

**В.Л. Дикань, В.В. Компанієць, О.М. Полякова**

## **ЕТИЧНІ ОСНОВИ БІЗНЕСУ**

**Навчальний посібник**

**Харків 2012**



**УКРАЇНСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ  
ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ**

**В.Л. Дикань, В.В. Компанієць, О.М. Полякова**

## **ЕТИЧНІ ОСНОВИ БІЗНЕСУ**

**Навчальний посібник**

*Рекомендовано Міністерством освіти і науки,  
молоді та спорту України як навчальний посібник  
для студентів вищих навчальних закладів»*

**Харків 2012**

УДК 330.113.2  
ББК 88  
Д 45

*Рекомендовано Міністерством освіти і науки,  
молоді та спорту України як навчальний посібник  
для студентів вищих навчальних закладів  
(№ 1/11-6433 від 08.05.12 р.).*

**Рецензенти:**

професори В.В. Максимов (Східноукраїнський  
національний університет ім. В.Дала),  
Л.О. Українська (Харківський національний  
Економічний університет),  
доцент О.Г. Кірдіна (Українська державна академія  
залізничного транспорту)

Д 45 **Дикань В.Л., Компанієць В.В., Полякова О.М.** Етичні  
основи бізнесу: Навч. посібник. – Харків: УкрДАЗТ, 2012. –  
316 с., табл. 3, рис. 5.  
ISBN 978-966-2033-90-8

Головною метою навчального посібника є розгляд етичних  
основ ведення бізнесу та підприємницької діяльності, які  
сформувались у сучасній західній теорії та практиці бізнес-діяльності,  
а також моральних норм, традицій, найкращих зразків вітчизняної  
господарської та підприємницької діяльності минулого, проблем  
формування соціально відповідального бізнесу в сучасній Україні.

Вивчення кожного розділу навчального посібника  
супроводжується переліком питань для самоконтролю,  
обговорення, темами реферативних робіт.

Навчальний посібник може бути корисним студентам,  
викладачам, керівникам підприємств і організацій усіх форм  
власності, а також професіоналам бізнесу в рішенні етичних  
проблем ділового життя.

УДК 330.113.2  
ББК 88

**ISBN 978-966-2033-90-8**

© Українська державна академія  
залізничного транспорту, 2012.

**Навчальний посібник**

**Дикань Володимир Леонідович,  
Компанієць Вікторія Віталійовна,  
Полякова Олена Миколаївна**

**ЕТИЧНІ ОСНОВИ БІЗНЕСУ**

Відповідальний за випуск Компанієць В.В.

Редактор Решетилова В.В.

---

Підписано до друку 22.05.12 р.

Формат паперу 60x84 1/16 . Папір писальний.

Умовн.-друк.арк. 10,5. Тираж 300. Замовлення №

Видавець та виготовлювач Українська державна академія залізничного транспорту  
61050, Харків - 50, майдан Фейербаха, 7  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 2874 від 12.06.2007 р.

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України  
Українська державна академія залізничного транспорту

В.Л. Дикань, В.В. Компанієць, О.М. Полякова

## ЕТИЧНІ ОСНОВИ БІЗНЕСУ

Навчальний посібник

Харків

2012

УДК 330.113.2  
ББК 88

Дикань В.Л., Компанієць В.В., Полякова О.М. Етичні основи бізнесу:  
Навч. посібник. – Харків: УкрДАЗТ, 2012. – 316 с.

## ISBN

Головною метою, поставленою авторами при написанні навчального посібника, є розгляд етичних основ ведення бізнесу та підприємницької діяльності, які сформувались у сучасній західній теорії та практиці бізнес-діяльності, а також моральних норм, традицій, найкращих зразків вітчизняної господарської та підприємницької діяльності минулого, проблем формування соціально відповідального бізнесу в сучасній Україні.

У навчальному посібнику послідовно розглянуті такі питання: визначення та витоки моралі та моральності; ставлення до проблематики дотримання норм моралі в економічній, у т.ч. підприємницькій діяльності, до місця моралі в економіці, яке сформувалось у різних економічних школах; особливості формування етики бізнесу як наукової дисципліни; зміст та особливості різних концепцій, що сформувались в етиці бізнесу; особливості християнської етики господарювання та православної етики підприємництва; досвід формування соціально відповідальності бізнесу у західних країнах; проблематика формування соціально відповідального бізнесу в Україні.

Вивчення кожного розділу навчального посібника супроводжується переліком питань для самоконтролю, обговорення, темами реферативних робіт.

Навчальний посібник може бути корисним студентам, викладачам, керівникам підприємств і організацій усіх форм власності, а також професіоналам бізнесу в рішенні етичних проблем ділового життя.

Іл. 5, табл. 3, бібліогр.: 97 назв.

Рекомендовано Міністерством освіти і науки, молоді та спорту України як навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів (№1/11-6433 від 08.05.12).

Рецензенти:

професори В.В. Максимов

(Східноукраїнський національний університет ім. В.Даля),

Л.О. Українська

(Харківський національний Економічний університет),

доцент О.Г. Кірдіна

(Українська державна академія залізничного транспорту)

©Українська державна академія  
залізничного транспорту, 2012

## ЗМІСТ

<b>Вступ</b> .....	7
<b>1. Мораль і моральність. Моральний закон</b> .....	9
1.1. Визначення моралі і моральності (науковий підхід) ...	9
1.2. Джерела походження моралі і моральності (науковий підхід) .....	12
1.3. Мораль та моральність. Природні витoki моральності (теологічний підхід) .....	19
1.4. Надприродні витoki моральності. Моральний закон ...	22
Питання для самоконтролю .....	30
Питання для обговорення .....	31
Теми рефератів .....	31
<b>2. Проблема морального чинника в економіці: історія і сучасність</b> .....	32
2.1. Економіка та господарювання, бізнес та підприємництво: проблематика визначення категорій ...	32
2.2. Економіка та хрематистика .....	35
2.3. Цілі економіки (господарювання) .....	37
2.4. Моральна оцінка економіки та підприємницької діяльності: основні положення .....	40
2.5. Місце моралі в економіці: західна економічна думка (XVIII - середина XX ст.) .....	42
2.6. Класифікація підходів до визначення місця моралі в економіці .....	45
2.7. Діалектика взаємозв'язку моралі та економічної діяльності (західні теорії) .....	49
2.8. Теологічний підхід. Закон духовно-моральної детермінації суспільного розвитку .....	54
Питання для самоконтролю .....	62
Питання для обговорення .....	63
Теми рефератів .....	64
<b>3. Етика бізнесу: предмет та специфіка</b> .....	65
3.1. Етичні проблеми сучасного ділового життя .....	65
3.2. Формування етики бізнесу як наукової дисципліни .....	66
3.3. Структура етики бізнесу .....	68
3.4. Причини підвищення уваги до етики бізнесу .....	70
Питання для самоконтролю .....	73
Питання для обговорення .....	74

Теми рефератів .....	74
<b>4. Основні концепції в етиці бізнесу .....</b>	<b>75</b>
4.1. Релігія і господарське життя .....	75
4.2. Теорія утилітаризму .....	79
4.3. Розвиток ідей утилітаризму .....	82
4.4. Деонтична етика .....	87
4.5. Етика справедливості .....	89
Питання для самоконтролю .....	91
Питання для обговорення .....	91
Теми рефератів .....	92
<b>5. Організація і моральні стандарти .....</b>	<b>93</b>
5.1. Проблематика дотримання норм моралі у господарській (підприємницькій) діяльності .....	93
5.2. Способи підвищення етичного рівня організації .....	97
Питання для самоконтролю .....	102
Питання для обговорення .....	102
Теми рефератів .....	103
<b>6. Християнська економічна думка та етика господарювання .....</b>	<b>104</b>
6.1. Ставлення християнства до економіки і господарського життя, господарської активності людини, критерії ефективності господарської діяльності .....	104
6.2. Принципи християнської господарської етики .....	110
Питання для самоконтролю .....	116
Питання для обговорення .....	117
Теми рефератів .....	117
<b>7. Домострой. Дія православ'я на розвиток економіки і підприємництва .....</b>	<b>118</b>
7.1. Домострой як еталон господарювання в православній господарській культурі .....	118
7.2. Вплив православ'я на розвиток підприємницької діяльності. Основні риси господарської культури вітчизняних підприємців .....	122
7.3. Добродійна діяльність промисловців та підприємців ..	129
7.3.1. Російські благодійники та меценати XIX – початку XX ст. ....	129
7.3.2. Благодійність і меценатство в Україні .....	132
Питання для самоконтролю .....	145
Питання для обговорення .....	145

Теми рефератів .....	146
<b>8. Основні положення етичного кодексу православного підприємця .....</b>	<b>147</b>
8.1. Необхідність, витоки та базові принципи православної етики підприємництва .....	147
8.2. Духовні норми поведінки в діловому житті .....	150
8.3. Підприємницькі цінності .....	153
8.4. Мотивація підприємницької діяльності .....	156
8.5. Соціально-етична відповідальність підприємця .....	160
8.6. Відносини з державою і суспільством .....	163
Питання для самоконтролю .....	166
Питання для обговорення .....	167
Теми рефератів .....	167
<b>9. Відносини працедавця і працівника у православній етиці підприємництва .....</b>	<b>168</b>
Питання для самоконтролю .....	174
Питання для обговорення .....	174
Теми рефератів .....	174
<b>10. Відносини партнерів по бізнесу у православній етиці підприємництва .....</b>	<b>175</b>
Питання для самоконтролю .....	180
Питання для обговорення .....	180
Теми рефератів .....	180
<b>11. Теоретичні аспекти розвитку соціальної відповідальності бізнесу .....</b>	<b>181</b>
11.1. Еволюція концепції соціальної відповідальності бізнесу .....	181
11.2. Аналіз понять «соціальна відповідальність» та «корпоративна соціальна відповідальність» .....	182
11.3. Підходи до корпоративної соціальної відповідальності .....	184
11.4. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності ...	190
11.5. Особливості формування соціальної відповідальності бізнесу в зарубіжних країнах .....	193
11.5.1. Моделі соціального партнерства .....	193
11.5.2. Світовий досвід соціальної відповідальності бізнесу .....	197
Питання для самоконтролю .....	200
Питання для обговорення .....	201



Теми рефератів .....	201
<b>12. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні .....</b>	<b>202</b>
12.1. Рівні і основні принципи СВБ .....	202
12.2. Необхідність розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні .....	205
12.2.1. Передумови і причини становлення і розвитку СВБ в Україні .....	205
12.2.2. Критерії, переваги і обмежувальні фактори розвитку СВБ в Україні .....	208
12.3. Особливості становлення і розвитку соціальної відповідальності вітчизняних підприємств .....	214
12.4. Аналіз соціальної відповідальності підприємств в Україні .....	218
12.5. Основні напрямки підвищення рівня СВБ в Україні .....	225
Питання для самоконтролю .....	229
Питання для обговорення .....	229
Теми рефератів .....	229
<b>Висновки .....</b>	<b>231</b>
Бібліографічний список .....	233
Додаток 1. Приклади моральних норм господарювання у Старому Заповіті .....	242
Додаток 2. Діловий моральний кодекс за іудейським правом .....	246
Додаток 3. Ділова етика американського фінансового будинку „LARIBA” .....	251
Додаток 4. Кодекс міжнародної ділової етики для християн, мусульман та іудеїв .....	253
Додаток 5. Моральні принципи і правила господарювання, прийняті на Всесвітньому Російському Народному Соборі 2004 р. ....	259
Додаток 6. Моральні принципи підприємництва, які мають коріння у традиційній китайській культурі (Френк Цзао) .....	266
Додаток 7. Правила „Домострою” .....	268
Додаток 8. Сім принципів ведення справ у Росії .....	277
Додаток 9. Кодекс ділової етики відкритого акціонерного товариства «Російські залізниці» .....	279
Додаток 10. Приклади і проблеми реалізації СВБ деякими українськими підприємствами .....	293
Словник .....	295

**ВСТУП**

Багатоміжковий досвід господарювання, що склався в різних типах цивілізацій, в різних країнах світу, показав, що господарська діяльність, крім суто економічних законів, особистого й суспільного інтересу, вигоди, повинна регулюватися правом і моральними законами. Без дотримання їх будь-яка господарська діяльність у довгостроковій перспективі приречена на провал.

Українська економіка перебуває у глибокій кризі, яка передусім є наслідком духовно-моральної кризи та непрофесіоналізму багатьох керівників та фахівців. На жаль, бізнесова (підприємницька) діяльність розглядається лише як засіб отримання швидкого прибутку, причому досить часто нечесним шляхом. Мораль, економіка, підприємництво розглядаються як незалежні одна від одної категорії. Стандартною нормою поведінки становиться поведінка, спрямована на порушення норм моралі в економіці та підприємницькій діяльності. Вихід з кризи пов'язаний зі зміною свідомості суб'єктів економічних відносин, підприємницької діяльності, з відродженням та формуванням морально спрямованого господарювання, етичного, соціально відповідального бізнесу, що неможливо без відповідних змін в освітньому просторі.

Вивчення етичних основ господарювання (підприємницької діяльності) у вищих навчальних закладах ставить за мету підвищення якості етичної свідомості професіоналів бізнесу і менеджменту, засвоєння ними основних ціннісних орієнтацій і етичних стандартів бізнесу, оволодіння інструментарієм для аналізу і ухвалення етичних рішень в конкретних ситуаціях ділового життя.

Вивчення етики бізнесу спрямоване на те, щоб сформувати у майбутніх підприємців, управлінців, фахівців з економіки та підприємництва розуміння економіки та підприємницької діяльності як морально, соціально відповідальних сфер діяльності людини; ознайомити слухачів з найбільш відомими напрямками та

концепціями, що сформувались в етиці бізнесу, у т.ч. концепцією соціальної відповідальності, а також з досвідом соціально відповідального бізнесу та проблематикою формування такого бізнесу в Україні; ознайомити з досвідом вітчизняної (православної) моделі підприємницької діяльності та можливостями її втілення у сучасному просторі господарювання.

Навчальний посібник підготовлений до публікації авторським колективом Української державної академії залізничного транспорту у такому складі: д.е.н., проф. В.Л. Дикань, к.е.н., доц. В.В. Компанієць, к.е.н., доц. О.М. Полякова.

# 1. МОРАЛЬ І МОРАЛЬНІСТЬ. МОРАЛЬНИЙ ЗАКОН

## 1.1. Визначення моралі і моральності (науковий підхід)

Кожний вчений для обґрунтування певної теорії, так чи інакше, виходить з певного світогляду, основу якого складає віра або релігія. Власне, наука не є світоглядною системою, такими є лише філософія і релігія.

Нагадаємо, що *світогляд* – це сукупність поглядів на основні питання буття в цілому і людини зокрема (сутність буття, значення життя, розуміння добра і зла, існування Бога, душі, вічності). Світогляд завжди представлений або у вигляді релігії, або філософії (і релігія, і філософія прагнуть того, щоб дати цілісну картину світу, цілісну систему орієнтації особистості).

*Релігія (віра)* задає людині і суспільству цінності, норми, ідеали, причому вона задає їх як абсолютні, ті, які не піддаються критиці і повинні бути сприйнятими безумовно. Саме тому вона є тим ядром, на основі якого формується моральність і суспільна мораль, культура і право, формуються цивілізації, утворюються особливі типи економічних систем.

Окрема людина, певна частина суспільства може не сприймати релігійний світогляд, але прагнення до пошуку сенсу буття і віра властиві природі людини. Тоді людина (суспільство) вибирають іншу форму світогляду, яка також базується вже не на релігії, а на вірі. В систему вірувань людини входить атеїстичний, матеріалістичний, агностичний світогляд. Також світогляд може бути представлений у вигляді певних філософських систем.

Перед тим, як розглянути безпосередньо питання етики бізнесу або підприємництва, нам необхідно звернутись до таких базових категорій, як *етика, мораль та моральність (рос. нравственность)*, оскільки від правильного розуміння їх змісту та різних підходів до визначення цих категорій, а також питання походження моралі залежить і розуміння та підходи до визначення етики бізнесу, її змісту та функцій.

Спершу зазначимо, що *етику* визначають як науку про мораль, або наукову дисципліну, *яка вивчає соціальну мораль* [58, с. 35].

Визначень понять “мораль” і “моральність” існує досить багато, причому самі вчені вважають, що дати визначення цим поняттям достатньо складно. Сенсу приводити всі немає. Проте має сенс виділити два принципово різних підходи до визначення змісту цих понять, а також в поясненні природи виникнення моральності і моралі.

Перший підхід – *світський*, прийнятий в сучасній етиці, він переважно відображає матеріалістичний світогляд. Другий – *теологічний*.

Отже, ми звернемось до визначення моралі та моральності, які панують у сучасній науковій думці і філософії.

Як приклади першого підходу наведемо наступні визначення моралі (моральності).

В радянському енциклопедичному словнику, який вважався одним із зразків наукової думки радянського періоду, дано таке визначення моралі:

*мораль* (від лат. *moralis* – моральний), моральність – особлива форма суспільної свідомості і вид суспільних відносин (моральні відносини); один з основних способів регуляції дій людини в суспільстві за допомогою норм. На відміну від простого звичаю або традиції моральні норми одержують ідейне обґрунтування у вигляді ідеалів добра і зла, належного, справедливості і т.п. На відміну від права виконання вимог моралі санкціонується лише формами духовної дії (суспільної оцінки, схвалення або засудження). Разом із загальнолюдськими елементами мораль включає історично скороминущі і класові норми, принципи, ідеали. Мораль вивчається спеціальною філософською дисципліною – етикою [74].

В цьому визначенні, по-перше, акцент робиться на моралі (моральності) як суспільному інституті (джерело моральних норм і цінностей – суспільство і конкретні класи), а по-друге, на ідейному обґрунтуванні ідеалів, підкреслюється класовий характер моралі; до форм духовної дії відноситься тільки думка суспільства (це і зрозуміло, оскільки дане визначення відображає

соціалістичну ідеологію і етику марксизму-ленінізму). Тут моральність і мораль тотожні.

Можна навести і більш коротке визначення моралі. Мораль – це соціальний інститут, що складається з системи стандартів, таких, що визнані і поділяються членами культурної спільності [58, с.8]. У цьому визначенні важливим є його соціокультурний характер, тобто визнання того, що у різних культурах (цивілізаціях) можуть існувати різні моральні норми.

Одним з найвдаліших визначень моралі є те, яке дає *Матвеев П.Є.*, його можна віднести як до індивідуального, так і до суспільного рівня: «**Мораль** – це сукупність цінностей добра і зла, а також відповідних їм форм свідомості, відносин, дій» [46]. Важливо, що у визначенні підкреслюється залежність свідомості людини, її ставлення до світу, її поведінки від цінностей, зрештою від того, що у своєму ціннісному світі людина або суспільство відносить до добра, а що – до зла. Це широке визначення, воно відображає сутність моралі як сукупності цінностей добра і зла, але з нього виходить, що моралей може бути багато. До добра і зла різні люди, різні суспільства можуть відносити і відносять зовсім не однакові, навіть протилежні категорії. Таким чином, категорія «мораль» відображатиме реальний стан уявлень суспільства (людини) про добро і зло.

Тоді що ж відбиває ідеал? Тут нам і необхідно звернутися до категорії "**моральність**". Згідно з тлумачним словником російської мови під редакцією Ожегова С.І. і Шведова Н.Ю., «**моральність** – це внутрішні, духовні якості, якими керується людина; етичні норми, правила поведінки, що визначаються цими якостями» [54]. В цьому визначенні моральність зводиться до духовних якостей людини (тобто розглядається особистісний рівень), а також до норм і принципів поведінки, тобто до певної форми свідомості. Це визначення дуже близько до теологічного, оскільки акцент робиться на духовних якостях людини як джерелах її поведінки. Проте воно не відображує, що конкретно виражають ці духовні якості (ставлення до чого або до кого), і не виділяє, на відміну від визначення Матвеева П.Є., ціннісну основу моральності в дихотомії добро – зло.

## 1.2. Джерела походження моралі і моральності (науковий підхід)

Що ж є джерелом походження моралі (моральності) з погляду науки, що вивчає мораль, - етики? Наукові підходи, які пояснюють походження моралі, поділяються на три групи, що їх відображають: гетерономна етика; автономна етика, а також підхід, який вміщає обидва [46].

**Гетерономна етика** вважає, що мораль, її виникнення і розвиток визначається неморальними чинниками: економічними, біологічними, політичними, релігійними.

**Автономна етика**, навпаки, стверджує, що мораль незалежна і не можна зводити її до інших неморальних чинників. Третій підхід розглядає і ті, й інші джерела. Проте всі ці підходи, незважаючи на їх різноманітність, засновані на вірі вчених, оскільки логічним шляхом довести правильність того або іншого підходу, концепції моралі неможливо.

Гетерономна етика представлена різними напрямками, серед яких найважливіші: натуралістична етика (біологічна етика, гедонізм, евідемонізм, утилітаризм) і соціальна етика (наприклад, марксистська етика або «договірна концепція моралі»).

Моральність в **натуралістичній** етиці розуміється як розвиток в людині її певних *природних* якостей. Тут максимально «розкручується» ідея про те, що людина є *твариною*, хоча і розумною. За своєю суттю це відображує матеріалістичний світогляд, заснований на вірі в те, що людина є розумна тварина і все людське за своєю природою, або суттю, є природне, «тваринне».

**Біологічна** етика виводить добро і зло з біології і психіки людини. До біологічної етики відносяться, наприклад, вчення про мораль *Ф. Ніцше*, *З. Фрейда*, *неофрейдистів*, *К. Юнга*, *Е. Фромма*, вчення про добро як «егоїстичний альтруїзм» *Р. Сельє*. З генетичною природою людини зв'язують добро і зло деякі генетики. До недоліків біологічної етики відноситься абсолютизація біологічного чинника, коли заперечується значущість соціальних і духовних основ моралі. Проте з біології живих істот не можна еволюційно отримати вищі моральні відчуття і ідеї, властиві моральній особі. Тут робиться

*натуралістична* помилка, коли природні, біологічні феномени визначаються як ідеальні, моральні. Абсолютизація природного чинника моралі приводить багатьох представників біологічної етики до песимістичних висновків про можливості і розвиток відповідальної моральності, властивої людині.

Звичайно, прихильники біологічної етики будуть завжди, але вважати людину розумною твариною зараз не дуже модно. Більш значущими для нашого суспільства зараз, на жаль, виявилися *моральні установки, що ототожнюють добро із задоволенням (гедонізм), щастям (евдемонізм) або користю (утилітаризм).*

**Гедонізм і евдемонізм**, на перший погляд, дуже близькі здоровому глузду. Насправді, заради чого живе людина? В чому сенс її життя? Більшість людей, які не замислюються глибоко над моральними проблемами, відповідять, що людина живе заради задоволень, щастя, в цьому полягають її природні потреби, і що задоволення, щастя і є добро.

Проте, навіть якщо погодитися з тим, що задоволення або щастя є добро, то добро не можна ототожнити із задоволенням або щастям. Насправді, добро може бути пов'язано із стражданням і навіть із загибеллю людини, коли, наприклад, людина жертвує собою заради блага інших людей. Любов – це безумовне добро, але справжня любов завжди пов'язана з самопожертвуванням, зреченням від егоїзму, власного «я». Саме задоволення і щастя окремої людини може бути пов'язаним не тільки з добром, але і із злом. Так, надмірні задоволення руйнують природу людини, заради власного щастя, задоволення іноді доводиться вільно або мимоволі завдавати страждань іншій людині, цілому суспільству. Це видно на прикладі сучасного стану нашого суспільства, коли такий гедонізм, евдемоністичне «добро» однієї частини суспільства завдає страждань іншій. Зараз установки на гедонізм, евдемонізм яскраво використовуються в рекламі. Щоб продати товар, дуже вигідно ототожнити його придбання із задоволенням, щастям. Потрапивши на цю «вудку насолоди», людина виявляється жертвою споживацької гонки, набуває залежності від світу товарів споживання, вони стають її ідолами, заради яких вона живе.



Але, незважаючи на свій уявний оптимізм, гедонізм і евдемонізм – це дуже песимістичні вчення. Насправді, життя людини пов'язано не тільки із задоволеннями, а тим більше з щастям, які вельми короткочасні, але із стражданнями, часто трагічними. І у такому разі гедонізм і евдемонізм нічого не пропонують людині. Власне, з їхньої точки зору, таке повне страждань життя безглузде, а речі і всі земні блага не можуть зробити людину щасливою.

Тепер зупинимося на *утилітарній моралі*. Утилітаризм став одним з найпоширеніших етичних вчень у Новітній історії.

*В економіці – це установка, що орієнтує людину на отримання максимального прибутку від всього, з чим вона має справу.*

Розрізняють два види утилітаризму: *класичний утилітаризм і утилітаризм середньої корисності*.

Класичний утилітаризм стверджує загальну користь як головний критерій добра. Його основний принцип свідчить: *«Максимальна користь для максимального числа людей»*. Найбільшим представником класичного утилітаризму був англійський вчений **Ієремія Бентам** (1748-1832).

Утилітаризм середньої корисності направляє суспільство на максимізацію середньої користі, тобто користі кожної «середньої людини», або користі на душу населення.

Проте утилітаризм будь-якого різновиду має свої недоліки. По-перше, добро і користь тут ототожнюються. Але добром може з'явитися і те, що в даний момент не приносить ніякої користі, як акт самопожертвування. І те, що корисно, може бути причетним і до добра, і до зла. І головна причина такого неправомірного ототожнення добра і користі полягає в «натуралістичній помилці», що робиться утилітаристами. *Утилітаристи, як і гедонізм, і евдемоністи, не відрізняють добро як цінність, яка ідеальна, від користі, яка матеріальна.*

По-друге, *будь-який утилітаризм приносить в жертву своїй або суспільній користі інші інтереси людей, наприклад їх свободу.*

По-третє, *утилітаризм вирішує питання з погляду «середньої» людини, переносячи на все суспільство її потреби,*

*інтереси, погляди. Він не виявляє належної участі до кожної людини, особливо слабкої, яка не досягає успіху.*

*Якщо оцінити наслідки застосування моралі утилітаризму, гедонізму, евдемонізму в економічній діяльності, слід відмітити, що як результат ми матимемо суспільство, розколене і економічно, і соціально, суспільство, що підпадає під величезні психічні навантаження. Одна його частина – це ті, хто досягає успіху, збагачується, вважаючи добром все те, що приводить до власного блага. Інша частина – ті, хто не досягає успіху в силу тих або інших обставин. Ця частина опиняється щонайменше в залежному становищі, або взагалі за порогом нормального існування. Залежність може виявлятися, як ми відзначали, у включенні в споживацьку гонку за благами, щастям і задоволенням. Часто така гонка закінчується іншою залежністю від кредитів і від великої кількості роботи, коли людина, намагаючись заробити на задоволення, втрачає два головних невідновлюваних ресурси – час і здоров'я. В розколеному, високодиференційованому (соціально і майново) суспільстві неминучими є серйозні конфлікти. Так що *та або інша моральна установка в економічній діяльності має відповідні наслідки* (і ми до цього повертатимемося неодноразово).*

Тепер декілька слів про так звану **соціальну етику**. Найвідомішими її напрямками є *марксистська етика* і «*договірна концепція*» моралі.

**Марксистська етика** виводить мораль із суперечностей загальних і приватних інтересів. Стверджується, що мораль має класовий характер, що не існує загальнолюдських норм моралі, що найпрогресивнішою на даному етапі розвитку суспільства є мораль найбільш соціально прогресивного класу. Найпрогресивнішою мораллю оголошувалася мораль робочого класу.

Зараз марксистська, комуністична мораль практично стала надбанням історії. Але більше семи десятиріч вона була панівною в нашому суспільстві, згідно з нею вибудовувалось соціально-економічне життя соціалістичних країн, перш за все СРСР. Ця мораль деструктивна за своєю природою, оскільки, як і будь-яка мораль, заснована на вірі – вірі в партію, ідеали комунізму (саме вона – ця віра – деструктивна).

У західному суспільстві набула широкого розповсюдження *договірна концепція моралі*. Вона, за своєю природою, також є заснованою на вірі, але вірі в розум, здатність домовитися, а також вірі в право. Згідно з нею, в основі моральності лежить суспільний договір: люди, що мають розум і свободу, здатні домовитися про те, що вважати справедливим і несправедливим, що визнавати за гідність і благо. Ця концепція набула широкого застосування і в економічній етиці і економічній психології (дилема в'язня, “транспортного зайця”), коли доводиться вигідність злягоджених колективних дій, суспільного договору в порівнянні з самотійними егоїстичними діями.

Але якби було так, то сьогодні ми б жили в достатньо стабільному і відносно справедливому суспільстві. Що ж тут не так, чому, наприклад, в нашій країні одні вважають, що податки, комунальні платежі повинні платити всі, а інші вважають, що це робити не потрібно, одні вважають справедливим одержувати надприбутки від експлуатації природних ресурсів і направляти їх у власну кишеню, а інші з цим погодитися не можуть (хоча і зробити також нічого не можуть). Хоча, якщо подумати, то платити податки, оплачувати суспільні витрати, платити ренту від користування природними ресурсами дійсно вигідно: в суспільстві розвивається соціальна сфера, підтримується і розвивається інфраструктура, люди мають нагоду безкоштовної охорони здоров'я і освіти, немає підґрунтя для соціальних вибухів, кримінальної ситуації, країна і народ розвивається. Це ж так зрозуміло: суспільний договір і колективні дії вигідніше за егоїзм. В чому ж справа? Чому договірні відносини не діють (або діють зовсім не так) в нашому суспільстві ?

Тут слід врахувати декілька чинників. Приймаючи будь-які рішення, людина керується не тільки раціональним розумом, але також відчуттями, власними інтересами, які часто виявляються вище, ніж розум. Слід враховувати також ментальні, культурні особливості того або іншого суспільства. Якщо західний менталітет дійсно у більшій мірі заснований на раціональному розумі, то наш – на відчуттях, в ньому дуже сильна ірраціональна складова. Крім того, самі поняття справедливого і несправедливого відрізнятимуться у людей, які мають різні цінності (наприклад, домінанту на духовних або домінанту на

матеріальних цінностях), і тоді договір буде неможливий. Необхідно також відмітити, що окрім бажання і здатності домовитися, суспільний договір припускає сильну державу і право, які є гарантом суспільних угод і розпоряджень. Таким чином, в цій концепції мораль набуває більшою мірою юридичного і політичного характеру, і, як ми відзначали, є заснованою на вірі в договір і право.

Зупинимось *на автономній етиці*. Найяскравішим прикладом автономної етики є етика **Канта**. Основу моралі, за Кантом, складає природжений принцип практичного розуму (етичної свідомості). Подібні принципи Кант називав *трансцендентальними*. Трансцендентальний принцип моралі – це *категоричний імператив*, тобто *безумовне автономне веління*, – веління, яке повинне виконуватися за всіх умов.

Є три формулювання категоричного імперативу: 1. *Дій завжди згідно з таким принципом, щоб він міг стати загальним в аналогічних ситуаціях*. 2. *Стався до іншої людини так, як би ти хотів, щоб вона ставилася до тебе*. 3. *Стався до людини завжди, як до мети, і ніколи, як до засобу*.

Заслуга Канта полягає, перш за все, в його вченні про автономію основоположних моральних принципів. **В.С. Соловйов** у книжці «Виправдання добра» дуже високо оцінив учення Канта про автономію моралі: «В Канті, без сумніву, слід визнати Лавуаз'є моральної філософії. Його розкладання моральності на автономний і гетерономний елементи і формула морального закону являють один з найбільших успіхів людського розуму». «Моральність дійсно є самозаконною, – писав **В.С. Соловйов**, у цьому Кант не помилився, і цей великий успіх, пов'язаний з його ім'ям, не пропаде для людства» [75].

Але, якщо моральність самозаконна і незалежна, чому так часто людина діє аморально?

Однією з найбільш повних концепцій сучасних вчених, які пояснюють природу моральності, є *підхід, запропонований Матвєєвим П.Є*, що суміщає автономну і гетерономну етики. Він виділяє природні, соціальні і духовні основи моральності.

*До природних* він справедливо відносить природжені моральні відчуття людини: совість, співчуття, любов, відповідальність, благоговіння. Також до числа природних основ

моралі він відносить і ті моральні цінності, які людина знаходить в природі.

*До соціальних* основ моральності він відносить реально існуючі моральні відносини, підвалини, звичаї, традиції, норми і принципи поведінки. Він вважає, що на розвиток моралі створюють величезний вплив, по-перше, такі соціальні інститути, як сім'я, право, держава, церква; а по-друге – об'єктивні моральні цінності різних соціальних систем, а саме: моральні цінності економіки, цивільного суспільства, політики, права, духовної сфери.

У свою чергу мораль активно впливає на всі сфери суспільства, цей вплив різноманітний.

Кожна культура, нація, прошарок, соціальна група, клас, навіть професія виробляють свої специфічні моральні цінності, відносини, норми. Таким чином, моральність постає продуктом історичної творчості всього людства.

Соціальні основи є і у суб'єктивної моральності, як того, що сформувалося в кожному окремому індивіді в процесі його соціалізації. Це його моральні ідеї, норми поведінки, його чесноти.

*До духовних* основ моральності Матвеев відносить духовну діяльність самої людини (сила духу, спрямована на подолання злого начала в собі). Він також відзначає, що релігійна етика визнає як духовну основу моралі благодать Бога, через яку передаються людині певні моральні настанови, закони.

Дуже важливо, що Матвеев виділив ці три складові моральності, але того, як він описав їх взаємодію і дію в людському суспільстві, абсолютно недостатньо. Не зрозуміло: чи діють ці складові як рівнозначні (а швидше за все, що так, судячи з його викладу), або виділяється більш головна; як прийти до узгодженості при такому різноманітті моральних цінностей; невже не існує єдиного ідеалу моральності. Крім того, на наш погляд, необхідно було б виділити і те основне положення, що будь-яка мораль за свою основу має віру. Як ми відзначали, це може бути не обов'язково релігійний світогляд, але філософський, матеріалістичний або атеїстичний. Важливо те, що цінності добра і зла не можуть бути обґрунтовані логічно, вони завжди приймаються на віру і підкріплюються логікою.

Підводячи підсумок цьому короткому огляду наукової думки про мораль і моральність, слід зазначити: по-перше, частіше за все поняття моральність і мораль ототожнюються; по-друге, не існує єдиної думки про джерела походження моралі; по-третє, будь-яка мораль за свою основу має віру в ті або інші цінності добра, зла, в різних концепціях моралі зміст категорій добра і зла може істотно відрізнятися один від одного і від ідеалу; по-четверте, самий комплексний підхід до походження моралі виділяє соціальні, природні, духовні джерела моральності, але вони визнаються як рівнозначні (*звідси витікатиме діалектична точка зору на взаємодію моралі і прибутку, що підкреслює взаємозв'язок і взаємозалежність моральної і економічної сфер без домінування будь-якої з них*); по-п'яте, жодна з наукових концепцій не може пояснити сутнісну причину спотворення моральності.

### **1.3. Мораль та моральність. Природні витoki моральності (теологічний підхід)**

Як ми відзначали, окрім світського наукового, існує й інший – теологічний підхід, в якому виділяють *природні і надприродні витoki моральності людини*.

Цей підхід на відміну від першого визнає не просто наявність духовних основ моральності, але і їх домінанту. Домінанту в тому значенні, що, по-перше, сам моральний закон має духовне походження (хоча і є закладеним в природу людини); а по-друге, що існує чітка залежність між виконанням (невиконанням морального закону) і станом всіх сфер життєдіяльності людини (стан економіки, соціальної сфери, демографії, природи, політики залежить від норм моральності і їх дотримання суспільством; те саме можна сказати і про діяльність окремої людини). Далі ми детально зупинимося на цих положеннях, але спочатку розглянемо сам *теологічний підхід*.

Відповідно до цього підходу, під *моральністю (це одне з визначень морального богослов'я) розуміють ставлення людини до Бога, до іншої людини і до суспільства людей*. Отже, вже в самому визначенні виділяється духовна складова. А також

чітко виражені три поля вияву відносин моральності. В основі цих відносин лежить, по-перше, моральне відчуття або моральний закон, що живе в людині, – її здатність відрізнити добро від зла. Це так звана природна моральність, витoki якої кореняться в богоствореній природі людини. А по-друге, існує надприродне джерело моральності, яке коректує спотворену гріхопадінням природну моральність людини.

Тепер нам необхідно зупинитися на цих двох видах моральності – природній і надприродній.

Під ім'ям *природного закону* мається на увазі той властивий нашій душі внутрішній закон, який показує людині, що добро і що зло, і чого вона повинна віддалятися. Закон цей так глибоко втілений в нашу природу, що ніхто не може звільнитися від нього, згладити або заглушити його. Його знають і відчувають всі народи і всі нації землі, бо немає жодної людини, яка б не усвідомлювала відмінності між добром і злом, а також і того, що добро слід робити, а зла уникати і віддалятися. Існування в людині природного морального закону підтверджується Священним Писанням. Так, апостол Павло говорить про язичників: «они не имеют закона (откровенного), естественном законная творят (т.е. по природе делают законное), не имеют закона (писанного), они сами себе закон; они показывают, что дело закона у них написано в сердцах, о чём свидетельствует совесть их и мысли их, то обвиняющие, то оправдывающие одна другую» (Рим. 2:14-15) [9].

Таким же чином міркують і святі отці. *Св. Іоанн Златоуст* пише: «Ни Адам, ни другой какой человек никогда, кажется, не жил без закона естественного. Как скоро Бог сотворил Адама, вложил в него и этот закон, сделал его надёжным сожителем для всего человеческого рода» [35].

Керуючись цим внутрішнім природним законом, людство виробляло не тільки окремі моральні правила, але і створювало цілий моральний світогляд, виробляло певні звичаї і підвалини, які є нічим іншим, як неписаними законами, що переходять у переказах від покоління до покоління і стають джерелом для всіх писаних законів. Ці закони служили керівництвом в суспільному житті і якими би недосконалыми вони не були, все-таки стримували в людських суспільствах грубе свавілля, насильство і

розбещеність. Природний закон, за апостолом Павлом, вкладений в нашу свідомість, *є совість*.

Совість є загальнолюдським явищем. Голос її чується у всякому людському серці. Але, будучи однаково властивою всім людям, совість вельми різна у різних людей і навіть в одній і тій же людині не завжди діє однаково. Відомо, наприклад, що совість, а відповідно і мораль народів, деколи не тільки виправдовувала, але і освячувала релігією людські жертвопринесення, оргії на честь Бахуса, акти кривавої помсти і т. д. В теперішній час в цивілізованому західному суспільстві морально виправдовуються такі моральні злочини, як наркоманія (легалізовані так звані легкі наркотики) і проституція (в деяких країнах вони легалізовані), гомосексуалізм.

На жаль, дуже велика частина суспільства (у тому числі і в Україні) виправдовує аборт. Також нерідко можна зустріти людей, які в різні періоди свого життя і на різних ступенях свого розвитку бувають то більш, то менш сумлінні, то засуджують, то виправдовують одні й ті самі явища моральної сфери. Людина може виправдовувати або не помічати власні злі вчинки або думки, відчуття і при цьому засуджувати іншу людину за щонайменшу провину. В крайньому стані затьмарення совісті людина може вважати нормою життя злочинну діяльність, наприклад вбивство або крадіжку, визнавати добре – злим, а зле – добрим. Особливо часто людина схильна заглушати голос своєї совісті при прагненні до влади і багатства. Так, певна частина українського суспільства вважала нормою порушення моральних законів у так званій період первинного накопичення капіталу. Зараз бізнесмени часто виправдовують неморальну поведінку в економічній сфері, наприклад, вважають нормою несплату податків і заниження оплати праці працівників, несправедливі звільнення і т. д.

