevi yerine getirmektedir. Bu nedenle söz konusu kurumlar; tüccarların çıkarlarını savunur ve toplumsal sorumluluk projelerini yerine getirirken, yerel ve merkezi yönetimle ilişkileri sağlıklı olarak yürütmekle de sorumludur. Siyasi, toplumsal ve yasal olarak çok yönlü ilişkinin dayandığı iktisadi temele ait özneler, bu açıdan devlet örgütlenmesini hesaba katmak ve özellikle vergileme siyaseti üzerinden kamu yararını esas almak zorundadır. Öyleyse ticari faaliyetlerde sadece arz ve talep edenlerin değil,

3 Konuyla ilgili olarak bkz. (Köse & Karabacak, 2011, s. 291-292).

devletlerin varlığının da önemli bir unsur olarak düşünülmesi gerekir. Böylelikle devletin kamu odaklı örgütlenmesi ile tüccarın kâr odaklı varlığı arasındaki ilişkinin en duyarlı noktası ahlak ve yasa ikilisine yaslanır. Nitekim aktarılmış olan ilk beş ilke ışığında;, toplumsal sorumluluk sahibi olmayan, kurumsallaşmamış, örgütlenme, dayanışma ve yardımlaşma ilkelere yoksun bir ticari yaşamın devletle olan diyalogu, sürekli olarak çatışma eksensinde yer alacaktır.

Üretilen bazı malların ya da verilen hizmetlerin çevre ve insan sağlığı açısından oluşturacağı tahribata karşı durmak da, tüccarın taşınması ve yerine getirmesi gereken sorumluluklardandır. Elbette ki insanın sağlığını kaybetmesi ya da çevresel felaketlerin sonucunda ortaya çıkan ağır sonuçlar, aynı zamanda ticaretin kârlı alanlarının erimesi anlamına gelmektedir. Bu nedenle tüccar, sadece ahlaki açıdan değil, akılcı bir davranış olması nedeniyle de söz konusu ilkeye sıkı sıkıya sahip çıkmalıdır. Nitekim çevre siyasetinin etkin biçimde uygulanması, konuyla ilgili çalışan sivil toplum kuruluşlarına maddi destek sağlanması, insan sağlığına zararlı olan mal ve hizmetlerin kısıtlanması için çaba sarf edilmesi tüccar ahlakının gerekliliklerindedir. Anılan tüm bu ilkeleri kapsayan ve aralarındaki ilişkiyi sağlayan, tüccar ahlakına ilişkin olarak ifade edilen ilkelerin son iki maddesidir.

İlk olarak, piyasadaki işlerliğin devam ettirilmesi adına özgürlük ve fırsat eşitliğinin üzerinde durmak tüccarın maddi çıkarlarının sonucudur. Kârlılığın kısa vadeli heveslerle sağlamlaştırılmayacağından ve toplumsal sorumluluk gereği kalite anlayışının gerekliliğinden daha önce bahsedilmişti. İşte bu açıdan fırsat eşitliği, ticari faaliyet içerisindeki öznelerin tüketiciye daha iyi şartlar sunmasına yönelik yarışlarını kızıştıracaktır. Öyleyse haksız rekabetin yol açtığı kargaşanın piyasadaki dengeleri altüst etmesi, mal üretimi ve hizmet anlayışındaki kalitenin de düşmesi anlamına geleceğinden fırsat eşitliğinin -özellikle tüccar örgütlenmeleri eliyle- gözetilmesi oldukça anlamlı bir sürece işaret eder. Böylelikle tüccar, tekelci ve özgürlükleri kısıtlayıcı eylem, anlayış ve yasaların uzun vadede kendi varlığına ve çıkarlarına aykırı olduğunu anlayacaktır. Üstelik bütün bu süreç içerisinde tüccar, rekabetin sağlıklı olarak işleyebilmesi adına ülkenin siyasal sistemine yönelik bazı özgürlükçü düzenlemelere de taraftar olmak zorundadır. Sonuç olarak demokratik ve özgürlükçü zemin üzerinde yeşerebilen gerçek rekabet, mal ve hizmetlerdeki kaliteyle doğru orantılıdır.

Bilinç düzeyinde gerçekleşen ikinci değişimse her insanın ölümlü bir varlık olduğundan hareketle ortaya koyulabilir. Doğadaki her şeyin doğum-yaşam-

ölüm aşamalarının yer aldığı sürecin içinden geçmekte olduğu aşıkardır. Elde ettiğimiz tüm zenginlik ve başarılar da yaşam denilen bu sürecin geçici görünümülerindendir. Elbette söz konusu düşüncenin çok geniş felsefi ve dini yönleri bulunmaktadır. Burada tüccar açısından gösterilmek istenen noktaysa, maddi kazanç konusundaki her çabanın sona ermeye yazgılı olduğu ve bu niteliğin de daha paylaşımcı bir davranış sistemine yol açacağına ilişkin öngörüdür. Elbette ölüm gerçeği, kişinin çok daha bencilce davranışlar içerisine girmesine yol açabilir. Her şeyin bir sonu olduğunu düşünen kişi, ödül-ceza sistemine dayalı bir inanç sistemini tanımıyor veya toplumsal alana karşı duyarsız kalıyorsa böylesi bir tepki vermesi kuvvetle muhtemeldir. Ne var ki bu ilke, ahlakın kökenleri ve iktisadi akla ait ahlaki olguların varlığıyla birlikte düşünüldüğünde olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Aklın, duygularımızın, inanç sistemlerimizin ve tarihsel mirasımızın el ele vermesi, insanın bu dünyadaki kısa yaşamına anlam katma yarışında olduğunu göstermektedir. Yaşama anlam verme çabasındaki kişinin bu konumu, sonlu olduğu bilinen maddi hırslarımızın törpülenmesini de beraberinde getirmektedir.

Bütün bunlara karşılık tüccar ahlakı, kadere boyun eğmeyi, yoksulluğu övmeyi, maddi hırsları tam anlamıyla bir kenara koymayı ve inzivada geçirilen bir yaşam övgüsünü içermez. İktisadi gelişmeyi sağlamak, kâr elde etmek, sermaye artırımına gitmek, kalite anlayışını yükseltmek, tüketime yönelik teşviklerde bulunmak ve daha nice maddi zeminden hareket eden davranış kuralları, tüccarın kimlik oluşumunu belirler. Ahlakın ve manevi yaşama duyulan ihtiyacınsa, söz konusu olguları dışarıda bırakması gerekmez. Pekala, her insan hem maddi hem de manevi yaşamını sağlıklı ve dengeli biçimde düzenleyebilir. Bu gerçeğin merkezindeyse, ihtiyaçlarımızın sağlanmasına yönelik faaliyetler bütünü olarak iktisat oturur. İşte toplumsal yaşamımızda giderek daha fazla eksikliğini hissettiğimiz manevi boşluğu doldurma çabası, bu nedenle iktisadi ilişkilerin içerisinde yerini almalıdır.

