

Peter H. Werhahn

**A VÁLLALKOZÓ**  
gazdasági szerepéről  
és társadalompolitikai  
felelősségéről

Ordo socialis

**Original** (published in German):

Peter H. Werhahn

**DER UNTERNEHMER. SEINE ÖKONOMISCHE FUNKTION UND  
GESELLSCHAFTSPOLITISCHE VERANTWORTUNG**

Editor: ORDO SOCIALIS

Publishing Company: Paulinus-Verlag, Trier, 1990

ISBN 3-7902-5200-X

**Translation and digitalization sponsored and organized by:**

ORDO SOCIALIS

Academic Association for the Promotion of Christian Social Teaching

Wissenschaftliche Vereinigung zur Förderung der Christlichen Gesellschaftslehre e.V.

The members of the board are published in the impressum of [www.ordosocialis.de](http://www.ordosocialis.de)

Head Office: Georgstr. 18 • 50676 Köln (Cologne) • Germany

Tel: 0049 (0)221-27237-0 • Fax: 0049 (0)221-27237-27 • E-mail: [gf@ordosocialis.de](mailto:gf@ordosocialis.de)

**Hungarian edition:**

Translation: Péter Zalán

© ORDO SOCIALIS, Cologne, Germany, 1992

Editorial assistant of the print version: Wolfgang Fischer

Edition ORDO SOCIALIS , Series Nr. 12, Paulinus Verlag, Trier, 1992

Digitalized by Tünde Lovász, 2008

ISBN 3-7902-5211-5

**The rights of publication and translation are reserved and can be granted upon request.  
Please contact ORDO SOCIALIS.**

# TARTALOM

AZ OLVASÓHOZ .....	5
ELŐSZÓ .....	6
I. A GAZDASÁGI FOLYAMAT IRÁNYÍTÁSA: TERVGAZDASÁG ÉS PIACGAZDASÁG .....	7
A gazdasági terv szükségessége — Központilag irányított gazdaság — Piacgazdaság	
II. A VÁLLALKOZÓ SZEREPÉNEK ELTÉRŐ MEGÍTÉLÉSE A TÖRTÉNELEM FOLYAMÁN .....	8
Ókor — Keresztény középkor — A 13. század katolikus gazdaságetikája — Kamattilalom — A vállalkozóellenesség társadalomlélektani gyökere — A liberális álláspont — A vállalkozó szerepének első meghatározása: Schumpeter — Marx Károly	
III. A PIACGAZDASÁG TÖRTÉNETE .....	11
Adam Smith és David Ricardo — A versenyszervezés hiányosságai — A 19. századi ipari forradalom — Ellenirányú törekvések: a marxizmus és a keresztényszociális mozgalom — Az automataként működő gazdaság — A liberális elmélet megújítói: Eucken és Böhm — A szociális piacgazdaság elmélete és gyakorlata	
IV. A VÁLLALKOZÓ SZEREPE A PIACGAZDASÁGBAN .....	15
Mit tesz a vállalkozó? — A kreatív vállalkozó: jelentős és kisebb jelentőségű innovációk — Az alapvető feltétel az egyes gazdasági egységek rentabilitása — A nyereség közjófunkciója — Nyereség és irigység — A nyereség maximálása és a gazdaság tárgyi célkitűzése — A vállalkozó hivatásának modern értelmezése — A menedzser mint megbízott vállalkozó — Az állam szociálpolitikai illetékessége — Az emberek együttműködésének koordinálása mint a vállalkozó új feladata	
V. A KATOLIKUS SZOCIÁLIS TANOK ÉS A VÁLLALKOZÓ .....	19
A katolikus szociális tanok nem jelentenek gazdaságelméletet — A rendtartáspolitikai kérdések kezelése — A legfontosabb szociális rendezőelvek — Az egyház etikai illetékessége — A katolikus szociális tanok a vállalkozóról — Elosztási kérdések a növekedés kérdései helyett — A Biblia a gazdasági növekedésről — A követelmény: mindenki kerüljön alanyi pozícióba — A gazdaság törvényeit újabban komolyan veszik	
VI. A VÁLLALKOZÓ — TÁVOLRÓL, KÖZELRŐL ÉS BELÜLRŐL ..	23
A nézőpont különbözőségéből adódó eltérések — A nagyvállalat sajátos problematikája — A vállalkozóról kialakuló kép előnyös változása a növekvő jólét függvényében — Az 1983-ban a Német Szövetségi Köztársaságban készült felmérés eredményei — Az üzemi szociális szolgáltatások hatása — Hogyan látják az USA-ban — Az értelmiség szerepe — Tanulságok a vállalkozó számára	

VII. A MODERN VÁLLALKOZÓ: A VÁLLALKOZÓI TEVÉKENYSÉG ELMÉLETE ÉS GYAKORLATA .....	26
1. A konkurenciaharc .....	27
2. A dirigizmus csábítása .....	27
3. Az árnyékgazdaság .....	28
4. Környezeti problémák .....	29
5. Az emberek irányítása .....	30
6. A vállalat struktúrája .....	31
ZÁRÓ MEGJEGYZÉSEK .....	35
IRODALOMJEGYZÉK .....	36

## AZ OLVASÓHOZ

Az elmúlt években az egész világon felértékelődött a piacgazdaság. Még a szocialista országok is tettek néhány óvatos — bár eredménytelen — kísérletet arra, hogy a piacgazdaság egyes elemeit tervgazdaságukba bevezessék. A kommunizmus világméretű összeomlásával az emberi természetnek inkább megfelelő piacgazdaság — amit sokszor tévesen kapitalizmusnak neveznek — megkezdhetette diadalmenetét.

Gazdasági és szociális fölényük ellenére — különösen figyelembe véve azt, hogy ezek szociális piacgazdaságok — a nyugati ipari országokban feltűnő hiány mutatkozik a piacgazdaság működésmódjára vonatkozó információkban.

A keresztény egyházak még mindig visszafogott magatartást tanúsítanak ezen rendszer alapelemeivel: a piaccal, a versennyel és a vállalkozói tevékenységgel szemben. A vállalkozó, aki a piacgazdasági rend kulcsfigurája, egészen a legutóbbi időkig nem kapta meg az őt megillető elismerést a katolikus társadalomtudománytól. Legnagyobb örömünkre II. János Pál pápa nagyszabású enciklikája, a Centesimus annus — 100 évvel a Rerum novarum után — pótolta ezt a hiányt. A Szentatya a szociálisan elkötelezett piacgazdaságról ír, melyet egyértelműen megkülönböztet mind az alacsony hatékonyságú államgazdaságtól, mind pedig a kizsákmányolásra épülő kapitalizmustól. Az ilyen gazdasági rend nem valósítható meg a vállalkozók egy bizonyos típusa nélkül. Róla szól e kis könyv.

Reméljük, hogy a legújabb szociális enciklika mondanivalója megfogon és elterjed a katolikus társadalomtudományban.

E kis könyv ebbe az irányba szeretne hatni. Ahhoz is hozzá kíván járulni, hogy Közép- és Kelet-Európa országaiban könnyebbé váljon az átmenet a szocialista tervutasításos gazdaságból a piacgazdaságba. Ehhez azonban szükség van a széles néptömegek, kivált pedig a véleményformálók támogatására.

Örömünkre az szolgálna, ha a kelet-európai fejlődés arról győzné meg a fejlődő országokat, hogy az ő jövőjük is a szociális piacgazdaság.

Cornelius G. Fetsch

Johannes Stemmler

## ELŐSZÓ

E tanulmány a vállalkozóról szól, népgazdasági és társadalmi szerepéről, valamint szociáletikai felelősségéről. Elsősorban nem vállalkozók, hanem olyan emberek számára íródott, akik bár maguk nem vállalkozók, de mégis készletve érzik magukat, hogy megértsék a vállalkozó szerepét, feladatát és felelősségét.

Az ember általában tartózkodik attól, hogy olyan foglalkozásról mondjon ítéletet, melynek gyakorlására nincs képesítve. Ez elsősorban a diplomához kötött foglalkozások esetében igaz, mint például a jogászok, orvosok, fizikusok vagy filozófusok esetében, akik olyan területen dolgoznak, mely többé kevésbé idegen a nem szakembernek. Vagy legalábbis megállapítható, hogy az emberek bizonyos tartózkodást mutatnak, ha az említett foglalkozásokat ők képzettségét kell megítélniök.

Más a helyzet, ha vállalkozóról van szó. Ebben az esetben ugyanis mindenki úgy véli, bátran hangoztathatja kritikai ítéletét, noha talán nincs is még egy hasonló munkakör, mely ennyire komplex és ennyire nehezen áttekinthető, mint a vállalkozóé. A piactgazdaságban a gazdaság, a politika, a jog, a technika, a pszichológia és az etika metszéspontjában cselekszik. A termelés összetevőinek lehető legkedvezőbb kombinációja érdekében állandóan figyelnie kell a piac jelzéseit és döntéseket kell hoznia.

Csak hogy szinte soha sem áll rendelkezésére az információk teljes köre, miáltal a meghozott döntések kockázatot rejtenek magukban. A vállalkozó számos egymást meghatározó és befolyásoló tényező „áramkörében” dolgozik. Mindaz, amit a jövőt szem előtt tartva tesz, a bizonytalanság körülményei közepette meghozott döntésben merül ki. Népgazdaságilag nézve csupán annyit érhet el, hogy megteremti a források allokációját. Ha helytelenül értelmezi a piac jelzéseit és rosszul dönt, akkor el kell hagynia a piacot.

Aki mármost tekintettel a téma bonyolultságára és összetettségére valamit mondani kíván a vállalkozóról, el akar oszlatni néhány előítéletet, és ezáltal meg akarja teremteni a tárgyyszerű ítéletalkotás feltételeit, annak a problémát az alapoktól kezdve kell bemutatnia. Közéjük tartoznak a vállalkozóról alkotott képek történeti gyökerei és a vállalkozó megítélésének változása a történelem során, de annak a piactgazdasági rendszernek a bemutatása is, amelyben a vállalkozó működik, valamint hogy e rendszer működése miben különbözik a központi irányítású gazdasági rendszerektől. Csak így reménykedhetünk ugyanis abban, hogy a vállalkozó népgazdaságilag és társadalompolitikailag fontos tevékenységét megértik és objektíven ítélik meg.

E tanulmány megírásának idején Kelet-Európában forradalmi politikai változások zajlottak le, melyek egy új szabad politikai és gazdasági rend kialakítása irányába mutatnak. A szociális piactgazdaság és a vállalkozó e piactgazdaságban játszott szerepének bemutatása ezáltal különösen időszerű. Ugyanis ezen országok legtöbbjében hiányoznak a vállalkozók, és nem ismerik a piactgazdaság játékszabályait.

## **I. A GAZDASÁGI FOLYAMAT IRÁNYÍTÁSA: TERVGAZDASÁG ÉS PIACGAZDASÁG**

Az emberi cselekvés egyáltalán nem mindenkor tervszerű, gyakran véletlenszerű, olykor kaotikus és nem ritkán imitálás vagy játék csupán. A gazdasági tevékenységnek azonban mindig tervszerűnek és ésszerűnek kell lennie, amennyiben sikeres akar lenni. Az állami gazdasági tervezés hívei joggal utalnak arra, hogy a vállalkozók a piacgazdaságban is terv alapján dolgoznak, azaz hogy rövid-, közép- és hosszútávú terveket készítenek, és e tervekhez igazítják gazdasági tevékenységüket. A tervszerű tevékenység szükségessége a gazdasági életben az ember számára rendelkezésre álló javak és szolgáltatások szűkös voltából következik. Az ember korlátozott tehetségének és forrásainak megfelelően szükségletei lehető legjobb kielégítését szeretné elérni. Tervezés, azaz a döntések alternatív lehetőségeinek idejekorán történő mérlegelése és a döntések optimális kombinációja nélkül nem létezik gazdálkodás, még akkor sem, ha a gazdálkodás egyes alanyai olykor nincsenek is tudatában annak, hogy terv szerint cselekszenek. Egy gazdasági rend megítélésakor a döntő kérdés ez: ki tervez? Egyesek úgy vélik, hogy az államnak kell mindent központilag megterveznie, hogy elérhető legyen az optimális eredmény. Walter Eucken német nemzetgazdász az állam irányította gazdasági folyamatokon alapuló gazdasági rendet a „központilag irányított gazdaság” fogalmával jelölte. A központilag irányított gazdasági rend hívei magukat általában „szocialistának” nevezik. A szocialista országok tervgazdaságával kapcsolatos, az elmúlt 70 évben szerzett tapasztalatok azt mutatják, hogy megbukott az a kísérlet, hogy a gazdasági folyamatok irányításának problémáját ily módon oldják meg. Az 1989 ősze óta Kelet-Európában lezajló drámai események igazolják ennek az ítéletnek a helyességét.

A gazdaság központi irányításával szemben a gazdasági folyamatok irányításának az a módja áll, mely a kereslet és kínálat versenyében kialakuló piaci áron alapszik. Ebben az esetben piacgazdaságról beszélünk, melyben a tervezés sok egyén között oszlik meg. A tervgazdaságot a kényszer, a piacgazdaságot a szabadság jellemzi. A piacgazdaságban a gazdaság egyes alanyainak döntéseit nem egy átfogó központi terv szabályozza, hanem a piacnak a javak és szolgáltatások árai által közvetített jelzései. Ebben a rendszerben központi szerepet játszik a piacról érkező jelzések alapján beruházásról és termelésről döntő vállalkozó. A működő piacgazdaságban a piaci árak gondoskodnak arról, hogy a javak és szolgáltatások ahhoz vándoroljanak, aki a legjobban bánik velük. Ez a termelőkre és fogyasztókra egyaránt érvényes. Ennek következtében nemcsak a fogyasztási javak, hanem minden közbenső és félkész termék ára szabadon kell hogy képződjék, mert különben nem teljesíthetik be irányító szerepüket. Mindazonáltal a piacgazdasági rend csak akkor működőképes, ha az állam biztosítja a megfelelő keretfeltételeket. Ennyiben a piacgazdaság sem mondhat le a kényszerítő erejű állami hatalomról, de e hatalomnak korlátokat szab, melyek a „piackonform beavatkozások” (Röpke) fogalmával írhatók le. Döntő fontosságú, hogy létezzen egy hatékony jogrendszer, különös tekintettel a kielégítő versenyjogra, melynek segítségével megakadályozható, hogy a piac résztvevői megbontsák a piaci rendszert és a piacgazdasággal ellentétes irányba elmozdítsák. A piacgazdaság működése szempontjából nem az a fontos, hogy teljeskörű-e a verseny, hanem hogy van-e egyáltalán verseny. Ennek alapja a magántulajdon elismerése és a pacta sunt servanda elvének érvényesíthetősége. Ez biztosítja ugyanis, hogy a gazdasági tevékenység szabadságát nem teszi kérdésessé az önkény vagy a hatalommal való visszaélés. A magántulajdoni rend mindazonáltal a piacgazdaságnak nem csupán funkcionális előfeltétele, hanem etikailag szemlélve egyben az ember szabadságának és méltóságának biztosítója is.

## II. A VÁLLALKOZÓ SZEREPÉNEK ELTÉRŐ MEGÍTÉLÉSE A TÖRTÉNELEM FOLYAMÁN

Hogy miben állnak a gazdasági folyamatok és milyen szerepet játszanak bennük a vállalkozók, ennek a megértési folyamatnak hosszú és változatos a története.

Az ókorban és a keresztény egyház történetének hosszú évszázadaiban „alacsonyabbrendűnek”, „megvetendőnek” és „bűnösnek” tartották a kereskedelmi tevékenységet. Ez a szemlélet Arisztotelésztől ered, aki a filozófusra jellemző otium cum dignitatét méltóbb életformának tartotta a kereskedői létnél, hiszen a kereskedőnek nincsen szabadideje, a kereskedőből hiányzik a belső nyugalom; amit tesz, az éppenséggel a negotium (a foglalatosság) kategóriájába tartozik. Arisztotelész az ellen kívánt harcolni, hogy korábban minden a pénz körül forgott, ami állítólag lerombolta a társadalom „természetes” rendjét. Aranyszájú Szent János, aki a 4. és 5. század fordulóján konstantinápolyi patriarcha volt, úgy vélte, hogy a kereskedők aligha élhetnek büntelen életet. Aquinói Szent Tamás a kereskedői foglalkozást olyan tevékenységnek tartotta, melytől elválaszthatatlan az alacsonyabbrendű erkölcsiség látszata. A XII. században élt Gratianus híres kánonjogi tankönyvében pedig ezt olvashatjuk: „A kereskedő nem tetszhet Istennek vagy csak nagy fáradság árán.”

