



PÁZMÁNY

Pázmány Péter Katolikus Egyetem

Jog- és Államtudományi Kar

Heller Farkas Könyvek 7.

GAZDASÁG ÉS/VAGY ERKÖLCS

*

AZ ETIKA GAZDASÁGI
JELENTŐSÉGÉNEK VIZSGÁLATA

Szerkesztette:

Katona Klára

PÁZMÁNY PRESS

Gazdaság és/vagy erkölcs

*

Az etika gazdasági jelentőségének vizsgálata

A PÁZMÁNY PÉTER KATOLIKUS EGYETEM
JOG- ÉS ÁLLAMTUDOMÁNYI KARÁNAK
KÖNYVEI

HELLER FARKAS KÖNYVEK 7.

Sorozatszerkesztő: *Katona Klára*

GAZDASÁG ÉS/VAGY ERKÖLCS
*
AZ ETIKA GAZDASÁGI
JELENTŐSÉGÉNEK VIZSGÁLATA

Szerkesztette:
KATONA KLÁRA

PÁZMÁNY PRESS
Budapest
2022

Szakmai lektorok:
Kőrösi István, Mike Károly és Szilas Roland

©Szerzők, 2022
© PPKE JÁK, 2022

ISSN 2064-681X
ISBN 978-963-308-447-2

Kiadja:
a Pázmány Péter Katolikus Egyetem
Jog- és Államtudományi Kara,
Budapest, Szentkirályi u. 28–30. • www.jak.ppke.hu

Felelős kiadó: Dr. Komáromi László dékán

Korrektúra, nyomdai előkészítés: Szakaliné Szeder Andrea

Készült a PPKE Egyetemi Nyomdában
Felelős vezető: Ulrich-Hesz Margit

TARTALOM

Bevezetés	7
-----------------	---

I.

AZ ETIKAI ELVEK GAZDASÁGI SZEREPÉNEK ELMÉLETI MEGALAPOZÁSA

Martin SCHLAG: Business and Spirituality	15
BARITZ Laura: A boldogság közgazdaságtana	27
AMBRUS Loránd: Henry Sidgwick az etika és a politikai gazdaságtan kapcsolatáról	47

II.

AZ ETIKUS MENEDZSMENT MEGVALÓSÍTÁSÁNAK GYAKORLATI KIHÍVÁSAI

Huub RUEL: Catholic Social Thought and Corporate Governance of the Multinational Corporation: an Integrative Literature Review towards a State-Of-The-Art Conceptualization.....	77
SZALAI Ákos: Három mese a menedzsment felelősségéről	109
Summeries	133

BEVEZETÉS

A Heller Farkas Könyvek sorozatunkban az előző és a mostani, hetedik kötet megjelenése között több, mint egy év telt el, aminek elsősorban az egész világot megrázó pandémia volt az oka. A karanténkötelezettség és a kollégáinkat sem kímélő vírusos fertőzés ellehetetlenítette, hogy szokott éves konferenciáinkat megtartsuk, amelyek témái és előadásai mindig is a gerincét képezték tanulmányköteteinknek. A pandémiát követően, 2022 februárjában adódott az első alkalom arra, hogy *újra személyesen is eszmét cserélhessünk* a Keresztény Gazdasági és Vállalkozói Fórum elnevezésű rendezvény keretében, amelyet Intézetünk közreműködésével a keresztény vállalkozókat és cégvezetőket tömörítő *ÉRMe (ÉrtékMegőrző)* Hálózat szervezett egyetemünkön. A Fórum deklarált célja az volt, hogy a gazdaságtudomány neves hazai és külföldi képviselőinek meghívása révén napjaink legfontosabb piaci, társadalmi és morális kérdéseire keresztény megközelítésű válaszokat adjon, egyszersmind innovatív párbeszédre hívja a gazdaságtudomány és az üzleti világ képviselőit.

A konferencia témaválasztásának és megszervezésének apropóját az a fontos fejlemény adta, hogy Intézetünk egy új MBA programot dolgozott ki és annak indítását kezdeményezte. Ezzel a programmal nem csupán egy, a sorba illeszkedő, újabb képzési lehetőség megteremtését *céloztuk meg, hanem* misszióknak tekintjük a keresztény üzleti szemlélet átadását is. Törekvésünk olyan szakemberek képzése, akik számára az üzleti profizmus mellett, vagy még inkább előtt, az értékközpontúság, a morális döntések meghozatala kiemelt jelentőségű, és akik úgy vélik, az üzlet és etika nem szétválasztható területek. Jelen kötet ebben a szemléletben íródott, és részint a Fórumon előadó kiemelkedő tudósok kérdésfelvetéseinek *bővebb kifejtését* tartalmazza, részint pedig további, a témakört régóta elemző kutatók tanulmányait foglalja magában.

A sorozat hetedik kötetének címe *'Gazdaság és/vagy erkölcs' arra az alapvető dilemmára kívánja felhívni a figyelmet, hogy vajon a gazdasági, üzleti tevékenység működési kerete, illetve végső célja elválasztható-e egyáltalán az etikai megfontolásoktól.* Ezt a kérdést Adam Smithtől napjainkig a közgazdasági és vállalati elméletek többféleképpen próbálták már megválaszolni. A főáramú

közgazdaságtan által megfogalmazott és széles körben elfogadott álláspont szerint a gazdasági, üzleti tevékenység célja nem lehet más, mint a haszon, illetve a nyereség maximalizálása, ami minden más szempontot megelőz és felülír. Ezzel a megközelítéssel szemben azonban számos más álláspont is napvilágot látott az idők folyamán, amelyek mellett érvelnek, hogy a profiton túl a különböző társadalmi csoportok, vagy végső soron az egész társadalom javának figyelembevétele is nélkülözhetetlen, sőt, erkölcsi kötelezettsége a gazdasági szereplőknek. A gazdasági és/vagy erkölcsi cél meghatározása ugyanakkor nem független annak eldöntésétől sem, hogy a gazdasági szervezetet egy önálló cselekvőnek tekintjük-e, avagy több cselekvő együttesének, akiknek szét- vagy összetartó érdekei fogják meghatározni, hogy milyen irányba mozdul el a szervezet. Az úgy nevezett holisztikus szemléletű megközelítés szerint a gazdasági szervezetet önálló entitásként, felelősségre vonható morális cselekvőként (*moral agent*) azonosíthatjuk. Más elméletek a szervezet működésére hatással bíró különböző érintetteket, érdekhordozókat tekintik önálló cselekvőnek, így erkölcsileg számon kérhetőnek. Következésképpen a különböző egyedi érdekek valamilyen kombinációja fogja meghatározni az üzleti tevékenység irányát és a szervezet végső célját is.

A tanulmánykötet fejezeteinek többsége a fenti dilemma etikai vonatkozását egy konkrét etikai megközelítés, a katolikus egyház társadalmi tanításának elvei szerint tárgyalja. A Katolikus Egyház társadalmi tanításnak (KTT) az az egyik alapvető üzenete, hogy a gazdaság nem egy elkülönült világ, sajátos tényekkel, törvényekkel, speciális szereplőkkel, hanem az ember tevékenységeinek egyik megnyilvánulása, az emberi élet egészének a része, és mint ilyen, az erkölcs által meghatározott. A KTT hangsúlyozza azt is, hogy az üzleti tevékenységnek az értékek és az élet teljességének szolgálatára kell törekednie, ahol a gazdasági és a társadalmi fejlődés kéz a kézben jár és feltételezi a felelősségvállalást egymásért. Benedek pápa még ennél is tovább megy és *Caritas in veritate* (CiV) című enciklikájában a végső gazdasági célként a teljes ember fejlődését jelöli ki. „Az ember az egész gazdasági és társadalmi élet forrása, középpontja és végcélja.” [XVI. Benedek, (2009), CiV 25.]

A kötet két fő fejezetre tagozódik, amelyek – az alcímben megfogalmazott szándék szerint – elméleti és gyakorlati megközelítését adják a címben leírt dilemmának. Az első fejezet 'Az etikai elvek gazdasági szerepének elméleti megalapozása' címet, míg a második fejezet 'Az etikus menedzsment megvalósításának gyakorlati kihívásai' címet viseli. Az elméleti témakör három tanulmányt foglal magában, amelyek közül az első Martin Schlag professzor a *Business and Spirituality. The Social Teachings of the Church on Business*(Üzlet

és spiritualitás. Az Egyház szociális tanítása az üzletről) című angol nyelvű munkája. Schlag professzor írását az a negatív kritika ihlette, amellyel egy alkalommal egy üzletember szembesítette: „A szociális enciklikák érthetetlenek és utópisztikusak. Számunkra, üzletemberek számára értelmezhetetlenek.” Gondolatmenetét ezért a katolikus tanításnak azzal az alapvető tételével kezdi, amely az emberi élet célját és értelmét a teremtés befejezésében jelöli ki. Arra vagyunk hivatottak, hogy a világ jobbra tételével beteljesítsük a teremtést, hogy mindaz a jó, amit itt és most a földön teszünk, örökre megmaradjon. A szerző Szent Josemáriára, az Opus Dei megalapítójára hivatkozva hangsúlyozza, hogy a keresztény embernek feladata a munkája megszentelése. Vagy, ahogy a II. Vatikáni zsinat megállapítja: „Krisztus minden hívője meghívást kap arra, hogy a saját megfelelő állapotának szentségére és tökéletességére törekedjen.” A spiritualitás a keresztények egész életét – bármilyen hivatásról és élethelyzetről legyen is szó – áthatja, és a szentségre vezet. Az üzletembereknek pedig kifejezett hivatásuk, küldetésük van abban, hogy az üzleti tevékenységet a közjó szolgálatába állítsák. Schlag professzor ugyanakkor arra is rámutat, hogy az egyház tanítása lényegi módon hozzájárult a nyugati világrész gazdasági és társadalmi berendezkedéséhez. Ahogy fogalmaz: „Bizonyos értelemben a nyugati gazdasági rendszer a kereszténység szekuláris formája. A méltóság, az egyenlőség és a szabadság a keresztény humanizmus központi értékei. Ezek a kereszténységből erednek.” Végezetül, de nem utolsó sorban, az értekezés értékes gondolatokat fogalmaz meg a keresztény üzletembereképzés lehetséges formáiról és módjairól, ami különösen hasznos útmutató egy MBA szak indításának küszöbén.

Az első fejezet következő tanulmánya, ‘A boldogság közgazdaságtana’ Baritz Laura tollából született. Akárcsak az előző tanulmány, ez a gondolatmenet is a gazdasági tevékenység értelmének elemzését az emberi élet végső céljának meghatározásával kezdi, amit a boldogságkeresésben ragad meg. A boldogság fogalmának értelmezésében szembe állítja egymással az arisztotelészi ‘*eudaimonia*’ fogalmát a hedonizmuson alapuló boldogságmegközelítésekkel. Ez a két boldogságfogalom ugyanis eltérő közgazdasági modellek kialakulásához vezettek. Az egyik a haszonközpontú (utilitarista) gazdasági modell, amelynek fő célja a haszon, az élvezetek maximalizálása, a másik az erényetikai gazdasági modell, amely viszont az érték (önérték, magamon kívüli érték) céljait tűzi ki maga elé, végső soron pedig a közjó megvalósítását, mint legfőbb gazdasági, társadalmi értéket. A tanulmány a két modell kialakulásának gazdaságtörténeti összefoglalóját adja, amely az arisztotelészi ‘*OIKONOMIA*’ bemutatásától egészen az erényetikai gazdaság KTT szerinti felfogásáig ível. A gazdaságtörténeti körké-

pet egy filozófiai elemzés egészíti ki, amely a boldogság közgazdaságtanának alapelveként a kölcsönösség (reciprocitás) és az objektivista önérdek fogalmait jelöli ki. (Ez utóbbi olyan önérdek, amelyben a másik ember jóllétének az akarása is benne van.) A szerző megfogalmazásában a két fent említett alapmodell közötti fő különbség a következőképpen világítható meg:

„Míg a haszonközpontú gazdasági felfogás a haszon maximalizálását tűzi ki végső céljául és ehhez az embert eszköznek tekinti (fogyasztó, emberi erőforrás) és az erkölcsöt is, addig a boldogság közgazdaságtana az ‘Emberközpontú gazdaságot’ vallja, ahol az ember alanya és célja a gazdálkodásnak (test és lélek egysége) és a profitot az eszközök szintjén kezeli, mint értékalkotó és optimalizálandó gazdálkodási tényezőt.”

A szerző konklúziója szerint ez utóbbi modell leginkább a civil gazdaság keretei között valószínűsíthető meg, amely Antonio Genovesi 18. századi elméletén alapul, de modernkori kidolgozásában Luigino Bruni és Stefano Zamagni szerzett elévülhetetlen érdemeket.

A fejezet harmadik, egyszersmind befejező tanulmánya Ambrus Loránd írása, amely Henry Sidgwick politikai gazdaságtani munkásságának elemzésével tesz kísérletet az etika és a gazdaság kapcsolatának feltárására. Az elemzés középpontjában az a kérdés áll, hogy mennyiben és miképpen változtatja meg az individualista szemléletet megkövetelő piaci rendszer az erkölcsi kötelességeinkre vonatkozó meggyőződéseinket. Míg Sidgwick leszögezi, hogy az alapvető morális szabályok mindenki számára mindig érvényesek, addig ramutat arra is, hogy a különböző gyakorlati területeken az általános elvek módosulhatnak, érvényességük határai némiképp elmozdulhatnak. Sidgwick ugyanakkor hangsúlyozza, hogy a piacgazdaság elmélete nem tudja meggyőzően bizonyítani, a tapasztalat pedig nem tudja megfelelően igazolni a magánérdekek követése és a közérdek között feltételezett harmóniát. Az individualista piaci rendszer visszaszorítja a társadalmi érdek követését előtérbe helyező magatartásformákat. A korrigálatlan piaci rendszer például elfogadhatatlan gazdasági egyenlőtlenségekhez vezethet. Ezért a politikusoknak érdeke és egyben kötelessége is, Sidgwick gondolatmenete szerint, hogy az egyenlőtlenséget újraelosztási mechanizmusok segítségével enyhítsék, de mindezt úgy kell elérniük, hogy ezzel nem veszélyeztethetik alapvetően a piaci rendszer hatékonyságát. A szerző Sidgwick nyomán hangsúlyozza, hogy a kormánynak sokszor olyan megoldásokra kell hagyatkoznia, amelyek sikeressége azon múlik, hogy a gazdaság

magánszereplői mennyire ragaszkodnak erkölcsi kötelességeik teljesítéséhez, és hogy hajlandóak-e a társadalmi érdekek közvetlen előmozdítására.

A gazdaság és erkölcs viszonyának elméleti megvilágítását követően a második fejezet a menedzsment gyakorlatának szemszögéből vizsgálja meg ugyanezt a dilemmát. Ebben a fejezetben kettő tanulmányt találhatunk. Az első Huub Ruel, holland kutató angol nyelven megírt munkája, amelynek címe *'Catholic Social Thought and Corporate Governance of the Multinational Corporation: an integrative literature review towards a state-of-the-art conceptualization'* (A katolikus társadalmi gondolkodás és a multinacionális vállalatok vállalatirányítása: integratív irodalmi áttekintés egy korszerű koncepcióalkotás érdekében). Ez a tanulmány, hasonlóan Martin Schlag kiindulópontjához, a KTT és az üzleti elméletek, valamint az üzleti gyakorlat közötti szakadék áthidalását célozza meg. Egy irodalmi áttekintés keretében mutatja be és rendszerezi mindazokat a műveket, amelyek megpróbálták az üzleti élet számára értelmezni a katolikus társadalmi tanítást, és ezáltal erkölcsi iránytűt adni a vállalatvezetők számára. A szakirodalmi áttekintésen túl a szerző célja egy korszerű fogalmi modell kialakítása, amely keretet ad és áttekinthetővé teszi a témakört feldolgozó szakirodalmat. A szerző csoportosítása szerint a 2011–2021 közötti időszakban megjelent magas szintű tudományos munkák három kategóriába sorolhatók: az egyik kategória a katolikus társadalmi tanítás alapelveit (emberi méltóság, közjó, szolidaritás, szubszidiaritás) a vállalkozásokra alkalmazza, illetve segítségével iránymutatást nyújt a vállalati vezetés számára. A második kategóriát alkotó szerzők a katolikus társadalmi tanítást összekapcsolják vagy integrálják egy meglévő üzleti elmélettel. A harmadik kategóriába tartozó szerzők a KTT fogalmi segítségével a vállalatirányítás három funkcióját (iránytű, elkötelezettségi és kritérium funkció) újraértelmezik. A korszerű, a katolikus társadalmi tanítás által inspirált vállalatirányítás koncepcióját a tanulmány 5. ábrája szemlélteti.

A fejezet másik, egyben a könyv befejező tanulmánya Szalai Ákos írása, amely a 'Három mese a menedzsment felelősségéről' címet viseli, és joggazdaságtani megközelítésben tárgyalja a menedzsment etikai felelősségét, három aktuális menedzsment-dilemmán keresztül. A menedzsmeri felelősség megállapítására a jogi felelősségre vonás szempontjait alkalmazza a szerző a következő három kérdésre keresve a választ. Ki az, aki felelősségre vonható? Milyen célt (érdeket) követnek? Elvárható gondossággal járnak-e el?

A fenti bevezető gondolatokban említett holisztikus vállaltfelfogással ellentétben, amely a vállalatot tekinti erkölcsileg felelősségre vonható cselekvőnek, addig a jog szempontjából csak az egyes ember lehet az alanya egy büntetőjogi

eljárásnak. Közvetlenül vagy közvetve, de végül mindig egy ember felelősségét próbálja megállapítani a jog. Ennek megfelelően az első kérdésre adandó válasz sem lehet más, mint az, hogy a felelősséget viselő aktor egy ember, maga a menedzser, a vállalati vezető, aki per definitionem a vállalat képviselőjére jogosult személy. Ez a beazonosítás már maga után vonja a következő kérdésre adható válaszokat is. A tanulmány ezen a ponton vállalati modelleket értelmez, számba veszi az egyes modellek mellett, illetve ellen megfogalmazott pro és kontra érveket. Végül a társasági jog által preferált, a társaság érdekét előtérbe helyező megközelítés mellett teszi le a voksát, amely álláspont szerint a menedzser képes a legjobban érvényre juttatni a társaság érdekeit. A harmadik kérdésre adott válasz esetében – a jog logikája szerint– nem a döntések eredményeire, hanem azok körülményeire kell koncentrálnunk, vagyis magát a döntéshozatali folyamatot kell vizsgálnunk. A menedzser alapvető lojalitási kötelezettségét sérti meg, ha vezető pozícióját saját haszonszerzésre használja fel.

Amint a fenti összefoglalóból is kiviláglik, a Heller Farkas Könyvek sorozat 7. kötete egy sokszínű, stílusában és megközelítéseiben is heterogén tanulmánykötet, amely azonban fő témáját, a gazdaság és az etika kapcsolatát illetően egy egységes koncepciót követ, és fontos, új szempontokat, valamint érveket szolgáltat az érdeklődő olvasó számára.

Budapest, 2022.

Katona Klára
szerkesztő

I.

**AZ ETIKAI ELVEK GAZDASÁGI
SZEREPÉNEK ELMÉLETI
MEGALAPOZÁSA**

BUSINESS AND SPIRITUALITY

The Social Teachings of the Church on Business

Martin SCHLAG*

1. Introduction

In a reception at the Vatican at the beginning of the year 2009, a former director of a multinational company approached me and said, “please, never again a social encyclical!” I was quite surprised because my interlocutor was a practicing Catholic, attending an event in the Pontifical Council for Justice and Peace, the office in the Vatican which at the time prepared the drafts of social encyclicals and was otherwise occupied in spreading and promoting Catholic social teaching. Given the place, I thought he would have something more positive to say. He saw my consternation and went on to explain, “the social encyclicals are incomprehensible and utopian. They make no sense to us businesspeople.” There and then I realized that we needed translation, in the original Latin sense of the word: “carrying something across.” I understood that we needed an institution which would bridge the gap between the world of business and Catholic social teaching. As a two-way bridge, such an initiative would need to convey the teachings of the Church to businesspeople in a way that they could understand them, and therefore formulate the Church’s insights in a language familiar to the business world; and at the same time, inform Catholic social teaching documents with the expertise of those directly involved in business and management. Since then, I have been intensely involved in this task, first in Rome, in the Research Center Markets, Culture and Ethics at the Pontifical University of the Holy Cross (MCE); then, in the John A. Ryan Institute at the University of St. Thomas in St. Paul, Minnesota. I have taught and still

* Msgr Martin Schlag, Professor - Szt. Tamás Egyetem, USA, Szent Kereszt Pápai Egyetem, Róma, Email: schl2455@stthomas.edu

teach in business schools in different countries and continents; and I engage in a dialogue with managers, entrepreneurs, and businesspeople in finance.

In this chapter, I would like to briefly share some of the answers I have tried to give over the past thirteen years. First, I will reflect on what spirituality is and why it is important for people who are immersed in activities that absorb all their energy. I then explain what the role of Catholic social thought and teaching might be in the field of business. This presupposes an answer to the question regarding what the Catholic faith can contribute to business today. On the practical level, Christians (and all people of good will) require virtues to live up to the high calling of a businessperson. This creates the challenge for business schools to teach virtues to future generations of entrepreneurs and managers.

2. The “Big Why”

Writing this chapter is, for me, an occasion of self-reflection. After many years, I once again ask myself the question “why?” Let me explain. Some months back, I started a weight loss program (that I have successfully accomplished with 42 pounds less on the scales!). At the beginning of the course, they make you ask yourself the “big why.” “Why do you want to lose weight?” they ask. Perhaps the answer is, “because I want to feel better.” “Why do you want to feel better?” they insist. “Well, because I want to work more.” “Why do you want to work more?” And so forth, always questioning the purpose, until we arrive at the last reason that has no further justification. It is the last reason, the big picture that holds our life together. So here I am asking myself why I am writing this chapter on the topic I have chosen. And why I teach the Catholic intellectual and social tradition to businesspeople and business students. Why not dedicate my time to some other pastoral activity?

Listening to my own heart, I hear three answers to this question. The first is that I am fascinated by the fact that God created the world unfinished. He created clay but not bricks, grass but not bread, trees but not furniture. He left the completion of creation to human work. Organized human work in a world of scarcity and exchange is what business and management is about. This idea is expressed in the Jewish tradition by the concept of *tikkun ollamh*: we are called to complete creation by making the world a better place [BRICKLIN (2001) 3–8.].

The second reason for my choice is my Christian belief that God, at the end of time, will not destroy all that exists and create everything anew from scratch, as he did at the beginning. He will not, as it were, delete all that will have

happened over the millennia, but he will transform all that exists into the new heavens and the new earth, for which we hope. This means that all the good we do on earth here and now remains forever, it echoes in eternity. Nothing is lost, everything is important, even the seemingly irrelevant contingent events of daily life and work. This latter view has been termed “prophetic eschatology.” It is the position that holds that nothing good we do is lost, but that God will wipe away every tear and gloriously transform all our good deeds. Prophetic eschatology is inspired by the witness of the great prophets in salvation history. A prophet is a man or woman who speaks and acts in the name of God, denouncing social and economic injustice. Businesspeople can be prophets. They are on the front line of shaping society. If they perform their work in an ethically good way, they create employment, produce things we need to lead meaningful and happy lives, are innovative and creative. In other words, secular business activities are a vocation to serve the common good, and as such are prophetic. Thus, prophetic businesspeople not only do good on earth, but their work also bears witness to a future reality, which will remain in heaven transformed into something so beautiful that we cannot even imagine it (1 Cor 2:9). This is expressed in one of the tenets of the revival of religious life in the 11th century [RANFT (2006) 39–44.]: “Work and live in this world according to the laws of the world to come.” This principle is as valid for Christians today as it was in the past.

My third reason is the insight that the Church is not outside of the world or alongside contemporary society as if it were a detached perfect society. After the Second Vatican Council, the Church understands herself as a pilgrim people who share “the joys and the hopes, the griefs and the anxieties” [Second Vatican Council, Pastoral Constitution *Gaudium et Spes* (December 7, 1965) n. 1] of all others. The Church is in the world as the soul is in the body. The Epistle to Diognetus from the first centuries of Christianity describes this relationship:

The soul is dispersed through all the members of the body, and Christians throughout the cities of the world. The soul dwells in the body but is not of the body; and Christians dwell in the world, but are not of the world. The soul, itself invisible, is guarded in the body which is visible; so, Christians are known as being in the world, but their religion remains unseen. The flesh hates the soul, and, though it suffers no wrong, wars against it, because the flesh is hindered from indulging its pleasures; so too the world, though in no wise wronged, hates Christians, because they set themselves against its pleasures. The soul loves the

flesh that hates it, and the limbs; so Christians love them that hate them. The soul is enclosed within the body, but itself curbs the body; and Christians are detained in the world as in a prison, but themselves sustain the world. The soul, though immortal, dwells in a mortal tent; and Christians sojourn among corruptible things, awaiting the incorruptibility which is in heaven [MEECHAM (1949) n. 6].

The paradigm shift at the Second Vatican Council reflects this. Its Pastoral Constitution *Gaudium et Spes* describes the Church's mission in the contemporary world, calling especially on lay people, transformed by the light of Christ, to be leaven in society and to contribute to an improvement of earthly affairs. As a priest of Opus Dei, this program of cultural transformation through lay people resonates strongly with me. St. Josemaría encouraged Christians to sanctify their work, to sanctify themselves in their work, and to sanctify others through their work [JOSEMARÍA ESCRIVÁ (2007) n. 70].

These are the three reasons why I dedicate my academic life to Catholic social thought and business ethics. The unfinished state of creation, the promise of heaven, and the calling to holiness all have to do with business in society. Business is a field of activity in which Christians can discover their vocation as beloved children of God. Becoming aware of our relationship with God and our union with him in our everyday activities is a powerful source of spiritual life and spirituality.

3. What Is Spirituality?

Some years back, I had a conversation with the Abbot of a Cistercian abbey in Austria. He was telling me about an experience he had in Sri Lanka, in which his abbey was either founding a priory or preparing the terrain for one. During his stay, he was contacted by the representatives of the Buddhist majority in that country. They were full of admiration for the Catholic Church. They praised our hospitals, schools, universities, and social initiatives of all kinds. "Your activities are incredible," they said, "but please tell us why you call yourself a religion. Are you a religion? Where are the monks?" These Buddhist monks had not seen Christians pray or meditate, fast and withdraw from the world. Is spirituality an underdeveloped market for the Catholic Church? Are we or have we been too ritualistic? Too moralistic? Too activist in our works of beneficence?

Spirituality is *en vogue* in business literature. Most publications separate spirituality from religion, and even from God [SCHLAG–MELE (2019) 1–12.]. Spirituality is associated with interiority and mindfulness; religion, in contrast, with external rules and organization. This, I think, is a misunderstanding: any genuine religion has spirituality at its core. The rites and ceremonies, the legal and organizational norms of religion, serve spirituality. In the Catholic tradition this is expressed with the concept of sacrament. Sacraments are visible material signs that confer an invisible grace. The Church in its visible form on earth is “like a sacrament” or “a sign and instrument both of a very closely knit union with God and of the unity of the whole human race” [Second Vatican Council, Dogmatic Constitution *Lumen Gentium* (November 21, 1964) n. 1]. Sometimes the material element of the Church is so much in the foreground that it can even obscure the grace-filled and grace-conferring dimension of her existence. Nevertheless, for the eyes of faith, the Church is the bride of Christ, his mystical Body, the pilgrim People of God striving to reach the eternal haven, the sheepfold with Jesus as the Good Shepherd. These are some of the notions the Bible uses to express the intimate connection between the Catholic religion, understood as external rules and organization, with the person of Jesus Christ. Jordan Aumann, the author of an important work on spiritual theology, defines Christian spirituality as: “A participation in the mystery of Christ through the interior life of grace, actuated by faith, charity and the other Christian virtues” [AUMANN (1991) 18]. Spirituality informs the whole life of Christians – whatever the profession and state in life – and leads us to holiness. As the Second Vatican Council states: “all the faithful of Christ are invited to strive for the holiness and perfection of their own proper state. [...] Let all then have care that they guide aright their own deepest sentiments of soul” [Second Vatican Council, Dogmatic Constitution *Lumen Gentium* (November 21, 1964) n. 42].

85% of the world’s population are religious and profess affiliation to one of 10,000 or so existing religions. These numbers are projected to stay stable over the coming decades (“Pew-Templeton Global Religious Futures Project,” Pew Research Center, accessed May 4, 2022, <http://www.globalreligiousfutures.org/>). In the minds of the Radical Enlightenment of the 18th century and of the liberalism of the 19th, as well as of Karl Marx, Max Weber, and others, religion was supposed to wither away with the development – and thus “enlightenment” – of societies. This has not been the case. Quite the opposite has happened: Religion has become an important public topic, even though not always for the right reasons. Religious terrorism and violence, persecution of adherents to religious beliefs deemed dangerous, abuse scandals by clerics and other

representatives of organized religion have been the topic of public discourse in a negative way. However, the popes have been appealing to human conscience to consider the immigrants, the poor and excluded, to balance inequities in business and society. Their voice is heard, their visits to sites of suffering are noticed. Globalization and immigration have confronted us with the faithful of other creeds and forced us to engage with them in respect and neighborly friendship. And this trend poses a challenge to running a business. Coworkers should not be forced to leave their religion at the doorstep of the office, even when they need to respect the secularity of business. Religious holidays, food restrictions, and prayer times need to be respected as long as they do not disrupt the good order and the common good of a company.

I have used the notion of secularity. Secularity is the recognition of the autonomy of earthly affairs. It is the result of a process of the emancipation of inner-worldly activities of Christians from the ecclesiastical tutelage of the clergy. In the past, the clergy directed activities that were not essentially linked to the faith, and that we nowadays consider to be economic, political, social, and cultural questions, which should be run by people with or without faith in a just and honest manner. At the Second Vatican Council, the Church renounced the protection of the “secular arm” of the State by proclaiming religious liberty. In past centuries, the Church relied on the secular rulers of the territories, in which she was active, to protect her and enforce Christian teaching. The price the Church had to pay was high. Faith is a free human act of assent. It cannot be achieved by political imposition. At the Second Vatican Council the Church adopted religious liberty as a civil right: Nobody should be coerced into a religion or obstructed from professing one, individually or together with others, if it does not violate public order. However, religious liberty does not mean the exclusion of faith from the public sphere or from society. This the Church never accepted. Quite to the contrary. The role of Catholic social teaching strives to give the Catholic faith a right to citizenship in contemporary society. It does not seek power, not even indirect power, but tries to open the narrow rationalism of modernity to a horizon of meaning, which religion ultimately provides. Benedict XVI in Westminster Hall explained that faith needs reason in order not to become fundamentalist and sectarian; but also, reason also needs the corrective of faith, in order to stay open to the unknown without turning ideological:

This “corrective” role of religion vis-à-vis reason is not always welcomed, though, partly because distorted forms of religion, such as sectarianism and fundamentalism, can be seen to create

serious social problems themselves. And in their turn, these distortions of religion arise when insufficient attention is given to the purifying and structuring role of reason within religion. It is a two-way process. Without the corrective supplied by religion, though, reason too can fall prey to distortions, as when it is manipulated by ideology, or applied in a partial way that fails to take full account of the dignity of the human person [POPE BENEDICT XVI (2010)].

Benedict XVI concedes that religions have a dark and negative side. But they also make an indispensable contribution to society and culture. Religions create identity and belonging beyond secular citizenship; they provide a horizon of eternal retribution and meaningfulness that creates or reinforces ethical convictions; they furnish us with an aspirational narrative of meaning beyond normativity; and they instill social concern for the poor and weak. These are all important defining elements of a culture of business in conformity with human dignity. Thus, I would argue that to be humane, capitalism needs the Christian faith and spirituality.

4. Christian Humanism and Capitalism

The Catholic intellectual tradition does not claim that God has revealed legal rules, political systems, or economic laws. Christianity does not possess something analogous to the Muslim sharia. Christianity cannot offer a code of detailed rules that would be immediately applicable to economic practices. However, Christian anthropology and the notion of the goodness of creation have led Christians over the centuries to develop a system of natural justice tempered by mercy. This natural law and the corresponding social principles of solidarity, the preferential option for the poor, and the universal destination of material goods have led Western Christian societies to develop a political, economic, and social system that places the human person, her dignity, and the common good at the center. As a result, our economic system is shaped by the convictions of the dignity, equality, and freedom of every human person over and above his or her economic worth and capacity to contribute to the mechanisms of production and distribution. Thus, in a certain sense, the Western economic system is a secular form of Christianity. Dignity, equality, and freedom are central values of

Christian humanism. They stem from Christianity even though their synthesis with the secular world has been contorted and complicated.

Might those be right who acknowledge the Christian origin of these values but deny the further need of Christian faith to maintain them? Can we keep the values without their matrix? Such an attempt would be a serious mistake. A society that turns away from the spiritual roots of its values is about to crash and burn. Unfortunately, we can observe this process in our contemporary Western societies. We are culturally running out of Christian sap. If we wish to save our free and open society, our free markets with charity and social concern, we need to at least not exclude religion from the public sphere and not impose non-religiosity as new official government doctrine.

Alois Schumpeter, Wilhelm Röpke, Michael Novak, Michael J. Sandel all agree: Capitalism can destroy itself by destroying the moral-cultural system on which it is built. Free markets live off pre-conditions they cannot themselves create. Only Christian humanism can do that.

The Twentieth century was the century of atheist humanism, and we still mourn the carnage. Our century is the century of anti-humanism. We know why there should be more and more things, but we do not know why there should be more and more humans. We know more and more about our bodies and our psyches as object of scientific study, as things; but we know less and less who we are and for what we are made. Once again, the words of Henri de Lubac have proven to be prophetic: “It is not true, as is sometimes said, that man cannot organize the world without God. What is true is that, without God, he can ultimately only organize it against man. Exclusive humanism is inhuman humanism” [DE LUBAC (1944) 14].

What can the Catholic faith – what can Catholic social thought – contribute to business today? The most important and fundamental task of Catholic social thought is to keep our minds open for God. An intense and absorbing dedication to the daily busyness of work can leave the human mind closed in on itself, locked into the prison of self-referentiality and vain transient goals. Faith keeps the heavens above us open. Specifically, however, what does faith in God change in business practice?

5. God in Business?

In her book *Aquinas and the Markets*, Mary Hirschfeld refers to God as the metaphysical backdrop of business and asks what makes an economic good

good [HIRSCHFELD (2018) 84–94.]. An economic good is a means. A means becomes good because it can be ordered to a higher aim. In a moral system in which God is considered to be the last aim (and He cannot not be so considered), the idea of means and aims becomes much more plausible. In an atheist world view, material means tend to become the true last ends, and with a consequence we can all observe: we live in a paradigm of accumulation, instead of in a paradigm of perfection. By default, we assume that more is always better, independently of growth in human perfection. Belief in God as last end creates an ontological framework that can help establish a moral order that allows us to perceive economic goods as good because they are (only) means.

Belief in God also influences our notion of virtue, and this is important for the business activities of individuals and of the culture of the companies they work in. Thomas Aquinas asks whether the virtues of the pagans are really virtues [THOMAS AQUINAS: *Summa Theologiae* II-II, q. 23, a. 7]. Yes, he answers, even though they are imperfect virtues because they are not informed by charity. Charity, or love of God, orders our acts toward the only true end of human action, God as the last aim. This order makes our individual acts, through which we pursue intermediate goals, good and virtuous. The good habits of people who do not love God remain good, but they are imperfect virtues. However, St. Thomas makes an important qualification. The virtues of the pagans are virtues if and only if the good they pursue *could* be ordered toward God, even though they are not actually, which is to say intentionally, ordering it toward God. If, however,

this particular good is not a true, but an apparent good, it is not a true virtue that is ordered to such a good, but a counterfeit virtue. Even so, as Augustine says, “the prudence of the miser, whereby he devises various roads to gain, is no true virtue; nor the miser’s justice, whereby he scorns the property of another through fear of severe punishment; nor the miser’s temperance, whereby he curbs his desire for expensive pleasures; nor the miser’s fortitude, whereby as Horace, says, ‘he braves the sea, he crosses mountains, he goes through fire, in order to avoid poverty’” [THOMAS AQUINAS: *Summa Theologiae* II-II, q. 23, a. 7, quoting Augustine, *Contra Julianum*, iv, 3 who in turn quotes Horace, *Epis. Liber*, 1; Ep I, 45].

The examples Aquinas gives are taken from the world of business, which is an interesting detail. Perhaps for Aquinas the work of merchants was an especially

clear example of worldliness, the realm of pagans. In any case, he does teach that business for profit is justified if it is not motivated by a disproportionate desire for wealth. Profits are the wage for the merchant's work [THOMAS AQUINAS: *Summa Theologiae* II-II, q. 77, a. 4.]. Aquinas's point is that virtues must be actually or at least potentially ordered toward true goods, which he understands not as physical objects but as good actions. Actions are good when their moral object is good, the circumstances in which they are performed are appropriate, and the intention of the agent is good. All three sources of morality must be integrated into the good action. The repetition of good acts (or the infusion of God's grace) creates a good habit of moral choice in us which we call virtue. The composite of all our virtues and vices forms our character. Businesspeople with a good character irradiate trust, ensure integrity and honesty in their business dealings, and are the lynchpins of a free and ethical market economy. Forming entrepreneurs of virtuous character is the most noble task of a business school. Skills are necessary but so are virtues. Skills without virtue can be put to bad ends and become manipulative. The question is: how can we teach virtues in a business school?

6. Teaching Virtues in a Business School

I am sure there are many models that I do not know, but I have so far come across three institutional models in which business schools teach virtues. The first is the existence of an ethics department that is entrusted with classes of ethics, religion, etc. in the form of an obligatory core curriculum or as elective courses. This model has the great advantage of offering specialized courses. Ethics is a scientific and systematic reflection that requires study and preparation. It is especially useful for colleagues who seek guidance and advice in their own specialties. The second model forgoes an ethics department but requests of every professor to teach ethics and religion in their classes. This has the advantage of a unified vision of the taught subject, avoiding the impression of ethics being an add-on that need not be taken seriously. Ethics taught this way carries with it the authority of the main subject. However, frequently ethics or ethical aspects are left out or relativized. The third model is that of a Center for Catholic Studies or of an interdisciplinary center that combines business and Catholic social thought. Such a center is a mixed form, as it does not research and teach moral theology or philosophical ethics directly, but in an applied manner. This is the model I am best acquainted with. I have seen that the combination of specific

knowledge with faith and morals can help people discover God in their work and intellectual life.

Ultimately, however, teaching virtues is only possible through true friendship, in which friends exchange what is good in their lives. The opposite is also true: self-giving friendship is possible only among the virtuous. In an atmosphere of friendship between professor and student, a combination of different methodologies conveys and teaches virtues. As good habits, virtues are embedded in narratives and stories of men and women who have struggled, failed, and risen again. Great books and great movies have an important pedagogical role to play. We learn by imitation. For the same reason, cases and role models of virtuous entrepreneurs can encourage students to pursue a virtuous life and learn from the mistakes of others. Moreover, since our actions follow our ideas, living virtuously in a difficult and demanding competitive business environment presupposes theory. Even though knowledge is not enough to make us act, action without knowledge is blind. Thus, a systematic reflection on the judgments of our practical reason, which is ethics, can form us in the intellectual tools we need for good praxis. Thus, a combination of things like volunteering, service missions, and designing social entrepreneurship start-ups in class are valuable exercises for a virtuous business life.