Sonuç olarak kişiyi öne çıkarttığını iddia ederken aslında onu ezen ve parçalayan, dolayısıyla gerçek özgürlüğü ıskalayarak sanal bir özgürlük alanı oluşturan, sadece parasal ilişkileri başarının ölçüsü olarak benimsememize yol açan bu iktisadi sistemin reddedilemez sonuçları, öncelikle ticari alandaki ilkelerin değiştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Dünya daha fazla kazanma peşindeki düşünce ve uygulamaları baş tacı ederken ticarete yeni bir davranış modeli oluşturmak, uzun vadede yeni bir iktisadi sistemi doğuracaktır. Bu önemli dönüşümün adresi olacak toplumlar, aynı zamanda yeni bir uygarlığın da devindiricileri olacaklardır. İnsanlık adına böylesi derin bir

başkalaşma için Türk toplumu, almış olduğu tarihsel miras ve içinde bulunduğu birtakım şartlar açısından oldukça anlamlı zenginliklere sahiptir. Dolayısıyla burada adeta bıçak sırtındaki bir dengede durulur. Bir yanıyla tüketim alışkanlıklarının kapı araladığı reddedilemez gerçekler vardır. Diğer yanda ise ekonomik süreç ve uygulamaların içerisinde var olma zorunluluğunu eleştirmek bulunur. Bu ikiliyi içeren tüccar ahlakı uzlaşmaz çelişkileri bir araya getirme çabası değildir. Genel olarak ekonomik dünya için ahlak, kazanç ve büyüme sarmalındaki güç ilişkilerini ehlileştirir. Örneğin bu noktada toplumsal refahın artırılması için üretim kadar tüketime de ihtiyaç duyduğumuz ortadadır. Burada önemli olan, tüketim olgusunun insan ilişkilerinin önüne geçerek başlı başına bir amaç haline gelmesidir. Temel sorun, maddi kazancın kendisinde değil, kazancın toplumsal yaşamı tehdit etmesi ve sürdürülebilir yaşamı baltalamasıdır.

### **Bir Davranış Modelinin İmkani**

İktisadi tutum, davranış ve ilişkilerimizin her biri, aynı zamanda kültürel etkenlerle sarmalanmış durumdadır. Üretim biçimimiz, mal ve hizmetlerin dağıtılmasında tercih edilen yollar, çalışma yaşamındaki şartlar ve daha nice iktisadi etken, hem kültürel alanı etkiler hem de ondan etkilenecek şekilde değişir. Hal böyleyken kültürü hesaba katmayan bir iktisadi anlayış, yetersiz ve güdük kalacaktır. İhtiyaçlarını kültürel, dini ve toplumsal çerçevede içerisinde ele alan, bu etkenlere bağlı olarak arz ve talebi farklılık gösteren toplumlar, küresel ilişkilerde de söz konusu zeminden bağımsız olarak hareket edemez. Bu nedenle evrenselleşme kavramı, taraflardan birinin diğerleri üzerindeki egemenliğinin değil, farklılıkların bir arada yaşamasını sağlayacak ideali anlatmak için kullanılır ya da kullanılmalıdır. İşte bu çerçevede ticaret, kişiden topluma ve oradan devletin uygulamalarına kadar geniş bir alanı kültürel olgularla girdiği ilişki biçimleri üzerinden etkiler ve değiştirir. Yaşamımızda çok kereler şahit olduğumuz üzere herhangi bir ürünün tüketilmesi, kullanılması ya da kültür endüstrisine ait mal ve hizmetlerin elde edilmesi, kişilerin bazı davranış ve tutumlarıyla doğrudan ilişkilidir. Öyle ki içinde bulunduğumuz çağda, bazı hizmetlerin alınması ya da birtakım malların kullanılması, aynı zamanda kişilik yapılarının dışavurumları olarak ifade edilmektedir. Adeta kişinin itibarı, aldığı mal ve hizmetin kalitesi ya da ismiyle birlikte ölçülmektedir (Solomon, 2006, s. 119-120).

Günümüzde reklamcılık sektörü bu etkenleri açığa çıkartan vurgulamaları sıklıkla kullanmaktadır. Nasıl bir insan olmayı arzuladığımıza göre değişen



cep telefonları ya da giyim tarzları, dinlenen müziğe göre değişen tercihler, bindiğimiz otomobilin markasında kişiliğin bir parçasını görmek, bir hizmeti alma biçimini etkileyen statü farklılıkları ve daha nice örnek, kültürle ticarete konu olan olgular arasındaki sıkı ilişkiyi göstermektedir. Bu nedenle ticaret, mal ve hizmetle birlikte bazı davranış, tutum, ideoloji, yaşam tarzı ve gelecek beklentilerinin de pazarlanması anlamına gelmektedir. Hele hele yeni bir malın -özellikle de teknoloji alanında elde edilmiş bir gelişmenin- tüketicilerin kullanımına sunulması sırasında söz konusu karmaşık ilişki, çok daha açık görülebilmektedir. Yeniliğin gücü sadece kârlı bir sürecin tetikleyicisi değil, diğer yandan da kültürel ve toplumsal bir değişimin belirleyeni olma niteliğine sahiptir. Örneğin bilgisayar, cep telefonu, genetik, uzay bilimleri, otomotiv ve tıptaki yeniliklerin yaşamımız üzerindeki etkileri düşünüldüğünde, nasıl bir küresel güçle karşı karşıya olduğumuz daha iyi anlaşılmaktadır. Bu nedendir ki yaşamımızın önemli bir bileşeni olarak ticaretin sağlıklı, adilane ve belli ilkeler çerçevesinde yürütülmesi gerekliliği küresel ilişkiler açısından bir kat daha önemlidir. İşte tüccar ahlakı, ifade edilenler ışığında kültür ve iktisat arasındaki bağ üzerinden bir davranış modeli olarak ön plana çıkartılabilir.

Türkiye ise, sahip olduğu birtakım avantajlar sayesinde söz konusu rolü yerine getirebilecek güçlerden birisidir. Bu zeminin bir yanı tüccar ahlakının köklerine, diğer yanıysa toplumsal ve iktisadi olguların sağladığı imkanlara işaret etmektedir. Türkiye’de tüccar ahlakının imkanı; ahiliğin tarihsel gücü, vakıf olgusu, inanç sistemi ve aile yapısı olmak üzere dört temel başlık altında rahatlıkla anlaşılabilir.