Hogy a vállalkozóról a történelem folyamán a máig élő negatív kép alakuljon ki, ezt előmozdították az ószövetségi írások, de Jézusnak a gazdagokról vallott tanai is. Az ószövetségből gyakran idézték azt a verset (5Móz 23, 19.20), amely tiltja a kamatvételt. És amikor Jézusnak a gazdagokra vonatkozó szavait értékelték, gyakran félreértették a Szentírást, mely gazdagságon a steril, pazarló gazdagságot, a luxust érti. A Szentírás nem a modern „gazdagságról” beszél, mely a vállalkozói kreatitásnak a közjóhoz való alkotó hozzájárulása útján keletkezik. Azzal a steril, luxusban tobzódó gazdagsággal, melyet a Biblia elítél, ma sokkal inkább néhány fejlődő ország kapitalizmus előtti, feudális társadalmában találkozunk, és kevésbé az úgynevezett kapitalista országokban.

A katolikus gazdasági etika a XIII. században Aquinói Szent Tamás erkölcsi verdictuma ellenére fölfedezte a vállalkozót, amiként erre elsősorban Johannes Messner mutatott rá. Fölfedezte ugyanis a vállalkozó szerepének jelentőségét abban, miként teljesítheti a gazdaság a közjó szolgálatának célját. Az új kereskedelmi vállalkozások megítélésében a közjóból indult ki. E felfogás szerint a vállalkozó teljesítménye a köz érdekét szolgálja, amiértis a keletkező nyereség morálisan nem kifogásolható. A szociáletika akkori képviselői ugyan nem adták fel a középkori pénzelméletet, mely szerint a pénz önmagában terméketlen, de ugyanakkor hangsúlyozták, hogy a vállalkozói nyereség nem sérti meg az uzsora tilalmát. A kamatvétel tilalma így módon előmozdította a vállalkozói szellem kialakulását: tiltották a kölcsönkamatot, de megengedték a vállalkozói tevékenységből eredő tőkeprofitot. Később a gazdaságtörténészek, mint például Werner Sombart, kiemelték e különbségtétel rendkívüli jelentőségét. A középkori szociáletika e jelentős felfedezése azonban túlságosan hamar feledésbe merült, és ezzel megint a teológusok és filozófusok vállalkozóellenessége került az előtérbe. Bár a legtöbb teológusnak elvi ellenvetése volt a kereskedőkkel szemben, az egyház azonban hamar védelmébe vette őket. VII. Gergely pápa például 1074-ben a kiközösítéssel való megfenyegetéssel megvédte az olasz kereskedőket a francia király túlkapásaival szemben. Az is kiderült, hogy a kereskedőket jó keresztényeknek tartották, az egyház már befogadta őket. A középkori egyház felfogását egyre inkább az határozta meg, hogy elismerte a kereskedők, nem utolsósorban a messzi földdel kereskedők hasznosságát, akik megteremtették a kapcsolatot a Kelettel. Az elmélet és a gyakorlat már csak részben fedte egymást.

Számos teológus és filozófus vállalkozóellenessége talán azzal függ össze, hogy az ipari forradalmat megelőző korban (amikor a gazdaság szigorúan csak a szükséglet fedezését szolgálta) a háztartás és az üzem még egyetlen egységet alkotott, és a vállalkozói funkció még

csekély szerepet kapott. Ám annak az évszázadokon át megfigyelhető ténynek, hogy az emberek lenézik a kreatív vállalkozót, van egy társadalomlélektani oka is. A múltban az emberek többsége azt a parasztot tartotta a sikeres emberi lét megtestesítőjének, aki békésen szántotta a barázdákat és művelte meg földjét. Ennek az embernek az életében nem került sor alapvető változásokra. Életét évről évre azonos ritmusban élte le. Ez volt a békés társadalom jelképe. A vállalkozóban joggal láttak olyan embert, aki számára a legfontosabb életfeladat abban állt, hogy kreatív képességeivel megváltoztassa a fennállót.

Joseph Schumpeter a kapitalista folyamatot, melynek a vállalkozó a lényegi motorja, az „alkotó rombolás” folyamatként jellemezte. Nem csoda hát, hogy a vállalkozó alakjának ősidőktől fogva gonosz és romboló erőt tulajdonítanak. Az emberi lény alapvető vonásaihoz tartozik, hogy a meglévő életformához való szigorú ragaszkodáshoz szorosan társul az a félelem, hogy a változások hátrányokkal járhatnak együtt. Csak így érthető, miért marad érvényben a különböző kultúrákban a derék földműves életet eszményi életvitellé magasztosító felfogás, míg a vállalkozóra, mint valami démonikus alakra, gyanúval tekintettek.

Még a liberális gazdaságtan megalapítói sem méltatták figyelemre a kreatív vállalkozót. Fölöslegesnek tetszett nekik. Bár Adam Smith (1723—1790) nevéhez fűződik az a nagy felfedezés, hogy a gazdasági folyamatot körforgásként kell értelmezni. Jóllehet a XVIII. század mechanikus elképzeléseinek foglya maradt és a gazdasági folyamatot természeti törvény módjára értelmezte. Ebből eredt a laissez-fair-liberalizmus elmélete, mely egy „láthatatlan kéz” irányításában hitt, mely e felfogás szerint biztosítja az előre stabilizált rendet, harmóniát. A manchester-kapitalizmus másik szülőatyja, David Ricardo is fölöslegesnek tartotta a vállalkozót: a gazdasági folyamatok szerinte mintegy maguktól működnek. Ezen elképzelések szerint a csupán a tőkét biztosító személy, tehát a kapitalista volt vállalkozó, mégpedig abban a formában, ahogyan a tőkést később Marx Károly leírta.

Smith és Ricardo nagy tekintélye ahhoz vezetett, hogy az őket követő több generáció sem adta föl a kreatív vállalkozónak ezt a negatív megítélését. Csak sokkal később, a XIX. és XX. század fordulóján ismerték fel a nemzetgazdászok, hogy a gazdasági növekedés szempontjából döntő jelentőségű a kreatív vállalkozó. Alfred Marschall (1842—1924) a termelés három klasszikus összetevőjét, a földet, a tőkét és a munkát kiegészítette egy negyedikkel, a szervezés faktorával. A pozitív vállalkozói elmélet általános áttörésére csak 1912-ben került sor, amikor megjelent Joseph A. Schumpeter „Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung” (A gazdasági fejlődés elmélete) című műve. Schumpeter számára a vállalkozó funkciójának az a különleges szerep a lényege, hogy a vállalkozó felismeri és megvalósítja a termelési faktorok új kombinációját. Schumpeter számára benne testesül meg a kreatív vállalkozó típusa, az innováció és ezzel egyben a gazdasági növekedés legfőbb motorja.

A vállalkozó egy további fontos funkcióját határozta meg később Götz Briefs, amikor is arról beszélt, hogy a vállalkozó feladata az árak és költségek megfelelő arányának fenntartása, az árak és a költségek sakkban tartása.

E feladat teljesítéséhez arra van szükség, hogy a vállalkozás rendelkezék teljesítőképes számvitellel is. A vállalkozó számára manapság a számítógépek alkalmazása lehetővé teszi a döntések hatékony elemzését és ezáltal a Briefs által leírt feladat teljesítését.

Különösen érdekes, hogy Adam Smith elmélete volt Marx Károly megfontolásainak egyik kiindulópontja. Marx számára a vállalkozó csupán azt a kapitalistát jelentette, aki tőkéjét vállalkozásokba fektette és elvette a munkásoktól a jól megérdemelt és állítólag csak általuk megtermelt értéktöbbletet, hiszen alacsony bérek mellett kizsákmányolta őket. A nagyobb társadalmi igazságosság megteremtésének társadalometikai vágyától fűtött ifjú ateista Marx másik forrása paradox módon a gazdagság bűnösségét hirdető bibliai tan volt. Az irigység készítette a szocializmust a XIX. és XX. században arra, hogy a szegénység elleni harcban a növekedési politikánál fontosabbnak tartsa az elosztási politikát. Mindazonáltal meglepő,

hogy Marx Károly úgy találta, hogy a paradicsomi bőség társadalmáról alkotott elképzelései .. ha egyáltalán .. csak akkor valósíthatók meg, ha egy átmeneti szakaszban az utált vállalkozónak megengedik, hogy tevékenysége segítségével tőkét halmozzon fel és ezáltal lehetővé tegye a gazdasági fejlődést. A kreatív vállalkozó tehát ezen a kerülőúton, ha csak mint átmenetileg megtúrt alak, akit a forradalom majd végül úgyis elsöpör, mégiscsak belekerült Marx Károly tanaiba.

### III. A PIACGAZDASÁG TÖRTÉNETE

A piacgazdaság történetének kezdetét Adam Smithnek és David Ricardónak az a felismerése jelenti, hogy a piaci árak szabályozó funkciót töltenek be. Az újkorban ez jelentette az első lépést a piacgazdaság elméletének megteremtése irányában. Ennek az elméletnek a megalapítói persze még azt hitték, e gazdasági folyamatok teljes mértékben mechanikusan, egy láthatatlan kéz által irányítva zajlanak le. Annyit jelentett ez, hogy a gazdaságot teljesen elszakították az embertől. A vállalkozónak e rendszer elveinek megfelelően csupán a tőke rendelkezésre bocsájtójának, de nem a gazdaság motorjának szerepe jutott. E rendszer éppen ezért nem ismerhette a gazdaság szereplőinek társadalmi felelősségét és ezáltal a gazdaságetikát sem. Ez a tiszta laissez-faire politikájához vezetett, Angliában az úgynevezett manchester-liberalizmushoz, az Egyesült Államokban a nagyipari gründolások éveinek kinövéséhez, amikor a vállalkozásokban élenjárókat olykor „rablólovagnak” nevezték.

A régi liberális felfogással szemben ma már tudjuk, hogy a verseny szabályozása bizonyos hiányosságokat mutat, például a piac nem tökéletes formái által, tehát azáltal, hogy léteznek oligopóliumok és monopóliumok. Tisztában vagyunk azzal, hogy a Smith-féle liberalizmus hívóinek krédójával szemben a piac rendszere legjobb esetben is csupán félautomata, amit értelemszerűen kell működtetni. Hogy megfelelhessünk a szociális egyensúly és a szociális biztonság bizonyos elvárásainak, megfelelő stabilizátorok beépítéséről kell gondoskodnunk. A verseny rendjét társadalompolitikának és szociálpolitikának kell kiegészítenie, ami az emberben nem csupán a funkciót, a termelőt és fogyasztót látja, hanem a személyes emberi létet is.

Helyes az a megítélés, hogy a piaci elv a javakkal való optimális ellátást szolgálja, és ezért elvben erkölcsileg nem kifogásolható. Ez feltételezi a működőképes versenyt, ami által a nyereségre törő vállalkozások végül is társadalmilag pozitív dolgot hoznak létre. Ezen kívül meghatározott feltételeknek kell biztosítaniuk a szociális kiegyenlítést. Mindazonáltal meg kell jegyezni, hogy a szociális kiegyenlítés társadalompolitikája nem valósítható meg az alapvető gazdasági törvények, a rendelkezésre álló források szűkössége és a költségeket fedező árak szükségessége ellenében.

Hosszú és rögzös út vezetett a régi liberális piacgazdaságtól a szociális piacgazdasághoz.

Az európai országok iparosodását a XIX. század kezdetétől az ipari proletáriátus tömegnyomora kísérte. E kor ipari munkásainak helyzetét a hosszú, gyakran a hét minden napján hajnaltól napestig tartó munkaidő jellemezte, és ismeretlen volt a beteg- és az öregségi nyugdíjbiztosítás.

Az ipari forradalom két területen hozott lényeges változást:

1. a feudális gazdasági alkotmányról áttértek a liberális gazdasági alkotmányra;
2. a számtalan felfedezés és találmány attól fogva, hogy James Watt mintegy 200 évvel ezelőtt felfedezte a gőzgépet, a javak termelésének fokozását tette lehetővé.

A gazdasági fejlődés szempontjából kedvező körülmények ellenére az iparosítás első szakasza sok emberi szenvedéssel, a tömeges szegénységgel és nyomorral járt együtt. Mi ennek a mgyarázata? A feudális rendszer fölszámolásával felszabadult az akkoriban javarészt még jobbágy sorban élő vidéki lakosság, ami azt jelentette, hogy megházasodhatott és családot alapíthatott. Mindenki számára lehetővé vált, hogy munkaereje segítségével jogilag független, önálló egzisztenciát teremtsen, úgyhogy a házasságkötés korlátozásának nem volt többé értelme. A lakosság számának eladdig nem is sejtett növekedése volt ennek a következménye. Az ipari országokban száz év alatt megháromszorozódott a lakosok száma. Angliának például 1800-ban még csak 10 millió lakosa volt, de 1850-ben már 20 millió. Ez persze az orvostudomány fejlődésének és a jobb higiénés viszonyoknak is köszönhető volt, ami által egyre inkább kitolódott az emberek várható élettartama. A lakosság számának ilyen arányú

növekedésével a mégoly viharos gyorsaságú gazdasági és műszaki fejlődés sem tudott lépést tartani. Noha az újonnan alapított gyárakban gyorsan emelkedett a munkahelyek száma, de a gyermekszaporulat még gyorsabb volt, és ezáltal még gyorsabban nőtt a munkahelyet keresők száma is. Ez a tulajdonképpeni oka annak az ellentmondásos jelenségnek, hogy az ipari forradalom első szakaszát a munkásság tömeges nyomora jellemezte.

Az természetesen igaz, hogy a gazdaság liberális rendje vezetett ahhoz, hogy a nincstelen munkások tömegeinek bérét az amúgyis valóban alacsony munkabérek alá szorították. A szakszervezetek érdeme volt, hogy a „kizsákmányolás” ollóját szűkítették, azaz a munkások számára lépésről lépésre kiharcolták a tényleges bér és a munka lehetséges ellenértéke közötti különbség csökkentését.

Az ipari forradalom hajnalán az ipari munkásság nyomora a szükségét szenvedő munkásság felkeléséhez vezetett, akik tehetetlen dühüket a gépeken torolták meg, mert bennük látták legfőbb ellenségüket. Nemcsak az angol textiliparban, de Németországban is voltak úgynevezett gépprombolók.

A politikai erők szervezkedni kezdtek és meg akarták kísérelni a meglévő társadalmi igazságtalanságok felszámolását vagy legalább csökkentését. Több országban hoztak törvényt a munkaidő és különösen a gyermekmunka korlátozásáról. Marx Károly és Engels Frigyes 1848-ban Londonban kiadta a Kommunista kiáltványt, ami bizonyos értelemben a forradalmi nemzetközi munkásmozgalom megszületését dokumentálta. Ebben a még a XX. században is sokáig nagyhatású kiáltványban fektették le az úgynevezett tudományos kommunizmus alapjait: a történelem materialista felfogását, az osztályharcok elméletét és a proletariátus diktatúráját mint politikai célt. A kiáltvány végén harci jelszó olvasható: „Világ proletárjai, egyesüljtek!”

Ekkor kezdődött a nemzetközi szocialista munkásmozgalom. A szakszervezetek elsősorban Angliában, a XIX. század utolsó negyedében erősödtek meg. De nemcsak politikusok és a szakszervezetek fordultak szembe a laissez-faire-liberalizmussal és e liberalizmus vadhajtásaival, hanem a tudós közgazdászok is. A XIX. század második felében Németországban létrejött az ún. katedraszocializmus, Angliában pedig a Fabian Society. Mindkét irányzat nagy hatást gyakorolt az adott ország értelmiségi köreire, mégpedig a piacgazdaságot elutasító szocializmus irányában.

A munkások jogai azonban az egyházi körökben is védelmezőkre találtak, keresztény szellemű vállalkozók már korán elismerték ezeket a jogokat. Az olyan katolikus értelmiségiek mint pl. Joseph Görres, már jóval Marx előtt bíralták a gátlástalan kapitalizmus szociális következményeit. Kommunista forradalom helyett elsősorban Adolph Kolping és Wilhelm Emmanuel von Ketteler püspök szállt síkra szociálpolitikai reformokért. E két férfiú volt a keresztényszociális tömegmozgalom úttörője. Már Marx előtt megalapították egyesületeiket, az olyan mai katolikus szociális segítőintézmények mint a Kolpingwerk vagy a Katholische Arbeitnehmer-Bewegung (Katolikus Munkavállalók Mozgalma) vagy a Katholisch-kaufmännischer Verein (a Katolikus Kereskedők Egyesülete) előfutárait. Tevékenységük végül a német Centrumpárt politikájában talált visszhangra. Követeléseiket a pápai tanítás is átvette. XIII. Leo a „Rerum novarum”-ban (1891), az első szociális enciklikában megvallotta az állami szociálpolitika és a munkásokat is megillető egyesülési jog biztosításának (szakszervezetek) szükségességét valamint a marxizmussal szemben kifejezetten elismerte a magántulajdon szociális elkötelezettségét. A pápa ebben az enciklikában pellengérré állította a korai kapitalizmus szociális érzéketlenségét és figyelmeztette a munkaadókat arra, hogy igazságosan bánjanak a munkásokkal és megfelelő bért fizessenek nekik.

