

Kovács Gábor

Keresztény és buddhista vállalkozók értékorientációja

Gazdaságetikai Központ

Témavezető: Zsolnai László, DSc.
igazgató, egyetemi tanár

© Kovács Gábor

Budapesti Corvinus Egyetem
Gazdálkodástani Doktori Iskola

Keresztény és buddhista vállalkozók értékorientációja

Ph.D. értekezés

Kovács Gábor

Budapest, 2017

TARTALOMJEGYZÉK

Táblázatok jegyzéke.....	8
Ábrák jegyzéke.....	9
Bevezetés.....	10
I. Elméleti áttekintés.....	12
1. A kutatási téma megalapozása.....	13
1.1 Az érték fogalmi köre	13
1.1.1 Az érték	13
1.1.2 Az értékrendszer és az értékorientáció.....	14
1.2 A spiritualitás fogalmi köre	15
1.2.1 A spiritualitás	15
1.2.2 A vallás és a spiritualitás kapcsolata.....	17
1.3 Spirituális értékek	19
1.3.1 A spiritualitás és az értékek kapcsolata: a spirituális értékorientáció	19
1.3.2 A spirituális értékek helye az értékek között	20
1.3.3 A spiritualitás és a materializmus kapcsolata	21
2. Spiritualitás a gazdaságban.....	25
2.1 Az üzleti etika története és hiányosságai	25
2.3 A paradigmaváltás szükségessége az üzleti etikában	27
2.4 Az üzleti spiritualitás története	28
2.5 Az üzleti spiritualitás következményei	29
3. Keresztény értékek a gazdaságban	32
3.1 A Katolikus Egyház társadalmi tanítása	32
3.1.1 A munkáskérdésről.....	33
3.1.2 A társadalmi rend megújítása.....	34
3.1.3 Korunk társadalmi folyamatairól és fejlődéséről	35
3.1.4 Az igazságon, igazságosságon, szereteten és szabadságon felépítendő békéről a nemzetek között	36
3.1.5 Az Egyházzal a mai világban	37

3.1.6 Az emberek fejlődése.....	37
3.1.7 Az emberi munkáról.....	38
3.1.8 Társadalmi elkötelezettség.....	39
3.1.9 A Rerum Novarum enciklika kibocsátásának századik évfordulója alkalmából.....	39
3.1.10 Az Egyház erkölcsstanának néhány alapvető kérdéséről	40
3.1.11 Az Egyház társadalmi tanításának kompendiuma	40
3.1.12 Az ember teljes értékű fejlődéséről a szeretetben és az igazságban	41
3.1.13 Az evangélium hirdetéséről a mai világban.....	42
3.1.14 Áldott légy.....	42
3.2 A gazdaságban megjelenő keresztény értékek	43
4. Buddhista értékek a gazdaságban.....	47
4.1 A buddhizmus alaptanításai.....	47
4.2 A buddhista közgazdaságtan története.....	50
4.2.1 A buddhista makroökonómia.....	56
4.3 A gazdaságban megjelenő buddhista értékek	56
II. Empirikus kutatás.....	61
5. A kutatástervezés.....	62
5.1 A kutatás episztemológiai beállítottsága	63
5.2 A kutatás részterületei és a kutatási kérdések.....	64
5.2.1 A spiritualitás fogalmának értelmezése a vállalkozók körében	64
5.2.2 A keresztény és a buddhista értékorientáció vizsgálata az üzleti életben ...	65
5.2.3 A spirituális és a materiális értékek viszonya az üzleti életben	65
5.2.4 A spirituális értékorientációból származó üzleti gyakorlatok.....	66
5.3 A kutatási stratégia	67
5.3.1 Az adatgyűjtés módszerei	68
5.3.1.1 Az elsődleges adatgyűjtés	68
5.3.1.2 A másodlagos adatgyűjtés	69
5.3.2 Az adatelemzés módszerei	70
5.3.2.1 A kvalitatív tartalomelemzés.....	70
5.3.2.2 A dokumentumelemzés	71
5.3.2.3 A kvalitatív összehasonlító elemzés.....	71
5.3.3 Módszertani áttekintés	73
6. Az adatgyűjtés és az előzetes adatelemzés.....	75

6.1 A megfigyelési egységek azonosítása és címkézése.....	75
6.2 A vizsgált populáció	76
6.2.1 A kutatásban résztvevő vállalkozók alapadatai.....	78
6.3 Az adatgyűjtés tapasztalatai.....	81
6.3.1 Az adatgyűjtéshez használt interjúvázlatok	81
6.3.2 Az interjúk lefolytatása	84
6.3.3 A dokumentumelemzés forrásai.....	85
6.4 Az interjúk átírása.....	85
6.5 Az adatok előzetes elemzése és a kódolási sémák kialakítása.....	86
6.6 Az elemzés megbízhatósága	88
7. Az eredményalkotás	91
7.1 Az eredményalkotás módszereinek áttekintése	91
7.1.1 Az adatok értelmezése és az adatmegjelenítés eszközei	91
7.1.2 Következtetések levonása	92
7.1.3 Az elemzéshez felhasznált módszerek	93
7.2 A kutatás eredményei.....	94
7.2.1 A spiritualitás fogalmának értelmezése a vállalkozók körében	94
7.2.2 A keresztény és a buddhista értékorientáció vizsgálata az üzleti életben ..	100
7.2.3 A spirituális és a materiális értékek viszonya az üzleti életben	129
7.2.4 A spirituális értékorientációból származó üzleti gyakorlatok.....	140
Összefoglalás.....	152
Függelék.....	160
Hivatkozások jegyzéke.....	167
Publikációs jegyzék.....	186

TÁBLÁZATOK JEGYZÉKE

1. A Katolikus Egyház társadalmi tanításában szereplő értékek	45
2. A gazdaságban megjelenő keresztény értékek.....	46
3. A Nemes Nyolcrétű Ösvény	49
4. A buddhista közgazdaságtan eszmerendszerében szereplő értékek.....	58
5. A gazdaságban megjelenő buddhista értékek	59
6. A kutatás részterületei, a hozzájuk tartozó kutatási célok és kutatási kérdések	67
7. A kutatás részterületein alkalmazott adatelemzési módszerek	74
8. A kutatásban résztvevő keresztény vállalkozók és cégek alapadatai.....	79
9. A kutatásban résztvevő buddhista vállalkozók és cégek alapadatai	80
10. A megbízhatóság elemzésének eredményei.....	90
11. A spiritualitás fogalmának meghatározására irányuló válaszok száma és százalékos aránya a kódolási séma alapján	98
12. A spiritualitás fogalmának meghatározására irányuló válaszok száma és százalékos aránya az egyszerűsített kódolási séma alapján.....	99
13. A keresztény vállalkozások küldetésnyilatkozataiban megjelenő keresztény értékek	107
14. A buddhista vállalkozások küldetésnyilatkozataiban megjelenő buddhista értékek ...	114
15. Keresztény vállalkozók értékorientációja	117
16. Buddhista vállalkozók értékorientációja	117
17. A részpopulációk igazságtábláiban lévő értékek részhalmaz-kapcsolatai.....	119
18. Az értékek csoportosításához felhasznált részhalmaz-kapcsolatok	120
19. Az egyszerűsített igazságtáblák	122
20. A keresztény és a buddhista értékelköteleződések darabszáma.....	123
21. A gazdaságban megjelenő keresztény és buddhista alapértékek összehasonlítása.....	128
22. Az értékelköteleződéssel kapcsolatos dokumentumok tartalma.....	130
23. A spirituális és a materiális értékek viszonya	135
24. A spirituális és a materiális értékek viszonyát leíró válaszok száma és százalékos aránya.....	136
25. A kompromisszumos kapcsolatot megvalósító esetek.....	136
26. A spiritualitás materializmus feletti dominanciáját megvalósító esetek	139
27. Etikai-, minőségügyi- és környezetmenedzsment dokumentumok.....	150

ÁBRÁK JEGYZÉKE

1. A spiritualitás és a vallás kapcsolata.....	18
2. Az emberi értékek körkörös modellje	21
3. A jól-lét és a jólét kifejezések viszonya.....	22
4. A megszabadulás elérése.....	49
5. A hólabda módszer alkalmazásával létrehozott részpopulációk.....	78
6. A transzcendens, materiálison túli és szellemi kódok kapcsolata.....	99

BEVEZETÉS

A spiritualitás hosszú ideig kizárólag vallási kontextusban képezte a tudományos érdeklődés tárgyát. A gazdasági tudományokban, valamint a menedzsment területén a kérdéskör az ezredforduló környékén bukkant fel, és az évek során egyre nagyobb jelentőségre tett szert. Dolgozatom is ehhez a kutatási területhez kapcsolódik. Azt kísérem meg feltárni, hogy a keresztény, illetve a buddhista értékorientációval rendelkező vállalkozók mely értékek iránt köteleződtek el. A kutatás célja a két értékorientáció vizsgálata és összehasonlítása.

A témaválasztást személyes okok motiválták. Régóta elkötelezett vagyok a spiritualitás gazdasági életben betöltött szerepének, valamint az etikus üzleti gyakorlat témaköreinek kutatása iránt. Továbbá több mint tíz éve foglalkozom a buddhizmus elméleti, illetve gyakorlati formáival, és behatóan tanulmányoztam a buddhista közgazdaságtan eszmerendszerét.

Kutatásom egy, kvalitatív módszertan segítségével készített feltáró vizsgálat. Az alkalmazott módszertanból adódóan a dolgozatban nem állítok fel előzetes hipotéziseket. Ehelyett kutatási kérdéseket fogalmazok meg. Fő célom feltárni, mely értékek mentén történik keresztény, illetve buddhista értékelköteleződés az üzleti életben. Ezen kívül a kutatásban foglalkozom a spiritualitás fogalmának meghatározásával, a spirituális és a materiális értékek viszonyának bemutatásával, valamint a spirituális értékekből származó üzleti gyakorlatok feltárásával. A kutatás során az adatgyűjtéshez félig strukturált interjúkat és dokumentumelemzést használtam. Az eredmények megalkotásához pedig kvalitatív tartalomelemzést, dokumentumelemzést és kvalitatív összehasonlító elemzést alkalmaztam.

A disszertációban az alábbi öt megállapítást fogalmaztam meg, amelyek az empirikus kutatás négy részterületén végzett vizsgálatok eredményeit foglalják össze:

A spiritualitás fogalmára sem keresztény, sem buddhista viszonylatban nem lehet tartalmilag egységes definíciót adni a spirituális értékek iránt elkötelezett magyar vállalkozók körében.

A vizsgált hazai keresztény vállalkozók értékorientációja az üzleti életben három irreducibilis, másra vissza nem vezethető alapérték (core value) segítségével írható le, amelyek az emberi méltóság, az igazságosság és a szolidaritás.

A vizsgált hazai buddhista vállalkozók értékorientációja az üzleti életben négy irreducibilis, másra vissza nem vezethető alapérték segítségével írható le, amelyek az összekapcsoltság, a tudatosság, a mértékletesség és az együttérzés.

A hazai keresztény és buddhista vállalkozók túlnyomó többségének üzleti gyakorlatában a spirituális értékek materiális értékek feletti dominanciája figyelhető meg.

Bár a keresztény és a buddhista vállalkozók értékorientációja egymástól eltérő ontológiai koncepciókon nyugszik, az üzleti életben mindkét spirituális értékorientációt hasonló üzleti gyakorlatok alkalmazásával valósítják meg.

A kutatás rávilágít a spirituális értékorientációból származó etikus üzleti viselkedés fontosságára, és példákkal alátámasztva mutatja be a spirituális értékeken alapuló vállalkozói gyakorlatokat.

I. RÉSZ

ELMÉLETI ÁTTEKINTÉS

1. FEJEZET

A KUTATÁSI TÉMA MEGALAPOZÁSA

Dolgozatom első fejezete összegzi a kutatás kiindulópontjait. Célja a vizsgálat során használt legfontosabb fogalmak meghatározása, valamint az empirikus kutatás megalapozása a kutatási terület áttekintésével.

1.1 Az érték fogalmi köre

Az érték (*value*) fogalma a latin *valere* szóhoz köthető, melynek jelentése „jól lenni”, „erősnek lenni”. Bár a fogalom az élet minden területén megjelenik, tanulmányozásával kezdetben csak a filozófia keretein belül foglalkoztak. Az 1950-es évektől kezdve azonban az érték fogalmának kutatása a társadalomtudományokban is a középpontba került: a szociológiában, az antropológiában, a pszichológiában, a teológiában, a politikatudományban és a közgazdaságtanban is. Az érték – bár definíciója mindegyik diszciplínában eltérő – egy olyan fogalom, amely hozzájárul a tudományágak közötti együttműködés (*interdisciplinary collaboration*) kialakulásához (Kluckhohn, 1951; Kluckhohn et al. 1961; Rokeach, 1969; Bem, 1970).

1.1.1 Az érték

Az érték fogalmának meghatározásával számos kutató foglalkozott (Bankwala, 2004; Bem, 1970; Braithwaite & Law, 1985; Burroughs & Rindfleisch, 2002; Fallding, 1965; Firth, 1953; Kluckhohn, 1951; Rokeach, 1968; 1973; 1979; Schwartz, 2012). Minden meghatározás megegyezik abban, hogy az értéket egy hosszú ideig fennálló, a cselekvést és a viselkedést konzisztens rendszerbe szervező irányelvnek tekinti. Dolgozatomban ezt a definíciót használom a továbbiakban az érték fogalmának meghatározására.

Az értékek kognitív természetűek, és a jó-rossz közötti választás eredményei. Alapjaiban járulnak hozzá világunk felépítéséhez, Kanti értelemben véve

imperatívuszok, amelyek konzisztens magatartást eredményeznek (Boudon, 2001; Kluckhohn, 1951). Miután egy ember egy adott értéket internalizál, a továbbiakban az határozza meg cselekedeteit. Egy felnőtt ember nagyjából egy tucat értékkel rendelkezik (Rokeach, 1973).

Az értékek csoportosításának egyik lehetséges dimenziója a hatókörük megkülönböztetése. Az értékek személyiségünk alapvető összetevői, cselekedeteink kíváncsú útját határozzák meg. Egy ember személyes értékei másokat, saját populációját vagy szervezetét is befolyásolják. Előfordulhat, hogy az értékek – bár alapvetően emberekhez kötődnek – egy adott populáció vagy társadalmi csoport saját viselkedési szabályaivá válnak (Bem, 1970; Boudon, 2001). Minden szervezet rendelkezik saját működéséből, vagy vezetőjének személyes értékvallalásából származó lényegi értékekkel, amelyek jellemzik az adott intézményt (Bankwala, 2004). Kutatásom választ ad arra, hogy a vizsgált vállalkozók megjelenítik-e saját spirituális értékeiket a szervezeteikben, és hogy ezek az értékek milyen módon jelennek meg vállalkozásaik működésében.

1.1.2 Az értékrendszer és az értékorientáció

Minden ember több értékkel rendelkezik, amelyek dinamikus kölcsönhatásban állnak egymással és lassan változó struktúrát alkotnak (Inglehart, 1977; 1997). Rokeach (1973) és Schwartz (1992; 1996) mellett érvelnek, hogy az értékek szerepét kizárólag egy nagyobb, több értéket tartalmazó rendszeren belül érthetjük meg teljes mértékben. Az értékrendszer az értékek hierarchiája és kombinációja (Lovejoy, 1950; Rokeach, 1969; 1979; Sethi & Lowry, 2008). Vinson és munkatársai (1977) is azt állítják, hogy az értékek nem egyértelműen elkülönített, kapcsolat nélküli összetevők, hanem egyidejűen, egy összekapcsolt hierarchiában léteznek. Ebben a hierarchiában vannak központi vagy domináns, illetve periférikus vagy variáns értékek (Kluckhohn, 1951; Kluckhohn et al. 1961). Alapállapotban az összes érték jól megfér egymás mellett, de ha egy választás során értékkonfliktus adódik, akkor a domináns értékek felülírják a periférikus értékeket. Az élet mindennapos velejárói a több szempont szerint történő választások, amelyek több érték figyelembe vételét feltételezik.

A társadalom különböző intézményei eltérő értékrendszerekkel rendelkeznek. Ezek között ugyanolyan értékkonfliktus adódhat, mint a személyes értékek között

(Rokeach, 1973; 1979). Kutatásom választ ad arra a kérdésre is, milyen kapcsolatban áll a spiritualitás személyes értékrendszere a gazdaság értékrendszerével az üzleti életben.

Az értékorientáció vagy értékelkötelezettség adott értékrendszeren alapuló normák, irányelvek és választási kritériumok betartását jelenti. Az emberek adott szituációkhoz való közeledése értékorientációjuktól, értékelköteleződésüktől függ. Az értékorientáció irányítja a döntéshozatalt, azaz a lehetőségek közötti választást. Meghatározza, mely értékek válnak dominánssá egy adott döntési szituációban (Kluckhohn, 1961; Parsons et al. 1951).

1.2 A spiritualitás fogalmi köre

Kutatásomban a spiritualitás kulcsfogalom, melyet a közgazdaságtan, illetve a menedzsment irodalom szempontjai alapján közelítek meg. Ennek oka, hogy a kutatás témája a spiritualitás üzleti életben játszott szerepe.

A spiritualitás (*spirituality*) fogalma a latin *spirare* szóból származik, melynek jelentése „lélegzet”, „lélegzés”. A magyar „szellem” vagy még inkább a „lélek” kifejezések is egy olyan nem-látható, de érzékelhető jelenséget írnak le, amelynek eredete szorosan kapcsolódik a spiritualitás jelentéséhez.

1.2.1 A spiritualitás

A közgazdaságtani és menedzsment irodalomban már számos kísérletet tettek a spiritualitás definíciójának megalkotására, illetve jellemző vonásainak leírására. A dolgozat következő szakasza e gondolatok összegzése, különös tekintettel a 2000-es évek közepétől született munkákra. A millenniumot megelőző időszakban főként Mitroff (1998; 1999) foglalkozott behatóan a spiritualitás és a menedzsment összefüggésével, de a spiritualitással kapcsolatos kutatások áttekintését Poole (2009) adja meg.

Egy átfogó, tartalmilag egységes spiritualitás-definíció megalkotása nehézségekbe ütközik, részben azért, mert a spiritualitás változatos, szubjektív jelenség. Sokféle spirituális tapasztalat létezik, így többféle megközelítése lehetséges. A spiritualitás tehát ernyőfogalom, amely számos jelentést magában foglal. A legtöbb definíció azonban tartalmaz közös vonásokat: az ember valódi énjével való azonosulást, az egoista vágyakat meghaladó értékek keresését, az összes érző lény iránti együttérzést,

valamint az élet forrásával és alapjával való kapcsolatba lépést (Bouckaert, 2003; 2007; Bouckaert & Zsolnai, 2011; König, 2010; Nandram, 2010).

Az egyik első definíciós kísérlet a spiritualitás meghatározására a menedzsment irodalomban Mitroff és Denton (1999) nevéhez fűződik. Ők kezdetben a spiritualitást, Bouckaerthoz (2007) hasonlóan egyszerűen értelem-adásként (*meaning-making*) írták le. Később azonban Mitroff (2003) finomította ezt a megközelítést, és hangsúlyozta, hogy a spiritualitás egy olyan, felsőbb hatalomba vetett hit – bárhogy is nevezik azt –, amely az egész univerzumot irányítja és mindennek célt ad. Chakraborty (2004) szerint a spiritualitás annak elfogadása, hogy a lények lényegisége mélyebb, mint a test-élet-tudat kombináció. Bouckaert (2004) Levinasra (1980) hivatkozik, amikor azt állítja, hogy a spiritualitás a változásra és a másik „másságára” való nyitottság. Ehhez hasonló Maria (2007) meghatározása is.

Bouckaert (2007) számos, a menedzsment-tudományok területén született meghatározást gyűjtött össze. Némelyik a spiritualitást olyan vágyként definiálja, amely arra irányul, hogy az ember értelmet találjon az életben. Egy másik olyan keresésnek nevezi, amely meghaladja az anyagi jólétet és a mélyen gyökerező emberi értékekre, valamint az univerzumban működő egyetemes energiára összpontosít. A Dalai Láma (2008) gazdasági témában készült könyvében a spiritualitást a tudat belső dimenzióinak tanulmányozásaként határozza meg. König (2010) és Blot (2011) úgy tekint a spiritualításra, mint az Egyhez való tartozás érzésére. Mukherjee (2008), valamint Bouckaert (2011) úgy határozza meg a spiritualitást, mint a minden élőlénnel való mély összekapcsoltság belső megtapasztalását. Lozano (2004) azt állítja, hogy a spiritualitás egy olyan út, amely túlmegy a racionalitáson, és lehetőséget ad az „ego”-t meghaladó, teljes tapasztalásra. A különböző definíciókat még lehetne sorolni, a fenti lista csupán áttekintést ad a gazdasági, illetve a menedzsment irodalomban megtalálható kísérletekről.

Mukherjee (2008) felhívja a figyelmet arra a téves elgondolásra, amely a spiritualitást egyfajta ezoterikus, a valóságtól elszakadt foglalatosságnak tekinti. A spiritualitás egy átfogó megközelítés, amelynek célja a létezés minden dimenziójában a tevékenységek harmóniájának a megteremtése. További jellemzője, hogy a létezéssel kapcsolatos kérdéseket teszi a középpontba: a belső valóságra irányul (Pruzan, 2009). Ennek ellenére a spiritualitással kapcsolatban külső és belső tapasztalatokat is lehet szerezni. A külső a másokkal és a világgal való kapcsolatunkra, a belső pedig olyan

önátalakító folyamatokra vonatkozik, amelyek tudatosságunk kiszélesítésére és megszokott létállapotunk meghaladására irányulnak (Nandram, 2010).

A keresztény-katolikus megközelítéssel összhangban a spiritualitást azonosnak tekinthetjük a lelkeséggel (Ferenc pápa, 2013; János pápa, XXIII. 1961; János Pál pápa, II. 1981). A Dalai Láma (2008) a spiritualitást buddhista szempontból a tudat belső dimenzióinak tanulmányozásával azonosítja. A spiritualitás e két megközelítése nagymértékben eltér egymástól. Mivel dolgozatomban a gazdaságban megjelenő keresztény és buddhista értékeket vizsgálom, a spiritualitás meghatározására egy általános munkadefiníciót, a European SPES Forum által megalkotott meghatározást használok: *„A spiritualitás az emberek – különféle módokon végbemenő – keresése az élet transzcendens értelme után, amely az élőlényekkel való összekapcsoltságukra és a végső igazságra vagy Istenre irányul”* (<http://www.eurospes.be/>). A továbbiakban a kereszténységre és a buddhizmusra is egy-egy spirituális hagyományként hivatkozom. A fenti definíció értelmében ugyanis a spiritualitás olyan ernyőfogalom, amely a keresztény és a buddhista hagyományokat is magában foglalja. Kutatásomban feltárom a résztvevők által megadott spiritualitás-definíciók közötti különbségeket és hasonlóságokat, hogy megvizsgáljam, tehető-e különbség a spiritualitás keresztény és buddhista megközelítése között.

1.2.2 A vallás és a spiritualitás kapcsolata

Különbség van a spiritualitás és a vallás között. Mivel sokak számára e két jelenség hasonló vagy azonos jelentéssel bír, ezért szükséges a vallás fogalmát is jobban körülírnom. Bár a szó etimológiája kétséges, az egyik megközelítés szerint a latin *religare* szóhoz köthető, amelynek jelentése „újraegyesülés”. A szó, eredeti jelentésével összhangban egy olyan jelenséget jelöl, amely Isten keresését, az Istennel való kapcsolat elmélyítését, az Istennel való újraegyesülést jelenti. A spiritualitás gyakorlatai azonban nem feltétlenül kapcsolódnak Istenhez, sok esetben az önmagunkkal való egység, illetve a másokkal vagy az univerzummal való összekapcsoltság megtapasztalására irányulnak.

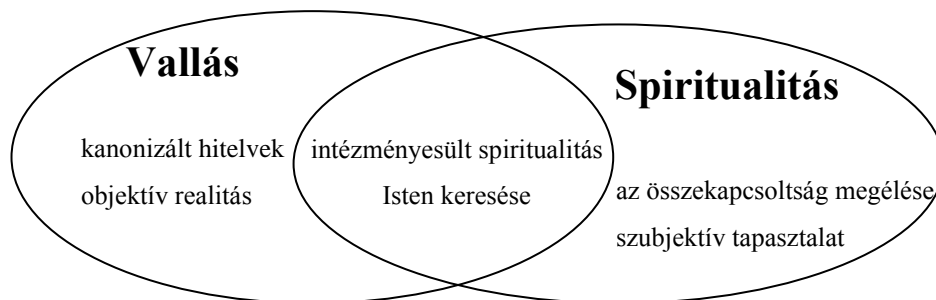
A vallással kapcsolatos kutatások a spiritualitásnál régebbi időszakra nyúlnak vissza. Allport (1950) az 1950-es években azt vizsgálta, hogy található-e egy, minden vallás részeként megjelenő közös tapasztalat, de arra az eredményre jutott, hogy nincs ilyen. A vallások különféle transzcendens tapasztalatok együttese. Minden vallás

rendelkezik intézményrendszerrel, amelyhez saját hiedelemvilág, rituálék és magatartási kódex tartozik (Miller, 2004; Zamagni, 2011).

Dolgozatomban a spiritualitást és a vallást két szempont alapján különböztetem meg: (i) pozíciójukat és viszonyukat, illetve (iii) intézményesülésük mértékét vizsgálom meg.

Pozícióját tekintve a spiritualitás a vallások mögötti lényegiség. Poole (2009) Hawleyra (1993) hivatkozik, aki azt állítja, hogy a spiritualitás a cél, a vallás pedig a célhoz vezető út. A vallás fejezi ki a spiritualitás lényegiségét, a vallási hiedelmek alapjait (Bouckaert, 2007; Gasparski, 2004; Pruzan, 2004; Thompson, 2007; 2008; Zsolnai, 2004a; 2004b). A keresztény vallás szempontjából az Istenhez való imádság, illetve egyéb rituális gyakorlatok egybeesnek a spiritualitással (Blot, 2011). Ebből adódik, hogy sok keresztény nem is tesz különbséget a két jelenség között (Roy, 2008). Egyesek számára a spiritualitás megélését a szervezett vallási gyakorlatok nyújtják, míg mások számára a spiritualitás személyes ügy, hiszen bárki lehet spirituális irányultságú anélkül, hogy egy adott valláshoz tartozna, illetve bárki követheti egy adott vallás rituáléit anélkül, hogy komolyabb spirituális elköteleződéssel rendelkezne (Lazar, 2004; Pruzan, 2004).

A vallás a transzcendens tapasztalat intézményesültsége, a szentséggel kapcsolatos társadalmi és közvetített kapcsolatokra fordít figyelmet. A spiritualitás viszont nagyobb hangsúlyt fektet a közvetlen, szubjektív tapasztalatokra (Bouckaert, 2007). Blot (2011) hívja fel a figyelmet arra, hogy sok esetben a dogmatika, az erős etikai normák, illetve az intézményi rendszer járul hozzá, hogy egyes vallási szervezetek elveszítik spirituális erejüket. Ez a jelenség pedig a spiritualitás egyre személyesebbé, vallástól elszakítottá válását eredményezi (Bouckaert, 2003; 2007; Kovács, 2011a). A spiritualitás és a vallás kapcsolatát az 1. ábra mutatja.



1. ábra: A spiritualitás és a vallás kapcsolata
(saját szerkesztés Blot (2011), Bouckaert (2007), Gasparski (2004) és Pruzan (2004) alapján)

A spiritualitás eltér a vallástól. Helyzetüket figyelembe véve a spiritualitás adja a vallásosság alapját, mögöttes tartalmát és sok esetben csatornázza be a vallásos orientációt adott értékek irányába. Viszonyuk komplex, és ez nehezzé teszi a megkülönböztetésüket. A vallás és a spiritualitás nincs egymással alá-fölérendelt kapcsolatban, mivel az előbbi egy intézményrendszerbe való betagozódást, az utóbbi pedig a transzcendens utáni keresést jelenti. A spiritualitás személyes forrásokra épül, míg a vallás egy intézményrendszeren belül működik, és sokszor magának a spiritualitásnak az intézményévé válik.

1.3 Spirituális értékek

A következő alfejezet áttekinti a spiritualitás és az értékek kapcsolatát. Betekintést nyújt a spirituális értékorientáció fogalmába, feltárja a spirituális értékek helyét az értékek között, valamint megvizsgálja a spiritualitásnak és a materializmusnak (az anyagiasságnak) a kapcsolatát.

1.3.1 A spiritualitás és az értékek kapcsolata: a spirituális értékorientáció

Az értékek kialakulásának folyamatát többen vizsgálták (Hans, 2000). Azt az elméletet, hogy ebben kizárólag társadalmi folyamatok játszanak szerepet, már az 1950-es években elutasították (Morris, 1956). Az értékek legfőbb meghatározói a társadalmi kapcsolatok, de mára elfogadottá vált, hogy kialakulásukra ökológiai, pszichológiai, sőt biológiai tényezők is hatnak (Kluckhohn, 1951).

Gorsuch (1969) azt állítja, hogy a vallásnak és a spiritualitásnak fontos hatása van az értékek kialakulására. Rokeach (1973) értékdefiníciójában meg is jelenik ez a gondolat, mert szerinte az értékek olyan általános irányelvek, amelyek transzcendensen irányítják a cselekedeteinket és az ítéleteinket. Thompson (2008) azt állítja, hogy a spiritualitás támogatja az általánosan elfogadott értékek követését. Joas (2000) szerint az értékek és az értékelköteleződés az „én”-képzés és az önmeghaladás tapasztalatai során alakulnak ki.

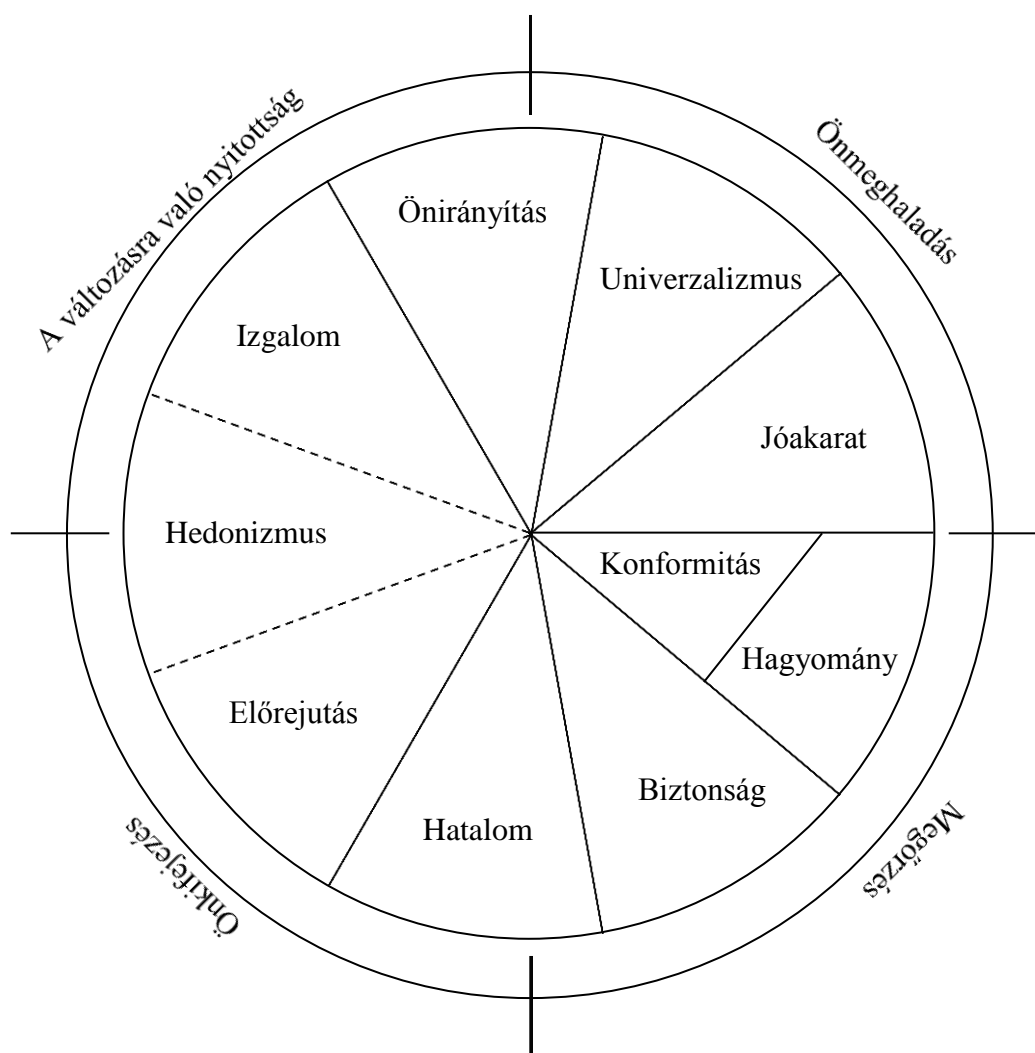
A spiritualitás az értékek egyik meghatározó tényezője: az értékek és az értékorientáció egyik, de nem egyetlen forrása. Bizonyos értékek és értékelköteleződések ugyanis kialakulhatnak spirituális háttér nélkül is. Allport (1964) szerint azonban a spiritualitás és a vallás az értékek és az értékorientáció legfontosabb

forrása, amely képes megoldást nyújtani az élet kérdéseire, mivel átfogó és integráló jellemvonásokkal bír. A spirituális értékek önmagunkon túl vezetnek bennünket egy olyan birodalomba, amely meghaladja önérdekünket (Miller, 2004). Ilyen spirituális érték például az integritás, az együttérzés, az együttműködés és a felelősségvállalás.

A spirituális értékorientációt két megközelítésből lehet vizsgálni. A belső szempont adott spirituális értékorientációval rendelkező személyek értékrendszerének egyezőségét vizsgálja. A külső szempont az eltérő spirituális hagyományok értékrendszereinek vizsgálata közös értékek feltárása céljából (Gasparski, 2004). Dolgozatom mindkét megközelítésből vizsgálja a spirituális értékorientációt, hiszen a kutatásban résztvevő keresztény és buddhista vállalkozók saját hagyományon belüli értékelköteleződését, illetve a két hagyomány értékelköteleződésének különbségét is elemzem.

1.3.2 A spirituális értékek helye az értékek között

Az értékek tipizálásával Schwartz (1992; 1994) is foglalkozott. Kvantitatív módszerekkel, kultúrákon átívelő vizsgálatot folytatott annak érdekében, hogy meghatározza az univerzális emberi alapértékek körét (Schwartz, 1992; 1994; 1996; 2012; Schwartz & Bilsky, 1987). A negyven országra kiterjedő empirikus kutatás eredményeképpen tíz általános értéktípust határozott meg, amelyeket egy körfelületen, az emberi értékek körkörös modelljében ábrázolt. Az emberi értékek körkörös modelljében a két tengely négy végpontján az önmagunkra és önmagunk meghaladására irányuló, illetve a nyitottságra és a megőrzésre irányuló értékkategóriák szerepelnek. Az emberi értékek körkörös modelljét a 2. ábra tartalmazza.



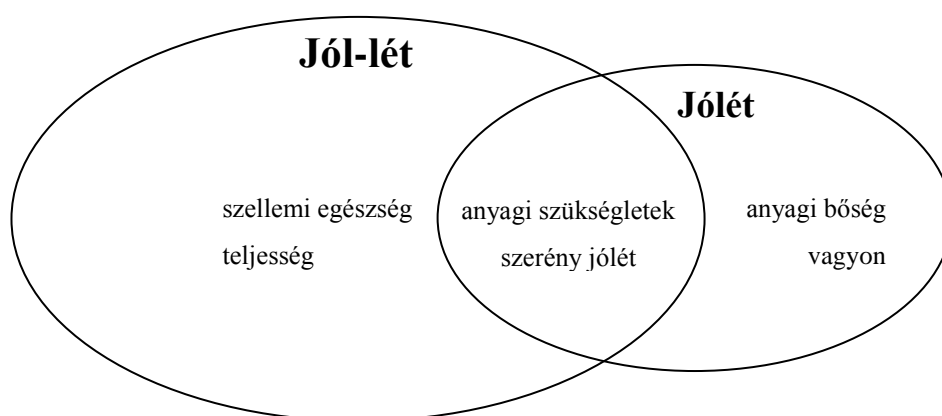
2. ábra: Az emberi értékek körkörös modellje
(készült Schwartz (1992, p. 46, figure 5) alapján)

Schwartz (1992) körkörös modelljében a tíz alapvető érték-kategória között a spiritualitás önállóan nem kapott helyet. A spiritualitás több értékkategória eredője. A spiritualitással összhangban álló kategóriák (i) a hagyományos értékek, amelyek adott kultúra, illetve vallás értékeinek tiszteletben tartását jelentik; (ii) a jóakarati értékek, amelyek az adott személyt körülvevő emberek jól-létének az előmozdítását célozzák; valamint (iii) az univerzalizmus, amely a természet és az emberiség tiszteletét és védelmét célozza. A spiritualitás mint értékképző folyamat tehát vagy önálló, explicit kategória vagy bizonyos értékkategóriák eredője.

1.3.3 A spiritualitás és a materializmus kapcsolata

A továbbiakban a dolgozatban különbséget teszek a teljes emberi jól-lét (*well-being*), valamint a materiális jólét között (*welfare*). Utóbbi kifejezés az anyagi javakban

való bővelkedést, a jómódot, a tárgyak bőségét, valamint a vagyont és annak felhalmozását jelöli. A jól-lét azonban összetettebb jelenség: egyéni szinten magában foglal bizonyos fokú anyagi jólétet, de meg is haladja azt; kiterjed a szellemi egészségre, valamint a spirituális teljességre is. Megvalósításához a jólét szerényebb foka szükséges. Ennek formái az önként vállalt egyszerűség (*voluntary simplicity*) és a mértékletes életvitel (*frugality*), melyeknek pozitív társadalmi és környezeti vonatkozásai is vannak. A jólét és a jól-lét kifejezések viszonyát az egyén szintjén a 3. ábra mutatja (Bouckaert & Opdebeeck & Zsolnai, 2011).



3. ábra: A jól-lét és a jólét kifejezések viszonya
(saját szerkesztés Bouckaert & Opdebeeck & Zsolnai (2011) alapján)

A materiális értékek és a materializmus

Maslow (1943) szükségletpiramisának az alapját a materiális, más néven az anyagi szükségletek képezik. Ezek az ember biztonság iránti vágyában gyökereznek. A biztonság iránti vágy a materializmus fő oka (Kasser, 2002). Burroughs és Rindfleisch (2002) Richinsre és Dawsonra (1992) hivatkoznak, akik a materializmust, vagyis az anyagiasságot egy olyan központi értékorientációként határozták meg, amely minél több tárgy megszerzésére irányul, és a birtoklás fontosságát hangsúlyozza. Ennek alapja az a feltételezés, hogy egy ember jól-létének növekedése elsődlegesen az általa birtokolt tárgyakkal áll kapcsolatban.

A XX. század az egyre nagyobb méretet öltő fogyasztás korszaka volt, ahol az anyagi javak megszerzése a siker és a boldogság elérésének kulturálisan elfogadott és támogatott eszközévé vált (Burroughs & Rindfleisch, 2002). A materializmusra széles körben úgy tekintenek, mint korunk legfontosabb értékorientációjára (Kasser & Ryan, 1993; Mick, 1996; Richins & Dawson, 1992), melynek legfontosabb értékei a pénz, a

gazdagság, a kényelem, a fejlődés érzete, az anyagi függetlenség (Gustavsson, 2008), valamint az üzleti siker, az anyagi jólét és a hatalom (Kasser & Ryan, 1993).

Kasser (2002) és Grof (1998) szerint a materiális értékorientáció egy eleve „vesztes” stratégia. Az emberek pénz, vagyon és státusz megszerzésére irányuló vágyainak a kielégítését célozza, amelyek azonban újabb, még nagyobb vágyak kiváltói lesznek, és ennek az öngerjesztő körnek nincs vége (Kasser, 2011). Easterlin (2004) kiemel négy, a túlzott mértékű materializmusra jellemző jelenséget, amelyek: (i) a szorongástól és a bizonytalanságtól való szenvedés; (ii) az alacsony fokú önbecsülés; (iii) a szoros interperszonális kapcsolatok hiánya; valamint (iv) az életminőség csökkenése. Utóbbi azonban csak a szélsőséges materializmus következménye, mivel az anyagiasság önmagában mindaddig nem destruktív, amíg a vágyak nem jutnak elsőbbséghez a belső értékekkel szemben (Kasser, 2002).

A materiális és a spirituális értékek viszonya

Az emberi értékek körkörös modelljében a szemben lévő értékkategóriák konfliktusban állnak, az egymás mellett lévők pedig kiegészítik és erősítik egymást (Schwartz, 1992; 1994; 2012). A materiális és a spirituális jellemvonásokkal bíró értékek ezen a körön egymással szemben kaptak helyet, ami a közöttük lévő konfliktusra hívja fel a figyelmet, amelyet Thompson (2007) és Lozano (2004) is megerősítenek.

Az értékek hierarchiája alapján bármely két érték között létrejöhet feszültség, de ez fokozottan igaz a materiális és a spirituális értékekre, hiszen ez két, egymással szemben álló értékkategória (Burroughs & Rindfleisch, 2002). Az alapvetően egocentrikus materializmus szemben áll a közösség-irányú spiritualitással. A materiális értékek külső célokhoz kapcsolódnak (például anyagi biztonság vagy pénzügyi siker), míg a spirituális értékek jellemzően belső célokhoz kötődnek (például a közösséghez való tartozás érzése vagy az önbecsülés) (Kasser & Ryan; 1993).

Kasser (2011) empirikus kutatásokra alapozva kijelenti, hogy a materiális értékek sok esetben inkompatibilisek a spirituális értékekkel, hiszen az anyagi értékekre való kizárólagos összpontosítás ellehetetleníti a spirituális értékekre történő koncentrációt. Ezt erősítik meg Schwartz és munkatársai (2012), akik kijelentik, hogy amíg a materializmus paradigmájában a spirituális értékek láthatatlanok, addig a spiritualitás hagy valamennyi helyet az anyagi értékek számára is. Kutatásom

lehetőséget biztosít a spirituális és a materiális értékorientációk kapcsolatának az empirikus vizsgálatára a hazai üzleti életben.

Kasser (2002) a materializmust szembeállítja a spiritualitással, és felhívja a figyelmet, hogy az anyagiasságtól való óva intés minden vallásban fellelhető. A vallások több ezer éves bölcsességét számos pszichológiai kutatás igazolta: a túlzott materiális értékorientáció negatív hatással van az emberi jól-létre és a boldogságra.¹

Burroughs és Rindfleisch (2002) hangsúlyozzák, hogy a materiális értékorientáció önmagában nem áll ellentétben a jól-lét megvalósulásával, hiszen ahhoz az alapvető anyagi szükségletek kielégítése elengedhetetlen. A jól-lét csökkenése abban az esetben következik be, amikor a materiális értékorientáció túlzott mértékűvé, szélsőségessé válik. Ekkor az egocentrikus értékek konfliktusba kerülnek a közösségi értékek megvalósítását célzó spirituális értékekkel, ami magasabb szintű pszichológiai szükségletek kielégítésének a hiányához vezet, vagyis a jól-lét csökkenését eredményezi. Sőt, napjaink boldogságkutatásai kimutatták azt is, hogy a materiális értékek kizárólagos követését boldogtalanság kíséri (Ash, 2007; 2011).

Az első fejezet több lehetséges kutatási részterületet jelölt ki a vállalkozók spirituális értékorientációjával kapcsolatban. Ezzel összhangban, az empirikus vizsgálat során elemzem a résztvevők által megadott spiritualitás-értelmezések közötti különbségeket, és megkísérlek egy tartalmilag egységes definíciót adni a fogalomra; feltárom a spiritualitás és a materializmus kapcsolatát a hazai vállalkozók üzleti életében; valamint megvizsgálom, megjelennek-e, illetve milyen módon jelennek meg a résztvevők spirituális értékei a gazdálkodó szervezetekben. A dolgozat következő fejezetei további elméleti áttekintést tartalmaznak. Bemutadják az üzleti spiritualitás történetét, majd a gazdaságban megjelenő keresztény, illetve buddhista értékeket.

¹ Ezt támasztják alá a napjainkban Magyarországon végzett kutatások is. Ezek azonban még arra is felhívják a figyelmet, hogy a túlzott materializmus nem csak a szubjektív jól-lét mértékét csökkenti, de még az ökológiai fenntarthatóság megvalósítását is gátolja (Csutura & Zsóka, 2014).

2. FEJEZET

SPIRITUALITÁS A GAZDASÁGBAN

Bár a spirituális tapasztalatok személyes jellegűek minden esetben hatással vannak a társadalmi kapcsolatokra (Bouckaert & Zsolnai, 2011). Ahogy Thompson (2008) állítja, bárki megélheti és megvalósíthatja személyes spiritualitását a saját üzletvezetési gyakorlatában. Nandram (2010) tovább megy, amikor kimondja, hogy a spiritualitás megvalósítása – viselkedésként és üzleti gyakorlatként – a menedzsment tudományok keretében vizsgálható.

Az üzleti spiritualitás részletesebb tárgyalását megelőzi egy rövid összefoglaló, amely bemutatja az üzleti etika hiányosságait, és rávilágít arra a folyamatra, amely hozzájárult az üzleti spiritualitás térnyeréséhez.

2.1 Az üzleti etika története és hiányosságai

Az uralkodó közgazdaságtani paradigma értékorientációja a materializmus, melynek követése az egyéni, a társadalmi és az ökológiai dimenziókban is súlyos következményekkel jár. A materiális értékorientáció egyénre gyakorolt negatív hatásairól már esett szó. A materiális értékrendet követő gazdálkodás súlyos társadalmi problémákat okoz. A GDP növekedése ellenére egyre nagyobb a társadalmi egyenlőtlenség, a társadalmi bizonytalanság, a szegénység és a gazdasági-, illetve a politikai hatalom koncentrálódása (Magnuson, 2007a; 2008; 2011). A materializmus dominanciájának legsúlyosabb következménye az az ökológiai terhelés, amellyel a modern gazdaság a Föld erőforrásait és természeti rendszereit egyre nagyobb mértékben pusztítja. Ennek következménye az erdők gyorsuló eltűnése, a termőtalaj degradációja, a biodiverzitás csökkenése, a fajok kipusztulása, az erőforrások felélése és a klímaváltozás (Kovács, 2011b; Meadows et al. 1972; Report of the World Commission, 1987).

A közgazdaságtani logika alkalmazásával nem lehet etikus, értékeken alapuló döntéseket hozni (Hardin, 1968). A közgazdaságtan nem ismeri fel az etikai különbségeket (Atkinson; 2009), nem tud morális tudománnyá válni, pedig az általa okozott problémák és nehézségek elkerülése érdekében erre mindenképpen szükség lenne. Ez a tény egy új tudományág, az üzleti etika létrejöttét tette szükségsszerűvé.

Az üzleti etika tudományág és menedzsment gyakorlat, amely az 1970-es években alakult ki az Egyesült Államok nagyvállalatainál, majd elterjedt az egész fejlett világban. Úttörői megalapozták a vállalatok érintett elméletét (*stakeholder theory*), amely az etikai problémák kezelését a menedzsment feladatai közé sorolta. A nagyvállalatok vezetői írásba foglalták etikai kódexeiket, küldetésnyilatkozataikat, illetve bevezették az etikai audithoz és a hármas optimalizáláshoz (*triple bottom line*) hasonló menedzsment eszközöket (Bouckaert, 2010).

Az 1990-es évekre az üzleti etikában áttevődött a hangsúly az empirikus kutatásokra, amely más területek társadalomtudósainak, különféle tanácsadó cégeknek és üzleti iskoláknak az érdeklődését is felkeltette. Az üzleti etika gyakorlati alkalmazása is tovább szélesedett: teljes értékű menedzsment eszközzé vált, amely a jó hír, a bizalom és a dolgozói motiváció megvalósításának kulcseleme lett. Az üzleti gyakorlatban elterjedt az a nézet, hogy az etika kifizetődő, így megjelentek az első etikus befektetések. Létrejött tehát az a meggyőződés, hogy az etika jó üzlet.

Az üzleti etika eszköz-jellegű használata az etika menedzsment paradoxonjának (*ethics management paradox*) felismeréséhez vezetett (Bouckaert, 2007; 2010). Ez a paradoxon három lépésben fogalmazható meg: (i) bizonytalan üzleti környezetben szükség van az etikára a költséghatékony döntések meghozatalához és az együttműködés előmozdításához; (ii) az etika menedzsmentjének bevezetésével az etika racionális és eszközszerű használata valósul meg, amely aláássa a morális, belső elköteleződést; (iii) a morális, belső elköteleződés csökkenése vagy eltűnése csökkenti a bizalmat, amelynek a megteremtésére az etikát alkalmazták. A paradoxon kimondja, hogy az instrumentálisan alkalmazott etika kiszorítja az őszinte morális elköteleződést, egyszerű költség-haszon kalkulációvá degradálja azt, ami etikai deficitet (*ethical deficit*) eredményez (Bouckaert, 2007).

A 2000-es évekre a világ számos üzleti és etikai botránnal szembesült (például az Enron, a WorldCom és a Parmalat esetei). Ezeket követte a „dot-com” buborék

kipukkanása és a bankválság, amelyek rámutattak az eszközszerű etika működésképtelenségére, valamint megdöntötték az üzleti etikába, mint vállalati önszabályozásba vetett hitet (Bouckaert, 2010; Bouckaert & Zsolnai, 2011). Bouckaert (2010) szerint az üzleti etikának egy lehetősége maradt, hogy ne váljon feleslegessé: egy őszintébb, mélyebb formát kellett öltetnie, hogy kiküszöbölje az etika menedzsmentjével járó etikai deficitet. Lényegi kérdéssé vált tehát, hogy nem több, hanem más típusú etikára volt szükség (Bouckaert & Zsolnai, 2011).

2.3 A paradigmaváltás szükségessége az üzleti etikában

Bouckaert (2004) azt állítja, hogy az üzleti etika működési és gyakorlati hasznosságának a túlhangsúlyozása tönkreteszi a menedzserek etika iránti belső elköteleződését és ez paradoxonhoz vezet. Az etika fokozódó menedzsmentje nem jelent nagyobb mértékű etikai elköteleződést, sőt etikai deficitet hoz létre (Bouckaert, 2004; 2007).

Az etika-menedzsment paradoxonjának feloldása, valamint a létrejött etikai deficit kiküszöbölése tehát nem valósítható meg racionális eszközök alkalmazásával – ezt csak egy mélyebb, belső etikai elköteleződés oldhatja meg (Bouckaert, 2004; 2007). A belülről fakadó etika céljai a nyitottság és az összekapcsoltság megvalósítása, valamint a bizalom és a kölcsönösség kiépítése (Bouckaert, 2011), amelyek egybeesnek a spiritualitás céljaival. Gustavsson (2008) is erre hívja fel a figyelmet, amikor azt állítja, hogy az etika csak a spirituális értékek gazdasági területen történő alkalmazásával tud hozzájárulni az üzleti célok meghaladásához. Ezt erősíti meg Lozano és Ribera (2004) is, akik szerint egy új üzleti paradigma nehezen képzelhető el egy új személyes paradigma nélkül, és ezt támasztja alá Baritz (2014) Magyarországon elvégzett empirikus kutatása is.

A spiritualitás belső motivációs erőként biztosítja az etika hátterét, mivel az üzleti etikai kezdeményezések elbuknak, ha nem őszinte elkötelezettségen alapulnak. A személyes, társadalmi és környezeti jól-lét megvalósításának feltétele a valódi törődés, amely az egység-érzés spirituális megtapasztalásából fakad. Így, ha a gazdasági döntések etikusságát akarjuk javítani, akkor a döntéshozók spirituális fejlődését kell elősegítenünk. A spiritualitás tehát nemcsak az élet céljával vagy az „én” küldetésével kapcsolatos kérdések tisztázásában, hanem a gazdasági döntéshozatalban is segítséget

nyújthat (Zsolnai, 2007b). Az üzleti etikának szüksége van a spiritualításra, egy mélyebb hajtóerőre, amely az értékek szintjén irányítja az emberi viselkedést.

2.4 Az üzleti spiritualitás története

Bouckaert (2003; 2010) az üzleti etika történetének három korszakát különíti el: (i) a filozófiai hullámban, az 1980-as években megtörtént az érintett-modell elméleti megalapozása; (ii) a gyakorlati hullámban, az 1990-es években a korábbi eredmények teljesebben ki a menedzsment gyakorlatban; (iii) a spirituális hullámban, a 2000-es években pedig elkezdődött az üzleti etika korábbi megközelítésének megújítása.