### ***Ahiliğin Tarihsel Gücü***

Anadolu’daki iktisadi, siyasi ve toplumsal düzenin temel biçimi olarak ahiliğin sahip olduğu zemin, tüccar ahlakının Türkiye’deki -ve elbette bölgedeki- güçlü köklerini göstermektedir. 10. yüzyılda ortaya çıkan ve 13. yüzyıldan bu yana hem Anadolu’daki siyasal birliğin kurulmasındaki hem de iktisadi yaşamın düzene koyulmasındaki işlevleri, ahiliğin Türk tarihi içerisindeki belirleyici yerine işaret etmektedir. Daha çok siyasi ve askeri alana ilişkin bir kurallar bütünü olarak fütüvvetin<sup>4</sup> etkisi altındaki

<sup>4</sup> Fütüvvet, kelime anlamı olarak gençlik, yiğitlik ve cömertliği ifade etmektedir. Farklı kültürlerin etkisi olmakla birlikte daha çok bir Arap örgütlenme biçimidir. Özellikle iktisadi açıdan, ahilikten daha sınırlı bir işlevselliğe sahiptir. Abbasi Devleti’nin yıkılmasıyla birlikte söz konusu örgütlenme, gücünü ve etkisini yitirmiştir. Ahilik, fütüvvetten etkilenecek var olmasına karşılık doğrudan doğruya onun bir devamı veya kopyası olarak nitelendirilemez. Anadolu’nun Türkleştirilmesinde, iktisadi yaşamın düzenlenmesinde ve bir Türk kurumu olarak sivrilmesiyle birlikte ahilik, fütüvvetten çok daha farklı bir boyuta erişir.

topraklara gelen Türk boyları, sistematik olarak yerleşik yaşama geçmeleri sırasında göçebe kültürün değerlerini şehir ve kırsal yaşamına adapte etmeye çalışmışlardır. Esasen cesaret, savaşçı ruh ve yiğitliğin adaletli olma niteliğiyle el ele verdiği soylu insan davranışları, çeşitli toplumlarda farklı adlar altında var olmuşlardır. Batı'da şövalyelik, İran'da civanmertlik, Türklerde alplik, Araplardaysa fütüvvet bu tanımlamalardandır. Genç erkeklerin bir araya gelerek oluşturdukları bu topluluklar, çeşitli ahlaki değerlerin kabul edilmesiyle birlikte adeta bir anayasa oluşturmaktaydılar. Sistemize edilen ve sürekli olarak uygulanan bu ilkeler, çeşitli coğrafyalarda yer alan bu tür yapılanmaları yerleşik yaşamın içerisine dahil etmiştir. İşte bu açıdan Türklerin İslamiyet'i kabul etmesi ve batıya doğru göç etmeleri sonrasında karşılaştığı İran ve Arap kültürleri, alplik anlayışının değişmesine katkıda bulunmuştur. Özellikle Arap fütüvvetçiliği, ahiliğin yaşama geçmesinde büyük etkiye sahip olmuş, siyasi ve iktisadi etkenlerin alplikle iç içe geçmesinde işlevsel bir rol edinmiştir. Böylelikle ahilik hem askeri hem de siyasi ve iktisadi bir sistem olarak Anadolu'daki Türkleştirmenin ana dayanaklarından biri haline gelmiştir.

*Eline, beline, diline sahip olma* anlayışı üzerinde yükselen ahilik, bu açıdan hem bir örgütlenme modeli hem de kişisel yaşamın bu sisteme uygun biçimde düzenlenmesini ifade eder. Devlet otoritesi karşısında yarı özerk bir sistem olan ahilik, özellikle Osmanlı Devleti'nin iktisadi ve toplumsal anlayışının oluşmasında da oldukça büyük etkiye sahiptir. İşte hem göçebe kültüre ait değerler hem de fütüvvetin şehir yaşamına geçerken gösterdiği işlevsellik sayesinde ayakları üstünde durmaya başlayan ahilik, tarihi önemini buradan almaktadır (Çağatay, 1989, s. 28). Ahi Evren'in (1175-1262) önderliğinde Anadolu'da kurumsallaşmaya başlayan ve ahlak, hoşgörü, konukseverlik, dayanışma, yardımlaşma, mütevazılık, cesaret sahibi olma, mertlik, doğruluk gibi pek çok ilkeyi içeren bir örgütlenme ve davranış modeli olarak ahilik, içinde bulunduğumuz çağda neredeyse unutulmaya yüz tutmuş tarihi bir değer olarak görünmektedir.<sup>5</sup> Ne var ki daha önce de ifade edildiği üzere çağımızın sağlıksız yönleriye, farklı anlayışların filizlenmesine zemin hazırlamaktadır. Değerlerin bir köşeye atılarak akılcı olunabileceğine yönelik saplantılı anlayış, giderek gerçekliğini ve anlamını kaybetmektedir. Bu nedenle insanlık, yeni bir değer sistemini talep etmekten başka bir çıkar yola sahip değildir. Nitekim ahiliği, Osmanlı Devleti'nin gerilemesinden bu yana tarihin tozlu sayfalarına iten gelişmeler, şimdi yeni-

5 Anadolu'da ahiliği Ahi Evren'in kurmadığına, ancak 13. yüzyılda söz konusu örgütlenmeyi etkili biçimde kurumsallaştırdığına ilişkin tespit için bkz. (Ocak, 1996, s. 184). Ahi Evren hakkında daha geniş bilgi için bkz. (Ekinci, 2001, s. 28).

den bu anlamlı örgütlenmeyi hatırlamamızı zorunlu kılıyor. Belli başlı sanayilerin ve ticari faaliyetlerin bir araya toplanmasını ifade eden yerel odaklı kalkınma anlayışının günümüzde revaçta olması, ahiliğin yüzyıllardır sahip olduğu ilkelerini yaşatmak için önemli fırsatlardan birisidir. Buna göre sektörel kümelenmenin mekansal boyutu, aynı zamanda işlevsel bir iktisadi sistemin de sacayağını oluşturmaktadır. Bu itibarla örgütlenme modeli ve yaşam biçimi olarak ahilik, tüccarın kendi arasındaki hiyerarşisine ve dayanışmasına olduğu kadar, günümüzde işletmelerin örgütlenme biçimlerinin kendisine de işaret etmektedir.<sup>6</sup>

### ***Vakıf Sistemi***

Diğer yandan söz konusu duruma benzer sonuçları getiren bir diğer olguya, halen işlemekte olan vakıf sistemidir. Devlet karşısında özel mülkiyet sisteminin belli ölçülerde korunması, bazı bayındırlık hizmetlerinin yerine getirilmesi, yardımlaşma ve dayanışmanın sağlanması yönüyle de çok temel düzeyde bir sigorta sistemi oluşturan vakıflar, yüzyıllar boyunca Osmanlı Devleti'nde büyük ağırlığa sahip olmuştur (Ersöz, 2009, s. 146-147). Buna göre belli bir miktar para veya mülkün resmî olarak bağışlanması yoluyla kimi hizmetlerin sağlanması, vakıf sisteminin temelini oluşturmaktadır. İhtiyaç sahiplerine çeşitli yardımların yapılması, eğitim, sağlık, kültür, sanat, spor ve kamu yararının esas olduğu diğer faaliyetlerin yerine getirilmesi, ancak vakıfların gelir getirici işlevlere sahip olmasıyla mümkündür.