Таким чином, совість (моральність) як окремої людини, так і окремого народу, суспільства може бути значно спотвореною. В чому *причина такого спотворення* і чи достатньо для нормальної життєдіяльності суспільства лише природного *морального закону*? Наука говорить про декілька причин спотворення моральності, наприклад, підкреслюється дія: соціальних чинників – неправильного виховання, негативного



впливу оточення; економічних чинників – відомо, що при зростанні безробіття, зубожінні населення зростає злочинність; психологічних чинників, коли стверджується, що на людину впливають приховані в несвідомому мотиви (за З. Фрейдом, людиною рухає мотив влади і сексуальний мотив).

Теологія не заперечує дію цих чинників, але говорить про першопричину виникнення моральних спотворень (адже самі по собі всі ці чинники – і неправильне виховання, і такі несвідомі мотиви, як домінанти поведінки, вже є спотворенням).

Головна причина недосконалості совісті, моральності полягає в гріхопадінні прародителів, що розладнало всі сили людського духу, з яким пов'язана і діяльність совісті. Природно, що наука не може ані довести, ані спростувати положення про гріхопадіння і його наслідки, одне з яких – порушення, спотворення природи людини. Цей факт – предмет віри і тому розглядається в релігії і, відповідно, в теології. Тут, по суті, і відбувається один з найважливіших поділів між науковим і теологічним розумінням моральності і моралі.

Далі, внаслідок того, що наш народ ось вже більше 1020 років є носієм християнської релігії, культури і моральності, ми розглядатимемо переважно християнське розуміння моральності, хоча зробимо деякий невеликий екскурс і в інші релігії і світогляди.

#### **1.4. Надприродні витoki моральності. Моральний закон**

Християнська релігія і теологія говорять про те, що в результаті гріхопадіння людина у своїх думках і вчинках стала порушувати природний, внутрішній, неписаний закон, чинити проти совісті. Совість, моральність людини спотворилася – вона перестала чітко відрізняти добро від зла (звідси і з'явилася «безліч моралей»). Тому для існування людини, людства був необхідний інший писаний моральний закон – надприродний за джерелом походження, що дозволяв відрізнити добро від зла. І він був даний людині: спочатку – через *Старозавітний моральний Закон*, а потім через *Євангеліє*.

*Моральний закон встановлюється Богом*, він визначає норми поведінки людини. *Кінцева мета цього закону* – поставити людину вище за природу, але нижче за Бога, тобто навчити її впокорювати природу і бути покірною Богу, щоб не дозволити людині ані підпасти під владу природи, ані піднятися (в мріях) над Богом [52].

*Перший моральний закон* був даний людині ще в Раю. Він складався з двох заповідей. Одна стосується влади людини над природою, а інша – влади Бога над людиною. Перша свідчить: «Плодитесь и размножайтесь, и наполняйте землю, и обладайте ею, и владычествуйте над рыбами морскими, ... и над птицами небесными, и над всяким животным, пресмыкающимся по земле» (Быт. 1:28) [9]. Друга заповідь свідчить: «от всякого дерева в саду ты будешь есть, а от дерева познания добра и зла, не ешь от него, ибо в день, в который ты вкусишь от него, смертью умрешь» (Быт. 2:16-17) [9].

Обидві заповіді стисло виражені там, де мовиться про те, як Бог вводить створену людину в сад Едему, щоб обробляти і берегти його (Быт. 2:15) [9]. Заповіді даються одним духовним єством (Богом) – іншому духовному єству (людині), а значить, як відзначає святитель Микола Сербський, мають духовно-моральне значення.

Перша заповідь закликала людину вирощувати, примножувати дані людині духовні таланти, обробляти «ниву душі», щоб вони примножувалися, і людина удосконалювалася, була би богом на землі, мала істинне знання, розуміла істинне значення всіх речей, сенс життя і, як наслідок, – володарювала би над тваринним світом і була співтворцем Богу. До речі, це призначення людини так і залишилося за нею і ми ще повернемося до покликання людини до творчої і духовної діяльності в темах, що стосуються господарського життя.

Другою заповіддю Бог хотів уберегти людину від пізнання зла, змішування добра із злом, від служіння двом панам відразу (двоєдушності). В даному випадку дерево пізнання – символ змішення добра із злом, а змії – символ зла. Ця заповідь мала оборонну мету – Бог хотів захистити людину від впливу зла, пояснюючи наслідки цього порушення – смерть. Але людина порушила другу заповідь – вона свавільно вислизнула з-під

влади Бога, внаслідок чого порушилася першозданна цілісність людини, до світу увійшли смерть і хвороба, а природа перестала підкорятися людині. Обробіток і захист, які в раю відносилися до духовних талантів, поза раєм обернулися переважно до плоті. Людина стала трудитися ради тіла, воювати ради тіла (і так і відбувається до цього дня, якщо людина не усвідомлює свого духовного покликання, духовних цінностей). Покуштувавши заборонений плід, людина розділилася, роздвоїлася сама в собі. А коли в душі її з'явився дуалізм, тоді дуалізм з'явився і у світі. За зауваженням *святителя Миколи Сербського*, весь світ для людини перетворився на величезне дерево пізнання добра і зла. Причому, де б не змішувалося добро із злом – зло завжди переважало. Так закінчився перший райський період в житті людства і настав земний.

Отже, в райський період життя, історії людства моральний закон вкладається Творцем в природу людини при її створенні, це внутрішній закон – совість, а також дається людині у вигляді заповідей «обробітку і зберігання».

Земний (після гріхопадіння) період життя, історії людства, у свою чергу поділяють на *період дитинства, юності і «останніх днів»*. Так, великий російський святий *преп. Серафим Саровський* в розмові з вченим, архімандритом Макарієм, ректором семінарії, пояснював, що усюди є щось краще кращого. Цю свою тезу він ставив в один довгий ряд вселюдської драми: «Радость моя, есть нечто лучшее лучшего, говорил он. Это истина и под водой, и на земле, и на небесах. Под водой водоросли хороши, рыбы еще лучше, а жемчуг прекраснее всего. На земле растения хороши, животные еще лучше, а человек совершеннее всего. На небесах стоит чин над чином, лик над ликом, круг над кругом, все совершеннее, лучше лучшего. Такой порядок действует и для всей истории рода людского: детство человечества длилось до Закона, юность – под законом, а когда пришло время, то есть в зрелые годы человечества, послал Бог Сына Своего Единородного. С того времени, радость моя, и начались последние дни, которые завершатся светом невечерним» [цит. за 52, с.95].

*Період (час) дитинства людства – це час від гріхопадіння до часу отримання першого письмового морального закону –*

*Декалога.* В цей період єдиним моральним керівництвом людини, людства була совість. А оскільки вона мала властивість спотворюватися, то у різних народів їх моральність відрізнялася від ідеалу. І тому мораль суспільства, окремої людини могла виправдовувати вбивства, грабежі, ідолопоклонництво й інші моральні злочини перед Богом і людьми.

*Період юності людства – це час між двома заповідями – Старим і Новим.* Через Мойсея Бог дає людству в особі вибраного народу десять заповідей і інші закони і ухвали, доповнюючи цей основний моральний закон. Але заповіді не замінюють совість, навпаки, вони покликані пожвавити і укріпити її.

*Десять заповідей (Декалог)* були накреслені Богом на двох кам'яних скрижалях, переданих Мойсею. Перші чотири заповіді цього закону, накреслені на одній скрижалі, визначали ставлення людини до Бога Творця. Інші шість – накреслені на іншій скрижалі, визначали ставлення людини до людини. Крім цього основного закону, Господь оголосив Мойсею і інші настанови, накази і заборони, що стосуються поведінки людини, які доповнювали основний закон.

Старозавітне Одкровення, особливо у своїх моральних і обрядових розпорядженнях, було етнічно обмеженим. Воно було дано мовою і у формах, відповідних психології єврейського народу, з урахуванням його духовних, моральних, інтелектуальних, естетичних можливостей.

Джерелом моральних законів для інших народів були їх релігійні вірування, також часто законодавцями були видатні люди – мудреці, філософи, політичні діячі.

Якщо народу ізраїльському був даний досконалий моральний закон (Законоположником і Законодавцем його був Бог), то інші народи мали недосконалі закони. Вони і не могли бути досконалими, оскільки законодавцями були люди. Законодавцями для своїх народів були такі видатні державні діячі або мислителі, як *Хамураппі* (для жителів стародавнього Вавилону), *Заратустра* (для персів), *Ману* (для індійців), *Платон* (для еллінів), *Трісмегист* (для єгиптян), *Конфуцій* (для китайців), *Магомет* (для арабів). Ці законодавці були справді

великими людьми і складали закони для своїх народів, спираючись на свій життєвий досвід, розум, совість.

Особливо вражають своєю людяністю, благородністю і мудрістю деякі положення вчення Ману, Конфуція. В деякій частині ці закони узгоджуються із старозавітними моральними заповідями. Наприклад, Ману і Конфуцій забороняють крадіжку і клятвопорушення.

Також всі видатні законодавці людства вважали, що моральний закон домінує над рештою природних і соціальних законів. Всі вони були згодні з тим, що природа з її стихіями поводить залежно від поведінки людей. Наприклад, Конфуцій вважав, що «хмари проливаються дощем відповідно старанності людської» [52, с.37].

Старозавітний закон був регулятором людських думок, бажань і вчинків до моменту втілення Сина Божого. Але цей закон врешті-решт втратив силу, «бо через закон прийшло пізнання гріха», «під законом умножився гріх» (Рим. 5:20) [9] і рід людський впав у крайнє безсилля і розгубленість. Старозавітний закон перестав знаходити належний внутрішній відгук в житті єврейського народу, його часто порушували, особливо ті, які повинні були показувати приклад праведності – законники, священики, левіти, виконувалася буква закону, але не його дух. *Настав час дати людям третій лікарський засіб – Євангеліє – Благу звістку Сина Божого. Цей період називають «останніми днями людства» в тому значенні, що людство отримало останні «ліки для свого порятунку», не тільки останній моральний закон, але і силу, благодать, необхідну для подолання «земного шляху», а також в тому, що наступний період життя людства вже не стосується нашого земного життя [52].*

Специфіка *новозавітного Одкровення* полягає в тому, що воно не орієнтовано на будь-який окремих народ, але має універсальний характер – дано всьому людству і основні його істини не мають прецедентів в історії людської думки (наприклад, заповідь любові до ворогів або те, кого вважати ближнім).

**Новозавітний моральний закон** не відмінняє дії закону совісті, а виправляє спотворену совість, не скасовує

старозавітний закон, а виконує його в повноті, вичерпно. Наприклад, якщо старозавітна заповідь забороняє вбивство, то Христос забороняє гнів як корінь вбивства. Якщо закон забороняє перелюбство, Христос не допускає і хтивого погляду, як кореня перелюбства. Саме таким чином закон виконується всеосяжно, у всій повноті, бо злу кладеться край в корені. Таким чином, людині стає зрозумілим тісний зв'язок між її думками, почуттями і вчинками, мовиться про те, що для того, щоб вчинок був хорошим, необхідно стежити за своїми думками і почуттями. Ці психологічні закономірності людської поведінки стали вивчатися і підтвердилися науковою психологією тільки в середині ХХ ст.

Але є також ще одна важлива закономірність, яку наука не визнає. Йдеться про зовнішню, надприродну силу, здатну змінити гріховну природу людини – силу благодаті. Насправді ми знаємо: якщо душа людини повна думками і бажаннями, які не вписуються в моральний закон, наприклад, вчинити вбивство, крадіжку, помститися за заподіяну образу, збагатитися, отримати владу, задоволення і т.д., сам по собі закон не може зупинити людини. Далеко не кожна людина здатна витримати голод, знуцання (як наприклад, в гітлерівських таборах), зраду і не зламатися, у принципі, людському єству це не під силу. Потрібна надприродна сила, здатна перетворити думки і відчуття, направити волю людини за правильним моральним компасом, і ця сила, відповідно до християнської теології, дається людині через Ісуса Христа: «закон дан через Моисея; благодать же і истина произошли чрез Иисуса Христа» (Ин. 1:17) [9]. Христова істина освячує людину – дає нове розуміння значення заповідей, мети життя, людських відносин. Благодать (духовна, божественна енергія) – укріплює, дає ті самі сили змінити свою душу, подолати те зло, яке діє в природі людини і, відповідно, в суспільстві. Дещо забігаючи вперед, відзначимо, що подолання зла вимагає синергії – спільної дії Бога і людини, з людини у жодному випадку не знімається відповідальність за скоєне, вона зобов'язана працювати над собою .

*Новозавітний закон називають царським законом.* Це закон любові. Весь закон в одному слові міститься (Гал. 5:14) [9], як говорить апостол Павло, і слово це – любов. Він містить всього

дві заповіді, встановлені людству Богом: «возлюби Господа Бога твоего всем сердцем твоим и всею душою твоею и всем разумением твоим – сия есть первая и наибольшая заповедь; вторая же, подобная ей: возлюби ближнего своего, как самого себя» (Мф. 22: 37-39) [9]. Любов – одне з істотних імен Бога, цим доводиться перевага любові над законом. Де запанує любов, там закон перестає діяти. Не в тому значенні, що в царстві любові можна вбивати, красти і лжесвідчити, але навпроти: любов сама по собі повністю виключає навіть думки про вбивство, крадіжку або лжесвідчення.

У Старому Заповіті про любов мовиться дуже мало. Навпаки, Новий Заповіт пронизаний любов'ю: «..любите врагов ваших, благословляйте проклинающих вас, благотворите ненавидящим вас и молитесь за обижающих и гонящих вас» (Мф. 5:44) [9].

Євангельська любов – це служіння. Вона виявляється, коли людина: применшує себе, жертвує навіть життям своїм ради іншого, терпить і страждає, прощає. Любов воскрешає і перемагає, оновлює і надихає життя, вона рятує; вона незборима і нічого не боїться, навіть смерті, вона вічна. Саме таку любов явив світу Господь Ісус Христос і дав нову заповідь учням любити один одного так, як це робив Він: «Заповідь новую даю вам, да любите друг друга; как Я возлюбил вас, так и вы да любите друг друга. По тому узнают все, что вы Мои ученики, если будете иметь любовь между собою» (Ин. 13: 34-35) [9].

Наступну цитату, яку ми наведемо, часто називають «*гімном любові*»:

«Если я говорю языками человеческими и ангельскими, а любви не имею, то я – медь звенящая или кимвал звучащий. Если имею дар пророчества, и знаю все тайны, и имею всякое познание и всю веру, так что могу и горы переставлять, а не имею любви, – то я ничто. И если я раздам все имение мое и отдам тело мое на сожжение, а любви не имею, нет мне в том никакой пользы.

Любовь долготерпит, милосердствует, любовь не завидует, любовь не превозносится, не гордится, не бесчинствует, не ищет своего, не раздражается, не мыслит зла, не радуется неправде, а сорадуется истине; все покрывает, всему верит, всего надеется,

все переносит. Любовь никогда не перестает, хотя и пророчества прекратятся, и языки умолкнут, и знание упразднится. Ибо мы отчасти знаем, и отчасти пророчествуем; когда же настанет совершенное, тогда то, что отчасти, прекратится....

А теперь пребывают сии три: вера, надежда, любовь; но любовь из них больше» (Кор. 13: 1-13) [9].

*Таким чином, згідно з християнською теологією, людина отримала від Бога єдиний моральний закон – один внутрішній, неписаний, вкладений в природу кожної людини, інший – писаний, відображений в Декалозі і даний лише обраному народу (закон правди, як його часто називають) і в Євангелії (закон любові), даний всьому людству. Цей закон дозволяє відрізнити добро від зла і зростати в добрі.*

Цей ідеал моральності в результаті дії сили гріха як в людині (природний чинник, який добре показав Фрейд в теорії про несвідоме), так і в її оточенні (соціальний чинник, наприклад – вплив поганого виховання), в результаті вільного вибору кожної людини спотворюється. Конкретна людина і суспільство в цілому вибирає ту мораль, яка його влаштовує (основа – вибір у бік добра або зла) і здається йому правильною (основа – віра в певні цінності). *Так що моралей дійсно може бути безліч, а ось моральний (рус. нравственный) ідеал – один – закон євангельської любові.*

Слід ще раз підкреслити, що як наука, так і релігія згодні з тим, що моральність і мораль - похідні від релігії або віри. Моральність і весь лад життя людини визначається її світоглядом, вірою, її розумінням вищого ідеалу, яким може бути Бог – як особисте, духовне, абсолютне начало або «бог» як створений самою людиною кумир. І той, і інший ідеал визначає свою мораль.

Якщо богом для людини виявиться слава, влада, шлунок, то не залишається сумнівів і в характері її моралі. Яскравою ілюстрацією цього може служити *виступ Рокфеллера* перед учнями однієї з недільних шкіл в США, в якому він, зокрема відзначив: „Зростання ділової активності – це просто виживання найсильніших. Американську троянду можна виростити у всій пишності її краси і пахощів, які викличуть захоплення у тих, хто споглядає її, лише нещадно обрізуючи слабкі паростки навкруги



неї. Це всього лише втілення в життя закону природи і божого закону» [56]. Поклоніння золотому кумиру приводить людину до нещадної жорстокості. Так підтверджується істина: *який «бог» – така і мораль* [86].

Наука, на відміну від теології, не вказує на джерела моральності: природне і надприродне, і через сферу, предмет, методи своєї діяльності не може ні спростувати, ні довести того, що головним Законодавцем є Бог. Вчені можуть лише погодитися або не погодитися з цим. Проте ж абсолютна висота Євангельського морального закону визнається багатьма вченими і суспільними діячами, багатьма народами. Євангельські принципи моральності – це ідеал моральності, як для окремої людини, так і для суспільства в цілому, тому вони єдино правильний критерій для оцінки морального стану суспільства або людини. В цьому суть теологічного підходу.

Мораль і моральність можна застосовувати як тотожні поняття, все залежить від значення, яке дослідник вкладає в них. Проте частіше за все «моральність» (рос. нравственность) несе теологічне навантаження і має на увазі моральний ідеал, а «мораль» – світське навантаження і відображає реальний, спотворений стан моральності суспільства.

Далі ми розглянемо ті концепції етики підприємництва, які виникли у межах науки про мораль – етику, і ті, які виникли у межах тієї етики, основою якої є християнська (на прикладі православ'я як культурустворюючої релігії) мораль і відповідна етика господарювання та підприємництва.

### **Питання для самоконтролю**

1. Дайте визначення моралі, моральності та етики з точки зору світського наукового підходу.
2. Охарактеризуйте визначення моралі та моральності у теологічному підході.
3. Поясніть різницю у визначенні моралі та моральності, згідно зі світським, науковим та теологічним підходами.
4. Назвіть витоки моральності у світському науковому підході.

5. Розкрийте витоки моральності, причини порушення моральності, згідно із теологічним підходом.
6. Які моральні закони і з якою метою були дані людству?
7. Який з моральних законів є досконалим. Чому?

### **Питання для обговорення**

1. Чому і коли виникла мораль?
2. Чи може існувати суспільство, колектив без моралі?
3. Чому людство порушує моральний закон? Яка сила дана людині для виконання морального закону?
4. Як впливає порушення морального закону на долю народів та цивілізацій, різні події в історії людства?
5. В чому, на Ваш погляд, полягає специфіка Новозавітного морального закону?

### **Теми рефератів**

1. Проблема природи моралі в етиці.
2. Дослідження моралі: різні підходи.
3. Основні функції моралі, їх аналіз.
4. Гедонізм, утилітаризм: переваги і недоліки.
5. Природні, соціальні й духовні основи моральності.
6. Моральні закони людства.

Література [4, 5, 7, 8, 9, 37, 46, 52, 74].

## **2. ПРОБЛЕМА МОРАЛЬНОГО ЧИННИКА В ЕКОНОМІЦІ: ІСТОРІЯ І СУЧАСНІСТЬ**

### **2.1. Економіка та господарювання, бізнес та підприємництво: проблематика визначення категорій**

Перед тим, як розглянути питання, які безпосередньо стосуються етичних основ бізнесу, нам необхідно звернутись до визначення основних категорій - «економіка», «господарювання», «підприємництво» та «бізнес», оскільки в сучасній науковій думці існують деякі суперечності щодо їх розуміння. Справа в тому, що усі ці категорії (за виключенням господарювання) мають іноземне походження і тому спочатку ми пропонуємо звернутись до етимології цих слів.

Термін «економіка» виник більш ніж дві тисячі років тому та набув міжнародного значення. Давньогрецький філософ, історик *Ксенофонт* (430- 355 рр.) не тільки ввів його у науковий обіг, але і написав перший трактат про економіку. Два грецьких слова οἶκος ("эйкос") «дім, господарство» та νόμος ("номос") «звичай, закон» були об'єднані в одне – οἰκονομία ("экономикос"), яке потім дещо змінилося у різних мовах. Слово οἰκονομία у буквальному сенсі означає «управління домом», або «домобудівництво». Але для древніх греків слово «дім» мало більш широке значення, ніж власний будинок, це і сімейне господарювання, управління господарством взагалі, і наука щодо управління господарством.

Також слід зазначити, що таке сполучення слів «дім, господарство» та «закон» спочатку необхідно було б трактувати, як господарювання, яке ведеться відповідно до законів, правил та норм. Вже давні греки розуміли, що господарство слід вести, виконуючи певні правила, не порушуючи законів.

У той час наука про господарство ще тільки зароджувалася і принципи ефективного господарювання були розроблені на основі узагальнення його практичного досвіду. Вже потім упродовж багатьох століть створювались та використовувались у реальній практиці наукові принципи господарської (економічної) діяльності. Поступово сформувалась економічна наука як частка загальнолюдських знань про способи та засоби отримання, розподілу, обміну та використання засобів існування людини та суспільства. А оскільки в різних культурах та цивілізаціях господарська діяльність мала свої особливості, то й господарська наука, зокрема та, яка склалась у західній та східнослов'янській цивілізації, також мала свої особливості.

До XVIII ст. на Русі не існувало поняття «економіка». Самобутній господарський уклад, який існував на Русі, мав назву домобудування (рос. «домостроительство»), як, власне, і теорія господарювання. До речі, як ми бачимо, дослівний переклад давньогрецького слова *οἰκονομία* теж означає *домобудівництво*. Домобудівництво розумілось передусім як *мистецтво, наука вести господарство (хазяйство)* з метою забезпечення статку та добробуту на духовно-моральних основах, гонитва за прибутком як самоціль спочатку виключалась. Перша систематизована збірка правил ведення господарства мала назву «*Домострой*». «Домострой» був заснований на нормах православної моралі і в ньому нерозривно поєднувалися правила ведіння ефективного господарства та правила духовно-морального життя. Тобто, як і в грецькому варіанті, домобудування – це господарювання на основі певних законів, норм (у даному випадку - норм православ'я).

“Хазяйство” вживалось як синонім домобудівництва. Найбільш відомий тлумачний словник живої великоруської мови В. Даля так пояснює «*хазяйнувати*» (а в українській мові ще і господарювати): це означає – «бути хазяїном, управляти хазяйством; розпоряджатись порядком занять, робіт, прибутком та видатками, тримати домашній порядок, накопичувати», збирати, а «*хазяйство*», як «домоводство, домостройство; заведення, управління порядком и расходами по заведеню, напр. по заводу» (рос.) та наводить такі категорії, зокрема, як домашнє господарство, сільське господарство, державне господарство [31].

Отже, ми бачимо, що завдяки своєму походженню терміни «*економіка*» та «*господарювання*», «*хазяйство*» можуть вживатись як синоніми (коли мова йде про вид людської діяльності, а не про науку). Так їх і вживає переважна більшість науковців. Так їх будемо вживати і ми. Хоча, слід зазначити, що сучасна економічна діяльність досить часто втрачає свій початковий сенс і стає сферою людської діяльності, спрямованої на здобування наживи та прибутку за будь-яку ціну (мабуть, тому деякі науковці і розмежовують економіку та господарювання).

Взагалі, слово *економіка* зараз вживається у трьох значеннях. Перше – як певні відносини між людьми, пов’язані із задоволенням їх потреб, створенням (шляхом праці) необхідних благ, умов, засобів існування людини та суспільства (наприклад, таке визначення економіки, як сукупності суспільних відносин у сфері виробництва, обміну та розподілу продукції); друге – як галузі виробництва, господарства району, країни, світу; третє – як наука, що вивчає господарство, способи його ведення, відносини між людьми у процесі виробництва, обміну та споживання граничних благ, закономірності господарських процесів.

Тепер стосовно термінів “бізнес” та “підприємництво”. Слово “бізнес” є запозиченим з англійської мови, де *business* – «*справа, заняття*», воно стало вживатись в Росії з кінця ХІХ ст., у зв’язку із розвитком підприємницької діяльності. Взагалі є два варіанти сучасного тлумачення слова “бізнес”: перше, коли бізнес ототожнюють з підприємництвом; друге, коли ці поняття розмежовують. Наприклад, ось один із типів визначень: *бізнес* – діло, заняття, *підприємництво*, економічна діяльність, спрямована на отримання певних результатів (у різних джерелах під результатами розуміють доходи або прибуток). У другому випадку під *підприємництвом* розуміють особливий вид господарської діяльності, який, на відміну від бізнес-діяльності, має спрямованість на інновації (таку ознаку підприємницької діяльності підкреслює зокрема *Й. Шумпетер*). Також іноді зазначають, що *бізнес-діяльність* завжди має на меті отримання прибутку, а *підприємницька* має й інші цілі (творчі, соціальні). Ось, наприклад таке визначення, яке підкреслює інноваційність цього виду діяльності та не зосереджується на отриманні прибутку як головній меті: «підприємництво – процес безперервного пошуку змін в потребах, попиті кінцевого споживача на продукцію і послуги, задоволення цієї потреби шляхом організації виробництва, збуту, маркетингу, логістики, менеджменту, орієнтованих на найкращі новації, що приносять максимум продуктивності в кожній із стадій процесу відтворення».

На нашу думку, будь-який вид господарської (економічної) діяльності, у т. ч. бізнес, підприємницька діяльність, не можуть мати за мету тільки отримання прибутку. І тому якщо і

розмежовувати бізнес та підприємництво, то тільки не за цим критерієм, а можливо, саме за ознакою інноваційності підприємницької діяльності на відміну від бізнес-діяльності. Але для вивчення етичних основ цієї діяльності це не буде мати значення. Тому ми будемо використовувати терміни «бізнес» та «підприємництво» як рівнозначні.

У будь-якому випадку розглядати питання моральної оцінки підприємницької та бізнесової діяльності необхідно більш широко – з позиції моральної оцінки економіки взагалі. А перша така оцінка була здійснена ще у межах давньогрецької філософії видатним філософом Аристотелем. Тому спочатку ми звернемось до його розуміння економіки.

## 2.2. Економіка та хрематистика

Як ми вже зазначали, уперше проаналізував основні економічні явища і закономірності суспільства і став, по суті, першим економістом в історії цієї науки філософ Ксенофонт. Він віддавав безумовну перевагу натуральному господарству, що розумілося як особливі, високоемоційні відносини хлібороба з землею, яка обробляється. Ксенофонт засуджував накопичення хліборобом в особистому користуванні золота і срібла (виділення з групи за рівнем багатства), оскільки багатство окремої людини могло завдати шкоди загальному господарському організму – полісу.

З економічних вчень *Аристотеля* (384-322 рр. до н. е.) уцілів тільки один невеликий фрагмент. Якщо зібрати окремі висловлювання з творів цього вченого про політику і етику, то можна відновити цілу систему поглядів на господарське життя.

Свою науку про господарство Аристотель ділив на дві частини: *економіку – домоводство*, що розуміється ним як наука про виробництво для споживання, і *хрематистику – науку про мінове господарство і збагачення*. Термін «хрематистика» не отримав такого визнання і розповсюдження, як «економіка». «Хрематистика» утворене ним від слова «хрема» – майно, володіння.

За Аристотелем, економіка – це природна господарська діяльність, пов'язана з виробництвом необхідних для життя продуктів, споживних вартостей. Хрематистика ж заснована на протиприродному прагненні до грошей і багатства як до мети життя. Хрематистика – це мистецтво наживати майно, тобто діяльність, спрямована на витягання прибутку, накопичення багатства, особливо у формі грошей, або мистецтво вкладення і накопичення капіталу.

Природним і виправданим Аристотель вважав тільки спосіб придбання благ за допомогою власного виробництва необхідних для життя продуктів.

*Хрематистика з моральної точки зору засуджувалася.* Професійна торгівля піддавалася засудженню, бо ґрунтувалася не на природних потребах, а на бариші тих, хто торгує. Крім того, джерелом грошового доходу при торгових угодах могли бути і моральні, і розумові якості людини, що не відповідає їх суті і призначенню. Так, наприклад, природною метою мужності є подвиг; лікарського мистецтва – здоров'я, але ніяк не придбання грошей. Якщо ж багатство є метою, то тільки в штучному сенсі. Адже обидві наведені категорії не мають властивостей бути придатними до безпосереднього застосування людиною.

Також Аристотель вважав, що прагнення до багатства буде сприяти тому, що в полісі (державі) будуть виникати дуже багаті і дуже бідні громадяни і це призведе до його руйнування.

*Розуміючи, що хрематистика неминуча, він відводив їй підлегле положення, основну роль у господарській системі держави він відводив економіці як домобудівництву.*

Термін «хрематистика» не отримав такого визнання і поширення, як «економіка», але сама ідея Аристотеля про розподіл економічної діяльності за етичним критерієм на дві частини залишається актуальною до наших днів. Але, за немислимою іронією, в сучасній економічній науці термін «економіка», по суті, ототожнюється з аристотелівською хрематистикою, так як головна мета економічної діяльності, з часів Адама Сміта, часів «сварки» економіки з філософією, бачиться в отриманні прибутку. Хоча економічна (господарська) діяльність, у тому числі і підприємницька діяльність, має більш

широкий спектр цілей, ніж тільки отримання прибутку. Тому звернемося до наступного питання.

### 2.3. Цілі економіки (господарювання)

Економіка (господарювання) має п'ять основних цілей: фундаментальну, гуманну, соціальну, екологічну і економічну.

**Фундаментальна (базова)** мета економіки – служіння життю. Щоб реалізувати дану мету, економіка повинна перш за все задовольняти елементарні життєві потреби. Вона повинна створювати і пропонувати достатню кількість якісних товарів і послуг, необхідних для гідного існування людини та суспільства. *Базова мета* також може бути визначена як забезпечення реалізації базових потреб особистості та суспільства, забезпечення життя і його зростання.

Економіка при цьому не повинна зводити людину до рівня засобів виробництва. Не можна вважати, що максималізація матеріальних благ, які виробляються, і є її абсолютною метою.

**Гуманна** мета економіки полягає в тому, що вона повинна бути передумовою існування гідної людини як особистості. Вона також може бути визначена як забезпечення (*економічних*) умов гідного існування людини як особистості, умов для гармонійного розвитку особистості, накопичення культурного і інтелектуального потенціалу особистості і суспільства в цілому.

Структура трудової діяльності має велике значення для духовного і психічного формування людини. Збіднення внутрішнього змісту праці породжує небезпеку кризи, позбавляючи сенсу людське існування взагалі. Господарська діяльність має бути організована таким чином, щоб людина не втратила своєї людської сутності, щоб вона могла реалізувати не тільки тілесні потреби, а й потреби вищі, сприяла найбільш повному розкриттю людської особистості. Щоб праця її була насиченою творчістю, приносила радість людині і користь оточенню, щоб після трудової діяльності у неї залишався час на відпочинок і відновлення сил, власний інтелектуальний, творчий і духовний розвиток, час на сім'ю та виховання дітей, допомогу іншим людям. Щоб оплата праці була достойною, своєчасною і



справедливою. У праці в цілому, і в господарській діяльності зокрема, розкривається покликання людини стати співтворцем Бога у перетворенні навколишнього світу.

Господарювання – це діяльність суспільно необхідна і соціальна за своєю природою, тому економіка, безумовно, має і *соціальну мету*. **Соціальну** мету економіки можна визначити як забезпечення (*економічних*) умов для миру і згоди в суспільстві, справедливості, умов для соціальної рівності, гідного, якісного існування суспільства у цілому, сприяння діяльному служінню людини суспільству.

Природа суспільства така, що в ньому не існує рівності: люди наділені різними здібностями, схильностями і можливостями, в тому числі матеріальними, душевними, духовними, різними повноваженнями і ступенем влади в ієрархії управління. У силу цього люди не можуть бути рівними у земному просторі, вони є рівними лише перед Богом в духовному вимірі. Однак господарська діяльність повинна бути організована таким чином, щоб забезпечити максимальну можливість для соціальної рівності, рівності в реалізації особистісного потенціалу кожного члена суспільства. Одне з базових призначень трудової діяльності – це допомога тим, хто не може повноцінно працювати сам і не може забезпечити себе. В економіці має бути створений механізм для забезпечення достойного існування незахищених верств населення, інвалідів та пенсіонерів, дітей, сиріт, людей, які частково втратили працездатність. Тобто з проблемою внутрішнього сенсу економіки пов'язане питання справедливого розподілу. І це не тільки розподіл суспільного продукту, але й інших життєво важливих благ, до яких належить можливість отримати гідну освіту, відповідно здібностям людини, і робоче місце, що відповідає і здібностям, і освіті, і потребам людини (матеріальним, душевним, духовним). Якісне фінансування освіти і створення робочих місць – це найважливіші економічні завдання держави. Економічні блага, до яких належить і обмежена кількість робочих місць, повинні розподілятися, по можливості, справедливо, щоб запобігти нісенітниці і несправедливості, яка загрожує внаслідок такої переорієнтації найслабшим у господарському відношенні. Це постановка питання про те, як мають бути влаштовані економічні та правові структури

суспільства, щоб усім, у тому числі і найбільш знедоленим, була доступна як максимально допустима частка в користуванні суспільним продуктом, так і найвищий рівень можливостей отримання освіти відповідно до здібностей.

Економіка має і *екологічну* мету. Людина повинна не тільки користуватися природними благами заради життя, розвитку особистості та добробуту суспільства, але і сприяти збереженню та розвитку природи. Господарська діяльність людини, як господаря заповіданої йому природи, повинна включати турботу про її благо, яку не можна зводити тільки до її захисту від шкідливих дій людської діяльності, але і до розвитку закладених в самій природі прогресивних можливостей. Отже, *екологічна* мета економіки – це забезпечення умов та сприяння збереженню і розвитку довкілля у процесі господарської діяльності.

Власне, економічна мета господарювання пов'язана з ефективністю. *Економічна* мета – це забезпечення покриття витрат як мінімальна необхідність існування господарської системи і отримання достатнього для стійкого розвитку прибутку, фінансової стійкості (економічної стабільності). Саме при реалізації власне економічної мети господарська діяльність постає як найбільш віддалена від моральності. Тут діють економічні закони, професійні норми, яким необхідно слідувати суб'єкту господарства, щоб залишатися у сфері економіки. Проте це не значить, що економічна діяльність знаходиться зовні сфери добра і зла.

Підприємницька та бізнесова діяльність є одним із видів економічної (господарської) діяльності. Тому важливо розуміти, що усі цілі, які притаманні господарській діяльності, повинна мати і підприємницька або бізнесова діяльність.

Але, на жаль, частіше за все ключовою метою бізнес – діяльності та підприємництва вважають тільки суто економічну мету і тому формується своєрідний конфлікт між мораллю та прибутком.

#### **2.4. Моральна оцінка економіки та підприємницької діяльності: основні положення**

Необхідно зазначити, що сама по собі економічна, у т. ч. підприємницька діяльність є морально нейтральною. Але оскільки її виконує людина, яка не є морально досконалою за своєю природою, і тому може здійснювати в просторі господарювання як моральні, так і неморальні дії, то і вся економічна діяльність має підлягати моральній оцінці. І така оцінка ніяк не пов'язана з економічною ефективністю, тобто отриманням певної норми прибутку. Не можна вважати добром все те, що приносить економічний успіх, або злом те, що такого успіху не приносить.

Принцип *«етично те, що економічно»* є неправильним з морально-аксіологічної точки зору. Відносини між моральністю і економікою є більш складними.

Економіка є сферою з *обмеженою моральністю* через те, що вона пов'язана із задоволенням природних потреб людини і взагалі має антропологічний характер, а також через вплив об'єктивно-соціального фактора. В об'єктивно-соціальному факторі, з точки зору моральної значущості, слід розрізняти *об'єктивні економічні закони і економічні обставини*. Вплив людини на об'єктивні економічні закони може бути лише опосередкованим, через зміни умов прояву цих законів або через відмову брати участь в економічній діяльності за даних умов. Самі ж об'єктивні закони людина змінити не може. Економічні ж обставини створюються самими людьми, і впливати на них людина може і повинна. Тому за економічні обставини, як за сферу більшої свободи, людина несе і велику відповідальність.

Наприклад, обов'язковою умовою довготривалої підприємницької діяльності є прибуток. Він є необхідним підприємцю для вдосконалення власної справи, ведення інновацій, розширення діяльності, благодійництва. Без прибутку неможливе розширене відтворення. Але це не означає, що підприємець повинен отримувати цей прибуток нечесним шляхом, завдаючи шкоди іншим. Він має нести відповідальність за свої дії у будь-якому разі. До того ж, навіть якщо певний період часу він буде працювати, лише покриваючи витрати або навіть отримуючи збитки, але зберігаючи власну честь та репутацію, його справа не зупиниться. Звісно, що мова йде лише про деякий час, у тривалому періоді це неможливо. Тому держава

за допомогою відповідного законодавства, державного регулювання економічної, у т. ч. підприємницької діяльності, повинна забезпечувати умови для моральної (легітимізація економічної діяльності по відношенню до норм моралі, заохочення морально відповідальної діяльності та заборона, покарання порушення норм моралі в економіці) та беззбиткової діяльності підприємців.

Моральна обмеженість економіки виявляється і в тому, що на господарську діяльність, на результати цієї діяльності, на товари безпосередньо *не переносяться моральні достоїнства суб'єктів діяльності. Економіка, як і політика, й інші сфери соціуму, має певну автономію, і тут можуть процвітати, досягати успіхів і люди з невисокими моральними якостями, але з високими професійними, «діловими» здібностями. Економіка з усіх соціальних сфер є сферою з найбільш обмеженими моральними можливостями і є найменш морально досконалою.*

Загальнолюдські моральні цінності, принципи діють і у сфері економіки. Так звані «етика бізнесу», «господарська етика», «економічна етика», «етика успіху» не є якоюсь особливою мораллю поряд із загальнолюдською, а є специфічним проявом єдиних фундаментальних і соціально-базисних моральних цінностей у сфері господарської діяльності. Це означає, зокрема, що при виникненні конфліктів у свідомості суб'єктів між нормами загальнолюдської моралі, з одного боку, і нормами «економічної етики» з іншого, перевагу слід віддавати загальнолюдським нормам.

Все це вимагає правильного розуміння самої проблеми співвідношення економіки і моральності. Мораль необхідна для бізнесмена, менеджера *не тільки заради досягнення економічного успіху – це лише одна з функцій господарської, у т.ч. підприємницької етики, але і для організації соціально відповідальної господарської діяльності.* «Господарська етика» повинна служити не тільки особі, але і суспільству. І тому «господарська етика» пропонує норми, які не тільки стимулюють певну господарську активність», але і обмежують її. І в цьому полягає одна з важливих функцій економічної етики.

