

POLÁNYI CENTRE PUBLICATIONS

Berács József

**POLÁNYI KÁROLY KERESKEDELEM ÉS PIACFELFOGÁSÁNAK
ÚJABB KORI MEGÍTÉLÉSE KÖZGAZDASÁGI ÉS
ÜZLETI/MENEDZSMENT SZEMPONTBÓL**

Kutatási tanulmány

2019. november

I.2020/WP02.

**iASK WORKING PAPERS
2020**

A szerző rövid életrajza

Berács József egyetemi tanár, az MTA doktora, iASK ösztöndíjas kutató. Egyetemi tanári pozíciót töltött be a Budapesti Corvinus Egyetemen (BCU), ahol alapító igazgatója volt 17 évig az International Studies Centernek és 13 évig vezette a Marketing tanszéket. Vezetőképzési tanulmányokat folytatott a Stanford Egyetem és a Northwestern Egyetem üzleti iskoláiban. Tudományos kutatóként és oktatóként a világ számos egyetemén (University of Texas, Otago University, Carleton University, Babes-Bolyai Egyetem) megfordult. Az MTA Gazdaságtudományi Minősítő Bizottság titkára és több hazai és külföldi lap szerkesztőbizottságának tagja. Az Európai Marketing Akadémia (EMAC) volt elnöke (2006-2008), 2009-től EMAC-fellow. Fő kutatási területe a piacorientáció és a marketing megjelenése és érvényesülése a poszt szocialista országokban. Számos közös publikációja jelent meg vezető kutatókkal.

Absztrakt

Polányi Károly az újságíró, gazdaságtörténész, gazdaságantropológus, 1944-ben írta meg fő művét „*A nagy átalakulást*”. amely jelenlegi korunk sok problémájára is választ kínál. Alapos elemzést végzett a 19. században létrejött liberális önszabályozó piac működéséről, amelyben *a föld, a munkaerő és a pénz is árucikké vált*, amelyek természetüknél fogva nem erre rendeltettek. Polányi gazdaságantropológiai kutatásai alapján mutatom be a *koordinációs mechanizmusok* – a *redisztribúció, a reciprocitás és a piaci csere* – fő jellemzőit. A kereskedelem négy területét – *a személyzet, a javak, a szállítás és a kétoldalú jelleg* – Polányi a mai közgazdasági és üzleti tudomány szempontjából is releváns módon, a primitív és archaikus társadalmak elemzésével tárta fel.

A *marketing* fejlődése, amely magába foglalja a *kereskedelmet* is, történelmileg egybeesett a *liberális piacgazdaság*, kialakulásával. Polányi nézeteinek összehasonlítása a marketingelméleti *iskolákkal* (funkcionális és árupiaci=commodity) igazolta, hogy helytelen a semleges marketinget a *liberális kapitalizmus szolgálólányaként interpretálni*. Polányi

vezérelve a *társadalom és az emberek érdekeinek a középpontba állítása*. Kornai rendszerparadigma elmélete, a kapitalizmus és szocializmus bemutatása lehetőséget adott Polányi koordinációs mechanizmusaival való összehasonlítására. A kapitalista Kína a gazdasági sikereket, Xu Chenggang szerint a *regionálisan decentralizált autoriter (RDA)* rendszernek köszönheti, amely mélyen beágyazott a kínai történelembe és intézményekbe.

A *felsőoktatásra és a kultúrára* vonatkozó két esettanulmány fő kérdése, hogy a vizsgált javak miként válnak *áruvá*, önszabályozó piaci mechanizmus és verseny által irányított tevékenységgé, a *redisztribúció és a piaci csere* váltakozásával a kétoldalú mozgás játékvá. Végül Polányi Mihály episztemológiai kutatásai és a történelem tanulmányozása kapcsán fogalmazza meg azt hipotézist, hogy *minden tudás a kutató megértésén* alapszik és nem a vizsgálat tárgyán, ezért az alkalmazott módszerek a természet- és társadalomtudományban hasonlóak.

Tartalmi összefoglaló

Polányi Károly az újságíró, gazdaságtörténész, gazdaságantropológus, a politikai közgazdaságtan képviselője 1944-ben írta meg fő művét „*A nagy átalakulást*”. Ebben alapos elemzést végzett a 19. században létrejött liberális önszabályozó piac működéséről, amely egy százéves békés időszak alatt páratlan gazdasági teljesítményt eredményezett, de hozzájárult a 20. század első felében bekövetkezett két világháborúhoz, a korábbi civilizáció felszámolásához. Eredendő problémának, fő bűnnek azt tartotta, hogy a gazdaság, amely a társadalom része (beágyazott) volt 10 ezer éven keresztül, kivált belőle, önálló életet élt, sőt felébe kerekedett. *A föld, a munkaerő és a pénz is árucikké vált*, amelyek természetüknél fogva nem erre rendeltettek. Korunk globális kapitalizmusának kritikusai előszeretettel fordulnak Polányi ezen munkájához, amit 15 nyelvre lefordítottak. Polányi kutatóközpontok alakultak a világ több pontján, reneszánszát éli, miközben hívei is kritikus elemzéseket készítenek.

Tanulmányom célja, hogy Polányi munkásságának utolsó 20 évét középpontba állítva mutassam be a *koordinációs mechanizmusok*, a *kereskedelem* és a mindenkor működő *piac* jellegzetességeit. Először Polányi Károly munkásságát a *magyar nyelven megjelent könyvei* időrendi sorrendjében tárgyalom, ami érdekes módon a halála után megjelent könyveivel kezdődik és már csak a rendszerváltás után, 1997-ben adták ki a jelzett legfontosabb művét. A közgazdászok között kisebb visszhangra talált „A Dahomey és a rabszolgakereskedelem (1972)”, „Az archaikus társadalom és a gazdasági szemlélet (1976)”, valamint „Kereskedelem, piacok és pénz az ókori Görögországban (1984)” könyve, amelyek megalapozták Polányi gazdaságantropológiai hírnevét. Számomra ezek a munkák jelentették a kutatás fő tárgyát, az empirikus forrást a *redistribúció*, a *reciprocitás* és a *piaci csere* mint koordinációs mechanizmusok, valamint a kereskedelem négy vonatkozása, a *személyzet*, a *javak*, a *szállítás* és a *kétoldalú jelleg* területeit illetően. Leegyszerűsítve úgy látom, hogy Polányi szubsztantív, koncepcionális, lényegre tapintó, de azt empirikusan nem mindig kellően bizonyító sikerkönyve után, nekilátott az aprólékos kutatómunkának a Columbia Egyetemen, kutatótársak segítségével. Erről szól a tanulmány első két fejezete, életrajzi adatokkal is kiegészítve.

A harmadik fejezetben Polányi korábban tárgyalt kereskedelmi elméletét, amely empirikus alapokra támaszkodik, kapcsolatba hozom a marketinggel. A marketing, mint üzleti funkció, formálisan a 20. század elején jelent meg az Egyesült Államokban, majd fokozatosan terjedt el Európában és más földrészekén. Történelmileg egybeesett a *liberális piacgazdaság*, a kapitalizmus fejlett korszakával, ezáltal az a látszat alakult ki, hogy a kettő egy és ugyanaz. Ez azonban csak részben igaz, mert tartalmi szempontból a marketing magába olvasztotta a *kereskedelmet*, amely több évezredes múltra tekint vissza, valamint a korai (primitív) társadalmakban működő „*helyi piac*” egyes működési jellemzőit is.

Polányi nézeteit összevetem a 20. században kialakult *marketingelméleti iskolákkal* és meglepően sok azonosságot fedezhetünk fel. A *funkcionális iskola* magában foglalja a Polányi által is vizsgált kereskedelmi funkciókat, mint a szállítást, tárolást, kockázatvállalást, finanszírozást. Részletesebben elemzem az ún. *árupiaci* (commodity) iskolát, amely a termékek, szolgáltatások (búza, felsőoktatás stb.) különbségeire helyezi a hangsúlyt. Foglalkozom a föld, a munkaerő és a pénz áruvá válásával és annak marketing következményeivel. Kimutatom, hogy a *társadalmi*

felelősségvállalás, definíció szerint, mindig is jellemezte a marketinget. Következtetésképpen megállapítható, hogy a marketing közkeletű ismerete (nevezetesen a *liberális kapitalizmus szolgálólányaként való interpretálása*) nem azonos a tudományos értelmezésével, és különösen nem a marketing gyakorlatával. Történeti szempontból nézve *semleges tartalmú*, és közel áll Polányi társadalmi rendszereken átívelő kereskedelem és piacelméletéhez.

A negyedik fejezetben Magyarország posztszocialista múltjából adódóan a *gazdasági rendszerek* jellemzőivel foglalkozom. Polányi Károly köztudottan szocialista beállítottságú, vitája a főáramú közgazdaságtannal viszont elvi alapú, miként a marxi közgazdaságtan elutasítása is az, mert Polányi vezérelve a *társadalom és az emberek érdekeinek a középpontba állítása*. Ebbe nem fér bele sem a mindenáron való profithajszá, sem a szabadságjogok antidemokratikus lábbal tiprása. Kornai rendszerparadigma néven újraértelmezett elméletének, a *nagy rendszereknek*, mint a kapitalizmus és szocializmus, valamint a *politikai kormányzati formáknak*, – mint a diktatúra, autokrácia és demokrácia – a bemutatása lehetőséget adott Polányi koordinációs mechanizmusaival való összehasonlítására is. A vizsgált elsődleges és másodlagos jellemzők alapján történő országbesorolás azt eredményezte, hogy a diktatórikus politikai kormányzati rendszerű Kína kapitalista államnak minősült. Egy kínai közgazdász, Xu Chenggang a gazdasági sikereket, Polányi intézményi megközelítéséhez közel állóan – viszont róla semmit sem tudva – a *regionálisan decentralizált autoriter (RDA)* rendszernek tulajdonította, amely mélyen beágyazott a kínai történelembe, a sok ezer éves császári korszakba. A *személyeknek* nagyobb szerepük van, mint a szabályoknak, ugyanakkor a centralizáció sokkal kisebb területre terjed, mint azt általában gondoljuk.

Az ötödik fejezet Polányi Károly kereskedelmi és koordinációs elméletének két különleges szolgáltatási területre, a *felsőoktatásra és a kultúrára* vonatkozó alkalmazásáról szól esettanulmány jelleggel. A fő kérdés, hogy a vizsgált javak miként válnak *áruvá* (commodity), önszabályozó piaci mechanizmus által irányított tevékenységgé. A Budapesti Corvinus Egyetem alapítványi formában történő működtetésének bemutatása után foglalkozom a tulajdonkérdéssel is, összekapcsolva a *redisztribúciót a piaci csere* mechanizmussal. Az ifjú zenészek nemzetközi karrierjét elősegítendő, az EU pályázatot hirdetett olyan marketing és üzleti tudás képzésére, amely felvértézi a fiatalokat a piaci versenyre. Mindkét esetben az a feltételezés, hogy az állam visszavonul a közvetlen irányításból.

Az ötödik fejezet lehetőséget ad a tudás megszerzésének folyamatát Polányi Mihály episztemológiai kutatásaira támaszkodva megismerni. A gép, az ember és a történelem megismerésének tanulmányozása kapcsán Polányi Mihály kritizálja a tudományos diszciplínák módszertani okokra vezethető elkülönülését. Alap hipotézise, hogy *minden tudás a kutató megértésén* alapszik és nem a vizsgálat tárgyán. Ebből adódóan a fizika és a történelem, a természettudomány és a társadalomtudomány sokkal közelebb áll egymáshoz mint azt kutatói gondolják. Párhuzamot von az *általános gravitációs elmélet és Napóleon történeti jelentőségét* leírni szándékozó kutatói felismerés között.

Az utolsó részben egy rövid összegzés után négy pontban vázolom fel a Polányi Károlyhoz kapcsolódó jövőbeni kutatási elképzeléseimet.

Tartalomjegyzék

A szerző rövid életrajza	3
Absztrakt	5
Tartalmi összefoglaló	7
Előszó: Polányi piacelmélete – egy szubsztantív megközelítés madártávlatból	11
1. Bevezetés: Polányi Károlyról szelektíven	15
1.1. A tanulmány szerkezetéről	15
1.2. Polányi Károlyról jelentős munkáinak publikálása kapcsán	16
2. Polányi Károly kereskedelem elmélete és a piaci kereskedelem	21
2.1. A kereskedelem megjelenése „A nagy átalakulás” című munkába	21
2.2. A kereskedelem általános elmélete az antropológiai tanulmányok alapján	23
3. Polányi kereskedelem elmélete és a marketingelméleti iskolák fejlődése a 20. században	27
3.1. A marketing célja és meghatározása	27
3.2. A marketingelméleti iskolák és Polányi kereskedelem elméletének kapcsolódási pontjai	28
4. Gazdasági rendszerek (kapitalizmus/szocializmus) harca piaci szemüvegen át	33
4.1. Kornai rendszerparadigma koncepciója	34
4.2. Kína gazdasági, piaci fejlődése Polányi szempontjából nézve	36
5. Társadalmi szempontból kiemelt szolgáltatási területek és a piaci tudás alkalmazása	39
5.1. A tudás és a tudományos megközelítés, Polányi Mihály	39
5.2. A felsőoktatás piacosítása – a Budapesti Corvinus Egyetem példája	41
5.3. A kultúra piacosítása – egy EU-s pályázat kapcsán megfogalmazott gondolatok – „Music moves Europe”	44
Záró gondolatok – További kutatási irányok	47
Felhasznált irodalom	49
Függelék	53
1. Függelék: A kutatási program tervezete	
2. Függelék: Kivonatok, Kari Polanyi Levitt (2014): Preface, in: Karl Polányi – For a New West, Essays, 1919-1958, (2014) Edited by Giorgio Resta and Mariavittoria Catanzariti, The Polity Press, Cambridge UK,	
3. Függelék: Kivonatok a Polányi intézetek honlapjaiból	
4. Függelék: Részletek a “Music moves Europe” pályázati felhívásból	

Előszó: Polányi piacelmélete – egy szubsztantív megközelítés madártávlatból

Polányi Károlyt (1886-1964) sokféle címkével lehet ellátni (újságíró, közgazdász, gazdaságtörténész, gazdaságantropológus, szocialista, magyar, világpolgár stb.), 55 évvel halála után reneszánszát éli. Az *összetett identitásból* és a nagyon színes tudományos munkásságból, amely egyben a 20. század első felének kelet-középeurópai zsidó értelmiség sorsaként is jellemezhető, mindenki tetszése szerint szemezgethet. Ezen tanulmány szerzője korábban egy sajátos, kettős szemüvegen keresztül fordult a munkáihoz.

Egyrészt Polányinak a *kereskedelemről* szóló eredeti gondolatai váltották ki érdeklődését, mert a kereskedelem feladatköre mikroszinten, az üzleti tudományokban, fokozatosan beépült a marketing funkcióba. A 20. században iparaggá váló reklám, mint marketing eszköz már az ókorban is megjelent, még ha erről keveset is beszélünk. A kereskedelem, kiemelten a *nemzetközi kereskedelem* – amit az ókorban mások mellett a föníciaiak, görögök, egyiptomiak is műveltek – viszont már az általános iskolai tankönyvekben is megtalálható. A „kereskedelem” szó semleges tartalmú, politikai felhangoktól inkább mentes fogalom, míg a marketing, mint vállalati funkció a fejlett kapitalizmus szülötte és mint ilyen a kapitalizmus kritikáinak – különösen amelyek a multinacionális vállalatokat veszik célba (Korten:1996)¹ – is „kedvenc” témája. David Korten azon tudósok közé tartozik, aki a kapitalizmus negatív jelenségeit támadja, az emberek oldalán áll, rokon lélek Polányi Károllyal, miközben nem ismeri, könyvében nem hivatkozik rá.

Másrészt a marketing kutató és tankönyvíró szempontjából nézve a *piaci csere, mint koordinációs mechanizmus* elmélete nyerte meg a tetszését, amely a piacgazdaságban domináns tényezővé vált. A 20. században, elsősorban a nyugati társadalmakban kialakult marketing rendszer etimológiai szempontból akkor értelmezhető, ha a szótövet, a „market=piac” fogalmát tisztázzuk. A *marketing* elnevezés átvételével, nemzeti nyelvre való lefordításával sok országban bajlódtak (kezdetben magyarul is piacolásnak, piacszervezésnek, piackutatásnak fordították), míg végül a legtöbb nyelvben a homályos tartalmú idegen szó, az angol elnevezés nyert polgárjogot.

Polányi Károly lánya Kari Polanyi-Levitt visszaemlékezéseiből tudjuk, hogy halála előtt vetette papírra a következő sorokat: „A feudális nemzet szíve a *privilegium*, a polgári nemzet szíve a

1 Tanulságos David C. Korten (1939-) életútja, aki a Stanford Egyetem Graduate School of Business-ben szerzett MBA és PhD fokozatot, majd a Harvard Business School-ban dolgozott és ezután vált a modern kapitalizmus kritikusává. Hosszú időszakot töltött el Afrikában, Latin-Amerikában és Ázsiában, tanulmányozva a fejlődő országok társadalmi-gazdasági problémáit. Legnagyobb hatású munkája „When Corporations Rule the World” (1995) egy évvel később megjelent magyar fordításban is. A Wikipédiát idézve: „Korten criticises consumerism, market deregulation, free trade, privatization and what he sees as the global consolidation of corporate power. Above all he rejects any focus on money as the purpose of economic life. His prescriptions include excluding corporations from political participation, increased state and global control of international corporations and finance, rendering financial speculation unprofitable and creating local economies that rely on local resources, rather than international trade.” https://en.wikipedia.org/wiki/When_Corporations_Rule_the_World letöltve 2019. október 18-án.

tulajdon, a szocialista nemzet szíve az *ember*, ahol a közösségi lét a közösségi kultúra megélésében van jelen. Én magam sohasem éltem ilyen társadalomban.,”² (Karl Polanyi: 2014, X.)

Polányi Károlyhoz fordulásunk abból is származik, hogy magyarok vagyunk és ebből adódóan (emberi habitusunktól függően eltérő mértékben) nagyobb figyelemmel követjük a magyar származású tudósok teljesítményét. Polányi Károly élete végéig *megőrizte magyar identitását*, jóllehet a 20. század drámai változásai miatt a tudományos munkásságát lehetne osztrák, angol vagy amerikai „címkével” is ellátni. Igazi kozmopolita volt, akinek mély politikai meggyőződése volt, de aki tudományos tárgyilagossággal, elsősorban történelmi szemlélettel nyúlt a vizsgált témáihoz. Alapos világgazdasági ismerete mellett a 20. század elejének antropológiai és szociológiai megközelítései voltak rá nagy hatással, amelyek alkalmazása tette személyét a gazdaság-antropológia egyik meghatározó kutatójává.

A tudományos tárgyilagosságot bírálói szerint fenntartással is lehet kezelni, mert élete végéig *elkötelezett szocialista volt* és ebbéli meggyőződésében a korabeli kommunista/szocialista rendszerek népiértő, antidemokratikus valósága sem tudta megingatni. Halála előtt fél évvel, 40 év után, 1963-ban járt újra Magyarországon, amikor az 1956-os forradalmat követő terror már enyhült és a Magyar Tudományos Akadémián tartott előadást. Lelkes volt és emlékezetes üzenetet intézett Magyarország értelmiségéhez, mondván: „az emberiséget mind jobban fenyegető válság éveiben tértem vissza újra a szocializmushoz, amely most már nemcsak a munkásosztály, hanem az egész emberiség ügye és létkérdése. Nem kis része volt ebben a magyar hazának. A szemszög most már véglegesen hazámé, amelynek mindent köszönhet az, akinek ifjúságát a magyar sors formálta.” (Polányi: 1963, idézi Bognár: 1972, 9. oldal)

Polányi legnagyobb hatású könyve „A nagy átalakulás” politikai gazdaságtani indíttatású, amit az alcím (Korunk gazdasági és politikai gyökerei) is jelez. Egyértelmű politikai állásfoglalást fogalmaz meg, miszerint a *19. századi liberális kapitalizmus (a laissez faire) ideológiája egy utópia*. Olyan utópia, amely a „piacgazdaságot” kiemeli a „társadalom” szövetéből, azt helyezi előtérbe, mérhetetlen szenvedéseket okozva az emberiségnek, miközben az eddig ismert történelem legnagyobb fejlődését, gazdasági növekedését és termelékenységét hozta. A piacgazdaság hívei a *fejlődés* fogalmát ily módon leszűkítik, azt a *gazdasági haladással* (növekedéssel) teszik egyenlővé.