Buna göre hem ahilik hem de vakıf sistemi, ticari faaliyetlerin manevi ve toplumsal yanlarını açığa çıkartmaktadır. Mesleki dayanışma, yardımlaşma, kazancın toplumsal boyutta değerlendirilmesi ve toplumsal sorumluluk ilkesinin yerine getirilmesi gibi temel düsturlar, bu toprakların üzerinde kurulmuş olan Selçuklu ve sonrasında da Osmanlı siyasal sisteminin önemli bileşenleridir. İşte Türkiye, ahilik felsefesi ve vakıf sistemini oluşturduğu bu tarihsel mirası devralması nedeniyle tüccar ahlakına ilişkin küresel düzeydeki bir örnek olabilir. Üstelik söz konusu yaklaşım, kamu yararı kavramı üzerinden devlet ve özel sektör arasındaki ilişkileri de sağlıklı bir boyuta taşıyacaktır.

Ayrıca tarihsel ve toplumsal olarak Batı dünyası ile aramızdaki derin farklılığa işaret eden ahilik ve vakıf sistemi, küresel ilişkiler yoluyla günümüzde etkin bir bağlantı noktası oluşturmamızda da işlevsel bir role sahip olabilir.

<sup>6</sup> Esasen küreselleşme ve kalkınma anlayışındaki farklı uygulama çabaları üzerinden, ahiliğin modern çağdaki yeri çok daha derin bir incelemenin konusunu oluşturmaktadır. Bu nedenle burada ayrıntılı bir açıklama yapılmaktan kaçınılmıştır.

Nitekim Batı ile aramızda yer alan bu farklılık, uyum ve işbirliği için atılan adımların sağlıklı olmasını da sağlar. Söz konusu çerçevede ahilik ve vakıf sistemi, *kim olduğumuz, dünya içerisinde nasıl bir yerde bulunduğumuz* konusundaki sorulara da bir cevap verme biçimi olacaktır. Dolayısıyla buradaki asıl sorun, farklı olduğumuz noktaları, uyum ve işbirliği adına öne çıkartmaktır.

### ***İnanç Sistemi***

Bu açıdan Türkiye'nin özellikli konumunu ve imkanlarını gösteren bir diğer olguysa, maddi zenginliği yardımlaşma ve dayanışma olgularıyla birlikte gören İslam dininin varlığı ve gücüdür. İslam'da dünyadan elini eteğini çekmeyi gerektirecek bir ahlak anlayışının olmaması, her insanın günahla doğduğuna ilişkin bir inancın bulunmaması ve söz konusu temeller çerçevesinde insanın ahlak dünyasının olgunlaştırılmaya çalışılması, Türk toplumu adına önemli bir avantaj teşkil etmektedir. Bunlarla birlikte farklı inançlara karşı hoşgörünün ağırlıklı bir yer tutması da toplumsal dayanışmanın tesisi adına önemli bir dayanaktır.

### ***Güçlü Aile Yapısı***

Tüccar ahlakının oluşturulmasına ilişkin bir başka dayanak noktasıysa, Türkiye'deki güçlü aile yapısının devam ediyor oluşudur. Toplumsallaşma ve kültürel değerlerin devamlılığının sağlandığı merkezi kurum olarak aile, ticaretin yaslandığı manevi zeminin yapı taşlarından. Hal böyleyken Türkiye'deki aile ilişkilerinin etkin biçimde sürdürülüyor oluşu ve kişilerin böylesi bir anlayışa uygun olarak yetiştirilmeye devam edilmesi, tüccarın da içinde olduğu bir evren anlamındaki ailenin sağladığı avantajları göstermektedir. Ne var ki güçlü bir altyapı, davranış modelinin kendisini oluştururken, onu *ihraç edecek* güç ve enerji olmadan küresel bir anlam ifade edemez. Gerek mal ve hizmetler gerekse de kurumsallaşma ve örgütlenme açısından dünyada belirgin bir yere sahip olmak için gereken çaba, yoğun bir çalışma ve kararlılığa bağlıdır. Söz konusu etkenleri sağlayacak olan en önemli kaynak, öncelikle elbette insan gücüdür. İyi yetişmiş, birikimli, çalışkan, enerjik ve kararlı bir nüfusa sahip olmak, bu açıdan oldukça belirleyicidir. Anılan bütün bu avantajları gerçek anlamda harekete geçirecek bir enerjiden yoksun olduğunda, tüm bunların herhangi bir anlamı olmasının imkanı yoktur. Bu nedenle bir davranış modelinin ortaya koyulmasında, her şeyden önce sağlam ve inançlı kişilere ihtiyaç duyduğumuz

ortadadır. Türkiye'nin bölgesinde etkin bir güç oluşu, başarıya ve yeniliklere aç genç bir nüfusu barındırması, ticari ilişkilerinde gelmiş olduğu aşama ve taşıdığı potansiyel güç devraldığı tarihsel mirasla birlikte düşünülmelidir. Bu açıdan tüccar ahlakına yönelik bir davranış modelinin varlığı, onun küresel olarak uygulanabilir ve bir anlamda *ihraç edilebilir* olma niteliğiyle birlikte tamamlanmaktadır.

## **Davranış Modelinin Yapı Taşları: Sosyal Sorumluluk ve Küresel Gelişmeler**

Türkiye, belli başlı avantajlara sahip olmakla birlikte tüccar ahlakı ve genel olarak işletmelerde toplumsal sorumluluğun yerleştirilmesine ilişkin bazı olumsuz etkenlere de sahiptir. Öncelikle Türkiye'deki işletmelerin önemli bir bölümü kayıt altında bulunmamaktadır. Uzun yıllardır önemli bir sorun olarak göze çarpan söz konusu durum, hem iktisadi verimin hem de iş yaşamındaki her türlü güvencenin önündeki engeldir. Hal böyleyken gerek çalışanlar gerekse de tüketiciler açısından iktisadi ilişkiler, ahlaki ve yasal dayanaklardan yoksun kalmaktadır. Sonuç olarak kayıt dışı iktisadi ortam, kurumsallaşma, marka değeri oluşturma, toplumsal sorumluluğun etkin olarak yerine getirilmesi, temel değerlere sahip olarak profesyonelleşme yönündeki adımları baltalamaktadır. İşte bu noktada kurumsallaşma ve toplumsal alana ait işletme stratejileri de, anlamlı bir varlık göstermekten uzaktır. Türkiye'deki iktisadi şartların oluşturduğu bir diğer olumsuzluksa, yerli işletmelerin özellikle kurumsal toplumsal sorumluluğa pek de sıcak bakmayışıdır. Hayırseverlik ve bazı kültürel, sportif ve sanatsal faaliyetleri desteklemenin dışında, etkin biçimde kurumsallaşmış bir toplumsal sorumluluk anlayışını benimseyen işletme sayısı oldukça azdır. Esasen buradaki sorun iki ana nedene dayanmaktadır.

