

Zsolnai László

BKAE Gazdaságetikai Központ

email: laszlo_zsolnai@interware.hu

A gazdasági etika paradoxona

A gazdasági etikát gyakran tekintik elméleti és gyakorlati szakemberek úgy, mint olyan eszközt, amivel a vállalatok tevékenységét javíthatjuk, ami egyfajta “hozzáadott értéket” biztosít a vállalatok számára. A Community of European Management Schools (CEMS) etika professzorainak legújabb könyvében a gazdasági etikai teljesen más megközelítésével találkozhatunk. Szerintük az etika önértékkel bír az üzleti életben, s csak akkor váltható át valós gazdasági eredményekre (profit, piaci érték), ha azt a szereplők őszintén, meggyőződéséből képviselik. (A cikkben a kötet szerkesztője – a CEMS Business Ethics Interfaculty Group vezetője és a BKAE Gazdaságetikai Központjának igazgatója – foglalja össze a 10 ország 15 etika professzorának nézeteit, amelyek a gazdasági etika megvalósításának új megközelítését adják.)

1. Hazudjunk etikát?

Az etika a gazdasági cselekvés minden szintjén releváns, az egyéni és vállalati cselekvéstől a társadalmi és globális szintekig. Nem igaz azonban, hogy az etikusnak látszó cselekvés automatikusan vezet jobb teljesítményhez és eredményhez. Ha a vállalatok a becsületességet csak megjártsszák és az etikát pusztán a profitszerzés eszközeként használják, akkor erőfeszítéseik nem hoznak sikert.

A 2002-ben, Oxfordban megjelent, általam szerkesztett “*Ethics in the Economy: Handbook of Business Ethics*” című tanulmánykötet szerzői (Zsolnai, L. (ed.) 2002) a gazdasági cselekvéseket ko-determinálnak tartják, vagyis olyannak, amit a gazdasági szereplők és környezetük együttesen határoz meg. A szereplők és környezetük együtt fejlődik, ezért ha a gazdasági cselekvések etikusságát növelni akarjuk, akkor mind a gazdasági szereplők karakterére, mind pedig a cselekvésük kontextusát meghatározó szabályokra és normákra figyelemmel kell lennünk.

A nem-hiteles etikai programok – amiket az érintettek egyszerűen manipulációnak tekint – nem hogy nem hozza meg a remélt eredményeket, de sokszor az ellenkező hatást váltja ki. A haszonleső módon használt etikánál még a semmilyen etika is jobb lehet.

Az üzleti etika paradox természetét több filozófus és közgazdász is felismerte már. A Leuven-i Egyetem filozófia professzora, *Luk Bouckaert* például a következőképp fogalmaz: “Az opportunistá viselkedés megfékezésére új szabályozásokat vezetünk be, ezáltal azonban csak a tüneteket gyógyítjuk csak, és egy mélyebb szinten megerősítjük az opportunistá viselkedést. Amikor pénzügyi eszközökkel jutalmazzuk azokat, akik az etikai szabályokat tiszteletben tartják, akkor az etikai motivációt gazdasági késztetésekkel váltják fel. Meglehetősen kétértelmű dolog a bizalomra, a felelősségre, és a demokráciára hivatkozni pusztán gazdasági önérdék alapján vagy a rendszer funkcionalitására hivatkozva. Ez gyanakvást és bizalmatlanságot szülhet, ugyanis mindenki tudja, hogy a gazdasági számítások és a rendszer működési feltételei gyorsan megváltozhatnak és könnyen manipulálhatók. Ahogy a közmondásban is áll: ha a róka erkölcsről prédikál, akkor jó lesz vigyázni a ludainkra.” (Bouckaert, L 2002: p. 10)

A Zürich-i Egyetem közgazdász professzora *Bruno Frey* fedezte fel az úgynevezett “kiszorítási hatást” (crowding-out effect). Empirikus és kísérleti adatok meggyőzően mutatják, hogy a gazdasági szereplők külső motiváltsága (ideértve a pénzszerzés motívumát is) alááshatja a szereplők belső motiváltságát, ami pedig a termék vagy szolgáltatás minőségének a romlásához vezet. Jól ismert jelenség, hogy a tisztán pénzért vagy kényszerből végzett munka jóval alacsonyabb hatékonyságú és eredményességű, mint az önként, örömmel végzett, önjutalmazó jellegű munka. (Frey, B. 1997)

