

A SPIRITUALITÁS SZEREPE AZ ÜZLETI VÁLLALKOZÁSOKBAN ÉS A KÖZÖSSÉGI GAZDASÁGBAN

ROLE OF SPIRITUALITY IN BUSINESS ENTERPRISES AND COMMUNITY ECONOMY

Kovács Gábor¹, Ócsai András², Veress Tamás³

¹ PhD, egyetemi adjunktus, Budapesti Corvinus Egyetem
mr.malasa@gmail.com

² egyetemi tanársegéd, Budapesti Corvinus Egyetem

³ PhD-hallgató, Budapesti Corvinus Egyetem

ÖSSZEFOGLALÁS

A tanulmány a gazdaság „jéghegy” modellje alapján jellemzi az üzleti vállalkozásokat (business enterprise) és a közösségi gazdaságot (community economy), valamint bemutatja a spiritualitás szerepét mindkét területen; elemzi a spiritualitásnak az üzleti és menedzsmenttudományokra, valamint az üzleti gyakorlatra kifejtett hatását; végül két nemzetközi és két hazai példán keresztül szemlélteti a spiritualitásnak az üzleti vállalkozásokban és a közösségi gazdaságban való megjelenését.

A spiritualitás belső szabályozóként az üzleti vállalkozásokban az őszinte etikus viselkedés és az innovatív etikai ideák forrása. A spirituális értékek iránti elköteleződés hozzájárul a gazdasági tevékenységek körütekintőbb, a tevékenységek érintettjeinek érdekeit figyelembe vevő folyamatok létrehozásához és megvalósításához. A közösségi gazdaságban a spirituális értékelkötelezettség hozzájárul az együttműködés ethosának a megóvásához, és megakadályozza, hogy a profitmaximalizálás váljon a tevékenységek elsődleges motivációjává. A spiritualitás hozadéka, hogy a szervezet nem térül el eredeti értékeitől, hitvallásától, továbbá az egyének, a társadalom és a jövő generációk jóllétének megvalósítása, valamint a természeti környezet integritásának megóvása érdekében tevékenykedik.

ABSTRACT

The paper describes the concepts of business enterprise and community economy according to the iceberg model of economy. It presents the role of spirituality in both fields of the economy, and analyses the influence of spirituality on business practices and on the business and management sciences. Finally, it introduces the way spirituality appears in business enterprises and in the community economy by presenting two international and two Hungarian examples of it.

Spirituality as an inner commitment is the source of genuine ethical behavior and innovative ethical ideas in business enterprises. Spiritual value-commitment in business contributes to the realization of more prudent business practices that take the interests of various stakeholders

into consideration. Spiritual value-commitment in the field of community economy contributes to the preservation of the ethos of cooperation and collaboration, furthermore prevents profit-maximization to become the foremost objective of economic activities.

Organizations with spiritual value-commitment do not deviate from their original values and credo, and work towards the well-being of people, society and future generations, and the integrity of the natural environment.

Kulcsszavak: spiritualitás, üzleti vállalkozás, közösségi gazdaság, a gazdaság jéghegy modellje, üzleti etika, értékelkötelezettség, spirituális értékek, őszinte etikai elköteleződés

Keywords: spirituality, business enterprise, community economy, the iceberg model of economy, business ethics, value commitment, spiritual values, genuine ethical commitment

A tanulmány a spiritualitás gazdaságban betöltött szerepét mutatja be. Először áttekinti a gazdasági rendszer különböző részeit, amely az üzleti vállalkozások mellett tartalmazza a közösségi gazdaság leírását is. Ezt követően bemutatja a spiritualitást mint a tudományos diskurzusban a 2000-es évek elején megjelent fogalmat, és az üzleti és menedzsmenttudományokra, valamint az üzleti gyakorlatra kifejtett hatását. Végül két nemzetközi és két hazai példán keresztül szemlélteti a spiritualitásnak az üzleti vállalkozásokban és a közösségi gazdaságban való megjelenését.

1. A GAZDASÁG „JÉGHEGY” MODELLJE

A gazdaság „jéghegy” modellje a gazdasági rendszer felépítését írja le. A jéghegy víz feletti része a közgazdaságtan (economics), valamint az üzleti és menedzsmenttudományok (business and management sciences) vizsgálatának fő területe, melyek az üzleti vállalkozások (business enterprise) és az állami intézményrendszer (public economics) tevékenységeivel foglalkoznak. Jelen tanulmány kizárólag az üzleti vállalkozásokkal foglalkozik, az állami intézményrendszer tevékenységeit nem vizsgálja.

