



AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
<http://ageconsearch.umn.edu>
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

VILÁGVALLÁSOK GAZDASÁGI TANÍTÁSA

The Economic Substance of World Religions

GYÓRI Zsuzsanna

Összefoglalás

Az alternatív gazdaságtan követői közül sokan gondolják úgy, hogy mivel a nyugati keresztény gondolkodás a kapitalizmus egyik alapvető ideológiai forrása, így ez az értékrend tehető felelőssé a hagyományos közgazdaságtan problémáiért, kudarcáért is. Így többen a keleti vallási értékekben keresik a közgazdaságtan megújításának lehetőségét, köztük a buddhista közgazdaságtan legfontosabb kutatója E. F. Schumacher, aki „A kicsi szép” című művében fejtette ki a keleti gazdasági gondolkodás etikai előnyeit. De valóban más-e a keleti gazdasági tanítás? És valóban a keresztény értékekből származnak-e nyugati gazdaság problémái? Véleményem szerint a hagyományos közgazdaságtan elméleti és gyakorlati kudarcainak oka nem az, hogy a nyugati gazdasági gondolkodás a zsidó-keresztény értékekből – és nem más vallások értékeiből – került levezetésre, hanem hogy azoktól, és az erkölcsi parancsoktól független tudományként próbálta és próbálja definiálni önmagát. A világvallások gazdasági tanítása nem is áll olyan messze egymástól, a gazdaságetika legfontosabb alapelvei éppúgy levezethetők a keresztény filozófiából, mint a buddhizmusból.

Kulcsszavak: értékvezérelt vállalatvezetés, keresztény értékrend, buddhista közgazdaságtan, alternatív közgazdaságtan, gazdaságetika

JEL kód: Z12

Abstract

Christian ideology is one of the fundamentals of capitalism that is why many alternative economists think that Christian values are responsible for the problems and pitfalls of mainstream economics. They search for the renewal possibility in the Eastern religion values, e.g. E. F. Schumacher explains the ethical advantages of the Eastern religions in his work ‘Small is beautiful’. Is the Eastern economic message really something different? And do the problems of the Western economics originate from the Christian values? In my opinion Christian-Jewish ideology is not the real cause of mainstream economics’ theoretic and practical failures. The very problem is that it defines itself as a value-neutral, independent and quasi-natural science. The economic messages of the major religions of the world are not far from each other. The principles of business ethics and alternative economics can be deduced as well from the Christian philosophy as from the Eastern one.

Keyword: values-driven business, Christian values, Buddhist economics, Alternative economics, business ethics

Bevezetés

A hagyományos közgazdaságtan értékei

A hagyományos közgazdaságtan és az arra épülő világgazdaság válságban van. A magát értéksemlegesnek valló tudomány körülbelül 200 éve túllépi saját határait, megpróbál mindent az egydimenziós emberképen, a racionális önérdékkövetésen és az erre épülő profitmaximalizáláson keresztül megoldani és megmagyarázni. A versenyképesség-hatékonyság-növekedés hármásával leírható gondolkodás, ideológia - ha tetszik vallás – (Tóth, 2012) azonban korántsem értéksemleges. A legfőbb érték a profit maximalizálása, ezt szolgálja a szükségletek kultiválása, azok minden áron való kielégítése. Sajnálatos módon ezt sugallja a GDP értékre építő gazdaságértékelési módszertan is (Csiszárík-Kocsir, 2014). Az ehhez kapcsolódó gazdasági szintér, gazdálkodási rendszer a piac, ahol a többi szereplőt a fő cél eléréséhez vezető eszközként kell használni, hiszen ez a racionális. Ez a szemlélet a gazdasági makroszereplők közötti viszonyokat, a nemzetközi kereskedelmet és a nemzetközi szervezetek intézményrendszerét is áthatja. Az Európai Unió értékalapjait vizsgálva szintén ennek az emberképnek az alapjait fedezhetjük föl (Pintér, 2013).

A hagyományos közgazdaságtan legfőbb hiányosságai

A neoklasszikus elmélet tehát durván leegyszerűsíti a társadalmi cserét, a gazdasági folyamatokat. Mivel pusztán a monetizált tevékenységekkel törődik, figyelmen kívül hagyja a pénz nélkül folyó gazdasági tevékenységeket (Zsolnai, 2001, 30. o.). Az alternatív ökonómiai gondolkodás egyik nagy alakja, Schumacher (1991) szerint a modern ipari társadalmak egyre inkább felélik természeti erőforrásaikat, ami létük alapja. Ebben felelőssé teszi a mainstream közgazdasági felfogást, ami pusztán a profitabilitás alapján ítéli meg a tevékenységeket. „A kicsi szép” című művében a hagyományos közgazdaságtan hibájaként rója fel, hogy minden erőforrást az anyagi javak mintájára kíván kezelni, ezzel figyelmen kívül hagyja az újratermelhető és nem újratermelhető erőforrások, valamint az anyagi javak és szolgáltatások közti különbségeket.

