

AZ ÜZLETI VÁLLALKOZÁS CÉLJA – ETIKAI MEGKÖZELÍTÉS

KATONA Klára*

1. Bevezetés

Egy szervezet alapvető célja a szervezet tevékenységének irányultságát, végső soron létének értelmét fejezi ki.¹ Ebből a definícióból kiindulva az első és legfontosabb feladata minden szervezetnek, és ezen belül a gazdasági tevékenységet végző szervezetnek is, hogy pontosan meg tudja határozni ezt az alapvető célt. A kérdés tehát eléggé lényegbevágó és megkerülhetetlen, ugyanakkor nem állítható, hogy a különböző vállalatelméletek a legfontosabb témaként jelölnék meg. A gazdasági tevékenység célmeghatározása sokkal inkább közgazdasági-etikai viták és/vagy filozófiai munkák kiemelt tárgyaként jelenik meg. Mindez nem véletlen, hiszen éppen alapvető, létértelmező jellege miatt óhatatlanul is filozófiai válaszokat kényszerít ki ez a kérdésfelvetés. Ugyanakkor, mivel a szervezet, amelynek célját meg akarjuk határozni, egy üzleti vállalkozás, a gazdasági észszerűség igazolása is nélkülözhetetlen eleme a vizsgálódásnak, ami pedig a közgazdasági elemzés révén lehetséges. A szakmai polémia tehát alapvetően a körül a kérdés körül forog, hogy közgazdasági, filozófiai és etikai szempontból a lehetséges cél, illetve célkombinációk közül mi az elfogadható.

Az üzleti vállalkozások létezésének célját Adam Smithtől napjainkig a közgazdasági és vállalati elméletek többféleképpen próbálták már megragadni. A legközismertebb és legegységértelműbbnek tűnő cél nem más, mint a nyereség, vagy még inkább a vállalkozás értékének hosszú távú növelése, maximalizálása. Ezt a profitmaximalizáló szemléletet vallja az Adam Smith-i közgazdaságtanban alapuló standard mikroökonómiai vállalatfelfogás, az osztrák közgazdasági

* Habilitált egyetemi docens, PPKE JÁK.

¹ CHIKÁN Attila: A kettős értékteremtés és a vállalat alapvető célja. *Vezetéstudomány – Budapest Management Review*, Vol. 34., No. 5. (2003) 10–12.

iskola vagy a chicagói iskola által képviselt elméletek is.² Ez az a cél, ami gyakorlatilag minden vállalatelméletben valamilyen formában fellelhető. A profitmaximalizálás mellett azonban, mint lehetséges másik célkitűzés, a különböző társadalmi csoportok, vagy végső soron az egész társadalom javának figyelembevétele is megfogalmazódott az elmúlt évszázad vonatkozó szakirodalmában.

Jelen tanulmány azt kívánja felvillantani, hogy alapvetően e két törekvés – profitmaximalizálás és társadalmi jólét – megjelenik-e egyáltalán, és ha igen akkor milyen formában és mértékben azon nagyhatású elméleti munkákban, amelyek Adam Smith modelljére épülnek. E meghatározások normatív kritikájára és érvényességük empirikus alátámasztására (avagy megcáfolására) is kísérletet tesz az elemzés, melynek során az elmélet önmagával szemben támasztott követelményeit vetjük össze a tapasztalati tényekkel. A lehetséges etikai megközelítések közül egyet, a Katolikus Egyház társadalmi tanításának elveit kiemelve, a tanulmány arra is kísérletet tesz, hogy erkölcsi kritika tárgyává tegye az üzleti vállalkozás célját úgy, hogy ezenközben ne szakadjon el annak közgazdasági alapjaitól.