Németországban Bismarck kancellársága idején 1883-ban, 1884-ben és 1889-ben fogadták el a híressé vált társadalombiztosítási törvényeket, melyek a munkásoknak betegség, baleset és meghatározott kor elérése esetén támogatást biztosítottak.

Joggal szögezhető le, hogy nem a marxista forradalom, hanem a szociálpolitikai reformok

oldották meg alapvetően Európában a XIX. század szociális kérdését, vagy legalábbis nagymértékben enyhítettek rajta.

A szociálpolitikai mozgalom a Smith-féle rendszer azon alapelve ellen irányult, mely a gazdaságot automataként értelmezte, melyben az etika, tehát a szociális felelősségtől vezetett cselekvés számára nem maradt hely. Milton Friedman, az ismert chicagói nemzetgazdász még jelenleg is azt a meggyőződést képviseli, hogy kizárólag a vállalkozó nyereségtermelésére vonatkozó egyéni érdekeinek követése szolgálja a legjobban a közjót; a gazdaság szerinte olyan értéksemleges tér, melynek megvannak a maga törvényei, és éppen ezért nem nyújt teret szociáletikai követeléseknek.

A liberális gazdaságelmélet megújítására csupán a XX. század harmincas éveiben került sor, nyilvánvalóan a szocialista gondolkodás nemzetközi terjedésére adott válaszként. Ehhez a megújításhoz elsősorban Walter Eucken és Franz Böhm valamint az ún. „freiburgi iskola” járult hozzá döntő mértékben. Felismerték ugyanis, hogy a piacot az irányítás rendszereként nem lehet magára hagyni, hanem a rendszerrel konform keretfeltételekre van szükség, hogy a piac ne legyen szociális szempontból elfogadhatatlan, elviselhetetlen.

A második világháború után a Német Szövetségi Köztársaságban a „freiburgi iskola” eszméi alapján megteremtették a szociális piacgazdaságot. A politikusok közül Ludwig Erhard, a Német Szövetségi Köztársaság legendás első gazdasági minisztere harcolt érte, aki Wilhelm Röpkétől és Alfred Müller-Armacktól, a „szociális piacgazdaság” fogalmának megalkotójától, valamint a baráti körükhöz tartozó ordo-liberális nézeteket vallóktól kapott támogatást. Ezek az urak meg voltak győződve arról, hogy a piaci szabályok hosszú távon csak akkor érvényesülnek, ha alapvető morális konszenzuson nyugszanak.

Müller-Armack szerint a szociális piacgazdaság olyan gazdaság, mely a piac szabályai szerint működik, de amely ismeri a szociális és garanciális intézkedéseket is. Ezt a szociális piacgazdaságot nem a természet hozta létre, hanem egy nagyon is érzékeny kultúrnövény.

Közvetlenül a háború után Nyugat-Németországban nagy ínség uralkodott. Minden hiányzott. A legtöbb termelő berendezés vagy elpusztult vagy károsodott. A szigorúan dirigista hadigazdálkodás és az inflációs pénzpolitika örökségeként az eladdig visszafogott infláció elszabadult, a gazdaság pedig működésképtelen volt. Sok oldalról adták azt a tanácsot, hogy az ínségben továbbra is a dirigizmus jegyében gazdálkodjunk szigorú árellenőrzéssel, elosztási rendszerekkel (élelmiszerjegyekkel stb.) és termelési tervek segítségével.

Ludwig Erhard ezzel szemben volt annyira bátor, hogy bízzék a szabad gazdaság teremtő erejében, és gondoskodott a megfelelő döntések valóraváltásáról is. A „freiburgi iskola” ajánlásait követte, melynek vezető elméi a háború után felismerték, hogy az 1945 után továbbélő ínség okai nem elsősorban a háborús pusztításokban keresendők, hanem „a népgazdaság termelői apparátusának hibás megszervezésében”.

A győztes hatalmak által elrendelt radikális pénzreformot követően (1948. június 21-én vezették be a pénzreformot, mely eltüntette a kibocsájtott óriási pénzmennyiséget) Erhard megszüntette az elosztási rendszereket és az árkontrollt. Számtalan „vállalkozó” eddig visszafogott és a fekete gazdaságban csak részben hatékony kezdeményezőkéssége előtt nyitotta meg ezzel a legtágabb értelemben vett kreatív kibontakozás útját. Ennek volt eredménye az úgynevezett és sokszor megcsodált német gazdasági csoda, mely éveken át átlagosan évi 8 százalékos reális növekedési rátát mutatott a pénz messzemenő stabilitása mellett. E politika sikerességének az volt a feltétele, hogy Nyugat-Németországban bizonyos alapvető gazdasági struktúrák megvoltak, mint például a termelőeszközök tulajdonlásának joga, de megvoltak a dolgokhoz értő vállalkozók is.

A szociális piacgazdaság koncepciója Müller-Amrack szerint három tételen alapul:

1. céltudatos gazdaságpolitika csak a rend egészéről alkotott egyetlen eszme alapján folytatható.

2. Az eltérő gazdaságpolitikai célokat a különböző gazdasági rendek és rendtartások minden átgondoltságot nélkülöző elegyítésével elérni akaró beavatkozások politikája megengedhetetlen.

3. A gazdaságpolitikát a rendről alkotott egyetlen tiszta eszméből kell levezetni; ez lehet a piacgazdaság vagy az irányított gazdaság eszméje. Sikerral kecsegtető harmadik út nem létezik.

A piacgazdaság szociális piacgazdasággá fejlődésének fenti leírása azt mutatja, hogy a vállalkozónak a múltban állandóan változó keretfeltételekhez kellett alkalmazkodnia. Ez gyakran megnehezítette számára, hogy belássa, miben is áll valójában szerepe, melyet ennek következtében gyakran félreértett. A változó keretfeltételek legfrissebb példáját az újonnan fellépő ökológiai problémák jelentik, melyek a szociális piacgazdaságban bizonyíthatóan rendszerkonform módon és jobban szabályozhatók, mint bármely más gazdasági rendszerben.

## IV. A VÁLLALKOZÓ SZEREPE A PIACGAZDASÁGBAN

Erre a kérdésre a szakirodalom részben ellentmondásos, de legalábbis zavaros választ ad, és az „utca embere” sem rendelkezik világos elképzelésekkel arról, ki is a vállalkozó. Nem tudja, mit tesz a vállalkozó. Ez azzal függ össze, hogy a vállalkozónak lényegében döntéseket kell hoznia és ezeket a döntéseket kell megvalósítania. Ezek absztrakt folyamatok, melyek kívülállók számára meg nem figyelhetőek. Éppen ezért a legtöbb ember inkább a konkrét tényekre figyel és hajlamos arra, hogy a vállalkozóban a tőkét rendelkezésre bocsátó személyt, a tőkést lássa, aki tőkéjével vagy vállalkozást alapít vagy működtet.

Ez hamis szemlélet. Elegendő, ha csupán arra gondolunk, hogy a vállalkozó kölcsönvett pénzzel, tehát mások megtakarított tőkéjével is alapíthat és vezethet vállalkozást. Nem az a fontos szerepe megértésekor, hogy van tőkéje, saját vagy idegen, hanem hogy mit tesz vele. Tehát nyilvánvaló a tévedés, ha a vállalkozó szerepét a „tőkés” szerepeként határozzák meg.

A vállalkozó szerepének megértésére tett másik kísérlet abból indult ki, hogy a vállalkozó munkavállalók számára teremt munkahelyet. Ilyenkor egyszerűen csak munkaadóról beszélnek. De a vállalkozó sajátos feladata ezen a módon sem ragadható meg. Orvosok, ügyvédek vagy tudósok is alkalmaznak segédszemélyzetet, tehát ennyiben munkaadók is.

A vállalkozó szerepének legismertebb és legjobb meghatározása Schumpetertől származik, aki a kreatív vállalkozót olyan személyként írja le, aki a termelési faktorok egyre újabb kombinációival valamiféle innovációt valósít meg és ezáltal gazdasági növekedést tesz lehetővé. Ez a meghatározás persze minden bizonnyal nem kimerítő. Ezen a módon, tehát Schumpeter értelmében egyáltalán nem kreatív minden vállalkozó. Persze nem szabad elfelejteni, hogy a sok apró, nemcsak műszaki, hanem szervezeti vagy kereskedelmi (értékesítési formák!) jellegű innováció végső soron mégiscsak hozzájárul a gazdaság fejlődéséhez.

Természetesen különös jelentősége van a látványos, olykor rendkívüli kockázatokkal járó vívmányoknak, melyek lökésszerűen meggyorsítják a gazdaság általános fejlődését. Ilyen vívmánynak számított száz évvel ezelőtt a villamosenergia vagy a vegyipar hasznosítása. A legújabb időkben a mechanikus, elektromos és elektromechanikus rendszerek felváltása elektronikus rendszerekkel jelentett egy ilyen ugrásszerű változást, ami együttjárt az egyre fokozódó miniatürizálással és a szoftverek továbbfejlesztésével. De emlékeztethetünk akár arra, hogy milyen világraszóló jelentősége volt a negyvenes években a műanyagok elterjedésének, az ötvenes években a tranzistor feltalálásának és az elektronika térhódításának, a hatvanas években a számítógépek első generációjának és a hetvenes években a mikroprocesszorok viharos fejlődésének. A jelen évtizedben úgy tetszik, a géntechnika olyan gazdasági folyamatokhoz vezet, melyek például az élelmiszer gazdaságban forradalmi változásokat eredményezhetnek.

Bár alapvetően fontosak az olyan innovációk, melyek a műszaki találmányokat a gazdasági termelésben vagy a termékek piacképessé tételében hasznosítják, de nem ez jelenti a vállalkozói tevékenység egyetlen útját. És azt is látni kell, hogy a rendkívüli újításokhoz gyakran sok tőkére van szükség és óriási kockázatot is jelentenek. Az első beruházónak éppen ezért gyakran hihetetlen gazdasági nehézségekkel kell szembenéznie. Egy amerikai közmondás szerint: *Pioneering does not pay.*

A vállalkozónak együtt kell élnie a kockázattal. Hogy ez nem csupán szürke teória, hanem gyakran igen fájdalmas gyakorlat, ezt a csődstatisztika is igazolja. A Német Szövetségi Köztársaságban 1986-ban és 1987-ben a következőképpen alakult a csődbement vállalkozások száma:

1986:13456

1987:12058

Mindkét évben 15 százalékkal részesedett a kiskereskedelem a csődök számából, a nyolc évnél fiatalabb vállalkozások pedig 75 százalékkal.

A vállalkozó szerepének az előbbieken vázolt, jóllehet egyoldalú, ám mégis pozitív képével szemben állnak azok a támadóan negatív ítéletek, melyek a vállalkozóban kizárólag élősködőt látnak, aki helyzetét arra használja, hogy érdemtelenül rátegye kezét a nyereségre. Eszerint az elképzelés szerint az egész gazdaság csupán egy nullszaldós játék, melyben mindegyik résztvevő azt kísérli meg, hogy a játékosárs kárára a lehető legtöbbet vegye ki a játékból, és ebben a játékban a vállalkozó állítólag kivételezett lehetőségekkel rendelkezik. A vállalkozótól, mint a gazdaság motorjától kiinduló növekedési folyamatot ez a szemlélet teljesen figyelmen kívül hagyja.

Nos, miben is áll valójában a vállalkozó szerepe? Erre a kérdésre nem lehet egyszerű feleletet adni. A válasz ugyanis attól függ, hogy a vállalkozó mely társadalompolitikai rendszerben kell hogy betöltse feladatát. Persze tevékenységével és ezáltal szerepfelfogásával is el kell számolnia morális lelkiismerete előtt. De ugyanakkor befolyást gyakorol rá annak a társadalomnak az értékrendszere is, amelyben tevékenykedik, sőt függ ettől az értékrendszertől.

Ennek ellenére létezik számos olyan kritérium, mely meghatározza, mi a vállalkozó szerepe bármely szabad társadalomban.

A piaczgazdaságban semmi sem helyettesítheti azt az iránytűt, melyet az egyes vállalkozás rentabilitása jelent a vállalkozói tevékenység számára. Rentabilitás az, amiről Götz Briefs úgy beszélt, mint a vállalkozó azon feladatáról, hogy fenntartsa a költségek és az árak helyes arányát, hogy a vállalkozó „sakkban tartsa” a költségeket és az árakat. Ez a feladat egyben azt is jelenti, hogy a vállalkozónak teljességgel önös érdekeit szolgálva nyereségre kell törekednie. A korrekt eszközökkel elért nyereség a helyes vállalkozói tevékenység fokmérője. A nyereségnek elsősorban a szocialisták között népszerű kiátkozása abban téved, hogy nem ismeri fel, milyen fontos szerepet játszik a nyereség a közjó szemszögéből. Csupán a nyereség teszi a vállalkozónak lehetővé, hogy biztos alapokra helyezze vállalkozása fenntartását, és hogy merje vállalni az új és a növekedést előmozdító innovációk bevezetését. Ilyeténképpen érthető, hogy miért mondta egyszer S. Gompers, az ismert amerikai szakszervezeti vezér: „A legnagyobb bűn, amit egy vállalkozás elkövethet, az, ha nem termel nyereséget.”

Az Egyesült Államokban az emberek viszonya a nyereséghez kevésbé görcsös mint Európában, ahol a beszűkült marxista szemlélet meglehetősen elterjedt. A nyereség mértékét valójában meglehetősen túlbecsülik. Átfogó statisztikai felmérések azt mutatták, hogy a lakosság jövedelmének mintegy 15 százaléka származik kamatozó vagyontól és vállalkozási nyereségből, tehát a bérek és fizetések teszik ki a jövedelmek 85 százalékát. Itt arra kell tekintettel lenni, hogy három különböző elemből tevődik össze az, amit általában nyereségként emlegetnek. Az első elem a vállalkozásba beruházott tőke kamata, a második a bér, amit a vállalkozó tevékenységéért kap, és a harmadik, a maradék, a tulajdonképpeni vállalkozói nyereség. Ez a maradék összeg váltakozó hányadot tesz ki és jelenti a sikeres vállalkozói tevékenység tulajdonképpeni díját.

Ennek ellenére nagyon gyakran bírálják a nyereséget és akarják lejártni mint valami erkölcstelen dolgot. Ennek nem csupán az az oka, hogy nem tudják, mekkora a nyereség mértéke és miben rejlik a nyereség gazdasági funkciója. Ebben egész biztosan nagy szerepet játszik az irigység is. Helmut Schoeck az irigységről szóló könyvében odáig megy, hogy az irigységben látja minden egalitárius, szocialista gazdasági elmélet gyökerét. Az úgynevezett jóléti gazdaságtan egyik vezéreszméje szerint arra kell törekedni, hogy a lehető legtöbb ember legyen a lehető legkisebb mértékben irigy. Ám ez ellentmond az emberi természetnek, mely mindig és minden körülmények között alkalmat talál az irigységre.

Némelyek azt állítják, hogy a lehetséges legnagyobb nyereség elérése a vállalkozói tevékenység igazi mozgatórugója. A valóság mást mutat. Persze a dolog nyereség nélkül nem

működik, de nem a nyereség a végső ok vagy akár az egyetlen mozgatórugó. A vállalkozót az is motiválja, hogy örömet leli a kreatív tevékenységben, hogy él benne a családi szellem, hogy a piacon erős pozíciót akar megszerezni, de a társadalmi presztízs sem hagyja hidegen. Bár szert tesz nyereségre, mégis a legtöbb vállalkozó számára fontosabb a vállalkozás fenntartása, további működtetése. De ez hosszútávú gondolkodást feltételez, és azt, hogy olykor képes lemondani a nyereség pillanatnyi maximálásáról. Ismert tény, hogy a pillanatnyi versenyelőnyből származó kiemelkedő nyereség vonzza a konkurenciát és ezáltal csökkenti a jövőbeni nyereség kilátásait. Az Egyesült Államokban a részvénytársaságoknak az a szokása, hogy negyedévenként fizetnek osztalékot, összgazdaságilag káros rövidtávú gondolkodáshoz vezet.

Az okos vállalkozó számára nem a pillanatnyilag elérhető legnagyobb nyereség a fontos, hanem a „maximization of a total situation”, melynek a profit csak egyetlen összetevője.