A liberális, neoklasszikus piacgazdaság különböző oldalról vett kritikája ellenére *Polányi nem ad szabatos megfogalmazást a piacról*. A piacgazdasági rendszert, születésétől fogva, (sui generis) támadja, negatív hatásait hangsúlyozza és a tőle függetlenül létező intézményrendszer, a „társadalom” túlélési képességének tudja be, hogy a szegények problémája iránti emberi érzékenységből adódóan humanizálni képes a rossz rendszert. A könyv mondanivalójának alátámasztására használt, legnagyobb empirikus tartalmú érve Speenhamland (1795-1834) története. Alapos elemzés alapján megállapítja, hogy a közgazdaságtan főáramlata figyelmen

2 In a note penned a few days before his death, he wrote: „The heart of the feudal nation is privilege; the heart of the bourgeois nation is property; the heart of the socialist nation is the people, where collective existence is the enjoyment of a community of culture. I myself never lived in such a society.” (Karl Polanyi: 2014, Preface, by Kari Polanyi-Levitt, p. X.)

kívül hagyta, vagy tévesen értelmezte Speenhamland esetét és ezáltal az angol kapitalizmus, az eredeti tőkefelhalmozás, az ipari forradalom jelentőségét, történelmi helyét.³

Polányi világlátása, „A nagy átalakulásban” megjelenő szubsztantív elmélet (1944-ben 58 évesen írta fő művét) nem tekinthető egy éretlen kutató „fiatalkori botlásának”, viszont egy kiforrott empirikus kutatásnak sem. Polányi talán legnagyobb ismerője, Gareth Dale is egyetért azokkal a történészekkel, akik a szegénység megzabolázását felvállaló speenhamlandi eseményt epizódnak tekintik és annak környezeti beágyazottságáról szóló leírást helyenként történelmietlennek tartják. Amit Polányi a 19. század elejére datál az már a 18., sőt az azt megelőző évszázadokban is létezett Angliában (Dale:2010, 52-58 oldal)⁴. Ez persze nem jelenti, azt, hogy az „epizódból” levont, éleslátásról bizonyosságot tevő megállapításai ne lehetnének igazak. Az empirikus igazolás utáni vágyát mi sem bizonyítja jobban, hogy Polányi életéből fennmaradó 20 esztendő úgy is nézhetjük, mint egyfajta igazolásra, megalapozásra való törekvést.

A modern ember számára a piac, a kereskedelem és a pénz fogalmai egybeolvadtak a cserével, különösen a piaci cserével. Ahhoz, hogy ezeket a fogalmakat tisztán lássuk, vissza kell nyúlni a történelmi korszakokba és más régiókba is mint Anglia. Polányi maga is megjegyzi, hogy ugyan Speenhamland szemüvegén át elemzi a hazai (angol) kapitalizmus borzalmait, de ez a folyamat Európa más államaiban másképpen játszódott le, nem volt olyan kegyetlen, mert más volt az intézményi struktúra. Tesz is utalásokat néhány sajátosságra (pl. Közép-Európa vagy Németország esetében), de átfogó elemzést nem végez. Hollandia kapitalizmus fejlődése a 17. században, amit szokás „aranykornak” is nevezni, ahol a polgár válik a rendszer fő értékordozójává, valószínűleg más következtetésekhez vezetett volna.

A tudományos kritika tulajdonképpen a *megismerés deduktív és induktív filozófiájának* az eltéréséből is adódhat. A természettudományokban ismert sok olyan zseniális felfedezés, felismerés, sejtés, amelyek tudományos igazolását, vagy cáfolatát később végezték el. Egy pályája kezdetén álló doktori hallgató számára Polányi nagy műve, „A nagy átalakulás” úgyis tekinthető, mint a világ legnagyobb kérdésére (nevezetesen, hogy miként működik az emberi társadalom) adandó normatív válasz 1944-ben. Jóllehet számos empirikus elemmel átszőtt tanulmányról van szó, a pozitivista tudományfelfogás értelmében „csak” egy epizódyszerű, folklorisztikus ele-

3 Polányi szerint a Speenhamlandhez kapcsolódó szegénytörvény, „a megélhetéshez való jog” 1834-es eltörlését követően indulhatott meg a munkaerő, mint piaci áru szabad áramlása. „Az ipari forradalom legaktívabb korszakában, 1795 és 1834 között Angliában a munkaerőpiac megteremtését a speenhamlandi törvénnyel akadályozták meg. A munkaerőpiac valójában az új ipari rendszer utolsó megszervezendő piaca volt, és ezt az utolsó lépést csak akkor tették meg, amikor a piacgazdaság elkezdett működni. Végül a szabad munkaerőpiac – a megteremtésekor alkalmazott embertelen módszerek ellenére is – pénzügyileg minden érintett számára jótékonynak bizonyult.” (Polányi: 1997, 99. oldal)

4 Gareth Dale szerint Polányi elsősorban az angol történész, John Clapham írásaira támaszkodott, aki radikálisan alábecsülte az agrárgazdasági proletariátus növekedési ütemét és méretét a napóleoni háborút megelőző időszakban. Az agrár proletár tágabb meghatározása alapján egész más kép rajzolódik ki. „Egy más becslés alapján az angol parasztság bérmunkásként létező hányada, a 16. század harmadik negyedében elért 12 %-kal szemben 1688-ra már 56 %-ot ért el, amely tovább nőtt a következő évszázadban.” Ennél nagyobb koncepcionális problémának tekinti Dale, hogy Polányi alábecsüli azt a szerepet, amit a merkantilizmus töltött be az önszabályozó piac kialakulásában. (Dale:2010, 83-84 old.). Ehhez már én teszem hozzá, hogy Polányit ilyen előzmények készítették Adam Smith tagadásához, akinek az ember cserére és nyereségre törekvő hajlamát hangsúlyozó nézetei vezettek a „homo oeconomicus”, a gazdasági ember megfogalmazásához. „Adam Smith állítása a korai ember gazdasági pszichológiájáról épp olyan téves volt, mint Rousseau-é a vadember politikai pszichológiájáról.” (Polányi: 1997, 58. oldal)

mekkel átszótt „zseniális” értekezés. (Amin persze két éven át dolgozott Amerikában, a Rockefeller Alapítvány támogatásával, és több évtizedes újságírói, oktatói, tudományos kutatói munka tapasztalatait ötvözi.) Ezt a vélekedést támasztja alá az is, hogy Polányi nekilát esettanulmányokat „gyártani”, illetve a Columbia Egyetemen, az újonnan induló antropológiai kutatócsoport vezetőjeként ilyen tanulmányokat íratni és közben elméleti tanulmányokban pontosítani nézeteit. Három országtanulmány tervéből kettő készül el: az ókori Görögország (Polányi et al.:1957) és a középkori, afrikai Dahomey elemzése (Polányi:1972, 1966), de ez utóbbi is már csak halála után jelent meg könyvformában. Ezek már célzott gazdaságantropológiai tanulmányok, amelyek nagyszerű lehetőséget kínálnak a kereskedelem és a piac keletkezéstörténetének, lényegi sajátosságainak a megismeréséhez, az elméleti sémák tapasztalati teszteléséhez.

1. Bevezetés: Polányi Károlyról szelektíven

Polányi Károly nevével szakmai szempontból értékelhető módon, először 1983-ban találkoztam, amikor a szocialista reform szempontjából lényeges kérdésről, a piaci és a bürokratikus koordináció lehetséges együttéléséről olvastam (Kornai: 1983). Egy évvel később jelent meg magyarul Polányi Károly könyve, amely a kereskedelemről, pénzről és piacról szóló általános tanulmányai mellett, esettanulmányként tartalmazta az ókori Görögország ezen intézményeinek a leírását is (Polányi: 1984). Számomra nagyon meggyőző volt, ahogyan a gazdaságantropológia eszkörendszerével felvértezve mutatta be a kereskedelmet, és a piacot, de ez utóbbit élesen megkülönböztetve a modern kori piacoktól.⁵ Akkor még nem volt számomra világos, hogy ennek a distinkciónak Polányi életműve szempontjából is nagy jelentősége van. Ugyanis a leghatásosabb „A nagy átalakulás” című könyvében az önszabályozó piac (a modern piac 19. században dominánssá váló formája) kritikáját nyújtja, az emberiség több ezer éves történetét alapul véve. Miként az „önszabályozó piac” működését is markánsan célszerű elválasztani a „piac” fogalmától, ugyanúgy a „piaci kereskedelem” is egy sajátos fejlődési szakasza a kereskedelemnek.

1.1 A tanulmány szerkezetéről

A *kereskedelem*, mint intézményi rendszer leírása, négy területet foglal magába: személyzet, javak, szállítás, kétoldalú jelleg. (Polányi:1984) Természetesen minden ilyen csoportosítás önkényes és vitatható, de jelentőségét az adja, hogy jól szolgálja a megértést. A hazai üzleti képzésben meghatározó szerepet betöltő Bauer-Berács (1992, 1998, 2006, 2016): „Marketing” szakkönyvben Polányi és Kornai integrációs/koordinációs mechanizmusainak bemutatása mellett (ahol a piac szerepe a meghatározó), a kereskedelem jelenik meg a „marketing” diszciplína történeti előzményeként. Ugyanakkor a piaci és nem piaci csere, mint téma megjelenik a marketing szakirodalomban is, olyan címszavak alatt mint „társadalmi marketing”, vagy „makro-marketing”.

Jelen tanulmány a korábban jelzett kutatási irányokban folytatandó munkámnak egy fontos állomása. Azt a célt tűzi maga elé, hogy egyrészt a *kereskedelem és a piac általános elméleti jellemzőit* foglalja össze Polányi munkássága alapján. Másrészt vizsgálja meg, hogy a legújabb kori Polányi kutatások alapján milyen *értékelést, kritikát kapnak ezek a koncepciók*. Az alkalmazott módszertanon túl, melyek azok az elemek, amelyek a 21. században is megállják a helyüket és a szűkebb szociológiai, politikai gazdaságtani megközelítésen is túlmutatnak. A tanulmány második fejezete foglalkozik ezzel a témakörrel.

5 A témakör relevanciáját számomra két tényező is befolyásolta. Egyrészt az MTA finanszírozásában, a Marx Károly Közgazdaságtudományi Egyetemen (MKKE) Szabó Kálmán rektor vezetésével indult, majd Chikán Attila vezetésével folytatódott MTA „Szocialista Vállalat” kutatási főirány státusán dolgoztam 1974-1985 között, a Marketing Tanszéken, a „Kereskedelem fő vonásai” című alprogramban. Másrészt Kornai (1980): A hiány című korszakváltó könyvének hatására is kezdtem tanulmányozni a *marketing és a hiány kapcsolatát kapitalista és szocialista környezetben*. Ehhez kiváló lehetőséget nyújtott az Országos Ösztöndíj Tanács 3 hónapos kutatási ösztöndíja a kanadai Carleton Egyetemre, ahol Nick Papadopoulos professzor volt a fogadó partnerem 1984 őszén.

A tanulmány harmadik fejezete arra vállalkozik, hogy a *marketing elméleti iskolák 20. századi fejlődése* alapján összehasonlítást tegyen Polányi piacról és kereskedelemről, a 20. században már joggal nevezhető *piaci kereskedelemről* megfogalmazott nézeteivel. A kutatási kérdésünk az, hogy a marketing, mint gyakorlati tudomány milyen mértékben épít azokra a gondolatokra, amelyek Polányi munkáiban is megjelennek. Jóllehet kíváncsiak vagyunk rá, de nem az a kérdés, hogy a marketing tudósok felhasználták-e Polányi műveit vagy sem. Sokkal inkább arról szeretnénk információt gyűjteni, hogy mennyire kongruensek az elméletek. Mennyire aktuálisak, relevánsak Polányi kereskedelmi/piaci gondolatai. Az előszóban David Korten esetében megállapítottuk, hogy a tőkés vállalkozások világuralmáról szóló könyvében tárgyalt kapitalizmus kritika szellemi közösséget jelent Polányi önszabályozó piacról vallott nézeteivel, annak ellenére, hogy egyetlen hivatkozást sem találtunk nála Polányi Károlyra.

A tanulmány negyedik fejezete visszatér „A nagy átalakulás” problémaköréhez. Két elméleti megközelítést vizsgál a szocializmus elmúlt 50 éves fejlődéséből levonható következtetések alapján, amely korszakot Polányi már nem érthette meg. Az egyik megközelítés *Kornai János* nevéhez kötődik, aki a szocializmus elkötelezett kutatója és a *rendszerparadigmáról vallott nézetei* hozzájárulhatnak a kapitalizmus és szocializmus, a demokrácia és a gazdasági növekedés eltérő filozófiájának a megértéséhez is. A másik megközelítés a kínai gazdasági csoda magyarázatához kapcsolódik. Kína az elmúlt 3 évtizedben példátlan gazdasági növekedést produkált, miközben a nyugati, liberális politikai rendszerek hívei szerint a demokrácia alapvető normáit, az emberi jogokat nem tartja be, amelyek eddig a piacgazdaságok veleszületett sajátosságainak tűntek. *Xu Chenggang*, neves kínai közgazdász gondolatait ismertetjük, aki az *intézményi beágyazódás* elméletére is támaszkodva próbálja megfejtetni a kínai gazdaság hatalmas növekedésének titkát.

A tanulmány ötödik fejezetében Polányi kereskedelem elméletének *a termékek és szolgáltatások* eltérésére vonatkozó gondolatait két speciális, nem a hagyományos áruk (commodity) világába tartozó szolgáltatás csoportra, a *felsőoktatásra és a zenei kulturális vállalkozásra* próbáljuk meg alkalmazni. Mindkét esetben a piaci és a társadalmi felelősségvállalás, a kereslet és a kínálat összehangolása, a szükséglet/igény kielégítés módja a kérdéses. Olyan kérdésekre kívánunk válaszolni, hogy milyen koordinációs mechanizmust (piaci, bürokratikus/állami) célszerű alkalmazni? A marketing eszközök felhasználása, kezdve a piackutatástól, vállalati, vagy közösségi forrásokból finanszírozható-e? A tudás megszerzésének általában és speciálisan az adott termékekre, milyen módszerei vannak?

1.2 Polányi Károlyról jelentős munkáinak publikálása kapcsán

Polányi Károly munkásságával és családjá történetével jelentős szakirodalom foglalkozik. Polányi Károly tehetséges polgári családba született 1886-ban. A budapesti egyetem jogi karán tanult, ahonnan szocialista eszméi és tevékenysége miatt távoznia kellett, ezért Kolozsváron szerzett diplomát. 1908-ban alapítója és első elnöke volt a Galilei Körnek, a radikális gondolkodású ifjúság emlékeztető szerveződésének. Ez kivételes korszak az Osztrák-Magyar Monarchia történetében, amit sokan „aranykorszak” is neveznek (Miszlivetz:2016), de amely már előrevetítette az árnyékát a nagy történelmi katalizmáknak. A Tanácsköztársaság idején, 1919-ben Bécsbe köl-

tözött, ahol a Der Österreichische Volkswirt egyik szerkesztője volt. Hitler hatalomra kerülése után, 1933-ban Angliába távozott, ahol elsősorban a londoni és oxfordi szabadegyetemek oktatójaként főleg munkásokat tanított. Eközben alakult ki az a tudása, amely 1941/43-ban a Rockefeller Alapítvány kétéves ösztöndíjának támogatásával a Bennington Egyetemen (USA) „A nagy átalakulás” könyv megírásához vezetett. 1947-től a Columbia Egyetem vendégprofesszora, kutatási csoport vezetője. Ezután születnek meg jelentősebb tudományos munkái. 1964-ben bekövetkezett halálával egy nagyon invenciózus, a társadalmi problémák iránt elkötelezett, nagytudású kutató távozott el tőlünk. Szellemi nagyságát és egyben munkásságának kritikáját négy oldalról villantjuk fel.

Polányi „A nagy átalakulás” könyve bevezetőjében a köszönetnyilvánítás részben a következőt írta: „Segítőkész kollégáim voltak benningtoni kollégáim, Horst Mendershausen és Peter F. Drucker. Az utóbbi feleségével együtt állandóan bátorított, jóllehet szívből nem értett egyet következtetéseimmel” (Polányi: 1997, 6. oldal). Polányi Károly 1927 karácsonyán ismerte meg az ifjú, 19 éves Druckert az Österreichische Volkswirt szerkesztői ülésén, aki akkor tért haza egy négy hónapos szakmai gyakorlatról, amit egy hamburgi exportcégnél töltött. Polányi Károly olvasta egy a Panama Csatornáról szóló cikkét, meghívta a szerkesztőségi ülésre, majd cikkírára bízta. Itt kezdődött egy halálig tartó barátság. Akkor még nem lehetett tudni, hogy ez a fiatal ember, Peter Drucker⁶ lesz a 20. század menedzsment irodalmának meghatározó alakja. Peter Drucker sikereinek csúcsán, 1978-ban, 69 évesen írt egy rendhagyó életrajzi regényt („Adventures of a Bystander” címmel), amelyben minden fejezet egy-egy olyan emberről szólt, akik híresekké lettek és akikkel neki személyes kapcsolatai voltak. Kivéve egy fejezetet, amely a Polányi családról szólt. Polányi Károly mellett négy testvére is bekerült az életrajzba, azon a címen, hogy ilyen tehetséges családdal sohasem találkozott életében. A három fiú mellett a két lány is fantasztikus tehetség volt, jóllehet a polgári családi modell megakadályozta őket a szakmai kibontakozásban.⁷ Drucker először tanítványként, majd a népszerűségben túlhaladva mesterét, a közgazdász szempontjából egy kicsit zsákutcának tekintette Polányi Károly karrierjét, amit az antropológusok és szociológusok ismernek el igazán, szerinte is jogosan.

Polányi Károlynak *négy könyve jelent meg magyarul*, érdekes módon fordított időrendi sorrendben, mint ahogy eredetileg angolul megjelentek. Ebből három még a szocializmusban, míg a negyedik már a rendszerváltás után. Persze nem véletlenül. A „*Dahomey és a rabszolgakereskedelem – egy archaikus gazdaság elemzése*” című mű Polányi halála után, 1966-ban jelent meg angolul, majd viszonylag gyorsan, 1972-ben látott napvilágot a magyar nyelvű kiadás. Politikai szempontból ez teljesen elfogadható volt a kommunista rendszerben. Egy klasszikus ant-

6 Az 1909-ben Bécsben született Peter Drucker-ről 2005-ös halála után azt írta a Business Week, „the man who invented the management”. A róla elnevezett Drucker Intézet mottója: „Performing, responsible management is the alternative to tyranny and our only protection against it.” Az Intézet küldetés nyilatkozata hangsúlyozza, hogy Peter Drucker hosszú munkássága alatt (39 könyvet írt), profit és nonprofit szervezeteknek egyaránt adott tanácsot, de vezérelve mindig a működő társadalom (functioning society) megvalósítása volt, amely alkalmas arra, hogy megállítsa az olyan diktatórikus hatalmakat, mint a fasiszmus volt. <https://www.drucker.institute/perspective/about-peter-drucker/> letöltve 2019. október 20.

7 Ez persze csak részben igaz, hiszen Polányi Laura idős korában, az Egyesült Államokban doktori címet is szerzett és történészként széles körben ismert lett, akiről „The Hungarian Pocahontas” címmel Szapor Judit írt könyvet 2005-ben, majd ugyanez 2017-ben magyarul is megjelent „A világhírű Polányiak” címmel. Ez utóbbi címváltás egybevág Drucker megközelítésével.

ropológiai, vagy inkább gazdaságantropológiai munka, amely hatalmas történeti anyag feldolgozásán alapult és dokumentálta a korai kapitalizmus kapzsiságát, embertelenségét. A második könyv 1976-ban jelent meg „*Az archaikus társadalom és a gazdasági szemlélet*” címmel. Ez már egy válogatás volt Polányi Károly elméleti munkáiból, amelyek a primitív, az archaikus és a modern társadalmak működését tanulmányozták a kereskedelem és a piac központi vizsgálatával. A harmadik könyv 1984-ben jelent meg „*Kereskedelem, piacok és pénz az ókori Görögországban*” címmel, ami válogatás volt Karl Polányi (1977): *The Livelihood of Man*” Academic Press, New York kötetből. Polányi legnagyobb hatású munkája „*A nagy átalakulás*” csak 53 évvel az 1944-es publikálás után, 1997-ben jelenhetett meg magyarul. Ehhez nem készült bevezető méltatás ezért a 2001-es angol nyelvű kiadásból Joseph Stiglitz, Nobel díjas közgazdász gondolataiból fogunk idézni.

A 70-es években kezdődött Polányi Károly népszerűsége, amit híven tükröz a magyarországi elismertsége is. Mint korábban jeleztük, több mint 40 év után, 1963-ban tért vissza hazájába, ahol pályatársai és olvasói lelkesedéssel fogadták. A „*Dahomey és a rabszolgakereskedelem*” című művéhez 1972-ben, Bognár József akadémikus, az MTA Afro-Ázsiai Kutatóközpontjának igazgatója írt bevezetést. Ebben kiemeli, hogy „Polányi Károly amerikai tartózkodása és munkálkodása idején (1946-tól tanított a Columbia Egyetemen) egy olyan diszciplína (a komparatív gazdaságtörténet) alapjait vetette meg, amely az emberi történelem és fejlődés legnagyobb kérdéseire keresi a választ; midőn egyfelől a gazdaság és társadalom viszonyát vizsgálja, másfelől a gazdasági elméletek és koncepciók alkalmazhatóságának a társadalmi rendszer típusaitól függő érvényességi vagy érvénytelenségi kritériumait keresi.” Bognár Józseftől⁸, aki később az MTA Világgazdasági Kutatóintézetének az igazgatója is, csak dicsérő méltatás és pozitív megerősítés járt Polányinak, nem hallgatva el, sőt méltatva szocialista elkötelezettségét is. Témánk szempontjából a „kereskedelmi kapukat” emeli ki, amelyre még visszatérünk. De nem csak az aktuális könyvről szól, hanem mint a legnagyobb magyar származású társadalomtudóst azon matematikusok (mint Neumann János), továbbá természettudósok (mint Szentgyörgyi Albert, Szilárd Leó, Kármán Tódor, Wiegner Jenő, Gábor Dénes) és mások sorába emeli, akik hozzájárultak az egyetemes tudomány fejlődéséhez.