Наступна функція господарської етики полягає, з одного боку, в наданні *легітимності* тієї або іншої діяльності суб'єкта

економіки, а з другого боку, у формуванні у суб'єкта *етичної відповідальності*. Будь-яке законодавство є морально обмеженим, тому досить важливою функцією господарської, у т. ч. підприємницької етики є саме формування у підприємців розуміння необхідності моральної відповідальності за свої дії у сфері економічних відносин та формування правил та навиків такої морально відповідальної діяльності.

## **2.5. Місце моралі в економіці: західна економічна думка (XVIII - середина XX ст.)**

*Ключове питання етики бізнесу* – співвідношення моралі і прибутку, або *вирішення ділеми «мораль або (та) прибуток»*. Якщо розташувати ці дві функції в системі координат, ми отримаємо чотири варіанти, що характеризують можливі моделі поведінки підприємства або підприємця:

- 1) отримання прибутку за умови недотримання моралі (етичних норм) – в наявності моральний конфлікт;
- 2) недотримання моралі, але при цьому збиткова діяльність і моральний і економічний конфлікт одночасно;
- 3) дотримання моралі, але при цьому збиткова діяльність – економічний конфлікт;
- 4) отримання прибутку за умови дотримання моралі – ідеальна ситуація.

У зв'язку з цим виникають такі найважливіші питання: чи можлива економіка без моралі; що домінує – економіка або мораль; що чекатиме підприємство (підприємець) при виборі тієї або іншої моделі поведінки в короткостроковій і в довгостроковій перспективах, як це відобразиться на стані економіки і соціальної сфери держави і, нарешті, чи можлива ідеальна ситуація ведення чесного бізнесу, зокрема в Україні, і що необхідно зробити для цього. Відповідаючи на ці питання, ми, по-перше, повинні будемо розглянути точки зору різних учених, а також практиків бізнесу, а, по-друге, виразити і обґрунтувати власну позицію.

Історично питання співвідношення моралі і етики (як науки про мораль) та економіки розвивалося таким чином. Економіка як наука про ведення домашнього господарства або господарювання

в масштабах держави до появи теорії А. Сміта входила складовою частиною в етику (як частину філософії).

Остаточне формування західної економічної теорії та відділення економіки від етики пов'язано з ім'ям шотландського мислителя *Адама Сміта* (1723-1790). Як не парадоксально, але з його ім'ям пов'язують як появу концепції «економічної людини», абсолютно раціонального суб'єкта, егоїста, відділення етики як науки від економіки, так і перші в західній економічній теорії спроби обґрунтувати вплив моральних чинників на економіку, висунути ідеї про провіденціальний характер економічного порядку. Швидше за все, це пов'язано з тим, що ідеї Адама Сміта були полярними, і сам Адам Сміт був носієм протестантського світогляду, який породив таку полярність. Протестантизм (точніше, його кальвіністська гілка) зокрема намагається оцінити духовність, моральність за земними, матеріальними мірками, розглядає спасіння, обраність як функцію від успіху в земних справах, в тому числі в бізнесі, по суті, вихолощує духовність, зводячи її до душевності і матеріальності. Викладаючи на кафедрі моральної філософії в Глазго, А. Сміт в 1750 р. випускає одну зі своїх головних праць – книгу "Теорія моральних почуттів", набагато пізніше, в 1776 р. виходить інше фундаментальне дослідження – книга "Дослідження про природу і причини багатства народів" [72].

У цій економічній праці шотландський мислитель відстоює ідеї ринкової економіки на основі певної концепції людини. Людина – це економічна істота, яка прагне отримати для себе найбільшу вигоду і максимальний прибуток. Особистий інтерес є фундаментальним стимулом ефективного господарювання. «Дай мені те, що мені потрібно, і ти отримаєш те, що необхідно тобі ... Саме таким шляхом ми одержуємо один від одного переважну частину послуг, які ми потребуємо» [72, с. 28].

Проте в ринковій економіці, окрім особистого егоїстичного інтересу, діє ще "невидима рука", яка спрямовує безліч особистих інтересів, незалежно від самих суб'єктів, до загальної користі. Підприємець, який спрямовується "невидимою рукою", часто більш дієвим чином служить інтересам суспільства, ніж тоді, коли свідомо прагне служити йому, так вважав А. Сміт.

Але А. Сміту належить і більш рання книга "Теорія моральних почуттів" [73], де він аналізує моральні почуття як основу наших суджень про власні вчинки і про вчинки інших людей. У "Теорії моральних почуттів" А. Сміт звернув увагу на альтруїстичні почуття людини – на симпатію, на великодушність, людинолюбство, доброту, співчуття, дружбу, взаємну повагу. Книга починається з твердження, що «какую бы степень эгоизма мы не предполагали в человеке, природе его, очевидно, свойственно участие к тому, что случается с другими, участие, вследствие которого счастье их необходимо для него, даже если бы оно состояло только в удовольствии быть его свидетелем» [73, с. 31].

А. Сміт вважав, що суспільство може існувати і без взаємної любові або прихильності, але „когда члены общества сознают пользу его, и строят свои отношения на обязанностях и долге”. Суспільство може підтримуватися і «при содействии корыстного обмена взаимными услугами, за которыми всеми признана известная ценность» [73, с. 101]. Так, наприклад, функціонує суспільство купців. Але суспільство може процвітати і благоденствувати тоді, «когда взаимные услуги вызываются взаимною же любовью, благодарностью, дружбой, уважением» [73, с. 101]. Нарешті, «общество не может просуществовать долго, если в нём люди всегда готовы нанести друг другу обиду или вред» [73, с. 101].

Особливістю вчення А. Сміта є те, що він розглядав моральні начала – і альтруїстичні почуття, і "невидиму руку" – як вкорінені в природі людини і ринку. „Они [нравственные чувства] вложены Богом в глубину нашего сердца, как его поверенные... Счастье людей и всех разумных существ, по-видимому, было главной целью создавшего их Творца природы" [73, с. 167]. Це означає, що моральний порядок в економіці має провіденціальний характер. Таким чином, А. Сміт вважає, що Божественне провидіння початково включило економіку, ринок в моральний порядок буття, і це необхідно враховувати при вирішенні господарських проблем, і в цьому одна з помилок вченого. Ніякий тип економіки, тим більш ринковий тип, сам по собі, апріорі, не може бути моральним. Для того, щоб економіка була моральною, необхідна величезна праця людей із творення

такої економіки, необхідне цілеспрямоване регулювання економічних відносин з боку держави.

Вчення А. Сміта про моральність і її зв'язок з економікою з точки зору сучасної етики є незадовільним.

Починаючи з А. Сміта (XVIII ст.) в західній економічній теорії відбувається відділення етики від економіки. Причому в їх взаєминах першість явно віддається економіці, з'являється концепція економічної людини – розумного егоїста і раціоналіста, мораль, по суті, стає служницею економічної вигоди (зокрема цю концепцію відбивають погляди І. Бенґама, Д. Рикардо та ін.).

Далі розвиток економічної науки йде за двома напрямками: більшість західних теоретиків-економістів заперечують прояв в економіці моральності, культури, бачать в людині розумного егоїста. А відновлює єдність етики і економіки в західній теорії **М. Вебер** (кінець XIX – початок XX ст.), зокрема в роботі «Протестантська етика і дух капіталізму» [17]. Він вважає, що етичні норми – історичний продукт; вони впливають на економічні сили, які, у свою чергу, видозмінюють етичні норми. М. Вебер підкреслює, що в окремі моменти історії мораль може відіграти вирішальну роль, наводячи в своїх дослідженнях конкретні історичні приклади. Крім того, М. Вебер вважає, що причинами торгових, аграрних і промислових революцій в період від епохи Відродження до XIX ст. були глибокі зміни в релігійній, громадській і політичній свідомості народу.

Проте в цілому в західній економічній теорії аж до середини XX ст. панує концепція економічної людини, і мораль підлаштовується під економіку.

## **2.6. Класифікація підходів до визначення місця моралі в економіці**

Інакше справа йде у вітчизняній економічній думці і практичній діяльності. Аж до революційних подій 1917 р. *світоглядною і теоретичною основою для ведення господарського життя в Росії, Україні, яка входила до її складу, традиційно було Священне Писання і заснований на ньому "Домострой"* – цим і визначався факт пріоритету моралі в



економічній діяльності. Про переважання морального начала над економічним говорить сама структура "Домострою" (Часть 1. «О духовном строении»; Часть 2. «О мирском строении»; Часть 3. «О домовном строении (хозяйственные рекомендации)») [33]. Крім того, про це писали багато представників східнослов'янської економічної думки, зокрема *І.Т. Посошков*. У роботі І.Т. Посошкова "Книга о скудости и богатстве" перша глава має назву "Про духовність" [62]. "Первое же предложим расположение о духовном направлении...", - пише він, вважаючи неможливим без цього міркувати про господарські справи. А такі вчені, як *К.І. Бабст, І.І. Янжул, Д.І. Пихно* виділяли моральний капітал, культурно-історичні сили народу як найважливіший і визначальний чинник виробництва. Професор економіки, філософ і богослов *С.М. Булгаков* відмічає, що визначальний вплив на економічну людину, господарювання здійснює релігія, пануючий світогляд [13].

З 1917 р. християнська мораль стає під заборонаю і моральним підґрунтям економічної діяльності стає більшовицька, комуністична ідеологія. "Відважні дев'яності" приносять в економіку, як Росії, так і України – вже окремих держав, нову модель дикого капіталізму, згідно з якою вважається моральним усе, що вигідно.

Нині найбільш відомими підходами до проблеми співвідношення моралі і економіки є дві альтернативні точки зору. Перша точка зору – **"обмежено прагматична"** – заперечує позитивний вплив моральності на економіку. Стверджується, що головна мета бізнесу полягає в прибутку. Бізнес повинен приносити прибуток незважаючи на засоби. Моральність є навіть перешкодою для ділових стосунків, вона припускає "зайву" відповідальність, "непотрібні" обмеження ділової активності, сумніви етичного порядку, душевні переживання, що знижують у ділової людини активність, упевненість, віднімають час і енергію. Прибічники цієї точки зору підпорядковують моральність економіці, позбавляючи її всякої автономії і оголошуючи "моральним усе, що економічно". В ролі емпіричного доказу вказуються факти з історії капіталізму, коли успіх "батьків-засновників" великих компаній визначався таким прагматичним підходом до моральності.

До прибічників обмежено прагматичної точки зору на проблему співвідношення моральності і економіки слід віднести відомого економіста другої половини ХХ ст. М. Фридмана, представника чиказької школи економіки. *М. Фридман* є прибічником неокласичної, ліберальної ринкової економіки (за рецептами якої здійснювалися ліберальні реформи в пострадянських країнах). Як він пише, у "вільній економічній системі існує один єдиний вид відповідальності, згідно з яким усі наявні засоби повинні використовуватися з максимальною ефективністю і всяка діяльність повинна перевірятися максимально можливим прибутком". Цієї ж точки зору дотримується і *Дж. Сорос*. "Усіма і усім рухає прибуток!" – такий принцип і сенс дуже символічної за назвою книги Дж. Сороса "Алхімія фінансів". За його визнанням, "ринкова економіка природжено є аморальною" [18, с. 24]. А відомий сучасний американський економіст *А. Карп* вважає, що від бізнесменів, як і від гравців у покер, безглуздо вимагати загальногромадянської моралі в їх грі – бізнесі.

На жаль, більшість сучасних українських бізнесменів, особливо тих, які мають відношення до влади, в тій чи іншій мірі дотримуються саме цього принципу.

*Друга точка зору визнає діалектичний зв'язок між моральністю і економікою.* Тут підкреслюється не лише особистісно-моральний аспект економіки, але і її структурно-моральний аспект, її ефективний вплив на економіку. Прибічники цієї точки зору вважають, що в економіці можлива ефективна діяльність у рамках добра, де може виявити себе і морально позитивна особа. Саме морально позитивна економіка і забезпечує довгострокову, стратегічну ефективність, рентабельність. Підприємець, який не обманує і якісно обслуговує ділових партнерів і споживачів, створює позитивну репутацію, довіру до себе, тим самим закріплює за собою надійних партнерів і коло постійних споживачів. Ефективна економічна діяльність, яка здійснюється у рамках добра, сприяє вдосконаленню соціальних стосунків і особистої моральності.

Справедливим буде і зворотне твердження – будь-який обман в бізнесі в довгостроковій перспективі спричиняє втрату кваліфікованих працівників, надійних партнерів і клієнтів, а

можливо, і кримінальну відповідальність. Неетична поведінка, аморальний бізнес обернуться, рано чи пізно, соціальними і моральними втратами як для особи, так і для підприємства, суспільства. З приводу соціальних і моральних наслідків порушення моралі в економіці для зростання як приклад можна навести взаємозв'язок тіньової економіки (її частини, яка пов'язана з несплатою податків) і соціальної сфери. Поява платної освіти, медицини, зниження рівня їх матеріально-технічного стану та, відповідно, якості послуг, мізерна величина соціальної допомоги населенню – це у тому числі результат несплати податків, приховування доходів. А кримінальна сфера тіньової економіки, наприклад торгівля наркотиками або людьми, призводить до непоправних моральних, соціальних, а потім і економічних втрат.

Прибічники цього підходу також звертаються до історії економіки, до історії економічної і етичної думки. Наприклад, ось що пише **Г. Форд**, засновник знаменитої династії і відомої фірми, що займається виробництвом автомобілів: «Работу на общую пользу ставь выше выгоды. Без прибыли не может держаться ни одно дело... Хорошо поставленное предприятие, принося большую пользу, должно приносить и большой доход и будет приносить таковой. Но доходность должна получаться в итоге полезной работы, а не лежать в её основании» [цит. за 18].

*Проте вважаємо необхідним підійти до другого підходу більш диференційовано, виділяючи такі точки зору:*

1) моральний чинник може бути наявним в економіці, але економіка панує над мораллю (станом економіки визначається ступінь моральності і готовності поводитися в господарській діяльності відповідно до моральних принципів);

2) мораль обов'язково має бути наявною в економіці, моральний чинник в деякому розумінні домінує над економічним, але потрібний інститут права - правова підтримка;

3) теологічна концепція: визначальний вплив стану моралі в суспільстві на економіку.

Першої точки зору дотримується Пол Хейне, який вважає, що „экономическая эффективность является слугой гуманистических стремлений, а не их соперником» [цит. за 57]. **П. Хейне** стверджує, що чим більшою кількістю коштів володіє

підприємець, тим більше можливостей він матиме для того, щоб витратити ці кошти на добродійні та інші соціальні цілі.

Ми не погоджуємось з цією позицією: в даному випадку ми маємо лише абстрактну можливість реалізації моральної дії, яка так і залишиться можливістю за відсутності у бізнесмена необхідних моральних якостей. З того, що окремі суб'єкти, які діють у соціально-економічній системі (бізнесмени, підприємці), стають багатіше (підвищують свій соціально-економічний статус), абсолютно не витікає підвищення загального добробуту. Між економічною можливістю зробити морально позитивну дію, наприклад, направити прибуток на соціальні цілі, і реальною дією знаходяться два чинники – суб'єктивний, або індивідуальний – моральні якості учасника соціально-економічних стосунків (менеджера і підприємця), і системний, або інституціональний – стан суспільної моралі і інститутів, що її регулюють (у тому числі у сфері економічних відносин).

## 2.7. Діалектика взаємозв'язку моралі та економічної діяльності (західні теорії)

Іншу точку зору підтримують багато вчених. Серед західних економічних мислителів уперше порушив проблему соціальної і моральної відповідальності працедавців швейцарський економіст **Ж. Симонд де Сисмонді**. На його думку, якщо працедавець вирішує максимізувати прибуток шляхом мінімізації заробітної плати робітників, в програші опиняться обидві сторони. Він вказує, що працівники за рахунок високої експлуатації працедавців та недоотримання заробітку, а отже, неможливості якісно задовольняти базові потреби, втрачають можливість виконувати свої функції. І тоді їм доводиться переселятися в будинки піклування, витрати на утримання яких в тій або іншій формі – «в форме ли частной благотворительности, взносов в дома призрения, или налога в пользу бедных» – лягають на плечі фабрикантів [71, с. 174].

В наш час ми спостерігаємо дуже схожу за сутністю картину: для забезпечення свого існування працівники шукають

додатковий заробіток, працюючи на двох - трьох роботах, що призводить як до швидкого морального і фізичного "зношування" самої людини, втрати її здоров'я і працездатності, так і до втрати морального здоров'я покоління, що зростає (батьки, які працюють в такому ритмі, не можуть приділити досить часу і уваги для якісного виховання своїх дітей).

У моделі економічного розвитку, яку собі уявляв Сисмонді, важлива роль відводиться суб'єктивним чинникам. На відміну від моделі, створеної родоначальниками політекономії, він вказує на необхідність втручання морального чинника в економіку, що повинно відбуватись як свідомий людський акт, який не корелює з максимізацією особистої вигоди.

Дуже цікаво обґрунтовують необхідність існування етичних норм і принципів в економіці і підприємницькій діяльності сучасні німецькі вчені *К. Хоман і Ф. Бломе-Дрез*. Вони стверджують, що юридичні закони з точки зору їх можливості повноцінно охопити усі сторони моральних вимог не можуть бути досконалими. Це пов'язано з дією таких чинників системного порядку:

1) будь-які зміни закону і інституціонального порядку є реактивними, тобто відбуваються з деякою затримкою в часі. Реальне життя, особливо сучасне, настільки складне, багатогранне і мінливе, що законодавчі норми не встигають за ним.

Прикладом можуть бути сфери, що динамічно розвиваються, – гена інженерія, виробництво біодобавок, де закон не може відразу чітко визначити межі дозволеного і забороненого, або нові для економіки види бізнесу, що набувають форм різних інвестиційних фондів, а по суті є фінансовими пірамідами. Поки будуть встановлені ефективні закони, підприємства діють без достатніх правил гри і можуть завдати непоправної шкоди споживачам і суспільству в цілому;

2) не існує досконалої системи контролю виконання законодавства, регулююча роль правоохоронних органів обмежена;

3) не усе, що не заборонено законом, може вважатися допустимим з точки зору моралі. Наприклад, реклама сигарет і спиртних напоїв, використання "25 кадру";

4) „занепад компетентності політики і порядку в політиці” [61].

Відповідність якостей політиків щодо виконання їх найважливішого завдання – підготовки все більше знижується. Це можна пояснити як недоліками в існуючій інституціональній системі, так і особистісними чинниками "відсутністю свідомості політики порядку" у людей, що приймають політичні рішення. Останнє необхідно пояснити як відсутність таланту політика, керівника, громадського діяча, відсутність або слабкість професійних знань і навичок, а також доповнити такими морально-психологічними характеристиками, як спотворена совість, низька моральність, егоїзм політиків.

Таким чином, існування чинників системного порядку, які порушують універсальність законодавчих норм, вимагає застосування в економічній діяльності моральних регуляторів. У разі, коли для відповідної ситуації, рішення не існує законодавчих норм, підприємець, керівник діє відповідно до норм власної моралі. На окремих підприємствах вони існують у формі принципів управління, керівних стратегій, прийнятих цінностей, методів мотивації, норм поведінки. Звичайно, при недосконалому законодавстві ніхто і ніщо (за винятком совісті) не стримуватиме ухвалення аморального, але економічно вигідного рішення, але відповідальність за нього не знімається. Тому К. Хоман і Ф. Бломе-Дрез наголошують на необхідності існування в економіці як інституціональної, так і індивідуальної етики.

*Функція індивідуальної етики* полягає в тому, щоб за допомогою закликів до совісті окремих менеджерів і підприємців впровадити в економічний процес моральні наміри. Реалізація моральних норм залежить від власного вибору менеджерів і підприємців, які приймають рішення.

*Інституціональна етика* не безпосередньо впливає на підприємницьку поведінку. Інституціональні інструменти для впровадження моральних прагнень знаходяться як на рівні законодавства, що встановлюється для усіх підприємств (у широкому сенсі – це система законів і механізм їх виконання і контролю), так і на рівні окремих підприємств.

На думку авторів, індивідуальна етика ефективна завжди в малих осяжних співтовариствах, в яких індивідуальна дія має наслідки, які можливо прямо підрахувати і оцінити. По суті, тут йдеться про внутрішнє середовище підприємства – окремі групи і колектив в цілому, коли дотримання моральних норм (повага до особи працівника, гідна і своєчасна оплата праці і т. д.) створює сприятливий психологічний клімат, мотивує високоефективну роботу.

Проте, коли підприємство стикається із зовнішнім середовищем, в якому не існує інституціональної етики (тобто порушення норм моралі в економіці є певною нормою), індивідуальна втрачає сенс з точки зору можливості забезпечення економічної ефективності діяльності підприємства. При цьому не виключається можливість співтовариства підприємців, окремих лідерів істотно поліпшити, з моральної точки зору, існуючі правила гри, як формальні (закони), так і неформальні.

Але існує і *третья точка зору на взаємозв'язок економіки і моралі, це – теологічна концепція*. Вона мало відома широкому колу унаслідок того, що її носіями є богослови, представники східнослов'янської філософсько-економічної думки, теорії яких тільки зараз стають доступними для усіх охочих. Ця точка зору полягає у визнанні визначального впливу моралі на економіку.

*Наведемо теологічну концепцію*. Економіка має службовий характер, вона необхідна для забезпечення тимчасового земного існування людини, а її стан, як, втім, і стан інших сфер життя людини, визначається моральним станом суспільства, тобто залежить від виконання духовно-морального закону. Економічна поведінка людини передусім визначається її моральними якостями.

Швейцарський філософ і богослов *А. Рих* підкреслює "службовий" характер економіки, в цілому обмежуючи її суть до виробництва сукупності засобів, необхідних для задоволення людських потреб. Мету економіки А. Рих визначає як *гуманну*, що припускає виділення, окрім її функцій створювати і пропонувати достатню кількість товарів і послуг, такої якості: "Їй слід робити це так, щоб, не перетворюючи частину працівників на прості знаряддя виробництва, забезпечити кожному охочому можливість отримати статус співучасника загального процесу

виробництва, особи, яка співвизначає його хід і несе за нього свою частку відповідальності”. Інший аспект проблеми призначення економіки уявляється А. Риху як завдання справедливого розподілу матеріальних благ, а також робочих місць. Принцип гуманізму, що проголосив А. Рих, припускає не особисту щедрість і готовність допомогти, а відповідальну постановку питання про те, як мають бути влаштовані економічні і правові структури суспільства. Щоб усім, у тому числі і більш знедоленим, була доступна як максимально допустима частка в користуванні громадським продуктом, так і найвищий рівень можливостей здобуття освіти відповідно до здібностей. На його думку, тільки за умови прагнення відповідати цьому принципу стає можливим максимальне наближення до вирішення питання про справедливий розподіл і тим самим до розроблення питання про мету і суть економіки.

А. Рих наполягає на тому, що питання про суть господарювання повинне знаходитися у сфері етики, а не економіки. Якщо економіка не служить користі суспільства, вона стає абсурдною, незважаючи на зростаючі прибутки і досягнення нею вершин раціональності. У своїх оцінках А. Рих керується неекономічними критеріями. Одним з них є критерій тварності. Людина, з одного боку, – тілесна істота і має відповідні потреби, які необхідно задовольняти, але вона є і духовною істотою, що відповідає перед Богом за весь світ. Людина дістає можливості використання природних ресурсів у різних галузях своєї діяльності, і в цьому сенсі отримує право хазяїна на планеті, але при цьому її рішення про використання матеріальних ресурсів повинні обмежуватися її внутрішньою відповідальністю перед Богом [65, с. 564].

## **2.8. Теологічний підхід. Закон духовно-моральної детермінації суспільного розвитку**

Дуже цікаві, правильні і досить переконливі докази визначального впливу моральності, духовно-морального закону на економіку наводить відомий сербський богослов, громадський



діяч і вчений (доктор філософії та богослов'я) – *святитель Микола Сербський* (1881-1956).

Зупинимось на *сутності духовно-морального закону*. Духовно-моральний закон відноситься до кожної людини. Цей закон полягає у необхідності життя відповідно до совісті, заповідей. В християнстві дві найвищі заповіді полягають в любові до Бога і ближнього. Виконання або порушення цих правил впливає на долю людини і людства в цілому. При цьому маються на увазі як земні наслідки праведного або неправедного життя, так і долі людей у вічності. Так, згідно з вченням Старого Завіту, Корану, деяких східних вірувань, природні катаклізми, війни, хвороби, у тому числі невиліковні, зниження народжуваності, загибель міст і цивілізацій – прямий наслідок порушення морального закону. Такі наслідки порушення цього закону не заперечуються і християнством. Але у найдосконалішому духовно-моральному законі, даному Новим Заповітом, акценти зміщуються не на земні наслідки поведінки людини, а на вирішення долі людини у вічності. Хоча людство, що забулося, і зараз спостерігає зовнішні ознаки духовно-моральної кризи – деградацію моральності, демографічну, екологічну, економічну кризи [52].

В цілому завдання його дослідження набагато ширше, ніж доказ впливу духовно-морального закону тільки на економіку. Він стверджує і доводить це, досліджуючи Священну історію Старого Завіту, що *духовно-моральний закон визначає дію так званих природних законів, хід історії, долі народів, дію соціальних законів*. Як доказ він використовує метод історичного дослідження, результати різних наукових теорій, що підтверджують істинність духовно-морального закону.

Він показує, що дуже багато подій історії наука досі не може пояснити, оскільки вони знаходяться поза дією встановлених природних законів. Їх можна пояснити тільки з позиції теологічного підходу, визнання істинності подій Старого Завіту та їх біблійного тлумачення.

Це, зокрема, непізнана наукою, але зрозуміла богослов'ям таємниця людських мов – створення різних мов у різних народів. Як науково пояснити те, що «народы различаются по языку сильнее, чем по облику и цвету кожи, чувствам и восприятию».

Как могли возникнуть такие разительные отличия, если все люди произошли от одного прародителя, как утверждают сегодня почти все ученые», – пише св. Микола Сербський [52, с. 31].

Це і причина всесвітнього потопу, визнаного, але не зрозумілого вченими, але цілком зрозуміла з точки зору порушення морального закону першим людством.

Не може наука пояснити і зникнення всіх племен ханаанських. Цей факт пояснюється лише дією морального закону. Ной за аморальний вчинок свого сина Хама прокляв його потомство – онука свого Ханаана, і під вагою цього прокляття впали і зникли всі їхні нащадки [52, с. 31].

Зникнення міст і цілих цивілізацій також пов'язано з порушенням морального закону. Так Тир – багате і розкішне місто – загинув не з економічних причин. Численні провини, несправедлива торгівля, неправедне багатство і розкіш, забуття Бога – причина зникнення міста, як зазначає пророк Єзекіїль [52, с. 57]. Страшна розпуста – причина загибелі Содому і Гоморри. Сірчаний і вогненний дощ, що злився на Содом, стер місто з землі, і це явище неможливо пояснити будь-якими законами природи. Древній Єгипет і Вавилонське царство вважалися дуже розвиненими цивілізаціями (про що свідчать сучасні розкопки), але, тим не менш, вони зникли, і пояснити їх зникнення може тільки моральний закон (ідолопоклонство, зніженість людей, нечуване багатство згубило народ).

Також святий Микола Сербський показує на основі дослідження священних книг, вірувань різних народів (древніх греків, мусульман, народів Сходу), що всі вони визнавали верховенство дії духовно-морального закону на природні стихії, долі народів і долю кожної людини, здоров'я людини і народження дітей.

Що ж відноситься до *соціально-економічної сфери*, дію *духовно-морального закону* святий Микола Сербський пояснює наступним чином.

По-перше, розглядаючи модне тоді вчення *К. Маркса*, він відзначає, що питання конфлікту між працею і капіталом поставлене по суті неправильно – «как вопрос взаимоотношений

безличного капітала и безличного труда, противопоставленных друг другу как две враждебные бессловесные силы». Антагонізм між капіталом, з одного боку, і робочою силою, з іншого, виник через те, що знехтували владою моралі у відносинах людини з людиною. «В сущности, отношения капитала и труда есть вопрос отношения человека к человеку, а любой вопрос отношения человека к человеку имеет нравственную природу и, как таковой, должен подлежать нравственному закону и регулироваться только им» [52, с. 66].

Далі, відповідаючи на питання: «Від чого залежить економічне становище будь-якої країни?», святитель Микола Сербський відзначає три чинники: «от дождя, от здоровья и от согласия и единодушия людей» [52, с.67]. Тобто, по суті, це три фактори: *природно-кліматичні умови, демографічні характеристики населення та морально-психологічні якості людей*, від яких залежить узгодженість їх дій. Далі він продовжує: «Если засуха погубит урожай, эпидемии унесут жизни людей, а мор – скот и если к тому же между людьми не будет мира и согласия, то к чему тогда горы теорий на темы хозяйствования? Для чего тогда все хозяйственные законы и регулирующие хозяйственную жизнь уложения? Но дождь и здоровье дарует Бог в соответствии с верой, почитанием, послушанием и милосердием народа» [52, с. 67].

Те, що людина майже не в змозі позитивно вплинути на природно-кліматичні умови, а, на жаль, навпаки – часто стає причиною природних катаклізмів – на сьогоднішній день факт загальновідомий. Більшість сучасних учених визнають, що нинішні зміни клімату, сильні дощі, повені та посухи – це результат діяльності людини (забруднення атмосфери, водойм, землі, вирубки лісів і т.п.). Саме ці причини викликають сьогодні найсильніші побоювання з приводу світової продовольчої кризи, впливають на економічну стабільність багатьох процвітаючих країн.

Наступний фактор – мир і єдність між людьми. Те, що від миру, злагоди між людьми, наприклад між політиками, залежить якість законів, політична та економічна стабільність у державі, ми бачимо на прикладі (на жаль, негативному) нашої держави. Те саме ми спостерігаємо і на світовому рівні.

Але тоді може виникнути цілком правомірне питання: «Може, не треба зовсім піклуватися про господарське життя?» На це питання св. М. Сербський відповідає таким чином: «Я не отрицаю забот о хозяйстве при том условии, что превыше всего стоит забота о соблюдении нравственного закона Бога, о суверенности и важности этого закона. Иначе весь опыт людей в сфере хозяйствования и товарообмена, но без соблюдения нравственных норм, можно уподобить искусно выстроенному кораблю, не имеющему компаса. Подобно тому, как корабль без компаса непременно заблудится в океане, так и человеческое общество, пусть даже самым искусным образом организованное, непременно будет плутать по океану жизни, если не будет руководствоваться нравственным законом Бога» [52, с. 67].

Що ж до причин зниження здоров'я людей, в тому числі репродуктивного здоров'я, причин високої смертності та низької народжуваності на пострадянському просторі за період «ринкового реформування», – цю проблему комплексно досліджував сучасний російський вчений академік РАН *І.О. Гундаров* [29]. На основі кількісних методів оцінки причин демографічної кризи, а також вивчення духовно-моральних вчень основних світових релігій про правила життя людини він прийшов до висновку, що демографічна криза викликана перш за все дією духовно-моральних чинників.

Зокрема, провівши комплексне дослідження із застосуванням математичного моделювання, він встановив, що збільшення смертності населення Росії за період реформ 90-х років тільки на 16 % пов'язане з впливом соціально-економічних чинників, решта 84 % складає вплив духовно-моральних чинників (збільшення агресивності, безвиході, тобто духовних хвороб людини) [30]. Те саме можна сказати і про народжуваність. Її зниження відбулось внаслідок, перш за все, безладного, аморального способу життя у своє задоволення, небажання мати зайву турботу про іншого, установки на можливість і моральну безкарність абортів. Також цьому сприяло зниження здоров'я майбутніх батьків та їх недовіра до морального правила, згідно з яким Творець, який дав життя дитині, дасть можливість і забезпечити цю дитину.

Крім того, дослідження інших вчених доводять, що в країнах, які зберегли традиційну релігійну мораль і ціннісні установки, народжуваність набагато вище, ніж у країнах західної цивілізації з високим рівнем матеріального добробуту, але зі зміненими ціннісними орієнтаціями, де на першому місці стоїть особистий прибуток, задоволення, кар'єра, а вже потім дитина, яка вимагає від батьків самопожертвування.

Дуже узгоджується з позицією св. Миколи Сербського думка одного з представників російської економічної школи, православного богослова і публіциста *М.П. Гилярова-Платонова* (1824-1888). Він переглядає основи західної політичної економії з духовно-моральних позицій. З одного боку, він формулює основні моральні принципи економіки і господарської діяльності, які витікають з християнського вчення: 1) праця – це обов'язок, а не засіб отримання вигоди лише для себе; 2) основа громадських і міжособистісних стосунків – всевіддаюча любов (люби ближнього, як самого себе); 3) людині треба, володіючи своєю свободою і зберігаючи свою ініціативу, направляти усю свою енергію і сили, дані Богом, на благо інших людей. З іншого боку, розуміючи, що люди є далекими від святості, і будучи талановитим економістом, він бачить завдання політекономії в тому, щоб охарактеризувати загальний напрямок економічного розвитку, а також і зв'язків між найбільш суттєвими економічними відносинами, заснованих на особистому інтересі, а призначення політичної економії в тому, щоб обґрунтувати загальні заходи, за допомогою яких держава може запобігати постійному і неминучому, за умов панування особистого інтересу, порушенню прав людини.

Звернемося до інших сучасних досліджень, що доводять вплив нематеріальних (ідейно-духовних і соціокультурних) факторів на економічний розвиток.

Такі дослідники, як *В.І. Якунін*, *В.Є. Багдасарян*, *С.С. Сулакшин* в ролі одного з найважливіших факторів економічного розвитку держави розглядають ідейно-духовний ресурс. У даному випадку вони мають на увазі і духовну мотивацію праці, в тому числі економічної діяльності, мотивацію, що базується на релігійному осмисленні праці, і нерелігійну – ідеологічну мотивацію, вибудовану на вірі в силу партії, народу,

держави, вірі у побудову кращого майбутнього. З одного боку, таке об'єднання правильне, оскільки допомагає оцінити вплив неекономічних – духовно-ідейних, психологічних факторів на економіку. З іншого боку, таке об'єднання ставить знак рівності між духовністю і ідеологією, що робити не можна, бо ідеологія може мати як гуманний, так і антигуманний характер, ґрунтуватися як на релігійному, так і на протилежному йому атеїстичному світогляді, і плоди їх – різні.

Проте, беручи до уваги ідеологію, яка утворює, а не руйнує суспільство, і досліджуючи розвиток економіки Росії в ХХ ст. у зв'язку з духовно-ідейним чинником, вони приходять до двох важливих висновків. На підставі поданих групою експертів кількісних оцінок характеристик подій історії Росії ХХ ст. за 38 критеріями ідентифікації ідейно-духовного стану вченими була отримана достатньо складна немонотонна крива. Ідейна духовність російського суспільства мала підйоми і спади, будучи залежна від діяльності держави у питаннях ідеології і національної (цивілізаційної) ідентичності. У результаті вченими був зроблений висновок про те, що формування ідейно-духовного ресурсу можна і треба розглядати як державну управлінську задачу. Особливої уваги в контексті питань формування економічної політики вимагає побудована на експертній сесії залежність ставлення в російському суспільстві до праці. Характерно, що його історична мінливість в цілому збігається з підйомами і спадами національної економіки [96, с. 28].

Проведений експеримент дозволив також відповісти на питання: *який з двох факторів – ідейно-духовні основи або матеріальне стимулювання має більш вагоме значення для показників економічного розвитку в Росії?* Для цього за методикою парної кореляції був розрахований рівень причинно-наслідкового зв'язку зростання валового промислового виробництва з матеріальним рівнем (накопичені блага, що визначають якість життя людини), ідейно-духовною розвиненістю, а також цінністю праці в суспільній свідомості. З метою чистоти розрахунків був узятий часовий інтервал другої половини ХХ ст. (1946-2000 рр.), що виключає форс-мажорні події масштабних воєн, які припадають на першу половину 1904-1905, 1914-1920, 1941-1945 рр., революцій, коли на показники

економічного розвитку впливав третій – зовнішній фактор [96, с. 29].

Отримані результати з позицій неоліберальної теорії виглядають просто бентежними. *Коефіцієнт кореляції ідейно-духовної розвиненості суспільства та зростання валового промислового виробництва склав +0,59. Ще більш вагомою виявилася залежність ВВП від фактора цінності праці в суспільній свідомості (коефіцієнт кореляції дорівнює +0,69).* Отримані дані доводять значимість для економіки стимулів духовного та ідейного змісту.

*А ось сумарний матеріальний фактор і зростання валового промислового виробництва знаходяться в Росії, судячи за результатами проведеного аналізу, в стані антикореляції (значення дорівнює -0,7).* Діє, таким чином, добре відомий на рівні повсякденних народних уявлень зв'язок, згідно з яким чим вище у людини матеріальний достаток, тим вона гірше працює. Матеріально мотивоване російське суспільство має негативний потенціал по відношенню до економічного розвитку. Проте, можливо, це унікальна риса російської національної ментальності? Але зазначений вченими тренд зниження темпів зростання ВВП на Заході в міру секуляризації свідомості західної людини дозволяє припустити універсальний характер даного явища. Для остаточної відповіді були б необхідні такі ж дослідження щодо західних країн [96, с. 30-32].

На жаль, у свідомості багатьох українців, залучених до економічної діяльності, особливо політиків і великих бізнесменів, все ще панує модель дикого капіталізму. Свідомство тому – величезний обсяг тіньової, у тому числі кримінальної економіки; розпродаж державної власності за безцінь; рейдерство; продаж неякісної, шкідливої для здоров'я продукції; аморальна реклама і т. д. Причому усі ці явища – зовсім не результат зубожіння, низького рівня життя, а наслідок аморальності їх виконавців. Це доводить той факт, що 67 % опитаних українців, які мали справу з державними посадовцями упродовж, наприклад, 2007 р., відмічають, що були безпосередньо втягнуті в корупційні дії в тій або іншій формі [80].

Результатом аморальності більшості державних чиновників і великих бізнесменів є безпрецедентне соціальне і майнове

розшарування нашого суспільства. Так, якщо за світовими стандартами, критичне співвідношення прибутків 10 % найбільш багатих і 10 % найбільш бідних людей складає 10:1, то у 2009 р. в Україні цей показник склав 40:1 [66]. Такий немислимий розрив дуже небезпечний, він здатний знівечити психіку, породжуючи в "верхах" свавілля і беззаконня, а в "низах" безнадійність, втрату сенсу життя, заздрість, недовіру, депресію.

На нашу думку, в питанні співвідношення моралі і економіки найбільш правильним є теологічний підхід, якого дотримувалися у т.ч. і представники східнослов'янської філософсько-економічної думки, деякі сучасні російські, українські вчені. Він не заперечує необхідності турботи про господарство, правового регулювання господарської діяльності, але підкреслює необхідність за будь-яких обставин дотримання моральних норм у будь-яких видах людської діяльності, у тому числі в економіці, а також визначальну залежність стану економіки від духовно-морального стану суспільства.

Ідеальна ситуація – прибуткова діяльність за умови дотримання моральних норм – в економіці України потрібна і можлива (хоча, звичайно, через людську природу порушення неминучі, але тут йдеться про мінімізацію їх масштабів). Але, звичайно, це справа часу і певних зусиль, дій.

Завданням економіки і права є створення умов, що роблять порушення моральних принципів в економіці не вигідним, і, навпаки, вигідною етично, соціально відповідальною поведінку. А оскільки границі формального права обмежені, необхідно виховувати в суспільстві етику ведення бізнесу, господарювання (аспект громадських інститутів) і індивідуальну етику.