Az üzleti- és főleg a munkahelyi spiritualitás iránt az 1990-es években nőtt meg az érdeklődés (Jurkiewicz & Giacalone, 2003). 1993-ban megszületett a „*Code of Ethics on International Business for Christians, Muslims and Jews*” című nyilatkozat, amelynek célja, hogy létrehozza a három vallás értékeivel összhangban álló közös etikai alapot a nemzetközi üzleti élet számára (Gasparski, 2004). Ebben az időben jött létre Leuvenben a European SPES Forum², amelynek célja, hogy hangot adjon az üzleti és gazdasági élet spirituális-alapú megközelítéseinek (Bouckaert & Zsolnai, 2007). 2000-ben alakult meg az Academy of Management keretein belül a Management, Spirituality and Religion munkacsoport azzal a céllal, hogy a spiritualitás és a vallás menedzsmenttel való kapcsolatát elméleti, valamint gyakorlati területeken tárja fel. A Taylor & Francis kiadó 2004-től jelenteti meg a „*Journal of Management, Spirituality and Religion*” című folyóiratát, hogy ezzel fogja össze a kutatási terület megnövekedett igényeit. A közelmúltban pedig számos konferenciát és szimpóziumot tartottak a spiritualitás és a vallás üzleti életben betöltött szerepéről.

A spiritualitásnak a menedzsment gyakorlatban betöltött szerepét vizsgáló kutatási terület jelentősége a 2000-es évek elején nőtt meg nagymértékben. Ennek keretében különböző spirituális és vallási hagyományok értékelkötelezettségeinek szempontjaiból vizsgálták a kérdéskört (Zsolnai, 2004c). A 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

² A SPES eredetileg latin szó, melynek jelentése „hit”. A szervezet a szót rövidítésként használja, a SPirituality in Economics and Society, vagyis Spiritualitás a Gazdaságban és Társadalomban kifejezésre.

szisztematikusan tudtak reflektálni az üzleti spiritualitás kérdéseire (Bouckaert & Zsolnai, 2007).

A tudományos kutatásokkal párhuzamosan, a 2000-es évek elején a menedzsment gyakorlatban is megjelent az érdeklődés a spiritualitás iránt. Többen felismerték, hogy a spiritualitás köti össze a belső és a külső világok közötti szakadékot, vagyis kapcsolatot teremt az egzisztenciális problémák és az életvezetés között, amelynek része az üzleti élet is (Gasparski, 2004). A XXI. század első évtizedének közepétől kezdve a spiritualitás többé nem „különleges hóbort” (Lozano & Ribera, 2004) vagy „egyszerű háttérzaj” (Ims & Jakobsen, 2008) az üzleti életben. Elfogadott kutatási témává és gyakorlati módszerré vált, főként a szervezeti spiritualitás (*organizational spirituality*), a munkahelyi spiritualitás (*spirit-friendly workplace*), valamint a spirituális vezetés (*spiritual leadership*) területein (Poole, 2009).

2.5 Az üzleti spiritualitás következményei

Ahogy Gasparski (2004, p. 130) megfogalmazza, a spiritualitás üzleti alkalmazásának nem az a célja, hogy „*Az üzleti élet kannibáljait a gazdaság vegetáriánusaivá alakítsa.*” A spiritualitás biztosíthatja az üzleti életben az etikus viselkedés belső motivációját, létrehozza a bölcsességet, a kreativitást és a kölcsönösséget (Bouckaert, 2010). Ellentéte a morális eltávolítás (*moral disengagement*), egy racionalizálási folyamat, melynek eredménye a szabályok áthágása és e tettek igazolása (Zsolnai, 2011a).

A spirituális gazdálkodáshoz a racionalitáson túli megközelítésre van szükség, ami a közgazdaságtan és az üzleti élet jelenségeinek új megértése. Az üzleti életet alá kell rendelni a spiritualitásnak, amely hiteles megközelítés, és magában foglalja a hagyományos üzleti etikát is (Bouckaert, 2007; 2010; 2011; Gustavsson, 2008).

Pruzan (2009) felhívja a figyelmet, hogy a spiritualitást nem szabad a társadalomból való kivonulással vagy az aszkéta életvitellel azonosítani. Éppen ellenkezőleg, a spiritualitás aktív részvételt jelent: szívvel, lélekkel, teljes tudatossággal. Értelemmel tölti meg az életet, és bármely munkát vagy üzleti tevékenységet megvilágosító tapasztalattá változtathat (Mukherjee, 2008).

A spiritualitás távolságtartást eredményez a piaci nyomástól és a szokásos üzleti gyakorlattól. Ez a távolság az innovatív etikai ideák és gyakorlatok kifejlesztésének

szükséges feltétele (Bouckaert, 2011). A döntések a döntéshozó „én”-jének kifejezései, így – mivel a spiritualitás segítségével az emberek meghaladhatják egocentrikusságukat – a spiritualitás megnövelheti a döntések etikusságát (Zsolnai, 2011a), és hozzájárulhat az etikai deficit megszüntetéséhez.

A spiritualitás célja nem az anyagi, hanem a belső, emberi fejlődés megvalósítása. Ebből fakad, hogy a spirituális megközelítés az üzleti tevékenységek értelmét nem a profit-maximalizálásban, hanem a résztvevő személyek önmegvalósításának elősegítésében látja (Zsolnai, 2004). Ennek ellenére a spiritualitás nem áll feltétlenül konfliktusban a nyereségességgel. A bizalom – spiritualitáshoz köthető értéke – például elősegíti a profit-termelést (Fukuyama, 1997; Thompson, 2004, 2008). Ezt erősíti meg Mitroff (2003), akinek empirikus kutatásai azt az eredményt mutatják, hogy a spirituális elkötelezettségűnek tartott szervezeteket az emberek nyereségesebbnek gondolják az USA-ban. A spiritualitás tehát nemcsak az őszinte etikus viselkedés szükséges feltétele, de versenyelőnyt is jelenthet (Benefiel, 2010; Mitroff, 2003). A spirituális értékorientációval rendelkező szervezetek ugyanis képesek olyan célokat követni, és olyan eredményeket elérni, amelyeket hagyományos üzleti megközelítéssel lehetetlen.

Az üzleti spiritualitás hiányának egyik legjelentősebb hatása a társadalmi- és ökológiai pusztítás (Welford, 2006). A fenntarthatóság megvalósítása nemcsak a technológiai fejlesztést, hanem a materiális vágyak redukálását is szükségessé teszi. Ennek alapja a spiritualitás megélése. A spirituális értékeken alapuló gazdasági viselkedés lehetővé teszi a fenntarthatóság megvalósítását, mert az emberi szükségletek holisztikus szemlélete tartalmazza a személyes, társadalmi és ökológiai dimenziókat (Csutora & Zsóka, 2014).

A spirituális értékekből származó gazdasági gyakorlat posztkapitalista (*post-capitalistic*), mert a vágyak redukálása szemben áll a maximalizálásra épülő, főárambeli gazdasági paradigmával. Az így létrejövő posztkapitalista gazdaságot a spirituális és a materiális értékek egyensúlya irányítja (Bouckaert & Zsolnai, 2011).

A spiritualitás segítségével megvalósítható egy olyan paradigmaváltás az üzleti életben, amelyben felcserélődik a hangsúly a birtoklás-orientált cselekvés és az önkiteljesítő létezés között (Blot, 2011). Ebben a paradigmaváltásban: „*Nem várható el, hogy a spiritualitás bizonyítsa létjogosultságát a gazdasági növekedés, az optimalizálás*

vagy a részvényesi vagyon ítélőszékei előtt. Inkább a technológiának, a közgazdaságtannak és az üzleti gyakorlatnak kell átmenniük a spiritualitás szűrőjén” (Chakraborty, 2004, p. 46). Vagyis egy teljesebb, spirituális életben kell elhelyezni a gazdasági tevékenységeket.

A következő két fejezetben a gazdaságban megjelenő keresztény, illetve buddhista értékeket tárgyalom. Ezek az értékek képezik empirikus kutatásom kiinduló pontjait. Az elméleti áttekintés a kereszténység esetében a Római Katolikus Egyház társadalmi tanítását foglalja össze a pápák és a vatikáni tanítóhivatal megnyilatkozásai alapján. A buddhizmus esetében pedig, a buddhista alaptanításokat kiinduló pontként tekintve, a buddhista közgazdaságtan eszmerendszerének fejlődésén keresztül mutatom be a gazdaságban megjelenő buddhista értékeket. Az elméleti áttekintés azért az interpretáció-jellegű források elemzését tartalmazza, mert keletkezésük időpontjai miatt sem a Biblia, sem a buddhista szent iratok nem tartalmazznak közvetlen útmutatásokat a modern üzleti élet számára. A Katolikus Egyház társadalmi tanítása, valamint a kortárs keresztény és buddhista gondolkodók által írt dokumentumok azonban az elsődleges vallási szövegekre építenek, átveszik a Biblia és a buddhista szent szövegek szellemiségét.

3. FEJEZET

KERESZTÉNY ÉRTÉKEK A GAZDASÁGBAN

A keresztény spirituális értékek megtalálhatók a Katolikus Egyház vallási tanításaiban. Mivel a zsidó-keresztény hagyomány szerint Isten az embert saját képmására teremtette, így a spiritualitással kapcsolatos összes keresztény fogalom az Istennel való kapcsolatból vezethető le (Thompson, 2004). A keresztény spiritualitás célja az Istennel való egyesülésen keresztül a megváltás elérése.

A Katolikus Egyház már korán felismerte a modern kori evangelizáció, a tudományok és a hit közötti párbeszéd jelentőségét (Ferenc pápa, 2013). Ennek szellemében jött létre 1994-ben a Nemzetközi Üzleti Élet Etikai Kódexének keresztények, muszlimok és zsidók közötti vallásközi deklarációja. A kezdeményezés célja, hogy meghatározza az ábrahámi spirituális hagyományok közös, az üzleti gyakorlatban is releváns értékeit. A dekrétum elismeri többek között, hogy (i) az üzleti élet a társadalmi valóság része; (ii) nincs alapvető konfliktus a „jó üzlet” és a profit között; (iii) az üzleti élet felelősséggel tartozik a jövő generációk iránt; (iv) az érintettekkel való kapcsolatnak őszintének és becsületesnek kell lennie; valamint (v) az üzleti kapcsolatokat a bizalomra kell alapozni (Gasparski, 2004).

3.1 A Katolikus Egyház társadalmi tanítása

A Katolikus Egyház társadalmi tanításának alapjai megtalálhatóak a Bibliában, de a XIX. század végétől a katolikus társadalmi tanítás (*Catholic social teachings* – CST) a mindenkori pápa és az Egyház Tanítóhivatala által kiadott dokumentumok alapján fejlődött. A Katolikus Egyház társadalmi tanítása nem technikai megoldás, modell vagy irányelv, hanem a humanizmus keretszerkezete, melynek célja az emberi méltóság védelme és a teljes emberi fejlődés biztosítása (Melé, 2011).

Dolgozatom következő alfejezete a katolikus társadalmi tanítást alkotó dokumentumok összefoglalója, amely ismerteti a gazdaság területén relevanciával rendelkező keresztény értékeket, amelyeket a szövegben dőlt betűs kiemeléssel jelzek. Az egyértelműség céljából, első előfordulásuknál zárójelben az adott érték latin és angol nyelvű fordítását is közlöm. A latin nyelvű fordítást minden esetben a Magyar Katolikus Lexikon on-line változatából vettem (<http://lexikon.katolikus.hu/>).

A katolikus társadalmi tanítást tartalmazó dokumentumok szoros összefüggésben állnak egymással, és egységet képeznek. Bár a mindenkori pápa különböző társadalmi témákban nyilatkozik meg, dolgozatom csupán a gazdasági vonatkozással rendelkező dokumentumok összefoglalását tartalmazza. Az 1891 óta kiadott, gazdasággal kapcsolatos enciklikákban, apostoli buzdításokban és pápai üzenetekben számos ismétlődő rész, és korábbi szövegekre történő visszautalás szerepel. Dolgozatom soron következő szakaszai e dokumentumok rövid összefoglalását tartalmazzák, de minden esetben csak az adott szövegben szereplő új gondolatok kiemelésével.

Célom a katolikus társadalmi tanítás gazdasági értékekre és magatartásformákra vonatkozó üzenetének összegzése. A szöveg a Magyar Katolikus Egyház elektronikus könyvtárában megtalálható hivatalos magyar nyelvű fordítások alapján készült. Ezek hiányában két enciklika, a „*Quadragesimo Anno*” és a „*Mater et Magistra*” elemzése Dér Katalin fordítása alapján készült. A magyar nyelvű fordítással nem rendelkező dokumentum, a „*Populorum Progressio*” forrása a Vatikáni Elektronikus Könyvtár honlapja. Ennél a körlevélnél az angol nyelvű fordítást tekintettem kiinduló pontnak. A „*Laudato Si*” című enciklika magyar nyelvű fordítását a Szent István Társulat által kiadott könyv alapján dolgoztam fel. A dolgozat következő szakaszainak címe megegyezik a gazdasági kérdéseket érintő egyházi dokumentumok címével.

3.1.1 A munkáskérdésről

A Katolikus Egyház vezetője körlevél formájában a XIX. század végén foglalkozott először gazdasági kérdésekkel. Az első enciklikát 1891-ben XIII. Leó pápa adta ki „*Rerum Novarum*”, „*A munkáskérdésről*” címmel.

A tudomány és a technológia térnyerése a XIX. század végére jelentős társadalmi egyenlőtlenségeket eredményezett, ami – a pápa szerint – a teljes erkölcsi hanyatlás rémével fenyegetett. Megfelelő törvényi szabályozás hiányában, a Katolikus

Egyház célja ennek a folyamatnak a megállítása, hogy keresztény értékekre épülő útmutatásokat nyújtson, valamint jogokat és kötelelességeket írjon elő a gazdaság szereplői számára. A dokumentum körvonalazza a keresztény munkajogot: beszél a munkakörülményekről, a szabadnapokról, a munkások önszerveződésének és érdekvédelmének kötelességeiről, valamint a keresztény munkásszervezetek (katolikus munkásegyletek) létrehozásának fontosságáról.

A kereszténység a magántulajdont természet adta jognak tartja, de ez a jog – szintén a természettörvényekkel összhangban – társadalmi kötelelességekkel is jár. A pápa elítéli a munka és a tőke elválasztását, mert a keresztény hagyomány szerint a munka gyümölcse azt illeti, aki dolgozik. Hangsúlyozza, hogy a gazdasági fejlődést társadalmi fejlődésnek kell kísérnie. A *közjó* (latin: *bonum commune*; angol: *common good*) megvalósításához fontosnak tartja a lehető legnagyobb arányú foglalkoztatás elérését, a bérek és az árak egyensúlyba hozását, a termékek és szolgáltatások elérhetővé tételét, és a jövő generációk szolgálatát.

Az enciklika az *emberi méltóság* (latin: *dignitas*; angol: *human dignity*) fontosságából indul ki, amelynek eredete, hogy Isten az embert a saját képére teremtette. Ebből adódik, hogy az ember méltósága a legfontosabb keresztény érték, amit tilos figyelmen kívül hagyni a munka során. A gazdaságban központi szerepet kap az *igazságosság* (latin: *iustitia*; angol: *justice*), mert kizárólag egy igazságos gazdasági rendszer tudja biztosítani az emberi méltóságot. A munkásokkal kapcsolatban ez azt jelenti, hogy lelki boldogságuk és emberi jogaik biztosítása mindennél előbbre való. A pápa kiemelte a *szolidaritás* (latin: *solidarietas*; angol: *solidarity*), a *szubszidiaritás* (latin: *subsidium*; angol: *subsidiarity*), a rászorulóik irányában érzett *keresztényi szeretet* (latin: *caritas*; angol: *charity*), és a krisztusi szegénység fontosságát. A *takarékosság* (latin: *frugalitas*; angol: *frugality*) azért kap központi szerepet, mert a vagyon nem nyújt valódi szabadságot, és nem járul hozzá az örök boldogság eléréséhez – sokkal inkább ezek akadályát képezi (Leó pápa, XIII. 1891).

3.1.2 A társadalmi rend megújítása

A második társadalmi témájú enciklikát az első enciklika negyvenedik évfordulójára, a nagy gazdasági világválság idején, 1931-ben adta ki XI. Pius pápa. A címe „*Quadragesimo Anno*”, „*A társadalmi rend megújítása*”. A pápa a *közjó* megvalósítását a gondoskodó államszervezeti berendezkedéshez köti. Az államnak a

keresztény erkölcsi értékrendre, mint a társadalmi reform egyetlen útjára kell épülnie, hogy az egyéni kötelességeket összhangba hozza a közjó megteremtésével. Ezzel a gazdaságot beágyazza az erkölcsi értékrendbe, valamint az egyéni és csoportérdekeket alárendeli a közjó megvalósításának.

A közjó megvalósítása speciális birtokviszonyt feltételez: a tisztán magán vagy tisztán kollektív tulajdonviszonyok elkerülését: olyan egyéni tulajdonviszonyt, amely *felelősséggel* (latin: *responsabilitas*; angol: *responsibility*), és etikai kötelezettségekkel jár.

A bőség és a gazdasági fejlődés lehetőségei Istenhez és a teremtés nagyszerűségéhez köthetők, bár elsődleges okuk a racionalitás elterjedése. Ezek az eszmék azonban elválasztották a gazdaságot az erkölcsi törvényektől és végül egy kapzsiságra épülő rendszert hoztak létre, amely instabil, és a tőke központosításával létrehozta a gazdasági diktatúrát. Ennek a folyamatnak az ellensúlyozásaként, az *emberi méltóságra* alapulva kell megvalósítani az *igazságosságot*, a *takarékosságot* és a keresztényi *szeretetet* a gazdaságban. A társadalmi igazságosság makrogazdasági szinten azt jelenti, hogy az állam a közjó érdekében tevékenykedik; mikrogazdasági szinten pedig azt, hogy a munkás megfelelő, méltányos munkabért kap munkájáért (Pius pápa, XI. 1931).

3.1.3 Korunk társadalmi folyamatairól és fejlődéséről

A Katolikus Egyház társadalmi ügyekkel foglalkozó következő enciklikája a „*Mater et Magistra*”, amely a „*Korunk társadalmi folyamatairól és fejlődéséről*” alcímet viseli. XXIII. János pápa adta ki 1961-ben, a „*Rerum Novarum*” hetvenedik évfordulóján.

Az enciklikában a pápa a gazdasági ágazatok fejlődése közötti egyensúly megteremtését, a mezőgazdasági munka méltóságának visszaállítását látta kora legfontosabb gazdasági kérdésének. Kiállt amellett, hogy a mezőgazdasági munkára egy olyan hivatásként tekintsenek, amely biztosítja az emberi méltóságot és a kiteljesedés lehetőségét. Felhívta a figyelmet a lemaradó területek problémájára és a túlnépesedés veszélyeire. Mindezen nehézségek okaként az erkölcsi rend alapját képező javaknak, a spirituális értékeknek a figyelmen kívül hagyását jelölte meg.

XXIII. János pápa hangsúlyozta a *bizalom* (latin: *fides*; angol: *trust*) alapvető fontosságát. Az emberi *méltóság* nélkül a társadalmi és gazdasági fejlődést elképzelhetetlennek tartja, hiszen a keresztény tanítás alapelve, hogy minden társadalmi intézmény létének oka és végcélja szükségszerűen az ember. Ez a munkaadók és a munkavállalók részéről is *felelősségteljes* részvételt követel a gazdasági életben.

Az enciklika hangsúlyozza, hogy a keresztény élet feltétele a *mértékletesség* (latin: *temperantia*; angol: *moderation*): a helyes értékrendben az anyagi értékek alá vannak rendelve a spirituális értékeknek. A technikai fejlődés és a jólét növekedése csak eszközök a lélek javainak tökéletesítéséhez, a megváltás eléréséhez. Nem létezik olyan emberi tevékenység, amely összeegyeztethetetlen a spirituális tökéletesedéssel, így a napi munkának is annak szolgálatában kell állnia (János pápa, XXIII. 1961).

3.1.4 Az igazságon, igazságosságon, szereteten és szabadságon felépítendő békéről a nemzetek között

A következő, gazdasági tartalmú enciklikát is XXIII. János pápa adta ki „*Pacem in Terris*”, „*Az igazságon, igazságosságon, szereteten és szabadságon felépítendő békéről a nemzetek között*” címmel 1963-ban. Az enciklikával összhangban a béke eléréséhez négy alapérték, (i) az *igazság* (latin: *veritas*; angol: *truth*), (ii) az *igazságosság*, a keresztényi (iii) *szeretet* és (iv) a *szabadság* (latin: *libertas*; angol: *freedom*) társadalmi szintű megvalósítása szükséges.

A fenti négy érték alapja az emberi *méltóság*. Minden ember szabad akarattal rendelkezik és jogokkal, valamint kötelezettségekkel bír. Minden emberi jog a természeti törvényből adódik, és mindegyikhez tartozik különféle kötelezettség. Az emberi interakciókban a kettő kölcsönösségi viszonyban áll, hiszen egy ember természetes joga a másik emberre az adott jog tiszteletben tartásának kötelességét rója. Az ember alapvető jogai között megtalálható az élethez való jog; a tisztességes élet éléséhez szükséges eszközökhöz való jog (élelmiszer, ruházat, lakhatás, gyógy ellátás, pihenés és egyéb alapvető társadalmi szolgáltatások); a lakhely megválasztásának szabadságához való jog; a hithez, a valláshoz való jog; a gyülekezés és egyesület létrehozásának joga; valamint a politikai jogok. A gazdasági jogok felölelik a munkához való jogot; a megfelelő munkafeltételek biztosítását; a megfelelő felelősségi körök meghatározását; az igazságosságnak megfelelő bért; valamint a magántulajdon jogait. Az ember általános kötelessége, hogy becsületes módon éljen és keresse az igazságot.

A *közjót* akkor lehet megvalósítani, ha az állam, illetve az intézmények biztosítják a fenti jogokat és kötelezettségeket. Ez a társadalmi környezet szükséges a helyes értékrend tiszteletben tartásához, valamint az anyagi és lelki fejlődés megvalósításához. Így a társadalom az igazságon alapszik és az igazságosság irányítja. Lehetővé teszi a keresztényi szeretet megvalósulását, amely segítségével megvalósul a szabadság és a béke (János pápa, XXIII. 1963).

3.1.5 Az Egyházzól a mai világban

A következő, társadalmi-gazdasági kérdésekkel foglalkozó dokumentumot a II. Vatikáni Zsinat „*Gaudium et Spes*”, „*Az Egyházzól a mai világban*” címmel jelentette meg 1965-ben. A lelkipásztori konstitúció a világban végbemenő változásokból adódó társadalmi nehézségek kapcsán született. Az egyház megerősíti az *emberi méltóság* és *szabadság* elsőrendű fontosságát. Isten az emberiséget, a *testvériség* (latin: *fraternitas*; angol: *fraternity*) szellemiségében egy családnak tekinti. Ez a szellemiség az egymás iránti cselekvő *szeretet* megnyilvánulása. A dokumentum felhívja a figyelmet a materiális értékrend problematikusságára, és az azzal járó kísértések negatív következményeire – a testvériség és a szeretet értékeinek eljelentéktelenedésére. Definiálja a *közjót*, mint azon társadalmi feltételek összességét, melyek lehetővé teszik, hogy az emberek jobban és könnyebben kibontakoztathassák önmagukat, csoportosan és egyénenként egyaránt.

A lelkipásztori konstitúció megerősíti, hogy minden gazdasági és társadalmi tevékenység forrásának, középpontjának és végcéljának az embert kell tekinteni. A fejlődésnek az *igazság* szellemében az egész embert, mint anyagi és spirituális lényt kell szolgálnia. A tulajdon és a gazdasági tevékenység *felelősséget* ró az emberekre, hogy általuk mások megsegítése és védelme valósulhasson meg (Vatikáni Zsinat, II. 1965).

3.1.6 Az emberek fejlődése

VI. Pál pápa 1967-ben adta ki „*Populorum Progressio*”, „*Az emberek fejlődése*” című enciklikáját. Az embereknek anyagi és spirituális értelemben teljes lényként kell fejlődniük. Isten az *igazság*, aki saját képére és hasonlatosságára teremtette az embert. Ez az emberi *méltóság* alapja. Mivel minden személy az emberiség közösségéhez tartozik, így *szolidárisnak* kell lenni a másikkal szemben. A szélsőséges

materializmusban a fenti értékek nem érvényesülnek, és az anyagiasság az embert kapzsiságba taszítja.

Az ember végső célja a teljes humanizmus megvalósítása. VI. Pál pápa felszólítja a nemzeteket, hogy szolidárisan, az *igazságosság* szellemében éljenek, valamint *keresztényi szeretettel* segítsék a rászorulókat, hiszen a valódi fejlődés nem kizárólag az anyagi javak felhalmozását jelenti (Pál pápa, VI. 1967).

3.1.7 Az emberi munkáról

A következő enciklika II. János Pál pápa nevéhez fűződik, aki 1981-ben adta ki a „*Laborem exercens*” című körlevelet, „*A Rerum Novarum enciklika megjelenésének 90. évfordulója alkalmából*” alcímmel. Az 1891-es körlevélhez hasonlóan ez is elsősorban a munka szerepéről szól. A Biblia szerint a munka azon sajátosságok egyike, amelyek az embert a többi élőlénytől megkülönböztetik. A munka az ember kötelessége, melyből különleges *méltóság* származhat. Ezért tartja II. János Pál pápa ezt a témakört a társadalmi problémák sarokpontjának. Hangsúlyozza a munka etikai dimenzióját: helyes megközelítésben ugyanis a munka szolgálja az embert, és nem az ember a munkát.

A helyes értékrendet fenyegető veszély a materializmus terjedése. A kereszténység munkáról alkotott képe ellenpontja a materiális, gazdasági gondolkodásra jellemző megközelítésnek. Utóbbival összhangban a munka egy áruba bocsájtott tevékenység. A kereszténység tanítása szerint viszont az emberi méltóság megjelenési formája, az ember kiteljesedésének lehetősége, amelyen keresztül a munkavégző tökéletesítheti önmagát. Ez a munkáltató és a munkavállaló számára is *felelősséget* jelent. Keresztény értelemben a munka lelkiisége teljes embert kíván, melyben a munkavégző testi-lelki egységben vesz részt.

A körlevél érinti az automatizálás, a technológia és az ezekkel együtt járó veszélyek témakörét, valamint részletesen kitér a munkanélküliségre, mint a valódi rosszra, amely társadalmi katasztrófához vezethet. Beszél az *igazságos* javadalmazás fontosságáról és a közjavakhoz való hozzáférés lehetőségének biztosításáról. Kitér a rokkant emberek munkához való jogára, mely emberi méltóságukon alapul: a munkaadók kötelessége, hogy a *testvériség* szellemében számukra alkalmas munkalehetőségeket teremtsenek (János Pál pápa, II. 1981).

3.1.8 Társadalmi elkötelezettség

II. János Pál pápa következő társadalmi témájú körlevelét 1987-ben adták ki „*Sollicitudo Rei Socialis*” címmel, amely a „*Populorum Progressio*” nevű enciklika huszadik évfordulója alkalmából született. A dokumentum az akkori világ állapotfelmérésével kezdődik. II. János Pál pápa felhívja a figyelmet az elmaradottság és a túlfejlettség jelenségeire. Előbbi az alapvető szükségletek kielégítésének hiányát, utóbbi pedig az anyagi javak túlzott bőségét jelenti. A fogyasztásra épülő társadalmi berendezkedés elmosza a birtoklás és a létezés közötti alapvető különbséget, valamint a materiális és a lelki értékek hierarchiájának felborítását eredményezi.

A valódi emberi fejlődést nem szabad azonosítani a technológiai fejlődéssel: a valódi fejlődés erkölcsi jellegű, alapja az *emberi méltóság*. A valódi emberi fejlődés kiegyensúlyozott, mert a gazdasági szükségletek mellett a belső, lelki szükségleteket is tekintetbe veszi. A méltósághoz kötődik és a *szolidaritás*, a *mértékletesség*, valamint a *szabadság* keretrendszerében valósítható meg. Az országok, az intézmények és az emberek is *felelősséggel* tartoznak a *közjó* megvalósításáért, melynek végcélja a béke elérése (János Pál pápa, II. 1987).

3.1.9 A Rerum Novarum enciklika kibocsátásának századik évfordulója alkalmából

A „*Rerum Novarum*” enciklika századik évfordulójáról II. János Pál pápa is megemlékezett 1991-ben, „*Centesimus Annus*” nevű enciklikájában. A körlevél tovább erősíti az Isten képére teremtett *ember méltóságának* fontosságát. Bár a materializmus is az embert tekinti kiindulási pontnak, megközelítéséből hiányzik egy alapvető dimenzió: a lelkiség. A materializmus esetében ez az önzés kialakulását okozza.

II. János Pál pápa felhívta a figyelmet a *szubszidiaritás* és a *szolidaritás* fontosságára. Az államnak a szubszidiaritás elvét követve közvetve, a szolidaritás elvét követve pedig közvetlenül hozzá kell járulnia a *közjó* megvalósításához: a szubszidiaritás segítségével megteremti a munkalehetőséget, a szolidaritás segítségével pedig biztosítja a gyengébbek védelmét.

A Katolikus Egyház támogatja a piaci rendszert, de felhívja a figyelmet, hogy számos olyan emberi szükséglet létezik, melyeknek nincs helyük a piacon. Elismeri a haszon, mint gazdasági mutató funkcióját, de hangsúlyozza, hogy a befektetéseknek, a közjót előmozdító erkölcsi és kulturális döntéseknek kellene lenniük. Figyelmeztet a

jelenkor fogyasztói társadalmának ökológiai problémáira, valamint az emberek jövő nemzedékekkel kapcsolatos kötelességeire. Különös fontosságot tulajdonít a *felelősségük* tudatában lévő vállalkozók képzésének. Hangsúlyozza a munka két dimenziójának, a másokért és a másokkal való együtt-dolgozás fontosságát (János Pál pápa, II. 1981).

3.1.10 Az Egyház erkölcsstanának néhány alapvető kérdéséről

II. János Pál pápa 1993-ban adta ki „*Veritatis Splendor*”, „*Az igazság ragyogó fényessége*” kezdetű enciklikáját, „*Az Egyház erkölcsstanának néhány alapvető kérdéséről*” címmel. Az erkölcsös élet a mindenki számára nyitott üdvösség útja. Ennek alapfeltétele a *szabadság*, mert e nélkül nincs erkölcsiség, hiszen csak a szabad ember fordulhat a jó felé. A szabadság viszont az *igazságtól* függ, mert a helyes cselekedetek jelentik az Isten felé fordulást. Ebből adódik, hogy a gazdasági tevékenységeknek is összhangban kell állniuk mindazzal, ami helyes, és hozzá kell járulniuk a megváltás eléréséhez (János Pál pápa, II. 1993).

3.1.11 Az Egyház társadalmi tanításának kompendiuma

Az Igazságosság és Béke Pápai Tanácsa 2004-ben adta ki az „*Egyház társadalmi tanításának kompendiuma*” című dokumentumot, amely a társadalmi témában keletkezett enciklikák legfontosabb gondolatait foglalja össze, és összegzi a Katolikus Egyház társadalmi tanításához kapcsolódó alapelveket és alapértékeket.

A katolikus társadalmi tanítás alapköveit a Katolikus Egyház társadalomtanának elvei alkotják: (i) az *emberi személy méltósága*, (ii) a *közjó*, (iii) a *szubszidiaritás* és (iv) a *szolidaritás*. A négy alapelv az erkölcsi jót juttatja kifejezésre. Az emberi személy méltósága a többi alapelv kiindulási pontja. A közjó az emberi méltóságból származik. Nem kizárólag a gazdasági jólétet jelenti, hanem transzcendens dimenziókat is magában foglal. Egyik összetevője a javak egyetemes rendeltetésének elve, amely a föld javainak használatához kapcsolódik. A keresztény tanítás a magántulajdonhoz való jogot alárendeli a közös használat jogának és a közjó előmozdításának. A javak egyetemes rendeltetésének elve mindazokat a korlátozásokat tartalmazza, amelyek a javak birtokosait terhelik. A szubszidiaritással összhangban a magasabb szintű szerveződéseknek az alacsonyabb szintű szerveződések irányában segítő, támogató magatartást kell tanúsítaniuk. A társadalmi részvétel a

szubszidiaritásból következő elv. Olyan tevékenységeket jelöl, amelyekkel az egyén hozzájárul a társadalom működéséhez. A társadalmi részvétel a közjóért érzett *felelősség* megjelenése. A szolidaritás az emberi személy eredendően közösségi természetéből, az egyetemes emberi méltóság mindenkre vonatkozó jellegéből, valamint az emberek közötti egyre szorosabb függőségből adódik. A szolidaritás minden társadalmi kapcsolatban megtalálható erkölcsi követelmény, amely mind a négy alapelvet áthatja.

A legfőbb társadalmi értékek: (i) az *igazság*, (ii) a *szabadság*, (iii) az *igazságosság* és (iv) a *szeretet*. Az igazság maga az Isten. Az embernek felé kell haladnia, mert ez áll összhangban az emberi méltóság kiteljesítésével. A társadalomban az igazság megélésének sajátos jelentéstartalma van. A közösségi együttélés akkor áll összhangban az emberi méltósággal, ha az igazságon alapul. A szabadság az ember istenképiségének legmagasabb rendű jele. Elidegeníthetetlen emberi jog, amelynek alapja az igazság, mert kizárólag abban az esetben létezik, ha az igazság vezeti. A szabadság annak képessége, hogy az ember visszautasítja a rosszat, és erkölcsileg helyes tetteket hajt végre. Így a szabadság egyidejűleg korlát és lehetőség. Az igazságosság az erkölcsiség ismérve: annak szándéka, hogy elismerjük a másikat, mint személyt. Az igazságosság gyümölcse a béke. A szeretet a társadalmi etika legmagasabb rendű, egyetemes kritériuma. Ennek forrásából születik meg a többi érték, vagyis áthatja az igazságot, a szabadságot és az igazságosságot is.

A kompendium a modern gazdaság aktuális kérdéseit is érinti: kiemeli az alapvető szükségletek biztosításának fontosságát; megerősíti, hogy a Katolikus Egyház nem az anyagi javakat, hanem a vagyon felhalmozását és helytelen felhasználását utasítja el; bírálja a globalizációt és a nemzetközi pénzügyi rendszer működését; valamint felhívja a figyelmet a természet védelmének fontosságára és az ökoszisztémák iránti felelősségünkre (Az Igazságosság és Béke Pápai Tanácsa, 2004).

3.1.12 Az ember teljes értékű fejlődéséről a szeretetben és az igazságban

XVI. Benedek pápa 2009-ben adta ki társadalmi témájú enciklikáját, a „*Caritas in Veritate*”, „*Az ember teljes értékű fejlődéséről a szeretetben és az igazságban*” című körlevelet. Minden emberi feladat alapja a keresztényi *szeretet*. Öszintévé azonban csak akkor válik, ha az *igazságban* van megalapozva. Az őszinte szeretet pedig elengedhetetlen feltétele a valódi emberi fejlődés megvalósításának, ami nem kizárólag

a gazdasági-technikai értelemben vett haladást jelenti. A piac *szolidaritás* és *bizalom* hiányában, instrumentális logika alapján működik, így nem képes az *igazságosság* megvalósítására, és a társadalmi problémák megoldására. A gazdaság csak egy *emberközpontú* etikával összhangban működhet, melyben minden résztvevő vállalja a *felelősséget*. A felelősség pedig az érintettekkel kapcsolatban kötelezettségeket ró a gazdaság szereplőire. XVI. Benedek pápa bírálja a pénzügyi rendszert, valamint kifejezi aggodalmát a géntechnológia alkalmazásával kapcsolatban (Benedek pápa, XVI. 2009).

3.1.13 Az evangélium hirdetéséről a mai világban

Ferenc pápa 2013-ban adta ki „*Evangeli Gaudium*”, „*Az evangélium öröme*” című apostoli buzdítását, „*Az evangélium hirdetéséről a mai világban*” alcímmel. Bár a dokumentum elsődlegesen nem társadalmi kérdésekkel foglalkozik, hanem a „pápa programját” tartalmazza, bizonyos részei súlyos kritikákat fogalmaznak meg a jelenlegi gazdasági rendszerrel kapcsolatban. A „Ne ölj!” parancsolat az emberi élet értékét védi. Ennek a parancsolatnak a szellemiségében nemet kell mondani a kirekesztésen és az egyenlőtlenségen alapuló gazdaságra, amely öl.

Az emberiség mára elfogadta a pénz társadalom feletti uralmát. Napjaink pénzügyi válsága tehát visszavezethető az ember pénzzel szembeni elsőbbségének, az *ember méltóságának* megtagadására. Ez, valamint a modern kori szekularizáció rohamos terjedése megakadályozza a béke megvalósítását. A Katolikus Egyház evangelizációs feladata, hogy a keresztény lelkiséget beépítse a modernitásba. Ennek kulcsa az őszinte, keresztényi *szeretet*, amivel megszüntethetők a szegénység strukturális okai. Ez az emberiség fejlődésének egyik kulcskérdése, amely *szolidaritás* nélkül nem valósítható meg (Ferenc pápa, 2013).

3.1.14 Áldott légy

Ferenc pápa legújabb, ökológiával – és gazdasági kérdésekkel – foglalkozó körlevelét 2015-ben adták ki „*Laudato Si*’”, „*Áldott légy*” címmel. Az enciklika alcíme „*Közös otthonunk gondozása*”. A körlevél kiinduló pontja egy állapotfelmérés, az ökológia területén megszerzett legfrissebb tudományos eredmények összefoglalása. Ferenc pápa a környezeti problémákat társadalmi és gazdasági problémákra vezeti vissza. Ahol gyors és könnyű gazdasági nyereségre törekszenek, ott senkit sem érdekel az ökoszisztémák megóvása. A környezet védelme ugyanis nem biztosítható költség-

haszon elemzés alapján. Ha a természetet haszontárgynak fogják fel, az komoly következményekkel jár a társadalomra nézve is. Ferenc pápa elismeri, hogy a keresztények helytelenül értelmezik a Szentírást, amikor a többi teremtmény feletti abszolút uralkodásra következtetnek abból, hogy az ember Isten képére teremtett. Az ember méltósága mellett ugyanis minden teremtmény önértéke hasonló fontossággal bír. A természeti környezet közjó, és mindenki *felelősséggel* tartozik érte.

Az enciklika egy átfogó ökológia (*integral ecology*) megvalósítását javasolja, amely magában foglalja az emberi és társadalmi dimenziókat is. Az átfogó ökológia a félreértelmezett antropocentrizmus helyett az emberi személy valódi *méltóságát* helyezi a középpontba. Alapelve a *közjó* és a nemzedékek közötti *igazságosság*.

Az embereknek másféle életstílusban kell élniük, melynek alapja a *józan önmegtartóztatás*. Olyan nevelésre van szükség, melynek célja a környezettudatos polgárság (*ecological citizenship*) létrehozása. Mindemellett új, egyetemes *szolidaritásra* is szükség van, mert a szegények sorsa és a bolygó törékenysége között szoros kapcsolat van (Ferenc pápa, 2015).

3.2 A gazdaságban megjelenő keresztény értékek

A fentiekben bemutatott forrásokon túl két további dokumentum is született a katolikus társadalmi tanítás gazdaságra vonatkozó iránymutatásairól: (i) „*Az üzleti vezető hivatása*”; valamint (ii) az „*Ez a gazdaság öl*” című könyvek.

Az Igazságosság és Béke Pápai Tanácsa (2014) 2011-ben adta ki „*Az Üzleti Vezető Hivatása*” című könyvet. A dokumentum deklarálja, hogy az üzleti vezetőknek a szükségletek kielégítése érdekében kell termékeket és szolgáltatásokat létrehozniuk; jól és hatékonyan kell szervezniük a munkát; valamint a fenntartható jólét megteremtésére és a javak igazságos elosztására kell törekedniük. Ezeket úgy valósíthatják meg, ha a vállalkozás hat gyakorlati alapelvét követik: (i) olyan termékeket állítanak elő, amelyek valóban jók és olyan szolgáltatásokat kínálnak, amelyek valóban az embert szolgálják, a közjó elérését mozdítják elő; (ii) szolidaritást vállalnak a szegényekkel, keresik, miként tudnának szolgálni olyan embereket, akik versenytársaik érdeklődésére nem tarthatnak igényt; (iii) szolgálják a közösséget, az emberi munka különleges méltóságát állítják előtérbe; (iv) lehetővé teszik, hogy munkavállalóik saját felelősségükre cselekedjenek; (v) a kapott tőkével, illetve az emberi és környezeti erőforrásokkal való sáfarkodás jó

példájával szolgálnak; valamint (vi) igazságosan osztják el az erőforrásokat az összes érintett között. A vállalkozás hat gyakorlati alapelvének háttérében az emberi méltóság és a közjó megvalósítására való törekvés áll. A dokumentum hangsúlyozza a közjó két dimenziójának, az anyagi- és a lelki jól-létnek a fontosságát. Alford és Naughton (2001) gondolataival összhangban a legnagyobb problémának a keresztény üzleti vezetők „kettős életét”, a megvallott és a gazdasági életben megélt hit közötti meghasonulást tartja.

Az „*Ez a gazdaság öl*” című könyv Ferenc pápa gazdasággal kapcsolatos megnyilatkozásait tartalmazza (Tornielli & Galeazzi, 2015). Az egyházfő gazdasággal kapcsolatos gondolatainak középpontjában a valódi szolidaritás, a szegényekkel való őszinte törődés, valamint az egyenlőtlenségek leküzdésének megvalósítása áll. Ferenc pápa a jelenleg uralkodó gazdasági rendszert fékevesztett kapitalizmusként jellemzi. Ennek egyik jellemvonása a félreinformált gazdasági gondolkodás, amely egy tudományos és empirikus bizonyítékok nélküli dogma. A piacok autonómiája pedig a zsarnokság egyik formája (Tornielli & Galeazzi, 2015).

Ferenc pápa a modern világ jelenlegi állapotának okát a pénz bálványimádásában látja, mert a pénzpiacok dominanciája óriási veszélyeket rejt magában. A problémák gazdasági dimenziója mögött azonban jelen van a környezeti dimenzió is. Emiatt Ferenc pápa felhívja a figyelmet a természet tiszteletének és a teremtet világ védelmének fontosságára. A gazdasági reform előfeltétele az őszinte etikai elköteleződés, amely a jelenlegi gazdasági és pénzügyi rendszerből hiányzik. Ennek segítségével viszont megoldhatóak a társadalmi és környezeti problémák (Tornielli & Galeazzi, 2015).

A katolikus társadalmi tanítás megközelítése perszonalista: a fenti értékek kiinduló pontja az emberi méltóság. Középpontjában a test és a lélek egységében létező személy áll, aki társadalmi kapcsolatokat létesít. Az ebből fakadó humanizmus képes egy új, társadalmi, gazdasági és politikai rendszert alkotni (Melé, 2011). A katolikus társadalmi tanítás a modern kor pápáinak és az Egyház Tanítóhivatalának a megnyilatkozásaiból származik. Az ezekben megjelenő keresztény értékeket az 1. táblázat foglalja össze.

Dokumentum címe	Kiadási év	Szerző	Értékek
A munkáskérdésről	1891	XIII. Leó pápa	közzó, méltóság, igazságosság, szolidaritás, szubszidiaritás, szeretet, takarékoság
A társadalmi rend megújítása	1931	XI. Pius pápa	közzó, felelősség, méltóság, igazságosság, takarékoság, szeretet
Korunk társadalmi folyamatairól és fejlődéséről	1961	XXIII. János pápa	bizalom, méltóság, felelősség, mértékletesség
Az igazságon, igazságosságon, szereteten és szabadságon felépítendő békéről a nemzetek között	1963	XXIII. János pápa	igazság, igazságosság, szeretet, szabadság, méltóság, felelősség, közzó
Az Egyházzól a mai világban	1965	II. Vatikánium	méltóság, szabadság, testvériség, szeretet, közzó, igazság, felelősség
Az emberek fejlődése	1967	VI. Pál pápa	igazság, méltóság, szolidaritás, igazságosság, szeretet
Az emberi munkáról	1981	II. János Pál pápa	méltóság, felelősség, igazságosság, testvériség
Társadalmi elkötelezettség	1987	II. János Pál pápa	méltóság, szolidaritás, mértékletesség, szabadság, felelősség, közzó
A Rerum Novarum enciklika kibocsátásának századik évfordulója alkalmából	1991	II. János Pál pápa	méltóság, szubszidiaritás, szolidaritás, közzó, felelősség
Az Egyház erkölcsstanának néhány alapvető kérdéséről	1993	II. János Pál pápa	szabadság, igazság
Az Egyház társadalmi tanításának kompendiuma	2004	Az Igazságosság és Béke Pápai Tanácsa	méltóság, közzó, szubszidiaritás, szolidaritás, felelősség, igazság, szabadság, igazságosság, szeretet
Az ember teljes értékű fejlődéséről a szeretetben és az igazságban	2009	XVI. Benedek pápa	szeretet, igazság, szolidaritás, bizalom, igazságosság, méltóság, felelősség
Az evangélium hirdetéséről a mai világban	2013	Ferenc pápa	méltóság, szeretet, szolidaritás
Áldott légy	2015	Ferenc pápa	felelősség, méltóság, közzó, igazságosság, takarékoság, szolidaritás

1. táblázat: A Katolikus Egyház társadalmi tanításában szereplő értékek (saját szerkesztés)

„Az Egyház társadalmi tanításának kompendiuma” az értékek mellett bevezeti a keresztény alapelvek fogalmát is. A dolgozat első fejezetében azonban egy olyan érték-definíciót fogadtunk el (ti. az érték egy hosszú ideig fennálló, a cselekvést és a viselkedést konzisztens rendszerbe szervező irányelv), amely az itt alapelvekként feltüntetett fogalmaknak is érték-jelentést biztosít, így ezek az alapelvek is bekerültek az értékeket tartalmazó táblázatba. A Katolikus Egyház társadalmi tanítását tartalmazó dokumentumokban lévő, a gazdaságban megjelenő keresztény értékeket a 2. táblázat tartalmazza. Ebben helyet kapott az értékek magyar, latin és angol megnevezése. A latin fordítás minden esetben a Magyar Katolikus Lexikon on-line verziója alapján készült (<http://lexikon.katolikus.hu/>).

Magyar elnevezés	Latin elnevezés	Angol elnevezés
emberi méltóság	dignitas	human dignity
igazság	veritas	truth
igazságosság	iustitia	justice
szolidaritás	solidarietas	solidarity
szubszidiaritás	subsidium	subsidiarity
szabadság	libertas	freedom
szeretet	caritas	charity
testvériség	fraternitas	fraternity
közjó	bonum commune	common good
mértékletesség	temperantia	moderation
takarékosság	frugalitas	frugality
bizalom	fides	trust
felelősség	responsabilitas	responsibility

2. táblázat: A gazdaságban megjelenő keresztény értékek
(saját szerkesztés a Katolikus Egyház társadalmi tanítását képező dokumentumok alapján)

Az empirikus kutatás előkészítéseként a gazdasági szempontból hasonló jelentéssel bíró értékeket összevontam. A takarékoság és a mértékletesség között a vállalkozói értékorientáció szempontjából kismértékű jelentésbeli eltérés van, emiatt a két értéket mértékletesség néven összevontam. A Katolikus Egyház társadalmi tanításával összhangban tehát empirikus kutatásom kiindulópontja az alábbi tizenkettő, a gazdaságban megjelenő keresztény érték: emberi méltóság, igazság, igazságosság, szolidaritás, szubszidiaritás, szabadság, szeretet, testvériség, közjó, mértékletesség, bizalom és felelősség.

4. FEJEZET

BUDDHISTA ÉRTÉKEK A GAZDASÁGBAN

Dolgozatom negyedik fejezete a gazdaságban megjelenő buddhista értékeket ismerteti. Ezt megelőzi a buddhizmus ide vonatkozó tantételeinek rövid bemutatása, amit azért tartok szükségesnek, mert a dolgozat olvasóközönsége valószínűleg kevésbé jártas a buddhista alaptanításokban. Ezt követi a buddhista közgazdaságtan eszmerendszerének bemutatása, és a gazdaságban megjelenő buddhista értékek felsorolása. A gazdaságban megjelenő értékeket dőlt betűs kiemeléssel jelzem, és első előfordulásuknál – egyértelműsítés céljából – jelzem az adott érték angol és magyar fonetikus átírással közölt, eredeti páli nyelvű elnevezését.

4.1 A buddhizmus alaptanításai

A *buddha* szó magyar jelentése „felébredett”, „megvilágosodott”. A buddhizmus ennek az állapotnak a megvalósítása köré szerveződött spirituális hagyomány. *Gótama Szidhattha*, a történeti Buddha elérte a tökéletes megvilágosodást, a buddhaság állapotát és élete végéig vándorszerzetesként hirdette tantételeit India különböző részein (Harvey, 1990; 2000; Skilton, 2000).

A dolgozat számára releváns buddhista alaptanítások forrásai a korai buddhizmus szent iratai, a Páli Kánonként ismert szöveggyűjtemény. A buddhizmus tanításait összefoglaló alfejezetben a Páli Kánon szövegeire a szövegrészek betűjelével és számával hivatkozom. A dolgozat hivatkozásai után ezeket a forrásokat külön hivatkozásjegyzék tartalmazza.

A buddhizmus a szenvedés (páli: *dukkha*; angol: *suffering*) okaival és azok megszüntetésével foglalkozik: „*Ahogy korábban, most is csak azt tanítom, hogy mi a szenvedés és a szenvedés kiküszöbölése*” (MN 22; SN 22.86; SN 56.11). Az élet számos eseménye – a születés, az öregedés, a betegség és a halál – szenvedéssel jár. Ugyanez

mondható el arról, ha valakinek azzal kell együtt lennie, akit (vagy amit) nem szeret, illetve ha azzal nem lehet együtt, akit (vagy amit) szeret. Az is szenvedés, ha valakinek nem teljesülnek a vágyai. A Buddha útmutatásai egyetlen célt szolgálnak: hogy hozzásegítsék az embereket a szenvedéstől való teljes megszabaduláshoz.

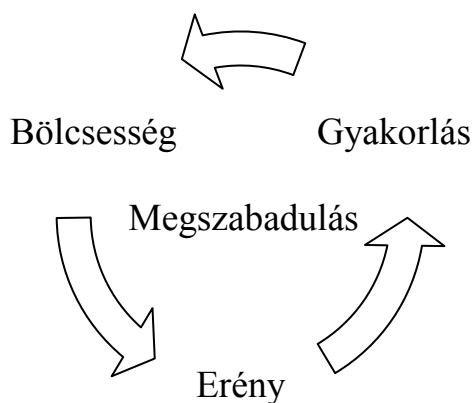
A buddhizmusnak a szenvedés megszüntetéséhez fűződő központi tanítása a Négy Nemes Igazság. Az Első Nemes Igazság kimondja, hogy minden jelenség elégtelen, szenvedéssel és fájdalommal jár. A Második Nemes Igazság a szenvedés okát jelöli meg, ami a nem-tudásból fakadó, ellenőrzés nélküli vágyakozás a folyamatosan változó világ tűnékeny jelenségei iránt. (Az öregedés például az élet velejárója, de kizárólag abban az esetben okoz szenvedést, ha az ember vágyakozik a múltra vagy ragaszkodik fiatalságához.) A Harmadik Nemes Igazság azt állítja, hogy a szenvedés megszüntethető, mégpedig a vágyakozás és a ragaszkodás felszámolásával. A Negyedik Nemes Igazság kimondja, hogy a szenvedés megszüntetésének eszköze a Nemes Nyolcérteű Ösvény, melyet sokan Középutként (páli: *maddzshimá patipadā*; angol: *Middle Way*) ismernek (Batchelor, 1992; Rahula, 1958; SN 56.11).

A Középut elkerüli a szélsőségeket. Egy életvezetési stratégia, amely a helyes viselkedésre vonatkozik és elvezet a szenvedés megszüntetéséhez. Nyolc összetevője három csoportba sorolható, melyek mindegyike egy képességet jelöl. Az első csoport a bölcsesség, amely az ösvény első két tagja, (i) a Helyes Nézet és (ii) a Helyes Szándék. A második csoport az erény, amely az ösvény következő három tagja, (iii) a Helyes Beszéd, (iv) a Helyes Cselekvés, valamint (v) a Helyes Megélhetés. A harmadik csoport a spirituális gyakorlás, amely az ösvény utolsó három tagja, (vi) a Helyes Erőfeszítés, (vii) a Helyes Tudatosság és (viii) a Helyes Elmélyülés (Rahula, 1958). A Nemes Nyolcérteű Ösvény felépítését a 3. táblázat mutatja.