Az „*Archaikus társadalom és a gazdasági szemlélet*” kötetben megjelent tanulmányok több kötetből lettek összeválogatva 1976-ban. A bevezető tanulmányt Szentes Tamás⁹ írta „Polányi Károly és a gazdasági antropológia” címmel. Ebben először szabadkozik, hogy nem vállalkozhat

8 Bognár József (1917-1996) akadémikus, egyetemi tanár, maga is nagyon színes és magyar viszonylatban jelentős életutat tud maga mögött. 1947-1949 között Budapest polgármestere, 1946 és 1956. október 31. között, megszakításokkal miniszteri pozíciókat töltött be (tájékoztatási, belkereskedelmi és külkereskedelmi), sőt az 1956-os forradalom időszakában (1956. október 25-31 között) Nagy Imre miniszterelnök helyettese is volt. Ilyen politikai pálya után, országgyűlési képviselőként is, a tudományos életben töltött be fontos szerepet. 1954-től 1965-ig a Marx Károly Közgazdaságtudományi Egyetem (MKKE) Belkereskedelmi Tanszékének tanszékvezető egyetemi tanára. A belkereskedelmi, majd Áruforgalmi tanszék a rendszerváltás után megszűnt és részben beolvadt a Marketing tanszékbe, miként a Külkereskedelmi tanszék.

9 Szentes Tamás (1934-) akadémikus, az iASK Tanácsadó Testületének a tagja, a Budapesti Corvinus Egyetem Világgazdaságtan tanszékének volt vezetője, az MTA IX. Gazdasági és Jogi Osztályának volt vezetője, fejlődésgazdaságtan kutató. A tanulmány írását megelőzően már világszerte ismert közgazdász, akinek először 1971-ben jelent meg az Akadémiai Kiadónál a „*The Political Economy of Underdevelopment*” könyve, amit 9 nyelvre lefordítottak és sok kiadást megélt. Ennek ismeretében is, még ma is sokan vallják azt a kritikáját, hogy Polányi Károly „mint az emberi társadalom elvont ideáljának keresője, gyakran történelmietlen és naiv idealista” (Szentes: 1976, 12. old.)

Polányi nagyszerű életművének átfogó értékelésére, hiszen még arra sem volt alkalma, hogy személyesen találkozzon Polányi Károllyal, csak a feleségével. A 40 oldalas tanulmány viszont arról árulkodik, hogy Szentes mindent elolvasott Polányitól, amit el lehetett és mind a polgári, mind a marxi közgazdasági tudással felvértezve nem csupán az adott kötetben, hanem máskor és máshol megjelent munkákra is hivatkozik, elismerően, de kritikusan. Ebbe belefér, hogy helyenként a polgári kritikusokat „helyére tegye” és megvédje Polányit (például amikor a gazdaság és a társadalom szétszakadásáról ír, de az előbbi primátusa mellett), de az is, hogy idealizmusát kritizálja és az „igazi marxizmusra tanítsa” (például a tulajdonviszonyok figyelmen kívül hagyása miatt, amely a tőkés kizsákmányolás központi eleme), vagy éppen kiigazítsa, mert Marxnak tulajdonít „A nagy átalakulásban” olyan állítást, amit Ricardo mondott (az ún. vasbér-törvényt, vagy a pénz áruelemétét, Szentes:1976, 45. old.).

Polányi Károly népszerűsége a századforduló óta ismét emelkedőben van. Kapitalizmus kritikáját Szentes Tamás szerint csak az értheti meg, aki tisztában van az amerikai társadalomtudomány és azon belül a közgazdaságtan helyzetével és frontvonalával. Ha valakire, akkor ez az állítás igaz Joseph E. Stiglitz-re¹⁰, a Columbia Egyetem professzorára, Nobel díjas közgazdászra. Az új évezred első évében, 2001-ben új kiadásban jelent meg a „The Great Transformation”, amelyhez Stiglitz írt előszót. Ebben már az első bekezdésben hangsúlyozza, hogy „Mivel az európai civilizáció átalakulása hasonló a világban ma megfigyelhető fejlődő országokra váró átalakulással, ezért úgy tűnik, mintha Polányi közvetlenül a mai kérdésekről szólna.” (Stiglitz: 2001, Vii.) A problémái és az érvelése összhangban van azoknak a tiltakozóknak a felvetésével, akik a globális pénzügyi rendszerek ellen tiltakoztak 1999-ben és 2000-ben, Seattle-ben és Prágában. Polányi fő tézisei ma is aktuálisak, nevezetesen, hogy: az önszabályozó piac sohasem működött; a hiányosságai (nem csupán a szegénységre vonatkozóan) oly nagyok, hogy kormányzati beavatkozásra van szükség.¹¹

Ugyanakkor felhívja a figyelmet arra, hogy a *modern közgazdászok* már rávilágítottak az önszabályozó piacok korlátaira. Olyan, hogy tisztán szabadpiac, sosem működött a munkaerőre és más javakra vonatkozóan sem. Ironikusnak tartja, hogy a fejlett országok tanácsadói olyan szabad-piaci mechanizmusokat, „kormányzati visszavonulást” akarnak ráerőltetni a fejlődő országokra, amelyeket ők a saját hazájukban már régen elfelejtettek. (Az IMF következetlenségeinek számos példáját adja.) A globális piac egyes országainak bemutatásával alátámasztja és illusztrálja Polányi nézeteinek aktualitását. Az önszabályozó gazdaság sajnálatos módon, jelenjen meg akár a régi „laissez-fair” álarcban, vagy a „Washington consensus” modern ruhájában, nem alkalmas az ember igazi felszabadítására, a szegénység felszámolására. Ha ma még írhatna Polányi, akkor biztosan ezen egyenlőtlenségekre hívná fel a figyelmet. (Stiglitz:2001)

10 Joseph E. Stiglitz (1943-) a Világbank Korábbi alelnöke, főközgazdásza, 2001-ben nyerte el a Nobel-emlékdíjat. Fő kutatási területe a társadalmi egyenlőtlenségek témaköre. Pozíciójából adódóan is jó rálátása van a globális egyenlőtlenségekre, a korrupcióra, amelyek ellen több publikációjában is fellépett. „A kormányzati szektor gazdaságtana” című munkája 2000-ben magyarul is megjelent.

11 A gazdaságantropológiához fordulva, Polányi nem nosztalgiaival néz vissza a primitív és archaikus társadalmakra, hanem a kutatói kíváncsisággal, a törvényszerűségek megértése iránti elkötelezettséggel. Dahomey 18. századi afrikai királyságáról, egy írással nem rendelkező társadalomról szólva figyelmeztet: „Óvakodnunk kell viszont az elmaradt világok idealizálásától még akkor is, ha a múlt néhány vonása olyannak tűnik, mintha taníthatná korunkat.” (Polányi: 1972, 39. oldal)

Ha Polányi Károly már nem is írhat, de írnak helyette a Polányi-iskolához tartozó szociológusok, közgazdászok, antropológusok, üzleti tudománnyal foglalkozók, politikusok és mindenki más, aki számára a gondolatai, ha vitára készítetnek is, ha helyesbítésre szorulnak is, de mindenképpen olyanok, amelyek a ma problémáinak megoldásához hozzájárulnak. Segítenek a tisztánlátásban, ezért ezen gondolatokra és a mai kutatók munkáira a következő fejezetekben fogunk hivatkozni. A Polányi gondolatok népszerűsítését már nem csupán Kanadában, hanem Budapesten, Bécsben és Koreában is külön intézmények végzik. A bevezetés zárásaként és a következő fejezetek nyitányaként álljon itt illusztrációként a Bécsi Gazdaságtudományi Egyetemen 2018. májusában megalakult „International Karl Polanyi Society” (IKPS) honlapján található Alapító Nyilatkozat egyik bekezdése¹²:

„A legutóbbi években Polányi Károly kulcsszereplővé vált a piacgazdaságban gyökerező ellentmondások megértését segítő kutatások azon irányzatában, amely „megszabadítást” ígér és „ellenmozgalmat” vált ki. Az éghajlati válság, a növekvő társadalmi polarizáció és a fenyegető geopolitikai konfrontáció korszakában, Polányi Károly arra inspirál, hogy felvilágosultan szálljunk szembe a „gazdasági fejlődés”, és a fennálló társadalmi-kulturális „lakhatás” ellentmondásaival. Polányi gondolatai az „átalakulásról”, a „beágyazottságról”, a „fiktív árukról” és a „kétirányú mozgásról” intenzív viták tárgya. Konceptióinak kritikái és előrejelzései segítettek az egyes területek továbbfejlesztésében, legyen szó átalakulási kutatásról, társadalmi gazdaságról vagy kulturális politikai gazdaságról – olyan új területekről, amelyeket Polányi inspirált.” (<http://www.karlpolanyisociety.com>)

12 Excerpt from the IKPS Founding Declaration „In recent years, Karl Polanyi has become a key figure in research efforts to understand the contradictions inherent to the market economy – one that promises liberation and provokes counter-movements. In the age of the climate crisis, rising social polarisation and looming geopolitical confrontation, Karl Polanyi inspires us to engage with the contradictions of economic “improvements” and sociocultural “habitation” in an emancipatory manner. Polanyi’s thoughts on “transformation”, “embedding”, “fictitious commodities” and “double movement” are the focus of intense debates. Criticism of his concepts and predictions have helped expand the subject area further, be it in transformation research, social economy or cultural political economy – new research fields all inspired by Polanyi.” <http://www.karlpolanyisociety.com/about-us/founding-declaration/> letöltve 2019. október 20.

2. Polányi kereskedelem elmélete és a piaci kereskedelem

A szavaknak történetük van, amit gyakran figyelmen kívül hagyunk. Hajlamosak vagyunk a korrunkra adaptált szókészlettel azonosítani korábbi korszakokat. Polányi ismételtén visszatérő kritikája, hogy a piac és a kereskedelem, amely fogalmak a modern, 20. századi ember fejében szorosan eggyé válnak, összefonódnak, már léteztek az emberiség elmúlt 10 ezer éves történetében, és semmi közük sem volt a mai „önszabályozó piac”, vagy piaci kereskedelem fogalmához. Ennek nagyvonalú kifejtése megtalálható „A nagy átalakulás” című könyvben is, ahol azonban még „másodlagos” témaként. Ezt mutatja, hogy a könyv 21 fejezet címében sehol sem fordul elő a „kereskedelem” szó, a „piac” viszont hat alkalommal is. Polányi elfogadhatatlannak tartja, hogy az elmúlt 200 évben kialakult gazdasági rendszert vetítsük rá az egész történelemre, és még inkább elfogadhatatlan, hogy ezt tekintsük a jövőre nézve követendő példának. A következőkben először „A nagy átalakulás”, majd a konkrét gazdaságantropológiai munkák alapján kirajzolódó kereskedelem koncepciót vázoljuk.

2.1 A kereskedelem megjelenése „A nagy átalakulás” című munkában

Polányi Károlyt a huszadik század két világháborújának megélése készítette arra, hogy az okokat ne a pillanatnyi hatalmi helyzetben, vagy az adott kor politikusainak egyéni döntéseiben keresse, hanem az emberiség alapvető kérdésére – azaz, hogy miként lehet az egyes emberek tisztességes megélhetését biztosítani – vezesse vissza. A civilizáció, amire oly büszkék voltunk, totálisan összeomlott. Ennek magyarázatára Polányi a 19. századi intézményrendszerből elsősorban az önszabályozó piacot és a piacgazdaságot szabályozó törvényeket tartotta meghatározónak, három további intézménnyel kiegészítve. Mielőtt azonban nekilát a bizonyításnak, „A nagy átalakulás” című könyvében, már a második oldalon önkritikusan meg is fogalmazza a törekvés lehetetlenségét.

„Ez a magyarázat túlságosan egyszerűnek kell, hogy tűnjék az emberi történelem egyik legmélyebb válságára. Tűnhet-e nagyobb ostobaságnak valami annál a próbálkozásnál, hogy meghatározott számú intézményre redukáljunk egy civilizációt, annak lényegét és ethosát, hogy ezek közül az intézmények közül egyet alapvetőként kiemeljünk, majd nekilássunk amellett érvelni, hogy a civilizáció elkerülhetetlen önpusztítása gazdasági szervezetének néhány technikai tulajdonságával magyarázható?”¹³ (Polányi: 1997, 8. oldal). És mégis vállalkozik rá, hatalmas tudásanyaggal, és küldetéstudattal felvértezve.

Az *önszabályozó piac* mellett az intézményrendszer másik fontos eleme a *nemzetközi aranystandard* és ezek ketten alkotják a 19. századi civilizáció gazdasági alapját. A politikai aspektust

13 „Such an explanation of one of the deepest crises in man’s history must appear as all too simple. Nothing could seem more inept than the attempt to reduce a civilization, its substance and ethos, to a hard-and-fast number of institutions; to select one of them as fundamental and proceed to argue the inevitable self-destruction of civilization on account of some technical quality of its economic organization?” (Polányi:2001, p.4)

a *hatalmi egyensúly* (amely lehetővé tette, hogy 100 évig ne legyen hosszú és pusztító háború), illetve a *liberális állam* jelenítette meg. Más tekintetben két-két intézmény képviselte a nemzeti és a nemzetközi aspektust. Az egyes intézmények jelzett összefüggéseit az 1. táblázatban mutatjuk be.

1. táblázat A 19. századi civilizációt és a százéves békét lehetővé tevő intézményrendszer

	Politikai	Gazdasági
Nemzetközi	Hatalmi egyensúly:	Nemzetközi aranystandard
Nemzeti	Liberális állam	Önszabályozó piac

Forrás: Polányi (1997) alapján saját szerkesztés

Polányi szerint a nemzetközi aranystandard tette lehetővé a nemzeti valuták használatát a nemzetközi kereskedelemben. Adam Smith óta a közgazdaságtan központi kategóriájává vált az „önszabályozó piac”, ahol a kereslet és kínálat kapcsolatát az árak, mindenféle központi beavatkozás nélkül, automatikusan szabályozzák. Az ily módon megvalósuló tranzakciók alkotják a piaci kereskedelmet. A kereskedelem azonban az önszabályozó piactól függetlenül a különböző gazdasági intézmények között eltérő integrációs formákban is létezett.

A társadalmi szereplők közötti *integrációs mechanizmusok* három csoportját különbözteti meg Polányi. A legősibb forma a *reciprocitás*, amikor a közösség tagjai egyaránt adnak és fogadnak el ajándékot, bármilyen jószágot és ez a rendszer a közösség fennmaradását és erősödését szolgálja. Hosszabb távon az „adok és kapok” kiegyenlíthetik egymást, de nem szükségszerű, mert az egyéni lehetőségek és képességek is meghatározzák az ekvivalenciákat. Általában az „adok” büszkeséggel tölti el azt, aki adhat és ha ezt nagyobb arányban teszi, akkor az ilyen szereplők emelkednek ki a közösségekből és válnak vezetőkké, törzsfőnökökké, esetleg türannosszá (zsarnokká), mint Peisizisztratosz volt az ókori Athénban.

A központi hatalom megerősödésével a *redistribúció* vált a domináns integrációs formává a legtöbb primitív társadalomban. Ilyenkor a központ gyűjti össze a javakat és osztja szét mindenki számára igényei és érdemei szerint. Az újraelosztás filozófiája az egyenlőtlenségek enyhítése és a többlet teljesítmény megjutalmazása.

A harmadik integrációs forma a csere, illetve a *piaci csere*, amely az ókori társadalmakban mindig létezett, de nem volt meghatározó. Polányi részletesen vizsgálta, hogy a csere különböző formáiban mikor jelent meg a *pénz*, illetve a pénz milyen javakban tárgyiasult és mikor jelent meg az arany vagy más pénzerme, illetve a papírpénz. Ehhez részletesen vizsgálta a pénz négy alapfunkciójának: csereeszköz, értékmérő, fizetőeszköz és kincsképző történelmi fejlődését. Ezen keresztül is érzékeltette, hogy a modern piacgazdaságban, ezek a funkciók gyakran összeolvadnak, ezért nem teszik lehetővé a tisztánlátást. (Marx ezt a jelenséget az *árufetizmus* fogalma alatt tárgyalta.)

A *gazdasági intézmények* alapvető egysége a háztartás, a család. A primitív társadalmakban a közösségek élén álló hatalmasságok (törzsfők, fejedelmek, királyok, fáraók stb.) jelentették a gazdaság másik egységét, akiket később a városállam, az állam, a kormányzat váltott fel. E két

pont között számtalan közvetítő szervezeti forma jött létre a történelemben, amelyekből fejlődött ki a vállalat. A vállalatokat is két csoportra oszthatjuk: magánvállalatok és állami vállalatok. Ily módon a modern gazdasági intézmény négy formáját célszerű megkülönböztetni: háztartások, magánvállalatok, állami vállalatok, kormányzat. A közöttük lévő meghatározó kapcsolatokat a modern korban a 2. táblázat mutatja. Empirikus feladat annak feltárása, hogy az egyes korokban ezek az arányok miként alakultak

2. táblázat A gazdasági intézmények között „elfogadott” kapcsolatok a 20. században

	Háztartások	Magánvállalatok	Állami vállalatok	Kormányzat
Háztartások	Reciprocitás	Piaci csere	Piaci csere	Újraelosztás
Magánvállalatok	Piaci csere	Piaci csere	Piaci csere	Piaci csere
Állami vállalatok	Piaci csere	Piaci csere	Piaci csere	Újraelosztás
Kormányzat	Újraelosztás	Újraelosztás	Újraelosztás	Újraelosztás

Forrás: Pandya, 1986, 127. old.

2.2 A kereskedelem általános elmélete az antropológiai tanulmányok alapján

„A kereskedelmi tevékenységek során valaki szállít valamit valamilyen távolságra, s ez a mozgás két irányban halad; ezért a kereskedelemnek négy vonatkozását kell megkülönböztetnünk: 1. a személyzetet, 2. a javakat, 3. a szállítást és 4. a kétoldalú jelleget” (Polányi: 1984, 23. old.)

A történelem során ezek a kereskedelmi tevékenységek rendkívül változatos formában jelentek meg, mind technikai, mind szociológiai szempontból. A gazdaságtörténészek számára az igazi kérdés, hogy hol, mikor és miként kapcsolódik össze a kereskedelem a piacokkal. Az erre adott válasz alapján tudunk igazi magyarázatot adni a mai piaci intézmények működési jellemzőire is. A kereskedelmi tevékenységek négy vonatkozását foglaljuk össze röviden.

1/ *A személyzetet*, azokat az embereket, akik a kereskedelemben érdekeltek, elsősorban azon indítékok alapján érdemes csoportosítani, amelyek alapvetően meghatározzák a végzett tevékenység jellegét. Van kereskedő, akit a társadalmi állásából adódó kötelesség vagy állami szolgálat készítetett arra, hogy árubeszerzéssel, illetve áruforgalmazással foglalkozzon. Ez a *statusmotívum* hajtotta az ókori Egyiptomban a fáraó kormányzóját, de hasonló módon a feudális uradalom intézőjét is a kereskedelmi munkája végzésében. Tevékenységéért fix díjazásban részesült, miként az athéni polgárok is, ha gyakorolták demokratikus jogait és részt vettek a polisz döntéshozatalában. Az ilyen kereskedőt nevezték „*faktornak*” az ókorban.

Ezzel szemben áll az a kereskedőtípus, akit az adásvételi műveletekből származó nyereségvágy, azaz a *profitmotívum* hajt. Ez utóbbi típusú kereskedő megnevezésére használták a „*merkátor*” szót, amelyből a merkantilizmus fogalma is származik. Az ókori társadalmakban általában alacsonyabb megbecsülés járt a profitot hajszoló kereskedőtípusnak, mint az állami szolgálatot végző kereskedőnek. Voltak népek, amelyek Európában, Afrikában vagy Ázsiában a kereskedelemre szakosodtak (föníciaiak, vikingek, hanzák, dualák, örmények, malájok stb.). Általában is

elmondható, hogy a kereskedelem kifejlődése nagymértékben a külkereskedelem révén következett be.

Ez érvényes a középkori *rabszolgakereskedeleme*re is, ahol tulajdonképpen az amerikai monokulturális cukornád ültetvények munkaerőszükséglete gerjesztette a rabszolgák nagyfokú importját Afrikából. A kereskedelmet más nemzeti nyelven megnevezve ugyan, de „faktorok” végezték, akik közé Dahomeyben időnként a katonákat is besorolták, akik ilyen módon rabszolga kereskedők is voltak, hasonlóan más kézműves kereskedőkhöz (Polányi:1972).¹⁴

2/ A kereskedelem a kezdetektől fogva *sajátos javakra* terjedt ki. Így volt ez az ókori Egyiptomban, amely ellátta élelmiszerrel, búzával az ókori Athént és később a Római Birodalmat is. Ez volt jellemző a középkorban a királyi engedéllyel működő európai kereskedelmi társaságok esetében is, amikor a gyarmatosítás révén nagy mennyiségű arany, ezüst, fűszer, selyem stb. áramlott be mint importcikk Európába. A mindennapi létszükségleti cikkek vásárlói, felhasználói elsősorban a szegényebb lakosság soraiból kerültek ki, míg a luxuscikkek felhasználói inkább a tehetősebb rétegekből verbuválódtak.

