

I quattro studi che seguono sono relazioni preparate per il convegno “The Good Company” tenuto all’Angelicum di Roma dal 5 al 7 ottobre 2006

Sommari /Abstracts

Fraternity: a moral understanding of market relationship

Luigino Bruni and Robert Sugden

Il contributo rivaluta l’idea, riconducibile ad Adam Smith, di una distinzione fondamentale tra le transazioni commerciali e le relazioni sociali genuine. Secondo Smith ogni parte in una transazione commerciale persegue il proprio interesse, essendo soggetti solo alla legge del contratto. Usando l’opera del contemporaneo di Smith, Antonio Genovesi, come nostro punto di partenza, noi ricostruiamo una comprensione alternativa delle interazioni del mercato come istanze di un’ampia classe di relazioni reciproche nella società civile, caratterizzate dalle intenzioni congiunte di mutua assistenza. Noi consideriamo le implicazioni dei nostri argomenti per i dibattiti in corso sul problema se i servizi di cura personali commercializzati possono essere realizzati genuinamente.

This paper reappraises the idea, traceable to Adam Smith, of a fundamental distinction between market transactions and genuinely social relationships. On Smith’s account, each party to a market transaction pursues his own interests, subject only to the law of contract. Using the work of Smith’s contemporary Antonio Genovesi as our starting point, we reconstruct an alternative understanding of market interactions as instances of a wider class of reciprocal relationships in civil society, characterised by joint intentions for mutual assistance. We consider the implications of our arguments for current debates about whether marketed personal care services can be genuinely caring.

Stakeholder theory

Helen Alford

Affinché l’idea dello stakeholder possa essere utile per il processo decisionale necessita di essere collegata con un criterio che ci permetta di gerarchizzare le esigenze degli stakeholders, e quindi di decidere cosa fare, permettendo allo stesso tempo di rispettare gli stakeholder come fini in sé stessi. In pratica l’idea dello stakeholder è stato abitualmente collegato ad uno dei seguenti tre criteri. Il criterio del ‘business case’ dà la priorità alle esigenze dello stakeholder sulla base del principio di ‘massimizzare il valore della proprietà degli azionisti’; quindi esso non rispetta gli (altri) stakeholders come fini. Il principio kantiano ha il problema opposto: non è in grado di guidarci ad una decisione perché tutti gli stakeholders devono essere trattati come fini e come ugualmente importanti, cosicché non possiamo gerarchizzare le esigenze degli stakeholders. Il contratto sociale, come viene formulato da Sacconi, può produrre un criterio per prendere una decisione (rispetto dei termini del contratto sociale nozionale), ma soffre del fatto di essere altamente astratto e dotato di un meccanismo di imposizione fragile. Fondamentalmente questi problemi nascono dalla concezione individualistica dell’essere umano che sta dietro queste teorie. La tradizione sociale cattolica può offrire qualche aiuto presentando un’idea ‘personalistica’ dell’essere umano ed una immagine del business come una ‘comunità di lavoro’. Il criterio decisionale che offre 1) rispetta gli stakeholders come fini, 2) è operativo, 3) è concreta e pratica, ed è quindi potenzialmente un miglioramento su quello offerto dalla tradizione del contratto sociale.

In order to be useful for decision-making the stakeholder idea needs to be attached to a criterion that allows us to prioritise the claims of stakeholders, and thus to decide what to do, while at the same time respecting the stakeholders as ends in themselves. In practice, the stakeholder idea has usually been attached to one of three possible criteria. The “business case” criterion prioritises stakeholder claims on the basis of the principle “maximise shareholder wealth”; it therefore does not respect the (other) stakeholders as ends. The Kantian principle has the opposite problem: it is unable to guide us to a decision because all stakeholders have to be treated as ends and as equally important, so we cannot prioritise stakeholder claims. The social contract, as formulated by Sacconi, can produce a decision-making criterion (respect the terms of the notional social contract), but it suffers from being highly abstract and from fragile enforcement mechanisms. Fundamentally, these problems arise from the individualistic understanding of the human being behind these theories. The Catholic social tradition can offer some help by providing a “personalist” understanding of the human being, and an image of a business as a “community of work”. The decision criterion it offers 1) respects the stakeholders as ends; 2) is workable; 3) is concrete and practical, and is therefore potentially an improvement on that offered by the social contract tradition.