Most importantly, a professor in a Catholic business school is challenged to find ways to speak of what it means for him or her to believe in a God who is Love.

Let me finish with a quotation from Pope Francis that exemplifies and summarizes what I have been writing:

Business activity is essentially “a noble vocation, directed to producing wealth and improving our world”. God encourages us to develop the talents he gave us, and he has made our universe one of immense potential. In God’s plan, each individual is called to promote his or her own development, and this includes finding the best economic and technological means of multiplying goods and increasing wealth. Business abilities, which are a gift from God, should always be clearly directed to the development of others and to eliminating poverty, especially through the creation of diversified work opportunities [POPE FRANCIS (2020) n. 123].

References

- THOMAS AQUINAS: *Summa Theologiae*.
- AUGUSTINE: *Contra Julianum*, iv, 3.
- Jordan AUMANN: *Spiritual Theology*. London, Bloomsbury, 1991.
- Dan BRICKLIN: Natural-Born Entrepreneur. *Harvard Business Review*, 2001.
- Henri DE LUBAC: *The Drama of Atheist Humanism*. San Francisco, Ignatius Press, 1995. [original *Le Drame de l'humanisme athée*, Paris, 1944].
- Josemaría ESCRIVÁ: *Conversations with Saint Josemaría Escrivá*. New York, Scepter, 2007.
- Mary L. HIRSCHFELD: *Aquinas and the Market: Toward a Humane Economy*, Cambridge, MA – London, UK, Harvard University Press, 2018.
- Henry G. MEECHAM (ed.): *The Epistle to Diognetus: The Greek Text with Introduction, Translation, and Notes*. Manchester, Manchester University Press, 1949.
- Pew Research Center* (n.d.) “Pew-Templeton Global Religious Futures Project,” <http://www.globalreligiousfutures.org/>, accessed May 4, 2022,
- POPE BENEDICT XVI, Meeting with the Representatives of British Society, Including the Diplomatic Corps, Politicians, Academics, and Business Leaders: Address of His Holiness Pope Benedict XVI. https://www.vatican.va/content/benedict-xvi/en/speeches/2010/september/documents/hf_ben-xvi_spe_20100917_societa-civile.html, delivered September 17, 2010.
- POPE FRANCIS: Encyclical *Fratelli Tutti*. Vatican City, Libreria Editrice Vaticana, 2020.
- Patricia RANFT: *The Theology of Work: Peter Damian and the Medieval Religious Renewal Movement*, New York, Palgrave Macmillan, 2006.
- Martin SCHLAG – Domenech MELE (eds.): *A Catholic Spirituality for Business: The Logic of Gift*. Washington DC, The Catholic University of America Press, 2019.
- Second Vatican Council (1964) Dogmatic Constitution *Lumen Gentium*. Vatican City, Libreria Editrice Vaticana, 1964.
- Second Vatican Council (1965) Pastoral Constitution *Gaudium et Spes*, Vatican City, Libreria Editrice Vaticana, 1965.

A BOLDOGSÁG KÖZGAZDASÁGTANA

BARITZ Laura[□]

1. A boldogságról

A ‘boldogság közgazdaságtana’ szóösszetétel kifejezően jelzi azt a – főáramtól eltérő – közgazdasági paradigmát, amelynek jellemzőit ebben a tanulmányban fogalmazzuk meg. Luigino Bruni és Stefano Zamagni élharcosai a kölcsönösségre, ajándékozásra, szubszidiaritásra és a közjó megvalósítására épülő gazdasági rend hirdetésének [BRUNI (2006) és BRUNI–ZAMAGNI (2013)], amely rend az Egyház társadalmi tanítását és értékeit tükrözi. [TOMKA–GOJÁK (szerk., 2005)]. Ezek az értékek pedig nem mások, mint annak a boldogságnak az értékei, amely kiteljesíti az embert és végső célja is van.

Ahhoz, hogy megismerjük a ‘boldogság közgazdaságtanát’, először a boldogság fogalmát kell tisztáznunk, milyen értelemben tekinti boldognak magát a gazdaság, ha bizonyos feltételeknek megfelel.

A fejlett világ gondolkodástörténetében alapvetően két féle boldogság-irányzat alakult ki, mindkettő az ókori görög filozófia gyümölcse.

A ma is uralkodó boldogság felfogás ‘szülőatyja’ *Epikurosz*, a *hedonizmus* megfogalmazója, aki szerint az élvezetek célként való keresése és a fájdalom kerülése a boldogság alapja. Későbbi kritikusai, mint Arisztotelész vagy Cicero nem is az élvezeteknek a boldogságban való helyénvalóságát kifogásolták, hanem inkább azt, hogy az élvezet nem lehet cél, hanem csak kísérőjelenség [Vö. CICERO (1994)]. A hedonizmust Epikurosztól Kahnemanig [Vö. KAHNEMAN–DIENER–SCHWARZ (szerk., 1999)] hangsúlyosan jegyzi a boldogságról szóló szakirodalom, a jelenkor marketing és P/R eszközeinek leggyakoribb ihletői a hedonista elvek. A közfelfogás is jobbra a hedonizmust érti boldogság alatt. A

* Dr. Baritz Laura, adjunktus, Sapientia Hittudományi Főiskola (Keteg – Keresztény Társadalmi Elvek a Gazdaságban). E-mail: laura.baritz@domonkosnoverek.hu

hedonizmus alapvetően szubjektív fogalom, egyedül az egyéntől függ, hogyan építi fel saját boldogságát.

A hedonizmussal gyökeresen ellentétes boldogság felfogás *Arisztotelész* boldogság megközelítése, amit ő *'eudaimoniának'* nevez,¹ s amely megközelítés leginkább a kereszténységet termékenyítette meg. Arisztotelész egész filozófiájában az ész (*ratio*) fontos szerepet játszik, az ember az eszének használatával talál rá a „jó”-ra, ismeri fel a saját természetét, s valósítja meg az erényes életet. Az ész játssza a főszerepet a boldogságkeresésében is, az ész segítségével határoz meg egy célt, amit el szeretne érni. Az *eudaimonia* tehát elsőként *céltételezett* boldogságot jelent. A célok között van egy hierarchikus rend, s a legfőbb cél, vagyis a legfőbb „jó” Arisztotelésznél az igazság keresése. Amennyiben az ember megfogalmazza az elérendő célt, elkezdi megvalósítani, s miközben valósítja a célt, *'kiteljesedik.'* Ez a kiteljesedési folyamat alkotja a boldogság második faktorát, ugyanis a kiteljesedés annyit jelent, hogy a cél elérésének folyamata közben az ember egyre nemesebb, erényesebb, értékesebb lesz, mintegy tökéletesedik. Ez a folyamat teszi őt boldoggá. Látjuk, hogy a hedonizmushoz képest ez egy más boldogság-képlet, mert a kiteljesedést kísérhetik élvezetek, hiszen, ha az ember értékesebbé válik, ez örömteli, élvezetes dolog, de a cél nem a tökéletesedés által létrejött öröm, hanem az értékessé válás erkölcsi értéke. „Utilitarianism loves for pleasure, virtue ethics loves something for its own sake.” írja Cicero a *De Finibus Bonorum et Malorum* című értekezésében. [CICERO (1994)].

A boldogságnak ez a kétféle felfogása paradigmáértékű különbséget jelent a közgazdaságtanban is. A haszonközpontú (utilitarista) gazdasági paradigma fő célja a haszon, az élvezetek maximalizálása, az erényetikai gazdasági paradigma érték-célokat (önérték, magamon kívüli érték) tűz ki maga elé, a közjó megvalósítását, mint legfőbb gazdasági, társadalmi értéket és célt.

Arisztotelész a boldogságnak egy harmadik területét is megfogalmazza, mégpedig az *emberi kapcsolatokat*. Mai pszichológiai kutatások is bizonyítják, hogy a tartós és mély emberi kapcsolatok szervesen hozzá tartoznak egy boldog emberi élethez [Vö. SZONDY M. (2010)].

Utolsó boldogság-tételként a gondolkodó még megemlíti a *lelki életet*, hiszen *De Anima* (A lélekről) című művében [BENCE Gy. et al. (szerk., 2006)] kimondja, hogy a test a lélek eszköze, „Mert minden természeti test a lélek eszköze [...] és mintegy a lélek végett van.” [i. m. 44.] Tehát a lelki élet elengedhetetlen része a boldogságnak.

¹ „Mert a boldogsághoz – mint mondtuk – hozzátartozik a tökéletes erény és a beteljesült élet is.” ARISZTOTELÉSZ (1997) i. m. 26.

Ez a boldogság-felfogás objektív jellegű, hiszen nem a saját magam által megfogalmazott mérce alapján mondom magam boldognak, hanem vannak rajtam kívüli mércék, normák, amihez viszonyíthatom a boldogságomat. (A végső cél léte, a célok hierarchikus rendje, erkölcsi normák, erények, értékhierarchia stb.)

Arisztoteléstől napjainkig a gondolkodástörténetben szintén végighúzódik az *eudaimonia*-felfogás, jelenkorunkban markánsan a *humanisztikus pszichológiában* és a *pozitív pszichológiában* találjuk meg hatását. A Richard Ryan és Edward Deci neve által fémjelzett *Self Determination Theory* (SDT) [RYAN–DECI (2000)] az *intrinzik (belső) motivációk* elméletére támaszkodva a boldogság témájában is az *eudaimoniát* fogalmazza meg, mint azt a mechanizmust, amelynek mentén megvalósul az ember önmaga általi meghatározása. A hedonizmussal rokon behaviorizmus az embert a környezet által meghatározott lénynek mondja ki, míg az SDT, s így az eudaimonikus irányzatok, az ember önmaga általi meghatározottságát vallják.

A kereszténység, Szent Jánostól Ferenc pápáig az *eudaimonia* logikájára építi fel boldogság felfogását, azzal a kiegészítéssel, hogy a Végső Cél a boldogságban a *Visio Beatifica*, Isten boldog színe látása, vagyis Istennel való mély, személyes kapcsolat kialakítása és megélése. A kereszténység a boldogság témájában nagy hangsúlyt fektet az erkölcsi szférára, erényekre, hit értékeire.

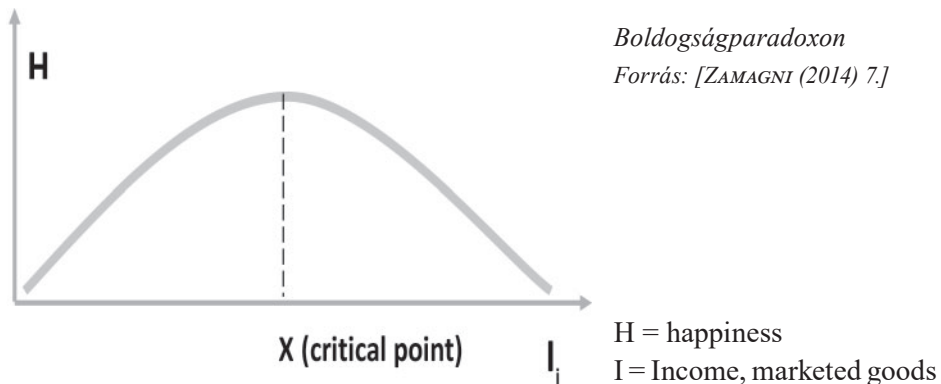
Feltehetjük a kérdést: melyik boldogságfajta adja az embernek a legnagyobb boldogságot? Szondy Máté, a pozitív pszichológia magyar képviselője utána járt a kérdésnek, s kutatásai alapján erre a következtetésre jutott: „*Az aktív és az Értelemkereső Élet erősebben kapcsolódik az élettel való elégedettséghez, mint a Kellemes Élet.*” [SZONDY M. (2010) 28.], vagyis az élet értelmét, ésszel kitűzött célját kereső eudaimonikus élet boldogabb, mint a hedonista.

1.1. A boldogság és az anyagi javak

A boldogság közgazdaságtana gazdasági tényezőnek fogja fel a boldogságot. Bruni külön termék kategóriát határoz meg a boldogságra vonatkoztatva, amely a fenntartható fejlődés szempontjából is nagy jelentőséggel bír. Ennek megértéséhez újból a klasszikus görög filozófiához fordulunk először, amely szerint az élet értékei között fennáll egy hierarchikus rend, s amely rendben az anyagi javak a legalsó szintet képviselik. Arisztotelész „külső javaknak” nevezi őket [ARISZTOTELÉSZ (1997) 21.], amelyek legfőbb tulajdonsága, hogy eszközök. Ezen hierarchia szerint a legfelső fok a „lelki javak” [Uo.], amelyek – mint az előzőekben láttuk – a boldogság egyik összetevőjét adják. A klasszikus

görög értékhierarchia az anyagi javak fölé a vegetatív értékeket helyezi, majd a szenzitív értékeket, s ezek fölött helyezkednek el az intellektuális és morális értékek, vagyis az ésből származó és az erkölcsi értékek, amelyek a boldogság maximumát adják. Mint látjuk, az értékhierarchia csúcsán alapvetően nem materiális értékek állnak. Bruni ezt az immateriális szférát ragadja meg, megfogalmazva az ún. *'kapcsolati javak'* (*relational goods*) [BRUNI (2013)] kategóriáját, amelyek arra hivatottak, hogy az emberi kapcsolatokat segítsék elő, megvalósítva így a boldogságot is. A fenntarthatóságot azért teszik lehetővé ezek a javak, mert nincs környezeti terhelésük, elterjedésük nem a GDP-t növeli, nem az anyagi erőforrásokat használja fel, hanem az emberi fejlődést segíti elő.

A boldogságot meg kell vizsgálnunk a materiális javak oldaláról is. Hozzájárulnak-e, s milyen mértékben az emberi boldogsághoz, boldogít-e a pénz, az anyagi jószág vagy nem? Ezt a témát számos szerző körüljárta. A végeredményt, összegezve, az alábbi ábrán láthatjuk:



Vagyis: a boldogság görbéje csak egy bizonyos kritikus pontig növekszik együtt az anyagi javak (*income, marketed goods*) növekedésével, de a kritikus pont után csökken a boldogság intenzitása, bár az anyagi javakban való bővelkedés nő. A *'boldogságparadoxon'* kimondja a kutatási eredményekkel is alátámasztott megfigyelést, hogy míg az anyagi javak, amelyek arra hivatottak, hogy az ember *valódi* szükségleteit [MCINERNY (1997)] elégítsék ki – amelyeket az ész, erények, erkölcsi megfontolások segítségével tudunk meghatározni –, emelik a boldogságunkat, sőt, szükségünk van rájuk a boldogsághoz, de ha *lát-szólagos* szükségleteket elégítenek ki [i. m.], amelyeket a mohóság, kapzsiság, önzés motivál, Tim Kasser szerint nemhogy nem okoznak boldogságot, hanem megbetegítenek [KASSER (2005)]. Amivel a boldogság intenzitása töretlenül,

lineárisan nő, az a ‘kapcsolati javak’ kategóriája, hiszen a barátság, emberi méltóság tisztelete, nagylelkűség erénye minden esetben emeli a boldogságot.

1.2. Boldogság mércék

A boldogság közgazdaságtana számszerűsíti is a boldogságot, mint gazdálkodási tényezőt, meg is méri, hogy közgazdasági nyelven is tudjon vele számolni. A boldogságmércék számbavételekor is felfedezzük azt a két boldogság-irányt, amelyekről az 1. fejezetben értekeztünk: vannak hedonisztikus mércék és vannak eudaimonikus mércék is. A mércéket alapvetően pszichológusok fejlesztették ki, de közgazdasági alkalmazásuk is – főleg az erényetikai, emberközpontú irányzatokban – elterjedt.

A legelterjedtebb *hedonisztikus* mérce az *SWB (Subjective Well-Being)*, amely egy tízes skálán jelölteti be a kérdezzel, hogy mennyire érzi magát boldognak. A mérce több kérdésből áll, első kérdése az általános jóllétre kérdez rá: „Mindent összevetve, mennyire elégedett Ön az életével?” [BARITZ (2016) 160.] Ez egy ténylegesen szubjektív boldogság mérő, a válasz semmi mástól nem függ, mint az interjú alany itt és most érzésétől. Ennek a skálának használata széleskörűen elterjedt pszichológiai, gazdasági kutatásokban.

Az *eudaimonikus* mércék konkrétabbak, célratörőbbek általában globális jólétet mérnek. A teljesség igénye nélkül felsorolunk néhány eudaimonikus mércét, amelyek az SDT ill. a humanisztikus és pozitív pszichológia irányzataihoz kötődnek [Vö. BARITZ (2016) 158–162.]. A *PWI (Personal Well-Being Index)* vallást, spiritualitást is mér, az *SWLS (Satisfaction With Life Scale)* tipikus SDT mérce, Ryan és Deci is használják. A mérce rákérdez az interjúalany étellel való elégedettségére, amely nem az itt és most érzést tükrözi, hanem élettörténeti, hosszútávú megfontolásokat vesz figyelembe. Ez a mérce önkiteljesítést, növekedést, tökéletesedést és autonómiát is mér. Speciális eudaimonikus mércék még a *MLM (Meaning of Life Measure)*, a *PIL (Purpose In Life)*, amely az eudaimonikus boldogság céltételezettségére utal, s az *MLQ (Meaning of Life Questionnaire)*, a legelterjedtebb mérce a boldogság közgazdaságtana terén. Ezen boldogságmércének a mottója Viktor Frankl egyik gondolata, amely szerint az életet az teszi értelmessé, ha magunkon kívüli értékekre figyelünk. [FRANKL (1996)]

2. A boldogság közgazdaságtanának erényetikai háttere

A boldogság közgazdaságtana, amint eddig érintettük, alapvetően az erényetikára épül. Ez egy másik gazdasági paradigma, amelyben azt valljuk, hogy „Más (a jelenlegi paradigmától különböző) emberi értékrend más (a jelenlegi paradigmától különböző) gazdasági renddel jár együtt. Minél inkább erényetikai értékrendű az ember, annál valószínűbben kapcsolódik hozzá egy etikus (háromdimenziós) (tehát boldog – B.L.) gazdasági rend” [BARITZ (2016) 40.]. Ez a hipotézis azt jelenti, hogy a boldogság közgazdaságtanának paradigmája arra az álláspontra helyezkedik, hogy a gazdasági rend végső alapja az emberi értékrend; amilyen az emberi értékrend, olyan lesz a ráépülő gazdasági rend. *Az utilitarista értékrendű piaci szereplők egészen más gazdasági rendet valósítanak meg, mint az erényetikusok.* A haszonközpontú gazdasági rendszerben inkább a nyer-vesztés séma, az egymást kiszorító verseny a domináns, az értéksemlegesítés, és a nyereség-maximalizálás célként való szemlélete, míg az erényetikai gazdasági rendszerben az együttműködésen alapuló nyertes-nyertes séma, az értékalapúság, és a profit eszköz-szemlélete, optimalizálásának megvalósítása kap teret. Természetesen a gazdasági struktúra visszahat az egyéni értékrendre [BARITZ (2016) 205–208.], de a rendszer végső mozgatója az emberi értékrend. Tehát, emberi erőfeszítés és akarat útján és az ember szabadságának alapján lehetséges a paradigma váltás.

A boldogság közgazdaságtanának erényetikai hátterét kezdjük egy rövid történeti áttekintéssel: mikor, hogyan érvényesült az erényetikai (boldog) gazdasági paradigma az elmúlt 2500 év gazdaságtörténetében.²

2.1. Gazdaságtörténeti vázlat

Amint az eddigiekből is látjuk, az erényetikai gazdasági paradigma szülőatyjának Arisztotelészt tekinthetjük, aki az erényetika gazdasági vonatkozásait részletesen kifejti *Politika* című könyvében [ARISZTOTELÉSZ (1984)]. Már itt is két gazdasági paradigmát jelöl meg; az egyiket 'OIKONOMIA'-nak nevezi, a

² Jelen tanulmányban szinonimaként használjuk a 'boldog', 'erényetikai', 'civil', 'emberközpontú' 'háromdimenziós' jelzőket a gazdaság előtt. Az erényetikát tekintjük alapnak a boldogság közgazdaságtanában, s e tanulmány szerzőjének doktori disszertációja is a boldogság közgazdaságtanának eszméjéhez ad hozzá gondolatokat és kutatási eredményeket, „Háromdimenziós gazdaság. Lehet gazdálkodni erényetikai paradigmában” címen. [Baritz S. L. (2016)]

másikat 'KREMATISZTIKA'-nak. Az OIKONOMIA a háztartás körüli munkák elvégzését, szükségletkielégítést jelent, használati értékben és gazdasági periódusokban gondolkodva, míg a KREMATISZTIKA a pénz minél nagyobb mértékű felhalmozását jelenti, csereértékben és végtelen folyamatban gondolkodva. Arisztotelész az OIKONOMIA-t preferálja, mint gazdálkodási módot.

„Mert más a pénzkeresés, és más a természet szerinti gazdagság, és pedig ez a családkormányzás körébe tartozik az pedig a kiskereskedés tudománya, ti. a vagyongyűjtés [...] a sáfárságnak azonban, amely nem ilyen pénzkeresés, igenis van határa, mert nem a mértéktelen meggazdagodás a feladata. S ily értelemben nyilvánvalónak is látszik, hogy minden gazdagodásnak szükségszerűen van határa, ám tapasztalatból látjuk, hogy ennek éppen az ellenkezője történik: mindenki, aki pénzzel foglalkozik, határtalanul iparkodik azt gyarapítani.”
[ARISZTOTELÉSZ (1984) 86–87.]

Az erényetikai gazdasági paradigma végig vonul a középkor gazdaságának tudományos területén. *Aquinói Szent Tamás* a 13. században Arisztotelészhez hasonlóan értekezik a gazdaságról, a *Summa Theologiae* II–II.-ben pénzről, profitról, kamatról és gazdasági folyamatokról ír.

„Ugyanakkor a nyereség, amely célja a kereskedelemnek, nem jelent bűnös vagy érényellenes dolgot, mert semmi nem akadályozza meg, hogy valamilyen szükséges, sőt érényes célra irányuljon, így a kereskedelem törvényessé válik.” [S.Th. II-II. k.77, sz. 4] Ugyanakkor, ha a nyereség helyet és szerepet téveszt, tehát értékteremtő eszközből öncéllá válik, és mohóság, kapzsiság motiválja, Tamás a „turpitudó”³ jelzőt ragasztja hozzá [S.Th. II-II. k78, sz. 4].

Egy másik emblemikus jelenség volt a XV. században a ferences rend *Monti di Pieta* vagy *Montes Pietatis* (kegyesség halma) jelzalogkölcsonzóje, az etikus bankok elődje, ahol megvalósult az etikus bankolás, amit *Junusz*, a bangladesi Nobel-díjas közgazdász a 20. század végén is végbevitt. A *Monti di Pieta* alacsony kamatra adott hitelt szegény emberek számára [Vö. BRUNI–ZAMAGNI (2013) 30–32.].

Következő „nagy alakja” az erényetikai paradigmának *Antonio Genovesi*,⁴ Adam Smith kortársa a 18. században, aki a dél-európai 'civil gazdaság' korszaka-

³ Körmönfonság, ravaszság rútság, csúnyaság.

⁴ Katolikus pap és közgazdász, a Nápolyi Egyetem tanszékvezető tanára.

kának volt a szószólója. *Lezioni* (magyar fordításban: Értkezések a kereskedelemről, avagy a polgári gazdaságról, válogatott részletek, 1765–69.) [GENOVESI (2016)] kezdetű műve a civil gazdaság ismérveiről a jelenkor közgazdászainak is tanulságos olvasmány.

A középkor és kora újkor kiemelkedő erényetikai közgazdászai még a ferences *rend Sienai Szent Bernardinja* és a domonkos rend érseke, *Firenzei Szent Antonin*, aki 1740-es *Summa Moralis* című művével [JARETT (2004)] megerősíti az erényetikai közgazdaságtan alapelveit, különös tekintettel a motivációkra. A kereskedelem jónak számít, ha jó motivációk az alapjai, mert a kereskedelem igazolása a kereskedő szándékában található, fejt ki művében.

Az 1700-as, 1800-as évek a közgazdasági paradigmaváltás korszaka. Az angolszász politikai gazdaságtan a Mill-i és Bentham-i utilitarizmus háttérével főárammá válik.

Az erényetikai és az utilitarista paradigma átváltása [Vö. BARITZ (2016) 49.] egy hosszú folyamat eredménye. Állomásai a XIV. századig nyúlnak vissza, a *nominalisták* (William Okham) fellépéséhez, akik azt állítják, hogy valóságosan csak konkrét, egyedi dolgok léteznek, amelyeket nevük fémjelez (nomen, nomina), s a metafizikus, teleologikus emberképet az empirizmussal, szubjektivizmussal kell felváltani. A következő lépést *Descartes* teszi meg a 16. században, aki a *'kartezianus fordulat'* megtételével felváltja a létre (*esse*) alapozott tamási filozófiát a gondolkodásra alapozott filozófiával (*cogito*) és az eddig objektív valósággként kezelt Isten személyét az emberi tudattartalom egyikévé redukálja. A XVII–XVIII. század a *szereződélméletek* korszaka, *Hobbes*, *Locke* és *Rousseau társadalmi szerződésről* szóló gondolatai azt írják le, hogy az ember az egymás elleni harcban rákényszerül a szerződéskötésre, ez biztosítja az emberek közti kapcsolatokat. Ez az emberkép és emberi kapcsolatokat leíró képlet gyökeresen eltér a Szent Tamás-i felfogástól, a perszonalista emberképtől, ami a boldogság közgazdaságtanának szerves része. Az i-re a pontot *Mandeville* XVIII. századi közjó-elmélete teszi fel. *A méhek meséje, avagy magánvétek – közhaszon* [MANDEVILLE (2004)] című könyvében azt állítja, hogy a mohó és kapzsi, vagyis vétkeken alapuló vagyonfelhalmozás megeremti egy ország közjavát, mert az összvagyon növekszik. Ez az elv szintén ellentétes a boldogság közgazdaságtanának (és az Egyház társadalmi tanításának) közjó-felfogásával. Végül a XVIII. században *Helvetius 'értelmes önzés' elmélete* azt mondja ki, hogy a társadalmi harmóniát az egyéni önzések összehangolása teremti meg. Ez az elv vezet el a *'láthatatlan kéz'* elméletéhez Adam Smith-nél.

Az erényetikai gazdaság ugyanakkor nem szűnik meg a XIX. században sem, tovább folytatódik a *Katolikus Egyház társadalmi tanításában*. A Tanítás első darabja a *Rerum Novarum* kezdetű 1891-es enciklika XIII. Leó pápa tollából, amely az égbekiáltó kizsákmányolás ürügyén, s annak megoldási javaslatként íródott. Az enciklikát, évfordulóin még 14 pápai írás (enciklika és körlevél) követi napjainkig, mindegyik az adott korszak aktuális társadalmi, gazdasági, politikai történéseire reagálva. Főbb elvei (*emberi méltóság, igazságosság, szolidaritás, szubszidiaritás, közjó*) azonban egységesen végig vonulnak a műveken, megrajzolva az erényetikai gazdasági paradigma fő vonalát.

A XX–XXI. század erényetikai közgazdaságtanát leginkább a világszerte mintegy 45-50 egyetemi, intézeti, alapítványi központban találjuk, ahol kifejezetten az Egyház társadalmi tanítására épült közgazdaságtant művelik, s számos olyan közgazdász is ide tartozik, köztük Nobel-díjasok, akik, bár nem az Egyház társadalmi tanítására hivatkoznak, de gazdasági elveikben az erényetikát tükrözik. (Pl. Elinor Ostrom, Amitai Etzioni, Scitovsky Tibor, Polányi Károly, Amartya Sen, Joseph Stiglitz, Herman Daly, David Corten stb.) Gyakorlatban főleg a civil szférában található vállalkozók, hálózatok, mozgalmak körében honos az erényetika, pl. a társadalmi vállalkozók köre, a Fair Trade és a Blue Print of Better Business mozgalmak, az UNIAPACK és ÉrMe Hálózat, a Közösségi Gazdaság vállalkozói stb.

2.2. Filozófiai háttér

„Akkor mondunk valakit valamiben okosnak, ha komoly erkölcsi cél érdekében alkalmazza a helyes mérlegelést [...] Tehát az okosság szükségképpen igaz gondolkodással párosult cselekvő lelki alkat, amely arra irányul, ami az embernek jó.”
[ARISZTOTELÉSZ (1997) 193–194.]

Ebben az idézetben láthatjuk az erényetikai, boldog gazdaság emblémáját, az ész szerepét, amely az erkölccsel párosul, s a jóra irányul.

Az erényetikai antropológia kulcs-szavai: az ész, az akarat, a szabadság, és a felelősség. Szent II. János Pál pápa hangsúlyozza a *bűn és erény struktúráinak* elemzésekor, hogy a struktúra nem veszi el az ember felelősségét. [II. JÁNOS PÁL (2005)]. A *lelkiismeret* is fontos része az erényetikai antropológiának, valamint az *erkölcsi normák*, amelyek megalapozzák a „jó” felé irányuló életet.

Az erényetika szerint az ember *persona*, a kapcsolataiban kiteljesedő ember, aki alapirányultságában társas lény. A ‘persona’ emberképre utalva jött létre a *perszonalizmus* filozófiai irányzata, amelynek keresztény és agnosztikus ága is van.

Az *emberi természet* fogalma szintén kulcsfogalom az erényetikában. A Szent Tamás-i természettörvényen alapszik, ami alapján kimondható, hogy van emberei természet, amely az alapvető emberi hajlamokra épül. Végül, sajátos erényetikai antropológiai fogalom a *boldogság és az erény*, ami meghatározza erényetikai létünket.

Az *erényekről* részletesebben is szólunk, lévén az erényetika sarokkövei. Definíció szerint az erény a jóra való cselekvési készség, amely alapján az ember könnyedén teszi a jót [Vö. BALÁZS (1998) 54–64.]. Arisztotelész és Szent Tamás az emberi természethez kapcsolva négy alapvető erényt tart számon, amelyeket sarkalatos erényeknek hív, Szent Tamás természetfeletti erényekről is beszél. A négy természetes, sarkalatos erény a következő: *prudentia* (okosság), *justitia* (igazságosság), *fortitudo* (bátorság, lelki erősség) és *temperantia* (mértékletesség, tartás és mérték) [PIEPER (1996)]. A négy sarkalatos erénynek alfajai vannak, amelyek leírják az erkölcsös, jó ember imperatívuszát [BALÁZS (1998) 60.].

Ennek alapján az okosság erényéhez tartoznak a megértés, céllátás, belátás, találékonyosság, tanulékonyosság, előrelátás, együtt látás erényei, míg az igazságosság sarkalatos erénye a jót tenni, a rosszat elutasítani elveket, az igaz megőrzését, a ragaszkodást az igazhoz, a kegyességet és a vallásosságot foglalja magában. A mértékleteséghez tartozik a méltányosság elve, ami a gazdaság területén az állam gesztusa lehet [Vö. SEN (2003)⁵], valamint a józanság, a tisztaság, az állhatatosság, a higgadtság, a szelídség és a mérséklet erényei. Ezekkel az erényekkel felvértezve egy menedzser vagy felsővezető is eredményesen vezethet, de egy szerzetesnek is javára válhatnak. Végül a bátorság vagy lelki erősség sarkalatos erénye tartogat szép alfajokat az ember életéhez: ide tartozik a nagylelkűség erénye, amelyet a civil gazdasági paradigma oly szívesen és gyakran emleget, a nemeslelkűség és állhatatosság, a türelem és kitartás erényei, amelyek szintén szükséges tulajdonságai a gazdaságban, menedzsmentben tevékenykedő embereknek.

Az eddigiekben többször hivatkoztunk az Aquinói Szent Tamás által bemutatott *természettörvényre*, amely mintegy megalapozza az erényetikai

⁵ Amartya Sen Könyve, *A fejlődés, mint szabadság* [SEN (2003)] arról ír, hogy a malária leküzdését Indiában nem a piacra kell bízni, hanem az a méltányosan viselkedő állam kötelessége.

gondolkodást. Tamás a sztoikusokra, azok ‘világlélek’ elméletére támaszkodva fogalmazza meg az *emberi természetet* megalapozó elvet:

„[...] mindazt, amire az embernek természetszerű hajlandósága van, az ész természetszerűen jónak, következőképpen követendő cselekedetnek, ezek ellentétét pedig rossznak és kerülendőnek fogja fel. Tehát a természettörvény parancsolatainak rendje a *természeti hajlamok rendjét* követi. Az ember *elsődleges hajlama a jóra* az összes substantiákkal közös természetén alapul, ugyanis minden substantia a létének saját természete szerinti megőrzésére törekszik.” [Aquinói T. S.Th. I-II. k.94, sz.2]

Arisztotelész szerint „*jó az, amire minden irányul.*” [ARISZTOTELÉSZ (1997) 5.]

A természettörvény további leírásából kiderül, hogy az ember *alapvető természetes hajlamai* közé tartozik a természetes hajlam a *jóra, az élet megőrzésére, az élet továbbadására, az igazság megismerésére, és a társas életre.* [Aquinói T. S.Th. I-II. k.94] Erre a hajlamra vezethető vissza a perszonalizmus emberképe, az emberi kapcsolatokról alkotott felfogása, így a boldogság közgazdaságtanának legfontosabb alapelve is, a *kölcsönösség (reciprocitás)* és az *objektív önérték*⁶ [FROMM (1993) 20–21.] fogalmai.

Látjuk tehát, hogy a boldogság közgazdaságtana a „jó” közgazdaságtana, ami jelenkorunkban egy forradalmi felfogás, hiszen a mai filozófiai, pszichológiai főáramú gondolkodás, a főáramú média megnyilvánulásában a „rosszat” veszi alapul. Ugyanakkor nem téveszthetjük szem elől, hogy a „jó” - ra alapozni fenntarthatóbb, bölcsőbb megfontolás, hiszen Platón szerint is „*A lét jó, és a rossz a létnek a hiánya*” [NYÍRI (1973) 70.], és a keresztény felfogás a jóról egyenesen azt állítja, hogy a jó erősebb, markánsabb lételv, mint a rossz. A boldogság közgazdaságtana tehát a fenntarthatóság felé vezető paradigmaváltás letéteményese.

⁶ „Az én önértékemben a másik ember jóllétének az akarása is benne van.” [BARITZ (2016) 102.] Tehát figyelembe tudom venni a másik ember érdekeit is.

2.3. Gazdasági háttér

A boldogság közgazdaságtanának elsődleges képlete az OIKONOMIA. A szükségletkielégítésen, erőforrás allokáláson, gazdasági ciklusokon alapuló közgazdasági felfogás, párosulva az erényes, értékteremtő, jóra hajló emberi értékrenddel olyan gazdasági rendet eredményez, amely a 'láthatatlan kéz' külső segítsége nélkül is képes a piaci egyensúly megteremtésére, a közjó, minden egyes állampolgár, ember javának létrehozására. A paradigma értékű különbség az utilitarista és erényetikai gazdasági rend között a két rendszer eltérő céltételezése, és az emberről, a profitról való eltérő felfogása. Míg a haszonközpontú gazdasági felfogás a haszon maximalizálását tűzi ki végső céljául és ehhez az embert és az erkölcsöt is eszköznek tekinti (fogyasztó, emberi erőforrás), addig a boldogság közgazdaságtana az *'emberközpontú gazdaságot'*⁷ vallja, ahol az ember alanya és célja a gazdálkodásnak (test és lélek egysége) és a profitot az eszközök szintjén kezeli, mint értékalkotó és optimalizálható gazdálkodási tényezőt. Az erkölcsi értékek alapot jelentenek az anyagi javakkal és pénzzel való bánáshoz.

A legmarkánsabban a két paradigma *profit felfogása* jelöli a gazdasági rendszerek különbségét, amelyet most klasszikusoktól vett idézetekkel⁸ illusztrálunk.

„Az a feltevés, hogy a vállalat célja a profit maximalizálása.” [PEARCE (szerk., 1993) 453.] Írja *A modern közgazdaságtan ismerettára*, a főáramú közgazdasági lexikon.

Ezzel szemben az erényetikai közgazdászok így vélekednek a *'Raison d'être of business'* e-mailváltásban:

„Az üzlet célját a *közjó* szélesebb perspektívájába helyezzük [...] A cég és a nagyobb gazdasági rendszer beágyazódik a kultúrába, ez a beágyazottság segít megérteni, hogy az üzlet (vállalat) célja a kultúrával kapcsolatos. A vállalat célja nem a profit, nem is egyszerűen javak és szolgáltatások termelése, nem is munkahelyteremtés, hanem inkább megteremteni a (műszaki, gazdasági) feltételeket az embereknek, hogy integrált módon fejlődjenek.” [NAUGHTON–WOOT (2011)]

⁷ II. János Pál pápa a *Laborem exercens* 1981-es enciklikájában alapozza meg az Emberközpontú gazdaságot (23. pont): „Az ember tehát, mint személy, a munka alanya...” [TOMKA–GOJÁK (2005) 377.]

⁸ Az angol nyelvű idézetek fordítását magyarra a szerző végezte.

Aquinói Szent Tamás így ír a profitról:

„A nyereség, amely célja a kereskedelemnek, nem jelent bűnös vagy erény ellenes dolgot, mert nem akadályozza meg semmi, hogy valamilyen *szükséges, sőt erényes célra* irányuljon. Így a kereskedelem törvényessé válik. [...] Ilyen a *mérsékelt nyereség*, hogy a kereskedéssel háztartását tartsa fenn, segítse a rászorulókat, az országát segítse, tehát *a nyereséget ne célként keresse*, hanem mint fizetséget a munkájáért.” [Aquinói T. S.Th. II-II. k.77, sz.4]

A másik erényetikai klasszikus, Firenzei Szent Antonin így vélekedik a nyereségről *Summa Moralis*-ában:

„A nyereség célja, hogy vele az ember magának vagy másnak juttasson, állapotuk szerint. A juttatás célja, hogy erényesen tudjanak élni. Az erényes élet célja az örök dicsőség megszerzése.” [JARRETT (2007) 156.]

Tehát San Antonio, ahogyan hazájában nevezik, összefüggést talált a profit és az örök élet között. Ugyanitt említi meg azt az alapvetést is, hogy „A kereskedelem teljes igazolása a kereskedő indítékában rejlik.” [JARRETT (2007)155.] Tehát látjuk az emberi értékrend (indíték) elsőbbségét és hatását a gazdasági rendre (kereskedelem).

Antonio Genovesi így ír a haszonról:

„Mindnyájunkat vonz a hasznosság, még akkor is, ha erényesek vagyunk; így, ahol a polgári törvény ki akarja irtani ezt a hasznosságot, helyett, hogy a természettörvénynek megfelelően szabályozná azt, senki sem akar majd pénzt adni másoknak; ha pedig mégis megtennék, akkor az rejtve és csalással történne.” [BRUNI–ZAMAGNI (2013) 34.]