Bunlardan ilki, işletmelerin toplumsal sorumluluk kavramından ne anladığıyla ilgilidir. Daha önce de ifade edildiği üzere hayırseverlik ya da vicdani rahatsızlıkların oluşturduğu tutum ve davranışlar, çoğu zaman toplumsal sorumluluğun kurumsal boyutunu dışlar. Etkin, sürekliliği sağlanmış ve örgütlenmenin parçası olmuş toplumsal sorumluluk, işletme sahiplerinin insafına terk edilmiş alan olmaktan çok uzaktır. Öyleyse Türkiye'de daha çok sponsorluk ya da çeşitli yardımlar biçiminde kendisini gösteren söz konusu uygulamaların, işletmelerde stratejik bir amaç ve örgütlenmenin parçası olarak yer alması gerekmektedir. Türkiye'deki yerli işletmelerin bir diğer sorunuysa, uzun süreler zayıf bir zeminde ayakta kalmaya çalışma-

larıdır. Yaşanan iktisadi ve siyasi krizler, yasal boşluklar ve uygulamadaki aksaklıklar gibi pek çok etken, doğal olarak işletmeleri aşırı temkinli hale getirmiştir. Bu nedenle gevşek iktisadi şartlar, oldukça sıkı uygulanan tasarruf önlemlerini zorunlu kılarak toplumsal sorumluluk eksenli gelişmeleri güdük bırakmıştır.

Bu açıdan dış etkenler, Türkiye'deki işletmelerin ve dolayısıyla tüccar ahlakının kurumsal niteliğe eriştirilmesinde önemli pay sahibidir. Yabancı yatırımcıların varlığı, uluslararası örgütlerin etkinliği ve devletlerarası ilişkilerin geldiği boyutlar, dış etkenlerin gözden çıkarılmasına imkan vermemektedir. Bu nedenle tüccar, hem iktisadi kararlarında hem de ahlaki ilkelerini oluşturma sırasında, dış etkenleri hesaba katmak zorundadır.

Öncelikle dışsal etkenlere konumuz açısından genel olarak üç aktör kaynaklık etmektedir. Bunlardan ilki Birleşmiş Milletler (BM), Uluslararası Çalışma Örgütü (UÇÖ) ve devletler, ikincisi yabancı yatırımcılar ve özellikle de çokuluslu şirketler (ÇUŞ), üçüncüsüyse uluslararası etkileri bulunan sivil toplum kuruluşlarıdır (STK). Bu aktörlerin konuya yönelik tutumlarındaysa iki ayrı yöntem bulunur. İlk yöntem, şirket davranışlarının düzene koyulmasında yasal ya da kamusal nitelikli kararların alınmasıdır. Söz konusu yöntemde kamusal nitelikli bir müdahale ya da belirleme bulunmaktadır. Böylelikle şirketler, davranış kodlarının belirlenmesinde çeşitli aktörlerin etkilerine oldukça açık bir durumla karşı karşıyadır. ÇUŞ'ların tercih ettiği ikinci yöntemse, konunun gönüllülük esasına ve şirketlerin kendi kurumları aracılığıyla yapacakları düzenlemelerin temel alınmasına yöneliktir. Ne var ki burada tüm aktörlerin konuyla ilgili tutum ve davranışlarına ilişkin bir inceleme yapmak imkanı elbette bulunmamaktadır. Ancak aşağıda adları anılan üç temel gelişme, iktisadi ahlaka ilişkin küresel düzeydeki ihtiyacın bir yansıması olarak değerlendirilebilir. Buna göre:

1. BM-ÇUŞ ilişkisi ve Küresel İlkeler Sözleşmesi'nin oluşumu,
2. ÇUŞ'lar ve işletmelerin konuyla ilgili kendi düzenlemeleri (şirket kodları) (Parlak, 2009, s. 184).
3. STK'lar ve özel olarak SA 800s0, bu alana ilişkin önemli küresel gelişmelerdendir.

İşletmelerin ahlaki bir zemine sahip olmaları gerektiği düşüncesi, her şeyden önce ÇUŞ'ların yerel ölçekli faaliyetlerindeki birtakım olumsuzluklarla birlikte uygulamaya geçmiştir. Gerçekten de birçok ülkede yabancı yatırımlar iktisadi gelişmeyi hızlandırırken diğer yandan da oldukça büyük

zararlara neden olmuşlardır. Gelişmekte olan ülkelerdeki yasal, yönetsel ve bilimsel gelişmelerin eksikliği, bazı şirketlerin kâra yönelik iştahlarını kabartmış ve ne yazık ki bu zafiyetten yararlanan bazı ÇUŞ'lar toplumsal sorumluluğa aykırı eylemlerde bulunmaktan çekinmemişlerdir. Üstelik birçok devletin gayrisafi yurtiçi gelirini aşan bu dev örgütlenmeler, dünyada üretilen zenginliklerin önemli bir kısmının sahipleridir. Böylesi bir gücün varlığı, gelişmekte olan ve gelişmemiş ülkelerdeki ÇUŞ'ların kamu denetiminden kolayca sıyrılabilmesini beraberinde getirmektedir. Ne var ki aynı zamanda bazı ÇUŞ'ların ve şirketlerin kurum kültürleri ve çalışma ilkeleri ile doğrudan bağlantılı olarak oluşturdukları şirket kodları, iktisadi faaliyetleri belli ilkeler çerçevesinde yürütme isteğini de gözler önüne sermektedir. İşte bu gelişmeler ışığında 1970'lerle birlikte, özellikle yatırım yapılan ülkelerdeki şikayetler artmış, böylelikle BM nezdinde girişimler hız kazanmıştır. Nitekim davranış kodları hazırlamaya ve bu konuda bir çerçeve oluşturmaya çalışan Birleşmiş Milletler Çokuluslu Şirketler Komisyonu'nun 1974'te kurulması söz konusu sürecin parçası olarak göze çarpmaktadır. Ne var ki bu komisyon, 15 yıllık çalışması sonucunda oluşturabildiği taslak kodu yaşama geçirememiş, söz konusu taslak Ekonomik ve Sosyal Konsey tarafından kabul görmemiştir.