A hagyományos közgazdaságtan és gazdálkodás alapvetően nem tiszteli a határokat, növekedésre tervezték, fenntartani azonban lehetetlen, hiszen egy határos rendszerben nem lehet határtalanul növekedni.

Az alternatív közgazdaságtan tárgya, értékei és módszertana

Az alternatív ökonómia célja meghaladni a hagyományos közgazdaságtan elégtelenségeit. Az alternatív közgazdaságtan kiindulópontja, hogy mivel a gazdasági döntések etikai elveken is alapulnak, fundamentális megváltoztatásra szorul az egész gazdasági működést leíró rendszer, és a közgazdaságtan magát értéksemlegesnek beállítani kívánó tudománya.

A Polányi Károly (1976) által felvázolt szubsztantív gazdaságértelmezés megragadja a gazdaság egyéb, nem piaci formáit is. Polányi meghatározása szerint a gazdálkodás „az ember és a környezet közötti kölcsönhatás intézményesített folyamata, amely a szükséglet-kielégítő anyagi eszközökkel való folyamatos ellátást biztosítja” (Polányi, 1976, 236. o.). Polányi hangsúlyozza, hogy a gazdasági rendszerek általában be vannak ágyazva a társadalmi viszonyok közé, továbbá hogy a gazdaság, a termelés eredeténél fogva nem volt nyereségorientált, hanem a szükséglet kielégítést szolgálta. Ez alapján bírálja a smith-i

hagyományos ökonómiát, amely a piac mindenhatóságára, láthatatlan szabályozó erejére építi rendszerét.

Az árucserre mellett gazdálkodási sémaként nevezi meg a reciprocitást és a redisztribúciót is, ezzel árnyaltabb, valóságghűbb piacot vázol fel. Ebbe a felfogásba lényegesen könnyebb bevinnünk az etikai megfontolásokat, Polányi is olyan gazdaságot tartott kívánatosnak, amely beágyazódik az ökológiai, társadalmi kontextusba, amelyben működik.

Az alternatív ökonómia a gazdálkodás teljes rendszerét vizsgálja, az anyagi fogyasztás növelése helyett az ökológizációt és a humanizációt tartja alapvető értéknek, a fejlődés valós irányának. Legnagyobb érdeme azonban valószínűleg az, hogy egyszerű leírás helyett konstruktív, tehát vállalkozik az új lehetőségek feltárására (Zsolnai, 2001). Hiszi, hogy létrehozható egy a jelenleginél jobb világ az új értékek talajáról kiindulva. Ennek gyakorlati bizonyítékai a különböző alapítványok, társadalmi szervezetek és etikus elveket valló bankok által támogatott, finanszírozott projektek, melyek sikeresek nem csak pénzügyi, de etikai dimenziókkal mérve is. Az alternatív ökonómia célrendszere tehát nem csak egy tetszetős elmélet, a gyakorlatban is van létjogosultsága.

Értékvezérelt vállalatvezetés

Az értékvezérelt vállalatvezetés az alternatív ökonómia elveinek gyakorlati megvalósítása a fennálló rendszer forradalmi, radikális megváltoztatása nélkül, ahol a vállalatok, mint a változás vezetői jelennek meg a társadalmi és környezeti állapot inkrementális, lépésről-lépésre történő javítása, mint végső cél érdekében.

Az értékvezérelt vállalatvezetés ennél tovább megy, „módszertanilag is jelentősen eltér a gazdálkodásban jelenleg általánosan elfogadott és alkalmazott gondolkodási sablonoktól, modellektől.” (Angyal, 2005, 3. o.)

Fontos kérdés tehát az érték, a hozam definíciója, felfogása. Míg a hagyományos gazdálkodásban csak a pénzben mérhető, gazdasági értéket veszi számításba, ez a szemlélet elismeri, hogy léteznek olyan közvetlenül nem mérhető, minőségi tulajdonságok is, melyek mérhetetlenségük ellenére értékelhetőek, és szerepet is játszanak a vállalat értékében (Angyal, 2005). A többdimenziós értékteremtésről az egyik első felelős cég, a The Body Shop alapító-tulajdonosa így vallott: „Ajándékozni mindenképpen nemes cselekedet. Jobban érzed magad tőle, és ha jobban érzed magad, akkor lelkileg is jobban vagy. Ne értsd félre: én ezt magamért teszem” (Roddick-Miller, in Pataki-Radácsi, 2000, 235. o.)