На нашу думку, для створення етичного середовища в економіці України зараз визначальну роль мають особистісні фактори – професійна компетентність і висока моральність політиків, керівників і бізнесменів. В умовах недосконалого законодавства і системи контролю, з одного боку, і ментальної особливості нашого народу не виконувати юридичні норми і приписи, але керуватися, передусім, природним правом "суди по совісті, а не згідно з законом", усними домовленостями, заснованими на довірі, і неформальними правилами, з іншого, найважливіше значення має приклад поведінки політиків,



керівників, що формує довіру або недовіру до влади і моделює поведінку більшості членів суспільства, у тому числі в економічній сфері. Стан економіки України в першу чергу залежить від морального капіталу керівників, політиків, бізнесменів.

Другий, такий же за значимістю для створення морального капіталу чинник – це розроблення і впровадження в програми підготовки і перепідготовки бакалаврів, фахівців і магістрів відповідних навчальних курсів і програм. Зміст і методика їх викладу мають бути такими, щоб, прослухавши їх, випускники мали моральні переконання, які б спрямовували їх професійні знання на благо суспільства, а не на шкоду йому. До речі, на розроблення таких програм великий бізнесмен і колишній посол США в Нідерландах Дж. Шед виділив Гарвардському університету 20 млн доларів. Також він вважав, що кандидатів на навчання із спотвореними моральними засадами необхідно відсівати вже на стадії прийому у вищі навчальні заклади. Більше того, вважаємо, що етична проблематика повинна стати невід'ємною частиною кожної дисципліни.

### **Питання для самоконтролю**

1. Поясніть етимологію слів „економіка” та „господарство”.
2. Як пояснював сенс та мету економіки Аристотель?
3. Чим відрізняється економіка від хрематистики? Який з двох видів діяльності Аристотель вважав морально виправданим? Чому? Який з цих видів діяльності повинен домінувати, щоб забезпечити якісний розвиток держави? Як це забезпечити?
4. Поясніть етимологію слів «підприємництво», «бізнес».
5. Розкрийте цілі господарювання.
6. Які були основні ідеї Адама Сміта про співвідношення моралі й економіки?
7. Як вирішував М. Вебер проблему співвідношення моралі й економіки?
8. Назвіть основні підходи до визначення місця моралі в економіці.
9. Охарактеризуйте обмежено прагматичний підхід до визначення місця моралі в економіці. До яких наслідків

призводить втілення цієї теорії у практику економічних відносин?

10. Охарактеризуйте діалектичний підхід до визначення місця моралі в економіці.

11. Охарактеризуйте підхід до обґрунтування необхідності існування етичних норм і принципів в економіці і підприємницькій діяльності (концепція К. Хомана і Ф. Бломе-Дреза).

12. Охарактеризуйте теологічний підхід до визначення місця моралі в економіці. Наведіть приклади доказу дії закону духовно-моральної детермінації суспільного розвитку (на прикладі теорії св. М. Сербського).

13. Наведіть приклади доказу дії закону духовно-моральної детермінації суспільного розвитку (на прикладі теорії І.О. Гундарова).

14. Наведіть приклади доказу дії закону духовно-моральної детермінації суспільного розвитку (на прикладі досліджень В.І. Якуніна, В.Е. Багдасаряна, С.С. Сулакшина).

### **Питання для обговорення**

1. До якого типу економіки (за Аристотелем) можна віднести економічну систему сучасної України? Чому?

2. Проаналізуйте можливі моделі поведінки підприємця (рішення дилеми: «мораль-прибуток»). Поясніть вигідність або невикладність цих моделей поведінки для підприємця та для держави (у короткостроковій та довгостроковій перспективі).

3. Розкрийте можливі моделі поведінки підприємця (рішення дилеми: «мораль-прибуток»). Поясніть вигідність або невикладність цих моделей поведінки для підприємця та для суспільства (у короткостроковій та довгостроковій перспективі).

4. Охарактеризуйте можливі моделі поведінки підприємця (рішення дилеми: «мораль-прибуток»). Поясніть вигідність або невикладність цих моделей поведінки для підприємця та для споживачів, для ділового оточення (у короткостроковій та довгостроковій перспективі).

5. Перерахуйте чинники, які впливають на ефективність економіки і підприємницької діяльності.

6. Наведіть приклади впливу: 1) моралі в суспільстві; 2) моральності окремої людини учасника економічних стосунків на результати економічної діяльності, підприємницької діяльності на мікро- і макрорівнях, стан економіки держави.

7. Назвіть головні причини соціально-економічної кризи в Україні. Чи вважаєте Ви, що ця криза, передусім, була викликана духовно-моральною кризою нашого суспільства, помилкою у виборі цивілізаційного (соціокультурного) шляху розвитку України?

8. Чи вважаєте Ви, що головною причиною сучасної світової економічної кризи є криза духовно-моральна? Обґрунтуйте свою точку зору.

### **Теми рефератів**

1. Християнська етика господарювання: концепція А.Риха.

2. Німецька школа економічної етики (особливості та розвиток).

3. М. Вебер: «Протестантська етика і дух капіталізму»: основні ідеї твору.

4. Оцінка М. Вебером господарської етики православ'я і католицизму.

5. А. Сміт про етику в економіці та підприємстві.

6. Вплив духовно-моральних факторів на господарську та підприємницьку діяльність.

7. Сучасна західна економічна думка щодо впливу моралі на розвиток економіки та підприємництва.

8. Сучасна вітчизняна економічна думка щодо впливу моралі на розвиток економіки та підприємництва.

Література [9, 17, 18, 19, 29, 30, 33, 40, 41, 52, 57, 61, 62, 65, 66, 72, 73, 79, 80, 96].

### **3. ЕТИКА БІЗНЕСУ: ПРЕДМЕТ ТА СПЕЦИФІКА**

#### **3.1. Етичні проблеми сучасного ділового життя**

Перед тим, як безпосередньо звернутись до питання формування етики бізнесу як наукової дисципліни, пропонуємо

розглянути результати одного цікавого дослідження, яке зокрема свідчить про дійсно вічні проблеми морального господарювання. Американський дослідник *Лора Неш* в 1990 р. випустила книгу з характерною назвою "Геть благі наміри", в якій вона прийшла до висновку про те, що благі наміри у керівників і учасників бізнесу не є достатнім чинником для вирішення складних етичних проблем, що виникають на робочому місці.

З інтерв'ю, узятих у різних керівників організацій в США, Л.Неш виділила головні етичні проблеми, з якими частіше за все стикаються керівники ділового світу Америки:

- жадність;
- приховування фактів і неправильної інформації у звітах і при проведенні перевірок;
- випуск неякісної продукції або необхідність її постійного технічного обслуговування;
- безрозсудне завищення цін або прямий обман при проведенні ділових переговорів;
- умови роботи, які вимушують людей брехати про виконання ними їх роботи;
- зайва самовпевненість в думках, яка може привести до шкоди для інтересів компанії, коли для неї настають важкі часи;
- низька якість роботи і товарів;
- беззастережне підкорення керівництву, яким би неетичним і несправедливим воно не виявилось;
- суперечності між особистими інтересами і інтересами корпорації;
- наявність фаворитів;
- жорсткі ціни;
- принесення в жертву ні в чому не повинних і безпорадних людей для виконання тієї або іншої роботи;
- неможливість виказати своє обурення і незгоду в атмосфері постійних неетичних вчинків;
- мала увага до сім'ї або особистих справ через велику кількість роботи;
- виробництво продукції з сумнівними характеристиками за безпекою;
- неповернення речей або цінностей, узятих на робочому місці, у товаришів по службі;

- свідоме перебільшення переваг свого плану роботи для отримання підтримки;
- перебільшена увага до переміщень за ієрархічними сходами на шкоду інтересам справи;
- переміщення службовими сходами по головах товаришів по службі;
- обман працівників з метою отримання вигоди для компанії;
- створення союзів з сумнівними партнерами в надії на щасливу випадковість;
- затягування і зволікання з виконанням своїх обов'язків, що приводить до розтрати часу і грошей корпорації;
- надання негативного впливу на суспільно-політичний процес шляхом внесення змін в законодавство за хабарі.

Неш звертає увагу на те, що керівники і працівники, які стикаються з подібними проблемами, не можуть для їх вирішення спиратись лише на ті норми моралі, які існують у звичайному житті, і необхідно звернутись до створення особливого напрямку наукових знань, які будуть застосовані у практиці підприємницької діяльності – а саме ділової етики або етики бізнесу [58, с. 71].

### **3.2. Формування етики бізнесу як наукової дисципліни**

Етика бізнесу є одним з різновидів професійної етики. *Етику бізнесу можливо визначити як застосування етичних принципів до ділових ситуацій. При такому підході курс етики бізнесу є синтезом теорії етики і традиційного навчання веденню справ, таких, як організаційна поведінка, економіка, стратегічне планування, фінанси, облік, маркетинг.*

Визначення поняття «етика бізнесу», запропоноване Л.Неш в згаданій книзі, найбільш точно розкриває її зміст. *Етика бізнесу є вивченням відповідності моральних норм людини діяльності і мети ділової організації. Вона не є простим набором певних моральних стандартів, а є інструментом аналізу і рішення проблем, які постають перед моральною людиною, що займається бізнесом [58, с. 73].*

Етика бізнесу як галузь знань сформувалася в 70-ті роки ХХ ст. в США (проте особлива увага етичній поведінці в бізнесі почала приділятися в 60-ті роки, під час різних соціальних потрясінь).

Між науковим співтовариством і діловим світом в цей час виникала все більша згода з питання необхідності підвищення «етичної свідомості» професійних бізнесменів при проведенні ними ділових операцій. Деякі фахівці указували на необхідність підвищення «відповідальності корпорацій перед суспільством». Інші звертали особливу увагу на випадки корупції, що почастишали, як серед урядової бюрократії, так і відповідальних осіб різних корпорацій. Безліч людей пов'язує цей процес з падінням значення релігійних цінностей і традиційної моралі в Сполучених Штатах.

Також американські дослідники указують на стійке падіння результативності праці, енергії і гордості за власну працю у працівників. Це явище теж іноді пов'язують з падінням і навіть зникненням релігійної етики, а саме - «протестантської етики праці». Розвінчання цих традиційних трудових цінностей часто наводиться як пояснення падіння продуктивності праці в американській промисловості. Противагою цим процесам і рішенням різних ціннісно-орієнтованих проблем є, на думку багатьох дослідників, зміна ролі моральних цінностей і відповідальності перед суспільством у сфері бізнесу.

До початку 80-х років така галузь знань, як етика бізнесу, стала найважливішим предметом вивчення для фахівців. З етики бізнесу була видана безліч книг, і більшість шкіл бізнесу в США включила її у свої навчальні програми. Незважаючи на все це, поки що дуже важко визначити межі даної галузі знань. Це відбувається в значній мірі через відсутність загальної методології в цій галузі, а також поширеного скептицизму і переконаності в тому, що більшість ділових людей проігнорує будь-які етичні норми, якщо вони будуть хоча б в щонайменшому ступені суперечити так званим мотивам до отримання прибутку в бізнесі.

Сучасна ділова етика, на думку багатьох вчених, повинна ґрунтуватися на трьох найважливіших положеннях: (1) створення матеріальних цінностей у всьому різноманітті їх форм розглядається як спочатку важливий процес; (2) прибуток і інші

доходи розглядаються як результат досягнення різних суспільно значущих цілей; (3) пріоритет при вирішенні проблем, що виникають в діловому світі, повинен віддаватися інтересам міжособистісних відносин, а не виробництву продукції.

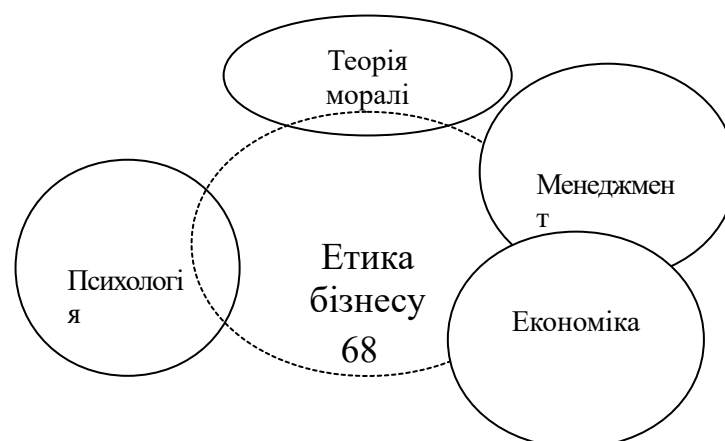
Хоча етика бізнесу як наукова дисципліна виникла на Заході, у вітчизняній практиці господарювання та підприємницької діяльності, особливо по мірі розвитку підприємництва, значна увага приділялась нормам моралі підприємця, розробленню відповідних етичних правил підприємницької діяльності, які були засновані на принципах православної віри. Особливостям православної етики підприємницької діяльності ми присвятимо окремі розділи посібника.

### 3.3. Структура етики бізнесу

Отже, якщо визначати стисло, етика бізнесу – це наукова дисципліна, що вивчає застосування етичних принципів у ділових ситуаціях. Вона являє собою синтез теорії етики (моралі), економіки, менеджменту та психології (рис. 3.1). Питаннями, що розробляються в етиці бізнесу, є такі: взаємовідношення між корпоративною і універсальною етикою, проблема соціальної відповідальності бізнесу, питання застосування загальних етичних принципів до конкретних ситуацій ухвалення рішень, способи підвищення етичного рівня організації, вплив релігійних і культурних цінностей на економічну поведінку і деякі інші.

Етика бізнесу (підприємницької діяльності) є складовою економічної етики взагалі.

Традиційно етику бізнесу прийнято розділяти на макроетику і мікроетику.



### Рис. 3.1. Взаємовідношення між етикою бізнесу і іншими галузями знань

Під *макроетикою* розуміється та частина етики бізнесу, яка розглядає специфіку моральних відносин як між макросуб'єктами соціальної і економічної структури суспільства (корпораціями, підприємствами, державою і суспільством в цілому), так і між його частинами.

Під *мікроетикою* – дослідження специфіки моральних відносин усередині корпорації (підприємства, організації), між корпорацією (підприємством) як моральним суб'єктом і її працівниками, а також утримувачами акцій.

В системі моральних відносин між макросуб'єктами фахівці виділяють два рівні: горизонтальний і вертикальний. На горизонтальному *рівні розглядають моральні відносини між суб'єктами*, що володіють однаковими характеристиками, між різними корпораціями; на вертикальному – моральні відносини між суб'єктами, які володіють різними характеристиками і властивостями.

До цього рівня належать відносини між корпораціями (підприємствами) і державою, між корпораціями (підприємствами) і суспільством в цілому (або його частиною) і між корпораціями (підприємствами) і навколишнім середовищем.

Більшість людей ухвалює етичні рішення на мікрорівні, тобто коли людина відповідає за свою поведінку або ухвалює рішення, які стосуються інших людей, наприклад відносно добробуту своїх близьких, колег або навіть невеликого співтовариства. Але деякі люди рано чи пізно починають ухвалювати рішення на макрорівні, наприклад безпосередньо брати участь у формуванні державної національної політики.

Етика бізнесу має відношення і до формування економічних інститутів, і до функціонування професіоналів бізнесу. Економічні інститути суспільства неминуче вторгаються у галузь моралі, і з цієї точки зору значення макрорівня етики бізнесу



важко переоцінити. І абсолютно очевидна неможливість обмеження підходом мікрорівня (безглуздо переконувати члена кабінету міністрів у необхідності бути чесним і відповідальним).

Підхід макрорівня в бізнесі особливо важливий для економіки перехідного періоду. Так, в Україні відбувається трансформація основних економічних інститутів. Якщо ці інститути будуть мати добре продуману структуру і пристосовані до культурних і соціальних умов життя в Україні, вони сприятимуть відповідальній етичній поведінці на мікрорівні. Проте, якщо ці інститути сформовані помилково і не враховують конкретних соціальних умов, марно витратити зусилля на приватні етичні проблеми на рівні трудового колективу, оскільки людям доведеться постійно боротися з потворними економічними інститутами і помилковим політичним курсом.

### **3.4. Причини підвищення уваги до етики бізнесу**

Необхідність підвищення якості етичної свідомості особливо очевидна у світлі історичних змін в організації сучасного бізнесу: (1) зростання рівня корпоративності в даний час і (2) інформаційної революції.

Потреба введення сучасних виробничих технологій часто рівнозначна необхідності значних економічних нововведень в роботі крупних корпорацій. Ця так звана економіка в масштабі корпорації створює могутні економічні стимули для зростання корпорацій по горизонталі і вертикалі. Насправді таке зростання корпорацій стає важливою відмінною рисою в другій половині ХХ ст. Фактично більшість країн світу в даний час має більш низький валовий внутрішній продукт (ВВП), ніж щорічні доходи будь-якої з крупних корпорацій. Так, вже в кінці 80-х років валові щорічні доходи Exxon Corporation перевершували ВВП Республіки Корея або Індонезії; валові щорічні доходи Royal Dutch Shell знаходяться сьогодні на більш високому рівні, ніж ВВП Бельгії, Чехії або Аргентини; валові щорічні доходи General Motors – на більш високому рівні, ніж ВВП Нігерії, Південної Африки або Австрії; валові щорічні доходи Mobil – на більш високому рівні, ніж ВВП Данії і Фінляндії; валові щорічні доходи Ford Motor Company – на більш високому рівні, ніж ВВП Таїланду; валові

*щорічні доходи IBM і Du Pont – на більш високому рівні, ніж ВВП Колумбії і Греції; валові щорічні доходи General Electric – на більш високому рівні, ніж ВВП Нової Зеландії і Кувейту, і т.д. [58, с. 75].*

Одним з недоліків неймовірного зростання сучасних корпорацій є неминуче зростання бюрократичних організаційних структур усередині них. При цьому виникає все більш яскрава тенденція, типова для бюрократичних структур, відповідальних за ухвалення рішень, яка полягає в беззаперечному підкоренні особі, що стоїть вище на ієрархічних сходах. Ця тенденція призводить до того, що найсерйознішим чином пригнічується особиста ініціатива. А це висуває і безліч етичних проблем для осіб, відповідальних за ухвалення рішень усередині таких організаційних структур, що також приводить до виникнення ситуацій, коли навіть добрі і чесні люди скоюють погані і ганебні вчинки, хоча це і робиться для «блага корпорації».

Друга історична зміна в організації сучасного бізнесу – це інформаційна революція, яка набагато більш впливає на людські спільноти, ніж промислова революція середини XVIII ст. Новий імпульс комп'ютерні технології отримали в 90-ті роки, з розвитком всесвітньої комп'ютерної мережі Інтернет, яка зв'язала мільйони комп'ютерів на всіх континентах в єдиний інформаційний простір, зробивши її набагато більш доступною.

З одного боку, значно більше людей у всьому світі в даний час мають найширший доступ до джерел інформації, ніж коли-небудь за всю історію людства. З іншого – використання комп'ютера допускає масову концентрацію суто особистої інформації про людей і про їх звички. Такий збір і централізація подібної інформації можуть бути використані вельми конструктивно, наприклад, для розширення демократичних процесів у суспільстві і кращого усвідомлення запитів і потреб людей, або ж узурпуватися вузькими групами лідерів для використання цієї важливої інформації в особистих цілях.

У будь-якому випадку комп'ютерна і інформаційна ера вже настала.

Сучасні професіонали бізнесу – головні ідеологи інформаційної ери – несуть відповідальність за формулювання і введення в життя етичних законів поведінки (іноді їх називають комп'ютерною етикою, мережною етикою і т. п.), на яких повинні

базуватися демократичні суспільства. Це зумовлює і необхідність вивчення етики професіоналами бізнесу.

Але поряд із зазначеною проблематикою, для країн, що змінюють свої економічні системи, таких, як Україна та інші республіки СНД, підвищення уваги до вивчення етики бізнесу обумовлюється й іншими обставинами. Як пише американський учений В. Вейгль, в цьому відношенні особливо важливі дві обставини: (1) необхідність етичних відносин в децентралізованих структурах, відповідальних за ухвалення рішень, і (2) необхідність вписати економіку перехідного періоду і її інститути в невідповідні їм історичні і культурні умови.

У дореволюційні часи, коли в російській економіці стали бурхливо розвиватись підприємницькі відносини, основою морального кодексу російських та українських підприємців в основному було Святе Письмо, Закон Божий, на їх ґрунті розвивались православна та старообрядницька етика підприємництва. На основі сполучення високого професіоналізму та моральності, сполучення інтересів підприємця, його приватної ініціативи та свободи з інтересами держави, суспільства будувались статки підприємців та добробут держави. Підприємництво того часу у кращих своїх зразках демонструвало не тільки високу економічну ефективність, але і соціальну відповідальність.

Революція зруйнувала такий тип господарювання та підприємництва, який був заснований на християнських принципах та приватній ініціативі, свободі. Але щоб збудувати нову економіку, неможливо було обійтись без моралі, роль якої стала відігравати партійна ідеологія. В умовах радянської економіки підприємницька діяльність не розвивалась, а господарювання здійснювалось на тих моральних нормах, які відповідали принципам соціалістичної, комуністичної моралі.

А ось коли наше суспільство пережило революційні події 90-х рр. ХХ ст., досить стрімке, шокове впровадження нового типу економічних відносин, про мораль забули. Це і стало одним із найбільш значних факторів кризи української економіки.

На жаль, зараз більшість українських підприємців демонструють таку економічну діяльність, яка не відповідає ані нормам українського законодавства, ані нормам моралі. Несплата податків (або сплата їх у менших розмірах), занижений рівень

оплати праці своїх робітників, неналежні умови праці, прямий та непрямий обман споживачів – ось далеко неповний перелік хвороб українських бізнесменів. І взагалі Україна, за останніми світовими рейтингами, вважається однією із найбільш корумпованих країн. Зрозуміло, що за таких умов в Україні неможливо відродити економіку, залучити в неї на довгостроковій основі великі інвестиції, забезпечити гідне життя всьому народу. Вітчизняний бізнес повинен навчитись вести свою діяльність таким чином, щоб отримувати власну вигоду, не порушуючи норм моралі та норм законодавства. І цьому, поряд із зміною законодавства та бажанням самих бізнесменів, повинно сприяти вивчення етики бізнесу.

Отже, важливість формування етики бізнесу та її вивчення, втілення в ділове, економічне життя її принципів для українського бізнес-середовища, суспільства у цілому пов'язане із тим, що збудувати сильну економіку, конкурентоспроможну державу можливо лише за умов дотримання моралі в економічній та підприємницькій діяльності. Для успішного розвитку економіки чесність і довір'я є найважливішими етичними якостями – це «моральний капітал» підприємців, який має набагато вищу вартість, ніж фінанси.

### **Питання для самоконтролю**

1. Коли, де і за яких обставин сформувалась етика бізнесу як наукова дисципліна? Що вивчає етика бізнесу?
2. Поясніть, у чому полягає актуальність вивчення етики бізнесу сучасними підприємцями.
3. Охарактеризуйте основні етичні проблеми сучасного ділового життя.
4. Назвіть дві історичні зміни в організації сучасного бізнесу, які приводять до необхідності підвищення якості етичної свідомості в діловій сфері.
5. Опишіть структуру етики бізнесу як галузі знань, її взаємовідношення з іншими науками. Назвіть основні проблеми, що розробляються в етиці бізнесу.
6. Дайте визначення мікро- і макроетики.

### **Питання для обговорення**

1. Чому необхідно вивчати етику бізнесу в країнах з перехідною економікою? Яка специфіка цього процесу в Україні?
2. Які фактори впливають на етичність ведення бізнесу в Україні? Що, на Вашу думку, необхідно зробити, щоб підвищити етичність бізнесу в Україні?
3. Назвіть цінності, які декларуються у бізнесі. Чи можна було б вести бізнес, якби ці цінності співтовариством підприємців не поділялися?
4. Які етичні цінності Ви вважаєте особливо важливими для сфери бізнесу?
5. Наведіть приклад розв'язання етичної проблеми (умова, методологія і результат).
6. Як Ви вважаєте, хто з учасників бізнесу повинен розв'язувати етичні проблеми?
7. Назвіть можливі способи розв'язання етичних проблем бізнесу. Які з них є найбільш привабливими з точки зору суспільства, підприємців, держави?

### **Теми рефератів**

1. Етичні проблеми ділового життя.
2. Поняття наукової, релігійної, професійної етики.
3. Сутність і проблеми ділової етики.
4. Основні етичні переконання у сфері бізнесу й управління.
5. Сутність моральних зобов'язань керівника.
6. Значущість ділового етикету в сучасному бізнесі.
7. Етичні проблеми глобалізації світового господарства.

Література [32, 46, 58, 65, 85].

## **4. ОСНОВНІ КОНЦЕПЦІЇ В ЕТИЦІ БІЗНЕСУ**

### **4.1. Релігія і господарське життя**

В етиці бізнесу склалися чотири основні підходи до моральних проблем бізнесу, що спираються на чотири етичні напрями:

- 1) релігійна етика;
- 2) утилітаризм;
- 3) деонтична етика (етика обов'язку);
- 4) етика справедливості.

У цій лекції ми послідовно звернемося до кожного з напрямів.

Перший напрям пов'язаний не тільки з діловими стосунками та підприємницькою діяльністю, а взагалі із господарським життям. Необхідно зазначити, що *перші моральні правила, які регламентували господарські відносини, були сформульовані ще у Біблії – у Старозавітному законодавстві*. Вони відносились до морального регулювання трудових відносин (оплати праці, ритму праці), відносин з приводу охорони права власності (покарання за пошкодження або крадіжку власності), забороняли будь-які нечесні дії при торгівлі товарами, євреям заборонялось давати позику і при цьому накладати відсоток на суму, що віддається у борг, також обов'язковими були справи милосердя та милостині. Приклади відповідних заповідей ми навели у додатку 1.

І взагалі в усіх основних світових релігіях ми можемо знайти моральні правила, які були спрямовані на регулювання господарського життя, і, як наслідок, – підприємницького життя (це ставлення до багатства та бідності, позикового відсотка та лихварства, ставлення до праці та регулювання трудових відносин, ставлення до власності, ставлення до милостині та благодійності), ми не будемо детально зосереджуватись на тій різниці, яка існує у моральних нормах господарських відносин, зазначимо лише те, що в усіх релігіях засуджується крадіжка та охороняється право власності, засуджуються нечесні шляхи придбання власності та багатства, нечесна торгівля і будь-який обман, несплата працівнику його заробітку (несвоєчасна оплата або недостатня оплата праці), у багатьох релігіях засуджується лихварство.

У науковій думці вперше вплив релігії на господарське життя довів німецький соціолог, філософ та історик **М. Вебер**. А далі, використовуючи методичний підхід Вебера, такі

дослідження продовжив відомий російський філософ, богослов та економіст *С.М. Булгаков*. І зараз такий напрям дослідження економічних систем з урахуванням релігії та культури відповідної цивілізації є досить популярним та актуальним як серед зарубіжних, так і серед українських та російських фахівців.

Що ж стосується ділового життя, в сучасних ділових відносинах звичайною практикою для багатьох компаній, які прагнуть до конкурентоспроможності та завоювання позитивної репутації у своїх клієнтів, стало розроблення етичних кодексів (до цього питання ми ще повернемося у відповідній темі). При цьому ці кодекси можуть базуватись як на світській моралі, загальних етичних принципах господарювання, які засновані на загальнолюдських цінностях (наприклад, вони відображені у принципах *Глобального договору ООН*), так і на відповідних релігійних засадах.

У додатку 2 ми, зокрема, навели приклади *ділового морального кодексу за іудейським правом*, у додатку 3 – основні положення *ділової етики американського фінансового будинку «LARIBA»*.

Як зазначають *Марк Шварц та Мейр Тамарі*, які розробили перший із зазначених кодексів, хоча єврейська етика передусім підходить для осіб іудейського віросповідання, вона може бути цікавою та корисною і для інших (особливо, коли мова йде про ділові стосунки між особами різного віросповідання або про стосунки між цілими компаніями, які використовують у своїй діяльності певні релігійні норми). Цей кодекс, за зауваженням авторів, є спробою синтезу двох способів мислення : сучасної світської концепції та іудейської моралі.

*Ділова етика американського фінансового будинку «LARIBA»* розроблена на основі принципів *шаріату* з урахуванням законів та інструкцій уряду США. Місія цієї компанії полягає у тому, щоб докласти зусиль для забезпечення безвідсоткового фінансування за допомогою пропонування альтернативних кредитних інструментів варіантів фінансування. Але існують не тільки окремі для різних релігій кодекси ділової етики.

Глобалізація бізнесу має тенденцію розширення. Наприклад, швидко збільшується обсяг світової торгівлі, зростає кількість

транснаціональних корпорацій, в яких задіяний міжнародний персонал. Інтеграція економік показує тісний взаємозв'язок і взаємозалежність країн.

У той же час розширення міжнародного економічного співробітництва виявило серйозні розбіжності в методах ведення ділової практики представниками різних культур. Щоб вирішити ці проблеми, в 1984 р. при патронажі принца Пилипа, герцога Единбурзького, і наслідного принца Йорданії Хасана бін Талала було проведено консультації з питання про порівняльний аналіз етичних цінностей різних віросповідань. Послідовники трьох монотеїстичних релігій: *християнства, ісламу і іудаїзму* – взяли в них участь під егідою таких організацій, як St. George's House Windsor and Al Albait Foundation and Arab Thought Forum in Amman. Богослови і бізнесмени, академіки і державні діячі були зацікавлені в пошуку відповідей на ключові питання.

Робоча група, створена з представників трьох монотеїстичних конфесій, намагалася скласти основні принципи міжнародної ділової поведінки. Мета діалогу полягала в тому, щоб *розробити загальну етичну основу для ведення спільного міжнародного бізнесу*, що включає принципи ділової практики, які допоможуть бізнесменам, інвесторам, банкірам зрозуміти їх роль і функції, вирішити задачі, які виникають в ході щоденного ведення справ.

Учасники погодилися, що разом із зростанням матеріального благополуччя індустріально розвинутих країн там виникають негативні тенденції, які негативно впливають на мораль суспільства, такі, як егоїзм і непорядність. В результаті такого процесу етичні стандарти, прийняті в суспільстві, трансформуються і замінюються іншою мораллю.

Як з'ясувалося, в сучасному мусульманському і іудейському суспільствах вплив релігії на моральність людини і суспільства є достатньо високим, тоді як в християнських суспільствах морально-етичні норми більше визначаються культурою і традицією різних народів і тим середовищем, в якому вони живуть.

Діалог між представниками різних конфесій тривав з перервами протягом декількох років, починаючи з 1988 по жовтень 1993 рр. Підсумком міжконфесійного діалогу стала



Декларація (див. додаток 4), складена групою видатних вчених-богословів і ділових людей. Вони прийшли до висновку, що в основу Декларації, або «*Кодексу міжнародної ділової етики*», повинні бути закладені принципи справедливості, взаємної пошани, відповідальності і чесності.

Декларація показує, що люди різних культур або віросповідань частіше мають більше схожості, ніж відмінностей. Як зазначають розробники декларації, можливо, що це дослідження допоможе вирішити проблеми, які виникають у сфері міжнародного економічного співробітництва, стане корисним у встановленні стабільних міжнародних відносин. Хоча ці норми не охоплюють всіх аспектів ділової поведінки, вони включають основні правила ведення ділової практики згідно з вимогами божественних законів.

Іншим прикладом розроблення спільного для різних релігій аврааміїстичної традиції етичного кодексу господарських відносин є «*Моральні принципи і правила господарювання*», прийняті на *Всесвітньому Руському Народному Соборі* у 2004 р. (додаток 5). Їх розроблення відбувалось упродовж двох років із залученням богословів, підприємців, державних діячів, фахівців з економіки та підприємництва. Ці правила мають рекомендований характер та пропонуються для добровільного ухвалення керівникам підприємств і комерційних структур, підприємцям і їх співтовариствам, працівникам, профспілкам і всім іншим учасникам економічних процесів, у тому числі державним органам і суспільним об'єднанням, залученим в господарювання.

*Сформульовані етичні принципи і правила господарювання ґрунтуються на десяти заповідях, даних Богом, а також на досвіді їх засвоєння християнством і іншими релігіями, які традиційно сповідали в Росії (мусульманство, іудаїзм).* Втім, як зазначають розробники, ці принципи і правила не слід сприймати як буквально тлумачення біблійного тексту. Швидше йдеться про положення, що витікають з Божих заповідей в їх широкому розумінні, а також з багатовікової релігійно-етичної спадщини, яка в тому числі була сформована в російській господарській культурі.

Також слід зазначити, що цей документ описує ідеальну модель господарювання, яка не існує зараз, але до втілення якої

можливо і необхідно прагнути в повсякденності. «Можливо, реальність ще довго не відповідатиме даному документу. Але не можна наперед говорити, що визначені принципи є недосяжними, бо в прагненні до чистої совісті і гідного життя людина за допомогою Бога може пройти скільки завгодно важкими шляхами, навіть якщо справа стосується такої непростой сфери людського буття, як економіка».

Необхідно зазначити ще раз, що в усіх розвинутих культурах сформувались чіткі моральні принципи господарської, у т.ч. підприємницької діяльності. Як ще один приклад, який ми пропонуємо розглянути самостійно, можливо навести *моральні принципи підприємництва, що мають коріння у традиційній китайській культурі* (див. додаток б).

Далі (у відповідних лекціях), оскільки для України культуруотворюючою релігією є православ'я, ми більш ґрунтовно будемо розглядати етичний кодекс православного підприємця.

Але етичні відносини у господарській (підприємницькій) діяльності можуть бути засновані не тільки на релігійній моралі, а й на інших моральних позиціях. Найбільш відомими з них є етика утилітаризму, деонтична етика та етика справедливості (ми вже звертались до цих напрямів етики у першій лекції, зараз повернемося до більш детального їх вивчення).

## 4.2. Теорія утилітаризму

Засновником теорії традиційного утилітаризму вважають **Ієремію Бентама** (1748-1832). У своїх працях Бентам розробляв методикою пошуку об'єктивних критеріїв вимірювання цінностей, яка повинна була забезпечити можливість простого і задовільного, з економічної точки зору, визначення адекватності соціальної політики і суспільного законодавства. На його думку, найефективнішими критеріями могли служити ступінь відповідності способу дії та існуючих законів і ступінь корисності і шкідливості діяльності.

Будь-яка дія є правомірною з етичної точки зору в тому, і лише в тому випадку, якщо сумарний корисний ефект цієї дії

перевищує сумарний корисний ефект будь-якої іншої дії, яку можливо було б здійснити замість першої.

Таким чином, принцип утилітаризму припускає наявність можливості кількісного вимірювання благ, які ми можемо отримувати як наслідок певних дій, можливість їх підсумовування, а також обчислення різниці між кількістю благ і кількістю негативних результатів, а значить – і можливість визначити, яка з дій дасть максимальний чистий прибуток або мінімальні абсолютні витрати. Отже, як здається спершу, на базі даного принципу можна здійснити кількісне вимірювання всіх видів прибутку і витрат.

*Наприклад, рівень ступеня задоволеності робітників станом середовища, в якому реалізується трудовий процес, може бути оцінений величиною, рівною 500 (позитивних) одиниць корисності, а відповідний негативний ефект (рахунок з банку за оплату екологічних послуг, який надійшов в наступному місяці) складе 700 (негативних) одиниць. Таким чином, загальний підсумок описаної акції, направленої на поліпшення стану середовища, в якому працюють робітники, складе 200 (негативних) одиниць корисності.*

Якщо робити висновок щодо необхідності заходів, спрямованих на збереження довкілля, виходячи з теорії утилітаризму (базуючись на цьому прикладі) вони будуть не вигідними. Але з точки зору релігійної моралі або навіть з позиції теорії соціальної відповідальності таке рішення буде незадовільним.

Теорія утилітаризму має свої переваги та недоліки (на нашу думку, недоліків більше). Її положення узгоджуються з критеріями, які використовуються для раціональної або інтуїтивної оцінки моральності поведінки. Так, у разі, коли людина намагається пояснити, чому вона зобов'язана вчинити ту або іншу дію, вона часто керується міркуваннями про користь або шкоду, яку її дії можуть завдати іншим людям. Моральне судження вимагає урахування інтересів всього оточення нарівні з власними інтересами.

Використовуючи принципи утилітаризму, можна пояснити, чому деякі види діянь вважаються аморальними (брехня, подружнє зрада, вбивство), а інші, навпаки, морально

виправданими (правдиві вислови, вірність, дотримання зобов'язань). Прихильник теорії утилітаризму може довести, що брехати недобре, тому що брехня приведе до спаду суспільного добробуту. Коли люди брешуть один одному, вони у меншій мірі здатні довіряти і співробітничати. А чим менше інтенсивність довір'я і співпраці, тим нижче загальний добробут.

Проте прихильники теорії утилітаризму заперечують той факт, що дія може виявитися некоректною. Так, вони не погодилися б з тим, що нечесність або крадіжка завжди безумовно погані. Якщо в певній ситуації нечесна дія приведе до більш сприятливих наслідків, ніж яка-небудь інша альтернативна дія, тоді, згідно з теорією традиційного утилітаризму, нечесний вчинок буде морально виправданий.

Ідеї утилітаризму достатньо сильно вплинули на розвиток економічних наук. Багато економістів ще в ХІХ ст. категорично стверджували, що в основі механізмів господарської діяльності лежить природне прагнення людини до максимального збільшення свого добробуту, а корисність вироблюваних товарів вимірюється тією ціною, яку люди бажають сплатити за них. Приймаючи ці й інші спрощення, економісти отримали можливість з'ясувати відому всім залежність між попитом і пропонуванням, визначивши таким чином характер зв'язку між попитом і пропонуванням, між продавцем і покупцем, а також пояснили причини рівноваги цін в умовах вільного конкурентного ринку. Більш того, економісти зуміли також довести, що розвиток системи вільних ринків на основі конкуренції приведе до такого способу експлуатації ресурсів і затвердить такий механізм варіювання цін, що у споживача з'явиться можливість довести свою суспільну корисність до максимуму, причому це відбудеться за рахунок підвищення купівельної спроможності. Таким чином, знаходячись на позиціях теорії утилітаризму, економісти приходять до висновку про безальтернативність системи вільного ринку.

Як вже було зазначено вище, теорія утилітаризму лежить в основі методу аналізу витрат і прибутку. Цю методику, зокрема, використовують для визначення ефективності інвестицій шляхом оцінки різниці величин нинішнього і майбутнього прибутку і величин нинішніх і майбутніх витрат.

У рамках даного підходу використання концепції утилітаризму для визначення суспільної корисності, таким чином, зводиться до розрахунку співвідношення між грошовими еквівалентами прибутку і витрат.

Крім того, положення теорії утилітаризму добре узгоджуються з уявленнями про категорію ефективності (як вона розуміється зазвичай в західній економічній теорії), і хоча вони мають різний сенс, проте їх часто використовують для опису можливості виробляти максимум продуктів при відомій кількості ресурсів. Інакше кажучи, ефективною прийнято вважати таку операцію, реалізація якої дозволяє забезпечити необхідний вихід продукції при мінімумі витрат ресурсів. Саме так прийнято розуміти ефективність з позицій утилітаризму, оскільки в рамках цієї теорії правомірним вважається такий спосіб дій, який дає можливість проводити максимум прибутку при мінімумі витрат. У поданому вище визначенні ефективності достатньо слова "необхідний вихід продукції" і "витрати ресурсів" замінити словами "прибуток" і "витрати" і ми отримаємо *основну формулу утилітаризму*; таким чином, згідно з теорією утилітаризму, *коректний спосіб дій завжди одночасно є найефективнішим*.

