

Emberközpontú gazdasági elvek a gyakorlatban

A Béres Gyógyszergyár Zrt. tanúsága

BARITZ SAROLTA LAURA OP

Abstract

Human-centred economics is an increasingly well-known term in the literature on alternative economics. In the context of Christian economics, it is the economic paradigm based on Catholic Social Teaching. The values and the structure of human-centred economics are treated by various publications, therefore, the aim of this article is to demonstrate that business administration according to the values of human-centred economics is a viable option not only in theory, but also in practice. The article presents a case study based on interviews made with the owners of Béres Pharmaceuticals Ltd. What emerges from these interviews, is the remarkable fact that the economic and social activity of the Béres company is in complete harmony with the theoretical claims of human-centred economics.

Keywords: *Béres Pharmaceuticals Ltd., human-centred economics, value-driven business administration, common good, family owned business, Catholic Social Teaching.*

Kulcsszavak: *Béres Gyógyszergyár Zrt., emberközpontú gazdaság, értékközpontú gazdálkodás, közjó, családi gazdaság, az egyház társadalmi tanítása.*

A puding próbája az evés. Negyedik éve folyik a KETEG (keresztény társadalmi elvek a gazdaságban) program keretében az oktatás az ún. emberközpontú gazdaságról a Sapientia Szerzetesi Hittudományi Főiskolán kívül más egyetemeken, intézményekben is. Sokan hallgatták a tantárgyakat, sokan vizsgáztak,

BARITZ SAROLTA LAURA domonkos szerzetesnővér, a Sapientia Szerzetesi Hittudományi Főiskola Morálteológia Tanszékének oktatója, a Keresztény Társadalmi Elvek a Gazdaságban szakirányú továbbképzés szakfelelőse és a KETEG Oikonomia Alapítvány kurátora; baritz.laura@sapientia.hu

írtak szakdolgozatot, de a végzett hallgatók közül kevesebben vannak, akik elmondhatnák, hogy a gyakorlatban is tapasztalják a tanult elvek megvalósulását. Pedig a képzés akkor éri el célját, ha a gyakorlatban is megvalósul. Ezen cikk szerzője arra vállalkozott, hogy felkutasson és megszólalásra bírjon olyan cégeket, hálózatokat, intézményeket, ahol az emberközpontú gazdasági elvek megvalósulnak, ahol úgy gazdálkodnak, ahogy az egyház társadalmi tanítása, Aquinói Szent Tamás, Firenzei Szent Antonin, Antonio Genovesi és a mai keresztény és nem keresztény közgazdászok közül is sokan tanítanak az etikus, erkölcsi alapú, emberséges, fenntartható gazdaságról mint a jelen főáramú gazdaság lehetséges alternatívájáról.

A gyűjteményből egy könyv is fog születni, de addig is szeretném itt bemutatni az eddig felkutatott cégek közül a legemblematisabbat, amelyre rábukkantam, és amelyre azt tudom mondani: „Aha! Ez az!” A Béres Gyógyszergyár Zrt. mind értékeiben, mind hitvallásában, mind gazdálkodási stílusában kimondottan tanúsítja a keresztény értékek alapján való működést, a Béres-értékek tovább örökítését, és hozza a gyakorlatban azokat az elveket, amelyeket mi a KETEG keretében az emberközpontú gazdaságról tanítunk. Ebben a cikkben az emberközpontú elvek – a teljesség igénye nélkül való – rövid ismertetésén túl azt fogjuk megnézni, hogy a Béres Gyógyszergyár Zrt. hogyan valósítja meg gazdálkodási és működési gyakorlatában az emberközpontú gazdaságot. Ezt az elemzést a Béres Marcell-lel és Regéczy-Béres Melindával 2023. december 8-án készült interjú alapján fogom megtenni, amelyben a Béres család következő generációja, a cég két vezetője vall a Béres Gyógyszergyár Zrt. működéséről, a Béres család értékrendjéről és gazdálkodásának mikéntjéről.

1. A BÉRES CÉG MŰKÖDÉSÉRŐL

Kevés olyan ember van ma Magyarországon, aki ne hallott volna a Béres Cseppről, amelynek történetét azonban lehet, hogy kevesebben ismerik.

A Béres Csepp története az 1960-as években kezdődött Kisvárdán. A csepp későbbi feltalálója, id. dr. Béres József agrármérnök és kutató, „a burgonyaleromlás okait vizsgálta, a talaj minőségét tanulmányozta, miközben olyan összefüggésekre bukkant, amely a nyomelemek létfontosságú jelentőségére és pótlásuknak szükségességére irányította a figyelmét”.¹ 1972-ben id. dr. Béres

¹ BÉRES GYÓGYSZERGYÁR ZRT.: ÉVES JELENTÉS, Béres Gyógyszergyár Zrt., Budapest, 2022. május., 26.

József megalkotta a nyomelemeket komplex formában tartalmazó humán gyógyászati készítményét, a Béres Cseppet. „Számos betegség kialakulása a szervezetben mutatkozó nyomelem-hiányra vezethető vissza” – állapította meg kutatómunkája alapján. A nyomelemek élettani szerepét, jelentőségét akkoriban még alig-alig ismerte a tudomány, Béres József találmányát értetlenség és politikai elutasítás is fogadta, a tudóst többször érte zaklatás, az ellehetetlenítés kísérlete az akkori politikai rezsimtől. Mindezek ellenére a Béres Csepp gyorsan népszerű lett a betegek körében, híre gyorsan elterjedt. Bérest sokan személyesen keresték fel gyógyító cseppjeiért otthonában, és a feltaláló mindig ingyen adott belőle a rászorulóknak. Több mint öt évet kellett várni a Csepp gyártására, míg végül erős társadalmi nyomásra 1978-ban engedélyezték hivatalos kereskedelmi forgalmazását. A politikai hatalom azonban nem akarta, hogy a találmány sikeres legyen, mindent megtettek a háttérbe szorítására. Jelentős változást hozott a Béres Csepp történetében a rendszerváltozás. 1989-ben megalakulhatott a Béres Részvénytársaság tíz fővel. A társaság elszánt munkájának köszönhetően a Béres Cseppet 2000-ben gyógyszerre minősítették, és feltalálóját, id. dr. Béres Józsefet Magyarország legrangosabb tudományos elismerésével, a Széchenyi-díjjal jutalmazta a magyar állam. 2008-ban szobra bekerült a Semmelweis Orvostörténeti Múzeumba, s a Béres Cseppet 2013-ban a hungarikumok közé emelték. Azóta is számos elismerésben részesült a Béres Csepp és feltalálója. Id. dr. Béres József életéről filmek, színdarabok készültek, az *Álmok álmódói* című múzeumi kiállítás személyei közé is bekerült.