A hasznosság alatt itt hasznot értünk, s ezt a természettörvénnyel szabályozni annyit jelent, hogy az emberi természetben rejlő erények, erkölcsi normák, jóra való hajlam alapján neveléssel, gyakorlással inkább elérjük a haszon megfelelő, természetszerű kezelését, mint külsődleges törvényekkel, amit az ember, ha nem a természete szerint él, úgyis áthág.

2.3.1. A civil gazdaság

Az eddigi értekezésből kiderül, hogy a civil gazdaság a boldogság közgazdaságtanának olyan előfutára, amelyre építve megrajzolhatjuk a boldogság közgazdaságtanának fő vonásait. Genovesi a gazdaság alapjának az *erényes embert*, céljának a *köz-jóllétet* nevezi meg.

A civil gazdaság tulajdonképpen a Quattrocento és Cinquecento korszakára, az olasz polgári humanizmusra vezethető vissza [Vö. BARITZ (2016) 19.], amely újra felfedezi az ókori görög és római értékeket, s a boldog emberi élethez szükséges kellékeknek tartja. Arisztotelész és Cicero nagy szerepet játszik a korszakban, s az erények újra felélednek. Ezek a civil gazdaság kulcs szavai: kölcsönösség (*reciprocitás*), ingyenesség, nagylelkűség, ajándékozás, testvériség, közösség, társadalomba ágyazottság, szeretet, helyes önszeretet, tuizmus (a TE tisztelete). Ezen kívül megjelenik a célra törekvés, kiteljesedés a piac vonatkozásban is: a család, a város, az állam egységesen magáévá teszi ezeket az értéket. Genovesi mellett más civil közgazdászok is értekeznek a civil gazdaságról, úgy, mint Achille Loria, Ferdinando Paoletti, Pietro Verri, Cesare Beccaria, Domenico Romagnosi, Carlo Cattaneo, a XIV–XV. századtól a XIX. századig.

A civil gazdaság mai szószólói Bruni és Zamagni; a *Civil gazdaság* című könyvükben [BRUNI–ZAMAGNI (2013)] részletes elemzés található a korszakról és mai hatásáról. Itt most a civil gazdasági gondolkodás, így a boldog gazdaság magját mutatjuk be, a fenti és későbbi szerzőkre támaszkodva.

Arisztotelész és a perszonalizmus részletesen ír az emberi kapcsolatok fajtáiról, Arisztotelész a barátságról [ARISZTOTELESZ (1997) 295–328.], a perszonalizmus nagy alakja, Martin Buber pedig az ÉN-TE, ÉN-AZ kapcsolatokról értekezik részletesen [BUBER (1994)]. Mindketten arra jutnak, hogy alapvetően kétfajta emberi kapcsolat létezik: a haszonért ill. kellemesért való barátság, amit Buber ÉN-AZ kapcsolatnak ír le, és az erkölcsi (ÉN-TE) barátság, ami kiteljesíti az embert. A civil gazdaság alapképlete az ÉN-TE viszony, amelyben a felek tisztelik egymás emberi méltóságát, egy szinten vannak, értékelik egymás önértékét. Az ilyen kapcsolatban jön létre az önérdékkövetésben a már említett Eric Fromm-i '*objektivistá önérdék*' [FROMM (1993) 20–21.], amely figyelembe tudja venni a másik fél érdekeit is, s ezen az úton gazdasági téren is létre tud jönni az *együttműködés*, a *nyertes-nyertes viszony*, s meg tud valósulni a *kölcsönösség (reciprocitás)* az üzleti életben [Vö. BRUNI–ZAMAGNI (2013) 30–36.].

A kölcsönösség, s benne a nagylelkűség, ingyenesség a civil gazdaságnak, s így a boldogság közgazdaságtanának is kulcsszavai. A kölcsönösséget a „*feltételes feltétel nélküli*” [BRUNI–ZAMAGNI (2013)127.] fogalma írja le, ami azt jelenti, hogy a kölcsönös viszony *feltétele* mindkét fél részéről a *feltétel nélküli*, nagylelkű, ingyenes adás létrejötte. Ha az üzleti partnerek tudnak nemcsak saját önértékük realizálása céljából kapcsolatba lépni egymással, hanem figyelembe veszik a másik fél érdekeit is, létrejött a *kölcsönösségi* kapcsolat. A fenntarthatóság témájában ez azt is jelenti, hogy nemcsak a másik üzleti partner érdekeit kapcsolom be a tárgyalásba, hanem figyelemmel vagyok a környezeti, ökológiai, klíma stb. szempontokra is. Az ilyen embert, aki képes a kölcsönösségre „*homo reciprocansnak*” [BRUNI–ZAMAGNI (2013)121.] nevezi a civil szakirodalom, s ez az emberkép megtestesíti az erényetikai gazdasági paradigma alappilléret, az erényes, kölcsönösségben élő embert. A homo reciprocans a *homo oeconomicus* ellenpárja. Míg a homo oeconomicus az utilitarista közgazdaságtan főszereplője és a csere és az érdek jellemzi, addig a homo reciprocans az objektivisták önérték talaján állva önzetlenül is tud adni. Amennyiben a piacot a homo reciprocans-ok népesítik be, annyiban nincs szükség a külsődleges ‘láthatatlan kézre’, a piaci egyensúlyt létrehozza a homo reciprocans-ok kölcsönösségi viszonya. Ezt a modellt a gyakorlatban is megfigyelhetjük néhány keresztény, vagy érték mentén gazdálkodó vállalkozói hálózat működésében. A több mint negyvenezer szervezetet számláló UNIAPACK nemzetközi vállalkozói hálózat vagy a magyarországi ÉrMe hálózat, tanúságuk szerint, a közjó megvalósítását tűzik ki üzleti célul.

2.3.2. A közjóról

Tanulmányunkat annak a fogalomnak érintésével zárjuk, amelyet a boldogság közgazdaságtana, mint végső gazdasági célt, mint legnagyobb megvalósítandó értéket jelöl meg. Az Alford–Naughton szerzőpáros klasszikusnak számító könyvében így definiálja a közjót: „Hagyományosan az – egy közösség által elérhető – emberi kiteljesedést tekintjük közjónak, amiben az adott közösség minden tagja osztozik nemcsak együttesen, hanem külön-külön, személy szerint is.” [ALFORD–NAUGHTON (2005) 55.] Tehát a boldogság közgazdaságtana klasszikusainak, az Egyház társadalmi tanításán alapuló meghatározása szerint a közjó nem más, mint az emberi boldogság megvalósítása, egyéni és közösségi szinten egyaránt, hiszen a ‘kiteljesedéssel’ definiáltuk, ami nem más, mint az arisztotelészi boldogságfogalom, az eudaimonia.

Az ember boldogságához, a kiteljesedéshez az értékhierarchia mentén járulnak hozzá a különféle javak. Amint láttuk az előzőekben, az anyagi javak, amelyek eszközök és az értékhierarchia legalsó fokán helyezkednek el, fontos összetevői a boldogságnak, de csak egy bizonyos szintig, emlékezzünk csak a ‘boldogságparadoxonban’ mondottakra. Ezért, ha egy állam a közjó megvalósítását tűzi ki céljául, holisztikusan kell gondolkodnia és cselekednie, és a boldogság immateriális összetevőire is hangsúlyt fektetnie. A GDP csak részben és csak gazdasági szempontból utal a jóllét megvalósulására, az immateriális szféra területei, mint az oktatás, egészségügy, médiapolitika, kultúrpolitika, vallásügy stb. éppolyan fontos összetevői a közjónak, mint a gazdaság. Pl. az oktatás során „jön létre” az az emberi tényező, amely egy innovatív, K+F-re koncentráló, tehetségekkel felvértezett, intenzív gazdaságot tud megvalósítani. Megemlítjük itt Kopátsy Sándor 2022-es könyvét a T.E.T.T = Természet. Erkölcs, Tudás, Tehetség címmel kiadott értekezést a jövő gazdaságáról és társadalmáról. [KOPÁTSY (2022)]

Az Egyház társadalmi tanítása is hasonlóképpen ragadja meg a közjót. Az *Egyház társadalmi tanításának kompendiuma* [AZ IGAZSÁGOSÁG ÉS BÉKE PÁPAI TANÁCSA (szerk.) (2007)] így ír:

„[A közjó] valamennyi személy méltóságából, egyszeri voltából és egyenlőségéből ered” [Uo. 164. pont];

„[...] közjón azon társadalmi feltételek összességét értjük, amelyek mind a csoportoknak, mind az egyes tagoknak lehetővé teszik, hogy teljesebben és könnyebben elérjék tökéletességüket.” [Uo.]; tehát itt is az arisztotelészi boldogság fogalom jelenik meg;

„A közjó, mint minden ember és az egész ember java” [Uo. 165. pont];

„Az állam is mint politikai tekintély a közjó megvalósításáért fáradozik.” [Uo. 168. pont].

A 167. pont a *közjó követelményeit* fogalmazza meg, amelyben a következő tételek szerepelnek: béke iránti elkötelezettség, államhatalom megszervezése, szilárd jogrend, környezet védelme, emberi jogok biztosítása (élelmezés, lakás, munka, oktatás, kultúrához hozzáférés, közlekedés, egészség, szabad információ áramlás, vallásszabadság, jövő nemzedékének közjaváért nemzetközi együttműködés) és a klíma is közjó része, tehát érte munkálkodni minden egyes embernek és a közösségek egészének is kötelessége. [Vö. Uo. 167. pont]

„A közjó az ember legmagasabb rendű hajlamainak felel meg [...] úgy keresni a másik javát, mint önmagáét.” [Uo.]. Ez a

megfogalmazás a boldogság közgazdaságtanáról, ill. az erényetikai gazdasági paradigmáról eddig leírtaknak felel meg, az értékhierarchikus gondolkodás és a perszonalista emberkép jelenik meg benne.

3. Zárszó

Jelen tanulmányban a szerző körvonalazta egy „új” gazdasági paradigma ismérveit, amely egy „rég”i, arisztotelészi, Aquinói Szent Tamás-i hagyományra, majd a Civil gazdasági alapokra és az Egyház társadalmi tanítására épül, s a jelenlegi utilitarista főáramhoz képest „új”, felelevenítve az erényetikai háttérű közgazdaságtant. Ez a közgazdaságtan és annak gyakorlati megvalósulása nem elhanyagolható részét képezi a globális közgazdaságtannak és gazdasági életnek, s egyre inkább láthatóvá válik: úgy hat, mint a kovász, amelyből egy kis darab is elég, hogy megtermékenyítse a tésztát. („Egy kevés kovász az egész tésztát megerjeszti.” (Gal 5,9)

Az emberi boldogságra és a „jó”-ra alapozni a fenntarthatóság, a túlélés záloga. Reményt Szent II. János Pál pápa és akit ő idézett, Elisabeth Leseur, a 20. század eleji francia író adhatnak nekünk, akik – a bűn struktúráinak ellentétéként – felvázolják az erény struktúráját is: „Minden lélek, mely magasabbra tör, emeli a világot is.” [LESEUR (1918) 31.]. Az erény struktúráiról egyházi dokumentumok is beszélnek, mintegy megalapozva azt az értékrendet, amely a boldogság közgazdaságtana alapján egy boldog, fenntartható élethez vezet.

Hivatkozások

- Helen J. ALFORD – Michael NAUGHTON: *Menedzsment, ha számít a hit. Keresztény Társadalmi elvek a gazdaságban.* Budapest, Kairosz, 2004.
- AQUINÓI Szent Tamás: *A teológia foglalatata. Második rész I.* Budapest, Gede Testvérek Bt., 2008.
- AQUINÓI Szent Tamás: *A teológia foglalatata. Második rész második része.* Budapest, Gede Testvérek Bt., 2014.
- ARISZTOTELÉSZ: *Politika.* Budapest, Gondolat, 1984.
- ARISZTOTELÉSZ: *Nikomakhoszi etika.* Budapest, Európa, 1997

- AZ IGAZSÁGOSSÁG ÉS BÉKE PÁPAI TANÁCSA: *Az Egyház társadalmi tanításának kompendiuma*. Budapest, Szent István Társulat, 2007.
- BARITZ Sarolta Laura: *Háromdimenziós gazdaság. Lehet gazdálkodni erény-etikai paradigmában*. Budapest, Kairosz, 2016.
- BENCE György (szerk.): *Arisztotelész: Lélekfiziológiai írások*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 2006.
- Luigino BRUNI: *Civil Happiness*. London, Routledge, 2006.
- Luigino BRUNI: Relational goods A new tool for an old issue. *ECOS*, Vol. 3., 2013/2. 173–178.
- Luigino BRUNI – Stefano ZAMAGNI: *Civil gazdaság. Hatékonyság, méltányosság, köz-jóllét*. Budapest, L'Harmattan, 2013.
- Martin BUBER: *ÉN és TE*. Budapest, Európa, 1994.
- Marcus Tullius CICERO: *De Finibus Bonorum et Malorum*. Cambridge, Harvard University Press, 1994.
- Victor E. FRANKL: *Az ember az értelemre irányuló kérdéssel szemben*. Budapest, Kötet Kiadó, 1996.
- Eric FROMM: Önzés, Önszeretet és önérdék. KINDLER József – ZSOLNAI László (szerk.): *Etika a gazdaságban*. Budapest, Keraban Könyvkiadó, 1993. 15–25.
- Antonio GENOVESI: *Értekezések a kereskedelemről, avagy a polgári gazdaságról Válogatott részletek (1765–69)*. Budapest, Kairosz, 2016.
- II. JÁNOS PÁL: Reconciliatio at poenitentia Apostoli buzdítás. DIÓS István (szerk.): *II. János Pál megnyilatkozásai*. Budapest, Szent István Társulat, 2005. 325–378.
- Bede JARRETT OP: *Social Theories of the Middle Ages, 1200–1500*. San Rafael CA, USA, Archivum, 2007.
- Daniel KAHNEMAN – Ed DIENER – Norbert SCHWARZ (ed.): *Well-Being, The Foundations of Hedonic Psychology*. New York, Russel Sage Foundation, 2003.
- Tim KASSER: *Az anyagiasság súlyos ára*. Budapest, Ursus Libris, 2005.
- KOCSIS Tamás: *Gyökereink. Örömről és gazdagságról egy világméretű fogyasztói társadalomban*. Budapest, Kairosz, 2002.
- KOPÁTSY Sándor: *T.E.T.T. Természet, Erkölcs, Tudás, Tehetség. A minőség társadalma*. Budapest, Pallas Athéné Könyvkiadó Kft., 2022.
- Elizabeth LESEUR: *Journal et pensées de chaque jour*. Paris, 1918. 31.
- Bernard MANDEVILLE: *A méhek meséje, avagy magánvétek – közhaszon*. Budapest, Helikon, 2004.

- Ralph McINERNEY: *Ethica Thomistica, The Moral Philosophy of Thomas Aquinas*. Washington DC, The Catholic University of America Press, 1997.
- Michael J. NAUGHTON – Peter WOOT: Raison d'être of business. Kézirat. 13. 05. 2011.
- NYÍRI Tamás: *A filozófiai gondolkodás fejlődése*. Budapest, Szent István Társulat, 1973.
- David W. PEARCE (szerk.): *A modern közgazdaságtan ismerettára*. Budapest, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, 1993.
- Joseph PIEPER: *A négy sarkalatos erény*. Budapest, Vigilia, 1996.
- Biblia Ószövetségi és Újszövetségi Szentírás*. RÓZSA Huba (szerk.): Budapest, Szent István Társulat, 2006.
- Richard M. RYAN – Edward L. DECI: Self Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Self Development, and Well-Being. *American Psychologist*, Vol. 55., 2000/1. 68–78.
- Amartya K. SEN: *A fejlődés, mint szabadság*. Budapest, Európa, 2003.
- SZONDY Máté: *A boldogság tudománya, fejezetek a pozitív pszichológiából*. Budapest, Jaffa, 2010.
- TOMKA Miklós – GOJÁK János (szerk.): *Az Egyház társadalmi tanítása. Dokumentumok*. Budapest, Szent István Társulat, 2005.
- Stefano ZAMAGNI: Politikai gazdaságtan és civil gazdaság: két gazdasági paradigma kritikai értékelése. *Kovács*, 18. évf., 2014/1–4. 3–9.

HENRY SIDGWICK AZ ETIKA ÉS A POLITIKAI GAZDASÁGTAN KAPCSOLATÁRÓL

AMBRUS Loránd*

1. Bevezetés

Ha rátekinünk a *Principles of Political Economy* tartalomjegyzékére, egyetlen olyan fejezetet találunk, amely címe alapján erkölcsi kérdésekkel foglalkozik, a legutolsó fejezetet, és ez is csupán a magánszemélyekre vonatkozó morális követelményeket tárgyalja. [SIDGWICK (1883, 2011) 581–592] Sőt, a fejezet elején Sidgwick azt írja, ezen a kérdéskörön belül is csak arra fog összpontosítani, hogy miben, és milyen módon befolyásolják és módosítják közgazdasági megfontolások hétköznapi morális meggyőződéseinket. Mi indokolja vajon ezt a témaválasztást?

Sidgwick gondolatmenete először azokat a területeket igyekszik azonosítani, ahol a politikai gazdaságtani gondolkodás és a hétköznapi erkölcsi meggyőzések egyáltalán összeütközésbe kerülhetnek egymással. A második lépésben olyan eseteket konstruál, amelyek különösen alkalmasak az összeütközések legfőbb okainak tanulmányozására. Az, hogy magánszemélyek szabadon kötött egyezségei miképpen vezethetnek megfelelő eredményre társadalmi szinten, a politikai gazdaságtan egyik központi problémája. Ezért érthető módon nagy hangsúlyt fektet a gazdasági tranzakciók, de főleg a piaci csereügyletek tisztességességének kérdésére. A mindennapi moralitás szintén, de más hangsúlyokkal. Vegyünk például egy olyan esetet, amikor *A* úgy ad el valamit *B*-nek aktuális piaci áron, hogy jól tudja, annak értéke hamarosan drasztiku-

* Dr. AmbrusLoránd, Email: ambruslakatos@gmail.com. Köszönettel tartozom a szövegem lektorának a tanulmány egyik előző változatához fűzött értékes megjegyzéséért, valamint Katona Klárának, Szepesi Balázsnak és Meszerics Tamásnak a tanulmány témakörében folytatott érdekes és hasznos beszélgetéséért.

san csökkenni fog. Tegyük fel, hogy az ügylet minden tekintetben jogszerű, és hogy a többletinformációkhoz *A* legitim módon jutott hozzá. Tudnia kell, hogy a tranzakcióval jelentős anyagi kárt okoz *B*-nek, de ha nem adná el időben a kezén lévő dolgot, ő szenvedne jelentős anyagi kárt. A politikai gazdaságtan nemhogy nem kárhoztatja, kifejezetten helyesli az ilyen manővereket, hiszen az egész gazdaság szempontjából összességében előnyös, ha a tudás szabad megszerzése és hasznosítása nincsen korlátozva. A hétköznapi erkölcs szemzőgéből azonban, ha elfogadja is ezt a szempontot, az ilyen ügyletek inkább enyhébb vagy komolyabb rosszallást érdemelnek ki, mert az őszinteség és az együttérzés hiánya fejeződik ki bennük.

Vegyünk most egy olyan esetet, amikor valaki hirtelen nagy bajba kerül, és csak egyetlen eladótól vásárolhat olyan szolgáltatást, ami kimentí a kalamajkából. Tegyük fel, hogy az eladó is átlátja a szituációt, amelyet nem ő okozott, és irtózatosan magas árat kér szolgáltatásáért cserébe. A mindennapi erkölcs az ilyesmit viszonylag egyértelműen elítéli. A politikai gazdaságtan viszont megvédeheti, arra való hivatkozással, hogy az eladók részéről a lehető legmagasabb ár önérdékű érvényesítése a piacgazdaság hatékony működésének alapvető jellemzője. A hatékony piaci rendszer pedig a közérdeket szolgálja. Annak azonban, hogy valóban azt szolgálja, húzza itt alá Sidgwick, egyik fő feltétele a piaci verseny, ám az eset leírása alapján ez a feltétel itt nem teljesül. A példa egyik tanulsága tehát az, hogy a politikai gazdaságtan normatív elvei önmagukban sem teljesen egyértelműek. Az is igaz azonban, hogy egy olyan bonyolult rendszerre vonatkoznak, amelynek teljes és alapos megértése aligha lehet része mindennapi erkölcsi tudásunknak. Ezért nem is kell nagyon meglepődnünk, ha sokan a mindennapokban leegyszerűsített képet alkotnak róla, és az esetben leírt kíméletlen ármegállapítást esetleg annak tudják be, hogy a politikai gazdaságtan általában is önző viselkedésre szólítja fel a gazdaság szereplőit.

Valamelyest más a helyzet egy olyan, hanyatlásban lévő iparág esetében, amely kompetitív körülmények között egyre kevesebb embernek tud megélhetést biztosítani. Akik egy ilyen iparág vállalatainál dolgoznak, felfoghatják, hogy az ő kapun kívülre kerülésükben az egész rendszer alkalmazkodóképessége fejeződik ki. De nem akarják elfogadni, hogy egy adott ember megélhetése olyan tényezők miatt kerüljön komoly veszélybe, amelyekért ő maga semmilyen mértékben sem tehető felelőssé. Könnyen is konstruálhatunk olyan eseteket, amikor az illető az őt így ért károkért valóban nem felelős. Az azonban kérdéses, hogy ilyenkor a gazdasági rendszer szereplőinek maguknak erkölcsi kötelessége-e segíteni a bajba jutottakon.

A fejezet argumentációjának teljesebb felfejtése önmagában is tanulságos lenne, és jelentősen hozzájárulhatna annak megértéséhez, hogy az etika és a közgazdaságtan kapcsolatának problémakörét Sidgwick miért ebből az irányból tartotta érdemesnek megközelíteni. Ehhez azonban igen alapos szövegelemzésre lenne szükség, amelyre ebben a tanulmányban nem vállalkozom. Helyette inkább egy másik útvonalat választok.

Melyek Sidgwick konklúziói ebben a fejezetben? Az individualista, piacgazdasági rendszerrel szembeni erkölcsi alapú ellenérzések makacsul újratermelődnek, írja. Ennek a kritikának két fő megnyilvánulási formája van. Az egyik a kétely azzal kapcsolatban, hogy valóban megmutatható-e, hogy ebben a rendszerben az egyéni érdekek követése a közérdeket szolgálja. Ha nem mutatható meg, milyen alapon kössünk kompromisszumot erkölcsi elveink és a szisztéma hatékonyságának elősegítése között? Másfelől, erős a meggyőződés sokakban, hogy a piaci rendszerre jellemző állandó gazdasági versengés a társadalmi szempontokat negligáló vérmérsékletnek és attitűdöknek kedvez. Hiába a piacgazdaság által generált prosperitás, ezt az árat nem szabad megfizetni érte. A józanabb erkölcsi kritikusoknak be kell azonban látniuk, mondja Sidgwick, hogy az individualista rendszer egy modern társadalom számára megkerülhetetlen, és összességében előnyösnek is kell tartanunk. Hiszen nem tudjuk, mi más rendszerrel helyettesíthetnénk, ami legalább ugyanilyen előnyös lenne, és nem adna rendszeresen okot erkölcsi felháborodásra. [SIDGWICK (1883, 2011) 590.] Ez akár megfelelő zárszó is lehetne egy politikai gazdaságtani értekezés legvégén.

Csak hogy Sidgwick azt is mondja ennek a legutolsó fejezetnek az elején, hogy a politikai gazdaságtannak számot kell tudnia adni arról, milyen cselekedetek várhatóak általában a gazdaság magánszereplőitől. Ez pedig attól függ, mit gondolnak általában arról, hogy mit kell tenniük, és ezt részben az határozza meg, mit tartanak kötelességüknek. Azaz, a morális kérdésfelvetés nem kerülhető meg a politikai gazdaságtanban. Ez azonban nem jelenti azt, hogy a gazdaság szereplőinek nem kellene olyan normatív megfontolásokat is figyelembe venniük, amelyek nem, vagy nem egyértelműen, vagy csak sajátos módon morális megfontolások. Ezek közé tartoznak a normatív politikai gazdaságtan egyes alapvető elvei és egyes legfontosabb előírásai. A különböző normatív megfontolások megfelelő mérlegelése adja meg esetről esetre a választ arra, hogy egy gazdasági aktornak mikor mit kellene tennie. Így a kérdéskör majdani teljes tárgyalásához az erkölcsi elvek és a politikai gazdaságtan elveinek szisztematikus összevetésére lesz szükség, írja Sidgwick. [SIDGWICK (1883,2011), 581]

Vajon hogyan nézhetett volna ki egy ilyen összevetés? Tanulmányomban erre a kérdésre keresem az első válaszokat. A 2–4. szakaszok Sidgwick politikai gazdaságtanával foglalkoznak, míg az 5–7. szakaszokban etikai elméletét tekintem át. Az utolsó szakaszban átfogó képet igyekszem adni arról, melyek Sidgwick megközelítésében az etika és a politikai gazdaságtan közötti legfőbb kapcsolódási pontok.

2. Tudományos és normatív politikai gazdaságtan

Kezdjük tehát a politikai gazdaságtannal. Azoknak az állításoknak a határozott megkülönböztetése, amelyek egyrészt arra vonatkoznak, ami „van”, másrészt arra, aminek „lennie kellene” Sidgwick egyik központi doktrínája.¹ A leíró vagy deskriptív, és a normatív állítások közötti distinkció természetesen a politikai gazdaságtan esetében is meghatározó jelentőségű, hiszen a politikai gazdaságtan emberi gyakorlati tevékenységek elmélete. Nincs olyan gyakorlati tevékenység, amelynek kapcsán meg lehetne kerülni a kérdést, hogy annak mire kellene irányulnia, vagy milyen szabályokat, előírásokat, esetleg parancsokat kell követnie. Ezek mind normatív kérdések. De olyan gyakorlati tevékenység sincs, amelynek ne kellene tényállításokkal számot vetnie. Holnap háromig dolgozom Pesten, hatra Szegeden kellene lennem. Vonattal kell, hogy menjek, a menetidő valamivel több, mint két óra, a vonatok óránként indulnak. Fél négykor indul egy vonat, amit még elérek, tehát a fél négyes vonattal kell mennem. Az, hogy a vonatok óránként indulnak, leíró állítás, az pedig, hogy hatra Szegeden kell lennem, számomra, aki cselekszem, normatív állítás.

A politikai gazdaságtan esetében a megkülönböztetést a következőképpen illusztrálhatjuk. [SIDGWICK (1883, 2011) 26–28.] Az például, hogy egy adott országban, egy adott időszakban egyes technológiai innovációk döntő módon befolyásolták a gazdasági növekedést, egy lehetséges tényállítás. Azt, hogy ez úgy általában igaz-e, legokosabb a közgazdaságtudomány eszközeivel vizsgálni. Az viszont, hogy ugyanabban az országban a következő időszakban a gazdaságpolitikának bizonyos technológiai innovációk hasznosítására kell összpontosítania, normatív állítás, amelyről pusztán tények és a köztük lévő összefüggések alapján nem alkothatunk ítéletet. Sidgwick számára a leíró és a normatív állítások közötti megkülönböztetés határozott ugyan, de nem radikális. Hiszen például a rendelkezésre álló tényállítások, köztük a tudományos

¹ A legfontosabb szöveghelyek: SIDGWICK (1874, 1981) 1. és SIDGWICK (1892) 59–60.

munka eredményeképpen belátott tények és összefüggéseik körülhatárolják azt, milyen célokat tűzhet ki egyáltalán a gazdaságpolitika, és hogy milyen eszközökkel igyekezhet elérni azokat. De a deskriptív értelemben vett ténykérdések vizsgálatának is vannak normatív keretei, köztük az, hogy milyen kutatási módszereket, alapfogalmakat és koncepciókat, sőt elméleteket fogad el egy adott tudományos vagy intellektuális közösség.

Mindennek megfelelően a politikai gazdaságtannak Sidgwick szerint két része vagy alkotóeleme van. Mint tudomány, tényállításokkal, azok rendszerezésével és elméleti szintű szintézisével foglalkozik. A politikai gazdaságtan, mint művészet, a tudomány belátásait is felhasználva gyakorlati szabályokat követ és konkrét célokat állít fel, illetve az előbbieknél megfelelő cselekvéshez, valamint az utóbbiak eléréséhez keres megfelelő eszközöket. A „művészet” terminus használata ebben a kontextusban szokatlannak, vagy akár egyenesen oda nem illőnek tűnhet. Mondhatnánk ugyanakkor „mesterséget” is helyette, hiszen az ógörög *techné* szót ugyanolyan nehéz magyarra fordítani, mint angolra. Olyan gyakorlati tudásról van szó, amely alaposan megfontolt elvekben, sajátos érvelési és gondolkozási módozatokban és széles körben elfogadott empirikus ismeretekben testesül meg. Ezért részben tanítható, és az elmélet rangját is kiérdemelheti. Az alábbiakban mindezt többnyire gazdaságpolitikai tudásnak fogom hívni, egyes helyeken viszont, ahol kapcsolata a tudománnyal nagyon szoros, normatív politikai gazdaságtannak.²

Ahhoz, hogy a politikai gazdaságtan két területe közötti különbséget még pontosabbá tehessek, szükségünk van sajátos tárgykörének meghatározására. [SIDGWICK (1883, 2011) 12–34.] A politikai gazdaságtan Sidgwick szerint azzal foglalkozik, hogy miképpen termeli meg, osztja el és cseréli tagjai közt a vagyont egy politikai társadalom, azaz egy olyan társadalom, amely kormánnyal rendelkezik. Mint tudomány azt vizsgálja, milyen tényezők határozzák meg, mennyi és milyen összetételű vagyont termel meg a kérdéses társadalom egy bizonyos időszakban, az összvagyon különböző részei miképpen oszlanak el az egyes társadalmi osztályok vagy tipikus csoportok között, és milyen tipikus együttműködési folyamatok útján. A gazdaságpolitikai tudás ennek megfelelően főleg arra vonatkozik, hogy miképpen lehet képes a társadalom a lehető legtöbb vagyont előállítani, és azt tagjai közt a lehető legkedvezőbb elosztási mintázatok szerint elosztani, a legmegfelelőbb együttműködési for-

² A politikai gazdaságtan, mint tudomány és a politikai gazdaságtan, mint művészet közötti megkülönböztetés alapját másképpen is jellemezhetjük, ismétli el több helyen Sidgwick: a tudományos tevékenység célja csupán a tudás, a gazdaságpolitikai tudás céljai között viszont más is van, mint a tudás.

mák keretében. A politikai gazdaságtant tehát nem sajátos módszereinek és az emberi motivációkról és képességekről alkotott sajátos szemléletének együttese határozza meg, hanem az általa vizsgált emberi tevékenységek és társadalmi mechanizmusok sajátos funkciója.

A politikai gazdaságtan, mint tudomány, ugyanakkor csupán egy az összes többi társadalomtudomány közül, amelyektől csak részben választható el. [SIDGWICK (1883, 2011) 29–32.] Azt például, hogy egy politikai társadalom mennyi terméket és szolgáltatást, azaz vagyont, állít elő egy adott évben, olyan tényezők – olykor jelentős mértékben – is befolyásolják, mint az iskolázottság, a településszerkezet, vagy az uralkodó erkölcsi meggyőződések. Sidgwick számára a példaképpen felsorolt három tényező sem gazdasági tényező, mert nem sorolható a vagyon fogalma alá, noha alakulásukra, jellegzetes megjelenési formáikra stb. gazdasági tényezők is hatnak. Ha rendelkezésünkre állna egy összefogó, egységes társadalomtudomány, a politikai gazdaságtan annak csak egy sajátos aspektusát képezné, amely a szigorú értelemben vett, azaz a fenti tárgymeghatározás szerinti gazdasági dolgok és a többi társadalmi jelenség összefüggéseinek feltárására összpontosítana. De nem létezik ilyen komprehenzív társadalomtudomány [SIDGWICK (1899)], a politikai gazdaságtan, mint önálló tudomány viszont létezik. Merthogy azok között, akik művelik, az általuk használt fogalmakkal és koncepciókkal kapcsolatban észszerű mértékű egyetértés uralkodik, és már csak emiatt is olyan empirikus tudásbázist halmozott fel, amelynek értelmezése, rendszerezése, kiértékelése önmagában is szakértelmet feltételez, ami többnyire szinte egyöntetűen elfogadott elemzési módszerek alkalmazását jelenti. Egyes gondolati konstrukciók és a hozzájuk kapcsolódó érvelési mintázatok még ennél is fontosabbak a tudományterület konstituálásában. Minden közgazdász nagyjából ugyanarra gondol, amikor arról beszél, hogyan működnek általában a piacok, vagy arról, hogy milyen funkciói vannak a pénznek egy modern gazdaságban.

Azonban, és ez már szokatlanabban hangzik egy mai közgazdász számára, a gazdaságpolitikai tudást is egy nagyobb egész részeként kell felfognunk, mondja Sidgwick. A politikai gazdaságtan, mint művészet vagy mesterség a kormányzás művészetének vagy mesterségének része, és annak többi alkotóelemétől csak részben választható el. [SIDGWICK (1883, 2011) 32–34.] A gazdaságpolitikai tudás a gyakorlati politikai tudás egy területe. Azt, hogy milyen gazdaságpolitikai célokat tűz ki magának egy gazdasági kormányzat, és hogy milyen eszközökkel igyekszik azokat érvényesíteni, számos olyan tényezőtől és szemponttól függ, amelyek önmagukban nem gazdaságiak, noha sok esetben vannak gazdasági aspektusaik is, és amelyek együttes menedzselése a politikai

kormányzás egészének feladata. A gazdaságpolitikai gondolkodás sajátosságait és viszonylagos autonómiáját annak köszönheti, hogy a szintén viszonylag autonóm gazdaságtudomány sajátos intellektuális eszközeit használja és empirikus eredményeivel dolgozik, kell dolgoznia, ezért mondhatni önálló kérdésfelvetései vannak és azokra önálló válaszokat tud adni. A politikai gazdaságtan, mint tudomány és mint gazdaságpolitikai tudás tehát nem csak abban különbözik egymástól, hogy deskriptív illetve normatív kérdésekkel foglalkoznak, hanem abban is, hogy egymáshoz képest heterogén tudásterületekbe és gyakorlati tevékenységekbe ágyazódnak be. Hiszen a politikai tudás egyes alkotóelemei nem az egyes társadalomtudományok normatív megfelelői, ráadásul a politika egésze egy teljesen egyedi normatív területet alkot.

3. Egy alapvető érvelési séma

A gazdaságtudomány és a normatív értelemben vett politikai gazdaságtan közötti kapcsolat mindenesetre nagyon szoros: a közgazdaságtan ennek köszönheti rendkívüli politikai jelentőségét. A kapcsolatot pedig egy nevezetes, és igen sok formában ismert gondolatmenet biztosítja. Ezt a gondolatmenetet elegendő itt abban az egyszerű formájában bemutatni, ahogyan Sidgwick értekezésében is szerepel.

Tegyük fel tehát, hogy egy gazdaság minden tipikus szereplője értelmes módon követi a saját érdekeit. Tegyük fel azt is, hogy szabadon köthetnek megállapodásokat termékek és szolgáltatások cseréjéről, valamint elvégzendő munkafeladatokról és azok kompenzációjáról. Tegyük fel továbbá, hogy mint vásárlók, munkaadók és munkavállalók, és mint befektetők, számottevő akadály nélkül mozoghatnak az egyes piacok között. Megmutathatjuk, hogy az így felfogott gazdaság a lehető legtöbb terméket és szolgáltatást fogja előállítani, még hozzá a lehető legkisebb költséggel, azaz a lehető leggazdaságosabban. A termékek és szolgáltatások mennyisége alatt a vásárlók által pénzkifizetéssel honorált összértékmennyiséget kell értenünk. Az érvelés maga a következő belátásokra épül. Az, hogy az egyes vásárlók milyen termékeket és szolgáltatásokat milyen áron vásárolnának meg, a termékek iránti társadalmi igényt fejezi ki. A termékek és szolgáltatások eladói, amennyiben versenyezniük kell azért a lehetőségért, hogy megfeleljenek ennek az igénynek, és mivel a feltevések szerint képesek is alkalmazkodni az igények által támasztott követelményekhez, a lehető legolcsóbban és a megfelelő mennyiségben fogják előállítani az egyes keresett termékeket. A termékeket és szolgáltatásokat eladó vállalatok munka-

erőre való igényeit így szintén társadalmi igényeknek kell felfognunk, amelyekhez a potenciális munkavállalók, feltevésünk szerint, szintén „súrlódás” nélkül alkalmazkodnak, és így versenykörülmények között a lehető legolcsóbban és éppen a megfelelő mennyiségben fognak megfelelni ezeknek az igényeknek.

Erre a gondolatmenetre az alábbiakban többször is hivatkozni fogok, és mivel nincs szükségem most arra, hogy bármelyik széles körben ismert modern változata mellett elkötelezzem magam, Alapérvelésnek fogom hívni.³

Ez a gondolatmenet egy lényegében individualista koncepciót fejez ki, hangsúlyozza először is Sidgwick. Merthogy, először is az a feltételezés, hogy minden gazdasági aktor csakis a saját önérdekével törődik, és azt a lehető leegyszerűsített módon igyekszik érvényesíteni, nem csak amolyan leegyszerűsítés, hanem központi szerepet játszik az Alapérvelés egészében. Másrészt az, hogy az intelligens önérdekkövetés által motivált interakciók sokasága társadalmi értelemben véve a lehető legkedvezőbb eredményt alakítják ki, rendkívül imponáló állítás. A csakis az önérdeken alapuló, és így szűk horizontú, szabad cserék összessége szerint a modell szerint egy olyan társadalmi szintű együttműködési rendszert határoz meg, amelynek résztvevői nem csak a közérdekkel, de a rendszer egészének jellegzetességeivel sem törődnek, sőt, még csak fel sem kell fogniuk, hogy egy rendszer komponenseit alkotják. Eltéveszthetetlen az is, hogy ebben az argumentumban nem hogy nem szerepel a gazdasági kormányzat vagy a kormányzat egésze, de senki olyan sem, aki bárkinek bármit előírna, vagy szabályokat tartatna be velük. Ráadásul az, hogy egy gazdaság szereplői a saját érdekeiket követik és hogy értelmesek, sem önmagukban, sem egy társadalmi szintű együttműködési szisztéma kontextusában nem irreális feltételezések. Így nem is csoda, hogy ez az Alapérvelés sokakra revelatív erővel hatott és hat.