Nem kell persze elhallgatni, hogy létezik jogtalan nyereség is. Jogtalan nyereség akkor keletkezik, ha a vállalkozók megkísérik kikapcsolni a versenyszabályokat. Hogy erre ne kerülhessen sor, az államnak hatékony kartell törvényeket és trösztök létrejöttét megakadályozó törvényeket kell hoznia. Jogtalan nyereség keletkezésének az is oka lehet, hogy az állam dirigista intézkedésekkel kikapcsolja a versenyt, és engedélyek, koncessziók odaítélésével vagy kvóták meghatározásával vállalkozókat előnyös helyzetbe juttat, akik ily módon a verseny megkerülésével könnyen megszerezhető nyereségre tehetnek szert. Különösen a fejlődő országokban figyelhető meg ez az eljárás. Az ipari országokban inkább kivételt jelentenek.

Hogy a vállalkozó sikeres lehessen, ehhez kreatív kombinációs készségre van szüksége, igazi fantáziára, szervezőképességre és tettvágyra. Képességeit gátlástalanul egyéni módon érvényesítheti, de a társadalommal szembeni felelősségének tudatában is.

A gátlástalanul individualista vállalkozó is szolgálhatja gazdaságilag a közjót, akkor ugyanis, ha sikeres és ezáltal hozzájárul a társadalom anyagi jólétének megteremtéséhez. Az olyan liberálisok, mint Friedman ezzel szemben teljességgel elfogadhatatlannak tartják, hogy a nyereséget szociális célok megvalósítására fordítsák. Friedman csak egyetlen szociális felelősséget ismer el, mégpedig azt, hogy a gazdaság a segélyforrások korrekt felhasználásával növelje nyereségét. A vállalkozónak ez a típusa elősegíti annak a képnek a kialakulását, hogy a vállalkozó önző személy, aki csak még több profitot akar, és aki munkatársai és a fogyasztó kárán gazdagodik meg.

Friedman és elvbarátai azt ismerik félre, hogy a társadalom öntörvényű racionális rendszert alkot ugyan, de egy kultúra átfogó kontextusába van beágyazva. A vállalkozónak tehát arra kell törekednie, hogy megvalósítsa a gazdaság tárgyi célját, vagyis a „létfenntartásról való gondoskodás kultúrfunkcióját”, amiképp ezt Werner Sombart egyszer meghatározta. Arról van szó, hogy a gazdaság minden résztvevőjével szemben komolyan vegyük a gazdaság emberi oldalát is. Ez a követelmény egyben azt is jelenti, hogy feladjuk a totális vállalkozó képét, aki nem ismer mást, csak azt, hogy gazdasági sikert érjen el, akinek nincs már ideje felesége és gyermekei, a szép, a vallás és Isten számára. A vállalkozás is társadalmi képződmény, tehát a vállalkozó feladatai közé tartozik, hogy azon fáradozzék, munkatársai tartsák életterüknek az üzemet. Ez gyakran meglehetősen akadályokba ütközik, pl. számos üzemi folyamat műszaki eldologiasodásába, vagy abba, hogy a szervezés folytán külső tényezők is meghatározó szerepet játszhatnak. Az az évekkel ezelőtt hangoztatott jelszó, hogy „emberek dolgoznak az üzemben”, arra mutat, hogy az ezirányba tett erőfeszítések hozzátartoznak ma már a modern vállalkozóról kialakult képhez. Szociológiai felmérések egyébként azt mutatják, hogy a tekintélyelvre támaszkodó és utasításokra építő stílus hívei jól megfigyelhetően kisebbségben vannak a vállalkozók között.

Kívánatos, sőt sok esetben elengedhetetlen, hogy a beosztottak kivegyék részüket az akaratnyilvánítás folyamatából, melyet a végén a vezetés döntése zár le. A beosztottak

együttgondolkodása, tájékoztatása és képzése a jó együttműködés feltételét jelentik. Az együttműködés nem mond ellent annak a követelménynek, hogy szükség van a vállalkozás felelős gazdasági vezetésnek a vállalkozó személyében megtestesülő egységességére. A vállalkozás vezetése jelenti a tulajdonképpeni vállalkozói feladatot. Ehhez szükség van világos elképzelésekre, hogy a munkatársakat céltudatosan lehessen motiválni.

A tulajdonos vállalkozón kívül létezik időközben számtalan olyan vállalkozó is, aki nem tulajdonos és vállalkozó is egyben. Őket manapság menedzsernek hívják. Szerepük eredeti értelemben vett vállalkozói szerep. Már korábban megállapítottuk, hogy a vállalkozó szerepe nem attól függ, hogy egyben tulajdonos. A vállalkozói feladat messzemenően független a tulajdonlástól. Ez elsősorban a nagyvállalatoknál vezet a vállalkozói funkció és a résztulajdonosok közötti éles különbségtételhez. A magán vagy állami tulajdonosok által megbízott vállalkozó, hiszen a menedzsert így is nevezhetjük, egy fontos ponton különbözik a tulajdonos vállalkozótól: számára nem döntő, hogy ki a tulajdonos, azaz a tulajdonos lehet maga az állam is. Mindaddig, amíg az állam a „saját” vállalkozásait a szabad piacgazdaság rendjén belül működteti, a helyzet nem ad okot aggályokra. Ám mindig fennáll a veszélye annak, hogy az állam a „saját” vállalkozásaival visszaéljen és dirigista beavatkozásra használja fel őket ill. számukra különleges feltételeket biztosítson. Az ilyen beavatkozással szemben az állam által alkalmazott menedzserek aligha fognak ellenállást tanúsítani, vagy ez az ellenállás nem tartozik természetes érdekeik közé. Ebben az értelemben a megbízott vállalkozó kisebb mértékben biztosítja a szabad piacgazdasági rend további fenntartását mint a tulajdonos vállalkozó. Ezért üdvözlendő az állami politika privatizációs törekvései.

Az állam más területen illetékes a gazdasági folyamatokat illetően: ott kell beavatkoznia, méghozzá a Röpke értelmében vett piacokonform eszközökkel, ahol a piacgazdaság nem teljesíti feladatát, ahol a gazdasági folyamatokat a közjó érdekében kell korrigálni. Itt különösen a betegek, az elesettek, a gyermekek és időskorúak védelmére kell gondolni. Hiszen ebben valósul meg a szociális piacgazdaság. De figyelembe kell azt is venni, hogy az állam szociálpolitikájában a szubszidiaritás elvének megfelelően lehetőség szerint ahhoz nyújtson segítséget, hogy valaki magán tudjon segíteni. Ezáltal elkerülhető a totális jóléti állam, mely megbénítaná a piacgazdaság közjó szempontjából fontos működését. Bukott vállalkozók és vállalkozásaik megmentése nem az állam feladata. Az állam nem működhet úgy, mint a beteg lábakon álló vállalatok javítóműhelye.

A vállalkozó sokrétű feladatai, köztük szociális felelősségvállalása feltételezik azt az erőt, hogy a vállalkozó képes a nagyobb és kisebb jelentőségű döntések sorozatában, gyakran bizonytalan feltételek és hiányos információk mellett a vállalkozás vezetésére. A termelési faktorok innovatív kombinációjának és az üzem felügyelésének hagyományos feladatához új feladatként járul az emberek munkájának összehangolása. Bár ez a feladat nem új dolog, központi jelentőségét azonban csak mostanában ismerték fei. E feladatot a vállalkozó csak akkor tudja sikeresen megoldani, ha szívesen kommunikál és ha képes munkatársait motiválni. A közjóval szembeni felelősségéhez tartozik, hogy elismeri a munkavállalók és munkaadók egymásrautaltságát, az ún. szociális partneri viszonyt és ezáltal a független szakszervezeteket, melyeket nem csupán terhes, de szükségszerű tárgyalópartnernek tekint.

Elsősorban nem a tulajdon és a vagyon tesz valakit vállalkozóvá, hanem a vállalkozói tehetség és vezetői képesség.

## V. A KATOLIKUS SZOCIÁLIS TANOK ÉS A VÁLLALKOZÓ

A katolikus egyház által kidolgozott szociális tanok nem jelentenek gazdaságelméletet, hanem amiként erre XXIII. János pápa a „Mater et Magistra” enciklikában rámutatott, „az emberre vonatkozó keresztényi tanok integráns részét” alkotják. A szociális tanok általánosan érvényes értékeket és rendeket kívánnak bemutatni, és belőlük vezetik le a világ felelősségteljes szolgálatának eszményképét. A katolikus szociális tanok számára éppen ezért az volt a fontos, hogy a kialakított normákat alkalmazzák az adott társadalmi viszonyokra. Itt nemcsak az egyes ember adott társadalmi és gazdasági rendben mutatott erkölcsi magatartásáról van szó, hanem e rend szociáletikailag optimális alakításáról (megváltoztatásáról) is. Ezt szolgálják a szociális rendezőelvek, melyek azonban még nem jelentenek konkrét társadalmi vagy gazdasági rendet, noha lényegesen hozzájárulnak a megalapozásukhoz.

Eredetileg szociális kérdések álltak a katolikus szociális tanok előterében. Ez világosan kitetszett az első szociális indíttatású enciklikából, a „Rerum novarum”-ból (1891). Ám kezdettől fogva világos volt, hogy ezek a kérdések nem tárgyalhatók a gazdasági renddel való összefüggésük figyelmen kívül hagyásával.

A katolikus-szociális tanok ezért mindig is kritikailag vizsgálták a gazdaság kollektív-szocialista rendszerét (a központilag irányított gazdaságot, a tervgazdaságot) és a gazdaság liberális-individualista rendszerét (a piacgazdaságot).

Az 1987-ben elhunyt Joseph Höffner érsek, egykoron Walter Eucken, a híres nemzetgazdász tanítványa mutatott még rá arra, hogy a katolikus szociális tanok néhány év óta behatóan foglalkoznak a gazdaság kérdéseivel, különösen a világgazdaság kérdéseivel. Höffner egyébként már ifjú éveiben is foglalkozott gazdasági kérdésekkel, hiszen a gazdaságetika az általános szociáletika részének tekintendő.

Egyébiránt nem a szociális problémák gazdasági okaira való utalás az új ebben, ez ismert már korábról, hanem a gazdasági kérdések közvetlenebb tárgyalása. Ez már megfigyelhető a „Quadragesimo anno” (1931) óta, és ami óvatos formában folytatódott a „Mater et Magistra” enciklikában, valamint a második vatikáni zsinattal kapcsolatos pápai rendeletben, a „Gaudium et spes”-ben (1965) és a különösen legutóbbi szociális enciklikában a „Sollicitudo rei socialis”-ban (1987). Ez a tendencia az utóbbi években egyes személyek és az egyházon belüli körök nem hivatalos megnyilatkozásaiban jól érzékelhetően megerősödött. Fontos példa a legutóbbi időkből az amerikai gazdasági pásztorlevél.

Ha az egyház a valóság felé akar fordulni, akkor azzal a dilemmával találja szembe magát, hogy azoktól a társadalomtudományoktól kell kölcsönöznie, melyek a valóságot igen különbözőképpen értelmezik.

A katolikus szociális tanok a társadalom következő rendező elveit tartják a legfontosabbaknak:

1. a perszonalitást, azaz a személy méltóságát, mely a személy szabadságában és önmagával szembeni felelősségében fejeződik ki (és amelyből adódik a magántulajdon elismerése);
2. a szolidaritást, ami azt jelenti, hogy a közösséget és a közösség tagjait sokrétű kapcsolatok fűzik egybe, és hogy az egyik felel a másikért;
3. a szubszidiaritást, mely az egyén és a társadalom között feszülő viszonyt öleli fel és az egyén (vagy az alárendelt közösség) elsőbbségét hangsúlyozza a fölérendelt közösséggel szemben;
4. a közjót, egyrészt abban az értelemben, hogy az állam a közjó szempontjából igazságos, másrészt hogy az egyes emberek viszonyában kommunikációs igazságosság uralkodik.

A szolidaritás, a szubszidiaritás és a közjó annak a személyközpontúságnak a kibontása,

amelyre a keresztény emberkép épül.

Az egyház feladatának és jogának tartja, hogy a gazdaságot és a politikát „erkölcsi megítélésnek vesse alá, amennyiben ezt az ember személye vagy a lélek üdve megköveteli” (Gaudium et spes, Nr. 76).

A katolikus szociális tanok szempontjából különös jelentősége van a második vatikáni zsinat által kiadott rendeletnek (konsztitúciónak) az egyházzal a mai világban (Gaudium et spes, 1965). A gazdasági és társadalmi élettel foglalkozó fejezetben az egyház nyomatékkal hitet tesz az ember üdvének anyagi feltételei mellett. Az egész első rész a „gazdasági haladást” elemzi (64,65,66). A Nr. 64-ben ezt olvashatjuk: „A műszaki haladást, az újra törő kreatív erőt, a vállalkozások alapítására és bővítésére irányuló törekvést, a megfelelő termelési módszerek bevezetését... elő kell mozdítani.” A zsinat a Nr. 64-es szakaszban azt említi, hogy a „gazdaságnak saját módszerei és törvényszerűségei vannak. Ebből az következik hogy a gazdasággal szemben nem támaszthatók tetszőleges elvárások. A gazdasági törvényeket „az erkölcsi rend keretein belül” kell alkalmazni. A zsinat ezért emlékeztet arra, hogy a gazdálkodás tulajdonképpen értelme az ember szolgálata. E posztulátum a piacgazdaságban egyébként azáltal teljesül, hogy a piacgazdaság az összes résztvevő szabad akaratán nyugvó szerződésen alapul. A vállalkozó tehát csak akkor lehet sikeres, ha szolgálja ügyfeleit. A zsinat (a Nr. 65. szakaszban) kifejezetten visszautasítja azokat a tanokat, „melyek az egyes személy vagy egyes csoportok alapvető jogait a termelés kollektivistá irányításának rendelik alá”. Az igazságosság és a méltányosság követelményének fényében a zsinat azt kívánja előmozdítani, hogy „a gazdasági egyenlőtlenség a világon számoltassék fel olyan hamar, ahogyan csak lehetséges” (Nr. 66). Ez a kijelentés nyilvánvalóan a fejlődő országokra vonatkozik.

E fejezetben azzal foglalkozunk, miként tárgyalják a katolikus szociális tanokban a „Rerum novarum”, az első nagy szociális enciklika óta a vállalkozót, mint a növekedésközpontú szociális piacgazdaság központi alakját.

Először is azt kell leszögezni, hogy a vállalkozó az utolsó szociális enciklikáig, a „Sollicitudo rei socialis”-ig (1987) nem fordul elő explicit módon a katolikus szociális tanokban, hogy mindig csak munkaadóról van szó. Úgy tetszik, hogy a régi liberálisok egyházellenes beállítottsága a vállalkozásokkal szemben kritikus szemléletet alakított ki az egyházban. És azt is figyelembe kell venni, hogy az egyház azért kezdett fokozottabban aggódni a munkásságért, mivel a szocializmus terjeszkedése a tömegek, mindenekelőtt az ipari munkások elvesztésének veszélyét idézte föl. Ez világosan kitetszik a „Rerum novarum” és a „Mater et magistra” szociális enciklikákból.

A „Sollicitudo rei socialis”-t megelőző enciklikák alig térnek ki a vállalkozó szerepére. Ez különösen áll a zsinatnak a „Gaudium et spes”-beli megállapításai esetében. Fontos előrehaladást jelentett, hogy a „Laborem exercens” (1981) leleplezte azt az illúziót, hogy a munka és a függőségben végzett munka egyenrangú volna. De azt is látni kell, hogy a katolikus szociális tanok XIII. Leó óta abból indultak ki és többé-kevésbé nem is feledkeztek meg arról, hogy létezik a gazdaságnak olyan szereplője, mint a vállalkozó, noha nem nevezték néven. Ez következik ugyanis a magántulajdon, és így a termelőeszközök magántulajdonának ismételt igenléséből, annak hangsúlyozásából, hogy a gazdaságban az egyéni kezdeményezés előnyt élvez az állami kezdeményezéssel szemben, és a magángazdaság önállóságának mint a vállalkozói gazdaság feltételének a hangsúlyozásából. VI. Pál pápa a katolikus vállalkozók előtt tartott beszédében 1964-ben világosan rámutatott a vállalkozó szerepének jelentőségére. De ez akkoriban még kivételnek számított. A katolikus szociális tanok eredetileg e szemlélet nélkül, mondhatni mintegy a vállalkozókkal szembehelyezkedve alakultak ki. A „Mater et magistra” enciklika ünnepélyes kihirdetésére 1961-ben is csak a katolikus munkásság képviselőit hívták meg hivatalosan, a katolikus vállalkozókat azonban nem. Egyházi és teológus körökben, de a műveltségen alapuló ún.