Az afrikai Dahomeyben a helyi, falusi közösségek nagyfokú önállósággal rendelkeztek a *mindennapi élelmiszer* termékek, például a sertéshús forgalmazását illetően, de az állam (a király) szigorúan ellenőrizte a sertésállományt (malacok, kocák és kanok számát) és ha szükségesnek tartotta, akkor levágási tilalmat rendelt el. A rabszolgakereskedeleme szakosodott állam a „rabszolga termelést” az éves aratások utánra tervezett *katonai hadjáratok* révén biztosította. A katonák ellátását az állam központi vezérléssel biztosította és bizonyos termékeket központosított. „A teljes *mézhozamot* a hadsereg használatára tartalékolták, és nem engedélyezték saját célra való termelését vagy eladását. A *gyömbért* gyógyszernek tekintették és a mézhez hasonlóan megtiltották saját célra való termesztését vagy eladását, szétosztását pedig a királyi hivatalnokok végezték, kizárólag gyógyászati célra.” (Polányi: 1972, 94. oldal)

A kereskedelem és különösen a külkereskedelem áruösszetétele (pl. feldolgozottsági fok szerint) azért is érdekes, mert a kereskedelmi forgalom növekedési üteme egyes korszakokban lényegesen meghaladhatja a gazdasági növekedés GDP-ben mért ütemét. A hagyományos fizikai formát öltő termékekkel szemben a *szolgáltatások* jelentik a gazdasági aktivitás nagyobb részét, amelyek kereskedését – jellegükből adódóan – másfajta szabályosságok jellemzik. Erre mutatunk példát később a felsőoktatás piacára vonatkozóan.

3/ A kereskedelmi tevékenység, harmadik összetevője a *szállítás* révén valósul meg, ez biztosítja, hogy a világ bármely részén előállított jószág hozzáférhetővé váljon a földgömb másik oldalán is. A szállítás maga is – a fuvarpiacon – adásvétel tárgya lesz, miként a fizikai árú, és így módon különböző közlekedési ágak fejlődésének teremti meg az alapját. A szárazföldi útviszonyok korlátai

14 Polányi (1972) az angliai történeti forrásokra hivatkozva, a rabszolgakereskedelem „iparszerűvé” válásának korszakát, a 17-19. századot vizsgálja és figyelmen kívül hagyja, hogy már a 16. század elején, a spanyol és a portugál gyarmatosítók is elindultak ezen az úton. A magyar fordítást jegyzetekkel ellátó Ecsedy Caba részletesen beszámol az 1500-as években Puerto Ricóban, Panamában és máshol lezajlott rabszolgáladásokról, amelyek azt jelzik, hogy jelentős számban (tízezrekben mérve) voltak jelen Amerikában rabszolgák. Larson (2013) pontos becsléseket közöl az 1400-1900 közötti, Afrikát érintő rabszolga kereskedelemről, amely a 18. században tetőzött, közel 16 millió fővel, és az egész periódusban 37 millió főt tehetett ki. A történeti pontatlanság nem érinti Polányi rendszerszerű megállapításainak igazságtartalmát (Polányi:1972: 70-71. oldal)

adtak lökést a tengeri hajózásnak, a biztonságra törekvés a karavánutak szervezésének, a gyorsaság iránti vágy a légi közlekedésnek, az információ-hozzáférési törekvés az internetnek és folytathatnánk a sort. A kereskedelmi forgalomban megjelenő javak jellegének megváltozása drámai változást hozott a szállítási módokban is, utat engedve a korszerű logisztikai ellátási láncok kifejlődésének (pl. fagyasztott élelmiszer szállítási láncok).

4/ A kereskedelem igazi kihívása az, hogy bizonyos javakat olyanok számára is hozzáférhetővé tegyen, akik számára az adott jószág, különböző okokból (pl. termelési, termesztési feltételek hiánya, klimatikus viszonyok stb. miatt) nem volt elérhető. Ezt a kereskedelem előtti időben vadászat, expedíció vagy rablóportya révén, egyirányú mozgással érték el. Ezzel szemben a kereskedelem békés, szervezett, *kétoldalú tevékenység*, amely különböző elvek alapján mehet végbe. A partnerek között valamilyen ekvivalencia jön létre, azaz a kapcsolatba kerülő partnerek elfogadják, egyenértékűnek tekintik azt, amit egymásnak nyújtanak.

3. Polányi kereskedelem elmélete és a marketing-elméleti iskolák fejlődése a 20. században

A marketing, mint *üzleti funkció* került be a köztudatba a 20. században. Ennek is tudható be, hogy mindazok, akik az üzleti szféra, a multinacionális vállalkozások elterjedése és a társadalomra káros hatásai következtében ellenségesen viszonyulnak hozzá (Korten:1995), azok egy speciális szemüvegen nézik és nem a teljes valóságot látják. Éppen ezért fontos röviden bemutatni, hogy azok, akik tudományosan és oktatási szinten is művelik a marketinget, miként tekintenek rá, miként határozzák meg azt. Ezután mutatjuk be a marketing gondolkodás fejlődési szakaszait és kapcsolódási pontjait Polányi kereskedelem megközelítésével.

3.1 A marketing célja és meghatározása

A marketing mint fogalom, a 20. század elejétől jelent meg az amerikai szakirodalomban és gyakorlatban. A múlt évszázad közepétől kezdett Európában is teret nyerni az új gondolkodási mód és eszközrendszer. Az egyes korszakokban más és más koncepciók, paradigmák mentén határozták meg önmagukat (Vargo-Lush: 2004), amely során a fizikai javakról áttolódott a hangsúly a szolgáltatásokra, illetve ezek kombinációira, a vállalaton belüli funkciókról a hálózatokra. Mielőtt definiálnánk, hasznos azzal kezdeni, hogy mi a célja a marketingnek. A marketing kutatás legnagyobb alakját, Philip Kotlert idézzük:

„A marketing célja, hogy jobb megoldások nyújtásával értéket teremtsen, a vásárló keresési és tranzakciós idejét és erőfeszítéseit csökkentse, és az egész társadalom számára magasabb élet-színvonalat biztosítson.”¹⁵ (Kotler: 2003)

A fogyasztó számára történő értékteremtés gondolata és képviselője a vállalatban belül, mindig is a marketing központi eleme volt, de a „magasztosabb” cél, a társadalom számára az életszínvonal növelése már nagyon közel áll a szocializmus eszméjéhez. Ugyanakkor a pragmatikus célokat szolgáló marketing definíciók is tartalmazznak ilyen elemeket, a fogyasztói szükségletekből való kiindulást, a piaci igények kutatását.

„A marketing olyan üzleti funkció, amely feltárja a kielégítetlen igényeket és szükségleteket, meghatározza és méri ezek nagyságát és lehetséges jövedelmezőségét, meghatározza, hogy melyik célpiacot tudja a szervezet legjobban kielégíteni, dönt a megfelelő termékek, szolgáltatások és programok kiszolgáltatásáról a választott piacokon és a szervezeten belül mindenkit arra szólít fel, hogy gondoljon a vevőre és őt szolgálja.”¹⁶ (Kotler:2003, 10. old.)

15 „Marketing’s aim is to create value by offering superior solutions, saving buyer search and transaction time and effort, and delivering to the whole society a higher standard of living.” (Kotler: 2003, p. 10)

16 “Marketing is the business function that identifies unfulfilled needs and wants, defines and measures their magnitude and potential profitability, determines which target markets the organization can best serve, decides on appropriate products, services, and programs to serve these chosen markets, and calls upon everyone in the organization to think and serve the customer.” (Kotler: 2003, p. 10)

A marketing meghatározások nagyon színes skálán mozogtak az elmúlt évszázadban. A hazai szakirodalomban (Bauer-Berács:2016) az ún. *hierarchikus meghatározás*, amikor a marketinget három szinten definiáljuk, nyert szélesebb körben ismertséget.

A *szűkebb értelmezés* a vállalaton belül ellátandó marketing-részfunkciókra helyezi a hangsúlyt, de túlmutat a hagyományos értékesítésen. Az értékesítés, az eladás önmagában nem cél, hanem eszköz. Viszont a teljes marketing eszköztár megjelenítésével túlmutat a gyakori leegyszerűsítésen, amikor a reklámmal azonosítják.

A *tágabb értelmezés* szakít azzal a megközelítéssel, hogy a fejlesztők tudják, hogy mit kell fejleszteni, a termelési szakemberek tudják, hogy miként kell gyártani, a marketingszakemberek pedig azt, hogy mit és hogyan kell eladni, hogy csak néhány példát emeljünk ki. Ehelyett minden vállalati funkciónak úgy kell megszerveződni, hogy az alapvető társadalmi, piaci célokat helyezték előtérbe. Például a társadalmi felelősségvállalást, a környezet megvédését, az emberhez méltó munkakörülmények teremtését, amit csak a felsővezetés képes a mindennapi gyakorlatban megvalósítani. A sikeres vállalkozók, egyben mint karizmatikus vezetők, el tudták érni, hogy szervezetükben mindenki az általuk meghatározott célok érdekében tevékenykedjen.

A *kiterjesztett értelmezés* a cserét társadalmi méretekben értelmezi. Nem csupán a gazdasági intézmények, hanem az oktatási, kulturális intézmények, az egyházak, a politikai pártok is értékeket adnak közre, amelyekért a „vevők”, azaz diákok, múzeum látogatók, hívők, párttagok, vásárlók valamilyen formában (tandíj, belépődíj, egyházi adó, persely, szavazat, személyes részvétel) fizetnek. Emiatt beszélünk társadalmi marketingről, illetve a társadalom részterületeit megnevező marketing irányokról, a felsőoktatási marketingtől az országmarketingig.¹⁷

3.2 A marketingelméleti iskolák és Polányi kereskedelem elméletének kapcsolódási pontjai

A marketingelmélet fejlődése a 20. században a gazdasági és a társadalmi környezet, illetve a különböző tudományterületek hatására következett be. Számos szerző foglalkozott a marketingelmélet szakaszolásával, paradigmák változásával, a marketing gondolkodási iskolák jelentős képviselőivel. A legújabb korban Vargo-Lusch (2004) megközelítése fejtett ki nagy hatást, akik egy „új domináns logikát”, paradigmát ajánlanak, ahol inkább a *szolgáltatás nyújtás* (service provision) mintsem a hagyományos, *fizikai jószág* (goods) áll a közgazdasági csere középpontjában. A piaci értékesítésre termelt fizikai javak, az egyszerű tranzakciós csereben egyre kevésbé

17 A három szintű marketing meghatározás definíciói:

Szűkebb értelemben a marketing olyan vállalati tevékenység, amely a vevők/felhasználók igényeinek kielégítése érdekében értelmezi a piacot, meghatározza az eladni kívánt termékeket és szolgáltatásokat, megismerteti azokat a fogyasztókkal, kialakítja az árakat, megszervezi az értékesítést és befolyásolja a vásárlókat.

Tágabb értelemben a marketing a vállalat egészére kiterjedő – a vevőkkel való azonosulást hangsúlyozó – filozófia, szemléletmód, amelynek a megvalósítása a vállalati felső vezetés feladata, oly módon, hogy a vállalati résztvételességek integrációjában a marketing szempontok domináljanak, nyereséget biztosítva a vállalatnak.

Kiterjesztett értelemben a marketing minden értékkel rendelkező jószág (termék, szolgáltatás, eszme, ötlet, érzés stb.) csereje. Az üzleti, vállalati szférán túl kiterjed az olyan nemnyereségorientált területekre is, mint például az oktatás, kultúra, a vallás, a politika stb. (Bauer-Berács: 1992, 1998, 2006, 2016, Marketing, adott fejezetei.)

jelentenek értéket a fogyasztónak. Megnőtt a szerepe a „megfoghatatlan” (intangible) erőforrásoknak, a közös értékteremtésnek, a kapcsolatoknak. Mindezek következtében beszélhetünk a *termékek* helyett, amelyekbe mindig beleértettük a szolgáltatásokat is (Polányi, 1997, 89. oldal), *szolgáltatás nyújtásról*, amelybe természetesen beleértjük a fizikai termékeket is.

Vargo és Lusch (2004) a marketingre nagy hatást gyakorló gondolkodási iskolákat négy nagy szakaszra osztja. Az 1800-1920 közötti időszakban a *klasszikus és neoklasszikus közgazdászok* játszottak meghatározó szerepet (Adam Smith, Alfred Marshall). 1900-1950 között, a korai marketing időszakban az *áru (commodity)*, az *intézményi* és a *funkcionális iskolák* erősödtek meg. 1950-1980 között, a *marketingmenedzsment időszakában* a vevőorientáció, az értékteremtés és a problémamegoldó képesség került előtérbe (Drucker, Levitt, Kotler, McCarthy). 1980-2000 és utána a marketinget, mint *társadalmi és gazdasági folyamatot* írják le, amelyben a pénzügyi eredmény már nem mint végcél, hanem mint a piaci értékajánlat megvalósulásának ellenőrzése jelenik meg.

Ahhoz, hogy a marketingelméleti iskolák és Polányi Károly kereskedelmi, piaci elméletének kapcsolódási pontjait plasztikusabban megvilágítsuk, egy részletesebb történeti tagolást mutatunk be a 3. táblázatban. Ha ezt összehasonlítjuk a *kereskedelem korábban tárgyalt négy területével* (személyzet, sajátos javak, szállítás, kétoldalú kapcsolat), akkor három terület közvetlenül megfeleltethető a marketing gondolkodás korai iskoláinak. Nevezetesen a kereskedelemben tevékenykedő *személyzet*, az *intézményi iskolának feleltethető meg*, az „*aktor és a merkátor*” szerepét a kis és nagykereskedők, ügynökök, közvetítő kereskedők stb. töltik be. A mindennapi életben, mint vásárlók, ezekkel találkozunk a boltokban.

A *szállítás* és a hozzá kapcsolódó raktározás, tárolás, készletezés, finanszírozás, kockázatvállalás a *marketing funkcionális iskolában* jelenik meg, a marketing legkorábbi korszakából a huszadik században. Ez is bizonyítja, hogy a marketing, mint vállalati funkció, már a kezdetektől magába foglalta a bel- és külkereskedelmi kapcsolatokat.

A kereskedelem mint *kétoldalú kapcsolat*, Polányi történelmi elemzéséből következik, a huszadik században viszont már a kereskedelem természetes sajátossága, így nincs szükség arra, hogy elméleti iskola tárgya legyen.

A *sajátos javak (goods)*, amelyek a forgalomba kerülnek, az *áru (commodity) iskolának* feleltethetők meg, amelyre még részletesebben visszatérünk.

3. táblázat A marketingelmélet történeti fejlődése

A marketing gondolkodás korai iskolái

1. Marketing funkciók iskola	Beszerzés, szállítás, tárolás , kockázatvállalás, finanszírozás, eladás, összegyűjtés.
2. Árucikk (commodity) iskola	Az egyes javak (termékek, szolgáltatások) kategorizálása, osztályozása, piacra vitele.
3. Intézményi iskola	Kik végzik a feladatokat? Nagykereskedők, kiskereskedők, ügynökök, brókerek, közvetítők.
4. Régióközi kereskedelmi iskola	Kiskereskedelmi gravitáció törvénye ¹⁸ , kereskedelmi központok, nemzetközi marketing

A marketing gondolkodás modern iskolái

1. Marketingmenedzsment iskola	Vezetési funkciók, marketing-mix elemek, 4P, marketingstratégia, STP
2. Marketingrendszerek iskola	Általános rendszerelmélet, holisztikus megközelítés, funkcionális elemek magasabb fokon
3. Fogyasztói magatartás iskola	Magatartási elméletek: pszichológia, szociológia, társadalompszichológia, közgazdaságtan, antropológia. Vásárlás és fogyasztás, ajándékozás, játékonyság.
4. Makromarketing iskola	Miként hat a marketing rendszer a társadalomra? Miként hat a társadalom a marketing rendszerre? A közjó szolgálata.
5. Csereforgalom iskola	Kik, milyen motivációval, milyen összefüggésben cserélnek? Piaci tranzakciótól az emberi cseréig.
6. Marketing történeti iskola	Mikor születtek meg és hogyan fejlődtek a koncepciók, módszerek, gyakorlatok és technikák a marketingben?

Forrás: Maclaran, et al. 2010 alapján saját szerkesztés

A *marketing gondolkodás modern iskolái* is sok szállal kötődnek Polányi kereskedelem és piac elméletéhez. A *makromarketing iskola* képviseli azt az irányzatot, amely a társadalmat helyezi a gazdaság, a piac elé, így csökkentve a kétoldalú mozgás szükségességét és mérsékelve Polányi kritikáját az önszabályozó piacgazdaság „kegyetlenségével” szemben. A *közjó szolgálatába* beleérthető a *vállalati társadalmi felelősségvállalás* (CSR) is. A témakör széles körben vitatott és ellentétes vélemények vannak arról, hogy a profitra törekvő vállalatoknak szabad-e és milyen

18 A természettudományi törvények társadalomtudományi alkalmazására mutat példát a *kiskereskedelmi gravitáció törvénye*. Az analógiaként szolgáló fizikai törvény, az *általános tömegvonzás* (gravitáció) törvénye szerint: bármely két test, anyagi részecske kölcsönösen vonzóerőt fejt ki egymásra, amely erő nagysága pontszerű testek esetében egyenesen arányos a két test tömegével, és fordítottan arányos a köztük levő távolság négyzetével. Newton törvényét William Reilly (1931) a marketingben tapasztalt térbeli szakadék/rés áthidalásának ösztönzésére adaptálta. A *Reilly törvénye szerint* „ha adott egy kisváros két nagyobb város között, akkor mind-egyik nagy város olyan számú vevőt fog vonzani a kisvárosból, amely egyenesen arányos a két város lakosság-számával, és fordítottan arányos a két város közbszű kisvárostól vett távolságának a négyzetével.” (Maclaran et al. 2010, 37. oldal). A törvényt más szerzők tovább finomították, empirikusan tesztelték. Az elmélet kapcsolódik Polányi „kereskedelmi kikötők” (trade ports) elméletéhez az ókori társadalmakban, amelyek szárazföld közepén is (pl. Timbuktu Afrikában, Buhara Közép-Ázsiában) megtalálhatók voltak.

mértékben bekapcsolódni anyagi forrásokkal a társadalmi célok megvalósításába, az oktatás, az egészségügy, a környezetvédelem, a szegénység felszámolása stb. terén. Jensen (2014) a globális piacok irányítását vizsgálva „megengedőbb” ebből a szempontból és a vállalati-civil innováció új modelljeit kutatva a CSR-t a vállalati PR új eszközeként jeleníti meg. Sok gyakorlati példát hoz arra, hogy a nagy multinacionális vállalatok (mint pl. a Shell), miként váltak a jó hírnevük érdekében társadalmilag felelős céggé.¹⁹ Braun (2018) a PR-t, azaz a vállalat közönséggel való kapcsolatait, stratégiai szintre emelné. Vállalati érintetti (stakeholder) demokráciáról beszél és a CSR-t a vállalati politika fókuszába helyezi. Milton Friedmann, Nobel díjas közgazdász konzervatívabb álláspontot képvisel. Szerinte a vállalati vezetők *ne jótékonykodjanak a részvényesek pénzével*. Fizessenek inkább magasabb adót, amit az állam bölcs vezetői a legfontosabb társadalmi célokra fordítanak, hiszen ők ahhoz értenek. (Friedmann:1970).

A csereforgalom, a fogyasztói magatartás, és a marketingrendszerek iskola is számos olyan területet vizsgál, ami átfed Polányi kereskedelmi és piaci nézeteivel. Látszólag a formálisan 20. századi *marketingmenedzsment iskola* távol áll Polányi munkáitól, tartalmi szempontból azonban ezek a vezetési tevékenységek is megjelentek már az ókori görög társadalmakban is. Elég csak Nagy Sándorra, vagy Periklészre hivatkozni, akik a modern felfogás szerint is magas fokú vezetői képességekkel rendelkeztek, sok innovációt valósítottak meg a maguk területén. Részletesebben foglalkozunk azonban az *árupiaci (commodity) iskolával*, ami Polányi központi témája „A nagy átalakulás” megértésében és számunkra is kulcs a marketing és a piacgazdaság kapcsolatának megértésében.

Polányi szerint a *piacgazdaság* olyan rendszer, amelyben a *javak (goods)* az árak közvetítésével vándorolnak az eladóktól a vevőig. A *piaci árak* szabályozzák a javak termelését, ahol az emberek maximális nyereség elérésére törekednek. Az önszabályozó piac biztosítja, hogy az egyenúlyi áron a javak *kínálata egyenlő a javak keresletével*. Ekkor a javak *árukká (commodity)* válnak, azaz olyan tárgyakká, amelyek rendeltetése a piacon történő eladás. Empirikusan definiálva, *a piac az eladók és a vevők tényleges találkozása*. Ezzel még nem lenne semmi baj, ha az áruk megmaradnának ezen javak területén. De nem ez a helyzet, mert az önszabályozó piac a 19. században áruvá változtatta a munkaerőt, a földet és a pénzt.