Az üzleti és menedzsmenttudományokban az üzlet és a vállalkozás fogalmainak meghatározására nincs egységes definíció. A Business Dictionary (URL1) szerint az üzlet (business) olyan intézmény, amelyhez valamilyen befektetés szükséges, árukat és szolgáltatásokat állítanak elő benne, és vevők számára értékesítik azokat nyereség elérése céljából. A vállalkozás (enterprise) vállalati vagy vállalkozási tevékenység, amelyre a kezdeményezőkézség és a találékonyság jellemző. Az üzleti vállalkozás (business enterprise) olyan szervezet, amelynek fő célja az üzleti nyereség elérése. Hasonlóképpen határozza meg az üzleti vállalkozást a Gazdasági Együttműködési és Fejlesztési Szervezet (URL2) is, olyan

projektként (például vállalkozás, vállalat, cég), amelyet haszonszerzés reményében indítanak.

Az általános meghatározások alapján az üzleti vállalkozásban elsődleges a profitmotívum. Ezt támasztja alá Scott Shane és Sankaran Venkataraman (2000), akik szerint a vállalkozási tevékenység a nyereséges lehetőségek felkutatásában és kiaknázásában érdekelt. Ezek a szereplők a piaci verseny logikájából adódóan piaci érték (market value) előállítási kényszerben vannak, vagyis termékeik és szolgáltatásaik előállítása és értékesítése számukra túlélési kényszer (Bruni–Zamagni, 2007).

Mára az üzleti és menedzsmenttudományokban felismerték, hogy az üzleti vállalkozásokat létrehozó és fenntartó vállalkozók nem kizárólag pénzügyi nyereség céljából keresik az üzleti lehetőségeket, hanem a várható szakmai, piaci, társadalmi és egyéni siker reményében is cselekszenek (Vecsenyi, 2003). Chikán Attila (1997) meghatározása szerint az üzleti vállalkozás olyan emberi tevékenység, amelynek alapvető célja, létének értelme a fogyasztói igények kielégítése nyereség elérésével. A profitmotívum azonban az üzleti vállalkozásnak csupán az egyik feltétele. A profitszerzés nem elégséges a vállalkozás működésének leírására, mivel az alapvető cél a fogyasztói igény kielégítése és a vállalati küldetés megvalósítása. A pénzügyi nyereségen túli szempontokra hívják fel a figyelmet Robert Hisrich és szerzőtársai (2013) is, akik azt hangsúlyozzák, hogy az üzleti vállalkozás olyan értékteremtő folyamat, amelyet pénzügyi megterülés, függetlenség és személyes önmegvalósítás elérése érdekében végeznek.

Peter Drucker (1954) szerint az üzleti vállalkozás létét csak azzal lehet indokolni, hogy jó-e a társadalom számára. Véleménye szerint a profitmaximalizálás elve nem képes magyarázattal szolgálni arra, hogy az üzleti vállalkozásoknak hogyan kellene működniük. A nyereség valójában nem az üzleti vállalkozások célja, hanem sikeres működésük következménye (Drucker, 1973).

Az üzleti vállalkozás koncepciójának és az üzleti vállalkozások működésének szerves részét képezik az etikai megfontolások. Robert Allinson (1998) hangsúlyozza, hogy a profitmotívum nem lehet egyedüli vállalkozási irányelv, mert nem ad iránymutatást arra vonatkozóan, hogy a vállalkozók hogyan és milyen vállalkozásokat hozzanak létre, és hogyan működtessék azokat. Az üzleti vállalkozásokat valójában az határozza meg, hogy termékeikkel és szolgáltatásaikkal milyen társadalmi igényt vagy szükségletet elégítenek ki.

A gazdaság „jéghegy” modelljében a jéghegy víz alatti része számos alternatív üzleti modellt, vállalkozási formát és gazdasági vetülettel rendelkező együttműködést takar, amelyeket a tanulmány a továbbiakban közösségi gazdaságnak (community economy) nevez.