Az értékvezérelt vállalkozók közös jellemzője, hogy nem közgazdasági kalkulus, de erkölcsi választás alapján döntenek el, hogy nem csak üzleti sikerért, de az érintettek jól-létéért is fognak dolgozni. Ezért vállalkozói tevékenységük során meghatározó identitásuk, a vállalat igazán addig tudja megőrizni igazi arcát, amíg tulajdonosi kontrollját az alapítók vagy leszármazottaik gyakorolják. Szintén fontos közös vonás, hogy nem akarják rögtön radikálisan megváltoztatni a fennálló gazdálkodási rendszert, a kapitalista szabadpiacot (Pataki-Radácsi, 2000), de felismerik, hogy az nem létezhet piaci kudarcok nélkül („felvilágosult kapitalizmus”). Egyfelől ezeknek a kudarcoknak a megelőzésére és orvoslására, másfelől, mert emberként szeretünk közösséghez tartozni – ez a természetes, hiszen az ember társas lény – a vállalat számára is fontos a közösség életében való aktív

becapcsolódás, részvétel¹. Ezek a vállalatok és vezetőik élvezik a verseny játékát, de ezen kívül érzik az együttműködés felelősségét is (Pataki-Radácsi, 2000).

Az értékvezéreltség mögött meghúzódó motiváció

A profit termelése így fontos, de nem önmagában vett célként, hanem a vállalat tisztas továbbélése, társadalmi szerepének fenntartása eszközeként. „A vállalat csak eszköz. Fel lehet használni az élet minőségének javítása vagy a vállalat szűken értelmezett önérdeke, a haszonmaximalizálás érdekében” (Cohen-Greenfield in Pataki-Radácsi, 2000, 162. o.). Ez általában a vállalat alapításától jellemző, így az értékvezéreltség a tevékenység alapja, nem később rakódik rá vagy hozzá, mint a CSR esetében – a vállalat nem csak jótékonykodik, hanem napi cselekvésébe építi be a társadalom számára hasznos cselekedeteket. Ez az, ami az értékvezérelt vállalatok legfontosabb megkülönböztető sajátossága. O’Toole (in Pataki Radácsi, 2000) szerint valójában maguk az értékek ezen vállalatok legfontosabb termékei. Az értékvezéreltség (vagy ennek hiánya) sem tekinthető minden esetben statikus állapotnak, a vállalatok különböző utakat járnak be működésük során (Borzán et al, 2011).

A vállalkozó több rétegű motiváltsága eredményezi, hogy a vállalat is több dimenzióban méri sikerességét. A Ben&Jerry’s alapítói így vallanak elkötelezettségükről: „olyan vállalatot akartunk építeni, amire büszkék lehetünk” (Cohen-Greenfield in Pataki-Radácsi, 2000, 157. o.). Újra felfedezték tehát a vállalkozás szó igazi gyökerét: „Az üzlet fő célja az értékteremtés” (Cohen-Warwick, 2006, xvii. o.). Ebbe beletartozik az üzleti siker is, de az magában korántsem biztosít büszkeséget, elégedettséget, önkifejezési lehetőséget.

Van vállalkozó, aki azért választja a hagyományos helyett ezt az utat, mert elkötelezett a természeti környezet iránt, vannak, akik a fenntarthatóság elvének gyakorlati megvalósítási lehetőségeit keresik, vannak, akik szerint a lokalizálás az elsődleges feladat a globális viszonyok között. Kutatásaink során többször találkoztunk olyan vállalkozókkal is, akik vallási, vagy egyéb spirituális indíttatásból választottak alternatív utat (Zsolnai-Győri, 2011; Győri, 2012; Győri-Ócsai, 2014). Peter Pruzan (idézi Zsolnai, 2004) definíciója szerint a spirituális szó jelentése „az anyagi jól-létet meghaladó értelem, lényeg keresése” (3. o.). A spiritualitás tehát nem jelent feltétlenül vallásosságot – bár természetesen kapcsolódhat vallási meggyőződéshez – sokkal inkább az emberi értékekre való fókuszálást, az egyetemes forrással, teremtő erővel, istenséggel való kapcsolatot. A menedzsment, a döntéshozatal szükségképpen meghatározza az énképet, az egyéniséget, az önkifejezés, önmegvalósítás eszköze. Ha öntudatunk befogadóbb, holisztikusabb, békésebb, az nagyobb empátiához, és a „senkinek sem ártani” egyetemes parancs meghallásához vezet (Zsolnai, 2004). A spiritualitás tehát olyan keret, amely céllal tölti meg az üzleti tevékenységet (is), hiszen minden céllal rendelkező, szervezett tevékenység spirituális természetű (Pruzan in Zsolnai, 2004).

Allinson (in Zsolnai, 2004) egyenesen spirituális ökonómiáról beszél, amely felismeri, hogy a gazdasági tevékenység célja a teremtés, a környezetnek és az embereknek jó dolgok létrehozása, hiszen az ember a Föld őrzője és megbízottja. Ezzel szemben ma az etikától elszakadt, szekularizált közgazdaságtan és menedzsment érvényesül (Chakraborty in Zsolnai, 2004), ez a hatalmas technikai tudással párosulva elpusztítja a Földet, ami saját létének is alapja. Ennek megakadályozásához a „szív tisztasága” (39. o.) kell, nem ész és erő. A mérés-orientált, redukcionista tudományos felfogás és a spiritualitás kulturális elnyomása szükségképpen vezet rossz eredményre, hiszen a spiritualitás elsősorban hit kérdése.