„De a *munkaerő, a föld és a pénz nyilvánvalóan nem áruk*, így az a posztulátum, hogy mindent, amit vesznek és eladnak, eladásra termelnek, ezekre vonatkozóan a leghatározottabban nem igaz. Más szóval az áru empirikus definíciója szerint ezek nem áruk. A *munka* egyszerűen egy másik megnevezése egy olyan emberi tevékenységnek, amely magával az élettel jár. Nem eladásra termelik, hanem teljesen más okokból, ez a tevékenység nem választható el az élet többi részétől, nem tárolható, és nem mozgatható. A *föld* a természet másik megnevezése csupán, amelyet nem az ember hozott létre. Végül a tényleges *pénz* pusztán a vásárlóerő jelképe, amelyet általában egyáltalán nem termelnek, hanem banktevékenységen vagy az állami pénzügy mechanizmusán keresztül jön létre. Ezek egyikét sem eladásra termelik. A *munkaerő, a föld és a pénz áruként való jellemzése teljességgel fiktív*.” (Polányi: 1997/1944, 93-94 oldal).²⁰

19 „Arra a kérdésre, hogy végérvényesen mi győzheti meg a vállalatokat a társadalmi felelősségvállalás érdemi igazságáról, egyszerű a válasz: ha belátják, hogy a felelősségteljes üzleti működés növeli a profitjukat. Oliviero és Simmons azt állítja, a hatékony társadalmi felelősségvállalási programmal rendelkező vállalatoknál a *megtérülési arány tízéves távon vizsgálva közel 10%-kal magasabb*, mint azoké a cégeké, ahol ilyen program nem működik.” (Jensen: 2014, 97. oldal)

A marketing hagyományos, szűk megfogalmazás szerint a történelemben kialakult kereskedelemmel, az empirikusan definiált javak értékesítésével foglalkozik. A *munkaerő* beszerzésével, a vállalaton belül általában egy másik szervezet, a *humán erőforrás menedzsment* foglalkozik. A *földnek*, mint az állótőke egyik formájának adásvétele szintén nem tartozik a szokásos marketing tevékenységek közé. A *pénz* az, ami azáltal, hogy kereskedelmi tranzakciók tárgya lett és egy külön ágazat, a bankszektor, a biztosítási szektor foglalkozik vele, ahol vállalatok működnek, vált egyértelműen a marketing és a piac tárgyává. Hangsúlyozzuk azonban, miként Polányi is, hogy *empirikus piacok* mindig is működtek, ahol a javak mozgása megtörtént, de ez nem azonos az önszabályozó piac profit által motivált működésével. A *marketing eszköztára*, amit elsősorban a funkcionális és menedzsment marketing gondolati iskolák írnak le, alkalmazható a koordinációs mechanizmusok minden szintjén, a reciprocitástól a központi redisztribúcióig.

A Polányival foglalkozó szakirodalomban Gareth Dale elfogadja a fiktív árukra vonatkozó Polányi tételeket és ellenpontként idézi például Ricardót, aki számonkérte a törvényhozóktól, hogy milyen alapon határozzák meg a munkaerő árát másképpen mint a búza, a hús, vagy a sör árát. (Dale: 2010, 49. oldal). A központi kormányzat munkást támogató beavatkozásában, a szakszervezetek előretörésében, nem rosszat lát, hanem a fiktív áruk visszaváltozását javakká (decomposition). Chris Hann többek között azt emeli ki, hogy Polányi az „*ellenmozgást*” a fiktív áruk esetében nem csak pozitív módon értékeli, hanem felhívja a figyelmet a politikai kockázatokra is. A munkások magasabb bére és jogaik védelme a törvény előtt nem csak a tőkések profitját fenyegeti, hanem a politikai békét is. Ugyanis ez vezetett a fasiszta reakcióhoz, a gazdaság és az alkotmány/kormányzat antidemokratikus ötvözetéhez, amely az európai civilizáció összeomlását idézte elő a huszadik század első felében. (Hann: 2018, 11. oldal).

Erst Langthaler és Elke Schüssler, a kettős mozgást a *ruhaipar globális értékláncai* területén empirikusan vizsgálta a *munkaerő, mint fiktív áru* esetében. A modern kapitalizmus körülményei között elemezték, hogy a fiktív áru miként került ki a társadalom felügyelete alól, azaz lett beágyazatlan (disembedded), majd különböző hatásokra vált ismét beágyazottá (re-embedded). A kutatás során feltárták azt a folyamatot, ahogy a munkaerő, mint a ruhaipari termelés szükségyszerű alkotóeleme, az állam, az üzleti szféra és a civil társadalom dinamikus kölcsönhatása révén egy komplex összekuszálódás (entanglement) során ment át a különböző állapotokon. Az irodalmi megalapozásban Wallerstein (1983) és Block-Somers (2014) munkáira hivatkoznak, akik szintén elfogadják Polányi itt tárgyalt fiktív áruk elméletét.

20 „But *labor, land, and money are obviously not commodities*; the postulate that anything that is bought and sold must have been produced for sale is emphatically untrue in regard to them. In other words, according to the empirical definition of a commodity they are not commodities. *Labor* is only another name for a human activity which goes with life itself, which in its turn is not produced for sale but for entirely different reasons, nor can that activity be detached from the rest of life, be stored or mobilized; *land* is only another name for nature, which is not produced by man; *actual money*, finally, is merely a token of purchasing power which, as a rule, is not produced at all, but comes into being through the mechanism of banking or state finance. None of them is produced for sale. *The commodity description of labor, land, and money is entirely fictitious.*” (Polányi:2001, p. 75-76)

4. Gazdasági rendszerek (kapitalizmus/szocializmus) harca piaci szemüvegen át

Polányi Károly talán leghíresebb és sokak által vitatott állítása „A nagy átalakulásban” a következő két mondat: „Tézisünk az, hogy az *önnszabályozó piac* eszméje magába foglalt egy merev *utópiát*. Ilyen intézmény egy pillanatig sem létezhetett volna a társadalom emberi és természeti szubsztanciájának megsemmisítése nélkül; az embert fizikailag tette volna tönkre, környezetét pedig pusztasággá változtatta volna.” (Polányi: 1997, 8. old.)²¹ A társadalom azonban védekezett, azaz érvényesült Polányi ún. visszahatás (counter movement) elmélete, de ezáltal károsult a piaci önszabályozás, és egy új piaci rendszer jött létre. Ennyiben utópia az önszabályozó piac elmélete, mert tiszta formájában sohasem jöhet létre, miközben alkalmas arra, hogy széttzillessze a társadalmi rendszert. Ez a két mondat annyira meghatározó, hogy két világhírű Polányi kutató, „A piaci fundamentalizmus hatalma – Polányi Károly kritikája” című munkájukban azt állítják, hogy a könyvük nem más, mint ennek a két mondatnak a megmagyarázására tett erőfeszítés. (Block-Somers: 2014, 13. old.)

A korábban említett Joseph Stiglitzhez hasonlóan foglalt állást a globális fejlődést illetően a Harvard Egyetem professzora, Dani Rodrik²² is 2019. május 3-án, Bécsben „Karl Polányi és a globalizáció téves irányzata” címmel tartott előadásában. Az előadás összefoglalóját érdemes teljes terjedelmében is idézni.

„A globalizáció rossz irányt vett, amikor figyelmen kívül hagyta Polányi központi gondolatát, hogy a piacokat az intézményrendszerbe kell beágyazni, mind a hatásosság mind a törvényesség szempontjából. A Bretton Woods típusú globalizáció a 2. világháborút követő évtizedekben „polányias” volt abban az értelemben, hogy nem kérdőjelezte meg a nemzetgazdasági irányítás és szabályozás központi szerepét. Egy életképes globalizáció megvalósítása megköveteli, hogy visszatérjünk ehhez a központi gondolathoz, jóllehet nem valószínű, hogy az eredmények sokban hasonlítanak majd a Bretton Woods rendszerhez.” (Rodrik: 2019)

Polányi egész életútja során hű maradt szocialista eszméihez, miként azt korábban bemutattuk, de tudományos munkásságában ez nem vezetett ideologikus „elhajláshoz”. Talán a kutatói erkölcsi imperatívusz vezette arra, hogy életének utolsó 20 évében a történelmi kutatáshoz, antropológiához forduljon, ahol az intézményrendszereket, kiemelten a kereskedelmet és a piacot kutatta és nem bonyolódott bele aktuálpolitikai kérdések (amelyek a tágabb családja életét is bőven áthatották a hideg-háborús korszakban) elemzésébe. Az elmúlt 75 év azonban megkívánja, hogy szintén

21 „Our thesis is that the idea of a self-adjusting market implied a stark Utopia. Such an institution could not exist for any length of time without annihilating the human and natural substance of society; it would have physically destroyed man and transformed his surroundings into a wilderness.” (Polányi: 2001, 3)

22 Dani Rodrik (2019): „Karl Polanyi and Globalization’s Wrong Turn”, Abstract: Globalization took a wrong turn when it overlooked Polanyi’s central insight that markets need to be embedded in institutions, both for effectiveness and legitimacy. The brief period of Bretton Woods-style globalization in the decades following World War II was more Polanyiesque in so far it did not question the centrality of national economic management and regulation. Constructing a viable globalization will require going back to that central insight, though the results are unlikely to look much like the Bretton Woods regime. Source: <https://www.iwm.at/events/event/karl-polanyi-and-globalizations-wrong-turn/> downloaded 2nd November, 2019

csak „madártávlatból”, egyrészt ránézzünk arra, hogy a szocialista-kapitalista dichotómia rendszerelméleti szempontból megállja-e a helyét, másrészt, hogy a világ legnépesebb és várhatóan legnagyobb gazdasági hatalma, Kína milyen intézményrendszer révén jutott oda, ahol ma van.

4.1 Kornai rendszerparadigma koncepciója

A tanulmány korábbi fejezeteiben többször is utaltunk arra, hogy Polányi Károly könyveiből és a követők munkásságából kirajzolódik egy probléma, jelenség vagy fogalom csoport, sajátos szóhasználat. Ma már elegendő tapasztalat gyűlt össze, hogy megállapítsuk: Polányi Károly munkássága *paradigma váltást idézett* elő a gazdaságtörténetben és a gazdaságantropológiában. Sokan vannak, akik ugyanazt a nyelvet beszélik, ugyanazt a társadalmi, gazdasági problémát akarják megoldani és ugyanolyan módszerekkel dolgoznak. Ezek nem mindig tudnak egymásról, ami nem szükségszerű feltétele a paradigmaváltásnak. (Lásd például David Korten nézeteit a vállalatok, a tőke túlzott szerepéről, vagy a marketing gondolkodás egyes történeti iskoláinak egybeesését Polányi kereskedelem elméletével.)

Magyarország elmúlt 70 éves gazdasági rendszerének legalaposabb kutatója Kornai János, aki ebben a turbulens, átmeneti időszakban vált a pozitívista, leíró gazdaságtudat, a gazdasági rendszerelmélet és az intézményi közgazdaságtan nemzetközileg elismert szakértőjévé. A szocialista rendszer túlzott központosításának kritikája után, a polgári közgazdaságtan fő áramlatával (egyensúlyelmélet) vitatkozva, a létező szocialista gazdaság alapos leírását adva, a posztoszocialista országok átalakulási tapasztalataira támaszkodva jutott arra az álláspontra, hogy át kell értékelni a kapitalista és a szocialista (kommunista) rendszerek fogalmát. A *rendszerparadigma* néven 2000-ben megfogalmazott nézeteit felülvizsgálta 2016-ban és a posztoszocialista régió tapasztalatai alapján kiegészítette és új megvilágításba helyezte (Kornai:2016).

5. táblázat Elsődleges és másodlagos rendszerjellemzők a kapitalista és a szocialista rendszerben

Rendszerjellemzők	Kapitalista rendszer	Szocialista rendszer
Elsődleges		
1. A tulajdon domináns formája	Magántulajdon	Állami tulajdon
2. A domináns koordinációs mechanizmus	Piaci koordináció	Bürokratikus koordináció
Másodlagos		
3. Az áruk és szolgáltatások piacának domináns állapota	Többségtudás, azaz a vevők piaca	Hiánygazdaság, azaz az eladók piaca
4. Munkaerőpiac	Munkaerőtöbblet	Munkaerőhiány
5. Műszaki haladás; forradalmi innováció születése	Gyors Gyakori	Lassú Ritka
6. Jövedelem egyenlőtlenség	Magas	Alacsony
7. Költségvetési korlát	Kemény	Puha
8. A korrupciót melyik piaci oldal kezdeményezi?	Az eladó	A vevő

Forrás: Kornai:2016, 553. oldal alapján saját szerkesztés

Kétféle tipológiát vizsgált: a *nagy rendszerek* megkülönböztetésére a kapitalizmust és a szocializmust, míg a *kormányzati formát* illetően a demokráciát, autokráciát és a diktatúrát különböztette meg. Az első vonatkozik továbbra is a gazdasági rendszerre, míg a második a politikai berendezkedésre. Ezen a módon kezelni tudja azt a problémát, hogy a kommunista Kína kapitalista rendszerként működik, miközben a politikai-kormányzati formája megmaradt a diktatúránál. A kapitalizmus így módon továbbra is szükséges, de már nem elégséges feltétele a demokráciának (Kornai: 2016, 569. oldal). Témánk szempontjából a „nagy rendszerekre” koncentrálunk, amelyek leírására Kornai a 3. táblázatban bemutatott elsődleges és másodlagos rendszerjellemzőket használta.

A 3. táblázatban vastag betűvel szedtük azt a négy jellemzőt, amelyek véleményünk szerint megfeleltethetők Polányi Károly megközelítésének. Az elsődleges rendszerjellemzők között szerepel a *piaci és a bürokratikus koordináció*, ahol az utóbbi azonos a Polányi által *redistribúciónak* nevezett formával. Kornai (1983) munkája még további két koordinációs mechanizmust is tartalmaz (etikai és katonai koordináció), de ezeket kisebb jelentőségük miatt később elhagyta. A *reciprocitás* nem jelenik meg Kornainál külön kategóriaként, viszont tartalmát tekintve ide is sorolható a *korruptió*, a valamit valamiért (quid pro quo) csere egyik formája. Ezt támasztja alá Polányi által a primitív, archaikus társadalmakban megfigyelt termék és szolgáltatás mozgás.

A harmadik és a negyedik rendszerjellemző, ahol Polányi és Kornai összhangban van, a *munkaerőpiac és a jövedelem egyenlőtlenség*. Konceptuális, spekulatív vagy szubsztantív, kvalitatív elméletként is címkézhető Kornai rendszerleírása, amely empirikus, kvantitatív és történeti megalapozást igényel. Egy ilyen vizsgálat alapján Kornai arra a megállapításra jutott, hogy csupán két ország (Észak-Korea és Kuba) felel meg a szocialista rendszer követelményeinek. Ebből a szempontból Kornai nagy jelentőséget tulajdonít az elsődleges *tulajdonviszonyoknak*, amelyekkel Polányi kevésbé foglalkozik, amit több kritikusa is szóvá tesz (például Dale:2010, illetve Szentes:1976). Nem foglalkozunk jelenleg a tulajdonviszonyokkal, de megjegyezzük, hogy a Polányi által kevésbé vizsgált témát, Polányi szellemében és Kornaival is vitatkozva, nagyon alaposan érinti Chris Hann legújabb könyvében, amelynek címe „Polányi hazatelepítése: Piaci társadalom a Visegrádi országokban” (Hann:2019)²³

A rendszerparadigma újra-fogalmazásában Kornai, aki a fennálló piacgazdaság elkötelezett híve, annak minden negatív társadalmi következményei ellenére (Hann:2019), eljut a „nagy rendszerek” és a „politikai kormányzati formák” szükségszerű szétválasztásához. Polányi ugyanerre a felismerésre jutott történeti, konceptuális megfigyelései alapján. „Az önszabályozó piac nem kevesebbet követel, mint a társadalom intézményes szétválasztását *gazdasági és politikai szférára*. Ez a dichotómia valójában csak úrafogalmazása az önszabályozó piac létezésének a társadalom, mint egész szempontjából.” (Polányi:1997/1944, 92. oldal)²⁴. A következtetések azonban ellentétesek, a szocializmust mint rendszert, Polányi sohasem szűkítette le a gazdasági jellemzőkre.

23 „Hann’s analyses are based primary on his own ethnographic investigation in Hungary and southeast Poland. They are pertinent to the rise of neo-nationalism in those countries, which is theorized as a malign counter-movement to the domination of the market. At another level, Hann’s adaptation of Polanyi’s social philosophy points beyond current political turbulence to an original concept of „social Eurasia”. (Hann:2019, Repatriating Polanyi – Market Society in the Visegrad States, text from blurb)

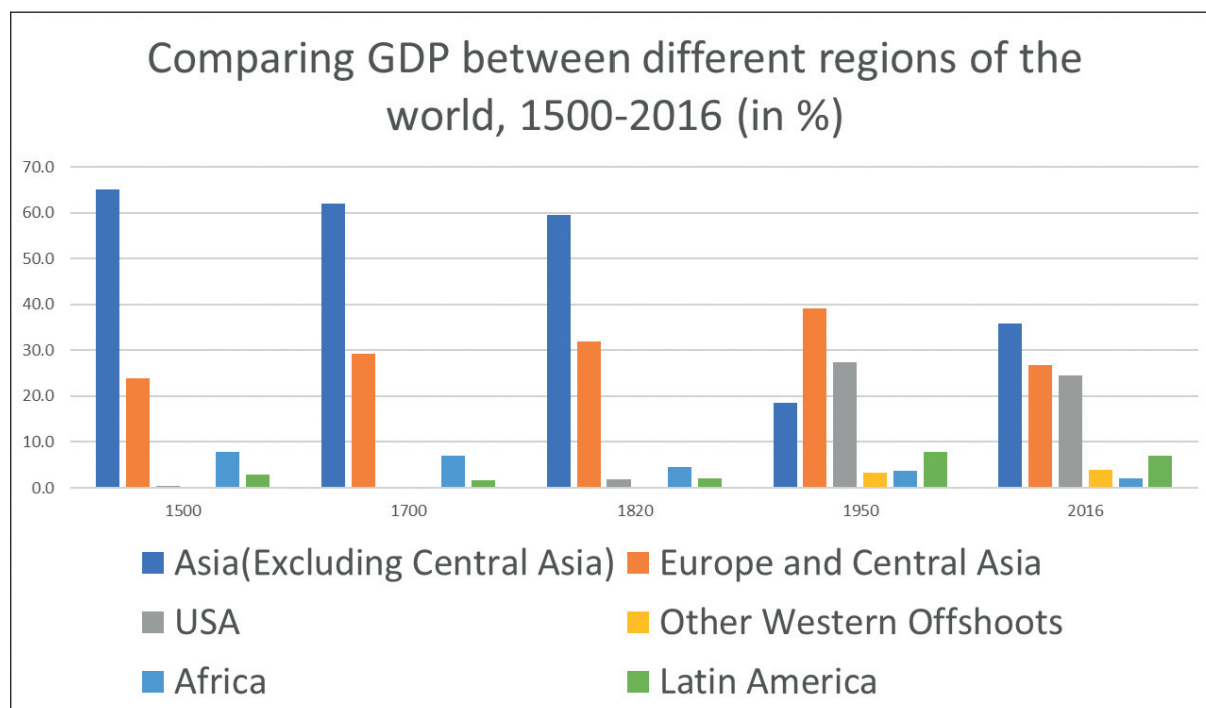
24 „A self-regulating market demands nothing less than the institutional separation of society into an economic and a political sphere. Such a dichotomy is, in effect, merely the restatement, from the point of view of society as a whole, of the existence of a self-regulating market.” (Polanyi:2001, p. 74)

A létező szocialista rendszerben Magyarországon a piaci mechanizmus, a marketing fejletlen volt. A rendszer általában is kevésbé volt alkalmas az innovatív ötletek megvalósítására, mint a kapitalista rendszer. A gyógyszeriparban több olyan originális hatóanyag kifejlesztése történt, amelyből éppen a marketing képességek hiánya miatt nem lett siker. A *Rubik kocka* is annak köszönheti világhírnevét, hogy egy külföldi, kapitalista vállalat vette kézbe a marketingstratégiát és képes volt globális márkát építeni, illetve ennek megfelelő értékesítési, kereskedelmi, készletelési rendszert kialakítani, hogy a termék mindenütt elérhető legyen.

4.2 Kína gazdasági, piaci fejlődése Polányi szempontjából nézve

Polányi az európai viszonyokat globálisan vizsgálva több helyen is rámutat arra, hogy az ázsiai országok, különösen Kína gazdasági ereje, potenciálja a középkorban messze meghaladta Európát. Konkrét statisztikákkal nem szolgált, inkább kvalitatív becslésekre, forrásokra hivatkozott. Egy Hollandiában élő angol gazdaságtörténésznek köszönhetően (Angus Maddison, aki hosszútávú kvantitatív makrogazdaságtörténeti folyamatokkal foglalkozott), ma már pontosabb képünk van arról, hogy az elmúlt évszázadokban miként alakult az egyes földrészek GDP-ben becsült gazdasági teljesítménye. Az 1. ábra szemléletesen mutatja, hogy 1820 után milyen drámai változások következtek be a világban, amelynek eredményeként 1950-re, két világháború után, Európa és az USA emelkedett ki, míg Ázsia és Afrika visszaesett. Ezek az adatok „bizonyító” erővel is hatottak arra, hogy a kapitalista piacgazdaság az elmúlt másfél évszázadban fölényben volt más rendszerekkel szemben. Ezt Polányi is mindig elismerte, de a társadalmi következményeit, az egyenlőtlenséget túl magas árnak tartotta érte. Az elmúlt 50 év viszont egy új trendet mutat, legalábbis Ázsia vonatkozásában, míg Afrika továbbra is stagnál, a lakosságszám növekedése ellenére.