2. Standard mikroökonómiai elmélet a célról: önérdék és kölcsönös érdekek motiválnak

A vállalat standard mikroökonómiai felfogására egyfajta kiindulópontként tekinthetünk, amelynek legfontosabb megállapításai esetében, így a vállalati cél meghatározásakor is Adam Smith *A nemzetek gazdagsága* című 1776-ban írt fő művében leírtakra támaszkodik. Adam Smith neoklasszikus értelmezése szerint a piac főszereplője, az ún. '*homo oeconomicus*', a gazdálkodó ember, aki a saját érdekeit követi, melyeket ő ismer legjobban, tevékenységében a gazdasági elvnek megfelelően racionálisan jár el, vagyis a lehető legkisebb áldozat árán a lehető legnagyobb haszonra törekszik.³ Ennek értelmében a neoklasszikus felfogás szerinti vállalat célkitűzése sem lehet más, mint a nyereség, illetve a vállalati érték maximalizálására való törekvés. A '*homo oeconomicus*' önérdékét követve a lehető legjobban szolgálja a közösség javát is, amit a 'láthatatlan kéz' működése biztosít. A 'láthatatlan kéz' metaforája szerint az egyéni érdekkövetés összességében egy nem szándékolt, mégis létrejövő közérdeket eredményez.

² CHIKÁN Attila: *Vállalatgazdaságtan*. Budapest, Akadémia Kiadó, 2021. 29–36.

³ ANDORKA Rudolf: *Homo socio-oeconomicus. A közgazdaságtan és a szociológia emberképe*. Budapest, Akadémiai Kiadó, 1995. 8–9.

A piac ugyanis rendelkezik egy önszabályozó koordinációs mechanizmussal, amely egyensúlyhoz vezet.

A 'láthatatlan kéz' árnyaltabb megközelítésének középpontjában egy másik Smith-i koncepció áll, „az érzelmek kölcsönös rokonszenvének vágya”, amelyet Smith egy korábbi 1759-es *Az erkölcsi érzelmek elmélete* című művében vezet be, mint az emberi cselekvés meghatározó mozgatórugóját.⁴ Smith modelljének ebben a megközelítésében az embereket nemcsak az a vágy hajtja, hogy önérdeküket követve maximalizálják a hasznukat, hanem fontos nekik a másokkal való kölcsönös szimpátia megteremtése is. Ennek érdekében olyan magatartásformákat alakítanak ki, ami figyelembe veszi a másik érdekeit, együttműködnek egymással oly módon, hogy az mindkét fél számára előnyös legyen, ami végső soron a társadalom egésze számára is a legjobb megoldáshoz vezet.⁵

A neoklasszikus közgazdaságtan értelmezése szerint tehát nincs szükség arra, hogy az egyes piaci szereplők – köztük a vállalatok – közvetlen módon a közjó megteremtésén munkálkodjanak. Nincs a vállalatokra rákényszerített jótékonyosság, de az interakciók sokasága, az értékek ütközése spontán rendet és közjót teremt.

Ugyanakkor ezek a vágyott következmények nem függetlenek a Smith-i modell azon ismérveitől, amelyek a tökéletes piac feltételeit írják le. Ennek hiányában ez a megközelítés is csak korlátozottan alkalmas a valós vállalati folyamatok modellezésére.⁶ Éppen ebből kifolyólag a Smith-i gondolatok neoklasszikus értelmezését számos kritika érte a közgazdaságtudomány berkein belül is. A 'homo oeconomicus' meghatározásának korlátait a 2018-ban Nobel-díjjal kitüntetett Thaler és szerzőtársa, Sunstein által 2011-ben megjelent *Nudge* című munkája foglalja össze, rámutatva azokra a viselkedépszichológiai tényezőkre, melyek eltérítik a valós piaci szereplők döntéseit a racionális várakozásokra épülő modellek feltételezéseitől, ez pedig a modellek érvényességére is kihat. Ahogy a szerzők hangsúlyozzák: az ember nem 'homo oeconomicus', hanem 'homo sapiens'.⁷

⁴ James R. OTTESON: *'Adam Smith's Life and Works'* Adam Smith. London, Bloomsbury Academic, 2011. 34.

⁵ OTTESON (2011) i. m. 48., 156

⁶ Ingo PIES – Philipp SCHRECK – Karl HOMANN: Single-objective versus multi-objective theories of the firm: using a constitutional perspective to resolve an old debate. *Review of Managerial Science*, Vol. 15. (2021) 779–811.