¹ A Polányi féle társadalmi beágyazottság

Eredmények

A magyar értékvezéreltek motivációi

A Budapesti Corvinus Egyetem Gazdaságtudományi Központjában 2008-ban és 2011-ben vizsgáltuk a magyarországi értékvezérelt vállalkozások és vállalkozók sajátosságait, jellemzőit (Győri, 2010, Győri-Ócsai, 2014). Elsődleges célunk az volt, hogy elméleti alapokkal és empirikus eredményekkel bizonyítsuk, hogy a felelős, elkötelezett vállalkozások fennmaradhatnak, hosszú távon sikeresek lehetnek a magyar gazdaság kemény versenykörülményei között is.

A kutatások során szakértői mintavétellel, 2008-ban 17, 2011-ben 16 értékvezérelt vállalkozás vezetőjével készítettünk mélyinterjút. Azért használtuk a nyitott és félig nyitott kérdésekre épülő módszert, mert egy eddig kevésbé vizsgált területen nem csak a versenyképességre vonatkozó hipotéziseink tesztelése volt a célunk, de az értékvezéreltség mögött meghúzódó motivációk, személyes sikertényezők, kifejezetten magyar specialitások feltárása is.

Bár erre 2008-ban közvetlenül nem kérdeztünk rá, a személyes hangú interjúkból kitűnt, hogy sokféle indítatásból váltak értékvezérelt vállalkozókká interjúalanyaink. Ennek megfelelően sokféleképpen is definiálják, számukra mit jelent értékvezéreltnek, etikusnak lenni. A legtöbbit említett ok a vallás, a spiritualitás volt. Az ezt fontosnak tartó megkérdezettek között többségben voltak a keresztények, de beszélgettünk két buddhistával is.

Az előzőek miatt úgy gondoltam, a következő kutatás során érdemes feltérképezni, hogy az egyes vezetőket mi motiválta arra, hogy értékvezérelt céget csináljanak és vezessenek. Így 2011-ben a lehetséges motivációs tényezők között vizsgáltuk a vallás és a spiritualitás szerepét is. Minden megkérdezett kiemelte, hogy a vállalkozás elkötelezettségének alapja a vezető személyes elkötelezettsége, hitvallása. A vállalkozás és maga a vállalkozó nem különül el, így etikájuk, küldetésük, alapvető értékállalásaik sem.

A megkérdezett vezetők közül öt hangsúlyozta a személyes elkötelezettségükben a spiritualitás szerepét (hárman a keresztény vallásra hivatkoztak, míg két cégnél a buddhista szemlélet a meghatározó). Felelősségük alapja az ember felett álló tisztelete, a hit. A vállalat csak eszköz a közjó elérésére, ugyanakkor a vállalkozó identitásának kiteljesítésére, megélésére is. A tudatos, értékvezérelt vállalkozók nem akarnak kettősségben élni, holisztikus, sok esetben vallási értékeiket éppen úgy akarják alkalmazni az üzleti, mint a családi életben. Így hivatásuk, üzletviteli értékeik megválasztása erkölcsi választás volt ugyan, de tulajdonképpen nem is tudnának elképzelni másfajta működést.

Ennek érzékeltetésére két megkérdezettünket idézem:

„A teremtés könyvében Isten azt a parancsot adta az embernek, hogy uralkodjon a földön. Ez felelős fennhatóságot jelent! A pusztításra a sáska teremtett és nem az ember. A sáskának ilyen a természete, de az ember észet kapott a teremtőtől és szabadságot. Ehhez pedig komoly felelősség is társul. Ez a gondolat nyújtson segítséget, amikor megindokoljuk tetteinket, akár a bevonatkészítést is.” (Ostorházi László)

„Nekem ez az utam. Nekem ez a hobbim, ez a küldetésem, ez a kísérletem, ez az életem. Biztos vagyok benne, hogy ha én elkezdeném a másik utat, az nem is működne, nekem nincs más utam – lehet, hogy ez le is von a cselekedeteim értékéből...” (Héjj Tibor)

Kutatásai eredményeink korlátozottak, hiszen kutatásaink ebben a témában feltáró jellegűek voltak és csak kis minták vizsgálatát engedték meg, mégis látható belőlük egyrészt a vallás meghatározó gazdasági szerepe, másrészt az is, hogy nincs meghatározó különbség aszerint, hogy a vállalkozó elkötelezettsége melyik világvalláson alapul.