Ssz.	Nyolcrétű Ösvény	Csoport
1.	Helyes Nézet	Bölcsesség
2.	Helyes Szándék	
3.	Helyes Beszéd	Erény
4.	Helyes Cselekvés	
5.	Helyes Megélhetés	
6.	Helyes Erőfeszítés	Spirituális gyakorlás
7.	Helyes Tudatosság	
8.	Helyes Elmélyülés	

3. táblázat: A Nemes Nyolcrétű Ösvény (saját szerkesztés)

A buddhista életvitellel, vagyis a Nemes Nyolcrétű Ösvény követésével megvalósítható a szenvedéstől való teljes megszabadulás (páli: *vimutti*; angol: *liberation*). Az erények gyakorlása azáltal segíti a spirituális gyakorlatokat, hogy megteremti a hozzá szükséges nyugodt belső körülményeket. Az így végzett meditációs praxis pedig a bölcsesség elmélyülését eredményezi, ami tovább erősíti az erények iránti elköteleződést (DN 16; Harvey, 1990). A megszabadulás elérését az 4. ábra szemlélteti.



4. ábra: A megszabadulás elérése (saját szerkesztés)

A buddhista életvezetésben megjelenő „helyes” (páli: *szammá*; angol: *right*) fogalma az Öt Fogadalom háttérében húzódó szellemiség. Az Öt Fogadalom kijelöli a buddhista követők számára, hogy mitől kell tartózkodniuk, illetve mire kell törekedniük. Ezek: (i) az ártástól való tartózkodás, illetve az együttérzés kifejlesztése; (ii) a nem adott dolgok elvételeitől való tartózkodás, illetve a nagylelkűség gyakorlása; (iii) a szexuális

kihágásoktól való tartózkodás, illetve a jámborság és a megelégedettség gyakorlása; (iv) a hamis beszéd-től való tartózkodás, illetve az igazsággal való azonosulás; valamint (v) a tudatmódosító szerek használatától való tartózkodás, illetve a helyes tudatosság gyakorlása (Harvey, 2000; Keown, 2005).

A buddhizmus speciális ontológiai koncepciója az éntelenség (páli: *anattá*; angol: *non-self*), vagyis egy állandó, központi én létének a tagadása. Ez a buddhizmust élesen elkülöníti más spirituális hagyományoktól. A buddhista meditációs praxis következménye a minden jelenségre és önmagunkra is jellemző állandótlanság (páli: *aniccsa*; angol: *impermanence*) közvetlen megtapasztalása. Az individuum háttérbe szorítása elvezeti a gyakorlót az összekapcsoltság megtapasztalásához. A buddhista filozófiával összhangban ugyanis minden jelenség kizárólag összekapcsoltságban, a közöttük fennálló viszonyrendszerben létezik (Harvey, 1990; Rahula, 1958).

Az összekapcsoltság megtapasztalása az együttérzés megjelenését eredményezi, hiszen minden érző lény (így az állatok is) osztozik a szenvedésteli létben. Bár a buddhista kozmológia szerint az emberek rendelkeznek a spirituális fejlődés legnagyobb lehetőségével, ez mégsem teszi őket felsőbbrendűvé. Éppen ellenkezőleg, ez egy lehetőség számukra a többi érző lény iránti együttérzés további elmélyítésére. A mindennapi viselkedés buddhista megközelítése tehát a „nemesség kötelez” szellemisége.

4.2 A buddhista közgazdaságtan története³

A buddhista közgazdaságtan történetének bemutatásával párhuzamosan összegzem a gazdaságban megjelenő buddhista értékeket. A buddhizmus esetében nem beszélhetünk egy, a Katolikus Egyházhoz hasonló összefogó intézményről, amely hivatalos forrásokkal szolgálna a gazdaság és a buddhizmus kapcsolatának témakörében, így a gazdaságban megjelenő buddhista értékeket különböző buddhista gyakorlók és közgazdászok tanulmányainak elemzése során mutatom be.

A XX. században számos közgazdász megkérdőjelezte az uralkodó közgazdaságtan érvényességét. Alternatív megközelítéseik egyike a buddhista közgazdaságtan. A kifejezést először Ernst Friedrich Schumacher (1973) használta az 1970-es évek elején, amikor az emberek nagy többsége még hitt a végtelen gazdasági

³ Jelen alfejezet tartalma a szerző egy korábbi tanulmányán alapul (Kovács, 2013).

növekedésben. Schumacher (1973, p. 32) egy sejtést fogalmazott meg, amely összekapcsolta a buddhizmust a közgazdaságtannal: „*Mivel a Buddha által tanított Nemes Nyolcrétű Ösvény egyik eleme a Helyes Megélhetés, ezért léteznie kell egy olyan dolognak, amelyet buddhista közgazdaságtannak nevezhetünk.*”

Schumacher vizsgálódása négy területre terjedt ki: (i) a munka szerepét; (ii) a buddhista közgazdaságtan fő jellemzőit; (iii) az ember helyzetét; valamint (iv) az erőforrások fajtáit vizsgálta meg. Buddhista megközelítésben a munkának hozzá kell járulnia az ember képességeinek fejlesztéséhez, az együttdolgozás révén elő kell segítenie az énközpontúság leépítését, valamint biztosítani kell az élethez nélkülözhetetlen termékek és szolgáltatások előállítását (Schumacher, 1973; 1979). A buddhista közgazdaságtan két fő jellemzőjének az *egyszerűséget* (páli: *ékavidhá*; angol: *simplicity*) és a *nem-ártást* (páli: *ahinszá*; angol: *non-violence*) tartotta, melyek hozzájárulnak a szűkös erőforrások megóvásához, valamint a lokalizáció megvalósításához. A buddhizmus nem fogadja el az ember többi fajjal, illetve természettel szembeni felsőbbrendűségét, ehelyett együttérzést (páli: *karuná*; angol: *compassion*) ír elő a gazdasági életben is. Schumacher (1973) felhívta a figyelmet a megújuló és nem-megújuló erőforrások közötti alapvető különbségre, és szorgalmazta az előbbieknél használatának előtérbe helyezését. Gazdasági filozófiája az együttérzés és a nem-ártás mellett a buddhista gyakorlók számára fontossággal bíró önzetlenséget (páli: *anattá*; angol: *selflessness*) is középpontba helyezi (Schumacher, 1973; 1978).

Pryor (1990; 1991) a Páli Kánon szövegeire alapozva két tanulmányt publikált a buddhista gazdasági rendszerről. Az első egy történeti visszatekintés, amelyben a szent iratok alapján rekonstruálta a Buddha gazdasági és etikai tanításait. A másodikban – szintén a szent iratok szövegeit alapul véve – felhívta a figyelmet a *mértékletesség* (páli: *mattá*; angol: *moderation*) fontosságára, a szükségletek és a vágyak közötti alapvető különbségre, valamint meghatározta a négy buddhista alapszükségletet, (i) az élelmet; (ii) a ruházkodást; (iii) a lakhatást; és (iv) a gyógy ellátást (Pryor, 1990; 1991).

Alexandrin (1993) tanulmánya a buddhista közgazdaságtan öt alapterületét azonosította: (i) a személy leírását; (ii) a vezérelveket; (iii) a gazdasági értékeket; (iv) a világszemléletet; valamint (v) a gazdasági viselkedést. Buddhista megközelítésében a gazdasági ember személyiségjegyeit a homo oeconomicus helyett a megszabadulásra törekvő lény modellje írja le. A gazdasági vezérelv a maximalizálás helyett az optimalizálás. A gazdasági értékek a profit és a hasznosság helyett a *nagylelkűség* (páli:

csága; angol: *generosity*), az *együttérzés* és a *tudatosság* (páli: *szati*; angol: *mindfulness*). A buddhizmussal összhangban lévő gazdasági világszemlélet az állandótlanságon (páli: *anicca*; angol: *impermanence*) alapul. A gazdasági viselkedés pedig minden esetben az együttműködésre irányul (Alexandrin, 1993).

Az 1990-es évek legnagyobb hatású szerzője a buddhista közgazdaságtan témakörében P. A. Payutto, thai buddhista szerzetes, aki a „*Buddhista közgazdaságtan: Középút a piac számára*” című tanulmány szerzője (Payutto, 1994). Payutto a *felelősség* (páli: *dhúra*; angol: *responsibility*) kiterjesztését sürgeti a létezés mindhárom szintjére: (i) a személyes, (ii) a társadalmi és (iii) a környezeti dimenziókra. Az embereknek minden tettükért felelősséget kell vállalni, és a gazdasági tevékenységeknek mindhárom szinten a harmónia megteremtésére kell irányulniuk. A cselekedetek etikusságát az mutatja, hogy a tetteket az önző vágyakra vagy a harmóniára való törekvés irányítja-e.

Payutto legjelentősebb újítása néhány új közgazdasági fogalom létrehozása, valamint számos régi fogalom buddhista szempontból történő újraértelmezése. A szerző fontosnak tartja a *mértékletesség* és a *megelégedettség* (páli: *appicchatá*; angol: *contentment*) megvalósítását a gazdaságban. Felhívja a figyelmet a nem-fogyasztás és a túlfogyasztás jelenségeire, amelyeket az élelmiszer-bevitel példáján keresztül szemléltet (a böjtnek, az élelmiszerek nem-fogyasztásának is vannak pozitív következményei, illetve bizonyos élelmiszerek túlfogyasztása egészségkárosodáshoz vezethet). A nem-termelés fontosságát a fegyvergyártás példáján keresztül mutatja be.

A buddhista közgazdaságtan két legfontosabb jellemzőjének a valódi *jól-lét* (páli: *szotthi*; angol: *well-being*) megvalósítását, valamint a *nem-ártás* követését tartja. A valódi jól-lét megvalósítása az emberi alapszükségletek gazdaságilag optimálisan történő kielégítését, és a további vágyak buddhista gyakorlat által történő redukcióját jelenti (Payutto, 1994).

Egy másik thai szerzetes, Dattajeevo (2000) elismeri a szent iratok modernitásra való alkalmazhatóságának korlátait. Payuttohoz hasonlóan ő is fontos, a gazdaságban megvalósítandó értéknek tekinti a *megelégedettséget*, valamint Schumacherhez hasonlóan az *egyszerűséget*. Mindezek mellett azonban különös fontosságot tulajdonít a mentális jól-létnek, a helyes *tudatosság* gazdasági gyakorlatban történő alkalmazásának.

A tudatosság-meditáció gazdasági életben történő, üzleti célú alkalmazása az utóbbi időben elterjedt gyakorlattá vált. Ezt a technikát a vállalatok nagy része az üzleti

célok hatékonyabb megvalósítása érdekében használja (Hafenbrack et al. 2014). A buddhista helyes tudatosság azonban része egy nagyobb rendszernek, a buddhista életvezetésnek. Hét másik összetevővel együtt, közösen alkotják a Nemes Nyolcérteű Ösvényt. A tudatosság erkölcsi háttér nélkül történő, üzleti célú alkalmazása bármely döntés hatékonyabbá tételéhez hozzájárulhat. Ennek negatív következményeit számos példa tanúsítja, így a tudatosságot etikai motivációval kell kiegészíteni ahhoz, hogy a helyes döntések meghozását segítse elő (Kovács & Ócsai, 2015). Buddhista megközelítésben a tudatosság a nem-ártás szellemiségében válik helyessé. A továbbiakban tudatosságon ezt a fajta, a buddhizmus céljaival összhangban álló, helyes tudatosságot értem.

Zadek (1993) a buddhista szellemiségű gazdálkodással összhangban működő Sarvodaya Shramadana mozgalmat vizsgálta. A kezdeményezés célja a vidéki emberek életkörülményeinek javítása Srí Lankán. Központi értékei az *együttérzés* és a *bölcsesség* (páli: *pannyá*; angol: *wisdom*), melyek hozzájárulnak a vidéki közösségek spirituális alapokon történő átalakításához, és az emberek valódi szükségleteinek kielégítéséhez. Egy későbbi írásában Zadek (1997) hangsúlyozza a *felelősség* három szintjének fontosságát, ami kijelöli a modern gazdaság korlátait az egyéni, a társadalmi és a környezeti dimenzióban. Miközben megvizsgálja egy, a Himalájában fekvő kolostor gazdálkodását, valamint a Schumacher által patronált Intermediate Technology Development Group munkáját, megállapítja, hogy mindkettő a buddhista szent szövegekben található vezérelvek modern kori értelmezését valósítja meg a gyakorlatban.

A buddhista tanítások az ezredfordulóra már nem egzotikus doktrínák voltak, hanem lehetőséget nyújtottak a nyugati gazdasági gondolkodás felülvizsgálatára. Zsolnai és Ims 2006-ban publikálták „*Business within Limits: Deep Ecology and Buddhist Economics*” című könyvüket, amely számos tanulmányt tartalmaz a buddhista közgazdaságtan témakörében.

Welford (2006) hangsúlyozza, hogy a buddhista közgazdaságtan középút a szabad piaci rendszer és a központosítottnak irányított gazdaság között. Legfőbb jellemvonásai a *mértékletesség*, valamint a *kreativitás* (*creativity*) mint a helyes *tudatosság* következménye. A helyes tudatosság és a kreativitás lehetővé teszik a tudományos materializmusból adódó redukcionista gondolkodásnak, a modern kori problémák legfőbb okának a megszüntetését.

Daniels (2006) szerint a modern gazdaság anyag- és energiaáramlásának visszafogása létkérdéssé vált. A környezeti fenntarthatóság megvalósítása ettől függ, és egybeesik a buddhizmus etikájával, amely a *mértékletesség* révén hozzájárulhat a gazdasági folyamatok visszafogásához.

Nelson (2006; 2011) ontológiai szempontból vizsgálja a gazdasági intézményeket, és a buddhizmus relacionista filozófiai megközelítését állítja szembe a mindennek önvalót tulajdonító nyugati, szubsztantivista megközelítéssel. A buddhista ontológia alapja az éntelenség tanítása. Ezzel összhangban a gazdaság szereplői nem önálló entitásokként, hanem egymással szoros *összekapcsoltságban* (*interconnectedness*) és egymásra utaltságban léteznek. Ez a fajta összekapcsoltság pedig az együttműködés és az *együttérzés* alapja.

A Buddhist Economics Research Platform (BERP) célja a buddhista közgazdaságtan elméletének és gyakorlatának fejlesztésével foglalkozó kutatók és intézmények összekötése (<http://buddhist-economics.info/whoarewe.html>). A BERP által szervezett konferenciák – Budapesten 2007-ben, valamint Bangkokban 2009-ben – hozzájárultak a buddhista közgazdaságtan elveinek elterjesztéséhez, valamint a kelet-nyugat párbeszéd elmélyítéséhez.

Magnuson (2007a; 2007b; 2011) a nyugati közgazdaságtan rendszerszintű megváltoztatásának kulcsát a helyes tudatosság fokozásában látja. A modern társadalmi, gazdasági és környezeti problémákat a főárambeli közgazdaságtan jellemvonásaiból adódó következményeknek tekinti, amelyek a kapitalizmus értékrendszeréből erednek. A problémák orvoslásának kulcsát a helyes *tudatosság* elsajátításában látja, amelynek segítségével egy tudatosságon alapuló gazdasági rendszer felépítését lehet megvalósítani.

A buddhista gazdasági stratégia öt jellemvonását írta le Zsolnai (2007a; 2008; 2011b), melyek (i) a szenvedés *minimalizálása* (*minimization*), (ii) a vágyak *leegyszerűsítése* (*simplification*), (iii) a *nem-ártás* gyakorlása, (iv) az *őszinte törődés* (páli: *addzshupekkhana*; angol: *genuine care*) és (v) a *nagylelkűség*. Ezzel összhangban a buddhista közgazdaságtan egy minimalizáló stratégia, amely ellentétben áll a nyugati, maximalizáló gazdasági megközelítéssel. Bármely kezdeményezés, amely figyelembe veszi a buddhista gazdasági stratégia öt jellemvonását, a buddhista gazdasági gyakorlat

megvalósításának tekinthető, így nem is szükséges buddhistának vagy közgazdásznak lenni ahhoz, hogy valaki a buddhista közgazdaságtant gyakorolja (Payutto, 1994).

Puntasen (2004; 2007, p. 190) a buddhizmus végső céljával, a megszabadulással összhangban definiálja a buddhista közgazdaságtant, mint olyan tudományt, amely „*Adott szűkösség mellett a társadalmi és az egyéni békesség, valamint a nyugalom megvalósítására irányuló gazdasági tevékenységekkel foglalkozik.*” Kiemeli az *éntelenség* fontosságát, amely a másokkal való *együttérzéshez* vezet. Kulcsfontosságúnak tartja a *bölcsességet*, amelynek a gazdasági rendszerben történő érvényre juttatása a legfőbb feladat a termelésben, a fogyasztásban és az elosztásban egyaránt.

A Dalai Láma (2008) a buddhista spiritualitás legfőbb értékeit az *együttérzésben* és a *tudatosságban* határozza meg. A gazdasági életben alkalmazandó két legfontosabb buddhista alapelvnek a Helyes Nézetet és a Helyes Cselekvést tartja. A megfelelő döntések meghozatalához Helyes Nézet szükséges, amely a vezető helyes tudatosságán, vagyis elméjének nyugodtságán és összeszedettségén múlik. A tudatosság fokozásának kulcsa a buddhista meditáció gyakorlása (Dalai Lama & Muyzenberg, 2009; Muyzenberg, 2011). Ezzel egybehangzó véleményt képvisel Borden és Shekhawat (2010), akik alapvető gazdasági értéként szintén a helyes *tudatosság* gyakorlati úton történő fokozását emelik ki. Mindemellett azonban az *együttérzés* és az *összekapcsoltság* jelentőségét is hangsúlyozzák.

A *mértékletesség* az alacsony szintű, kis környezeti terheléssel járó fogyasztást, az egyszerű életmódot és a tudat spirituális javakra való nyitottságát jelenti. Szinonimái az önmegtartóztatás, a választott szegénység vagy az önkéntes egyszerűség. Epikurosz a Buddhához hasonló gondolatmenettel jutott arra a következtetésre, hogy a mértékletesség racionális erény, mivel a vágyak kielégíthetetlen természetűek, így visszafogásuk hozzájárul a szenvedés csökkentéséhez. A racionális oknál azonban egy mélyebb, spirituális indíttatása is lehet a mértékletes életmódnak, amely az önzetlenség és a másokkal együtt érző kapcsolat megélése (Bouckaert, Opdebeeck & Zsolnai, 2011). A *mértékletesség* a Középút filozófiájának a lényege, a túl sok és a túl kevés szélsőségeinek az elkerülése, amely feltételezi a helyes *tudatosságot* és az *együttérzést* (Essen, 2011).

4.2.1 A buddhista makroökonómia

A buddhista közgazdaságtan makrogazdasági kérdések megközelítésére is alkalmas. Zadek (1993) vizsgálta korunk buddhista társadalmainak gazdaságát, és arra az eredményre jutott, hogy a szerzetesrendek minden országban hozzájárulnak a nemzeti gazdaságok teljesítményéhez, azzal hogy alapvető oktatási és egészségügyi feladatokat látnak el.

A buddhista makroökonómia legjelentősebb eredménye a Bruttó Nemzeti Boldogság (*Gross National Happiness – GNH*) koncepciójának bevezetése a Bhutáni Királyságban. Az 1970-es évek elején az ország akkori uralkodója visszautasította a gazdasági teljesítmény GDP-vel történő mérését, és országa gazdaságát a boldogság megvalósításának szellemiségében irányította. A Bruttó Nemzeti Boldogság egy olyan rendszerszemlélet, amely kiküszöböli a rövid távú gondolkodást, természetes bölcsességet biztosít, és hozzájárul a társadalmi stabilitás megvalósításához (Dixon, 2004). Három szintje (i) a széles társadalmi párbeszéd alapján kijelölt célok meghatározása; (ii) a GNH mérőszámok kialakítása a társadalmi jól-lét minden dimenziójára; valamint (iii) az adott célok elérésére szolgáló stratégiák megvalósítása (Tideman, 2011).

A buddhizmus a boldogságkutatás előrehaladásához is hozzájárul. Bár a nyugati országok egy főre jutó jövedelme az utóbbi évtizedekben többszöröződött, a személyes boldogság, elégedettség érzése stagnált vagy csökkent. A jóléti államokban megjelent a boldogság-paradoxon, amely szerint a nagyobb anyagi jólét nem feltétlenül eredményez több boldogságot (Easterlin, 1973). A paradoxon feloldásához a boldogság többdimenziós értelmezésére van szükség. Ezt elősegítendő, a buddhizmus boldogság-megközelítése a megelégedettséget és a szenvedés hiányát helyezi középpontba a hedonisztikus nyugati értelmezéssel szemben (Ash, 2007; 2011; Bouckaert, 2007; 2011).

4.3 A gazdaságban megjelenő buddhista értékek

A buddhizmusnak – más spirituális hagyományokhoz hasonlóan – válaszokkal kell szolgálnia a modernitás kérdéseire, amennyiben élő tradíció kíván maradni (Schmithausen, 1997). Schumacher (1973) intuitív kijelentését követően a buddhista szellemi vezetők felismerték, hogy a hagyomány hozzájárulhat az üzleti életben

felmerülő morális dilemmák megoldásához. A buddhista közgazdaságtan gondolatainak megszületése ennek a törekvésnek a következménye.

Az évek során, lassanként meghatározó tudományterületté fejlődő buddhista közgazdaságtan⁴ a főárambeli közgazdaságtanhoz képest egy összekapcsolt, a többi tudományterülettel szorosan együttműködő diszciplínává vált.⁵ Mivel a buddhizmus egy átfogó spirituális hagyomány, így gazdaságtana sem elszigetelt. Pluralizmusát mutatja, hogy különböző kutatók más-más szempontjait emelik ki: Schumacher (1973) a Helyes Megélhetést, Welford (2006) a Helyes Nézetet, Magnuson (2007a; 2007b; 2011) a Helyes Tudatosságot, a Dalai Láma és Muyzenberg (2011) pedig a Helyes Nézetet és a Helyes Cselekvést tartja a gazdasági tevékenységek leglényegesebb elvének.

A buddhista közgazdaságtan eszmerendszerében található, a gazdasági életben megjelenő buddhista értékeket a 4. táblázat foglalja össze.

⁴ A Massachusetts Institute of Technology 2009-ben alapította meg az MIT Dalai Lama Center for Ethics and Transformative Values nevű intézményt, amelynek célja egy újfajta, a buddhista spirituális értékeken alapuló vezetésképzés megvalósítása.

A 2013-14-es tanév tavaszi szemeszterében a University of California, Berkeley-n a buddhista közgazdaságtan választható tantárgyként került be a tantárgylistába (forrás: <https://newscenter.berkeley.edu/2014/03/13/buddhist-economics-oxymoron-or-idea-whose-time-has-come/>).

⁵ A buddhista közgazdaságtan a pszichológia területén szoros együttműködésben áll a boldogságkutatással, a kiégés- és depressziókutatással, valamint a motivációs elméletek megalkotásával; az idegtudományok területén a szelf-elméletek létrehozásában játszik szerepet; szoros összefüggésben áll az üzleti etikával; valamint a mély-ökológiával.

Szerző	Kiadási év	Értékek
Schumacher, E. F.	1973	egyszerűség, nem-ártás, együttérzés, önzetlenség
Pryor, F.	1990, 1991	mértékletesség
Alexandrin, G.	1993	nagylelkűség, együttérzés, tudatosság
Payutto, Ven. P. A.	1994	felelősség, mértékletesség, megelégedettség, jól-lét, nem-ártás
Dattajeevo, P.	2000	megelégedettség, egyszerűség, tudatosság
Zadek, S.	1993, 1997	együttérzés, bölcsesség, felelősség
Welford, R.	2006	mértékletesség, kreativitás, tudatosság
Daniels, P.	2006	mértékletesség
Nelson, J.	2006, 2011	összekapcsoltság, együttérzés
Magnuson, J. C.	2007a, 2007b, 2011	tudatosság
Zsolnai, L.	2007a, 2008, 2011b	minimalizálás, leegyszerűsítés, nem-ártás, nagylelkűség, őszinte törődés
Puntasen, A.	2007	éntelenség, együttérzés, bölcsesség
Dalai Láma	2008, 2009	együttérzés, tudatosság, jól-lét
Borden és Shekhawat	2010	tudatosság, együttérzés, összekapcsoltság
Bouckaert, L. Opdebeeck, H. & Zsolnai, L.	2011	mértékletesség
Essen, J.	2011	mértékletesség, tudatosság, együttérzés

4. táblázat: A buddhista közgazdaságtan eszmerendszerében szereplő értékek (saját szerkesztés)

Az 5. táblázat tartalmazza a gazdaságban megjelenő buddhista értékek angol és magyar fonetikus átírással közölt, páli nyelvű fordításait Rhys Davids és Stede (1921-1925) on-line szótára alapján. A buddhista közgazdaságtan modernkori tudományterület. Ebből adódóan négy gazdasági érték nem rendelkezik eredeti, páli nyelvű elnevezéssel. Ezekben az esetekben a táblázat kizárólag az angol nyelvű fordítást tartalmazza.

Magyar elnevezés	Angol elnevezés	Páli elnevezés
egyszerűség	simplicity	ékavidhá
minimalizálás	minimization	–
leegyszerűsítés	simplification	–
nem-ártás	non-violence	ahinszá
együttérzés	compassion	karuná
mértékletesség	moderation, frugality	mattá
bölcsesség	wisdom	pannyá
felelősség	responsibility	dhúra
jól-lét	well-being	szotthi
tudatosság	mindfulness	szati
kreativitás	creativity	–
összekapcsoltság	interconnectedness	–
éntelenség	non-self	anattá
önzetlenség	selflessness	anattá
nagylelkűség	generosity	csága
megelégedettség	contentment	appicshatá
őszinte törődés	genuine care	addzshupekkhana

5. táblázat: A gazdaságban megjelenő buddhista értékek (saját szerkesztés a buddhista közgazdaságtan eszmerendszerét bemutató tanulmányok alapján)

Az empirikus kutatás megkezdése előtt – a keresztény értékekhez hasonlóan – a buddhista értékhalmon is összevonásokat végeztem. Az 5. táblázat tizenhét, a gazdaság területén releváns buddhista értéket tartalmaz. A vállalkozói értékorientáció vizsgálata szempontjából hasonló jelentéssel bíró értékeket összevontam. Az első csoportban az éntelenség, az összekapcsoltság és az önzetlenség kapott helyet. Az üzleti életben mindhárom érték az önérdékkövetés meghaladását jelenti. Ennek az értékcsoporthoz a neve a továbbiakban összekapcsoltság lesz. A második összevonás során is három értéket csoportosítottam: a minimalizálást, a leegyszerűsítést és az egyszerűséget. Az empirikus kutatásban ez az értékcsoporthoz az egyszerűség nevet kaptam. Az egymással átfedésben lévő értékek összevonásának oka a keresztény csoportképzéshez hasonló: a vállalkozói értékorientáció szempontjából ezen értékek

között olyan kismértékű jelentésbeli eltérés van, hogy a továbbiakban értékcsoporthozként vesznek részt a kutatásban. A csoportosítást követően az empirikus vizsgálat kiindulópontja az alábbi tizenhárom, a gazdaságban megjelenő buddhista érték: egyszerűség, nem-ártás, együttérzés, mértékletesség, bölcsesség, felelősség, jólét, tudatosság, kreativitás, összekapcsoltság, nagylelkűség, megelégedettség, őszinte törődés.

II. RÉSZ

EMPIRIKUS KUTATÁS

5. FEJEZET

A KUTATÁSTERVEZÉS

A spirituális, illetve vallási értékek empirikus kutatásának története a XX. század közepére nyúlik vissza (Allport, 1964; Halman et al. 2008; Inglehart, 1977; 1997; Rokeach, 1969; 1973; Schwartz, 1992; 2006; 2012; Schwartz & Boehnke, 2004; Schwartz et al. 2001; Vernon & Allport, 1931). A gazdasági élet területén a XX. század végétől kezdve végeztek hasonló kutatásokat (Anderson, 1993; Burack, 1999; Cash & Grey, 2000; Chakraborty, 1993; England, 1973; Hicks, 2002; Jurkiewicz & Giacalone, 2004; Krishnakumar & Neck, 2002; Liu & Robertson, 2010; Mitroff & Denton, 1999; Nandram, 2010). Dolgozatom ebbe a sorba illeszkedik, és a spirituális értékorientációval rendelkező hazai vállalkozók vizsgálatát célozza. További célja az elméleti összefoglalóban közölt ismeretháttér empirikus adatokkal történő összevetése, az ott leírt kijelentések hazai környezetben gyűjtött adatok alapján történő finomítása. A kutatás módszertani célja egy új, a Corvinus Egyetem doktori disszertációinak elkészítéséhez az eddigiekben még nem használt módszer, a kvalitatív összehasonlító elemzés gyakorlati alkalmazása. Bár Baritz (2014) már kvantitatív módszerekkel vizsgálta a keresztény értékek gazdasági életbe való integrációját, jelen disszertáció hiánypótló, mert a magyar szakirodalomban ezt megelőzően nem készült ehhez hasonló kvalitatív empirikus vizsgálat.

Kutatásom első lépései a kutatási terület kijelölése, valamint az elméleti ismeretháttér áttekintése voltak. Az empirikus vizsgálat további folyamatát Miles és Huberman (1994), valamint Forman és Darmschroder (2008) útmutatásai alapján végeztem. A kutatástervezési fázis tartalmazza (i) a kutatás episztemológiai beállítottságának meghatározását; (ii) a kutatási kérdések megalkotását; valamint (iii) a kutatási stratégia kialakítását és a kutatási módszertanok megválasztását. Az adatgyűjtés és előzetes adatelemzés fázisa magában foglalja (iv) a megfigyelési egységek azonosítását és címkézését; (v) a mintavételi eljárást (*sampling*) és a vizsgált populáció kialakítását; (vi) az adatok összegyűjtését; (vii) az összegyűjtött adatok rögzítését; (viii)

az adatgyűjtéssel párhuzamos előzetes elemzést; valamint (ix) az elemzés megbízhatóságának vizsgálatát. Az eredményalkotási fázis, kutatási részterületekre bontva foglalja magában (x) a végleges adatelemzést; valamint (xi) az eredményalkotást és a következtetések levonását (Forman & Darmschroder, 2008; Hsieh & Shannon, 2005; Krippendorff, 1989; 2003; Miles & Huberman, 1994). Dolgozatom az itt tárgyalt felosztás szerint vezeti végig az olvasót az empirikus kutatás folyamatán.

5.1 A kutatás episztemológiai beállítottsága

Cassell és Symon (1994) hangsúlyozza, hogy elsődlegesen a kutatások episztemológiai beállítottsága határozza meg, hogy egy vizsgálathoz kvantitatív vagy kvalitatív módszertant érdemes használni. Kutatásom episztemológiai beállítottsága konstruktivista. Azt tárom fel, hogy a résztvevő vállalkozók mely spirituális értékek irányában köteleződnek el az üzleti életben, és hogyan valósítják meg ezeket az értékeket szervezeteikben. Ezzel a kérdésfelvetéssel a kvalitatív kutatási módszertan áll összhangban, így kutatásom egy kvalitatív adatgyűjtési és adatelemzési módszereket alkalmazó, exploratív jellegű vizsgálat. Ebből adódóan a kutatásnak nem célja előre megfogalmazott hipotézisek megerősítése vagy cáfolata, hanem kutatási kérdések megválaszolását célozza.

Kvalitatív kutatásban a kutató feltételezései és nézőpontja hatással vannak az adatelemzésre. Ez a kutatót arra kötelezi, hogy pontosan leírja az eredmények megalkotásának folyamatát. Ennek során biztosítani kell a felhasznált módszerek átláthatóságát: a kutatási anyagok hozzáférhetővé tételét, a kódolási sémák változatainak bemutatását, valamint a felhasznált módszerek leírását (Miles & Huberman, 1994). A dokumentáció során mindenképpen említést kell tenni (i) a mintaválasztással kapcsolatos döntésekről; (ii) az adatgyűjtési műveletekről; (iii) az adatok leírásáról; (iv) a kutatási stratégia áttekintéséről; valamint (v) az eredményeket alátámasztó legfontosabb adatmegjelenítési eszközökről (Bowen, 2009). A kutatási folyamat teljes körű dokumentálása egy ellenőrző eszköz, amely az érvényesség megállapítását és a megismételhetőséget biztosítja, vagyis lehetővé teszi a kutatás tudományosságának igazolását (Krippendorff, 2003). Ezzel összhangban, dolgozatom részletesen tartalmazza a kutatás folyamatának a leírását, valamint a felhasznált módszerek bemutatását.

5.2 A kutatás részterületei és a kutatási kérdések

A kutatás a magyarországi keresztény és buddhista vállalkozók spirituális értékorientációjának a vizsgálata, egy kvalitatív feltáró kutatás. Az előzetesen áttekintett elméleti ismeretháttérre épül, és az abban felmerülő, kevésbé tisztázott kérdések megválaszolását is célozza. (Ezeket a kérdéseket a kutatási téma megalapozása során kiemeltem.) A kutatás fő célja, hogy bemutassa, mely értékek iránt köteleződnek el a keresztény, illetve a buddhista értékorientációval rendelkező hazai vállalkozók; mely értékeket, azok milyen kombinációját tartják meghatározónak üzleti gyakorlatukban.

A kutatási területet négy részterületre osztottam: (i) feltárom, hogy a résztvevők miként értelmezik a spiritualitás fogalmát; (ii) bemutatom a gazdaságban megvalósított legjellemzőbb keresztény, illetve buddhista értékorientációkat; (iii) feltárom a spirituális és a materiális értékek kapcsolatát a gazdasági életben; valamint (iv) a spirituális értékek üzleti gyakorlatban történő megjelenését.

Kutatásomban – a kvalitatív módszertan általános logikáját követve – hipotézisek felállítása helyett kutatási kérdéseket fogalmazok meg. A kutatási kérdések a kutatási célok konkrét leképezései (Miles & Huberman, 1994). Megválaszolásuk az adatokból levonható következtetések (*inferences*) segítségével történik (Krippendorff, 2003; Mayring, 2000). Kutatásom mindegyik részterületéhez tartozik egy kutatási kérdés, amely az adott részterülethez tartozó kutatási cél megvalósítását segíti. A második részterületet kivéve minden kutatási kérdés az elméleti áttekintéssel párhuzamosan, a kutatási téma megalapozása során merült fel, és a kevésbé tisztázott részek empirikus úton történő pontosítását célozza.

5.2.1 A spiritualitás fogalmának értelmezése a vállalkozók körében

A spiritualitás – mivel változatos, szubjektív tapasztalat – nem rendelkezik tartalmilag egységes definícióval (Bouckaert, 2003; 2007). A kutatás első részterülete a spiritualitás fogalmának az értelmezését vizsgálja a résztvevő vállalkozók körében. A részterülethez tartozó kutatási kérdés:

Adható-e tartalmilag egységes definíció a spiritualitásra?

A kutatás első részterülete bemutatja, hogy a résztvevők saját spiritualitás-definíciói mennyire állnak összhangban egymással, illetve az elméleti ismeretháttérben elfogadott meghatározással. Bár az elméleti ismeretháttérrel összhangban nincs

tartalmilag egységes definíció a fogalomra, feltárom, van-e lehetőség, legalább a keresztény vagy a buddhista résztvevők körében egy ilyen meghatározás megadására.

5.2.2 A keresztény és a buddhista értékorientáció vizsgálata az üzleti életben

Kutatásom fő részében a keresztény és a buddhista értékorientációt vizsgálom az üzleti életben. Ehhez a kutatási részterülethez az alábbi kutatási kérdés kapcsolódik:

Milyen értékek mentén valósul meg a keresztény, illetve a buddhista értékorientáció az üzleti életben?

A kutatási cél a spirituális értékek iránt elkötelezett vállalkozók által a gazdasági életben megvalósított értékek, valamint keresztény, illetve buddhista értékorientációk feltárása. Az elméleti ismeretháttérrel összhangban az értékorientáció kifejezés jelöli ki, hogy a keresztény, illetve a buddhista értékelkötelezettség milyen értékek meglétét feltételezi. Az összegyűjtött adatok alapján megállapítható, mely értékek kombinációjaként jön létre a keresztény, illetve a buddhista értékorientáció a vizsgált terepen. Ezen túl a két spirituális értékorientáció közötti különbség is feltárható.

5.2.3 A spirituális és a materiális értékek viszonya az üzleti életben

Az elméleti áttekintés során kiemeltem, hogy a spiritualitás és a materializmus egymással szemben álló értékorientációk. Bár alapállapotban az összes érték megfér egymás mellett, de ha egy választás során értékkonfliktus adódik, akkor a domináns értékek a periférikus értékek kárára érvényesülnek (Schwartz, 1992). Az üzleti életben a spirituális és a materiális értékek könnyen konfliktusba kerülhetnek egymással, mert a materiális értékeket előtérbe helyező gazdasági logika ellentétben áll a spirituális értékekkel (Kasser & Ryan, 1993). A kutatás harmadik részterületén a spirituális és a materiális értékek viszonyát vizsgálom az üzleti életben. Az ehhez tartozó kutatási kérdés:

Milyen viszony van a spirituális és a materiális értékek között a spirituális értékek iránt elkötelezett hazai vállalkozók üzleti életében?

Ezen a kutatási részterületen megvizsgálom a spirituális és a materiális értékek viszonyát az üzleti életben a hazai keresztény és buddhista vállalkozóknál. Feltárom, hogy a kutatás résztvevőinél mely értékek dominanciája határozza meg a két értékorientáció esetleges konfliktusát.

5.2.4 A spirituális értékorientációból származó üzleti gyakorlatok

Miller (2004) transzformatív vezetőknek (*transformational leader*) nevezi azokat, akik vezetési gyakorlatukat spirituális értékekre alapozzák. A kutatás negyedik részterületén a résztvevők spirituális értékorientációjának szervezeti szintű megjelenését vizsgálom meg. A kutatási kérdés:

Milyen területen és hogyan jelenik meg a vállalkozó spirituális értékorientációja a vállalkozás üzleti gyakorlatában?

Az értékek szervezeti szintű megnyilvánulásának kutatási részterületén azt vizsgálom, miként jelenik meg az értékorientáció az üzleti gyakorlatban (Boudon, 2001; Kluckhohn, 1951). Előfordulhat ugyanis, hogy egy spirituális hagyomány valamely értékét (például az emberi méltóságot) különböző szervezetek egymástól eltérő módon ültetik át az üzleti gyakorlatba.

A negyedik kutatási részterület arra is választ ad, hogyan valósítják meg a vállalkozók saját spirituális értékelköteleződésükből származó értékeiket az üzleti gyakorlatban (Bankwala, 2004; Baritz, 2014; Bouckaert, 2007). Feltárom, megjelennek-e a transzformatív vezető jellemvonásai a résztvevők körében, valamint lehet-e esetükben értékvezérelt szervezetekről beszélni.

Célom azon üzleti megoldások feltárása, és példákon keresztül történő bemutatása, amelyek a résztvevők spirituális értékorientációjából adódóan jelennek meg a szervezetek mindennapi működésében.

A keresztény és a buddhista vállalkozók spirituális értékorientációjának vizsgálata négy kutatási részterületre terjed ki. Ezeket, valamint a hozzájuk tartozó kutatási célokat és kutatási kérdéseket a 6. táblázat foglalja össze.

Kutatási részterület	Kutatási cél	Kutatási kérdés
A spiritualitás fogalmának értelmezése a vállalkozók körében	Tartalmilag egységes spiritualitás-definíció megadása	Adható-e tartalmilag egységes definíció a spiritualitásra?
A keresztény és a buddhista értékorientáció vizsgálata az üzleti életben	A keresztény, illetve a buddhista értékorientációk bemutatása	Milyen értékek mentén valósul meg a keresztény, illetve a buddhista értékorientáció az üzleti életben?
A spirituális és a materiális értékek viszonya az üzleti életben	A lehetséges értékkonfliktusok feltárása az üzleti életben	Milyen viszony van a spirituális és a materiális értékek között a spirituális értékek iránt elkötelezett hazai vállalkozók üzleti életében?
A spirituális értékorientációból származó üzleti gyakorlatok	A spirituális értékorientáció üzleti gyakorlatban történő megvalósításnak bemutatása példákon keresztül	Milyen területen és hogyan jelenik meg a vállalkozó spirituális értékorientációja a vállalkozás üzleti gyakorlatában?

6. táblázat: A kutatás részterületei, a hozzájuk tartozó kutatási célok és kutatási kérdések

Dolgozatom következő alfejezetében a kutatási részterületekhez, azok céljaihoz és a hozzájuk tartozó kutatási kérdésekhez illeszkedő kutatási stratégiát mutatom be.

5.3 A kutatási stratégia

A társadalomtudomány fő célja, hogy az összegyűjtött bizonyítékokra alapozva értelmezze és megmagyarázza a társadalmi jelenségeket. Ennek megvalósítása egy megfelelő módszertan kiválasztását feltételezi, amely segítségével megvalósíthatók a kutatási célok. A kutatási stratégia tehát a kutatási célokkal összhangban álló, a kutatási kérdések megválaszolására alkalmas kutatási módszertan kiválasztása és alkalmazása.

A kutatómódszertan alapvetően két nagy megközelítést különböztet meg: a viszonylag kis elemszámon végrehajtott, leíró, esetorientált, kvalitatív kutatást; valamint a nagy elemszámon végrehajtott, bizonyos attribútumok összhangjának, együtt-változásának felderítését célzó, változó-orientált, kvantitatív kutatást.⁶ A kvalitatív

⁶ Előfordulnak kutatások, amelyek a két megközelítés módszereit egymás mellett alkalmazva, vegyes módszertant használnak. Ezek száma azonban elenyésző a tisztán kvantitatív vagy tisztán kvalitatív kutatásokhoz képest

módszertan alkalmazásának célja a jelenségek komplexitásának leírása. Ezzel szemben a kvantitatív módszertan az általánosíthatóság megvalósítását célozza. A komplexitás és az általánosíthatóság közötti feszültség alapvető dilemma (Ragin, 1984; 1987; 2000; Ragin & Zaret, 1983). Kutatásom egy kvalitatív feltáró vizsgálat, az esetek teljességben történő megértését, az őket felépítő attribútumok közötti kapcsolatok feltárását célozza. A vizsgálat során nem elsődleges cél az általánosíthatóság megvalósítása.

A kutatási stratégia részeként, a kutatási célokkal összhangban, az adatgyűjtéshez két, az adatelemzéshez pedig további három módszert alkalmaztam. Dolgozatom következő szakaszai ezeket a módszereket mutatják be.

5.3.1 Az adatgyűjtés módszerei

A kutatási kérdések megfogalmazása meghatározza az elemzéshez szükséges adatok mennyiségét és minőségét. Minél részletesebbek az összegyűjtött adatok, elemzésük annál több időt igényel. E két szempont sok esetben kompromisszumos kapcsolatban áll, de mindkettőt tekintetbe kell venni, hogy a kutatási cél teljes mértékben megvalósulhasson (Forman & Darmschroder, 2008).

A fenti szempontokat mérlegelve, kutatásomban két adatgyűjtési módszert alkalmaztam: az elsődleges adatgyűjtést interjúk segítségével; a másodlagos adatgyűjtést pedig a vállalkozások írásos dokumentumainak vizsgálatával valósítottam meg. Dolgozatom következő két pontja a módszerek általános áttekintését tartalmazza. Gyakorlati alkalmazásuk tapasztalatait a disszertáció későbbi részei taglalják.

5.3.1.1 Az elsődleges adatgyűjtés

Kvalitatív kutatások esetén a leggyakrabban alkalmazott adatgyűjtési technika az interjúzás. Előnyei, hogy egyike a legrugalmasabb módszereknek, és a résztvevők általában könnyen elfogadják. Hátrányai, hogy időigényes, és sok esetben eredményezheti az adatok túlterheltségét (King, 2004; Miles & Huberman, 1994; Sankar & Jones, 2008).

A kvalitatív interjúzási technikák közös vonásai, hogy céljuk a kutatási téma interjúalany szemszögéből történő bemutatása. Nem általánosságokra vonatkoznak, hanem a válaszadó speciális élethelyzetére fókuszálnak.

A kvalitatív interjútechnikák kategorizálásának elsődleges jellemvonása az interjú készítője és alanya közötti folyamat kötöttségének mértéke (King, 2004; Sankar & Jones, 2008). Ezzel összhangban King (1994) az interjúk három fajtáját különbözteti meg. A strukturálatlan mélyinterjú (*unstructured, in-depth interview*) célja annak megértése, hogy az alany miként konstruálja a kutatási kérdéshez köthető jelenséget. Ellentéte a strukturált interjú (*structured interview*), amely elméletek és formális hipotézisek vizsgálatára alkalmas. A félig strukturált interjú (*semi-structured interview*) az előbbi két módszer között helyezkedik el: a mélyinterjúnál strukturáltabb, de a kérdőívekénél kevésbé kötött. A kérdéseket egy interjúvázlat (*interview-guide*) tartalmazza, ami lehetővé teszi, hogy az interjúalany saját szavaival válaszoljon a feltett kérdésekre, és biztosítja a kérdező részére a válaszok tisztázásának lehetőségét. Olyan esetekben alkalmazzák, amikor egy téma gyors, leíró jellemzése szükséges. A módszer ideális feltáró kutatások elvégzéséhez (King, 1994; Sankar & Jones; 2008). Kutatásomban elsődleges adatgyűjtési módszerként félig strukturált interjú technikát alkalmaztam, mert ez áll összhangban a kutatás céljával, a résztvevő vállalkozók spirituális értékorientációjának feltárásával.

5.3.1.2 A másodlagos adatgyűjtés

A kutatás másodlagos adatgyűjtési módszere a dokumentumelemzés, egy, a nyomtatott és elektronikus anyagok áttekintésére és értékelésére szolgáló szisztematikus folyamat. Sok esetben, más adatgyűjtési módszer mellett, kiegészítő módszerként alkalmazzák. Kutatásomban triangulációs szerepe is van. Segítségével ellenőrizhető az adatok konvergenciája, hogy egymástól független források nem mondanak ellent egymásnak. Ez csökkenti a lehetséges egyoldalúság és elfogultság hatásait, és növeli a kutatás hitelességét (*credibility*) (Flick, 2009; Miles & Huberman, 1994).

A dokumentumelemzés kevésbé időigényes, mert adatgyűjtés helyett adatok kiválasztását jelenti. A dokumentumok reaktívak, vagyis nincs rájuk hatással a kutatási folyamat, és stabilak, vagyis nincs rájuk hatással a kutató személye és az időtényező (Bowen, 2009). A kutatás másodlagos adatgyűjtési módszere a résztvevő vállalkozások közvetlenül hozzáférhető, illetve az interjúk során megszerezhető dokumentumainak, küldetésnyilatkozatuknak, vagy egyéb, az értékelköteleződéssel kapcsolatos írásos anyagaiknak a beszerzése.

5.3.2 Az adatelemzés módszerei

A kutatási célokkal és a kutatási kérdésekkel összhangban álló adatelemzési módszerek a kvalitatív tartalomelemzés, a dokumentumelemzés, és a második kutatási részterületen az ezekre épülő kvalitatív összehasonlító elemzés.

5.3.2.1 A kvalitatív tartalomelemzés

A kvalitatív tartalomelemzés szövegek elemzésére szolgáló kutatási technika, amely mára az egyik legfontosabb adatelemzési módszerré vált a társadalomtudományok területén (Krippendorff, 1989). Olyan módszer, amely kizárólag kvalitatív módon, statisztikai eszközök alkalmazása nélkül, következtetések levonásával hozza létre a kutatási eredményeket egy adott kutatási kontextusban. Nem ragad meg a szöveg fizikai jellemzőinek vizsgálatánál – alkalmazása során a kutató célja, hogy olvasson a sorok között (Hsieh & Shannon, 2005; Krippendorff, 1989; 2003; Mayring, 2000; Patton, 2002).

A kvalitatív tartalomelemzés egy szisztematikus kódolási rendszer segítségével teszi lehetővé a szövegekben rejlő témák azonosítását (Hsieh & Shannon, 2005). Alkalmazásával megismételhető módon lehet érvényes következtetéseket levonni adott szövegekből (Krippendorff, 1989; 2003). A módszer alapvető követelménye a levont következtetések dokumentálás által történő igazolása (Krippendorff, 1989).

A tartalomelemzés középpontjában kategóriák létrehozása és a kutatás végéig tartó folyamatos felülvizsgálata áll, vagyis a módszer iteratív jellegű. A kategóriák lehetnek előre megadottak (deduktív megközelítés), illetve létrehozhatók az elemzés során (induktív megközelítés). A kutató egy kódolási folyamat keretében adott elemzési egységekhez kódokat rendel, amellyel tömöríti az eredeti adatokat és létrehozzák az elemzéshez szükséges kategóriákat. Az elemzés végső célja a kódokkal jelölt kategóriák közötti kapcsolatok leírása (Bowen, 2009).

A kvalitatív tartalomelemzés tudományosságának próbáját a megbízhatóság (*reliability*) és az érvényesség (*validity*) dimenzióiban lehet vizsgálni. Előbbit az elemzők közötti megbízhatóság (*inter-coder reliability*) biztosíthatja. Amikor az elemzés során a kategóriák és a kódok véglegessé válnak, de mielőtt azok teljes adathalmazra történő kiterjesztése megtörténik, létrehozható egy bizonyos mértékű kódolói egyezőség egy másik elemző bevonásával. A módszer megbízhatóságáról akkor

beszélhetünk, ha egymástól függetlenül, egynél több kódoló, ugyanazt a kódolási sémát, egyazon adathalmazon, közel azonos eredménnyel tudja alkalmazni (Mayring, 2000). Az így születő kódolási egyezőség (*coding agreement*) csökkenti az eredmények megalkotását befolyásoló egyszemélyes kutatói hatást, ezzel növeli a következtetések érvényességét (Forman & Darmschroder, 2008). Kutatásomban ezt a módszert használtam a kvalitatív tartalomelemzés megbízhatóságának megállapításához.

Mivel a spirituális értékek üzleti életben betöltött szerepével kapcsolatban kiterjedt elméleti ismeretháttér áll rendelkezésre, így a kutatásban elsősorban közvetlen tartalomelemzést (Hsieh & Shannon, 2005), avagy deduktív kategória-alkalmazást (Mayring, 2000) használtam.

5.3.2.2 A dokumentumelemzés

A dokumentumelemzés a dokumentumok értékelése. A kutatónak meg kell határoznia a kutatás számára releváns dokumentumok listáját, és meg kell győződnie, hogy azok tartalma illeszkedik-e a kutatási területhez (Bowen, 2009).

A dokumentumelemzés is iteratív folyamat, amely a tartalomelemzés jellegzetességeivel bír. Célja a releváns és irreleváns információk elkülönítése, valamint a dokumentumokban fellelhető tartalmi elemek mintázatainak azonosítása. A dokumentumelemzésből származó eredmények (idézetek vagy következtetések) szoros kapcsolatban állnak az elsődleges elemzési módszer alkalmazásával: (i) pontosíthatják a kutatási kérdések kontextusát; (ii) további adatgyűjtési területet jelölhetnek ki az elsődleges módszer számára (például további kérdések feltételét eredményezhetik egy interjú során); (iii) kiegészítő kutatási eredményekkel szolgálhatnak; valamint (iv) igazolhatják az elsődleges kutatási módszer eredményeit (Bowen, 2009).

5.3.2.3 A kvalitatív összehasonlító elemzés

Létezik egy – a kvalitatív és a kvantitatív kutatások két szélsőségét elkerülő – harmadik módszertan, az összehasonlító elemzés (Ragin, 1987). Az összehasonlító elemzés áthidalja a dedukció (mint a kvantitatív kutatási módszertan jellemzője), valamint a reprezentáció (mint a kvalitatív kutatási módszertan jellemzője) közötti szakadékot, mert lehetővé teszi az esettanulmányok szellemiségének és logikájának nagy elemszámú kutatásokban történő alkalmazását (Ragin, 1994; 2000; 2008).

Az összehasonlító elemzés közepes számú esetet vizsgál. Az esetszám tíztől néhány százig terjedhet. Ez a mennyiség a komplexitás és az általánosíthatóság egyensúlyát eredményezi (Ragin, 2000). Egy tipikus összehasonlító elemzésben az attribútumok, vagyis a változók száma meghaladhatja a vizsgált esetek darabszámát. A módszer egyik jellemző vonása tehát az eseteknek a változók darabszámához viszonyított szűkössege. Minél több attribútumon történik egy vizsgálat, annál nagyobb az esélye, hogy az adott helyzetre megfelelően illeszkedő modellt lehet felállítani (Ragin, 1997).

Ragin (1987; 1995) a kvalitatív összehasonlító elemzést (*qualitative comparative analysis* – *QCA*) az összehasonlító módszer formalizált és kiterjesztett változataként alkotta meg. A kutatás második részterületén ezt a módszert használok az eredményalkotásra, melyet Fiss (2007; 2011) korábban már több ízben sikerrel alkalmazott gazdálkodó szervezetek vizsgálata során.