⁷ Richard H. THALER – Cass R. SUNSTEIN: *Nudge. Jobb döntések egészségről, pénzről és boldogságról*. Budapest, Manager Könyvkiadó, 2011.

A 'láthatatlan kéz' automatikus egyensúlyteremtő szerepét vitatja többek között a Nobel-díjas Joseph Stiglitz híres kiáltványára is, melyben Stiglitz rámutat a tökéletes, illetve hatékony piaci feltételek hiányára, amely eklatáns módon a 2008-as pénzügyi válság idején vált nyilvánvalóvá. „Nevezetes tételek, mint az Adam Smith-féle láthatatlan kéz, nem érvényesek; a láthatatlan kéz azért volt láthatatlan, mert ott sem volt. Kevesen érvelnének ma amellett, hogy a bankok menedzserei saját érdeküket követve a világgazdaság jólétét mozdítják elő.”⁸

A standard mikroökonómiai modell a vállalatot jogi egységként azonosítja, ami a piac többi szereplője számára egyfajta feketedobozként, zárt egészként tevékenykedik, és amelynek tulajdonosa és menedzsmentje azonos, vagy azonos érdekeket követ. A XX század vállalati gyakorlata azonban sok tekintetben felülírta ezt az elképzelést. A vállalat keretei kitértek, illetve „felpuhultak”, ezáltal megjelentek az egymással ütköző érdekek a vállalati cél megfogalmazásakor. A menedzsment és a tulajdonos szintén markánsan elvált egymástól és a vállalati vezetők elkülönülő érdeke eltérítette a vállalat tényleges működési irányát az eredeti, profit- és értékmaximalizálási törekvésektől. A tapasztalati tények tehát azt mutatják, hogy a standard mikroökonómiai vállalatfelfogás olyan feltételek mellett tud csak érvényesülni és a profitmaximalizálás mellett indirekt módon a közjóhoz is hozzájárulni, amelyek az elmúlt száz év gyakorlatában nem tudtak csak részlegesen megvalósulni.

3. Az osztrák iskola felfogása a vállalati célról: a vállalat a fogyasztó „megbízottja”

Az Adam Smith-i gondolat, a szabad és kölcsönös együttműködés fontosságára vezethető vissza az osztrák közgazdasági iskola kiemelkedő gondolkodójának Ludwig von Misesnek a megközelítése is.

„A feudális társadalomban az emberek háború és hódítás útján vagy az országgló fejedelem bőkezűségéből gazdagodtak meg. [...] A kapitalista társadalomban az emberek úgy gazdagodnak meg, hogy nagy számban szolgálják ki a fogyasztókat. [...] Ez azt jelen-

⁸ Joseph STIGLITZ: *The Stiglitz Report. Reforming the International Monetary and Financial Systems in the Wake of the Global Crisis*. New York, New Press, 2010.

ti, hogy azok, akik a kapitalista társadalomban lettek gazdagok, a nép szolgálatából gazdagodtak meg.”⁹

Vagy még egyértelműbben fogalmaz Mises, amikor azt mondja:

„A vállalkozó a fogyasztók kiszolgálója. Az ő szemszögéből mindegy, hogy a fogyasztók vágyai és igényei bölcssek vagy sem, erkölcsösek vagy sem. A vállalkozóknak azt kell termelniük, amit a fogyasztók kívánnak.[...] Ebben az értelemben a vállalkozó erkölcsön kívüli. Valaki helytelenítheti ezt, de a vállalkozóknak nem az a dolguk, hogy erkölcsileg felemljék az emberiséget.”¹⁰

Ebben az értelemben tehát a vállalkozó célja továbbra is a nyereségmaximalizálás, amihez azonban a fogyasztói szükségletkielégítésen keresztül vezet az út. A fogyasztói szükségletkielégítés, a fogyasztók szolgálata, e szerint a megközelítés szerint egy jelentős, mondhatjuk, erkölcsi előrelépés a feudális viszonyokhoz képest, hiszen a jólét nem kényszerítés vagy kivételezés eredménye, hanem az együttműködésé, és nemcsak némelyek kiváltsága, hanem az egész „népre”, vagyis a társadalom széles rétegeire is kiterjed. Ugyanakkor a vállalkozó nem más, nem több, mint a fogyasztó megbízottja, kiszolgálója. Az erkölcsi felelősség teljes egészében a fogyasztóra hárul, ő tekinthető morális cselekvőnek, a vállalat nem.