A közösségi gazdaság elmélete egy kulturális szempontú megközelítés. Gondolati keretrendszerének kiindulópontja az emberi és nem emberi élőlények

kölcsönös függőségi viszonya, az ökológia és a gazdaság elválaszthatatlansága. Tevékenységei reciprocitásalapúak, mert a szereplők önként vesznek részt bennük, és semelyik fél sem bír kényszerítő erővel az együttműködés mikéntjével kapcsolatban. Továbbá nem jelenik meg a piaci érték előállításának kényszere, vagyis az előállított termékek és szolgáltatások piacosíthatósága a tranzakciók során nem elengedhetetlen feltétel. Így a közösségi gazdaságban a versengéssel szemben az együttműködés és a kölcsönös segítségnyújtás racionális viselkedési forma. A közösségi gazdálkodás attól közösségi, hogy a tevékenységeket a többi szereplővel együtt, a tevékenységek következményeit pedig a többi szereplőre való tekintettel értelmezi, vagyis az egyéni jóllétet elválaszthatatlanként kezeli a közösségi és környezeti jólléttől (Bollier, 2015; Bruni–Zamagni, 2007; Gibson et al., 2015).

A közösségi gazdaság logikájába illő tevékenységek és intézmények sokfélék lehetnek (például a közösség által támogatott mezőgazdaság, a helyi fizetőeszközök használata, az otthon végzett házimunka, a gyermeknevelés, az idősgondozás vagy a gyűjtögetés és vadászat), azonban nem maga a tevékenység, hanem annak társadalmi beágyazottsága különbözteti meg azt, hogy az adott tevékenység az üzleti vállalkozás vagy a közösségi gazdálkodás dimenziójába sorolandó-e. A falfestés például lehet fizetetlen házimunka, ha valaki otthon kifesti a falat; fizetetlen közösségi munka, ha valaki egy közösségi térben (például iskolában) segíti a felújítást; informális fizetett munka, ha valaki másnál kifesti a szobát és munkadíját csak a megrendelő önbecsülése érdekében fogadja el; vagy fizetett munka a formális piacon (Williams, 2007).

Az üzleti vállalkozások – a szerződéselmélettel összhangban – megbízó-megbízott viszonylatban értelmezik a gazdasági interakciókat, kizorítva modelljeikből számos olyan, főként nem piaci tevékenységet, melyek elengedhetetlenek a társadalmi jóllét megvalósításához. Az érték fogalmának a piaci eredményeket meghaladó megközelítésében a közösségi gazdaság piaci értéket nem vagy csak kismértékben előállító szereplői is autonóm módon, az üzleti vállalkozásokkal egyenlő méltósággal és tiszteletben működhetnek. A közösségi gazdaság modelljei olyan komplex, immateriális motivációkat is vizsgálnak, mint az önmagukban érdekes tevékenységek folytatását, vagy az ember önbecsülésére, társas kapcsolataira, illetve társadalmi ellentétek elkerülésére irányuló törekvéseit (Bruni–Zamagni, 2007).

Számos üzleti modell és egyéb együttműködési forma létezik. A gazdálkodási gyakorlatok sokkal változatosabbak, mint az üzleti és menedzsmenttudományok vizsgálati körében általában megjelenő, szűk értelemben vett és kizárólag a piaci eredmény alapján megítélt üzleti vállalkozások. A közbeszédben gazdaságként emlegetett jelenség csupán a gazdaság jéghegyének a vízből kimagasló része, amelynek azonban elválaszthatatlan részét képezik a közösségi gazdaság további, a jéghegy víz alatti részén található formái is.

2. SPIRITUALITÁS A GAZDASÁGBAN

Az üzleti vállalkozás átfogó definíciói magukban foglalják a közjó előmozdítását is. Ebben a megközelítésben szerepet kap az üzleti etika is, amely az üzleti és menedzsmenttudományok részeként az 1970-es években alakult ki az Egyesült Államok nagyvállalatainál, majd terjedt el az egész világon. Tudományos úttörői megalapozták a vállalatok érintett elméletét (stakeholder theory), a nagyvállalatok vezetői pedig írásba foglalták etikai kódexeiket, küldetésnyilatkozataikat, illetve bevezették az etikai audíthoz és a hármas optimalizáláshoz (triple bottom line) hasonló menedzsmenteszközöket (Bouckaert, 2010).

A 2000-es évekre azonban a világ számos vállalati kihágással (corporate scandal) szembesült (például az Enron, a WorldCom és a Parmalat esetei). Ezeket követte a „dot-com” buborék kipukkanása és a bankválság, amelyek megdöntötték az üzleti etikába mint vállalati önszabályozásba vetett hitet (Bouckaert–Zsolnai, 2011), ami önszabályozó mechanizmusként csődöt mondott (Boda–Zsolnai, 2016). Az üzleti etikának az a lehetősége maradt, hogy őszintébb, mélyebb formát kellett öltenie, vagyis a továbbiakban az etika más típusú megközelítésére volt szükség (Bouckaert–Zsolnai, 2011).