„kultúrkatolicizmus”-ban sem tudott gyökeret verni az a gondolat, hogy önálló súlya van a gazdaságnak és ezáltal a vállalkozónak önálló szerepe van, hacsak nem arról volt szó, hogy elitélő erkölcsi fejtegetések tárgyává tegyék őket. Csak ideológiai rövidlátásnak tekinthetjük, ha a szociális katolicizmus nagy része még ma is csupán a „kapitalistát” vagy a „munkaadót” ismeri. Ez a tény ellentmond annak is, hogy az egyház a gazdaságot nem olyan területnek tartja, mely kívül esik a szellem és a kultúra területén, hanem életünk egyik legfőbb kreatív és felelősségteljes mozgatóerejét látja benne. A gazdaság az egyház felfogása szerint a kultúrához tartozó szakterület (*Populorum progressio* 21; *Sollicitudo rei socialis* 26,8. 29,8. 30,1. 33,5. 34,1—3. 34,5; *Gaudium et spes* 19,57).

Mivel azonban a katolikus szociális tanok elsősorban a gazdaság kérdéskörének szociális szempontjait vizsgálják, hajlanak arra, hogy nagyobb jelentőséget tulajdonítsanak az elosztás problémájának mint a növekedés kérdésének, melyben a vállalkozó döntő szerepet játszik. Ez a felfogás az amerikai püspökök gazdasági pásztorlevelében például oda vezetett, hogy a növekedést serkentő piacgazdasággal szemben a dirigista jóléti államot ajánlják inkább. Ennek az az elvi oka, hogy a szubszidiaritás elvével szemben előnyben részesítik a szolidaritás elvét. Tény, hogy számos rangos teológus és egyházi személyiség hajlik az vállalkozók egyéni kezdeményezésén, a termelői magántulajdonon, a piacon és versenyen alapuló piacgazdasági rendszer elutasítására.

Voltaképpen nem meglepő, hogy a katolikus szociális tanok a vállalkozóval csak ilyen későn kezdtek el foglalkozni, amennyiben arra gondolunk, hogy amiképpen láttuk, a gazdaságtudományoknak is nagyon hosszú időre volt szükségük, míg megtanulták a vállalkozó szerepét helyesen értelmezni. Hogy a katolikus szociális tanok a gazdaság kultúrafunkcióját már korán hangsúlyozták, az ennek az eszmerendszernek az érdeme. A Biblia tanítására támaszkodik, melyben az áll, hogy az ember igázza le a földet. De található a Bibliában más olyan kijelentés is, mely pozitívan ítéli meg a növekedés gondolatát és ezzel együtt a vállalkozói tevékenységet. Elegendő, ha arra a példabeszédre emlékeztetünk, amikor az elutazni készülő férfi hivatja szolgálait és megparancsolja nekik, hogy gondozzák vagyonát. Az egyik öt talentumból tízet csinált, a másik kettőből négyet. A harmadik azonban, aki egy talentumot kapott, lyukat ásott a földbe és eldugta a kapott pénzt, ahelyett hogy szaporította volna ura vagyonát. Amikor a férfi visszatért, dicsérte azt a két szolgáját, akik szaporították vagyonát. A harmadikat azonban gonosz és rest szolganak nevezte (Mt 25,14—30). Ez a példázat arra világít rá, hogy a hűséges megőrzés nem elegendő, hanem kreatív tevékenységre van szükség. A gazdaság szempontjából ez azt jelenti, hogy a vállalkozó feladatai közé tartozik a növekedés előmozdítása.

Ehelyütt még egyszer szeretném hangsúlyozni, hogy a gazdasági növekedés nem öncél, a közjót kell hogy szolgálja. Közjón azoknak a politikai, szociális és gazdasági feltételeknek az összességé értendő, melyek lehetővé teszik az ember személyes kibontakozását.

A sajátos az, hogy a vállalkozási nyereséget akkor sem tartják a vállalkozói gazdaság kifejezett elemének, amikor a tulajdonelméletet és a magánkezdeményezés elsőbbségét a szubszidiaritás elvére alapozzák, mint pl. a „*Mater et magistra*”-ban. Igaz, a „*Quadragesimo anno*” (1931) a munkanélküliség leküzdésére a nyereség reinvesztálását követelte, ami magában rejti a nyereség legitim voltának elismerését. De még ha az emberhez méltó lét biztosítása érdekében azt követelik is, mint a „*Populorum progressio*”-ban, hogy minden nép termeljen többet és jobban, akkor sem említik meg az ehhez szükséges vállalkozói teljesítményt. Hasonló a helyzet a „*Gaudium et spes*” esetében is (Nr.64). És amikor VI. Pál pápa 1964-ben beszédében a vállalkozók rátermettséget és teljesítményét dicsérte, a fő hangsúlyt a vállalkozók munkaadó funkciójára fektette: a szociális szempont tehát megelőzte a gazdasági szempontot.

A katolikus szociális tanok számára mindig is fontos volt az a követelés, hogy a társadalmi folyamat minden résztvevője valóban alanyi pozícióval rendelkezzen, hogy soha senki se

fokozhassa le őket dologgá. Ez a követelés a személynek a katolikus szociális tanok számára alapvető jelentőségéből következik. De csak a „Sollicitudo rei socialis” enciklikában említik először kifejezetten a vállalkozói kezdeményezésnek a személyt középpontba helyező elvből következő jogát a személyiség jogaként. Eközben hangsúlyozzák, hogy ez a jog nem csupán az egyén számára fontos, hanem a közjó szempontjából is. Ezáltal a katolikus szociális tanokban világossá tették, hogy a vállalkozói szellem és a tőkeképzés jelentik a gazdasági növekedés tulajdonképpeni mozgatórugóit.

A „Gaudium et spe” sajnos nem foglalkozik kielégítően a tőkeképzéssel. Oly hiányosság ez, melyet úgy tetszik, a „Sollicitudo rei socialis” korrigált. A katolikus szociális tanok újabb fejlődési irányvonala azt látszik igazolni, hogy a gazdasági törvényeknek érzékelhetően több figyelmet szentelnek. Ratzinger bíboros nemrég megállapította: „Az az erkölcs, mely úgy véli, túlteheti magát a gazdasági törvények tárgyi ismeretén, nem erkölcs, hanem moralizmus, azaz éppen ellentéte az erkölcsnek. Az a tárgyilagosság, mely úgy véli, nincs szüksége az ethoszra, félreismeri az emberek valóságát és ezáltal nem tárgyilagoss.” Már a „Quadragesimo anno” is hangsúlyozta (Nr. 43), hogy a gazdasági törvények azt mutatják fel, mely célok lehetségesek és melyek nem. A második vatikáni zsinat is elismeri ilyen gazdasági törvények létét.

Abból a viszontagságos történetből, melyet a vállalkozó játszott a katolikus szociális tanok történetében, a vállalkozó számára az a kötelezettség adódik, hogy tudatosan vállalja a közjónak alárendelt szerepét, és ebbe beletartozik az azokért az emberekért vállalt humánus felelősség is, akikkel kapcsolatba kerül. A keresztyén vállalkozó nem tartja helyesnek, ha a vállalkozó túlságosan is individualista módon csak önmagáért és önmagának felelős, mert semmiféle állami beavatkozás nem korlátozza, de éppígy elutasítja a kollektivisták jóléti államot is. Felelősséget kell viselnie a rábízott emberekért is. Noha a vállalkozói gazdaság elidegeníthetetlen humánus céljai nem valósíthatók meg a jól működő gazdaság kárára, de humanitás és a gazdaság működőképessége hosszú távon nem zárják ki egymást, hiszen szükségszerűen egységet alkotnak. A modern vállalkozó elismeri és elfogadja a katolikus szociális tanoknak azt az üzenetét, hogy az ember fontosabb mint a tőke.

Az egyház tanításaiból az következik az egyház számára, hogy a vállalkozó nem helyettesíthető a szocialista funkcionáriussal. A közjó szempontjából fölényben lévő piactudomány saját törvényszerűségeinek megfelelően igényli a vállalkozót. De nem „vállalkozói gazdaság” abban az értelemben, hogy a vállalkozóé lenne a főszerep, ugyanis a vállalkozót köti a verseny és a nyílt piacok rendszere.

## VI. A VÁLLALKOZÓ — TÁVOLRÓL, KÖZELRŐL ÉS BELÜLRŐL

Majdnem minden ipari államban vannak ma már olyan többé-kevésbé átfogó szociológiai tanulmányok, melyek a vállalkozókról a társadalomban kialakult képet vizsgálják. Általánosságban az állapítható meg, hogy a közvélemény képe a vállalkozóról nem pozitív. Mint korábban leszögeztük, ez azzal függ össze, hogy a vállalkozó tevékenységéről nem alkotható közvetlenül szemléletes kép és ezért nem is értik, mit csinál. Ehhez járul még a baloldali agitáció, mely a vállalkozót teszi társadalomkritikája legfőbb céltáblájává. Ezért torzkép alakul ki a vállalkozóról, akit kizsákmányolóként, a profitot hajszolóként és árdrágítóként mutatnak be. És hogy a társadalom összérdekének tárgyi-gazdasági okán gyakran kényszerül nemet mondani, ez sem teszi kedveltté.

De hogyan is néz ki ez a vállalkozóról kialakult kép a szociológiai elemzések tükrében pontosan? A vizsgálatok azt mutatják, hogy célszerű, ha az ember nem általánosságban beszél a vállalkozókról kialakult képről, hanem különbséget tesz az eltérő megítélések között. A vállalkozókról kialakuló képpel foglalkozó kutatásokban igen népszerű a Schmölders-féle „distancia-hipotézis”, mely különbséget tesz a vállalkozóról kialakuló képek között aszerint, hogy távolról vagy közlőrl szemlélik-e a vállalkozót. Schmölders a következőket írja egyhelyütt: „Míg a távolabbról való szemlélésnél egy többé-kevésbé reflektálatlan tömeglélektani sztereotípiával van dolgunk, addig a vállalkozóról készülő egyénített közelfelvétel az egyes embernek a konkrét vállalkozói személyiségekkel kapcsolatos tapasztalatait tükrözi.” A „distancia-hipotézis”-nek az az állítása tudományosan igazoltnak tekinthető, hogy a főnökről készített közelfelvétel differenciáltabb, de rendre pozitívabb, mint a vállalkozót messziről bemutató sztereotíp kép.

A Német Szövetségi Köztársaságban kimutatható volt, hogy a vállalkozóról kialakult kép és a vállalkozás nagysága között szoros összefüggés van. A nagyvállalatoknál készült felmérésekben gyakrabban sorolnak fel a vállalkozókra jellemző negatív tulajdonságokat. Bizonyára ebben is a távolságnak van döntő szerepe: a munkavállaló és a vállalkozónak tartott legfőbb főnök között a nagyvállalatoknál általában nagyobb a távolság, a kapcsolat nem oly személyes mint a kis- és középvállalatok esetében. Számos nagyvállalat éppen e tényből kiindulva javított fokozottabb decentralizálással vagy kommunikációval a vállalatvezetés és a beosztottak közötti viszonyon. Ebben az a felismerés játszik szerepet, hogy a rentabilitásra és a költségmegtakarításra vonatkozó megfontolások is azt eredményezik, hogy foglalkozni kell a vállalkozásnál dolgozó emberekkel. A nagyvállalkozóknak az a törekvése tehát, hogy a vállalatról közvetlenül kialakuló képen javítsanak, nem hiú öncél, mert a modern vállalatvezetés részét képezi. A munkavégzés fiziológiája, a munkalélektan és a vállalati lélektan rég bebizonyították, hogy kifizetődik, ha a vállalatban belül széles körben figyelembe veszik az emberek fizikai és lélektani sajátosságait.

A Német Szövetségi Köztársaságban az utóbbi években javult a vállalkozókról kialakult általános kép, nem utolsósorban a növekvő jólét következményeként, hiszen e jóléthez a vállalatok és a vállalkozók 1948 óta döntően hozzájárultak. Hogy a legtöbb fejlődő országban meglehetősen negatív kép alakult ki a vállalkozókról, az azzal függ össze, hogy ezen országok társadalmi berendezkedésében állami dirigizmus uralkodik, és a valódi, kreatív vállalkozói szellem alig tud érvényesülni, mert ehelyett a kockázatmentes nyereség felhalmozását teszik könnyűvé.

A közlőrl vagy távolról való szemlélésen alapuló képek megkülönböztetésén kívül a szociológiai irodalom ismer további érdekes különbségeket is:

Az idegenről alkotott kép mellett, tehát azon a képen kívül, amit mások alkotnak a vállalkozóról, vagy amelyről a vállalkozó feltételezi, hogy mások róla ilyen képet alkottak, létezik még az önarckép is, tehát a vállalkozó önmagáról alkotta kép, valamint a feltételezett önarckép, tehát ahogyan mások elképzelik a vállalkozó önmaga alkotta önarcképét.

A vállalkozó önarcképe érthető módon általában pozitív. Ebből ered a meglehetősen határozott foglalkozásbeli elégedettség. Ezzel szemben a vállalkozók által az idegen vállalkozókról alkotott feltételezett kép negatívabb mint az az idegenkép, ami a felmérésekből tárul elénk. A vállalkozók feltételezéseire arra vonatkozóan, hogy a közvélemény mennyire tartja társadalmilag értékesnek tevékenységüket, tendenciáját tekintve borúlátó.

A Német Szövetségi Köztársaságban 1983-ban a munkások és alkalmazottak 60 százaléka volt elégedett főnökével (közelkép), csak 19 százalék bosszankodott miattuk és 15 százalékuk nem mert véleményt nyilvánítani. Függetlenül attól, hogy pozitívan vagy negatívan nyilatkoztak a főnökről, senki sem szeretne cserélni vele, és senki sem állította, hogy főnöke munkáját ő jobban tudná elvégezni.

Ami a távolról kialakított képet illeti, a Német Szövetségi Köztársaságban 1950 óta állandóan nőtt azoknak a száma, akik a vállalkozónak a piacgazdaságban játszott szerepét felismerik és elismerik. Újabban, mióta felnőtt az a generáció, mely nem élte meg a háború utáni évek ínségét és ennek az ínségnek a piacgazdaság általi felszámolását, jelentősen nő azoknak a száma, akik a vállalkozóban kizsákmányolót látnak, a leginkább a magasabb iskolai végzettséggel rendelkező 16—29 évesek között. Ez a baloldali ideológia befolyása alatt álló iskolai és egyetemi oktatás következménye.

A vállalat üzembeli szociális szolgáltatásainak a vállalatról kialakuló képre gyakorolt hatását vizsgáló felmérés (1983) is érdekes eredménnyel zárult. E felmérés alapján a munkások és alkalmazottak 64 százaléka a kevés szociális szolgáltatás ellenére is elégedett főnökével. Ez az arány a sokrétű szociális szolgáltatást nyújtó üzemekben 61 százalék. E számok ismét az általában több szociális szolgáltatást nyújtó nagyüzemek negatív befolyásáról árulkodnak. Persze a közvélemény előtt az testesíti meg az ideális vállalkozót, aki lehetőleg sok szociális szolgáltatást biztosít. A vállalkozók azonban úgy látják szerepüket, hogy ez a politika a vállalkozó tulajdonképpeni szerepével csak meghatározott feltételek esetén egyeztethető össze. A szociális beállítottság és a munkatársakhoz való fordulás önmagában még nem garantálja, hogy a vállalkozó megállja helyét a versenyben. Ezt nyilvánvaló módon sok munkás belátta, elsősorban a kisebb üzemekben.

Az Egyesült Államokban a „menedzserek” és a „topmenedzserek” általánosan elismert és vonzó pozíciót jelentenek, ám a vállalkozóról alkotott sztereotíp kép távolról sem olyan fényes. Az utca hétköznapi emberének viszonya a vállalkozóhoz és az életfontosságú tőkefelhalmozáshoz inkább ellentmondásos. Általában minden intézmény vesztett hiteléből, de azt állítják, hogy ez a változás a legjobban az üzleti világot érintette. Ez részben tükröződik is abban, ahogyan az újabb irodalom bemutatja a vállalkozót és a menedzsert, vagy a szórakoztatóiparban, melyben a gátlástalan, minden áron uralkodni vágyó, irigy és erkölcsileg nem feddhetetlen vállalkozó alakja már sablonná vált. Ezt példázza a nemzetközileg elterjedt Dallas- és Denver-filmek sorozata. Ennek a negatív képnek a kialakulását mindenekelőtt a baloldali értelmiségiek mozdítják elő, de az egyházi körök is, amint ezt az amerikai gazdasági pásztorlevél (1986) is bizonyítja. Ezzel szemben áll az a tény, melyet számos, az Egyesült Államokban készített felmérés bizonyít, hogy az amerikai közvélemény, és ebbe beleértendő a szakszervezetek is, a nyereséget a piacgazdasági rendszer szükségszerű elemeként fogadja el. Az átlagpolgár azt hiszi magáról, hogy jóindulattal viseltetik a magánvállalkozó és a nyereség iránt. De rokonszenve különbséget tesz kis- és nagyvállalkozó között: a nagyvállalkozókat kritikusabb és több fenntartással szemléli.