A kvalitatív összehasonlító elemzés célja a hasonlósági és különbözőségi mintázatok vizsgálata. Fókuszában az azonos kimeneti eredménnyel bíró (jelen esetben a keresztény, illetve a buddhista értékorientációval rendelkező vállalkozók), ám különböző típusokba sorolható megfigyelési egységek (jelen esetben a keresztény, illetve a buddhista értékorientációt egymástól eltérő értékek segítségével megvalósító vállalkozók) vannak. A kvalitatív összehasonlító elemzés eset-orientált, vagyis az eseteket egészként, attribútumok kombinációiként, konfigurációkként kezeli, így erősen jelen van benne a kvalitatív hagyomány (Ragin & Zaret, 1983). Az elemzés és a magyarázatok megalkotása két szinten történik: a megfigyelési egységek (jelen esetben a vállalkozók) eltérnek a magyarázó egységektől (jelen esetben a gazdaságban megjelenő spirituális értékektől). Előbbiek az adatok felvételére és elemzésére, utóbbiak pedig a kimeneti eredmények magyarázatára szolgálnak (Ragin, 1987).

A kvalitatív összehasonlító elemzés az attribútum-halmazban fellelhető oksági komplexitás feltárásával foglalkozik. A megfigyelési egységek (az esetek) attribútumai oksági feltételek. Minden eset oksági feltételek kombinációjaként (konfigurációként) értelmezendő (Ragin, 1994). A módszertan e konfigurációk tanulmányozására szolgál, a kutató a konfigurációk közötti azonosságot és különbséget vizsgálja (Drass & Ragin, 1989).

Az attribútumok nem független változókként, hanem különböző típusok „nyersanyagaiként” jelennek meg. Mivel a kvalitatív összehasonlító elemzés az eseteket egészként, attribútumok kombinációjaként kezeli, így a módszer holisztikus (Ragin, 2000). A kutatók a módszer alkalmazása során két irányba indulhatnak: (i) vagy azonos kimeneti eredményt mutató eseteket vizsgálnak abból a szempontból, milyen mértékben egyezik az oksági konfigurációjuk; vagy (ii) azonos attribútumokkal rendelkező eseteket választanak, hogy megvizsgálják, eltérő kimeneti eredménnyel járnak-e (Ragin, 2000; 2008). Kutatásom az első megközelítéssel összhangban, azonos kimeneti eredménnyel, vagyis keresztény, illetve buddhista értékorientációval rendelkező esetek elemzését valósítja meg.

A kvalitatív tartalomelemzés esetenként kombinálható más adatelemzési módszerekkel, melynek szükségességét a kutatási kérdések határozzák meg (Mayring, 2000). A kutatás második részterületén a kvalitatív tartalomelemzés és a dokumentumok tartalmának elemzése teszi lehetővé a kvalitatív összehasonlító elemzéshez szükséges adatok megfelelő formára és minőségre történő átalakítását. Az így nyert adatok összehasonlítása lehetővé teszi a komplex adatstruktúrák holisztikus megközelítésű leegyszerűsítését, valamint a kutatási kérdésekre adandó válaszok megfogalmazását.

5.3.3 Módszertani áttekintés

Az empirikus kutatás adatgyűjtési módszerként félig strukturált interjútechnikát használ és a releváns dokumentumok beszerzését is magában foglalja. Az első, a spiritualitás fogalmának értelmezésére irányuló kutatási részterületen az eredmények kvalitatív tartalomelemzés segítségével születnek meg. A második részterületen, a keresztény és a buddhista értékalköteleződés vizsgálata során, kvalitatív tartalomelemzés és dokumentumelemzés szolgált az eredményalkotás kiinduló pontjainak létrehozására. Az így nyert adatokból az eredmények megalkotása kvalitatív összehasonlító elemzés segítségével történt. A harmadik részterületen, a spirituális és a materiális értékek viszonyát vizsgáló kutatási kérdést kvalitatív tartalomelemzés és dokumentumelemzés alkalmazásával válaszoltam meg. A negyedik, a spirituális értékek gyakorlati megjelenését vizsgáló kutatási részterületen kvalitatív tartalomelemzés segítségével születtek meg az eredmények. A kutatási részterületeket és a hozzájuk tartozó adatelemzési módszereket a 7. táblázat foglalja össze.

Kutatási részterület	Elemzési módszertan
A spiritualitás fogalmának értelmezése a vállalkozók körében	Kvalitatív tartalomelemzés
A keresztény és a buddhista értékorientáció vizsgálata az üzleti életben	Kvalitatív tartalomelemzés Dokumentumelemzés Kvalitatív összehasonlító elemzés
A spirituális és a materiális értékek viszonya az üzleti életben	Kvalitatív tartalomelemzés Dokumentumelemzés
A spirituális értékorientációból származó üzleti gyakorlatok	Kvalitatív tartalomelemzés

7. táblázat: A kutatás részterületein alkalmazott adatelemzési módszerek

Jelen fejezet a kutatástervezés fázisának összefoglalását tartalmazta. Bemutattam a kutatási területet és annak részterületeit. Kvalitatív feltáró elemzés révén kutatásomban nem hipotézisek felállításával, hanem kutatási kérdések segítségével vizsgálom az adott témakört. A kutatási kérdések megfogalmazása után bemutattam a kutatás céljával összhangban lévő kutatási stratégiát, és a vizsgálat során alkalmazandó módszertanok általános leírását. Dolgozatom következő fejezete az adatgyűjtés és az előzetes adatelemzés fázisát tartalmazza.

6. FEJEZET

AZ ADATGYŰJTÉS ÉS AZ ELŐZETES ADATELEMZÉS

Dolgozatom következő fejezete az adatgyűjtés és az előzetes adatelemzés fázisát mutatja be: a megfigyelési egységek azonosítását; a vizsgált populációt; az adatgyűjtést; az interjúk átírását; az előzetes adatelemzést; valamint az elemzés megbízhatóságának vizsgálatát. Kutatásomban – a kvalitatív vizsgálatok általános módszertanával összhangban– az adatgyűjtés és az adatelemzés párhuzamosan történt.

6.1 A megfigyelési egységek azonosítása és címkézése

A megfigyelési egységek azonosítása (*unitizing*) az a folyamat, amelynek keretében megtörténik az esetek lehatárolása (Krippendorff, 1989). A kutatási kérdések kijelölik a leendő megfigyelési egységeket, amelyekről a kutató a vizsgálat végén bizonyos állításokat fogalmaz meg (Patton, 2002). Kutatásomban a magyarországi keresztény, illetve buddhista értékelköteleződésű vállalkozókat vizsgálom, tehát a megfigyelési egységek, az esetek, ezek a vállalkozók.

A vállalkozó fogalmát sokféleképpen meg lehet közelíteni. A közgazdászok számára a vállalkozó egy olyan személy, aki erőforrás, munka, anyag és egyéb eszközök kombinációjával új értéket teremt. Az üzletemberek számára a vállalkozó veszélyforrás, versenytárs, üzlettárs, beszállító vagy vásárló (Vesper, 1980). Kutatásom szempontjából azonban a vállalkozó legfontosabb jellemvonása, hogy gazdasági tevékenysége során értéket közvetít és értéket teremt (Ronstadt, 1984, p. 28). Ezzel összhangban kutatásom a vállalkozót egy olyan személynek tekinti, aki képes saját értékelköteleződésének közvetítésére az üzleti életben. Ebből következik, hogy a vállalkozó saját cégének a tulajdonosa vagy egy nagyobb szervezet vezetői funkciójában lévő alkalmazottja is lehet. A tulajdonlás hiánya nem kizáró kritérium a megfigyelési egységek kiválasztásánál.

Empirikus kutatásom megfigyelési egységei a spirituális értékorientációval rendelkező, és azt nyíltan felvállaló vállalkozók (beleértve a menedzsereket is). A megfigyelési egységek két alkategóriája a keresztény, illetve a buddhista vállalkozók csoportjai, amelyek diszjunkt halmazok, mert a két alkategória között nincs átfedés.

A kvalitatív kutatások egyik kritikus pontja az adatok kezelése, a nyers és feldolgozott adatok tárolása és beazonosítása (Miles & Huberman, 1994). Az adatok címkézése az adatok egyértelmű megjelölése, amelynek rendszerét már az adatgyűjtés megkezdése előtt érdemes létrehozni (Forman & Darmschroder, 2008; Sankar & Jones, 2008).

Kutatásomban az adatgyűjtés során összegyűjtött adatok megfigyelési egységeként külön mappákba kerültek. Minden résztvevő mappájának elnevezése egy három karakterből álló kód. A kód első karaktere a keresztény résztvevőknél K, a buddhista résztvevőknél pedig B betűjel. A kód második fele egy 01-től a résztvevők számaig tartó számsor, amely az adatgyűjtés időrendiségét is jelzi (például K05). A legkorábbi résztvevő a 01-es számot, a legkésőbbi pedig a sorozat legnagyobb értékű számát kapta.

Kutatásomban kétféle adatforrás szerepel: az interjúk hanganyagai, valamint szöveges dokumentumok (az interjúk során keletkezett jegyzetek és az értékelköteleződéssel kapcsolatos szervezeti dokumentumok). A mappák alapesetben két dokumentumot tartalmaznak. Az egyik a mappa kódjével azonos nevű hangfájl, amely az interjúk során készült hangfelvételt tartalmazza. A másik egy, szintén a mappa kódjével azonos nevű szövegfájl, amely az interjúk átírt változatát, az adatgyűjtés során keletkezett jegyzetek digitális változatát, valamint a dokumentumelemzés során összegyűjtött iratokat is tartalmazza. Az interjúk körülményeinek részleteit (az interjúalany nevét, beosztását, a vállalkozás nevét, az interjú dátumát és időpontját) a szövegfájl fejléce tartalmazza. Az adattárolás biztonságosabbá tétele miatt a mappák tartalmát két adattárolóra másoltam fel.

6.2 A vizsgált populáció

Kvalitatív kutatások esetében a mintavételi eljárás célirányos választást jelent, mivel az elsődleges feladat nem az általánosíthatóság elérése, hanem egy adott jelenség minél mélyebb megértése (Patton, 2002). A vizsgált populáció kialakításával

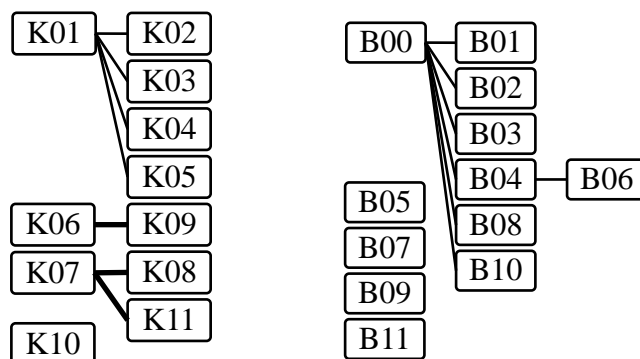
kapcsolatos döntéseket az elméleti háttérismeretek befolyásolják. A populáció nagymértékben befolyásolja a kutatás során levont következtetések érvényességét. Ha az esetek gondosan megválasztott feltételeknek megfelelően kerülnek kiválasztásra, nagyobb valószínűséggel készülhetnek erőteljes magyarázatok (Miles & Huberman, 1994). A populáció kialakítása tehát kvalitatív megkülönböztetés, és határai – azon túl, hogy elkülönítik egymástól az empirikus világ releváns és irreleváns részeit – tudományos kijelentések alapjait képezik (Ragin, 1997; 2000).

A fenti kritériumoknak megfelelő esetválasztás, a vizsgált populáció kialakítása a hólabda-módszer (*snowball sampling*) segítségével történt, amely ideális a kvalitatív összehasonlító elemzéshez is (Ragin, 1987). A módszer alkalmazása során a kutatásban résztvevő alanyok ajánlják a kutató számára a további potenciális résztvevőket. Az így kialakult populáció nagy valószínűséggel olyan vállalkozókat fog tartalmazni, akik ismerik egymást, de kvalitatív kutatásoknál a reprezentativitás nem feltétele a vizsgált populáció összetételének és nagyságának (Sankar & Jones, 2008). A minta túlzott egyoldalúsága csökkenthető több, egymástól eltérő módon megkeresett résztvevő bevonásával (Krippendorff, 2003).

A kutatásban résztvevő populáció nagyságát néhány esetben már a kutatástervezési fázisban, az interjúk megkezdése előtt véglegesíteni lehet (Miles & Huberman, 1994). Kutatásomban a résztvevők végleges száma már a kutatástervezési fázisban kialakult. A populáció nagyságát a rendelkezésre álló időtényező határozta meg. A kutatásban huszonkét fő vett részt. A populáció bővítésére az adott időkorlátokon belül nem volt lehetőség. A keresztény, illetve a buddhista vállalkozók részpopulációiban egyenlő számú, tizenegy-tizenegy megfigyelési egység kapott helyet. A keresztény résztvevőket K01-K11-es kódolással, a buddhista résztvevőket pedig B01-B11-es kódolással jelöltem.

A keresztény résztvevők rekrutálását négy forrás segítségével hajtottam végre (K01, K06, K07, K10), amely kétszintes kiválasztást eredményezett. Az első forrás (K01) négy, a második (K06) egy, a harmadik (K07) két résztvevőt ajánlott a kutatás számára. A negyedik forrás (K10) nem ajánlott további résztvevőt. A buddhista részpopulációnál a rekrutálás egy, a kutatásban részt nem vevő forrás megkeresésével kezdődött (B00), aki ismeretségi köréből ajánlott további hat résztvevőt (B12, B02, B03, B04, B08, B10). Ezek egyike (B04) további egy résztvevőt ajánlott. A részpopuláció további négy tagja (B05, B07, B09, B11) személyes megkeresésem által

csatlakozott a kutatáshoz. A buddhista résztvevők részhalmaza háromszintes kiválasztást eredményezett. A hólabda-módszer alkalmazásával létrehozott két részpopuláció kialakítását az 5. ábra foglalja össze.



5. ábra: A hólabda módszer alkalmazásával létrehozott részpopulációk (saját szerkesztés)

6.2.1 A kutatásban résztvevő vállalkozók alapadatai

A kutatásban résztvevő tizenegy keresztény vállalkozó közül hét a vállalkozás tulajdonosa és vezetője is egyben (K01, K03, K04, K05, K07, K09, K10). A további négy egy-egy nagyobb vállalat felső vezetésében, igazgatói pozícióban dolgozik. Közülük – egy kivételtől eltekintve (K02) – három interjúalany több mint tíz éve dolgozik az adott munkakörben (K06, K08, K11). Kilenc vállalkozás a szolgáltatási szektorban működik (K01, K02, K04, K05, K06, K07, K08, K10, K11). Ebből öt szervezet alaptevékenysége tanácsadás vagy coaching (K01, K02, K06, K07, K10). Három szervezet alaptevékenysége IT szolgáltatások (K08, K10, K11). Egy szervezet pályázatrírással és projektmenedzsmenttel foglalkozik (K05). Egy szervezet alaptevékenysége pedig a kerékpárkölcsonzés (K04). Egy cég a logisztikai szektorban működik, és folyami szállítmányozással foglalkozik (K03). Egy pedig az ipari szektorban működik és forgalomtechnikával foglalkozik (K09).

Az alkalmazottak számát, valamint az éves árbevétel nagyságát tekintve a vizsgált részpopuláció legnagyobb cégei az IT területen működő szervezetek (K08, K10, K11). Ezeket követi a forgalomtechnikával foglalkozó ipari (K09), a folyami szállítmányozással foglalkozó logisztikai (K03), illetve a műszaki tanácsadással és minőségellenőrzéssel foglalkozó cég (K06). Csupán két vállalkozást alapítottak a kutatást megelőző tíz éven belül (K05, K07), és van két cég, amely már több mint harminc éve működik (K02, K04). A kutatásban résztvevő keresztény vállalkozók és cégek alapadatait a 8. táblázat tartalmazza.

Kód	Interjúalany tulajdonos-e	Alapítás éve	Szektor	Tevékenységi körök	Munkatársak száma (interjúalanyt tartalmazza)	Éves árbevétel (millió forint)	Egyéb megjegyzés
K01	Igen	2002	Szolgáltatás	Tanácsadás	7	105	
K02	Nem	1981	Szolgáltatás	Tanácsadás Coaching	5	100	2006 óta dolgozik ebben a pozícióban
K03	Igen	1992	Logisztika	Folyami szállítmányozás és logisztika	52	2200	
K04	Igen	1985	Szolgáltatás	Kerékpárkölcsonzés	10	70	
K05	Igen	2008	Szolgáltatás	Pályázatírás és projektmenedzsment	9	150	
K06	Nem	2004	Szolgáltatás	Minőség-ellenőrzés Műszaki tanácsadás	60	600	2004 óta dolgozik ebben a pozícióban
K07	Igen	2010	Szolgáltatás	Tanácsadás Projektmenedzsment Minőségbiztosítás	2	25	
K08	Nem	1987	Szolgáltatás	IT szolgáltatások	70	3300	1987 óta dolgozik ebben a pozícióban
K09	Igen	1990	Ipar	Forgalomtechnika Kereskedelem	60	4000	
K10	Igen	2002	Szolgáltatás	IT szolgáltatások Tanácsadás	140	1500	
K11	Nem	2000	Szolgáltatás	IT szolgáltatások Üzleti kollaboráció (kommunikáció)	120	10000	2002 óta dolgozik ebben a pozícióban

8. táblázat: A kutatásban résztvevő keresztény vállalkozók és cégek alapadatai⁷

A populáció buddhista alkategóriájában is tizenegy résztvevő kapott helyet. Ebből nyolc a vállalkozás tulajdonosa és vezetője is egyben (B01, B02, B03, B05, B06, B07, B08, B11). További három résztvevő vezetői beosztásban dolgozik. Közülük egy már tíz éve (B04), a másik kettő viszont ennél kevesebb ideje van az adott munkakörben (B09, B10). A vizsgált cégek közül öt a szolgáltatási szektorban működik (B01, B05, B06, B08, B11). Ebből négy szervezet alaptevékenysége tanácsadás (B05, B06, B08, B11), egy vállalkozás alaptevékenysége pedig call-center működtetés és direkt marketing (B01). További három cég foglalkozik kereskedelemmel (B02, B07, B09). Egy az ipari szektorban működik és gyengeáramú rendszerek kialakítását végzi (B03). További két szervezet pedig a pénzügyi- és bankszektorban működik (B04, B10).

Az alkalmazottak számát, valamint az éves árbevétel nagyságát figyelembe véve az egyik legnagyobb cég egy élelmiszeripari kereskedelemmel foglalkozó vállalkozás

⁷ A menedzserként résztvevő interjúalanyok esetében a munkatársak száma az interjúalany szervezeti egységébe tartozó alkalmazottak létszámát jelenti.

(B09). A pénzügyi szektorban működő két cég (B04, B10) is jelentős, bár egyiküknél (B04) a táblázat cellája a külföldi anyacég éves árbevételét jelzi, mert a magyar leányvállalat nem rendelkezik teljes mértékben elkülönített könyveléssel. A buddhista alkategóriába tartozó vállalkozók közül ketten egyénileg végzik tevékenységüket (B05, B08), és további hét vállalkozás alkalmazottainak létszáma sem haladja meg a tíz főt (B02, B03, B04, B05, B06, B08, B11). Két vállalkozást alapítottak a kutatást megelőző öt éven belül (B08, B11), amelyikből az egyik egy jelenleg is szervezés alatt álló start-up (B11). A többi cég több mint tíz éve működik. A kutatásban résztvevő buddhista vállalkozók és cégek alapadatait a 9. táblázat tartalmazza.

Kód	Interjúalany tulajdonos-e	Alapítás éve	Szektor	Tevékenységi körök	Munkatársak száma (interjúalanyt tartalmazza)	Éves árbevétel (millió forint)	Egyéb megjegyzés
B01	Igen	1998	Szolgáltatás	Direkt marketing Adatbázis építés Webfejlesztés Call-center működtetés	64	600	
B02	Igen	1995	Kereskedelem	Divatáru kiskereskedelem	4	45	
B03	Igen	2000	Ipar	Gyengeáramú rendszerek kialakítása	8	100	
B04	Nem	2005	Pénzügy és bank	Pénzpiaci kereskedelem	3	42000	2005 óta dolgozik ebben a pozícióban
B05	Igen	2005	Szolgáltatás	Tanácsadás	1	4	
B06	Igen	2003	Szolgáltatás	Tanácsadás	3	45	
B07	Igen	2001	Kereskedelem	Divatáru kiskereskedelem	32	480	
B08	Igen	2012	Szolgáltatás	Tanácsadás Coaching Projektvezetés	1	4	
B09	Nem	1990	Kereskedelem	Élelmiszeripari kereskedelem	150	7000	2012 óta dolgozik ebben a pozícióban
B10	Nem	1935	Pénzügy és bank	Pénzpiaci kereskedelem	18	3100	2007 óta dolgozik ebben a pozícióban
B11	Igen	2015	Szolgáltatás	Tartalomszolgáltatás Webshop (kereskedelem) Közösségi finanszírozás Tanácsadás	2	start-up	

9. táblázat: A kutatásban résztvevő buddhista vállalkozók és cégek alapadatai⁸

A tulajdonos-vállalkozók és a menedzserek aránya mindkét részpopulációban hasonló. A huszonkét interjúalany közül hét nem tulajdonosa annak a szervezetnek, amelynél saját spirituális elköteleződéséből fakadó értékeit valósítja meg az üzleti

⁸ A menedzserként résztvevő interjúalanyok esetében a munkatársak száma az interjúalany szervezeti egységébe tartozó alkalmazottak létszámát jelenti.

gyakorlatban. Ez a kutatásban résztvevők harmada. A keresztény oldalon négy, a buddhista oldalon pedig három ilyen résztvevő van.

A cégek között a szolgáltatási szektorban működő szervezetek dominálnak. A teljes populáció 64 százaléka, összesen tizennégy cég végez szolgáltatói alaptevékenységet. A kereskedelemmel foglalkozó szervezetek száma három, de mindannyian a buddhista részpopulációhoz tartoznak. Az ipari és a pénzügyi szektorba tartozó cégek két-két résztvevővel képviseltetik magukat, de a keresztény alkategóriában nincs pénzügyi tevékenységet folytató szervezet. Mindemellett a keresztény részpopulációban van egy cég, amely logisztikával foglalkozik. Tevékenységi körüket tekintve tehát a buddhista részpopuláció heterogénebb. A keresztény részpopulációban feltűnő a szolgáltatási szektor dominanciája: tizenegy interjúalany vállalkozása közül kilenc e területen működik. Az alkalmazottak számát, valamint az éves árbevételt tekintve a buddhista résztvevők általában kisebb vállalkozásokat működtetnek.

6.3 Az adatgyűjtés tapasztalatai

A kvalitatív kutatások jól-megválasztott adatgyűjtési technikákat igényelnek, melyhez az interjúzás egy rugalmas és megbízható módszer (Bowen, 2009). A kvalitatív interjúzási technikák alapelve a konkrét példákra történő fókuszálás. Az interjúzás besorolása három szempont alapján történik: a résztvevők száma, a beszélgetések száma és a részvétel típusa alapján (King, 2004). Kutatásomban az összes interjú egy-résztvevős volt, kizárólag azok a vállalkozók vettek részt benne, akiknek spirituális értékelköteleződését vizsgáltam. Az interjúk egykörösök voltak, és egy előre megbeszélt időpontban zajlottak le. Minden interjút személyes találkozás során bonyolítottunk le.

6.3.1 Az adatgyűjtéshez használt interjúvázlatok

A kutatás céljaival, a kutatási területtel, a kutatás kontextusával és a kutatási kérdésekkel összhangban, kutatásomban elsődleges adatgyűjtési módszerként félig strukturált interjú technikát alkalmaztam, mivel ez ideális az exploratív, feltáró vizsgálatok számára (King, 1994; Sankar & Jones; 2008).

A félig strukturált interjúk nagyfokú rugalmasságot biztosítanak az interjúalany és a kutató számára is, mert nem formális ütemterv alapján, hanem interjúvázlat

(*interview-guide*) segítségével folytatják le őket. Az adatgyűjtéshez két, tematikailag párhuzamos interjúvázlatot készítettem a két részpopuláció (a keresztény és a buddhista interjúalanyok) részére King (1994; 2004), valamint Sankar és Jones (2008) irányelvei alapján.

Az adatgyűjtés érvényességének legfontosabb dimenziója, hogy az interjúalanyok a kutatót érdeklő kérdésre válaszolnak-e. Ennek érdekében a kutató próbaintervjúkat (*pilot interviews*) csinálhat, amely lehetővé teszi az interjúvázlatban szereplő kérdések véglegesítését az adatgyűjtési fázis legelején. Ezzel elkerülhető a rossz minőségű adatok összegyűjtése (King, 1994; 2004; Sankar & Jones, 2008). Az adatgyűjtés során az első keresztény és az első buddhista résztvevővel (K01 és B01) készült próbaintervjú. Ennek eredményeképpen mindkét interjúvázlatban megváltoztattam a kérdések előzetes sorrendjét és csoportosítását. Az elemzéshez szükséges minőségű és mennyiségű adatot a próbaintervjúk is biztosították, így e két esetben sem volt szükség újabb beszélgetések lefolytatására.

A kutatásban résztvevő populáció interjúztatását az így véglegesített keresztény, illetve buddhista interjúvázlatok segítségével végeztem el. Ezeket dolgozatom 1. és 2. függelékei tartalmazzák. A két interjúvázlat tematikája egymással párhuzamos. A bennük lévő kérdések a kutatási részterületekkel párhuzamosan jelennek meg. A kérdések közötti megjegyzéseket, jegyzeteket, zárójelben, dőlt betűs kiemeléssel jeleztem. Ezek a beszúrák segítettek, hogy a válaszok függvényében elkerüljem további, felesleges kérdések megfogalmazását.

Az interjúvázlatok nem tartalmaztak sem összetett, sem rávezető kérdéseket (King, 1994; 2004). Egyes kutatási részterülethez több, egyszerű kérdést tartalmazó kérdéscsoport tartozik. A rugalmasság megvalósítása érdekében a kérdéscsoportok sorrendje felcserélhető, illetve a beszélgetés végén lehetőség volt arra, hogy az interjúalanyok megjegyzéseket fűzzenek az interjúhoz (King, 1994; 2004).

Minden beszélgetés elején a kutatási célok rövid ismertetésével, és a beszélgetés témaköreinek felsorolásával orientáltam az interjúalanyt a kutatási téma felé (King, 1994; 2004; Sankar & Jones, 2008).

Jó, ha a kutató könnyen megválaszolható kérdésekkel nyitja a beszélgetést (King, 2004), ezért az interjúvázlatok első része (az 1. pontban összegyűjtött kérdések) a vállalkozás jellemzőinek összegyűjtésére szolgáló kérdéseket tartalmaz. A második

kérdéscsoport (az 1.2 pontban szereplő kérdések) a szervezet értékekkel kapcsolatos írásos dokumentumának (küldetésnyilatkozatának) meglétére, valamint elkészítésének körülményeire vonatkozik. Amennyiben volt a cég értékelkötelezettségével kapcsolatos, a kutatás számára releváns dokumentum, akkor annak beszerzése ezen a ponton történt meg.

Az interjúvázlatok második része (a 2. pontban összegyűjtött kérdések) az első kutatási részterülethez szükséges adatok összegyűjtését célozza. Az első kérdéscsoport (a 2.1 pontban szereplő kérdések) a spiritualitás és a vallás fogalmak meghatározására, valamint a két jelenség egymás közötti kapcsolatának tisztázására irányul. Bár a kutatási részterület elsődleges célja a spiritualitás fogalmának meghatározása, az elméleti áttekintésben közölt ismeretek arra orientáltak, hogy az adatgyűjtésnek ezen a részén a vallás fogalmára is kitérjek, hátha e kérdések megválaszolása is hozzájárul a kutatási részterület céljának megvalósításához.

Az interjúvázlatok harmadik része (a 3. pontban összegyűjtött kérdések) képezi a beszélgetés gerincét, mert az ebben szereplő kérdéscsoportok a második, harmadik és negyedik kutatási részterülethez tartozó kutatási kérdések megválaszolását célozzák. Az első kérdéscsoport (a 3.1 pontban szereplő kérdések) *„A keresztény és a buddhista értékorientáció vizsgálata az üzleti életben”* című kutatási részterülethez tartozik. A második kérdéscsoport (a 3.2 pontban szereplő kérdések) *„A spirituális és a materiális értékek viszonya az üzleti életben”* című kutatási részterület kutatási kérdésének megválaszolását célozza egy általános és egy konkrétabb kérdésfeltevés segítségével. Ha az interjúalany az általános kérdésfeltevés során nem említette a materiális értékeket, akkor feltettem neki az azt követő explicit kérdést. A harmadik kérdés és a negyedik kérdéscsoport (a 3.3 és 3.4 pontban szereplő kérdések) *„A spirituális értékorientációból származó üzleti gyakorlatok”* című kutatási részterület kutatási kérdéséhez tartoznak.

Az interjúvázlatok negyedik része (a 4. pontban összegyűjtött kérdések) az elméleti ismeretháttér finomítását szolgálja. Célja az empirikus eredmények elméletekkel történő összehasonlítása. Az itt gyűjtött adatok feldolgozása nem képezi dolgozatom részét, viszont további, a spirituális értékorientációt leíró, kvantitatív jellegű empirikus kutatások lefolytatását teszik lehetővé.

Az interjúvázlatok ötödik része a lezárás. Az 5.1 kérdés a kutatás részpopulációinak kiterjesztését, a kutatásban résztvevők számának bővítését célozza.

Az 5.2 pont lehetővé teszi, hogy az interjúalanyok személyes megjegyzéseket fűzzenek a beszélgetéshez.

6.3.2 Az interjúk lefolytatása

A kutatásban összesen huszonkét interjú készült. A vizsgált populáció mindkét alkategóriájában, a keresztény és a buddhista részpopulációban is egyenlő számú beszélgetést folytattam le.

Az interjúk helyszínéül kényelmes, csendes, a nyitott társalgás kialakulását elősegítő környezetet kell választani (Sankar & Jones, 2008). Tíz esetben a beszélgetésre az interjúalany irodájában, négyszemközt került sor. Tizenkét esetben azonban az interjúk lefolytatása külső helyszínen történt. A keresztény részpopulációban nyolc interjú készült irodai környezetben, a buddhista részpopulációban viszont csak kettő. Helyszíntől függetlenül, az interjúkra minden esetben nyugodt, a társalgást elősegítő környezetben került sor.

A hangrögzítés oka, hogy a félig-strukturált interjúk hosszából adódóan, jegyzetek segítségével nem lehet rekonstruálni a teljes beszélgetést. A beszélgetések megkezdése előtt minden esetben megkaptam az interjúalany beleegyezését az interjúk hanganyagának rögzítéséhez (Sankar & Jones, 2008). A beszélgetések során jegyzetek is készültek saját benyomásaimról, valamint egyéb, a hangrögzítésből kimaradó, de fontosnak vélt jelenségekről. Az anonimitásról minden résztvevőt még az interjúk tartalmi részének megkezdése előtt biztosítottam (Sankar & Jones, 2008).

Az adatgyűjtést nem gátolták nehézségek (kevésbé kommunikatív, túl-kommunikatív vagy magas státuszú interjúalanyok) (King, 1994; 2004). Két keresztény (K07, K09) és két buddhista (B04, B11) résztvevő bizonyult túl-kommunikatívnak, de esetükben is sikerült a beszélgetés fonalát az interjúvázlatokban szereplő vezérfonal mellett tartani. Bár a kutatás tartalmi szempontból érzelmileg töltött témát érint, az interjúalanyok egyike sem bizonyult zárkózottnak, sőt mindenki nyílt és együttműködő volt.

Az interjúalanyok megkeresése során másfél órás időtartamot jelöltem ki a beszélgetés lefolytatására. Az interjúk egyetlen esetben sem lépték túl a tervezett hosszúságot, amely a résztvevő iránti tisztelet jele (Sankar & Jones, 2008). Hosszúságuk általában 75-85 perc volt.

6.3.3 A dokumentumelemzés forrásai

A másodlagos adatgyűjtés során a résztvevő vállalkozások közvetlenül hozzáférhető, illetve az interjúk során megszerezhető, értékelköteleződéssel kapcsolatos dokumentumainak összegyűjtése történt meg. A vizsgált populációban ez minden esetben a vállalkozás küldetésnyilatkozatának beszerzését jelentette. A keresztény részpopulációban három (K03, K05, K08), a buddhista részpopulációban négy (B02, B03, B06, B08) vállalkozás nem rendelkezett küldetésnyilatkozattal. Így a dokumentumelemzés adatgyűjtési szakaszából első körben hét résztvevő maradt ki. Második körben kimaradtak azok a résztvevők, akik nem vettek részt az adott cég küldetésnyilatkozatának elkészítésében, mert e dokumentumok nem tükrözik spirituális értékelköteleződésüket. Ez a keresztény és a buddhista részpopulációban is további három-három résztvevőt jelentett (K02, K06, K11 és B04, B09, B10).

A dokumentumelemzés adatgyűjtési fázisában öt keresztény (K01, K04, K07, K09, K10), valamint négy buddhista (B01, B05, B07, B11) vállalkozó szerepelt. Mind a kilenc esetben sikerült megszerezni az értékelköteleződést tartalmazó küldetésnyilatkozatok elektronikus verzióját, amelyeket az interjúk legélt változatát tartalmazó fájlok végére szúrtam be.

6.4 Az interjúk átírása

A kutatás következő lépése az interjúk során rögzített beszélgetések szöveggé alakítása, az átírás (*transcribing*). Ez a fázis elengedhetetlen az adatelemzés elkezdéséhez. Mivel az átírt szövegek érzelmi dimenziókat nem tartalmaznak, az interjúk során jegyzeteket készítettem saját benyomásairól, valamint a hangfelvételen nem rögzíthető információkról (Forman & Darmschroder, 2008).

A kutatásban mintegy huszonöt órányi rögzített beszélgetés jött létre a huszonkét interjú során. Az átíráshoz szükséges idő az egyes interjúk hosszának nagyjából háromszorosa volt. Minden rögzített hanganyag átírását személyesen végeztem, közvetlenül az interjú után, vagy az azt követő napon. Ez hozzájárult az átírás hatékonyságának növeléséhez, mert lehetővé tette a hangfelvétel rossz minőségű részeinek értelmezését. A beszélgetéseket teljes hosszukban átírtam, így résztvevőnként nagyjából 10-12 A4-es oldalnyi szöveg jött létre (alapbeállítású margókkal, másfélszeres sorközzel, 11-es betűméretű times new roman betűtípust használva). A

huszonkét szövegfájl fejléce tartalmazza az interjúk körülményeinek részleteit (az interjúalany nevét, beosztását, a vállalkozás nevét, az interjú dátumát és időpontját). A szövegfájl tartalmazza az interjúk átiratát, az adatgyűjtés során keletkezett jegyzeteket, valamint az összegyűjtött küldetésnyilatkozatok elektronikus változatát. Az átirat interjúkat, az eredeti hanganyagokkal együtt külön mappákban archiváltam. A mappák, a hangfájlok és az átirat szövegfájlok elnevezései az interjúalanyok három karakteres kódjelei lettek.

6.5 Az adatok előzetes elemzése és a kódolási sémák kialakítása

Forman és Darmschroder (2008) véleménye, hogy kvalitatív kutatások során érdemes az adatgyűjtést és az adatelemzést párhuzamosan végezni. Miles és Huberman (1994) ennél radikálisabban fogalmaznak, amikor azt állítják, hogy az adatgyűjtéssel párhuzamos elemzés elmaradása óriási hiba, mert csökkenti a munka minőségét. Az adatgyűjtéssel egy időben történő elemzés hozzájárul az adatok áttekintéséhez és az elemzési terület további egyértelműsítéséhez.

Miles és Huberman (1994) nyolc előzetes vagy időközi adatelemzési (*interim data analysis*) módszert különböztet meg⁹, melyből kutatásomban hármat használtam: (i) az összegző lapot; (ii) a kódolást; valamint (iii) a jegyzetelést.

Az adatfelvétel után közvetlenül, az interjúvázlatot tartalmazó lapok hátuljára elkészítettem egy összegző lapot (*contact summary sheet*), amely az interjúval kapcsolatos benyomásaimat és észrevételeimet tartalmazta. Ennek célja a beszélgetés fő gondolatainak és fókuszpontjainak összegzése, valamint az interjúval kapcsolatos érzéseim összefoglalása (Miles és Huberman, 1994).

Az interjúk átirat változatainak elkészítése során, vagy közvetlenül elkészítésük után elvégeztem a szövegek kódolását (*coding*) (Miles & Huberman, 1994). A kódok a szöveg egy részéhez csatolt címkék, amelyek segítségével tömöríthetők és szisztematikusan indexálhatók az adatoknak a kutatás számára releváns részei (King, 2004). A kódok jelentést kötnek az adathalmaz adott részeihez. Kutatásomban a kódokat alapvetően bekezdés szintű szövegegységekhez rendelttem hozzá, de néhány

⁹ A nyolc módszer: (i) az összegző lap (*contact summary sheet*); (ii) a kódolás (*coding*); (iii) a minták kódolása (*pattern coding*); (iv) a jegyzetelés (*memoing*); (v) több kutató esetén az elemzői találkozó (*analysis meeting*); (vi) az előzetes eset-összefoglaló (*interim case summary*); (vii) a matricázás (*vignettes*); valamint (viii) az előzetes esetstruktúrálás (*prestructured case techniques*) (Miles & Huberman, 1994).

esetben előfordult, hogy egy kód mondatokat jelölt. Szavak és kifejezések szintjén nem kódoltam szövegeket (Miles & Huberman, 1994).

A kódok bármit helyettesíthetnek: témákat, elméleti konstrukciókat, eseményeket, folyamatokat vagy az emberi viselkedés egyes jellemvonásait. Minden szövegrész több kódot is kaphatott, amely kifejezetten javasolt feltáró kutatásoknál (Forman & Darmschroder, 2008; Miles & Huberman, 1994). A kódok használatának célja az adatok kutatási kérdéssel összhangban történő újrastrukturálása az elemzés elősegítése érdekében. A kódok lehetővé teszik, hogy a kutató olyan képet kapjon az adatokról, amely az interjúk átírt szövegváltozatából – annak terjedelme miatt – nem kinyerhető (Forman & Darmschroder, 2008). Kutatásomban a kódokat minden kutatási részterülethez külön-külön határoztam meg, vagyis az előzetes adatelemzés során négy kódolási folyamatot végeztem el.

Az adatelemzés egyik legelső fázisa a felhasznált kódok meghatározása. Ezt induktív vagy deduktív módon lehet végrehajtani. A deduktív megközelítés a priori, az elméleti ismeretháttérből létrehozott kódok (például a gazdaságban megjelenő keresztény, illetve buddhista értékek) létezését feltételezi. Az induktív módszer során a kódok közvetlenül az adatokból jönnek létre (például annak leírása, ahogy a résztvevők a spiritualitás fogalmát értelmezik). Kutatásomban a két megközelítés kombinációját használtam: a priori deduktív kódolással jutottam közelebb az adatokhoz, majd a hiányos helyeken induktív megközelítéssel egészítettem ki a folyamatot (Forman & Darmschroder, 2008; Hsieh & Shannon, 2005).

Az előzetes elemzés harmadik módszere a jegyzetelés (*memoing*), amelyet a kódolással párhuzamosan, esetenként már az átírás közben is alkalmaztam. Leírtam a kódokkal, kódok összefüggéseivel kapcsolatos ötleteimet egy, az elemzések összegzésére szolgáló fájlban. A jegyzetek célja, hogy stabilabb kódolási rendszert hozzanak létre (Miles & Huberman, 1994).

Az előzetes elemzés eredményeként létrejött négy kódolási séma (*coding scheme*). Ezek az adatokat kategóriákba szervező, szisztematikus, logikailag helytálló adatelemzési folyamatokat és szabályokat tartalmazó döntési rendszerek (Poole & Folger, 1981)¹⁰, amelyek illeszkednek az elméleti ismeretháttérhez és az empirikus adatokhoz is (Flick, 2009). A kutatásban, a négy kutatási részterület elemzéséhez, négy

¹⁰ A kódolási séma további elnevezései a kódolási keretrendszer (*coding frame*) (Flick, 2009), a kódolási leírás (*coding manual*) (Sankar & Jones, 2008) vagy a kódkönyv (*codebook*) (Mason, 2002).

kódolási sémát alakítottam ki. Mindegyik viszonylag hamar, az előzetes elemzés korai szakaszában véglegessé vált. Kialakításuk részletes leírását dolgozatomban későbbi, az eredményeket összefoglaló szakaszai tartalmazzák.

6.6 Az elemzés megbízhatósága

A trianguláció célja a tudományosság bizonyítása. Az adatforrások triangulációját az adatgyűjtés során a félig strukturált interjúzás mellett dokumentumelemzés biztosította. A kutatás második részterületén a triangulációnak egy további típusát, a kódoló személyének változtatását (Denzin, 1970) is alkalmaztam.

A kódolás és a kódolási séma értékelő szempontja a megbízhatóság (Krippendorff, 1989). A megbízhatóságot kódolók közötti egyezőséggel lehet mérni (*intercoder agreement*).¹¹ Amikor önálló kutató használja a kvalitatív tartalomelemzést, akkor érdemes felkérni egy másik kódolót, hogy az adathalmaz egy részén végezze el a kódolást, és mielőtt a kódolási sémát az egész adathalmazra alkalmaznánk, megvizsgáljuk a kódolási egyezőséget. Egyezés alatt a kvalitatív tartalomelemzés esetében azt értjük, hogy két vagy több, egymástól független kutató, ugyanazt a kódolási sémát felhasználva következetesen ugyanazt a kódot alkalmazza a szövegek azonos részeire (Flick, 2009; Forman & Darmschroder, 2008). Ez a fajta trianguláció megbízhatóságot eredményez és megerősítést nyújt a kutató számára (Miles & Huberman, 1994).

A kódolók közötti egyezés mérésére kvantitatív mérőszámok állnak rendelkezésre (Krippendorff, 2004; Neuendorf, 2002). Ha az egyezés eléri egy bizonyos határértéket, akkor a kódokat, a kódolási sémát, valamint a kódolás folyamatát megbízhatónak tekinthetjük (Forman & Darmschroder, 2008). Kutatásomban Miles és Huberman (1994) megbízhatósági számítását alkalmaztam. Ebben az elemzett szövegegységek szempontjából a megbízhatóság a

$$\text{megbízhatóság} = \frac{\text{egyezőség db}}{\text{egyezőség db} + \text{eltérés db}}$$

hányados segítségével számítható. A képlet számlálója a különböző kódolók által azonos kóddal ellátott szövegegységek darabszámát tartalmazza. A nevezőben az összes ellenőrzött szövegegység darabszáma szerepel (amely az azonos kóddal ellátott,

¹¹ Hartley (2004) belső érvényességnek nevezi (*internal validity*) azt az eljárást, melynek keretében több kutató erősíti meg ugyanazokat az eredményeket.

valamint az eltérő kóddal ellátott szövegegységek összege). Miles és Huberman (1994) 80 százalék feletti eredményt tekintenek megbízhatónak a kódolók közötti egyetértés mérése során.

Kutatásomban a Gazdaságetika Központ másik PhD hallgatója, Ócsai András is elvégezte a kódolást a kutatás második részterületéhez tartozó kutatási kérdéssel összhangban, kétszer két, véletlenszerűen kiválasztott résztvevő adatain: a keresztény részpopuláció K03-as és K07-es jelzésű, valamint a buddhista részpopuláció B01-es és B11-es jelzésű interjúinak átírt szövegein. A K03-as jelzésű esetet kivéve minden résztvevő (K07, B01 és B11) vállalkozás rendelkezett olyan küldetésnyilatkozattal, amely az interjúalany értékelköteleződését tükrözte. A kódolók közötti egyezőség ellenőrzése ezeknek a dokumentumoknak az elemzését is magában foglalta. A kódolás mindkét kódoló esetén az elméleti ismeretháttérből származó keresztény, illetve buddhista értékek adott szövegegységekhez történő hozzárendelését jelentette.

A K03-as szövegben található 32, bekezdés szintű szövegegységnél 26 kódolása történt hasonló kód felhasználásával. Az adott szöveg szintjén ez 81,25 százalékos megbízhatóságot eredményezett. A K07-es szövegben a 24 kódolt bekezdésből 23 kapott azonos kódot. Ebben az esetben a megbízhatóság 95,83 százalék. A keresztény részpopuláció két szövegében összesen 56 szövegegység elemzése történt meg, amelyből 49 szövegegység megegyező kódot kapott. Ebben az alkategóriában tehát, a kódolók közötti egyezőséghez köthető megbízhatóság értéke 87,5 százalék.

A buddhista részpopulációban a B01 jelű szöveg 37 elemzési egységet tartalmazott, és ebből 32 esetben egyezett meg a kódolás, amely 86,49 százalék megbízhatósági értéket jelent. A B11-es interjú 29 elemzési egységéből 27 ugyanazt a kódot kapta, amely 93,10 százalékos megbízhatóságot jelent. A buddhista alkategória 66 elemzési egységéből 59 esetben volt kódolási egyezőség, amely a buddhista részpopulációban 89,39 százalékos megbízhatóságot eredményezett.

Bár a négy eset a teljes populációhoz tartozó adathalmaznak csak a 18 százaléka, a másik kódoló által a megbízhatóság ellenőrzésére fordítható idő szűkössége miatt csupán ekkora mintán volt lehetőség végrehajtani az ellenőrzést. A négy elemzett interjú összesen 122 bekezdést tartalmazott, amelyből a két kódoló 108 elemzési egységet hasonlóan kódolt. A véletlenszerűen kiválasztott mintán a megbízhatóság, kódolók közötti egyetértésen alapuló értéke 88,52 százalék lett. Ez a szám a Miles és Huberman

(1994) által meghatározott 80 százalékos küszöbérték felett van. A megbízhatóság elemzésének eredményeit a 10. táblázat tartalmazza.

Szöveg kód	Elemzett szövegegység [db]	Megegyező szövegegység [db]	Megbízhatóság [%]
K03	32	26	81,25
K07	24	23	95,83
Keresztény	56	49	87,50
B01	37	32	86,49
B11	29	27	93,10
Buddhista	66	59	89,39
ÖSSZES	122	108	88,52

10. táblázat: A megbízhatóság elemzésének eredményei

A 80 százalék feletti érték megerősíti az elméleti ismeretháttérben összegzett spirituális értékekből származó kódolási séma és az erre épülő kódolási folyamat megbízhatóságát, továbbá a kutatás érvényességét is növeli. Miután bebizonyosodott, hogy a kódolási sémákat megbízhatóan lehet használni, a kódolást elvégeztem az egész adathalmazra (Forman & Darmschroder, 2008).

Jelen fejezet összefoglalta az empirikus kutatás második fázisát, az adatgyűjtést, valamint az azzal párhuzamosan elvégzett előzetes adatelemzést. Dolgozatom következő fejezetében bemutatom az eredményalkotást és az egyes kutatási részterületekhez kapcsolódó konkrét kutatási eredményeket.

7. FEJEZET

AZ EREDMÉNYALKOTÁS

A további adatelemzést, valamint a kutatási eredmények megfogalmazását részterületenként külön végeztem. A konkrét kutatási eredmények bemutatása előtt azonban a fejezet további módszertani áttekintést nyújt.

7.1 Az eredményalkotás módszereinek áttekintése

A kvalitatív tartalomelemzés eredményalkotással, a következtetések megfogalmazásával kapcsolatos jellemvonásait; valamint az eredményalkotás során felhasznált további módszerek bemutatását ez az alfejezet tartalmazza. A kvalitatív összehasonlító elemzés bemutatását csak a második részterülethez tartozó kutatási eredmények összefoglalója tartalmazza, mert ezt a módszert kizárólag „*A keresztény és a buddhista értékorientáció vizsgálata az üzleti életben*” című részterületen alkalmaztam.

7.1.1 Az adatok értelmezése és az adatmegjelenítés eszközei

Az adatértelmezés (*data interpretation*) az adatrészek kódok felhasználásával történő újrendezése, csoportosítása, amely lehetővé teszi az eredeti adathalmaz megértését és magyarázatát. Az adatértelmezés az eredményalkotás kiinduló pontja (Miles & Huberman, 1994). Az értelmezett adatokat azonban minden esetben további elemzés alá kell vetni, hogy létrehozzák a kutatási eredményeket (Forman & Darmschroder, 2008).

Az adatértelmezést elősegítik az adatmegjelenítés eszközei (*data display*), az információk rendszerezett, tömörített gyűjteményei, amelyek lehetővé teszik a következtetések levonását (Miles és Huberman, 1994). A kutatás hitelességét nagymértékben megnöveli, ha adatmegjelenítési eszközök egészítik ki a

következtetéseket. A jó adatmegjelenítés nagy mennyiségű adat információtartalmának áttekintését teszi lehetővé.

Az adatomátrix (*data matrix*) a kvalitatív adatok megjelenítésének egyik eszköze. Általában táblázatos formát ölt, melyben a sorok az elemzési egységek, az oszlopok pedig a kutatási kérdésre vonatkozó fogalmak. Bár az adatomátrixok fő célja az adatok bemutatása, hatékonyan felhasználhatók a következtetések levonásához és az összehasonlító elemzés megvalósításához is. Dolgozatomban számos helyen törekedtem arra, hogy adatomátrixok alkalmazásával segítsem az olvasót az adatok értelmezésében és megjelenítésében.¹²

7.1.2 Következtetések levonása

Egy kész adatomátrix közel sem a kutatás végeredménye. Az adatmegjelenítési eszközöket elemezni és értelmezni kell (Nadin & Cassell, 2004).

A kvalitatív tartalomelemzés eredménye kutatási kérdések megválaszolását célzó abduktív (logikailag különálló tárgykörök közötti) következtetések (*inferences*) levonása azzal kapcsolatban, hogy a változók (kódok) miként kapcsolódnak a kutatott jelenséghez (Krippendorff, 1989; 2003). A kvalitatív kutatások iteratív jellegűek, sok esetben analitikus indukciót alkalmaznak. Ha egy, kódok közötti gondolati mintázat (*pattern*) vagy egy előzetes következtetés induktív úton körvonalazódik, akkor a kutató a populáció további esetein próbálja igazolni annak érvényességét (Miles & Huberman, 1994). Az eredmények megfogalmazása és érvényességük vizsgálata az előzetes következtetések nyers adatokkal történő összehasonlítását jelenti, melynek során nem szabad az előzetes elképzelésekhez ragaszkodni (Forman & Darmschroder, 2008). Ha egy elképzelés az esetek többségére igaz, akkor nem elég az azt megerősítő bizonyítékok bemutatása. A kutatónak meg kell vizsgálni az ellentmondó eseteket is és a végső eredményeket tartalmazó leírásban jeleznie kell őket. Ez a módszer biztosítja a kutatási eredmények hitelességét (*credibility*), mert mutatja, hogy a kutató azt a megoldást választotta, amelynek a legtöbb értelme van, ahelyett hogy egyszerűen csak bemutatta volna a feltételezéseit megerősítő adatokat (Patton, 2002).

¹² A kutatástervezési fázisban már alkalmaztam hasonló adatomátrixokat a kutatási részterületekhez tartozó kutatási kérdések és az alkalmazott módszerek táblázatos megjelenítése (6. táblázat és 7. táblázat), valamint a két részpuláció alapadatainak bemutatása során (8. táblázat és 9. táblázat).

7.1.3 Az elemzéshez felhasznált módszerek

Az eredmények megalkotásához a kutatás minden részterületén használtam kvalitatív tartalomelemzést. A dolgozat következő szakasza az ehhez felhasznált öt technikát foglalja össze: az (i) esetek közötti elemzést (*cross case analysis*); (ii) a klaszteralkotást (*clustering*); (iii) a minták kódolását (*pattern coding*); (iv) a plauzibilitás vizsgálatát; valamint (v) a számosság vizsgálatát (*counting*). Ezek az elemzési technikák a kvalitatív tartalomelemzés szerves részei (Miles & Huberman, 1994).

Az esetek közötti elemzés különálló megfigyelési egységekből történő csoportképzést jelent. A vizsgálat az esetek szintje felett történik, legkönnyebben adatmegjelenítési eszközök segítségével végezhető el, és lehetővé teszi a klaszteralkotást (Miles & Huberman, 1994).

Az esetek közötti elemzés kiterjesztéseként klaszteralkotás alkalmazható. A folyamat induktív, mert a kategóriaalkotás az egyes esetekből indul ki. A módszer az adatok különböző szintjén használható (Miles & Huberman, 1994).

A minták kódolása a kódok közötti viszonyrendszer feltérképezésére szolgál. Célja a kódok témakörök szerint történő csoportosítása (Miles & Huberman, 1994). Ezt a technikát leginkább a negyedik kutatási részterületen alkalmaztam, a spirituális értékorientációból származó üzleti gyakorlatok feltérképezéséhez.