Luk Bouckaert (2007) azon a véleményen van, hogy az üzleti életben létrejött etikai deficit kiküszöbölése nem valósítható meg pusztán racionális eszközök alkalmazásával – azt csak egy mélyebb, belső etikai elköteleződés oldhatja meg. Így kerülhetett be a 2000-es évek elején az üzleti és menedzsmenttudományok narratívájába a spiritualitás (business spirituality), amely azóta kiterjedt szakirodalommal rendelkező, jelentős kutatási területté fejlődött.

Az üzleti és menedzsmenttudományok irodalmában számos kísérletet tettek egy tartalmilag egységes spiritualitás-definíció megalkotására, de ez nehézségekbe ütközött, mert a spiritualitás változatos, szubjektív jelenség. Sokféle spirituális tapasztalat létezik, így a fogalomnak többféle megközelítése van. A legtöbb definíciós kísérlet azonban tartalmaz közös vonásokat is, mint: az élet forrásával és alapjával való kapcsolatba lépést (Bouckaert, 2007), az egyhez-tartozás érzését (Blot, 2011), a minden élőlényel való mély összekapcsoltság és együttérzés belső megtapasztalását (Mitroff–Denton, 1999), az ember valódi énjével való azonosulását (Miller, 2004), valamint a harmónia megteremtésére irányuló törekvést (Mukherjee, 2008).

Mike Thompson (2008) szerint a spiritualitásnak fontos hatása van az értékek kialakulására, és lehetővé teszi az általánosan elfogadott értékek követését; egy értékképző mechanizmus, amely átfogó és integráló jellemvonásokkal bír. Az önmagunk meghaladását, az összekapcsoltság megélését, valamint a harmónia megteremtését elősegítő spirituális értékek az integritás, az együttérzés, az együttműködés és a felelősségvállalás.

Bár a spirituális tapasztalatok személyes jellegűek, minden esetben hatással vannak a társadalmi kapcsolatokra is (Bouckaert–Zsolnai, 2011). Bárki megélheti és megvalósíthatja spiritualitását saját üzletvezetési gyakorlatában (Thompson, 2008). William Miller (2004) transzformatív vezetőknek (transformational leader) nevezi azokat, akik vezetési gyakorlatukat spirituális értékekre alapozzák. A spiritualitás a menedzsmenttudományok keretében tudományos módszerekkel is vizsgálható (Nandram, 2010). Az Academy of Management keretein belül 2000-ben alakult meg a Management, Spirituality and Religion munkacsoport azzal a céllal, hogy a spiritualitás és a vallás menedzsmenttel való kapcsolatát elméleti, valamint gyakorlati területeken feltárja. A Budapesti Corvinus Egyetem Gazdaságtudományi Központja 2001-ben megszervezte a *Spirituality and Management* című nemzetközi konferenciát Szegeden, amely az első európai tudományos szimpózium volt, ahol az üzleti etikával foglalkozó tudósok és gyakorlati szakemberek szisztematikusan tudtak reflektálni az üzleti spiritualitás kérdéseire. 2004-ben jött létre Leuvenben a European SPES Institute* (SPirituality in Economics and Society), amelynek célja, hogy hangot adjon az üzleti és gazdasági élet spirituális alapú megközelítéseinek. A Taylor–Francis kiadó 2004-től jelenteti meg a *Journal of Management, Spirituality and Religion* című folyóiratot, hogy katalizálja a kutatási terület fejlődését.

A spiritualitás célja nem az anyagi gazdagság, hanem a belső, emberi fejlődés megvalósítása. Ebből fakad, hogy a spirituális megközelítés az üzleti tevékenységek értelmét nem a profitmaximalizálásban, hanem a részt vevő személyek önmegvalósításának elősegítésében látja (Zsolnai, 2004). A spiritualitás nem áll feltétlenül konfliktusban a nyereségességgel, sőt bizonyos szempontból versenyelőnyt is jelenthet (Mitroff–Denton, 1999). A spirituális értékorientációval rendelkező szervezetek ugyanis képesek olyan célokat követni és olyan eredményeket elérni, amelyekre a hagyományos üzleti megközelítés nem képes.