Az egykor tíz fővel elinduló részvénytársaság 1989 óta hatalmas fejlődésen ment át. A Béres Gyógyszergyár Zrt. ma Magyarország legnagyobb 100%-ig magyar családi tulajdonban levő gyógyszergyára, amely számos piaci szegmensben (pl. immunerősítők, C-vitaminok) piacvezető a betegségmegelőző és egészségmegőrző készítmények gyártása és forgalmazása terén. A cég gyártóbázisa Szolnokon van, ahol 2022-ben 146 féle Béres-terméket gyártottak 244 féle kiszerelésben. A cég árbevétele 2022-ben közel 20 milliárd forintot ért el, adózott eredménye 1,16 milliárd forint volt, dolgozóinak létszáma 631 fő.²

A Béres Gyógyszergyár Zrt. tevékenysége ma már több területre is kiterjed:

„A magas színvonalú, tisztességes, következetes üzleti tevékenység eredménye, hogy a Béres Gyógyszergyár Zrt. mára több üzletágban érdekelt vállalatcsoporttá fejlődött. A Béres Vállalatcsoport készítményeivel az egészségvédő piacon van jelen, érdekeltséggel bír a gyógyszer-nagykereskedelemben, a Tokaji Borvidéken

² Uo. 8–10.

borászatot működtet, és legfiatalabb tagja a robbanásveszélyes berendezések szakértője. A Vállalatcsoport jószolgálati munkáját a Béres Alapítvány koordinálja.”³

A Béres Gyógyszergyár Zrt. karrierjét nem kis mértékben köszönheti a feltaláló, id. dr. Béres József szellemi hagyatéka őrzésének és továbbvitelének, a Béres család mint családi tulajdonos értékmegőrzésének, a családi hagyományok (Béres-értékek) hűséges ápolásának, a családi összetartozásnak.

A Béres-értékek összefoglalásának és átadásának fontos eszköze a vállalatban a Béres Csoport Etikai és Magatartási Kódexe. A benne foglaltakat megismertetik minden alkalmazottal, és elvárják a kódexben foglaltak szerinti munkavégzést, az értékrend elsajátítását. Dr. Béres József, a feltaláló fia a Béres Csoport Etikai és Magatartási kódexének lapjain így vall erről:

„Üzleti sikereinkre méltán lehetünk büszkék, mint ahogy arra is, hogy megőriztük és áptuk azt az erkölcsi örökséget, melyet alapítónk hagyományozott ránk. Mert id. dr. Béres Józseftől, Édesapámtól nemcsak nagyszerű találmányát, a Béres Cseppet kaptuk, hanem feddhetetlen erkölcsiségét, egyenességét, tartását és nemes szellemiségét is. A példát, amely szerint érdemes élnünk. Az ő erkölcsi örökségének vagyunk hordozói. A mi felelősségünk és kötelességünk a kapott értékeket tovább vinni, nemcsak a gyermekeink felé, hanem tágabb családjunkban, a Béres Csoport vállalataiban is.”⁴

2. MELYEK AZOK AZ ÉRTÉKEK, AMELYEKET A BÉRES CSALÁD ŐRIZ?

Id. dr. Béres József így fogalmazta meg azt, ami a mai napig a vállalat hitvallása: „A gondolat legyen jó és igaz: a természettel harmóniában tégy az ember érdekében, gyógyíts anélkül, hogy ártanál, társadalmi és nemzeti felelősségtudattal, szorgalommal bizonyítsd igazad, munkád erkölcsi és anyagi hasznosságát.”⁵

A vállalat etikai kódexében így határozzák meg a Béres-alapértékeket:

- az élet és az egészség védelme,
- minőség és innováció,

³ Uo. 8.

⁴ REGÉCZY-BÉRES MELINDA (szerk.): *Béres Csoport Etikai és Magatartási Kódex*, Major Ferenc, 2021, 5.

⁵ BÉRES KLÁRA: *Cseppben az élet. Béres József életútja*, Akovita, Budapest, 2016.

- etikus kommunikáció, üzleti tisztesség és partnerség,
- társadalmi és környezeti felelősségvállalás,
- emberközpontú munkahely,
- önállóság és függetlenség,
- értékek védelme.

Id. dr. Béres József találmányával és munkájával egyértelműen elkötelezte magát az emberek egészségének szolgálata mellett: „Biztos vagyok abban, hogy találmányommal emberek millióinak tudok segíteni”; „Az élet az, amiért érdemes és kell is küzdenünk” – vallotta a tudós feltaláló.⁶

Fia, dr. Béres József így fogalmazott a Béres Gyógyszergyár Zrt. minőségi szemlélete kapcsán: „A minőség nemcsak egy szó, hanem elköteleződés, hogy tökéleteset alkossunk.” Ez a magasszintű elköteleződés, az alapító és a család további tagjainak személyes hitvallása biztosítja a Béres-termékek magas minőségét és az életet védő jellegét.

A Béres Gyógyszergyár Zrt. családi tulajdonú vállalat, a családtagok közül jelenleg négyen dolgoznak a cég vezetésében: dr. Béres József elnök; felesége, Béres Klára kommunikációs igazgató, a Béres Alapítvány elnöke; Béres Marcell alelnök, innovációs és portfóliómenedzsment-igazgató; valamint Regéczy-Béres Melinda kommunikációs igazgatóhelyettes.

A családi cégek előnyeiről több szakcikk és vállalkozói vélemény is szól.⁷ A Béres család is úgy véli, hogy a családi vállalkozások számos előnyös tulajdonsággal rendelkeznek, mint például:

- válságállóság, átláthatóság, felelősségviselés,
- hosszútávú szemlélet, elkötelezettség, értékállóság,
- gyorsabb döntéshozatal, kisebb bürokrácia,
- személyesség, családiasság,
- bizalom a munkatársakkal és az üzleti partnerekkel,
- társadalmi felelősség, közösségekre való figyelés.

A család biztosítja a munkában is az igazságosság, a szeretet, az összetartás, az anyagi és erkölcsi biztonság értékeit.

⁶ 30 éves a Béres Alapítvány, *Béres Alapítvány a Teljes Életért*, k. n., h. n., 2023, 3–4.

⁷ Kiemelt könyv a témáról JOSEP TAPIES – JOHN L. WARD: (eds.): *Family Values and value Creation, The Fostering of Enduring Values Within Family-Owned Businesses*, Palgrave Macmillan, 2008. [<https://doi.org/10.1057/9780230594227>]

A Béres Gyógyszergyár Zrt. emberközpontú munkahely. 2023-ban nemcsak termékeivel nyerte el a Magyar Brands elismerését, hanem a Kiváló Munkáltatói Márka kategóriában is. A Béres Csoport Etikai és Magatartási Kódexe így ír a Béres Gyógyszergyár Zrt. munkavállalóihoz való viszonyáról:

„A Béres Csoport megbecsüli alkalmazottjait. Olyan munkahely létrehozására törekszünk, ahol az emberek nap mint nap jól érzik magukat. Azt szeretnénk, ha minden munkatársunk büszke lenne arra, hogy nálunk dolgozik. [...] Fontos számunkra, hogy munkatársaink érezzék, hogy tartalmas munkát végeznek: nemcsak végrehajtók egy gépezetben, hanem számít a véleményük, szükség van az ötleteikre, és szerepük van a döntéshozatalban. Többek között ezt szolgálja a decentralizált döntéshozatal szorgalmazó vállalatirányítási rendszerünk is, melynek célja, hogy a döntéseket azokon a szinteken készítsük elő és hozzuk meg, ahol azokhoz szakmailag a legjobban értenek.”⁸

Ez a gondolat teljesen megfelel az egyház társadalmi tanításában is megjelenő szubszidiaritás elvének, amely elv alkalmazása kívánatos lenne minden vállalat és intézmény irányítási rendszerében.