A plauzibilitás vizsgálata az eredmények megalkotásának utolsó mentsvára lehet, mert annak megítélésére szolgál, hogy valami értelmesnek tűnik-e. A kutatóknak érdemes hallgatni a plauzibilitással kapcsolatos megérzéseikre, de nem szabad ragaszkodni hozzájuk, és a plauzibilitással kapcsolatos vizsgálatokat precízen kell dokumentálni (Miles & Huberman, 1994).

Néhány esetben hasznos lehet a számosság vizsgálata, amely egyes előfordulások darabszámának mérésére szolgál. Legfontosabb szerepe a kvalitatív kutatások során triangulációs, mert alkalmazásával csökkenthető az eredmények esetleges torzítása. Bár kvalitatív megközelítésben nem számít a jelenségek gyakorisága, a számosság vizsgálata megerősítheti a kutatási eredményeket (Miles & Huberman, 1994).

7.2 A kutatás eredményei

A következő alfejezet szakaszokra bontva tartalmazza a négy kutatási részterülethez kapcsolódó eredményalkotási folyamatot, valamint a következtetések összegzését.

7.2.1 A spiritualitás fogalmának értelmezése a vállalkozók körében

Az empirikus kutatás első részterületének célja a spiritualitás fogalmának egyértelműsítése. A részterülethez tartozó pontos kutatási kérdés, hogy adható-e tartalmilag egységes definíció a spiritualításra. Az elméleti ismeretháttér feltárása során kiderült, hogy a spiritualitás egy változatos, és sokak számára nem élesen definiált fogalom, így a European SPES Forum munkadefinícióját fogadtam el a spiritualitás meghatározására. A spiritualitást ernyőfogalomként használom, amely a kereszténységet és a buddhizmust is magában foglalja.

Az adatelemzéshez szükséges adatokat dolgozatomban 1. és 2. függelékemben található interjúvázlatok 2. pontjában szereplő kérdéseinek segítségével gyűjtöttem össze. Az első kérdéscsoport (a 2.1 pontban szereplő kérdések) a „spiritualitás” és a „vallás” fogalmakhoz tartozó definíciók megadására irányul, valamint a két jelenség kapcsolatának feltárását célozza. Utóbbi két kérdés a spiritualitás fogalmának egyértelműsítését segítette elő, de az ezekre adott válaszok végül nem voltak szükségesek az adatelemzéshez. A témakör utolsó kérdése (a 2.2 pontban szereplő kérdés) annak megválaszolására irányul, hogy az interjúalany mely keresztény, illetve buddhista hagyomány szerint él.

Már az adatgyűjtés megkezdése előtt tisztában voltam a kutatási részterület témakörének érzelmi töltöttségével. Bár az elemzéshez szükséges adatok összegyűjtése az interjú elején történt, a résztvevők nyíltan és őszintén beszéltek a spiritualitásról, majd saját spirituális elköteleződésükről. Ennek lehetséges oka, hogy az interjúalanyokkal történt telefonos időpont- és helyszín egyeztetés során körvonalaztam a kutatási téma személyességét, illetve a beszélgetések elején megtörtént a résztvevők témakör felé történő orientációja. Ennek során hét keresztény és öt buddhista résztvevő jelezte, hogy időszerűnek és fontosnak tartja a kutatási témát (K01, K02, K04, K05, K07, K09, K11 és B01, B06, B07, B08, B10). Az adatgyűjtés során nem merült fel nehézség, az interjúalanyok a feltett kérdésekre informatív válaszokat adtak.

Az elemzéshez szükséges adatokat az interjúvázlatok 2. pontjának kérdéseire adott válaszok biztosították. A vallás fogalmának definiálására, valamint a vallás és a spiritualitás kapcsolatának jellemzésére azért volt szükség, mert az emberek hajlamosak a két fogalmat azonosítani egymással (Bouckaert, 2003; 2007). Az adatgyűjtés során azonban kiderült, hogy csupán egyetlen válaszadó azonosította egymással a két fogalmat (K04). Rajta kívül minden résztvevő informatív választ adott már a 2.1 pont első kérdésére, a spiritualitás fogalmának meghatározására is, így nem volt szükség az interjúvázlatok 2.1 pontjában található további kérdések megfogalmazására.

Az adatelemzés megkezdése előtt, az interjúk átírásakor létrehozott szövegek teljes átolvasásával ellenőriztem, hogy vannak-e bennük a kutatási kérdés megválaszolásához szükséges további szövegrészek. Egyetlen esetben sem volt azonban szükség a 2. pont kérdéseire adott válaszokon kívüli szövegrészek elemzésbe történő bevonására. Az adatelemzéshez felhasznált szövegrészeket, külön kérésre rendelkezésre bocsátható formában, hozzáférhető helyre archiváltam.

A kutatás első részterületén az adatelemzéshez kizárólag kvalitatív tartomelemzést használtam, amit az adatgyűjtéssel párhuzamosan alkalmaztam. Az előzetes elemzés során kódoltam az átírt szövegeket, és kialakítottam, majd véglegesítettem a kutatási részterülethez tartozó kódolási sémát.

A szövegek kódolása során sokáig egy olyan, négy kódot tartalmazó kódolási sémát alkalmaztam, amely az (i) *összekapcsoltság*; (ii) az *Isten*; (iii) a *materiálison túli*; valamint (iv) a *szellemi* kódokat tartalmazta. Az első két kódot az elméleti ismeretháttérből, deduktív módszerrel hoztam létre. Az *összekapcsoltság* kategóriába azokat a válaszokat soroltam, amelyek a spiritualitás jelentését az egymással való összekapcsoltsággal azonosították. Az *Isten* kódot azokhoz rendeltem hozzá, akik a spiritualitás definícióját Istennel hozták összefüggésbe. A harmadik és negyedik kódot induktív módszerrel, az összegyűjtött adatokból hoztam létre. A *materiálison túli* kódot azok a szövegrészek kapták, amelyek a spiritualitást a materializmushoz viszonyítva határozták meg, sok esetben annak ellentétéként, vagy egy, a materiális szférán túlmutató jelenségként értelmezve. A *szellemi* kódot azokhoz a válaszokhoz rendeltem hozzá, amelyek a spiritualitást egy szellemi vagy tudati jelenségnek tekintették.

A kutatási részterülethez tartozó kódolási séma azonban a kódolási folyamat végén, a B09-es résztvevő válaszána elemzése során megváltozott, mert szükség volt a

második kód további finomítására. Ennek keretében az *Isten* elnevezést felváltotta a *transzcendens* elnevezés, amely az előbbinél tágabb halmazt jelöl. Ezzel összhangban a végső kódolási séma az alábbi négy kódot tartalmazta: (i) *összekapcsoltság*; (ii) *transzcendens*; (iii) *materiálison túli*; valamint (iv) *szellemi*. Az első két kódot deduktív, a harmadik és negyedik kódot pedig induktív módszerrel hoztam létre.

A kódolás során minden elemzett szövegegység kizárólag egy kódot kapott, vagyis a megadott válaszok a fenti négy kategória egyikébe kerültek besorolásra.

Az *összekapcsoltság* kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyekben a válaszadó a spiritualitást más emberekkel vagy a világgal való összekapcsoltsággal azonosította (K11 és B07), például:

„Ami túlmutat az egyénen. Részei vagyunk egy nagyobb egésznek” (K11).

Azok a válaszok is ezt a kódot kapták, amelyek az általános harmóniával vagy a természettel való, harmóniában történő együttéléssel azonosították a spiritualitás fogalmát (K02 és B01, B05), például:

„Harmónia, amely összeköt bennünket egymással” (K02).

„A spiritualitás egy aspektusa az életünknek, ami a természeti népeknél az életüket átszövően jelen van” (B01).

Két keresztény és három buddhista résztvevő, vagyis a teljes populáció 23 százaléka azonosította a spiritualitás fogalmát az összekapcsoltsággal.

A *transzcendens* kódot azokhoz a válaszokhoz rendeltem hozzá, amelyek alapján a spiritualitás transzcendens entitásokra, többek között Istenre és a benne való hitre vonatkozik (K04, K05, K09), például:

„Istenben való hit” (K04).

„Istenhívő vagyok” (K09).

Az a válasz is ezt a kódot kapta, amely minden transzcendens jelenséget spirituális jelenséggént azonosít:

„A spiritualitás a túlvilágra vonatkozik. Használok azt a munkahipotézist, hogy angyalok, Isten, lélek és így tovább” (B09).

Összesen hárman azonosították a spiritualitást Istennel vagy az Istenhittel. Mindhárom válaszadó keresztény volt. Egy buddhista válaszadó viszont a transzcendens

szféra összes jelenségét spirituális jelenségnek tekintette. Így a kutatásban résztvevő populáció 18 százaléka sorolta a fogalmat ebbe a kategóriába.

A harmadik kód a *materiálison túli* nevet kapta. Mindazokat a válaszokat ebbe a kategóriába soroltam, amelyek a materiális szférán túl lévő dimenzióval azonosították a spiritualitást (K01, K07, K10 és B02, B04), például:

„Minden, ami túlmutat a materiálison” (K01).

„Az ember alapvetően nem materiális lény” (K07).

„A materializmus ellentéte” (B04).

Három keresztény és két buddhista résztvevő, a teljes populáció 23 százaléka azonosította a spiritualitást egy, a materiális szférán túli jelenséggént.

A negyedik kategória a *szellemi* kódot kapta. Ebbe a csoportba egyrészt azok a válaszok tartoznak, amelyek szellemi jelenségekkel azonosítják a spiritualitást (K03, K08 és B10, B11), például:

„Szellemi valami” (K03).

„Szellemi dolgokkal foglalkozó new-age gyűjtőfogalom” (B10).

„Tehát itt szellemiségről van szó, ami átjár mindent” (B11).

Ide soroltam azt a választ is, amely a lelki világgal azonosította a spiritualitást, vagyis

„Egy szélesebb körű fogalom, a lelki értékekkel kapcsolatos minden” (K06).

Végül azokat a válaszokat is a *szellemi* kód alá soroltam, amelyek a tudati fejlődéssel vagy a meditációval azonosítják a spiritualitást (B03, B06, B08), például:

„A meditációt spirituálisnak nevezzük” (B03).

„Szellemi fejlődés és a tudat fejlesztése és előre vitele” (B06).

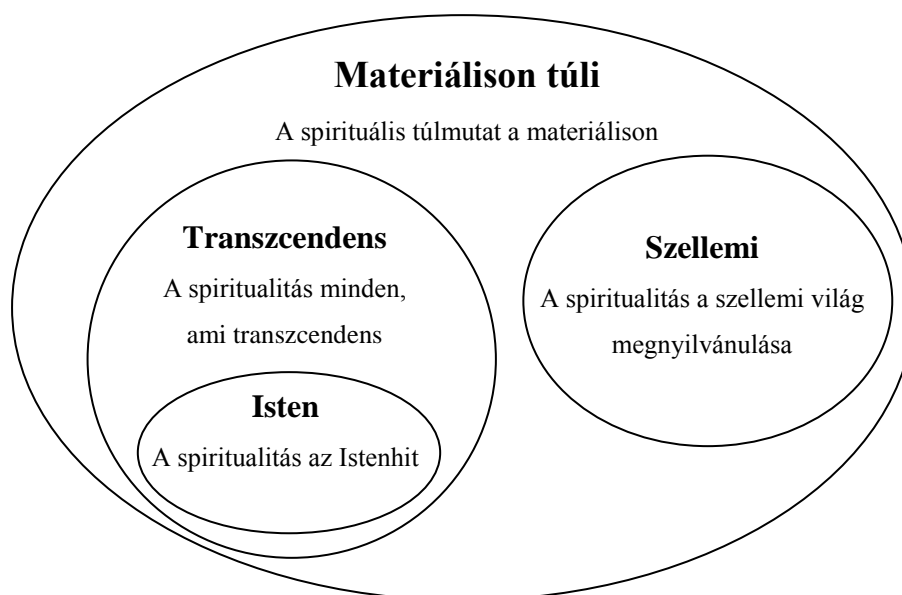
A negyedik kategóriába három keresztény és öt buddhista résztvevő, vagyis a teljes populáció 36 százalékának választ soroltam be.

A végső kódolási sémával összhangban álló válaszok darabszámát és százalékos arányát a 11. táblázat tartalmazza.

Kód	Keresztény		Buddhista		Összesen	
	db	%	db	%	db	%
<i>Összekapcsoltság</i>	2	18	3	27	5	23
<i>Transzcendens</i>	3	27	1	9	4	18
<i>Materiálison túli</i>	3	27	2	18	5	23
<i>Szellemi</i>	3	27	5	46	8	36
Összesen	11	100	11	100	22	100

11. táblázat: A spiritualitás fogalmának meghatározására irányuló válaszok száma és százalékos aránya a kódolási séma alapján

Az elemzés következő lépése az eredmények további értelmezése a kódolási sémában található kódok összevonásával. A második, harmadik és negyedik kód egymással szoros kapcsolatban áll. A negyedik, *szellemi* kóddal jelzett kategóriába tartozó válaszok részhalmazát képezik a harmadik, *materiálison túli* kategóriába tartozó válaszoknak, hiszen minden, szellemi szférába tartozó jelenség a materiális szférán túl található. Így a *szellemi* a *materiálison túli* alapkód részkódja. Ugyanennél oknál fogva a második, *transzcendens* kóddal jelzett kategóriába tartozó válaszok is részhalmazát képezik a harmadik, *materiálison túli* kategóriába tartozó válaszoknak, hiszen minden, ami a transzcendens szférában található, az szükségszerűen a materiális szférán túl van. Így a *transzcendens* is részkódja a *materiálison túli* alapkódnak. A *transzcendens* kód rendelkezhet egy további részkóddal, amely a keresztény válaszadók Istenre irányuló definícióit tartalmazza. Az alapkód és a részkódok kapcsolatát a 6. ábra írja le.



6. ábra: A transzcendens, materiálison túli és szellemi kódok kapcsolata
(saját szerkesztés az empirikus adatok alapján)

A kódokhoz kapcsolódó klaszteralkotás után létrehozható egy egyszerűsített kódolási séma, amely csupán két kódot tartalmaz. Az egyik az *összekapcsoltság*, amelyet két keresztény és három buddhista résztvevő jelölt meg a spiritualitás definíciójaként. A másik a *materiálison túli* kód alá besorolható válaszokat foglalja magában. A kutatási részterülethez tartozó egyszerűsített kódolási séma alapján meghatározott válaszok számát és százalékos arányát a 12. táblázat tartalmazza.

Kód	Keresztény		Buddhista		Összesen	
	db	%	db	%	db	%
<i>Összekapcsoltság</i>	2	18	3	27	5	23
<i>Materiálison túli</i>	9	82	8	73	17	77
Összesen	11	100	11	100	22	100

12. táblázat: A spiritualitás fogalmának meghatározására irányuló válaszok száma és százalékos aránya az egyszerűsített kódolási séma alapján

A spiritualitást tehát kétféle megközelítésben értelmezik. Az egyiknél a fogalom azonos az összekapcsoltsággal, ami magában foglalja a harmóniát; és hogy elválaszthatatlan részei vagyunk egy nagyobb egésznek. Az elméleti ismeretháttérben feltárt tudás alapján az összekapcsoltság, és annak megélésére való törekvés szerves része a spiritualitásnak. A másik megközelítés alapján a résztvevők olyan jelenségekkel

azonosítják a spiritualitást, amelyek a materiális szférán túl vannak. Ebben az esetben a fogalom szellemi, tudati, valamint transzcendens jelenségeket foglal magában.

A vizsgálat eredményei azt mutatják, hogy nem lehet egységes tartalmi definíciót adni a spiritualításra keresztény vagy buddhista viszonylatban, mert mindkét részpapulációnál van az összekapcsoltságra és a materiális szférán túli dimenzióra utaló meghatározás is. Öt válaszadó, a válaszadók megközelítőleg negyede, a résztvevők 23 százaléka definiálta összekapcsoltsággént a spiritualitást. További tizenhét válaszadó, a vizsgált populáció 77 százaléka a spiritualitást olyan jelenségnek tekinti, amely a materiális szférán túl található. A válaszok arányai azt mutatják, hogy a teljes populációban, valamint a két részpapulációban is a résztvevők negyede értelmezte a spiritualitást összekapcsoltsággént.

7.2.2 A keresztény és a buddhista értékorientáció vizsgálata az üzleti életben

A kutatás második részterületén a keresztény és a buddhista vállalkozók spirituális értékorientációját vizsgáltam meg. Célom a gazdasági életben megjelenő spirituális értékek feltárása volt. A részterülethez tartozó pontos kutatási kérdés, hogy milyen értékek mentén valósul meg a keresztény, illetve a buddhista értékorientáció az üzleti életben. Az értékorientáció kifejezés jelöli ki, hogy a keresztény, illetve a buddhista értékelkötelezettség mely értékek meglétét feltételezi (Rokeach, 1969; 1979). Az elemzés eredményeként megállapítottam, mely értékek kombinációjaként jön létre keresztény, illetve buddhista értékelköteleződés az üzleti életben. Továbbá feltártam a két értékorientáció közötti különbséget az üzleti életben.

Az interjúvázlatok harmadik részének (a 3. pontban összegyűjtött kérdéseknek) első kérdéscsoportja (a 3.1 pontban szereplő kérdések) tartozik ehhez a kutatási részterülethez. Mire az interjú eljutott ideig, már mindenki nyíltan, kötöttségek nélkül beszélt spirituális értékelköteleződéséről, így az elsődleges adatgyűjtés minden résztvevő esetében zökkenőmentesen zajlott.

A másodlagos adatgyűjtés során a vállalkozások értékelköteleződéssel kapcsolatos dokumentumait (küldetésnyilatkozataikat) gyűjtöttem össze. A küldetésnyilatkozattal nem rendelkező hét vállalkozás (K03, K05, K08 és B02, B03, B06, B08), valamint hat további vállalkozás, amelyek olyan küldetésnyilatkozattal rendelkeztek, melyek létrehozásában a vállalkozó nem vett részt (K02, K06, K11 és B04, B09, B10), kikerültek a másodlagos adatgyűjtésből. Utóbbi hat esetben a

küldetésnyilatkozatokat vezetői pozícióban lévő, alkalmazotként dolgozó interjúalanyok cégei használják. Elemzésük azért nem történt meg, mert ezek a küldetésnyilatkozatok nem a vállalkozók személyes értékeit tükrözik. A dokumentumelemzés adatgyűjtési fázisa öt keresztény (K01, K04, K07, K09, K10), valamint négy buddhista (B01, B05, B07, B11) vállalkozás küldetésnyilatkozatának beszerzését jelentette. Mind a kilenc esetben sikerült megszerezni a dokumentumok elektronikus verzióját.

Mivel ez a kutatási részterület a vizsgálat központi része, ezért az elemzés megkezdése előtt újra átolvastam a legépelte interjúkat, és összegyűjtöttem a kutatási kérdés megválaszolásához szükséges összes további szövegrészt a harmadik és a negyedik kutatási részterülethez tartozó válaszok közül. Néhány esetben előfordult, hogy az interjúalanyok a materiális értékekkel állítottak szembe olyan, általuk fontosnak vélt spirituális értékeket, amelyekről addig nem tettek említést, vagy olyan gyakorlati példákat hoztak, amelyek addig nem említett spirituális értékek megvalósulását jelezték.

Az értékorientáció vizsgálatához három kvalitatív elemzési módszert használtam fel: (i) a kvalitatív tartalomelemzést; (ii) a dokumentumelemzést; valamint (iii) a kvalitatív összehasonlító elemzést. A kvalitatív tartalomelemzést és a dokumentumelemzést az adatgyűjtéssel párhuzamosan, az interjúszövegek átírásával egy időben elkezdtem.

A keresztény és a buddhista részpopuláció adatainak kódolása során két kódolási sémát hoztam létre deduktív módszerrel. Mivel ezzel az eljárással az interjúk szövegeinek teljes egészét sikerült kódolni, így induktív kategória-alkotásra (Mayring, 2000) nem volt szükség. A keresztény résztvevők interjúszövegeinek kódolását az elméleti ismeretháttérben körvonalazott, a gazdaságban megjelenő tizenkét keresztény érték segítségével valósítottam meg. A buddhista interjúalanyok szövegeinek kódolását a gazdaságban megjelenő tizenhárom buddhista érték segítségével végeztem el.

A kódokat mindkét részpopulációnál bekezdés szintű szövegegységekhez rendeltem hozzá. A szövegegységek szintje csak néhány esetben volt kisebb a bekezdésnél, mert néha előfordult, hogy mondatokat kellett kódolnom. A kódolás során volt szövegegység, amely egyszerre több kódot is kapott (Forman & Darmschroder, 2008; Miles & Huberman, 1994).

A keresztény részpopulációhoz tartozó végleges kódolási séma az elméleti ismeretháttérből származó, alábbi tizenkét kódot (gazdaságban megjelenő keresztény értéket) tartalmazza: *emberi méltóság, igazság, igazságosság, szolidaritás, szubszidiaritás, szabadság, szeretet, testvériség, közjó, mértékletesség, bizalom és felelősség.*

A *méltóság* kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek az ember önértékét, megkerülhetetlen, központi szerepét hangsúlyozzák az üzleti életben, például:

„Az ember van a központban. Ez minden egyes esetben, minden foglalkozásban így van. Az emberek nem megkerülhetők. Nem a dolgok, nem a pénz, nem a folyamatok. Az ember van a központban, teljes méltóságában. Minden üzleti tevékenységben ez az alapvető dolog” (K02).

„Hogy ne csak a pénzt lássuk, ne csak a pénz jöjjön be. Ami persze fontos, hanem fontos a személy, a másik is” (K04).

„Az egyik az, hogy az ember hogy bánik a munkatársaival. Nekem az emberek nem munkaerők, hanem egy – hogy is mondjam – önmaga értéke van” (K06).

Az emberi méltóság értéke nyolc keresztény vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (K01, K02, K03, K04, K05, K06, K08, K11).

Az *igazság* kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek az isteni valóság fontosságát emelik ki az üzleti életben, például:

„Nekem ott áll a kereszt az asztalom mellett és ott van a jezsuitáktól kapott kis vázám, amire az van írva, hogy WWJD (what would Jesus do). Sokszor ránézek erre, hogy a Jóisten vajon hogyan döntene? Jézus hogyan döntene? Ez sokszor segít...” (K03).

Az igazság értéke két keresztény vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (K02, K03).

Az *igazságosság* kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek a becsületes, tisztességes, a korrupciót elkerülő gazdasági viselkedés jelentőségét emelik ki, például:

„Az adás meg a szeretet nem azt jelenti, hogy ha én árulom a vizet, akkor azt ingyen adom, mert az nem fenntartható dolog, és nem is lenne fair kölcsönösen. De hogy az adott pillanatban az ember ne tripla áron adj,

vagy ne hamisat adjon s a többi. Hogy korrekt hozzáállás legyen, hogy azt adom a másiknak, amit én is szeretnék, amit én is jónak tartok” (K01).

„A tisztesség és a becsület benne van az igazságosságban. Nincsen semmi kiírva a falra, viszont megpróbálunk tisztességesen dolgozni” (K03)

„Az üzleti tisztesség, amit nagyon nehéz megfogalmazni pontosan, de benne van az, hogy ne ártsunk, másrészt pedig, hogy nyitottan, tisztességgel kezeljük egymást, illetve az üzleteket. Az igazságosságban pedig az üzleti tisztességben benne van” (K10).

Az igazságosság értéke tíz keresztény vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (K01, K02, K03, K04, K05, K06, K07, K09, K10, K11).

A szolidaritás kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek az alkalmazottakkal vagy az üzletfelekkel kapcsolatos keresztény együttérzés fontosságát emelik ki, például:

„Én az alvállalkozóimat – mivel én egy projekt-cég vagyok – előre kifizetem. Tehát amikor ők teljesítenek, akkor rögtön kifizetem őket. Nem várom meg, hogy nekem bejöjjön az árbevétel. Mert erre nekik nagy szükségük van” (K07).

„Szerintem az, amit az elején mondtam, hogy emberszámba veszem az embereket. Nem úgy tekintem őket, mint az én fizetésem kitermelői. A menedzsment az empatikus, a mögött van biztosan a keresztény hitből fakadóan valami indíttatás” (K08).

„Nem csak a fizetőképes keresletre koncentrálok, hanem a szegényekre is koncentrálok. A más versenytársak által nem tekintett néprétegekre is” (K11).

A szolidaritás értéke kilenc keresztény vállalkozó üzleti életben jelenik meg (K01, K03, K05, K06, K07, K08, K09, K10, K11).

A szubszidiaritás kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek az alkalmazotti kompetenciák tiszteletben tartásának fontosságát emelik ki, például:

„Nem baj, hogy nem ért hozzá, de tisztelje a másikat. Ez is a szubszidiaritás elve. Hogy azon a szinten oldjuk meg a problémát, ahol még átlátjuk. Vezetői gyakorlatomra ebből az következik, hogy a laboránsom sokkal, de sokkal jobban ért ahhoz a vizsgálathoz, amit egész nap csinál, mint én. És ha beszélek vele, akkor tisztelettel beszélek vele” (K06).

A szubszidiaritás értéke négy keresztény vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (K04, K05, K06, K11).

A *szabadság* kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek az alkalmazotti önállóság fontosságát hangsúlyozzák, például:

„Azt a szabadságot és felelősséget kell odaadni az adott munkatársnak, és olyan munkatársnak, aki tud élni vele. Most megint az elméletből a gyakorlatba: ha van egy projekt, amivel foglalkoznia kell az adott munkatársnak, és ha megakad, majd felteszi a kezét, hogy nem tud továbbhaladni és segítséget kér, de egészen addig, amíg nem kér, addig az az ő felelőssége és szabadsága” (K05).

A szabadság értéke három keresztény vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (K02, K05, K10).

A *szeretet* kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek az önzetlen keresztényi szeretet, a *karitás* üzleti életben betöltött szerepének fontosságát hangsúlyozzák, például:

„A másik nagy cél az volt, már amikor megalakult a cég, hogy ne csak karitatív dolgot végezzünk, hanem azért alakult a cég, hogy a nyereség nagy részét most is és akkor is ilyenekbe fektetem: segítem a fogyatékosokat, az ország különböző helyein üzemeltetünk autókat, kocsikat jótékonyági célra” (K09).

A szeretet értéke három keresztény vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (K01, K04, K09).

A *testvériség* kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek a munkahelyi családiasság és a baráti munkaközösség fontosságát hangsúlyozzák, például:

„Figyelünk egymásra, tudunk egymásról, segítünk egymásnak, helyettesítjük egymást, nem irigykedünk a másakra, legalábbis megpróbálunk nem irigykedni a másakra. Olyan hangulatot próbálunk kialakítani a cégnél, hogy ide gyomorgörccs nélkül, jókedvvel jöjjenek be és jókedvvel menjenek haza” (K03).

„Igazából én azt gondolom erről, hogy ami ebből adódik, a szabadság és felelősség körüli dolgokból, hogy igazából magunkra, a cégre közösségként

tekintünk. Nem feltétlenül, mint valami szervezet. Hanem a szervezetnek egy olyan formája, ami egy közösség” (K05).

„Az az alapelvem, hogy egy 10 százalék profitot őrzök meg, és ha extra profit van, akkor azt szétosztom a dolgozók között. Tehát nem a profit-maximalizációra mentem rá, hanem a családiasságra. Ez így belülről jött, hogy én szeretnék egy nagyon jó családi környezetben dolgozni” (K07).

A testvériség értéke hét keresztény vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (K01, K03, K05, K06, K07, K08, K11).

A közjó kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek a társadalmi hasznosság fontosságát vagy a helyi munkaközösség jólétének előmozdítását emelik ki, például:

„Ugyanakkor van persze egy közös érdekünk, mindegyikünk érdeke: hogy a cég jól menjen. A munka rovására nagy engedékenységeket nem lehet tenni. Ez pedig ráadásul elsődleges, hogy az egész jól menjen. Mindenkinek az egzisztenciája meglegyen, az sokkal nagyobb érték és fontosabb, mint hogy egy ember éppen most mit szeretne” (K08).

„Egy olyan tevékenységet végezzünk, amivel ki tudjuk szolgálni a közutakat. Ez tényleg egy fontos és különleges dolog. Felöltöztetjük az utakat, gyönyörűen néz ki egy autópálya” (K09).

A közjó értéke négy keresztény vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (K07, K08, K09, K11).

A mértékletesség kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek a mérsékelt profit és a visszafogott erőforrás-gazdálkodás fontosságát jelzik, például:

„Mi nem tudunk kétszer vacsorázni. Nem is akarunk. Meg egy autóban ülünk egyszerre. Nálunk nincs kétszer annyi céges autó, meg nem szórjuk a pénzt, hogy elmondhassuk, hogy milyen ügyesek, okosak vagy szépek vagyunk. Nem veszünk két cipőt, hogyha csak egyre van szükségünk. De az egy cipője mindenkinek megvan, hogy ne járjon meztláb” (K03).

„Az az alapelvem, hogy egy 10 százalék profitot őrzök meg, és ha extra profit van, akkor azt szétosztom a dolgozók között. Tehát nem a profit-maximalizációra mentem rá, hanem a családiasságra” (K07).

„Nagyon felszabadult dolog így gondolkodni, hogy az ember nem hajtja a pénzt. Pénz nélkül tesz meg bizonyos dolgokat. Vagy, hogy nem hajtja vég nélkül a nyereséget és a profitot” (K09).

A mértékletesség értéke nyolc keresztény vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (K01, K02, K03, K04, K06, K07, K09, K11).

A *bizalom* kódot azok a szövegrészek kapták, amelyek a munkatársakba vagy az üzleti partnerekbe vetett bizalmat az üzleti életben alapvető keresztény értéként jelölik meg, például:

„Az említett adminisztrátor hölgynek egy személyben, egyedül van aláírási joga, elértük, hogy nekem nem kell ellenőriznem. Ezzel pénzt és időt spórolok, ami pénzzé konvertálható” (K01).

„A bizalom nélkül pedig nem megy. Ha nem bízom a kollégáimban, akkor az viszont nagyon rossz. A bizalmat oda kell adni, biztosítani kell róla mindenkit, de azért nagy felelősség is” (K10).

A *bizalom* értéke hat keresztény vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (K01, K03, K06, K07, K09, K10).

A *felelősség* kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek a vállalkozó munkatársak, társadalom vagy környezet iránti felelősségének fontosságát hangsúlyozzák, például:

„A vezetőnek megvan a felelőssége. A vezető vezessen. Ez nem azt jelenti, hogy jó híreket mondok, mert az időjárás jelentés is néha rossz. Nem mindennap azt mondják be, hogy sütni fog a nap. Egyenesen kell kommunikálni, amit Jézus mondott” (K03).

„Azt a szabadságot és felelősséget kell odaadni az adott munkatársnak, és olyan munkatársnak, aki tud élni vele” (K05).

„Nem gyakorlom a munkáltatói jogokat, de hogy mi történik a világban, azzal kapcsolatban van egy felelősségünk” (K06).

A *felelősség* értéke nyolc keresztény vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (K01, K02, K03, K05, K06, K07, K09, K10).

A keresztény értékorientáció vizsgálatához felhasznált szövegrészeket és az ezek alapján elkészített végleges kódolási, külön kérésre rendelkezésre bocsátható formában, hozzáférhető helyre archiváltam.

A dokumentumelemzést az adatgyűjtés során összegyűjtött küldetésnyilatkozatokon végeztem el. A keresztény részpoblációban öt küldetésnyilatkozat maradt az adatelemzési folyamatban (K01, K04, K07, K09, K10). Ezekből kettő (K09, K10) kizárólag általános üzleti értékeket tartalmaz. A fennmaradó

három küldetésnyilatkozat viszont tükrözte a vállalkozó spirituális értékelköteleződését, így ezek szövegeit is kódoltam. Két vállalkozás küldetésnyilatkozata a szolidaritás értékét emeli ki (K01, K07). Emellett egy-egy dokumentum tartalmazza az igazságosság (K04) és a közjó (K07) értékeit. A küldetésnyilatkozatokban megjelenő spirituális értékeket a 13. táblázat mutatja be.

Kód	Értékek típusa	Spirituális értékek
K01	Spirituális és általános üzleti értékek	szolidaritás
K04	Spirituális értékek	igazságosság
K07	Spirituális és általános üzleti értékek	szolidaritás, közjó
K09	Általános üzleti értékek	–
K10	Általános üzleti értékek	–

13. táblázat: A keresztény vállalkozások küldetésnyilatkozataiban megjelenő keresztény értékek

A buddhista részpopuláció kódolási sémájának kialakítása a tizenhárom, gazdaságban megjelenő buddhista érték szövegegységekhez történő hozzárendelését jelentette. A végleges kódolási séma az elméleti ismeretháttérből származó, alábbi tizenhárom kódot (gazdaságban megjelenő buddhista értéket) tartalmazza: *egyszerűség, nem-ártás, együttérzés, mértékletesség, bölcsesség, felelősség, jól-lét, tudatosság, kreativitás, összekapcsoltság, nagylelkűség, megelégedettség és őszinte törődés.*

Az egyszerűség kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek a minimalizálás és az egyszerű üzleti megoldások alkalmazásának fontosságát jelzik, például:

„Szeretnénk minél kevesebb anyagi ráfordítást serkenteni. Nem azt akarjuk, hogy iszonyú nehéz, erőforrás igényes termékeket fejlesszenek. Szeretnénk minimalizálni azt az erőforrásigényt, ami szükséges ahhoz, hogy létrejöjjenek dolgok” (B11).

Az egyszerűség értéke két buddhista vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (B08, B11).

A *nem-ártás* kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek a negatív érzelmek és az ártó cselekedetek hiányának üzleti életbeli fontosságát emelik ki, például:

„A volt ügyfélkapcsolati menedzserünk kijátszotta a munkánkat a nyomdának, aki nekünk az alvállalkozónk volt. És mindig azt kell tudatosítani, hogy ezt el kell engedni és nem kell haragot őrizni és rosszat kívánni az embernek, mert ez hosszú távon engem is megmérgezik és lehúzik” (B01).

„Én rettenetesen irtózom az erőszaktól. Tehát ha valaki egy olyan típusú üzletember, akkor én azt kerülöm és nem is keresem vele a kapcsolatot. Tehát azt gondolom, hogy az, hogy az ember őszinte és a nem-ártás mentén cselekszik, attól nemesebb lesz, nemesíti magát” (B05).

A nem-ártás értéke öt buddhista vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (B01, B05, B06, B08, B11).

Az együttérzés kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek az érintettek érdekeit figyelembe vevő üzleti kapcsolatok fontosságát jelzik, például:

„A mahájánán belül a bódhiszattva¹³ út az önmagán belül egy vállalkozás. Tehát ha valamit vállalkozásnak lehet tekinteni, akkor pont azt, hogy ezt a szenvedést megszüntető utat közelebb hozni másokhoz. Ez önmagában egy vállalkozás” (B04).

„Az ügyfél szemszögéből vizsgálod a dolgokat. Próbálsz egy adott helyzetből a lehető legjobbat kihozni. Mindig szem előtt tartod az ő érdekeit” (B06).

„Néhány menedzser, tudom, hogy nagyon vaskalapos, hogy beérsz-e reggel kilencre, és hogyha kétszer késel, akkor mit tudom én... Én úgy csinálom, hogy mindenkinek jó legyen. És a csapatban is. Ha valakinek nehezebb helyzete van, akkor én többet teszek bele, mert most neked nehezebb a helyzeted. Viszont ugyanúgy elvárom, hogyha ezt a nehézséget megoldotta, hogy szedje össze magát” (B10).

Az együttérzés értéke kilenc buddhista vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (B01, B02, B03, B04, B06, B07, B08, B10, B11).

A mértékletesség kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek a profit maximalizálására vagy az alkalmazottak kihasználására irányuló törekvések elkerülésének fontosságát emelik ki, például:

¹³ A máhájána a buddhizmus egyik ága, amely Dél-Kelet Ázsia egyes részein (például Vietnámban), valamint Kelet-Ázsiában (Kínában, Koreában és Japánban) terjedt el. Célja, hogy a szenvedéstől megszabadult lény (szanszkrit: bódhiszattva) minden érző lényt hozzásegítsen a szenvedéstől való megszabaduláshoz. Ebbéli törekvését a szenvedő lények iránti együttérzés motiválja.

„A kérdés kapcsán a profit-maximalizálás, illetve a rövid-hosszú táv kérdése van leginkább bennem. Nem a profit az elsődleges cél, az elsődleges cél a hosszú távú dolgok sikeressége egyrészt, másrészt pedig, hogy amíg itt vagyunk, próbáljuk magunkat jól érezni” (B01).

„Többek között emiatt is nincs nálunk jutalékrendszer. Megpróbáljuk a pénzre koncentráló szemléletet kiszedni a rendszerből, hogy ne az lebegjen a szeme előtt, hogy eladunk még két nyakkendőt és száz forinttal többet keresek, hanem a vevő lebegjen a szeme előtt” (B07).

„Inkább azt mondanám, hogy ott van a Középút. Tehát megpróbálom mindig azt követni, hogy nem a szélsőségekben, nem a végletekben gondolkodni. Nem kihasználni az alkalmazottakat, nem rabszolgaként tekinteni rájuk, ugyanakkor erős kézzel fogni őket” (B09).

A mértékletesség értéke hét buddhista vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (B01, B06, B07, B08, B09, B10, B11).

A bölcsesség kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek a buddhista gyakorlással megszerezhető tapasztalatok üzleti fontosságát hangsúlyozzák, például:

„Persze, a személyiségemre alapvető hatással van a buddhizmus. De amit akartam ezzel érzékeltetni, hogy gyakorlatilag az, hogy én most egy ilyen ember vagyok, az az elmúlt negyvensok év hatása... És mivel sokkal több buddhizmussal kapcsolatos impulzus ér és sok olyan emberrel találkozom, akik buddhisták, együtt meditálunk, ez biztos, hogy egyértelmű hatással van az életemre” (B01).

„Hívjuk úgy, hogy egy tanítómester szerepét játssza [a buddhizmus a vállalkozásban], mert a buddhista filozófián keresztül fogod a világot szemlélni és rájössz arra, hogy amikor te megváltoztatod a hozzáállásod, megváltozik a helyzet is” (B03).

A bölcsesség értéke öt buddhista vállalkozó üzleti életben jelenik meg (B01, B03, B04, B07, B09).

A felelősség kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek az interjúalanyok érintettekkel szembeni felelősségteljes magatartásának fontosságát emelik ki, például:

„Ez egy érdekes helyzet, mert ami tisztán látszik, hogy nekünk nincsenek állami megbízásaink. Ha most ebbe belemennék, akkor feladnék valamit

abból, amit az értékrendemről gondolok. Másrészt, ha azt gondolom, hogy 64 embernek adok munkát, meg az ő családjukat kvázi eltartom ezzel a munkával, akkor az meg nyomasztó, hogy ez felelősséggel is jár. Ez könnyebben menne, hogyha én lennék a Szerencsejáték Zrt-nek a mittudomén milyen beszállítója, vagy melyik állami hivatalnak” (B01).

„Egyébként nagyjából ezt várnám mindenkitől a cégben, meg ezt is próbálom megvalósítani az eladókban is, hogy ők sem egyszerű végrehajtók, hanem felelősségük és mozgásterük van. Az összes eladó száz százalékos felhatalmazással bír bármilyen ajándékozás meg engedmény esetén” (B07).

A felelősség értéke hat buddhista vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (B01, B02, B03, B04, B07, B10).

A jól-lét kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek az egyén vagy a társadalom boldogulásának előmozdítását emelik ki, például:

„Amikor ideköltöztünk, akkor is az volt, hogy meg lehetett volna olcsóbban is csinálni ezt az épületet, hogy ne legyen ilyen jó minőségűre felújítva, de úgy döntöttünk, hogy meg kell csinálni jó minőségben, hogy a dolgozók szívesen jöjjenek ide dolgozni, jól érezzék magukat. Hogy az emberek megtalálják a nyugalmukat és a harmóniát, hogy nyugodtan tudjanak dolgozni” (B01).

„Például amikor csináltuk ezt a jogalkotást, akkor fontos volt, hogy a lehető legjobb eredmény legyen mind a gazdaságnak, mind az államnak és egy maximálisan jó outputja legyen ennek a munkának” (B06).

„Van egy – azon túl, hogy legyen nyereséges és anyagi biztonságot nyújtson, és eltartsa az embereket, akik részt vesznek benne – van egy társadalmi hasznossága is, ami motivál engem” (B07).

A jól-lét értéke hét buddhista vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (B01, B02, B06, B07, B08, B10, B11).

A tudatosság kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek a buddhista meditációs gyakorlattal megszerezhető reflektív állapot üzleti alkalmazásának fontosságát emelik ki, például:

„És az üzleti életben pedig, amiket nagyjából elmondtam: megpróbálsz korrekt lenni, nem hazudsz, a maximumot kihozod az adott helyzetből és az ügyfél számára a legjobb feltételeket teremted meg és őszintén szembe állítod azzal, hogyha valami nem OK” (B06).

„A buddhizmus. Az azzal való kapcsolatba kerülés leginkább a meditáción keresztül. Az ezzel előjövő szellemiség, plusz az állapot, amit a meditáció hozott, eléggé egyértelműen jelezték, hogy ez így kevés lesz. Az nagyon fontos volt, hogy nem csak egy könyvet olvasok, és közben gondolkodom, hanem van egy átélhető tapasztalat, ami járul hozzá, ami megváltoztatja az ember tudatát” (B07).

„Vegyük a szamurájokat. Te, mint egy üzletember legyél tökéletes harcos, legyél képzett, legyen a tudatod pengeéles, amikor mész tárgyalni, de nem kell megsemmisíteni az ellenfelet” (B09).

A tudatosság értéke tíz buddhista vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (B01, B02, B03, B04, B05, B06, B07, B08, B09, B11).

A *kreativitás* kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek az újító üzleti megoldások és gyakorlatok alkalmazásának fontosságát hangsúlyozzák, például:

„Elváród a kreativitást a másiktól. Pont a mi szakmánk kreatív. Akármennyire is mást gondolna az ember. Gondolj bele, bejössz egy épületbe, amit használnak és az ügyfél azt mondja, hogy szeretne kamerákat, de igazából nem szeretné, hogyha szétvernénk a fél épületet. És akkor vakarod a fejed, hogy hogyan oldjam meg. MacGyver a mi Istenünk ilyen szempontból” (B03).

„Engem nagyon érdekelnek az innovatív jellegű üzleti modellek. Ezek kifejlesztése, megtervezése, olyan embereknek az összekapcsolása, akik tulajdonképpen behozzák a saját kompetenciájukat és ez által valami komplex új struktúra jön létre” (B05).

A *kreativitás* értéke hat buddhista vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (B01, B03, B04, B05, B07, B11).

Az *összekapcsoltság* kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek a közösségépítés üzleti életben betöltött szerepének, valamint a korrekt üzleti kapcsolatok létrehozásának a fontosságát jelzik, például:

„Egyenrangú partnernek tartani az ügyfelet, cégen belül is próbálunk egy nagyon baráti kapcsolatot kialakítani egymás között” (B06).

„Az is fontos még, szerintem, hogy olyan – ha már biznisz – alkuakat kössünk, ami mindenkinek komfortos. Ez például nekem tök fontos a coachingban, mert ott muszáj, hogy mindenkinek komfortos legyen a helyzet, mert hogyha

én feszülök valamin, akkor nem fogok tudni arra koncentrálni, hogy jelen legyek abban a helyzetben. Hogyha meg neki nem komfortos valami, akkor ő fog befeszülni valamin és nem fog tudni megnyílni és nem jön létre a jó kapcsolat és a bizalmi dolog” (B08).

„Számunkra jobb lenne, hogyha ez közösségként működne. Mi inkább első körben azt mondtuk, hogy legyen egy on-line közösség, amit tudunk kontrollálni. Összehozzuk Bhután barátait meg a bhutániakat. És hogy ez off-line hova fut ki, azt nem tudjuk... És kialakulhatnak helyi közösségek” (B11).

Az összekapcsoltság értéke nyolc buddhista vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (B02, B05, B06, B07, B08, B09, B10, B11).

A nagylelkűség kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek a rászorulókkal vagy egyes érintettekkel való olyan bánásmód fontosságát hangsúlyozzák, melynek keretében a lehető legtöbb segítséget megadják részükre, például:

„Vagy ha valamilyen jószolgálati tevékenység kell, mert kell hozzá a mikrobuszunk, hogy azzal szállítsanak, akkor azt oda szoktuk adni” (B01).

„Az meg, hogy ezt vállalkozásként csinálom, az egy forma. Ha nem lenne cégem, ezt akkor is csinálnám. Van, amikor ezt ingyen is csinálom, mert valaki olyan helyzetben van, hogy szüksége van rá, de nem tudja megfizetni és közeli vagy távoli ismeretségi körben van” (B08).

„Szeretnék visszaadni annak, oda, ahonnan az inspiráció jön. Magyarán nekünk egy fontos értékünk, hogy értékeljük azt, amit általában nem értékelnek egy kereskedelmi tranzakcióban” (B11).

A nagylelkűség értéke öt buddhista vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (B01, B08, B09, B10, B11).

A megelégedettség kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek a munkával vagy az üzleti tevékenységgel kapcsolatos, érintettek irányában vállalt kompromisszum fontosságát jelzik, például:

„És ebből mégél az a pár ember, aki fenntartja a rendszert. Megélünk belőle. Ebből ki tudom fizetni a számláimat és ez abban ad szabadságot, hogy foglalkozom vele és mindenki örül neki. Én eddig szeretnék eljutni. Így legyen sikeres” (B11).

A megelégedettség értéke három buddhista vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (B01, B10, B11).

Az *őszinte törődés* kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek azt jelzik, ha a vállalkozó valódi motivációval fordul érintettjei irányába, például:

„És el tudod dönteni, hogy akarsz-e azzal az emberrel üzletelni, vagy nem. És látod rajta és tudod, hogy ő valóban meg akarja-e venni azt... Egész pontosan fogalmazva, hogy valóban szüksége van-e arra, amit éppen tőled akar megvenni, vagy pedig csak találgat, hogy mit szeretne. De ha én találom ki helyetted, akkor nem fogod örömmel kifizetni” (B03).

„Mindenre felhívjuk a figyelmet, még ha nem is kérték, akkor is a teljes körűségre törekszünk, hogy minden információ legyen az ügyfélnél, ami segíti az ő munkáját annak ellenére, hogy esetleg nincs is megbízásunk rá” (B06).

Az *őszinte törődés* értéke öt buddhista vállalkozó értékorientációjában jelenik meg (B02, B03, B06, B07, B11).

A buddhista értékorientáció vizsgálatához felhasznált szövegrészeket és az ezek alapján elkészített végleges kódolási sémát, külön kérésre rendelkezésre bocsátható formában, hozzáférhető helyre archiváltam.

A dokumentumelemzést a buddhista részpulációban is az adatgyűjtés során összegyűjtött küldetésnyilatkozatokon végeztem el. Az adatelemzés négy buddhista vállalkozás küldetésnyilatkozatát érintette (B01, B05, B07, B11). Ebből kettő (B01, B05) csak általános üzleti értékeket tartalmazott, ezért kódolásukra nem volt szükség. Két küldetésnyilatkozat tükrözte a vállalkozó spirituális értékelköteleződését. Mindkét küldetésnyilatkozat tartalmazta az összekapcsoltság értékét (B07, B11). Az egyik dokumentum tartalmazta a jól-lét, a kreativitás és az *őszinte törődés* (B07) értékeit, a másik pedig az együttérzés értékét (B11). A küldetésnyilatkozatokban megjelenő spirituális értékeket a 14. táblázat mutatja be.

Kód	Értékek típusa	Spirituális értékek
B01	Általános üzleti értékek	–
B05	Általános üzleti értékek	–
B07	Spirituális és általános üzleti értékek	jól-lét, kreativitás, összekapcsoltság, őszinte törődés
B11	Spirituális és általános üzleti értékek	együttérzés, összekapcsoltság

14. táblázat: A buddhista vállalkozások küldetésnyilatkozataiban megjelenő buddhista értékek

Az elemzés első két fázisában (a kvalitatív tartalomelemzés és a dokumentumelemzés során) a kódolási sémákban foglalt kódok segítségével indexáltam az interjúk legépelte szövegeit és az értékelköteleződéssel kapcsolatos dokumentumokat. Az adatelemzés harmadik részét kvalitatív összehasonlító elemzés segítségével végeztem el.

A kvalitatív összehasonlító elemzés egy középút a kvantitatív és a kvalitatív kutatómódszertanok között. Kutatásomban a megfigyelési egységek a spirituális értékek iránt elkötelezett vállalkozók. Az attribútumok (a magyarázó egységek, vagyis a változók) pedig a vállalkozó spirituális értékorientációjához köthető, üzleti életben megjelenő spirituális értékek. A kimeneti eredményt (a spirituális értékorientációt) a megfigyelési egységekhez tartozó konfigurációk (attribútum-kombinációk), vagyis a vállalkozók különböző spirituális értékeket magában foglaló értékorientációi magyarázzák. A kutatásban azonos kimeneti eredménnyel (spirituális értékorientációval) rendelkező eseteket vizsgálom. A résztvevő populáció két, azonos számú megfigyelési egységet tartalmazó részpopulációt tartalmaz, tizenegy-tizenegy vállalkozóval. A keresztény értékorientációt tizenkettő, a buddhista értékorientációt pedig tizenhárom attribútum (gazdaságban megjelenő spirituális érték) írja le.

A kvalitatív összehasonlító elemzés legfontosabb jellemvonása a halmazelméleti megközelítés. A bináris halmazokat használó, szigorú halmazos kvalitatív összehasonlító elemzés (*crisp set QCA* – *csQCA*) az attribútumokat (vagyis az üzleti életben megjelenő spirituális értékeket) és az eredményt (vagyis a keresztény, illetve a buddhista értékorientációt) is azok meglétével (1) vagy hiányával (0) jelzi (Ragin, 1987; 2000). Kutatásomban minden megfigyelési egységet a gazdaságban megjelenő keresztény, illetve buddhista értékek meglétével vagy hiányával jellemeztem, a résztvevő vállalkozók spirituális értékorientációját pedig igaznak tekintettem.

A szigorú halmazos kvalitatív összehasonlító elemzés matematikai alapja a Boole-algebra, amely halmaz- és logikai műveletek összessége és lehetővé teszi a többszörösen összetett okság holisztikus megközelítésű feltérképezését (Ragin, 1987). Társadalomtudományokban használatos tíz legfontosabb vonatkozását dolgozatom 3. függeléke tartalmazza.

Kutatásomban a megfigyelési egységek és az eseteket leíró változók számából adódóan nincs két azonos konfiguráció, vagyis a kétszer tizenegy eset közül minden vállalkozó elérő értékek mentén valósítja meg spirituális értékorientációját az üzleti életben. A társadalmi jelenségek természetes jellemvonása a korlátozott diverzitás (*limited diversity*). Sok esetben lehetetlen empirikus példákat hozni az attribútumok minden egyes logikai kombinációjára; jelen esetben a tizenkét keresztény és a tizenhárom buddhista érték minden kombinációjára, amely a keresztény részpopuláció esetében 2^{12} , a buddhista részpopuláció esetében pedig 2^{13} , egymástól különböző megfigyelési egységet jelentene. A korlátozott diverzitás tehát fő szabály, a társadalmi jelenségek védjegye (Ragin, 1987; 2000; 2008).

A kvalitatív összehasonlító elemzés folyamata három szakaszra bontható: (i) az attribútumok azonosítása, az igazságtábla létrehozása és egyszerűsítése; (ii) az oksági feltételek szükségességének és elégségességének vizsgálata; valamint (iii) az eredmények értékelése és további leegyszerűsítő feltételezések vizsgálata (Ragin, 2000). Vannak kutatások, amelyek a folyamat első része után véget érnek (Ragin, 1987), és kutatásom is ebbe a kategóriába tartozik, vagyis a fenti folyamat második, illetve harmadik szakaszát a vizsgálat során nem hajtottam végre.

A kvalitatív összehasonlító elemzés megkezdésének feltétele az adatgyűjtés során megszerzett információk megfelelő formára és minőségre történő átalakítása. Ezt kvalitatív tartalomelemzés és dokumentumelemzés segítségével valósítottam meg. A kódolási sémákon végrehajtott kvalitatív összehasonlító elemzés lehetővé teszi az így kapott komplex adatstruktúra holisztikus megközelítésű leegyszerűsítését.

A kvalitatív összehasonlító elemzés első lépése az oksági szempontból releváns attribútumok beazonosítása (Ragin, 1987). Ezek mindkét részpopuláció esetében, az elméleti ismeretháttér feltárása során körvonalazott, a tartalomelemzésben deduktív kategóriákként résztvevő, gazdaságban megjelenő spirituális értékek voltak.