2. Etika a gazdaságban

A könyvünk “*Etika és közgazdaságtan*” című fejezetében *Peter Ulrich*, a St. Gallen-i Közgazdasági Egyetem Gazdaságetikai Intézetének vezetője amellet érvel, hogy a gazdasági etika legfontosabb feladata a “gazdasági ész” kritikája, vagyis az, hogy a gazdasági érvelésmódokat elemzően bírálja. A közgazdasági eszmék története a gazdasági racionalitásnak az etikai megfontolások alól való fokozatos emancipálódását mutatja. Ez tükrözi azt, a *Polányi Károly* által “nagy átalakulás”-nak nevezett

gazdaságtörténeti folyamatot, amely során a gazdaság kiágyazódott a társadalom környezeti és kulturális kontextusából. Ma mindenütt tapasztaljuk ennek a kiágyazódottságnak a tragikus következményeit. A gazdaságetika megkísérelheti betölteni azt az űrt, ami a klasszikus ökonómiának a modern közgazdaságtanra való tárgy-beszűkítő redukciója eredményezett.

Peter Ulrich szerint a gazdasági ész új, etikai megalapozására van szükség. Mindenekelőtt az “ökonomizmus” világszemléletét kell meghaladnunk, amely a gazdasági determinizmust és a gazdasági redukcionizmust foglalja magában. A gazdasági determinizmus szerint az etikai kívánalmak mindig meg kell hajolniuk a körülmények hatalma előtt, míg a gazdasági redukcionizmus szerint a piac megfelelő működése elégséges az etikai szempontok érvényre juttatásához a gazdaságban. A gazdasági ész etikai újragondolása azt követeli meg, hogy az életminőség és az igazságos társadalom adja azt a referencia-keretet, amelyben a gazdasági racionalitás értelmeződik.

Az általam írt *“Morális gazdasági ember”* című fejezet a közgazdaságtan emberképének a hiányosságait elemzi. A közgazdászok által favorizált ‘Homo Oeconomicus’ modell azzal a feltételezéssel él, hogy a gazdaság szereplői racionális, önérdek-maximalizáló lények. Azonban számos olyan adat és megfigyelés gyűlt már össze a viselkedéstudományokban, amely egyértelműen azt mutatja, hogy az emberek nem csupán a saját maguk anyagi előnyeivel törődnek, de figyelmet fordítanak mások érdekire is. Kísérletileg is jól kimutatható, hogy az emberek hajlandóak áldozatot vállalni azok kedvéért, akik kedvesek velük szemben és megbüntetik azokat, akik ártó módon járnak el velük szemben. Képesek figyelembe venni számukra idegen emberek jól-létét is, ha az komolyan veszélyeztetve van. Az emberek törődnek a másokban róluk kialakult képpel és fontos számukra az önmagukról kialakított kép, azaz énképük megőrzése is. (Sunsteins, C. R. 2000)

Két nagy változó magyarázza meg a gazdasági cselekvések etikai szintjét, nevezetesen a gazdasági szereplők morális karaktere és az etikus cselekvés relatív költsége. Az első változó azt fejezi ki, hogy az adott szereplő mennyire képes ellenállni a kísértéseknek, míg a második változó azt fejezi ki, hogy az adott helyzetben mekkora az etikus cselekvés költsége a nem etikus cselekvéshez képes (beleértve a használdozatot és a tranzakciós költségeket is). A gazdasági szereplők végül is morális lények, de a

karakterük és a szituáció jellege együttesen dönti el, hogy milyen lesz a cselekvésük etikussága. (1. ábra)

1. ábra A gazdasági cselekvés etikusságának meghatározói

minél erősebb a szereplő
morális karaktere \Rightarrow

annál etikusabb
cselekvés várható

minél kisebb az etikus
cselekvés relatív költsége \Rightarrow

minél gyengébb a szereplő
morális karaktere \Rightarrow

annál etikátlanabb
cselekvés várható

minél nagyobb az etikus
cselekvés relatív költsége \Rightarrow

Az *“Üzlet és társadalom”* című fejezetben *Hans De Geer*, a Stockholm School of Economics etika professzora azt mutatja be, hogy az üzleti szféra és a társadalom közötti kapcsolat mindenkor a hatalom, a szabályozás és a felelősség elosztásáról szól. Ez a kapcsolat nagyban függ a vállalatok nagyságrendjétől. Kisvállalatok esetében például ez a kapcsolat megőrzi a személyes jellegét. Amikor azonban óriási vállalatbirodalmak kezdik uralni az üzleti szférát, akkor a társadalommal való kapcsolat jelentősen megváltozik. A 20. század végén, a 21. század elején hatalmas változások tanúi vagyunk. A globalizálódó gazdaság és az új technológiák előretörése az állami-politikai szféra gyengülését és a multinacionális vállalatok térnyerését hozták. A mai nagyvállalatok globális szereplőkké váltak, hatásuk és ezért felelősségük is globálissá vált.