Bu açıdan BM, gelişmiş ülkelerin konuyu gönüllülük esaslı çerçevesinde çözmeye çalışmasıyla, gelişmekte olan ülkelerin yasal bir dayanak oluşturma çabası arasında sıkışıp kalmıştır. Neoliberal uygulama ve düşüncelerin hız kazandığı 1980'ler ve sonrasında daha çok gönüllülük esasına dayalı, şirketlerin önceliklerinin merkeze alındığı yaklaşım kabul görmüştür. İşte bir aktör olarak BM'nin, bundan sonra uluslararası ölçekte geçerli olacak şirket kodlarını yine ÇUŞ temsilcilerinin rızasıyla birlikte oluşturma çabası göze çarpmaya başlamıştır. 31 Ocak 1999 tarihli Davos Toplantısı'nda bir konuşma yapan BM Genel Sekreteri Kofi Annan, ÇUŞ'ların faaliyetlerinin belirlenecek ilkeler yoluyla düzenlenmesi gerektiğinin altını çizmiştir. Annan'ın gönüllülüğe dayalı olarak önerdiği sistem, içinde UÇÖ ve STK'ların da yer aldığı bir uzlaşmanın sağlanmasını öngörmekteydi. Böylece gerek iktisadi alanın düzenlenmesinde belli başlı ilkeleri tespit etmek gerekse de başkaca aktörlerin toplumsal sorumluluk bilincine yaptıkları göndermelerin yüksek perdeden dillendirilmeye başlaması, şirketleri özdenetim uygulamalarına ve kurumsal kültürlerine ait esaslı ilkeler belirlemeye doğru itmiştir. BM, şirketlerin kendi ilkelerince iktisadi değerleri oluşturma amacı ve nihayet STK'lar aracılığıyla oluşturulan değerlere dayalı iktisadi çerçeve, uluslararası gelişimin yönünü ve derecesini de göstermektedir.

## Sonuç

Açıktır ki Türkiye'deki işletmelerin küresel değişime yönelik ilgilerindeki yetersizlik, sahip olunan imkanlar karşısında tam bir tezat oluşturmaktadır. Bu nedenle sadece değerlerden hareket ederek anlaşılmaya ve düzenlenmeye, herhangi bir dinsel esastan yola çıkılarak biçim verilmeye çalışılan bir iktisadi sistem öngörüsü içi boş bir yaklaşım olmaktan öteye geçemez. Her şeyden önce ahlak, belli bir inanç sisteminden çok, davranış ve düşüncelerimizdeki samimiyetin eseridir. Böyle düşünüldüğünde değerlerle iktisadi etkenlerin el ele verdiği alanlar çok daha iyi kavranabilir. Nitekim iktisadi üretim biçimlerinin altyapısına ait sorunlar, güncel iktisadi çıkar farklılıklarının reddedilemez güçleri ve nihayet gelişme mantığı üzerine kurulu bir yaklaşımın zorunlu sonuçları, inanç eksenli bir tutumu anlamsız kılmaktadır. Öyleyse sorunun çözümü, herhangi bir dinsel uygulama üzerinde durmaktan değil, belli başlı iktisadi değerleri akılcı bir örgütlenme modeli eliyle yaşamın içerisine yerleştirebilmekten geçer. Özetle iktisadi alandaki ilkesizliğe ilişkin olarak beliren temel sorun, inanç sistemlerinin kendisinden ya da onların yaşamımızdaki yerlerinden vb. etkenlerden kaynaklanmaz. Burada asıl olarak üzerinde durulması gereken nokta, bu dünyaya ait çalışma ilkelere, gelişme olgusu karşısındaki tamamlayıcı işlevlerini açığa çıkartmaktır. Bu nedenle belli bir dinsel inancın ya da onu yorumlama biçiminin siyasal ve iktisadi yaşama mutlak biçimde egemen kılınması, gerçekçi ve doğru bir yaklaşım olmaktan oldukça uzaktır. Nitekim belki de en çok bu nedenle İslam'ın buyrukları, ticari yaşamı baltalayacak girişimlere izin vermez.

Öncelikle, hem küresel hem de özel olarak Türkiye açısından olumlu etkenlerin ve diğer yandansa olumsuzlukların yer aldığı bu genel tablo, Türkiye'nin imkanları kadar aşması gereken engelleri de göstermektedir. Nitekim mali yapının güçlendirilmesi, ticari yaşamın etkin olarak desteklenebilmesi, üretimin gerçekleştirilebilmesi için öngörülebilir iktisadi şartlara sahip olunması gerektiği ortadadır. İktisadi bilginin kolaylıkla elde edilebilmesi, kamu yararını esas alan kontrollerin sağlıklı yapılması ve toplumsal yaşamla örtüşmüş bir iktisadi sistemin varlığı, ulusal ve uluslararası ekonomi kadar ahlaki ilkelerimizi de besleyecektir.

Sonuç olarak küresel ilişkilerdeki sağlıksızlık toplumsal ve kişisel rahatsızlıkların adresi olurken, dünya her zamankinden daha fazla tehdide ev sahipliği yaparken, iktisadi faaliyetlerimizdeki alabildiğine metalaşma süreci insanı insan yapan değerleri öğütürken ve tüm bu sistem bizi kalabalığın ortasında yalnız insanlar olarak bırakırken söylenecek sözlerin ağırlığı, yapılacak işlerin aciliyeti ve doğru bildiğimiz tüm yanlışların reddiyesi zorunludur.



# Trade Ethics as a Behavioral and Organizational Model

Cemil Hakan Korkmaz\*

**Abstract:** This study includes an analysis of trade within a framework of social and cultural factors. Indeed, trade is a field of social action and it is not independent of moral values and principles. Therefore trade and its ethics provide a strong counter argument for economic life as simply a material life. As a result, trade ethics as a behavioral and organizational model can be included in a solid frame. Some historical and social examples in Turkey bear a character that may accommodate such an approach. In the light of these assumptions, this paper aims to reveal the essence of the behavior deemed appropriate for the traders. To that end, the study is based on three basic main sections. First, it is assumed that there is a bond between sociality, ethics and economics and this bond involves traders as well. The second section is the backbone this study and includes the basic principles of trade ethics for a healthy establishment of business and ethics relations. The last section discusses and analyzes examples about local facilities and global developments as approaches to the foundation of the topic.

**Key Words:** Business, Ethics, Moral Values, Organization, Social Responsibility.

*“If thou pour the sea into a pitcher, how much will it hold?  
One day’s store  
The pitcher, the eye of the covetous, never becomes full.  
The oyster shell not filled with pearls until it is contented.”  
(Mevlana, Mesnevi, 2007, p. 39)*

Today, people live and / or are kept alive with a focus on success under the jurisdiction of monetary relations. Moreover, our economic interests conflict with the values of our moral world, which triggers undesirable human behavior. Humanitarian values are oppressed and forgotten under these severe conditions. Related to this, academic studies on business ethics are on the rise. However it is necessary to enrich these academic studies with practical approaches, since theoretical research studies do not make much impact on the practical field. In this respect, economic actors often tend to ignore the link between economics and ethics (see O’Neill, 2001).

---

\* Cemil Hakan Korkmaz, Ph.D., conducts studies on colonialism, orientalism, Europecentricism, and modernization of Turkey. He has published books and articles. He is currently employed at Istanbul Chamber of Commerce. Correspondence: İstanbul Ticaret Odası Binası, Reşadiye Caddesi, B Kapısı, Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Şubesi. E-mail: chkorkmaz@gmail.com Phone: +90 212 455 6089.