A fogyasztói szükségletkielégítést tekinti a vállalati működés legfontosabb kritériumának Chikán Attila is, aki magyar közgazdász nemzedékek sora számára definiálta ilyenképpen az üzleti vállalkozás célját: „Az üzleti vállalkozás olyan emberi tevékenység, amelynek alapvető célja fogyasztói igény kielégítése nyereség elérése mellett.”¹¹ Chikán amellettt érvel, hogy a profitmaximalizálás nem lehet kizárólagos cél, hiszen a bünszervezetek is törekszenek a nyereségre, mégsem tekinthetjük őket üzleti vállalkozásnak. Megközelítésében a vállalat értékteremtést folytat, termékének értékességét éppen a fogyasztói vásárlási szándék igazolja vissza. A termék megvásárlása ugyanakkor a vállalat bevételének, végső soron pedig nyereségének növekedéséhez járul hozzá. „Az

⁹ Ludwig von MISES: *On the Manipulation of Money and Credit: Three Treatises on Trade-Cycle Theory (1928)*. Liberty Fund Library of the Works of Ludwig von Mises, 2012. 177-178

¹⁰ Ludwig von MISES: *Interventionism: An Economic Analysis* by Ludwig von Mises (1941). Edited and with a foreword by Bettina BIEN GREAVES. Translators: Francis MCMANUS, Heinrich BUND. Published January 28th 1998 by Foundation for Economic Education Inc.

¹¹ CHIKÁN (2003) i. m. 10

érték ebben a kontextusban két dimenzióban jelenik meg. Ugyanaz a folyamat, amelynek során a vállalat a fogyasztó számára értéket állít elő, egyúttal a vállalat értékét is növeli...¹²

Ebben a megfogalmazásban nem vetődik fel élesen a vállalat erkölcsi felelősségének, illetve mentességének kérdése. Ugyanakkor látnunk kell, hogy a fogyasztói szükségletkielégítés csak arra biztosíték, hogy a vállalat termékeire, szolgáltatásaira van fizetőképes piaci kereslet, ilyen értelemben tehát érdemes továbbra is előállítani az adott terméket, szolgáltatást. A piaci kereslet léte azonban nem mond semmit a termék vagy a termelés morális értékéről, csak annak fogyasztói hasznáról. Élve ugyanazzal a bünszervezeti párhuzammal, amelyre maga Chikán is hivatkozott, mondhatjuk, hogy egy drogterjesztő is fogyasztói szükségletet elégít ki, azonban mégsem definiálnánk a tevékenységét üzleti vállalkozásként vagy értékteremtőként.

E fogyasztóközpontú modell mögött az Adam Smith-i modell logikája áll. Smith *Az erkölcsi érzelmek elmélete* című művében az erkölcsi normák létrejöttét is a 'láthatatlan kéz' koncepciójával magyarázza meg. Vagyis a többszörös interakciók és „az érzelmek kölcsönös rokonszenvének vágya”, nemcsak piaci egyensúlyhoz, a jólét növekedéséhez, hanem egy erkölcsi konszenzus kialakulásához is elvezetnek.¹³ A láthatatlan kéz metaforájának hasonló értelmezését adja Fazekas Károly is. Érvelése szerint a teljes életművet figyelembe véve, a piacgazdaságnak, benne a '*homo oeconomicussal*' és a 'láthatatlan kézzel', éppen az ember morális felemelkedésének szolgálata a végső célja¹⁴.