1. ábra Ázsia a 17. század után ismét a világ kereskedelmi központjává válik
Angus Madison Data Website (2018)



Kína gazdasági fellendülésének titkát sokan próbálják megfejteni, részben abból a szempontból is, hogy történelmi távlatból nézve meddig lehet sikeres egy ilyen kommunista rendszer. Ahhoz, hogy elfogultság nélkül megértsük az ottani folyamatokat, célszerű a „bennlakó”, de a nyugati közgazdasági tudással is felvértezett közgazdászokhoz fordulni. Ilyen Xu Chenggang, akinek 2011-ben megjelent tanulmánya (Xu:2011) az intézményrendszer sajátosságára helyezi a hangsúlyt. Véleménye szerint a kínai „*Regionálisan Decentralizált Autoriter*” (RDA) rendszer adja a magyarázatot a hosszan tartó gazdasági sikerre.

A kínai politikai rendszer „autoriter” megnevezése valószínűleg nem mindenki számára elfogadható, akik a nyugati demokrácia megsértése miatt sokkal inkább a diktatúra megnevezést használják (Kornai: 2016, és Kornai:2019). Viszont a regionálisan decentralizált döntéshozatali mechanizmus leírása valószínűleg a sokak által elfogadható magyarázatot adja, amely összhangban van Polányi Károly tapasztalataival is. A középkori és archaikus társadalmakban is fellelhető volt a központosítás mellett az alárendeltek, kisebb régiók, sőt legyőzött vazallusok viszonylagos önállósága, felelőssége, versenyhelyzete. Dahomey királyságáról írja: „...csodálatot kelt az a mód, ahogyan a szélsőségesen központosított hivatalnokszerkezetet összeegyeztették a lokális élet szabadságával és autonómiájával.” (Polányi: 1972, 59. oldal)

A Xu által adott leírás legalább két olyan ethoszt is feltételez, amely Európában is visszhangra talál. Egyrészt a *szubszidiaritás elvét*, amely szerint a döntéseket ott kell meghozni, ahol az információk leginkább rendelkezésre állnak. Ennek egyik megközelítése a regionalizmus, ami a városokból, megyékből, tartományokból felépülő hierarchikus rendszer. Másrészt a *verseny érvényesülését* ezeken a szinteken, különböző indikátorok alapján, amelyek között a gazdasági mutatók vezető szerepet játszottak, és a politikai megbízhatóság ugyan szükséges, de nem elégséges feltétele a sikernek. Egy másik kínai szakértő, *Andrew Sheng* (az ő 2019. februárban, a Budapesti Corvinus Egyetemen tartott előadásából származik az 1. ábra), „Nagy átalakulás: 2.0” címmel tartott előadásában teljes mértékben azonosul Polányi gondolataival és annak aktualizálásával is magyarázza a globális átalakulást, Kína előretörését.

Kínában, az ideológiai szempontból zavaros, vörösgárdistáktól sújtott késő Mao Ce-tung korszak után Teng Hsziao-ping volt az, aki megreformálta az országot. (Vogel:2018)²⁵. Nagy átalakítást hajtott végre minden területen. A polgárháborús állapotokkal szemben egy „békés” időszak köszöntött Kínára 1975-től kezdődően. A kereskedelem fejlődésének kedvezett a béke, miként a 19. században Európában. De mint már az ókorban is megtapasztalhattuk, ez az időszak sem volt mentes helyi háborúktól, a hegemon szerep megszerzése, vagy megtartása érdekében. Polányi (1984) részletesen leírja Athén és Spárta, a perzsák és az egyiptomiak és más városállamok ismétlődő háborúit, a királyok, zsarnokok vagy „demokraták” szerepét, Nagy Sándortól Periklészig, miközben a kereskedelem fejlesztése, a piacok működése a tartós békén alapszik.

„1987 márciusában a kameruni elnökkel, Paul Biyával folytatott tárgyalásain Teng kijelentette, hogy egy *politikai rendszer akkor egészséges*, ha hozzájárul a társadalmi stabilitáshoz, a nemzeti

25 Teng Hsziao-ping (1904-1997) élete bővelkedett változatos eseményekben. Az első világháború után, 16 évesen, 1920-ban került Franciaországba, ahol egy speciális, gyakorlat-orientált (ma úgy mondanánk, hogy duális képzésben) vett volna részt a francia kormány ösztöndíjával 4000 más társával együtt. A program megfeneklett, de Teng hét évet töltött Európában (Moszkvában is), bekapcsolódott a Kínai Kommunista Párt munkájába és az életét végig kísérő ismeretségre tett szert Kína 20. századi történelmét meghatározó politikai személyiségekkel (Csu En-laj, Mao Ce-tung stb.). Itt tanult meg keményen dolgozni, az érdekeit érvényesíteni, miközben az eszméiért vállalta a megaláztatást is, de tudását a kínai nemzet érdekében állítva újra és újra talpra tudott állni. 86 évesen vonult vissza a tényleges politikai vezetésből. (Vogel: 2018)

egységhez, a magasabb életszínvonalhoz és a termelőerők folyamatos fejlődéséhez.” (Vogel: 2018, 603. old.) Ez az általános törekvés azonban Tenget sem tántorította el attól, hogy 1979-ben, alig néhány évvel az amerikai-vietnámi háború után, egy 30 napos villámháborúban megtámadja a kommunista Vietnámot és megállítsa a szovjet-vietnámi terjeszkedést Dél-Kelet Ázsiában. Ugyanaz a Teng, aki nyugati mintára elindította a piacgazdasági nyitást, (amely mára, mint láttuk, kapitalista gazdasági rendszert eredményezett), hozzájárult ahhoz, hogy 1989-ben brutálisan vérbe fojtsák Pekingben az ifjúság demokratizálódási törekvéseit. *Paradox módon*, a kínaiak szenvedése a vörös gárdisták atrocitásaitól, kedvezett Teng gazdaságliberalizálási és politikai törekvéseinek. A lakosság nyugalomra, rendre vágyott, a szabadságjogok nyugati felfogás szerinti megsértése nem érintette őket oly módon, mint az angol befolyás alatt szocializálódott Hong Kong esetében manapság tapasztaljuk.

A nagy kínai fejlődést megelőzően az un. *ázsiai kistigrisek* is bizonyították az európai utat nem mindenben (különösen nem a demokrácia vonatkozásában) követő stratégiák eredményességét. Ennek egyik példája Szingapúr, amely 1991-ben a 30 éves gazdaságfejlesztési stratégiája középpontjába helyezte az oktatást és a kutatást, miközben az autoriter (autokrata) politikai rendszer nem felel meg a nyugat-európai ízlésnek (Magasházi: 2018). Az oktatási intézmények minden szinten, az alapoktatástól a felsőoktatásig a világ élmezőnyébe tartoznak (lásd a Világ-gazdasági Fórum aktuális rangsorait) és közben a vállalatok is sikeresen tagozódtak be a nemzetközi hálózatokba (Yeung: 2016).

Hszi Csin-ping, a Kínai Kommunista Párt főtitkára hivatalba lépése után nem sokkal, 2013-ban meghirdette az „Egy Övezet, Egy Út” („One Belt, One Road” Initiative – OBOR) kezdeményezést. Az évszázad közepére várható gazdasági fölény, globális vezető pozíció olyan új stratégiát követel, amely a következő 100 évre határozza meg Kína globális szerepét, kereskedelmi kapcsolatait. A középkorban nagy forgalmat bonyolító „selyem út” mintájára tervezik a kereskedelmet a szárazföldön és az óceánon, döntően Euráziában, de Afrikával is összekötve. A kereskedelemben Polányi szerint fontos szerepet játszó *szállítási utak* biztosítása áll a törekvés középpontjában, amelynek sajátos *személyzet* felel meg. Ahhoz, hogy mindez békés úton valósuljon meg, politikai erő felmutatására is szükség van.

Hszi 2019-ben az alkotmányba foglaltatta, hogy ezt a pozíciót az élete végéig is be lehet tölteni. Mao Ce-tung óta 10 évnél tovább senki sem töltötte be a főtitkári posztot. A személyi kultusz időszakára emlékeztető törvénymódosítás egy tudatos stratégia része, amely a kommunista ideológia és a kommunista párt vezető szerepének a megőrzésére törekszik a 21. században. A kommunizmussal korábban összeegyeztethetetlennek képzelt kapitalizmus, valószínűleg a nyugati demokratikus értékek terjedése következtében, rombolóan hat a kommunizmus eszméire. Ez elleni védekezésként, újra pártbizottságok alakulnának a vállalatoknál, akiknek a régi „komisszárok” mintájára, beleszólásuk lenne a döntésekbe. Ez a helyzet, valamint ennek lehetséges további pesszimista következményei készítették arra Kornai Jánost²⁶, hogy tőle szokatlan módon hevesen ítélje el a kínai rezsimet és egyfajta „elszigetelést” (containment) javasoljon a világ számára.

26 Néhány mondat a Financial Times-ből: “The leaders of modern China won’t be satisfied with turning their country into one of the leading powers of the multipolar world. Their aim is to become the hegemonic leader of the globe.” – “Chilling changes are taking place inside China. Former leader Deng Xiaoping sidestepped the question of capitalism versus communism, saying: “It does not matter if the cat is black or white so long as it catches mice.” But it does matter to China’s present leader, Xi Jinping. He wants China to return to the classic communist system. His style is reminiscent of Stalinist times.” Kornai:2019

5. Társadalmi szempontból kiemelt szolgáltatási területek és a piaci tudás alkalmazása

A kereskedelem és kimondottan a nemzetközi kereskedelem az ókori, primitív és archaikus társadalmakban *sajátos javakra* terjedt ki. Évezredekig a *mezőgazdasági termékek* alkották a kereskedelem döntő részét. Az ipari forradalom hozta előtérbe a 19. században az *ipari termékeket*, amelyek szállítása, raktározása, tárolása globális méretekben zajlott. A 20. század végére a *szolgáltatások* adják a fejlett országok által megtermelt GDP nagyobb részét, miközben ezek a javak (egészségügy, oktatás, kereskedelem, kultúra, szállítás, kormányzati tevékenység stb.) kevésbé kapcsolódtak be a nemzetközi kereskedelembe. Ennek három okát emeljük ki. Először is azt, hogy a szolgáltatások nagy mértékben *helyhez kötöttek*, egy adott földrajzi körzetben lakók igényeit elégítik ki. Másodszor azt, hogy ezen javak jelentős része *közjószág*, nem árú, amit a piacon lehet adni és venni. Harmadszor a szolgáltatások *nem tárolhatók, szállíthatók*, így kereskedésük nem úgy történik, mint az ipari termékeké. Ezek a tulajdonságok azonban változnak, változhatnak, a korszerű logisztikai, informatikai, technológiai rendszerek révén, másrészt a fogyasztók is változnak. Ennek illusztrálására két olyan sajátos szolgáltatást emelünk ki (*felsőoktatás és kultúra*), ahol hagyományosan nem a piaci kereskedelem, hanem a redistribúció révén valósult meg a szolgáltatások eljuttatása a végső felhasználókhoz. Ennek megváltozása *piaci orientációt* kíván a szereplőktől, és magas szintű piaci tudást, piaci intelligenciát feltételez. Mielőtt a szolgáltatásokra rátérnénk, tegyünk egy kis kitérőt a tudás területére.

5.1 Tudás és tudományos megközelítés: Polányi Mihály

A tudás mint jószág, áruként való megjelenése a 21. században, az információs korszakban, jó alkalmat teremt arra, hogy bekapcsoljuk az elemzésbe Polányi Károly testvérét Polányi Mihályt. A nevéhez fűződő „rejtett” tudás elmélet, a dolgok megértéséről (comprehension), és a tudás átadásáról szól és azt fogalmazza meg, hogy az ember lényegesen többet tud, mint amit formálisan át tud adni másoknak, más szóval az explicit tudás csak a jéghegy csúcsa az implicit tudáshoz képest. Ennek két kapcsolódása is van Polányi Károlyhoz. *Egyrészt* a szubsztantív (lényeglátó) és a formális (módszertani) tudományos megközelítés megkülönböztetéséhez szolgál adalékkul. Polányi Károly előszeretettel alkalmazott szubsztantív megközelítéseket a Nagy átalakulás című könyvében. *Másrészt* a tudás a 21. században egyre inkább árucikké válik, piaci csere tárgya lesz, amely során részben elválik az explicit és az implicit tudás. Míg az explicit tudást az akadémiai szférában szakcikkekben, könyvekben lehet piacositani, addig az implicit tudás megszerzése magának az embernek, aki hordozója a tudásnak, a megvételét jelenti. Ebből a szempontból élesen elválik a hagyományos üzleti szektor, ahol a menedzsereket adják-veszik, az egyetemi, kutató szektortól, ahol a szellemi terméket a szerzőtől elidegenítve is lehet értékesíteni.

Polányi Mihály lényeges megállapítást tesz a fizika, kémia valamint a mérnöki tudomány eltérő kérdésfeltevéséről. „A fizikai és a kémiai tankönyvek nem foglalkoznak azzal, hogy a gépek *mi-lyen célt* szolgálnak. A *mérnöki tudomány* viszont nagyon bőségesen foglalkozik olyan célokkal,

mint a kommunikáció, helyváltoztatás, fűtés, világítás, fonás, szövés és ezernyi más iparcikk. A mérnöki tudománynak foglalkoznia kell a gépek számtalan *célkitűzésével* (*purpose*) és azzal, hogy ezt miként tudja megvalósítani, míg a fizikának, kémiának nem.” (Polányi M.: 1959, 48. oldal)²⁷ Hasonló különbségtétel tehető a gazdaságtudományban is. A közgazdasági tudomány a fizikának és kémiának feleltethető meg, míg a mérnöki tudományt az üzleti, gazdálkodási tudományok, mint a marketing jelenítik meg. Ez utóbbiak – szemben az elméleti közgazdaságtannal – foglalkoznak közvetlenül az intézmények, a vállalatok célkitűzéseivel, valamint annak számtalan megvalósítási eszközével. Egy más logika alapján az alap- és az alkalmazott tudomány megkülönböztetésére kaptunk újabb szempontot.

Polányi Mihály egy egyetemi felkérésre tartott előadássorozatában a rejtett tudásról már meglévő elméletének a keletkezéstörténetét foglalta össze, amelynek „Az ember tanulmányozása” címet adta. Az első két előadás az ember önismeretéről és az élettelen és élő rendszerekről meglévő tudásunk hasonlóságáról szólt. „Az a helyzet amire ezen előadások alapján jutottam ellentmond minden szakadást feltételező elképzelésnek a természet és az ember tanulmányozása között.” Polányi M (1959, p. 72)²⁸

A harmadik előadása *a történelem megértése* címet viselte és azt kívánta bizonyítani, hogy a természettudományos megismerés logikája hasonló a társadalomtudományi, jelesen a történettudományi tudásszerzéshez. Az emberi döntések legfontosabb példáit a történészek rögzítik. Ezen döntések egyben „világhírű történelmi személyiségek”, mint Nagy Sándor, Augustus császár, Cromwell, Bismarck stb. cselekedetei. Filozófusok, nagy költők, festők, úttörők a tudományban, nemes célokat szolgálnak, hosszútávon befolyásosak lehetnek, de a *politikai tettek* azok, amelyek befolyásolják a *fennálló hatalmi viszonyokat*.

Polányi Mihály véleménye szerint a 19. század végére vált uralkodóvá az a filozófiai nézet, hogy a humán tudományok, és különösen a történelem, más módszerekkel kutatandó, mint a természettudomány. Meghatározó történészek állították, hogy a történelmi események *egyediek* (uniqueness), míg a természettudományok által vizsgált események *ismétlődők* (repetitiveness). Ennek elfogadása vezetett a történettudomány kivonulásához („secession”) a természettudományok fennhatósága alól. Ezzel ő nem ért egyet, „mert minden tudás megértésen alapszik és ebből következően a tudás a létezés minden szintjén hasonló.” (Polányi M.:1959, 73. oldal)²⁹. Hitvallása szerint a tudás fokozatosan (graduálisan) épül fel, az élettelen elemektől az élő szervezetekig, az embertől a társadalomig, miközben a megértés egyre bonyolultabbá (komplexbbé) válik és *küszöbértékeket* (threshold) kell átlépni amikor eljut a humán tudományokhoz. Szemléletesen mutatja be, Napóleon példáján, hogy a *történetíróinak személyisége*, kora, társadalmi hovatartozása, attitűdje, politikai beállítottsága (Polányi Károly terminológiájával beágyazottsága) milyen mértékben befolyásolta a császár pozitív vagy negatív megítélését.

27 „The textbooks of *physics and chemistry do not deal with the purposes* served by machines. But the science of engineering speaks at length of these purposes, such as communication, locomotion, heating, lighting, spinning, weaving and hundreds of other manufactures. Hence engineering can deal also with the way in which these purposes are achieved by the aid of machines, while physics and chemistry can form no conception of them.” p. 48

28 „The position at which I have arrived in the previous two lectures denies any discontinuity between the study of nature and the study of man.” (Polányi M.:1959, p.72)

29 „It claims that all knowledge rests on understanding, and that in this sense knowledge is of the same kind at all levels of existence.” (Polányi M.:1959, p. 73)

Egyidejűleg amellel érvel, hogy *Napóleon történelmi szerepének a megítélése*, amely kétségtelenül a történelemtudomány tárgya, ismeretelméleti szempontból mennyire hasonló az *egyetemes tömegvonzás* (universal gravitation) felfedezéséhez, amely egy matematikai elmélet és a teljesen absztrakt tudományos ismeret ideális példája. A történész és a fizikus kíváncsisága, a témában való elmélyedése, az apró tények megfigyelése, elköteleződése nagyon hasonló. Van különbség abban – és persze sok más jellemzőben is – hogy a két terület miként viszonylik az elmülethez és az eseményekhez. A fizika az *elméletet*, míg a történettudomány az *eseményeket* helyezi előtérbe. Csak az embertől várható el a *felelősségvállalás*, a morális megfelelés, más élőlényektől, tárgytól nem. Ez azonban nem teszi elfogadhatóvá a két tudományterület módszertani szempontból történő oly mértékű szétválasztását, mint ami korunkra jellemző.

Polányi Károly és Polányi Mihály kapcsolata szakmai szempontból is értékelhető, mind politikai, mind elméleti gazdasági vonatkozásban. Az Osztrák-Magyar Monarchiába születve, egyfajta zsidó-keresztény etika is összekapcsolta őket, miközben egészen másképp vélekedtek a modern kapitalizmus történelmi szerepéről, vagy a szovjet totalitarizmusról. Mindezekről alapos áttekintést nyújt Nagy J Endre könyve, amelynek a címe is árulkodó: *Keserédes testvériség*. A két testvér vitája egyben a periférián, vagy félperiférián élő értelmiség vitája, többek között arról is szól, hogy a felzárkózás egy csapásra (mint a „kozopoliták” mondják), vagy fokozatosan (a nemzeti tradíciókat fenntartva) történjen (Nagy J. E.:2018).³⁰ Ez a dilemma minden nagy történelmi átalakulás kísérő jelensége, az 1848-as forradalomtól, az 1867-es kiegyezésen át a két világháborút követő időszakokig, miként a rendszerváltás után, a 90-es években volt Magyarországon.

5.2. A felsőoktatás piacosítása – a Budapesti Corvinus Egyetem példája

A gazdasági felzárkózás mindenki által vallott egyik kulcs kérdése az oktatás és azon belül a *felsőoktatás fejlesztése*, ahol a tudás Polányi Mihály által kategorizált különböző területeinek „termelése” folyik. A tudomány definíció szerint nemzetközi, globális, miközben a felsőoktatási intézmény, az oktatás – mint szolgáltatás – általában nemzeti szinten zajlik. Újabban azonban hazánkban is elindult egy „piacosítási” törekvés, amely első látványos megnyilvánulása az volt, hogy a *Budapesti Corvinus Egyetem 2019. július 1-től átalakult alapítványi működtetésű egyetemé* és kikerült az állam közvetlen irányítása alól. Ez adta az ötletet, hogy röviden felvázolva az egyetemek és a magyar felsőoktatás helyzetét, Polányi alapján véleményt formáljunk a *felsőoktatás mintország áruvá válásáról*, az alkalmazott *koordinációs mechanizmusról*.

A felsőoktatást az ókortól kezdve a középkoron át folyamatosan jellemezte a *verseny*, amelynek Európában a Bolognai Egyetem mintájára megalakult intézmények sora kívánt megfelelni, azáltal, hogy a leghíresebb tudósokat igyekeztek falaik közé vonzani. Működésüket az állam, a királyság, vagy az egyház biztosította, a tanárokat és a személyzetet a *statusuk* alapján fizették.