### 4.3. Розвиток ідей утилітаризму

Проте практичне застосування положень теорії утилітаризму пов'язано з цілим рядом проблем, основна з яких полягає в необхідності кількісного визначення суспільної корисності. Як зміряти корисний ефект різних дій по відношенню до різних людей і зіставити отримані результати, спираючись на міркування утилітаризму?

Оскільки провести порівняльний кількісний аналіз цінності окремих речей для окремих осіб неможливо, неможливо і визначити, чи можна добитися максимального зростання корисності шляхом виконання будь-якої дії для них. А оскільки не можна з'ясувати, яка дія в даному випадку дасть максимальний корисний ефект, не можна застосувати і принцип утилітаризму.

Другий аспект проблеми полягає в тому, що в деяких випадках прибуток і витрати вимірюванню не піддаються. Як, наприклад, зміряти цінність здоров'я і самого життя? Як

підрахувати вартість додаткових літ життя, отриманих в результаті здійснення якого-небудь заходу, і як зіставити вартість життя з вартістю робіт, пов'язаних з їх реалізацією?

Третій аспект проблеми пов'язаний з тією обставиною, що у багатьох випадках відсутня можливість прогнозування розмірів прибутку і витрат. Так, добре відомо, що неможливо визначити прибутковість або збитковість фундаментальних наукових досліджень. Яка істинна цінність цієї інформації? Як зміряти цю цінність і зіставити її з цінністю таких справ, як зведення додаткового корпусу в місцевій лікарні або будинку для бідних?

На думку критиків утилітаризму, саме проблеми вимірювання зводять нанівець будь-які спроби прихильників цієї теорії додати їй об'єктивного характеру. Але, на глибоке переконання утилітаристів, у реальному житті багато рішень можуть бути прийняті суто на кількісній базі.

Так, найгнучкіший спосіб кількісного вимірювання прибутку і витрат, супутніх ухваленню рішення, базується на використуванні грошового еквівалента. Це означає, що цінність, яку даний об'єкт має для даної особи, можна визначити за тією ціною, яку дана особа готова сплатити за вказану річ. Якщо за яку-небудь річ платять удвічі більше, ніж за іншу, то це означає, що перша річ удвічі цінніше для покупця, ніж друга. Щоб визначити, яку цінність мають ті або інші об'єкти для групи людей, слід тільки взяти середнє значення ціни цих об'єктів за умови, що ці речі доступні на ринку для будь-якого покупця. Тобто ринкова ціна може служити загальним кількісним показником обсягу прибутку і витрат, пов'язаних з ухваленням рішення.

Використування грошового еквівалента дає одну важливу перевагу, а саме: дозволяє врахувати вплив таких факторів, як час і невизначеність (поточне значення цінності може визначатися шляхом введення поправки, що враховує рівень попиту зараз, або шляхом обчислення обсягу грошового еквівалента прибутку (витрат) з урахуванням коефіцієнта вірогідності).

Згідно з утилітаристами, можливо оцінити і життєві блага, які насправді не підлягають кількісній оцінці (життя, здоров'я і т. п.). Вони вважають, що в ситуації, коли ми встановлюємо граничну ціну на деякі об'єкти, які можуть зменшувати ризик

шкоди нашому здоров'ю або життю, ми тим самим встановлюємо ціну нашого життя.

*Приклад. Припустимо, що хтось хоче сплатити 5 дол. за предмет, що є засобом забезпечення безпеки і дозволяє понизити вірогідність загибелі від автодорожньої травми з 0,00005 до 0,00004, і вважає цю ціну граничною. Тоді виходить, що даний покупець фактично оцінює 0,00001 вірогідності свого існування в 5 дол., а життя в цілому – в 500 тис. дол.*

У тому випадку, коли прибуток і витрати не можна зіставити на базі ринкових цін, залишається можливість застосування інших кількісних показників: результатів соціологічних опитів, підсумків політичних виборів, оцінок експертів, на підставі яких можна розрахувати обсяги витрат і прибутку у кожному конкретному випадку.

Як вважають деякі критики теорії утилітаризму, один з основних недоліків цього вчення полягає в його несумісності з двома моральними категоріями: правом і справедливістю. Це означає, що в окремих випадках певні дії з погляду утилітаризму є морально виправданими, хоча насправді вони несправедливі, і результатом їх стає порушення прав людини. Ось деякі приклади критиків утилітаризму.

*Приклад. Припустимо, ваш дядько хворий на невиліковну і болісну недугу і в результаті є нещасливим; вмирати, проте, він не збирається. Незважаючи на важке становище, на те, що він знаходиться в лікарні і протягом року повинен піти до світу іншого, він продовжує керувати очолюваним ним хімічним заводом. Будучи нещасним, він навмисно робить нещасними і своїх службовців, затримуючи процес установалення пристроїв, що забезпечують безпечну роботу на підприємстві, хоча чудово знає, що через це наступного року напевно загине принаймні один робітник. Ви, його єдиний родич, знаєте, що після смерті не тільки успадкуватимете справу і станете дуже багатим, але і зможете перешкодити подальшій загибелі службовців, встановивши системи забезпечення безпеки. Ви холоднокровно і обачливо оцінюєте ситуацію і приходите до висновку, що можна таємно і безкарно убити дядька, досягнувши свого щастя без збитку для себе. З погляду теорії утилітаризму, така дія з'явилася б правомірною, якби не привела до завдання кому-небудь збитку.*

*Убивши дядька, ви здійснюєте обмін: його життя на життя робітників, причому досягаєте свого щастя, одночасно позбавивши дядька від нещастя і болю; такий результат, з позиції утилітаризму, поза сумнівом, є корисним. В той же час, згідно з критиками утилітаризму, вбивство дядька є грубим порушенням його права на існування.*

*Таким чином, слідуючи положенням теорії утилітаризму, доводиться зробити висновок, що вбивство, яке є явним порушенням прав людини (не кажучи вже про норми релігійної моралі), а саме найістотнішого права — права на існування, морально виправдано.*

*Приклад. Припустимо, що невелика група робітників-мігрантів, що одержують мізерну заробітну плату, достатню тільки для існування, виконує вельми важку роботу, яку більше ніхто не бажає виконувати, але яка приносить задоволення величезному числу членів суспільства, оскільки останні в результаті одержують, наприклад, дешеві свіжі овочі, а заощаджені кошти можуть використати на задоволення інших бажань. Припустимо, що чистий прибуток в цій ситуації виявляється більше, ніж страждання цих людей, які належать до маленької групи сільськогосподарських робітників, і більше, ніж був би чистий прибуток у випадку, якби тяготи роботи на фермі розподілялися порівну між всіма. Тоді, згідно з теорією утилітаризму, збереження сільськогосподарськими робітниками статусу жебраків можна вважати справедливим з моральної точки зору.*

*З точки ж зору критиків теорії утилітаризму, соціальна система, яка передбачає нерівномірність розподілу тягот буття, безперечно аморальна і суперечить законам справедливості. Великий обсяг прибутку, який така система приносить більшості членів суспільства, зовсім не виправдовує того тягара, який звалюється на плечі представників маленької групи населення.*

*Теорія утилітаризму враховує лише корисність ефекту відносно суспільства в цілому (що взагалі є досить абстрактним та сумнівним), але не пов'язує цей результат з результатом розподілу отриманих благ між окремими індивідуумами.*



І взагалі питання про вартість нематеріальних, особливо духовних цінностей (любові, милосердя і т.п.), пов'язаних з життям людини, є некоректним у своїй основі.

Щоб дати відповідь на зауваження критиків утилітаризму, прихильники традиційного утилітаризму розробили переконливу і обґрунтовану, на їх погляд, теорію, що отримала назву "*норм-утилітаризм*". Основна *стратегічна установка норм-утилітаризму* зводиться до вимоги обмеження сфери дій законів утилітаризму деякими нормами моралі.

Положення теорії *норм-утилітаризму* можна звести до таких двох принципів:

1. Будь-яка акція правомірна з етичної точки зору в тому, і лише у тому випадку, коли необхідність її реалізації продиктована коректними нормами моралі.

2. Норма моралі коректна в тому, і лише у тому випадку, коли для всіх, хто повинен слідувати їй, сумарний прибуток виявляється вище, ніж сумарний прибуток в результаті слідування альтернативній нормі.

Таким чином, згідно з теорією норм-утилітаризму, той факт, що деяка акція в окремому випадку може привести до отримання максимального прибутку, зовсім не означає, що дана акція коректна з етичної точки зору.

Так, в наведеному прикладі про хворого дядечка і племінника (потенційного вбивцю) йдеться про ситуацію, в якій можлива насильницька смерть хворої людини. Норм-утилітарист може сказати, що в даному випадку цілком ясно, що слідування правилу моралі, яке забороняє незаконну дію, а саме вбивство, принесе суспільству більше прибутку, ніж слідування будь-яким іншим нормам моралі. Отже, таке правило в конкретному випадку є коректним. І було б неправильним, якби племінник-спадкоємець убив свого дядька, бо тим самим він порушив би коректну норму моралі, хоча в даному випадку вбивство могло б привести до отримання максимального прибутку.

Норм-утилітарист скаже також, що аналогічне значення має і приклад про робітників ферми, які отримують жебрацьку заробітну плату. Цілком очевидно, що закони, які заперечують експлуатацію людей (у т. ч. шляхом встановлення недостатньої заробітної плати), в перспективі можуть принести більш високий

прибуток, ніж закони, що допускають можливість такої експлуатації. Отже, відповідне правило є в моральному відношенні коректним і його слід використовувати, намагаючись відповісти на питання про допустимість "рабства", а саму практику "жебрацької заробітної плати" слід відкинути як неправильну з етичної точки зору, навіть якщо вона може принести в окремому випадку максимальний прибуток.

У той же час, на думку критиків утилітаризму, норм-утилітаризм – це просто прихована форма традиційного утилітаризму. Закони (правила), які припускають деякі позитивні відхилення, у результаті дозволяють отримати більше прибутку, ніж закони без таких виключень. Але, стверджують критики, якщо правило має виключення, це може привести до тієї ж несправедливості та порушень прав людини, які виявляються допустимими в рамках теорії традиційного утилітаризму.

#### 4.4. Деонтична етика

Другий підхід до моральних проблем бізнесу зв'язаний з використанням деонтичної етики, заснованої на моральному праві. Найважливішими серед різного роду прав є так звані моральні права (або права людини). Це права, які мають всі люди тільки тому, що вони є людьми.

*Моральні права* мають три особливості.

1. Вони тісно пов'язані з обов'язками.
2. Моральні права забезпечують можливість індивідуального автономного і рівноправного вибору мети.
3. Моральні права утворюють базу для виправдання способу дій одних осіб та для захисту і допомоги іншим особам.

Вказані три характеристики, властиві моральним правам, дають можливість використовувати останні для суджень, істотно відмінних від тих, які засновані на стандартних нормах утилітаризму.

*Можна виділити дві головні відмінності між утилітаристським підходом і підходом з позиції моральних прав.*

1. Моральні права є віддзеркаленням вимог моралі, що ставляться до окремого індивіда, тоді як моральні норми утилітаризму за своєю суттю колективні.

2. Права утворюють базу нормативів, використовуючи які, можна відкинути будь-які спроби апелювати до таких критеріїв, як суспільна корисність і кількісні чинники.

Права є досконалішим інструментом, ніж стандартні норми утилітаризму, але вони містять елементи останнього; наприклад, під час війни обмежуються деякі моральні права з метою захисту інтересів суспільства.

Багато дослідників вважають, що *етична теорія І. Канта* (його категоричний імператив) є поясненням наявності у людини моральних прав. За теорією Канта, етичне правило, яке можливо застосувати (відноситься) для одного, повинно застосовуватися (відноситись) для всіх. Не існує якоїсь особливої етики, яка служила б одній людині або окремій групі людей на шкоду всім іншим.

Звідси витікають дві особливості теорії Канта. По-перше, він будує свою етичну теорію на фундаменті людської раціональності (на тому, що він називає практичним розумом). По-друге, підхід Канта примушує нас думати про моральні правила з погляду впливу індивідуальної дії на ціле явище.

*У сучасному формулюванні деонтичний підхід до оцінки етичності вчинку звучить так: дія є морально виправданою для даної особи в тому, і лише в тому випадку, якщо причина, з якої виконується ця дія, така, що вказана особа бажала б, щоб всі інші особи в даній ситуації діяли б так само.*

У такому формулюванні поєднується два критерії коректності – в моральному плані – будь-якого способу дії:

- універсальність ("А що, коли б усі робили так само?");
- оборотність ("А що, коли б я був на його місці?", "А що, коли б з тобою вчинили так само?").

На відміну від утилітаризму *кантіанський підхід* зосереджений на внутрішніх мотивах, а не на наслідках дій. Відповідно до цього, брехати не можна тому, що якщо ця дія стане загальною, то зв'язки між людьми спотворяться, люди втратять довіру один до одного і суспільство розпадеться.

З погляду етики бізнесу найперспективнішим є таке *формулювання категоричного імперативу: "Роби так, щоб людство, як у своїй особі, так і в особі всякого іншого, розглядалося, як мета, і ніколи, як один тільки засіб"*. На жаль, у

бізнесі особливо частим явищем є використання інших людей, як засобів для досягнення особистої мети.

Незважаючи на деякі труднощі застосування кантіанського підходу до конкретних ситуацій ділового життя, значення етичної теорії Канта для етики важко переоцінити. Кант зв'язав процес прийняття етичного рішення з універсалізацією правила, будуючи етику на загальній для всіх людей раціональності.

#### 4.5. Етика справедливості

Третій підхід до проблем ділового життя пов'язаний з використанням в аналізі бізнесу категорії справедливості. На відміну від етики утилітаризму і деонтичної етики сфера застосування етики справедливості істотно звужена. Остання включає в основному проблеми, пов'язані з відносинами бізнесу і суспільства в цілому, і не торкається, наприклад, проблем відносин між корпораціями.

Етика справедливості виходить з положення, що люди за своєю природою є суспільними істотами, які повинні жити в суспільстві і створювати соціальні структури для підтримки його функціонування. Основні цінності для її представників – людська рівність і справедливість як її вираження. Внаслідок цього моральним обов'язком, як він розуміється в етиці справедливості, є підкорення закону, який повинен бути однаковий для всіх, ухвалення справедливих законів, відсутність дискримінації і привілеїв.

Складність, проте, полягає в тому, що існує декілька відмінних один від одного уявлень про справедливість. Розглянемо найпоширеніші з них.

I. *Егалітаризм*. Згідно з теорією егалітаризму (від фр. *egalite* – рівність), між людьми немає ніяких відмінностей, які могли б виправдати можливість нерівного до них ставлення. Отже, вважають вони, розподіл благ повинен проводитися рівномірно.

II. *"Капіталістична справедливість"* – розподіл благ повинен здійснюватися з урахуванням індивідуального внеску в загальну справу групи (фірми, суспільства, людства).

III. *"Комуністична справедливість"* – трудові обов'язки повинні розподілятися відповідно до здібностей, а блага – відповідно до потреб.

IV. *Концепція Д. Ролза*, заснована на таких принципах:

1) кожна людина має рівне право на найширші свободи, сумісні з аналогічними свободами інших людей;

2) нерівність за соціально-економічними параметрами повинна бути такою, щоб:

а) забезпечити максимум прибутку для якнайменше привілейованих осіб;

б) установи і посадовці, що є носіями влади, були б доступними в рівній мірі для кожного.

*Принцип 1* отримав назву *"принцип рівної свободи"*. Сутність його полягає у вимозі необхідності захисту прав громадян від порушень з боку інших осіб і у вимозі рівності цих прав. Якщо вважати, що принцип рівної свободи правильний, то втручання комерційних корпорацій у приватні справи співробітників, тиск, що здійснюється менеджерами на хід виборів, спроби регулювати політичні процеси шляхом дачі хабарів або інші акти, направлені на порушення принципу рівності, слід розглядати як некоректні дії.

*У принципі 2 міститься положення щодо "відмінності" (нерівності)*. Згідно з цим положенням, в розвинутому суспільстві повинні існувати елементи нерівності, проте повинні робитися дії, направлені на виправлення, поліпшення майнового становища тих, хто найбільше цього потребує; інтенсивність цих дій повинна бути такою, щоб не погіршити ситуацію.

У цілому можна відзначити, що моральні проблеми ділового життя настільки складні і багатоманітні, що вирішити їх виходячи з позицій тільки одного напрямку вельми складно. В різних ситуаціях і по відношенню до різних суб'єктів бізнесмен може спиратися на різні етичні принципи і цінності.

Подібна ситуація обумовлена, на думку вчених, не тільки складністю моральних проблем бізнесу, але і особливостями сучасної культури. На відміну від традиційної культури, коли в суспільстві панувала одна етична система, наприклад, етика чесноти в античності або релігійна етика (за часів середньовіччя в Європі та з X до початку XX ст. в Росії та Україні), етика утилітаризму в Новий час, в сучасному суспільстві рівноправно

співіснують різні етичні системи, що припускає різну етичну оцінку одних і тих самих явищ у сфері бізнесу. Особливу актуальність дане положення має в сучасній Україні з її різними етичними системами (православ'я, греко-католики, іслам, атеїзм), що традиційно склалися в країні, і досить зниженим загальним моральним рівнем суспільної свідомості.

### **Питання для самоконтролю**

1. Назвіть основні концепції, які існують в етиці бізнесу.
2. Охарактеризуйте моральні правила ведення господарства у Старозавітному законодавстві (див. додаток 1).
3. Проаналізуйте сучасні етичні кодекси, засновані на релігійній моралі (див. додатки 2-4).
4. Охарактеризуйте теорію утилітаризму. У чому полягають її переваги та недоліки? До чого може призвести використання утилітарної моралі в економіці?
5. Розкрийте особливості деонтичної етики, її переваги та недоліки, можливість застосування в сучасній економіці.
6. Охарактеризуйте особливості етики справедливості, її переваги та недоліки. Чому етика справедливості часто не працює у реальному житті?

### **Питання для обговорення**

1. Наведіть приклади регулювання ставлення до праці, оплати праці за Старозавітним законодавством. У чому полягала їх ефективність? Чи актуальні вони сьогодні? Чому?
2. Наведіть приклади ставлення до власності, у тому числі порушення прав власності, за Старозавітним законодавством. У чому полягала їх ефективність? Чи актуальні вони сьогодні? Чому?
3. Наведіть приклади регулювання ставлення до позик під відсоток за Старозавітним законодавством. У чому полягала їх ефективність? Чи актуальні вони сьогодні? Чому?
4. Чому необхідно було встановлювати моральне правило прояву милостині в господарських стосунках за Старозавітним законодавством, в чому вона повинна була проявлятися, її значущість.

5. У чому полягала обмеженість Старозавітних моральних норм регулювання економічних відносин?

6. Проаналізуйте кодекс міжнародної ділової етики для християн, мусульман та іудеїв. На яких етичних принципах він ґрунтується?

7. Охарактеризуйте зміст основних моральних принципів та правил господарювання, які були прийняті на Всесвітньому Руському Народному Соборі, і поясніть їх значення для розвитку економіки та підприємництва в Україні (див. додаток 5).

8. Наведіть приклад етичного кодексу (кодексу) ділової етики сучасної компанії (спільнот підприємців), який заснований на нормах релігійної етики. Охарактеризуйте його.

9. Подумайте про поточні моральні проблеми, з якими Ви стикаєтеся на роботі. З яких позицій Ви їх вирішуєте? Чи ближче Ваші оцінки етичності вчинку до утилітаризму, деонтичної етики або етики справедливості?

10. Яка з концепцій справедливості Вам ближче? Чому?

### **Теми рефератів**

1. Основні концепції етики бізнесу.
2. Теорія утилітаризму І. Бентама.
3. Основні положення норм-утилітаризму.
4. Моральні, правові і соціально-економічні аспекти проблеми справедливості.
5. Деонтичний підхід до оцінки етичності вчинків.
6. Етична теорія І. Канта.
7. Етика господарювання С.М. Булгакова.

Література [9, 32, 53, 58, 63, 68, 85].

## **5. ОРГАНІЗАЦІЯ І МОРАЛЬНІ СТАНДАРТИ**

### **5.1. Проблематика дотримання норм моралі у господарській (підприємницькій) діяльності**

Як відзначають американські фахівці в галузі етики бізнесу *Дж. Сидерблом* і *Ч. Дж. Дохерті*, в процесі нашої службової

діяльності ми часто вимушені робити такі речі, які б ніколи не робили у звичайних, побутових умовах. Наприклад, більшість з нас ніколи б навіть не подумали красти матеріали для писання з чийогось будинку. Хоча деякі люди можуть опуститися до такого, але вони ретельним чином намагатимуться приховати свої дії і дуже засмутяться, якщо будуть спійманими за таким заняттям. Проте ми часто виносимо різні матеріали з нашого робочого місця і використовуємо їх для особистих потреб або віддаємо їх членам своєї сім'ї або друзям [58].

Деякі неправильні вчинки, які роблять люди, є впливом роботи в конкурентному діловому середовищі. Часто робота в організації може примусити нас поводитися таким чином, що у звичайних умовах ми визнали б за неправильну поведінку. Наприклад, критика результатів чужої праці приводить до численних образ, яких ми у звичайних умовах прагнемо уникати. На роботі це, проте, може входити в службові обов'язки – критикувати, розбирати недоліки.

Часто симбіоз організаційних і конкурентних чинників призводить до того, що поведінка людини може бути названа сумнівною з моральної точки зору.

Ми ніби-то вимушені приховувати деякі факти, викручуватися, шукати переваги, заподіювати шкоду або ігнорувати шкоду, заподіювану іншим, або ж мовчати, коли бачимо різні несправедливі дії відносно інших людей.

Багато відомих дослідників у галузі етики бізнесу наперед припускають, що в службових ситуаціях грубо порушуються наші звичайні, загальноприйняті норми і правила поведінки. Проаналізуємо разом з Дж. Сидербломом і Ч. Дж. Дохерті етику організації на мікрорівні.

Приклад з крадіжкою матеріалів для писання може здатися тривіальним, оскільки цінність того, що викрадається, несумірно менше, ніж бюджети більшості організацій. Проте це ж міркування може бути використано для виправдання інших розкрадань – от чому будь-які дії такого роду ми вважатимемо ганебними. Разом з тим розтягування дешевих речей з робочих місць є способом поведінки, який може зв'язувати воєдино всіх



працівників на ґрунті використання власності і фондів організації в їх особистих цілях.

В організації, в якій дрібні розкрадання є звичайною справою, стає важко провести межу між нормальною поведінкою співробітників і такими сумнівними вчинками, як, наприклад, особисті переговори по телефону, призначеному для ділових контактів, приватні поїздки працівників за рахунок бюджету організації і т.д. Саме тому, що дрібні крадіжки здаються всім такими тривіальними, украй незручним здається всім і боротися з ними. Але як тільки такий порядок виявляється загальноприйнятим, тоді більш важкою виявляється і боротьба з провинною, яка за ступенем завдання шкоди виявляється вже набагато більш тяжкою. З часом працівники опиняються в такому становищі, що вже не можуть протистояти крупній розтраті фондів, які могли б бути використані для зростання прибутку акціонерів або ж повернені людям, на чиї гроші функціонує організація. Звичка красти у невеликих розмірах веде до формування лояльності по відношенню і до більш значних розтрат.

Приховування істини є ще одним прикладом поведінки, яку ми звичайно називаємо неправильною, але тільки не на робочому місці.

Ведення бізнесу в основному означає купівлю і продаж товару з односторонньою вигодою. Коли з'являється можливість дати помилкову інформацію про об'єкт продажу, продавець не обов'язково скористається цією можливістю, побоюючись санкцій, закладених в законодавстві.

Проте приховання всієї правди, особливо тієї інформації про товар, що продається, яка може примусити покупця шукати такий же товар у іншому місці, просто не враховується в такій «грі» як торгівля. З вищесказаного виходить, що робота людини створює ситуації з незвичайними правилами поведінки, які істотно відрізняються від правил, які діють при будь-яких інших контактах людини в суспільстві.

Особливість бізнесу часто полягає в байдужості до завдання шкоди іншим людям, що є нетиповим у звичайних умовах.

Продукція, яка виробляється та продається підприємцями в умовах ринкової економіки, часто виявляється просто

небезпечною для життя і здоров'я людей. Виробники і продавці зовсім не прагнуть попереджати потенційних покупців про небезпеку, яка загрожує, якщо їх до цього не примушує закон. Реклама часто використовується для навіювання людям відчуття безпеки при використуванні небезпечної продукції, наприклад, коли квітуча молода людина, що знімає кросівки для уранішніх пробіжок, зображається такою, що безтурботно викурює сигарету.

Байдужість до завдання шкоди іншим людям часто виявляється і при поводженні із співробітниками організації. По відношенню до людини, яку звільняють з роботи, знижують на посаді або якій знижують заробітну плату, співчуття з боку виконавчої особи є просто недозволеною розкішшю. В деяких випадках такі дії виконуються з відчуттям незаперечної упевненості у правоті своїх дій, без надання будь-яких пояснень, з усвідомленням того, що одного авторитету начальника достатньо для згоди підлеглого з будь-якою дією шефа. Можливо, за законом цього і насправді достатньо, але з інших міркувань закон в цьому випадку не є абсолютно досконалим. З моральної точки зору нехтування шкодою, заподіюваною іншим людям, є типом поведінки, яку ми в звичайних умовах називаємо неправильною. Ми навіть можемо застосувати фразу по відношенню до тільки-но звільненої людини: «Я хотів би йому допомогти, але... бізнес є бізнес».

У робочих умовах влєсливість і інтриганство можуть вважатися «умінням працювати з людьми». У звичайних умовах, якщо ви виявляєтеся людиною, яка лєстощами викликає прихильність до себе інших людей, щоб потім використовувати їх для досягнення своєї мети, або ж ви організуєте секретні союзи для нацьковування однієї людини на іншу, до вас ставитимуться як до людини нещирої або ж безжалісної.

Але на робочому місці такий словесний набір змінюється. Замість того, щоб назвати людину лєстивцем, його називають «здатним чудово маневрувати». «Безжалність» же назвуть «практичністю».

Існування таких явищ у світі бізнесу жодна людина не ризикне оспорювати. Проте не тільки у світі «бізнесу заради

прибутку» виникають такі явища. Вони спостерігаються в тому або іншому ступені у будь-якій організації.

Якщо ми розглядатимемо організації суспільного сектора, такі, як навчальні заклади або лікувальні установи, то навіть в них не побачимо більш уважного ставлення до пацієнтів або більш відповідального надання послуг, ніж на підприємствах сфери приватного бізнесу. Корінь зла, очевидно, полягає в тому, що організація економічної, виробничої діяльності змінює форму і формує новий моральний зміст більшості людських вчинків. Це, на нашу думку, відбувається унаслідок деяких причин.

Першу з них слід шукати на рівні самої особистості, яка вступає в ті чи інші відносини, у т.ч. економічні, виробничі відносини. Вона полягає у певній ієрархії цінностей особистості, в якій на першому місці стоять власні інтереси, причому переважно матеріальні чи владні прагнення. Також людина може вважати, що її праця оплачується не на належному рівні, її ображають і взагалі ставляться до неї несправедливо. Тоді вона може компенсувати цю несправедливість по відношенню до себе певними вчинками (запізнювання на роботу, крадіжки, обман і т. ін.). Тобто мова йде про духовно-моральний рівень самої особистості і її можливість витримати дійсну несправедливість по відношенню до себе (іноді, при грубих порушеннях етики відносин між працедавцем та працівником обман може стати навіть вимушеним способом виживання, про що, на жаль, свідчить практика аморального бізнесу в умовах української економіки).

Також зазначена проблема може бути пов'язаною із неправильним розумінням самої можливості здійснення етичної економічної діяльності, тобто неможливістю отримання певних економічних або інших результатів за умов дотримання моральних норм. Свою моральність і гідність людина може і повинна виявляти у будь-якій сфері людської діяльності, яка не є від початку аморальною (наприклад розповсюдження наркотиків). Більш того, і це досить відомо із деяких напрямів релігійної економічної етики, у т.ч. етики підприємницьких відносин (наприклад етики православного підприємництва, яку ми будемо розглядати пізніше), ведення трудової, господарської,

у т.ч. підприємницької діяльності відповідно до релігійних норм вважається чеснотою.

І наступна важлива причина складностей, які виникають у питанні можливості моральної поведінки працівників у економічних, виробничих відносинах, у т.ч. у межах певної організації, пов'язана з тим, що моральна поведінка можлива тільки за умов, коли норми моралі проголошені і виконуються не тільки на особистісному рівні, але і на інституціональному, тобто на рівні окремих організацій, корпорацій і економічної системи у цілому.

## **5.2. Способи підвищення етичного рівня організації**

*Суть і зміст етики організації.* У глосарії Європейського фонду управління якістю (EFQM) етика організації визначена як етичні засади, узяті на озброєння і дотримувані всіма працівниками даної організації. Базуючись на загальнолюдських цінностях, етичні норми ділових відносин виступають одним з головних критеріїв оцінки професіоналізму як окремого співробітника, так і організації в цілому.

Мораль і етика складають основу *організаційної культури організації*.

Зв'язок моралі, етики і організаційної культури образно можна уявити у вигляді трьох розташованих одна в одній сфер. При цьому мораль складає серцевинну сферу, що є основою для сфери етики, яка у свою чергу є основою для сфери організаційної культури. У свою чергу мораль, як ми відзначали, ґрунтується на тих базових цінностях, які задає релігія або віра тієї або іншої локальної цивілізації, до якої належить дана організація. В умовах глобалізму і секуляризації суспільства, як правило, основу моральних цінностей складають загальнолюдські цінності.

Соціально-етичні проблеми організації виявляються в поведінкових процесах, які спільно з операційними і адміністративними утворюють систему загального менеджменту. Найхарактернішими прикладами поведінкових процесів є

ухвалення управлінських рішень і комунікації. Саме ці процеси формують поведінку як окремих працівників, так і цілих груп.

Соціально-етичні проблеми організації доцільно розглядати на мікро- і макрорівнях. На мікрорівні – це проблеми етики, пов'язані з взаєностосунками усередині організації, а на макрорівні – із зовнішніми сторонами.

*Ухвалення багатьох управлінських рішень пов'язано з морально-етичними дилемами, до числа яких можна віднести:*

- вибір між короткостроковою вигодою і довгостроковим результатом;
- співвідношення мети і засобів її досягнення;
- співвідношення матеріальних і духовних цінностей;
- співвідношення особистих і суспільних інтересів.

Етичний рівень організації характеризується ступенем дотримання її керівниками і співробітниками етичних норм ділової співпраці.

З метою *підвищення етичності поведінки керівників і рядових співробітників* можна використовувати такі *заходи і методи*: етичні кодекси; карти етики; комітети з етики; наймання фахівця з етики бізнесу; соціальні ревізії; навчання етичної поведінки; етична експертиза; етичне консультування; заснування посади уповноваженого з етики, у функції якого входить інформування безпосередньо вищого керівництва про проблеми морального плану, що виникають; створення «гарячої лінії» для зауважень і скарг; особистий приклад керівника.

**Етичні кодекси** описують систему загальних цінностей і правил етики, яких, на думку організації, повинні були б дотримуватися її працівники. **Етичні нормативи** розробляються для опису мети організації, створення нормальної етичної атмосфери і визначення етичних рекомендацій в процесі ухвалення рішень. Звичайно організації доводять етичні нормативи до своїх працівників у вигляді друкованих матеріалів.

Етичні нормативи описують систему загальних цінностей і правил етики організації. Наприклад, не схвалюються або караються хабарі, здирство, подарунки, виплата співучаснику незаконно отриманих грошей, конфлікт на ґрунті зіткнення

інтересів, порушення законів у цілому, шахрайство, розкриття секретів компанії («комерційної таємниці»), використання інформації, отриманої в довірчій бесіді від членів «своєї групи», незаконні виплати політичним організаціям, протиправні дії на користь фірми, виробництво неякісної продукції і т.п.

Щоб зробити етичні кодекси більш дієвими, в організаціях звичайно вживають певних дисциплінарних заходів, спрямованих як на покарання за порушення кодексу, так і на заохочення вчинків, які відповідають правилам етичного кодексу.

За змістом і обсягом етичні кодекси вельми різноманітні: це можуть бути правила ділової етики на одну сторінку і стандарти в декілька десятків сторінок. Вважається, що такі кодекси повинні бути заснованими на стратегії і баченні керівництва організації і містити модель бажаної поведінки її співробітників. Важливо, щоб в етичних кодексах закріплювалася не тільки відповідальність співробітників перед організацією, але і зобов'язання організації перед співробітниками і суспільством в цілому.

*Карти етики* – набір етичних правил і рекомендацій, що конкретизують етичний кодекс корпорації для кожного співробітника компанії. Вони містять також ім'я і телефон консультанта компанії з етичних питань. Даний метод активно застосовується в японських компаніях.

*Комітети з етики.* В такі комітети, як правило, входять представники топ-менеджменту компанії, власники й інші стейкхолдери. Вони відіграють роль світового судді, «совісті організації» та висловлюють авторитетні офіційні етичні думки зі спірних етичних питань.

Одні організації створюють постійні комітети із етики для оцінки повсякденної практики, інші не створюють таких комітетів, але наймають фахівця з етики бізнесу, якого називають адвокатом з етики. Роль такого адвоката полягає у виробленні рекомендацій з етичних питань, пов'язаних з діями організації, а також виконанні функції «соціальної совісті» організації.

*Навчання етичної поведінки.* Ще один підхід, що використовується організаціями для підвищення показників етичності поведінки, - навчання етичної поведінки керівників і рядових співробітників. При цьому працівники ознайомлюються

з етикою бізнесу, що підвищує їх сприйнятливість до етичних проблем, які можуть перед ними виникнути. Вбудовування етики як предмету в курси навчання управління персоналом і державного управління є ще однією формою навчання етичної поведінки, завдяки чому ті, хто навчаються, починають краще розуміти ці проблеми.

**Етична експертиза** є всестороннім аналізом конкретного аспекту діяльності організації (або конкретного проекту), яка викликає стурбованість вищого керівництва, персоналу або громадськості і може вплинути на імідж і перспективи організації. Результатом такої експертизи стає система пропозицій, направлених на поліпшення морального клімату і моральної респектабельності організації, а також внесення корективів у практику діяльності організації (або її конкретних проектів).

**Етичне консультування** проводиться тоді, коли проблеми організації не можуть бути вирішені силами самої організації (або в ній відсутні відповідні структури) через складність і суперечність ситуації, пов'язаної з конкретними моральними дилемами, для чого запрошуються компетентні незалежні фахівці з етики бізнесу зі сторони.

**Соціальні ревізії** пропонуються для оцінки і складання звітів відносно впливу дій і програм організації на соціальне середовище. Прихильники соціальної ревізії вважають, що звіти такого типу можуть свідчити про рівень соціальної відповідальності організації.

**Особистий приклад керівника.** Підвищення соціальної відповідальності організації, рівно як і дотримання інших етичних принципів бізнесу, неминуче ставить питання про співвідношення особистих (індивідуальних) і суспільних інтересів. І хоча будь-яка діяльність бізнес-організації фактично реалізується окремими особами, інтереси (цінності, мета, мотиви) цих осіб не завжди збігаються з суспільними. *При узгодженні особистих і суспільних інтересів особливе значення, на наш погляд, має керівна діяльність, яка є невід'ємною складовою будь-якого менеджменту.*

Керівник, як правило, є моральним лідером компанії, який задає загальний клімат і визначає ступінь етичності вчинків.

Високоморальна поведінка керівника практично завжди спонукає співробітників слідувати етичним нормам.

Важливо відзначити, що останніми десятиріччями значення поняття «керівництво» зазнало істотних змін. Якщо раніше керівництво базувалося на владі і відповідно на відносинах безумовного підкорення, то в теперішній час в центрі філософії керівництва знаходиться згода, тобто співпраця всіх тих, хто працює під керівництвом керівника. Виходячи з цього сьогодні керівництво персоналом може бути зведено до трьох основних аспектів: розпорядництва (видача директив щодо того, що потрібно робити), налагодження співпраці між працівниками і створення зацікавленості в досягненні поставленої мети.

З позицій соціальної етики задачею керівників як організаторів трудового процесу є цілеспрямований вплив на персонал, який може поліпшити морально-психологічний клімат, попередити і усунути серйозні конфліктні ситуації. Керівник повинен володіти певною культурою спілкування, яка виражається в нормах професійної етики. До останньої прийнято відносити демократизм в спілкуванні з підлеглими, доступність, уважність, вміння створити доброзичливу робочу атмосферу, ввічливість, коректність і відповідальне ставлення до даного ним слова. Соціологами доведено, що ніщо так позитивно не діє на поведінку співробітників, як приклад поведінки їх керівника. Коли співробітники бачать, що їм є чого повчитися у своїх керівників, то у них з'являється потреба дорости до цього рівня і стати такими ж моральними особами. Висока ж моральність осіб організації укріплює її ділову репутацію і є важливою рушійною силою досягнення успіхів у бізнесі.

### **Питання для самоконтролю**

1. Назвіть основні причини порушення норм моралі у сучасному діловому житті, в сучасній організації.



2. Якщо бізнес функціонує у рамках закону, чи означає це, що він тим самим діє морально? Чому?

3. Назвіть та охарактеризуйте основні способи підвищення етичного рівня організації.

4. У чому полягає складність вирішення етичних проблем на роботі?

5. Які заходи використовуються організаціями для підвищення етичного рівня керівництва і співробітників?

### **Питання для обговорення**

1. Що можна зробити для покращення морального середовища в українському бізнесі? Якою повинна бути етична фірма, компанія?

2. Знайдіть в поточній пресі або наведіть з власної практики приклади, що характеризують моральний стан сучасного бізнесу в Україні і СНД.

3. Чи можете ви виділити основні цінності і принципи, які культивуються у вашій організації? Чи є вони загальними для усіх співробітників? Чим вони відрізняються від цінностей і принципів універсальної етики?

4. З якими моральними проблемами вам доводиться найчастіше стикатися на роботі?

5. До якого типу належить культура вашої організації? Чи є у вас на роботі традиції, які свідомо підтримуються? У чому вони полягають? Як впливають на вас?

6. Як ви оцінюєте моральний рівень вашої організації в цілому? Чи вважаєте ви його недостатньо високим? Які заходи для його підвищення ви могли б запропонувати? Що заважає вам це зробити?

### **Теми рефератів**

1. Суть і зміст етики організації.

2. Рівні моральних проблем в корпоративних структурах (макро- і мікроетика бізнесу).

3. Мораль і етика як основа організаційної культури підприємства.

4. Моральні принципи ставлення управлінського персоналу до найманих працівників як прояв культури поведінки управлінського персоналу.

5. Роль і етичні механізми у формуванні культури поведінки менеджера у функціонуванні організації, фірми.

6. Моральні конфлікти в діловому житті.

7. Етичні принципи ведення бізнесу. Міжнародні правила.

8. Особливості ділового етикету у різних країнах.

9. Постулати ділової мудрості.

10. Особливості української ділової культури.

Література [32, 55, 58, 85].

## **6. ХРИСТИЯНСЬКА ЕКОНОМІЧНА ДУМКА ТА ЕТИКА ГОСПОДАРЮВАННЯ**

## **6.1. Ставлення християнства до економіки і господарського життя, господарської активності людини, критерії ефективності господарської діяльності**

Процеси докорінної зміни господарського укладу в Україні супроводжуються порушенням правових і моральних норм, яке не має меж за масштабами і зухвалістю.