A jog nem képes megfelelően kifejezni és szabályozni az üzlet és társadalom mai kapcsolatát- állítja *Hans De Geer*. Valójában a társadalommal való kapcsolat jellege tagadhatatlanul etikai jellegű, amiben a kötelesség, a szabad elhatározás és az önérdék elemei keverednek egymással. A *“vállalat társadalmi felelőssége”* új értelmezést kíván. A *“társadalom”* kiterjedése mást jelent, mint korábban, hisz az állam és a nemzeti struktúrák jelentősen meggyengültek és inadekváttá váltak.

3. A vállalati etika problémái

“A vállalat etikai elmélete” című fejezetében *Aloy Soppé*, a Rotterdami Erasmus Egyetem tanára a vállalatok részvény-tulajdonosi paradigmáját vette górcső alá etikai szempontból. Ez a felfogás azt állítja, hogy mivel a részvényesek viselik a végső kockázatot a vállalat működéséért, ezért a profit csakis őket illeti meg. A vállalat nem más, mint a részvényesek befektetési projektje, amely - inputok outputokká alakítása révén – cash flow-t termel. Az üzleti etika álláspontja szerint azonban a vállalat jóval több ennél. A vállalat egy társadalmi és ökológiai környezetben működő komplex entitás, ezért a verseny- és a profit-motívumok mellé a vállalat célrendszerébe olyan célokat is be kell venni, mint a például a természeti környezettel való törődés, az alkalmazottak egészségére való figyelés vagy a fogyasztó jól-létének előmozdítása. Ez a megközelítés az un. *erényetikai* tradícióval kapcsolódik össze, amely a vállalatvezetőktől - üzleti és társadalmi szerepüket betöltendő - magas szintű etikai és professzionális teljesítményt vár el.

Eleanor O'Higgins, a University College Dublin stratégia professzora “*A stakeholder vállalat*” című fejezetben a vállalatoknak az érintettekkel kapcsolatos magatartását egy kétdimenziós sémában ragadja meg. Az egyik dimenzió a stakeholderek-hez való instrumentális viszonyulás, míg a másik dimenzió a stakeholder-ekkel kapcsolatos normatív-etikai megfontolás. Így egy négyelemű mátrixban rendezhetők el a vállalatok. A *semleges* vállalat esetében a stakeholderek egyszerűen nem léteznek, a vállalat teszi a dolgát, és nem fordít különösebb figyelmet az érintettekre. A *pragmatikus* vállalat felismeri a stakeholderek jelentőségét, de csak annyiban veszi őket tekintetbe, amennyiben azt a tulajdonosok érdekei megkívánják. Az *elkötelezett* vállalat esetében a vállalat menedzserei és tulajdonosai megkísérlik ötvözni az érintettek érdekeit a vállalat érdekeivel és egyfajta kiterjesztett érték-termelésben gondolkodnak. Végezetül, az *idealisztikus* vállalat úgy tekinti önmagát, mint amelynek elsődleges feladata az összes stakeholder szolgálata akár a tulajdonosok számára való profit-csökkenés árán is.

“*A vállalati működés etikai dilemmái*” című fejezetükben *Muel Kaptein* és *Johan Wempe*, a Rotterdami Erasmus Egyetem etika kutatói Ronald Coase vállalatelméleti téziseit használják, hogy elemezzék azokat az etikai dilemmákat, amelyekkel a vállalatok nap, mint nap szembesülnek. Kaptein és Wempe azt állítják, hogy elkerülhetetlen, hogy bizonyos értelemben “bepiszkítsuk a kezünket” az üzletvezetés folyamatában, ugyanis egyes stakeholder csoportok érdekei és elvárásai szükségképpen konfliktusba kerülnek a vállalat túlélésének és növekedésének érdekeivel. A vállalat delegálja a különböző feladatokat, és így megnő az esélye annak, hogy az egyes vezetők felelőtlenül viselkedjenek. Így jó esély van arra, hogy a “sok kéz között elveszzen a gyerek”, azaz a felelősség. Az egyéni érdekek mindig erősebbek a vállalati érdeknél, ezért erős szabályozásra van szükség, amit az etikai intézmények jelentősen segíthetnek.