30 „De az átvétel, az adott ország környezetével való megfelelés vagy nem megfelelés problémája először azokban a periférikus és fél-periférikus országokban merült fel, amelyekben a nyugati országok fejlett kapitalizmusa és polgári társadalma kihívásként jelent meg; Magyarország is ezekhez tartozott a XIX. század első felében. A periférikus és félperiférikus térségek értelmisége, mélyen átélve országa megkésetttségét és elmaradottságát, életének belső értelmévé tette azt az *etikai maximát*, hogy neki a hivatása országát az elmaradottságból kiemelni.” (Nagy J. Endre:2018, 15. oldala)

Így volt ez Magyarország első egyeteme a Nagy Lajos király által 1367-ben alapított és rövid életet élt Pécsi Egyetem esetében is. A 19. században, a liberális kapitalizmus korszakában, a humboldti eszme alapján, Európában továbbra is az állam volt a fő finanszírozó és a professzorok nagyfokú *autonómiával* rendelkeztek. Észak-Amerikában viszont megindult egy másik irányzat is, amelynek keretében magán egyetemek jöttek létre, alapítványok által is finanszírozva. A 20. század második felére a piaci mechanizmusokkal átszőtt amerikai felsőoktatás vezető szerepre tett szert a világban, mindenkinek azt üzenve, hogy a liberális önszabályozó piacgazdaságban a felsőoktatás is akkor sikeres, ha hasonló működési szabályok vonatkoznak rá.

A *piaci verseny az európai/ázsiai felsőoktatásban* is kezd kibontakozni, részben a piaci viszonyok fokozatos diffúziója miatt, részben a „fenntartó intézmény”, vagy az állam magasabb elvárásainak való megfelelés miatt. Ennek egyik fontos területe az *egyetemi rangsorok* képzése. A két globális vezető ország, az USA és Kína ezen a területen is élen jár. Az USA-ban a magán egyetemek magas tandíjai már 30 éve arra késztették a felsőoktatási intézményeket, hogy a hallgatókért folytatott versenyben, piaci eszközökhöz forduljanak és a magas tandíjat (árat) a legjobb egyetemek (Harvard, Stanford stb.) ligájába való tartozással igazolják a hallgatók és szüleik számára. (Times Higher Education-THE, US News stb.) Kínában 15 évvel ezelőtt ismerték fel, hogy az országon belüli regionális versenyhez hasonlóan, a globális versenyben is helyt kell állni. Ennek érdekében készítették el a világ egyetemeinek tudományos rangsorát (ARWU) Sanghajban. Mindkét rangsor hozzájárult ahhoz, hogy a piaci és a kormányzati oldalról induló rangsorkészítés egyaránt fellendülést, sikert hozott az adott ország felsőoktatásában és tudományos eredményeiben.

Ahhoz, hogy a felsőoktatás nemzetközi kereskedelembe kerülését Polányi szerint értelmezni tudjuk, definiálnunk kell a *felsőoktatási szolgáltatást* mint jószágot? *Közjószág, vagy magánjószág?* Az első esetben a közösség (állam, önkormányzat, egyház) felelős érte, míg a második esetben a piac hatáskörébe soroljuk. A konkrét esetek mindig valamilyen kombinációt jelentenek és a szolgáltatás finanszírozás megvalósításában érhetők tetten. Egy egyetemi diploma értéke kétségtelen hasznot hoz a tulajdonosának, ily módon magánjószág, ugyanakkor a diplomások magasabb aránya társadalmi hasznokkal is jár, ezért közjószág is.

Amerikában mindhárom koordinációs mechanizmus, az *állami redisztribúció* (költségvetési támogatás), a *piaci csere* (tandíjak fizetése) és a *reciprocitás* (alapítványi adományok) is jelen van a finanszírozásban. A reciprocitást a jótékonykodás és a *filantróp magatartás* jeleníti meg. Például a régi diákok – a számukra korábban nyújtott magas oktatási színvonal elismeréseként, amit a tandíjuk akkor nem igazi piaci értéken mért – pénzüsségeket ajánlanak fel az egyetemük számára. A Stanford egyetem üzleti iskolája esetében (GSB) például ez úgy néz ki, hogy a folyó kiadások 50%-át fedezik a viszonylag magas tandíjak (piaci csere), 40%-ot fedeznek az alapítványi hozamok (reciprocitás) és 10% származik olyan kutatásokból, amit pályázat alapján az állam fizet (redisztribúció). A hallgatók több mint fele külföldi, azaz az oktatási szolgáltatás, mint jószág, nagyobb része nemzetközi kereskedelemről származik.

Magyarországon a hallgatók kb. 70 %-a (Oktatási Hivatal) kap *állami ösztöndíjat* a tanulmányaira, míg egyesek *szociális ösztöndíjban*, és mások *diákhitelben* részesülnek. Ha mint kereskedelmi tevékenységre tekintünk a felsőoktatásra, akkor a diákhitel tipikusan olyan eszköz, amelyben a pénz nem csereeszköz funkciót tölt be, de lehetővé teszi a szolgáltatás elfogyasztását, miközben

az ingyenességet megszünteti. Ezek kiegészítésére a *szülők* járulhatnak hozzá a költségekhez, illetve, ha a *diákok* dolgoznak (ami egyre inkább jellemző), akkor ők is finanszírozhatják tanulmányaikat.

A Budapesti Corvinus Egyetem, a *gazdasági jellegű képzés piacán* kb. 15%-os részesedéssel rendelkezik, de a *nappali mesterképzésben* 2017-ben 55,8%-os részarányt ért el (Lengyel:2019, 107. old.) A hazai szakterületi tudományos rangsorokban is élen jár a Corvinus Egyetem, hiszen a három kar (GK, KK, TK) az első három helyet foglalja el az MTMT alapján mért publikációs teljesítményben (Csóka és társai: 2019, 763. old) . A BCE magánegyetemi státusát úgy érte el, hogy törvényi változtatással a tulajdonjoga 2019. július 1-ével átkerült a Maecenas Universitatis Corvini nevű vagyongazdálkodási alapítványba, amelynek 5 tagú kuratóriuma látja el az Innovációs és Technológiai Minisztérium (ITM) helyett a fenntartói jogokat. Az épületek mellett a vagyont két vállalat (MOL, Richter Gedeon) részvényeinek 10-10 %-a biztosítja. Arra a kérdésre, hogy az alapítvány által menedzselt tevékenység mennyiben lesz piacibb, mint a korábbi, a Polányi féle megközelítés szerint még nincs válasz.

A felsőoktatás irányítására is érvényes az a leírás, amit Sárközy Tamás az egész magyar államszervezetre fogalmazott meg még 2006-ban, amikor miniszteri biztосként egy decentralizációs és deregulációs programot vezetett. Eszerint ugyan létrejött a jogállami államszervezet, de az nem eredményes, nem költségtakarékos és nem hatékony. Ennek megváltoztatására rendszer-szintű javaslatokat fogalmazott meg. „Részben rugalmasabbá kell tenni a költségvetési gazdálkodást, részben *meg kell szüntetni a költségvetési szervek szervezeti-jogi uniformizáltságát*, és megfelelő szervezeti formaválasztékot kell nyújtani a gyakorlat számára” (Sárközy:2006, 286. oldal). A Budapesti Corvinus Egyetemet működtető új alapítvány kielégíti ezen program elvárását, elvileg növeli a takarékos-ságot és a közpénzek felhasználásának átláthatóságát, miközben nem tud kibújni a pazarló és bürokratikus közbeszerzési törvény alól, mert vagyont az államtól kapta. Célja, hogy 10 éven belül a BCE Európában a top 100, nemzetközileg pedig a top 200 egyetem közé kerüljön. Ennek a látványos célnak azonban nincs konkrét meghatározott útvo-nala, azaz, hogy a jelenleg mért rangsorokban hová kell eljutni.

A magyar felsőoktatás elmúlt 10 évről átfogó képet nyújt a BCE-Nemzetközi és Felsőoktatási Kutatások Központjának Tanulmánya, amely összefoglalóan megállapítja: „A magyar felsőoktatás – más ágazatokhoz hasonlóan – válaszút elé érkezett. Hagyományai, eredményei, nagy múltú intézményei, elkötelezett oktatói és kutatói révén képes arra, hogy része legyen a főáramlatoknak, megfeleljen a 21. század társadalmi és piaci kihívásainak.” (Kováts-Temesi: 2018, 24. oldal). A nemzetközi diákok fogadásában Magyarország jól áll, a diákok 14%-a külföldi, elsősorban az orvosi egyetemek piaci munkája (*piaci csere*) és az állam Stipendium Hungaricum Programja (*redistribúció*) jóvoltából (Berács: 2018). A BCE 40%-ra kívánja felemelni a külföldi hallgatók számát, miközben a magyar hallgatóktól is *magasabb tandíjat* szeretne beszédni. A tanárok között növelni kívánja a külföldiek arányát, amely csak úgy érhető el, ha *piaci alapú munkadíjakat, árakat alkalmaz*, azaz elindul a munkaerő áruvá válásának útján, ami ugyan bizonytalansággal jár a munkavállalók számára, de nagyobb jövedelemmel kecsegtet. Tervezik a volt diákok nagyobb mértékű bekapcsolását is a finanszírozásba (*reciprocitás*), de ennek esélyei a hagyományosan ingyenes európai (magyar) felsőoktatásban kérdéses.

Izgalmas kérdés, hogy a világ milyen irányba halad és a jövő egyetemei számára Magyarországon az amerikai (piaci) út az üdvözítő, vagy az osztrák példa, ahol a Bécsi Közgazdaságtudományi

Egyetem (WU) úgy tud sikeres lenni, hogy közösségi tulajdonban marad, a társadalom gyakorol felette ellenőrzést, nem egy 5 tagú kuratórium.

A *piacok* mindig is működtek a történelemben és a tulajdonviszonyoktól függetlenül (amelyre, mint láttuk Polányi Károly nem szentelt nagy figyelmet) a *versenyt a status motívum* is serkentette jobb teljesítmény elérésére, ami minden embernek természetes törekvése. A felsőoktatásban a tudás gyárában, Polányi Mihály tanácsait is érdemes megfogadni annak érdekében, hogy a tudományos szakterületek (diszciplínák) ne különüljenek el olyan mesterségesen, mint ahogy jelenleg tapasztaljuk. Ezt üzeni Immanuel Wallerstein is egy nekünk szóló utolsó interjúban, olyan kiegészítő gondolattal, hogy ne várjunk egyszerű megoldást a problémáinkra. Az interjú utolsó kérdését és a választ itt közöljük.

„Miszlivetz Ferenc: Ma lát Ön esélyt arra, hogy a fő szereplők – a kormányzat (a Herceg), az üzleti élet (a Kalmár) és a civil társadalom reprezentánsai (a Polgár) – új szereposztást kapjanak?

Immanuel Wallerstein: Ez a három kategória – ha így kívánja őket elnevezni – nagyon eltérő, sajátos érdekeket képvisel a létező struktúrán belül. A Herceg meg akarja tartani a hatalmát, a Kalmár pénzt akar csinálni, a Polgár pedig azt akarja, hogy bevonják, miközben ő másokat, a nem-polgárokat, kirekeszt. Nekem mindhárom kategória gyanús. Semmiképpen nem javasolnám, hogy a három üljön egy kerekasztal köré, és jusson valamilyen egyezsége, mivel éppen ez az ami ma történik. Alapvetően így működik a kapitalista világrendszer. A Hercegek, a Kalmárok, a Polgárok, sőt a nem-polgárok állandóan megállapodásokat kötnek egymással. Ez része a tőkés világ gazdaságnak. És ez az, ami egy bizonyos értelemben már nem funkcionál.” (Miszlivetz:2010, 132-133. oldal)

5.3. A kultúra piacosítása – egy EU-s pályázat kapcsán megfogalmazott gondolatok – „Music Moves Europe”

Európa versenyképességének fokozása érdekében szükség van az oktatás és kutatás mellett a kultúra más területein is a kreativitás fokozására, a piaci, menedzsment technikák elsajátítására, kimondottan az ifjúság körében. Ahhoz, hogy ennek támogatására az EU 2021-2027 közötti időszakban több forrást fordítson, 2019-ben pályázatot hirdetett: „Music moves Europe” címmel. A feladat olyan programok befogadása, amelyek az európai zenei piac (amelynek mérete 25 milliárd euróra becsült) nagyságát képesek növelni, a fiatal és tehetséges zenészek, illetve a szakterületen dolgozók szakmaiságának és képzettségének növelésével. A felhívás szerint: „...a szakmai karrierjük kezdetén tartó zenészeket olyan képességekkel kell ellátni, amelyekkel karrierjük sikeresebbé válhat. Nem csupán kreatív és digitális képességekkel kell felvértezni őket, hanem *társadalmi, menedzsment és közgazdasági ismeretekkel* is, mint *üzleti terv készítése, a marketing rendszerek fejlesztése* és az európai és nemzeti jogi környezet megértése, mint a *szerzői jogok szabályozása*. A zenei ipar egész értékláncát jobban meg kell ismerniük az egyes szakágazatokra vonatkozóan is.” Egyszerűen fogalmazva a zenei piacot kell globális szinten is ismerniük, hogy üzleti szempontból is sikeresek lehessenek. (A felhívás részleteit lásd a 4. mellékletben.)

A kultúra, mint speciális szolgáltatás, jószág, hagyományosan nem tartozott a piaci alapon működtetett javak közé. Különösen az un. *magas kultúra, mint a komoly zene*, a kereslet és kínálat

törvényszerűségeire bízva, az ármechanizmus mellett nem kecsegtet nagy forgalommal, piaci sikerrel, ezért a szocialista társadalom kimondottan, a kapitalista társadalom részlegesen támogatja és nem hagyta, hogy a zene áruvá váljon. Miután a zenész a munkáját közvetlenül viszi az előadótermekbe, koncertekre, a piacra, ezért itt is fennáll az az eset, hogy *mégis áruvá válik*. Nem tudjuk, hogy az empirikusan korábban jelzett 25 milliárdos európai zenei piac milyen arányban oszlik meg a *redisztribúció, a piaci csere és a reciprocitás koordinációs formái* között. A kiírt európai uniós pályázatból viszont arra következtethetünk, hogy az uniós döntéshozók nagyobb szerepet szánnak a piacnak a jövőben. Ehhez viszont oktatásra van szükség, hogy a fiatal zenészek felkészüljenek a tudásuk jobb értékesítésére, sikeresebb karrierre.

Ehhez kormányzati erőforrásokra van szükség, azaz nagyobb *redisztribúció* lép be ahhoz, hogy a piac a jövőben jobban működjék. A társadalom kiszervezi ezt a feladatot (Polányi fogalmával „disembedding”-et hajt végre), a piacra bízva, de nem szeretné, hogy váratlanul érje a zenészeket, ezért marketing, üzleti tervezési, szerzői jogi és más ismereteket „pumpál” a rendszerbe. A Budapesti Corvinus Egyetem esetében egy új alapítványi szervezeti forma révén valósult meg egy hasonló „kiszervezés”. A végső siker mindkét esetben kérdéses, de összhangban van Polányi azon meglátásával, hogy a piac mindig is az állam tevőleges közreműködésével tudott fejlődni.

Záró gondolatok

Polányi Károly munkásságának tanulmányozása több célkitűzést is szolgál. Egyrészt önmagában véve is fontos feladat egy ilyen világhírű magyar, világpolgár eredményeinek a megismerése, akit a világon, halála után 55 évvel is egyre többen tisztelnek. Másrészt a szűkebb szakterületem – a piac és a kereskedelem szerepe a gazdasági felzárkózásban, kiemelten Közép-Európában – területén született elméleti, gazdaságtörténeti, antropológiai munkáinak közvetlen hasznosítása. Harmadsorban izgalmas feladat annak a kérdésnek a megválaszolása, hogy a társadalmi beágyazottság okán is, milyen szellemi rokonság figyelhető meg a marketing elméleti iskolák és Polányi megközelítése között.

Negyedszer, abból a szempontból is érdekes Polányi Károly műveinek vizsgálata, hogy a komparatív elemzés segítségével választ kapjunk Ausztria és Magyarország fejlődési külön-utasságának megválaszolatlan kérdéseire.³¹ Berend T. Iván és Ránki György gazdaságtörténész is azok közé tartozik, akik nem hivatkoznak ugyan Polányi Károly munkáira, de az elemzésük során sok területen közös gondolatokat képviselnek. Az elmúlt évtizedben a gazdasági termelékenység nem nőtt Magyarországon. Ugyan 800 ezer fővel többen dolgoznak mint korábban, de a világpiacra, dollárban mérve, nem hoznak létre nagyobb értéket (Csaba: 2018). Polányi követői felteszik a kérdést, hogy kell-e a gazdasági növekedést erőltetni, amikor a globális környezeti problémák miatt már így is „túlterhelt” a világ. (Novy: 2017). A válasz eltérő a gazdasági fejlettség különböző szakaszaiban. Az viszont egyértelmű, hogy az oktatás, a kutatás, a kultúra terén nem lehet megállni és fel kell használni a kereskedelmi, piaci ismereteket a siker érdekében.

További kutatási irányok

Polányi Károly munkásságának alaposabb megismerését tovább szeretném folytatni. Az eddigi kutatások alapján egyértelműen megállapítható, hogy a Polányi reneszánsz elsősorban „A nagy átalakulás” című munkájával kapcsolatban figyelhető meg a közgazdasági és politikatudományi területen. Egyéb munkáira elsősorban az antropológusok, gazdaságtörténészek és szociológusok hivatkoznak. Az üzleti tudományok területén korlátozott a visszhangja. Mindezek alapján négy fő irányban kívánok a jövőben Polányi Károly munkáival foglalkozni.

a/ Polányi *piaci kereskedelem kutatásainak közgazdasági vonatkozásait* a modern, jelenkori közgazdasági elméletbe ágyazottan vizsgálom, Hayek, Keynes, Stiglitz és mások munkái alapján, Krémer (2016) javaslatainak figyelembevételével.

31 Ehhez mélyebben kell elemezni a magyar történettel, kiemelten gazdaságtörténettel foglalkozó munkákat, mint például Berend - Ránki (1985), amely a magyar gazdaság 20. századi történetét mutatja be. A könyv egy európai összehasonlító gazdaságtörténeti sorozat része, amelynek előző kötetei Jugoszláviát, a Szovjetuniót, Norvégiát és Lengyelországot mutatták be. A könyv fülszövege elismerő kijelentést tartalmaz. „The Hungarian economy is probably the most successful and efficient communist economy in the world. Although it is a socialist planned economy, market elements, profit-motivation and a new concept of planning have been introduced.”

b/ A marketingelméletben ugyan vannak hagyományai az antropológiai megközelítéseknek, kimondottan az ajándékozási piac területén, de a főáramlat ezt figyelmen kívül hagyja. Elsősorban a posztmodern kutatók körében ismert. *Polányi kereskedelem elméletének tudatosítása, a marketingelmélet fejlődésével való párhuzamba állítása* és relevanciájának bizonyítása a makromarketing illetve a Kelet-Közép-Európára vonatkozóan lehet sikeres, Chris Hann (2019) Magyarországra vonatkozó kutatásai alapján is.

c/ Az üzleti, menedzsment irodalom szintén kevés figyelmet szentel Polányi munkáira. Ennek a megváltoztatását is szolgálhatja a *Polányi Károly és Peter Drucker munkásságának irodalmi összehasonlítása*, illetve a Montreali Polányi Archívumban található személyes levelezés feldolgozása, amelyre egy interjúban Kari Polanyi-Levitt hívta fel a figyelmet. Meglepő volt számomra azt tapasztalni, hogy a szoros személyes kapcsolat ellenére, Drucker és Polányi műveiben sem találtam kölcsönös hivatkozást egymás munkájára. Úgy tűnik, hogy más „szótárt” használnak, amikor ugyanarról a világról beszélnek. Peter Drucker szerint az üzleti élet két legfontosabb, értéket létrehozó funkciója az innováció és a marketing, ezért ezeket állítja a menedzsment és a vállalkozás középpontjába. Polányinál viszont csak ritkán lehet találkozni ilyen fogalmakkal. Ezért is figyelemre méltó a következő kijelentése, amit még Dahomey kapcsán tett: „...a kereskedőrétegből hiányzott a kockázatvállalási készség és képesség, a termékek és a fogyasztók ismerete.” (Polányi: 1972, 40. oldal)

d/ A korábban megkezdett *empirikus kutatásaim folytatása a kis és közepes vállalatok* (KKV) nemzetközi vállalkozói orientációjának a társadalmi, gazdasági folyamatokba való *beágyazottsága*, a hálózati kapcsolatok és a piaci orientáció témakörében.

Végül köszönetet szeretnék mondani a kőszegi Felsőbbfokú Tanulmányok Intézetének (iASK), illetve a Polányi Kutatóközpontnak, amely 2019. őszén ösztöndíjjal támogatta és a kutatói környezetbe való bekapcsolódást lehetővé téve inspirálta a tanulmány megszületését.