Az etikai kódexben a versenytársakhoz való viszony is szabályozva van:

„Versenytársainkat tiszteletben tartjuk, hírnevüket nem rontjuk, a piaci játékszabályoknak megfelelően működünk. Versenytársainkról törvényes és tisztességes úton informálódunk. Magatartásunkkal nem ösztönözzük a törvénytelen vagy etikátlan eszközök alkalmazásának elterjedését. Törekszünk az iparági érdekek közös képviselésére.”⁹

A Béres Gyógyszergyár Zrt. tehát a tisztességes versenyre és a nyertes-nyertes helyzetek elérésére törekszik. Ez nem más, mint az emberközpontú gazdaság egyik alapelve.

A Béres cég társadalmi felelősségét, id. dr. Béres József erkölcsi örökségét a legjobban a Béres Alapítvány fémjelzi, amelyet a család vagyonhoz való viszonya jellemez. A Béres Gyógyszergyár Zrt. és család állandó szereplői a hazai TOP 100 listának, mindemellett híresen puritánok. Dr. Béres József a vagyonhoz való viszonyát így írja le: „a pénz nem cél, hanem eredeti tevékenységünk

⁸ *Béres Csoport Etikai és Magatartási Kódex*, i. m., 11.

⁹ Uo. 29.

továbbfejlesztésének alapja”. A céges és magánvagyon szétválasztása transzparens, egyértelmű, szabályszerű.

A Béres Alapítványról, amelynek elnöke Béres Klára, dr. Béres József felesége, így ír a Béres Gyógyszergyár Zrt. 2022-es éves jelentése:

„A Béres Gyógyszergyárat megalakulása óta az egészség és a magyar társadalom iránti elkötelezett felelősségvállalás jellemzi, az e cél érdekében végzett jótudó munkát a Béres Alapítvány koordinálja. Támogatásainkat 2022-ben is elsősorban az egészségügy területén nyújtottuk. Segítettük emellett az oktatást, részt vállaltunk a tehetséggondozásban, a magyar kultúra terjesztésében és az egyetemes értékek védelmében határainkon innen és túl.”¹⁰

A Béres Alapítvány a Teljes Életért 1993-ban jött létre, id. dr. Béres József és a Béres Részvénytársaság hozta létre humanitárius, karitatív munka céljából. Feladata a betegségmegelőző és gyógyító tevékenység támogatása, beteg, idős, rászoruló emberek segítése és tudományos, oktatási, értékteremtő, értékőrző kulturális és társadalmi programok patronálása:

„A Béres Részvénytársaság 1989-es megalakulásakor id. dr. Béres József alapító feltaláló életrajzából adódóan a Béres vállalati kultúrájának természetes része lett a másokra való odafigyelés és a segítőszándék. Az üzleti elvárások mellett alapértelmezett kötelezettségünké vált az etikus működés, a fenntarthatóság és a társadalom iránti széleskörű felelősségvállalás is.”¹¹

Az alapítvány tevékenységét hűen illusztrálják a számok:

- A Béres Alapítvány alapítása óta több mint 3 millió üveg Béres Csepel segítette a rászorulókat – ingyen.
- Több mint 2600 civil szervezetet támogatott.
- Több mint fél millió doboz egyéb Béres-terméket adományozott világszerte.
- Több mint 200 egészségügyi intézményt támogatott.
- Több mint 300 fiatal tanulmányait támogatta.
- Több mint 350 kulturális esemény létrejöttéhez járult hozzá.

¹⁰ BÉRES GYÓGYSZERGYÁR ZRT.: *Éves jelentés*, i. m., 30.

¹¹ *30 éves a Béres Alapítvány*, i. m., 3.

- A Covid-19-járvány időszaka alatt több mint 560 millió forint értékű készítménnyel segítette az érintetteket.
- Minden évben több mint 100.000 üveg Béres Cseppet adományoz betegeknek, időseknek, szegényeknek térítésmentesen.
- Külön figyelmet fordít a daganatos betegségben szenvedőkre.
- Az elmúlt 30 évben anyagi támogatásainak összértéke meghaladja a 8 milliárd forintot!¹²

Az emberközpontú gazdaság egyik alapvetése – az egyház társadalmi tanításának alapján – a javak egyetemes rendeltetésének elve, vagyis a magántulajdon kettős rendeltetése. A magántulajdon rendeltetése – a valódi egyéni, családi, közösségi szükségletek kielégítése és tisztas tartalékképzés után a fennmaradó részből – a közjó gazdagítása. Vagyis a magántulajdonnak van egy közösségi rendeltetése is, a közjóhoz való hozzájárulása. A Béres Alapítvány hivatása és a számok bizonyítják: a Béres Gyógyszergyár Zrt. teljesen megfelel ennek az elvnek.

A Béres Marcell-lel és Regéczy-Béres Melindával 2023. decemberében készült interjú alapján majd megláthatjuk, hogy a Béres által képviselt értékrend keresztény értékrend, amit ők nyíltan felvállalnak és nyilvánosan vallanak.

A következőkben áttekintjük az emberközpontú gazdasági elveket, majd pedig azok megvalósulását vizsgáljuk meg a Béres Gyógyszergyár Zrt.-nél.

3. AZ EMBERKÖZPONTÚ GAZDASÁGI ELVEKRŐL

Az emberközpontú gazdaság egy komplett alternatív gazdasági paradigma a főáramú gazdaság alapvetéseire képest; hagyományai az ókortól az újkor kezdetéig nyúlnak vissza, Arisztotelészről az egyház társadalmi tanításáig és a modern kor etikus szemléletű közgazdászaiig. Ebben a vonulatban markánsan megfigyelhető az a közgazdasági szemlélet, amely a gazdálkodás középpontjának, alapjának és céljának – és nem eszközének – az embert jelöli meg, és a gazdasági élet céljává a haszon maximalizálása helyett az emberi boldogságot, a közjóllétet (*public happiness*, civil gazdaság) vagy közjót¹³ teszi. Már Arisztotelész megkülönbözteti a *Politika* című könyvében¹⁴ az *oikonomia* és a *krematisz-*

¹² Uo. 6–22.

¹³ Lásd az egyház társadalmi tanítását a közjóról.

¹⁴ ARISZTOTELÉSZ: *Politika*, Gondolat, Budapest, 1984.

tika típusú gazdálkodást mint két gyökeresen, alapjaiban eltérő gazdálkodási szemléletet, amely megkülönböztetés ma is jellemzi a különböző gazdasági felfogásokat. Az *oikonomia* a háztartás körüli munkák elvégzését jelenti, a használati értékben gondolkodó szükségletkielégítést, míg a *krematisztika* a végtelenbe mutató határértékkel a pénzből még több pénzt felhalmozó gazdasági gondolkodást képviseli; a pénzértékben, csereértékben való megközelítést. A *krematisztika* és ennek nyomán az angolszász politikai gazdaságtan (klasszikus, neoklasszikus közgazdaságtan) etikai hátterévé a 18. század közepétől az *utilitarizmus* vált, míg az emberközpontú gazdaságot az *erényetikai gondolkodás* jellemzi a kezdetektől fogva máig.