На захист аморальних процесів „первинного накопичення капіталу” висувається теза про те, що вони властиві будь-якій ринковій економіці в період її становлення і що в міру зміцнення ринкових структур та інститутів, створення відповідної правової бази ці явища зникнуть. Варто лише подолати спад виробництва, знизити інфляцію, зміцнити фінансову систему, виплатити зарплату бюджетникам, ліквідувати неплатежі, прийняти податковий кодекс і т.д. Однак досвід показує, що матеріальні та правові важелі і стимули в будь-якому співтоваристві безсилі у вирішенні соціально-економічних проблем у відриві від їх морального боку.

Багатовіковий досвід господарювання, що склався в різних типах цивілізацій, в різних країнах світу, показав, що господарська діяльність, крім суто економічних законів, особистого й суспільного інтересу, вигоди, повинна регулюватися правом і моральними законами. Без дотримання їх будь-яка господарська діяльність у довгостроковій перспективі приречена на провал.

Економічні успіхи багатьох країн Заходу, а так само підйом промислового виробництва в ряді азійських країн не можуть бути пояснені впливом тільки матеріальних, географічних чи політичних передумов. Величезну роль тут відіграли і продовжують відігравати релігійні традиції та установки.

Історія господарського розвитку різних країн показує, що економічна криза здатна викликати не лише сплеск аморальності, а й пробудити сили суспільства, які протидіють цьому явищу. І майже завжди авторитетним лідером таких здорових сил суспільства була церква, оскільки віруючі люди в силу своїх релігійних переконань повинні дотримуватися принципів високої моральності.

Яке ставлення християнства (або іншої релігії, в якій виховувалася, соціалізувалася людина) до економіки і господарського життя, господарської активності людини? Хто є

джерелом всіх благ і мірилом всіх вчинків, результатів діяльності? Які критерії визначають ефективність господарської діяльності? Як повинна людина ставитися до успіху і невдачі, благ, в т.ч. до багатства і бідності, свого становища в суспільстві? Якими критеріями повинна керуватися людина – суб'єкт господарювання, економічних відносин (керівник, підлеглий, державний діяч) – при побудові господарського життя, прийнятті оптимальних рішень, в т.ч. управлінських? За якими принципами необхідно вибудовувати свої відносини з навколишнім світом (підлеглі, інші суб'єкти господарювання, споживачі, навколишня природа) у процесі господарювання? Ці та багато інших питань у тій чи іншій мірі були і будуть виникати у людей, залучених у господарську сферу, поки існує економіка.

*Країни Західної Європи, Київська Русь, дореволюційна Російська держава з Україною у складі протягом багатьох століть вибудовували свою державність і господарське життя, науку і культуру, базуючись на фундаменті християнства.* Тому для нас дуже важливо отримати відповіді на поставлені питання згідно з християнським вченням. Знання християнських принципів господарювання важливо і з точки зору морального оздоровлення нашої економіки сьогодні.

*Для християнського вчення економіка, господарська діяльність – поняття тимчасові, земні. Економіка – явище не початкове і кінцеве. Необхідність господарської діяльності в її теперішньому вигляді виникає в результаті гріхопадіння людини, тепер людина змушена добувати хліб насущний тяжкою працею в поті чола, піклуватися про збереження і ефективне використання плодів праці і наявних ресурсів, тобто про власність, має регулювати взаємовідносини, що виникають у процесі праці, обміну, розподілу.*

«Человек, как разумное существо, создан как властитель твари и существует ради себя самого, а нужда в пище и одежде, ограничивающая и подчиняющая внешним обстоятельствам человеческую свободу, происходит из посттварных, приобретенных вследствие грехопадения особенностей человека», – пише відомий богослов IV ст. *Немезій Емесський* [цит. за 88, с. 126].

Таким чином, господарська діяльність людини, праця – неодмінні складові її земного життя. Один з основоположних принципів християнської господарської етики – необхідність праці всіх працездатних членів сім'ї, а отже, і всіх членів суспільства, згідно з правилом "Если кто не хочет трудиться, то и не ешь" (2 Фес. 3:10) [9], вперше сформульований у Новому Заповіті.

Творче осмислення особливостей господарювання (економіки), які вперше були осмислені християнськими богословами, дозволяє виділити наступні *рис* господарювання.

По-перше, *господарювання*, як сфера земної діяльності людини і як цілеспрямована, творча діяльність особистості і суспільства, *підлягає дії тих же законів і обмежувачів, які існують і для інших проявів людського життя, у тому числі вона не тільки тимчасова, але і залежна від безлічі обставин об'єктивного і суб'єктивного характеру, духовно-моральних і матеріальних чинників.*

По-друге, як будь-яка сфера діяльності людини, її *розвиток в першу чергу визначається чинниками духовно-морального змісту, духовно-моральним законом, а вже потім матеріальними чинниками.*

По-третє, *за напрямом свого розвитку економіка есхатологічна, тобто кінцева, і сама по собі господарська діяльність, точніше її характер (моральний або аморальний), може якимось чином впливати на хід суспільного розвитку і «час історії».*

По-четверте, *економіка позарозумна за своєю першопричиною і, як наслідок, – мало передбачувана.*

Її непередбачуваність і стихійність, позарозумність пов'язані з *особливостями пошкодженої гріхопадінням природи людини.* Пояснимо цю тезу. Справа в тому, що кінцеві економічні потреби позарозумні за своєю природою. По-перше, вони матеріальні і в першу чергу пов'язані із задоволенням потреб тіла («Силы питания, рождения и движения крови... не подчиняются разуму ..., потому что не по нашему определению или выбору, но по природе совершают свои функции», – пише Немезій Емесський) [цит. за 88, с. 90, 92].

По-друге, людство постійно має тенденцію фіксуватися на сьогоденні і матеріальному, не замислюючись над майбутніми і, тим більш, трансцендентальними наслідками своєї поточної

матеріально-господарської активності. З позицій християнської антропології після гріхопадіння людина має прагнення в першу чергу до задоволення саме тілесних потреб, здоровий глузд, розум часто не в змозі зупинити людину в гонитві за тілесними благами і задоволеннями – звідси зайва розмаїтість одягу, їжі, інших матеріальних благ і шалене прагнення до них будь-якими засобами, аж до знищення навколишнього середовища та інших людей.

*Тому головне завдання людства в економічну епоху його існування – підпорядкувати господарську діяльність, позарозумну у своїй першопричині, дії суб'єктивного обмежувача – розуму, що визначає напрям діяльності людської волі і безпосередньо впливає на свободу вибору. При цьому розум людини, її воля повинні бути спрямовані до виконання заповідей, поєднуватися з волею Божою. Погоджуючи і направляючи свою волю відповідно до Божественної у всіх своїх вчинках, в тому числі в господарській сфері, і сподіваючись на Божественне милосердя, людина знаходить спасіння.*

***Як же ставиться християнство до господарської активності?***

Хоча християнство і не має на меті створення ефективного з економічної точки зору господарства, за зауваженням С.М. Булгакова, «новейшее европейское народное хозяйство» було породжене саме ним. Саме християнство допомогло людині звільнитися «от языческой пленности природе и ее чарам», «осознать себя «господином природы и ее центром», «ощутить самого себя, свою духовность и силу» і через це змінити на краще світ [13, с. 309].

*Життєва сила християнства полягає в антиномічності вчення Спасителя. Поруч з тезою неприйняття "світу, що лежить у злі" є антитеза – перетворення світу в процесі співтворчості, його зміни відповідно до Божественного задуму.*

З одного боку, християнство кличе до звільнення від світу, «що лежить у злі», від любові до нього, від будь-якої господарської турботи: «Воззрите на птиц небесных, яко не сеют, не жнут, не собирают в житницы, и Господь питает их» (Мф. 6:26) [9]. «Имущие должны иметь, как неимущие, и покупающие, как не приобретающие, и пользующиеся миром

сим, как не пользующиеся, ибо проходит образ мира сего» (1 Кор. 7: 30-31) [9].

Але, з іншого боку, християнство визнає природний світ як благо, цінність, «приемлет мир как творение Божие, возглавляемое человеком, с любовью к нему, но и с независимостью от него, какая свойственна существу, сознавшему свою духовность» [13, с. 310]. С.М. Булгаков у зв'язку з цим пропонує протиставити християнське ставлення до світу з буддійським світоглядом. Світовідреченість буддизму з його песимістичним ставленням до світу як місця страждання і як до ілюзії веде і до паралічу господарської волі. Тільки християнство «научает любить мир высшею любовью, как создание Божие, которое сам Бог так возлюбил, что не только сотворил его Премудростию Своею, но не пощадил и Сына Своего для спасения мира» [13, с. 311].

*Людині належить право і обов'язок праці у світі, як для власного існування («не трудящийся да не яст» (2 Фес. 3:10) [9], «трудящемуся земледельцу первому должно вкусить от плодов» (2 Тим. 2:6) [9], як для надання допомоги ближньому (згідно з запитуванням на Страшному суді (Мф. 25) [9], так і для здійснення спільної справи людської на землі, на виконання заповіді Божої при створенні людини: «обладайте ею (землею) и владычествуйте» (Быт. 1:28) [9].*

Християнство, на відміну від багатьох інших релігій і філософських вчень, визнає матеріальний світ благом. Адже його створив милосердний Бог, Який любить усе Своє творіння, включаючи людину. Заради любові до цього світу і людини, заради спасіння світу Ісус Христос став людиною в плоті, прийняв хресні муки. Християни вірять у воскресіння мертвих, прообразом чого було воскресіння Христа. Християнське ставлення до матерії протистоїть тим релігіям і філософіям, які бачать в матерії і тілесності тільки зло, прагнучи до суто духовного інобуття (як платонізм і гностицизм) або до подолання земного життя як страждання (буддизм).

Визнання матеріального світу благом відкриває простір земному активізму і праці, господарській енергії і вдосконаленню економічного життя, в той час як заперечення матеріальності веде до паралічу волі, зводячи господарство, працю, розвиток

цивілізації до порожньої і навіть шкідливої для душі суєти [13, с. 311-312].

***За якими критеріями визначають ефективність господарської діяльності?***

Господарська діяльність знаходиться між матеріальним і духовним світами, хоча б уже тому, що сама людина належить одночасно до цих двох світів. Ця діяльність не тільки перетворює навколишній матеріальний світ, але сприяє (або заважає) спасінню людини. Тому вона повинна будуватися відповідно до певних духовно-моральних принципів, підлягати духовно-моральній оцінці. Адже християнська релігія не тільки філософсько-етична система, але принцип життя, спосіб буття і його основа.

Християнство створило соціально-економічний ідеал, соціально-економічну систему, альтернативну цінностям «світу цього». Оскільки, з одного боку, господарська діяльність для християнського світогляду річ тимчасова, але необхідна, а з іншого – має причетність до справи спасіння людини, християнство створює ідеал не економічно ефективного, а духовно-ефективного господарства. Тому виникають і принципово відмінні від західної економічної теорії духовно-моральні критерії оцінки ефективності господарювання (підхід, властивий східнослов'янській економічній думці).

Методологічний принцип дослідження господарства – принцип зворотної (зсередини - зовні), а не прямої (зовні - всередину) перспективи. Тобто дослідження результативності, ефективності господарювання – це не тільки оцінка звичайних соціально-економічних параметрів, які можливо підрахувати, а передусім оцінка самої етики та психології господарювання у порівнянні з ідеалом, який задає релігія, оцінка цілей господарювання, мотивів економічної поведінки і в цілому економічної психології господарюючого суб'єкта відповідно до ідеального змісту.

На думку *д.е.н., професора В.В. Симонова*, економіка має моральний, сотеріологічний, есхатологічний і частково еклезіологічний вимір [88, с. 11].

***Відносно сотеріологічного виміру***, тобто щодо того, наскільки економічна діяльність пов'язана із спасінням людини (роду людського). У тих галузях, де ми стикаємося з конкретними



проявами реальної господарської діяльності – з відносинами власності, багатства, бідності, благодійності, праці та відшкодування за працю та ін., – ми можемо говорити про сотеріологічний вимір економіки. Християнину (християнській громаді) необхідно не тільки знайти своє місце в господарському процесі, визначити міру і мету участі в ньому, а й зрозуміти, наскільки і як вони можуть сприяти досягненню кінцевої мети християнського буття – спасінню.

***Сотеріологічний вимір економіки тісно пов'язаний з есхатологічним.***

Християнське вчення про Страшний суд стверджує ідею кінцевості земного світу, історичного прогресу. З цієї точки зору необхідним стає уточнення телеологічних аспектів участі християн у господарських процесах, визначення мети і значення господарського процесу в співвідношенні з Божою волею про світ і людину і в перспективі Страшного суду. Якщо виходити з цих позицій, то значимими обставинами є не стільки сама економіка та її ефективність, скільки результат її впливу на світ, тобто сенс його перетворення та підсумки цього перетворення у співвідношенні з тією частиною Вічності, початком якої послужить Страшний суд [88, с. 12].

***Моральний вимір економіки*** полягає в оцінці економічних відносин і процесів з позицій християнської моральності.

Виходячи з того, що економіка має не тільки тимчасовий, матеріальний, земний, а й есхатологічний, моральний, сотеріологічний вимір, в оцінці її ефективності зовсім не достатньо враховувати лише традиційні соціально-економічні параметри, необхідні духовно-моральні критерії оцінки ефективності господарювання: есхатологічні, моральні, сотеріологічні.

## **6.2. Принципи християнської господарської етики**

Якими ж критеріями повинна керуватися людина – суб'єкт господарювання, економічних відносин (керівник, підлеглий, державний діяч) – при побудові господарського життя, прийнятті оптимальних рішень, в т.ч. управлінських.

Загальновідомі критерії, за якими оцінюється ефективність господарювання, – це отримання певної норми прибутку та

досягнення соціальної ефективності. Християнська етика говорить про інші критерії – моральні та сотеріологічні, відповідаючи на питання, що буде сприяти спасінню самої людини і її ближнього, а що ні, що буде злом, а що – благом для самої людини, її ближнього, навколишнього світу з точки зору Божественного задуму про світ і про людину.

Тому будь-яка людська діяльність, і перш за все господарська, повинна співвідноситися з Божественною волею, а тому будь-якому віруючому господарнику необхідно постійно звіряти свої дії як з професійними критеріями, так і з тими моральними законами, які дані у вченні Церкви. Назвемо це положення *принципом морального співвіднесення*.

Необхідно зазначити, що принцип морального співвіднесення діє і в нехристиянських релігіях, де критерієм є відповідне віровчення, і навіть, в якійсь мірі, в атеїстичному суспільстві, де оцінним критерієм є совість.

Реалізація цього принципу в повсякденному житті викликає деколи у багатьох світських людей, непосвячених у сенс християнського вчення і світогляду, здивування. Дійсно, як визначити моральність цілей більшості видів підприємницької діяльності, що мають вищою метою отримання максимально можливого прибутку? Такий прибуток в українському легальному бізнесі приносять торгівля спиртним та тютюном, різні фінансові операції спекулятивного та ігрового характеру – тобто те, що з позиції Церкви є непристойним заняттям. Як же поєднати християнську моральність і прибутковість підприємницької справи?

Відзначимо спочатку, що оскільки безприбуткова справа приречена, при виборі мети господарської діяльності і особливо при складанні бізнес-планів питанню співвіднесення витрат і виручки повинна бути приділена найсерйозніша увага, власне тут виявляється зазначена вище закономірність співрозмірності. У цьому відношенні віруючий підприємець нічим не відрізняється від невіруючої людини, він повинен мати відповідні знання, навички, професіоналізм.

Головним у православному підході до справи, як зазначено вище, є моральне співвіднесення цілей підприємницької діяльності з принципами християнської моралі.

Виходячи з цих принципів, можливо, доведеться поступитися більш прибутковою справою для того, щоб не завдати зла ближньому.

Слід також мати на увазі, що цілі великомасштабної підприємницької діяльності та великих господарських проектів повинні бути погоджені із загальним завданням відродження національної економіки, і тут можливе застосування не тільки методу декомпозиції цілей, але і вибудовування стратегій на базі інтегрування великих проектів, тобто використання методології стратегічного планування знизу.

Остання є зараз найбільш перспективною, оскільки переділ власності в Україні завершується і великим власникам доводиться координувати свої дії. У цьому вже нікого не треба переконувати. Зараз необхідно прикладати всі можливі зусилля, для того щоб прискорити процес переконання представників бізнесу в тому, що в Україні через деякий час стане не вигідно вести нечесний бізнес. Якщо економіка і далі буде розвиватися за кримінальними законами, колапс неминучий. Тому, з одного боку, необхідно більш жорстке законодавство у сфері економічних правопорушень, і особливо контролю за його виконанням, а з іншого, необхідно всіляко підтримувати і рекламувати діяльність представників чесного бізнесу, взагалі рекламувати вигідність чесного бізнесу.

У той же час потрібно усім зрозуміти, що поки в Україні триває моральна анархія, всі чесні люди, особливо християни, повинні сприяти її припиненню та брати участь у формуванні високоморальних норм вітчизняного підприємництва.

В умовах заміщення імпортованих споживчих товарів, і особливо продуктів харчування, дуже перспективним виглядає відродження кращих національних традицій у цій галузі. Наприклад, мережа пунктів громадського харчування, у тому числі пунктів швидкого харчування, побудована на традиціях української кухні, може і повинна скласти значну конкуренцію мережі ресторанів Мак-Дональдс, засиллю "хотдогів", гамбургерів і "спрайтів". Але тут необхідна, крім ініціативи підприємців, висока культура як обслуговування, так і споживання.

Відродження національної економіки аж ніяк не означає самоізоляції наших виробників, не заперечує участь українських

підприємців у міжнародних операціях, у тому числі комерційного характеру. Однак і тут особисті інтереси повинні співвідноситися не тільки з національними, але і з християнською моральністю.

Зрозуміло, наприклад, що в торгівлі не слід приймати на реалізацію ті товари, які завдають або можуть завдати шкоди людині: консерви з простроченим терміном придатності, продукти, які не відповідають міжнародним стандартам якості, різні підробки "під фірму".

Особливе побоювання викликають різні емульгатори та стабілізатори, що містять канцерогенні речовини і завдають прямої шкоди здоров'ю людини. Адже не даремно багато емульгаторів і стабілізаторів не допускаються до застосування в харчових продуктах, що продаються в промислово розвинених країнах, і ті, хто завозять і продають у нас такі продукти, знають про це, але спокуса нічим не стримуваної наживи часто бере верх.

*За якими принципами необхідно вибудовувати свої відносини з навколишнім світом (підлеглі, інші суб'єкти господарювання, споживачі, природа) у процесі господарювання?*

Відповідаючи на це питання, можна застосувати як універсальний принцип морального співвіднесення, так і наступний принцип – **принцип причетності і відповідальності людини за весь створений світ.**

Кожна людина є творінням Бога і тому вона відповідальна не тільки за своє життя, але і за життя своїх близьких. Більш того, задум Божий про світ передбачає спасіння не тільки людини, але і всього творіння. Тому людина відповідальна за все, що створено Творцем на землі.

Розглянемо лише найважливіші аспекти застосування цього принципу.

По-перше, згідно з християнським вченням, до всіх людей слід ставитися так само, як до себе. Християнство абсолютно не визнає лукавства подвійних стандартів. Відомо, що подвійна мораль з'явилася ще в допотопні часи, коли виникли перші спільноти людей, з їх суперечливими інтересами, прихованими і явними конфліктами, міжусобицями, війнами. Відомо також, що Старий Завіт узаконив існування різного ставлення до одновірців і до інших людей, коли лише "своїм" видавалися безвідсоткові

позички, прощалися борги і образи, до чужих необхідно було ставитися гуманно, справедливо, але ... не так, як до своїх.

І лише з появою у нашому світі Ісуса Христа ми отримали заповідь, відповідно до якої ми повинні діяти з іншими так, як хотіли б, щоб інші чинили з нами.

Згадаймо, що на питання законника про найбільшу заповідь Спаситель називає спочатку любов до Бога і говорить, що це „первая и наибольшая заповедь”. Друга ж, подібна до неї заповідь: „Возлюби ближнего твоего, как самого себя” (Мф. 22:38-39) [9].

У сучасному світі ця найважливіша заповідь ігнорується або трансформується так, що під ближніми розуміються одновірці або ж люди, пов'язані родинними зв'язками і матеріальними інтересами. Але, за вченням Церкви, ближнім вважається той, хто в даний момент знаходиться поруч, і перш за все ті люди, які потребують нашої допомоги.

Звідси випливає необхідність уважного ставлення не тільки до своїх родичів, але і до своїх ділових партнерів, підлеглих працівників, постачальників і покупців, клієнтів і контрагентів.

На цьому принципі ґрунтується підтримка і взаємодопомога віруючих людей, їх співчуття до хворих і немічних.

Він є основою і християнської доброчинності, про яку важливо пам'ятати тим підприємцям, що успішно ведуть справу, мають постійно зростаючі обсяги реалізації товарів і послуг.

Виходячи з того, що людина відповідальна за весь створений світ, повинна вирішуватися і проблема збереження навколишнього середовища. Відомо, що активна господарська діяльність людей призвела до серйозних погіршень екологічної ситуації. У величезних масштабах забруднюються повітря і вода, зникає флора і фауна, земля виснажується і покривається неутілізованими відходами. Звіти і статті екологів нагадують книги про кінець світу. Називаються навіть терміни самознищення людства, яке може загинути у власних відходах вже через два покоління.

Зараз практично немає напрямків господарювання людини, які не завдають шкоди природі. Відомо, що сучасна людина не може існувати без того, щоб зовсім не використовувати енергії, запасеної землею у своїх надрах. Ми не можемо обійтися без опалення, освітлення, гарячої їжі, без даху над головою. Енергія,

запасена раніше землею, використовується людиною не повністю і значна частина її марнується безповоротно.

Як же ставиться християнство до цієї проблеми? Відповідно до християнських вчень, кінець цього світу має настати, однак людям не дано знати «час і терміни», Творець може продовжити існування земного життя, і це залежить від поведінки самої людини. Тобто фаталістичні настрої очікування кінця світу неприпустимі. Сподіваючись на милосердя Бога, людина (людство) повинна робити все від неї залежне для уникнення екологічної катастрофи. У цьому головна відмінність християн від есхатологічних песимістів і оскажених гедоністів, що живуть за принципом «після нас хоч потоп».

Будь-яка людина ще з часів свого гріхопадіння несе відповідальність за своє ставлення до живої та неживої природи. Але чому особливо важливо розуміти це зараз? Тому, що якщо ми і далі будемо так ставитися до навколишнього світу, нам просто не вижити. Досить поглянути на понівечені відходами роздрібною торгівлю вулиці і площі наших міст, на колосальні завали відходів, що не можна утилізувати, на забруднення водних басейнів, на сліди відпочинку туристів на природі, і навіть на сліди перебування студентів на перервах або в навчальних аудиторіях. Церква закликає людей одуматися і зробити все можливе для виправлення ситуації і насамперед для збереження життя на Землі.

***Як повинна людина ставитися до успіху і невдачі, благ, в т. ч. багатства і бідності, свого становища в суспільстві?***

***Принцип християнського ставлення до справи можна назвати принципом вдячної підпорядкованості Промислу або принципом вдячності та синергії двох воель та дій (Бога та людини).***

І за удачу, успіх у справах, і за невдачу необхідно дякувати Богові. Успіх не повинен викликати гордині, не можна вважати себе вищим за інших людей, якщо Бог допомагає у справах.

Невдачі не повинні викликати нарікання та зневіру. Підпорядкованість аж ніяк не означає пасивності у справах.

Навпаки, передбачається найвища активність, що виявляється з приказки: "На Бога надійся, а сам не плошай". Потрібно вміти аналізувати і визнавати свої помилки, активно виправляти ситуацію в міру своїх можливостей і за все дякувати Богу.

При цьому слід розуміти, що Бог не потребує нашої хвали, але смирення людини перед негараздами змушує її замислитися про моральність своїх вчинків, спосіб життя, мобілізувати всю свою волю і, з Божою допомогою, виправити стан справ, або ж повністю відмовитися від задуманого. Змиритися – буде означати прийняти ситуацію позитивно як корисну і необхідну для спасіння. Можливо, вкрай несприятливий збіг обставин докорінно змінить напрямок діяльності людини, змусить її переглянути своє життя, захистить від злиднів чи тюремних нар, хвороби і смерті.

Зауважимо, однак, що не всі християнські конфесії однаково ставляться до успіху в справах. У протестантських конфесіях успіх у справах підприємця, багатство і прибутковість бізнесу свідчать про богообраність даної людини (принцип визначення), а тому інші люди повинні служити їй, тому що вони не обрані Богом.

Однак у будь-якій християнській конфесії немає фатального ставлення до людської долі. Християнство засноване на визнанні свободи вибору: доля людини багато в чому залежить від неї самої. Але якщо протестанти керуються принципом визначення і вважають, що людина повинна довести свою богообраність завзятою працею, то православні люди вважають і невдачу у підприємницьких справах не збігом обставин, а Божим промислом, і як це не важко, необхідно і за це віддавати хвалу Спасителю.

Розглянуті вище християнські принципи господарської етики є досить універсальними, але кожна з гілок християнства має свої особливості і тому свої особливості має і етика господарювання, яка сформувалася у православній, католицькій та протестантській культурах. Далі, оскільки для нашої держави культуростворюючою релігією є православ'я, більш ґрунтовно ми будемо розглядати православну етику господарювання, у т. ч. етику підприємницької діяльності.

### **Питання для самоконтролю**

1. З чим пов'язана необхідність господарської (економічної) діяльності з точки зору християнської моралі?

2. Назвіть основні риси господарювання (економіки) відповідно до християнської моралі.

3. Охарактеризуйте ставлення християнства до господарської активності людини. Що витікає з такого ставлення?

4. За якими критеріями визначають ефективність господарської діяльності?

5. В чому полягає сотеріологічний, есхатологічний та моральний вимір економіки?

6. Назвіть та охарактеризуйте основні принципи християнської господарської етики.

### **Питання для обговорення**

1. З чим пов'язана «позарозумність» економіки. Який висновок можна зробити, спираючись на таку характеристику економічної діяльності? Який механізм існує для упорядкування «позарозумної» економічної діяльності?

2. У чому полягає антиномія відношення до світу і чому саме такий підхід призводить до розвитку і господарства, і людини?

3. Що, на Вашу думку, заважає використанню принципів християнської господарської етики у сучасній економіці?

4. Чи можливо застосування принципів християнської господарської етики у діяльності вітчизняних підприємств та підприємців? Що необхідно зробити для того, щоб вітчизняні підприємці та керівники втілювали у господарське життя принципи християнської господарської етики? Що це дасть для розвитку держави, економіки, суспільства, підприємництва?

### **Теми рефератів**

1. Праця у християнській (православній) етиці господарювання.

2. Бідність та багатство у християнській (православній) етиці господарювання.

3. Власність у християнській (православній) етиці господарювання.

4. Старообрядська господарська етика, її оцінка.

5. Католицька етика господарювання.

6. Протестантська етика господарювання.

7. Православна етика господарювання.



Література [9, 13, 18, 36, 38, 51, 56, 69, 80, 86, 88, 93, 95].  
**7. ДОМОСТРОЙ. ДІЯ ПРАВОСЛАВ'Я НА РОЗВИТОК  
ЕКОНОМІКИ І ПІДПРИЄМНИЦТВА**

**7.1. Домострой як еталон господарювання  
в православній господарській культурі**

Православ'я істотно вплинуло на господарське життя і розвиток підприємництва, виробивши самобутній еталон господарського раціоналізму. Літературний носій цього еталона добре відомий. Це *«Домострой»* книга, яка була написана духовним наставником молодого *царя Івана IV (Грозного) протопопом московського Благовещенського собору Сильвестром* (додаток 7). Відомо, що Сильвестр, разом з Олексієм Адашевим, провів в роки юності Івана IV ряд видатних реформ в системі управління державою, місцевого самоврядування і суду. Сильвестр за походженням новгородець, був тісно пов'язаний з середовищем заможних ремісників і купців новгородського посаду. Таким чином, автор *«Домострою»* володів не тільки знанням і досвідом християнської віри і життя, але і безпосереднім досвідом управління, в тому числі господарського.

Для Сильвестра, як і для його попередників, економіка, господарське життя – явище далеко не першого порядку, і свою книгу він починає з викладу того, *«как веровать во Святую Троицу и Пречистую Богородицу и в Крест Христов и в небесные силы, и святым мощам поклоняться и тайнам святым причащаются», «как царя почитать», «как почитать священников – попов и монахов – и пользу от них получают, творить молитвы на благость дому своему и всех дел своих»* [33, с. 3-4].

Тільки після цього письменник пропонує *«некий устав о мирском строении»*, який також починається знову-таки з морально-богословських проблем (в першу чергу щодо шлюбу і сім'ї), і лише після того ми знаходимо *«устав о домовом строении ... и о домашнем хозяйстве»* [33, с. 4-5].

*Отже, в «Домострої» ми бачимо очевидний пріоритет морального начала над економічним.* Спочатку будь-яка людина, і перш за все господар, господиня, тобто той, хто поставлений

вище на ієрархічних сходах, повинен поклопотатися про влаштування свого духовного життя і життя тих, за кого він відповідає, розуміти і виконувати своє призначення у світі, суспільстві. Тому *в першій частині* Сильвестр пише про те, як правильно вірувати і жити відповідно до заповідей, любити Бога і ближнього, ставитися до сім'ї і домочадців, старших, середніх і молодших, як ставитися до влади і духовництва, надавати милостиню неімущим і тим, хто знаходиться в скорботі.

*Другий розділ* присвячений упорядкуванню сімейного життя, і в цілому життя в суспільстві. Тут ми читаємо про те: як дітей вчити; як дочок виховувати і з приданим заміж видавати; дітям батька і матір любити, і берегти, і покорятися їм, і утішати їх у всьому; про відносини чоловіка і дружини; про розпорядок дня і влаштування життя; про те, як керувати домочадцями, наставляти їх в моральному і господарському житті; про праведне і неправедне життя і його наслідки, про те, як жити відповідно до достатків.

Ми знову бачимо ієрархію в справах і відносинах: справа починається з молитви; діти і домочадці підкоряються дружині, дружина чоловіку, а чоловік – Богу. Відповідальність за влаштування як морального, так і господарського життя, у тому числі за моральний вигляд своїх слуг, несе господар будинку – чоловік, дружина йому перша помічниця.

Дуже детально описує Сильвестр ознаки неправедного життя, у тому числі ставлення до людей в господарському процесі, попереджає про наслідки неправедності для всієї сім'ї. І так само детально описуються праведні справи, у тому числі в господарському житті, заохочення за праведність. Сильвестр підкреслює неприпустимість накопичення неправедного багатства і говорить, що милостиня приємна Богу тільки від праведних праць. В цьому ж розділі автор підкреслює необхідність жити відповідно до достатків: «по приходу тримати витрату».

Тобто перші два розділи сильвестрівського богослов'я господарства дуже мало відмінні від тих, які передбачаються святоотцівською традицією. Крім того, весь лад і зміст «Домострою» підкреслює проникнення всього життя, у тому числі господарського, православною культурою. (Навіть «вне

богослужения, вне храма православный окружен той же церковностью», так що «православный православен не только в догматах, и, может быть, менее всего в них, а в том, что он не ест прежде, чем не прослушает раннюю обедню, что в праздник он ест пироги» і «соблюдает все посты по монастырскому уставу», що, «не перекрестя лба, он не сядет за стол, что по субботам он парится в бане, словом, живет в определенном быту, что он сын православной культуры»; строгое подчинение церковным постам, обязательные посещения служб, молитва перед каждым делом пронизывают насквозь жизнь великоросса, скрепляют ее, делают ее, прежде всего, стройной и крепкой» [цит. за 88, с. 282].

Важливим доповненням з точки зору розвитку економічного мислення є уявлення про «элементы планирования хозяйства («распределение заранее» «в соответствии с жалованием, по доходу и по поместью или по вотчине»), счетоводство (ведение дома «согласно приходу и расходу», чтобы «меру и счет знать во всем», повышения эффективности хозяйства за счет коммерческой реализации производимых излишков против необходимого продукта за «благословенную денежку», а также об экономии, спекуляции и снижении рисков инфляции – обо всем том, что необходимо, чтобы «жить по силе своей и возможности и по расчету»)» [цит. за 88, с. 283].

Власне господарському життю присвячена *третья часть* «Домострою», вона про те, як планувати господарське життя, вести облік і контроль, про розподіл обов'язків, про те, як виховувати, карати і заохочувати, як вести торгові справи, готувати і берегти запаси, брати позику, приймати гостей і поводитися в гостях, про правила ділового етикету. Сильвестр ще раз підкреслює розпорядок дня: «Каждый день и каждый вечер, исправив духовные обязанности, и утром по колокольному звону встав, и после молитвы мужу с женой советоваться о домашнем хозяйстве...» [33, с. 115].

Тут ми бачимо і чітку організацію домашнього виробництва, і культуру, дисципліну праці, правила мотивації і взаємостосунків керівника (господаря, господині) і підлеглих (домочадців, слуг), і елементи того, що ми зараз називаємо кадровою політикою. Тут і заохочення і покарання, і милосердя і жорсткість, але не жорстокість до неприпустимих моральних

вчинків, і виховання власним прикладом. Це ті елементи, про які часто забувають сучасні керівники. З приводу елементарної спекуляції на різниці цін на сезонні товари формулюється така позиція: «Кто живет таким образом, то прежде всего – от Бога греха нет, а от людей нареканий, от купцов – похвала во всех землях, а в доме благословенное, а не проклятое все, что есть и пить, и носить, и под рукой, и милостыню из чего подавать, все то Богу приятно, а душе на пользу» [33, с. 99].

З цього ми можемо побачити і виховання виробничої культури, і культури сплати податків і боргів, і рекомендації щодо отримання додаткового прибутку від раціонального господарювання, і чудові правила того, що ми зараз називаємо діловим етикетом, але не формальним, а що йде від душі.

Як документ епохи ринку, що тільки формується, до того ж епохи, обтяженої політичними потрясіннями, «Домострой» відобразив у собі постійну нестійкість ситуації, яка загрожує будь-якому господарнику. Звідси його прагнення звести до мінімуму залежність від зовнішнього середовища, культ дбайливості, ощадливості. Звідси ж і особлива турбота про підтримку репутації; адже доля у будь-який момент могла обернутися так, що без допомоги сусідів і навіть чужих людей під сумнівом виявився б не тільки добробут людини, але і її життя. (В такій обстановці особливе практичне звучання одержує повторювана Сильвестром євангельська мудрість: «...всякую скорбь и притеснение с благодарностью притерпи, если обидят – не мсти, если хулят – молись, не воздавай злом на зло, согрешающих не осуждай, вспомни и о своих грехах...» [33, с. 114]. Щоденне, щогодинне проходження цієї заповіді було необхідне і для того, щоб мати довіру оточення, отримати кредитоспроможність.) Турбота про репутацію виявлялася і в тому, як ставилося питання про якість. («Не понравится товар – назад возьму и деньги отдам», – писав автор «Домострою».)

В цілому, підкреслює Сильвестр, «если кто по-божески живет по заповедям Господним, по отеческому преданию и по христианскому закону, то есть если владыка судит справедливо и нелицемерно и одинаково всех, богатого и бедного, ближнего и дальнего, известного и неизвестного, такие, конечно, будут вознаграждены» [33, с. 167].

Загальна ж мета такого господарства така – господар «великую милость от Бога получит, грехам прощение и вечную жизнь наследует» [33, с. 157]. Тому переважне місце у викладі займають різні аспекти морального богослов'я, а власне економічні процеси йдуть на другий план.

Правила домострою зробили величезний вплив на господарську діяльність, підприємництво, державну економічну політику як свого часу, так і на подальший час, визначивши еталон господарювання і підприємницької діяльності. Принципи домострою вплинули і на формування східнослов'янської економічної думки.

## **7.2. Вплив православ'я на розвиток підприємницької діяльності. Основні риси господарської культури вітчизняних підприємців**

Дореволюційний етап розвитку більшої частки нашої держави відбувався у межах Київської Русі, а потім Російської держави. Ідеалом хазяйнування були *принципи православної господарської етики*, про які ми писали у відповідній темі. Як приклади, які задавали ідеал того, що ми зараз називаємо економічною, діловою, організаційною культурою, можна навести: «Повчання Володимира Мономаха» (XII ст.) [60, с.78-79] своєрідний катехизис для голови держави, який у тому числі містить моральні і культурні основи господарювання; «Рукопис князя Всеволода» (XIII ст.) [60, с. 81-82] – унікальну пам'ятку, яка містить у собі «Статут купецької корпорації у Великому Новгороді»; «Домострой» Сильвестра (XV ст.) [33].

В традиціях домострою виховувалося не одне покоління вітчизняних купців і підприємців. Як згадував згодом **Володимир Павлович Рябушинський** – представник другого покоління цього відомого прізвища, «уклад життя почти до самої революції мог называться патриархальным: сидели в своих особняках-усадебках, как западные средневековые феодалы в замках». Він же відзначав дві обставини, що були характерними для відомих купецьких родин: «По-перше, їх селянське походження, по-друге, глибока релігійність їх

засновників». З цієї релігійності, з православного світобачення зростав особливий «православний» тип підприємницької етики. В цьому середовищі, орієнтованому на православну моральність і вікову народну мудрість, «училися мелочам, ритуалу, а через них и духу московской хозяйственной деятельности».

Художні і публіцистичні твори, присвячені подіям того часу, свідчать про вражаючу релігійність купецтва, яка іноді називається «мракобесие», «домостроевщина». Але рідко література вказувала на той позитивний імпульс, який давала ця релігійність розвитку приватних підприємств і господарства в цілому, як виявлялася в повсякденному побуті, в господарській діяльності. Рідко згадувалося і про те, що релігійність виявлялась не тільки у загальнохристиянських нормах, але і в традиційних практичних господарських чеснотах. Це раціоналізм, що включає старанність, заповзятливість (спритність), обачність, вірність і точність в ділових відносинах, стриманість і милосердя, яке в господарському житті реалізується в добродійності. Дотримання християнських норм поведінки зв'язувалося з успіхом, господарський процес сприймався як Промисел Божий, де людська воля часто безсила.

Але православ'я не просто знайшло свій власний еквівалент протестантському раціоналізму. Воно спочатку виходило з більш високих моральних критеріїв, що не могло не відобразитися і на діловій сфері. На протилежність протестантському «визначенню до спасіння» і «виправданню вірою» моральною нормою православ'я є, за словами протоієрея *Сергія Булгакова*, «хождение перед Богом с мыслью об ответственности перед ним» [13], для православної людини сам по собі успіх зробленої справи, величина прибутку, яку вона приносить, ще не є доказом моральної виправданості та богоугодності людини. «Краще быть в праведном убожестве, чем в неправедном богатстве», наказував «Домострой», і російські купці, часто звинувачувані в схильності до обману, в переважній більшості своїй твердо слідували цій заповіді.

***Як ставилися купці і підприємці до багатства і успіху у справах?*** Дуже популярна серед купців була старозавітна книга Іова, в якій пророк говорить: «Полагал ли я в золоте опору мою и говорил ли сокровищу: ты надежда моя? Радовался ли я, что богатство мое

было велико, и что рука моя приобрела много?., я отрекся бы тогда от Бога Всевышнего... Но Он... не предпочитает богатого бедному, потому что все они дело рук Его» (Иов. 24-25, 28, 34) [9].