A kölcsönös érdekek tisztelete, és a szabad, önkéntes együttműködés azonban feltételezi egy jól szabályozott társadalom létét, ami garantálja a személyek, a tulajdon és a szerződések védelmét és ezáltal megakadályozza a másik kirablását, becsapását vagy szolgásgba taszítását.¹⁵ Mindezek hiányában a vágyott következmények elmaradnak. Így például éppen a fogyasztói szükségletek negligálása figyelhető meg a 2008-as pénzügyi válság során, amelyre számos tanulmány világított rá. Többek között bizonyítást nyert, hogy minél bonyolultabb volt egy pénzügyi konstrukció, annál kevésbé hozzáértő befektetőknek

¹² Uo. 11.

¹³ OTTESON (2011) i. m. 63.

¹⁴ FAZEKAS Károly Tisztesség, empátia, közgazdaságtan. *Közgazdasági Szemle*, LXIII. évf., 2016. október, 1120–1141.

¹⁵ James R. Otteson: *Honorable Business. A Framework for Business in a Just and Human Society*. Oxford University Press, UK, 2019. 37.

adták el azt a banki ügyintézők.¹⁶ Egy másik tanulmány pedig arra mutatott rá, hogy 2009–2014 között a jelzáloggal fedezett értékpapírokhoz kapcsolódó ún. *predátor* (ragadozó) hitelek és csalással kapcsolatos perek száma kiugróan magas volt.¹⁷ A sort hosszan lehetne folytatni.

4. A chicagói iskola vállalati cél koncepciója: a vállalat a részvényes tulajdona

Szintén az Adam Smith-i alapértelmezésre, ezen belül az önérdekkövetés hatékonyságára vezethető vissza a chicagói iskola vállalati cél megragadása. Ennek megfelelően a vállalat alapvető és kizárólagos célja a profitmaximalizálás, illetve hosszú távon a vállalati érték növelése. A szintén Smith-i metafora, a ‘láthatatlan kéz’ működésének köszönhetően pedig a vállalatok úgy szolgálják leghatékonyabban a közösség javát, amennyiben kizárólag saját, jól felfogott gazdasági érdekeiket követik. Ennek a gondolatnak a leghíresebb megfogalmazása a chicagói iskola legnevesebb alakjához, Milton Friedmannhoz köthető. Friedman *The Social Responsibility of Business is to Increase its Profit* című, 1970-ben a *The New York Times* magazin hasábjain megjelent, gyakran hivatkozott cikkében kijelenti, hogy a társadalmi haszon leginkább úgy érhető el, ha a vállalat ezt teljességgel figyelmen kívül hagyja és kizárólag a tulajdonosok gazdagodására koncentrál. A tulajdonos gazdagodásán itt különös hangsúly van, ugyanis Friedman kiindulópontja az, hogy a vállalat kizárólag a részvényes (angolul: *shareholder*) magántulajdona. A vállalat vezetői a tulajdonos alkalmazottjai, ezért ennek megfelelően kell a vállalat működtetéséért felelniük, vagyis a tulajdonosok érdekében kell cselekedniük, a lehető legtöbb pénzt keresve számukra. Ugyanakkor azt Friedman is hangsúlyozza, a vállalati vezetőknek úgy kell törekedniük a nyereség maximalizálására, hogy közben megfelelnek a társadalom alapvető jogi, etikai elvárásainak és a játékszabályokon belül maradnak.¹⁸ Fontos azonban leszögeznünk, hogy Friedman szerint a cél tekintetében az egyetlen, aki döntési helyzetben van, az a részvényes, akit

¹⁶ Claire CÉLÉRIER – Boris VALLEE: Catering to investors through security design: Headline rate and complexity. *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 132., No. 3. (February 2017) 1469–1508.

¹⁷ Neil FLIGSTEIN – Alexander ROEHRKASSE: The Causes of Fraud in Financial Crises: Evidence from the mortgagebacked securities industry. *American Sociological Review*, Vol. 81., No. 4. (2016) 617–643.