Ugyanakkor az is világos, hogy az Alapérvelés nem normatív állítást mond ki. Egy tudományos igényű érvelésről van szó, amely hipotézisekből, illetve feltételezésekből igyekszik következtetéseket levonni. Kibontottabb, részletesebb változataiban eltéveszthetetlen, hogy olyan fogalmakat és koncepciókat vet latba, amelyek megalkotása és precízzé csiszolása csakis a tudományos gondolkodás eredménye lehet: a kereslet és kínálat, az egyensúlyi ár a tudományterületen szinte mindenki által régóta elfogadott, pontos fogalmait, vagy a piaci verseny koncepcióját tudós-generációk munkájának és vitáinak köszönhetjük. Az is igaz persze, hogy mivel egy egész gazdasági rendszert igyekszik leírni, az

³ Legismertebb modern változataiban az érvelést a jóléti közgazdaságtan első tételének szokták nevezni. Az érvelésről szóló irodalom beláthatatlan, Kenneth Arrow alapvetően lojális, ám kiegyensúlyozott ismertetésével azonban mindenképpen érdemes megismerkedni, vö. ARROW (1974).

érvelés rendkívül absztrakt. De amint megértjük, hogyan működik egy tipikus piac ebben a gondolatmenetben, és hogy ez miképpen függ össze más tipikus piacok működésével, és azok hogyan függenek össze megint további piacok működésével, mintegy magától bontakozik ki előttünk egy teljes, decentralizált interaktív rendszer képe. Vagy víziója.

Az Alapérvelés tehát csak annyit mond ki, hogy bizonyos feltételek mellett a gazdasági össztermelés maximális, és maximálisan hatékony lesz. A gazdasági prosperitás és a hatékonyság azonban implicit módon mégiscsak normatív fogalmak (illetve koncepciók). Ezért természetesnek tűnik, szinte magától értetődik, hogy az Alapérvelésnek normatív jelentősége is van. Mit jelent ez? Az Alapérvelés szerint, ha bizonyos feltételek teljesülnek, megmutathatjuk, hogy az eredmény ez és ez lesz. Normatív megfordításában: ha a kérdéses eredményeket szeretnénk elérni, azokat a feltételeket kell realizálnunk, amelyekből az eredmények az Alapérvelésben következnek. Azaz, ha maximális gazdasági termelést szeretnénk elérni egy társadalomban, méghozzá maximálisan gazdaságos módon, biztosítanunk kell többek között azt, hogy minden termelési tényező szabadon áramolhasson oda, ahol a leghasznosabban érvényesül, és biztosítanunk kell, hogy minden gazdasági szereplő szabadon és biztos körülmények között köthessen csereügyleteket. Mivel az Alapérvelésben magában sehol sem jelenik meg kifejezett kormányzati gazdasági cselekvés, könnyen úgy tűnhet, hogy egy olyan gazdasági kormányzatnak, amely ezeket a célok jelölné ki és azon igyekezne, hogy elérje őket, nem is lehet más dolga azon kívül, hogy ezeket a feltételeket biztosítsa. Ezzel mintha már igazoltuk is volna a gyakran „*laissez faire*”-nek hívott gazdaságpolitikai alapállást. Amelyet, hangsúlyozza Sidgwick, sokan éppen az iménti okoskodás alapján azonosítanak a normatív politikai gazdaságtannal magával.

Csak hogy, mondja erre először is Sidgwick, valójában az Alapérvelés állítása nem következik a premisszáiból. Ha alaposabban megnézzük a benne felhasznált feltételezéseket, fogalmakat és koncepciókat, számos közülük nem specifikálható megfelelő módon, vagy nem tehető megfelelően precízzé ahhoz, hogy az állítást, akármilyen formában, valóban bizonyítottnak tekinthessük.⁴ Ebből következően a *laissez faire* alapállás sem igazolható. De ha ez így van, milyen tanításokkal szolgálhat a közgazdaságtan, mint tudomány, a gazdaságpolitikai gondolkodás számára? Ez a kérdés a későbbiekben arra ösztönözte az elméleti közgazdászokat, hogy pontosítsák azokat a feltételeket, amelyek mellett egy

⁴ Vö. SIDGWICK (1883, 2011) 402–413. Az érvelés tétjének megértéséhez nagyon fontos a 402. oldalon kezdődő bekezdés, és a következő oldalon található lábjegyzet szövegének alapos elemzése. Vö. még SCHELLING (2010)] alapgondolatát.

gazdaság termelése maximálisnak és maximálisan gazdaságosnak lesz elgondolható. Így kerültek előtérbe olyan, ma már általánosan is jól ismert fogalmak, mint a közjóságok, az externáliák vagy a tökéletes információ mellett működő piacok fogalmai. Ennek megfelelően a gazdasági kormányzat kulcsfontosságú feladataival kapcsolatos elképzelés is megváltozott. Méghozzá azért, mert az így felfogott feladatok teljesítéséhez, már az elméleti alapvetések szintjén is, kifejezetten aktív kormányzati beavatkozásra van szükség. Mivel értekezésében Sidgwick maga is részletesen felsorolt és tárgyalt számos olyan tényezőt, amelyek miatt a kormányzati szerepvállalás elkerülhetetlennek tűnik, jogosan tekinthetjük a későbbi jóléti közgazdaságtan egyik fontos előfutárának.⁵ Ez a jellemzés azonban elfedi, hogy Sidgwick szkeptikus volt azzal kapcsolatban, hogy az Alapérvelést és annak normatív megfordítását kellőképpen precízzé és komprehenzívvé lehessen ahhoz formálni, hogy az, mint pozitív állítás, bizonyítottan legyen tekinthető, normatív állításként pedig megfelelő gyakorlati ideálként szolgálhasson a gazdasági kormányzatok számára.

Sidgwick az Alapérveléssel kapcsolatos második kritikai észrevétele az, hogy szinte lehetetlen elgondolni olyan kormányzatot, amelyik a gazdasági dolgok kapcsán csakis a termelés maximalizálásával törődne. Mint láttuk, szerinte a gazdasági javak elosztása kérdésének mindenképpen a politikai gazdaságtan tárgykörébe kell tartoznia. De könnyen ellenőrizhető, hogy semmi sem zárja ki az Alapérvelésben a termékek és szolgáltatások akár drasztikusan egyenlőtlen elosztását az egyes gazdasági szereplők között.⁶ Sőt, semmilyen elosztási kritérium nem jelenik meg az érvelésben, még implicit formában sem. Azzal, ha azt mondjuk, hogy az Alapérvelés alapján a piaci rendszer bármely kiinduló elosztási minta mellett maximalizálja az össztermelést, csak megkerüljük a problémát. De még csak nem is feltétlenül morális jellegű kérdéstről van szó. Tapasztalataink és intuíciónk is azt mondatják velünk, hogy a gazdasági javak számottevően egyenlőtlen elosztása akár a termelést is jelentősen visszavetheti. Mi több, a megfelelő elosztás szempontjának magában a gazdaságosság fogalmában is helyet kell kapnia, érvel Sidgwick.⁷ [SIDGWICK (1883, 2011) 398.] Mindezek miatt az alapvető gazdaságpolitikai feladatok kijelölésekor eleve nem támaszkodhatunk az Alapérvelés normatív megfordításának gondolati eljárásá-

⁵ Sidgwick *laissez faire* kritikájának a jóléti közgazdaságtan történetében való elhelyezésének lehetőségére Mike Károly hívta fel a figyelmemet.

⁶ Ld. erről Kenneth Arrow szabatos előadását: ARROW (1974).

⁷ Anticipálva ezzel a Pareto-hatékonyság fogalmát.

ra, amennyiben a gazdasági javak viszonylag egyenletes elosztását is normatív szempontnak tekintjük.

Az Alapérvelés, még egyszer, azt mondja ki, hogy ha bizonyos feltételek teljesülnek egy gazdaságban, a gazdaság termelése maximális és maximálisan gazdaságos lesz. Az Alapérvelés normatív megfordításának esetében azt mondjuk ki, hogy amennyiben ezeket az eredményeket szeretnénk elérni, a kérdéses feltételek biztosítására van szükségünk. De ezek a feltételek nem csak a termelési tényezők szabad áramlása és a szabadon kötött csereügyeletek szerepelnek, hanem a gazdasági szereplők értelmes önérdékkövetése is. Ezért a normatív megfordítás azt is jelenti, hogy az intelligens önérdékkövetés, instrumentális értelemben ugyan, de normatív követelménnyé válik.⁸ A normatív megfordítás gondolati műveletéből tehát az következik, hogy a kormánzatnak mindent meg kellene tennie annak érdekében, hogy ez a feltétel is teljesüljön. Kétségtelen, mondja Sidgwick, hogy értelmes társadalmi és politikai célkitűzés a gazdaság összes szereplőjének a gazdasági rendszeren belüli okos önérdékkövetéshez szükséges tudással való ellátása. Az ilyesminek azonban komoly korlátai vannak egy individualista beállítottságú, és rendkívül összetett gazdasági rendszerben. De ha ezt az ellenvetést félre is tesszük, képtelenség lenne azt gondolni a gazdaság szereplőiről, hogy amikor a gazdaság területén tevékenykednek, teljes mértékben felfüggeszthetik azokat a megfontolásokat, amelyek alapján általában általában cselekszenek, köztük az erkölcsi megfontolásokat. Az önérdékkövetésnek önmagában nem feltétlenül kell ellentmondani az erkölcsi követelményeknek, de könnyen előfordulhat, hogy ellentmond. Annyi azonban biztos, hogy az Alapérvelés nem sok érdemű tud arról mondani, hogy lehetséges-e a gazdasági életben értelmes önérdékkövetés a morális szempontok olykori felülírása nélkül.

4. Sidgwick és a normatív politikai gazdaságtan

Az az állítás, hogy Sidgwick politikai gazdaságtanában a gazdaságtudomány és a gazdaságpolitikai gondolkodás közötti legjelentősebb kapcsolatot az előző

⁸ Ariel Rubinstein egy kísérletében két csoportnak osztott ki feladatlapokat. A feladatlap egy eseteirást és egy számpéldát tartalmazott, és a következő kérdést tette fel: „Ha te lennél a vezérigazgató, hány embert bocsátanál el ebben az esetben?” Azok, akik tanultak korábban mikroökonómiát, kiszámolták az optimális leépítés szintjét, és ezen az optimális szinten szabadultak volna meg a dolgozóktól. Akik nem tanultak korábban mikroökonómiát, az optimális szintnél jóval kevesebb embert bocsátottak volna el. Vö. RUBINSTEIN (2006).

szakaszban tárgyalt Alapérvelés, illetve annak valamelyik alkalmas verziója jelenti, könnyen úgy tűnhet, ellentmondásban van az Alapérvelésre és annak normatív felhasználására vonatkozó, alapvető kérdéseket érintő kritikáival. Ez a feszültség azonban, ha teljesen nem is oldható fel, jelentős mértékben enyhíthető. Az Alapérvelést kiindulópontnak tekintő normatív politikai gazdaságtani megközelítés mellett ugyanis, Sidgwick szerint, számos érv szól. Az első ezek közül az, hogy az individualista szemléletű politikai gazdaságtan kompatibilis a polgári jogok és alkotmányos jogok szintén alapvetően individualista rendszerével, amely nélkül modern állam talán el sem elképzelhető. Továbbá egy modern állam szempontjából nézve a dolgokat, az, hogy maguk az egyének tudják legjobban, mit szeretnének elérni és jobban is motiváltak saját elképzeléseik megvalósítására, egyébként is helyénvaló, sőt politikai értelemben bölcs feltevés. Az is kétségtelen, hogy nem csak az állam, de a politikai társadalom egésze és az egyes állampolgárai számára is nagyon előnyös, ha bőséggel el van látva gazdasági javakkal, és a tapasztalat azt mutatja, hogy ebben a tekintetben az individualista gazdasági rendszer ilyen vagy olyan gyakorlati változataiban igen komoly teljesítményre képes. Korábban hivatkoztam már Sidgwick megállapítására, miszerint fogalmunk sincs, mivel tudnánk helyettesíteni a piacgazdasági szisztémát. [SIDGWICK (1883, 2011) 402.] Végül pedig megállapítható, hogy a piacgazdaság normatív individualizmusa összhangban van kiemelkedően fontos erkölcsi követelményekkel is, köztük azzal, hogy vállaljunk felelősséget saját életünkért, és hogy dolgozzunk kitartóan és értelmesen saját jólétünkért és boldogságunkért.

A decentralizált, szabad versenyen és magántulajdonon alapuló gazdaság melletti legfontosabb érvek azonban alapvetően politikai érvek. A modern állam működőképessége és hatékonysága, valamint a politikai társadalom prosperitása és tagjainak maximális jóléte olyan politikai értékek, amelyek érvényesülését az individualista szemléletű piacgazdaság hathatósan képes előmozdítani. [SIDGWICK (1891, 2011) 44–47.] Sidgwick maga a piacgazdasági berendezkedés eltökélt híve. A korabeli szocialistákkal folytatott évtizedes vitáiban egyik fő mondanivalója mindig az, hogy amit ők akarnak, biztosan a gazdasági teljesítmény drasztikus visszaeséséhez vezetne. A szocialista elképzelésekkel szembeni, erkölcsi vonatkozású ellenvetései pedig többnyire annak megmutatására irányulnak, hogy a kérdéses elképzelések koncepcionális értelemben inkoherensek. A *laissez faire* alapállásnak azonban nemhogy nem híve, hanem, mint fentebb láttuk, azt szinte értelmetlenül tartja. Fontos társadalmi ténynek tartja ugyanakkor, hogy a közvélekedésben sokan keverik össze a politikai gazdaságtan normatív elveit a *laissez faire* doktrínáival, az

individualista rendszer lelkes támogatói és elszánt kritikusai egyaránt. Nem túlzás azt mondani, hogy politikai gazdaságtani értekezésének megírására leginkább ennek a félreértésnek az eloszlatása motiválta. Ugyanakkor Sidgwick józannak és kiegyensúlyozottnak szánt koncepciói és elemzési módszerei azt is megmutatják, mennyire nehéz eligazodni a normatív politikai gazdaságtanban azoknak, akik nem szánják rá magukat annak komoly tanulmányozására.

Már csak ezért is érdemes pár mondatban felvázolni a sidgwick-i normatív politikai gazdaságtan fő jellegzetességeit. Először is, az Alapérvelés és annak normatív implikációi kijelölik azokat az alapvető irányokat, amelyekre a gazdaságpolitikának törekednie kell. A termelési tényezők mobilitása és a szabad és tisztességes cserék rendszerének biztosítása mellett, amikor csak lehet, biztosítani kell a valódi verseny feltételeit is, különben a rendszer nem képes összehangolni az egyéni érdekeket a közérdekkel. Mindez megköveteli azt, hogy a gazdasági kormányzat, különböző eszközökkel, beavatkozzon a piacgazdaság működésébe, akár sajátos gazdaságpolitikai és politikai célok érdekében is. De csak olyan mértékben, hogy ne akadályozza az individualista rendszer alaptendenciáinak érvényesülését, figyelembe véve a kormányzati gazdasági tevékenységek olykor számottevő költségeit. [SIDGWICK (1883, 2011) 413–416.] Mindezek olyan jogi szabályozást és szakpolitikai intézményrendszert követelnek meg, amelyek maguk is hatékonyak. Ez eddig nagyon hasonlít a modern jóléti közgazdaságtan széles körben ismert alapdoktrínáira. Sidgwick azonban mindehhez hozzáteszi, hogy alig van olyan gazdaságpolitikai kérdés, amelynek átgondolása során elegendő lenne a tipikus közgazdaságtudományi érvelési módokra hagyatkozni, mivel azok többnyire vagy nem elég precízek az adott gyakorlati probléma szempontjából, vagy nem is vonatkoztathatóak annak egyes aspektusaira. A gazdaságpolitikai gondolkodásnak mindig figyelembe kell vennie az adott, és csak empirikusan megismerhető viszonyokat és tényeket. Csak nagyon kevés esetben hagyatkozhat tisztán elméleti megfontolásokra.

Ebből is következően nincs olyan kalkulus, amelyet a gazdaságpolitikai gondolkodás szisztematikusan, vagy csak úgy általában, a gazdasági valóságra alkalmazhatna. A gazdasági tények egy része pontosan mérhető, ám a gazdaságtan fogalmainak nagy része pontatlan vagy csak stipulált. Ez az álláspont azonban mintha ellentmondásokra vezetne, ha azt is figyelembe vesszük, hogy a gazdaságpolitikának a termelés maximalizálása mellett más alapvető normatív szempontokra is figyelemmel kell lennie. Mint láttuk, Sidgwick szerint a gazdasági kormányzat számára mind az össztermelés volumene, mind a gazdasági javak viszonylag egyenlő elosztása értelemszerűen igen jelentős szempont. De ha ez így van, valamiképpen össze kell egyeztetni őket. De milyen alapon?

Az Alapérvelés konceptuális erőforrásaira önmagában nem támaszkodhat. Pár bekezdéssel korábban azonban, mondhatni váratlanul, már előkerült az egyéni jólét fogalma. Azt, hogy a gazdaság szereplői saját érdekeik érvényesítésén fáradoznak, értelmezhetjük úgy is, hogy jólétük növelésére törekednek. Bátran mondhatjuk azt, hogy az egyes gazdasági termékekhez való hozzájutás rendre növeli a jólétüket. Nem extravagáns feltételezni azt sem, hogy a jólét fogalmához valamilyen kalkulus rendelhető. Mindebből viszont következik, hogy összességében több termékhez való hozzáférés társadalmi szinten is nagyobb jólétet jelent. Vegyünk most két személyt, A -t és B -t, akik közül A jóval jobb vagyoni helyzetben van, mint B . Tegyük fel, hogy van egy jelentősebb gazdasági jószágunk, amelyet egyikükhöz vagy a másikukhoz juttathatunk. Értelmes feltételezés, hogy B jóléte nagyobb mértékben fog növekedni, ha ő kapja meg a kérdéses jószágot vagy vagyontárgyat, mint A -é, ha hozzákerül. Ebből következően társadalmi szinten a javak egyenlőbb elosztása, *ceterisparibus*, növeli a társadalmi összjólétet. [SIDGWICK (1883, 2011) 398.]

Az egyenlőbb elosztás azonban hátráltathatja és előre is mozdíthatja a társadalmi össztermelést. E két szempont közötti mérlegeléskor az általános jólét szintje azonban megint csak mérce lehet. Sőt, mivel a kormányzat nem csak gazdasági kérdésekkel törődik, és az általános jólét szintje ezekben a további esetekben is mérce maradhat, a társadalmi össztermelés maximalizálására való törekvés összehangolása az elosztás egyenlőségére való igyekezettel egy még bonyolultabb megfontolás-rendszerbe és kalkulusba illeszkedik. Ez az a problémakör, amelynek részletes elemzésekor Sidgwick igazán elemében van. [SIDGWICK (1883, 2011) 517–543.] Azt azonban mindig hangsúlyozza, hogy politikai vagy gazdaságpolitikai szempontból nézve a dolgot, csakis nagyon hozzávetőleges kalkulusról lehet szó az ilyen elemzések során. De észre kell azt is vennünk, hogy ha a különböző gazdaságpolitikai intézkedések és programok értékelésekor az általános jólét maximalizálását tekintjük mércének, a hasznosság-elv egy változatát tartjuk átfogó normatív keretelvnek. [SIDGWICK (1891, 2011) 33–43.] Ez az utilitarianizmus ugyanakkor csupán egyfajta politikai utilitarianizmus, méghozzá több értelemben is. Először is alapvetően politikai vagy gazdaságpolitikai döntéshozókra vonatkozik. Másodszor, szinte kizárólag a politikai társadalom egészére hatással lévő döntésekről van szó. A mérce használatához óhatatlanul politikai fogalmak latba vetésére van szükség. Azt meg például, hogy kiknek a jólétéről, milyen csoportokba osztható egyének jólétéről van szó, eleve nagyban befolyásolniuk kell politikai szempontoknak is.

Felvetődhet, hogy mindezzel már rá is találtunk arra a talapzatra, amelyre helyezkedve a sidgwick-i etikai és politikai gazdaságtani elvek közvetlenül is összevethetőek lennének. Az utilitarianizmus, minden jelentős változatában, erkölcsi elmélet is. Hivatalos álláspontja szerint Sidgwick az erkölcsfilozófia területén utilitáriánus álláspontot képvisel, olvashatjuk a filozófiatörténetekben. A hasznosság-elv leginkább kézenfekvő megfogalmazásában azt mondja ki, hogy egy cselekedet akkor helyes, ha az általános hasznosság növelésére irányul, amennyire erre egyáltalán hatással lehet. Tegyük félre, hogy mi mindent érthetünk pontosan hasznosságon, jóléten, boldogságot vagy esetleg az örömök és fájdalmak különbözetét, valamint azt is, hogy ki mindenki hasznosságának növelésére vonatkozik az elv, és hogy mennyi mindenféleképpen aggregálhatjuk különböző egyének hasznosságát. Mindezekon túl az utilitarianizmus egyes változatai megengedik, hogy olyan szabályokat kövessünk, amelyekkel csak közvetetten, és annak köszönhetően, hogy mindenki más követi a szabályt, növelhetjük az általános hasznosságot. [RAWLS (1955)] A lényeg, hogy az elvnek, ha érvényesnek tartjuk, ugyanúgy vonatkoznia kell az egyszeri gazdasági szereplőkre, mint a vállalatvezetőkre, vagy mint a kormányzat vagy a gazdasági kormányzat döntéshozóira, vagy bárki másra. Ha eszerint a fentebb vázolt politikai utilitarianizmusnak az erkölcsi értelemben vett utilitarianizmus alkalmazásának kell lennie, hogyan tételezhet Sidgwick jelentős feszültségpontokat a politikai gazdaságtan normatív kívánalmai és az erkölcsi követelmények között?

5. Sidgwick etikaelmélete

Sidgwick fő műve az erkölcselmélet területén, a *Methods of Ethics*, mondhatni skolasztikus értekezés, amelynek minden egyes lapján érvek, distinkciók, ellenérvek és ideiglenes konklúziók sorakoznak sűrű egymásutánban. Jelenlegi kiadásaihoz írt előszavában John Rawls megjegyzi, hogy a könyv az első olyan modern morálfilozófiai munka, amely az erkölccsel kapcsolatos általános koncepcióink szisztematikus összehasonlítására vállalkozik. [RAWLS (1981)] Nem csoda, hogy Sidgwick saját etikai nézeteit nem könnyű szétválasztani attól a meglehetősen bonyolult elméleti struktúrától, amelynek keretében megfogalmazódnak. Tegyük ehhez még hozzá, hogy könyvét folyamatosan újra és újra átdolgozta, és hogy további három etikai tárgyú munkája jelent még meg

életében és halála után. A sidgwick-i etika keletkezéstörténete és hatástörténete is meglehetősen ágas-bogas.⁹

Mindezeket is figyelembe véve az alábbiakban Sidgwick etikáról való gondolkodásának csupán néhány olyan csomópontját fogom ismertetni, amelyek segítségemre lesznek az etika és politikai gazdaságtan viszonyára vonatkozó, mint láttuk, rekonstruálásra szoruló álláspontjának megvilágításában.

Az etikai dolgokról való rendszeresebb gondolkodás helyes kiindulópontját, tartja Sidgwick, mindennapi morális meggyőződéseink jelentik. Az eredeti angol kifejezés „*commonsense morality*”, de ebben az esetben a „*commonsense*” helyes fordítása nem „józan ész”. A mindennapi életben szinte senkinek nincs saját erkölcsi elmélete, de az egyes emberek erkölcsi meggyőződései figyelemre méltó összhangban vannak egymással. Ugyanez igaz különböző emberek morális meggyőződésére is. Ebből arra következtethetünk, hogy ezek a meggyőzések valamelyest rendezettek, egyfajta belső koherenciával rendelkeznek, ha ez többnyire nem is tudatosul hétköznapi morális döntéseink során. Sőt, erkölcsi ítéletalkotásaink során robosztus és értelmes fogalmakat vetünk latba, mi több, koncepciókra is hagyatkozunk. Mindegyikünknek van például elképzelése arról, miképpen befolyásolhatnak egyáltalán adott tényállások erkölcsi vitákat. Kifinomult intellektuális eszközeink vannak mások erkölcsi karakterének értékelésére, és egyes erkölcsi szempontok fontosságának mérlegelésére is.

Az etikai elméletnek tehát ezt a mondhatni hol diffúz, hol göcsörtös matériát kell konzisztens, jól artikulált egészzé formálnia. Sidgwick szerint természetesen az erkölcsstan is azok közé az intellektuális területek közé tartozik, amelyek a „minek kellene lennie” típusú állításokkal, és nem a „mi van” állításokkal foglalkozik. Tárgya rendkívül általános: az, hogy mint egyéneknek mikor és mit kellene tennünk. Ez a kérdéskör, akár így határozzuk meg, akár másképp, önmagában is rendkívül izgalmas. De mivel gyakorlati dolgok elméletéről van szó, azonnal felvetődik, hogy miért is lenne ilyen elméletre szükségünk, ha a hétköznapi erkölcsi tudásunk tulajdonképpen megbízható?

Egyértelmű, hogy előfordulnak esetek, nem is ritkán, amikor mindennapi erkölcs tudásunk alapján nem tudjuk megmondani, mit lenne helyes tennünk, mert szokásos meggyőződéseink bizonytalanak, vacillálóak, elégtelenek,

⁹ Sidgwick etikai elméletét egy nagyon jól követhető, korai előadásában [SIDGWICK (1873)], majd egy élete végén írt, töredékben maradt intellektuális önéletrajzában is összefoglalja [SIDGWICK (1901)]. Alapos áttekintést ad Sidgwick etikai elméletéről, többek között SCHNEEWIND (1977). A *Methods of Ethics*-re vonatkozó kommentár-irodalom nagyon gazdag, hasznos irodalmjegyzéket találunk: SIDGWICK (2000) 298–306. Az értekezés alapos tanulmányozását persze semmi sem pótolja.

vagy hiányosnak mutatkoznak. Például, amikor egy erkölcsi dilemmával állunk szemben, vagy amikor saját életünkkel kapcsolatban kell meghoznunk a későbbiekre vonatkozóan sok mindent meghatározó döntéseket. Az etika elmélete olyan racionális módszereket keres, amelyek, ha szükség van rá, jól megalapozott és konklúzív érvekkel látnak el, pontosabban láthatnának el bennünket ilyen esetekben is.

A morális követelmények egy részét szabályoknak érzékeljük, illetve értelmezzük. „Mondj igazat!” „Segíts annak, aki bajba került!” „Ne légy haragtartó!” Majdhogynem mintha egy erkölcsi törvény cikkelyeinek kellene eleget tennünk. Úgy érezzük, vagy meg vagyunk róla győződve, hogy annak, amit ezek a szabályok kimondanak, eleget kell tennünk, olykor a következmények mérlegelése nélkül is. Teljesítésükre a kötelességérzet maga is motiválhat bennünket, vagy az, hogy arra jutunk, kötelességről van szó, és így teljesítésük megkerülhetetlen. Az is megesik, hogy azt is belátjuk, miért kötelességek ezek, vagy akár explicit módon érvelni is tudunk amellett, hogy miért azok. Ha az egyes ilyen ránk vonatkozó követelmények, köztük kötelességek között konfliktust érzünk, vagy arra kell jutnunk, hogy konfliktus van köztük, megkerülhetetlenül ki kell okoskodnunk, melyikük egyértelműbb, fontosabb vagy sürgősebb a másikkal. Szinte minden morális szabály csak bizonyos határok között érvényes, ám sokszor nem teljesen világos, hol húzódnak ezek a határok. Van, amikor azt, amit egy szabály diktál, további megfontolásokkal kell kiegészítenünk ahhoz, hogy érvényesíthessük. Egy etikai elmélet először is ebben a szövevényes problémakörben igazíthat útba bennünket.

A morális követelmények egy másik része arra vonatkozik, hogy mire kellene törekednünk, mit kellene elérnünk, milyen célokat kellene kitűznünk magunk elé. Ha például az, hogy értelmesen éljük le az életünket, kötelességünknek is tűnik, teljesítését lehetetlennek tűnik szabálykövetésként felfogni. Ezek a követelmények másfajta kérdésfeltevéseket helyeznek előtérbe. Hogyan értékelhetjük egyáltalán a lehetséges céljainkat? Mi áll igazából érdekünkben? Szóba jöhetnek-e olyan törekvések, amelyeket helyeseknek tartunk, de belülről nem motiválnak bennünket? Már pre-teoretikus meggyőződéseink és intuícióink is sokszor útba igazítanak ezen a területen is. De szükségünk lehet intellektuális, sőt elméleti támasztékra, amikor az iménti kérdések kapcsán valódi mérlegelésre kerül sor.

Sidgwick szerint azt, hogy a moralitás kérdéseiről összességében mit gondolunk, azok a módszerek jellemzik legjobban, amelyek segítségével az iménti erkölcsi kérdésfelvetéseinkre pontos és megalapozott válaszokat adhatunk. De végső soron csak három koherens, jól megalapozott etikai módszer közül vá-

laszthatunk. Amennyiben elsődleges erkölcsi követelménynek kötelességeink teljesítését tartjuk, mindennapi meggyőződéseink elemzésével kell kiszűrniünk azokat az alapvető intuíciókat, amelyek alapján egységes és koherens erkölcsi szabályrendszert alkothatunk. Az így megalkotott részletes szabályrendszert és annak alkalmazását Sidgwick intuicionizmusnak nevezi. Ez tehát az egyik racionális etikai módszer. Amennyiben elsődlegesnek alapvető törekvéseink észszerű rendbe szervezését tekintjük, arra kell jutnunk, hogy ezeknek vagy saját önérdekünket kell szolgálnia, vagy mindenki érdekeit. De ekkor az érdek fogalmához kalkulust kell rendelniünk, különben nem tudnánk meghatározni az egyes esetekben, mi legyen pontosan a célunk, és hogy azt milyen eszközökkel érhetjük el leginkább. Sidgwick szerint kalkulusként örömeink és fájdalmaink összegzéseinek, és ezek összehasonlításának hedonista módszere jöhetne itt leginkább számításba, ennek a megoldásnak azonban számtalan hiányosságát láttatja be velünk ő maga is. Végül a boldogság kritériuma mellett teszi le a garast (a boldogság nála is az ógörög „*eudaimonia*” angol megfelelője), erre a kritériumra azonban nem építhetünk kalkulust. Akárhogyan is legyen ez, teszi hozzá, mind a saját boldogság, azaz az önérdek racionális követését, tehát az egoizmust, mind az általános boldogság, azaz a közös érdek követését, azaz az utilitarianizmust, racionális etikai módszernek foghatjuk fel.

Hogyan dönthetünk a három módszer között? Az intuicionizmus önmagában nem tehető teljessé és koherenssé, csak akkor, ha bizonyos utilitáriánus megfontolásokkal egészítjük ki. Az egoizmus és az utilitarianizmus között nem lehet egyértelműen választani, hiszen mindkettő koherenssé tehető és mindkettő egy olyan végső jó felé mutat, amelynek nincs tisztán racionális alapja. Ha azonban az egoistát valahogyan rá tudjuk venni arra, hogy álláspontját mások előtt is megindokolja, csak arra hivatkozhat, hogy az ő boldogsága (vagy jóléte, vagy öröme) objektív értelemben jó dolog. Erre az utilitáriánus álláspont híve pedig azt válaszolhatja, hogy ez mindenki boldogságára igaz, ezen az alapon tehát az egoista nem tarthatja saját boldogságát fontosabbnak másokénál. Ha tehát a legvégső kérdésekig hatolunk az etika elméletében, vonja le mindebből a következtetést Sidgwick, a három módszer közül az utilitarianizmust kell előnyben részesítenünk.

A három módszer közötti döntésre vonatkozó gondolatmenet azonban csak egy rendkívül elvont filozófiai elmélet szintjén tartható érvényesnek. Az erkölcsi elméletek mindig vitathatóak maradnak. Sokan azok közül, mondja Sidgwick maga is, akik egyetértenek vele abban, hogy az erkölcsi gondolkodás helyes kiindulópontja a szokványos morális elvek jól átgondolt rendszerré való alakítása, úgy, ahogy van, elutasítják a haszonelvű észjárást. Az igazán eltökélt

és következetes egoisták süketek a filozófiai érvekre. Ő maga azonban, hűen saját elméletéhez, maga számára az általános boldogság elősegítését tartja a legmagasabb szintű erkölcsi elvnek akkor is, ha ennek helyességéről nem győzhet meg mindenkit. Ez teljes mértékben összefér azzal, hogy amikor erkölcsi kérdésekről gondolkodik, mindig a mindennapi morális meggyőződések elemzéséből indul ki.

6. Erkölcsi elvek a mindennapi gyakorlatban

Hogyan lehetséges ez?

Az etikai kérdésekről való módszeres gondolkodás intellektuális tevékenység. Az intellektuális munka rendjében mindig figyelmet kell fordítanunk az általánosabb és a partikulárisabb dolgokra vonatkozó kijelentések, állítások, szabályok közötti különbségre. Van, amikor az egyiktől a másik felé kell haladnunk, van, amikor pedig fordítva. Az átmenet során azonban komoly akadályokba ütközhetünk. Az elméleti közgazdaságtannak például mindenképpen koncepciót kell alkotnia arról, hogy miképpen működnek a piacok általában. (Többek között azért, mert e nélkül az Alapérvelés semelyik verziója sem artikulálható.) De akármilyen megkérdőjelezhetetlennek is tűnik egy ilyen koncepció az alapelmélet kontextusában, mit sem érünk vele, ha nem értettük meg egyben, mondjuk, a budapesti használt könyvpiac speciális természetét, vagy a globális kőolajpiac sajátosságait, amikor azok elemzése a feladatunk.¹⁰ Az ilyen elemzések egyik tanulsága éppen az lehet, hogy további csiszolásra érdemesnek fogjuk találni azokat az alapfogalmakat, amelyekből az egyedi tanulmányozása során kiindultunk, mert ki kellett indulnunk.¹¹ Megeshet ilyenkor, hogy a vizsgálódás során egyszerre kell észben tartanunk azt, ami általános, és azt, ami a partikulárist megfelelően jellemzi, és azt, ami a kettőt összeköti. Soha senki sem látott teljesen szabadpiaci versenyt, a fogalomra teoretikus értelemben mégis szükség van, ahogyan nem csak az egyes tipikus piaci struktúrák osztályozására, de egyes valódi és sajátos piaci szerkezetek felismerésére is szüksége van a közgazdászoknak. De meg kell tudniuk mondani, hogy mondjuk egy adott energiapiac, miért nem igazán oligopolisztikus szerkezetű (például, mert

¹⁰ Thomas Schelling elemzése a bűnözésre épülő vállalkozásokról és azokról a piacokról, amelyeket a bűnözők szerveznek maguknak, pontosan ebből a szempontból példaértékű, ha a tanulmányozott jelenségkör riasztó is. Ld. SCHELLING (1967) és (1971).

¹¹ Vö. SIDGWICK (1897) elsődoldalait.

hálózatosan épül fel), ahogyan azt is, hogy egy tipikus oligopolista piac miben is különbözik egy tisztán versenyzői piactól.

Egy másik felosztásban a gyakorlati tevékenységek általános elméleteinek, ha nem akarnak dogmatikusok maradni, lehetőséget kell adniuk egymástól jelentősen különböző gyakorlati tevékenységi területek tételezésére. Vegyük az építési vállalkozásokat. Ami ezen a területen zajlik, először is olyan speciális gyakorlati tudásokra épül, amellyel a kívülállók nem rendelkezhetnek, pontosan azért, mert nem gyakorolják ezt a tevékenységet. Mindemellett az építési vállalkozók rendre nem elméleti emberek, így tudásuk nem is fogható fel teoretikus konstrukciók formájában, hanem többé-kevésbé artikulálható gyakorlati szabályokként, illetve szigorú értelemben vett technikai tudásként. Így, amit tudnak, bizonyos mértékig tanítható, de az egész szabályrendszer aligha, mert a hallgatólagos tudás minden gyakorlati tudás alkotóeleme.¹² Vegyük ehhez hozzá, hogy mint minden emberi tevékenység esetében, a morális és a prudenciális megfontolások egyszerre jelennek meg az építési vállalkozó munkájának szinte minden részletében és epizódjában. Ezek precíz szétválasztása nem az ő dolguk.

A hasznosság-elv azon változata, amelyre Sidgwick rendszerint hivatkozik, még egyszer, úgy szól, hogy mindig és mindenkor az általános boldogság előmozdítására kell törekednünk. Ez egy rendkívül általános és egyben szükségképpen pongyolán megfogalmazott elv. Filozofikus változataiban nagyon pontos, de még általánosabb, és még absztraktabb fogalmakat rejt magában. Mit kezdhet ezzel az elvvel egy kőműves, vagy egy modern etikai elméletek iránt érdeklődő és fogékony katolikus pap, vagy egy ügyvéd? Az iménti érvelés alapján ezt az elvet, ha akarná, sem alkalmazhatná minden további nélkül saját tevékenységi területére, merthogy az annak megfelelő gyakorlati tudás akadályokat gördít ez elé. De Sidgwick szerint a hasznosság-elv státusza sajátos. Ez a legáltalánosabb etikai elv, ám csak akkor lehet rá szükségünk a mindennapokban, amikor mindennapi morális tudásunk alapján nem tudjuk eldönteni, mit tegyünk. Ugyanakkor az alapvető morális szabályok mindenki számára mindig érvényesek. Vagy legalábbis így kell felfognunk őket. Ez a három belátás a következőképpen egyeztethető össze egymással. A különböző gyakorlati területeken az alapvető morális szabályok és az általános elvek is szükségszerűen módosulnak, méghozzá az azokra jellemző sajátos gyakorlati követelményeknek megfelelően. Ez jelentheti azt is, hogy érvényességük határai

¹² Mindez nagyon hasonlít arra a tézisre, ami mellett később Polányi Mihály érvelt, vö. POLÁNYI (1958).

némiképp elmozdulnak, azt is, hogy speciális értelmezéssel kell ellátnunk őket, vagy azt, hogy további megfontolásokkal kell kiegészítenünk őket. [SIDGWICK (1897)] Így a kőműves, a tanár, az orvos sohasem mentesül attól, hogy morális problémákkal is foglalkozzanak. Ami nem jelenti azt, hogy állandóan morális kérdésekkel kellene foglalkozniuk.

Az erkölcsi dolgok teoretikusa számára ezek a mindennapi, és szinte mindig sajátos közegben lejátszódó morális problémamegoldások jelentik az elmélet-építés nyersanyagát. Azzal érdemes kezdenie a munkát, mondja Sidgwick, hogy felméri, rendszerezi, elemzi a gyakorlati életben érvényesülő erkölcsi elveket, a maguk első látásra kaotikus összevisszaságában, és elválasztja őket az egyes gyakorlati területeken érvényes prudenciális elvektől. Az ilyen vizsgálódások nélkül nincs esélye egy igazán helytálló általános etikai elvrendszer felszínre hozására, akárhány filozófus vagy moralista könyvét olvasta is el. Azonban, amint kialakította elméleti álláspontját, törekednie kell arra is, hogy egyes sajátos gyakorlati területekre érvényes erkölcsi elveket is megfogalmazzon, amennyire ezt kívülálló mivolta megengedi. Ezeket az elveket Sidgwick középszintű morális axiómáknak nevezi. [SIDGWICK (1895)] Ezekből áll össze az erkölcsi élet művészete vagy mestersége, azaz ezek felelnek meg annak, amit a politikai gazdaságtan területén gazdaságpolitikai gondolkodásnak hívtunk. Az etikai elmélet státuszával pedig a normatív politika gazdaságtan alapelveinek státusza hozható párhuzamba.