How can the rational and emotional aspects of being human be combined in the trader's profit-driven world? The study will be looking for the answer to this question in the case of Turkey. Embedding the trader's ethical concerns in social life will be the focal point of a change that affects both the economic world, and all forms of relationships. In this context, the study assumes that the problems and the deficiencies of present economic and social conditions of the society could be solved through regulation of commercial space. If we improve trade relations, many problems will be resolved. In this respect, moral values become principles of behavior and organization. Worldviews of business owners, shareholders, and senior managers determine the quality of their jobs. Thus, moral principles are the roadmaps of people as well as of businesses.

### **The Moral World of the Economic Mind**

Morality is a set of rules that guides our lives, suggesting us what we should and should not do (Kapu, 2009, p. 57). Morality is based on the mind, emotions, belief systems and cultural heritage, and is one of the decisive factors in people's worldviews. When a person helps someone, the recipient of the help is expected to give a blessing. In this sense, morality is based on reciprocity. Reciprocity could be explained by not doing things that you would not like people do to you. It also reveals the reasoning under the organization of social systems. One basic rule of cohabitation is minimum security, justice, and harmony. Under these circumstances, morality complies with laws as the key to harmony.<sup>1</sup>

On the other hand, morality is a deep and wide phenomenon that may not be fully understood within the boundaries of the mind. Emotions and empathy as a bond between people play a role as well. Feeling grief for a person's suffering is one of the examples that best describes this situation. The famous philosopher Adam Smith, in his *Wealth of Nations* put forward his thoughts on the basis of moral principles (see Smith, 2000, pp. 3-4). In this context, the relationship of economics and morality slowly begin to emerge. The principle of reciprocity and our ability to empathize allow our emotions to occupy a significant part of the social space. However, these two concepts are not sufficient to explain the concept of morality. There is a need for the existence of a number of rule-making powers in each system,

---

1 For a philosophical reflection see Kant, 1999, 2003.

therefore two major sources, one being spiritual, and the other material should be included in the framework. The spiritual one involves religious beliefs, which has its own list of do's and don'ts for both personal and social lives of the believers. Therefore, religion is an important component of morality, and can become one of the regulators of the worldly life. The material phenomenon is related to the cultural and historical heritage.

## Social Life in the Principles of Trade

Trading is the art of making profit from the relationship between money and commodity, by marketing goods and services. Maximization of earnings and the drive to make new investments is an expression of mankind's pursuit of continuous improvement. However, these efforts harbor many facts such as a desire to feel safe, principles of faith that glorify work, and an effort for the development of the community. For this reason, the principles of trade could be grasped within a context that is woven with financial as well as moral agents. As a result, the basic principles of trade that lead us to the main underpinnings of trade ethics can be explained as follows:

(i) *Having a corporate identity*: Institutionalization is the identity of the subject in a commercial activity. Therefore, the consumer starts a trade relationship with a party that they can see and define clearly. In other words, institutionalization reveals the social character of being a brand. As a result, trade ethics should make itself felt as a road map in principles ranging from hiring employees in an organization to the retirement stage (see Yıldırım, 2009).

(ii) *Turning the relation between commodity and money into a profit making process*: To preserve and increase the capital, capital owners must make a profit, but also sustain confidence in corporate identity while doing so.

(iii) *Minimizing the factors that disrupt the functioning of the market*: The market refers to an arena where the players compete to increase their earnings by showing their abilities. Naturally, transparency and balance in the market will bring functionality, which explains why all subjects of trade should be taken into a legal and administrative framework.

(iv) *Determining the rules relating to the role of the state in regulating competition*: Unregulated and unrestricted competition may yield instant gains, however it is not sustainable since disorder and chaos will disrupt the economic life in the long run. In fact, the reason d'être of organizations such as the Board of Capital Markets, Banking Regulation and Supervision Agency,

the Energy Market Regulatory Authority and the Competition Authority depends on this perception.

(v) *Taking organization as the basis for the healthy conduct of commercial activities*: Acquisition of rights and freedoms is one of the indispensable conditions for fair fulfillment of duties and responsibilities.

(vi) *Perceiving economic relations as embedded in social responsibility*: In both domestic and international arenas, provision of a good or service should incorporate social sensitivity.

### Basic Indicators of Trade Ethics

Trade also appears as a part of ruthless practices, wars that eliminate the conditions of human existence, racist and totalitarian political thoughts and practices. The trader has sometimes emerged as a killer in the New World or a cruel man in the slave trade throughout history. However the main source of our current approach that pushes people away from collectivism towards solitude, stifles our social sensitivities, and imprisons us in a selfish understanding is the economic perception and practices of Western origin.<sup>2</sup>

The principles of trade morality have been formed on the basis of reasoning, emotions, belief systems and historical heritage. In this respect, trade morality can make sense within a context of systematic and ingrained practices, as a requirement of the economic mind, because behaviors resulting from a sense of pity and fear, or an expectation to gain rewards are temporary and cannot root in the social space. Nine main principles that summarize the dominant factors in trade ethics can be listed as:

1. Principle: assimilating an awareness of corporate social responsibility.
2. Principle: implementing effective professional assistance.
3. Principle: establishing a firm professional solidarity.
4. Principle: training future generations in fields of specializations.
5. Principle: the principle of 'agreements must be kept' (Pacta sunt servanda) and honesty.

<sup>2</sup> Various risks and negativities existed in the old days. This is why these statements should not be interpreted as nostalgia. The famous sociologist Anthony Giddens has made a safety-risk analysis of modern and pre-modern times and prepared a comparative table. See (Giddens, 1998, p. 100).

6. Principle: upholding the public interest and maintaining a healthy relationship with the state.
7. Principle: showing utmost care to the environment and human health.
8. Principle: monitoring issues of freedom and equal opportunities.
9. Principle: remembering that we are in a finite earthly life (spiritual principle).

### **Possibility of a Behavioral Model**

Economic attitudes, behaviors and relationships are all wrapped in cultural factors. Our ways of production, preferred paths in distribution of goods and services, conditions in working life, and many other economic factors interact with the cultural space. And hence an economic understanding failing to account for the culture will remain inadequate. Societies that assess their needs and supply - demand balance within a cultural, religious and social context will have the same attitude in global relations as well. For this reason, the concept of globalization should describe the ideal of coexistence of differences, rather than one of the parties dominating others. In this framework trade interacts and influences through a wide range of forms of relations with cultural phenomena. As we have experienced many times in our lives, consumption of any product, or acquisition of goods and services in the culture industry are directly correlated to the behavior and attitudes of people, so much so that, consumption of certain services or goods is also referred to as expressions of character. One's reputation is measured by the quality and the brand of the goods and services they purchase (Solomon, 2006, pp. 119-120).

Turkey possesses a number of advantages that can fulfill the role as a power that will take cultural factors into consideration. The possibility of a trade ethics in Turkey can be understood under four main headings, historical power of Akhism, foundations, belief system and family structure (Köse & Karabacak, 2011, pp. 291-292).