Ha az ember annak okát kutatja, miért néznek egymásra a vállalkozók olyan ellenségesen, miért akarják egymást lejáratni, még a szociálisan elkötelezettek is, akkor megállapítható, hogy az értelmiségiek minden országban különös szerepet játszanak. Függetlenül az iskola vagy az egyetem típusától az oktatók sok országban csak csekély ismeretekkel rendelkeznek a gazdasági rendről és a gazdasági rend működési módjáról. A vállalkozót a marxista elképzelések szinte kizárólag kizsákmányolónak és profitvadásznak mutatják. A bármely

politikai árnyalatot képviselő értelmiségiek a fennálló viszonyokat gyakran anélkül bírálják, hogy rendelkeznének szakismeretekkel, és nem is mutatnak készséget arra, hogy a felkínált tárgyilagos információt elfogadják.

Így például az amerikai college-okban túlnyomórészt olyan tankönyveket használnak, melyek a legrosszabb esetben antikapitalisták, a legjobb esetben pedig olyanokat, melyek az egyenlősít és az állami beavatkozás szükségességét hirdetik. Itt elsősorban Paul Samuelson könyvét kell megemlíteni, mely többmillió példányszámban került forgalomba. Bár nem minden tankönyv és nem minden amerikai college képvisel valamilyen ideológiai árnyalatot, mégis az oktatás középpontjában a baloldali tanulmányok állnak.

Az Egyesült Államokban a baloldali értelmiségieket a szabad vállalkozás ellen irányuló széleskörű támadás ellenére a tömegek politikailag mindazonáltal alig támogatják.

Hasonló baloldali tendenciák más ipari országokban is megfigyelhetők. Ezeknek az értelmiségieknek gyakran csak azt sikerül bebizonyítaniuk, hogy nem ismerik a gazdasági összefüggéseket és a gazdaság törvényeit. Bár a vállalkozói nyereség ellen harcolnak, mégis mindig arra törekszenek, hogy írói vagy művészi munkásságuk termékeit a lehető legjobb feltételek mellett helyezték el a piacon. A szabad világban elképzelhetetlen volna a sok értelmiségi anélkül a gazdasági rendszer nélkül, mely ne termelné meg a megélhetésükhöz szükséges többletet.

A vállalkozóról kialakított egyértelműen bíráló vagy negatív kép elemzéséből a vállalkozóknak a jövőben még inkább azt a tanulságot kell levonniuk, hogy a nyilvánosságban még inkább meg kell erősíteniük pozitív önképüket. A vállalkozók körében igen elterjedt tulajdonság, hogy tartózkodóak a publicitással szemben. Persze az nem elegendő, ha néhány public-relations-„szakembert” alkalmaznak. A vállalkozónak késznek kell mutatkoznia arra, hogy maga is megjelenjen a nyilvánosság előtt és társadalompolitikai feladatok mellett kötelezze el magát. Ehhez nem utolsósorban hozzátartozik az a hajlandóság is, hogy valaki helyi, regionális vagy országos szinten fizetség nélküli tiszteletbeli hivatalt vállaljon, például hogy részt vesz az adott szakmai szervezet, vagy akár karitatív, egyházi, kulturális, sport vagy társadalompolitikai szervezetek munkájában. A „Nincs időm!” kifogás legfeljebb néhány esetben hangozhat meggyőzően. A vállalkozó feladatához tartozik, hogy vállalatának tevékenységét racionálisan szervezze meg. Ez magában foglalja saját munkájának és az e munka ellátására fordítandó időnek is az ésszerű megszervezését. Gyakran megfigyelhető, hogy az emberek elaprózzák idejüket, és hogy sok vállalkozó hajlamos a rész kérdésekkel foglalkozni, ahelyett, hogy ezt a feladatot delegálná. És gyakran ez az állítólagos időhiány igazi oka. Néhány esetben persze van ennek egy további oka is, mégpedig az, hogy felügyelőtanácsi tagságok gyűjtésével a tiszteletbeli hivatalokkal szemben előnyben részesítik a gazdasági hatalom növelését.

A vállalkozónak sok lehetősége van arra, hogy a nyilvánosság előtt kedvező színben tüntesse föl önmagát, csak élni kell ezekkel a lehetőségekkel.

## VII. A MODERN VÁLLALKOZÓ: A VÁLLALKOZÓI TEVÉKENYSÉG ELMÉLETE ÉS GYAKORLATA

A vállalkozói tevékenységnek sokrétű gazdasági és etikai követelményeknek kell megfelelnie. A vállalkozónak sikeresen kell vezetnie vállalkozását, azaz mindig új termékekkel és szolgáltatásokkal kell megjelennie a piacon, méghezhetőleg alacsony árakon. Ehhez olyan gondolkodásmódra és cselekvésre van szükség, mely nemcsak innovatív, de számításba veszi a költségeket is. De a vállalkozó tevékenységének meg kell felelnie etikai mércéknek is: nemcsak több és jobb termékekről van szó, forgalomról és nyereségről, hanem arról is, hogy cselekvésében az erkölcs normái vezéreljék. A menedzsment éthosza a vállalkozónak és a vállalkozás vezetőinek azt az akaratát jelenti, hogy a vállalkozást etikus, azaz adott értékrenden alapuló kritériumok alapján vezessék. Ez magában foglalja azt a társadalmilag felelős cselekvést, mely figyelembe veszi és támogatja annak a kultúrkörnek az etikai értékeit, melyhez a vállalkozó is tartozik.

Kiélezett formában ezt úgy lehetne megfogalmazni, hogy a vállalkozótól elvárt éthosz esetében a nyereség és a legtágabb értelemben vett közjó közötti megfelelő viszonyról van szó. Manfred Spieker a következőket állapította meg: „A közjónak szüksége van a vállalkozóra. Nemcsak az ipari forradalom kezdetei köszönhetők a vállalkozóknak, akik a természettudományos felismeréseket műszaki találmányokká és racionális termelési eljárásokká alakították át.” A gazdasági tevékenység racionalitása folytán a nyereséget termelő vállalkozók a közjó megteremtésének feltételét jelentik. A vállalkozó tulajdonságai közé tartozik az a képesség és hajlandóság, hogy

- magához ragadja a kezdeményezést,
- hogy vállalja döntések meghozatalát,
- vállalja az erőfeszítést,
- vállalja a kockázatot,
- megértse a piacot és a piacok működését,
- törekedjék innovációra,
- irányítsa az embereket és
- tudja föllelkesíteni munkatársait és koordinálja munkájukat.

De azt a képességet és hajlandóságot is elvárják tőle, hogy társadalmilag elfogadható módon bánjon a többi emberrel: a munkatársakkal, az ügyfelekkel, a szállítókkal, a kollégákkal és a versenytársakkal, az üzemi tanács tagjaival és a szakszervezetekkel.

Ahhoz, hogy a vállalkozó a vállalkozás sikeres irányítása érdekében képességeit kibontakoztathassa, persze szükség van egy sor társadalmi, jogi és politikai keretfeltételre, amiképpen ezt már a szociális piacgazdaság leírásakor láttuk, melyet azonban a vállalkozó maga nem határozhat meg.

A gyakorlatban minden bizonnyal ritkán találkozunk a vállalkozói eszményt megtestesítő személyekkel. Gyakran feszül ugyanis ellentmondás a vállalkozó gazdasági és etikai elkötelezettsége között. Az alábbiakban néhány ilyen veszélyt szeretnék bemutatni, nem feledkezve meg azokról a törekvésekről sem, ahogyan a vállalkozó meg akar felelni az eszményi elvárásoknak.

## 1. A konkurenciaharc

A piacgazdaságot a vállalkozók teljesítményversenye élteti. A konkurenciaharc egyre jobb teljesítményre, a konkurencia legyőzésére ösztönöz. A gyenge teljesítményt nyújtó vállalkozók eltűnnek a piacról, vállalataik csődbe mennek. Ezért érthető, hogy sok vállalat arra törekszik, hogy ne csak termelő teljesítménye javuljon, hanem a verseny kockázata ellen védelmet nyújtó stratégiákat is kidolgoznak. Közéjük tartozik a termelési eljárás titokban tartása, a szabadalmak, a termékkínálat okos differenciálása és a reklám. Ezek etikailag elfogadható eljárások. De az egymással versengők gyakran azt is megkísérik, hogy megállapodások segítségével az árat a tulajdonképpeni versenyár szintje fölött tartásák. Különösen azok hajlanak erre, akik úgynevezett homogén tömegárut kínálnak eladásra, tehát cementet, téglát, kavicsot, szemet vagy acelt.

Így aztán számos olyan piac van, melyen a verseny csak részlegesen érvényesül. Az egyre differenciáltabb termékeket és szolgáltatásokat kínáló piac persze a piacokat is tovább osztja, ami által a verseny manipulálását is megnehezíti.

Minden olyan piaci viselkedés aggályos, mely korlátozza a versenyszabályok érvényesülését. A csábítás persze meglehetősen nagy. Röpke egyszer kijelentette, hogy : „A piacgazdaság »felfalja az erkölcsöket«, ha megfelelő rend és törvénykezés nem gátolja mindazokat a kísértéseket, melyeknek a vállalkozó ki tehet téve”: például a verseny korlátozását tiltó törvények (kartelljog, a fúziók ellenőrzése, tröszt alapítását tiltó törvény), munkajog és szociális jog. Ebben az államnak az a feladata, hogy biztosítsa azokat a rendszerkonform keretfeltételeket, melyek a vállalkozókat a piacnak megfelelő viselkedésre kényszerítik. A pacta sunt servanda alaptétele is a működőképes piacgazdaság feltételei közé tartozik. Mindazonáltal az állami szabályozásnak összhangban kell állnia a rendszerrel, azaz nem hamisíthatják meg a versenyt. Ebben a szellemben kell érteni Oswald von Nell-Breuning híres katolikus társadalomtudós azon kijelentését, hogy az a gazdasági rend a legjobb, amelyik a legkevesebb erkölcsi erőfeszítést igényli a vállalkozótól.

Már Schumpeter is utalt arra, hogy minden vállalkozó arra törekszik, hogy vetélytársát kiszorítsa a piacról és ezáltal azt a piaci rendszert veszélyezteti, melynek teljesítőképessége éppen az egymással versengők nagy számából adódik. Schumpeter persze arra is rámutatott, hogy bizonyos esetekben a korlátozott verseny lényeges előnyt jelent a gazdaság fejlődése szempontjából. Gyakran állítják azt, hogy a vállalkozók kerülnek a versenyt és megkísérik, hogy a hatalmi struktúrákkal átszőtt piacból a monopol helyzetből adódóan jogtalan nyereségre tegyenek szert. Meglehet, ez egyes esetekben igaz, mégis inkább az az igazság, hogy a valóságban nem a verseny megszegése jelenti a gyakorlatot. Sokkal inkább úgy fest a dolog, hogy a vállalkozók túlnyomó többsége nap mint nap szembenéz a verseny kihívásával. Csak erre vezethető vissza sok nyugati országban a piacgazdaság nagy sikere.

## 2. A dirigizmus csábítása

Azokat a gazdasági rendszereket nevezzük dirigista rendszereknek, melyekben az állam közvetlenül beavatkozik a gazdasági folyamatba. A beavatkozásnak sokféle módja van:

- a piaci árak helyett az államilag rögzített árak érvényesülnek,
- a nyersanyagok és az import tekintetében kvótákat határoznak meg,
- a béreket rögzítik,
- bizonyos termékek gyártását koncessziókhöz kötik,
- a vállalkozásokat engedélyeztetni kell.

Mindezek a dirigista intézkedések gátolják a szabad versenyt és azoknak kedveznek, akik az állam támogatását élvezik. Mivel kikapcsolták a kockázattal járó versenyt, e dirigista rendszer

haszonélvezői gazdasági erőfeszítések nélkül is könnyen nyereséghez juthatnak. Az ilyen rendszer gátolja a gazdasági növekedést és sok vállalkozó számára nagyon csábító. Csak ezzel magyarázható, hogy a fejlődő országokban az úgynevezett vállalkozók, akik ki sem érdemlik ezt a címet, nem lépnek fel az állami dirigizmus ellen. Ez arra mutat, hogy a piacgazdasági rend megteremtése mindenekelőtt politikai feladat. A messzire tekintő, okos és felelősségtudattal rendelkező vállalkozók támogatják az ilyen irányú politikai törekvéseket, amiképpen ez Európában a legutóbbi háború után sok országban be is következett.

### **3. Az árnyékgazdaság**

A világ majd minden országában létezik valamiféle árnyékgazdaság, feketepiac, még ha jelentőségük különböző is. Olyan gazdasági tevékenységről van szó, mely az adott ország törvényes rendjén kívül bonyolódik le. Az ilyen gazdasági aktivitások oka majdnem mindig az, hogy a nyereséget értelmetlenül nagymértékben megadóztatják, amivel a magánkezdeményezést büntetik, ahelyett hogy megjutalmaznák. De a burjánzó bürokratikus előírások is megbéníthatják a magánkezdeményezést, mely ennél fogva az árnyékgazdaságban keres kiutat. A leírtak természetesen méginkább vonatkoznak a merkantilista-dirigista módon megszervezett népgazdaságokra, itt az árnyékgazdaság megléte arra mutat, hogy létezik egy nagyfokú, a hivatalos gazdaság által kihasználatlan kreatív vállalkozói kezdeményezőkézség.

Érdekes példával szolgál a perui árnyékgazdaság, melyet Hernando de Soto mutatott be részletesen „El otro sendero” című, elsősorban Dél-Amerikában nagy figyelemre méltott könyvében. Ezzel az informális gazdasággal válaszol a nép spontánul és kreatívan a merkantilista-dirigista módon megszervezett állami gazdasági politika tehetetlenségére. Egy kisüzem megnyitásának törvényes és hivatalos úton való engedélyeztetése a szerény eszközökkel rendelkező átlagpolgár számára elérhetetlenül sokba kerül. Egy 1983-ból származó példában az engedélyeztetési eljárás 289 napig tartott; az engedélyeztetés költségei 32 havi minimálbérre rúgtak.

De Soto azt mutatta ki könyvében, hogy a vizsgálat évében (1983-ban) Peruban de facto nem létezett piacgazdaság. Csupán a lakosság illegális „önsegélyezési” akciója, a feketepiac alakította ki a piacgazdaság csíráit. De Soto a hivatalos gazdaságot „merkantilizmusnak” nevezi, és ezzel azt kívánja érzékeltetni, hogy az állam fontosabbnak tartja, hogy a nemzet javait egy az állammal szorosán összefonódott „elit” számára újraelossa, semmint hogy új gazdagságot teremtsen. Tehát egyoldalú elosztás növekedés helyett. Naponta mintegy hetven új rendeletet adnak ki. A gazdasági törvények és rendelkezések száma állítólag meghaladja a fél milliót. Csak egy százalékukat fogadta el a Parlament, a többit a végrehajtó szervek bocsátották ki.

A tömegek a feketepiaccal válaszoltak erre a minden hatékonyságot nélkülöző és igazságtalan rendszerre. Az emberek fütyülnek a törvényességre. Kimennek az utcára és kínálják portékájukat, bármit; az üres telkeken üzletet nyitnak, házakat építenek.

De Soto azonban nem eszményíti az informális piacot. Ellenkezőleg: felmutatja az ilyen gazdaság gyengéit és veszélyeit, mert ez a gazdaság képtelen a jövő megtervezésére és hiányzik belőle a törvény védelme.

Akkor kezdtek így alakulni a dolgok, amikor 1940 után a vidéki lakosság egyre inkább a városokba költözött, de a városokban nem talált sem lakást, sem munkát. 1940-ben a perui lakosság 9 százaléka élt Limában, 1981-ben már 26 százaléka. A bevándorlók hamar felismerték, hogy csak a törvényen kívüliség biztosítja számukra az élet, a kereskedés (trade), a termelés, a szállítás és a fogyasztás lehetőségét. Ez az illegalitás azonban nem jelentett bűnt. Az emberek önmagukon akartak segíteni ezzel az aktussal, mégpedig annak érdekében, hogy törvényes céljaikat elérhessék: hogy építhessenek lakást, hogy szolgáltatásokat kínálhassanak,

hogy üzletet nyithassanak. Peru olyan ország lett, amelyben a gazdaságilag aktív lakosság 48 százaléka a munkavégzésre fordított órák 61 százalékában az informális fekete gazdaságban a társadalmi össztermék 39 százalékát termeli meg. De Sato egy nagyon részletes tanulmányban írja le az informális lakás piac, az informális kereskedelem és az informális szállítási rendszerek kialakulását és működését. Limában 1982-ben a lakások 43 százaléka informális településeken volt található. Az utcai árusok is meglepően nagy gazdasági szerepet játszanak: 1986-ban Limában 91.455 utcai árust számláltak meg, a legtöbbjük illegális kereskedelemmel foglalkozott. A tömegszállítás területén 1984-ben Limában forgalomban lévő szállító eszközök 91 százalékát illegálisan üzemeltették.