Az emberközpontú gazdaság irodalma ezernyi kötetet tesz ki. Itt csak az említés szintjén érintjük az ókorból Arisztotelészt, az ő *Nikomakhoszi etikáját*, a *Politika* című könyvét; A középkorból Aquinói Szent Tamást, a *Summa Theologiae* II-II. kötetében írt gazdasági értekezéseit és Firenzei Szent Antonin *Summa Moralis* című könyvét; valamint a civil gazdasági paradigma képviselőjét, Antonio Genovesi katolikus papot és közgazdászt a Nápolyi Egyetemről, aki *Értekezések...*¹⁵ kezdetű könyvében írja le a civil gazdaság ismérveit és a kívánatos gazdálkodási módot a 18. századi dél-európai régióból. A civil gazdaság előfutára az emberközpontú gazdaságnak, amely konkrétan *Az Egyház társadalmi tanításában*¹⁶ fogalmazódik meg, a mintegy 13 pápai enciklikában, az 1891-es *Rerum Novarum*tól (13. Leó pápa) Ferenc pápa enciklikáiig.

Az emberközpontúság fogalmát Szent II. János Pál pápának köszönhetjük, aki *Laborem Exercens* kezdetű 1981-es enciklikájában¹⁷ kimondja, hogy a munka alanya és célja az ember. Ez a megfogalmazás a főáram eszközként kezelt emberfelfogása ellenében hangzik el, és alappá válik az egyház társadalmi tanításában. Az emberközpontú gazdaság irodalmi háttere a jelenkori keresztény és nem keresztény, de hasonló gondolkodású közgazdászok, gazdasági szakemberek műveivel, gondolataival egészül ki.

Ebben a tanulmányban – a Béres Gyógyszergyár Zrt.-re fókuszálva – azokat az alapelveket vesszük most górcső alá, amelyeket a Béres Marcell-lel és Béres Melindával 2023. december 8-án készült interjú alapján alá tudunk támasztani. Az itt felsorolt elvek számossága és a Béres Gyógyszergyár Zrt. általi életre

¹⁵ ANTONIO GENOVESI: *Értekezések a kereskedelemről, avagy a polgári gazdaságról. Válogatott részletek*, Kairosz, Budapest, 2016.

¹⁶ TOMKA MIKLÓS – GOJÁK JÁNOS (szerk.): *Az Egyház társadalmi tanítása. Dokumentumok*, Szent István Társulat, Budapest, 2005.

¹⁷ Uo. 367–414.

hívásuk elégséges bizonyítékot adhat majd arra, hogy kimondhassuk, lehetséges az emberközpontú elvek megvalósulása a gyakorlatban. A bizonyítást az adott elvek részletezésével kezdjük el.

3.1. Értékelvűség

A főáramú gazdaság az értéksemlegességet hirdeti, a gazdaság alapját itt a gazdasági törvények, az értéksemleges műveletek képezik. Ezzel szemben az emberközpontú gazdaság azt vallja, hogy a gazdasági rendszer alapjai az értékek, mégpedig az erkölcsi értékek, tehát az ember. „Amilyen az emberi értékrend, olyan lesz a ráépülő gazdasági rend.”¹⁸ Belátható, hogy a gazdasági rend etikai háttere meghatározza a gazdasági rend milyenségét. Egy utilitarista, haszonelvű emberekből álló piacon egész más gazdasági rend születik, mint egy erényetikusi piacon. A haszonelvű piac mintája a nyertes-vesztes séma, a halálos verseny; a gazdaság legfőbb motiváló ereje a szubjektív önérdékkövetés; az emberi kapcsolatokat az *Én – az* minta jellemzi. A cserementális, a reciprok altruizmus és a nontuizmus uralja az üzleti kapcsolatokat, míg a válságok, krízisek elkerülhetetlenek a gazdasági életben. A piaci egyensúly létrejöttéhez Adam Smith alapján a láthatatlan kéz működésére van szükség. Ezzel szemben az emberközpontú gazdaság hajtómotorja az ún. objektivistái önérdék Erich Fromm nyomán, amely azt jelenti, hogy az én önérdékemben a másik ember jóllétének az akarása is benne van. Képes vagyok figyelembe venni a másik ember érdekeit is a sajátom mellett. Így tudunk együttműködni, nyertes-nyertes helyzeteket elérni, és számomra a másik ember, az üzleti partner nem egy *az*, vagyis az én érdekérvényesítésem eszköze, hanem egy *Té*, akinek emberi méltósága tiszteletet érdemel.

Az üzleti viszonyt az ún. *reciprocitás*,¹⁹ a kölcsönösség írja le, amely során képesek vagyunk egymásnak feltétel nélkül adni, ingyenesen, nagylelkűen, nemeslelkűen (nem a csere reményében), jót akarva a másiknak. Ha kölcsönös ez a mentalitás, és a piaci szereplők képesek így viselkedni, akkor létrejön a piaci egyensúly.

A reciprocitás fogalmához közel áll a *szeretet* fogalma, az üzleti életben is helye van a szeretetnek, mint jóakaratnak a másik fél felé. A munkatársakkal,

¹⁸ BARITZ SAROLTA LAURA OP: *Háromdimenziós gazdaság. Lehet gazdálkodni erényetikai paradigmában*, Kairosz, Budapest, 2016.

¹⁹ A reciprocitás (kölcsönösség) elve Polányi Károlynál, Stefano Zamagninál és Luigino Bruninál is megjelenik mint egy lehetséges gazdálkodási forma.

érintettekkel létre lehet hozni ilyen viszonyt, s így az üzleti klíma elviselhetőbb, élhetőbb lesz. Keresztény üzleti hálózatokban (például Uniapac, ÉrMe Hálózat, Közösségi Gazdaság stb.) megfigyelhető ez a viselkedés a tagok között.

Az emberközpontú gazdasági rend gyökeresen más, mint a klasszikus-neoklasszikus utilitarista rend; belátható, hogy fenntarthatóbb, élhetőbb, mint a válságokkal tarkított. Ebben a paradigmában az Aquinói Szent Tamás-i természettörvény által leírt emberkép honos: az ember alapvető hajlama a jóra való, más alapvető hajlamokkal együtt. (Mint alapvető hajlam a társas lény mivolta, az igazság megismerésére, a lét- és fajfenntartásra irányul.)

A gazdasági rend alapjainak sejtjei a cégek, a gazdasági szereplők, végső soron az emberek. Itt kezdődik el az értékörzés és értékátadás, amelyből adott esetben egy makrogazdasági struktúra is kialakulhat. Ezért az emberi értékrend nevelése, ápolása, az erkölcsi rend is etika alappá és okká válik az emberközpontú gazdaságban.

3.2. Fenntarthatóság, fogyasztás, marketing

A fenntartható fejlődés a mai közgazdaságtan és környezeti diszciplínák leggyakrabban használt fogalma. Bolygónk jövője a fenntarthatóság megvalósításától függ. A fenntarthatóság céges és egyéni szintig fontos eszme és cselekvés; mind környezeti, mind társadalmi és kormányzási szinten érvényes, megvalósítandó lehetőség és kötelesség. Az emberközpontú gazdaság vallja a fenntartható fejlődés és élet megvalósításának kötelességét, minden területén aktív tevékenységet elvárva és kezdeményezve.