“*A vállalati normasértések*” című fejezetben, amit a Stanford Egyetem világhírű pszichológus professzorával *Albert Bandura*-val és a Rómában dolgozó szintén pszichológus *Gian-Vittorio Caprara*-val közösen írtam, az etikai normák és szabályok megsértésének manapság olyannyira elterjedt vállalati gyakorlatát elemeztük. A vállalatok gyakran olyan akciókba bonyolódnak, amelyek nyíltan áthágják a jogszabályokat és az etikai normákat. Hogyan képesek ezt megtenni?

Bandura professzor un. szocio-kognitív cselekvésemélete egy olyan elméleti keretet ad, amelyben jól értelmezhető, hogy egyébként jóra való menedzserek miként tudnak társadalmilag elfogadhatatlan vállalati akciókat végrehajtani. Van ugyanis több olyan „*morális eltávolító*” (moral disengagement) mechanizmus, amelynek segítségével a legnagyobb vállalati gaztettek is véghezvihetők. Ezek közé a mechanizmusok közé tartoznak a morális igazolás, az eufemisztikus címkézés, a kedvező összehasonlítás, a felelősség áthárítása és szétterítése, a következmények figyelmen kívül hagyása vagy eltorzítása, valamint az áldozatok dehumanizálása és kárhóztatása. Az *1. táblázat* híres gazdaságetikai botrányok esetében mutatja meg a morális eltávolító mechanizmusok működését.

Bandura és Caprara professzorokkal együtt azt hangsúlyozom, hogy a gazdaságetika képes lehet hatékony stratégiák kimunkálására a vállalatok és más szervezetek morális eltávolító praktikáival szemben. Az egyik lehetőség a vállalatok működésének monitorozás és az eredmények nyilvánossá tétele (corporate crime watch). A másik lehetőség a vállalatok és az érintettek közötti párbeszéd átláthatóságának és nyíltságának a növelése. A vállalati elszámoltathatóság (corporate accountability) gátolja a morális eltávolító mechanizmusok alkalmazását. A világos, éles és konkrét beszéd, azaz a dolgok nevének nevezése szintén sokat segíthet a vállalati praktikák leleplezésében. Az érintettek konkrét bemutatása és problémáik artikulálása nélkülözhetetlen.

Joseph Lozano, az ESADE Barcelona etika professzora a „*Szervezeti etika*” című fejezetben a szervezeti etikát mint értékek rendszerét határozza meg. A szervezeti etika lehetőséget ad a vállalatoknak a szervezeti tanulásra és az innovációra. Felfoghatjuk úgy is, mint egy tudatossági folyamatot, amely révén a vállalat reflektál önmagára és megújíthatja identitását. Lozano amellet érvel, hogy a vállalati társadalmi szerepvállalás (organizational citizenship) a szervezeti etika fejlett, új formájának a kifejeződése. Ez a szervezet kereteinek a kitágítását jelenti. A vállalat nem pénzcsináló gazdasági gépezetként, hanem társadalmi aktorként jelenik meg, amely hozzájárulhat a társadalom fejlődéséhez és megújításához.

1. Táblázat *Morális eltávolító mechanizmusok híres gazdaságetikai botrányok esetében*

	a Union Carbide Bhopal-i balesete	a Ford 'Pinto' autójának sorozatos robbanásai	a Nestle "Infant Formula" termékének a botrányai a fejlődő országokban	Three Mile Island-i atomerőmű balesete
morális igazolás		+	+	
eufémisztikus címkézés				+
kedvező összehasonlítás	+			
a felelősség áthárítása és szétterítése		+		
a felelősség szétterítése				+
a következmények figyelmen kívül hagyása vagy eltorzítása		+	+	+
az áldozatok dehumanizálása	+			
az áldozatok kárhoztatása	+			

4. A piac beágyazottsága

A *“Piac etikája”* című fejezetben, *Martin Büscher*, a St. Gallen-i Közgazdasági Egyetem magántanára azt hangsúlyozza, hogy a piac etikai szempontú megítéléséhez nélkülözhetetlen annak a társadalmi, ökológiai, politikai és kulturális kontextusnak a figyelembe vétele, amelyben a piac működik. A piac működése a gazdasági racionalitás ideológiáján alapszik, amely ma már kvázi-vallási jelleggel tolul előtérbe. Büscher rámutat arra, hogy egy differenciáltabb, a piac kontextusára is figyelő etikai elemzés igazságosabb és fenntarthatóbb gazdaságpolitikát eredményezne és segítene betölteni azt az etikai vákuumot, ami a piaci társadalmakban keletkezett.