7. A politika és az erkölcsi elvek

Vajon besorolható-e a politika is azok közé a gyakorlati területek közé, amelyek sajátosságait a mindennapi életben érvényesülő etikai elveknek figyelembe kell vennie? Sidgwick szerint az etika és a politika a gyakorlat elméletének vagy filozófiájának két legfontosabb területe. Ugyanakkor a két terület között határozott különbséget is tesz. Az etika azzal foglalkozik, hogy mit kell tennie egy egyénnek. A politika elmélete azzal foglalkozik, hogy milyen funkciókat kell ellátnia és milyen struktúrában, így milyen fő intézményi keretek között kell működnie egy politikai társadalom kormányzatának.¹³ A politikai társadalom olyan társadalom, amely kormányzattal rendelkezik, de olyan társadalmakban is folynak politikai tevékenységek, amelyeknek nincsen kormányzatuk. A

¹³ A fontos szöveghelyek közé tartozik SIDGWICK (1874, 1981) 15–18. és 457–459; SIDGWICK (1891, 2011) 200–216. és SIDGWICK (1902) 25–30.

politika mibenlétének iménti jellemzése már csak ezért sem teljesen általános. [SIDGWICK (1891, 2011) 2–6.] Akárhogyan legyen is ez, ha a politika sajátos gyakorlati terület, a legfontosabb, mert az egész társadalmat átfogó, a társadalom minden tagjának életére kiható gyakorlati terület. Első megközelítésben ezen a területen jellemzően azok működnek, akik a kormányzás feladatát végzik. De nem tűnik helyesnek azt mondani, hogy a kormányzat minden tisztségviselője, alkalmazottja, és így tovább, részt vesz a kormányzásban. Másrészt egy modern képviseleti rendszerben, amely rendszer természetesen Sidgwick-et politikával foglalkozó munkáiban leginkább érdekli, bizonyos mértékig minden állampolgár részt vesz a politikai döntéshozatalban, így a kormányzásban is. [SIDGWICK (1891, 2011) 371–378.] Tegyük azonban mégis egyértelmű különbséget azok között, akik a legfontosabb kormányzati feladatköröket, köztük a törvényhozás és a végrehajtói hatalom feladatait ellátják, és az összes többi állampolgár között.

A kormányzati szféra fő szereplői, a vezető politikusok is egyének persze, és ha sajátos gyakorlati területen tevékenykednek is, az előző szakaszban megfogalmazott tétel alapján rájuk is ugyanazok az erkölcsi elvek vonatkoznak, mint mindenki másra, akkor is, amikor politikusként cselekszenek. De ha a politika sajátos gyakorlati terület, a politikusnak, mint politikusnak az általános erkölcsi elvek bizonyos mértékben és módokon módosult változatainak kell megfelelnie. Különösen fontosak ebben a tekintetben azok a politikai döntések, amelyeket egyrészt nem sorolhatunk az intézményi vagy funkcionálisan indokolt működés rubrikái alá, másrészt nagy horderejűek és néhány vezető politikusnak kell felelősséget vállalnia értük. Amikor például egy ország nemzetközi politikai konfliktusban találja magát, az erkölcsi elvek egy része feltételelessé válik, érvényességük attól függ, hogy az antagonizmus másik oldalán lévők mit tesznek vagy fognak vélhetőleg tenni. A jelentős módosulás egyik fő oka, hogy a nemzetközi politikában nem, vagy máshogy közvetít a jog a szembenálló felek között. Hasonló megfontolások vonatkoznak a nemzeti önérdék, illetve a nemzetbiztonság érvényesítésének erkölcsi státuszára is. [SIDGWICK (1890)] Megint más kérdés, hogy a politikai vezetőknek a közvélemény előtt egyrészt magánszemélyként kell megjelenniük, hiszen csak, mint magánszemélyeknek lehet teljes értékű erkölcsi karakterük. De meg kell jelenniük a politika művészetének mestereiként, és végül az egész politikai társadalom képviselőjeként is. Erre a három „szerepre” jelentősen eltérő morális követelmények vonatkozhatnak.

Ami az állampolgárokat illeti, köztük és a politika között elsősorban a jog, a törvények közvetítenek. [SIDGWICK (1891, 2011) 200–216.] A törvények betartása nem csak politikai kötelesség, hanem *prima facie* erkölcsi kötelesség is. Fordítva, a kormányzatnak tiszteletben kell tartania a politikai társadalomban

uralkodó morális meggyőződéseket, ugyanakkor teljesen legitim módon fel is használhatja azokat saját céljainak elérésére. A képviseleti rendszerekben a kormányzás lehetőségéért küzdő pártok szintén mondhatni közvetítenek a magánszemélyek és a kormányzat között, de maradjon nyitott kérdés, hogy mennyiben erkölcsi kötelessége egy állampolgárnak, hogy ezekben a küzdelmekben, illetve a politikai választásokon magukon részt vegyen. De közvetítenek a politika szférája és a magánszemélyek szférája között a politikai társadalom más alapvető intézményei is, köztük a gazdasági berendezkedés legfontosabb alkotóelemei is. Megkezdve immár a visszamodulálást a tanulmány alapproblémájához, felmerül a kérdés, hogy milyen értelemben tartozik a piacgazdasági rendszer maga is ezek közé az alapintézmények közé.

Három szakasszal korábban azt mondtuk, hogy a normatív politikai gazdaságtan fő elvei mögött, Sidgwick szerint, a politikai utilitarianizmus szempontrendszerének kell meghúzódnia. Azaz, a gazdasági berendezkedés alapvonásait a kormányzat határozza meg, amelynek a legfontosabb gazdasági intézmények kialakításakor, így például azok kialakításakor is, amelyek a gazdasági javak elosztását legfőképpen befolyásolják, az általános jólét, vagy boldogság gyarapításának gyakorlati elvéből kell kiindulnia. Ha figyelembe vesszük, milyen markáns módon különbözteti meg Sidgwick az erkölcs és a politika szféráját, úgy tűnik, ez az elv, mondhatni *a priori* okokból, nem erkölcsi elv. Másrészt viszont mind a jólét mind a boldogság, ha politikai szemszögből értelmezzük is, normatív fogalmak, sőt implicite morális fogalmak is. Mondjuk ennek megfelelően azt, hogy az általános jólét vagy az általános boldogság morális jelentőséggel bíró társadalmi és politikai értékek. Előmozdításuk ezért erkölcsi kíváncsalom a magánszemélyek szempontjából, ha nem is minősülnek olyan erkölcsi követelményeknek, mint például az alapvető morális szabályok betartása.

Érdemes még megjegyezni azt is, hogy elképzelhetetlen az általános jólét vagy boldogság maximalizálása elvének hathatós érvényesítése azoknak a gyakorlati területeknek alapos ismerete nélkül, amelyekre a kormányzati cselekvésnek nagy hatása van. Ezek a területek, feltehetjük, önmagukban is nagyon komoly tudást, tradícióismeretet és tapasztalatot igénylő területek. Így a hasznosság-elv többnyire csak vezérlő elvként szolgálhat a kormányzat számára, amikor ezeken a sajátos terepeken cselekszik. Az ilyen komplex és sajátos területek közül az egyik legfontosabb a gazdasági rendszer, ahol a speciális gazdaságtudományi ismeretek és átfogó empirikus szaktudás jelentősen befolyásolják, mit is jelenthet egyáltalán a politikai utilitarianizmus alapelvének érvényesítése.

8. Az etika és a politikai gazdaságtan elveinek összevetése

Noha Sidgwick számos tanulmánya foglalkozott olyan kérdésekkel, amelyeknek egyszerre vannak etikai és politikai gazdaságtani vonatkozásai, csupán egyetlen helyen, a politikai gazdaságtani értekezésének utolsó fejezetében tárgyalta együtt a két problémakört. Azzal, hogy ebben a fejezetben felmérte, miképpen befolyásolja a közgazdasági gondolkodás a hétköznapi erkölcsi ítéleteinket, egyben áttekintést adott arról is, hol és miért kerülhetnek sűrűlódásba a normatív politikai gazdaságtan elvei és az erkölcsi elvek. Ahhoz azonban, hogy egy ilyen áttekintés szisztematikus és konkluzív lehessen, írja, a két elvrendszer módszeres összevetésére lenne szükség. Csak ezután tudnánk teljesebb választ adni arra a kérdésre, hogy összességében milyen etikai és más normatív megfontolásoknak kellene vezetniük egy elfogadható gazdasági rendszer szereplőit, a kormányzati gazdaságpolitikát is beleértve. Természetesen nem tudhatjuk, mire jutott volna ő maga egy ilyen összevetés elvégzésével. Így be kell érünk a témakörhöz tartozó egyes munkáinak elemzéséből adódó következtetésekkel.

Sidgwick szerint a normatív politikai gazdaságtani gondolkodás középpontjában egy jellegzetes érvelés helyezkedik el, amely azt igyekszik meghatározni, milyen feltételek mellett termel egy gazdaság maximális mennyiségű gazdasági jóságot és szolgáltatást. Ez az érvelés egyben körül is írja, milyen feltételeket kell teljesítenie egy gazdasági kormányzatnak ahhoz, hogy a gazdasági teljesítménye a lehető legnagyobb legyen. Azonban az érvelés mérvadó változatai nem csak arra mutatnak rá, milyen alapintézményekkel kell egy gazdaságnak rendelkeznie, hanem határozott kormányzati beavatkozást is előírnak a gazdaság adott területein. A gazdaságpolitikának ugyanakkor nem csak a gazdasági gyarapodással, hanem más gazdasági célokkal, köztük a javak viszonylag egyenletes elosztásával is törődnie kell. A különböző célok összehangolásához és a köztük jelentkező feszültségek feloldásához egyfajta politikai értelemben vett utilitáriánus szemléletre van szükség. Mindez azonban nem változtat azon, hogy a gazdasági berendezkedésnek alapvetően individualista szemléletűnek muszáj maradnia, mivel az önérdék intelligens követése instrumentális értelemben véve normatív követelménynek mutatkozik. Nem világos ugyanakkor, hogy az értelmes önérdékkövetés mikor ütközik általánosan elfogadott erkölcsi szabályokba. Egy másik szinten viszont a gazdasági kormányzat által követhető társadalmi és politikai céloknak rendre erkölcsi vonatkozásaik, erkölcsi jelentőségük is van.

Sidgwick felfogásában az erkölcs követelményei minden egyes magánszemélyre vonatkoznak, mindig és minden körülmények között. Ezeket azok a sajátos gyakorlati tevékenységek, amelyekben a magánszemélyek rendszeresen vagy esetről esetre részt vesznek, csak módosíthatják, de nem érvényteleníthetik. Mindez természetesen igaz a különböző gazdasági tevékenységekre is. A piacgazdasági rendszer egésze azonban aligha tartozhat ezek közé a sajátos gyakorlati területek közé, így ha a rendszert szabályozó normatív elvek, a normatív politikai gazdaságtan alapelvei érdemi összeütközésbe kerülnek a mindennapok során elfogadott morális elvekkel és más követelményekkel, nem világos melyiknek kell elsőbbséget adnunk.

Amikor a kétfajta követelmény feszültségben van egymással, a következő megfontolás segítségével kísérrelhetjük meg kiegyenlíteni, esetleg összhangba hozni őket. Nem csak az általában elfogadott, és mindenkire vonatkozó erkölcsi követelmények, hanem bizonyos értelemben és bizonyos mértékig a politikai gazdaságtan normatív elvei maguk is erkölcsi követelmények, hiszen morális jelentőséggel bíró társadalmi és politikai célok érvényesítésének következményeinek tarthatjuk őket. A legfontosabb megfontolás az, hogy az általános gazdasági prosperitás lehetővé teszi minél több ember számára az erkölcsi értelemben értékes életet. A politikai gazdaságtan által előírt követelményeknek való megfelelés, ennek megfelelően, egyfajta politikai kötelesség. Nincs azonban olyan kézenfekvő és jól alkalmazható módszer, amely a kétfajta erkölcsi szempontrendszer konfliktusa esetén döntőbíróként szolgálhatna. Hiszen például a magánszemélyekre vonatkozó utilitáriánus elv tartalma, érvényességi köre és a többi morális elvvel való kapcsolata jelentős mértékben különbözik a politikai utilitarianizmus tartalmától, érvényességi körétől és más normatív elvekhez való viszonyától.

Mindebből azonban az is következik, hogy a hétköznapi morális elvek és a politikai gazdaságtan elvei közötti konfliktus esetén pontosan morális alapú cselekvésre lehet szükség. Ez ölthet akár politikai formát is, hiszen a gazdaságpolitikát és a gazdasági intézményeket a kormányzat formálja, és a magánszemélyeknek, mint állampolgároknak lehetőségük lehet arra, hogy befolyásolják, milyen gazdasági döntéseket hoz a kormányzat. Aztán, az állampolgár hathatósan tiltakozhat az ellen például, hogy hatékonysági vagy más gazdasági prosperitást érintő okokból a kormányzat védelemben részesít egy magának kétes módszerekkel monopolista helyzetet kiharcoló nagyvállalatot.

[SIDGWICK (1883, 2011) 338–345.]¹⁴ De a morális alapú cselekvés a társadalmi értelemben vett kollektív cselekvés formáját is magára öltheti [SIDGWICK (1891, 2011) 572–599.], mint amikor segélyezést szervez egy bajba jutott iparág, lépésről lépésre elbocsátott, különböző okokból magának új munkahelyet nehezen találó dolgozói számára. Az is előfordulhat, hogy a morális alapú cselekvéshez gazdasági alapú konfliktust kell vállalni. [SIDGWICK (1879)] Az összes ilyen esetben azonban az érvényesítendő morális megfontolásoknak valóban megalapozottnak kell lenniük, ami, szinte mindig az erkölcsi gondolkodásban, olykor elméletekben való jártasságot követel meg, és minden esetben valódi, komoly erkölcsi alapállást. A másik feltétel a normatív politikai gazdaságtan elveinek és módszereinek alapos ismerete. Mint látjuk, csakúgy, mint etikai gondolkodásában általában, Sidgwick itt is szigorú elveket vall.

Talán kimondhatjuk, hogy Sidgwick óta nem akadt hasonló formátumú filozófus, aki az etikáról, a politikai gazdaságtanról és a politikáról is átfogó értekezést írt volna. Ez már önmagában is indokoltta teheti, hogy az erkölcs és a közgazdaságtan összefüggéseinek tanulmányozásakor munkái felé forduljunk. De érdekesebbnek tűnik a tekintélyére való apellálás helyett annak az ezen összefüggésekre vonatkozó megközelítésnek az érdemeire hivatkozni, amelynek felvázolására ebben a tanulmányban kísérletet tettem.

¹⁴ Sidgwick persze nem ismerhette a mai, modern nagyvállalatot. Ezek politikai szerepéről, politikai filozófiai szemszögből ld. McMAHON (2012).

Hivatkozások

- Kenneth ARROW: *The Limits of Organization*. Norton, 1974.
- Christopher MCMAHON: *Public Capitalism*. University of Pennsylvania Press, 2012.
- Michael POLANYI: *Personal Knowledge*. University of Chicago Press, 1953.
- John RAWLS: *Collected Papers*. Harvard University Press, 1999.
- John RAWLS: Two Concepts of Rules. (1955) In: RAWLS (1999) i. m. 20–46.
- John RAWLS: Foreword. In: SIDGWICK (1981) i. m. v–vi.
- Ariel RUBINSTEIN: A Sceptic's Comment on the Study of Economics. *Economic Journal*, Vol. 116., Iss. 510. (2006) C1–C9.
- Thomas SCHELLING: Economics and Criminal Enterprise. (1967) In: SCHELLING (1984) i. m. 158–178.
- Thomas SCHELLING: What is the Business of Organized Crime? (1971) In: SCHELLING (1984) i. m. 179–194.
- Thomas SCHELLING: *Choice and Consequence*. Harvard University Press, 1984.
- Thomas SCHELLING: Game Theory: A Practitioner's Approach. *Economics and Philosophy*, Vol. 26., 2010.27–46.
- Jerome SCHNEEWIND: *Sidgwick's Ethics and Victorian Moral Philosophy*. Clarendon Press, 1977.
- Henry SIDGWICK: Utilitarianism. (1873) In: SIDGWICK (2002) i. m. 3–9.
- Henry SIDGWICK: *The Methods of Ethics*. Hackett, (1874) 1981.
- Henry SIDGWICK: The Wages Fund Theory. *Fortnightly Review*, Vol. 26. (1879) 401–413.
- Henry SIDGWICK: *The Principles of Political Economy*. Cambridge University Press, (1883) 2011.
- Henry SIDGWICK: The Morality of Strife. (1890) In: SIDGWICK (1998) i. m. 47–62.
- Henry SIDGWICK: *The Elements of Politics*. Cambridge University Press, (1891) 2011.
- Henry SIDGWICK: The Distinction between 'Is' and 'Ought'. (1892) In: SIDGWICK (2002) i. m. 59–62.
- Henry SIDGWICK: Theory and Practice. *Mind*, Vol. 4. (1895) 370–375.
- Henry SIDGWICK: Public Morality. (1897) In: SIDGWICK (1998) i. m. 31–46.
- Henry SIDGWICK: *Practical Ethics*. Oxford University Press, (1898) 1998.
- Henry SIDGWICK: The Relation of Ethics to Sociology. (1899) In: SIDGWICK (1904) i. m. 249–269.

Henry SIDGWICK: An Auto-Historical Fragment. (1901) In: SIDGWICK (1981) i. m. xvii–xxiii.

Henry SIDGWICK: *Philosophy, Its Scope and Relations*. MacMillan, 1902.

Henry SIDGWICK: *Miscellaneous Essays and Addresses*. MacMillan, 1904.

Henry SIDGWICK: *Essayson Ethics and Method*. Clarendon Press, 2002.

II.

AZ ETIKUS MENEDZSMENT MEGVALÓSÍTÁSÁNAK GYAKORLATI KIHÍVÁSAI

CATHOLIC SOCIAL THOUGHT AND CORPORATE GOVERNANCE OF THE MULTINATIONAL CORPORATION: AN INTEGRATIVE LITERATURE REVIEW TOWARDS A STATE-OF-THE-ART CONCEPTUALIZATION

Huub RUEL*

1. Introduction

Catholic Social Teaching and the multinational corporation do not sound like the most obvious combination for many people. Questions soon arise: do they have something in common and what do they have in common? Even for scholars in Catholic theology, the combination of Catholic Social Teaching and the multinational corporation does not come to mind as self-evident, although many of them may connect Catholic Social Teaching with social and economic issues. This observation calls for action from scholars in theology to explore how Catholic Social Teaching can inform the multinational corporation (MNC). This chapter aims to provide a synthesizing conceptual model that shows how Catholic Social Teaching connects to the MNC.

The first time Catholic Social Teaching (CST) touched upon the multinational corporation (MNC) or synonyms was in Leo XIII's *Rerum Novarum*, where CST was first referred to. In the series of Papal Encyclical Letters starting from *Rerum Novarum* in 1891 and continuing in Pastoral Letters and other official Church publications, issues were addressed of an explicitly socio-economic nature. Although it did not use the term as such, CST was calling upon employers. Nowadays, this also means employers of internationally operating businesses. At first, there were few of them, but for instance in the textile industry, the

* Dr. Huub Ruel, PhD – Senior visiting fellow at the Centre for Diplomacy at the Mathias Corvinus Collegium. He is as well affiliated with the University of Twente (The Netherlands) and Tilburg University, The Tilburg School of Catholic Theology (The Netherlands). Email: messaging-digest-noreply@linkedin.com.

cotton came from overseas and was further processed in factories in Europe or America. And we should not forget that the British West Indies Company or the Dutch East Indies Company of the 17th century can be considered the first multinational corporations.

At this point in the chapter, the term Catholic Social Teaching refers to the intellectual scholarly theological debate on the social doctrine of the Catholic Church. This debate stretches over a time period of at least 125 years, if the publication of the papal encyclical letter *Rerum Novarum* in 1891 is taken as a starting point. The Catholic Church's understanding is that Catholic Social Teaching develops from the 'confrontation' of the teachings of the Gospel with social problems [CONGREGATION FOR THE DOCTRINE OF THE FAITH (1986) 72]. Catholic Social Teaching aims "to stimulate greater insight into authentic requirements of justice as well as greater readiness to act accordingly" [BENEDICT XVI (2005) p. 28], and it consists of a collection of writings that aim for the realization of social justice [SISON et al. (2016)].

The multinational corporation (MNC) is defined as a group of geographically dispersed and goal-disparate organizations that include its headquarters and the different national subsidiaries [GOSHAL–BARTLETT (1990)].

Corporate governance is defined as a normative framework for firms outlining how to operate and how to behave in terms of performance and the treatment of shareholders and stakeholders within the space offered by and requirements of institutional sources such as for example national rules, regulations, legislation and societal expectations [CLEASSENS–YURTOGLY (2012)]. It can also be considered a system that involves all the mechanisms that prescribe the room for maneuver of a business's management, in particular the CEO, and therefore impacts strategic decisions [WIRTZ (2019)]. It involves organizational mechanisms such as the supervisory board, the board of directors, and shareholders' meetings; formal legal mechanisms such as corporate law, company constitutions, and contracts; and informal mechanisms such as the corporate and management culture [WIRTZ (2019)].

The remainder of this chapter is structured as follows: the next subsection explains the justification of this literature review and the review methodology procedure. Then a generic overview of the literature will be presented. In section 2, I will present the in-depth literature review in two parts. First, the more generic work will be presented, followed by the more advanced literature. Section 3 will then be the place to integrate the literature and connect it into a state-of-the-art conceptual overview.

1.1. The literature review methodology

Why conduct a literature review on CST and the MNC? A literature review on the link between Catholic Social Teaching and MNCs is needed since one conducted using a systematic methodology does not yet exist. In addition, since CST has been addressing the phenomenon of the firm, and especially the international firm in a number of cases, it serves the academic as well as the empirical world to analyze systematically the status of the scholarly debate on this matter. From this point on, I will aim to arrive at a conceptual framework connecting Catholic Social Teaching with corporate governance. Inputs, insights, and conceptualizations of this connection can be found dispersed across different fields in parts and pieces (Catholic theology, Christian theology, business ethics, religion & management, social economics, and law), which do not always use the term corporate governance directly and explicitly.

As stated earlier, my central research question is, *how can Catholic Social Teaching inform corporate governance?* This question is then divided into two components: *how does CST inform corporate governance?* and *what is the influence of a corporate governance system that is shaped in line with Catholic Social Thought on the performance of multinational corporations and their interactions with the external business environment?*

The literature on conducting literature reviews is substantial, as are the types of reviews and methodologies [e.g. GRANT– BOOTH (2009)]. It is more useful to identify three main types of reviews: the systematic literature review, the semi-systematic review, and the integrative review [SNYDER (2019)]. In this chapter I adopt an integrative approach to my literature review: the purpose is to identify the available literature on the relationship between Catholic Social Teaching and MNCs, to critically assess it, and ultimately to synthesize it in order to arrive at a framework. I do approach it in a transparent way, following a systematic but not necessarily exhaustive approach. The end result should provide a *representative* overview that delivers a framework that is state-of-the-art.

This review used the following combinations of search terms: *Multinational corporation catholic social teaching; multinational corporation common good; business ethics Catholic social thought; international business Christian values; globalization Catholic social thought; business ethics Catholic social thought; corporate governance Catholicism; entrepreneurship Catholic social teaching, corporate law Catholic.*

The search engine used was Google Scholar and the search was carried out in July 2021. A total of 211 ‘raw’ results was collected. They included research

journal articles, book chapters from edited research-based books, research working papers or doctoral theses from universities or research institutes, and conference papers. Single-authored books published by ‘regular’ publishers were not included since in most cases these are practice-oriented without clear conceptualizations and non-referenced based (table 2 provides an overview of the ‘raw’ results per set of key words).

Key words	‘raw’ results
Multinational corporation catholic social teaching	68
Multinational corporation common good	6
Business ethics Catholic social thought	39
International business Christian values	2
Corporate governance Catholicism	20)
Corporate social responsibility Catholic	3
Entrepreneurship Catholic social teaching	45
Corporate law Catholic	30
Total	211

Table 2: Overview of the ‘raw’ results per set of key words

I followed the steps described by [MOHER et al. (2009)]. The next step that I took was to make a selection of the first set of results, for the ones to include in the final set for the review. First, I read all the paper titles and abstracts, and only those that contained the word Catholic (or synonyms) and multinational corporation (or synonyms such as business, firm or enterprise) were selected. This resulted in a set of 184 publications.

To get to the state-of-the-art of the literature on Catholic Social Teaching (CST) and the multinational corporation (MNC), and in particular on corporate governance of MNCs, I selected publications from 2011 until today (2021) and divided them into three groups: journal articles (58), book chapters (6), and other types of publications (10) such as working papers, unpublished doctoral theses, and conference papers. I chose to focus on the literature of the past decade for two reasons: Catholic Social Teaching is dynamic, and it evolves in interaction with societal dynamics. Insights older than 10 years may not reflect corporate governance issues with the sense of today. Secondly, Caritas in Veritate, Pope Benedict XVI’s third and final encyclical, was published in 2009. This encyclical followed after the 2007-2008 global financial crisis. I consider this crisis a socio-economic earthquake that brought to light so many corporate governance challenges. Publications on Catholic Social Teaching and corporate governance of multinationals before that crisis and before this encyclical lost a

certain relevance. In academic logic, to quite an extent I assume that work done in the past that has been shown to be relevant and good will be referred to by scholars today and in the future. A literature review that covers the period of one decade in this regard works as some sort of a filter.

1.2. A first general glimpse of the literature

There is a relatively substantial literature on Catholic Social Teaching and economics as well as on Catholic Social Teaching and business, although business in the broadest sense. The literature that combines Catholic Social Teaching with the multinational corporation, or corporate governance in particular, is far more limited.

The majority of publications in the final selection is conceptual in nature, and most of them aim to connect or apply Catholic Social Teaching to the economy or the economic system. A substantial set of papers connects Catholic Social Teaching with business ethics, entrepreneurship, and corporate social responsibility (CSR). The number of empirical papers is a tiny minority among the ‘raw’ set of final publications.

When I look at the selection of journal articles published in the time period 2010 – present, the following journals emerge as major outlets: *Journal of Business Ethics*, *Journal of Catholic Social Thought*, *Journal of Market & Morality*, *Journal of Religion and Business Ethics*, *Business Ethics Quarterly* and *Religions*. Other minor outlets are *Humanistic Management Journal*, *Logos*, *Management International Review*, *Journal of Catholic Legal Studies*, *Corporate Governance*, *European Journal of the History of Economic Theory*, *Journal of Entrepreneurship*, *Journal of Management Development*, *Journal of Management History*, *Journal of Asia-Pacific Financial Studies*, *International Journal of Social Economics*, *Journal of Risk and Financial Management (MPDI)*, *Journal of Catholic Legal Studies*, *American Catholic Philosophical Quarterly* and *Business & Society*.

The authors who appear most often in this time period are Domenéc Mele, Micheal Naughton, Edward J. O’Boyle, Stefano Solari, Gian Demetrio Marangoni, Jose Luis Retolaza, Ricardo Aguado, Leire Alcaniz, Alejo Jose G. Sison, Ignacio Ferrero, and Gregorio Guitian.

I conducted a second assessment round and selected only those that clearly focused on CST (including synonyms or one or more key principles of CST such as the common good or human dignity) and the MNC (or a synonym or similar

term such as corporation, firm, business, enterprise, and entrepreneurship). This resulted in the final set of what I labelled as core publications, consisting of 48 publications, including 8 book chapters, in exactly the time period of 10 years, 2011–2021.

These 48 publications are the focus of the integrative literature review that I am aiming for and should result in a conceptual model, including a proposed operationalization of CST for corporate governance of multinational corporations (MNCs).

2. A review of the literature 2011–2021

The academic literature on Catholic Social Teaching (CST) applied to multinational corporations (MNC) (or similar concepts such as international business, business, corporation, enterprise, or entrepreneurship) of the past decade (2011– current) is rather limited as explained in the introduction of this chapter. I identified only about 48 research articles, academic book chapters, or conference, working, or whitepapers. Although my overall aim was to present at least a representative overview that includes the most well-developed, most elaborated, and advanced theoretical or conceptual work on CST and the MNC, my review can be considered to be rather exhaustive as well due to the procedure I followed.

It is interesting that the multinational corporation, international business, or transnational corporation has hardly been addressed explicitly in connection with Catholic Social Teaching over the past decade. Only [CZAMECKI (2019)] examined the transnational corporation in their article entitled ‘Pope John Paul II’s concept of the indirect employer as exemplified by transnational corporations’, published in the Polish journal *Studies on Labour Law and Social Policy*. As the title of this article may suggest, it was indeed the contributions of [POPE JOHN PAUL II (1978–2005)] to CST that addressed the multinational corporation. For example, [SCAPERLANDA (1998)] discussed Pope John Paul II’s vision of the role of multinational enterprise expansion. Three of the late pope’s encyclicals presented principles that can be of use for multinational corporations and the supervision of their expansion. [*Laborem Exercens* (1981), *Sollicitudo Rei Sociales* (1987)], and [*Centesimus Annus* (1991)] addressed the issue of the ever-growing power and influence of multinational corporations and aimed to provide answers to the question of how to ensure that this phenomenon would promote cooperation and solidarity. The main message that these encyclicals conveyed

is that expansion of multinational corporations can lead to improvements in living standards around the world. In this sense, these encyclicals favor this expansion. However, new international institutional arrangements are needed to prevent conflict and promote cooperation and solidarity. Supervision of MNC expansion is needed. The rights and welfare of citizens and workers of MNCs' host countries should be protected, and citizens and workers should share in the profits associated with MNC expansion [SCAPERLANDA (1998)]. The three encyclicals of John Paul II do not explicitly address the operation of MNCs; rather, they address how the international community and governments of a multinational corporation's host countries should deal with the expansion and growing power of multinational corporations. They also reflect responses to and suggestions for developments of their time (1981–1991). Catholic Social Teaching is dynamic, it evolves via papal encyclicals and other official Catholic Church documents that address social issues. And since these social issues evolve and change in nature or emergence, the views of the Catholic Church evolve in interaction with society. This is the most likely explanation for the fact that in the time period 2011–2015 *Caritas in Veritate* [BENEDICT XVI (2009)] is the most mentioned, analyzed, and discussed Papal Encyclical Letter in relation to business. This letter was published in 2009 and was the latest official contribution to Catholic Social Teaching until 2015. [POPE FRANCIS' *Laudato Si* (2015)] and his latest encyclical [*Fratelli Tutti* (2020)] have been the focus of scholarly work in theology and the humanities and social sciences. However, both are rather recent, and neither addresses the phenomenon of businesses as its core. *Caritas in Veritate* did.

2.1. A review of the generic literature 2011–2021

Reviewing the more generic literature of the past decade, that is the literature that connects Catholic Social Teaching and the multinational corporation in a rather general way, of the past decade augments our picture as follows. Most of the literature discusses one or more core principles of Catholic Social Teaching in relation to business in general, to business ethics, to aspects of business, such as corporate social responsibility. The main challenge that all authors aim to solve is how to connect Catholic Social Teaching to business practice. For example, [ARGANDONA (2015)] laid out what it means to be a Christian manager and what it is that makes the Christian manager different. He put forward that the Christian entrepreneur is in a privileged place, his business, and it is

God who gave him the task of creation and redemption. The business is the key institution for the material, human, and spiritual advancement of people [ARGANDONA (2015)]; [GUITAN (2015)] introduced the concept of service as the bridging concept between CST-based ethics and business practice. He argued that the central message of CST can be captured with the word service, or with the verb to serve. This can be applied to business as well, as the main purpose of business is to serve. [FLANAGAN (2013)] applied Catholic Social Teaching to agriculture and competition in the agrifood business. As he stressed, access to food is a serious moral issue from a CST perspective. *“Agriculture itself has always been at the forefront of the Christian message. Throughout the Judeo-Christian scriptures, there are rich references to agriculture. In Christian scriptures alone, Jesus uses the farmer, the land, and the seed and other earthy images in parables to teach lessons of steady work, attentiveness, and responsibility”* [FLANAGAN (2013) 149]. Flanagan went through the social encyclicals and analyzed them for content that applies or refers to agriculture and the agrifood business sector. He referred to a framework, a set of questions basically, that agrifood businesses can use to assess themselves. The core of these questions is whether agrifood businesses do genuinely contribute to providing access to affordable and reliable food for all and to what extent they help to overcome poverty and hunger.

[MELE (2015)] discussed the issue of human rights in light of Catholic Social Teaching and then explained the consequences for business ethics. His core conclusion was that business should focus on the worker rather than on work, on respect for the whole person (which includes respect for diversity), on integral human development. Similar work with similar interpretations comes from [FINN (2012)] and [SISON–FERRERO–GUITIAN (2016)]; [SANDELANDS (2015)] basically did the same, but then discussed core principles of Catholic Social Teaching and its implications for business. He proposed a person-centered ethics for business that corrects and expands the shareholder-centered ethics that dominates business thinking. Sandelands’ Catholic Social Teaching’s core principles-inspired, person-centered ethics involves business activity taking place within the limits of moral order, in particular God’s plan for humankind. Business need not deny the human vocation and the development of the person in and through work, business activity should benefit the common good and in particular that of the weakest members of society. Workers are not objects but autonomous, independent-minded persons and should be treated accordingly, worker’s participation in decision-making concerning economic and social conditions. Businesses should produce goods that are genuinely

good. Considering competition as prey should be avoided, rather they should be considered as loyal players from whom businesses can learn and with whom they can cooperate. And every business activity should be based on the core values of truth, freedom, justice, and love [SANDELANDS (2015)]. This closely follows the line of thought of [SISON–FONTRONDA (2011)], who interpreted Caritas in Veritate and concluded that the purpose of business is to serve the intrinsic (employees) and extrinsic (society) common good. [PUEN (2019)] executed a similar exercise by analyzing the anthropology of the human person in Catholic Social Teaching, which is that the human person is a social being, who needs a social context to develop and become more human. This then implies that business ethics should be based on this same anthropology and follow the consequences from this.

A number of publications connected Catholic Social Teaching with finance and free market economics [CLARK–ZALEWSKI (2015); COATE–MITSCHOW (2013); MARTINS (2019)] and concluded that CST is not against free market economics, but that people working in finance or business people need moral exemplars. CST can offer such a moral exemplar. Then there is a clear set of publications that connects Catholic Social Teaching with corporate social responsibility, sustainability, or responsible management [KATONA (2016); DALLEY (2018); CREMERS (2016); MELE (2021); REBMAN (2020); ROUSSEAU (2017)]. All of them are conceptual except for [REBMAN (2020)], who surveyed how businesses report about corporate responsibility. He concluded that this type of reporting has become important and has the potential to develop further in a way that is in line with how Catholic Social Teaching views business purpose and business performance. The discussion on Catholic Social Teaching and corporate social responsibility can be considered a continuation of the rather seminal work of [ALFORD (2006)] and [ALFORD et al. (2006)]. This discussion has been extended to compare Catholic Social Thought to Stakeholder theory, which has gained ground over the past decades as an alternative to the shareholder-focused view in the business and management literature. [RETOZALA et al. (2019)] looked at Stakeholder Theory through the lens of Catholic Social Teaching and concluded that it does have a number of shortcomings compared to CST (for example, how to solve stakeholder interest conflicts? And it is based on a different anthropology of the human being). But the authors concluded that despite the differences, Catholic Social Teaching can find a ‘tool’ in Stakeholder theory to apply its core principles to the management of business. Stakeholder theory is widely accepted while Catholic Social Teaching may find hostile responses, especially among those who do not wish to have anything to do with religion

or Catholicism. Interestingly enough, [RETOLAZA et al. (2019)] published their work a few years later than [DISCROLL–WIEBE–DYCK (2012)], but the latter is a more elaborate piece of work on the same issue: how does Catholic Social Teaching compare to Stakeholder Theory? Discroll et al. built on Alford's work, in which she makes the case that nature should also be considered a stakeholder. Business and management should move away from extreme anthropocentrism as well as from an organization-centric worldview. Business should aim to balance stakeholder rights, acknowledge the duty to serve the common good as well as humanity's mutually dependent relationship with the natural environment. This dignifies ecology and humanity [DISCROLL et al. 2012]).

Finally, especially inspired by Pope Benedict XVI's encyclical *Caritas in Veritate*, Catholic Social Teaching was connected with the concept of social entrepreneurship [e.g. SIMHA–CAREY (2012); ZADROGA (2017); McVEA–NAUGHTON (2021)]. This concept emerged in the entrepreneurship literature with the aim to combine social (impact) purposes of business with financial purposes. According to a substantial number of authors, social entrepreneurship goes along with or overlaps the principles of Catholic Social Teaching.

2.2. A review of the nuanced theoretical and conceptual literature 2011–2021

In this section, I will present and discuss the more nuanced theoretical and conceptual contributions of the past decade. This is the best way of getting to a state-of-the-art overview since I assume that literature from before 2011 that was considered to be of value will be adopted by, referred to, and included in the work of the past decade.

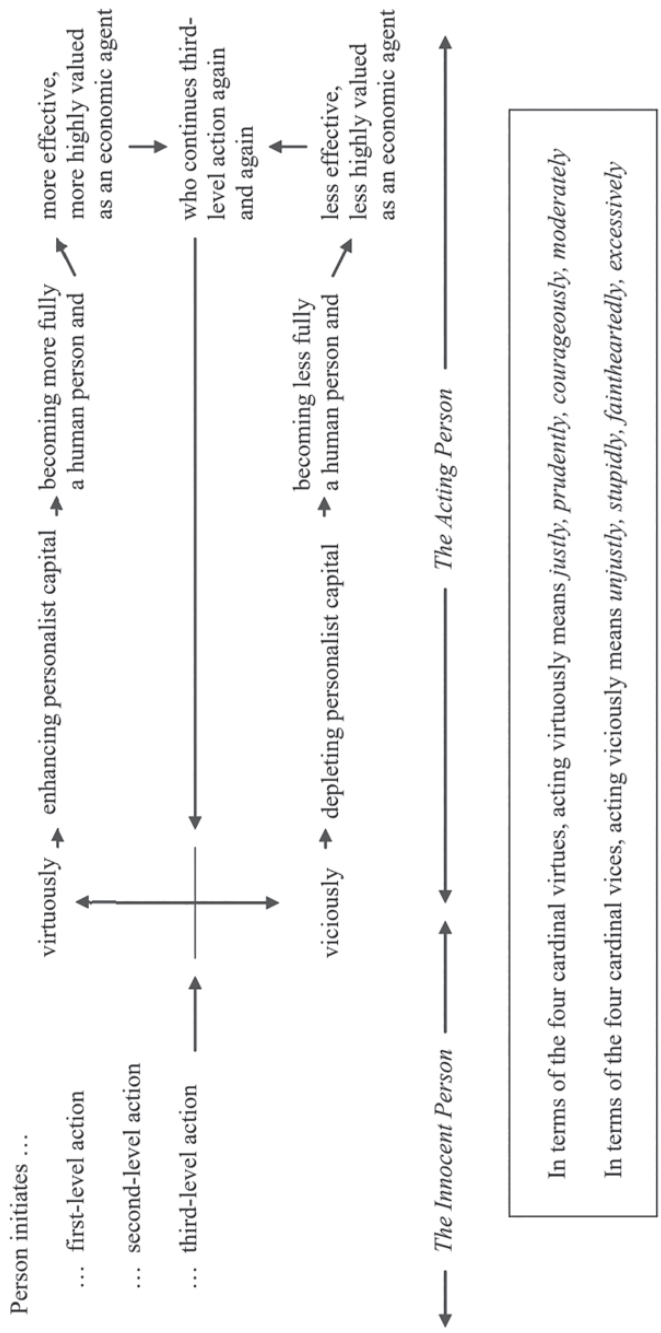
Looking at this literature, it appears that new types of organizational forms or concrete principles for organizational forms and governance based on Catholic Social Teaching have been proposed by [ADAUI–MION (2016); BAZELA et al. (2015); COSTA–RAMUS (2012); DEMUIJNCK et al. (2015); FERNANDEZ–DIAZ DE LA CRUZ (2019); GOMEZ-BEZARES–GOMEZ-BEZARES (2021); MOORE et al. (2014); NAUGHTON (2015); O'BOYLE et al. (2011); PONTIFICAL COUNCIL FOR JUSTICE AND PEACE (2014); URICK et al. (2017); and VACCARO–SISON (2011)]. Based on these works, I will 'construct' the initial foundation of a CST-informed conceptualization of corporate governance of multinational corporations. I will discuss them in chronological order starting with the work of [O'BOYLE (2011)]. In this way a constructive review may emerge.