A fenntarthatóság egyik záloga a *fogyasztáshoz való viszony* tisztázása, s ehhez kapcsolódva a növekedés kérdése. Jelenlegi gazdasági struktúráinkban a gazdasági növekedés záloga a fogyasztás növekedése, aminek logikája zsákutcába vezet, hiszen a fogyasztás a valódi szükségletkielégítést kellene, hogy fedezze. Valódi, tehát okos, mértékletes, igazságos szükségletek – az ezt fedező fogyasztás pedig nem növekedhet határtalanul. Sőt, jelenlegi helyzetünkben a fogyasztás visszafogása, csökkentése lenne kívánatos, hiszen a valódi, nem gerjesztett szükségletek nem kívánnak mértéken túli fogyasztást. Számptalan fölösleges, a bolygó eltartókéességét túlságosan megterhelő anyagi jószágot és szolgáltatást fogyasztunk, amelynek racionalizálása a fenntarthatóságot segíthetné elő.

A *marketing* – emberközpontú megfogalmazásban – felelős marketing, azt célozza, hogy ráébressze a fogyasztókat igazi szükségleteikre, azok racionális kielégítésére, és tájékoztasson a valódi lehetőségekről. Ne a minél nagyobb haszon realizálása legyen a célja egy-egy terméken, hanem az egyes termék és

szolgáltatás valóságghű bemutatásával az ember javát kéne szolgálnia. Az ember java pedig kiteljesedésének megvalósulása. Ehhez az erények, erkölcsi értékek vezetnek, a család, a közösségi élet fontosságával. Az emberközpontú marketing igazi arca a közjó megvalósítása felé mutat.

3.3. Közjó

A közjó az emberközpontú gazdaság legfontosabb fogalma. Itt a gazdaság legfőbb célja – a haszonmaximalizálás helyett – a közjó megvalósítása. A közjó nem más, mint emberi kiteljesedés mind egyéni, mind közösségi szinten,²⁰ vagyis maga az emberi boldogság. Ez a boldogság céltételezett; a cél elérése közben egyre tökéletesebb, erényesebb, értékesebb lesz az ember, s ez teszi őt kiteljesedetté, boldoggá. Egy állam, egy cég, ha a közjót akarja megvalósítani, ezt az emberi kiteljesedést kell, hogy megcélozza. Így nemcsak az ember anyagi szükségleteit kell kielégítenie, hanem az immateriális, lelki szükségleteket is: szellemi, kulturális, művészeti, vallási területeket is. A közjó megvalósítása tehát komplex, összetett, holisztikus feladat. A közjó követelményei között foglal helyet a béke iránti elkötelezettség, a jövő nemzedékek gondozása, a klímavédelem stb.

3.4. Nemnövekedés

A fogyasztás tárgyalásánál érintettük, hogy a végtelen növekedés gondolata nem tartozik az emberközpontú gazdaság logikájába. „Egy véges bolygón nem lehet végtelenül növekedni”, hangzik a fenntarthatóság szlogenje, az erőforrások szűkösek, a környezetünk degradálódik. Egyre több közgazdász szájából hangzik el a nemnövekedés gondolata.²¹ Az emberközpontú gazdaság ezt vallja a nemnövekedésről: a végtelen növekedés gondolata helyére a fejlődés fogalmát lehetne helyezni. A fejlődés nem(csak) az anyagi javakban való gyarapo-

²⁰ HELEN J. ALFORD – MICHAEL J. NAUGHTON: *Menedzsment, ha számít a hit*, Kairosz – Mária Rádió Kiadó, Budapest, 2009, 55.

²¹ Emblematisz művek: TIM JACKSON: *Prosperity without Growth. The Transition to a Sustainable Economy*, Sustainable Development Commission, Earthscan, London – New York, 2009; TIM JACKSON: *Prosperity without Growth. Economics for a Finite Planet*, earthscan publishing for a sustainable future, London, Sterling, 2009; DONELLA MEADOWS – JORGEN RANDERS – DENNIS MEADOWS: *A növekedés határai*, Kossuth, Budapest, 2005, 2022; GUNTER PAULI: *A két gazdaság*, PTE KTK Kiadó, Pécs, 2010; POGÁTSA ZOLTÁN: *Fenntartható gazdaság vagy társadalmi összeomlás*, Kossuth, Budapest, 2023.

dást jelenti, hanem az immateriális értékekben való növekedést, az innováció, a K+F előtérbe kerülését, termékfejlesztést, minőségi javulást, hatékonyságjavulást. Ha egy vállalat elért egy kívánatos gazdasági szintet, akkor célja lehet a minőségi fennmaradás, az elért szint minőségi megtartása, s nem feltétlenül az anyagi javakban való tovább növekedés. A Béres Gyógyszergyár Zrt.-nél megláthatjuk ezt a gondolatot, Béres Marcell édesapjára is hivatkozva vall így. A GDP-ben mért gazdasági növekedésnek számos kritikusa van a közgazdászok körében, a GDP helyett más mérőszámok kidolgozása folyik. A GDP mint a gazdasági fejlettség mérőszáma több ponton elégtelennek bizonyul egy reális, emberközpontú gazdasági kép megrajzolásához, hiszen többek között környezetszennyező, erkölcsileg kifogásolható tételeket is magában foglal.

3.5. Profit, pénz

Az emberközpontú gazdaság legizgalmasabb tanítása a profitról és a pénzről szól. A profitról és pénzről való felfogás sarokpontja a két gazdasági paradigma eltérésének. A krematisztika vagy utilitarista gazdaság és az oikonomia, erényetikai emberközpontú gazdaság eltérő profit- és pénzfelfogása magyarázatot ad arra, hogy miért paradigmaértékű a két rendszer eltérése.

A főáramban a profit a legfőbb gazdasági céllá lépett elő, maximális szintjének elérése minden más célt megelőz. A pénz is előkelő helyet foglal el itt: a *fund raising*, a pénz felhajtása elsőrangú cél a klasszikus gazdaság szereplői között. Jézus *mammonnak* hívta, s jelen korunkban az is, legfőbb cél az Isten helyébe lépve.

Ehhez képest az emberközpontú gazdaság a profitról a következőt vallja: a profit nem más, mint egy eszköz egy érték cél megvalósításához, a közjó létrehozásához. A profit és a pénz eszközök az értékhierarchia legalsó fokán: az értékek közötti legalsó szinten. De: a pénz is, a profit is „jó”! Jó eszközök, amennyiben erényes célra használjuk őket. Aquinói Szent Tamás gondolatai ezek, amelyek ma is érvényesek: a pénz egy jó eszköz a „jó” megvalósításához. A „szolgák szolgája”, mert az anyagi javakat is szolgálja. A profitra, ha mint gazdálkodási eszközre tekintünk, szintén a „jó” kategóriáját húzhatjuk, ha erényesen viszonyulunk hozzá: okosan, mértékkel, igazságosan. Ha a profit eszközként erényes dolgot szolgál, a helyén van Szent Tamás szerint. Egyes felfogások szerint a gazdálkodáshoz nincs is szükség profitra,²² ha a belőle fe-

²² POGÁTSA ZOLTÁN: *Fenntartható gazdaság vagy társadalmi összeomlás*, i. m.

dezendő tételeket (pl. munkabér, adók, pihenés) a termék önköltségébe kalkuláljuk bele, és így visszük a terméket a piacra.