De mi köze mindennek e tanulmány témájához, a vállalkozókhöz? A bürokrácia által elnyomott lakosság önmentő akciói azt bizonyítják, mily nagy a kreatív erő tartaléka. Bátorság, a kockázat vállalása, kezdeményezőképeség és ötletgazdaság kell ahhoz, hogy olyan országban, mint Peruban, gazdasági tevékenységbe fogjon valaki. A vállalkozói erők azok, melyek itt működésbe léptek. Persze az ilyen szükség szülte illegális rendszer sem nem kívánatos, sem nem eszményi. Termelékenység és a műszaki haladás hasznosításának foka csekélyebb, mint rendezett és törvényes keretek között lehetne. Ennek legfontosabb oka annak az általános jogbiztonságnak a hiánya, mely a rendezett és szilárd államrend ismertetőjegye, de egyben feltétele a működő piacgazdaságnak is.

Peru nem követendő példa. De megmutatja, mely vállalkozói erők mozgósíthatók egy rendezett piacgazdaságban.

Bátorító tapasztalat is egyben a kelet-európai népek számára, melyek elhatározták, hogy az eddigi központi irányítású tervgazdasági rendszerek helyett kialakítják a piaci árak által irányított szabad gazdasági rendet.

#### **4. Környezeti problémák**

Még néhány évvel ezelőttig senki sem tartotta problematikusnak, hogy a természetet korlátozás nélkül kihasználják akár szeméttelnek akár a termelés faktoraként. Gondtalanul bocsátottak ki a levegőbe gáznemű hulladékot (füstgázokat és az autók kipufogógázát), vagy vezették a szennyezett, felmelegített és mérgezett vizet a folyókba és tengerekbe és tornyozták hegyekké a gyakran mérgező anyagot is tartalmazó szemetet. De időközben felismerték, hogy környezetünk csak korlátozott mértékben terhelhető meg: azaz ezen a területen is érvényesül a gazdasági javak szűkösségének törvénye. A vállalkozóknak gyakran vetik szemére, hogy értetlenül viseltetnek a környezeti problémákkal szemben és voltaképp bűnösök.

Ez az ítélet azonban félreértelmezi a helyzetet: mindaddig, amíg a környezet használata ingyenes, a versenyben gondolkodó vállalkozó gátlástalanul ki fogja használni a környezetet és lemond a költséges környezetvédő intézkedések foganatosításáról. Sok vállalkozó minden bizonnyal időközben belátta, hogy a konstruktív környezeti politika része társadalompolitikai feladatuknak. Ez megmutatkozik egyrészt számos vállalkozás gyakran költséges egyedi intézkedésében, másrészt és különösen abban, hogy a vállalkozók és szövetségeik támogatják az államnak a környezetbarát eljárások elterjesztésére tett erőfeszítéseit. A piacgazdasági rendszer nagyon is alkalmas arra, hogy megfelelő piacokonform törvényi szabályozással megoldjon ökológiai problémákat. Mihelyst ugyanis a környezet használata többé már nem ingyenes, az árakon keresztül lehetővé válik a környezet megterhelésének irányítása. Mindenesetre fontos annak a felismerése, hogy a társadalomnak is valóban késznek kell mutatkoznia e kérdés megoldására. Ez a gyakorlatban azt jelenti, hogy sok termék esetében el kell fogadni a magasabb árat, és hogy le kell tudni mondani sok termékről (csomagolóanyag, hajtógáz) és kényelmes dologról (egyszer használatos üvegek).

A felelősen cselekvő vállalkozó számára ez gyakran olyan súlyos problémával járhat együtt, mely többnyire csak a törvényi keretfeltételek segítségével oldható meg. Ám a döntő az, hogy

a szociális piacgazdaság elvéből következően képes arra, hogy az ökológiai problémákat is megoldja.

## 5. Az emberek irányítása

A termelési faktorok legkedvezőbb kombinációjának megtalálása a kifizetődően működő vállalat megteremtése érdekében, a költségek ellenőrzése és az innovációs lehetőségek állandó keresése. Ezek tartoznak a vállalat klasszikus értelemben vett feladatai közé. E feladatok köre ma kiegészül az emberek irányításával. Ez nem csupán humanitárius kihívást jelent, melyet évekkkel ezelőtt az „az üzemben dolgozó is ember” jelszavával kíséreltek meg megragadni, hanem egyben – és ez az új felismerés — fontos üzemgazdasági feladat is.

A vállalatvezetés feladata nagyrésztben emberek irányítása, mely vezetési stílust jelent. A vezetés stílusának teljesítményösztönzőnek kell lennie. Ám ez csak akkor sikerül, ha figyelembe veszik az üzemben dolgozó emberek önbecsülését. Az emberek sem nem gépek, sem nem élettelen bábok. Ezért a korábban szokásos tekintélyelvű vezetési stílusnak egyre kevesebb híve van, még akkor is, ha nem lehet lemondani a parancsról (ez a döntés) és az engedelmességről (ez a végrehajtás). A merőben tekintélyelven alapuló magatartás gyakran éppen azt eredményezi, hogy elmarad a kívánt teljesítmény. Újabban ezért az úgynevezett kooperatív vezetési stílust akarják megvalósítani: a vállalkozónak a szakértelmen kívül kommunikációs képességekkel is kell rendelkeznie. A kooperatív vezetési stílus etikailag abból indul ki, hogy az üzem dolgozóiban tisztelni kell az embert, hogy átérezhesse, az üzemhez tartoznak és felelősek az üzemért. A fontos az, hogy a vállalkozó megnyerje munkatársai bizalmát. Ez a következőket jelenti:

- soha ne tegyen beválthatatlan ígéreteket,
- ígéreteit mindig tartsa meg,
- inkább hallgasson, sem hogy hamis dolgokat állítson.

Az együttműködés kategóriáiban való gondolkodás voltaképp nem etikai megfontolásokra vezethető vissza, hanem a költségmegtakarítás és a rentábilis gazdálkodás szándékára. Bebizonyosodott ugyanis, hogy kifizetődik, ha az üzemben figyelembe veszik az ember testi és lelki sajátosságait. Az okos és felelősségtudattal rendelkező vállalkozó tudja, hogy gazdasági sikere nem csupán a gépektől függ, hanem főleg és elsősorban a vállalatnál dolgozók együttműködésétől. Ezt persze nem szabad összetéveszteni a vállalkozó szentimentális szociális felfogásával. Hiszen a szociális gondolkodás és az emberek felé fordulás maga még nem biztosítéka annak, hogy a vállalat kiállja a verseny próbáját. Hogy miről is van szó e tekintetben a modern vállalatoknál, az a következő címszavakkal foglalható össze:

- a munkatársak tájékoztatása és motiválása,
- eredmény és kommunikáció a vezetés egyes szintjein és szintjei között,
- a felelősség delegálása,
- a csoportmunka támogatása, előmozdítása,
- a munkahelyek humanizálása és a rugalmas munkavégzés lehetőségének megteremtése valamint
- a munkatársak alapképzése és továbbképzése.

A modern vállalatvezetésnek feltétele, hogy az irányítottak is együttgondolkodjanak a vezetéssel. Hans Martin Schleyer, a német gyáriparosok szövetségének egykori elnöke, egyszer a következőket mondta: „Abban a társadalmi folyamatban, amit vezetésnek nevezünk, az iránymutató akarati impulzus már nem csupán egyedül és egyoldalúan föntről

lefelé haladhat. Az előny minden bizonnyal annál kell hogy maradjon, akitől a kezdeményezés kiindult. De ebben a folyamatban az irányítottak nem maradhatnak csupán passzív szemlélők. Kifejezetten szükség van arra, hogy kivegyék részüket az akaratnyilvánításból, mely azután elvezet a döntéshez."

Bár igaz, hogy nem csak kívánatos, de egyenesen szükséges, hogy a vállalkozó szociálisan és etikailag elkötelezett legyen, mégis vannak objektív akadályai annak, hogy a vállalatnál mindig és minden esetben humánus szempontból tekintettel legyenek az emberre. Ezt akadályozza a többnyire elkerülhetetlen függés külső tényezőktől valamint az üzemben szükségyszerű műszaki kényszer. Legyen bár a vállalkozó még oly jószándékú is, versenyképesség érdekében nem mondhat le minden esetben a termelés racionalizálásáról és mechanizálásáról. A vállalkozónak minden esetben lelkiismerete szerint kell döntenie.

Az emberek felelősségteljes irányítása nem könnyű feladat. De mégis szükség van rá a vállalkozás és a vállalkozásban dolgozók érdekében. Az etikailag szabályozott cselekvés Max Weber szerint lehet elvi-etikailag vagy a felelősségnek elkötelezett etika szerint szabályozott. Az a vállalkozó cselekszik a felelősségnek elkötelezett etika alapján, aki tudja, hogy felelősséget visel cselekvésének belátható következményeiért.

A katolikus vállalkozók szövetsége, a Bund Katholischer Unternehmer (BKU) nem sokkal ezelőtt hozta nyilvánosságra azokat az alapvető gondolatokat, amelyek azt taglalják, mi a vállalkozó feladata a munkavégzés modern világában. E gondolatok értelmében e feladatok közé tartozik minden olyan az emberi munkavégzés szabályozására vonatkozó erőfeszítés és folyamat, mely a személy méltóságát és kibontakozását a család, a vállalkozás és az állam céljaival kívánja összhangba hozni. A gazdaság, a technika és a társadalom világának újításai biztosítják ennek új lehetőségeit. Megteremtik annak lehetőségét, hogy sok ember megváltozott elvárásainak és jogos követeléseinek az eddigieknél jobban lehessen eleget tenni.

A differenciálás és a rugalmasság fontos előfeltételeket jelentenek. A kollektivista egységes szabályozástól való elfordulás és az, hogy az egyes embernek vagy az emberek kis csoportjának kívánnak több önállóságot és a beleszólási lehetőségét biztosítani, ez jól megfelel a katolikus szociális tanítás szubszidiaritás-elvének. Ez egyben előrelépést jelent a szociális piacgazdaság kibontakozásában is: a szubszidiaritás megteremti a nagyobb szabadság és a nagyobb felelősség alapjait.

## **6. A vállalat struktúrája**

Észak-Amerikában és Európában a vállalat struktúrájának kérdésével néhány év óta egyre inkább foglalkozik mind az elmélet mind a gyakorlat. Bár különböző dolgokat értenek ezen a kissé tisztázatlan fogalmon, a kiinduló pont azonban mindig egy olyan kultúra teremtette világ, mely egyben emberi világ. Éppen ezért különböző módon kísérlik meg egy vállalkozás valóságának olyan irányú megváltoztatását, hogy a pusztán mechanikus-rationális folyamatokat több emberiség váltsa fel.

Európában sem mindenütt hallják szívesen azt a kifejezést, hogy „vállalati kultúra”, mert ahhoz vannak szokva, hogy különbséget tegyenek a szellem és a művészet által meghatározott kultúra és a természettudományok és a technika által meghatározott civilizáció között. A vállalati kultúra fogalmával azt szeretnék elérni, hogy a vállalkozásban nagyobb hangsúlyt kapjon az etikus reflektáltság és az etikus magatartási forma. Peter Drucker számára (Die Chance des Unternehmers, Düsseldorf, 1987) a vállalati kultúra a vállalkozói hatalom legitimálásának egyik eszköze, amennyiben a vállalati kultúrát igazi értékekre alapozzák.

Sok minden visszaköszön a vállalati kultúra gyűjtőfogalmában abból, amit korábban már elmondtunk a vállalkozó társadalometikai elkötelezettsége kapcsán. Mindazonáltal nem hagyható figyelmen kívül, hogy bizony gyakran visszaélnék a „vállalati kultúra” kifejezéssel,

amennyiben csupán a vállalat szociális imagójának cégéreként használják, anélkül, hogy levonnák belőle a szükséges következtetéseket a vállalat tényleges vezetésére vonatkozóan. Ennek ellenére alapvetően pozitívan kell megítélnünk a „vállalati kultúrával” kapcsolatos vitát, hiszen további kísérletet jelent a modern vállalatvezetés humanizálására, emberivé tételére. Az a kérdés, hogy milyen jelentőséget tulajdonít a vállalat vezetése a megélt és a közvetített értékeknek és készségeknek. A cselekvés értelmének közvetítése, átadása arra hivatott, hogy elmélyítse a vállalatnál a „mi”-tudatot. A vállalati kultúra fokmérője a nyugdíjasokkal és a szociális támogatásra szorulókkal való bánásmód, valamint az, miképp válnak meg egy munkatárstól, de ide tartozik a konfliktusok megoldásának az emberi méltóságot is figyelembe vevő stílusa.

A Corporate Identity, ahogyan a gyakorlatban többnyire megvalósul, még nem jelent vállalati kultúrát, noha a design és a kommunikáció stílusa révén a vállalat könnyen azonosítható. A Corporate Identity pont arra képtelen, ami a vállalati kultúra szemszögéből a döntő: nem képes a vállalkozás értelmének közvetítésére, igaz, nem is lép fel ezzel az igénnyel.

A vállalati kultúrát kifelé az jellemzi, miképpen old meg társadalmi nézeteltéréseket. Példaképpen említhetjük a csecsemőtápszerekkel (Nestlé) vagy az azbeszttel (eternit) de akár az ökológiával kapcsolatos vitákat. Hans Ulrich, az ismert svájci üzemgazdász „az egoista céloknek a közjó javára történő önkéntes korlátozását” követeli. Ez egyes esetekben problematikus lehet ugyan, de joggal mutat rá annak szükségességére, hogy a társadalmi felelősséget a vállalat vezetésének magára kell vállalnia, sajátjává kell tennie.

Az alábbiakban két tanulmányt kívánok bemutatni, melyek Corporate Ethics: A Prime Business Asset és Successful American Companies (In Search of Excellence) címen jelentek meg, és melyek azt mutatják be, hogyan kísérik meg Amerikában gyakorlattá tenni a vállalati kultúrát.

## **Corporate Ethics**

Az Amerikai Egyesült Államok vállalkozóinak egyik szervezete, a „The Business-Roundtable”, 1988 februárjában nyilvánosságra hozta jelentését a „Policy and Practice in Company Conduct”-ról a következő címen: „Corporate Ethics: A Prime Business Asset”. 100 vállalkozói társaságot vontak be a vizsgálatba, mely azt mutatja, hogy számos jelentős amerikai vállalat már régóta nagy hangsúlyt fektet az „ethical behavior”-ra. Igen elterjedtek a codes of ethics (or conduct). Ennek ellenére csak mostanában vitatkoznak a vezetők etikai problémákról és e problémák megoldásának lehetőségeiről. Ezen kívül egyre inkább törekednek arra, hogy a vállalatban belül teremtsék meg a szervezeti és strukturális feltételeket „for ethics policy and to ensure ethical action”. Megmutatkozott, hogy az ethic policy vállalati megvalósításában a vállalat vezetése játssza a döntő szerepet. A vállalat vezetőjének jól felismerhetően vállalnia kell az „ethical conduct” -ot és jó példával kell előljárnia. Ezt a vállalatvezetői politikát a legkülönbözőbb úton ismertetik a vállalatnál: direktívák útján, Policy Statements útján, előadásokkal, vállalati újság segítségével és gyakorlati tevékenységgel. Az etika és a nyereség kibékíthetetlen ellentétének mítoszát a bemutatott vállalkozók példáján ad absurdum viszik. Ezek a vállalkozók meg vannak győződve arról, hogy az etikus magatartás nem mond ellent az elfogadható nyereségnek. Nyilvánvalóan egyre inkább terjed az a meggyőződés is, hogy kiélezett verseny idején a hiteles, etikus magatartáson alapuló vállalati struktúra a vállalat fennmaradásának és jövedelemtermelésének lényeges feltétele.

Schmölders már korábban rámutatott arra, hogy az északamerikai vállalatoknál megvalósulni látszik az az átfogó tendencia, mely a „quality of life” javítására tör. A „Corporate Social Responsibility” értelmében vett konkrét intézkedések hivatottak azt bizonyítani, hogy a vállalkozások teljes tudatában vannak társadalompolitikai felelősségüknek.

A Corporate Ethicsre vonatkozó jelentés leszögezi, hogy a legtöbb vállalkozás írásos dokumentumban rögzíti az etikus viselkedés elveit, mégpedig az egész szervezetre vonatkozóan. Ezek a Codes of Conduct bár ágazatról ágazatra eltérnek egymástól, mégis a következő kérdéseket szinte mindegyikük taglalja:

- becsületesség (honesty) és hűség a törvényhez,
- a termékek megbízhatósága és minősége,
- biztonság és egészségvédelem a munkahelyen,
- érdekütközések és a konfliktusok megoldása
- a munkaszerződések gyakorlata,
- fair értékesítési gyakorlat,
- kapcsolat a beszállítókkal,
- szerződéskötés,
- ármegállapítás és belső információk értékpapír-kereskedelem esetén,
- megvesztegetés megbízás vagy információ beszerzése esetén
- környezetvédelem.