Az alternatív gazdaságtan filozófiai, vallási alapjai - a világvallások értékalapú gazdasági tanítása

Bár a spiritualitásnak nem kell feltétlenül összekapcsolódnia a vallással, mégis kétségtelen, hogy a nagy világvallások mind tanítanak a gazdaság szerepéről, és sajnálatosan elfeledett, de máig megszívlelendő bölcs gondolatokat fogalmaznak meg. Az is megfigyelhető, hogy gazdasági tanításaik nem mondanak ellent egymásnak, alapvetően egy irányba mutatnak.

Bizonyíték erre például Botos írása, ahol a szerző először megpróbálja a nyugati vallást individualistaként, a keletit ezzel szemben közösségiként beállítani, ugyanakkor azt is elismeri, hogy a keresztény vallásban van számos közösségi jellegű tanítás is. „Ha Szent Ágoston: „De civitate Dei” című művére gondolunk, láthatjuk a jól szervezett közösségi társadalom modelljét. Nem olyan könnyű tehát a vallásokat azok közösségi vagy individualista jellege szerint csoportosítani.” (Botos, 2008, 48. old.) Ugyanezt Varga (2013) például úgy bizonyítja, hogy bár az Ószövetségben a prófétáknál gyakran megjelenik a bűnös népek kiirtásának gondolata, valójában nem csak az Új-, de már az Ószövetségben is megjelenik az ellenség szeretetének, ehhez kapcsolódóan a pogányok megtérítésének gondolata, akár a gazdasági érdekekkel szemben is. Sedlacek (2012) kiemeli, hogy a keresztény vallás legfontosabb sajátossága a vétkek megbocsátása, az „adóságok elengedése”, akkor is, ha ez rövidtávon ütközik az önérdelkekkel, a gazdasági racionalitással. Az Újszövetségben még határozottabban megjelenik, hogy az önérdék követésénél sokkal előrébb való a felebaráti szeretet, olyannyira, hogy enélkül Isten szeretete, követése sem lehet teljes:

„Mester, melyik a nagy parancsolat a törvényben? Jézus pedig monda néki: Szeresd az Urat, a te Istenedet teljes szívedből, teljes lelkedből és teljes elmédből. Ez az első és nagy parancsolat. A második pedig hasonlatos ehhez: Szeresd felebarátodat, mint magadat.” (Mt, 22, 36-39)

Eszerint gazdasági, vagy bármely más döntéseink során a döntésünk által érintettek érdekeit a saját érdekünkhöz hasonló súllyal kell figyelembe vennünk. Ezt az elvet használja Zsolnai László (2000) is döntési modelljében, amellyel komplex módon elemezhetővé válnak a gazdasági, etikai döntések. Az individuális és közérdek konfliktusának modernkori tanmeséje a közlegelő tragédiája, ami napjainkban is rávilágít a GDP növekedésének és az ökolábnym korlátosságának ellentétére (Tóth, 2009).

Mindezek ellenére az alternatív gazdaságtan követői közül sokan gondolják úgy, hogy mivel a nyugati keresztény gondolkodás a kapitalizmus egyik alapvető ideológiai forrása, így ez az értékrend tehető felelőssé a hagyományos közgazdaságtan problémáiért, kudarcáért is. White (1967) például arra hivatkozik, hogy a nyugati tudomány és technológia a vallás nevében igazta le a természeti környezetet, hiszen a Biblia antropocentrikus tanítása szerint az ember kiemelkedik a többi teremtmény közül, Isten azért teremtette őt a saját képére, hogy az állatok és a növények, az egész természet felett uralkodjon. Így többen a keleti vallási értékekben keresik a közgazdaságtan megújításának lehetőségét, köztük a buddhista közgazdaságtan

legfontosabb kutatója E. F. Schumacher, aki „A kicsi szép” című művében fejtette ki a keleti gazdasági gondolkodás etikai előnyeit.

A buddhista közgazdaságtan alapelvei (Zsolnai, 2010) valóban pozitív képet festenek az embernek és természetnek jó gazdaságról. A buddhista közgazdaságtan nagyban eltér a nyugatitól, hiszen nem maximalizál, éppen ellenkezőleg: minimalizál. A buddhista közgazdaságtan célja nem haszonmaximalizálás, hanem a veszteségek csökkentése. Ehhez nem a vágyak, a fogyasztói szükségletek megsokszorozása és kultiválása vezet, hanem a vágyak megfékezése, leegyszerűsítése. Ez hozzájárul az emberek jól-létéhez, fizikai és pszichikai egészségéhez és a természet tehermentesítéséhez is – a kicsi szép. Ha viszont önmagunkat egészséges mértékben képesek vagyunk korlátozni, az azt eredményezi, hogy másokkal kevésbé leszünk erőszakosak, hiszen nem lesz szükségünk arra, hogy állandóan növekedjünk, terjeszkedjünk. Így nyitottabbak leszünk mások igényeire is, nem fogjuk őket eszközként használni saját céljainkhoz, valóban törődünk velük. Önérdünk visszaszorulásával nagylelkűségünk, mások önzetlen segítése előtérbe kerülhet. Különösképpen így sokszor többre jutunk, mint a pusztá önérdékkövetéssel, hiszen a nagylelkűség megtérül a viszonzási kapcsolatokban, ahogy Chappell (in Pataki-Radácsi, 2000) fogalmazott: „a jóság jóságot szül”, így végső soron kiderül, hogy a „kevesebb több”.