3.6. Emberierőforrás-politika, munkatársak

Az emberközpontú gazdaság vállalkozásai a szolgáló vezetés és a team-alapú vezetés szellemében bánnak a munkatársakkal. A vezetési struktúrában megvalósul a szubszidiaritás elve, a munkavállalók elgondolásai, ötletei, döntései helyet kapnak a vállalatvezetésben. A dolgozók méltányos juttatásokban részesülnek, emberi méltóságuk tiszteletet kap. A cég megfogalmazza értékrendjét és magatartását, és ezeket átadja a munkavállalóknak, akik ezeket az értékeket magukévá teszik. Így megőrződik egy cég tradicionális értékrendje, azok az alapértékek, amelyek mentén az adott gazdálkodás folyik. Az emberközpontú munkahelyen a munkavállaló és a vezetők jól érzik magukat. Bérszintjük között mérsékelt különbség van. Ezt látni fogjuk majd a Béres Gyógyszergyár Zrt.-nél is.

Tanulmányom most következő utolsó részében a Béres Marcell-lel és Regézy-Béres Melindával készült 2023. december 8-i interjú szövegének tükrében vizsgáljuk meg azt, hogy a Béres Gyógyszergyár Zrt. működése igazodik-e a fenti elvekhez. Kimondhatjuk-e azt, hogy a Béres Gyógyszergyár Zrt. az emberközpontú gazdaság elveit valósítja meg.

4. AZ EMBERKÖZPONTÚ GAZDASÁG MEGVALÓSULÁSÁRÓL A BÉRES GYÓGYSZERGYÁR ZRT.-BEN (INTERJÚSZÖVEGEK ALAPJÁN)

4.1. Értékelvűség

„Családunk a vállalat megalapításától kezdve részt vesz a cég irányításában. Vezetői munkánkat meghatározza a vállalatunk stabil értékrendje, mely szilárdan jellemzi a társaság mögött álló több mint harminc évet. Ennek alapja nagyapám alapfilozófiája, életszemlélete, hitvallása. [...] Ez egy keresztény értékrend. Mi is gyakorló keresztények vagyunk, és azt gondolom, ez is meghatározó számunkra a cég szempontjából is. Nagyapám református volt, nagymamám görögkatolikus családból származott, édesapám és utána mi is az ő vallását kaptuk és gyakoroljuk. Fontosnak tartottuk, hogy vállalatunknak legyen egy etikai kódexe, amelyben összefoglaljuk a Béres-értékeket, a vállalati működés minden érintettjével kapcsolatos elvárásainkat, amit a munkatársainknak ismerniük kell. Ezt nálunk

minden új belépő megkapja. A munkatársak kiválasztása során fontosnak tartjuk, hogy olyan emberek kerüljenek a Béres-csapatba, akik ezzel az értékrenddel azonosulni tudnak, és azonosulni akarnak.” (*Regéczy-Béres Melinda*)

„Egy különleges családi vállalatnak számítunk, mert a legtöbb családi cégnél az alapító egyben a cég első számú gazdasági vezetője is, míg nálunk ez a kezdetektől másképp volt. Nagypám és szüleim nem tekintettek magukra úgy, mint akik mindenhez értenek, ezért a vállalat operatív vezetését a gazdasági életben jártas, kiváló szakemberekre bízták. Ugyanakkor a család értékrendje mindig meghatározó volt a cég életében. A család szerepe ma is elsősorban a Béres-értékek őrzésében, ápolásában, az ezeken alapuló belső és külső kommunikációban, a cég képviseletében, a vezetők kiválasztásában, a stratégiaalkotásban van. Különösen fontosnak tartjuk a hozzánk hasonló értékrendű felsővezetők megtalálását, mivel ők azok, akik az egész szervezet működését legmarkánsabban meghatározzák. [...]

Azt tapasztaljuk – és én nagyon büszke vagyok rá –, hogy a kollégáinkat is határozott segítő szándék jellemzi a külvilág felé és egymás iránt is. Céges kultúránk része, hogy nálunk jellemzően csapatmunka van, és nemcsak az egyéni törekvések, de a közös célok éppúgy vezérlik a közösséget. [...] törekszünk arra, hogy azt a szellemiséget, amit mi képviselünk, a munkatársaink is értsék, igyekezzünk ezeket számukra átadni. Például a karácsonyi ünnepségen mindig együtt is éneklünk, és a karácsonyt Jézus születésének az ünnepeként ünnepeljük meg. Ez lehet, hogy nem mindenkinek ugyanazt jelenti, és maximálisan tiszteletben tartjuk mindenki hitét, ugyanakkor fontosnak érezzük a lelkeség közvetítését a munkahelyi közösségünk felé is.” (*Béres Marcell*)

„(Az értékek közvetítésében) segít, hogyha egy cég családi tulajdonban van, és hogy a családnak szilárd értékrendje van, amit közvetít a munkatársai felé. [...] akkor tud egy szervezet jól működni, ha az összes tagja az alapvető dolgokban egyet tud érteni, a szervezet számára meghatározó értékekkel képes azonosulni. Minél nagyobb a szervezet, ez annál nehezebb, egyre több tudatosság kell az értékek közvetítéséhez. Egyre több olyan hivatalos rendszer vagy eszköz szükséges, mint például egy etikai kódex, amelyben le vannak írva ezek az értékek. Én abban hiszek, hogy azok a családi cégek fognak tudni fennmaradni, amelyek valós értékekkel bírnak, és az értékeiket meg tudják fogalmazni és tovább tudják adni.” (*Regéczy-Béres Melinda*)

„Nálunk a felsővezetésben jelentős szerepük van a nőknek is. [...] például az édesanyám nélkül ez a cég biztos, hogy nem tartana ott, ahol tart... Nagyon kevés ilyen cég van szerintem Magyarországon, ahol a cég tulajdonosa mellett a feleség ilyen erősen jelen van [...] különösen a vállalati kultúra továbböröklé-

tésében, az értékek megfogalmazásában és átadásában látom fontosnak a nők szerepét. A nők jelenléte elősegíti az emberközpontú szemléletet a szervezeten belül.” (Béres Marcell)

Az idézetekből látszik, hogy az értékelvűség maximálisan megvalósul a Béres Gyógyszergyár Zrt.-ben; elsősorban a családi értékek, hagyományok továbbörökítésében, a vezetői elvek sajátosságaiban és a nők szerepében mutatkozik ez meg az interjú tanúsága szerint.

4.2. Szeretet

„Részemről a szeretet a kollégáim felé abban nyilvánul meg, hogy emberségesen viszonyulok hozzájuk, és ez minden családtagom esetében igaz. Ma már sokan dolgozunk a vállalatban, de sokakkal van személyes kapcsolatunk, a munkatársaink számára elérhetőek vagyunk, bárki megkereshet bennünket. Fontos, hogy a kollégákkal őszinte legyen a viszonyunk. Attól, mert én Béres vagyok, még nem biztos, hogy igazam van, lehet velem egyet nem érteni, velem szemben szakmai kritikát megfogalmazni, és nem kell félnie attól senkinek, hogy ez negatív következményekkel fog járni. Ez egy nyitott kultúra. A szüleinktől örököltük ezt a fajta szemléletet, hogy elérhetőek legyünk, és így fordulunk a kollégákhoz. [...]