¹⁸ Milton FRIEDMAN: The Social Responsibility of Business is to Increase its Profit. *The New York Times Magazine*, September 13, 1970.

tulajdonosnak, egyben a morális cselekvőnek is tekint. Ebben a szerepkörében egyedül a tulajdonos dönthet adott esetben nemcsak a nyereség maximalizálása mellett, hanem akár más (szociális) célok mellett is, de kizárólag csak ő.

A részvényesi modell egyik legerősebb kritikája a jog oldaláról fogalmazódott meg. Eszerint a részvényesi előjogok teóriája nem több, mint egy közgazdasági absztrakció, amelynek se jogi, se történeti, se gyakorlati alátámasztása nincsen.¹⁹ Stout így fogalmaz: „Amit a részvényesek birtokolnak, azok a részvények, amely egyfajta kapcsolat a részvényes és a jogi személy között, és amely korlátozott jogokat biztosít a részvényeseknek.”²⁰ Egészen addig, amíg a cégnek nem kell csőddel és felszámolással szembenéznie, a jogrendszer nem a tulajdonosoknak, hanem a vállalatnak, mint jogi személynek és az azt irányító igazgatótanácsnak biztosítja a jogot, hogy a vállalat jövőjéről döntsön.

Azt is meg kell jegyeznünk, hogy a részvénytársaság, habár fontos és nagy jelentőségű vállalati forma, de csak egyik típusa a vállalatoknak. A részvényesi jogok és törekvések nem terjeszthetők ki a teljes vállalati szférára és az összes vállalati tulajdonosi motivációra.

Végül pedig ennél a vállalati cél felfogásnál is le kell szögeznünk, hogy mindazon elméletek, amelyek a Smith-i modellre épülnek, csak hatékony vagy még inkább tökéletes piaci feltételek között működnek megfelelően, valós piaci feltételek között e modellek csak korlátozott hatékonysággal váltják be az elméletből fakadó ígéreteket.

5. A vállalati cél kritikája a Katolikus Egyház társadalmi tanításának elvei alapján

Az a Smith-i feltételezés, hogy a különböző értékrendszerek között az értékek szabad ütköztetése és a kölcsönös szimpátia iránti vágy eredményeképpen valamifajta erkölcsi konszenzus jön létre, az empiria tükrében nem váltotta be a hozzáfűzött reményeket. Ezért jogosnak tűnik egy olyan megközelítést alkalmazni a vállalati célok normatív értékelésére, amely kilép a bemutatott elméletek kereteiből és egy előzetesen rendelkezésre álló értékrendszerrel veti össze az adott elméleti munka várakozásait. A lehetséges etikai megközelítések

¹⁹ Lynn A. STOUT: *The Shareholder Value Myth. How Putting Shareholders First Harms Investors, Corporations and the Public*. Berrett Koehler Publications, 2012.

²⁰ Uo. 14.

közül egyet kiemelve ez a fejezet a Katolikus Egyház társadalmi tanítására támaszkodik.

A Katolikus Egyház társadalmi tanítása (a továbbiakban: KTT) nem közgazdasági modellek kidolgozását tűzi ki célul. A Katolikus Egyháznak ugyanakkor határozott törekvése, hogy minden emberi tevékenységet, köztük a gazdasági tevékenységet is, az erkölcsi szempontok középpontba helyezése révén értékeljen és felszólaljon minden, ezt az elvet sértő visszasság ellen. Az erkölcs és a gazdaság elválaszthatatlanságára pápai enciklikák egész sora hívja fel a figyelmet.²¹

A KTT a piacot olyan emberek közösségeként azonosítja, akik nem azonosak a *'homo oeconomicus'*-szal, azzal az emberképpel, amely a KTT szerint ontológiailag nem valóságos konstrukció. A *'homo oeconomicus'* egyszersmind *'homo sociologicus'* is, hiszen ugyanaz az ember dönt a gazdasági, mint a leglétköznapibb ügyekről, vagy akár erkölcsi kérdésekről is. A Katolikus Egyház a *'homo oeconomicus'* elutasításában nem egy idealisztikus emberképből indul ki, hanem épp ellenkezőleg, mint az emberi személyiség több évezredes tapasztalatokon alapuló ismerője, rávilágít az ilyen jellegű leegyszerűsítések káros és sehova se vezető következményeire. Ugyanakkor az ember számára olyan erkölcsi mércét és célt jelöl ki, ami messze túlmutat a racionális, gondos gazdálkodótól elvárható szinten.