Az etikai elvek megvalósítása szempontjából különösen fontos a vállalaton belüli nyílt kommunikáció, hiszen ezek az elvek csak a vállalaton belüli kölcsönös bizalom légkörében valósíthatók meg. Az etikai alapelvek megsértőjét adott esetben tapintatosan kell megbüntetni. Az a cél, hogy ne büntetéssel, hanem jó példával és dicsérettel neveljünk.

A Boeing cég 1987-ben újrafogalmazta a „Business Conduct Guidelines”-t. A cég hagyományai közé tartozik a „Strong Commitment to Ethical Management”. A vezetők saját maguk kezdeményezték egy hatékony etikai programot, melyet maguk dolgoztak is ki, és amely a cég nehéz helyzeteiben ki is állta a próbát. A legfelső menedzsmentnek gondoskodnia kell arról, hogy a részlegek és a leányvállalkozások vezetői is támogassák az „ethical conduct” programját.

A General Mills cég meg van győződve arról, hogy az ügyfél jó kiszolgálása a legfontosabb dolog. Véleményük szerint az etikai alapelvek érvényesítése a cégnél és a fogyasztók óhajainak elfogadása nem ellentmondás, hanem ugyanannak az éremnek két oldalát jelentik.

A Hewlett Packard (HP) különös hangsúlyt fektet munkatársainak etikus magatartására. Jellemző a cég egyik vezető alkalmazottjának kijelentése: „It is not easy to get fired around HP, but you are gone before you know it, if it is an ethic issue.” Hogy a vállalatnál ne veszítsenek érvényességükből az értékek és etikai normák, újból és újból utalni kell rájuk beszédekben, megbeszéléseken és a munkatársaknak szánt közleményekben.

A Norton cégnél 1976 óta van egy „Ethics Committee of the Board of Directors”. A bizottság azt hivatott jelezni, hogy komolyan veszik a Code of Conductot. Bonyolult esetekben a bizottság támogatja a menedzsmentet és vitás esetben garantálja az objektivitást. Az egyik elnök a következőket mondta egyszer: „Management must use the board committee as a kind of Damocles sword, hanging over the operations at all times, ready to arbitrate at a moments' notice.”

Ebben a néhány példában nincs szó tágabb értelemben vett vállalati kultúráról. De mégis meggyőző módon utalnak a nagyvállalatoknak arra a komoly erőfeszítésére, hogy a vállalat vezetésében meghonosítsák az etika alapelveit.

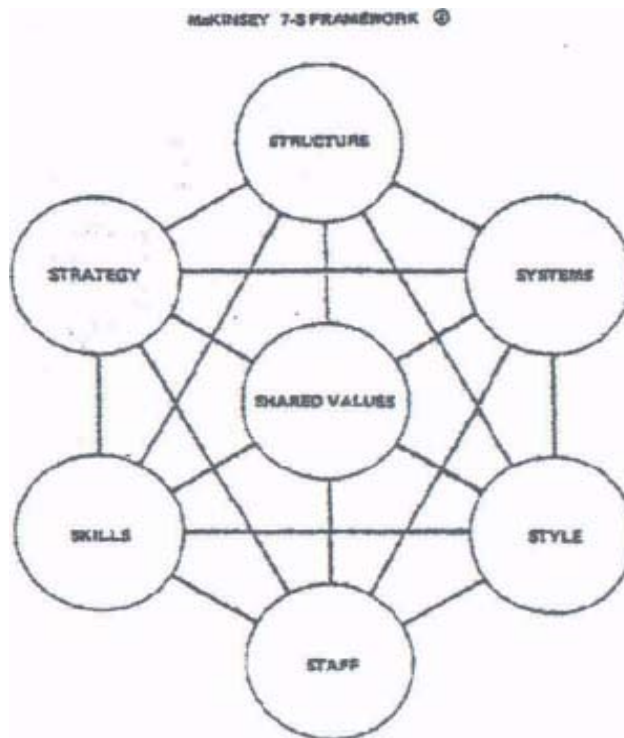
### **Successful American Companies**

Peters és Waterman bestsellerré lett „In Search of Excellence” című könyvükben azt

vizsgálták, mi a feltétele a nagy vállalatok sikerének. Arra az eredményre jutottak, hogy a sikerhez hét különböző összetevő optimális együttes hatása szükséges. Ezek a következők:

- a szervezeti struktúra,
- a rendszerek és folyamatok,
- a stratégia,
- közös értékmeggyőződés
- a munkatársak, (kultúra),
- a vezetési stílus,
- különleges know how.

Ezeknek az összetevőknek az összefüggését az s-betűvel kezdődő angol szavaknak megfelelően a „hét s” ábráján mutatták be, melynek középpontjában a „Shared Values” található:



Az általunk vizsgált téma szemszögéből az a fontos, hogy a szerzők a „shared values”-nak tulajdonítanak központi jelentőséget. Ez nem más ugyanis, mint a vállalati kultúra magja. Ez számos egyes vállalattal foglalkozó tanulmányban is újból és újból kifejezésre jut. És ebben különös szerepe van a vállalat vezetése és a munkatársak közötti viszonyoknak. A sikeres vállalatban felnőttként kezelik a munkatársakat, hallgatnak rájuk. A kreatív munkatársak mozgástere nagy, hogy megvalósíthassák elképzeléseiket. Ez ugyan meglehetősen egyszerűnek tetszik, de a másik hat összetevővel együtt láthatóan nem az. Az emberek megfelelő irányítása szükséges, de nem mindig kielégítő feltétele az eredményes vállalkozásnak.

Ennek ellenére: „shared values”, tehát a meggyőző vállalati kultúra elengedhetlen a modern vállalkozások tartós sikeréhez.

Összefoglalásképpen annyi minden bizonyonnyal leszögezhető, hogy a gazdasági siker és az etika nem zárják ki egymást, hanem inkább egymás meghatározói. A morál által szabályozott vállalkozói kezdeményezés, mely tudatosan és meggyőződésből akar hozzájárulni a közjóhoz, mindenképp előbbre való az állami megrendszabályozásnál. Az etika önkéntességen alapszik és nem kényszeren.

## **ZÁRÓ MEGJEGYZÉSEK**

A Kelet-Európában 1989 vége óta bekövetkezett forradalmi események annak megállapítására kényszerítettek, hogy a gazdasági és a politikai szabadság feltételezik egymást. A szabad vállalkozók és a szabad vállalkozások, tehát az iparázítás legtagabb értelemben vett szabadsága elidegeníthetetlenül hozzátartozik a szabadsághoz. A vállalkozók nem alkotnak kiváltságos kasztot, hanem a szabad társadalom fontos elemeit jelentik. Ennek megvilágítása volt a jelen tanulmány egyik célja.

## IRODALOMJEGYZÉK

Bund Katholischer Unternehmer e.V.: Auf dem Weg zu einer neuen Arbeitskultur. Gestaltungsaufgaben für Unternehmer in einer veränderten Arbeitswelt. Aussagen zum 40. Jahrestag des BKU. Wiesbaden, 1989 novemberében.

BREMEIER, E.; JEUSCHEDE, G.; JUESTEN, W.: Manager in Familienunternehmen. Forum für Führungskräfte, Berlin, 1983.

BRIEFS, G. A.: The Ethos Problem in the Present Pluralistic Society, Reprint from Review of Social Economy, Vol.XV, No. 1. 3/1957.

Corporate Ethics, A Prime Business Asset. A Report on Policy and Practice in Company Conduct. The Business Roundtable, New York 2/1988.

DE SOTO, H.: The Other Path. The Invisible Revolution in the Third World. New York: Harper&Row, 1989.

EUCKEN, W.: Die Grundlagen der Nationalökonomie. Jena: Gustav Fischer, 1940.

EUCKEN, W.: Grundsätze der Wirtschaftspolitik. Tübingen, 1975. Az első kiadás 1952-ben jelent meg. HAYEK, F. A.: Individualismus und wirtschaftliche Ordnung. Erlenbach; Zürich: Eugen Rentsch, 1952. HÖFFNER, J.: Der katholische Unternehmer in der kommenden Wirtschaftsordnung. Hauptvortrag der Tagung des Bundes katholischer Unternehmer in Königswinter am 27.3.1949.

HÖFFNER, J.: Das Ethos des Unternehmers. Köln: Bachen, 1956. (Schriftenreihe des Bundes Katholischer Unternehmer. Neue Folge, 6).

HÖFFNER, J.: Die Funktion des Privateigentums in der freien Welt. In: Sonderdruck aus Wirtschaftsfragen der freien Welt. Festgabe zum 60. Geburtstag von Bundeswirtschaftsminister Ludwig Erhard. Frankfurt: Fritz Knapp, é.n., 121 —131.p.

HÖFFNER, J.: Wirtschaftsordnung und Wirtschaftsethik. Richtlinien der katholischen Soziallehre. Bonn, 1985 (Der Vorsitzende der Deutschen Bischofskonferenz, 12).

II. János Pál: Enzyklika Sollicitudo Rei Socialis. Zwanzig Jahre nach der Enzyklika Populorum Progressio, Bonn, 1987 (Verlautbarungen des Apostolischen Stuhls, 82).

KOEHNE, r.: Das Selbstbild deutscher Unternehmer. Legitimation und Leitbild einer Institution. Berlin: Duncker & Humblot, 1976.

LE GOFF, J.: Kaufleute und Bankiers im Mittelalter. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag, 1989.

MESSNER, J.: Das Unternehmerbild in der katholischen Soziallehre. Köln, 1968 (Beiträge zur Gesellschaftspolitik, 3).

MÜLLER-ARMACK, A.: Stil und Ordnung der Sozialen Marktwirtschaft. Vortrag aus Anlaß der Tagung der österreichischen wirtschaftswissenschaftlichen Gesellschaft in Bad Ischl am 28. August 1951. In: Untersuchungen des Institutes für Wirtschaftspolitik an der Universität zu Köln, 4.

OCKENFELS, W.: Kleine Katholische Soziallehre. Eine Einführung — nicht nur für Manager. Trier: Paulinus, 1989 (Beiträge zur Gesellschaftspolitik, 31).

OFFERMANN, T.: Das Kommunistische Manifest. In: Lexikon des Sozialismus, Köln: Bund, 1986. 375—377.p.

PETERS, T. J.; WATERMAN jr., R. H.: In Search of Excellence. Lesson from America's Best-Run Companies. New York: Harper & Row, 1982.

- XII. PIUS: Ansprache Sr. Heiligkeit Papst Pius XII. bei der Audienz der Internationalen Union der Katholischen Unternehmer-Verbände (UNIAPAC) 7.5.1949. Köln: Bachem é.n.
- RAUSCHER, A.: Kirche in der Welt. Beiträge zur christlichen Gesellschaftsverantwortung, 2 köt. Würzburg: Echter, 1988.
- REDLICH, F.: Der Unternehmer als „dämonische“ Figur. In: uó.; Der Unternehmer. Wirtschafts- und sozialgeschichtliche Studien. Göttingen: Vandernhoeck & Ruprecht, 1964.44-73.p.
- REDLICH, F.: „Der Unternehmer“, in: Handwörterbuch der Sozialwissenschaften. 10. köt. Göttingen, 1959.
- RÖPKE, W.: Die Krise des Kollektivismus. München: Kurt Desch, 1947.
- RÖPKE, W.: Civitas Humana. Grundfragen der Gesellschafts- und Wirtschaftsreform. Bern: Paul Haupt 1979.4. kiadás. Az első kiadás 1944-ben jelent meg.
- ROOS, L.; WATRIN, Chr. (szerk.): Das Ethos des Unternehmers. Trier: Paulinus, 1989 (Beiträge zur Gesellschaftspolitik, 30).
- ROOS, L. (szerk.): Stimme der Kirche zur Wirtschaft. Agostino Kardinal Casaroli. Joseph Kardinal Höffner. Joseph Kardinal Ratzinger. Papst Johannes Paul II. Köln: Bachem, 1986 (Beiträge zur Gesellschaftspolitik, 26).
- RÜEGG, J.: Unternehmensentwicklung im Spannungsfeld von Komplexität und Ethik. Bern: Paul Haupt, 1989.
- SCHLEYER, H. M.: „Das Soziale Modell“. In: Mahnung und Verpflichtung — Hans Martin Schleyer — Gedenkfeier und Ansprachen zum 10. Todestag. Zeugnisse eines Lebens für Freiheit und sozialen Frieden. Köln: Bachem, 1987.49—74.p.
- SCHLEYER, H. M.: Unternehmer und Politik. In: Mahnung und Verpflichtung — Hans Martin Schleyer — Gedenkfeier und Ansprachen zum 10. Todestag. Zeugnisse eines Lebens für Freiheit und sozialen Frieden. Köln: Bachem, 1987. 190—192.p.
- SCHMÖLDERS, G.: Der Unternehmer in Wirtschaft und Gesellschaft. In: Kreativität des Handelns — Vom Ingenium des Unternehmers. Festschrift für Ludwig Eckes. Würzburg: Naumann, 1978. 127 — 135.p.
- SCHMÖLDERS, G.(szerk.): Der Unternehmer im Ansehen der Welt. Bergisch Gladbach: Gustav Lübbe, 1971.
- SCHOECK, H.: Der Neid. Eine Theorie der Gesellschaft. Freiburg-München: Karl Alber, é.n.
- SCHUMPETER, J. A.: Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung. Eine Untersuchung über Unternehmerrgewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus. Berlin: Duncker & Humblot, 1926.
- SCHREIBER, W.: Zum System sozialer Sicherung. Köln: Bachem, 1971.
- ULRICH, H.; PROBST, G. J. B.: Anleitung zum ganzheitlichen Denken und Handeln. Ein Brevier für Führungskräfte. Bern: Paul Haupt, 1988.
- Umweltschutz und Kernenergie. Leitgedanken für einen verantwortlichen Umgang mit moderner Technik. Szerk.: Bund Katholischer Unternehmer e.V.. Trier: Paulinus, 1990, negyedik kiadás (Diskussionsbeiträge, 12).
- WEBER, M.: Politik als Beruf. Berlin: Duncker & Humblot, 1978, Utánnomás. Első kiadás: 1919.
- WEBER, W.: Der Unternehmer. Köln: Hanstein, 1973.
- WEBER, W.; MESSNER, J.; RAUSCHER, A.; ROSEN, L. de: In: Oeconomia Humana.

Wirtschaft und Gesellschaft auf dem II. Vatikanischen Konzil. Eine Veröffentlichung der Internationalen Stiftung Humanum. Köln: Bachem, 1968.

WEBER, W.; SCHREIBER, W.; RAUSCHER, A. In: Das Konzil zur Wirtschaftsgesellschaft. Pastoral-Konstitution über die Kirche in der Welt dieser Zeit. Münster: Regensberg, 1966.

WERHAHN, P. H. jr.: Menschenbild, Gesellschaftsbild und Wissenschaftsbegriff in der neueren Betriebswirtschaftslehre. Bern: Paul Haupt, 1989, második kiadás.

WERHAHN, P. H. sr.: Kirche — Wirtschaft. Dialog im Spannungsfeld ihrer geistigen Grundlagen. Der amerikanische Wirtschaftshirtenbrief. Köln, 1986 (Beiträge zur Gesellschafts- und Bildungspolitik, 116).

Wirtschaftswoche. Das Unternehmerbild der Deutschen. Teil I. In: 43. szám, 1983.10.21., 64—84.p.

Wirtschaftswoche. Das Unternehmerbild der Deutschen. Teil II. In: 44. szám, 1983.10.28., 60-66.p.

Wirtschaftswoche. Das Unternehmerbild der Deutschen. Teil III. In: 45. szám, 1983.11.1., 68—76.p.

### **A szerzőről:**

Dr. rer. pol. Dr. h.c. Peter H. Werhahn 1913-ban született. Egyetemi tanulmányai után belépett a Wilh. Werhahn családi vállalkozásba. Elnökségi tagként, a felügyelő tanács tagjaként vagy elnökeként számos vállalat irányításában vett részt a legkülönbözőbb ágazatokban: a szénbányászatban, a kőtermelésben, az élelmiszer-kiskereskedelemben, a vágószerszám-gyártásban, az elektrotechnikában és bányászlatások építésében. 1960 és 1964 között elnöke volt Keresztény Vállalkozók Nemzetközi Egyesülésének (az UNIAPAC-nak); alapító tagja a Katolikus Vállalkozók Szövetségének, a Bund Katholischer Unternehmer-nek (BKU).