És szeretet az is, amit kifele képviselünk, az üzleti partnereink és a vásárlóink felé, alapvetően a tisztesség, a becsület és a hosszú távú gondolkodás révén. Amikor valaki Béres-terméket szeretne venni, akkor tudom azt neki őszintén mondani, hogy ezzel ő jól jár [...] azért, mert az egy minőségi termék. És nem csak arról van szó, hogyha megveszi, azzal én gazdagszom. Tudom azt, hogy amit adok, amit mondok, az jó és igaz, ezért nyugodtan alszom. Lehet, hogy nem keresek rajta annyit, mintha kevésbé lenne minőségi, de tudom, hogy aki megveszi, elfogyasztja, az azt kapja, amire számít. [...] Ez számomra a felebaráti szeretet.” (Béres Marcell)

„A nagyapámra visszatekintve, számomra ő egy nagy példakép olyan szempontból is, hogy ő, amikor följött Budapestre, a vállalatba, a takarítónőtől kezdve a vezetőkig mindenkivel ugyanúgy beszélt. Mindenkivel ugyanolyan kedves volt. Mindenki fontos volt a számára. És szerintem ez bennünk is megvan, én legalábbis törekszem rá. Törekszem, hogy olyan vezető legyek, aki szolgál. Szolgálja a kollégáit, a jót; a társadalmat szolgálja mindennel, amit tesz.” (Regéczy-Béres Melinda)

Az interjúrészt tanúsága szerint a szeretet értéke úgy mutatkozik meg a cégben, hogy a család emberi viselkedésében tanúsítja ezt az értéket a munkatársak felé. A termékek minőségének biztosításával a társadalom, illetve a fogyasztók felé mutatkozik meg a szeretet, mintegy jót akarva ezzel az embereknek. A szeretet megnyilvánulásához tartozik a Béres Alapítvány munkája is, amelyen keresztül a cég a társadalomnak nyújt segítséget, elsősorban az egészség, az oktatás, a kultúra és a sport területén.

4.3. Reciprocitás

„A kölcsönösség az, hogy azt is megteszem, ami nem a közvetlen érdekemhez tartozik, hanem csak azért teszem meg, mert jót akarok tenni az emberekkel, és nem várok igazából semmit cserébe.” *(Béres Marcell)*

Béres Marcell itt a reciprocitás lényegét fogalmazta meg, amely azt mutatja, hogy a cég a reciprocitás elve alapján képes működni.

4.4. Fenntarthatóság, fogyasztás, marketing

„A fenntarthatóságnak és a gazdasági rendszernek az kellene, hogy az alapja legyen, hogy csökkentjük az ipari kibocsátást, csökkentjük a fogyasztást [...] Amíg a jelenlegi fogyasztási szint fennáll, sőt növekszik, nincs olyan gazdasági rendszer, nincsenek olyan alternatív energiák, amelyekkel valós változás lenne elérhető. Alapvető változás kellene a szemléletünkben. Nem az a lényeg, hogy minél több pénzt vigyek haza, és az sem mindegy, hogy a pénzt mire költöm. Például nem Porschét veszek, ami jó sokat fogyaszt, hanem megelégszem kisebbel, az árát visszaforgatom a cégbe, vagy odaadom a rászorulóknak. Szerintem nagyon fontos törekvés, hogy a pénzemet vagy a céges vagyont nem olyan dolgokra költöm el, ami tönkreteszi a bolygót.

A vállalatban mindent megteszünk annak érdekében, hogy a kibocsátásunkat, a környezeti terhelésünket csökkentsük. A gyárunk kibocsátása a lehetőségekhez képest minimális szintű. A szállítmányozásban szintén törekszünk a minél kisebb kibocsátásra, ezért amit csak lehet, lokálisan szerzünk be pl. a csomagolóanyagok tekintetében [...] Én nagyon szeretnék sokkal fenntarthatóbban élni, de a jelenlegi rendszerben látom ennek a korlátait is. Amit meg tudok tenni, azt megteszem. Az biztos, hogy én nem fogok soha az életben ötszáz négyzetméteres házban lakni, saját medencével csak azért, mert az nekem jól esik, vagy mert meg tudom tenni. A céget is próbáljuk úgy irányítani, hogy amikor döntési pontok vannak, és lehet választani, akkor a fenntarthatóbb irányba menjünk.

Az elmúlt években nagyon sok mindent tettünk a fenntarthatóság érdekében, és sok mindenre büszkék is lehetünk. Most azon dolgozunk, hogy ezt artikuláljuk kifelé és a munkatársaink felé is. [...] Szülőként is fontos, hogy milyen példát mutatunk. Jelenleg az egész világ már kisgyerekkorban arról szól, hogy tárgyak vesznek minket körül, és akinek nagyobb van meg több van, meg több ajándékot kapott, az a jobb fej. És amíg a világ így működik, és a szülők ezt tanítják, és elhalmozzák a gyerekeket játékokkal, és a gyerekek azt tanulják meg, hogy már tizenéves korban okostelefonnal kell közlekedni, addig fölösleges az egészről beszélni, mert addig a fogyasztói társadalom csak virul. Tényleg az lenne az első pont, hogy ciki legyen a fogyasztás, hogyha ciki lesz az, hogy az apukának autója van, meg ciki lesz az, hogy az apukának nagy autója van. [...] Ha a gyerek nem úgy megy be az osztálytársai közé, hogy az én apukámnak ekkora Mercedes van, meg a Kanári-szigeteken nyaraltunk, hanem úgy, hogy én a Balatonig mentem vagy csak a kertig, és ez a menő, na, akkor elkezdődik a változás.

A marketingnek túl nagy szerepe van a világunkban [...] a jelenlegi rendszerben egy naiv átlagfogyasztó nem lát bele a mélyébe a dolgoknak, kívülről nézi, és vásárlásában csak a marketing alapján dönt. [...] Természetesen a Béresnél is professzionális marketingmunka folyik, de abban a tekintetben erős kontroll van nálunk, hogy a számunkra helyesnek tartott értékrendben készüljenek a reklámfilmjeink is, és ezek soha nem szólhatnak a fogyasztók megtévesztéséről. Biztos vagyok benne, hogy mindig meglesz az a fogyasztói réteg, akinek fontos az általunk képviselt értékrend. El kell tudunk hozzájuk jutni.” (Béres Marcell)

Béres Marcell itt a fenntarthatóság igazi elveiről, a fogyasztás kíváncsi mi-kéntjéről és a cégben megvalósuló helyes, felelős marketingről tesz tanúságot, ezzel támasztva alá az emberközpontú elvek vállalását a Béresben.