A KTT a gazdasági tevékenység végső célját az ember fejlődésének szolgálatában jelöli ki. A tanítás rámutat arra is, hogy nem menthető fel az egyén a közjó iránti erkölcsi felelősség alól azzal az érveléssel, hogy helyette, majd a 'láthatatlan kéz' azt megvalósítja. Szent II. János Pál pápa, majd XVI. Benedek pápa is hangsúlyozta, hogy a piaci automatizmusba ('láthatatlan kézbe') vetett hit „[...] arra ösztönözte az embert, hogy gyakran romboló módon visszaéljen a gazdaság eszközével.” [CIV 34.] Semmi sem történik automatikusan, az erkölcs erőfeszítést igényel. A gazdasági fejlődés nem eredményez társadalmi igazsá-

²¹ XIII. LEÓ pápa: *Rerum novarum kezdetű enciklikája a munkáskérdésről (az első pápai szociális körlevél)*. Róma, 1891. május 15. (a továbbiakban: RN); XI. PIUS pápa: *Quadragesimo anno kezdetű apostoli körlevele a társadalmi rend megújításáról*. 1931. (a továbbiakban: QA); VI. PÁL pápa: *Populorum progressio kezdetű enciklikája*. Róma, 1967. március 26. [a továbbiakban: PP]; II. JÁNOS PÁL pápa: *Centesimus annus kezdetű enciklikája a Rerum Novarum enciklika kibocsátásának századik évfordulója alkalmából*. Róma, 1991. május 1. [a továbbiakban: CA]; XVI. BENEDEK pápa: *Caritas in veritate kezdetű enciklika az ember teljes értékű fejlődéséről a szeretetben és az igazságban*. 2013. január 22. (a továbbiakban: CIV); FERENC pápa: *Az evangélium öröme (Evangelii gaudium) kezdetű apostoli buzdítása a püspököknek, a papoknak és diakónusoknak, az istennek szentelt személyeknek és a világi híveknek az evangélium hirdetéséről a mai világban*. 2013. november 24. (a továbbiakban: EG). Elérhető: <https://katolikus.hu/dokumentumtar>

gosságot. Ferenc pápa *Evangelii gaudium* kezdetű enciklikájában a szegények védelmében foglal állást a piac autonómiájával szemben, amely, véleménye szerint, közvetlenül felelős a szegénység fennmaradásáért. A neoliberais közgazdaságtan képviselői ugyanis

„[...] feltételezik, hogy minden, a szabad piac által támogatott gazdasági fejlődés önmagában nagyobb kiegyensúlyozottságot és társadalmi befogadást hoz létre a világban. Ez a tények által soha meg nem erősített vélemény elnagyolt és naiv bizalmat fejez ki a gazdasági hatalom birtokosainak jósága, továbbá az uralkodó gazdasági rendszer által szentesített mechanizmusok iránt. Közben a kirekesztettek továbbra is várakoznak. [...] Miközben kevesek jövedelme hatványozottan növekszik, a többség egyre távolabb kerül e szerencsés kisebbség jólététől.” [EG 54. és 56.]

XI. Pius pápa 1931-ben így látta az önmagát szabályozó szabadpiac káros hatását: „A korlátlan gazdasági verseny önmaga ellentétét eredményezi, a gazdasági hatalom és erő koncentrációjához vezet.” [QA 108.]