A spiritualitás biztosíthatja az üzleti életben az etikus viselkedés belső motivációját, és őszinte etikai elköteleződést eredményez, mivel mélyről jövő értékeket közvetít az üzleti vállalkozások számára (Bouckaert, 2010). Távolságtartást eredményez a piaci nyomástól és a szokásos üzleti gyakorlattól. Ez a távolság lehetővé teszi a vállalati kihágások megszűnését, az innovatív etikai ideák és gyakorlatok kifejlesztését (Bouckaert, 2011), valamint azt, hogy az üzleti vállalkozások beteljesíthessék a közjó megvalósítását.

A spiritualitás és a spirituális értékek a közösségi gazdaságban inherens módon jelennek meg. Ennek oka, hogy a közösségi gazdaság kiindulópontja a résztvevők közötti kölcsönösség, amely központi jelentőséggel bír a spirituális tapasztalatokban, és a spirituális értékorientáció fő összetevője. Ezentúl a közösségi gazdaság tevékenységei olyan gyakorlatokat foglalnak magukban, amelyek lehetővé teszik

* Korábban European SPES Forum.

az együttérzés szellemiségében megvalósuló segítségnyújtást. Az önkéntes résztvevők teljes szabadsággal rendelkeznek, és hierarchia mentes kapcsolatban állnak egymással, amely lehetővé teszi méltóságuk megőrzését a gazdasági interakciók során (Bruni–Zamagni, 2007).

3. A SPIRITUALITÁS MŰKÖDÉSE AZ ÜZLETI VÁLLALKOZÁSOKBAN

A tanulmány az alábbiakban egy nemzetközi és egy hazai példán keresztül mutatja be a spiritualitás és a spirituális értékek üzleti vállalkozásokban való megjelenését.

A kaliforniai székhelyű, ökológiai ruházatot és felszereléseket gyártó vállalkozást, a Patagoniát, Yvon Chouinard hegymászó, környezetvédő aktivista alapította 1973-ban. A számos szabadtéri, robbanómotor használatát nem igénylő sportot termékekkel és szolgáltatásokkal ellátó cég filozófiája és alapértékei között szerepel a legjobb termékek felesleges károsítás nélkül történő előállítás, illetve hogy a vállalkozást a természeti válságot enyhítő megoldások elősegítésére és megvalósítására használják. A Patagonia elismeri, hogy az üzleti világ szereplőjeként saját maga is a probléma része, mivel működése során fosszilis energiát, vizet, műanyagokat használ, és melléktermékként számottevő mennyiségű hulladékot és szén-dioxidot bocsát ki. A cég azonban alapvető céljának tekinti, hogy csökkentse, semlegesítse, sőt visszafordítsa az éghajlatváltozást kiváltó káros hatásokat (URL3). E törekvésében az egyszerűsége és használhatóságra törekvő terméktervezés mellett a vállalkozás a következő fő területekre fókuszál: (1) a teljes ellátási lánc környezeti hatásának csökkentése (többek között szénlábnyomméréssel, megújuló energia felhasználásával, barnamezős beruházásokkal, zöld irodákkal, az autómentes munkába járás támogatásával és kiváló minőségű, nyomon követhető forrásból származó alapanyagokkal); (2) a helyi környezetvédő mozgalmak támogatása többek között a „Föld-adó” megfizetésével, melynek keretében a teljes bevétel egy százalékát több száz helyi ökológiai mozgalom támogatására fordítja; (3) a rendszerszintű változás támogatása hírneve felhasználásával (többek között különböző környezeti kampányok és környezeti ügyek felkarolásával); (4) a fogyasztók kiváló minőségű és javítható termékekkel való ellátása használt termékek visszavételével és újra felhasználásával; (5) regeneratív állattenyésztési és mezőgazdasági gyakorlatok támogatása; (6) az üzlet új felfogásának kialakítása, többek között egy befektetési alap létrehozásával a környezeti problémákat célzó *start-up* vállalkozások támogatására (URL4). Mindezekből következően a Patagonia elkötelezettségének alapja a természeti környezettel, illetve minden létezővel való mély összekapcsoltságból és együttérzésből, a harmónia megteremtésére irányuló törekvésből, a felelősségvállalásból, az együttműködésből, a résztvevők belső,

emberi fejlődésének, önmegvalósításának elősegítési szándékából táplálkozó spiritualitás.