[O'BOYLE et al. (2011)] put forward that *Homo economicus* and individualism are not appropriate aids in today's economy and society to understand human nature and economic affairs. In the world of electronic communication, humans are individual beings acting on their own as well as social beings acting collaboratively. [O'BOYLE et al. (2011)] turned to personalist economics, which is built upon the concept of the *acting person* instead of *Homo economicus*, to identify the eight characteristics of the good company. These represent what Catholic Social Teaching and personalist economics assume is necessary for a for-profit organization to turn into a good company. The good company has the following characteristics according to [O'BOYLE et al. (2011)]:

1. subsidiarity and decision-making in economic affairs;
2. justice and ill-gotten gain;
3. the duty of the firm in selling to the poor;
4. leisure;
5. workers' rights, private property, and work as such;
6. labor's priority over capital;
7. personalist capital; and
8. sustainable development.

The good company makes a profit in order to survive, but it is a means to an end. [O'BOYLE et al.'s (2011)] reading of the tradition of Catholic Social Teaching is that human beings are persons with a sacred dignity; they should not be reduced to a means to make a profit. Employees, suppliers, customers can all contribute to a company's success and depend on it at the same time. The eight characteristics of the good company proposed by [O'BOYLE et al. (2011)] can be used by companies to assess themselves. These eight characteristics are detailed further in their publication. The good company should be able to compete successfully with a profit-only driven one. Catholic Social Teaching and personalist economics assume that in the good company, participating persons act virtuously, which enhances the personalist capital of the company. Persons become more fully human. This in turn enables them to be more effective and more highly valued as an economic agent [O'BOYLE et al. (2011) 72], as visualized in figure 1.

Figure 1: Personalist economics and personal capital: acting virtuously vs. acting viciously [source: O'BOYLE et al. (2011) 72.]



Notes: **First-level** action is associated with physical freedom and leads naturally to a specific outcome, provided that there is no physical constraint in place; **Second-level** action is associated with freedom to do as one pleases and achieves a specific end, provided that the end is desired and the means are sufficient; **Third-level** action is associated with self-determination in which the principal effect (good or evil) is upon the person participating in the action

The work of [O'BOYLE et al. (2011)] introduces a coherent line of reasoning on a company, a simple theory for that matter, and on how a company can become a 'good' (virtuous?) company. The eight characteristics of such a company are derived from the core principles of Catholic Social Teaching.

Vaccaro–Sison (2011) addressed the issue of the importance of transparency in business, an issue put on the table in Catholic Social Teaching by Pope Benedict XVI in his encyclical *Caritas in Veritate*. The four core principles, human dignity, common good, solidarity, and subsidiarity, are then applied to corporate transparency and result in a number of normative indications. First of all, and as a general rule, companies have the moral duty to disclose information to people who have the right to it, such as stakeholders. Building further on this, the principle of the common good implies that society has the right to know whether a business's activities support the common good instead of the interests of a particular restricted group, for example top management and shareholders. The solidarity principle invites businesses to share information in a way that help the needy and the disadvantaged and to reduce social inequalities, within and outside of the business. The work of [VACCARO–SISON (2011)] is the only one of its sort in the time period 2011-2021 to interpret the transparency issue explicitly in light of Catholic Social Teaching, making it a very relevant piece of work given the societal development of the past decade.

Much of the literature addresses the purpose of business in light of Catholic Social Teaching. [COSTA–RAMUS (2012)] and [BAZELA et al. (2015)] drew a similar conclusion when it comes to the distinction between for-profit and not-for-profit organizations, namely that this distinction can be narrowed or overcome. [COSTA–RAMUS (2012)] referred back to the theory of *Economia Aziendale* (EA), an Italian management theory developed by the Italian economist Zappa in the 1920s. They reinterpreted this theory through a Catholic Social Teaching lens, especially inspired by *Caritas in Veritate* (CV), Pope Benedict XVI's encyclical letter from 2009. As with [ADUAI–MION (2016)] and [BAZELA et al. (2015)], Costa & Ramus considered CV as a progressive step in Catholic Social Teaching regarding the role of business in society. The aim of business lies beyond profit maximization; the economy is a human activity that cannot be separated from society, it needs to be structured and governed ethically [COSTA–RAMUS (2012), paraphrasing CV, (2009) 35].

The theory of EA, [COSTA–RAMUS (2012)] concluded, is fully consistent with Catholic Social Teaching: both are founded on the ontology that a business is a community of persons who aim to serve the common good of society and contribute to human flourishing. At the heart of the theory of *Economia*

Aziendale is the *azienda*, a concept for an economic organization. An *azienda* is “an economic institution intended to last for an indefinite length of time and which, with the aim of meeting human needs, manages the production, procurement or consumption of resources in continuous coordination” [ZAPPA (1956) 37.; cited in COSTA–RAMUS (2012) 108]. The theory of EA covers all types of economic organization, for-profit as well as not-for-profit, that serve the common good of the members of *aziendas* as well as the common good of society. Profit is instrumental to this end.



Figure 2: The multiple purposes of the *azienda* [COSTA–RAMUS (2012) 110.]

[COSTA–RAMUS (2012)] explained that an *azienda* should be considered as a dynamic organization that keeps on changing in response to the dynamics in the organization’s external environment. It furthermore organizes its production process and its consumption in balance with the socio-economic environment. An *azienda* is meant to be durable, not short-term oriented but long-term oriented. Decision-makers in an *azienda* should therefore resist short-term profit options, and favor the long-term profit options in view of the economic long-term sustainability. An *azienda* as an economic organization aims to maximize the benefits of resources needed in the economic process by focusing on the economic and financial performance while respecting the working conditions. The latter should not be compromised for economic and financial performance. This touches upon the overarching ‘raison d’être’ of the *azienda*, namely to serve the common good, the good of the participants, as well as the good of society [COSTA–RAMUS (2012)]. Building further on this, [COSTA–RAMUS (2012)] proposed a threefold understanding of the purpose of a business organization: the institutional purpose, the economic and sustainability purpose, and the ‘other purposes’. The first refers to the collective of interests for which an *azienda* was established, the second refers to the wealth creation ability of an *azienda* to survive long-term, to be competitive, and to be economically and financially stable over time. The ‘other purposes’ are not meant as a residual set but refer to the ability to offer dignified working conditions, to respond to customers’ needs, to offer genuine goods and services, to be fair to suppliers and competitors, and to avoid harmful impacts on the environment and society

[COSTA–RAMUS (2012)]. This threefold set of purposes should be considered integrative, not separate (figure 2).

The reinterpretation by [COSTA–RAMUS (2012)] of the theory of *Economia Aziendale* as developed by the Italian economist [ZAPPA in the (1920s)], through the lens of Catholic Social Teaching, provided a coherent economic theory with a clear positioning of the business organization. The business organization's 'raison d'être' is to serve the common good of all members and that of society, distinguishing a threefold set of purposes as pictured in figure 1. However, the authors did not go further to outline corporate governance in more detail in the broadest meaning of the work of a business.

In 2014 the Pontifical Council for Justice and Peace (PCJP) of the Vatican published a document entitled *Vocation of the Business Leader*. This document was the outcome of a seminar and a conference organized in 2010 and 2011, respectively, and is meant to become a vade-mecum for business men and woman and a handbook for teachers and professors in schools and universities. The text speaks of the vocation of business men and women and addresses those in all types of organizations, public and private, small and large, national and international. The document offers a set of practical principles derived from the Catholic Social Teaching core principles of human dignity, common good, subsidiarity, and solidarity, which may be of help to business men and women in their work. The six practical principles (in brief) for the vocation of business leaders are: 1. Businesses contribute to the common good by producing goods that are truly good and services that truly serve. 2. Businesses maintain solidarity with the poor by being alert for opportunities to serve deprived and underserved populations and people in need. 3. Businesses make a contribution to the community by fostering the special dignity of human work. 4. Businesses that embrace subsidiarity provide opportunities for employees to exercise their gifts as they contribute to the mission of the organization. 5. Businesses model stewardship of the resources – whether capital, human, or environmental – under their control. 6. Businesses are just in the allocation of benefits to all stakeholders: employees, customers, investors, suppliers, and the community [PCJP (2014) 17].

The work published by the PCJP contains the most practically applicable insights for business and organizations in general shared under the authority of the Catholic Church. They are relevant for and do clearly touch upon the corporate governance of multinationals. It clearly helped to fill the 'empty space' between the general core principles of Catholic Social Teaching and business practice.

[MOORE et al. (2014)] aimed to fill that ‘empty space’ that Catholic Social Teaching (CST) leaves when it comes to the ‘inside’ of business organizations. Catholic Social Teaching has three foci within the official documents: core guiding principles, a foundational theological anthropology, and a teleological account of the purpose of economic life [MOORE et al. (2014)]. It is pre-dominantly a middle-range type of theory of Christian social ethics, according to [MOORE et al. (2014)], positioning itself between general principles and prescriptions for action and practice. In order to make CST more useful for the practice of business organizations and for designing governance systems, [MOORE et al. (2014)] turned to the work of Alasdair MacIntyre, a British-American philosopher. His theory of goods, virtues, practices, and institutions is used by [MOORE et al. (2014)] to compare and connect it to CST and propose five prerequisites for business organizations to serve the common good. The concept of the common good is made more concrete by MacIntyre than it is in CST. MacIntyre’s theory is a virtues-ethics-based theory drawing from Thomistic Aristotelian virtue ethics. Business organizations are moral spaces where virtues are exercised by members of those organizations (practitioners) to produce goods (which includes material as well as immaterial types of goods). Virtues help practitioners to learn skills, to build relationships with peers and colleagues, to learn, and to develop relationships between practices and institution (e.g. the business organization). Practices result in internal goods (those that inherent to what a practitioner (e.g. an engineer or an architect) does (e.g. a diagnosis in case of a medical doctor)) and external goods (something that the client wants). There is always the risk that internal goods become subordinate to external goods, that, for example, a

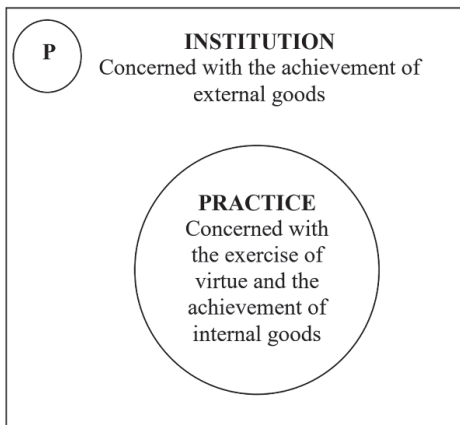


Figure 3: The practice – institution relationship in MacIntyre’s theory [MOORE et al. (2014) 7.]

diagnosis (internal good) is corrupted by the wish of a client to recover from a disease. The practitioner may ‘sell’ a treatment that actually will not help the client but serves their wish to recover. In summary, practices, or simply put a craft (profession) or skill, are exercised with the help of virtues and result in internal goods. Practices take place in institutions (organizations), whose focus is to produce external goods that serve society (figure 3).

Virtues help to order institutions, for example business organizations, to allow practitioners to do what they are trained and educated for, and to prevent practices becoming corrupted, i.e., selling bad quality products and services (external goods). The question then is, how can the governance systems of institutions such as business organizations be designed to nurture virtues ('crowded-in') rather than suppress them ('crowded-out')? [MOORE et al. (2014)] proposed five prerequisites: 1. Organizations have a good purpose; 2. Institutions' primary task is to nurture the particular core practice and sustain the pursuit of excellence within that practice; 3. Balance the pursuit of internal and external goods appropriately; 4. A sufficient number of virtuous agents; 5. A conducive environment (law, labor market, consumer market, capital). This is not only a 'given' thing but can be shaped to a certain extent by a business.

These five prerequisites were applied to the case of Lloyds' Bank, and [MOORE et al. (2014)] proposed even more detailed mechanisms within the realm of each prerequisite for a governance system of a business. MacIntyre's theory and CST do have much in common, as [MOORE et al. (2014)] concluded, but CST lacks precision when it comes to the 'inside' of organizations. This is where MacIntyre's virtues-ethics-based theory comes in. [MOORE et al. (2014)] did ask the question of whether CST actually wishes to become that detailed. In any case, the authors do provide perhaps the most well-founded and detailed example of a CST-informed corporate governance system.

[BAZELA et al. (2015)] use the Papal Encyclical Letter *Caritas in Veritate* as well the publication of the Pontifical Council for Justice and Peace entitled "The vocation of the business leader" as the fundament for introducing the concepts of *hybridity*, *hybrid value chain (HVC)*, and the *hybrid business*. A hybrid business is one that combines "*the commercial logic with the logic of gift – reciprocity, gratuity, solidarity. By doing so, hybridity may have a civilizing effect on the economy by widening the spectrum of goals business serves*" (Ibid. 20). Hybridity very much resonates with what *Caritas in Veritate* aims to introduce, a type of business that goes beyond the typical for-profit / not-for-profit divide. A hybrid business embraces its embeddedness in the local context and turns the social and environmental needs of that context into a business opportunity [BAZELA et al. (2015)]. Nine examples of businesses that adopted hybridity as their business model, all in a Latin-American context, are presented in the publication of:

"Hybrid businesses respond to this call in two ways: (1) they offer "tailor-made" goods which respond to the most important

needs of marginalized populations; and (2) they enable people to satisfy their needs by creating new jobs and stable streams of income. Hybridity is also a response to the need for a different type of business in times of great mistrust in conventional for-profit enterprise (CV, §21; §78)” [BAZELA et al. (2015) 19–20].

[BAZELA et al. (2015)] presented how Catholic Social Teaching (CST) can be incorporated in a feasible business model, and that CST, serving the common good and in particular the most needy, can go hand-in-hand with a market economy-based type of organization.

To my knowledge, there is only one publication that is empirical in all the advanced literature published in the period 2011–2021, and that is the work of [DEMUIJNCK et al. (2015)]. Without any theoretical or conceptual introduction, the authors presented three case studies that aimed to show how Catholic Humanism can be applied in business management. A medium-sized company with an owner with a solid Catholic background, a small business that was organized based on the principles of the Economy of Communion (which I will discuss later on in this section based on the work of [FERNANDEZ–DE LA CRUZ (2019)]), and an international retail company, established by a Catholic family, were presented and described in terms of the way these companies are run by their Catholic business leaders. Interestingly, the authors concluded that Catholic Humanism directly or indirectly influenced the culture in the businesses. And although the three cases are very different from each other, two important elements surfaced in all of them: there was a commitment to respect their employees and business partners as persons with a moral sense, and the idea that a business is a community and not just a group of people linked by contracts [DEMUIJNCK et al. (2015)]. The authors also observed that there is always a tension between principles and practice.

[DEMUIJNCK et al.’s (2015)] work is a highly interesting read, but does not follow any particular framework, conceptualization, or operationalization in describing their cases. They fully ‘relied’ on the business leaders’ or owners’ perceptions and interpretations of being a Catholic humanist and what that should mean for their actions in practice.

The issue of the purpose of business in light of Catholic Social Teaching is a major theme throughout the literature. [ADAUI–MION (2016)] analyzed the Papal Encyclical Letter *Caritas in Veritate* (CV) and concluded that Pope Benedict XVI “calls for enlarging managerial reason and the way in which organizations and their nature are understood” (p. 275). Furthermore, CV

stresses that institutional plurality is important for market and societal development [ADAUI–MION (2016)]. Adauí–Mion introduced the meta-profit proposition for organizations, one that aims to overcome the for-profit/non-profit dichotomy and to rethink the purpose of the organization. Meta-profit types of organizations pursue “multiple and interrelated goals that constitute their final purpose and emphasize the instrumental role of profit as a means toward ulterior ends” [ADAUI–MION (2016) 275]. Adauí–Mion’s contribution to a state-of-the-art CST-informed conceptual model of corporate governance of multinational corporations is the meta-profit proposition for organizations.

[NAUGHTON (2015)] analyzes the concept of business from an institutional perspective. Business as an institution whose significance grew during the past century and turned into the large corporations we know today cannot be considered in isolation. It is related to other institutions such as family, religion, and education [NAUGHTON (2015)]. Naughton also referred to Pope Benedict XVI’s *Caritas in Veritate* to explain the fundamental problem of the economic system, which is that ethics has come to be understood as something outside of the economy. However, as Pope Benedict XVI stresses, the economy does not work properly if ethics are excluded [NAUGHTON (2015)]. Naughton looked at the anthropological nature of business as a proposal to solve this problem. Businesses can be positioned on a continuum with an association of individuals on the one hand and a community of people on the other. A business as an association of individuals can function successfully for a while, since these individuals work together because their contracts and the ‘rules’ of the business tell them to do so. These individuals get their pay, and their performances are evaluated along the set criteria. However, this will not keep this type of association ‘moving’ in the long term, as [NAUGHTON (2015)] explained. Many business leaders have faced the challenge of turning

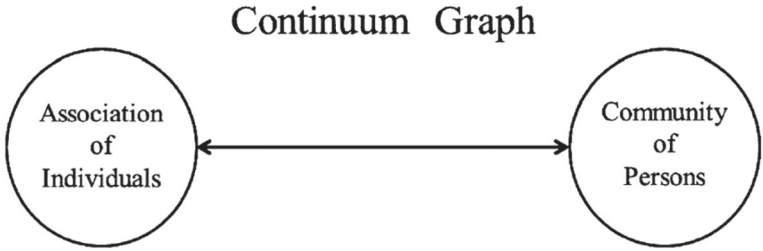


Figure 4: Business as a continuum from an association of individuals to a community of persons [NAUGHTON (2015) 186.]

a collective of individuals into a community in which individuals are and act as a common entity [NAUGHTON (2015) 185.]:

“Too many people come to regard businesses as mere exchanges having no capacity to unite them in any meaningful way beyond their individual interests nor, they come to understand, should they expect otherwise. These exchanges generate the unsettling sense of one being used and in return one using others at work. This results in the financialization of the firm, where its value is reduced to its price, and thus relationships with the firm’s various stakeholders, employees, customers, suppliers, are reduced to economic exchanges.”

Therefore, businesses should aim to transition from an association of individuals to a community of persons in line with Catholic Social Teaching [NAUGHTON (2015)]. In particular, Pope John Paul II in his encyclical letter *Centesimus Annus* of 1991 started defining business as a community of persons who are at the service of the whole society. In terms of Catholic Social Teaching, a business needs to serve the common good, which is meant to be an organization-intrinsic principle, and in this way serves the external common good. A business should therefore contribute to the integral development of persons as its primary focus [NAUGHTON (2015)].

When a business does its work well, it produces three goods: good goods, good work, and good wealth. Good goods truly serve society, good work enables employees to develop their talents and in this way serves society, and good wealth is sustainable wealth distributed justly [NAUGHTON (2015) 191]. A business contributes in a positive way to the social conditions that enable persons to develop when all three types of goods are present [NAUGHTON (2015)]. All three are of similar importance and, when present, are more likely to create a bond among all participants in a business.

The contribution of Naughton’s work is the institutional perspective on a business and explicitly explaining what it means for a business to be a community of persons as Catholic Social Teaching puts forward. Furthermore, Naughton’s proposal of the three types of goods and their interdependence for the sake of a business to serve the common good of the participants and, as a result, that of society provides a solid potential basis for a CST-informed model for corporate governance.

In 2015, Pope Francis published his second encyclical letter *Laudato Si* in which he addressed the ecological crisis explicitly and elaborately. [URICK et al. (2017)] built upon *Laudato Si* by introducing an integral approach to face this crisis and predominantly called upon governments and civil society leaders to take action. The letter does mention implications for businesses, but according to Urick et al., it does not provide concrete steps that business leaders might take ahead of government and societal decision-making. In their work, the authors turned to operational excellence, a particular, relatively new management approach, and connected the implications of *Laudato Si* with the operational excellence approach. This resulted in a quite extensive set of guidelines and steps for businesses to undertake,

[FERNANDEZ-DE LA CRUZ (2019)] took a different, more holistic, theoretical turn. They presented the concept of Economy of Communion and referred to [*Caritas in Veritate* (2009)] as their source, like many others in the time period 2011–2021. According to the authors, *Caritas in Veritate* built further on the Papal encyclical [*Populorum Progressio* (1967)]. *Caritas in Veritate* introduced the concept of integral human development, due to the new challenges of its time, globalization, the financial crisis, digitalization, industry 4.0, and sustainability. The Economy of Communion is a business model concept introduced by Chiara Lubich, the founder of a Catholic movement Focolare. In the 1990s she was struck by the significant contrast between rich and poor in São Paulo. This inspired Lubich to find entrepreneurs who were willing to organize their businesses along the principle of Catholic Social Teaching. These businesses were then labelled Economy of Communion (EoC). Fundamental characteristics of EoCs are that profits are directed towards three goals: the business's growth, development, and sustainability; the business's service to the most needy people in the social environment; and towards the education of young people to help them to establish an economic culture that serves people and the common good [FERNANDEZ-DE LA CRUZ (2019)]. Up to date, more than 800 businesses have signed up to operate according to the EoC principle, more than 400 of them in Europe, especially in Italy, and about 200 in Latin America. Fernandez-de la Cruz concluded that EoC is a viable, different, and innovative business model which deserves to be supported; in their view, it is not the 'panacea that will solve all the economic and ecological problems that we face in this globalized and wounded world' (p. 131). Interestingly, the authors did not present reasons for coming to this conclusion, even though they presented examples of businesses that adhere to the EoC principles and are economically viable.

[HERNANDEZ-CRESPO-GONSTEAD-CHIN (2020)] addressed the upcoming trend in the business literature of participative leadership. In their work, they proposed that the Catholic Social Teaching concepts of subsidiarity and solidarity are guiding sources to adopt a participative leadership style. This style should be applied to all stakeholders, inside and outside of the business. This may need specific tools to make it work, however. Hernandez-Crespo-Gonstead-Chin introduced two analytical frameworks for participatory leadership styles: Dispute Systems Design and Shared Decision Systems Design. With these frameworks, the principles of subsidiarity and solidarity can be operationalized for business practice.

A very recent publication comes from [GOMEZ-BEZARES-GOMEZ-BEZARES (2021)]. They connected the core principles of Catholic Social Teaching with the sustainability movement of the past decade and observed a significant overlap. Catholic Social Teaching can also enrich the concept of sustainability. Gomez-Bezares-Gomez-Bezares built an argument for an ethical and an economic logic for an enriched sustainability concept and then conducted an empirical analysis that showed that sustainable businesses are also financially more successful. [GOMEZ-BEZARES-GOMEZ-BEZARES (2021)] did make an interesting attempt to provide a convincing argument for a broader range of businesses to focus on sustainability, which goes beyond financial performance indicators. But they very clearly stated that making profit is a legitimate purpose of business, if it is not the only and final one. If the principles of Catholic Social Teaching can be incorporated by the sustainability concept and measured in the way the authors propose, then more businesses may be willing to adopt this measure as their business performance indicator.

This work is highly relevant in a business world where measures and performance indicators are key. Their work can be considered apologetic, aiming to defend Catholic Social Teaching principles for a broader, mostly non-religious audience. It is so far the only academic work published in the past decade that aims to link Catholic Social Teaching to sustainability and propose a quantitative business performance measure for it. In my view, it is not a sufficient measure that would 'cover' the common good-serving principle of Catholic Social Teaching.

Having reviewed and discussed the advanced literature in the period 2011–2021, I will put my findings together in a conceptual framework in the next section.

3. Making sense: towards a conceptualization of Catholic Social Teaching-informed corporate governance

The aim of this literature review was twofold. First, to provide a representative overview of the academic literature that connects Catholic Social Teaching to the multinational corporation. From such an overview we can learn how Catholic Social Teaching has informed the corporate governance of multinationals so far. Second, to distill a state-of-the-art conceptual model that represents how Catholic Social Teaching informs the corporate governance of MNCs. After having completed the first aim, it is time to reflect and construct.

If I look at the most advanced academic work published in the period 2011–2021, I can divide it into two categories: one category of work that interprets the core principles of Catholic Social Teaching, most often summarized as human dignity, the common good, subsidiarity, and solidarity and a preferential option for the poor, and applies them to business (summed up in table 3). And another second category of work, authors who connect or integrate Catholic Social Teaching with an existing theory.

Authors	CST application to business
VACCARO–SISON (2011)	Apply the core principles to the issue of transparency in business
THE PONTIFICAL COUNCIL FOR JUSTICE & PEACE (2014)	Applies the core principles that result in six practical principles for business
BAZELA et al. (2012)	Propose the concept of hybridity for business, which combines the for-profit/not-for-profit purpose of business
ADAUI–MION (2016)	Propose the concept of meta-profit for business, which goes beyond the for-profit/not-for-profit dichotomy purpose of business
DEMUIJNCK et al. (2015)	Present three case studies of businesses that aim to work along the principles of Catholic Social Teaching, including the Economy of Communion
URICK et al. (2017)	Interpret Laudato Si and propose an operational excellence perspective for business in order to meet the criteria as laid out by Laudato Si
HERNANDEZ-CRESPO-GONSTEAD–CHIN (2020)	Propose dispute resolution approach and shared decision-making tool for business as a means to work along Catholic Social Teaching principles
GOMEZ-BEZARES –GOMEZ-BEZARES (2021)	Connect Catholic Social Teaching with the concept of sustainable business and conclude that these two ‘match’. Then propose a measure for sustainable business performance

Table 3: Authors who interpret CST principles and apply them to business

The authors of these publications then came up with recommendations for business based on their interpretation of Catholic Social Teaching for business. All of them arrived at a set of identical conclusions regarding applying Catholic Social Teaching to business:

- A business should be considered a community of persons (human beings are social beings looking for meaning and purpose in their collaboration with others)
- The purpose of business is to serve the common good (intrinsic and extrinsic, sustainable, ecology)
- Making profit is legitimate, but is always a means to an end (to serve the common good)
- Work should contribute to the integral development of the person (workers' rights, involvement in decision-making, dignified work and working conditions)
- Long-term focus is preferred over short-term focus
- Business should watch out for the weakest members of society (solidarity)

By comparing them to the six practical principles for business as put forward by the Pontifical Council for Justice and Peace [PCJP (2014)], the overlap becomes clear:

1. Businesses contribute to the common good by producing goods that are truly good and services that truly serve.
2. Businesses maintain solidarity with the poor by being alert for opportunities to serve deprived and underserved populations and people in need.
3. Businesses make a contribution to the community by fostering the special dignity of human work.
4. Businesses that embrace subsidiarity provide opportunities for employees to exercise their gifts as they contribute to the mission of the organization.
5. Businesses model stewardship of the resources – whether capital, human, or environmental – under their control.
6. Businesses are just in the allocation of benefits to all stakeholders: employees, customers, investors, suppliers, and the community

This also applies to the most advanced work that I reviewed and which forms the second category of work, authors who connect or integrate Catholic Social Teaching with an existing theory. [O'BOYLE et al. (2011)] connected Catholic Social Teaching with personalist economics and developed a line of

reasoning (theory?) about how this results in a ‘good company’, consisting of eight characteristics. [COSTA–RAMUS (2012)] referred to the work of the Italian economist Zappa, who developed a coherent economic theory, *Economia Aziendale*. This theory was then compared to and connected with Catholic Social Teaching. Apart from Zappa’s more critical stance on capitalism compared to Catholic Social Teaching, the theory of *Economia Aziendale* and Catholic Social Teaching are concluded to be a perfect match. At the heart of the theory is the concept of the *azienda*, the business organization.

[MOORE et al. (2014)] proposed MacIntyre’s virtues-ethics-based philosophy and framework as the answer to the gap that Catholic Social Teaching leaves when it comes to concreteness regarding business practice. Philosophically, Catholic Social Teaching and MacIntyre’s framework are built on the same Thomistic-Aristotelean ground. Using the concepts of virtues, institutions, and practice, [MOORE et al. (2014)] interpreted MacIntyre’s framework, resulting in five prerequisites of ‘good’ businesses.

[NAUGHTON (2015)] interpreted business as a human-constructed institution that can be considered an association of individuals or a community of persons. The latter is the ultimate aim, since businesses as a community of persons can truly serve the common good, that of members of the community as well as that external to the business.

[FERNANDEZ–DE LA CRUZ (2012)] presented the Economy of Communion, a movement of businesses that aim to operate in accordance with Catholic Social Teaching principles. Working in line with the guidelines of the Economy of Communion seems to result in viable businesses, but it is not the panacea for all businesses, according to the authors.

[URICK et al. (2017)] connected in particular *Laudato Si* with the management approach of operational excellence and provided a set of practical guidelines that business leaders could follow up to adhere to the ideas as presented in *Laudato Si*.

[HERNANDEZ-CRESPO-GONSTEAD–CHIN (2020)] proposed frameworks that can help to operationalize the Catholic Social Teaching principles of solidarity and subsidiarity. The Dispute Resolution Design System and Shared Decision Design System can support participatory leadership, which is needed in today’s business in order to involve all stakeholders adequately, both inside and outside of the business.

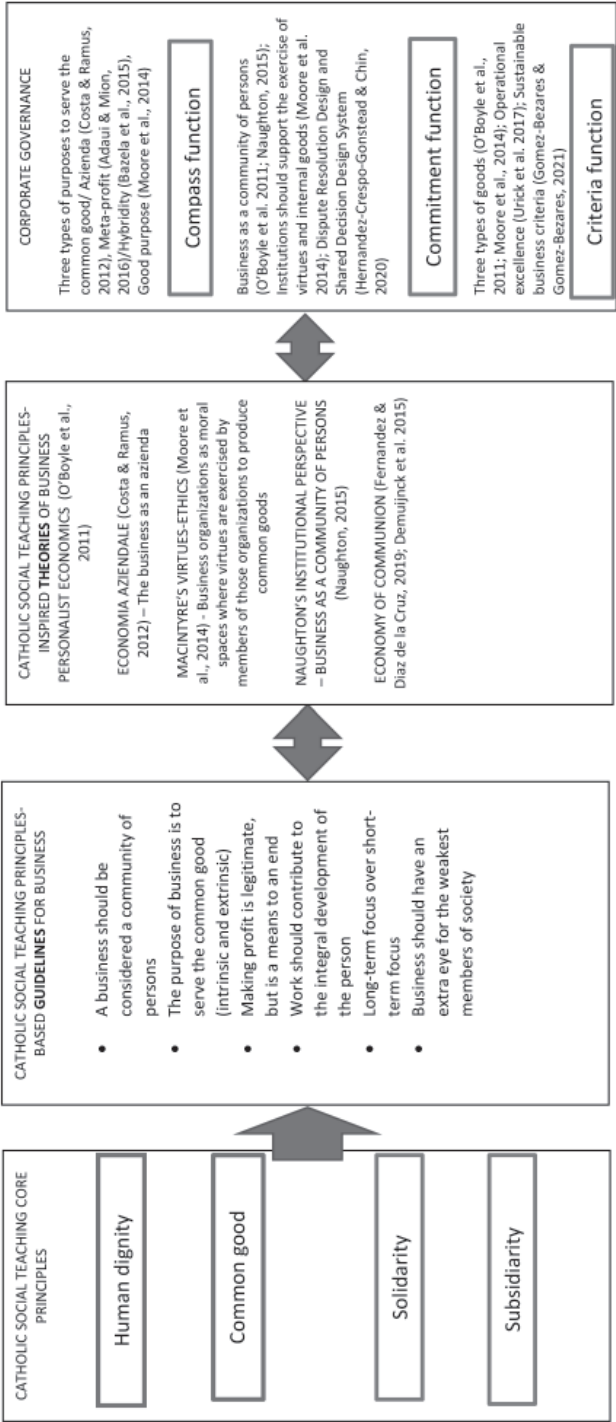
[GOMEZ-BEZARES–GOMEZ-BEZARES (2021)] incorporated Catholic Social Teaching principles as a quantitative measure for business sustainability and concluded that sustainable businesses are also financially more successful.

4. Conclusion

This leads me to conclude that there are three blocks that will conceptually connect Catholic Social Teaching with the corporate governance of multinationals according to the state-of-the-art literature: the core Catholic Social Teaching principles, the set of general guidelines based on Catholic Social Teaching for business derived from the more generic literature and the theoretical perspectives that integrate Catholic Social Teaching principles derived from the advanced literature. These three blocks inform the three functions of corporate governance as put forward by [CREMERS (2016)]: the compass function, the commitment function and the criteria function. The core principles of Catholic Social Teaching have been interpreted by scholars who derived generic guidelines for business that could be adopted in the corporate governance of multinationals. However, these guidelines will be multi-interpretable or can be selectively employed if not embedded in a holistic view of business. The theoretical perspectives provided by a select group of scholars would form a more solid embeddedness for the corporate governance of multinationals. The reviewed literature of the past decade provided Catholic Social Teaching guidelines or concepts that would ‘cover’ or fill in the three functions of corporate governance.

The conceptualization of a state-of-the-art Catholic Social Teaching-informed corporate governance is visualized in figure 5. This conceptualization can be used by scholars as a point of departure for empirical work. This can serve the aim to refine this conceptualization as well as to understand the tensions between corporate governance principles and practices.

Figure 5: A state-of-the-art conceptualization of Catholic Social Teaching-informed corporate governance



References

- C. ADAUI – G. MION: Catholic social teaching, organizational purpose, and the for-profit/nonprofit dichotomy: Exploring the Metaprofit proposition. *Journal of Markets and Morality*, Vol. 19., Iss. 2. (2016) 275.
- H. ALFORD: *The Good Company: Catholic Social Thought and Corporate Social Responsibility in Dialogue*. Pontifical University of St. Thomas, 2006.
- H. ALFORD – B. SENA – Y. SHEHERBININA: Philosophical underpinnings and basic concepts for a dialogue between CST and CSR on the ‘good Company’. In: *position paper for the Angelicum conference*. 2006.
- A. ARGANDOÑA: Why is a Catholic manager different? In: *Humanism in Economics and Business*. Dordrecht, Springer, 2015. 201–214.
- M. BAZELA – J. D’AVILA – L. MARTI BORBOLLA – L. ONTIVEROS LLAMAS: Hybrid Business: A Point of Convergence Among Sustainable Development, Social Teaching of the Church and Entrepreneurship. *Social Teaching of the Church and Entrepreneurship*, 2015.
- BENEDICT, XVI.: Encyclical letter. *Deus caritas est*. 2005. 36.
- BENEDICT, XVI.: Encyclical letter. *Caritas in veritate*. Rome, 2009.
- S. CLAESSENS – B. B. YURTOGLU: Corporate governance in emerging markets: A survey. *Emerging markets review*, Vol. 15., 2013. 1–33.
- C. CLARK – D. A. ZALEWSKI: Rethinking Finance in Light of Catholic Social Thought. *Journal of Catholic Social Thought*, Vol. 12., Iss. 1. (2015) 19–44.
- C. J. COATE – M. C. MITSCHOW: Free market economics supporting Catholic social teaching: A moral exemplar for business persons. In: *Moral Saints and Moral Exemplars*. Emerald Group Publishing Limited, 2013.
- CONGREGATION FOR THE DOCTRINE OF THE FAITH. Accessed via: https://www.vatican.va/roman_curia/congregations/cfaith/index.htm
- E. COSTA – T. RAMUS: The Italian Economia Aziendale and Catholic social teaching: How to apply the common good principle at the managerial level. *Journal of Business Ethics*, Vol. 106., Iss. 1. (2012) 103–116.
- M. CREMERS: What corporate governance can learn from catholic social teaching. *Journal of Business Ethics*, Vol. 145., Iss. 4. (2017) 711–724.
- M. CREMERS: Corporate Social Responsibility in Light of Laudato Si. *Journal of Corporate Citizenship*, Vol. 64. (2016) 62–78.
- P. DALLEY: Vicarious Charity: Social Responsibility and Catholic Social Teaching. *Journal of Catholic Legal Studies*, Vol. 56., Iss. 1. (2018) 7.

- G. DEMUIJNCK – K. OGUNYEMI – E. LASIDA: Business and management practices influenced by Catholic humanism: Three case studies. In: *Humanism in economics and business*. Dordrecht, Springer, 2015. 215–238.
- C. A. DRISCOLL – E. WIEBE – E. DYCK: Nature is prior to us: Applying Catholic social thought and Anabaptist-Mennonite theology to the ethics of stakeholder prioritization for the natural environment. *Journal of Religion and Business Ethics*, Vol. 3., Iss. 1. (2012) 3.
- J. L. F. FERNÁNDEZ – C. D. DE LA CRUZ: Catholic Social Thought and the Economy of Communion as a Business Model. In: *Caring Management in the New Economy*. Cham, Palgrave Macmillan, 2019. 115–137.
- D. FINN: Human work in Catholic social thought. *American Journal of Economics and Sociology*, Vol. 71., Iss. 4. (2012) 874–885.
- P. FLANAGAN: Reaping and Sowing for a Sustainable Future: The Import of Roman Catholic Social Teaching for Agrifood Competition. In: *The Ethics and Economics of Agrifood Competition*. Dordrecht, Springer, 2013. 127–151.
- A. M. GÓMEZ-BEZARES – F. GÓMEZ-BEZARES: Catholic Social Thought and Sustainability. Ethical and Economic Alignment. *Journal of Risk and Financial Management*, Vol. 14., Iss. 1. (2021) 11.
- S. GHOSHAL – C. A. BARTLETT: The multinational corporation as an interorganizational network. *Academy of Management Review*, Vol. 15., Iss. 4. (1990) 603–626.
- G. GUITIÁN: Service as a bridge between ethical principles and business practice: A Catholic social teaching perspective. *Journal of Business Ethics*, Vol. 128., Iss. 1. (2015) 59–72.
- K. KATONA: Contribution of Catholic Social Thought to the debate on corporate social responsibility. *Global Business & Economics Anthology*, 2. 2016.
- N. O. MARTINS: Adam Smith and Catholic social teaching. *Journal of Business Ethics*, Vol. 170., Iss. 2. (2021). 401–411.
- J. F. McVEA – M. J. NAUGHTON: Enriching Social Entrepreneurship from the Perspective of Catholic Social Teaching. *Religions*, Vol. 12., Iss. 3. (2021) 173.
- A. MAREK – A. JABŁOŃSKI: Care of the Common Good as a Responsibility of Business Leaders. Catholic Social Teaching Perspective. *Religions*, Vol. 12., Iss. 2. (2021). 125.
- D. MELÉ: The firm as a “community of persons”: A pillar of humanistic business ethos. *Journal of Business Ethics*, Vol. 106., Iss. 1. (2012) 89–101.