**Тимофій Васильович Прохоров**, власник Трьохгірської мануфактури, писав: «Богатство то хорошо, когда человек, приобретая его, сам совершенствуется нравственно, духовно; когда он делится с другими и приходит к ним на помощь. Не будь богатства, не было бы ни открытий, ни усовершенствований в различных отраслях знаний, особенно промышленных. Если богатство приобретено трудом, то при потере его оно сохранит от гибели человека: он станет вновь трудиться и ещё может приобрести больше, чем у него было, он живет «в Боге» [цит за 58].

Ставлення до багатства, яке охарактеризував Т.В. Прохоров, є характерним для багатьох російських підприємців. «Богатство обявляє» це був їх принцип.

**П.А. Буришкін**, автор книги «Москва купецька», згадував: «Самое отношение предпринимателя к своему делу было несколько иным, чем теперь на Западе, или в Америке. На свою деятельность смотрели не только или не столько, как на источник наживы, а как на выполнение задачи, своего рода миссию, возложенную Богом или судьбою. Про богатство говорили, что Бог его дал в пользование и потребует по нему отчета, что выражалось отчасти и в том, что именно в купеческой среде необычайно были развиты и благотворительность, и коллекционерство, на которые смотрели, как на выполнение какого-то свыше назначенного долга» [14].

Необхідно сказати, що взагалі в Росії не було того культу багатих людей, який спостерігається в західних країнах. Крім того, завжди цікавилися походженням багатства, недаремно **Найдьонов** говорив, що Москва ні лихварів, ні відкупників (відкупники – це люди, що брали на відкуп торгівлю горілкою в тих або інших губерніях) не любить. Не любили і не поважали також і тих, в основі добробуту кого був «неплатіж», коли «вивертали шубу», з тим, щоб нажитися на операції з кредиторами».

Ставлення до багатства, як до хреста, даного Богом, розуміння того, що «кому много дано, с того много и спросится», було дуже поширено серед російського купецтва.

Система цінностей, пов'язана з православ'ям, багато в чому визначала поведінку представників торговельно-промислового стану і була основою внутрішньокупецьких взаєностосунків. Не випадково, що саме в Росії набуло розповсюдження таке явище, як укладення угод за допомогою чесного слова, скріпленого не підписом і печаттю, а хресним знаменням. Міцним було купецьке слово, і, мабуть, в цьому одна з причин того, що навіть при розвинутому ринку багато угод укладалися поза біржою – в коморах і трактирах. **В.О. Гіляровський**, знавець московського життя початку ХХ ст., описує один з таких трактирів, прозваний «хлебной биржей», де збираються за чаєм «солидные купцы, делают сделки с уха на ухо, предъявляют образцы, после чего ударяют по рукам и едут обедать к «Яру». Через час агент из какого-нибудь порта мог сообщить, что цены поднялись, в силу чего только что заключенная сделка оказывалась убыточной. Но раз слово было дано, приходилось нести и потери» [25].

Часто купец міг користуватися тільки кредитним капіталом. Надання кредиту ґрунтувалося на довірі кредитора. Не випадково в цей час слово «віра» і «кредит» були синонімами. Примітно і те, що першорядне значення мав саме безпроцентний кредит.

Характерні в цьому відношенні методи торгівлі **Михайла Олександровича Соколова**, чия букіністична лавка знаходилася в Москві на Микитській. Про нього говорили, що він душу покупця наскрізь бачить. Так, прийде «який-небудь шукач книги і почне ритися на полицях, Соколов відразу відчує, що грошей у покупця немає, а книга йому потрібна... І нагородить приголомшеного покупця пачкою книг на значну суму в борг, на віру» [цит. за 42, с. 41].

Однією з головних особливостей торговельно-промислового життя того часу був сімейний характер підприємництва. І фабрики, і торгові фірми залишалися часто власністю тієї сім'ї, члени якої створили підприємство, ним керували і передавали його по спадку членам своєї ж родини. Це створювало абсолютно особливий дух взаємного зв'язку і взаємної відповідальності різних поколінь сім'ї, які буквально жили своєю справою. Тому так багато значила репутація і чесне ім'я фірми. «Родовая фабрика была для нас тем же самым, что



родовые замки для средневековых рыцарей», говорив В.П. Рябушинський [цит. за 42, с. 41].

Для багатьох вітчизняних підприємств був притаманний особливий тип внутрішньофірмових відносин, в якому втілювався православний дух соборності, прагнення будь-якого соціального організму, будь то сім'я, підприємство або держава, до цілісності. «Служащие, згадував В.П. Рябушинський, починаючи з головного довереного, бухгалтеров, приказчиков, артельщиков и кончая рабочими, все это – долголетние сотрудники. Редко-редко кого-либо увольняли, разве только что за очень крупные проступки, воровство или уж очень бесшабашное пьянство. Отношение было патриархальное. Если кто-либо сам уходил без особых причин, то это было для хозяина «поношением». В хороших домах с гордостью говорили: «от нас уходят «только когда умирают» [цит. за 42, с. 41].

Фабрика в Росії кінця ХІХ – початку ХХ ст. часто була вже «цілим містом», де було все необхідне для життя: школа, лікарня, житло для робітників і службовців, їдальня, бібліотека, пологовий будинок, будинок для людей похилого віку, іноді навіть театр, як на Нікольській мануфактурі *Сави Морозова*.

Фабричні їдальні належали артілям і були дешеві, а у фабричних магазинах можна було купувати товари в кредит. Підприємства мали свою пожежну команду і поліцейських. А обслуговування навколишнього населення сприймалось як «повинність». Розвиток справи, її зростання, якість («добро», «доброта» – говорили у той час) продукції, що виробляється, були предметом невпинної турботи декількох поколінь підприємців. І це мало величезний вплив на розвиток країни.

Наприкінці ХІХ – початку ХХ ст. Росія показала світу „російське економічне диво”, залишаючись переважно аграрною країною, за темпами зростання промислової продукції і зростання продуктивності праці вийшла на перше місце у світі, випередивши не тільки європейські країни, але і США, що стрімко розвивалися.

Російські фабриканти ХІХ – початку ХХ ст. добилися найвищої якості своїх товарів. Покупці в Москві, Лондоні, Парижі або Харбіні могли брати їх із закритими очима. Конкурентоспроможність російських товарів полягала в їх унікальності, красі і доступності. Російські купці завжди

прагнули здивувати своїми товарами або методами їх реклами. Досі, через сто років, вражають фарби і щільність морозівських сатинів, яскравість прохоровських ситців, витонченість кузнєцовського фарфору, чавунне мереживо каслинського литва.

Чисельні золоті і срібні медалі, отримані російськими товарами на європейських і всесвітніх виставках, говорять про їх найвищу якість і конкурентоспроможність.

Російському купецькому середовищу була властива найвища вимогливість до ділових якостей людей. За словами В.П. Рябушинського, тут не виносили необов'язковості, маніловщини, в'ялості. Зневажали, коли справа не доводилася до кінця.

«Русского человека нередко упрекают в недостатке предприимчивости, особенно в сравнении с англосаксами, писал В.П. Рябушинский. – Дело не в этом, а в разнице характеров: англичанин в душе всегда игрок, даже если он серьёзный деловой человек, а наши совсем не игроки, а очень осторожны и медлительны, решение принимают не сразу, а выжидая, но раз оно принято, гнут линию упорно и тягуче, несмотря на неудачи. Наши купцы понимают московских первых князей, особенно Ивана Калиту» [цит. за 42, с. 41].

«Москва широка, Москва хлебосольна, Москва добродушна, но до известного предела – после него она жесткая, расхлябанность ей противна. Это очень важно для уразумения купеческой психологии. С детства нам внушали: «дело»; тут было нечто большее, чем нажива. Это говорилось так, как потом солдатом я слышал: «служба Его Величества». И на ней и чины, и ордена, и выгода, но не в них суть для человека с совестью и пониманием» [цит. за 42, с. 42].)

Жива присутність господаря на всіх етапах розвитку справи, натхненність економічної діяльності були однією з головних рис вітчизняної моделі підприємництва. Такі взаємостосунки встановлювалися на основі ділових якостей купця, фірми. Оцінка їх достоїнств була іншою, ніж, наприклад, у Франції, де торговець прагнув продати якомога дорожче, хоча б за рахунок скорочення обороту; де хорошим купцем вважався той, хто умів продати дорого. В Росії, навпаки, хорошою фірмою вважалася та, яка могла торгувати дешевше, ніж її конкуренти.

Проте ця дешевизна не повинна була йти за рахунок недоплати торговому персоналу.

Іншим виявом високої моральності дореволюційного вітчизняного підприємництва був культ чесної конкуренції. У дореволюційні часи була добре налагоджена система купецьких гільдій, зі своїм кодексом честі, правилами роботи, системою присвоєння статусів. Купець першої гільдії за своїм положенням відповідав званню дійсного статського радника, за воїнським партикуляром - генерал-майору. Купець першої гільдії мав право здійснювати міжнародні перевезення у режимі «зеленого коридору». За всю історію Російської імперії не було жодного судового розгляду за контрабанду по відношенню до купців першої гільдії.

З розвитком підприємництва, коли виникла необхідність формування загальних принципів саме підприємницької діяльності з урахуванням норм моралі та культурних ідеалів хазяйнування, було розроблено *«Сім принципів ведення діл у Росії»*, перший з них звучить так: «Прибыль важнее всего, но честь выше прибыли» (додаток 8) [70].

Таким чином, основні риси економічної (господарської) культури вітчизняних підприємців кінця ХІХ – початку ХХ ст. це:

- сполучення високої моральності, принципів християнської господарської етики та господарських чеснот (раціоналізму, заповзятливості, старанності, правдивості, точності у ділових стосунках);

- сприйняття багатства, влади, діла як обов'язку перед Богом, державою, суспільством, власними робітниками, і, як наслідок, турбота про власних працівників, щедре благодійництво – те, що ми зараз називаємо соціальною відповідальністю;

- сімейний та соціальний характер підприємництва;

- ставлення до праці як до чесноти, способу зростання особистості, перетворення навколишнього світу;

- взаємна довіра, яка пронизувала усі внутрішні та зовнішні стосунки, так, широко розповсюдженим було таке явище, коли договори складались лише на основі чесного слова, яке було скріплено не документом, а хресним знаменням;

- висока вимогливість до ділових якостей людей;

- культ чесної конкуренції, турбота про якість продукції ;
- жива присутність господаря на всіх етапах розвитку справи;
- соборність, яка проявлялась як у зовнішніх, так і у внутрішніх відносинах на самому підприємстві, особливо це простежувалось в артільних формах господарювання.

### 7.3. Добродійна діяльність промисловців та підприємців

#### 7.3.1. Російські благодійники та меценати XIX – початку XX

*ст.*

Наслідком постійного «хождєния пред Богом» була також щедра добродійність купців та підприємців. Достатньо назвати суми, які витратили на справи милосердя тільки деякі з них: *Г.Г. Солодовніков* – більш 10 млн руб., *Бахрушини* – 3,4 млн руб., *Третьякови* – 3,1 млн руб., *Медведнікови* – більше 2 млн руб. А внесок *С.І. Мамонтова*, *С. Т. Морозова*, *К.С. Алексєєва* (Станіславського) не підлягає оцінці в грошовому виразі.

Добродійні пожертвування були могутнім стимулом розвитку охорони здоров'я, освіти і культури. Причому не тільки великі купецькі родини витрачали гроші на добродійність, але і дрібні підприємці. В першу чергу меценатів привертала сфера освіти, перш за все професійної.

Як яскравий приклад благодійництва можна навести династію *Бахрушиних*. Олексій Бахрушин, засновник промислової династії, залишив після себе велику родину з восьми синів і дочок, кожен з яких вніс свою лепту в зростаючу славу роду Бахрушиних. Особливу популярність і подяку російського народу отримали брати Петро, Олександр і Василь Бахрушин. Всі вони були купцями I-ї гільдії, займалися, крім традиційної шкіряної справи, виробництвом суконних тканин, виготовленням рукавичок і т.д. Але прославилися вони своєю добродійністю і благочестям. В цілому вони пожертвували величезну на ті часи суму в три з половиною мільйони рублів «на громаду», побудувавши в Москві і своєму рідному місті Зарайську

18 храмів і більше 100 цивільних будівель, які були безоплатно передані у міську власність [43].

Найбільш великим комплексом був Дитячий притулок у Сокольничому гаю для бідних і сиріт православного сповідання. Діти там виховувалися безкоштовно з 4-6 років до повноліття, до «виходу в люди», отримуючи до цього часу якусь професію. Жили діти в добротних цегляних будинках, працювали і навчалися в майстернях, а центром цього благодійного містечка була церква Живоначальної Трійці.

Метою діяльності Бахрушиних завжди була користь народу і Вітчизні. Порадившись зі своїм сімейним лікарем О.О. Остроумовим, брати Бахрушини знайшли кошти на будівництво найбільшої на той час лікарні на 200 ліжок в Сокольниках для невиліковних хворих (зараз це лікарня № 33 імені О.О. Остроумова), а при ній – храму Ікони Божої Матері «Всіх Скорботних Радість». Лікування було безкоштовним, єдиним побажанням благодійників було прохання поминати на літургії їх самих, їхню сім'ю і їхніх покійних батьків [43].

У 1898 р. у самому центрі Москви, між Болотною площею та Софійською набережною, вони побудували будинок «безкоштовних квартир» для багатодітних бідних вдів і дівчат, що вчаться. При будинку діяли два дитячих садки, початкове і ремісниче училище, а щоб матері могли працювати вдома, для них були створені швейні майстерні.

Не обійшли увагою підприємці і вітчизняну науку. О. Бахрушин фінансує різні медичні дослідження, підтримує роботи із створення вітчизняного повітряного флоту. **Ф.П. Рябушинський** стає ініціатором і організатором наукової експедиції з вивчення Камчатки, жертвуючи на неї 200 тис. руб. Будучи в душі новатором, **С.І. Щукін** засновує на початку століття при Московському університеті інститут психології – наукову установу абсолютно нового для Росії профілю. Вихідці з підприємницьких сімей стають відомими вченими. Сім'я торговців чаю і господарів цукрозаводів Боткіних дає Росії видатного лікаря-клініциста, академіка, ініціатора створення першої в Росії безкоштовної амбулаторії і лікарні – **С.П. Боткіна**. А виходець з сімейства найбільших промисловців і банкірів **Д. П. Рябушинський** стає талановитим фізиком. В

1904 р. для проведення наукових досліджень в батьківському маєтку Кучино він будує першу в країні аеродинамічну лабораторію, перетворену потім в інститут. Активно вкладалися гроші в охорону здоров'я і мережу соціальних установ. Клінічне містечко на Дівочому полі в Москві створене, головним чином, сім'єю Морозових. Лікарня імені Солдатенкова, Солодовницька лікарня, Бахрушинські, Хлудовські, Мазуринські, Горбовські будинки для безпритульних; Арнольдо-Третьяковське училище для глухонімих [42].

Але понад усе російські підприємці підтримували мистецтво. Ось лише неповний перелік дарів і справ, і всього лише московського купецтва: Третьяковська Галерея, Щукинський і Морозівський музеї сучасного французького живопису, Колекція російського фарфору *А.В. Морозова*, підбірка ікон *С.П. Рябушинського*, Приватна Опера *С.М. Мамонтова*, Опера *С.І. Зиміна*, Художній Театр *В.С. Алексєєва-Станіславського* і *С.Т. Морозова*, видавництво *Солдатенкова*, «Щепкінська» бібліотека.

Дуже багато уваги приділялося відродженню і збереженню національних форм в мистецтві і культурі (будівництво церков, відродження російської духовної музики і живопису, заохочення майстрів, що творили в національному дусі).

Своєю соціальною активністю, турботою про благо і процвітання Вітчизни російські купці і промисловці підготували розквіт національної культури на рубежі ХІХ і ХХ ст. Ця діяльність кращої частини купецтва, така світла, така благородна, така дивовижна, належить найважливішим сторінкам історії російського народу.

Говорити про російського господаря можна ще довго, настільки глибокий його образ, широкий розмах діяльності. Але закінчити можна словами П.А. Буришкіна з його спогадів «Москва купецька»: «может создаться впечатление, что я рисую какую-то идиллическую картину. Я знаю и свидетельствую, что злоупотребления были, были недостойные и нечестные деятели и дельцы, но в то же время утверждаю, что они не являлись правилом, а представляли собою исключение. Тот значительный успех в развитии производительных сил и всего народного хозяйства России не мог бы иметь место, если бы база была

порочной, если бы те, кто этот успех создавали, были жулики и мошенники» [14].

### ***7.3.2. Благодійність і меценатство в Україні***

Сьогодні, коли в Україні підприємництво знову набуло великого розмаху, саме час озирнутись на історію відомих підприємницьких родин, досягнути феномен доброчинності в Україні в той період та зрозуміти, якими почуттями керувались підприємці, даючи такі великі пожертви на лікарні, притулки для бідних, школи, бібліотеки, музеї.

Витоки та поширення української благодійності нерозривно пов'язані з етно- й культурогенезом в Україні й особливо з прийняттям християнства (988 р.). З утвердженням нової віри та заснуванням церковної організації поширилося цілеспрямоване опікування знедолених і немічних. Релігія стала рушійною силою розвитку доброчинності, яка визнається нормою християнської моралі й утіленням чеснот справжніх її представників. У середні віки та нові часи церква й, зокрема, монастирі були центрами соціальної допомоги знедоленим і незаможним, виконуючи основні функції: забезпечення нужденних грошима й натуральними продуктами (милостиня), лікування та навчання.

Така благодійність церкви, крім релігійних мотивів, обумовлювалася відповідними постановами. Церковний статут 996 р. покладав опіку хворих, інвалідів, жебраків та інших соціально незахищених категорій населення на духівництво, визначивши десятину на утримання монастирів, храмів та лікарень і притулків при них.

Водночас заснування благодійних закладів та опікування ними, право "подання" на будівництво церкви набуло поширення серед можновладців, заможних громадян, а згодом - братських організацій та козацтва.

Розвитку доброчинності в середні віки також сприяло ктиторство, коли певна особа споруджувала або відновлювала церкву, відмовляючись від своїх прав на неї. В умовах відсутності української державності в литовсько-польську добу багато княжих родів, церковних діячів, місцевих урядників

сприяли розвиткові української культури й освіти, опікуючись православною церквою, соціально незахищеними категоріями населення. Хрестоматійною стала згадка про роль **князя К. Острозького, митрополита П. Могили** в обороні православної церкви та розвитку української культури [11].

Протягом XVI - XVIII ст. важливу роль у справі піднесення національно-релігійної свідомості українського народу відігравали громадські організації міщанства - братства, які багато уваги приділяли влаштуванню шпиталів, притулків, лікарень, шкіл, друкарень, реставруванню соборів, моральному й церковно-релігійному вихованню молоді. Із появою на політичній арені козацтва воно перебирає на себе функції головного захисника національно-релігійних інтересів українців. Варто згадати про неписані, але від того не менш дієві складові кодексу козацького лицарства, до яких входило поняття благодійності, на що свого часу вказував Д.І. Яворницький.

В Україні перші ознаки меценатства як явища зафіксовано в XVII ст. Варто назвати тих, хто увічнив свої імена безкорисливим піклуванням про Київ та киян: **Галишка Гулевичівна** (подарувала свою садибу для майбутньої Києво-Могилянської колегії, а згодом академії), **Петро Могила** (митрополит і письменник, який заснував цю колегію, відбудував стародавні Десятинну й Василевську церкви, а також протегував письменникам, художникам та книгодрукуванню), гетьман **Петро Конашевич-Сагайдачний** (пожертви Братському монастирю і школі), полковник **Михайло Миклашевський** (засновник Георгіївського собору, Видубицького монастиря), міщанин **Петро** на прізвисько **"Залізний Гріш"** (зведення церкви Миколи Притиска на Подолі). Ці та інші факти є віддзеркаленням тієї моральної й духовної оцінки благодійництва в українському суспільстві, яка походить від давніх традицій, що формулювалися приблизно так: подаймо щиросердно гріш тому, для кого він є найбільш потрібний сьогодні [11].

Звернення представників різних соціальних прошарків до нагальних проблем суспільства в 60 – 70-х рр. XIX ст. сприяло оформленню організованих форм доброчинності, які стали



провідними в наступні десятиліття – спеціальні комітети, товариства, фонди, заклади та установи. Вони надавали можливість збіднілим верствам населення отримати як матеріальну підтримку, так і включитися до більш-менш повноцінного життя, що свідчило про якісно новий ступінь розвитку суспільства [27].

Мотивація доброчинності купців і промисловців була пов'язана не тільки з підвищенням економічної ролі цієї верстви, становищем її в соціальній структурі суспільства, її самоорганізацією та самоідентифікацією, а й особливостями світогляду, духовним і психологічним складом підприємців. Специфіка соціального становища та рис останніх пояснюється й тим, що період формування і становлення капіталізму в Україні був досить коротким (трохи більше півстоліття) при швидких темпах промислового розвитку та модернізації виробництва. При зростанні економічної ролі підприємницької верстви всі основні важелі державної влади залишалися у руках самодержавного уряду й численної бюрократії, яка поповнювалася переважно представниками помісного дворянства. Відповідно соціальний і становий статус промисловця та купця не відповідав економічному [27].

З іншого боку, в середовищі освіченої частини суспільства, як і в цілому в громадській свідомості, існував критичний погляд на підприємництво, пов'язаний з традицією заперечення культу багатства, «усвідомленням неправди грошей», коріння якого знаходилися у християнській православній моралі.

В переважній своїй більшості, вийшовши з низів, кращі представники торгово-промислових кіл зберегли у собі також традиції та релігійність народу, які були тим самим моральним стрижнем, без якого духовність і культура взагалі немислимі. До того ж багатство у суспільній думці того часу асоціювалося з таким моральним поняттям, як відповідальність. Тому філантропія серед представників ділового світу розглядалася як особлива місія, як виконання призначеного Всевишнім обов'язку. Цей чинник також впливав на те, що доброчинна діяльність ставала родинною традицією й передавалася з покоління в покоління.

Хоча звернення промисловців і комерсантів до доброчинності частково пояснювалося і прагматичними чинниками. Індивідуальні пожертви, членство в благодійних організаціях були засобом досягнення офіційного й суспільного визнання – державних нагород або посад в місцевих управлінських органах, збільшення авторитету власного імені та покращення іміджу родини. З середини ХІХ ст. у підприємницькому середовищі почали складатися певні психологічні стереотипи й поведінка стосовно пожертвувань на суспільні потреби. Участь у доброчинній діяльності купців і промисловців набула форми престижної соціальної поведінки. На багатьох великих підприємствах уже з кінця ХІХ ст. відрахування на навчальні та лікувальні заклади, різні соціальні потреби стали обов'язковими. Поряд із цим благодійна діяльність демонструвала чималі благодійницькі потенції купців і промисловців, які яскраво розкривалися в роботі їх представників в органах міського й, деякою мірою, земського самоврядування.

До того ж влада завжди високо цінувала зусилля благодійників як додаткове джерело фінансування державних завдань, стимулюючи цей процес відповідними атрибутами. За суттєві пожертвування вони отримували звання, чини, нагороджувалися орденами, входили до "штату" Імператорського людинолюбивого товариства [11].

Втім саме духовно мотивована доброчинність набувала найбільшого соціального ефекту. Адже загострення багатьох проблем у пореформеному суспільстві, викликаних розвитком капіталізму, спонукало підприємців власними зусиллями пом'якшувати їх, усвідомлюючи свою важливу роль у його поступі на гуманістичних та культурно-освітніх засадах.

В Україні на початку ХХ ст. статус найбільшого благодійного центру мав Київ, де громадська доброчинність набула великих розмірів, а її вплив був відчутним в багатьох сферах життя міста. Наприклад, 1913 р. тут налічувалося 86 благодійних організацій і товариств, з яких 47 надавали допомогу біднякам, малолітнім дітям та людям похилого віку, 15 – скаліченим і хворим, а 24 – незаможним учителям та студентам. За даними лише по 56 організаціях, їхні капітали

становили 6 072 600 руб., щорічні надходження – 1 075 500 руб., а витрати – 915 400 руб. Поряд із цим заможні громадяни, серед яких виділялися родини *Терещенків, Бродських, Дегтярьових, Симиренків, Демидових, а також І.І. Фундуклей, Г.П. Галаган, М.Ю. Карнас, М.С. Копилов* та інші, протягом другої половини ХІХ – на початку ХХ ст. засновували на власні кошти лікарні, гімназії та училища, дитячі садки, споруджували церкви, фінансували роботу культурно-мистецьких закладів. Так, *М.А. Терещенко* допомагав налагодити роботу Київського комерційного інституту, Жіночої торговельної школи, друкарської школи, київських гімназій. *Л.І. Бродський* запровадив ливарню при ремісничому училищі ім.Цесаревича Миколая, утворив особливий капітал при Імператорському Інституті Експериментальної медицини, бактеріологічному інституті для боротьби із заразними хворобами. Прізвище підприємця *В.Ф. Симиренка* можна зустріти серед жертводавців на будівництво Київського політехнічного інституту, де готувалися кадри для цукрового синдикату.

У Києві найбільше одноразове пожертвування приватної особи за весь час існування міста зробив 1898 р. купець *М.П. Дегтярьов*, заповівши свої капітали, нерухомість у сумі 2,5 млн руб. Через чотири роки на частину цих грошей було зведено комплекс благодійних закладів – 13 капітальних будівель, які перебували у віданні міської управи та утримувалися на відсотки з решти пожертвованих коштів.

З останньої третини ХІХ ст. доброчинність починає набувати специфічної ролі в соціальному поступі, коли виявляється її випереджаючий, соціально новаторський характер щодо аналогічної діяльності державних інституцій. З того часу чітко проглядається інноваційний характер громадської благодійності, яка випереджала соціальні стандарти, що домінували в практиці держави, а нерідко і у свідомості суспільства. Тут слід назвати в першу чергу спорудження дешевого міського житла, відкриття закладів із догляду за дітьми під час перебування батьків на роботі, заснування землеробських колоній та ремісничих притулків

(перевиховання й реабілітація малолітніх правопорушників), просвітницьких установ та інших соціальних інститутів.

Прикладом пом'якшення окремими благодійниками такої актуальної соціальної проблеми, як робітниче житло, є спорудження підприємцями Терещенками в Києві нічліжних притулків. У місті була відсутня розгалужена система дешевих приміщень, не велося приватне спорудження недорогого житла для робітників, оскільки не існувало заохочувальних стимулів. Індиферентність держави щодо цієї проблеми, відсутність необхідних коштів у міського самоврядування та загалом нерозвинена індустрія недорогого житлового будівництва спонукали насамперед промисловців дбати про помешкання як для робітничого класу, так і декласованого елемента. Вони усвідомлювали, що питання житла є не стільки економічною проблемою, а й складовою соціальної політики.

Значна увага приділялася організації трудової допомоги нужденним, улаштуванню будинків працелюбства, де громадяни не тільки отримували одяг, їжу та житло, а й мали змогу заробити собі копійку на прожиття. Під опікою дружини царя *Олександри Федорівни* у 1895 р. було засноване «*Попечительство трудовой помощи*», завдання якого полягало в координації дій зі створення відповідних закладів, що мали боротися не тільки з безробіттям, а й із професійним жебрацтвом. До цієї роботи були залучені чималі громадські сили, які сприяли тому, що в процесі розвитку будинки працелюбства трансформувалися із закладів для надання тимчасової роботи у великі установи з широкою діяльністю, різноманітними формами трудової допомоги всім бажаючим. І вже у 1900 р. вони функціонували в усіх губернських центрах, а також у таких містах: Одеса (два будинки), Миколаїв, Маріуполь, Ніжин.

Безплатна робітнича їдальня вважалась гордістю рудника *С.М. Колачевського*. Унікальність їдальні полягала в тому, що вона була пристосована під театр на 1000 глядацьких місць з власною сценою. Тут виступали славнозвісні театральні трупи з такими видатними майстрами, як Саксаганський, Заньковецька. По вихідних і святах влаштовувались читання з подальшим переглядом «туманних карток» (прообраз кіно). У підвальному

приміщенні цієї споруди розміщувалася пекарня, в якій випікалося до 60 пудів хліба на день. Тут знаходилася і лазня з душовою. Завдяки С. Колачевському з'явилась лікарня для робітників на 10 ліжкомісць, відкрито притулок для бездомних [48].

Об'єктивна потреба суспільства в освічених громадянах, у забезпеченні зростаючої економіки фахівцями й грамотними робітниками, недостатня увага уряду до просвітництва народу обумовили той факт, що освітня галузь стає пріоритетним об'єктом доброчинності на межі ХІХ-ХХ ст. Така діяльність усе більше набуває важливого суспільного характеру. Громадська ініціатива й благодійні капітали сприяли розвитку всіх ланок системи освіти - від заснування громадянських організацій та установ, які займалися поширенням освіти серед бідного населення, до створення професійних навчальних закладів усіх рівнів. Найбільш потужних зусиль у цьому плані, поряд із інтелігенцією, докладали підприємці, надаючи перевагу розвитку професійно-технічної й комерційної освіти. Кошти, надані ними, виявилися вирішальним чинником при заснуванні на межі ХІХ – ХХ ст. Катеринославського гірничого, Харківського комерційних інститутів.

Вже з 70-х рр. ХІХ ст. у Донецькому вугільно-металургійному і Криворізькому залізорудному басейнах, насамперед при копальнях і підприємствах гірничодобувної промисловості, їх господарі на свої кошти відкривали й утримували професійні школи, будучи зацікавленими в підготовці технічного персоналу для власних потреб. Найбільш потужних зусиль у цьому плані, поряд із інтелігенцією, докладали підприємці, надаючи перевагу розвитку професійно-технічної й комерційної освіти [27].

Кошти, надані ними, виявилися вирішальним чинником при заснуванні на межі ХІХ – ХХ ст. Катеринославського гірничого, Харківського комерційних інститутів. Наприклад, відомий підприємець нашого краю, купець першої гільдії, громадський діяч, меценат і добродійник **Мойсей Юдович Карпас** був власником підприємства Торговий Дім “М.Ю. Карпас и Сын” (в який входило “Товариство кам'яновугільних та залізних рудників Півдня Росії”),

Російського товариства торгівлі цементом, Варшавського страхового товариства від вогню, головою представництва “Піденно-Російського Дніпровського Металургійного товариства” (тепер ДМК). М.Ю.Карпас був членом Піклувальної ради комерційного училища в Катеринославі, підтримував цей заклад матеріально, пожертвував 5000 руб. на будівництво його будинку. Його заслуга є й у створенні Катеринославського вищого гірничого училища (тепер НГУ), Вищих жіночих курсів, Університету в Катеринославі [27].

Інший відомий промисловий діяч Півдня України – **Олексій Костянтинович Алчевський** знаменитий тим, що створив одну з перших у Росії промислово-фінансових груп у сучасному розумінні цього слова, що містила в собі банки, шахти, металургійні заводи, залізорудні рудники (під Кривим Рогом), а також транспортні компанії. Ним було засновано в Харкові два банки й товариство взаємного кредиту. Він же був і засновником Донецько-Юр’ївського металургійного товариства (нинішній Алчевський металургійний комбінат). На паях з бельгійськими компаніями виступив засновником металургійних заводів у Маріуполі. На пожертви Алчевського в Харкові з’явилося комерційне училище та сільськогосподарський інститут. Він також був одним з тих, хто пожертвував кошти на створення Вищого гірничого училища в Катеринославі.

Спрямовуючи пожертви до сфери освіти, купці та промисловці не тільки керувалися мотивом престижності, а й розглядали їх як своєрідну форму довготривалого вкладення капіталу в умовах розвитку ринкових відносин. Спеціальна освіта в підприємницькому середовищі стала визнаватися як фактор, що сприяв якісним змінам в управлінні торговельними закладами й промисловими підприємствами.

Прагматизм капіталістів в останні два десятиліття XIX ст. спонукав їх при багатьох заводах засновувати народні училища, вечірні класи для пролетарів, недільні читання та різного рівня професійні навчальні заклади. У перші роки XX ст., за даними української дослідниці *В.І. Кізченко*, при підприємствах України функціонувало близько 110 шкіл для дітей робітників. На той же час було також засновано 49 нижчих ремісничих навчальних закладів, в яких навчалися 3,3 тис. учнів. Тому

багато в чому завдяки організаційним та матеріальним зусиллям промисловців серед робітників України відсоток грамотних напередодні революції 1905-1907 рр. досяг 50,8 %, тоді як серед усього населення краю він не перевищував 20 % [27]. І хоча діяльність добродійних організацій та окремих осіб не могла вирішити всіх проблем освіти в Україні, а надана ними підтримка була далеко не достатньою для тієї ситуації, в якій перебувала школа, усе ж саме благодійність значною мірою компенсувала мінімальне фінансування державою цієї важливої для суспільства сфери.

Таким чином, промисловці, купці, іноземні компанії, які утворювали свої акціонерні товариства, виступали колективними жертводавцями тих чи інших комерційних закладів освіти, заклавши основи сучасної моделі соціальної відповідальності бізнесу. Іншим напрямом громадської благодійності для підтримки освітньої сфери, який набув широкого розвитку, було надання різнобічної допомоги незаможним учням і студентам. Допомога насамперед передбачала внесення плати за навчання, створення стипендіальних фондів, спорудження гуртожитків і їдалень, надання грошової допомоги, підтримку в різних невідкладних випадках.

Прилучення до освіти, розвиток естетичних смаків сприяли усвідомленню підприємцями значення й такого феномена, як меценатство – суспільно-корисної справи, спрямованої на розвиток культури та мистецтва.

Українські меценати об'єднували в собі два типи меценатів: фундатора та організатора, докладаючи певних зусиль до пропагування своїх надбань, розповсюдження наукових знань, утворення благодійних фондів. В бібліотеку Київського Товариства охорони пам'яток старовини і мистецтва **Б.І. Ханенко** пожертвував шість томів власних "Старожитностей Придніпров'я". Видало подружжя Ханенків і "Зібрання картин італійської, іспанської, фламандської, голландської та ін. шкіл" (1899) як каталог власної колекції. Мистецькому колу були добре відомі імена меценатів з "провінції": *В. Дідушицький, Терещенки, Б.І. Ханенко, П.І. Харитоненко, А.Шептицький* тощо - купували картини

видатних майстрів, сплачували закордонні відрядження художників, ініціювали проведення виставок. Внаслідок особливо інтенсивного нагромадження творів живопису в найбільших містах України – Києві, Львові, Одесі, Харкові – формувалися значні мистецькі зібрання, які згодом стали основою сучасних українських художніх музеїв. Колекціонування творів мистецтва було стільки ж справою престижу, скільки й вигідним вкладенням капіталу.

Українські митці часто виступали посередниками на мистецькому ринку між своїми колегами-художниками і меценатами, які бажали купити картини. Брак певної художньої освіти меценати компенсували залученням до співпраці відомих діячів культури та мистецтва *М. Біляшівського, Б. Гринченка, О. Лазаревського, І. Свенцицького* тощо.

В мистецьких колах інститут меценатства відіграв роль консерватора і охоронця результатів творчої діяльності. Представники культурницької інтелігенції не вважали для себе соромним звернутися до меценатів з проханням про надання фінансової допомоги для розвитку того чи іншого проекту. На той час склалася певна система індивідуальних прохань щодо залучення вільних коштів меценатів. Існувала і колективна форма клопотань у вигляді адресних аркушів, що розсилалися освітніми і благодійними товариствами земствам або особисто меценатам.

Садибне меценатство відноситься до підтримки мистецького і колекціонерського руху: саме в міських палацах і в заміських родових маєтках українського панства впродовж кількох поколінь збиралися високохудожні предмети декоративно-прикладного мистецтва, живописні полотна, скульптура, формувалися бібліотечні зібрання. Самі ж садибні комплекси являли шедеври садово-паркового й архітектурного мистецтва. Гостинно зустрічали митців у садибах *М.Д. Кондратьєва* – Низи, *Тарновських* – Качанівка та *Мотовилівка, Н.Г. Яшвиль* – Сунки та Княгіно тощо.

Меценатство має широку географію. Ф.А. Терещенко надавав грошову допомогу Сафарському монастирю в Тифлісі, музичним курсам в Курську. М.А. Терещенко пожертвував в



розпорядження голови археологічного з'їзду в Києві в 1898 р. графині П.С. Уваровій 3000 руб. для опису і видання Московським археологічним Товариством знімків пам'ятників старовини. Землевласник волинського с. Городка, *барон Ф.Р. Штейнгель* не лише влаштував музей, а розповсюджував культурницьку благодійність (на реставрацію Аскольдової могили, на спорудження Православного соборного храму в Варшаві). На реставрацію Батуринського палацу Російське Товариство охорони пам'ятників мистецтва і старовини отримало від *графа К.Л. Розумовського* 5000 руб.

Протягом досліджуваного періоду питома вага грошової допомоги закладам освіти призначалася відповідно до духовних заповітів тих чи інших меценатів. Маловідомі за життя *М. Белокопитов, М. Дегтярьов, П. Джунковський, І. Дунін-Барковський* та інші після оприлюднення їх духовних заповітів стали відомі як щедрі меценати культури і освіти. Окрім матеріальної підтримки загальної освіти, меценати приділяли увагу розвитку художніх та музичних шкіл.

Якщо меценатство в Україні несло ознаки елітарного явища, вимагаючи певних художніх смаків у меценатів, то виявити співчуття й милосердя до знедолених були в спроможі представники різних верств населення. Грань між приватним та суспільним благодійництвом в Україні не була чіткою. В досліджуваний період складаються територіальні заклади громадської опіки: земські, селянські, міські, церковно-приходські. Оскільки загальнолюдські моральні якості, такі як співчуття, жалість, милосердя, закладені в серцевину більшості релігійних систем, значною мірою сприяли розвитку благодійництва, тому найрозповсюдженішою формою благодійництва українських меценатів була пожертва убогим, на храми, церкви, богадільні. Наскільки тісно перепліталось художнє меценатство з приватною благодійністю свідчить зацікавленість у спорудженні собору Св. Володимира, яку виявляли усі відомі меценати Києва.

Однією з ланок в ланцюгу добродійного перерозподілу майна на користь бідних був духовний заповіт. Після реформ 60 - 70 рр. XIX ст. у Російській імперії поширюється заповіт

майна земству з домовленістю про його подальше використання (наприклад, на відкриття богаділень, шкіл, лікарень). У деяких випадках на прохання заповідача його ім'я присвоювали запровадженому ним закладу.

В м. Острозі завдяки крупним пожертвам місцевих православних поміщиків та імператорського двору в 1876 р. був освячений комплекс православного братства, куди входили церква, Кирило-Мефодіївська школа, жіноче підготовче та вище училища, селянська лікарня, бібліотека.

Активною є участь жінок в суспільній благодійності. Заможні спадкоємниці *М.Є. Браницька* та *А.Д. Гавриленкова* спорудили в своїх маєтках храми, церковно-приходські школи, лікарні. Жінки з родини Терещенків О.Н. Терещенко та Н.В. Терещенко були членами Ради Київського Відділу Кураторства Імператриці Марії Федорівни про глухонімих.

Таким чином, усі форми суспільної діяльності – служба в міських, земських чи професійних установах, участь у роботі добродійних товариств, членство в опікунських радах шкіл, училищ, притулків, лікарень тощо – вважалися важливим елементом функціонування держави і постійно заохочувалися владою, яка нагороджувала найбільш визначних активістів орденами, надавала їм чини, почесні звання й станові права. У такий спосіб уряд намагався стимулювати розвиток громадських інститутів, часто не вкладаючи в цю справу ані копійки. На тлі мізерних державних субсидій значення приватних пожертв було особливо вагомим.