A KTT elismeri és legitimnek tartja a nyereségre való törekvést, de Friedmannal ellentétben semmiképpen sem tekinti kizárólagos célnak [Pontifical Council 51]. Ahogy Szent II. János Pál pápa hangsúlyozza a *Centesimus annus* kezdetű enciklikájában, hogy ha a nyereséget tisztességtelen módon érik el a vállalatok, például a vevők, ügyfelek megtévesztésén keresztül, ahogy ez a legutóbbi a 2008-as pénzügyi válság kapcsán is számtalanszor bebizonyosodott, akkor ezzel megsérül a társadalmi igazságosság. A nyereség csak egy indikátor lehet, amely a közjó megteremtésével nyer legitimitást. Az üzleti tevékenységnek az értékek és az élet teljességének szolgálatára kell törekednie, ahol a gazdasági fejlődés és a társadalmi fejlődés kéz a kézben jár és feltételezi a felelősségvállalást egymásért. A piac akkor működik helyesen, ha a közjót szolgálja. „A világ mindenkié, nemcsak a gazdagoké.” [PP 23.] Benedek pápa még ennél is tovább megy és *Caritas in veritate* kezdetű enciklikájában a végső gazdasági célként a teljes ember fejlődését jelöli ki. „Az ember az egész gazdasági és társadalmi élet forrása, középpontja és végcélja.” [CiV 25.]

A Katolikus Egyház antropológiai szemlélete alapján a piac nem egyszerűen a csere színhelye, hanem emberek közössége [CiV 34.]. Vagyis szemben Mises álláspontjával egy morális gazdaság szereplői nem egymástól független individuumok, hanem egymásért felelősséget és kötelezettséget vállaló közös-

ség részei. A KTT hangsúlyozza, hogy a vállalkozásoknak mindazok jólétét szolgálniuk kell, akikkel az üzleti tevékenységük során kapcsolatba kerülnek [CA 35.]. Ebből következően a vállalat nemcsak a tulajdonosainak, hanem az összes érdekhordozónak is felelősséggel tartozik [CiV 40.]. A vállalatvezetés nem törődhet csak a tulajdonosok érdekével, ahogy ezt a részvényesi vagy *'shareholder'* elmélet képviselői állítják.

6. Összegzés és konklúzió

A KKT fent idézett passzusai többször is aláhúzzák, hogy a piac és annak szereplői közösséget alkotnak, ahol a közösség tagjai az egész közösségért és annak egyes tagjaiért is felelősséggel tartoznak. A morális számonkérhetőség ezért minden egyes szereplőre és a szereplők együttesére is ki kell, hogy terjedjen. Ebből kifolyólag a vállalat vezetésének nemcsak a tulajdonosoknak (részvényeseknek), hanem az összes érdekhordozónak a javát is szolgálniuk kell. Az üzleti vállalkozás ilyen formán csak társadalmi kontextusában értelmezhető, vezetőin és működésén az erkölcsi értékek betartása és követése számonkérhető.

A szabad és önkéntes együttműködés fontos és megőrzendő feltétele a vállalati működésnek, hiszen a kölcsönös érdekek figyelembevétele lehetővé teszi a szélesebb társadalmi jólét megteremtését. A szabad és önkéntes együttműködés és az ebből fakadó fogyasztói szükségletkielégítés szükséges, azonban nem elégséges feltétele a társadalmi érték meghatározásának. A szabad és önkéntes együttműködés fennmaradását ugyanis csak egy jól szabályozott társadalom tudja garantálni, megvédve a személyek, a tulajdon és a szerződések biztonságát. Ezért a többszörös interakciók és *'az érzelmek kölcsönös rokonszenvének vágya'* a kiinduló Smith-i feltételek hiányában nemcsak a közjó megteremtéséhez nem vezet el, de annak az erkölcsi konszenzusnak a kialakulásához sem, amely a fogyasztói igényeket az érték meghatározás alapjává tehetné.

A társadalmi érték a tökéletesen működő piac feltételeinek hiánya miatt nem tud, erkölcsi okok miatt pedig nem lehet járulékos következménye a pénzügyi érték megteremtésére való törekvésnek. A vállalatnak tehát egyszerre kell törekednie a pénzügyileg eredményes és hatékony működésre és a közjó szolgálatára.