A konfucianizmusban a legfőbb érték az egyén belső egyensúlya és a társadalmi harmónia. Ehhez egy véges világban elengedhetetlen a fogyasztói szükségletek önkéntes korlátozása, a verseny és a kooperáció, illetve az állami és a magán gazdaság egyensúlya. „A taoisták mikroökonómiai szinten az alábbi ellentétpárok feloldására törekcszenek:

- (i) közösségi érdek versus magánérdek;
- (ii) moralitás versus profitszerzés;
- (iii) szükséglet-visszafogás versus szükségletkielégítés;
- (iv) kooperáció versus verseny;
- (v) pihenés versus munkavégzés (Zsolnai, 2001, 87. o.).

Ez alapján az önérdék nem állhat magában, mint a gazdasági tevékenység motivációja, a vállalkozónak a közjavak előállításához is hozzá kell járulnia.

A hindu vallás tanítása szerint az emberi létforma már magasabb rendű, hiszen az ember képes gondolkodni. Ugyanakkor ez felelősséggel is jár, hiszen éppen az ember az, aki legnagyobb hatással van a többi létezőkre és az egész világra. A világ egységének tiszteletéből következik a természet tisztelete, és minden ember méltósága is.

A keleti vallások rövid vizsgálata után a zsidó és a keresztény vallás alapvető értékeit, gazdaságra vonatkozó tanításait tekintem át, bizonyítandó, hogy ezekben a vallásokban sem a mainstream közgazdaságtan alapvető értékei, hanem sokkal inkább az alternatív gazdaságtan és a gazdaságetika alapelvei jelennek meg. A gazdálkodás hármass rendszerét Polányi alapján például Zamagni és Bruni (2013) fejti ki összekapcsolva azt a keresztény értékekkel.

A zsidó társadalmi tanítás lényege, hogy felelősek vagyunk tetteinkért. Az ember valóban kiemelkedik a többi teremtmény körül, de nagyobb hatalma nagyobb felelősséggel is jár. A profitmaximalizálás pozitív dolog, de csak úgy szerezhetünk hasznot, ha ezzel másnak nem okozunk veszteséget. Az a feladatunk, hogy maximálisan törekedjünk az emberi méltóság megőrzésére, és arra, hogy a következő generációknak egy jobb világot adjunk át. Ez

aktivitást és kreativitást követel meg, az igazságosság figyelembevételével, így támogatnunk kell a szegényeket, a nálunk rosszabb helyzetben élőket.

White (1967) szerint Assissi Szent Ferenc egy alternatív kereszténységet képvisel, ám véleményem szerint Szent Ferenc csak a keresztény tanítás amúgy is létező – igaz, talán kevésbé hangsúlyos – oldalát fejt ki.

A keresztény tanítás az ember méltóságán és a magántulajdonon alapul. „Nem korlátozza kreatív tevékenységünket, de figyelembe veszi, hogy esendők vagyunk. A kereszténység tehát realista. Nehezen tudunk ellenállni az önzés kísértésének, ezért szükséges, hogy a magántulajdon fennmaradjon. Ennek híján nem lennénk eléggé gondos gazdái a ránk bízott világnak” (Botos, 2008, 50. o.). Ugyanakkor, mivel Isten gyermekei vagyunk, részt kell vennünk Atyánk teremtő tevékenységében, úgy, hogy megőrizzük a ránk bízott világot. Az ehhez kapcsolódó morális kötelességek a szeretet, az igazságosság, és a figyelem másokra. Ha például a hét főbűnre (kevélység, fősvénység, bujaság, irigység, torkosság, harag és jóra való restség) gondolunk, látható, hogy éppen úgy, ahogy a keleti vallásokban, felmerül a közjóra való törekvés, a mértékletesség, a kooperáció, vagy akár a másokról (és ezalatt természetesen érthetünk nem emberi létezőket is) való gondoskodás igénye és szükségessége.

Következtetések

Ahogy az értékvezérelt vállalatvezetés példája is mutatja, az alternatív, felelős gazdálkodás alapja minden esetben morális, erkölcsi meggyőződés, de nem köthető szorosan a keleti vallásokhoz, sok esetben éppen a keresztény értékrendből ered.

A vállalkozásnak természetesen van spirituális aspektusa is, de ezt a hagyományos ökonómia nem ismeri el. Cohen és Greenfield (in Pataki-Radácsi, 2000, 183. o.) így fogalmaz: „kiszakították mindennapi életünkől a lelkeséget”, pedig a vállalkozás, és az értelme nem fejezhető ki pusztán materiális fogalmakkal.