Az oksági szempontból releváns attribútumok azonosítása után elkészíthető egy, az összes attribútum-kombinációt (konfigurációt) tartalmazó táblázat, az igazságtábla. Az attribútumok minden lehetséges logikai kombinációját az igazságtábla egy sora jelzi. Az igazságtábla a konfigurációk szisztematikus elemzésének, az azonosság és a különbözőség vizsgálatának eszköze. Szerepe az oksági kombinációk és a kimeneti eredmények közötti kapcsolat azonosítása és ábrázolása (Ragin, 2000; 2008). Kutatásomban két igazságtáblát hoztam létre. Egyiket a keresztény, másikat pedig a buddhista részp populáció vizsgálatához.

A szigorú halmazokat használó kvalitatív összehasonlító elemzés az attribútumok és a kimeneti eredmény leírására is a „meglét” „hiány” dichotómiát alkalmazza. Az attribútumok, vagyis a független változók, illetve a kimeneti eredmény, vagyis a függő változó is „igaz-hamis” dualitással jelölhetők, attól függően, hogy meglétük vagy hiányuk jellemzi az adott megfigyelési egységet. Az igazságtáblák létrehozása során minden vállalkozóhoz hozzárendeltem a rá jellemző, gazdaságban megjelenő spirituális értékeket. A kvalitatív tartalomelemzés eredményeivel összhangban, egy adott vállalkozó értékorientációjában megjelenő spirituális értékek a vállalkozót reprezentáló sorban „igaz” (1) besorolást kaptak. Az adott vállalkozó értékorientációjában meg nem jelenő spirituális értékek ugyanebben a sorban „hamis” (0) besorolást kaptak. A folyamat végén létrejött a két részp populáció vállalkozóit leíró két, bináris értékeket tartalmazó igazságtábla a megfigyelési egységek konfigurációival.

Minden felismert attribútum-kombinációhoz, azaz minden sorhoz tartozik egy kimeneti érték annak megfelelően, hogy az adott konfiguráció rendelkezik-e a vizsgált eredménnyel (Ragin, 1994). A kimeneti eredmény mindkét részp populációnál „igaz” értéket vett fel, hiszen kizárólag keresztény, illetve buddhista értékorientációt megvalósító vállalkozók vettek részt a kutatásban. Ezért az igazságtáblák a kimeneti érték oszlopot nem tartalmazzák.

A kvalitatív tartalomelemzés és a dokumentumelemzés eredményeként létrehozott, a kvalitatív összehasonlító elemzés elvégzéséhez használt igazságtáblákat a 15. illetve a 16. táblázatok tartalmazzák.

Kód	Méltóság	Igazság	Igazságosság	Szolidaritás	Szubszidiaritás	Szabadság	Szeretet	Testvériség	Közlő	Mértékletesség	Bizalom	Felelősség
K01	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1
K02	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1
K03	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1
K04	1	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0
K05	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1
K06	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1
K07	0	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1
K08	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0
K09	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1
K10	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1
K11	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0

15. táblázat: Keresztény vállalkozók értékorientációja

Kód	Egyszerűség	Nem-ártás	Együttérzés	Nagylelkűség	Mértékletesség	Bölcsesség	Felelősség	Jól-lét	Tudatosság	Kreativitás	Összekapcsoltság	Megelégedettség	Összinte törődés
B01	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0
B02	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1
B03	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1
B04	0	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0
B05	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0
B06	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1
B07	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1
B08	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0
B09	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0
B10	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0
B11	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1

16. táblázat: Buddhista vállalkozók értékorientációja

A 15. táblázat a keresztény, a 16. táblázat pedig a buddhista vállalkozók értékelköteleződését írja le. Mindkét táblázat egy adatmátrix. Soraik megfigyelési egységeket, vagyis vállalkozókat reprezentálnak. Rájuk a táblázat első oszlopában lévő kódokkal hivatkoztam. Az igazságtábla oszlopai oksági feltételek, a konfigurációk attribútumai, a gazdaságban megjelenő keresztény, illetve buddhista értékek. Egy adott vállalkozó esetében a meglétüket „igaz” (1), hiányukat pedig „hamis” (0) érték jelzi. A megfigyelési egységekhez tartozó konfigurációkat az oksági feltételek összeszorzásával (a 3. függelékben található logikai „és” kapcsolat alkalmazásával) állítottam elő. Ennek megfelelően például a K08-as vállalkozóhoz tartozó konfiguráció (a vállalkozó által megvalósított értékorientáció) a méltóság és a szolidaritás és a testvériség és a közjó (méltóság X szolidaritás X testvériség X közjó).

Az igazságtábla egyszerűsítése a kvalitatív összehasonlító elemzés szerves része, de nem szabad mechanikusan végrehajtani. A konfigurációk egyszerűsítése, az igazságtáblában felismert mintázatokkal összhangban, a Boole-algebra módszereit felhasználva, holisztikusan valósul meg (Ragin, 1994; 1995). A 3. függelék 7. pontjában vázolt szabály alapján, egy Boole kifejezés befoglalja a másikat, ha a másik kifejezés az előbbi részhalmaza (Ragin, 1987). A befoglaló érték kutatásomban azt jelenti, hogy ha a vizsgált érték valamely megfigyelési egység esetében 0 besorolást kapott (vagyis az adott érték nem jelenik meg az adott vállalkozó értékorientációjában), akkor ugyanazon megfigyelési egységnél annak részhalmaza, a befoglalt érték is kizárólag 0 besorolással rendelkezhet. Ha egy megfigyelési egységnél a vizsgált érték 1 besorolást kapott (vagyis az adott érték megjelenik az adott vállalkozó értékorientációjában), akkor ugyanazon megfigyelési egységnél annak részhalmaza, a befoglalt érték bármilyen besorolást kaphat. A részhalmazos kapcsolatnak a vizsgált értékek esetében a részp populáció összes megfigyelési egységére, vagyis minden, az adott részp populációba tartozó vállalkozóra igaznak kell lennie. A két részp populáció igazságtábláiban lévő értékek részhalmazkapcsolatait a 17. táblázat tartalmazza.

Keresztény		Buddhista	
igazság \subset méltóság	igazság \subset igazságosság	egyszerűség \subset jól-lét	egyszerűség \subset nem-ártás
igazság \subset felelősség	igazság \subset mértékletesség	egyszerűség \subset tudatosság	egyszerűség \subset együttérzés
szubszidiaritás \subset méltóság	szubszidiaritás \subset igazságosság	egyszerűség \subset nagylelkűség	egyszerűség \subset mértékletesség
szabadság \subset felelősség	szabadság \subset igazságosság	egyszerűség \subset összekapcsoltság	nem-ártás \subset tudatosság
szeretet \subset igazságosság	szeretet \subset mértékletesség	nagylelkűség \subset mértékletesség	bölcsesség \subset tudatosság
testvériség \subset szolidaritás	közjó \subset szolidaritás	felelősség \subset együttérzés	jól-lét \subset együttérzés
mértékletesség \subset igazságosság	bizalom \subset felelősség	kreativitás \subset tudatosság	megelégedettség \subset jól-lét
bizalom \subset szolidaritás	bizalom \subset igazságosság	megelégedettség \subset együttérzés	megelégedettség \subset nagylelkűség
felelősség \subset igazságosság		megelégedettség \subset mértékletesség	őszinte törődés \subset tudatosság
		őszinte törődés \subset együttérzés	

17. táblázat: A részpopulációk igazságtábláiban lévő értékek részalmaz-kapcsolatai

A gazdaságban megjelenő spirituális értékek egyszerűsítését részalmaz-vizsgálat segítségével végeztem el. A 17. táblázatba csak azok a részalmazos kapcsolatok kerültek bele, amelyeket az empirikus adatok alátámasztottak. Az egyszerűsítésben viszont kizárólag azokat a részalmazos kapcsolatokat vettem figyelembe, amelyek a leginkább összhangban álltak az elméleti ismeretháttérrel (Ragin, 2008). Az empirikus adatok alapján például a keresztény részpopulációban az igazság a méltósággal és az igazságossággal is részalmazos kapcsolatban áll. A keresztény tanítás alapján az igazság az isteni valóság elfogadását jelenti (Benedek pápa, XVI. 2009; Melé, 2011), vagyis az elméleti ismeretháttérrel összhangban az igazság a fenti két érték közül az Isten képmására teremtett ember méltóságát kiemelő értékhez kapcsolódik. Így a két részalmazos kapcsolat közül az igazságot nem az igazságosság, hanem az emberi méltóság értékének részalmazaként soroltam be. Az egyszerűség buddhista értéke például az együttérzésnek és a mértékletességnek is részalmaz, de a kettő közül az utóbbi alapértékhez soroltam, mert az elméleti ismeretháttérrel összhangban ahhoz kapcsolódik (Bouckaert & Opdebeeck & Zsolnai, 2011). A keresztény és a buddhista részpopulációkban található értékek részalmazos

kapcsolatainak leírásához használt, az elméleti ismeretháttérrel összhangban álló részhalmaz-kapcsolatokat a 18. táblázat tartalmazza.

Keresztény	Buddhista
igazság \subset méltóság	őszinte törődés \subset együttérzés
bizalom \subset igazságosság	jól-lét \subset együttérzés
felelősség \subset igazságosság	felelősség \subset együttérzés
szubszidiaritás \subset igazságosság	egyszerűség \subset mértékletesség
szeretet \subset igazságosság	nagylelkűség \subset mértékletesség
mértékletesség \subset igazságosság	megelégedettség \subset mértékletesség
szabadság \subset felelősség	bölcsesség \subset tudatosság
testvériség \subset szolidaritás	kreativitás \subset tudatosság
közjó \subset szolidaritás	nem-ártás \subset tudatosság

18. táblázat: Az értékek csoportosításához felhasznált részhalmaz-kapcsolatok

A tizenkét keresztény érték közül három, az emberi méltóság, az igazságosság és a szolidaritás egyetlen keresztény értéknek sem részhalmaza (vagyis a 18. táblázatban, a keresztény értékek részhalmaz-kapcsolataiban kizárólag jobb oldalon szerepelnek). Mindhárom befoglaló érték, vagyis a többi, a gazdaságban megjelenő keresztény érték e három alapérték egyikének részhalmaza. E három alapérték külön értékcsoportokat képez, mivel mindegyik befoglaló változó. Az első értékcsoport a méltóság, amely befoglalja az igazság értékét. Mindkét érték a keresztény tanítás megkérdőjelezhetetlen alapjait, az isteni igazságot és az Isten képmására teremtett ember központi szerepét jelöli. Az emberi méltóság tehát az üzleti élet területén releváns keresztény ontológiai koncepciót fejezi ki. Ez az értékcsoport közvetíti a keresztény tanítások szellemiségét. A második értékcsoport az igazságosság. Befoglalja a bizalom, a felelősség, a szubszidiaritás, a szeretet és a mértékletesség értékeit. Továbbá a felelősség befoglalja a szabadság értékét. Mind a hat, részhalmazaként megjelenő érték az üzleti folyamatok igazságosságát jelöli. A harmadik értékcsoport a szolidaritás, amely befoglalja a testvériség és a közjó értékeit. A szolidaritás az üzleti életben a másokkal való együttérzés kifejeződése.

A buddhista részpopulációt tizenhárom érték írja le. Ezek közül négy, az összekapcsoltság, a mértékletesség, a tudatosság és az együttérzés nem részhalmazza egyetlen további, a gazdaságban megjelenő buddhista értéknek sem (vagyis a 18. táblázatban, a buddhista értékek részhalmaz-kapcsolataiban kizárólag jobb oldalon szerepelnek, illetve az összekapcsoltság értéke nem szerepel a táblázatban, mert nem áll részhalmazos kapcsolatban egyetlen további buddhista értékkel sem). A négyből három befoglaló érték és mind a négy külön értékcsoporthoz tartozik. A további kilenc buddhista érték ezen alapértékek egyikének részhalmazza. Az első értékcsoporthoz az összekapcsoltság, amely nem tartalmaz részhalmazt. A buddhizmus üzleti életben releváns ontológiai koncepcióját fejezi ki, amely keretet ad az üzleti tevékenységeknek. Az éntelenség, az önzetlenség és a másoktól való elválasztatlanság szellemiségét fejezi ki. A második értékcsoporthoz a mértékletesség, amely befoglalja az egyszerűség, a nagylelkűség és a megelégedettség értékeit. A mértékletesség az üzleti folyamatok és az üzleti eredmények megvalósítására vonatkozik és ellentétben áll a maximalizálással. A harmadik értékcsoporthoz a tudatosság, amely befoglalja a bölcsesség, a kreativitás és a nem-ártás értékeit. Ez a csoport a buddhista meditációs gyakorlathoz kapcsolódó értékeket tartalmazza. Mindhárom érték megerősödése a tudatosság fokozódásának következménye. A negyedik érték kategória az együttérzés, amely befoglalja az őszinte törődést, a jólétet és a felelősséget. Az együttérzés a másokra irányuló törekvések értékcsoporthoz tartozik.

Az értékek részhalmazos csoportosítása után létrehoztam két egyszerűsített igazságtáblát. Ezekben már kizárólag a befoglaló értékek kaptak helyet. Mivel a többi érték a befoglaló értékek részhalmazza, így az egyszerűsített igazságtáblák reprezentálják a gazdaságban megjelenő keresztény, illetve buddhista értékek teljes halmazát. Az egyszerűsített igazságtáblákat a 19. táblázat tartalmazza.

Keresztény vállalkozók				Buddhista vállalkozók				
Kód	Méltóság	Igazságosság	Szolidaritás	Kód	Együttérzés	Mértékletesség	Tudatosság	Összekapcsoltság
K01	1	1	1	B01	1	1	1	0
K02	1	1	0	B02	1	0	1	1
K03	1	1	1	B03	1	0	1	0
K04	1	1	0	B04	1	0	1	0
K05	1	1	1	B05	0	0	1	1
K06	1	1	1	B06	1	1	1	1
K07	0	1	1	B07	1	1	1	1
K08	1	0	1	B08	1	1	1	1
K09	0	1	1	B09	0	1	1	1
K10	0	1	1	B10	1	1	0	1
K11	1	1	1	B11	1	1	1	1

19. táblázat: Az egyszerűsített igazságtáblák

A keresztény részpoblációban három, a buddhista részpoblációban pedig négy alapérték maradt az egyszerűsített igazságtáblákban. Az igazságtáblák további egyszerűsítését az azonos konfigurációk összevonásával végeztem el: az oksági feltételek tekintetében azonos értéksorokat összevontam. Mindazonáltal az oksági komplexitás vizsgálata során a konfigurációk darabszámait (hogy pontosan hány vállalkozó rendelkezik egy adott értékelköteleződéssel leíró konfigurációval) nem mérvadóak (Ragin, 1994). A 20. táblázat tartalmazza a keresztény és a buddhista értékelköteleződések frekvenciáját.

Keresztény vállalkozók				Buddhista vállalkozók				
Méltóság	Igazságosság	Szolidaritás	Darabszám	Együttérzés	Mértékletesség	Tudatosság	Összekapcsoltság	Darabszám
0	1	1	3	0	0	1	1	1
1	0	1	1	0	1	1	1	1
1	1	0	2	1	0	1	0	2
1	1	1	5	1	0	1	1	1
				1	1	0	1	1
				1	1	1	0	1
				1	1	1	1	4

20. táblázat: A keresztény és a buddhista értékelköteleződések darabszáma

A legjellemzőbb keresztény értékorientáció mindhárom keresztény alapértéket, az emberi méltóságot, az igazságosságot és a szolidaritást is magában foglalja. Ezt öt vállalkozó, a keresztény részp populáció 45 százaléka valósítja meg. A legjellemzőbb értékorientáció a buddhista részp populációban is az, amely mindegyik alapértéket, az összekapcsoltságot, a mértékletességet, a tudatosságot és az együttérzést is magában foglalja. Ez négy vállalkozóra, a buddhista részp populáció 36 százalékra jellemző.

A keresztény részp populációban a három alapérték közül tetszőleges kettő kombinációja, valamint mindhárom érték egyidejű megvalósítása is keresztény értékorientációt eredményez az üzleti életben. A keresztény értékorientációt a résztvevők négy értékorientáció-típussal valósítják meg. Az igazságosság és a szolidaritás értékeinek kombinációjával három vállalkozó rendelkezik (K07, K09, K10). Egy vállalkozó valósítja meg értékelköteleződését az emberi méltóság és a szolidaritás értékeivel (K08). Két vállalkozóhoz tartozik az emberi méltóság és az igazságosság (K02, K04) értékek kombinációja. Öt vállalkozó pedig mindhárom értéket megvalósítja értékorientációjában (K01, K03, K05, K06, K11).

A konfigurációk további egyszerűsítését, az igazságtáblában felismert mintázatokkal összhangban, a Boole-algebra módszereit tartalmazó, 3. függelék 6.

pontjában vázolt szabály felhasználásával, holisztikusan valósítottam meg: az azonos kimeneti eredménnyel, és csak egyetlen, egymástól különböző oksági feltétellel rendelkező sorok összevonásával. Az ilyen típusú egyszerűsítés célja az oksági feltételek minél egyszerűbb kombinációinak meghatározása (Ragin, 1987; 1994).

Mivel a vizsgált részpopuláció összes tagja keresztény értékkelköteleződésű vállalkozó, így a kimeneti eredmény minden megfigyelési egységnél azonos. Az egyszerűsítés során egy időben kizárólag egy oksági változó megváltozása engedhető meg. Ilyen esetben a megváltozott oksági feltételnek nincs hatása a kimeneti eredményre, ezért elhagyható. Másként fogalmazva, ha egy igazságtábla két sora ugyanazt a kimeneti eredményt mutatja, de csak egy oksági feltételben tér el egymástól, akkor a két sort megkülönböztető oksági feltétel a kimeneti eredmény szempontjából irreleváns és eltávolítható az oksági kombinációk közül. Ez az egyszerűsítő eljárás mindaddig iterálható, amíg a további egyszerűsítés lehetősége megszűnik, vagyis nem marad két olyan egyszerűsített konfiguráció, amely csupán egy oksági feltételben tér el egymástól (Ragin, 1994). A keresztény részpopulációban az alábbi értékorientációk eredményeznek keresztény értékorientációt az üzleti életben:

1. igazságosság X szolidaritás
2. méltóság X igazságosság
3. méltóság X szolidaritás
4. méltóság X igazságosság X szolidaritás

A Boole-minimalizációval összhangban, a 4. kifejezés az 1-3. kifejezések bármelyikével összevonható, mert mindegyiktől csak egy oksági feltételben különbözik. Az egyszerűsítés első lépésében a 3. és a 4. kifejezéseket vontam össze (mert csak az igazságosságban térnek el egymástól). Ezután az alábbi, keresztény értékorientációt megvalósító értékkombinációk maradtak:

1. igazságosság X szolidaritás
2. méltóság X igazságosság
- 3-4. méltóság X szolidaritás

A három konfiguráció, a fent leírtakkal összhangban, a továbbiakban már nem egyszerűsíthető. Az üzleti életben tehát a három keresztény alapértékből kettő

tetszőleges kombinációja keresztény értékorientációt eredményez, vagyis bármely két érték együttes megvalósítása elégséges feltétel a keresztény értékorientáció megvalósításához.

A buddhista részpopulációban hétfajta értékorientáció található. Az együttérzés és a tudatosság értékeivel két vállalkozó valósítja meg értékelköteleződését (B03, B04). További egy-egy vállalkozóhoz tartozik az együttérzés, mértékletesség és tudatosság (B01); az együttérzés, tudatosság és összekapcsoltság (B02); a tudatosság és összekapcsoltság (B05); a mértékletesség, tudatosság és összekapcsoltság (B09); valamint az együttérzés, mértékletesség és összekapcsoltság (B10) értékkombináció. Emellett négy vállalkozó valósítja meg értékelköteleződését mind a négy alapérték megjelenítésével (B06, B07, B08, B11). A buddhista értékek között a tudatosság dominanciája tapasztalható. A hét, buddhista értékelköteleződést eredményező konfiguráció közül hatban szerepet kap. Ezt követi az együttérzés és az összekapcsoltság, amelyek öt konfiguráció alkotóelemei. A mértékletesség négy konfigurációban szerepel.

A buddhista értékorientációt létrehozó hét konfigurációt a keresztény részpopulációban végrehajtott egyszerűsítéssel azonos módon egyszerűsítettem, a dolgozatom 3. függelékében található, Boole-minimalizálásra vonatkozó szabályokkal összhangban. A buddhista részpopulációban az alábbi értékorientációk eredményeznek buddhista értékorientációt az üzleti életben:

1. tudatosság X összekapcsoltság
2. mértékletesség X tudatosság X összekapcsoltság
3. együttérzés X tudatosság
4. együttérzés X tudatosság X összekapcsoltság
5. együttérzés X mértékletesség X összekapcsoltság
6. együttérzés X mértékletesség X tudatosság
7. együttérzés X mértékletesség X tudatosság X összekapcsoltság

A Boole-minimalizációval összhangban, első lépésben az alábbi kifejezéseket vontam össze: az 1. és a 2. kifejezéseket (mert csak a mértékletességben térnek el egymástól); a 3. és a 4. kifejezéseket (mert csak az összekapcsoltságban térnek el

egymástól); valamint az 5. és a 7. kifejezéseket (mert csak a tudatosságban térnek el egymástól). Az egyszerűsítés első lépése után az alábbi, buddhista értékorientációt megvalósító konfigurációk maradtak:

- 1-2. tudatosság X összekapcsoltság
- 3-4. együttérzés X tudatosság
- 5-7. együttérzés X mértékletesség X összekapcsoltság
- 6. együttérzés X mértékletesség X tudatosság

Az egyszerűsítés utolsó lépéseként összevontam egymással a 3-4. és a 6. kifejezéseket (mert csak a mértékletességben térnek el egymástól). Az egyszerűsítés után az alábbi konfigurációk maradtak, amelyek buddhista értékorientációt eredményeznek az üzleti életben:

- 1-2. tudatosság X összekapcsoltság
- 3-4-6. együttérzés X tudatosság
- 5-7. együttérzés X mértékletesség X összekapcsoltság

Az így létrejött konfigurációk a továbbiakban nem egyszerűsíthetők. A buddhista értékelköteleződésben fontos szerepe van a tudatosságnak, viszont egyik konfigurációban sem jelenik meg elégséges feltételként. A tudatosság megvalósítása nélkül mindhárom másik buddhista alapérték, az együttérzés, a mértékletesség és az összekapcsoltság együttes megvalósítása szükséges a buddhista értékelköteleződés megvalósulásához.

A spirituális vezetés magában foglal (i) egy víziót, amely az értékorientáció mögötti ontológiai koncepció; (ii) egy szervezeti kultúrát, amely a vezetés procedurális dimenziója; és (iii) a másokkal való őszinte törődést, amely az üzleti folyamatok másokra való irányultsága (Fry, 2003).

A keresztény értékelköteleződés az üzleti életben három alapérték köré szerveződik: az emberi méltóság, az igazságosság és a szolidaritás köré. Az emberi méltóság az üzleti élet területén releváns keresztény ontológiai koncepciót fejezi ki. Az igazságosság az üzleti folyamatok keresztény módon történő megvalósításának módját jelöli. A szolidaritás az üzleti életben a másokkal való együttérzés kifejeződése, amely a mások boldogulására irányuló cselekedeteket foglalja magában.

A buddhista értékelköteleződés az üzleti életben négy alapérték köré szerveződik: az összekapcsoltság, a mértékletesség és a tudatosság, valamint az együttérzés köré. A buddhizmus üzleti életben releváns ontológiai koncepciója az összekapcsoltság. Az üzleti folyamatok megvalósításának módját a mértékletesség és a tudatosság értékei vezérlik. A másokra irányuló törekvések értékcsoportja az együttérzés, amely az érintettekkel való őszinte törődés megvalósítása.

A két értékorientáció az üzleti életben eltérő ontológiai koncepcióval rendelkezik. Az empirikus eredmények megerősítik, hogy a keresztény értékelköteleződés antropocentrikus (Gasparski, 2004; Melé, 2011; Thompson, 2004), mivel az Isten képmására teremtett embert helyezi középpontjába. A buddhista tanítások ontológiai alapja viszont az összekapcsoltság (Zsolnai, 2007; 2008). Ezt a különbséget Morris (1956), Allport (1950) és Thompson (2008) is megerősíti, valamint ugyanezt a gondolatot emelte ki a kutatás egyik résztvevője:

„Van egy nagy különbség a két spiritualitás között. A kereszténység sokkal antropocentrikusabb, emberközpontúbb. A buddhizmus sokkal kevésbé, vagy egyáltalán nem az” (B05).

A keresztényi igazságosság a helyes üzleti tevékenységek létrehozására vonatkozik (Johnston, 2002). Gasparski (2004) az igazságosságot helyes viselkedésként határozza meg, amely magában foglalja a felelősségvállalást, a méltányosságot és egy olyan üzleti gyakorlatot, amely a gazdasági erőt a *jó* megvalósítására használja. Az empirikus eredményekkel összhangban az üzleti folyamatok megvalósításának módját a keresztény részpapulációban az igazságosság értéke vezérli, amely érzelmi értékek mellett (bizalom és szeretet) procedurális értékeket (felelősség, szubszidiaritás, mértékletesség, szabadság) is magában foglal. A buddhista részpapulációban az üzleti folyamatok megvalósításának módját a mértékletesség és a tudatosság értékei vezérlik. A mértékletesség minden spirituális hagyományban kulcsszerepet kap, és nagymértékben befolyásolja az üzleti tevékenységeket a jól-lét, valamint a fenntarthatóság megvalósításában (Bouckaert & Opdebeeck & Zsolnai, 2011). A mértékletesség és a tudatosság megjelenése is a buddhista meditáció gyakorlásának következménye, az eredmények azonban alátámasztják, hogy a tudatosság önmagában nem elegendő a spirituális értékelköteleződés megvalósításához az üzleti életben (Kovács & Ócsai, 2015). Az üzleti folyamatok megvalósításának módja a buddhista részpapulációban nem foglal magában érzelmi értékeket (azok csak a másokra való

irányultság értékei között jelennek meg). A keresztény oldalon az igazságosság magában foglalja a mértékletességet, de teret enged az érzelmi dimenzióba tartozó szeretetnek is. Procedurális szinten, az igazságosság megvalósításán keresztül, a keresztény értékorientáció kommunikatív, a buddhista értékorientáció viszont, a tudatosság és a mértékletesség megvalósításán keresztül, individualista.

A másokkal való törődés egy pszichológiai szükséglet (Solomon, 1998), amely a kereszténységben szolidaritásként (Melé, 2011; János Pál pápa, II. 1987), a buddhizmusban pedig együttérzésként jelenik meg (Dalai Láma, 2008). Ezek az értékek a közjónak és mások jól-létének fontosságát jelzik, és szinonimaként jelennek meg (Prassas, 2015). Az empirikus eredményekkel összhangban, az üzleti folyamatok másokra való irányultságát a keresztény részpopulációban a szolidaritás, a buddhista részpopulációban pedig az együttérzés határozza meg. A szolidaritás magában foglalja a testvériség megvalósítását, míg az együttérzés a másokkal való őszinte törődést.

A keresztény és a buddhista alapértékek, három érték kategória – az ontológiai koncepciót leíró értékek, a gazdasági folyamatok megvalósítására vonatkozó értékek, és az üzleti folyamatok másokra való irányultságát kifejező értékek – mentén történő összehasonlítását a 21. táblázat tartalmazza.

Értékkategóriák, dimenziók	Keresztény értékek	Buddhista értékek
Ontológiai koncepció	méltóság	összekapcsoltság
A gazdasági folyamatok megvalósítása	igazságosság	mértékletesség, tudatosság
A másokra való irányultság	szolidaritás	együttérzés

21. táblázat: A gazdaságban megjelenő keresztény és buddhista alapértékek összehasonlítása

A kutatás második részterületén a keresztény és buddhista értékorientációkat alkotó értékeket mutattam be az üzleti életben, és empirikus adatokkal vizsgáltam meg a közöttük fennálló különbségeket és hasonlóságokat. Az eredmények azt mutatják, hogy a kutatásban résztvevő vállalkozók értékorientációi olyan, irreducibilis értékeket tartalmaznak, amelyek leírják az adott hagyomány ontológiai koncepcióját, az üzleti folyamatok megvalósításának módját, valamint az üzleti tevékenységek másokra való irányultságát. Ezzel összhangban a keresztény részpopuláció három, másra vissza nem vezethető alapértéke az üzleti életben az emberi méltóság, az igazságosság és a szolidaritás; míg a buddhista részpopuláció négy, másra vissza nem vezethető

alapértéke az üzleti életben az összekapcsoltság, a mértékletesség, a tudatosság és az együttérzés.

7.2.3 A spirituális és a materiális értékek viszonya az üzleti életben

Az empirikus kutatás harmadik részterülete a spirituális és a materiális értékek viszonyát vizsgálja az üzleti életben. A részterülethez tartozó pontos kutatási kérdés, hogy milyen viszony van a spirituális és a materiális értékek között a spirituális értékek iránt elkötelezett hazai vállalkozók üzleti életében. A materializmus és a spiritualitás szemben álló értékorientációk, mert egymással nehezen összeegyeztethető értékeknek tulajdonítanak fontosságot (Blot, 2011; Burroughs & Rindfleisch, 2002; Schwartz, 2012). Az üzleti életben a materiális értékek váltak leginkább jellemzővé a viselkedés alakításában, így ezen a területen a materiális és a spirituális értékorientáció könnyen konfliktusba kerülhet egymással (Kasser & Ryan, 1993; Mitroff & Denton, 1999). Értékkonfliktus felbukkanásával pedig a domináns értékek a periférikus értékek kárára érvényesülnek (Schwartz, 1992).

A dolgozatom 1. és 2. függelékeiben található interjúvázlatok harmadik része (a 3. pontban összegyűjtött kérdések) a vállalkozói értékorientációval kapcsolatos adatok összegyűjtését célozta. A bennük szereplő második kérdéscsoport (a 3.2 pontban szereplő kérdések) célja a spirituális és a materiális értékek vizsgálatához szükséges adatok összegyűjtésére.

A félig strukturált interjúk biztosította lehetőséget kihasználva, ebben a kérdéscsoportban egy általános és egy konkrét kérdés vonatkozik a spirituális és a materiális értékek viszonyára. Ha az interjúalany az első, általános kérdés során nem említette a materiális értékeket, akkor feltettem neki a második, explicit kérdést. Az interjúalanyok nagy része már az általános kérdés során megemlítette a materiális értékek témakörét. Csupán négy résztvevőnél (K04, K08 és B02, B08) volt szükség arra, hogy az interjúvázlatban található konkrét kérdést is feltegyem.

Az elemzéshez szükséges adatokat elsődlegesen az interjúvázlatok 3.2 pontjában szereplő kérdésekre adott válaszok biztosították. Mindemellett ismét átolvastam az interjúk legépelt szövegeit, hogy tartalmazznak-e további releváns információkat az elemzéshez.

Az adatelemzést kvalitatív tartalomelemzés és dokumentumelemzés segítségével végeztem el. A dokumentumelemzés ezen a kutatási részterületen is öt keresztény és négy buddhista vállalkozás küldetésnyilatkozatainak elemzését jelentette (K01, K04, K07, K09, K10 és B01, B05, B07, B11). A tényleges adatelemzéshez azonban csak három keresztény (K01, K04, K07), valamint két buddhista (B07, B11) küldetésnyilatkozatot használtam fel, mert csupán ezek tartalmaztak utalásokat a spirituális és a materiális értékek viszonyára. A többiben (K09, K10 és B01, B05) kizárólag általános üzleti értékek kaptak helyet. Az értékelköteleződéssel kapcsolatos dokumentumok tartalmát a 22. táblázat foglalja össze.

Résztvevő kódja	Értékek típusa
K01	Spirituális és általános üzleti értékek
K04	Spirituális értékek
K07	Spirituális és általános üzleti értékek
K09	Általános üzleti értékek
K10	Általános üzleti értékek
B01	Általános üzleti értékek
B05	Általános üzleti értékek
B07	Spirituális és általános üzleti értékek
B11	Spirituális és általános üzleti értékek

22. táblázat: Az értékelköteleződéssel kapcsolatos dokumentumok tartalma

Az adatelemzéshez felhasznált szövegrészek kivonatát (a dokumentumelemzéshez felhasznált idézetekkel együtt), külön kérésre rendelkezésre bocsátható formában, hozzáférhető helyre archiváltam.

Az előzetes adatelemzést ezen a kutatási részterületen is az adatgyűjtéssel párhuzamosan végeztem. Kódoltam a kutatási kérdés szempontjából releváns szövegrészeket (az interjúvázlatokban szereplő kérdésekre adott válaszokat, egyéb releváns szövegrészeket, és az értékelköteleződéssel kapcsolatos dokumentumokat). Ezután véglegesítettem a kódolási sémát.

A spirituális és a materiális értékek között fennálló viszony elemzéséhez felhasznált kódolási sémában két kategóriát hoztam létre: a *spiritualitás dominál*, és a *kompromisszum* kódokat. Az elsőt azon szövegrészek kódolásához használtam fel, amelyek a spirituális értékek materiális értékek feletti dominanciáját jelzik. A második kód egy kompromisszumos kapcsolatot jelez a spirituális és a materiális értékek között. Ebben a kategóriában az interjúalany az üzleti értékek által kijelölt keretek között, azok korlátain belül tudja csak megvalósítani saját spirituális értékelköteleződését. Ebben a megközelítésben a vállalkozó elsősorban üzleti célokkal rendelkezik, így a gazdasági logika ad keretet a spirituális értékelköteleződés számára. A spirituális értékek ez esetben az üzleti folyamatok megvalósításának módját befolyásolják. Ezeket a vállalkozókat sem lehet a hagyományos vállalkozók közé sorolni, mert azoktól eltérő módszerekkel valósítják meg üzleti gyakorlataikat. A spirituális értékorientációhoz köthető, speciális üzleti megoldások részletes leírását kutatásom negyedik részterülete mutatja be.

A kódolási séma alapján a *spiritualitás dominál* kódot azokhoz a szövegrészekhez rendeltem hozzá, amelyek vagy a spirituális hagyományhoz kötve expliciten, vagy az adott spirituális hagyományra jellemző értékek segítségével, közvetetten fejezték ki a spirituális értékek materiális értékek feletti dominanciáját az üzleti életben.

Ebben a kategóriában a keresztény részpopuláció hat tagja explicit módon, a spirituális hagyományhoz kötve fejezte ki a spiritualitás dominanciáját (K01, K03, K05, K08, K09, K10), például:

„Nekem a hit nem egy külön réteg, amit hol leszedek, hol felteszek, hanem az én személyiségemnek, gondolkodásomnak része. A döntéseimben benne van... És az, hogy egy vállalkozásban vannak ilyenek, hogy piac, marketing, nyereség meg verseny, ezekről úgy gondolom, hogy ezeket meg lehet élni összhangban a hitemmel. Nem kell, hogy az ember skizofrén legyen, ha vállalatvezető meg keresztény is akar lenni” (K01).

„Nem lehet élesen elválasztani az ember személyétől egy céget. Az egy nagy hiba, amikor ezt szétválasztják” (K03).

„Ha az ember jól vallásos, akkor az egy életforma. Úgy kell élnie” (K08).

Két résztvevő a keresztény értékekre való utalással fejezte ki a két értékorientáció közötti viszonyt (K04, K07):

„Hogy ne csak a pénzt lássuk, ne csak a pénz jöjjön be. Ami persze fontos, hanem fontos a személy, a másik is” (K04). (Ami az emberi méltóságra, mint keresztény értékre utal.)

„Ez a nevéből adódóan egy társadalmi vállalás volt” (K07). (Ami a közjóra, mint keresztény értékre utal.)

A spiritualitás dominanciájának kategóriájában a buddhista részpopulációból is hatan fejezték ki a spiritualitás materializmus feletti domináns szerepét explicit módon, a spirituális hagyományhoz kötve (B01, B03, B05, B06, B07, B08), például:

„A buddhizmus egy olyan dolog, ami átszövi az életet teljesen, minden irányból. Természetesen ez kihat az üzleti kapcsolatokra...” (B01).

„Nem lehet elválasztani. Egy idő után a buddhizmus filozófiája és módszerei által hozott tapasztalatot nem tudod kivenni a hétköznapi életből, ami jó” (B03).

„Lényegi elem, hogy a cég másodlagos. Nekem azért van a cégem, hogy pénzt csináljak és tudjak utazni és a buddhizmussal foglalkozni. És nekem az elsődleges a buddhizmus” (B06).

Egy résztvevő (B11) használta kifejezőmódjában a buddhista értékeket a két értékorientáció közötti kapcsolat leírására:

„Mi nem csak 'made in Bhutan' termékekben gondolkodunk, mert hogy az limitált, illetve a probléma a szállítás. Ezért jött az, hogy ez egy inspired by, egy inspiráció, ami Bhutánból jön... inspirációt szállítunk, és ezt exportálunk... És aki pénzt csinál ebből... rajtunk keresztül ad vissza Bhutánnak” (B11). (Amely az egyszerűsége, a tudatosságra és a kreativitásra, mint buddhista értékre utal.)

A dokumentumelemzés eredménye összhangban áll a kvalitatív tartalomelemzés eredményével. Az öt, spirituális értékeket is tartalmazó küldetésnyilatkozattal rendelkező vállalkozásnál (K01, K04, K07 és B07, B11) a spiritualitás dominálja a materiális értékeket. Azoknál a cégeknél is a spirituális értékek materiális értékek feletti dominanciája figyelhető meg, amelyek kizárólag általános üzleti értékeket tartalmazó küldetésnyilatkozattal rendelkeznek (K09, K10 és B01, B05). Így tehát a küldetésnyilatkozatok megléte (tartalomtól függetlenül) is már jelzi a spiritualitás materializmus feletti dominanciáját a spirituális értékek iránt elkötelezett vállalkozók esetében.

A *kompromisszum* kódot azokhoz a szövegrészekhez rendelttem hozzá, amelyek a spirituális értékek üzleti életben történő megvalósításának materiális értékek által kijelölt korlátait jelezték. A válaszadók ebben a kategóriában kifejezték, hogy bár a materiális értékek keretrendszerében folytatják üzleti alaptevékenységeiket, azok megvalósítási módját spirituális értékorientációjuk határozza meg. Az interjúalanyok ebben a kategóriában is expliciten, vagy ráutalással mondták el véleményüket.

A keresztény részpopuláció egyetlen (K11) tagja fejezte ki explicit módon a két értékorientáció kompromisszumos kapcsolatát:

„A multinacionális cégekben ezek a helyi szabadságok nem bővülőben, hanem inkább szűkülőben vannak. Viszont az meg személyes nézőpontom, hitvallásom, ha úgy tetszik, hogy keressük meg azt, amit mégis lehet, és meglepően sok mindent lehet, hogyha elmegyünk a pálya szélére” (K11).

A keresztény részpopuláció két tagja pedig utalt a kompromisszumos kapcsolatra (K02, K06), például:

„Ha egy nagyon alapos lelkiismeret-vizsgálatot tartok, akkor biztos, hogy van egy olyan szint, amiről nem is tudok. Az emberek így szokták csinálni, és azt én is elfogadom. Mondok egy példát: nagyon sokat utazom, rengeteget utazom repülővel. Nekem tíz feletti a lábnyomom. Amikor tizenórát utazom, megfordul bennem, hogy ezt most meg kéne magyarázni. Te miért vagy kivételezett ilyen szempontból? Ez tipikusan egy ilyen helyzet” (K02).

A buddhista részpopulációban hárman fejezték ki explicit módon (B04, B09, B10) a spirituális és a materiális értékek közötti kompromisszumos kapcsolatot az üzleti életben, például:

„Nem mondom azt, hogy nem csinállok olyat, ami nem ellenkezik a Buddha tanításaival. Nem vagyok kocsáros, de értékesítünk olyan élelmiszert, amit én nem értékesítenék, hogyha én lennék a tulajdonos. Hozunk olyan számviteli döntéseket, amiket nem biztos, hogy a buddhista közgazdaságtannal összeillenek, de ezek kompromisszumok” (B09).

Egy interjúalany (B02) pedig ráutalással hangsúlyozta a két értékorientáció kompromisszumos kapcsolatát:

„Néha a legjobb kereskedő is elad egy hegy nélküli ceruzát. És ez így is van. Néha van olyan, hogy tudjuk, hogy valami nem pont olyan, de általában ilyenkor meg az a helyzet, hogy az embereknek pont ez kell. Viszont ami a

legfontosabb, hogy valós értéket adjak azért a pénzért, amiért hozzám jön valaki” (B02).

A huszonkét esetet tartalmazó két részpopulációban összesen tizenöt vállalkozónál (a populáció 68 százalékánál) dominálják a spirituális értékek a materiális értékeket az üzleti életben. A további hét vállalkozónál (a populáció 32 százalékánál) ez a kapcsolat kompromisszumos, vagyis a materiális értékek jelölik ki a működési kereteket, de az adott lehetőségeken belül a folyamatok konkrét megvalósítását a spirituális értékek határozzák meg.

A kutatás egyetlen résztvevője sem említette, hogy feszültséget vagy konfliktust élne át a spirituális és a materiális értékek között az üzleti életben. Ezek az eredmények tehát nem erősítik meg az elméleti ismeretháttérben megfogalmazott feltételezéseket, miszerint két ellentétes értékorientáció között nagy valószínűség szerint feszültség vagy konfliktus alakul ki (Burroughs & Rindfleisch, 2002; Rokeach 1963; Schwartz et al. 2012; Sheldon & Kasser, 1995).

A kutatásban résztvevő keresztény és buddhista vállalkozóknál a spirituális és a materiális értékek viszonyát a 23. táblázat tartalmazza. Ebben helyet kapott az adott vállalkozás kódja, a kódolási sémában használt viszony-kategória kódja (hogyan a spiritualitás dominál, vagy kompromisszumos kapcsolat van-e a spirituális és a materiális értékek között), valamint a küldetésnyilatkozatokkal kapcsolatos információk (hogyan van-e a vállalkozó részt vett-e az elkészítésében, illetve a benne foglalt értékek típusa).

Kód	Viszony-kategória	Küldetés-nyilatkozat	Kód	Viszony-kategória	Küldetés-nyilatkozat
K01	Spiritualitás dominál	Spirituális és általános üzleti értékeket tartalmazó	B01	Spiritualitás dominál	Általános üzleti értékeket tartalmazó
K02	Kompromisszumos kapcsolat	Nem releváns	B02	Kompromisszumos kapcsolat	Nincs
K03	Spiritualitás dominál	Nincs	B03	Spiritualitás dominál	Nincs
K04	Spiritualitás dominál	Spirituális értékeket tartalmazó	B04	Kompromisszumos kapcsolat	Nem releváns
K05	Spiritualitás dominál	Nincs	B05	Spiritualitás dominál	Általános üzleti értékeket tartalmazó
K06	Kompromisszumos kapcsolat	Nem releváns	B06	Spiritualitás dominál	Nincs
K07	Spiritualitás dominál	Spirituális és általános üzleti értékeket tartalmazó	B07	Spiritualitás dominál	Spirituális és általános üzleti értékeket tartalmazó
K08	Spiritualitás dominál	Nincs	B08	Spiritualitás dominál	Nincs
K09	Spiritualitás dominál	Általános üzleti értékeket tartalmazó	B09	Kompromisszumos kapcsolat	Nem releváns
K10	Spiritualitás dominál	Általános üzleti értékeket tartalmazó	B10	Kompromisszumos kapcsolat	Nem releváns
K11	Kompromisszumos kapcsolat	Nem releváns	B11	Spiritualitás dominál	Spirituális és általános üzleti értékeket tartalmazó

23. táblázat: A spirituális és a materiális értékek viszonya

A végleges kódolási sémában két kód kapott helyet: (i) a *spiritualitás dominál* és a *kompromisszum*. A két kód egy, a kifejezés módját jelölő dimenzió segítségével tovább bontható. A végső kódolási sémával összhangban álló válaszok darabszámát és százalékos arányát a 24. táblázat tartalmazza.

Kódok		Keresztény		Buddhista		Összesen	
		db	%	db	%	db	%
Spiritualitás dominál	expliciten kimondja	6	55	6	55	12	55
	utalást tesz rá	2	18	1	9	3	13
	összesen	8	73	7	64	15	68
Kompromisszumos kapcsolat	expliciten kimondja	1	9	3	27	4	18
	utalást tesz rá	2	18	1	9	3	13
	összesen	3	27	4	36	7	32

24. táblázat: A spirituális és a materiális értékek viszonyát leíró válaszok száma és százalékos aránya

Plauzibilis, hogy a spirituális és a materiális értékek kapcsolatát befolyásolja a vállalkozó szerepe a szervezetben. Feltételeztem, hogy nagyobb valószínűséggel áll fenn kompromisszumos kapcsolat a két értékorientáció között, ha az interjúalany nem tulajdonosa az adott cégnek, mert általában a tulajdonosok határozzák meg a vállalkozás alapstruktúráját. Ezek a struktúrák pedig korlátozhatják az interjúalany lehetőségét, hogy spirituális értékeit teljes mértékben közvetíteni tudja az üzleti életben.

A spiritualitás és a materializmus közötti kompromisszumos kapcsolatot megvalósító eseteket az 25. táblázat tartalmazza. Ebben helyet kapott a kompromisszumos kapcsolatot megvalósító esetek kódja, a vállalkozó szervezetben betöltött szerepe, valamint a cég működési szektora.

Kód	Tulajdonos	Szektor
K02	Nem	Szolgáltatás
K06	Nem	Szolgáltatás
K11	Nem	Szolgáltatás
B02	Igen	Kereskedelem
B04	Nem	Pénzügy és bank
B09	Nem	Kereskedelem
B10	Nem	Pénzügy és bank

25. táblázat: A kompromisszumos kapcsolatot megvalósító esetek

A kompromisszumos kapcsolatot megvalósító hét esetből mindössze egy olyan található, amelynél az interjúalany tulajdonosa is az adott szervezetnek (B02), mégis kompromisszumos kapcsolat áll fenn a két értékorientáció között. Ezt azonban indokolhatja a vállalkozás alaptevékenysége. A kereskedelem ugyanis egy olyan gazdasági szektor, melyben – az interjúalany elmondása alapján – előfordul, hogy olyan termékeket kell forgalmazni, amelyek nem állnak összhangban a vállalkozó értékeivel:

„Még a legjobb kereskedő is elad néha egy hegy nélküli ceruzát. Tehát azt nem mondhatom, hogy az igazság mindenáron, de törekedni az igazságra mindenáron. Amennyiben ez lehetséges. Mondok egy példát, hogy nehogy félreértés legyen. Ma mindenki Vans cipőt akar. De tudom, hogy a Vans szar. Szar minőségű cipő. Ha végsőkéig az igazsághoz ragaszkodnék, akkor a Vans-t nem árulhatnám, mert nem az a minőség, amit mi szeretnénk képviselni. De azt is be kellett látnom, hogy ez a világ már nem erről szól. Az embereknek vannak szükségleteik, van pénzük. Ki kell elégtetni a szükségleteiket és ezt a pénzt ki fogják égetni valahol, függetlenül attól, hogy én a rendszerben vagyok-e vagy sem. Ha viszont azzal a motivációval csinálom az egészet, hogy én azt a pénzt, amit esetleg ebből megkeresek, azt jól használom, és felajánlom ezeket az érdemeket nekik is, akkor ezen sokszorosan nyerneek ők is, tudtukon kívül is” (B02).

És bár a vállalkozó erős spirituális elkötelezettséggel rendelkezik, a fenti idézetből kitűnik, hogy a kereskedelmi tevékenységgel együtt járó, spiritualitással ellentétes adottságot kiküszöbölni nem tudja, annak keretein belül közvetíti spirituális elköteleződését. A kutatásban három cég vett részt, amelyek a kereskedelmi szektorban működnek (B02, B07, B09). A kereskedelmi tevékenységből adódó nehézséget egy másik résztvevő is alátámasztja (B09):

„Nem mondom azt, hogy nem csinállok olyat, ami nem ellenkezik a Buddha tanításaival. Nem vagyok kocsáros, de értékesítünk olyan élelmiszert, amit én nem értékesítenék, hogyha én lennék a tulajdonos” (B09).

A harmadik, kereskedelmi szektorban működő vállalkozás tulajdonosa egy olyan üzleti megoldással oldotta fel ezt a konfliktust, amely – állítása szerint – a világon egyedülálló (B07):

„Tudok mondani egy példát, ami ide is belepasszol. Ez nem egy új dolog nálunk, de jól passzol a küldetéshez is és a többihez is. Van száz százalékos, időkorlát nélküli visszafizetési garancia nálunk. És ez egy teljesen

egyedülálló dolog a kereskedelemben, még az on-lineban is, de az offlineban is. Sehol nem látsz ilyet még külföldön sem. Amerikában van, ami hasonlít rá, de ilyen tágan értelmezett sehol sincsen. Már ez is többször felmerült a kollégákban, hogy ez biztos, hogy jó-e. Meg lehet csinálni, hogy valaki öt évig széthordott egy öltönyt, akkor visszasétál és visszakéri az árát. Mert ez is egy olyan fajta gesztus, amivel azt akarjuk üzeni, hogy mi olyan terméket adunk, ami tutira jó lesz. És ha egy vagy két év múlva derül ki, hogy valami baja van, akkor minden procedura nélkül azt mi visszavesszük, vagy kicseréljük, vagy visszaadjuk az árát. Ez egy jó megvalósulása az alapelvünknek. De ugyanakkor én pontosan tudom, hogy ez gazdaságilag egy baromira jövedelmező dolog. Az egyedi ügyletek ritkán veszteségesek, nagyon nagy nyereségnövelő tényező, azon keresztül, hogy a vevők is elhiszik és emiatt sokkal nagyobb bizalommal vannak irántunk. Zárójelben jegyzem meg, ez egy olyan szintű tudati gát a kereskedőkben, hogy még a legközelebbi barátaim, akik valami hasonló dologgal foglalkoznak, ők sem vállalják be” (B07).

Ez esetben az interjúalany a kereskedelemben inherensen benne lévő ellentmondást a tevékenységhez való hozzáállással oldja fel. Ezáltal spirituális értékelköteleződése a vállalkozás alaptevékenységében is megjelenik. Mindaddig, amíg a kereskedők nem haladják meg az alaptevékenységből adódó „tudati gátat”, rá lesznek kényszerítve egy kompromisszumos kapcsolatra, amely azzal jár, hogy olyan termékeket forgalmaznak, amelyeket spirituális értékelköteleződésükkel összhangban nem biztos, hogy forgalmaznának.

A spiritualitás materializmus feletti dominanciáját megvalósító eseteket az 26. táblázat tartalmazza, melyben szerepel az esetek kódja, a vállalkozó szervezetben betöltött szerepe, valamint a cég működési szektora.

Kód	Tulajdonos	Szektor
K01	Igen	Szolgáltatás
K03	Igen	Logisztika
K04	Igen	Szolgáltatás
K05	Igen	Szolgáltatás
K07	Igen	Szolgáltatás
K08	Nem	Szolgáltatás
K09	Igen	Ipar
K10	Igen	Szolgáltatás
B01	Igen	Szolgáltatás
B03	Igen	Ipar
B05	Igen	Szolgáltatás
B06	Igen	Szolgáltatás
B07	Igen	Kereskedelem
B08	Igen	Szolgáltatás
B11	Igen	Szolgáltatás

26. táblázat: A spiritualitás materializmus feletti dominanciáját megvalósító esetek

A spiritualitás materializmus feletti dominanciáját megvalósító tizenöt esetből csupán egy olyan található, amelynél az interjúalany nem tulajdonosa az adott szervezetnek (K08). Ez esetben a cég tulajdonosa az állam. A spiritualitás dominanciájának oka, hogy – a tulajdonosi szerkezetből adódóan – a vállalkozás állandó, jól kalkulálható bevételekkel rendelkezik, amire az interjúalany utalt is:

„Nekünk speciális a helyzetünk. Állami cég vagyunk és van munkánk. Egy olyan cégben, ahol meg kell harcolni a munkáért, és nem látnak előrébb két-három hónapnál, ott sokkal nehezebb kereszténynek lenni, mert ott jobban kell hajszolni az embereket esetleg. Nekünk sokkal könnyebb dolgunk van, mert mi azért látjuk előre 80 százalékban biztosan az egész éves árbevételünket és ezt azért nagyon kevés cég mondhatja el magáról. Mi iszonyú szerencsések vagyunk ilyen szempontból. Könnyű nekem itt keresztényként nyugalmat sugároznom és így viselkednem, mert nincs az a stressz se rajtam, se az egész társaságon” (K08).

A fent említett cégen kívül a vizsgált populációban nincs olyan szervezet, amely állami tulajdonban lenne.