A szőlőtermesztéssel és borkészítéssel foglalkozó Pannonhalmi Apátsági Pincészetet 996-ban Rómából érkező bencés szerzetesek alapították. Céljuk a keresztény eszmék terjesztése mellett az oktatás, a kétkézi munka, az önfenntartó életmód és a saját szükségleteket kielégítő javak megtermelése volt. Ennek szerves részét képezte a földművelés, a szőlészet és a borászat. Folyamatos fejlődés után a szőlőbirtok és a pincészet a 20. század elején élte fénykorát, a második világháború utáni évtizedekben azonban kikerült a főapátság fennhatósága alól, és termelőszövetkezeti formában működött. Az Apátsági Pincészetet 2002-ben alapították újra, és attól kezdve fokozatosan újraélesztették az évezredek hagyományával rendelkező szőlészeti-borászati kultúráját. A gazdasági vállalkozásként működő pincészet elsődleges célja nem az öncélú profittermelés, hanem a főapátságnak és szociális-kulturális intézményeinek a fenntartásához és fejlesztéséhez szükséges javak megteremtése. A pincészet gazdálkodása konzisztens az evangéliumi alapértékekkel. Működésének alapeleme a fenntarthatóság, hogy gazdasági tevékenysége során ne felélje a világ erőforrásait, kulturális és ökológiai értékeit, hanem megőrizze és továbbörökítse azokat a következő generációk számára. A pincészet alapvető értékei a természet iránti felelősség, annak tiszteletben tartására irányuló alázat, az attól való elválaszthatatlanság megélése, a biológiai sokféleség megőrzése, valamint a létezők önértékének a tisztelete. A vállalkozás nem törekszik öncélú növekedésre és vagyonfelhalmozásra. Kiemelkedő szerepet kap a szervezeten belül a bizalmon alapuló együttműködés és a munkatársak közötti, a termékek, a közösség és minden érintett iránti szeretet (Illés, 2017; URL5).

4. A SPIRITUALITÁS MŰKÖDÉSE A KÖZÖSSÉGI GAZDASÁGBAN

A tanulmány a továbbiakban a spiritualitás és a spirituális értékek közösségi gazdaságban való megjelenését mutatja be egy nemzetközi és egy hazai példán keresztül.

Eileen Caddy, Peter Caddy és Dorothy Maclean 1962-ben Északkelet-Skóciában hozták létre a Findhorn spirituális közösséget. A tagok számos spirituális hagyományból (például New Age, antropozófia, anglikán, protestáns, evangélikus, rózsakeresztes) táplálkozva építették fel a közösséget, amelynek három alapelve a belső figyelem, a munka mint a szeretet mindennapi életben való megnyilvánulása és a közös alkotás a Természet Intelligenciájával. A többek között a spirituális gyakorlás, személyes fejlődés, mások tisztelete, felelősségvállalás, erőszakmentesség, együttműködés, elkötelezettség alapértékeire épülő közösség működéséből 1972-ben megszületett a számos, szakmai körökben is világszinten elismert ökológiai, szociális és kulturális oktatási, kutatási és jótékony-

sági programot működtető Findhorn Alapítvány. 1982-ben elindították Európa egyik legjelentősebb ökofaluját, az ökológiai, gazdasági, kulturális és spirituális fenntarthatóság megvalósíthatóságát saját példáján bizonyító Findhorn Ökofalut (ökológikus épületekkel, szélerőművekkel, biológiai szennyvíztisztító teleppel, ökoélelmiszer-termeléssel, helyi pénzzel és az angol átlag mindössze felét kitevő ökológiai lábnyommal). 1995-ben pedig részt vettek a Globális Ökofalu Hálózat megalapításában. A közösség széles körű tevékenységeinek összefogására 1998-ban létrejött az Új Findhorn Társaság ernyőszervezet, amely mintegy 350 egyéni és negyven szervezeti tagot (köztük közösségi központokat, etikus és ökológiai közösségi, egészségügyi és művészeti vállalkozásokat) tömörít. A Findhorn, Nagy-Britannia legnagyobb ilyen jellegű helyi közösségeként, az évtizedek során a világ több mint negyven országából több ezer lakónak, résztvevőnek adott otthont. Ma több mint négyszáz állandó lakossal rendelkezik, és évente körülbelül háromezer résztvevőt fogad programjain (URL6; URL7; URL8).