- D. MELÉ: Three keys concepts of catholic humanism for economic activity: Human dignity, human rights and integral human development. In: *Humanism in Economics and Business*. Dordrecht, Springer, 2015. 113–136.
- D. MELÉ: Catholic social teaching and responsible management. In: *Research Handbook of Responsible Management*. Edward Elgar Publishing, 2020.
- D. MOHER – A. LIBERATI – J. TETZLAFF – D. G. ALTMAN – PRISMA GROUP: Reprint – preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. *Physical therapy*, Vol. 89., Iss. 9. (2009) 873–880.
- G. MOORE – R. BEADLE – A. ROWLANDS: Catholic social teaching and the firm: Crowding in virtue: A MacIntyrean approach to business ethics. *American Catholic Philosophical Quarterly*, Vol. 88., Iss. 4. (2014) 779–805.
- M. NAUGHTON: Thinking institutionally about business: Seeing its nature as a community of persons and its purpose as the common good. In: *Humanism in Economics and Business*. Dordrecht, Springer, 2015. 179–199.
- E. J. O’BOYLE – S. SOLARI – G. D. MARANGONI: (2011) The good company. *Corporate Governance: The international journal of business in society*.
- PONTIFICAL COUNCIL FOR JUSTICE AND PEACE: Vocation of the business leader: a reflection. 2014. Accessed via: http://www.iustitiaetpax.va/content/dam/giustiziaepace/VBL/Vocation_ENGLISH_4th%20edition.pdf
- R. REBMAN: Corporate Responsibility, Catholic Social Teaching, and the Common Good: Reporting, Accountability, and Stakeholder Action. *Journal of Catholic Social Thought*, Vol. 17., Iss. 1. (2020) 99–117.
- K. ROST – E. INAUEN – M. OSTERLOH – B. S. FREY: The corporate governance of Benedictine abbeys: What can stock corporations learn from monasteries? *Journal of Management History*. 2010.
- J. L. RETOLAZA – R. AGUADO – L. ALCANIZ: Stakeholder theory through the lenses of catholic social thought. *Journal of Business Ethics*, Vol. 157., Iss. 4., (2019) 969–980.
- K. ROST – G. GRAETZER: Multinational organizations as rule-following bureaucracies – The example of Catholic orders. *Journal of International Management*, Vol. 20., Iss. 3. (2014) 290–311.
- H. E. ROUSSEAU: Corporate sustainability: Toward a theoretical integration of catholic social teaching and the natural-resource-based view of the firm. *Journal of Business Ethics*, Vol. 145., Iss. 4. (2017) 725–737.

- L. E. SANDELANDS: The business of business is the human person. In: *Humanism in Economics and Business*. Dordrecht, Springer, 2015. 165–178.
- A. SCAPERLANDA: John Paul II's vision of the role of multinational enterprise expansion in building the social economy. *International Journal of Social Economics*, 1998.
- A. SIMHA – M. R. CAREY: The Encyclical Letter (Caritas in Veritate) – A Shout-out to Social Entrepreneurship? *The Journal of Entrepreneurship*, Vol. 21., Iss. 1. (2012) 1–23.
- A. J. G. SISON – J. FONTRDONA: The common good of business: Addressing a challenge posed by «Caritas in Veritate». *Journal of Business Ethics*, Vol. 100., Iss. 1. (2012) 99–107.
- A. J. G. SISON – I. FERRERO – G. GUITIÁN: Human dignity and the dignity of work: Insights from Catholic social teaching. *Business Ethics Quarterly*, Vol. 26., Iss. 4. (2016) 503–528.
- H. SNYDER: Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of business research*, Vol. 104. (2019) 333–339.
- M. J. URICK – W. J. HISKER – J. L. GODWIN. Management response to Laudato si: an operational excellence perspective. *Journal of Biblical Integration in Business*, Vol. 20., Iss. 2. (2017).
- A. VACCARO – A. J. SISON: Transparency in Business: The Perspective of Catholic Social Teaching and the “Caritas in Veritate”. *Journal of Business Ethic*, Vol. 100., Iss. 1. (2012) 17–27.
- P. WIRTZ: *Are corporate governance theories relevant to account for the history and long-term survival of old catholic orders?* (No. hal-02083983). Academy of Management Annual Meeting, 2019.
- A. ZADROGA: Methodological Premises of the Ethics of Social Entrepreneurship: From the Perspective of the Teachings of the Catholic Church. *Rocznik Teologii Katolickiej*, Vol. 16., Iss. 1. (2017) 141–151.

HÁROM MESE A MENEDZSMENT FELELŐSSÉGÉRŐL

SZALAI Ákos*

Írásunk három gyakorlati példán, három menedzsmentdöntésen keresztül vizsgálja a vállalatvezetés, a menedzsment felelősségének kérdését. Célunk, hogy azonosítsuk azokat a részkérdéseket, amelyek nélkül nem beszélhetünk felelősségről. E kérdések megválaszolásához szempontokat is fogunk adni – ezek a szempontok nagyrészt a joggazdaságtanból, a társasági jog közgazdasági alapú elemzéséből származnak. Lesznek kérdések, amelyekben egyértelmű a válasz (például: a vállalatok társadalmi felelőssége helyett szerencsés-e a vállalatvezetők felelősségéről beszélni), és lesz, ahol a különböző válaszlehetőségek, az alternatívák kategorizálását végezzük el (például: mi lehet a vállalat, és így a vállalatvezetés célja, milyen különbségek vannak az objektív és a vétkességi felelősség között).

Három egyetemi barát szoros kapcsolatban maradt egymással, évről-évre együtt töltenek egy hétvégét nyaranta. Mindhárman vezető beosztásba kerültek, fontos döntéseket kell meghozniuk különböző cégeknél, intézményeknél. (A társaságban használt becenevükön fogjuk őket emlegetni.) DéKá egy oktatási intézmény vezetője. Gyari egy olyan gépgyár vezetője, amely komoly kutatás-fejlesztési kapacitással rendelkezik, a legfőbb megrendelője pedig egy autógyár. Engi pedig egy olyan céget vezetett, amelynek a fő bevételi forrása az, hogy egy adott országból olcsó nyersanyagot tudott vásárolni – ezt importálja, dolgozza fel (átlagos, mindenki számára elérhető technológiával), illetve adja tovább hazai és nemzetközi piacon.

Az elmúlt néhány évben nem tudták megejteni a szokásos találkozójukat, mert egy jelentős járvány söpört végig az országon. Most, visszatérve a nor-

* Dr. Szalai Ákos, Egyetemi Docens, Heller Farkas Közgazdaságtudományi Intézet, PPKÉ JÁK, Budapest, Email: szalai.akos@jak.ppke.hu.

mális kerékvágásba, újra találkoznak. A hétvége adott pontján munkaügyekre terelődik a szó, és kiderül, hogy bár különböző helyen dolgoznak, de az utóbbi időszakban nagyon hasonló problémákat kellett megoldaniuk.

DéKá azzal szembesült, hogy a vírus egyik fő gócpontját (a tömegközlekedés és a tömegrendezvények mellett) épp az övéhez hasonló oktatási intézmények jelentették: itt sok diák találkozott rendszeresen, viszonylag könnyen adták át a vírust, és hordták haza. Épp ezért többen a járványügyi-egészségügyi hatásokra hivatkozva azt javasolták, hogy térjenek át online oktatásra. Ehhez a technikai feltételek adottak voltak. Ugyanakkor az intézmény oktatóinak egy jó része kifejezetten elutasította ezt a megoldást. Sokan tartottak attól, hogy amennyiben az online óráikat rögzítik, akkor idővel feleslegessé válik a munkájuk. Más részük szerint a tudást csak személyesen lehet átadni. Az intézmény tulajdonosai, akik pénzt fektettek az iskolába, szintén a személyes részvételt preferálták. Már csak azért is, mert az intézmény oktatását jelentős részben finanszírozó, az oktatási intézménybe sok diákot küldő kormányzat – amely ráadásul a szabályozáson keresztül is jelentősen befolyásolhatja az intézmény működését –, szintén ezt preferálta. (Igaz nem nyíltan, de arról beszéltek, hogy az iskolák hatásköre erről dönteni. Azonban az intézmények felé elég egyértelműen ezt az elvárást kommunikálták.) Több rivális oktatási intézmény azonban átállt online oktatásra és nem volt egyértelmű, hogy azzal, hogy így ők kialakítják, fejlesztik az online módszereket piaci előnyhöz jutnak-e.

Gyarit az autógyár azzal kereste meg, hogy fejlesszenek ki egy új alkatrészt, és néhány hónap múlva kezdjék is azt gyártani a számára. A fejlesztésben résztvevők – szakmai tapasztalataik alapján – azt javasolták, hogy ezt a megrendelést ne fogadják el, mert az adott alkatrész fejlesztése és tesztelése lényegesen több időt igényel. Ugyanakkor a cég tulajdonosai elég egyértelművé tették, hogy a jó viszony fenntartása miatt elvárják, hogy a cég teljesítse az autógyár kérését: attól tartottak ugyanis, hogy az autógyár a visszautasítást rossz néven venné, és lehet, hogy egyéb megrendeléseket is elvesztenének. Félttek attól, hogy a – meggyőződésük szerint – rosszabb minőségben termelő, de az ilyen határidőket vállaló versenytársaik idővel elvihetik az autógyár megrendeléseit előlük.

Engi helyzetét pedig alapvetően megváltoztatta az, hogy az ország, amelyből a nyersanyagot vásárolta, megtámadta az egyik szomszédját, ami miatt az ő partnerországából származó nyersanyag vásárlását az összes környező országban megtiltották. Az ő országuk nem – sőt, az kifejezetten előnyösnek is érezte a gazdasági kapcsolatok fenntartását. A cég legfontosabb versenytársai, mivel számukra az adott nyersanyag elérhetlenné vált, lényegesen rosszabb kondíciókkal, drágábban tudtak csak nyersanyaghoz jutni. A cég tulajdonosi

köre – szintén a kormányzattal való jó viszonyra is hivatkozva – amellet foglalt állást, hogy a nyersanyagvásárlás a háború ellenére is folytatódjon. Hivatkoztak arra, hogy a nyersanyag pótlása nem csak árkülönbséget jelentene, hanem fizikai beruházást is követel, és új megbízható beszállítókat is fel kellene kutatni, velük kapcsolatot (bizalmat) kellene építeni. Ezeket a beruházásokat a versenytársak jó része az előző években már megtette – ők korábban is készültek arra, hogy ne egyedül az adott országból érkező nyersanyagtól függjenek. Az elég nyilvánvaló, hogy az üzleti partnerek egy része nem nézi jó szemmel, ha kapcsolatban maradnak az agresszor országgal – de az nem tudható, hogy ez a cég reputációjára, későbbi üzleteire milyen hatással lesz.

Mindháromuknak tanították az egyetemen, és azóta is meghallgatták (sőt ők maguk is elmondták) különböző konferenciákon, beszélgetéseken, hogy milyen fontos a vállalatok társadalmi felelősségvállalása. Azt is, hogy a gazdasági társaságoknak nem lehet az egyetlen célja a profitszerzés – döntéseik egyéb következményeivel is számolniuk kell. Most azonban nem állhattak meg ezen az elvi szinten: a konkrét esetekben kellett etikailag is érzékeny döntéseket hozniuk. Bevállalhatja-e DéKá az egészségügyi kockázatokat annak érdekében, hogy a befektetők és az online oktatástól ódzkodó munkatársak elvárásaival ne kerüljön konfliktusba? Veszélyeztetheti-e a fő megrendelővel fennálló kapcsolatát, kerülhet-e konfliktusba a befektetők elvárásaival Gyari annak érdekében, hogy a tervezők elvárásainak megfelelő fejlesztési folyamatot folytathassanak le? Feladhatja-e Engi a most árelőnyt biztosító olcsó importot – és ezzel vállalhatja-e a konfliktust a befektetőkkel (és áttételesen a kormányzattal) – azért, hogy tartsa magát a versenytársai nagy része által követett etikai elvekhez?

E kérdések megválaszolásához természetesen sok módon hozzáfoghatunk. Éppen azért, mert menedzsment-dilemmáról van szó, nem is feltétlenül van rájuk egyetlen jó válasz. A mostani írásban – vissza-visszatérve a három barát problémáira – azt vesszük számba, hogy a polgári jog, a társasági jog felelősségmodellje mennyiben segíthet ezen etikai kérdések megválaszolásában. Meg fogjuk ismerni, hogy a három eltérő helyzetben hozott döntésért mikor lesz jogilag felelősségre vonható a három menedzser. Pontosabban azt fogjuk végiggondolni, hogy milyen szempontokra kérdezne rá a jog. Nem kell egyetértenünk a válaszokkal, amiket látni fogunk. Már, ha egyáltalán lesznek egyértelmű válaszok – a legtöbb esetben inkább csak azt fogjuk látni, hogy milyen további kérdéseket mérlegelne a felelősségről döntő bíróság. Az viszont biztos, hogy hasznos megérteni, hogy mik ezek a kérdések, szempontok. A legtöbbjüket ugyanis a menedzsment nem jogi (hanem például etikai, vagy éppen szervezeten-csoporton belüli, politikai-közpolitikai stb.) felelősségével

kapcsolatban is figyelembe kell venni. Három plusz egy fontosabb szempontot fogunk számba venni – ezeket a kérdéseket mindenféle felelősség kapcsán meg kell válaszolni: ki a felelős, mi vele szemben az elvárás, mi történik, ha ezen elvárás teljesítését exogén okok is akadályozzák (jelentenek-e ezek mentséget, és ha igen, mikor)?

1. Ki lehet felelősség alanya: ki lehet felelős egy adott cselekedetért, adott hibáért, vagy adott következményért, ki az, akire jogkövetkezmények hárulhatnak? Amellett fogok érvelni, hogy nem a társaságoknak (a tőkés társaságoknak... – ahogyan arra a magyar köznyelvben mai napig hivatkozunk) van felelősségük, hanem azok vezetőinek. Vagyis DéKának, Gyarinak és Enginek.
2. Mi az a cél, amit a vezetőknek követniük kell? A felelősség egyik fontos kérdése ugyanis az, hogy a tőlük elvárt célok elérése érdekében cselekednek-e. DéKá, Gyari és Engi jogi felelősségének megállapításához vezet, ha nem megfelelő célokat követtek a döntésük során. Látjuk majd, hogy a legtöbb jogrendszer itt magának a vállalatnak (a jogi személynek) a hosszabb távú érdekeit állítja a középpontba – és nem a tipikusan profitot kereső befektetőket, a tartozások megadását követelő hitelezőket, üzleti partnereket, vagy nem a társadalom egészéét.
3. Mi a helyzet akkor, ha a követett cél ugyan megfelelő volt, de a hozott döntésük következtében mégis inkább távolodtak attól, és nem közeledtek ahhoz? Látjuk majd, hogy DéKá, Gyari és Engi jó szándéka nem elég a jognak (és az erkölcsnek sem), az a döntésüket még egy olyan szempontból is megvizsgálja, amit a jogon kívüli nyelvben gyakorlati bölcsességnek nevezhetünk: döntésük bölcs volt-e. A jog (pontosabb) nyelvéen: elvárható gondossággal jártak-e el.

Lesz egy a társaságok működése szempontjából nagyon fontos negyedik – már eléggé joginak tűnő, de a társaságok működésére jól rávilágító – szempont is: hogyan, milyen folyamaton keresztül állapítja meg valaki, vagy egy szervezet, egy csoport valakinek (vagy valamely csoportnak, szervezetnek) a felelősségét, ki vetheti fel a felelősség kérdését mással kapcsolatban (ki kezdeményezhet ilyen vizsgálatot), ki állapítja meg az esetleges felelősségszegést, ki von felelősségre?

1. A felelős személye

Kezdjük először is azzal, hogy kinek a felelőségéről beszélünk. Példáinkban egyértelmű volt, hogy a három vezetőnek kell döntést hozni, az ő felelőségüket firtattuk. De napjaink közbeszédében ez gyakran nem egyértelmű. Ha például DéKá ilyen vagy olyan döntést hoz, akkor nem feltétlenül őt, hanem inkább az oktatási intézményét szidjuk. A vállalatok társadalmi felelőségéről folyó vitákban gyakran hangzanak el olyan érvek, amelyek mintha a vállalatától (és nem annak vezetőjétől) várna el valamit. A vállalatokról fogalmazzuk meg, hogy szerintünk mit kellene tenniük.

Módszertani individualizmus: az ember, aki dönt. A közgazdaságtanról közismert, hogy a módszertani individualizmus talaján áll: társadalmi folyamatokat azzal magyarázunk, hogy a társadalom egyes tagjai hogyan döntenek, illetve ezek az egyéni döntések miként lépnek kölcsönhatásokba egymással.¹ (Például egy csoportban.) Ezért aztán a vállalatok döntéseit is egyéni döntésekből kell levezetni. A vállalatokon belül, illetve (ami fontosabb) a vállalatok nevében emberek hoznak döntéseket. A mi mostani kérdésünk éppen ezen emberekre (DéKára, Gyarira és Engire) koncentrál, az ő felelőségükre kérdez rá.

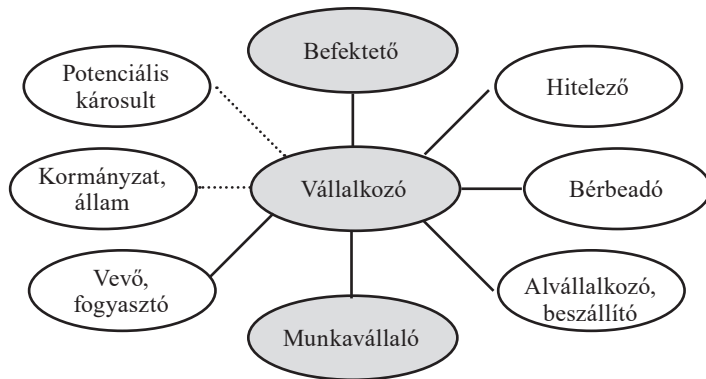
Tegyük azonnal hozzá: a jogi felelőség is alapvetően embereket érint, az ő felelőségüket próbálja megállapítani. A büntetőjog szinte kizárólag csak az övéket. Ugyan léteznek olyan jogi szabályok, amelyek a vállalatot (és nem közvetlenül a nevében döntést hozó személyt) vonják felelőségre egy-egy döntésért – például egy szerződésszegésért, egy adójogi jogsértésért, egy környezetszennyezésért stb. –, de ezek a döntések inkább csak arról szólnak, hogy a vállalat vagyona akarjuk csökkenteni, abból akarjuk kárpótolni a másik felet, és nem a döntéshozó magánvagyonából.² Ráadásul, ezek a vállalat, a társaság felelőségét megállapító, őt büntető döntések nem is jelentik a történet végét – a jog ugyanis ezt követően lehetőséget kínál a társaságnak (a jogi személynek), hogy az általa elszenvedett veszteség miatt az ellen a konkrét ember ellen forduljon (legyen az menedzsere vagy munkavállalója), akinek a döntése miatt ez a vagyoni veszteség érte. Vagyis végső soron itt is emberi felelőségig vezetjük vissza a folyamatot.

A vállalat: aki nem felelős. A vállalat felelőségével kapcsolatos álláspont esetén azonban nem csak az vitatható, hogy a vállalat lehet-e felelős, cselek-

¹ Magyarul: ELSTER (1995), HEYNE et al. (2004), HIRSCHLEIFER et al. (2009)

² A vállalati és a döntéshozói vagyon szétválasztásáról ld. HANSMANN et al. [2000, 2006], SZALAI [2015].

szik-e, hanem az sem egyértelmű, hogy mit is kell vállalaton értenünk – kicsit pontosabban: hol vannak a társaság határai, kik vannak azon belül és kik azon kívül. Ennek megértéséhez érdemes a vállalatokat szerződések hálózataként leíró modelltől kiindulni (ld. 1. ábra). Egy vállalat működéséhez sokféle humán, fizikai, szellemi, pénzügyi stb. erőforrás kell, amelyeket a vállalat implicit és explicit szerződések keretei között szerez meg. Akik az erőforrásokat biztosítják, ők az érintettek.



1. ábra: Egy (közgazdasági értelemben vett) vállalat jogi kapcsolatrendszere

Explicit szerződés alatt a jogi értelemben vett szerződést kell érteni. Akik ilyen szerződéseket kötnek a vállalattal, őket fogjuk a továbbiakban közvetlen érintetteknek nevezni. Ilyenek azok, akik bérbe adják a telephelyet, üzemet, irodát; akik adásvételi szerződések alapján anyagokat, félkész termékeket stb. szállítanak; akik vállalkozási, megbízási, szolgáltatási szerződések alapján szolgáltatásokat nyújtanak; akik hitel-, vagy kölcsönszerződések alapján pénzt, finanszírozást adnak stb. Ezzel szemben a közvetett érintettekkel a vállalat (jogi értelemben) nem áll szerződéses kapcsolatban. Ilyen közvetett érintett például a kormányzat, az állam vagy a helyi önkormányzat, amely megfelelő infrastruktúrát építhet ki a vállalat számára, fenntartja a megfelelő jogrendet stb. Ugyanígy implicit szerződéses viszonyként írható le az a viszony, amiben a vállalat azokkal (a környezetével) áll, akiknek a tevékenysége károkat okozhat. Ezekben az implicit „szerződésekben” a vállalat azt vállalja, hogy az adott juttatásokért cserébe betartja a jogrendszer által előírt feltételeket, megfizeti az esetleg másoknak okozott kárt stb.

Egy vállalatnak van két olyan csoportja, amelyeket sokszor szoktunk a vállalattal azonosítani. Az egyik a munkavállalók, a másik a befektetők, a tagok

köre. Őket szokás belső érintetteknek is nevezni. A későbbiek miatt fontos lesz, hogy a munkavállalók munkaviszonyban állnak – vagyis (részben) explicit szerződés, munkaszerződés köti őket a vállalathoz.

Ezen a ponton azonban ki kell emelni, hogy a vállalat nem a tagok csoportját jelenti. A tagok jogi értelemben „közösenséggel” egy tőlük független személyt – egy jogi személyt. Annak döntéseit ugyan ezután is befolyásolni tudják, de a társaság, a vállalat jogi és közgazdasági értelemben mégis tőlük, az ő akaratuktól függetlenül működik. Ezen a ponton érdemes kiemelni azt is, hogy jogi értelemben a tagokat ugyanúgy nem köti szerződés a vállalathoz, ahogyan a közvetett érintettek sem. (Látjuk majd, hogy a tagok nem követelhetnek sem profitot, sem osztalékot a vállalattól – szemben azzal, hogy a hitelezők, lévén explicit hitel- vagy kölcsönszerződésük van a vállalattal, követelhetik kölcsönadott pénzük visszafizetését.)

A menedzsment, mint a vállalat. Az eddigiekben azt mondtuk, hogy a bérbeadók, a hitelezők, a munkavállalók, a befektetők-tagok stb. kapcsolatba kerülnek a vállalattal. De akkor ki a vállalat? Mint az előbb láttuk, jogi értelemben egy új jogalany, egy új személy – aki nem azonos a tagjaival. Éppen ezért a jognak gondoskodnia kell arról, hogy ezt a személyt képessé tegye a cselekvésre. Ezt pedig úgy teszi, hogy kijelöli, hogy ki az, aki a társaság nevében beszélhet. Ahogyan adott ügyben a jog álláspontját a bíró mondja ki, ugyanígy a vállalat nevében annak képviselője, a vezető tisztségviselő – vagyis az általunk most használt gazdasági nyelven: a menedzser – beszél, szerződik, cselekszik. Ezért fogjuk a menedzsment felelősségét vizsgálni a mostani kérdések kapcsán is: a menedzserek (például DéKá, Gyari és Engi) azok, akiknek végül döntést kell hozniuk, a vállalat azt teszi, amit ők mondanak.³

Vegyük ezen a ponton észre, hogy a vállalatok társadalmi felelősségéről szóló vitákban gyakori az (a tévedés) is, hogy a vállalatot a tagokkal azonosítják. Például, ha a vállalatokat „profitéhségük miatt” kritizáljuk, akkor emögött tipikusan az (a téves) feltevés húzódik meg, amely a vállalatokat a tagokkal azonosítja. Ha a vállalatokon belül a tagok hoznának döntést, akkor (talán)

³ Érdekes problémát jelent az, hogy a tagoknak is és a menedzsmentnek is vannak döntési jogaik. Elvileg érvelhetnénk úgy, hogy ezekben a kérdésekben a tagokat illeti a döntés, a menedzsernek alkalmazkodnia kell ahhoz – ahogyan egy munkavállalónak kellene. (Tegyük hozzá, hogy egy munkavállaló esetén is elvárás az, hogy jelezze, ha egy döntés szerinte hátrányos a vállalat, a szervezet számára. Más kérdés, hogy nem tagadhatja meg az utasítást.) Ugyanakkor a társasági jog alapelve az, hogy a vállalatvezető döntéseiben kifelé érvényesen nem korlátozhatja a tagság: a társaság cselekvése a menedzsment cselekvése, akkor is, ha az ellentétes a tagok explicit döntésével. Vagyis ilyen esetben a menedzsment döntése, hogy követi-e a tagok „utasítását”. Sőt, elvileg, nem is szabadna azt követnie, ha az – szerinte – a vállalat, a szervezet érdekeivel ellentétes.

igaz lenne, hogy a vállalatok egyértelműen profitot akarnak maximálni. De a vállalatok kapcsán elég régóta tudjuk, hogy a döntéseket nem a tagok, hanem annak vezetői, menedzserei hozzák. Tudta ezt már Adam Smith is:

„A részvénytársaság tevékenységét mindig az igazgatóság intézi, amely azonban gyakran több tekintetben a részvényesek közgyűlési ellenőrzésének van alárendelve. [...] Minthogy azonban az ilyen részvénytársaságok igazgatói inkább mások pénzét kezelik, mint sajátjukat, nem is lehet tőlük kívánni, hogy ugyanazzal az aggódó éberséggel őrkdjenek efölött, mint az egyéni kereskedelmi társaságok tagjai őrkdnek a sajátjuk fölött.” [SMITH (2011) II/287–288.]

Azt is tudjuk, hogy a menedzserek nem is mindig a tagok érdekeit tartják szem előtt egy-egy döntés kapcsán. Erről szól a vállalatelmélet alapvető modellje: az ügynökprobléma. A három mesénk is pont erről szól: fordulhat-e szembe, és milyen elvek alapján DéKá, Gyari és Engi a tagok akaratával?

Most azonban nem az ügynökmodell megtárgyalása a feladat, hanem éppen arra helyezük a hangsúlyt, hogy probléma-e, ha a menedzsment nem a tagok érdekeit követi. Ez lesz a következő pontunk tárgya.

2. A felelősség iránya – a cél

Ha egyet is értünk azzal, hogy felelőssége elsősorban a menedzsmentnek van, akkor sem egyértelmű kérdés, hogy milyen döntésekért is kell felelősségre vonnunk – mi alapozza meg a menedzsment felelősségét. Az előző pontban már felbukkanó társadalmi felelősség modellje éppen ezen a ponton támadja a sok társasági jogász által osztott – egyébként a közgazdaságtan ügynökmodelljéből származó – nézetet, mely szerint a vállalatoknak, illetve a nevükben döntést hozó menedzsereknek profitot kellene maximálniuk.

A profitmaximálás, mint a vállalatok működésének egyetlen elfogadható célja az utóbbi időben több fontos jogvitában is helyet kapott. Ezekben az ügyekben az okozott jogi problémát, hogy adott társaság döntéshozatalában valamilyen más cél került előtérbe a profitmaximálás mellett, helyett. Amikor pedig a kormányzat ezen egyéb célok elérését próbálta nehezíteni, olyan dolgokra akart kényszeríteni vállalatokat (vállalati vezetőket), amik ezen egyéb célokkal ütköztek, akkor felmerült a kérdés, hogy a vállalatnak lehet-e ilyen

célja, figyelembe kell-e ezt venni a jogszabályok megalkotásakor. Például a vállalatoknak lehet-e joguk véleményt nyilvánítani, kötelezhetőek-e a tagok, vagy a menedzsment olyan lépések megtételére, amely vallási meggyőződésükkel ellentétes – elvárható-e például egy vallásos emberek által alapított, vagy éppen menedzselt vállalattól, hogy a vallási tanításuk szerint bűnös cselekedetben (abortusz, fogamzásgátlás támogatása, homo- és heteroszexuális kapcsolatok, házasságok egységes megítélése stb.) támogasson másokat. Akik szerint a kormányzat ilyen lépéseket nyugodtan megtehet, tipikusan arra hivatkoztak, hogy a vállalatoknak egyetlen célja a profitmaximálás. Ezt a célt pedig a kormányzat szabta szabályok között kell elérniük – az adott szabályok csak ezeket a korlátokat szabták újra. A kormányzati szabályok ellenzői viszont éppen azzal érveltek, hogy a társaságok alapítói (tipikusan az alapítók, tagok döntése kerül ilyenkor középpontba) más célokat is megfogalmazhatnak, amelyek éppolyan legitímek, mint a profitmaximálás.⁴

Most tehát azt fogjuk vizsgálni, hogy a jog szabta lehetőségek közül milyen célok, értékek alapján is dönthet DéKá, Gyari és Engi. Három fontos modellt érdemes elkülöníteni, a társasági jogi irodalomban is ez a három jelenik meg: a tagi érdek elsőbbségének modelljét (amelyről látni fogjuk, hogy nem azonos a profitmaximálással), a társadalmi felelősség modelljét és a társasági érdek önállóságát.

2.1. A társadalmi felelősség

Az előző pontban különbséget tettünk a tagságon túli érintettek két csoportja között. Az egyik a közvetlen, a másik a közvetett érintetteké. A társadalmi felelősséggel kapcsolatos elvárások is két csoportra oszthatók. Az egyik csak a közvetlen érintettek érdekeinek figyelembevételét, védelmét követelné a menedzsmenttől; a másik a közvetett érintettek érdekeinek, a tágabb társadalmi célok szem előtt tartását is. Ezek nem zárják ki egymást, élhetnek egymás mellett is, de más érvek szükségesek az alátámasztásukhoz. Ezek lesznek a pont fő témái. De nem feledkezünk el a társadalmi felelősség elvárásának kritikáiról sem. E pont egy ilyet mutat be, a demokratikus elvek sérelmére hivatkozó érvet.

Közvetlen érdekeltek védelme: specifikus beruházások védelme. A közvetlen érdekeltek védelme mellett érvelők kiindulópontja az, hogy a társaságnak szüksége van az érintettek által biztosított erőforrásokra. És nem csak a tagokéra,

⁴ Az ügyek elemzéséért magyarul ld. SZALAI [2015].

befektetőkére. Amennyiben az egyes érintettek nem érzik úgy, hogy a vállalat „tiszteli” az ő beruházásait, ha tartaniuk kell attól, hogy a vállalat valamiképpen megpróbálja elvenni azt tőlük (megpróbálja „kizsákmányolni őket”), akkor inkább nem lépnek majd kapcsolatba a vállalattal, vagy kevesebb, rosszabb minőségű erőforrást vonnak csak be a kapcsolatba. Ezt a tartózkodást nevezi az irodalom akadályozási (*hold-up*) problémának.

Ha az érintettek nem érzik biztonságban az erőforrásaikat, akkor nem fogják azt a vállalat rendelkezésére bocsátani. Lehet, hogy elő sem állítják. Az egyik legismertebb példa erre az ún. specifikus tudás, vagyis a munkavállalók által elsajátított tudásnak az a része, amely kifejezetten az adott vállalatnál használható csak. Ez a tudás nagyon sokat ér ebben a munkaadó (vállalat)–munkavállaló kapcsolatban; mindkét fél számára. Viszont, amint a kapcsolat megszűnik, a tudás is értéktelenné válik: más munkaadónál nem lesz használható. (Szemben például a nyelvtudással, ami akkor is hasznos, ha más munkát vállalna a munkavállaló – ez az ún. általános tudás.) [BLAIR (2012); BLAIR–STOUT (1999); GREENFIELD (2008)]

Sőt, a többi érintett részéről érkező beruházások sokszor erősebben kötődnek is a vállalathoz (specifikusabbak, erősebben idioszinkratikusak), mint a tőkebefektetőké. Utóbbiak ugyanis viszonylag könnyen visszanyerhetik befektetéseiket – különösen, ha a társasági részesedés viszonylag könnyen átruházható. A többi érintett beruházása tipikusan ritkán adható el a piacon másnak. Éppen ezért az ő beruházásaik védelme, mivel itt nagyobb veszély az akadályozás, még fontosabb is lehet a vállalat számára, mint a viszonylag könnyen helyettesíthető pénzügyi befektetések védelme.

Közvetett érintettek érdekei – társadalmi célok. A közvetett érintettek esetében kicsit más érdekek szólnak érdekeik figyelembevételével mellett. A velük fenntartott jó kapcsolat is lehet alapvető fontosságú a vállalat működéséhez, de a tágabb érintetti kör érdekeinek szolgálatát követelő elvárás általában nem az akadályozási problémára hivatkozik, hanem két másik érvre, az ún. koncessziós és az ún. hatalmi érvre.

A koncessziós érv alapja, hogy ezen tágabb körtől (a politikai közösségtől, a jogrendszerrel, a kormányzattól, a helyi közösségtől stb.) a vállalatok sok segítséget kapnak. (Elég csak arra gondolni, hogy a vállalatok épp azért létezhetnek jogi személyként, mert ezt a jogi személyiségüket a jogrendszer elismeri. E nélkül működésük lényegesen nehezebb lenne.) A koncessziós érv szerint ezekért az előnyökért „cserébe” tartozik a vállalat azzal, hogy a társadalom érdekeit is figyelembe vegye tevékenysége során. Ugyanakkor, mivel az érv erre a segítségre hivatkozik, az érv kritikája is ezt kérdőjelezi meg. A legismertebb

kritikák [például HANSMANN et al. (2006); ANDERSON–TOLLISON (1983)] épp azt állítják, hogy a legtöbb olyan elemet, amelyre ilyenkor hivatkozni szoktak (akár a jogi személyiség határai is), meg lehet teremteni e segítség nélkül is – igaz kicsit bonyolultabb mechanizmusra lenne ehhez szükség.

A vállalatok hatalmi pozíciójára hivatkozó érv szerint a vállalatok nagysága, gazdagsága olyan (ráadásul: nem demokratikus alapon létrejött) hatalmi viszonyt jelent, amelyet az állami, demokratikus hatalom által korlátozni kell. [LEE (2012) 116–117.] Ezzel az érveléssel szemben a legfontosabb kritika arra hívja fel a figyelmet, hogy a társasági jogi szabályozás nem csak a nagyvállalatokat, hanem a kis- és közepes vállalatokat is érinti. Ne feledjük: semmit nem tudunk arról, hogy mekkora is DéKá iskolája, Gyari üzeme vagy Engi vállalata! Ha kisebbek, akkor ez a „nagyságra”, „gazdagságra”, „hatalomra” hivatkozó érv veszít az erejéből.

A társadalmi felelősség – és így a vállalati döntések tárgykörének kiterjesztése kapcsán – érdemes megfontolni azt az ellenérvet is, amely szerint ez gyengíti a demokratikus hatalomgyakorlás lehetőségét. (De ez persze a többi érv kapcsán is megfontolandó.) Eszerint amennyiben a társaságok társadalmi célokot követnek, akkor az – paradox módon – tovább növeli a vállalati menedzsment hatalmát, és csökkenti a demokratikusan választott politikusokét. A napjainkban folyó *woke capital* vita éppen erre mutat rá: amennyiben a menedzsment „társadalmilag felelős” lépéseket tesz, akkor ez dönt arról, hogy mely ügyeket támogatja. (Például az abortusz ellen harcoló, vagy az abortuszhoz való szabadabb hozzáférést követelő csoportok; a házasság konzervatív felfogását vagy a melegházasságot védő csoportok; a véleménynyilvánítás minél szabadabb volta – és ezzel a gyűlöletbeszédhez való jog mellett is – vagy a „politikailag korrekt beszéd” mellett száll-e bele aktuális politikai, társadalmi vitákba.) Hasonlóképp ő dönthet arról is, hogy mely társadalmi célok mekkora pénzzuttatáshoz férnek hozzá. Ha ezt nem tenné, nem költené a vállalat forrásait erre, akkor magasabb lehetne az adóbevétel (is), amivel a demokratikusan választott politikusok rendelkezhetnének. Ha ő nem hozna döntéseket bizonyos, szerinte „arra érdemes” csoportok támogatásáról, akkor a demokratikusan választott politikusok nem szembesülnének olykor azzal, hogy a menedzsment olyan csoportokat támogatnak, akiket szerintük nem kellene – és amelyet ezért nekik ellensúlyozniuk is kell. [MACEY (2014) 351–352.] Talán legszebben épp DéKá és Engi esetében láthatjuk ezt a dilemmát: (többek között) éppen arról kell döntenünk, hogy szembeforduljanak-e az egyértelműnek tűnő kormányzati akarattal.

2.2. A tagi érdek elsőbbsége

A tagi érdek elsőbbsége szerint a menedzsmentnek a tagok – és csak a tagok – érdekeire kell koncentrálnia. Ez az érdek ugyan nem feltétlenül azonos a profitmaximálással, de azt mindenképpen jelenti, hogy a profiton túli egyéb szempontoknak is a tagok döntésétől kell függeniük. Például Engi számára csak a tagok döntése jelenthetne olyan releváns korlátot, amely alapján felfüggesztheti az egyébként profitábilis kapcsolatot az agresszor országgal.

A tagi érdek elsőbbsége mellett érvelő modellek általában két fő okot látnak arra, hogy a tagokat kiemeljük a többi érintett közül, s a vállalatvezetés figyelmét egyedül rájuk fókuszáljuk. Az egyik a többcélúság problémájának elkerülése, a másik pedig ezen csoport speciális helyzete.