#### ***The historical power of Akhism***

Akhism was a semi-autonomous system in the Ottoman Empire and had a rather big impact in the formation of the economic and social understanding. The historic value of Akhism comes from its functionality during the transformation from a nomadic culture to an established city life (Çağatay, 1989, p. 28). The current popularity of decentralized development that

expresses a collection of certain industries and commercial activities is an opportunity to revive the time honored principles of Akhism. The spatial dimension of the industrial concentration is a pillar of a functional economic system. In this respect, as an organizational model and a way of life, Akhism indicates a hierarchy and solidarity among traders as well as a form of organization in today's businesses.<sup>3</sup>

### ***Foundations***

Another similar concept is foundations, a system still functioning. Protection of private property against the State, fulfillment of some civil services, ensuring cooperation and solidarity and even an insurance system at a very basic level have been achieved by foundations, and these services had a great impact in the Ottoman Empire for centuries (Ersöz, 2009, pp. 146-147).

### ***Belief System***

The next phenomenon that represents the privileged position and facilities of Turkey is the religion of Islam which regards material wealth alongside with solidarity. Islam does not require its believers to withdraw from the material world, and does not assume that people were born with sins. Islam strives to mature people's moral worlds and this is an important advantage on behalf of the Turkish community. Enhanced with tolerance towards different faiths, Islam religion is a major mainstay of social solidarity.

### ***Strong Family Structure***

The final basis for trade ethics in Turkey is the strong family structure. In establishing a behavioral model, fully functioning and faithful people are necessary. As an active force in the region that hosts a young population craving for achievements and innovations, Turkey has substantially improved its trade relations. The country has potential which should be considered together with its historical and cultural heritage. In this respect, the existence of a behavioral model for trade ethics can be globally applicable and even exported.

<sup>3</sup> The position of Akhism in modern times deserves a deeper analysis, but this paper will not go into details. For details see Ocak, 1996; Ekinçi, 2001.

## **Building Blocks of the Behavioral Model: Social Responsibility and Global Developments**

Despite these advantages, the country possesses some negative traits in terms of social responsibility in trade ethics and in businesses overall. First of all, a substantial number of the enterprises in Turkey are not registered. Another negativity created by the economic conditions in Turkey is many local enterprises do not have positive attitudes towards corporate social responsibility. Apart from some philanthropic activities and sponsoring cultural, sporting and artistic activities, the number of businesses that have effectively adopted the idea of an institutionalized social responsibility is very few. In fact, the problem here is based on two main reasons.

The first of these relates to how enterprises approach the concept of social responsibility of. In most Turkish businesses this manifests itself in the form of sponsorship or charity activities, however these practices must be included as part of the strategic objectives and organization.

External factors have a significant share in promoting trade ethics in enterprises to an institutional character in Turkey. The presence of foreign investors, activities of international organizations and intergovernmental relations make external factors an indispensable part of the system. Therefore, traders must take into account external factors in their economic decisions, as well as in the creation of their moral principles.

Three actors of external factors, play significant roles in trade. The first of these is the United Nations (UN), the International Labour Organization (ILO) and governments, the second is foreign investors and multinational corporations (MNCs), and the third is world-wide influential non-governmental organizations (NGOs). However, the three aforementioned developments can be considered as a reflection of a global need for economic morality:

1. UN-MNC relations and the formation of the Global Compact,
2. MNCs and their codes of ethics (Parlak, 2009, p. 184).
3. NGOs and in particular SA 8000 (social accountability certification) are important global developments in this area.

## Results

It is obvious that the Turkish enterprises' lack of interest in global changes is in stark contrast with the opportunities in hand. Therefore understanding and organizing an economic system from the perspective of values and a religious premise can nothing but be a hollow approach simply because morality is a work of sincerity in our behavior and thoughts rather than a certain belief system.

As a result, unhealthy global relations are leading to social and personal ailments, and the commodification process of economic activities are grinding humanitarian values, and the system is creating lonely people in the middle of the crowd. However, the solution to the problem is not concentrating on any religious practice, but integrating certain economic values in real life through a rational organizational model.

In summary, the main problem emerging as a result of lack of having solid principles in business is not related to the belief system itself or their places in our lives. The real issue that needs emphasizing here is business principles of this world need to have complementary functions in economic development and progress. For this reason, imposing a particular form of religious faith or its interpretation on political and economic life is far from being realistic and accurate. In fact, for this very reason the commandments of Islam do not allow initiatives that may undermine commercial life.

## References/Kaynakça

- Çağatay, N. (1989). *Bir Türk kurumu olarak ahilik*. Ankara: Türk Tarih Kurumu Yayınları.
- Ekinci, Y. (2001). *Ahilik*. İstanbul: Tâlat Matbaası.
- Ersöz, H. Y. (2009). Kurumsal sosyal sorumluluk. S. Orman & Z. Parlak (Ed.), *İşletmelerde iş etiği* içinde (s. 131-171). İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Giddens, A. (1998). *Modernliğin sonuçları* (çev. E. Kuşdil, 2. bs.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Kant, I. (1999). *Pratik usun eleştirisi* (çev. İ. Z. Eyüboğlu, 5. bs.). İstanbul: Say Yayınları.
- Kant, I. (2003). *Ethica: Etik üzerine dersler* (çev. O. Özgül ve Y. Özcan). İstanbul: Pencere Yayınları.
- Kapu, H. (2009). Akademik bir disiplin olarak iş ahlakı. S. Orman & Z. Parlak (Ed.), *İşletmelerde iş etiği* içinde (s. 52-114). İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.
- Köse, Y., & Karbacak, H. (2011). Yunanistan ekonomik krizi: Nedenleri, etkileri ve alınan tedbirlere ilişkin bir değerlendirme. *Maliye Dergisi*, 160, 289-306.
- Mevlana, (2007). *Mesnevi* (çev. A. Karaismailoğlu, 3. bs.). Ankara: Akçağ Yayınları.
- Ocak, A. Y. (1996). *Türk sufliliğine bakışlar*. İstanbul: İletişim Yayınları.



Smith, A. (2000). *Theory of moral sentiments*. New York: Prometheus Books.

O'Neill, J. (2001). *Piyasa: Etik, bilgi ve politika*, (çev. Ş. Süer Kaya) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Parlak, Z. (2009). Çokuluslu şirket davranış kodları: Analiz ve değerlendirme. S. Orman & Z. Parlak (Ed.), *İşletmelerde iş etiği* içinde (s. 171-216). İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

Solomon, R. C. (2006). *Adalet tutkusunu: Toplum sözleşmesinin kökenleri ve temelindeki duygular* (çev. E. Altınay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Yıldırım, E. (2009). Endüstri ilişkileri ve iş etiği. S. Orman & Z. Parlak (Ed.), *İşletmelerde iş etiği* içinde (s. 114-131). İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.