Az Utca és jog önkéntes kutatócsoport Budapesten 2011 és 2012 között valósította meg akciókutatását A Város Mindenkié szervezet koordinálásával (URL9). A kutatás célja a hajléktalanokat érő diszkriminációk feltérképezése volt, amelyet a kutatócsoport hajléktalan és lakhatással bíró tagjai közösen határoztak meg. Az Utca és jog csoport esetében a tagoknak „saját magukat is humanizálniuk kell, vagyis meg kell tanulniuk saját magukra is (újra) teljes értékű emberként és állampolgárként [...] tekinteni. Ennek során a résztvevők elemzik és megértik saját elnyomásuk strukturális gyökereit, és megpróbálnak megoldásokat találni ezek megszüntetésére” (URL10). A kutatásnak két, a társadalomtudományok területén jártas, lakhatással bíró tagja és tizenegy hajléktalan résztvevője volt. Kezdetben intenzív kutatómódszertani képzés folyt, később pedig minden kutatói feladatot a hajléktalan résztvevők végeztek. A résztvevők a folyamat végeztével a csoportban végzett munka pozitív hatásairól adtak visszajelzéseket, például megnövekedett önbecsülésről, új és hasznos képességek és gyakorlati ismeretek elsajátításáról, és értékes kapcsolatok kialakulásáról számoltak be (Udvarhelyi, 2013). Az akciókutatás teret adott a reciprocitás-, szolidaritás- és empátiaalapú együttműködésnek, melynek során a résztvevők az érintettek bevonásával, csoportmunkában, közösen hoztak létre a csoport és a társadalom számára értékes tudást.

5. ÖSSZEGZÉS

A tanulmány bemutatta a spiritualitás gazdaságban betöltött szerepét mind az üzleti vállalkozások, mind a közösségi gazdaság területén. A spiritualitás belső szabályozóként az üzleti vállalkozásokban az őszinte etikus viselkedés és az innovatív etikai ideák forrása, melyek célja a nyitottság és az összekapcsoltság megvalósítása, valamint a bizalom és a kölcsönösség kiépítése az üzleti életben

(Bouckaert, 2011). A spirituális értékek iránti elköteleződés hozzájárul a gazdasági tevékenységek körültekintőbb, a tevékenységek érintettjeinek érdekeit figyelembe vevő folyamatok létrehozásához és megvalósításához. A közösségi gazdaságban a spirituális értékalkötelezettség hozzájárul az együttműködés ethosának megóvásához, és megakadályozza, hogy a profitmaximalizálás váljon a tevékenységek elsődleges motivációjává. A spiritualitás megjelenésének hozadéka, hogy a szervezet nem térül el eredeti értékeitől, hitvallásától, továbbá az egyének, a társadalom és a jövő generációk jóllétének megvalósítása, valamint a természeti környezet integrálásának megóvása érdekében tevékenykedik.

IRODALOM

- Allinson, R. E. (1998): Ethical Values as Part of the Definition of Business Enterprise and Part of the Internal Structure of the Business Organization. *Journal of Business Ethics*, 17, 1015–1028. DOI: 10.1023/A:1006063114697
- Blot, Paul de (2011): Religion and Spirituality. In: Bouckaert, L. – Zsolnai L. (eds.): *The Palgrave Handbook of Spirituality and Business*. Houndmills: Palgrave Macmillan, 11–17. DOI: 10.1057/9780230321458
- Boda Zs. – Zsolnai L. (2016): The Failure of Business Ethics. *Society and Business Review*, 11, 1, 93–104. DOI: 10.1108/SBR-11-2015-0066, https://www.researchgate.net/publication/293011640_The_failure_of_business_ethics
- Bollier, D. (2015): *Commoning as a Transformative Social Paradigm*. The Next System Project. <https://thenextsystem.org/commoning-as-a-transformative-social-paradigm>
- Bouckaert, L. (2007): Spirituality in Economics. In: Bouckaert, L. – Zsolnai L. (eds.): *Spirituality as a Public Good*. European SPES Cahiers Nr. 1. Antwerp: Garant, 11–24.
- Bouckaert, L. (2010): From Business Ethics to Business Spirituality: The Socratic Model of Leadership. In: Nandram, S. S. – Borden, M. E. (eds.): *Spirituality and Business. Exploring Possibilities for a New Management Paradigm*. Dordrecht–Heidelberg–London–New York: Springer, 73–85. DOI: 10.1007/978-3-642-02661-4_6
- Bouckaert, L. (2011): Spirituality and Rationality. In: Bouckaert, L. – Zsolnai L. (eds.): *The Palgrave Handbook of Spirituality and Business*. Houndmills: Palgrave Macmillan, 18–25. DOI: 10.1057/9780230321458
- Bouckaert, L. – Zsolnai L. (2011): Spirituality and Business. In: Bouckaert, L. – Zsolnai L. (eds.): *The Palgrave Handbook of Spirituality and Business*. Houndmills: Palgrave Macmillan, 3–8. DOI: 10.1057/9780230321458
- Bruni, L. – Zamagni, S. (2007): *Civil Economy. Efficiency, Equity, Public Happiness*. Bern: Peter Lang, DOI: 10.1108/17465680810907323
- Chikán A. (1997): *Vállalatgazdaságtan*. Budapest: AULA Kiadó
- Drucker, P. F. (1954): *The Practice of Management*. New York: Harper
- Drucker, P. F. (1973): *Management: Tasks, Responsibilities, Practices*. New York: Harper–Row
- Gibson-Graham, J. K. – Miller, E. (2015): Economy as Ecological Livelihood. In: Gibson, K. – Rose, D. B. – Fincher, R. (eds.): *Manifesto for the Living in the Anthropocene*. Brooklyn, NY: Punctum Books, 7–16. http://www.communityeconomies.org/sites/default/files/paper_attachment/Economy-as-Ecological-Livelihood.pdf
- Hisrich, R. D. – Peters, M. P. – Shepherd, D. A. (2013): *Entrepreneurship*. Ninth Edition. New York: McGraw-Hill/Irwin