A spiritualitás és a materializmus viszonyát a vállalkozók üzleti életében két típusba soroltam: (i) akiknél a spiritualitás dominálja a materiális értékeket; és (ii) akik kompromisszumos megoldásként, egy adott üzleti keretben valósítják meg spirituális értékelköteleződésüket.

A spirituális értékkötelező dominanciája azon résztvevőknél valósul meg, akik saját cégük tulajdonosai, vagy alkalmazottként állami cégnél dolgoznak. Ezt az értékelköteleződést öt esetben írásban, küldetésnyilatkozat formájában is megfogalmazták. Minden olyan résztvevőnél, aki tulajdonosként részt vett írott, értékelköteleződéssel kapcsolatos dokumentum megalkotásában, a spirituális értékek dominálják a materiális értékeket az üzleti életben. A spiritualitás dominanciájának egyik megjelenési formája az értékelkötelezettséggel kapcsolatos írott dokumentum.

Kompromisszumos kapcsolatról azokban az esetekben beszélhetünk, ahol a vállalkozó nem tulajdonosa az adott cégnek, és ahol a cég a kereskedelmi szektorban működik, de nem tudja feloldani a kereskedelmi tevékenységből származó ellentmondásokat. E cégek egyike sem rendelkezik az értékelkötelezettséget tartalmazó olyan írásos dokumentummal, amelynek elkészítésében az interjúalany részt vett.

A vizsgált populáció egyik tagja sem jelezte, hogy feszültséget vagy konfliktust érezne a spirituális és a materiális értékkötelező között az üzleti életben.

7.2.4 A spirituális értékkötelezőből származó üzleti gyakorlatok

A kutatás negyedik részterülete a spirituális értékkötelezőből származó üzleti gyakorlatok vizsgálata, amelyet kvalitatív tartalomelemzés segítségével hajtottam végre. A részterülethez tartozó pontos kutatási kérdés, hogy milyen területen és hogyan jelenik meg a vállalkozó spirituális értékkötelezője a vállalkozás üzleti gyakorlatában. Arra kerestem a választ, hogy milyen üzleti megoldásokon keresztül jelenik meg a vállalkozók spirituális értékelkötelezője a gyakorlatban (Bankwala, 2004; Baritz, 2014; Bouckaert, 2007; Boudon, 2001; Kluckhohn, 1951).

Az elemzéshez szükséges adatokat az interjúvázlatok harmadik részének (a 3. pontban összegyűjtött kérdések) segítségével gyűjtöttem össze. A kutatási részterülethez a harmadik kérdés és a negyedik kérdéscsoport (a 3.3 és 3.4 pontban szereplő kérdések)

tartoznak. Céljuk a spirituális értékorientáció szervezetben történő megjelenésével kapcsolatos információk összegyűjtése: milyen gyakorlatokon keresztül jelennek meg a spirituális értékek, és vannak-e etikai- vagy környezetmenedzsment intézmények, amelyek hozzájárulnak az értékorientáció megvalósításához.

Az interjúalanyok a beszélgetésnek ebben a részében nagyon kommunikatívak voltak. Ezt bizonyítja az átlagosnál könnyebb adatgyűjtés, valamint az ezen a részterületen összegyűjtött információ mennyisége. Számos konkrét üzleti megoldást és általános leírást is kaptam a spirituális értékek gyakorlati megjelenéséről. Az elemzés elsődleges forrásai az itt összegyűjtött adatok voltak. Ezen túl azonban minden interjú szövegét újraolvastam, mert az interjúalanyok a beszélgetés során, más helyeken is megemlíthettek további releváns információkat. Az előzetes elemzést ezen a kutatási részterületen is az adatgyűjtéssel párhuzamosan végeztem. Ennek során gondolati mintázatokat azonosítottam, melyek kódolását később az összes releváns szövegrészen elvégeztem. Ilyenek (i) a munkavállalókat érintő témakörök; (ii) a vállalkozások alapvető célja; (iii) a gazdálkodás időtávjának figyelembe vétele; (iv) a transzformatív vezetői jellemvonások megjelenése; (v) az elkötelezett érintett-menedzsment; valamint (vi) a korrupció elkerülése. Az adatelemzéshez felhasznált szövegrészeket e kutatási részterület esetében is, külön kérésre rendelkezésre bocsátható formában, hozzáférhető helyre archiváltam.

A munkavállalókat érintő témakörök elemzésének első lépésében kivettem a vizsgált populációból azokat a résztvevőket, akik nem rendelkeznek alkalmazottakkal, mert esetükben a vizsgálatnak nincs relevanciája. A keresztény részpapulációban ez egy (K07), a buddhista részpapulációban pedig három (B05, B08, B11) vállalkozó figyelmen kívül hagyását jelentette. Az adatelemzés során négy alkódot használtam fel a kódoláshoz. Az elemzést négy területen hajtottam végre: (i) munkaerő-megtartás és elbocsátás, (ii) munkavállalói lojalitás és fluktuáció; (iii) munkateljesítmény és rekrutálás; valamint (iv) munkahelyi körülmények. E felosztást az empirikus adatok elemzése közben körvonalazódó gondolati minták tették szükségessé.

A munkavállalókkal kapcsolatban hat interjúalany a hagyományostól eltérő munkaerő-megtartási és elbocsátási gyakorlatokra hívta fel a figyelmet (K03, K06, K08, K09, K10 és B10). Közülük hárman a munkaerő-megtartás fontosságát hangsúlyozták (K03, K06 és B10), például:

„Most például konkrét példát mondok: időnként olyan embereket rúgnak ki, akik ezt egyáltalán nem érdemlik meg. Ez előfordul az állami szinten is meg minden szektorban. És akkor az ember harcol érte, hogy legyen állása. Ez a szolidaritás-vállalás. Aki hozzám tartozott, azt nem lehetett bántani. Innét nem rúgtak ki senkit” (K06).

„És hogyha valaki nem jó, vagy nem érzi jól magát, akkor megpróbálni úgy forgatni őket... megtalálni a megfelelő pozíciót nekik. És aki bizonyít és megtalálja a helyét, azt elismerni és támogatni” (B10).

Három résztvevő, szükség esetén az emberséges elbocsátás fontosságát hangsúlyozta (K08, K10, K11), például:

„Nagyon ritkán tanácsolunk el valakit. Akkor is úgy, hogy segítünk neki valahova elmenni, az ő képességének és sebességének megfelelő helyet találni” (K10).

„Néha el is visznek tőlünk funkciókat és akkor ott egy csoportot fel kell számolnunk, de ott próbálunk emberségesen segíteni a kollégákon. Múltkor volt, amikor egy harminc fős társaságnak vitték el a funkcióját, akkor tíznek találtunk helyet a cégen belül. A többi kapott outplacement segítséget és fél éven belül már mindenkinek volt munkája” (K11).

Az interjúalanyok közül hatan, vagyis a résztvevők 33 százaléka említette saját elbocsátási és munkaerő-megtartási gyakorlatát, mint amely spirituális értékelköteleződéséhez köthető (figyelembe véve, hogy a teljes vizsgált populáció nagysága tizenhármas, mivel az alkalmazottakkal nem rendelkező négy vállalkozónál ez a vizsgálat nem releváns).

A munkavállalók lojalitását és az alacsony fluktuációt hét résztvevő emelte ki (K01, K03, K05, K08, K09, K10, K11), például:

„Nagyon kicsi a fluktuáció a cégünkénél. Majdhogynem azt kell mondjam, hogy nincs fluktuáció. Itt szülni mennek el, meghalnak, vagy nyugdíjba mennek. 1992-ben, amikor elkezdtük ezt az egészet, azóta két munkatársunktól váltunk meg. Ennyi fluktuáció van. Több nincs” (K03).

„A szellemisége nagyon sok vezetőnek olyan, hogy az emberközpontúságot abszolút szolgálja és így működünk. Emlékszem, amikor a körcikk diagramokat nézegettük és egy amerikai HR-es tette fel a kérdést, hogy a magyaroknál miért ilyen kicsi a fluktuáció, amikor ugyanazokat a számokat

látja máshol is? Azért, mert itt vannak olyan paraméterek, amiket ez a modell nem mér” (K11).

A lojalitást és a fluktuációt kiemelő összes résztvevő a keresztény részpopulációhoz tartozik. Mindannyian megerősítették, hogy munkavállalóik lojalitása és a cégeiknél tapasztalható alacsony fluktuáció spirituális értékelköteleződésük eredménye. A hét interjúalany a vizsgált (csökkentett) populáció 39 százaléka.

A munkateljesítménnyel és az új munkavállalók rekrutálásával kapcsolatos pozitív tapasztalatokat öt résztvevő emelte ki (K06, K08, K09 és B07, B10), például:

„Aki technológusnak megy, az nem azért megy oda, mert ott a legtöbb pénz, viszont itt lehet legjobban élvezni a szakmát” (K06).

„Van egy lány, aki egy éve van nálunk, de például már ő visz egy nagyon komoly feladatot. Összehasonlításképpen, nekem az előző menedzserem, aki a BU head volt, ő csinálta ezt a feladatot régen. Ez annyira magas szintű feladat. Nálunk meg nincs ilyen. Nálunk ő csinálja ezt, mert ért hozzá és ügyes. A képességek alapján működik a delegáció” (B10).

A munkavállalók teljesítményével és a rekrutálással kapcsolatos gondolatokat öten emelték ki, mint olyan, a munkavállalókkal kapcsolatos jelenségeket, amelyek szorosan köthetők a vállalkozók spirituális értékorientációjához. Ez a (csökkentett) populáció 28 százaléka.

A munkahelyi körülményeket összesen tíz interjúalany emelte ki (K01, K03, K04, K05, K08, K11 és B01, B02, B06, B10). Volt, aki a családbarát munkahely megteremtését hangsúlyozta:

„Az én pénzügyi asszisztensemnek immáron három gyereke van úgy, hogy a férje az egy raktáros. Ebben benne van az, hogy mi ebben őt támogattuk. Ő stabilnak érzi ezt a dolgot, hogy a három gyerek mellett otthon van és otthonról dolgozik. Olyan dolgokat és támogatást kap, amit ha nem lenne, akkor nem tudták volna ezt vállalni, pedig nagyon szeretnék volna” (K01).

Mások a munkahely családiasságát hangsúlyozták, például:

„Édesanyám, aki harmincban született, lány korában még dolgozott a Csonka gépgyárban. Ő mondta, hogy az, hogy a Csonka oda lejött, az teljesen normális volt. Ezeket próbáljuk így csinálni. Érdekes, hogy amikor idejön egy új ember, akkor az feltűnik neki, hogy jól érzi magát és mindenki

segítőkész. Nincs meg az a fajta lenézés, csicskáztatás, csúnya szóval, ami talán – nem tudom – hogy másol jellemző-e” (K04).

Megint mások a munkahelyi nyugalmat és harmóniát hangsúlyozták, például:

„Amikor ideköltöttünk, akkor is az volt, hogy meg lehetett volna olcsóbban is csinálni ezt az épületet, hogy ne legyen ilyen jó minőségűre felújítva, de úgy döntöttünk, hogy ezt az épületet meg kell csinálni jó minőségben, hogy a dolgozók szívesen jöjjenek ide dolgozni, jól érezzék magukat. Megfelelő legyen a higiénia, a mosdóhelyiségek, az öltözők, az összes ilyen szociális-kulturális intézmény. Hogy az emberek megtalálják a nyugalmaikat és a harmóniát, hogy nyugodtan tudjanak dolgozni” (B01).

Végül volt, aki a munkahelyi baráti hangulatát emelte ki:

„Egyenrangú partnernek tartani az ügyfelet, cégen belül is próbálunk egy nagyon baráti kapcsolatot kialakítani egymás között” (B06).

A pozitív, emberséges munkahelyi körülmények megvalósítását tíz interjúalany kötötte személye spirituális értékelkötelezettségéhez. Ez a (csökkentett) populáció 56 százaléka.

Munkavállalókat érintő témakörökről négy interjúalany nem tett említést (K02 és B03, B04, B09). Az irreleváns vállalkozók vizsgálatból történő kizárása után, a csökkentett populáció méretét figyelembe véve, a résztvevők 78 százaléka kapcsolt valamilyen, a munkavállalókat érintő témakört spirituális értékelköteleződéséhez.

A kutatás számos résztvevője hangsúlyozta, hogy vállalkozásaik alapvető célja nem a profit maximalizálása. Három interjúalanyt kivéve (K11 és B04, B05) minden résztvevő valamilyen módon említést tett erről. Ezt a gondolatot az interjúalanyok vagy expliciten kimondták, vagy a munkavállalóikkal kapcsolatos gondolatok során utaltak arra, hogy a munkaerő-kezelés megelőzi a profit-maximalizálást.

A keresztény részpopulációban öt résztvevő explicit módon kiemelte, hogy tevékenységeiket nem a profit maximalizálása vezérli (K01, K04, K07, K09, K10), például:

„És beletartozik az is, hogy nem a haszonért van, hogy nekem rövidtávon, anyagilag előnyös legyen. Hanem, hogy teljesítsem a küldetést és hivatást” (K01).

„Az alapelvem, hogy egy 10 százalék profitot őrzök meg, és ha extra profit van, akkor azt szétosztom a dolgozók között. Tehát nem a profit-maximalizációra mentem rá, hanem a családiasságra” (K07).

A buddhista részpopulációban is öt résztvevő hangsúlyozta expliciten, hogy vállalkozása nem a profit maximalizálásért működik (B01, B06, B07, B08, B11), például:

„Lényegi elem, hogy a cég másodlagos. Nekem azért van a cégem, hogy pénzt csináljak és tudjak utazni és a buddhizmussal foglalkozni. És nekem az elsődleges a buddhizmus” (B06).

„Mi onnan indulunk, hogy nem pénzt akarunk csinálni. Nem ezért álltunk össze” (B11).

Összesen tíz résztvevő (K01, K04, K07, K09, K10 és B01, B06, B07, B08, B11), a teljes populáció 45 százaléka explicit módon kifejtette, hogy vállalkozása nem a profit-maximalizálást tűzte ki célul.

Emellett a keresztény részpopuláció további öt tagja a munkavállalókkal kapcsolatos gondolatok kifejtése során tett utalást arra, hogy a munkavállalók érdekeinek figyelembe vétele megelőzi a profit-maximalizálást (K02, K03, K05, K06, K08), például:

„Az ember van a központban. Ez minden egyes esetben, minden foglalkozásban így van. Az emberek nem megkerülhetők. Nem a dolgok, nem a pénz, nem a folyamatok. Az ember van a központban, teljes méltóságában” (K02).

„Az egyik az, hogy az ember hogy bánik a munkatársaival. Nekem az emberek nem munkaerők, hanem egy – hogy is mondjam – önmaga értéke van. Ha tetszik, profitot termel, de nekem nem a profittermelés lényeges, hanem maga az ember. E nélkül se kereszténység nincs, vállalkozás sincs” (K06).

A buddhista részpopuláció további három tagja utalt munkavállalókkal kapcsolatos gondolatainak összefoglalása során arra, hogy céljuk nem elsődlegesen a profit maximalizálása (B03, B09, B10), például:

„Fontos, hogy az embernek legyenek céljai, és ha látod az alkalmazotton, hogy ő ugyanúgy céltalan, akkor kell motiválni, kitalálni valamit, dicsérni, hogy beletedd önálló helyzetekbe, ami sokszor gazdaságilag nem biztos, hogy jövedelmező” (B03).

„Nem kihasználni az alkalmazottakat, nem rabszolgaként tekinteni rájuk, ugyanakkor erős kézzel fogni őket. Mindenben megpróbálom a mértéket megtalálni, ami a Középút filozófiája számomra” (B09).

Munkavállalókkal kapcsolatos gondolataik összefoglalása során összesen nyolc résztvevő (K02, K03, K05, K06, K08 és B03, B09, B10) hangsúlyozta, hogy számukra nem a profit-maximalizálás jelenti az üzleti tevékenységek végső célját. Esetükben ezt megelőzi az alkalmazottakkal való emberséges bánásmód megvalósítása. Ez a teljes populáció 36 százalékát jelenti. Összesen tizennyolc interjúalany, vagyis a vizsgált populáció 82 százaléka hangsúlyozta, hogy vállalkozásuk elsődleges célja nem a profit-maximalizálás.

Több interjúalany említette az üzleti tevékenységekkel kapcsolatban a gazdálkodási időtáv figyelembe vételének a fontosságát. A kutatás számos résztvevője hangsúlyozta, hogy az értékelköteleződés megjelenésének egy jellemző dimenziója a hosszú távú gondolkodás, melyet a rövid távú, profit-orientált megközelítéssel opponáltak. A keresztény részpopulációban nyolc résztvevő említette meg ezt a gondolatot (K01, K03, K04, K05, K08, K09, K10, K11), például:

„Hosszú távon a tisztességes és becsületes üzlet hozza a legtöbbet. Ez az én filozófiám” (K03).

„Sosem erőből intézkedünk. Ez rövidtávon működik, hosszú távon pedig abszolút nem. A más értékrendű és típusú cégekhez képest itt nem kitapossuk a belét, rövidtávon, és majd jön a következő, hanem sokkal inkább hosszútávon gondolkodás van” (K05).

„Én úgy szoktam megfogalmazni, hogy voltaképpen minden rendben van, csak az időtávlat, amiben gondolkozunk az túl rövid. Ugyanazok az elvek és szempontrendszer, ha nem a negyedévet nézzük, hanem azt mondjuk, hogy egy-két generációt vagy hosszabb távú dolgokat. Ezek akkor kihozzák a jó megoldásokat” (K11).

A buddhista részpopulációban négy résztvevő hangsúlyozta a hosszú távú gondolkodás fontosságát (B01, B03, B06, B11), például:

„Nem a profit az elsődleges cél, az elsődleges cél a hosszú távú dolgok sikeressége egyrészt, másrészt pedig, hogy amíg itt vagyunk, próbáljuk magunkat jól érezni. Próbáljunk meg a munkavégzés során haladni, fejlődni” (B01).

„Hosszú távon gondolkozol, széles körben és mások érdekeit figyelembe véve” (B06).

Összesen tizenkét válaszadó, a résztvevők 54 százaléka hangsúlyozta a hosszú távú gondolkodás és a hosszú távú gazdálkodás fontosságát, mint a spirituális értékelköteleződés egyik dimenzióját, megjelenési formáját.

Miller (2004) transzformatív vezetőknek nevezi azokat, akik vezetési technikájukat spirituális értékekre alapozzák. A transzformatív vezető jellemvonásainak fontosságát a keresztény részpopuláció négy tagja emelte ki (K01, K03, K09, K10). Az interjúalanyok a vezetői példamutatás, a filozófia és a személyiség jelentőségét hangsúlyozták, például:

„Németországban egy Golfom volt, itt pedig egy 206-os Peugeot-om. A kollégán láttam azt, hogy fiatal, a legújabb Alfa Romeo kell neki. Reggelente beállt mellém vagy én mellé. Először csak engem nézett hülyének, majd Ő magát, és aztán csak elindult egy úton, hogy ő is ezt akarná” (K01).

„Amilyen a cégvezetés filozófiája, előbb-utóbb olyan lesz a cég filozófiája is és az üzletkötő filozófiája is” (K03).

„Azért, mint tulajdonos, meg mint vezető, minden egyes beosztott alkalmazkodik az én személyemhez. Tehát, hogy egy irányba menjen minden” (K09).

A buddhista résztvevők közül további három interjúalany emelte ki a transzformatív vezető jellemvonásait, mint a spirituális értékorientáció egyik megjelenési formáját (B03, B05, B10). Ők a példamutatás fontosságát hangsúlyozták, például:

„A példamutatás nagyon fontos. Ott vagy vele kétszer, harmadjára végig fogja csinálni. Akár egyedül is, mert tudja, hogy ha a főnök is itt lenne, ő is csinálná” (B03).

A transzformatív vezető jellemvonásainak fontosságát összesen heten, vagyis a kutatásban résztvevők 32 százaléka emelte ki.

A kutatásban résztvevők közül néhányan a hagyományostól eltérő gondolatokat fogalmaztak meg az érintett-menedzsmenttel kapcsolatban. Voltak, akik az érintett-menedzsment alapjait a keresztény tanításokhoz kapcsolták (K01, K04), például:

„Végül is a kölcsönös szeretetre való törekvésnek az én felőli oldalam. Ezen végigmehetünk, mert ez az összes stakeholderre vonatkozik: a dolgozókra, az

ügyfelekre, a bankra, az államra, a beszállítókra, vagy a kapcsolatokra ezek között, hiszen ezek mind embereket jelentenek. Rájuk tekintettel lenni” (K01).

Ketten az összes érintett azonos fontosságát hangsúlyozták (K03, K10), például:

„Nem verjük át a megbízót, sem az alvállalkozóinkat, mert nálunk a vevő is szállító meg a szállító is vevő. Meg szokták ezeket élesen különböztetni a cégeknél. A vevő, akitől pénzt kapok, a szállító, meg akinek én fizetek. Nálam a szállító is vevő” (K03).

Egy résztvevő az ügyfelek érdekeinek elkötelezett figyelembe vételét és az érintettek hatókörének kiterjesztését hangsúlyozta:

„Szeretném a legjobbat kihozni a helyzetből és mindenkinek az érdekét figyelembe venni. Tehát minél szélesebb kör érdekét figyelembe venni. Illetve konkrétan rávetítve egy adott helyzetre pedig, annak az adott ügyfélnek az érdekét saját érdekén túl is figyelembe venni” (B06).

Az egyik válaszadó a legvédtelenebb érintettek, a kultúra és a természeti környezet értékére hívta fel a figyelmet, vállalkozását ezek megóvása köré szervezte:

„Ha odamegyek, el tudok benne merülni, inspirációt kapok belőle. Aztán csinállok, mondjuk egy teáscsészét és azt én eladom jó drágán. Ekkor kutya kötelességem visszaadni ebből a pénzből Bhutánnak, merthogy megérdemlik. Illetve ez okos dolog is, mert hosszú távon kell nekik erőforrás ahhoz, hogy tovább tudják kultiválni azt, amit évszázadokig kultiváltak. Vissza kell adni egész egyszerűen. Vissza kell adni. Kész” (B11).

Az érintettek szokványostól eltérő menedzsmentjét hat interjúalany említette meg, mint a spirituális értékelköteleződés következményét. Ez a résztvevők 27 százaléka.

Hat résztvevő kiemelte a korrupció elkerülésének fontosságát (K02, K06, K07, K09, K10 és B01). Közülük négyen hangsúlyozták (K06, K09, K10 és B01), hogy spirituális értékorientációjukból származik az olyan üzleti helyzetek elkerülése, amelyek nem minden kétséget kizáróan tiszták, például:

„A kereszténységgel összhangban az áll, hogy itt erősebb a nemet mondás a korrupcióra, mint a társadalmi gyakorlatban. Az ember vigyázzon saját magára. Nincs olyan nyomás, hogy erre ne lehessen nemet mondani” (K06).

„Ez egy érdekes helyzet, mert ami tisztán látszik, hogy nekünk nincsenek állami megbízásaink. Ahol most sok pénzt lehet keresni, az az állami megbízások, az állami háttérrel rendelkező kifizetések, mert abban van sok pénz. Ha ezt veszed, ha nagyon erőlködnénk az állami tenderek meg mindenféle munkák után, akkor lehet, hogy tudnék abba a körbe kerülni, de úgy érzem, hogy nekem nem komfortos az a fajta vállalkozási metódus, meg az a fajta emberi közösség, ami ott van. De ebben az értékrendem akadályoz meg, hogy ezek után menjek. Ha most ebbe belemennék, akkor feladnék valamit abból, amit az értékrendemről gondolok” (B01).

Összesen hatan emelték ki a korrupció elkerülésének fontosságát. Ez a résztvevők 27 százaléka. Közülük négyen ezt a törekvést szorosan hozzákapsolták spirituális értékelköteleződésükhöz.

Az etikai-, minőségügyi- és környezetmenedzsment intézmények vizsgálata része volt a negyedik kutatási részterületnek. Arra kerestem a választ, hogy ezek a dokumentumok hozzájárulnak-e az értékelkötelezettség megvalósításához. Az adatgyűjtéshez az interjúvázlat harmadik részének utolsó kérdéscsoportjában szereplő kérdéseket használtam (a 3.4 pontban szereplő kérdéseket).

A vizsgált populációban tizenkét szervezet rendelkezik a fenti dokumentumok legalább egyikével. Öt szervezet kizárólag etikai kódexszel rendelkezik (K02, K04, K08 és B07, B09). Egy cégnek van kizárólag minőségbiztosítási rendszere (K07). Két-két cég rendelkezik etikai kódexszel és minőségbiztosítási rendszerrel (B04, B10), valamint minőségbiztosítási rendszerrel és környezetirányítási rendszerrel (K09, K10). Mindhárom írásos dokumentummal két cég rendelkezik (K06, K11). Az etikai-, minőségügyi- és környezetmenedzsment dokumentumok összefoglalását a 27. táblázat tartalmazza.

Kód	Etikai kódex	Minőségbiztosítás	Környezetirányítás	Tulajdonos-e
K02	Van	Nincs	Nincs	Nem
K04	Van	Nincs	Nincs	Igen
K06	Van	Van	Van	Nem
K07	Nincs	Van	Nincs	Igen
K08	Van	Nincs	Nincs	Nem
K09	Nincs	Van	Van	Igen
K10	Nincs	Van	Van	Igen
K11	Van	Van	Van	Nem
B04	Van	Van	Nincs	Nem
B07	Van	Nincs	Nincs	Igen
B09	Van	Nincs	Nincs	Nem
B10	Van	Van	Nincs	Nem

27. táblázat: Etikai-, minőségügyi- és környezetmenedzsment dokumentumok

Azok az interjúalanyok, akik nem tulajdonosok a cégekben, nem vettek részt a különböző etikai-, minőségügyi- és környezetirányítási intézmények kialakításában (K02, K06, K08, K11 és B04, B09, B10). Ezekben az esetekben az írott dokumentumok irreleváns szerepet játszanak a vállalkozó értékelkötelezettségének megvalósításában, mert az interjúk során kiderült, hogy sok esetben az interjúalanyok nem is voltak tisztában a dokumentumok pontos tartalmával.

A további adatelemzésben már csak azok a vállalkozók vettek részt, akik saját vállalkozásaik tulajdonosai is (K04, K07, K09, K10 és B07). Ahol a cég nem rendelkezett etikai kódexszel (K07, K09, K10), a minőségbiztosítás, illetve a környezetirányítás dokumentumai irreleváns szerepet játszottak az értékelkötelezettség megvalósításában, mert az interjúalanyok megerősítették, hogy cégeik üzleti érdeke tette szükségessé e dokumentumok elkészítését. Ezekben az esetekben a dokumentumok tehát nem azért jöttek létre, hogy elősegítsék a spirituális értékek szervezetben történő megjelenését, így nem is járulnak hozzá azok megvalósításához.

Két esetben, ahol a vállalkozó az adott szervezet tulajdonosa, és részt vett az etikai kódex elkészítésében (K04 és B07), ott ez a dokumentum hozzájárul az interjúalany spirituális értékeinek közvetítéséhez. Elkészítésüket mély, spirituális elköteleződés vezérelte. Megjelennek bennük a spirituális értékek, és a napi üzleti

gyakorlatban is használják őket. Ahol a vállalkozó részt vett az etikai kódex kialakításában, ott a dokumentum szerepet játszik a spirituális értékek szervezetben történő megjelenésében.

A kutatás negyedik részterülete a spirituális értékorientáció gyakorlati megjelenését vizsgálta a vállalkozásokban. Az empirikus adatok alátámasztották, hogy vannak olyan területek, amelyeken – az interjúalanyok spirituális irányultságától függetlenül – megjelenik a spirituális értékelköteleződés. A munkavállalókat érintő témakörök, a vállalkozás alapvető céljai, a gazdálkodás időtávjának meghatározása, a vezetői képességek, az érintettek kezelése, valamint a korrupció elutasítása olyan területek, amelyek megmutatják, hogy a keresztény és a buddhista vállalkozók is hasonló üzleti gyakorlatokon keresztül valósítják meg spirituális értékeiket a gazdasági életben. A vállalkozók által fontosnak tartott értékek tehát megjelennek a szervezetben (Bankwala, 2004), így a vizsgált populáció esetében értékvezérelt szervezetekről beszélhetünk (Bouckaert, 2007).

A kutatás második részterülete, a keresztény és a buddhista értékelköteleződés vizsgálata megmutatta, hogy a két spirituális hagyomány egymástól eltérő ontológiai koncepcióval rendelkezik. Ennek oka, hogy a kereszténységnek és a buddhizmusnak eltérő élet- és világszemlélete van. Ebből adódóan másként közelítik meg a gazdasági tevékenységek célját és értelmét is (Zsolnai, 2007b). A kutatás negyedik részterülete azonban bemutatta, hogy eltérő értékeik ellenére a két hagyomány gazdaságban megjelenő értékei hasonló üzleti gyakorlatokat eredményeznek.

ÖSSZEFOGLALÁS

Dolgozatom záró részében áttekintem a kutatás legfontosabb eredményeit. Megmutatom a kutatás korlátait, tárgyalom az eredmények általánosíthatóságának kérdését, valamint feltárom a további kutatási lehetőségeket. Ezek előtt azonban röviden bemutatom a dolgozat felépítését, különös tekintettel az empirikus kutatásra, és az annak keretében meghozott metodológiai döntésekre.

Dolgozatom két részből áll, és hét fejezetet tartalmaz. Az első rész az elméleti ismeretek összefoglalása. Az első fejezetben az empirikus kutatásban használt definíciókat tisztáztam. Az „érték”, a „spiritualitás”, valamint a „spirituális értékek” fogalmait határoztam meg. Mivel a dolgozat gazdaságtudományi disszertáció, ezért ebben a fejezetben nem tértem ki a vállalkozó-vállalkozás fogalmak részletes definiálására. Ezek meghatározását a dolgozat későbbi, a megfigyelési egységek azonosításával foglalkozó alfejezetben közöltem.

A második fejezetben rávilágítottam az üzleti etika hiányosságaira, majd ismertettem az etika menedzsmentjének paradoxonját. Ezután bemutattam az üzleti spiritualitás történetét, és a spiritualitás gazdasági területen történő térnyerését.

Dolgozatom harmadik és negyedik fejezeteiben ismertettem a gazdasági életben megjelenő keresztény és buddhista értékeket. A harmadik fejezetben, a pápák, valamint az Egyház Tanítótivatala által kiadott dokumentumokra támaszkodva mutattam be a katolikus társadalmi tanítást és a gazdaságban megjelenő keresztény értékeket. A negyedik fejezetben a buddhista közgazdaságtan eszmerendszerének összefoglalásával szemléltettem a gazdaságban megjelenő buddhista értékeket. A két spirituális hagyomány gazdaságban megjelenő értékei lettek az empirikus kutatás kiindulópontjai.

Dolgozatom második része három fejezetre osztva mutatja be az empirikus kutatást: a kutatástervezés, az adatgyűjtés és előzetes adatelemzés, valamint az eredményalkotás fázisait. A kutatás elméleti ismeretháttere, az adatgyűjtési módszertan, az elemzési egységek, valamint a vizsgált populáció kialakítása hatással voltak az

adatelemzési módszerekre. Az ismeretháttér meghatározta a kvalitatív tartalomelemzés során létrehozott kategóriákat és kódokat, valamint a kutatás induktív és deduktív jellegzetességeit. Az adatgyűjtési módszertan meghatározta a rendelkezésre álló információk mennyiségét, mélységét és gazdagságát. Az elemzési egységek meghatározták a vizsgálat fókuszát. A vizsgált populáció kialakítása pedig meghatározta a részpopulációk kialakítását.

A kutatási terület felosztásával négy kutatási részterületet határoztam meg. Ennek során mindegyikhez kijelöltem egy hozzá kapcsolódó kutatási kérdést. Empirikus vizsgálatom ezekből a kutatási kérdésekből indult ki és körük szerveződött. Az első kutatási részterület célja a spiritualitás fogalmának tartalmi egységesítése volt. A második részterületé a keresztény és a buddhista értékorientációkat alkotó értékek feltárása és összehasonlítása. A kutatás harmadik részterületén a vizsgálat a spirituális és materiális értékek kapcsolatának feltárását célozta az üzleti életben. A negyedik részterület célja a spirituális értékorientáció üzleti gyakorlatban történő megvalósulásának bemutatása volt.

A kutatási stratégiát, az alkalmazott módszertanokat (a mintavételi eljárást, az adatgyűjtési technikákat, az adatelemzést és az eredmények megalkotásának módszereit) a kutatási részterületekhez tartozó kutatási kérdések sikeres megválaszolásának céljával választottam meg. Az empirikus vizsgálat során kvalitatív tartalomelemzést és dokumentumelemzést hajtottam végre. A kutatás második részterületén kvalitatív összehasonlító elemzést is alkalmaztam. A felhasznált módszertanokról általános elméleti, valamint kutatásomhoz kapcsolódó, speciális leírást is közöltem.

A kutatástervezési fázisban figyelembe vettem a rendelkezésre álló erőforrásokat. Ebben a kérdésben körültekintő döntést hoztam, hogy a rendelkezésemre álló idő optimális felhasználásával valósíthassam meg a kutatás célját.

A gazdaságban megjelenő keresztény, illetve buddhista értékek területén rendelkezésre álló tudás az empirikus kutatás tervezésének lényeges összetevője. Ez az ismeretháttér strukturáltabbá tette az adatgyűjtést, valamint a deduktív adatelemzés felé irányította kutatásomat. Az adatgyűjtéshez félig strukturált interjútechnikát, valamint dokumentumelemzést használtam. Az adatgyűjtéssel egy időben végeztem el az adatok

előzetes elemzését. Ezt követően ellenőriztem a kvalitatív tartalomelemzés megbízhatóságát egy másik kódoló bevonásával.

A kutatási eredmények

Disszertációm utolsó fejezete tartalmazza a négy kutatási részterületen feltárt kutatási eredményeket. A vizsgálat leglényegesebb felfedezéseit öt megállapításban összegezem. Ezeket az alábbi bekezdésekben dőlt betűs kiemeléssel jeleztem.

Az első kutatási részterület a spiritualitás meghatározásának egységesítésére irányult. Az empirikus eredmények megerősítették, hogy a vállalkozók a spiritualitás fogalmához különféle jelentéseket kötnek (Bouckaert, 2003; 2007). *A spiritualitás fogalmára sem keresztény, sem buddhista viszonylatban nem lehet tartalmilag egységes definíciót adni a spirituális értékek iránt elkötelezett magyar vállalkozók körében.* A résztvevők összekapcsoltsággént, vagy a materiális dimenzión túli jelenségek gyűjtőneveként értelmezik a spiritualitást. Mind a keresztény, mind a buddhista részpopulációban a vállalkozók negyede azonosítja a spiritualitást az összekapcsoltsággal.

A kutatás második részterületén feltártam a keresztény és a buddhista értékorientációkat létrehozó értékeket. *A vizsgált hazai keresztény vállalkozók értékorientációja az üzleti életben három irreducibilis, másra vissza nem vezethető alapérték (core value) segítségével írható le, amelyek az emberi méltóság, az igazságosság és a szolidaritás. A vizsgált hazai buddhista vállalkozók értékorientációja az üzleti életben négy irreducibilis, másra vissza nem vezethető alapérték segítségével írható le, amelyek az összekapcsoltság, a tudatosság, a mértékletesség és az együttérzés.* Mindkét értékorientációban megjelenik az adott spirituális hagyomány ontológiai megközelítését leíró koncepció. A keresztény értékorientációban ez az emberi méltóság, a buddhista értékorientációban pedig az összekapcsoltság. A két értékorientáció eltérő ontológiai megközelítéssel rendelkezik az üzleti életben. Az Isten képmására teremtet ember méltóságát középpontba helyező keresztény értékelköteleződés antropocentrikus, ezzel szemben az üzleti életben uralkodó buddhista tanítás az összes érző lény organikus összekapcsoltsága. Mindkét értékorientációban megjelennek az üzleti tevékenységek megvalósítását leíró értékek. A keresztény értékelköteleződésben ez az igazságosság, a buddhista értékelköteleződésben pedig a tudatosság és a mértékletesség. Procedurális szinten, az igazságosság megvalósításán keresztül, a keresztény értékorientáció

kommunitárius, a buddhista értékorientáció viszont, a tudatosság és a mértékletesség megvalósításán keresztül, individualista. Mindkét értékorientációban megjelenik a mások javát középpontba helyező érték. A keresztény értékelköteleződésben ez a szolidaritás, a buddhista értékelköteleződésben pedig az együttérzés. Az üzleti folyamatok érintettjeivel való kapcsolatot ezek az értékek határozzák meg.

A kutatás harmadik részterületén feltártam a spirituális és a materiális értékek viszonyát az üzleti életben. *A hazai keresztény és buddhista vállalkozók túlnyomó többségének üzleti gyakorlatában a spirituális értékek materiális értékek feletti dominanciája figyelhető meg.* Ez azokra a vállalkozókra jellemző, akik cégük tulajdonosai, vagy alkalmazottként állami cégnél dolgoznak. A spirituális értékek dominanciájának egyik megjelenési formája az értékelkötelezettséggel kapcsolatos írott dokumentum, a küldetésnyilatkozat megléte. A spirituális értékek materiális értékek feletti dominanciája nem jellemző azokban az esetekben, ahol a vállalkozó nem tulajdonosa az adott cégnek, vagy ahol a cég a kereskedelmi szektorban működik, és nem tudja feloldani a kereskedelmi tevékenységből származó ellentmondásokat. Ezekben az esetekben a materiális értékek által erősen befolyásolt üzleti feltételek között valósul meg a vállalkozó spirituális értékorientációja, vagyis a két értékorientáció kompromisszumos kapcsolatban áll egymással.

A kutatás negyedik részterületén feltártam a spirituális értékorientáció gyakorlati megjelenését a vállalkozásokban. *Bár a keresztény és a buddhista vállalkozók értékorientációja egymástól eltérő ontológiai koncepciókon nyugszik, az üzleti életben mindkét spirituális értékorientációt hasonló üzleti gyakorlatok alkalmazásával valósítják meg.* A keresztény és a buddhista értékorientáció az üzleti életben azonos területeken jelenik meg: (i) a munkavállalókat érintő témakörökben; (ii) a vállalkozás alapvető céljaiban; (iii) a gazdálkodás időtávjának meghatározásában; (iv) a vezető szerepében; (v) az érintettek menedzsmentjében; valamint (vi) a korrupció elutasításában.

A spirituális értékek irányában elkötelezett keresztény és buddhista vállalkozók hangsúlyozták a munkaerő-megtartás, vagy – végső esetben – a humánus, segítőkész elbocsátás fontosságát. Vállalkozásaikra jellemző az alkalmazottak alacsony fluktuációja, a munkavállalói lojalitás, valamint a barátságos munkahelyi légkör. A keresztény és buddhista vállalkozók cégeinek alapvető célja nem a profit maximalizálása, hanem többdimenziós célrendszerek megvalósítása, melyben jelentős

szerepet kap az alkalmazottak jól-létének a biztosítása. A vállalkozások nem a rövid távú nyereségességet, hanem a hosszú távú, fenntartható gazdálkodás megvalósítását helyezik előtérbe. A keresztény és buddhista vállalkozók jelentős része rendelkezik a transzformatív vezető jellemvonásaival, akik vezetési gyakorlatukat spirituális értékekre alapozzák. A spirituális értékorientációval rendelkező vállalkozók elkötelezett érintett-menedzsmentet valósítanak meg. Végül, számos vállalkozó megerősítette, hogy spirituális értékelköteleződéséből adódóan elutasít minden, korrupcióval vagy jogosulatlan előnyszerzéssel járó üzleti lehetőséget.

A keresztény és a buddhista értékelköteleződés vizsgálata megmutatta, hogy a két spirituális hagyomány egymástól eltérő ontológiai koncepcióval rendelkezik. Azonban az empirikus eredmények azt mutatják, hogy alapértékeik különbözősége ellenére a két hagyomány gazdaságban megjelenő értékei hasonló gyakorlatokat eredményeznek, vagyis a keresztény és a buddhista vállalkozók hasonló módon, hasonló területeken valósítják meg spirituális értékeiket az üzleti életben.

A kutatás megbízhatósága, érvényessége és általánosíthatósága

A kvalitatív kutatások minőségének megállapítására különféle standardokat használnak: az objektivitás (*objectivity*) az eredmények relatív semlegességét és kutatói elfogultságtól való mentességét jelzi; a megbízhatóság (*reliability*) az elemzési folyamatok következetességét és időbeli állandóságát mutatja meg; a belső érvényesség (*internal validity*) vagy hitelesség (*credibility*) az eredmények érthetőségét jelzi; az érvényesség (*external validity*) pedig az eredmények általánosíthatóságát mutatja meg (Miles & Huberman, 1994). A következő bekezdések összefoglalják mindazokat a módszereket és technikákat, amelyeket a kutatás során a fenti tudományos standardok megvalósítása érdekében alkalmaztam.

Az objektivitás megvalósítása céljából részletes leírást készítettem a vizsgálatról, amely nemcsak az eredmények leírását, hanem a kutatási folyamat magyarázatát is tartalmazza. A teljes kutatási folyamatot alapos dokumentáltam, ezzel biztosítva az érvényességet és a megismételhetőséget (Krippendorff, 2003). Az empirikus kutatás leírásában a felhasznált módszerek általános összefoglaló, illetve kutatásomra vonatkozó speciális jellemzőit is részletesen bemutattam. Az adatgyűjtés során született interjúk szövegeit archiváltam (Miles & Huberman, 1994).

Az eredmények és a következtetések megerősítését nagymértékben elősegíti az adatmegjelenítő eszközök alkalmazása (Miles & Huberman, 1994). A vizsgálat során tudatosan törekedtem arra, hogy az elemzés minden lehetséges pontján táblázatok és ábrák beszúrásával segítsem az olvasót az eredmények és a következtetések nyomon követésében.

A kvalitatív kutatások megbízhatóságát a kutatási kérdések egyértelmű megfogalmazása, valamint az adatgyűjtés konzekvens alkalmazása növeli. Trianguláció segítségével ellenőriztem az adatok és az eredmények konvergenciáját. Az adatforrások triangulációját a vizsgált szervezetek értékelköteleződésével kapcsolatos dokumentumainak (küldetésnyilatkozatainak) megszerzése biztosította, amellyel csökkentettem a lehetséges egyoldalúság és elfogultság hatásait, valamint növeltem a kutatás hitelességét (Flick, 2009; Miles & Huberman, 1994). A rendelkezésre álló erőforrások behatároltsága miatt helyszíni megfigyelésre, illetve a vállalkozón kívül további munkatársakkal történő interjúzásra nem volt lehetőségem.

A kvalitatív tartalomelemzés tudományosságának próbáját a megbízhatóság és az érvényesség dimenzióiban lehet vizsgálni. A megbízhatóság növelése érdekében elemzők közötti triangulációt alkalmaztam (Mayring, 2000): a Corvinus Egyetem Gazdaságetika Központjának másik PhD hallgatója kétszer-két, véletlenszerűen kiválasztott keresztény, illetve buddhista résztvevő szövegein elvégezte a kódolási folyamatot. A kódolási egyezés a Miles és Huberman (1994) által meghatározott mérési standard alapján a 80 százalékos küszöbérték felett volt.

A kutatás belső érvényességét azzal növeltem, hogy minden adatot megfelelő mennyiségű idézettel támasztottam alá. A következtetések levonásának folyamatát dokumentáltam, hogy azok létrehozása megismételhető legyen. Részletesen megvizsgáltam az átlagtól eltérő, illetve a feltételezéseknek ellentmondó kivételeket, hogy felfedezzem a többi esettől eltérő jellemvonásaikat (Miles & Huberman, 1994).

Az érvényesség növelése érdekében az adatok elemzése során gondosan ügyeltem arra, hogy a felmerülő gondolati minták közül kizárólag azokat mutassam be, amelyeket az összegyűjtött adatok nem cáfolnak meg (Krippendorff, 2003). Emiatt a felmerülő interpretációk közül számos magyarázatot elvettem vagy finomítottam. A kutatás eredményeként megfogalmazott új megállapítások olyan következtetések, amelyek az empirikus adatok elemzése során jöttek létre.

Kutatásom számos limitációval rendelkezik, amelyek nagymértékben befolyásolják az eredmények általánosíthatóságát. A rendelkezésre álló erőforrások egy, a keresztény részpopuláció esetében viszonylag kicsi, kizárólag magyar résztvevőket tartalmazó populáció vizsgálatát tették lehetővé. A hólabda módszer alkalmazása nem minden esetben biztosítja a populáció résztvevőinek kellő diverzitását, de kutatásomban törekedtem a módszer körültekintő felhasználására. A buddhista részpopuláció esetében viszont a résztvevők száma közelíti a hazai környezetben fellelhető, buddhista értékek iránt elkötelezett vállalkozók maximális számát. Kutatásom egy kvalitatív feltáró vizsgálat, melynek elsődleges célja nem az általánosíthatóság megvalósítása volt. Célom olyan hazai, a spirituális értékorientációval rendelkező vállalkozókra jellemző új megállapítások megfogalmazása volt, amelyek segítségével új tudáshoz juthatunk a kutatási területről, és amelyek további kutatási irányok lehetőségét teremtik meg.

További kutatási irányok és a kutatás haszna

A kutatás számos továbblépési lehetőséget rejt magában. A keresztény és a buddhista vállalkozók spirituális értékelkötelezettségével kapcsolatban feltárt új megállapítások olyan, a spiritualitás menedzsmentben betöltött szerepével kapcsolatos hipotézisek megalkotását teszik lehetővé, amelyeket nagyobb mintán lehet tesztelni akár hazai, akár nemzetközi résztvevők körében.

A kutatás a keresztény, illetve a buddhista spirituális hagyományok részterületein belül is tovább bővíthető. Különböző felekezethez tartozó (például református vagy baptista) vállalkozók bevonásával lehetőség van a különféle keresztény értékelköteleződés különbségeinek feltárására. Hasonló kutatás a buddhista részpopulációban is elvégezhető. Ebben az esetben a keresztény, illetve a buddhista értékorientációt leíró eredmények tovább finomíthatóak.

Lehetőség van a kutatás további kiszélesítésére is, más spirituális hagyományok értékei iránt elkötelezett vállalkozók bevonásával (például zsidó értékorientációval rendelkező résztvevők vizsgálatával). Ennek keretében kiterjeszthető a spirituális hagyományokhoz kapcsolódó értékorientációkkal kapcsolatos összehasonlító elemzés.

Különösen izgalmas továbblépési lehetőség a nemzetközi résztvevők kutatásba történő bevonása. Ennek keretében a vizsgálatok feltárhatják a különbséget például az amerikai és a magyar keresztény vállalkozók, vagy a bhutáni és a magyar buddhista vállalkozók spirituális értékorientációja között.

Mindemellett lehetőség van a spirituális és a materiális értékorientációt követő vállalkozók értékelköteleződésének összehasonlítására is. Ehhez kutatásom biztosítja a kiindulópontot a spirituális értékek irányában elkötelezett vállalkozók esetében.

Kutatásomban a keresztény és a buddhista vállalkozók spirituális értékorientációját vizsgáltam magyarországi terepen. Célom a spirituális értékek iránt elkötelezett vállalkozók értéktipológiájának feltárása volt. Empirikus kutatásom rávilágított az etikus vállalati gyakorlatok fontosságára, példákkal alátámasztva mutatta be a spirituális értékeken alapuló üzleti gyakorlatokat, valamint segített abban, hogy megértsük: a valóság spirituális módon történő megértése nélkül haladja meg a racionalitást, hogy ellentétben állna vele (Pruzan & Mikkelsen, 2007).

FÜGGELÉK

1. FÜGGELÉK

KERESZTÉNY VÁLLALKOZÓK ÉRTÉKORIENTÁCIÓJA – INTERJÚVÁZLAT

1. A vállalkozás alapadatai

1.1 A vállalkozás alapvető jellemzői:

- Alapítása:
- Tevékenysége(i):
- Foglalkoztatottak létszáma:
- Éves árbevétele:
- Gazdasági helyzete:

1.2 Van-e a vállalkozásnak az értékelköteleződéssel kapcsolatos írásos dokumentuma, leírt küldetésnyilatkozata?

(Ha van...)

Részt vett-e ennek kialakításában?

(Ha részt vett benne és nem csak alkalmazottként dolgozik a cégnél...)

Milyen mértékben tükrözi ez a dokumentum az ön spirituális értékelköteleződését?

2. A spiritualitás fogalmának értelmezése a vállalkozók körében

2.1 Mit ért ön spiritualitás alatt?

(Ha szükséges, akkor az alábbi kérdéseket is meg lehet fogalmazni...)

Mit ért ön vallás alatt? Milyen kapcsolat van a spiritualitás és a vallás fogalmai között?

2.2 Mely keresztény hagyomány szerint él?

3. A vállalkozó spirituális értékorientációja

3.1 Melyek azok a kifejezetten keresztény értékek, amelyek mellett vállalkozóként elköteleződött? Hogyan kötődnek ezek az értékek a kereszténységhez?

3.2 Vannak-e önnek vállalkozóként a kereszténységhez nem köthető értékelkötelezettségei a vállalkozásában?

(Ha vannak...)

Honnan származnak? Milyen kapcsolatban vannak ezek az értékek a keresztény értékekkel?

(Ha itt nem említi a materiális értékeket, akkor...)

Vannak-e önnek vállalkozóként a gazdaság általános működésének logikájához köthető (materiális) értékelkötelezettségei a vállalkozásában?

(Ha vannak...)

Milyen kapcsolatban vannak ezek az értékek a keresztény értékekkel?

3.3 Kérem, mutassa be példákon keresztül, hogyan jelenik meg keresztény értékelköteleződése a vállalkozás működésében!

3.4 Vannak-e etikai intézmények a vállalkozásban? Vannak-e környezeti menedzsment intézmények a vállalkozásban? Van-e a társadalmi felelősségvállalásnak egyéb intézménye a vállalkozásban?

(Ha van ilyen...)

Mennyiben járulnak hozzá ezek a dokumentumok az értékek követéséhez?

4. A vállalkozó spirituális értékorientációja az elméletek tükrében

4.1 Értékelje, hogy az alábbi spirituális értékek mennyire fontosak a vállalkozói létben! (0 – egyáltalán nem fontos; 7 – nagyon fontos)

méltóság	0	1	2	3	4	5	6	7	
igazság		0	1	2	3	4	5	6	7
igazságosság		0	1	2	3	4	5	6	7
szolidaritás		0	1	2	3	4	5	6	7
szubszidiaritás		0	1	2	3	4	5	6	7
szabadság		0	1	2	3	4	5	6	7
szeretet		0	1	2	3	4	5	6	7
testvériség		0	1	2	3	4	5	6	7
közjó		0	1	2	3	4	5	6	7
mértékletesség		0	1	2	3	4	5	6	7
bizalom	0	1	2	3	4	5	6	7	
felelősség		0	1	2	3	4	5	6	7

Egyéb érték(ek)

	0	1	2	3	4	5	6	7
	0	1	2	3	4	5	6	7
	0	1	2	3	4	5	6	7

5. Lezárás

5.1 Ismer-e olyan keresztény vagy buddhista értékorientációjú vállalkozókat, akiket szívesen ajánlana a kutatásba való bevonásra?

(Ha igen...)

Kik ők?

5.2 Amennyiben bármilyen egyéb megjegyzése vagy további kérdése van az itt megbeszélte témakörökkel kapcsolatban, kérem, tegye meg őket!

2. FÜGGELÉK

BUDDHISTA VÁLLALKOZÓK ÉRTÉKORIENTÁCIÓJA – INTERJÚVÁZLAT

1. A vállalkozás profilja

1.1 A vállalkozás alapvető jellemzői:

- Alapítása:
- Tevékenysége(i):
- Foglalkoztatottak létszáma:
- Éves árbevétele:
- Gazdasági helyzete:

1.2 Van-e a vállalkozásnak az értékelköteleződéssel kapcsolatos írásos dokumentuma, leírt küldetésnyilatkozata?

(Ha van...)

Részt vett-e ennek kialakításában?

(Ha részt vett benne és nem csak alkalmazottként dolgozik a cégnél...)

Milyen mértékben tükrözi ez a dokumentum az ön spirituális értékelköteleződését?

2. A spiritualitás fogalmának értelmezése a vállalkozók körében

2.1 Mit ért ön spiritualitás alatt?

(Ha szükséges, akkor az alábbi kérdéseket is meg lehet fogalmazni...)

Mit ért ön vallás alatt? Milyen kapcsolat van a spiritualitás és a vallás fogalmai között?

2.2 Mely buddhista hagyomány szerint él? Mely hagyományt gyakorolja?

3. A vállalkozó spirituális értékkorientációja

3.1 Melyek azok a kifejezetten buddhista értékek, amelyek mellett vállalkozóként elköteleződött? Hogyan kötődnek ezek az értékek a buddhizmushoz?