Boda Zsolt, a BKAÉ tanára a *“Nemzetközi etika és globalizáció”* című fejezetben kifejti, hogy nemzetközi kormányzásra van szükség ahhoz, hogy túlhaladjunk a nemzetközi rendszer mai anarchikus állapotán. Boda amellet érvel, hogy a globalizáció a jelenlegi formájában fenntarthatatlan. A globalizáció szükségszerű velejárója a politikai, kulturális és vallási fragmentáció. A globális gazdaság működése sérti a fenntartható fejlődés elvét, mert a biológia sokféleség csökkenéséhez vezet, túlhasználja a természeti erőforrásokat, és lehetetlenné teszi az elővigyázatossági elv érvényesítését. A gazdaság bizonyos fokú lokalizására, helyivé tételére van szükség. Korunk egyik nagy kihívása éppen az, hogy miként valósítható meg a globális kormányzás lokalizáltabb, azaz kevésbé globalizált gazdaság mellett.

A *“Fenntarthatóság és management”* című fejezetben, *Antonio Tencati*, a milánói Bocconi Egyetem kutatója azt hangsúlyozza, hogy a fenntartható fejlődés a gazdasági, társadalmi és környezeti dimenziók egymást erősítő összekapcsolását kívánja meg. Az etikus vállalat egyik fontos célja a fenntarthatóság. Ez úgy operacionalizálható, hogy a vállalati működésnek hosszú távon folytathatónak kell lennie úgy, hogy közben a természeti, társadalmi és emberi tőkét nem csökkenti. Ehhez egy integrált információs rendszert kell működtetni, amely figyelemmel kíséri, és folyamatosan értékeli a vállalat környezeti, gazdasági és társadalmi teljesítményét. A világszerte terjedő *“Global Reporting Initiative”* ad erre jó példát.

Mette Morsing és *Peter Pruzan*, a Copenhagen Business School professzorai *“Az érték-alapú management”* című fejezetben összegzik az értékvezérelt vállalatvezetés

gyakorlatát. Az “érték-alapú vállalat” koncepció kikezdi a vállalat és a vállalatvezetés hagyományos felfogását. Itt ugyanis a különböző stakeholderek eltérő értékeinek és céljainak komolyan vételéről és szigorú tiszteletben tartásáról van szó! A vállalat azért van, hogy a stakeholdereket, még hozzá az összes stakeholdert szolgálja, nem pedig azért, hogy egyetlen érdekcsoport, a tulajdonosok érdekeit érvényesítse tűzön-vízen át. Az egydimenziós tőkeérték-maximalizálást fel kell váltania a többdimenziós érték-termelésnek.

A “Kapitalizmus jövője” című zárófejezetben amellet érvelek, hogy a kapitalizmus morális alapjai felülvizsgálatra szorulnak. A modern kapitalizmus kiágyazódott a társadalom kulturális és társadalmi normáiból, sőt legyűrte azokat. Soros György találó kifejezését használva azt mondhatjuk, hogy a “piaci fundamentalizmus” vált uralkodóvá. Ez a felfogás azt hirdeti, hogy az összes érték - legyen az ökológiai, társadalmi, esztétikai, etikai vagy éppen vallási - piaci értéké redükálható, és az erőforrások racionális allokációját egyedül a szabad piac biztosíthatja. A piacba vetett fundamentalista hit tarthatatlan. Egy alternatív vízióra van szükség a gazdasági és ezen belül az üzleti tevékenységek újragondolásához. Az üzleti tevékenységek akkor nyerhetik vissza társadalmi legitimitásukat, ha képesek hozzájárulni a természeti környezet ökológiai megőrzéséhez és helyreállításához, és az emberek képességeinek és lehetőségeinek a kiterjesztését szolgálják.

Az etika opportunistá, haszonelvű alkalmazásától nem sok jót várhatunk. Csak akkor van reális esély a gazdasági cselekvések etikusságát komolyan javítani, ha a szereplők etikai elkötelezettsége őszinte és komoly. Az etika sokban hasonlít a szerelemhez. Csak azok részesülnek a szerelmi kapcsolat igazi örömeiben, akik képesek partnerüket önmagában és önmagáért szeretni.

Hivatkozások

Bouckaert, Luk: “*Humanity in Business*” paper presented at the *European Ethics Summit* in Brussels, August 29-30, 2002.

Frey, Bruno: *Not Just for the Money*. 1997. Edward Elgar. Cheltenham, UK – Northampton, MA. USA

Sunstein, Cass R. (ed.): *Behavioral Law and Economics*. Cambridge University Press. 2000. pp. 1-10.

Zsolnai, Laszlo (ed.): *Ethics in the Economy - Handbook of Business Ethics*. Oxford, Bern & Berlin: 2002. Peter Lang Publishers.