„Áttekintve a világvallások gazdasági tanításait, megállapíthatjuk, hogy szinte kivétel nélkül elutasítják a pusztán profit motiválta tevékenységeket. A legtöbb nézetrendszerben nagy hangsúlyt kap a felelősség és az igazságosság fogalma. A kooperáció, a kreativitás és az együttérző szolidaritás ugyancsak számos világvallás közös eleme” (Botos, 2008, 51. o.).

Schumacher, a buddhista ökonómia atyja állítólag azt mondta halála előtt, hogy „A kicsi szép”-ben leírt értékvezérelt gazdálkodást valójában éppen úgy levezethette volna a keresztény értékekből, ahogy a buddhista elvekből tette. Így ír például a Hegyi beszédről: „Furcsamód a Hegyi beszéd meglehetősen pontos útbaigazítást ad arról a szemléletmódról, amely elvezethet az életben maradás gazdaságtanához... Talán merésznek tűnik, hogy ezeket a boldogságokat műszaki és gazdasági ügyekkel hozzuk kapcsolatba. De nem lehetséges, hogy éppen azért kerültünk bajba, mert mind ez idáig nem volt meg ez a kapcsolat? Nem nehéz rájönni, mit jelenthetnek számunkra ezek a boldogságok ma:

- szegények vagyunk, nem félistenek,
- jó okunk van bánkódni, és nem állunk az aranykor küszöbén,
- szelíd megközelítésre, erőszakmentes lélekre van szükségünk, és a kicsi szép,
- törődünk kell az igazságossággal, és meg kell értenünk, hogy a jó győzedelmeskedik,
- mindez, és csakis ez, képessé tesz bennünket arra, hogy békességszerzők legyünk.” (Schumacher, 1991, 160-161. o.)

Konklúzió, összefoglalás

Bár a keresztény vallás alapvetően antropocentrikus, ebből mégsem következik, hogy individualizmusra és önzésre nevelne. Valójában minden vallás tanítása arról szól, hogyan lehet és kell az embert, a közösséget és a világmindenséget megőrizve élnünk, ezen belül gazdálkodnunk. Ehhez elengedhetetlen mások tisztelete, döntéseink másokra gyakorolt hatásának figyelembe vétele, és az olyan általánosan elfogadott etikai normák tisztelete, mint a méltányosság, az igazságosság, az egyenlőség és a környezeti és társadalmi fenntarthatóság. Tóth Gergely (2013) a közös nevező megtalálása érdekében nem keresztény-, buddhista-, iszlám-, vagy egyéb konkrét valláshoz kapcsolódó közgazdaságtant javasol, hanem az ún. gazdasági teológiát, amely az Isten felé haladás eszközeként fogja fel az anyagiakkal való körültekintő gazdálkodást.

A hagyományos közgazdaságtan elméleti és gyakorlati kudarcainak oka tehát nem az, hogy a nyugati gazdasági gondolkodás a zsidó-keresztény értékekből – és nem más vallások értékeiből – került levezetésre, hanem hogy azoktól, és az erkölcsi parancsoktól független tudományként próbálta és próbálja definiálni önmagát, az önérdeteket a kooperációnál fontosabbnak tartva. Az értékvezérelt vállalkozók vizsgálatokor kiderült, hogy az értékeknek, amelyek sokszor vallási meggyőződésből fakadnak, fontos szerepük van az alternatív üzleti út választásában, azonban nincs szignifikáns különbség abból fakadóan, hogy pontosan melyik vallást és értékeit vallja magáénak a vállalkozó.

Hivatkozások

- Allinson, R. (2004): The Birth of Spiritual Economics. in Zsolnai (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*, Kluwer Academic Publishers, 61-74. o.
- Angyal Á. (2005): Vállalati felelősség, mint érték. *Vezetéstudomány*, 36/ 1. szám, 2-12. o.
- Borzán A. - Lentner Cs. - Szigeti C. (2011): A pénzügyi vállalkozások felelősségvállalásának új dimenziói *Economica* (Szolnok) 4:(11) pp. 22-30.
- Botos K. (2008): A világvallások gazdasági tanítása, a globális piactudomány és a karitás. *Iustum, Aequum, Salutare* - 4. évfolyam, 1. szám, 43-52. o.
- Csiszárík-Kocsir, Á. (2014): Mit hozott a válság keleten és nyugaton? – avagy a makroadatok alakulása Magyarországon és Németországban a válság előtt és után. *A világgazdaság és világpolitika - a „Nyugat” és a „Kelet” változó geopolitikai erőterében c.* konferencia anyaga (kézirat)
- Chakraborty, S. K. (2004): Spirit-centered, Rajarshi Leadership, in Zsolnai (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*, Kluwer Academic Publishers, 33-49. o.
- Chappel, T. (1993): Vállalkozás az egyéni és a közjóért, in Pataki Gy. – Radácsi, L. (2000): *Alternatív kapitalisták*, Új Paradigma Kiadó, Szentendre, 187-211. o.
- Cohen, B. – Greenfield, J. (1998): Mit jelent az, hogy „érték-alapú” vállalat? in Pataki Gy. – Radácsi, L. (2000): *Alternatív kapitalisták*, Új Paradigma Kiadó, Szentendre, 157-185. o.
- Cohen, B. – Warwick, M. (2006): *Values-driven Business – How to Change the World, Make Money, and Have Fun*. Berrett-Koehler Publishers, Inc. San Francisco
- Györi, Zs. (2010): CSR-on innen és túl. Doktori disszertáció, Budapesti Corvinus Egyetem