3.2 Vannak-e önnek vállalkozóként a buddhizmushoz nem köthető értékelkötelezettségei a vállalkozásában?

(Ha vannak...)

Honnan származnak? Milyen kapcsolatban vannak ezek az értékek a buddhista értékekkel?

(Ha itt nem említi a materiális értékeket, akkor...)

Vannak-e önnek vállalkozóként a gazdaság általános működésének logikájához köthető (materiális) értékelkötelezettségei a vállalkozásában?

(Ha vannak...)

Milyen kapcsolatban vannak ezek az értékek a buddhista értékekkel?

3.3 Kérem, mutassa be példákon keresztül, hogyan jelenik meg buddhista értékelköteleződése a vállalkozás működésében!

3.4 Vannak-e etikai intézmények a vállalkozásban? Vannak-e környezeti menedzsment intézmények a vállalkozásban? Van-e a társadalmi felelősségvállalásnak egyéb intézménye a vállalkozásban?

(Ha van ilyen...)

Mennyiben járulnak hozzá ezek a dokumentumok az értékek követéséhez?

4. A vállalkozó spirituális értékorientációja az elméletek tükrében

4.1 Értékelje, hogy az alábbi spirituális értékek mennyire fontosak a vállalkozói létben! (0 – egyáltalán nem fontos; 7 – nagyon fontos)

egyszerűség	0	1	2	3	4	5	6	7
nem-ártás	0	1	2	3	4	5	6	7
együttérzés	0	1	2	3	4	5	6	7
mértékletesség	0	1	2	3	4	5	6	7
bölcsesség	0	1	2	3	4	5	6	7
felelősség	0	1	2	3	4	5	6	7
jól-lét	0	1	2	3	4	5	6	7
tudatosság	0	1	2	3	4	5	6	7
kreativitás	0	1	2	3	4	5	6	7
összekapcsoltság	0	1	2	3	4	5	6	7
nagylelkűség	0	1	2	3	4	5	6	7
megelégedettség	0	1	2	3	4	5	6	7
őszinte törődés	0	1	2	3	4	5	6	7

Egyéb érték(ek)

	0	1	2	3	4	5	6	7
	0	1	2	3	4	5	6	7
	0	1	2	3	4	5	6	7

5. Lezárás

5.1 Ismer-e olyan keresztény vagy buddhista értékorientációjú vállalkozókat, akiket szívesen ajánlana a kutatásba való bevonásra?

(Ha igen...)

Kik ők?

5.2 Amennyiben bármilyen egyéb megjegyzése vagy további kérdése van az itt megbeszélte témakörökkel kapcsolatban, kérem, tegye meg őket!

3. FÜGGELÉK

A BOOLE-ALGEBRA TÁRSADALOMTUDOMÁNYOKBAN HASZNÁLT TÍZ LEGFONTOSABB VONATKOZÁSA¹⁴

1. Bináris adatok használata: a változót annak két állapota, az „igaz” (jelenlévő) vagy a „hamis” (hiányzó) jelöli.¹⁵

2. Igazságtábla használata az adatok ábrázolásához: a nyers adatok mátrixa. A független változók (attribútumok) minden logikailag lehetséges kombinációját egy sor jelöli a táblázatban. Minden sorhoz tartozik egy kimeneti érték, amely a függő változó. Technikailag nincs szükség az egyes attribútum-kombinációk (konfigurációk) frekvenciájának a táblázatban történő jelölésére, mert a középpontban a típusok vizsgálata áll.

3. Boole összeadás: logikai „vagy” kapcsolattal egyenértékű halmazművelet.

4. Boole szorzás: logikai „és” kapcsolattal egyenértékű halmazművelet.

5. Kombinatorikai logika: az oksági feltételek vizsgálata nem izoláltan, hanem kontextusfüggően, más attribútumok meglététől vagy hiányától függően történik.

6. Boole minimalizáció: ha két Boole kifejezés csak egy oksági feltételben különbözik, de ugyanazt a kimeneti eredményt hozzák létre, akkor a két kifejezést megkülönböztető oksági feltétel irreleváns, a hozzá tartozó változó elhagyásával összevonhatóak és egyszerűsíthetők a logikai kifejezések. Mindez addig iterálható, amíg a táblázat soraiban megjelenő Boole kifejezések további redukálása nem lehetséges. A minimalizáció célja azon oksági feltételek minél egyszerűbb kombinációjának meghatározása, amelyek kimeneti eredménye „igaz”.

7. Az elsődleges befoglalók és felhasználásuk: egy Boole kifejezés befoglalja a másikat, ha a másik kifejezés az előbbi részhalmaza. A befoglalás a minimalizálás másik fontos eszköze. A nélkülözhetetlen elsődleges befoglalók meghatározását a befoglaló-diagram teszi lehetővé. Célja a legegyszerűbb végeredmény létrehozása, az összes Boole kifejezés lehető legkevesebb elsődleges befoglalóval történő „lefedése”. Néhány kutatásnak ez jelenti a végpontját.

8. A De Morgan szabály alkalmazása: ha szükség van a „hamis” kimeneti eredménnyel rendelkező konfigurációk meghatározására, akkor egy új igazságtábla létrehozása és minimalizálása helyett alkalmazható a De Morgan szabály a pozitív kimeneti eredmények elemzésénél nyert logikai kifejezésre¹⁶, amely az előzőekben bemutatott folyamat jelentős lerövidítése.

¹⁴ A függelék forrása Ragin (1987).

¹⁵ Kettőnél több kategóriát magában foglaló nominális változók több bináris segédváltozóval jelölhetők. Az így keletkező információvesztés elhanyagolható.

¹⁶ A De Morgan szabály kimondja, hogy a pozitív kimeneti eredményekre vonatkozó logikai kifejezés negálásával elérhető a negatív kimeneti eredményekre vonatkozó logikai kifejezés. A negálás során az igaz attribútumok hamissá, a hamis attribútumok igazgá, a „vagy” kapcsolatok „és” kapcsolattá, valamint az „és” kapcsolatok „vagy” kapcsolattá változnak.

9. Szükséges és elégséges okozati feltételek: egy oksági feltétel (vagy oksági feltételek kombinációja) szükséges, amennyiben fenn kell állnia egy bizonyos kimeneti eredmény előfordulásához. Egy oksági feltétel (vagy oksági feltételek kombinációja) elégséges, ha egyedül is képes egy bizonyos kimeneti eredmény létrehozására.¹⁷

10. Boole faktorálás: nem különbözik nagymértékben a hagyományos faktorállástól. Megmutatja, mely oksági feltételek szükségesek és azonosítja az okságilag azonos szinten lévő feltételeket, vagyis nem leegyszerűsíti, hanem egy elméleti kritérium mentén rendezi az eredményeket. Emiatt ez a típusú faktorálás sokkal inkább elméletinek tekinthető.

¹⁷ Például: $S = AC + Bc$ Egyik oksági feltétel sem szükséges vagy elégséges
 $S = AC + BC$ A C oksági feltétel szükséges, de nem elégséges
 $S = AC$ A és C oksági feltételek is szükségesek, de nem elégségesek
 $S = A + Bc$ A oksági feltétel elégséges, de nem szükséges
 $S = B$ B oksági feltétel szükséges és elégséges

HIVATKOZÁSOK JEGYZÉKE

- Alexandrin, G. [1993]: Elements of Buddhist Economics. *International Journal of Social Economics*. Vol. 20. Issue 2. pp. 3-11. DOI: 10.1108/03068299310025525.
- Alford, H. J. & Naughton, M. J. [2001]: *Managing As If Faith Mattered: Christian Social Principles in the Modern Organization*. University of Notre Dame Press, Notre Dame.
- Allport, G. W. [1950]: *The Individual and His Religion – A psychological Interpretation*. MacMillan Publishing, New York.
- Allport, G. W. [1964]: *Pattern and Growth in Personality*. Holt, Rinehart & Winston, New York.
- Anderson, E. [1993]: *Value in Ethics and Economics*. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts. DOI: 10.1108/09534819910282126.
- Ash, C. [2007]: Happiness and Economics: A Buddhist Perspective. *Society and Economy*. Vol. 29. Nr. 2. pp. 201-222. DOI: 10.1556/SocEc.29.2007.2.5.
- Ash, C. [2011]: Do Our Economic Choices Makes Us Happy? In Zsolnai, L. (ed.): *Ethical Principles and Economic Transformation – A Buddhist Approach*. Springer, Dordrecht, Heidelberg, London, New York. pp. 111-133. DOI: 10.1007/978-90-481-9310-3_6.
- Atkinson, A. B. [2009]: Economics as a Moral Science. *Economica*. Vol. 76. pp. 791-804. DOI: 10.1111/j.1468-0335.2009.00788.x.
- Az Igazságosság és Béke Pápai Tanácsa. [2004]: *Az Egyház társadalmi tanításának kompendiuma*,
http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/justpeace/documents/rc_pc_justpeace_doc_20060526_compendio-dott-soc_hu.html.

- Az Igazságosság és Béke Pápai Tanácsa. [2014]: *Az üzleti vezető hivatása. Gondolatok*. Sapientia Főiskola & ÉrMe Üzleti Hálózat, Budapest.
- Bankwala, Y. J. [2004]: Organizational Transformation Through Human Values. In Zsolnai, L. (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht. pp: 159-167. DOI: 10.1007/978-94-007-1153-2_12.
- Baritz, S. T. [2014]: Háromdimenziós gazdaság. Lehet-e gazdálkodni erényetikai paradigmában? PhD értekezés. Budapesti Corvinus Egyetem, Budapest. DOI: 10.14267/phd.2014051.
- Batchelor, S. [1992]: The Sands of the Ganges – Notes towards a Buddhist ecological philosophy. In Batchelor, M. & Brown, K. (eds.): *Buddhism and Ecology*. Cassell Publishers, London and New York. pp. 31-39.
- Bem, D. [1970]: *Beliefs, Attitudes, and Human Affairs*. Brook-Cole Publishing, Belmont, California.
- Benedek pápa, XVI. [2009]: *Caritas in veritate*.
<http://uj.katolikus.hu/konyvtar.php?h=397>.
- Benefiel, M. [2010]: Methodological Issues in the Study of Spirituality at Work. In Nandram, S. S. & Borden, M. E. (eds.): *Spirituality and Business. Exploring Possibilities for a New Management Paradigm*. Springer, Dordrecht, Heidelberg, London, New York. pp. 33-44. DOI: 10.1007/978-3-642-02661-4_3.
- Blot, P. de, [2011]: Religion and Spirituality. In Bouckaert, L. & Zsolnai, L. (eds.): *The Palgrave Handbook of Spirituality and Business*. Palgrave Macmillan, Houndmills. pp. 11-17. DOI: 10.1057/9780230321458.
- Borden, M. E. & Shekhawat, P. S. [2010]: Buddhist Practice and Principles and Their Place in Organizations. In Nandram, S. S. & Borden, M. E. (eds.): *Spirituality and Business. Exploring Possibilities for a New Management Paradigm*. Springer, Dordrecht, Heidelberg, London, New York. pp. 141-152. DOI: 10.1007/978-3-642-02661-4_13.
- Bouckaert, L. [2003]: Spirituality as a public Affair. *Ethical Perspectives*. Vol. 10. Nr. 2. pp. 106-118. <http://www.ethical-perspectives.be/viewpic.php?LAN=E&TABLE=EP&ID=321>.

- Bouckaert, L. [2004]: Spirituality and Economic Democracy. In Zsolnai, L. (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht. pp: 51-58. DOI: 10.1007/978-94-007-1153-2_3.
- Bouckaert, L. [2007]: Spirituality in Economics. In Bouckaert, L. & Zsolnai, L. (eds.): *Spirituality as a Public Good*. European SPES Cahiers Nr. 1. Garant, Antwerp. pp. 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*. Springer, Dordrecht, Heidelberg, London, New York. pp. 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*. Palgrave Macmillan, Houndmills. pp. 18-25. DOI: 10.1057/9780230321458.
- Bouckaert, L. & Zsolnai, L. [2007]: Preface. In Bouckaert, L. & Zsolnai, L. (eds.): *Spirituality as a Public Good*. European SPES Cahiers Nr. 1. Garant, Antwerp. pp. 7-9.
- Bouckaert, L. & Zsolnai, L. [2011]: Spirituality and Business. In Bouckaert, L. & Zsolnai, L. (eds.): *The Palgrave Handbook of Spirituality and Business*. Palgrave Macmillan, Houndmills. pp. 3-8. DOI: 10.1057/9780230321458.
- Bouckaert, L. & Opdebeeck, H. & Zsolnai, L. [2011]: Frugality. In Bouckaert, L. & Zsolnai, L. (eds.): *The Palgrave Handbook of Spirituality and Business*. Palgrave Macmillan, Houndmills. pp. 269-276. DOI: 10.1057/9780230321458.
- Boudon, R. [2001]: *The origins of values: Sociology and Philosophy of Beliefs*. Transaction Publishers, New York.
- Bowen, G. A. [2009]: Document Analysis as a Qualitative Research Method. *Qualitative Research Journal*. Vol. 9. No. 2. pp. 27-40. DOI: 10.3316/QRJ0902027.
- Braithwaite, V. A. & Law, H. G. [1985]: Structure of Human Values: Testing the Adequacy of the Rokeach Value Survey. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 49. No. 1. pp. 250-263. DOI: 10.1037/0022-3514.49.1.250.

- Burack, E. H. [1999]: Spirituality in the workplace. *Journal of Change Management*. Vol. 12. Issue 4. pp.280-291.
- Burroughs, J. E. & Rindfleisch, A. [2002]: Materialism and Well-Being: A Conflicting Values Perspective. *Journal of Consumer Research*. Vol. 29. No. 3. pp. 348-370. DOI: 10.1086/344429.
- Cash, K. C. & Grey, G. R. [2000]: A Framework for Accommodating Religion and Spirituality in the Workplace. *Academy of Management Executive*. Vol. 14. Issue 3. pp. 124-34. DOI: 10.5465/AME.2000.4468072.
- Cassell, C. & Symon, G. [1994]: Introduction: The Context of Qualitative Organizational Research. In Cassell, C. & Symon, G. (eds.): *Qualitative Methods in Organizational Research. A Practical Guide*. Sage Publications, London. pp. 1-11.
- Chakraborty, S. K. [1993]: *Managerial Transformation by Values*. Sage Publications, London.
- Chakraborty, S. K. [2004]: Spirit-centered, Rajarshi Leadership. In Zsolnai, L. (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht. pp: 33-49. DOI: 10.1007/978-94-007-1153-2_2.
- Csutora, M. & Zsóka, Á. [2014]: May spirituality lead to reduced ecological footprint? Conceptual framework and empirical analysis. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*. Vol. 10. No. 1. pp. 88-105. DOI: 10.1504/WREMSD.2014.058056.
- Dalai Lama, H. H. [2008]: The Relationship between Science and Spirituality. In Makarand, P. (ed.): *Science, Spirituality and the Modernization of India*. Anthem Press, New Delhi. pp: xiii-xix. DOI: 10.7135/UPO9781843317760.001.
- Dalai Lama, H. H. & Muijenberg L. v. d. [2009]: *The Leaders Way*. Nicholas Brealey Publishing, London.
- Daniels, P. [2006]: Reducing Society's Metabolism. In Zsolnai, L. & Ims, K. J. (eds.): *Business within Limits. Deep Ecology and Buddhist Economics*. Peter Lang AG, International Academic Publishers, Bern. pp. 103-149.
- Dattajeevo, Ven. P. [2000]: *Buddhist Economics*. <http://www.urbandharma.org/udharma5/buddhisteco.html>.

- Denzin, N. K. [1970]: *The research act: A theoretical introduction to sociological methods*. Aldine Publications, New York.
- Dixon, F. [2004]: Gross National Happiness – Improving Unsustainable Western Economic Systems. *GNH Conference Paper*. Bhutan.
- Drass, K. & Ragin, C. C. [1989]: *QCA: Qualitative Comparative Analysis*. Center for Urban Affairs and Policy Research, Northwestern University, Evanston, Illinois.
- Easterlin, R.A. [1973]: Does money buy happiness? *Public Interest*. Vol. 30. No. 1. pp. 3-10.
- Easterlin, R. A. [2004]: The High Price of Materialism by Tim Kasser (Review). *Contemporary Sociology*. Vol. 33. No. 1. pp. 51-52. 14. DOI: 10.1177/009430610403300132.
- England, G. W. [1973]: Personal Value Systems of Managers and Administrators. *Proceedings of the Academy of Management*. pp. 81-88. DOI: 10.5465/AMBPP.1973.4981211.
- Essen, J. [2011]: Economic Sufficiency and Santi Asoke. In Zsolnai, L. (ed.): *Ethical Principles and Economic Transformation – A Buddhist Approach*. Springer, Dordrecht, Heidelberg, London, New York. pp. 61-79. DOI: 10.1007/978-90-481-9310-3_4.
- Fallding, H. [1965]: A Proposal for the Empirical Study of Values, *American Sociological Review*. Vol. 30. No. 2. pp. 223-233. DOI: 10.2307/2091566.
- Ferenc pápa, [2013]: *Evangelii Gaudium*. <http://uj.katolikus.hu/konyvtar.php?h=451>.
- Ferenc pápa, [2015]: *Laudato Si'*. Ferenc pápa „Áldott légy” kezdetű enciklikája. Szent István Társulat, Budapest.
- Firth, R. [1953]: The Study of Values by Social Anthropologists. *Man*. October. pp. 146-153.
- Fiss, P. C. [2007]: A Set-Theoretic Approach to Organizational Configurations. *The Academy of Management Review*. Vol. 32. No. 4. pp. 1180-1198. DOI: 10.5465/AMR.2007.26586092.

- Fiss, P. C. [2011]: Building Better Causal Theories: A Fuzzy Set Approach to Typologies in Organization Research. *Academy of Management Journal*. Vol. 54. pp. 393-420. DOI: 10.5465/AMJ.2011.60263120.
- Flick, U. [2009]: *An Introduction to Qualitative Research*. Fourth edition. Sage Publications, London.
- Forman, J. & Darmschroder, L. [2008]: Qualitative Content Analysis. In Jacoby, L. & Siminoff, L. A. (eds.): *Empirical Methods for Bioethics*. Advances in Bioethics, Vol. 11. JAI Press, Oxford. pp. 39-62. DOI: 10.1016/S1479-3709(07)11003-7.
- Fry, L. W. [2003]: Toward a theory of spiritual leadership. *The Leadership Quarterly*. Vol. 14. Issue 6. pp. 693-727. DOI: 10.1016/j.leaqua.2003.09.001.
- Fukuyama, F. [1997]: *Bizalom. A társadalmi erények és a jólét megteremtése*. Európa könyvkiadó, Budapest.
- Gasparski, W. W. [2004]: Beyond the Prose of Business. In Zsolnai, L. (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht. pp. 123-140. DOI: 10.1007/978-94-007-1153-2_9.
- Glen, M. D. [1996]: Are Studies of Dark Side Variables Confounded by Socially Desirable Responding? The Case of Materialism. *Journal of Consumer Research*. Vol. 23. Issue 2. pp. 106-121. DOI: 10.1086/209470.
- Gorsuch, R. L. [1969]: Rokeach's approach to Value Systems and Social Compassion. *Review of Religious Research*. Vol. 11. pp. 139-143. DOI: 10.2307/3510277.
- Grof, S. [1998]: *The Cosmic Game: Explorations of the Frontiers of Human Consciousness*. State University of New York Press, Albany.
- Gustavsson, B. [2008]: Globalisation and values in the Indian context. In Zsolnai, L. (ed.): *Europe-Asia Dialogue on Business Spirituality*. Garant, Antwerp. pp. 45-53.
- Hafenbrack, A. C & Kinias, Z. & Barsade, S. G. [2014]: Debiasing the mind through meditation: mindfulness and the sunk-cost bias. *Social Psychological and Personality Science*. Vol. 25. No. 2. pp. 369-376. DOI: 10.1177/0956797613503853.

- Hardin, G. [1968]: The Tragedy of the Commons. *Science*. Vol. 162. Issue 3859. pp. 1243-1248. DOI: 10.1080/19390450903037302.
- Hartley, J [2004]: Case Study Research. In Cassell, C. & Symon, G. (eds.): *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research*. Sage Publications, London. pp. 323-333. DOI: 10.4135/9781446280119.n26.
- Harvey, P. [1990]: *An introduction to Buddhism. Teachings, history and practices*. Cambridge University Press, Cambridge. DOI: 10.1017/CBO9781139050531.
- Harvey, P. [2000]: *An Introduction to Buddhist Ethics*. Cambridge University Press, Cambridge. DOI: 10.1017/CBO9780511800801.
- Hawley, J. [1993]: *Reawakening the Spirit at Work: the Power of Dharmic Management*. Berrett-Koehler Publishers, San Francisco.
- Hicks, D. A. [2002]: Spiritual and Religious Diversity in the Workplace. Implications for Leadership. *The Leadership Quarterly*. Vol. 13, Issue 4. pp. 379-396. DOI: 10.1016/S1048-9843(02)00124-8.
- Hsieh, H-F. & Shannon, S. E. [2005]: Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*. Vol. 15. No. 9. pp. 1277-1288. DOI: 10.1177/1049732305276687.
- Ims, K. J. & Jakobsen, O. D. [2008]: Quality of life – The golden mean between materialistic consumerism and spiritual existentialism. In Zsolnai, L. (ed.): *Europe-Asia Dialogue on Business Spirituality*. Garant, Antwerp. pp. 107-117.
- Inglehart, R. [1977]: *The Silent Revolution. Changing Values and Political Styles Among Western Publics*. Princeton University Press, Princeton.
- Inglehart, R. [1997]: *Modernization and postmodernization: Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies*. Princeton University Press, Princeton.
- János pápa, XXIII. [1961]: *Mater et Magistra*. <http://tarsadalomformalas.kife.hu/xxiii-janos-papa-mater-et-magistra/>.
- János pápa, XXIII. [1963]: *Pacem in Terris*. <http://uj.katolikus.hu/konyvtar.php?h=122>.
- János Pál pápa, II. [1981]: *Laborem exercens*. <http://uj.katolikus.hu/konyvtar.php?h=203>.

- János Pál pápa, II. [1987]: *Sollicitudo Rei Socialis*.
<http://uj.katolikus.hu/konyvtar.php?h=93>.
- János Pál pápa, II. [1991]: *Centesimus Annus*. <http://uj.katolikus.hu/konyvtar.php?h=86>.
- János Pál pápa, II. [1993]: *Veritatis Splendor*. <http://uj.katolikus.hu/konyvtar.php?h=82>.
- Joas, H. [2000]: *The Genesis of Values*. University of Chicago Press, Chicago.
- Johnston, C. [2002]: A Christian Critique of Economics. *Buddhist-Christian Studies*, Vol. 22, pp. 17-29. DOI: 10.1353/bcs.2002.0013.
- Jurkiewicz, C. L. & Giacalone R. A. [2004]: A Values Framework for Measuring the Impact of Workplace Spirituality on Organizational Performance. *Journal of Business Ethics*. Vol. 49. Issue 2. pp. 129-142. DOI: 10.1023/B:BUSI.0000015843.22195.b9.
- Kasser, T. [2002]: *The High Price of Materialism*. The MIT Press, Cambridge.
- Kasser, T. [2011]: Materialistic Value Orientation. In Bouckaert, L. & Zsolnai, L. (eds.): *The Palgrave Handbook of Spirituality and Business*. Palgrave Macmillan, Houndmills. pp. 204-211. DOI: 10.1057/9780230321458.
- Kasser, T. & Ryan, R. M. [1993]: A Dark Side of the American Dream: Correlates of Financial Success as a Central Life Aspiration. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 65. pp. 410-422. DOI: 10.1037/0022-3514.65.2.410.
- Keown, D. [2005]: *Buddhist Ethics: A Very Short Introduction*. Oxford University Press, Oxford. DOI: 10.1093/actrade/9780192804570.001.0001.
- King, G. & Keohane, R. O. & Verba, S. [1994]: *Designing Social Inquiry: Scientific Inference in Qualitative Research*. Princeton University Press, Princeton.
- King, N. [1994]: The Qualitative Research Interview. In Cassell, C. & Symon, G. (eds.): *Qualitative Methods in Organizational Research. A Practical Guide*. Sage Publications, London. pp. 14-37.
- King, N. [2004]: Using Interviews in Qualitative Research. In Cassell, C. & Symon, G. (eds.): *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research*. Sage Publications, London. pp. 11-22. DOI: 10.4135/9781446280119.n2.

- Kirkeby, O. F. [2004]: Loyalty and the Sense of Place. In Zsolnai, L. (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht. pp: 97-105. DOI: 10.1007/978-94-007-1153-2_7.
- Kluckhohn, C. [1951]: Values and Value Orientations in the Theory of Action. An Exploration in Definition and Classification. In. Parsons T. & Shils E. A. (eds.): *Toward a General Theory of Action*. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts. pp: 388-433. DOI: 10.4159/harvard.9780674863507.c8.
- Kluckhohn, C. & Florence, R. & Strodtbeck, F. L. [1961]: *Variations in Value Orientation*. Row Peterson, Evanston, Illinois.
- Kovács, G. [2011a]: Vallásosság és vallási felekezethez való tartozás. In Antalóczy, T. & Füstös, L. (szerk.): *Társadalmi füzetek*. MTA Politikatudományi Intézet, Budapest. <http://team.btk.ppke.hu/node/125>.
- Kovács, G. [2011b]: Sustainability and Buddhism. In Majumdar, S. K. (ed.): *SusCon 2011. People, Planet & Prosperity. 2nd International Conference*. Conference Volume. IIM Shillong, Shillong, India. pp. 21-34.
- Kovács G. [2013]: Buddhist Economics. In Opdebeeck, H. (ed): *Responsible Economics. E. F. Schumacher and His Legacy for the 21th Century*. Peter Lang AG, International Academic Publishers, Bern. pp. 33-53.
- Kovács, G & Ócsai, A. [2015]: The Spirit of Non-violence and Peace in Business. In Bouckaert, L. & Chatterji, M. (eds.): *Business, Ethics and Peace*. Emerald Group Publishing, Bingley. pp. 231-245. DOI: 10.1108/S1572-832320150000024014.
- König, J. [2010]: Spirituality and Diversity. In Nandram, S. S. & Borden, M. E. (eds.): *Spirituality and Business. Exploring Possibilities for a New Management Paradigm*. Springer, Dordrecht, Heidelberg, London, New York. pp. 101-107. DOI: 10.1007/978-3-642-02661-4_9.
- Krahnke, K. & Giacalone, R. A. & Jurkiewicz, C. L. [2003]: Point-Counterpoint: Measuring Workplace Spirituality. *Journal of Organizational Change Management*. Vol. 16. Issue 4. pp. 396-405. DOI: 10.1108/09534810310484154.
- Krippendorff, K [1989]: Content Analysis. *Annenberg School for Communication, Departmental Papers*. University of Pennsylvania.

- Krippendorff, K. [2003]: *Content Analysis. An Introduction to its Methodology*. Second Edition. Sage Publications, Thousand Oaks.
- Krippendorff, K. [2004]: Measuring the reliability of qualitative text analysis data. *Quality and Quantity*. Vol. 38. pp. 787–800. DOI: 10.1007/s11135-004-8107-7.
- Krishnakumar, S. & Neck, C. P. [2002]: The „What”, „Why” and „How” of Spirituality in the Workplace. *Journal of Management Psychology*. Vol. 17. Issue 3. pp. 153-164. DOI: 10.1108/02683940210423060.
- Lazar, Imre [2004]: Spirituality and Human Ecosystem. In Zsolnai, L. (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht. pp: 87-96. DOI: 10.1007/978-94-007-1153-2_6.
- Leó pápa, XIII. [1891]: *Rerum Novarum*. <http://uj.katolikus.hu/konyvtar.php?h=125>.
- Levinas, E [1980]: *The Levinas Reader*. Basil Blackwell, Oxford.
- Liu, C. H. & Robertson, P. J. [2010]: Spirituality in the Workplace: Theory and Measurement. *Journal of Management Inquiry*. Vol. 20. pp. 35-50. DOI: 10.1177/1056492610374648.
- Losoncz, A. [2004]: Spiritual Motivation in Management. In Zsolnai, L. (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht. pp: 75-86. DOI: 10.1007/978-94-007-1153-2_5.
- Lozano, J. M. & Ribera, R. [2004]: The Impact of Spirituality in Management. In Zsolnai, L. (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht. pp: 175-185. DOI: 10.1007/978-94-007-1153-2_14.
- Lovejoy, A. O. [1950]: Terminal and Adjectival Values. *Journal of Philosophy*. Vol. XLVII. No. 21. pp. 593-608. DOI: 10.2307/2021804.
- Magnuson, J. C. [2007a]: Pathways to a Mindful Economy. *Society and Economy*. Vol. 29. Nr. 2. pp. 253-284. DOI: 10.1556/SocEc.29.2007.2.8.
- Magnuson, J. C. [2007b]: *Mindful Economics*. Seven Stories Press, New York.
- Magnuson, J. C. [2008]: *Mindful Economics: How the U.S. Economy Works, Why it Matters, and How it Could Be Different*. Seven Stories Press, New York.
- Magnuson, J. C. [2011]: Pathways to a Mindful Economy. In Zsolnai, L. (ed.): *Ethical Principles and Economic Transformation – A Buddhist Approach*. Springer,

- Dordrecht, Heidelberg, London, New York. pp. 79-107. DOI: 10.1007/978-90-481-9310-3_5.
- Maslow, A. H. [1943]: A theory of human motivation. *Psychological Review*. Vol. 50. Nr. 4. pp. 370-396. DOI: 10.1037/h0054346.
- Mason, J. [2002]: *Qualitative researching*. Second edition. Sage Publications, Thousand Oaks.
- Mayring, P. [2000]: Qualitative Content Analysis. *Forum: Qualitative Social Research*. Vol. 1. Art. 20. <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0002204>.
- Mária, J. F [2007]: The Many Faces of Globalisation. In Bouckaert, L. & Zsolnai, L. (eds.): *Spirituality as a Public Good*. European SPES Cahiers Nr. 1. Garant, Antwerp. pp. 69-78.
- Meadows, D. H. & Meadows, D. L. & Randers, J. & Behrens, W. W. [1972]: *Limits to Growth: A Report for the Club of Rome's Project on the Predicament of Mankind*. Universe Books, New York.
- Melé, D. [2011]: Catholic Social Teaching. In Bouckaert, L. & Zsolnai, L. (eds.): *The Palgrave Handbook of Spirituality and Business*. Palgrave Macmillan, Houndmills. pp. 118-128. DOI: 10.1057/9780230321458.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. [1994]: *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Sage Publications, Thousand Oaks.
- Miller, W. C. [2004]: Spiritual-Based Leadership. In Zsolnai, L. (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht. pp: 169-174. DOI: 10.1007/978-94-007-1153-2_13.
- Mitroff, I. I. [1998]: *Smart Thinking for Crazy Times. The Art of Solving the Right Problems*. Berrett-Koehler Publishers, San Francisco.
- Mitroff, I. I. [2003]: Do Not Promote Religion Under the Guise of Spirituality, *Organization*. Vol. 10. Issue 2. pp. 375-382. DOI: 10.1177/1350508403010002011.
- Mitroff, I. I. & Denton, E. A. [1999]: *A Spiritual Audit of Corporate America*. Jossey-Bass Publishers, California.

- Morris, C. [1956]: *Varieties of Human Value*. University of Chicago Press, Chicago. DOI: 10.1037/10819-000.
- Mukherjee, S. [2008]: Igniting spirit in business: Indian insights. In Zsolnai, L. (ed.): *Europe-Asia Dialogue on Business Spirituality*. Garant, Antwerp. pp. 29-44.
- Muyzenberg, L. v. d. [2011]: Leadership the Buddhist Way. In Zsolnai, L. (ed.): *Ethical Principles and Economic Transformation – A Buddhist Approach*. Springer, Dordrecht, Heidelberg, London, New York. pp. 167-179. DOI: 10.1007/978-90-481-9310-3_9.
- Nadin, S. & Cassell, C. [2004]: Using Data Matrices. In Cassell, C. & Symon, G. (eds.): *Essential Guide to Qualitative Methods in Organizational Research*. Sage Publications, London. pp. 271-287. DOI: 10.4135/9781446280119.n22.
- Nandram, S. S. & Borden, M. E. [2010]: Introduction: Exploring Possibilities for a New Paradigm. In Nandram, S. S. & Borden, M. E. (eds.): *Spirituality and Business. Exploring Possibilities for a New Management Paradigm*. Springer, Dordrecht, Heidelberg, London, New York. pp. 1-13. DOI: 10.1007/978-3-642-02661-4_1.
- 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*. Springer, Dordrecht, Heidelberg, London, New York. pp. 15-32. DOI: 10.1007/978-3-642-02661-4_2.
- Nelson, J. [2006]: The Relational Firm: A Buddhist and Feminist analysis. In Zsolnai, L. & Ims, K. J. (eds.): *Business within Limits. Deep Ecology and Buddhist Economics*. Peter Lang AG, International Academic Publishers, Bern. pp. 195-219.
- Nelson, J. [2011]: The Relational Economy. In Zsolnai, L. (ed.): *Ethical Principles and Economic Transformation – A Buddhist Approach*. Springer, Dordrecht, Heidelberg, London, New York. pp. 21-35. DOI: 10.1007/978-90-481-9310-3_2.
- Neuendorf, K. A. [2002]: *The content analysis guidebook*. Sage Publications, Thousand Oaks.
- Parsons, T. & Shils, E. A. & Olds, J. [1951]: Values, Motives, and Systems of Action. In Parsons T. & Shils E. A. (eds.): *Toward a General Theory of Action*. Harvard

- University Press, Cambridge, Massachusetts. pp. 30-278. DOI: 10.4159/harvard.9780674863507.c4.
- Patton, M. Q. [2002]: *Qualitative research and evaluation methods*. Sage Publications, Thousand Oaks.
- Payutto, Ven P. A. [1994]: *Buddhist Economics: A Middle Way for the Market Place*. <http://www.buddhanet.net/cmdsg/econ.htm>.
- Payutto, Ven P. A. [2010]: *Buddhism & the Business World. The Buddhist Way to Deal with Business*. Chandrphen Publishing House, 3rd printing, Thailand.
- Pál pápa, VI. [1967]: *Populorum Progressio*. http://www.vatican.va/holy_father/paul_vi/encyclicals/documents/hf_p-vi_enc_26031967_populorum_en.html.
- Pius pápa, XI. [1931]: *Quadragesimo Anno*. http://web.archive.org/web/20100902073658/http://ocipe.hu/_KatSzoc/qa1.htm.
- Poole, E. [2009]: Organisational Spirituality – A Literature Review. *Journal of Business Ethics*. Vol. 84. pp. 577-588. DOI: 10.1007/s10551-008-9726-z.
- Poole, M. S. & Folger, J. P. [1981]: Modes of observation and the validation of interaction analysis schemes. *Small Group Behavior*. Vol. 12. pp. 477-493.
- Prassas, N. [2015]: *Compassion and the Legacy of Solidarity*. Dalai Lama Centre for Compassion, Oxford. <http://dlccoxford.org/compassion-and-the-legacy-of-solidarity>.
- Pruzan, P. [2004]: Spirituality as the Context for Leadership. In Zsolnai, L. (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht. pp: 15-32. DOI: 10.1007/978-94-007-1153-2_1.
- Pruzan, P. [2008]: Spirituality as a Firm Basis for Corporate Social Responsibility. In Crane, A. et al. (eds.): *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. DOI: 10.1093/oxfordhb/9780199211593.003.0026.
- Pruzan, P. [2009]: *Rational, Ethical and Spiritual Perspectives on Leadership. Selected Writings*. Peter Lang AG, International Academic Publishers, Bern.
- Pruzan, P. & Mikkelsen, P. K. [2007]: *Leading with Wisdom: Spiritual-based Leadership in Business*. Greenleaf Publishing, Sheffield.

- Pryor, F. L. [1990]: A Buddhist Economic System – in Principle: Non-attachment to Worldly Things is Dominant But the Way of the Law is Held Profitable. *American Journal of Economics and Sociology*. Vol. 49. No. 3. pp. 339-349. DOI: 10.1111/j.1536-7150.1990.tb02288.x.
- Pryor, F. L. [1991]: A Buddhist Economic System – in Practice: The Rules of State Policy Making of the Ideal Kings Sought a ‘Middle Way’ Between Right and Left. *American Journal of Economics and Sociology*. Vol. 50. No. 1. pp. 17-33. DOI: 10.1111/j.1536-7150.1991.tb02481.x.
- Puntasen, A. [2004]: *Buddhist Economics: Evolution, Theories and Its Application to Various Economic Subjects*. Amarin Press, Bangkok.
- Puntasen, A. [2007]: Buddhist Economics as a New Paradigm toward Happiness. *Society and Economy*. Vol. 29. Nr. 2. pp. 181-200. DOI: 10.1556/SocEc.29.2007.2.4.
- Ragin, C. C. [1987]: *The Comparative Method: Moving Beyond Qualitative and Quantitative Strategies*. University of California Press, Berkeley.
- Ragin, C. C. [1991]: Introduction: The Problem of Balancing Discourse on Cases and Variables in Comparative Social Research. In Ragin, C. C. (ed.): *Issues and Alternatives in Comparative Social Research*. E. J. Brill, Leiden. pp. 1-8.
- Ragin, C. C. [1994]: *Constructing Social Research*. Pine Forge Press, Thousand Oaks, California.
- Ragin, C. C. [1995]: Using Qualitative Comparative Analysis to Study Configurations. In Kelle, U. (ed.): *Computer-Aided Qualitative Data Analysis*. Sage Publications, London.
- Ragin, C. C. [1997]: Turning the Tables: How Case-Oriented Research Challenges Variable-Oriented Research. *Comparative Social Research*. Vol. 16. pp. 27-42.
- Ragin, C. C. [2000]: *Fuzzy-Set Social Science*. The University of Chicago Press, Chicago.
- Ragin, C. C. [2008]: *Redesigning Social Inquiry. Fuzzy Sets and Beyond*. University of Chicago Press, Chicago. DOI: 10.7208/chicago/9780226702797.001.0001.

- Ragin, C. C. & Zaret, D. [1983]: Theory and Method in Comparative Research: Two Strategies. *Social Forces*. Vol. 61. pp. 731-754. DOI: 10.1093/sf/61.3.731.
- Rahula, W. [1958]: *What the Buddha Taught*. Grove Press, New York.
- Report of the World Commission on Environment and Development: Our Common Future* [1987]: <http://www.un-documents.net/wced-ocf.htm>.
- Rhys Davids, T. W. & Stede, W. [1921-1925]: *The Pali Text Society's Pali-English dictionary*. <http://dsal.uchicago.edu/dictionaries/pali/>.
- Richins, M. L. & Dawson, S. [1992]: A Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation. *Journal of Consumer Research*. Vol. 19. pp. 303-316. DOI: 10.1086/209304.
- Robbins, L. [1932]: *An Essay on the Nature and Significance of Economic Science*. MacMillan Publishing, London.
- Rokeach, M. [1969]: *Beliefs, Attitudes, and Values. A theory of Organization and Change*. Jossey-Bass Publishers, San Francisco.
- Rokeach, M. [1973]: *The nature of human values*. Free Press, New York.
- Rokeach, M. [1979]: *Understanding Human Values, Individual and Societal*. Free Press, New York.
- Ronstadt, R. C. [1984]: *Entrepreneurship: Text, Cases and Notes*. Dover Publications, Lord.
- Roy, A. [2008]: Faith Outside the Lab. In Makarand, P. (ed.): *Science, Spirituality and the Modernization of India*. Anthem Press, New Delhi. pp: 229-237. DOI: 10.7135/UPO9781843317760.015.
- Sankar, P. & Jones, N. L. [2008]: Semi-structured Interviews. In Jacoby, L. & Siminoff, L. A. (eds.): *Empirical Methods for Bioethics*. Advances in Bioethics, Vol. 11. JAI Press, Oxford. pp. 117-139. DOI: 10.1016/S1479-3709(07)11003-7.
- Schmithausen, L. [1997]: The Early Buddhist Tradition and Ecological Ethics. *Journal of Buddhist Ethics*. Vol. 4. pp. 1-74.
- Schumacher, E. F. [1973]: *Small is beautiful: Economics as if People Mattered*. Blond & Briggs, London.
- Schumacher, E. F. [1978]: *A Guide for the Perplexed*. Harper & Row, New York.

- Schumacher, E. F. [1979]: *Good Work*. The Anchor Press, Great Britain.
- Schwartz, S. H. [1992]: Universals in the Content and Structure of Values: Theoretical Advances and Empirical Tests in 20 Countries. In Zanna, M. (ed.): *Advances in Experimental Social Psychology*. Vol. 25. Academic Press, Orlando. pp. 1-65. DOI: 10.1016/S0065-2601(08)60281-6.
- Schwartz, S. H. [1994]: Are there universal aspects in the content and structure of values? *Journal of Social Issues*. Vol. 50. pp. 19-45. DOI: 10.1111/j.1540-4560.1994.tb01196.x.
- Schwartz, S. H. [2006]: Value orientations: Measurement, antecedents and consequences across nations. In Jowell, R. et al. (eds.): *Measuring attitudes cross-nationally – lessons from the European Social Survey*. Sage Publications, London. pp.169-203. DOI: 10.4135/9781849209458.n9.
- Schwartz, S. H. [2012]: An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *Online Readings in Psychology and Culture*. Vol. 2. Issue 1. DOI: 10.9707/2307-0919.1116.
- Schwartz, S. H. & Bilsky, W. [1987]: Toward a psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 53. pp. 550-562. DOI: 10.1037//0022-3514.53.3.550.
- Schwartz, S. H. & Boehnke, K. [2004]: Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis. *Journal of Research in Personality*. Vol. 38. pp. 230-255. DOI: 10.1016/S0092-6566(03)00069-2.
- Schwartz, S. H. et al. [2012]: Refining the theory of basic individual values. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 103. pp. 663-688. DOI: 10.1037/a0029393.
- Schwartz, S. H. et al. [2001]: Extending the cross-cultural validity of the theory of basic human values with a different method of measurement. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. Vol. 32. pp. 519-542. DOI: 10.1177/0022022101032005001.
- Sethi, S. P. & Lowry, D. B. [2008]: Coping with cultural conflicts in international operations. In Zsolnai, L. (ed.): *Europe-Asia Dialogue on Business Spirituality*. Garant, Antwerp. pp. 67-88.

- Sheldon, K. M. & Kasser, T. [1995]: Coherence and Congruence: Two Aspects of Personality Integration. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 68. pp. 531-543. DOI: 10.1037//0022-3514.68.3.531.
- Skilton, A. [2000]: *A Concise History of Buddhism*. Barnes & Noble, New York.
- Solomon, R. C. [1998]: The Moral Psychology of Business: Care and Compassion in the Corporation. *Business Ethics Quarterly*. Vol. 8. No. 3. pp. 515-533. DOI: 10.2307/3857435.
- Thompson, M. J. [2004]: Spirituality as Faith in Relation to Management. In Zsolnai, L. (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht. pp: 153-157. DOI: 10.1007/978-94-007-1153-2_11.
- Thompson, M. [2007]: Homo Spiritualis in Business. In Bouckaert, L. & Zsolnai, L. (eds.): *Spirituality as a Public Good*. European SPES Cahiers Nr. 1. Garant, Antwerp. pp. 35-52.
- Thompson, M. [2008]: The practice of spiritual dynamics in business. In Zsolnai, L. (ed.): *Europe-Asia Dialogue on Business Spirituality*. Garant, Antwerp. pp. 17-28.
- Tideman, S. G. [2011]: Gross National Happiness. In Zsolnai, L. (ed.): *Ethical Principles and Economic Transformation – A Buddhist Approach*. Springer, Dordrecht, Heidelberg, London, New York. pp. 133-153. DOI: 10.1007/978-90-481-9310-3_7.
- Tilly, C. [1984]: *Big Structures, Large Processes, Huge Comparisons*. Russell Sag Foundation, New York.
- Tornielli, A. & Galeazzi, G. [2015]: *Ferenc pápa – Ez a gazdaság öl*. (Fordította: Török Csaba). Jezsuita Kiadó, Budapest.
- Vatikáni Zsinat, II. [1965]: *Az Egyházzól a mai világban*. <http://uj.katolikus.hu/konyvtar.php?h=16>.
- Verhelst, T. [2007]: A New Paradigm for a New Globalisation. In Bouckaert, L. & Zsolnai, L. (eds.): *Spirituality as a Public Good*. European SPES Cahiers Nr. 1. Garant, Antwerp. pp. 69-78.

- Vernon, P. E. & Allport, G. W. [1931]: A Test for Personal Values. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. Vol. 3. pp. 232-248. DOI: 10.1037/h0073233.
- Vesper, K. [1980]: *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs, New-Jersey.
- Vinson, D. E. & Scott, J. E & Lamont, L. M. [1977]: The Role of Personal Values in Marketing and Consumer Behavior. *Journal of Marketing*. Vol. 41. No. 2. pp. 44-50. DOI: 10.2307/1250633.
- Welford, R. [2006]: Tackling Greed and Achieving Sustainable Development. In Zsolnai, L. & Ims, K. J. (eds.): *Business within Limits. Deep Ecology and Buddhist Economics*. Peter Lang AG, International Academic Publishers, Bern. pp. 25-57.
- Zadek, S. [1993]: The Practice of Buddhist Economics. Another View. *American Journal of Economics and Sociology*. Vol. 52. No. 4. pp. 433-446. DOI: 10.1111/j.1536-7150.1993.tb02567.x.
- Zadek, S. [1997]: Towards a Progressive Buddhist Economics. In Watts, J. & Senauke, A. & Bhikkhu, S. (eds.): *Entering the Realm of Reality: Towards Dharmmic Societies*. International Network of Engaged Buddhists, Bangkok. pp. 241-273.
- Zamagni, S. [2011]: Avarice. In Bouckaert, L. & Zsolnai, L. (eds.): *The Palgrave Handbook of Spirituality and Business*. Palgrave Macmillan, Houndmills. pp. 212-218. DOI: 10.1057/9780230321458.
- Zsolnai, L. [2004a]: Spirituality and Management. In Zsolnai, L. (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht. pp. 3-14. DOI: 10.1007/1-4020-2365-0_1.
- Zsolnai, L. [2004b]: Taking Spirituality Seriously. In Zsolnai, L. (ed.): *Spirituality and Ethics in Management*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht. pp: 189-200. DOI: 10.1007/978-94-007-1153-2_15.
- Zsolnai, L. (ed.) [2004c]: *Spirituality and Ethics in Management*. Kluwer Academic Publishers, Dordrecht. DOI: 10.1007/978-94-007-1153-2.
- Zsolnai, L. & Ims K. J. (eds.) [2006]: *Business within Limits. Deep Ecology and Buddhist Economics*. Peter Lang AG, International Academic Publishers, Bern.

- Zsolnai, L. [2007a]: Western Economics versus Buddhist Economics. *Society and Economy*. Vol. 29. Nr. 2. pp. 145-153. DOI: 10.1556/SocEc.29.2007.2.2.
- Zsolnai, L. [2007b]: Ethics Needs Spirituality. In Bouckaert, L. & Zsolnai, L. (eds.): *Spirituality as a Public Good*. European SPES Cahiers Nr. 1. Garant, Antwerp. pp. 25-34.
- Zsolnai, L. [2008]: Buddhist Economic Strategy. In Bouckaert, L. & Opdebeeck, H. & Zsolnai, L. (eds.): *Frugality*. Peter Lang AG, International Academic Publishers, Bern. pp. 279-304.
- Zsolnai, L. [2011a]: Moral Agency and Spiritual Intelligence. In Bouckaert, L. & Zsolnai, L. (eds.): *The Palgrave Handbook of Spirituality and Business*. Palgrave Macmillan, Houndmills. pp. 42-48. DOI: 10.1057/9780230321458.
- Zsolnai, L. [2011b]: Buddhist Economics. In Bouckaert, L. & Zsolnai, L. (eds.): *The Palgrave Handbook of Spirituality and Business*. Palgrave Macmillan, Houndmills. pp. 88-94. DOI: 10.1057/9780230321458.

A buddhista szent iratokból (a Páli Kánonból) való hivatkozások címei és szöveghelyei

- SN 22.86: *To Anurudha*. Samyutta Nikaya 22.86.
<http://www.accesstoinight.org/tipitaka/sn/sn22/sn22.086.than.html>.
- SN 56.11: *Setting the Wheel of Dhamma in Motion*. Samyutta Nikaya 56.11.
<http://www.accesstoinight.org/tipitaka/sn/sn56/sn56.011.than.html>.
- MN 22: *The Water-Snake Simile*. Majjhima Nikaya 22.
<http://www.accesstoinight.org/tipitaka/mn/mn.022.than.html>.
- DN 16: *Last Days of the Buddha*. Digha Nikaya 16.
<http://www.accesstoinight.org/tipitaka/dn/dn.16.1-6.vaji.html>.

PUBLIKÁCIÓS JEGYZÉK

Magyar nyelvű könyvfejezet

1. Kovács, G. [2010]: Buddhista fogalmak magyarázata. In Zsolnai, L. (szerk.): *Boldogság és gazdaság. A buddhista közgazdaságtan eszméi*. Typotex, Budapest. pp. 211-221.

Magyar nyelvű referált folyóirat

2. Kovács, G. [2016]: A buddhista közgazdaságtan. *Köz-Gazdaság*. 11. évfolyam, 4. szám. pp. 165-175.

Magyar nyelvű egyéb folyóirat

3. Kovács, G. [2009]: Business within Limit. Deep Ecology and Buddhist Economics – Könyv recenzió. *Keréknymok*. Vol. 5. pp. 116-119.

Magyar nyelvű műhelytanulmány

4. Kovács, G. [2011c]: Vallásosság és vallási felekezethez való tartozás. In Antalóczy, T. & Füstös, L. (szerk.): *Társadalmi füzetek*. MTA Politikatudományi Intézet, Budapest. Elérhető: <http://team.btk.ppke.hu/node/125>.

Angol nyelvű könyvfejezetek

5. Kovács, G. [2013]: Buddhist Economics. In Opdebeeck, H. (ed.): *Responsible Economics – E. F. Schumacher and His Legacy for the 21st Century*. Peter Lang Academic Publisher, Bern. pp. 33-53.
6. Kovács, G. [2015]: Buddhist Spiritual Orientation to Nature and Sustainability. In Zsolnai, L. (ed.): *The Spiritual Dimension of Business Ethics and Sustainability Management*. Springer International Publishing, Dordrecht, Heidelberg, London, New York. pp. 57-69. DOI: 10.1007/978-3-319-11677-8_6.

7. Kovács, G. & Ócsai, A. [2015]: The Spirit of Non-violence and Peace in Business. In Bouckaert, L. & Chatterji, M. (eds.): *Business, Ethics and Peace*. Emerald Group Publishing, Bingley. pp. 231-245. DOI: 10.1108/S1572-832320150000024014.
8. Kovács, G. & Ócsai, A. [2016]: Mindfulness and Non-Violence in Business. In Chatterji, M. & Zsolnai, L. (eds.): *Ethical leadership: Indian and European spiritual approaches*. Palgrave Macmillan, London. pp. 171-189. DOI: 10.1057/978-1-137-60194-0_10.

Angol nyelvű, nemzetközi referált folyóiratok

9. Kovács, G. [2014]: The theoretical foundation of Buddhist management practices. *Journal of Management Development*. Vol. 33. Issue 8/9. pp. 751-762. DOI: 10.1108/JMD-09-2013-0120.
10. Kovács, G. [2015]: Soulful Corporations. A Values-Based Perspective on Corporate Social Responsibility – Book Review. *Journal of Management, Spirituality & Religion*. Vol. 12. Issue 2. pp. 178-181. DOI: 10.1080/14766086.2014.992357.
11. Kovács, G. [megjelenés alatt]: The value-orientations of Catholic and Buddhist entrepreneurs. *International Journal of Social Economics*.

Angol nyelvű, nemzetközi konferencia kiadványok

12. Kovács, G. [2011a]: The Buddhist Solution for the Deficiencies of Corporate Social Responsibility (CSR). In Dhammasami, K. et al. (eds.): *Buddhist Virtues for Social and Economic Development. The 8th International Buddhist Conference on the United Nations Day of Vesak Celebrations. Conference Volume*. Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Ayutthaya, Thailand. pp. 87-100.
13. Kovács, G. [2011b]: Sustainability and Buddhism. In Majumdar, S. K. (ed.): *SusCon 2011. People, Planet & Prosperity. 2nd International Conference, Conference Volume*. IIM Shillong, Shillong, India. pp. 21-34.
14. Kovács, G. [2014]: Buddhist Approach to Sustainability and Achieving Millennium Development Goals. In Tu, T. N. & Thien, T. D. (eds.): *Buddhism for Sustainable Development and Social Change*. Religion Press, Ho Chi Minh City, Vietnam. pp. 113-127.