Felhasznált irodalom

Bauer András – Berács József (1992, 1998, 2006, 2016): *Marketing*, Aula Kiadó és Akadémiai Kiadó, Budapest

Bauer András – Berács József – Kenesei Zsófia (2014): *Marketing alapismeretek*, Akadémiai Kiadó, Budapest

Berács József (2018): Nemzetköziesedés és hallgatói mobilitás, in: Kováts G. -Temesi J. (2018): *A magyar felsőoktatás egy évtizede, 2008-2017*, BCE-NFKK Kötetek 2, 149-170 oldal

Berend, Ivan T. – György Ránki (1985): *The Hungarian Economy in the Twentieth Century*, Croom Helm, London&Sidney

Block, Fred – Somers, Margaret R. (2014): *The Power of market fundamentalism, Karl Polanyi's critique*, Harvard University Press, Cambridge

Bognár József (1972): *Bevezetés a magyar kiadáshoz*, in: Polányi Károly (1972): *Dahomey és a rabszolgakereskedelelem*, 9-32 oldal

Braun, Róbert (2019): *Corporate Stakeholder Democracy – Politicizing Corporate Social Responsibility*, CEU Press

Bugra, Ayse – Agartan, Kaan (2007, eds): *Reading Karl Polanyi for the Twenty-First Century – Market Economy as a Political Project*, Palgrave MacMillan

Csaba László (2018): *Válság, gazdaság, világ. Adalék Közép-Európa három évtizedes gazdaságtörténetéhez (1988-2018)*. Éghajlat Könyvkiadó, Budapest, 256 oldal

Csóka Imola – Neszveda Gábor – Sebestyén Géza (2019): Tudományos teljesítmény mérése a magyar felsőoktatás gazdasági képzéseiben, *Közgazdasági Szemle*, 66(7-8), 751-770

Dale, Gareth (2010): *Karl Polanyi – The Limits of the Market*, Polity, Key Contemporary Thinkers series, p. 309

Dale, Gareth (2016): *Karl Polanyi – A life on the left*, Columbia University Press, New York

Drucker, Peter F. (1997): *Adventures of a Bystander; The Polanyis*, 123-140 pp, John Wiley & Sons, Inc. New York

Friedmann, Milton (1970): „There is one and only one social responsibility of business”, *New York Times Magazine*, September 13, 1970

Harvey, Mark – Ramlogan, Ronnie – Randles, Sally (2007, eds): *Karl Polanyi – New perspectives on the place of the economy in society*, Manchester University Press

Jensen, Jody (2014): *Globalizáció és új kormányzás*, Mundus Novus Könyvek, MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont, Politikatudományi Intézet, Budapest – Érd (Eredeti mű: Jody Jensen (2010): *Globalizing Governance in a Multi-Stakeholder World*, Lambert Academic Publishing, Saarbrücken)

- Kornai János (1983): Bürokratikus és piaci koordináció, *Közgazdasági Szemle*, XXX. évf. 9. szám
- Kornai, János (2016): The System Paradigm Revisited – Clarification and additions in the light of experiences in the post-socialist region, *Acta Oeconomica*, 66(4), 547-596
- Kornai, János (2019): Opinion Chinese politics & policy, Economists share blame for China's 'monstrous' turn, *Financial Times*, 10 July 2019
- Korten, David C. (1996): *Tőkés társaságok világuralma*, Magyar kapu Alapítvány (eredeti mű: David C. Korten: When Corporations Rule the World, Kumarian Press, 1995)
- Kotler, Philip – Lee, Nancy (2005): Corporate Social Responsibility – Doing the Most Good for Your Company and Your Cause – Best practices from Hewlett-Packard, Ben&Jerry's, and other leading companies, John Wiley&Sons, Inc., New Jersey
- Kováts Gergely – Temesi József (2018, szerk.): *A magyar felsőoktatás egy évtizede, 2008-2017*, NFKK kötetek 2, Budapesti Corvinus Egyetem – Nemzetközi felsőoktatási Kutatások Központja, 212 oldal
- Krémer Balázs (2016): Az „új közgazdaságtanról” – Polányi Károly kölcsönbe vett szemüvegén keresztül...(Heurisztika és program), *Szociológiai Szemle*, 26(1), 49-95
- Langthaler, Erst – Schüssler, Elke (2019): Commodity Studies with Polanyi: Disembedding and Re-Embedding Labour and Land in Contemporary Capitalism, *Österreich Z Soziol*, 44: 209-223, Springer
- Larson, Pier M. (2013): African Slave Trades in Global Perspective, in: Parker, J. – Reid, R.:(editors. 2013): *The Oxford Handbook of Modern African History*, Oxford University Press, 56-76
- Lengyel Imre (2019): A gazdaságtudományi felsőoktatás átrendeződése az elmúlt évtizedben: „fortélyos félelem igazgat”? (Adalékok a közgazdasági képzések újraszerveződéséhez), Műhely-tanulmányok, Szegedi Tudományegyetem, Gazdaságtudományi Kar
- Maclaran, Pauline – Michael Saren – Barbara Stern – Mark Tadajevszki (2010): *The Sage Handbook of Marketing Theory*, Sage
- Magasházi Anikó (2018): *Szingapúr globálisan behálózva*- magyar kitekintéssel, Palánkai Tibor előszavával, iASK, Kőszeg
- Miszlivetz Ferencz (2010): A világrendszer ingája és a Jövőegyetem, Beszélgetések Immanuel Wallersteinnel, Savaria University Press
- Miszlivetz Ferenc (2016): *Az aranykor káprázata és a 20. század árnyai*, Perspektívák tágulása és szűkülése az Osztrák-Magyar Monarchiában, Kőszeg (angolul is: *The splendour of golden age and the shadows of the twentieth century*, Expanding and Waning horizons in the Austro-Hungarian Monarchy)
- Nagy J. Endre (2018): *Keserédes testvérség*, Polányi Károly és Polányi Mihály, Felsőbbfokú Tanulmányok Intézete, Kőszeg, Savaria University Press, Szombathely

Novy, Andreas (2017): Prosperity without Growth: Economics in the Service of a Good Life for All, <https://www.greeneuropeanjournal.eu/prosperity-without-growth-economics-in-the-service-of-a-good-life-for-all/#>

Pandya, A. (1987): Marketing as exchange in an Institutional Framework, in: Firat, F.-Dholakia, N.- Bagozzi, R. (eds): *Philosophical and Radical Thoughts in Marketing*, Lexington Books, 126–143

Polányi, Karl – Arensberg, Conrad M. – Pearson, Harry W (1957): Trade and Market in the Early Empires – Economies in History and Theory, The Free Press, Glencoe, Illinois

Polányi Károly (1963): Hazánk kötelessége, *Kortárs* 1963. december

Polányi Károly (1972): Dahomey és a rabszolgakereskedelem – Egy archaikus gazdaság elemzése, Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest (A mű eredeti címe: Dahomey and the slave trade – an analysis of an archaic economy, University of Washington Press, 1966), Bognár József előszavával

Polányi Károly (1976): *Az archaikus társadalom és a gazdasági szemlélet*, Gondolat, Budapest (Az eredeti művek címe: Primitive, archaic and modern economies – Essays of Karl Polanyi, 1968 By George Dalton; „Primitive feudalism and the feudalism of decay”, „Traders and trade”, „Trade, markets and money in the European early middle ages”, „Carl Menger’s two meanings of „economic”” by Ilona Duczynska), Szentes Tamás előszavával

Karl Polányi (1978, original 1944): *The Great Transformation*, Politische und ökonomische Ursprünge von Gesellschaften und Wirtschaftssystemen, Suhrkamp

Polányi Károly (1984): *Kereskedelem, piacok és pénz az ókori Görögországban*, Gondolat, Budapest, 328 old. (eredeti mű: Karl Polányi: The Livelihood of Man, Academic Press, New York – San Francisco – London, 1977, 77-277. o.)

Polányi Károly (1997): *A nagy átalakulás – Korunk gazdasági és politikai gyökerei*, Mészáros Gábor kiadása (A fordítás az alábbi mű alapján készült: Origins of our time. The Great Transformation, Victor Gollancz Ltd., London, 1946)

Karl Polányi – *For a New West, Essays, 1919-1958*, (2014) Edited by Giorgio Resta and Maria-vittoria Catanzariti, The Polity Press, Cambridge UK, Preface by Kari Polanyi Levitt

Polányi, Michael (1959): *The Study of Man*, The Lindsay Memorial Lectures given at the University College of North Staffordshire 1958, The University of Chicago Press – Republished in 2014 by Martino Publishing

Sárközy Tamás (2006): *Államszervezetünk potenciazavarai – A betegség okai, a beteg állapota, a gyógyulás útjai*. Javaslat egy hatékony és modern kormányzati szervezet kialakítására, HVG-ORAC Lap- és Könyvkiadó Kft, Budapest

Sheng, Andrew (2019): *Great Transformation 2.0, Polanyi and Asian Global thinking in development alternatives*, Lecture at Corvinus University of Budapest, 23 February, 2019

Szapor, Judith (2005): *The Hungarian Pocahontas: The Life and Times of Laura Polányi Stricker, 1882-1959* (Boulder, CO.: East European Monographs, distributed by Columbia University Press, 2005)

Szapor Judit (2017): *A világhírű Polányiak – Egy elfelejtett család regényes története*, Aura Kiadó,

Szentes Tamás (1976): *Polányi Károly és a „gazdasági antropológia”*, bevezető tanulmány In: Polányi Károly (1976), *Az archaikus társadalom és a gazdasági szemlélet*, 7-47 oldal

Xu, Chenggang (2011): The Fundamental Institutions of China's Reforms and Development, *Journal of Economic Literature*, 49(4), 1076-1151

Yeung, H. W. (2016): *Strategic Coupling*. East Asian Industrial Transformation in the New Global Economy, Cornell University Press, Ithaca, USA

Vargo, Stephen L. – Lusch, Robert F. (2004): Evolving to a New Dominant Logic for Marketing, *Journal of Marketing*, 68(1), 1-17

Vogel, Ezra F. (2018): *Teng Hsziao-Ping és Kína megreformálása*, Antal József Tudásközpont, Budapest (Ezra F. Vogel 2011 : *Deng Xiaoping and the transformation of China*, Harvard University Press)

Wallerstein, Immanuel (1983): *Historical capitalism*. New York:Verso.

Weatherford, Jack (2004): *Genghis Khan and the Making of the Modern World*, Three Rivers Press, New York

Függelékek

1. Függelék: A kutatási program tervezete

Berács József: Polányi Károly kereskedelem és piacelfogásának újabb kori megítélése közgazdasági és üzleti/menedzsment szempontból

Előzmény: Polányi Károly ókori/primitív társadalmakkal foglalkozó és ma már a gazdaságantropológia témakörébe sorolható művei kiemelten foglalkoztak a piaccal. A 19. századról szóló nagyhatású művében (*Great transformation*, 1944) a társadalmi koordinációs mechanizmusok (piac, disztribúció, reciprocitás) fejlődéstörténeti bemutatása mellett hitet tett a társadalmi aspektus primátusa mellett a liberális piaci fundamentalizmussal szemben (Harvey et al. 2007). A modern kori kapitalizmus kritikák előszeretettel hivatkoznak Polányira, mint előfutárra, miközben a fejlődésgazdaságtannal, a piacgazdasággal foglalkozó kutatók (különösen a szocialista, vagy posztoszocialista rendszerek tanulmányozói) is szellemi társra találnak benne. Drucker (1997) a 20. század menedzsment guruja, Polányi munkatársa az újságírásban és barátja, a legnagyobbak között említi, miközben sok területen nem ért egyet nézeteivel.

Kutatási program: Magyarország elmúlt 30 éves piacgazdasági fejlődése is számos ellentmondással van tele. A privatizáció, a külföldi tőke, a bankrendszer, a globalizáció, a központosítás, a modern üzleti modellek alkalmazása, mind újabb és újabb viták forrása, amelyek megítéléséhez biztos kapaszkodókra van szükség. A kutatás arra irányul, hogy feltárja Polányi piacelméletének fő vonásait, az önszabályozó piac korlátait, a reneszánszát élő Polányi érdeklődés 21. századi szakirodalmi tükröződése alapján (Block-Somers:2014). A mindent elárasztó „commodity market” világban (Langthaler-Schüssler:2019) egyértelmű eligazodásra van szükség, amelyhez Polányi gondolatainak megismerése, más tanulmányainak (pl. Karl Polányi – *For a New West* 1919-1958) feldolgozása és az új környezetben (21. század) való alkalmazása izgalmas kutatási feladat. Polányi beágyazottság koncepciója nem engedi, hogy apologetikus módon, a történelmi szituáció figyelmen kívül hagyásával forduljunk bármelyik koncepciójához.

2. Függelék: Kivonatok, Kari Polanyi Levitt (2014): Preface, in: Karl Polányi – For a New West, Essays, 1919-1958, (2014) Edited by Giorgio Resta and Mariavittoria Catanzariti, The Polity Press, Cambridge UK,

„Recent years have witnessed a remarkable resurgence of interest in the work of Karl Polanyi and The Great Transformation has been translated into more than fifteen languages, including Chinese, Korean, and Arabic. Preface, **Kari Polányi Levitt** in Karl Polanyi – For a New West (2014): „I believe his critique of market society was grounded in an aversion to the commercialization of daily life and, more generally, to the impersonalization of social relations.” (IX old)

„...his (i.e. Karl Polanyi's) mother, my grandmother, had definite ideas as to the profession of each of her children. My father was to be a lawyer, my uncle Michael was to be a doctor, and the oldest brother, Adolph, was to follow in the footsteps of his father, as an engineer and entrepreneur. ...my father...decided to become what another family member described as a „drop-out” from the bourgeois world he was meant to inhabit. I think he was a superb journalist and political analyst. I have read all of the articles he wrote for *Der Österreichische Volkswirt*, the leading financial and economic weekly of German-speaking Europe at the time, which was modeled on the London-based *Economist*.” (IX old)

„In primitive societies, failing harvests could bring severe shortage of food, but individual families could never be without the basic necessities of life while the rest of the community was provided for. The idea that fear of hunger and love of gain could become the motivating drivers of economic life is historically very recent – as recent as the early nineteenth century. For these reasons alone, without taking the story any further, I can say that a share in the social product as a citizen right would have won Karl Polanyi's support, both as a means of decommodifying access to economic livelihood and on grounds of moral justice.” (pp. X.)

„In his view a popular culture was the collective wisdom, knowledge, tradition, and common sense of ordinary people. ..it meant that different societies would have created different democracies, rooted in the collective pool of their unique popular culture.” (pp.XII)

Három oka volt annak, hogy az édesapja a manapság is vitatott társadalmi jog és globális közjószág vitában a „universal basic income” ötletét támogatta:

Közgazdasági: a szűkölködő ember, ha jövedelemhez jut, azt fogyasztási cikkekre fordítja, így piaci lehetőséget teremt a termelők számára. A technológiai innováció révén egyre többen válnak munkanélkülivé és így nem indokolt, hogy csak bér alkalmazásból származzon jövedelem.

A társadalmi érvelés az igazságosság. Az igazságtalanság ellene hat a társadalmi kohéziónak. Igazolt közgazdasági tény, hogy „societies that are more egalitarian....have been more successful at achieving economic growth and development.”

Politikai: to give freedom in a technologically advanced society. Később az 1950-es években a Columbián tanítva sokat ingázott és látta, hogy a társadalom miként uniformizálódik, a konformitás lesz az elvárt, az „Averagism”, ami nem kedvezett az eltérő véleményeknek. Azt gondolta, hogy a magasan fejlett technológiai társadalom magában hordja a „totalitarizmus” magjait.

3. Függelék: Kivonatok a Polányi intézetek honlapjaiból

The Karl Polanyi Institute of Political Economy, 1988, Concordia University, Canada

„Karl Polanyi’s historical analysis of the relationship between the economy and society provides an important foundation for the growing commitment to ethical, environmental, and social issues that should drive economic activity and foster socio-economic development. One of his main arguments is that, *in capitalism the economy is “disembedded” from society, resulting in a conflict of “habitat versus improvement.”* His ideas contribute to the development of critical approaches in theory, action, and policy that are more representative of modern complex social realities, and to the construction of a socially rooted, historical and institutional heterodox economics *that effectively challenges mainstream theory and the limitations of its underlying hypotheses.* Polanyi’s influence continues to grow across disciplines; his work has become a key reference for academics and students in the social sciences, humanities, among legal scholars, scientists, policy makers, and activists in the North and in the South.”. <https://www.concordia.ca/research/polanyi/about.html> downloaded on 25th October 2019

International Karl Polanyi Society (IKPS), 2018, Wirtschaft’s Universitat, Wien, Austria

“The future is uncharted territory because it is shaped by people. It is vital to remember this fact in the current period of turmoil. Especially in view of widespread uncertainty, anxiety and resignation, it is the duty of researchers to help make sense of our current society with the aim of bolstering its democratic structures.

The 21st century is one characterised by upheaval, during which habitual practices, institutions and power structures will undergo radical change, in extent comparable to the transition from an agriculture-based to an industrialised society. It is the job of re-searchers to understand these far-reaching ecological, geo-economic and socio-cultural transformations. Much like the work of Polanyi, this is accompanied by a sense of urgency, as the current upheavals may entail emancipatory or destructive dynamics. There are no guarantees for the wealth of civilisation’s achievements: war, fascism, despotism and colonialism may still rear their ugly heads.

In recent years, Karl Polanyi has become a key figure in research efforts to understand the contradictions inherent to the market economy –one that promises liberation and provokes counter-movements. In the age of the climate crisis, rising social polarisation and looming geopolitical confrontation, Karl Polanyi inspires us to engage *with the contradictions of economic “improvements” and sociocultural “habitation”* in an emancipatory manner. Polanyi’s *thoughts on “transformation”, “embedding”, “fictitious commodities” and “double movement”* are the focus of intense debates. Criticism of his concepts and predictions have helped expand the subject area further, be it in transformation research, social economy or cultural political economy –new research fields all inspired by Polanyi.

Karl Polanyi promotes *an integrated analysis of complex, conflict-laden phenomena* that does not resort to dogma. He was a scholar who maintained a balance between disciplines and between research and society; a man who always focused on the subject at hand, who strove to understand phenomena with the aim of strengthening the scope for action –actions that are now more crucial than ever. Today, Karl Polanyi stands as a figure who inspires an engaged, intrusive form of research.

<http://www.karlpolanyisociety.com/about-us/founding-declaration/> downloaded on 25th October 2019

Karl Polanyi Research Center for Global Social Studies – 2014, Corvinus University of Budapest, Hungary

“The Center promotes comparative and interdisciplinary studies with a global perspective at the intersection of economics, sociology and international relations, simultaneously analyzing global and local dynamics and their interconnectedness. Our aim is to scrutinize historically evolving transnational linkages, persistent inequalities and conflicts between social groups, communities and various regions of the world. We are committed *to research and training, which avoids pitfalls of Eurocentrism or any other ways of essentializations widespread in social sciences and humanities*. Our work takes a critical stance to uncover entrenched ideas that justify established regimes of global governance that perpetuate *forms of redistribution and inequalities*. We are also committed to future oriented studies, in the sense that we would like to reflect on possible alternatives to prevailing governmental practices both on the local and the global level.” <https://www.karlpolanyicenter.org/untitled> downloaded on 25th October 2019

Karl Polanyi Institute Asia (KPIA) – 2017, Seoul

„The 14th International Karl Polanyi Conference will be hosted by Karl Polanyi Institute Asia (KPIA) in Seoul, South Korea, October 12-14, 2017. As this is the first International Karl Polanyi Conference to be held in Asia, many themes proposed will provide an important occasion to bring together numerous perspectives, disciplines, and practice inspired and influenced by Karl Polanyi.” <http://www.kpia.re.kr/?p=8851> downloaded on 25th October 2019

Karl Polanyi Centre, iASK – 2015, Kőszeg

The Polányi Centre research probes the complexities of global challenges and the changing roles of interdependent actors in an age of increasing global uncertainties. The Centre creates a dynamic space for cross- and inter-disciplinary research, from the conceptual (in workshops and seminars) to the practical (policy recommendations), from human rights and economic inequality and globalization to democratic challenges facing contemporary societies and social cohesion and stability. The research and application focus on the fundamental causes that underlie the current multi-faceted and inter-connected crises in Europe and the world (economic, political, environmental, technological) and their impact on human wellbeing. Special attention is paid to the under-researched and neglected region of East and Central Europe and to post-soviet countries generally in terms of history, connection to globalization and future prospects.

4. Függelék Részletek a “Music moves Europe” pályázati felhívásból

Music moves Europe – Boosting European Music Diversity and Talent Call on Professionalization and Training

The overall aim of this call is to identify and to support at least 10 innovative and sustainable pilot training programs for young musicians and professionals in the music sector that have a European dimension.

Lessons learnt from these pilot training proposals should improve the sector’s capacity and contribute to its professionalization. These findings should feed into an integrated strategy for music support for the next generation of EU funding programs after 2020, which should foster European diversity and talent, the competitiveness of the sector as well as increased access of citizens to music in all its diversity.

Source: https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/content/music-moves-europe-boosting-european-music-diversity-and-talent-call-professionalisation-and_en

Részletek a felhívásból:

Music constitutes an important pillar of European culture. Aside from its economic significance – it employs more people than film and generates more than 25bn EUR revenue annually – the music sector is also an essential component of Europe’s cultural diversity, social inclusiveness and soft power diplomacy and it brings positive changes to many levels of society.

Based on small and medium businesses with a strong potential for growth and job creation, the European music sector has been strongly influenced by the digital shift: new distribution channels, powerful digital players, innovative start-ups, business models and consumption patterns have emerged over the last decades.

.... there is a need and a demand for an EU intervention to support Europe’s key assets in the music field: creativity, diversity and competitiveness in a context of globalisation.

... this call will focus on providing young musicians and professionals in the music sector who are still at the beginning of their professional career with the skills they need to develop their careers. This means not only acquiring creative and digital skills but also social, management and economic skills like drawing up a business plan, develop marketing schemes or understand the European and national legal environment, such as the copyright regulatory framework.

.. In order to succeed, young musicians and professionals should gain a better overview of the whole value chain of the music industry and an inside into different sub-sectors.