A többcélúság kritikája. A társadalmi felelősség előbb látott elvárásával kapcsolatos egyik legfontosabb probléma tipikusan a többcélúság. Amennyiben ugyanis a vállalatvezetésnek nem csak egy, hanem több csoport – egymásnak ellentmondó – érdekeit is figyelembe kell, hogy vegye egy-egy döntés során, akkor végső soron ellenőrizhetetlenné válik. Gyakorlatilag bármilyen döntést alá lehet támasztani egyik vagy másik érintetti csoport érdekével. [MACEY (2014) 333-334.; MILGROM-ROBERTS (2005) 311-317.] Láthattuk a dilemmák leírásában is: nyilvánvaló, hogy bárhogy is döntene DéKá, Gyari, vagy Engi, mindig ask olyan csoport, amelynek az érdekére, kívánságára hivatkozni tud. Bármilyen döntés igazolható ask.

Éppen ezért a tagi érdek elsőbbségét hirdetők egyik fő érve az ilyen többcélúság elkerülése. Persze ez még nem elég indok arra, hogy miért a tagok, a befektetők legyenek az az érintetti csoport, amelyet így kiemelünk. Miért ne lehetne az inkább a munkavállalói érdek? Vagy a tágabb társadalom érdeke – a közjó? Könnyen lehet, hogy az olvasók közül többen úgy gondolják, hogy Gyari esetében egyértelmű, hogy a szakértők, a mérnökök által megfogalmazott célok lehetnek ask követendők. Ez is egycélú felelősség lenne – de nem a tagi érdek elsőbbségére épülne.

A tagi csoport specialitása. Vagyis érveket kell találni arra, hogy miért éppen a tagi érdek adja ezt a kiemelt érdekkört. Tipikusan két érv szokott előkerülni: az érdekek relatív homogenitásának elve és a védelem eszközeivel kapcsolatos probléma.

Az egyik legfontosabb a tagi érdek elsőbbségét alátámasztó érv az ún. *relatív homogenitás* hipotézisére épül. [ARMOUR et al. (2009) 15.] E szerint az összes érintetti csoport közül a befektetőké, a tagoké az, amelyen belül a leginkább homogén érdekekkel találkozunk. Önmagában ugyanis attól, hogy

egy csoport marad, még nem jelenti azt, hogy eltűnik a többcélúság problémája. Megjelenhetnek ugyanis komoly érdekkonfliktusok az adott csoporton belül is. A relatív homogenitás érve arra hivatkozik, hogy ha egy másik csoport (a hitelezők, a munkavállalók, helyi lakosok, a társadalom egésze stb.) kerülne a középpontba, akkor azon belül a különböző egyének, részcsoportok érdekei között nagyobb eltérés lenne. A tagok érdeke ugyan nem teljesen homogén, de a többi csoporthoz képest (relatív) még ez a leginkább az.⁵

Tegyük azonnal hozzá, a vállalatok társadalmi felelősségére hivatkozó érvelés sokszor túlzottan aggodalmaskodónak tartja a többcélúság problémájára hivatkozó álláspontot: szerintük más csoportok esetében is könnyen azonosítható az egységes érdek, illetve az etikai dilemmák könnyen feloldhatók.⁶ Talán nem túlzás arra hivatkozni, hogy ez nem mindig van így. DéKá, Gyari vagy Engi esetében például elég bonyolult a helyzet...

A tagi érdekeket középpontba helyező másik érv az egyes érintettek védelmére rendelkezésre álló eszközök eltérőségére hivatkozik. Az érv lényege az, hogy a különböző érintetti csoportok védelme másképpen oldható meg. Vegyük észre: az általunk itt tárgyalt felelősség végső soron úgy értelmezhető, mint a jog által lehetővé tett eszközök közötti választást befolyásoló elv. Nem akkor fontos igazán, amikor valaki arról dönt, hogy megszegjen-e egy előírást, hanem akkor, amikor választani kell a lehetséges eszközök között.⁷

Ez az érv arra alapoz, hogy a tagokon kívül az egyéb érintettek védelméhez megvannak a szükséges jogszabályok. Aki az egyéb érintettek érdekeit sérti, az

⁵ Azt a relatív homogenitás érve sem tagadja, hogy a tagok között is lehetnek komoly érdekkonfliktusok. Tudjuk például, hogy a tagsági részesedéseiket gyakrabban cserélő – tipikusan intézményi – befektetők inkább a társasági részesedés aktuális értékének növelésében érdekeltek. Ezzel szemben a részesedést hosszabb távon megtartani akaró tagok inkább a hosszabb távú (de az aktuális piaci értékben esetleg nem tükröződő) kilátásokkal foglalkoznak. [STOUT (1995) 616.; BAINBRIDGE (2012) 22.; MACEY (2014) 344.] Hasonlóképp tagságon belüli, tagok közötti konfliktusokat okozhat az is, hogy míg az egyéni befektetők általában a profitot, a társasági részesedés értékét akarják növelni, addig az intézményi befektetők gyakran más célokat is követnek. Ők egy-egy vállalati lépés kapcsán nem feltétlenül csak azt értékelik, hogy az miként hat az adott vállalati részesedésükre, hanem azt is, hogy egy-egy döntéssel „precedenst” teremthetnek. Lehet, hogy az adott vállalatnak nem szerencsés az adott javaslat, de más társaságnál hivatkozni tudnak rá. [AGRAWAL (2012); FERRI (2012) 208.] A politikai lobbizásban is érdekelt nagybefektetők esetében pedig az is felmerülhet, hogy egyszerűen a kormányzat meggyőzéséhez szeretnének használni egy-egy – akár az adott vállalatnak káros – döntést. [FERRI-SANDINO (2009); FERRI (2012) 204–205.]

⁶ Ilyen érvelésért magyarul ld. pl. KATONA (2019) 43–44.

⁷ Persze a jog a szabálysértés kapcsán is azt mondja, hogy felelős a döntéséért – felelős: ezért kell szankciót viselnie. Itt azonban kifejezetten arra a felelősségre koncentrálunk, amelyet nem konkrét szabály megszegése alapoz meg, hanem csak valamiféle puhább, kevésbé pontosan megfogalmazott elvárás megsértése.

jogszabálysértést követ el. Ha azok érdekeit, akik szerződéses kapcsolatban állnak a vállalattal, akkor szerződésszegést követ el – őket a klasszikus szerződési jog védi. A munkavállalókat a munkajog, a fogyasztókat a fogyasztóvédelmi szabályok védik. A közvetett érintettek érdekeit a vállalatok megfelelő (például építésrendészeti, környezetvédelmi stb.) szabályozása vagy a kártérítési jog révén védeni lehet. Amennyiben ezen csoportok érdekeit védeni akarjuk, akkor a szerződési, munka-, vagy kártérítési jogon, illetve a vállalat működésének közjogi szabályain keresztül viszonylag könnyen megtehetjük. Nem állítjuk, hogy ez mindig egyszerű – de a tagok érdekének védelméhez képest még mindig viszonylag egyszerű. Ugyanis, mint többen hangsúlyozzák [MACEY (2014) 340–342.; BAINBRIDGE (2012) 18.], a tagok érdekének védelmére nincs más eszközünk, mint az itt tárgyalt felelősség. Ők nem hivatkozhatnak szerződésszegésre, mert nem állnak szerződésben a vállalattal (csak a többi taggal), ők nem hivatkozhatnak arra, hogy a menedzsment, vagy a vállalat döntése káros a számukra (mint például azok, akiknek a vállalat által okozott környezetszennyezés okoz kárt) – mert a menedzsment döntése nem nekik okoz kárt, hanem a vállalatnak.

2.3. A „társasági érdek”

Miközben a közéleti vita a legtöbbször arról szól, hogy jó-e, ha a vállalatok profitot akarnak maximálni, vagy társadalmi célokat is figyelembe kellene venniük, aközben (túl azon, hogy a tagi érdek nem feltétlenül azonos a profimaximálással) a társasági jog nem a profitmaximálást állítja célként a vezető tisztségviselő elé. Sokkal inkább a társaság (hosszabb távú) érdekeinek szolgálatát. Komoly viták tárgya ugyan, hogy ez a jogi fogalom pontosan mit is jelent, abban azonban egyetértés van, hogy bizonyos esetekben ez ellentétbe kerülhet a tagi érdekekkel. [AUER (2017) 185.]

Az egyik legszebb példája ennek az ún. Dodge v. Ford⁸ ügy, amit már csak azért is érdemes megismerni, mert a következő pontban is vissza fog térni. Az amerikai társasági jogot alapvetően meghatározó ügyben a Dodge testvérek kérelméről kellett döntenie a bíróságnak. Ők akkor a Ford autógyár részvényesei voltak, és azt nehezményezték, hogy Henry Ford olyan lépéseket tett (munkabérek emelése, termékek árának csökkentése stb.), ami miatt a profit csökkent és ennek következtében a korábbi „megszokott” osztalék lecsökkent.

⁸ Dodge v. Ford Motor Company, 204 Mich. 459, 170 N.W. 668 (Mich. 1919).

Nem volt, illetve nem lett volna nehéz bizonyítani, hogy a vállalatvezetés döntései valóban (rövidtávú) profit- és osztalékcsökkenéssel járnak. Ugyanakkor a bíróság végül azt mondta ki, hogy ennek ellenére sem avatkozik be a vállalat életébe. A bevett értelmezés szerint ugyanis a vállalatvezetésnél jobban senki nem tudja meghatározni, mi a teendő – ezért a bíróság, mint külső szereplő csak nyilvánvalóan nagyon rossz döntések esetében avatkozik be. Ezt nevezzük *business judgement rule*-nak, vagyis annak az elvnek, hogy a bíróság egész addig, amíg – meggyőződése szerint – üzletinek tekinthető döntés születik, nem mérlegeli felül a vezető tisztségviselő döntéseit.

Az utolsó szempont az, ami az irodalomban a „*menedzsment elsődlegességének érveként*” [BAINBRIDGE (2012); STOUT (2017) 350.] jelenik meg. Ez arra keresi a választ, hogy ki lehet az, aki a társasági érdeket megfogalmazhatja? Talán nem meglepő, ha azzal kezdjük, hogy ez a szervezet nem lehet a tagok testülete – hiszen az a tagi érdeket tudja meghatározni. Úgy tűnik, hogy az ügyvezetés, a menedzsment az egyetlen olyan szereplő, aki ezen „társasági érdek” artikulálására képes. Ezért jelenik meg a menedzsment elsődlegességének érve a joggazdaságtani irodalomban: senki nem alkalmasabb arra, hogy a vállalattal összekapcsolódó sok-sok érdeket összemérje, közöttük (értékek szempontjából is) válasszon, mint a menedzser. Épp ezért kerültek hőseink ebbe a dilemmába: nekik kell – a célok összemérését, meghatározását is beleértve – dönteniük az online oktatásról, az irreálisan rövid határidejű fejlesztésről vagy a háborús agressziorral fenntartott kereskedelemről.

3. A felelősség – a kockázat szerepe

Az előző pontban azt kérdeztük, hogy a jog által nyitva hagyott alternatívák közül milyen elvek szerint kell választania egy menedzsernek; milyen célokat kell követnie. Láttuk, hogy a menedzsment felelősségének megítélésekor a bíróság azt vizsgálja, hogy a „társaság érdekében járt-e el”. Ez a felelősség megállapításának az alapvető kérdése⁹ – amelynek alapján úgy tűnhet, hogy a menedzsment felelősségét az alapozza meg, ha nem ezen cél elérésére törekszik. És egyes szélsőséges esetekben, amiket a lojalitási kötelezettség (*fiduciary duty*) megsértéseként ismer a jogirodalom, azért is mondják ki a menedzsment felelősségét, mert nem jó célokat követ. Ez az ügynökprobléma kemény esete.

⁹ Mint Csehi Zoltán fogalmaz: „magatartásának mércéje”. [CSEHI (2015) 18.]

De megállapítható a menedzsment jogi (és etikai) felelőssége akkor is, ha a céljaival semmi baj, de a döntés mégsem volt megfelelő. Erre akkor kerül sor, ha egy további kötelezettségét, az ún. gondossági kötelezettség (*duty of care*) szegi meg.¹⁰ Ez az ügynökprobléma gyengébb verziója. A mostani fejezetet, épp mivel az a gyengébb eset, a gondossági kötelezettség elemzésével kezdjük.

3.1. Gondossági kötelem

A gondossági kötelem akkor érthető meg, ha feltesszük, hogy egy menedzsmentdöntés kárt okoz a vállalatnak (vagy más célrendszer választása esetén: a tagoknak, vagy a közvetlen érintetteknek, vagy a társadalom egészének). Felelősségre vonható-e pusztán emiatt az eredmény miatt, vagyis a kár miatt a menedzser? Ha például kiderül évek múlva, hogy az online oktatásra való áttérés kevesebb hasznot hozott az arra áttérő, és az annak technikáit kifejlesztő iskoláknak, akkor mondhatjuk, hogy az áttérést választók rosszabb döntést hoztak? Vagy, ha az autógyár által kért határidőig végül sikerül befejezni a fejlesztést is, és a gyártást is el tudják kezdeni – ráadásul a kevés tesztelési idő ellenére sem lesz hibás a fejlesztés – akkor ebből következik, hogy a megrendelés elfogadása volt a jó döntés? Ha a háború gyorsan véget ér, és a többi cég is elkezd újra kereskedni az agresszorral, nem büntetve a folyamatosan kereskedelmi kapcsolatban maradó cégeket, akkor mondhatjuk, hogy jó döntés volt (lett volna) a kapcsolat fenntartása?

A tipikus válasz az, hogy nem. A menedzsment munkáját ugyanis nem szabad annak eredménye alapján megítélni. A legtöbb joghoz hasonlóan a magyar sem így tesz. A jog szerint a menedzsment alapvető feladata a gondos döntéselőkészítés, a gondos döntéshozás: a bíróság azt vizsgálja, hogy az üzleti döntés meghozatalakor a menedzsment miként, kellően gondosan járt-e el. [BAINBRIDGE (2009) 96–97., 125–133.; HILL–MCDONELL (2012)]

¹⁰ A pontosság kedvéért: jogi értelemben most kifejezetten a menedzsmentnek a vállalat felé fennálló felelősségével foglalkozunk. A menedzsment ugyanis felelős lehet közvetlenül mások felé is. A társaság vezető tisztségviselőjének kártérítési felelősségét ugyanis a legtöbb jogrendszerben két részre bontják. Felelős lehet egyrészt a társaságnak, a jogi személynek okozott károkért – másrészt felelős lehet „kifelé” a társaság nevében eljárva, harmadik személynek okozott károkért is. A harmadik félnek okozott kárért való „külső felelősséget” itt nem tárgyaljuk. Az itt most nem tárgyalt problémát ugyanis az okozza, hogy szét kell tudni választani azt a kérdéskört, amikor maga a társaság lesz a felelős az őt képviselő menedzser döntéseiért, és azokat az eseteket, amikor maga a menedzser személyében (is) felelős. Azt az esetet, amikor a társaság felel, fent már láttuk: ilyenkor merülhet fel az, hogy visszatérünk az első kérdésre, és a menedzsment amiatt lesz felelős, mert a társaságnak okozott kárt, többletkiadást.

Két kérdést kell vizsgálnunk. Egyrészt azt, hogy miért nem következettünk a lazsálásra abból, hogy egy döntés eredménye rossz (és fordítva) – más-ként: milyen problémákat okoz a kockázat. Másrészt, hogy mit tekintünk elvárt gondosságnak.

Kockázat. Pusztán a rossz eredmény miatt azért nem lesz rossz a menedzsment döntése, mert ő a döntéseit kockázatos helyzetben hozza: nem tudhatja biztosan, hogy a jövőben milyen körülmények alakulnak majd ki. A döntés eredménye ugyanis ezektől a jövőbeli, exogén tényezőktől is függ. A legjobb döntés is elsülhet rosszul, ha rossz körülmények állnak elő – és a legrosszabb döntések is vezethetnek kiváló eredményre, ha szerencsésen alakulnak azok. Ha erről elfeledkezünk, az egyik legfontosabb logikai és etikai hibát vétjük: az utólagos bölcsesség hibájába esünk.

Kockázatos helyzetekben hozott döntések megítélésekor (így a menedzsment-döntéseknél is) ezért nem a döntések eredményeire, hanem azok körülményeire kell koncentrálni. Ugyanis a kockázatok felmérhetők, illetve csökkenthetők. A különböző döntések más és más eredményre vezetnek különböző körülmények között. Ezen összefüggések felmérése a kockázatértékelés lényege. Az egyes körülmények bekövetkezési esélyének megbecslése alapján választhatók ki a legjobb átlagos eredménnyel (várható értékkel) kecsegtető, illetve a körülmények változása által legkevésbé befolyásolt (legkevésbé kockázatos) alternatívák.

Elvárt gondosság. A döntéselőkészítés során fenyeget a lazsálás, ami az ügynökprobléma gyenge formája.¹¹ A kockázatok felmérése komoly munkával jár, míg annak hozamának nagy része nem a munkát elvégző menedzsernél, hanem a vállalatnál, annak érintettjeinél csapódik le. Éppen ezért lehet, hogy hajlamos lesz arra, hogy kevesebb információt gyűjtsön össze, kevesebb munkát szánjon a kockázatértékelésre, döntéselőkészítésre, mint ha a saját hasznáról lenne szó.

Mivel az utólagos bölcsesség hibája miatt nem következettünk a befektetett munkára, a lazsálásra közvetlenül az eredményből, így nem marad más, mint magát a döntéselőkészítő folyamatot vizsgálni. A bíróságok is ezen folyamattal kapcsolatban folytatnak le vizsgálatot, fogalmaznak meg elvárásokat. Ezek az elvárások előzetesen meglehetősen homályosak – utólag, ha valaki vitatja, hogy kellően gondos volt-e a döntéselőkészítés, akkor derül majd ki, hogy a bíróság szerint mi lett volna elvárható. Az ugyan nem tudható előre, hogy milyen elvárással él majd a bíróság, az azonban tudható a joggyakorlatból, hogy ez az elvárás nem lesz túl magas. A menedzsment már néhány meglehetősen

¹¹ Lenne egy másik fontos szempont is, amely megjelenhet a döntési folyamatban. Ez a túlzott kockázatkerülés. Ezt azonban, mivel tipikusan nem jelenik meg az elvárt gondosságban, itt nem elemezzük. Erről magyarul ld. SZALAI (2018) 134–135.

alapszintű kockázatelemzési, -csökkentési lépés megtételével elérheti, hogy ne vonják felelősségre.

Ez az alacsony elvárás az előbb látott *business judgement rule* másik oldala: a menedzsment üzleti döntéseiről a bíróság nem csak azt vélelmezi, hogy a társaság érdekeit próbálják szolgálni, hanem azt is, hogy kellően gondos eljárás során születtek. Természetesen, a vélelem megdönthető, vagyis olykor a menedzsmentet felelősnek találják, de ehhez nagyon óvatlanul kell eljárnia. [BAINBRIDGE (2009) 103–125.; HILL–MCDONELL (2012) 141–142.; SOBOR (2014) 354.] Egy kisebb-nagyobb döntési hiba miatt a menedzsment felelősségét nem fogják megállapítani. Akkor már igen, ha például nyilvánvalóan fontos információkat nem szereztek be a döntés előtt, nem vettek figyelembe.

3.2. Lojalitási kötelezettség

A gondossági kötelem a felelősség enyhébb formája: nincs alapvető baj azzal, hogy a döntéshozó milyen célokat követ – csak nem fordít kellő figyelmet a döntés előkészítésére. Mondhatnánk nem kellően megfontolt a döntése. A felelősség keményebb formája az, ha a követett célokkal is baj van. Ez a lojalitási kötelezettség megsértése.

A menedzsment lojalitással tartozik a vállalatnak. Vagyis a vállalat, a jogi személy érdekeit kell követnie. Bárhogyan definiáljuk is azt (vagy bármiképpen állítjuk is a helyébe a társasági érdek elsőbbségét, vagy a társadalmi felelősség elvét), az bizonyos, hogy a menedzsment saját érdekét nem helyezheti annak elébe. A lojalitási kötelezettség megsértésének tipikus esete az, ha a vezető tisztségviselő a helyzetét saját haszonszerzésre használja fel. [BAINBRIDGE (2009) 141–166.; HILL–MCDONELL (2012) 141–143.; SOBOR (2014) 353–354.] Ebbe a visszaélési körbe tartoznak ügynökprobléma legnyilvánvalóbb, „legdurvább” estei, így például a vállalati vagyon „elfolyatása” (magánvagyonná konvertálása) is.¹²

¹² Vagyon elfolyatása (*tunneling*) alatt azt érti az irodalom, amikor a vállalati vagyont a menedzsment valamiképpen saját vagyonává alakítja. [JOHNSON et al. (2000); ATANASOV et al. (2012) 421–424.] Ennek több formája is ismert. Például értékesítheti a menedzsment a vállalati vagyont áron alul saját magának (vagy hozzá közelállókknak), illetve megvásároltathatja a vállalattal saját (vagy hozzá közel állók) vagyont magas (a piacit meghaladó) áron. De nyújthat a menedzsment magának, vagy a számára fontos munkavállalóknak aránytalanul magas jövedelmeket, juttatásokat (béren kívüli juttatásokat, vállalati vagyontárgyak ingyenes használatát, kedvezményes hiteleket stb.).

A felelősség súlyossága abban is tükröződik, hogy ilyen esetben a jogi szankció is tipikusan súlyosabb. Míg a gondossági kötelem megelégszik azzal, hogy a menedzser fizesse meg a vállalatnak okozott kárt, addig ebben az esetben más alapokon (sokszor) magasabb összegeket fizettetnek. Ilyen megoldás az, amikor nem egyszerűen a kár megtérítését követelik meg, hanem a „haszonelvonást”, a „vállalatnak okozott kár révén elért gazdagodás kiadását” is. [COOTER–ULEN (2005) 270–271.] A bíróság tehát a fizetendő összeg (a kártérítés) megállapításakor nem azt mérlegeli, hogy a társaságot mekkora kár érte, mekkora haszontól esett el, hanem azt, hogy a menedzser mekkora nyereségre tett szert.¹³

4. Következtetések, összefoglalás

Három menedzsmentdilemmát láttunk. Három döntést, amelyben a menedzserrek felelősen akarnak dönteni, de – mint majd minden hasonló esetben – nincs egyetlen, egyszerű, kézenfekvő, teóriákból levezethető megoldás. Azt próbáltuk végiggondolni, hogy ezekben a bonyolult gyakorlati esetekben nem elég a (társadalmi) felelősségről szóló tankönyveket felmondani. Azt vettük számba, hogy milyen szempontokat kell számba venni akkor, ha a felelősség kérdését fel akarjuk vetni. Ezen szempontokat a jog felelősségfogalmából vettük, és az ezekre adható válaszokat pedig a joggazdaságtan eszközeivel próbáltuk értékelni.

Láttuk először, hogy a vállalati felelősség (így a vállalatok társadalmi felelősségének) fogalmát talán jobb lenne elfelejteni. Nem a vállalatok, hanem a döntést hozó emberek lesznek, lehetnek felelősek – vagy felelőtlenek. Mind jogi, mind nem-jogi értelemben. Nem véletlenül volt az a kérdésünk, hogy a három vállalatvezető, intézményvezető milyen döntéseket hozott. Amellett érveltünk, hogy jogi, joggazdaságtani (és az etikai) értelemben csak a személyes felelősségből érdemes kiindulni. Intézmények, szervezetek, vállalatok felelősségéről csak átvitt értelemben érdemes beszélni: alapvetően akkor is a szervezetben működő emberek, személyek felelősségét állapítjuk meg. Amellett érveltünk, hogy DéKá, Gyari és Engi felelőssége (és nem az intézmények, a vállalatok felelőssége) az alapvető kérdés.

A felelősség kapcsán a következő kérdés – mint láttuk – az, hogy mit várunk el ezektől a személyektől: egy szervezet vezetőiként milyen célokat kell követ-

¹³ Tegyük hozzá, szintén a várható szankciót emeli az is, hogy az ilyen lépések esetleg büntetőjogi felelősséget is teremthetnek – például hűtlen kezelés miatt is eljárás indulhat a menedzsment ellen.

niük. Megállapíthattuk, hogy ezzel kapcsolatban nincsenek egyszerű válaszok. Több (három) alternatív lehetőséget is láttunk: a tagi (alapítói) érdek követését (amely nem feltétlenül azonos a profitmaximálással – bár sokszor egyszerűen annyi), a társadalmi felelősséget (amelyen belül szintén több alváltozat van) és a társaság, szervezet önálló érdekének követését (amit a társasági jog általában középpontba állít). Ebben a kérdésben itt nem foglaltunk állást. Láttuk, hogy sem a profitérdek, sem a tagok érdekének háttérbe szorítása, sem azok előtérbe állítása nem igazolható egyszerűen. Itt csak arra hívtuk fel a figyelmet, hogy mindegyiknek vannak előnyei és hátrányai. Három főszereplőnk döntéseit is másként fogjuk értékelni akkor, ha a tagi akaratot vagy a profitérdeket állítjuk középpontba és akkor, ha azokat háttérbe szorítjuk. Ha a (rövidtávú) profitmaximálás, illetve a tagi érdek áll a középpontban, akkor DéKának fenn kell tartania a részvételi oktatást, Gyarinak el kell indítania a gyártást, Enginek fenn kell tartani az agresszor országgal a kereskedelmi kapcsolatot. Társadalmi felelősséggel összefüggő célok esetén éppen fordítva. A társasági érdek meghatározása pedig meglehetősen bizonytalan.

Végül láttuk, hogy amennyiben a célokon nem is vitatkozunk (vitatkoznánk), a felelősséggel kapcsolatos gyakorlati döntés akkor sem lenne egyértelmű. Akármelyik célt is választjuk, az, hogy ezt a célt DéKá, Gyari és Engi elérte-e, nem mond semmit arról, hogy valóban rossz döntést hoztak-e, felelőségre kell-e őket vonni. Ugyanis a döntésekkel járó kockázatok felmérése, a kockázatos helyzetben hozott döntés – amilyennel egy menedzsmint mindig szembesül – sohasem egyszerű. Nem egyszerű, mert magának a helyzetnek, a kockázatoknak a felmérése sem egyszerű. És arra sem adható egyszerű etikai, jogi válasz, hogy a kockázatokról való információkat milyen mennyiségben érdemes összegyűjteni. Minél jobb kockázatértékelés alapján akarunk ugyanis dönteni, annál később hozunk döntést. A döntés halasztása pedig ugyanúgy problémát jelent, mint ha megfelelő mérlegelés nélkül hoznánk túl gyors (lazsálásra épülő) döntéseket.

Hivatkozások

- Ashwini K. AGRAWAL: Corporate Governance Objectives of Labor Union Shareholders: Evidence from Proxy Voting. *The Review of Financial Studies*, Vol. 25. (2012) 187–226.
- Gary ANDERSON – Robert T. TOLLISON: The myth of the corporation as a creation of the state. *International Review of Law and Economics*, Vol. 3. (1983) 107–120.
- John ARMOUR– Henry HANSMANN – Reinier KRAAKMAN: What is Corporate Law? In: Reinier KRAAKMAN – Paul DAVIES – Henry HANSMANN – Gerard HERTIG – Klaus HOPT – Hideki KANDA – Edward ROCK (ed.): *Anatomy of Corporate Law*. Oxford, Oxford University Press, 2009. 1–34.
- Vladimir ATANASOV– Bernard BLACK – Conrad C. CICCOTELLO Self-Dealing by Corporate Insiders: Legal Constraints and Loopholes. In: Claire A. Hill – Brett H. McDONNELL (ed.): *Research Handbook on the Economics of Corporate Law*. Cheltenham, Edward Elgar, 2012. 419–441.
- AUER Ádám: *Corporate governance – A felelős társaságirányítás jelenkori dimenziói*. Budapest Dialóg Campus, 2017.
- Stephen M. BAINBRIDGE: *Corporate Law*. New York, NY Foundation Press, 2009.
- Stephen M. BAINBRIDGE: Director Primacy. In: Claire A. Hill – Brett H. McDONNELL (ed.): *Research Handbook on the Economics of Corporate Law*. Cheltenham, Edward Elgar, 2012. 17–32.
- Margaret M. BLAIR – Lynn A. STOUT: Team Production in Business Organizations: An Introduction. *Journal of Corporation Law*, Vol. 24. (1999) 743–750.
- Margaret M. BLAIR: Corporate Law and the Team Production Problem. In: Claire A. Hill – Brett H. McDONNELL (ed.): *Research Handbook on the Economics of Corporate Law*. Cheltenham, Edward Elgar, 2012. 33–51.
- Robert COOTER – Thomas ULEN: *Jog és közgazdaságtan*. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó, 2005.
- CSEHI Zoltán: A vezető tisztségviselő alapjai és irányai az új Polgári Törvénykönyv alapján. In: CSEHI Zoltán – SZABÓ Marianna (szerk.): *A vezető tisztségviselő felelőssége*. Budapest, Complex, 2015. 9–50.
- Jon ELSTER: *A társadalom fogaskerekei*. Budapest, Osiris, 1995.
- Fabrizio FERRI – Tatiana SANDINO: The Impact of Shareholder Activism on Financial Reporting and Compensation: The Case of Employee Stock Options Expensing. *The Accounting Review*, Vol. 84. (2009) 433–466.

- Fabrizio FERRI: 'Low-Cost' Shareholder Activism: A Review of the Evidence. In: Claire A. HILL – Brett H. McDONNELL (ed.): *Research Handbook on the Economics of Corporate Law*, Cheltenham, Edward Elgar, 2012. 192–215.
- Kent GREENFIELD: Defending Stakeholder Governance. *Case Western Reserve Law Review*, Vol. 58. (2008) 1043–1065.
- Henry HANSMANN – Reinier KRAAKMAN: The Essential Role of Organizational Law. *Yale Law Journal*, Vol. 110. (2000) 387–440.
- Henry HANSMANN – Reinier KRAAKMAN – Richard SQUIRE: Law and Rise of the Firm. *Harvard Law Review*, Vol. 119. (2006) 1335–1404.
- Paul HEYNE – Peter BOETTKE – David PRYCHITKO: *A közgazdasági gondolkodás alapjai*. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó, 2004.
- Claire A. HILL – Brett H. McDONNELL: Fiduciary Duties: The Emerging Jurisprudence. In: Claire A. HILL – Brett H. McDONNELL (ed.): *Research Handbook on the Economics of Corporate Law*. Cheltenham, Edward Elgar, 2012. 133–151.
- Jack HIRSHLEIFER – Amihai GLAZER – David HIRSHLEIFER: *Mikroökonómia – Árelmélet és alkalmazásai – döntések, piacok és információ*. Budapest, Osiris, 2009.
- Simon JOHNSON – Rafael LAPORTA – Florencio LOPEZ-DE-SILANES – Andrei SHLEIFER: Tunneling. *American Economic Review Papers and Proceedings*, Vol. 90. (2000) 22–27.
- KATONA Klára: A vállalati társadalmi felelősségvállalás kritikája a katolikus egyház társadalmi tanításának tükrében. *Iustum Aequum Salutare*, XV. évf., 2019/4. 23–46.
- Ian B. LEE: The Role of the Public Interest in Corporate Law. In: Claire A. HILL – Brett H. McDONNELL (ed.): *Research Handbook on the Economics of Corporate Law*. Cheltenham, Edward Elgar, 2012. 106–129.
- Jonathan R. MACEY: Corporate Social Responsibility: A Law & Economics Perspective. *Chapman Law Review*, Vol. 17. (2014) 331–353.
- Paul MILGROM – John ROBERTS: *Közgazdaságtan, szervezetelmélet és vállalatirányítás*. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó, 2005.
- Adam SMITH: *Vizsgálódás a nemzetek jólétének természetéről és okairól*. Budapest, Napvilág, 2011.
- SOBOR Dávid: A vezetői felelősség preventív és reparatív funkcióinak érvényesülése a magyar és a francia jogban. *Magyar Jog*, 2014/6. 350–359.
- Lynn STOUT: Are Stock Markets Costly Casinos? Disagreement, Market Failure, and Securities Regulation. *Virginia Law Review*, Vol. 81. (1995) 611–712.

Lynn STOUT: The Economic Nature of the Corporation. In: Francesco PARISI (ed.): *The Oxford Handbook of Law and Economics Volume 2: Private and Commercial Law*. Oxford Oxford University Press, 2017. 337-357

SZALAI Ákos: A gazdasági társaságok jogi személyiségének határai. *Iustum Aequum Salutare*, XI. évf., 2015/. 5–37

SZALAI Ákos: A gazdasági szervezetek jogáról és közgazdaságtanáról *Pázmány Law Working Papers*, 2018/17.

SUMMERIES

I.

THE THEORETICAL UNDERPINNING OF THE ECONOMIC ROLE OF ETHICAL PRINCIPLES

BUSINESS AND SPIRITUALITY

The Social Teachings of the Church on Business

Martin Schlag

In this paper, I argue that there is an intimate connection between Catholic social teaching and good business. First, I note the Church's teaching that business is a field of activity in which Christians can discover their vocation as beloved children of God. In fact, work is a dimension of human life in which holiness can be developed and shared. As a result, business can never be separated from spirituality, and an authentic spirituality rooted in Christ is essential to a flourishing business life. Further, it is in fact the role of Catholics to bring their faith into business life, transforming the supposedly purely secular with a horizon of ultimate meaning. Moreover, I argue that the overall survival and effectiveness of our market economies depends upon the maintenance of the charity and social concern that can only come from Christian faith, since Christian faith is their very wellspring. This underscores the importance of the virtues, even among non-Christians, in business life, which will redound to the improvement of the business lives of individuals and societies. Finally, I end by advocating for the teaching of virtues in business schools, which will allow the true nobility of a business vocation to shine forth.

THE ECONOMICS OF HAPPINESS

Laura Baritz

The study introduces an alternative approach to economics compared to the mainstream, where happiness, the fundamental substance of human person, is introduced as the fundamental goal of economic life. It provides a pointed resume about how economics and happiness cohere.

In the first part we dissert about the main arts of happiness. We compare Epicurean hedonism and Aristotelian eudaimonia extended to Christian grasping of happiness and we pinpoint that the Aristotelian approach to happiness provides a higher degree in human fulfilment than hedonism. This statement is supported by psychological research about happiness, too, where the persons who projected rational goal setting in their lives performed higher happiness than those ones preferring hedonistic pleasure. (Szondy, Máté: *A boldogság tudománya, fejezetek a pozitív pszichológiából*. Budapest, Jaffa Kiadó, 2010, p.28)

The study describes contemporary happiness trends and measures in psychology, as well, presenting that Aristotelian approach to happiness has its place in the alternative economic thinking, too. Economics of happiness is introduced by the so called “Happiness paradox” predicating that material goods do not fully indicate happiness in human life. A mathematical curve presents that the variables of material income and happiness grow jointly to a certain inflection point only, but beyond a certain amount of material goods, with their increase the curve of happiness begins to incline.

Second part of study describes virtue ethical, philosophical and economic background of economics of happiness indicating that the order of values defines the order of economics finally. Here we learn about the categories of “Oikonomia and Chrematistics; Natural law; Civil economy, Profit as a tool, Common good, pointing out a new paradigm in economics. We offer this new economic paradigm to ease our current ponderous situation in sustainability of our earth.

HENRY SIDGWICK ON THE RELATIONSHIP BETWEEN ETHICS AND POLITICAL ECONOMY

Loránd Ambrus

This study gives a comprehensive account of Henry Sidgwick's views on the relationship between ethics and political economy. As writings of Sidgwick on this theme are scattered across his books and collections of papers, the account offered is to be seen as a reconstruction. The starting point is the last chapter of *The Principles of Political Economy*, where Sidgwick confines himself to map the main points of tension between economic considerations and requirements of private morality. But he also acknowledges that a full discussion would require a systematic comparison between the principles of ethics, on the one hand, and of normative political economy, on the other hand. Accordingly, this study presents a structured overview of Sidgwick's political economy, followed by characterization of Sidgwick's ethical theory. Sidgwick makes a sharp distinction between political economy as a science and normative political economy, and takes the latter as embedded in political theory, itself undergirded by a version of political utilitarianism. The study also emphasizes the somewhat wobbly status of his official utilitarianism in his overall ethical thinking. Writing on issues of applied ethics, he almost always starts with ideas derived from common sense morality, and often finds no use of utilitarianism. All this means that one cannot ease the tensions between ethics and political economy relying on the utility principle alone. The study concludes with a thesis on how normative political economy as a whole might be brought within the bounds of morality.

II.

THE PRACTICAL CHALLENGES OF IMPLEMENTING ETHICAL MANAGEMENT

CATHOLIC SOCIAL THOUGHT AND CORPORATE GOVERNANCE OF THE MULTINATIONAL CORPORATION: AN INTEGRATIVE LITERATURE REVIEW TOWARDS A STATE-OF-THE-ART CONCEPTUALIZATION

Huub Ruel

Catholic Social Teaching (CST) developed a view on the purpose and the role of business in society. This view found its fundament in the Papal Encyclical Letter *Rerum Novarum* published in 1891. CST considers a business as a community of persons working together to serve the common good. This view deviates from today's dominant shareholder-focused or stakeholder-focused view of business. The past few years a number of scholars suggested that CST can offer a moral compass for corporate governance. Scholars in theology as well as in business and management studies have tried to interpret Catholic Social Teaching for corporate governance. But what is the status of the scholarly debate? This chapter will present an integrative literature review, covering forty-eight scholarly articles and book chapters published during the past ten years, and presents a conceptual overview. What emerges from this overview is that a majority of the published work is conceptual in the sense that it interprets the core principles of Catholic Social Teaching and applies or projects it on businessmanagement. There is a limited set of published articles and chapters that connects or tries to integrate Catholic Social Teaching with existing theories such as MacIntyre's virtues ethics or *Economia Aziendale*. Still, there is no solid empirical work on how the core CST principles of human dignity, common good, subsidiarity and solidarity would work out in business practice. Based on the results of this chapter's integrative literature review a research agenda will be proposed.

THREE TALES OF MANAGEMENT RESPONSIBILITY

Ákos SZALAI

This chapter examines the issue of corporate governance and management responsibility through three practical examples, three management decisions. The aim is to identify questions that might arise in connection with responsibility. Some methods will be considered to answer these questions – these methods are largely drawn from economics, from an economics analysis of company law. The chapter argues that the concept of corporate responsibility (and therefore corporate social responsibility) should perhaps best be forgotten. In fact these are not the corporations but instead people who make the decisions and thus they may be responsible in both legal and non-legal terms. The responsibility of institutions, organisations and companies should only be discussed in a metaphorical sense: in the end it is the responsibility of the managers of these organisations that can be established.

The next question concerning responsibility is what might be expected from these managers: what goals should they pursue as leaders of an organisation. But there are no simple answers to this question. Several (three) options can be formulated and presented: the managers should pursue the interests of the members (which is not necessarily the same as maximising profit), the interest of the other stakeholders (this is the social responsibility with several sub-variants) and the own interest of the corporation, company or organisation (what the corporate law generally require). The chapter does not take position on one solution over the other, it identifies however the advantages and disadvantages of these concepts.

Whichever goal is accepted, the hindsight bias should always be avoided when evaluating managers' decisions. The fact that a decision did not prove successful (in terms of the objective) does not mean that it was a bad decision. After all, decisions are typically made in risky situations and even the best, most careful decision can go wrong. The analysis of the legal concepts of management liability (e.g. fiduciary duty, duty of care, business judgment rule) sheds light on this problem.