4.5. Közjó

„A közjó szolgálata a napi nyolc órában elvégzett munkával kezdődik, amit az alaptevékenységében végez a cég [...] mert szeretem az embereket, akiknek el-adom a termékeimet, és azt akarom, hogy ők – a profitérdeken túlmutatóan is – meggyógyuljanak, egészségesebbek legyenek...” (Béres Marcell)

A Béres Gyógyszergyár Zrt. közjó iránti elkötelezettségének rövid, frappáns megfogalmazását látjuk itt.

4.6. Nemnövekedés

„Ha engem kérdez, akkor azt mondanám, de az édesapám is ezt mondaná, hogy ha mi nem növekednénk, hanem ugyanazon a szinten megmaradnánk, amit eddig elértünk, annak is örülnénk. Nekünk a növekedés nem lenne az elsődleges. Azt szoktuk mondani, hogy nem növekszünk mindenáron [...] én nagyon boldog lennék, hogyha az egész gazdasági rendszert át lehetne állítani valamilyen csoda folytán egy nemnövekedés-orientált rendszerre, ami fenntartható, ami tényleg az emberi szükségleteket célozza, és nem a vágyakat. Az egy sokkal jobb jövő lenne. [...] A Béres is abban jobb, meg néhány példaértékű cég, hogy nem jövő évi nagy profitot akar, hanem itt akar lenni 10, 20, 100 év múlva is; nem akar óriásira nőni, elég neki a kisebb növekedés, csak fenn akar maradni, és azt akarja csinálni, amiről úgy gondolja erkölcsileg is, hogy jó. (Béres Marcell)

A nemnövekedés, a fennmaradás, a kisebb növekedés, tehát a fenntartható gazdálkodás a Béres Gyógyszergyár Zrt. hitvallásához tartozik, ezzel támasztva alá az emberközpontúságot.

4.7. Profit, pénz

„Olyan tulajdonosok is vannak, és munkatársak is, akiknek nemcsak a pénz fontos, vagy nem elsősorban a pénz a fontos. Az ilyen ember az anyagi javakra egyfajta eszközként tekint. Nekünk nem az a lényeg, és édesapáméknak sem az volt, hogy minél több pénzt tudjunk az év végén kiszedni a cégből. [...] Felvállalhatóan élünk, nem kell eltitkolnunk semmit. [...] Mi közelebb állunk ahhoz a szemlélethez, ami nem a profitmaximalizálásról szól, hanem inkább az érintetteket jelenti, elhivatottságot. Vagyis azt, hogy én egy közösségnek kívánok értéket adni, értékeset előállítani. Természetesen cél az anyagi haszon, szeretnénk a befektetéseink – a munkánk, az anyagi és szellemi befektetéseink – megtérülését, de más értékeket is szem előtt tartunk. Nemcsak a »mi«, hanem a »hogyan« is fontos. Nem az a cél, hogy rövid távon jól járjunk, hanem hogy fenntartsuk, működtessük a szervezetet. [...] Például amikor szűkösebb idők járnak, nem az értékekből és a minőségből adunk le, hanem visszafogjuk az igényeinket. Tehát ez az érintetti szemlélet, a *stakeholder value* a *share-holder* helyett...” (Béres Marcell)

Béres Marcell itt leírta az emberközpontú gazdaság profit- és pénzszemléletét, az anyagi javakhoz való viszonyt, tanúsítva, hogy a cég ebben a szellemben tekint a pénzre és a profitra.

4.8. Emberierőforrás-politika, munkatársak

„A világban sok helyen azt látjuk, hogy óriási különbségek vannak pl. a bérekben, azt, hogy egy felsővezető akár százszor, ezerszer is többet keres, mint a beosztott, pedig a beosztott gyakran sokkal többet robotol összességében. Nálunk nincs ilyen kirívó különbség. És nem is szeretnénk olyan vezetőt alkalmazni, aki miatt bérfeszültség jönne létre. Nem az egyszemélyes show-ban, hanem a csapatmunkában hiszünk.” (Béres Marcell)

„Én attól vagyok boldog, hogy bejövök a munkahelyemre, és itt jól érzem magam; hogy szeretem a kollégáimat, és azt érzem, hogy ők is szeretnek. Az embert mindennap jó érzés tölti el. Én ettől vagyok elsősorban boldog, és nem attól, hogy mennyit keresek. Azt is tudom, hogy van olyan kollégánk, aki biztos, hogy a tudása alapján máshol akár többet is kereshetne, mégis itt marad. És azért, mert neki is jó érzés itt dolgozni. Ez szerintem nagyon fontos, és számomra megerősítés és nagy öröm, hogy ilyen munkatársaink vannak!” (Regéczy-Béres Melinda)

Béres Marcell és Regéczy-Béres Melinda a bérkülönbségek és a munkahelyi légkör érintésével tanúságot tesz az egyház társadalmi tanítása szerinti emberierőforrás-politikáról, amely többek között azt mondja ki, hogy a legalacsonyabb és legmagasabb bérek közti különbség egy cégen belül ne legyen hat-nyolcszorosnál nagyobb, és a munkatársak felé nyilvánuljon meg az emberi méltóság tisztelete.

Az interjúrészletek magukért beszélnek. Ha összehasonlítjuk az emberközpontú gazdasági elvekről leírtakat Béres Marcell és Regéczy-Béres Melinda tanúságtételével, láthatjuk, hogy a Béres Gyógyszergyár Zrt. tevékenysége a gyakorlatban hűen illusztrálja, alátámasztja ezeket az elveket. Így tehát kimondhatjuk a tételt: az emberközpontú gazdaság létezik a gyakorlatban, megvalósítható. A záró táblázatban így foglaljuk ezt össze:

<i>Emberközpontú gazdaság</i>	<i>Az érték megjelenése az interjúban</i>	<i>A vezető értékei</i>
<i>Értékelvűség</i>	– családi értékrend, keresztény lelkeség – csapatmunka, szakmai vezetők, nők	Béres Marcell Regéczy-Béres Melinda
<i>Szeretet</i>	– személyes kapcsolat a munkatársakkal – minőséget adni az embereknek, – Béres Alapítvány – segítség a társadalomnak	Béres Marcell Regéczy-Béres Melinda
<i>Reciprocitás</i>	– jót tenni az emberekkel, és nem várni érte cserébe semmit	Béres Marcell
<i>Fenntarthatóság</i>	– a cég erőfeszítései a fenntarthatóságért	Béres Marcell
<i>Fogyasztás, marketing</i>	– fogyasztáskritika, felelős marketing a cégben	
<i>Közjó</i>	– napi nyolc órában, alaptevékenységgel – „Szeretni az embereket.”	Béres Marcell
<i>Nemnövekedés</i>	– hosszútávú fennmaradás, fenntarthatóság – gazdálkodás: „Azt akarjuk csinálni, amiről úgy gondoljuk erkölcsileg is, hogy jó.”	Béres Marcell
<i>Profit, pénz</i>	– „Nekünk nem az a lényeg, és édesapáméknak sem az volt, hogy minél több pénzt tudjunk az év végén kiszedni a cégből.” – „Más értékeket is szem előtt tartunk.” – érintetti szemlélet	Béres Marcell
<i>Munkaerő-politika</i>	– csapatmunka, nem kirívó bérkülönbségek	Béres Marcell
<i>Munkatársak</i>	– „Jó érzés itt dolgozni.”	Regéczy-Béres Melinda