- Győri Zs. (2012): Ökológiaileg-orientált vállalkozások Magyarországon. In: *Fenntartható fejlődés, élhető régió, élhető települési táj 2*. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest, p 73-89. ISBN 978-963-503-505-2
- Győri Zs. – Ócsai A. (2014): Ecologically-oriented enterprises in Hungary. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, Special Issue on: "Spirituality and Sustainability", Vol.10, No.1, p 52-65.
- Máté evangéliuma, Biblia
- O'Toole, J. (1991): Tegyéél jót és hajts hasznot! – A „Business Enterprise Trust Award”, in
- Pataki Gy. – Radácsi, L. (2000): *Alternatív kapitalisták*, Új Paradigma Kiadó, Szentendre, 45-69. o.
- Pataki, Gy. – Radácsi, L. (2000): Alternatív üzleti vállalkozások, in Pataki Gy. – Radácsi, L. (2000): *Alternatív kapitalisták*, Új Paradigma Kiadó, Szentendre, 9-44. o.
- Polányi, K. (1976): *Az archaikus társadalom és a gazdasági szemlélet*. Gondolat, Budapest, 1976.
- Pintér, T. (2013): Az európai integráció emberképe. in Róbert, P (ed.): *Gazdaság és morál: tiszta társadalom, tiszta gazdaság*. Széchenyi István Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Győr, 239-252. o.
- Pruzan, P. (2004): Spirituality and the Context for Leadership, in Zsolnai (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Kluwer Academic Publishers, 15-31. o.
- Roddick, A. – Miller, R. (1991): Az új kor felé? in Pataki Gy. – Radácsi, L. (2000): *Alternatív kapitalisták*, Új Paradigma Kiadó, Szentendre, 213-235. o.
- Schumacher, E. F. (1991): *A kicsi szép*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Budapest
- Sedláček, T. (2012): A jó és a rossz közgazdaságtana, A Gilgames eposztól a Wall Streetig. HVG Kiadó Zrt. Budapest
- Tóth G. (2009): Miért van szükség új közgazdaságtanra? *Valóság*, 2009. május, LII. évf. 5. szám, 68-84. o.
- Tóth G. (2012): Bionómia és gazdasági teológia 2012 évi Kautz Konferencia előadásainak elektronikus kötetek.
<http://kgk.sze.hu/images/dokumentumok/kautzkiadvany2012/vallalkozas/tothg.pdf>
- Tóth G. (2013): Mi legyen a gyerek neve? A haszonökonomiától a gazdasági teológiáig. *Valóság*, 2013/4, 43-63. o.
- Varga, N. (2013): A Biblia és a Korán gazdaság és társadalom képe – a két forrás komparatív elemzése. Doktori értekezés, Nyugat-magyarországi Egyetem Közgazdaságtudományi Kar
- White, L. Jr. (1967): The Historical Roots of Our Ecological Crisis, *Science, New Series*, Vol. 155, No. 3767, March, 1203-1207. o.
- Zamagni, S. – Bruni, L. (2013): *Civil gazdaság – Hatékonyság, méltányosság és köz-jóllét*. L'Harmattan Kiadó
- Zsolnai, L. (2000): A döntéshozatal etikája. Kossuth Kiadó, Budapest

- Zsolnai L. (2001): *Ökológia, gazdaság, etika*. Helikon Kiadó, Budapest
- Zsolnai L. (2004): Spirituality and Management, in Zsolnai (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Kluwer Academic Publishers, 3-12. o.
- Zsolnai L. (2010): Boldogság és gazdaság - A buddhista közgazdaságtan eszméi. Typotex Kiadó, Budapest
- Zsolnai L. – Győri Zs. (2011): Can Ethics Survive in Competitive Environments? *Empirical Evidence from Values-Driven Businesses*, *European Business Ethics Network 24th Annual Conference*, szeptember 15-17.

Szerző:

GYŐRI Zsuzsanna, PhD,
óraadó, Budapesti Gazdasági Főiskola,
CSR-szakértő, KÖVET Egyesület a Fenntartható Gazdálkodásért
gyori@kovet.hu, drgyorizsuzsanna@gmail.com