- Illés Tamás (2017): *Ökológiailag tudatos vállalkozások értékorientációja* című PhD-kutatás során készült interjú Illés Tamással a Pannonhalmi Apátsági Pincészet Kft. marketing és kereskedelmi vezetőjével, Pannonhalma, 2017. 12. 12.
- Miller, W. C. (2004): Spiritual-Based Leadership. In: Zsolnai L. (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 169–174. DOI: 10.1007/978-94-007-1153-2_13
- Mitroff, I. I. – Denton, E. A. (1999): *A Spiritual Audit of Corporate America*. San Francisco: Jossey-Bass Publishers
- Mukherjee, S. (2008): Igniting Spirit in Business: Indian Insights. In: Zsolnai L. (ed.): *Europe-Asia Dialogue on Business Spirituality*. Antwerp: Garant, 29–44.
- Nandram, S. S. (2010): Spirituality and Business. In: Nandram, S. S. – Borden, M. E. (eds.): *Spirituality and Business. Exploring Possibilities for a New Management Paradigm*. Dordrecht–Heidelberg–London–New York: Springer, 15–32. DOI: 10.1007/978-3-642-02661-4_2
- Shane, S. – Venkataraman, S. (2000): The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*, 25, 1, 217–226. DOI: 10.5465/amr.2000.2791611
- Thompson, M. (2008): The Practice of Spiritual Dynamics in Business. In: Zsolnai L. (ed.): *Europe-Asia Dialogue on Business Spirituality*. Antwerp: Garant, 17–28.
- Udvarhelyi É. T. (2013): *Justice on the Streets. The Production of Knowledge through Participatory Action Research with Homeless People in Budapest*. socio.hu 3, különszám: Faces of Knowledge, 43–60. DOI: 10.18030/socio.hu.2013en.43, <https://socio.hu/uploads/files/english/udvarhelyi.pdf>
- Vecsenyi J. (2003): *Vállalkozás – Az ötlettől az újrakezdésig*. Budapest: Aula Kiadó
- Williams, C. C. (2007): *Rethinking the Future of Work: Directions and Visions*. Basingstoke: Palgrave MacMillan
- Zsolnai L. (2004): Spirituality and Management. In: Zsolnai László (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Dordrecht: Kluwer Academic Publishers, 3–14. DOI: 10.1007/1-4020-2365-0_1
- URL1: Business Dictionary. <http://www.businessdictionary.com/>
- URL2: OECD Glossary of Statistical Terms. <https://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=3207>
- URL3: Patagonia Mission Statement. <http://www.patagonia.com/company-info.html>
- URL4: Patagonia. <https://www.patagonia.com/climate-crisis.html>
- URL5: Pannonhalmi Apátsági Pincészet. <https://apatsagipinceszet.hu/tortenet/alapkolettel/>
- URL6: Findhorn Foundation. <https://www.findhorn.org/>
- URL7: Findhorn Ecovillage. <https://www.ecovillagefindhorn.com/>
- URL8: New Findhorn Association. <http://findhorn.cc/>
- URL9: A Város Mindenkié. http://avarosmindenkie.blog.hu/tags/utca_%C3%A9s_jog/page/4
- URL10: Közélet Iskolája. <http://www.kozeletiskolaja.hu/page/mi-a-reszveteli-akciokutatas>