Отже, господарська діяльність дореволюційної Росії у своїй моральній основі визначалася вимогами православного віросповідання. Це була економіка, в якій інтереси окремих людей не приносилися в жертву абстрактній ідеї економічної ефективності. Православна Росія йшла до свого «соціального ринкового господарства», причому значно раніше за Західну Європу.

Благодійництво і меценатство виходять насамперед із засад християнської моралі та вчення про допомогу ближньому. При цьому рушійною силою усіх добродійних справ завжди було

внутрішнє усвідомлення необхідності пожертв як окремій людині, так і на користь нужденних груп населення. Наслідування християнських принципів, окреслених заповіддю, що «права рука не повинна знати, що робить ліва», допомагало заможним людям безкорисливо ділитися з тими, кому підтримка була конче потрібна.

Розвиваючись на окремо взятій території, в межах тогочасної Російської та Австро-Угорської імперій, українське меценатство набуло своїх відмінних особливостей, а саме: переважання купецького меценатства, індивідуальної пожертви над колективною, особливо у вигляді духовного заповіту, міцні родинні традиції добродійності на базі релігійних норм, перетворення окремих маєтків знаті на локальні художні та освітянські центри, певна частка єврейського меценатства.

Усі напрямки благодійництва і меценатства виходили з загальних положень офіційної державної політики про “просвічену турботливість”, служіння привілейованих прошарків населення на користь іншим [12, 47].

Меценатство та благодійництво надавало українцям можливість увійти в коло імперської еліти. Водночас широка громадська благодійність українських меценатів була першим кроком до становлення професійної системи соціального обслуговування населення.

Якщо меценати на західноукраїнських землях віддавали перевагу створенню іменних філантропічних фондів, покликаних сприяти матеріальній підтримці окремих закладів за національною ознакою, то наддніпрянські благодійники діяли в руслі фінансування будівництва корпусів, запровадження іменних стипендій, головування в опікунських радах. Об'єднуючим чинником поставала активна приватна ініціатива.

Українська інтелігенція надавала велику роль моральності в походженні багатства меценатів.

Доброчинність на українських землях у ХІХ – на початку ХХ ст. була важливою складовою суспільного життя. Дослідження меценатства на прикладі переломного етапу

вітчизняної історії – друга половина XIX – початок XX ст. – має практичне значення для відродження культурних надбань українського народу, національно-культурного розвитку сучасної України. Усвідомлення меценатства актуально з погляду сприймання досвіду вітчизняних меценатів минулого в плані пошуку фінансової бази для здійснюваних культурних та соціальних заходів.

### **Питання для самоконтролю**

1. Ким, коли, з якою метою був написаний «Домострой»? Які відносини регулює «Домострой»?
2. Охарактеризуйте «Домострой» як еталон господарювання в православній соціально-економічній моделі.
3. Охарактеризуйте вплив православ'я на розвиток підприємницької діяльності.
4. Назвіть основні риси господарської культури вітчизняних підприємців.
5. Як ставились до багатства та до справи російські та українські промисловці та підприємці, виховані відповідно до норм православної моралі?
6. Охарактеризуйте добродійну діяльність промисловців та підприємців України та Росії (дореволюційний час).

### **Питання для обговорення**

1. У чому була особливість внутрішньофірмових відносин в дореволюційній Росії?
2. Як Ви вважаєте, які з принципів «Домострою» можливо і необхідно застосовувати в економічних відносинах у теперішній час?
3. Охарактеризуйте основні принципи господарювання, стосунків між людьми, в т. ч. в процесі господарської діяльності, за "Домостроєм". У чому відмінність принципів

"Домострою" від нинішніх уявлень про господарську діяльність, чи можна зараз застосовувати принципи "Домострою", де і в чому, який ефект можна чекати від цього?

4. У чому полягали особливості російського, українського підприємництва в XVI – XX ст. (ставлення до праці, своєї справи, багатства, працівників, колег, служіння державі, соціальне служіння).

### **Теми рефератів**

1. „Домострой” як еталон господарювання в православній соціально-економічній моделі.

2. Основні риси господарської культури вітчизняних підприємців.

3. Російські благодійники та меценати XIX – початку XX ст.

5. Благодійність і меценатство в Україні: минуле та сучасне.

6. Прагматичні і етичні критерії доброчинності.

7. Особливості культури і традицій українського народу, їх вплив на економіку і підприємницьку діяльність: минуле та сучасне.

8. Сучасні приклади ведення господарського життя за православними традиціями в Україні, Росії.

9. Підприємці, купці – меценати Слобідського краю.

10. Благодійницька діяльність на Слобожанщині: минуле та сучасне.

Література [9, 11, 12, 14, 20, 25, 27, 33, 42, 43, 47, 48, 60, 69, 75].

## **8. ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ЕТИЧНОГО КОДЕКСУ ПРАВОСЛАВНОГО ПІДПРИЄМЦЯ**

## 8.1. Необхідність, витоки та базові принципи православної етики підприємництва

Щоб збудувати міцну економіку та конкурентоспроможну державу, у господарській, у т.ч. підприємницькій діяльності необхідно дотримуватись певних правил, які передбачують не тільки професійні та ділові якості суб'єктів господарської діяльності, але і дотримання певних етичних норм та культури господарювання. Ці етичні норми повинні, безумовно, базуватись не тільки на загальнолюдських цінностях, але й на тих нормах і цінностях, які були сформовані у відповідній культурі, – для України це переважно православна культура.

Сучасний стан господарських, у т.ч. підприємницьких відносин, які панують в українському суспільстві, є, на превеликий жаль, досить далеким від того ідеалу, який був сформований в історично притаманній нам православній культурі господарювання.

Ділові і економічні відносини можуть і повинні мати етичну основу. В системі етично виправданих норм і правил поведінки можливо подолання найгостріших суперечностей і конфліктів, що виникають у сфері підприємництва. Припущення, що підприємництво неетичне у своїй основі, є помилковим і деструктивним. Православний підприємець своєю працею, як духовною, так і підприємницькою, повинен доводити помилковість цього припущення.

Щоб поступово повернутись до ідеалу підприємницьких відносин, сформованих у православній моделі господарювання та підприємництва, необхідно у тому числі мати уявлення про основні положення православної етики підприємницької діяльності, які можливо сформулювати у вигляді етичного кодексу православного підприємця.

В етиці будь-яких людських відносин відображається природа людини, у тому числі і духовна природа. Неможливо збудувати дієву етичну систему, у тому числі етику підприємництва, не звертаючись до Творця і Його заповідей.

*Тому кодекс православного підприємця покликаний сформулювати з православних позицій світоглядні оцінки найважливіших питань підприємництва, а також дати*

*орієнтири для підприємницької діяльності, засновані на православної духовності.*

Основою такого кодексу є Священне Писання і Священний Переказ, офіційні документи Церкви, а також багатовіковий досвід господарювання, який був сформований у православної цивілізації, найкращі норми, зразки та традиції вітчизняного підприємництва.

*Універсальною основою відносин зі всіма учасниками господарювання для підприємця виступає принцип справедливої взаємності.* Підприємець повинен прагнути вибудувати таку систему відносин, в якій будь-яка людина знаходилася б в об'єктивно рівних з етичної точки зору умовах, незалежно від умов, які йому пропонує існуюча реальність ділових відносин і умов ведення бізнесу.

Від морального закону, від його розпоряджень православна людина не може відмовитися. Людина знає, що за порушення закону вона обов'язково буде відповідати перед Богом, перед своєю совістю, перед суспільною думкою. Нікому не дозволено порушувати цей закон і миритися з цим порушенням, бо від порушення морального закону страждає не закон, а сам порушник.

Етичне значення підприємництва витікає з його постійної зверненості до корисних для людей справ, за винятком тих випадків, коли єдиним спонукальним мотивом підприємця є срібллюбство, єдиною метою його діяльності – отримання прибутку. *Святий Іоанн Златоуст* попереджав, що «как не засеянная и не насажденная земля производит траву сорную и негодную, так и душа, не упражняемая в добрых делах, а по природе своей непрестанно стремящаяся к деятельности, по необходимости предается злым делам» [цит. за 91].

Людина як образ Божий має особливу цінність, яку неможливо відняти. Вона повинна поважатися кожною людиною, суспільством і державою. Скоюючи добро, особа набуває гідності. Тому підприємець повинен *визнавати і усвідомлювати цінність всіх людей*, що беруть участь в його справі або так чи інакше пов'язані з ним. Прямий шлях до цього – постійна пам'ять про те, що кожна людина є образом Божим. Не визнаючи цінності

людей, підприємець виявляє неповагу до Творця, що абсолютно неприпустимо для православного віруючого.

Підприємець повинен прагнути забезпечити діяльність своєї справи так, щоб і він сам, і всі її учасники набували гідності – чесною працею надавали суспільству гідні продукти або послуги [65].

Постійна спрямованість до добра (в православному розумінні абсолютне добро – є воля Божа) змінює загальний погляд на справу, яка вже не розглядається як «машина для заробляння грошей». У «Зводі моральних принципів і правил в господарюванні» (прийнятому на Восьмому Всесвітньому Російському Народному Соборі) сказано:

*“Гроші – лише засіб для досягнення поставленої мети. Вони повинні знаходитися в постійному русі, в обігу. Багатством підприємця є справжнє діло, справа, яка захоплює його цілком”* [68].

*Критерій належного підприємництва, наявність в підприємстві православної складової* може визнаватись, лише коли підприємець бачить свою гідність і багатство у створеному ним ефективному і етичному бізнесі. В цьому бізнесі гроші відіграють роль засобу для досягнення поставленої мети – надійного існування самої справи, як можливості реалізації кожної людської особи і даних їй від Бога здібностей [68].

Етична традиція в історії православного підприємництва і управління свідчить, що одним із основних принципів ведення підприємницької діяльності був принцип, який формулювався таким чином: *“прибуток вище всього, але честь вище за прибуток”* [68].

Це означає, що прибуток не є єдиним мірилом доцільності тих або інших господарських дій. *Прибуток значущий тільки тоді, коли забезпечений честю і совістю:*

- в наявності чесне і справедливе ставлення до ділових партнерів, найманих працівників;
- виконуються зобов'язання перед державою і суспільством;
- виключається участь в етично сумнівних або аморальних і незаконних підприємствах;
- у всьому є прагнення до бездоганної ділової репутації.

## **8.2. Духовні норми поведінки в діловому житті**



Духовні норми поведінки в діловому житті, які притаманні православної моралі і, відповідно, етиці підприємницького життя, можливо сформулювати наступним чином.

*1. Постійне прагнення до виконання в житті заповідей Божих, покаяння при порушенні їх, природне і правильне внутрішнє упокорювання перед Богом.*

Підприємець, як і кожна людина, на своєму шляху проходить різні випробування. Його задача – у всіх випробуваннях упокорюватися перед Богом, а також бути покірливим і перед людьми. Потрібно пам'ятати, що випробуванням є і успіх справи, і її невдача.

Якщо підприємець загордився, то це не робить його успіх незаслуженим, але гордість позбавляє його слави Божої.

В невдачах підприємець випробовується на стійкість, на здатність робити висновки з помилок, виправляти промахи і не впадати в смуток. Його упокорювання виражається в терплячому, без незадоволення, подоланні труднощів, умінні зносити уколи самолюбства і скептичне ставлення до себе оточення. *Преподобний Антоній Оптинський* говорить:

«...Без благости в духе спастися невозможно, а благости от одних слов научиться нельзя – потребна практика, чтобы кто трепал нас, и мял, и выколачивал кострику (жесткая кора растений), без чего и в Царствие Божие попасть нелегко, которое многими скорбями обретается» [цит. за 91].

Православний підприємець приймає всі випробування як школу упокорювання, яка дозволяє йому виробити цю найціннішу, згідно з ученням святих отців, якість людини в очах Господа. Проявляючи в діловому житті упокорювання, підприємець йде до спасіння в Царстві Небесному.

*2. Орієнтація у всіх обставинах ділового життя на виконання заповідей*

Упокорювання дозволяє виконати заповіді, бо саме гордість і спокуси сприяють падінню людини, примушуючи її до гріха. Православний підприємець прагне у всіх обставинах ділового життя дотримуватися заповідей. У всіх складних і етично неоднозначних ситуаціях розроблення рішень повинно починатися з осмислювання тих чи інших ситуацій відповідно до заповідей.

### *3. Ставлення до підприємництва, як до виконання необхідної земної справи, завдання, даного Господом, як до сфери служіння Богу і людям*

Підприємництво розглядається як галузь, у якій, як і в будь-якій іншій етично виправданій діяльності, належить служити Богу і людям. Служіння підприємця полягає в організації економічних співтовариств людей, в яких кожний член співтовариства відповідно до свого покликання, талантів, знань, умінь і вільного вибору заслужено одержує своє місце власника, партнера, найманого менеджера, фахівця або співробітника будь-якої іншої необхідної професійному співтовариству професії.

У своєму служінні підприємець повинен прагнути до виконання волі Божої. Він має вірити, що збіг його особистої волі з волею Бога забезпечує успіх його служіння. Разом з тим важливо враховувати, що воля Божа буває як благовоління і як потурання.

*Преподобний Макарій Оптинський:* «Воля же Божия не связывает нашего самовластия, но совершается, взирая на оно – к чему клонится. Есть воля Божия по благоволению, и есть воля Божия по попущению, - и сия последняя бывает, когда мы хотим, чтобы было непременно так, как мы думаем, что будет для нас хорошо. А когда отдаемся в волю Божию и ищем не того, чего хотим, а что Ему будет угодно и нам полезно, то в сем бывает воля Божия – по благоволению, полезная и спасительная для нас, а при воле Божией, бывающей по попущению, неизбежны скорби и печали» [цит. за 91].

Виходячи із значення наведеного вислову, можна зробити висновок про наявність двох шляхів у господарському житті. Перший шлях полягає в тому, що люди самостійно обирають галузь, сферу своєї діяльності і засоби її здійснення, до яких людина і призначена. В цьому випадку Бог благоволить людині, надаючи необхідну підтримку. Ця підтримка призводить до того, що людина, долаючи труднощі, вчиться виправляти помилки, правильно бачити місце своєї діяльності в житті людей і безперестанну дію всемогутності, премудрості і благості Божої. Але можливий і другий шлях – коли людина приймає рішення, яким Бог не благоволить. З цього не витікає абсолютна неможливість здійсненності цих економічних справ. В цьому

випадку людські справи здійснюються відповідно до Божого потурання (рус. - попущення). Господь дає можливість людині реалізувати ту або іншу справу і переконатися в її некорисності і навіть згубності для самої людини.

4. *Ставлення до плодів підприємництва, як до таких, які даровані Богом для мудрого і розсудливого використання*

Підприємництво є одним з видів праці, етично рівноправним з іншими видами праці.

Церква благословляє будь-яку працю, спрямовану на благо людей; при цьому не віддається перевага жодному з видів людської діяльності, якщо така відповідає християнським етичним нормам. В притчах Господь Ісус Христос постійно згадує про різні професії, не виділяючи жодну з них. Він говорить про працю сіяча (Мк. 4:3-9), слуг і домоправителя (Лк. 12:42-48), купця і рибалок (Мф. 13:45-48), управителя і працівників у винограднику (Мф. 20:1-16) [9].

У цьому положенні сформульовано важливе визнання рівноправності функціонально різних видів економічної діяльності людей. У поданому переліку названі: підприємець (купець), менеджер (домоправитель), наймані працівники (слуги і працівники у винограднику) і вільні трудівники (сіячі, рибалки).

Через це до підприємництва застосовні й інші визначення, що характеризують *трудова діяльність* в православній культурі та етиці господарювання:

- праця є органічним елементом людського життя;
- праця – це творче розкриття людини, якій завдяки її богоподібності дано бути співтворцем і співробітником Творця;
- Слово Боже не тільки звертає увагу людей на необхідність щоденної праці, але і задає її особливий ритм (заповідь відпочинку у суботній день, а з апостольських часів – заповідь про неділю);
- праця сама по собі не є безумовною цінністю. Вона стає благословенною, коли являє собою співробітництво Творцю і сприяє виконанню Його задуму про світ і людину. Священне Писання свідчить про два мотиви до праці – праця як засіб власного існування та праця як засіб допомоги тим, хто потребує;
- через працю людина не тільки панує над зовнішньою природою, але в той же час праця – засіб панування людини над

своєю природою внутрішньою. Цей засіб покликаний перетворити людину, повернути їй втрачений рай і Боже благовоління. Це спосіб самовиховання і самовладання, можливість використати свої природні сили на служіння розумній ідеї.

### 8.3. Підприємницькі цінності

Перед тим, як розглядати основні підприємницькі цінності, необхідно зауважити, що основною цінністю є сама людина, яка у тому числі бере участь у підприємницькій діяльності. Тому *самого підприємця слід розглядати не тільки як учасника економічних, ділових відносин, але й у першу чергу як особистість, що має прагнути до духовного вдосконалення.*

Православний підприємець розділяє ключові цінності підприємництва, співвідносячи їх з етичними нормами православ'я. Він, зокрема, цінує такі *якості особи ділової людини:*

- чесність – якість, що дає можливість бути надійним і вигідним діловим партнером, працедавцем, якого поважають, виробником з доброю репутацією в очах споживача і держави;

- заповзятливість – здатність знаходити незадоволену потребу людей в товарі та/або послугі і організовувати відповідне виробництво, оптову та/або роздрібну торгівлю;

- працьовитість – здатність до постійної і напруженої підприємницької праці;

- дбайливість – загальне уважне ставлення до справи, турбота про її розвиток і процвітання;

- готовність йти на виправданий ризик – здатність приймати тягар відповідальності за рішення, які об'єктивно необхідні, але несуть в собі звичайні ризики підприємництва;

- розсудливість – якість, необхідна для уникнення поспішних або непродуманих рішень, в результаті яких втрачаються ресурси підприємця.

*Ставлення до ефективності і прибутку, як до можливості виконувати закон любові до ближнього – це наступна норма (цінність) православної етики підприємництва.*

Ефективність і прибуток – це важливі свідчення належного ведення справи, належного виконання обов'язків

підприємницького служіння. При цьому прибуток не розглядається з індивідуалістичних і користюлюбних позицій – як виключно призначений для збагачення, посилення влади і впливу самого підприємця.

Прибуток – результат успішного ведення справи і джерело її подальшого розвитку. Тому прибуткова справа, якщо вона ведеться етично, є об'єктивно в інтересах не тільки підприємця, але і найманих працівників, держави, партнерів і інших осіб (наприклад, тих, хто одержує ту або іншу користь від справи через добродійність або іншу підтримку).

Як казав *преподобний Амвросій Оптинський*, «не прибыль портит людей, а люди портят прибыль» [2]. Виходячи з цього прибуток при розумному ставленні до нього розуміється як органічний, невід'ємний елемент належно поставленої справи.

Наступними нормами-цінностями православної підприємницької етики є відповідне *ставлення до власності, багатства і бідності*.

*Ставлення до власності* ґрунтується на її визнанні як законного і гідного атрибуту людського життя в цілому і підприємницької діяльності зокрема. При цьому враховується те, що Церква не визначає прав людей на власність, але дає розуміння її місця у світогляді православного християнина.

*Право власності людини не абсолютно, а відносно*. Люди одержують всі земні блага від Бога, Якому і належить абсолютне право володіння ними. Відносність власності у світоглядному контексті виявляється в тому, що православний підприємець розглядає себе як тимчасового управителя тих благ, відносно яких він юридично виступає власником. *Як управитель, він визнає свою відповідальність за увірене йому майно перед Богом*. Ця відповідальність реалізується через сприйняття власності як дару Божого, даного і як випробування, і для використання на благо собі і ближнім. Духовна легітимність власності досягається тоді, коли ставлення до власності ґрунтується на євангельському принципі любові до ближнього.

Разом з тим Церква застерігає від надмірного захоплення матеріальними благами, засуджуючи тих, хто спокушається «заботами, богатством и наслаждениями житейскими» (Лк. 8:14) [9]. Матеріальні блага не можуть зробити людину щасливою.

Господь Ісус Христос попереджає: «Берегитесь любостяжания, ибо жизнь человека не зависит от изобилия его имения» (Лк. 12:15) [9]. Гонитва за багатством згубно відображається на духовному стані людини і здатна привести до повної деградації особи.

У позиції Православної Церкви по відношенню до власності немає ані ігнорування матеріальних потреб, ані протилежної крайності, що звеличує прагнення людей до досягнення матеріальних благ як вищої мети і цінності буття. *Майнове становище людини саме по собі не може розглядатися як свідоцтво про те, бажана або неугодна вона Богу.*

*Ставлення до багатства і бідності.* Багатство (власність на матеріальні блага у великих розмірах) виступає об'єктивним і закономірним наслідком успішної справи підприємця. Багатство як таке не може служити приводом для звинувачень підприємця в користолюбстві і, тим більше, в гріховності його шляху.

*Преподобний Варсонофій Оптинський* зауважував: «Можно спастись и в богатстве, и бедности. Сама по себе бедность не спасет. Можно обладать и миллионами, но сердце имеет у Бога, и спастись» [16]. Користолюбство, або зваблювання багатством, має місце тоді, коли багатство стає вищою цінністю для людини. В цьому випадку відбувається порушення заповіді Божої не «створи собі кумира». Господь попереджає про ілюзію сили і свободи в багатстві і владі. Така ілюзія – слабкість перед Богом. В неприв'язаності до багатства, свободі від всякої пристрасті до нього і служінні багатством Богу і людям підприємець знаходить праведність свого шляху.

У Священному Писанні немає осуду багатства як такого. Заможними людьми були і Аврам, і старозавітні патріархи, праведні Іов, Никодим і Йосип Аримафейський. Володіючи значним майном, не грішать той, хто використовує його згідно з волею Божою.

У зв'язку з цим вельми переконливо зауваження *блаженного Феодорита Курського*: "И говорим это, не богатство осуждая, не злом врачуя зло. Ибо если богатство худо, то хула падает на Давшего оное. Напротив того, говорим, что богатство и бедность Самим Творцом предлагаются людям, как некие вещества или

орудия, и люди, имея их, как художники, могут или изваять образ добродетели, или слепить кумир порока."

"Так будем судить и о богатстве, и о пользующихся богатством: первое освободим от обвинения, а последних, если будут справедливыми его распорядителями, увенчаем великими похвалами, а если, превратив порядок, окажутся рабами богатства, исполняющими всякое его повеление и услуживающими во всяком дурном деле, то составим на них приговор, обвиняющий в худом поведении, потому что поставленные властелинами, нарушили право владычества и господство обменили на рабство" [цит. за 91].

Важливо підкреслити: «звільнення багатства від звинувачення» не означає визнання його етичної переваги перед бідністю. *Вирішальне значення має праведність, яка робить гідним життя як багатой, так і бідної людини. Неправедна ж поведінка – зваблювання багатством у підприємця, лінь і небажання трудитися у бідного - в рівному ступені гідні осудження.*

*Тому в цілому багатство і бідність являють два полюси майнового становища, кожний з яких не має ніякої моральної переваги.*

*Архієпископ Іоанн Сан-Францисський (Шаховської) говорить: «По мере свого труда и воли Божией (без коей ничто ни на небе, ни на земле не совершается) христианин достигает того или иного имущественного положения, наиболее для него полезного и спасительного» [цит. за 91].*

Але це положення зовсім не заперечує необхідності пом'якшення майнової нерівності людей, особливо коли вона набуває крайніх форм – убогості та розкоші. Роблячи внесок в пом'якшення такої нерівності, допомагаючи бідним, заможні люди укріплюють моральність і багатих, і бідних.

#### **8.4. Мотивація підприємницької діяльності**

Для православної моделі господарювання властиві певні особливості мотивації господарської діяльності, у т. ч. підприємництва. Їх необхідно враховувати для того, щоб найбільш повно розкрити потенціал кожного учасника

господарських відносин, підприємницької справи, реалізувати базову, гуманну, соціальну, екологічну цілі господарювання, отримати максимальний соціальний та економічний ефект від справи.

Оскільки людина є біосоціодуховною істотою, у господарській, у т.ч. підприємницькій діяльності необхідно не тільки задовольнити тілесні потреби, але актуалізувати духовний та соціальний потенціал особистості. Найвищими з усіх потреб людини є духовні потреби і, відповідно, *найвищою з видів мотивації є духовна мотивація.*

*Духовна мотивація полягає у прагненні людини до духовної досконалості, до спасіння душі.*

Підприємця, який вихований у православній культурі, перш за все надихає шлях служіння Богу і людям. На цьому шляху він керується заповідями про служіння, які і формують його розуміння суті і змісту служіння ділового співтовариства.

*З духовної точки зору, підприємець приходить в Справу не для того, щоб організувати служіння людей собі. Навпаки, він організовує співтовариства людей (співробітників своєї компанії) для того, щоб послужити їм.* На практиці це виглядає дуже складним і навіть нереалістичним. Проте таке служіння стає реальним, якщо підприємець починає розглядати свою Справу як інструмент, за допомогою якого співробітники розкривають свої здібності і реалізують свою життєву мету. В цьому підприємець убачає і своє служіння Богу.

Виконуючи своє служіння Богу, підприємець слідує за Христом. Він вірить, що, по слову Господа, через вірне служіння буде з Ним і в земному житті, і в Царстві Небесному.

Наступним видом мотивації підприємця, без якої неможливе існування підприємницької діяльності, є *економічна мотивація, тобто – зацікавленість в отриманні прибутку.*

При цьому така мотивація узгоджується з моральними принципами господарювання і не є такою, що поглинає, підкоряє собі інші види мотивації. Православний підприємець повинен розуміти, що зацікавленість в прибутку і зростанні вартості компанії є невід'ємною частиною підприємницького служіння. З прибутку розширяється справа, що забезпечує розвиток компанії і досягнення мети служіння. Разом з тим, прагнення до



отримання прибутку не є самодостатньою мотивацією. *Важливо, щоб духовні і економічні прагнення, мотиви з'єднувалися в єдину духовно-економічну мотивацію, в якій прибуток і служіння не протистоять один одному, а гармонійно з'єднуються.*

За своєю духовною природою кожна людина прагне до досконалості. Православ'я підтримує і надихає це прагнення людини, яке у тому числі реалізується через працю, господарську, у т. ч. підприємницьку діяльність. *Ця досконалість виявляється у тому числі і в зростанні професіоналізму у своїй справі, що є наступним видом мотивації підприємницької діяльності.*

Рух до досконалості починається, перш за все, з морального і духовного вдосконалення. Досягається у міру виконання заповідей і упокорювання. Для підприємця актуально з'єднати моральний, етичний бік питання з професійною діяльністю (що відповідає принципу морального співвіднесення). Тобто спираючись на моральне і духовне вдосконалення, досягати досконалості професійної. *Ця професійна досконалість може бути вираженою у високій особистій компетентності підприємця і чудових характеристиках його справи.*

Тому апостол Павло говорить: “И все, что делаете, делайте от души, как для Господа, а не для человеков, зная, что в воздаяние от Господа получите наследие, ибо вы служите Господу Христу. А кто неправо поступит, тот получит по своей неправде, [у Него] нет лицепрятия” (Кол.3:23-25) [9].

На шляху до досконалості, яка, як і все на землі, не може бути абсолютною, потрібно не впадати в крайності і не вважати, що досконалість досягається тільки власними зусиллями людини, або, навпаки, надається Богом без будь-яких наших зусиль.

Святитель Іоанн, митрополит Тобольський зазначав: «Нам следует избегать односторонностей: мы не должны оставаться в лености, возложивши всё на Бога, а равно не должны думать мы, что сами собою, без Божией помощи и Его благоволения, можем совершить что-либо доброе. Ибо и Сам Бог всего не совершает, чтобы не оставит нас праздными, и нам не предоставил всё вершить, чтобы мы не превозносились тщеславно» [цит. за 91].

*Тобто мова йде про синергію дії Бога та людини (принцип синергії та вдячності).*

Удосконалюючись у своєму служінні, підприємець повинен прагнути до з'єднання власної волі з волею Божою і благословення Богом його справи. І саме з цієї точки зору розглядати свої ділові перспективи.

*Наступним видом мотивації є патріотична мотивація.*

Православний християнин покликаний любити свою Вітчизну і своїх братів по вірі, що живуть по всьому світу. Така любов є одним із способів виконання заповіді Божої про любов до ближнього, що включає любов до своєї сім'ї, одноплемінників і співгромадян – і стає джерелом патріотизму. *Патріотизм – це любов до своєї країни і віра в її народ, бажання зробити все можливе заради народу і Вітчизни.*

Патріотична мотивація служіння може проявлятися, зокрема, у тому, що підприємець буде обирати такі напрями своєї діяльності, які не мають переваг у вигляді швидкого прибутку, а є складними у реалізації, але дуже важливими для виживання, зростання добробуту народу і Вітчизни.

Одним з таких напрямів є високотехнологічні, наукоємні виробництва й інші напрями інтелектуальної діяльності. Сировинний потенціал будь-якої країни світу не може бути вічною основою її благополуччя. Природні ресурси – дар Божий, який є надбанням не тільки нинішніх, але і майбутніх поколінь. Ті природні ресурси, які сьогодні необхідні людині, але в майбутньому не можуть бути відновленими, слід витратити з розрахунком на багато століть вперед і, по можливості, замінювати відтворюваними ресурсами. Підприємець, який керується патріотичною мотивацією, може свідомо йти на значні труднощі і ризики ради служіння своєму народу і країні там, де це особливо складно, важко і необхідно робити.

Ще одним прикладом моральної мотивації, вибраної підприємцем відповідно до своєї особистої позиції, може стати *соціальна мотивація*. В цьому випадку підприємець реалізує свої проекти у галузях та сферах, де прибуток невисокий, але продукція і послуги мають особливо важливе значення з погляду повсякденного життя населення, його насущних проблем.

*Соціальна мотивація – вибір менш прибуткових, але соціально значущих галузей діяльності.*

Соціальна мотивація може, наприклад, спрямувати підприємця у сферу сільського господарства, де стан сільських жителів може бути у край важким. В цій сфері навіть незначний проект, який дасть людям на селі роботу, має високу етичну цінність.

Такі соціальні проекти можуть реалізовуватися в житлово-комунальному господарстві, сфері медичного обслуговування населення, громадського харчування, видавничій справі і тому подібному. Соціально мотивований підприємець прагне знаходити такі проекти і успішно реалізовувати їх.

### **8.5. Соціально-етична відповідальність підприємця**

У цьому параграфі ми розглянемо лише основні прояви соціальної відповідальності православного підприємця. **Соціально-етична відповідальність підприємця** передусім передбачає *формування справедливих і взаємовигідних відносин працедавця і найманого працівника*.

Нормою відносин підприємця і найманих працівників є справедливість і взаємна вигода. Найближчим вираженням справедливості і взаємної вигоди є розумність (економічна обгрунтованість) винагороди найманих працівників. Ця винагорода повинна бути конкурентоспроможною, тобто бути не нижче звичайного її рівня на аналогічних підприємствах.

Експлуатація найманих працівників виникає тоді, коли підприємець недоплачує їм за працю належної якості і тривалості або затримує цю оплату.

Можлива і експлуатація найманими працівниками підприємця. Це відбувається у тому випадку, коли працівники займаються під час робочого дня своїми особистими справами, добиваються завищеної оплати праці або не надають працю належного обсягу і якості. Справедливість і взаємна вигода виключають експлуатацію як першого, так і другого роду.

Замість експлуатації основою відносин підприємця і найманих працівників повинен стати справедливий баланс їх законних інтересів (до питання відносин працедавця і найманого працівника ми ще повернемося в наступній лекції).

Наступним проявом соціальної відповідальності православних підприємців, яка досить відома із історії вітчизняного дореволюційного підприємництва, є добродійність.

*Добродійність* є природною часткою інтересів підприємця і сферою його служіння. Добродійна діяльність повинна бути безкорисливою, здійснюватися за велінням серця. Вона не може розглядатися як спосіб отримання суспільного визнання, але тільки як шлях милосердя і догодження Богу. Підприємці можуть відкрито заявляти про добродійні проекти тільки з єдиною метою – залучення нових прихильників добродійної діяльності.

Святе Письмо закликає людей до милосердя: «Будьте милосерды, как и Отец ваш милосерд» (Лк. 6:36). «Человек милосердый благотворит душе своей» (Притч. 11:17). «Милосердый будет благословляем» (Притч. 22:9) [9].

Матеріальні ресурси дозволяють досягти людині благородної мети. На гроші можна побудувати храм для Богослужіння, школи для навчання дітей, будинки для хворих і бездомних, лікарні для хворих та немічних. Якщо багата людина розумно розпоряджається своїм добробутом, її гроші можуть забезпечити і їй, і іншим вічне благословення.

Здійснюючи добродійність, підприємець може об'єднувати її з добродійністю інших підприємців, щоб допомога приходила своєчасно. В добродійності підприємці керуються заповіддю:

«Давайте, и дастся вам: мерою доброю, утрясенною, нагнетенною и переполненною отсыплют вам в лоно ваше; ибо, какою мерою мерите, такою же отмерится и вам» (Лк. 6:38) [9].

Багато підприємців, на жаль, приходять до думки, що легше жертвувати грошима, ніж особистим часом, проте православна традиція вчить: *найцінніший дар – це особиста участь благодійника і його серцева теплота.*

Слід також відзначити, що *розсудливість* є важливою у будь-якій, навіть в такій справі, як добродійність. Розсудлива людина може принести набагато більше користі суспільству. Адже своїми продуманими діями вона допомагатиме людям з року в рік, роблячи свій посильний внесок в поліпшення того суспільства, в якому живе вона і її сім'я.

Наступною рисою соціально відповідальної діяльності православного підприємця є *захист навколишнього середовища.*

Природа є в очах Божих самостійною цінністю. Християнське ставлення до природи в ідеалі невіддільно від жалості і благоговійного ставлення до всякого творіння Божого. Отець Павло Флоренський писав про це так: «Тільки християнство породило невиданную ранее влюбленность в тварь и нанесло сердцу рану влюбленной жалости о всем сущем. Чувство природы – если разуместь под ним отношение к самой твари, а не к ее формам, если видеть в нем нечто большее, нежели внешнее, субъективно-эстетическое любование "красотами природы", это чувство всецело христианское и вне христианства решительно невысказанное, ибо оно предполагает чувство реальности твари» [цит. за 91].

Гріхопадіння людини стало причиною екологічної катастрофи. Смерть і хвороба уразили не тільки людину, але і природу. «...Проклята земля за тебе», - сказав Бог (Быт. 3: 17) [9]. Тому людина відповідальна не тільки перед Богом, але і перед природою. Вона завдала рани, що кровоточить, природі, але вона і буде тою, хто врятує її. Про це свідчить, зокрема, відоме місце з Послання до Римлян: «Ибо тварь с надеждою ожидает откровения сынов Божиих, потому что тварь покорилась суете не добровольно, но по воле покорившего (ее), в надежде, что и сама тварь освобождена будет от рабства тлению в свободу славы детей Божиих, ибо знаем, что вся тварь совокупно стенает и мучится донныне» (Рим. 8:19-22) [9].

Заставою порятунку природи є, таким чином, спасіння людини. Тільки в цьому випадку людина зможе виконати свій обов'язок по відношенню до неї. Таким чином, захист і порятунок навколишнього середовища є найважливішою задачею ділового співтовариства.

Необхідно добиватися вкорінення погляду на природу, як на систему, в якій неприпустимо порушувати закони її існування. Ці закони дані Творцем, їх порушення несе загрозу розпаду природи як цілого і, як наслідок, загрозу існуванню самої людини. Православний підприємець повинен уникати господарських рішень, які несуть небезпеку системних збоїв у природі. Більш того, він повинен оберігати та розвивати навколишній природний світ.

## **8.6. Відносини з державою і суспільством**

**Відносини з державою.** Основна форма відносин підприємця з державою – законослухняність. Підприємець будує свою діяльність на визнанні норм права держави і урахуванні їх дії в господарських відносинах.

Згідно із повчанням апостола Павла, “всякая душа должна подчиняться гражданской власти, поставленной Богом для ограждения от всякого зла в общественной жизни” (Рим. 13:1-4) [9].

Православна Церква завжди триматиметься вчення, яке вона сповідає з апостольських часів: *співпраця з владою в добрих справах і етичне протистояння її гріховним діям, особливо якщо йдеться про примушення до зречення від Бога і віри.*

Місія православ'я полягає в благодієльному впливі на цей світ і в заклику до порятунку всіх людей, у тому числі державних діячів. Про це пише святий апостол Павло в посланні до Тимофія:

«Итак, прежде всего, прошу совершать молитвы, прошения, моления, благодарения за всех человеков, за царей и за всех начальствующих, дабы проводить нам жизнь тихую и безмятежную во всяком благочестии и чистоте, ибо это хорошо и угодно Спасителю нашему Богу, Который хочет, чтобы все люди спаслись и достигли познания истины» (1 Тим. 2: 1-4) [9].

А таку місію неможливо виконувати, якщо не займати конструктивну позицію у відносинах з владою. Задача православних підприємців полягає не в поваленні влади, а в підтримці позитивних змін в ній.

Виходячи з цього православне підприємництво категорично етично не приймає твердження: «Політика і етика несумісні». Особлива роль православного підприємництва полягає в участі у формуванні якісно нового політичного суспільства, зацікавленого в добросовісній конкуренції і виявленні нових талантів, що вимагає від своїх учасників постійного підтвердження заслуженого авторитету.

Суспільство повинне бути ареною реалізації прав і обов'язків особи, а особа – повинна бути реалізацією суспільства як боговстановленого способу буття самої людини. В особі слід бачити Образ Божий, а в суспільстві – образ Церкви Христової; особа повинна бути готовою до суспільного служіння, а

суспільство – надати кожній особистості можливість для реалізації даних Богом талантів. Але на початку і в кінці всякого руху особи і суспільства повинен бути Господь Ісус Христос; тільки тоді створюватимуться основи справедливого і милосердного устрою влади і держави.

Влада є цінною, коли являє собою служіння правді і справедливості. Коли влада нікому не служить, окрім як самій собі, не визнає над собою нічого вищого, то вона не може бути етично виправданою. Така влада повинна бути гармонізована і збалансована інститутами цивільного суспільства. Підприємці можуть і покликані, виконуючи свій громадянський обов'язок, брати участь у процесах, пов'язаних з виборами властей всіх рівнів, і сприяти будь-яким етично виправданим і корисним починам держави.

Церква не бере участь в політичній боротьбі, передвиборній агітації, кампаніях на підтримку тих або інших політичних партій, суспільних і політичних лідерів, але вітає активну участь православного підприємницького співтовариства в політиці, якщо ця дія є прозорою і відкритою.

Беручи участь в управлінні державою і в політичних процесах, кожний православний мирянин покликаний засновувати свою діяльність на нормах євангельської моралі, на єдності справедливості і милосердя (Пс. 84:11) [9], на турботі про духовне і матеріальне благо людей, на любові до вітчизни, на прагненні перетворювати навколишній світ за словом Христовим.

**Інтегрованість в суспільство.** Діяльність православного підприємця інтегрована в суспільство. Це, зокрема, означає, що в його справі за інших рівних умов можуть взяти участь, як співвласники або наймані працівники, не тільки православні християни, але і представники інших конфесій і релігій. Відносини з такими співвласниками або найманими працівниками засновуються на визнанні рівної відповідальності для всіх за свої дії перед Богом.

Православний підприємець визнає, що відсутність єдності в релігійних питаннях ніяк не означає, що люди з різними релігійними позиціями не можуть в інших сферах життя відчувати свою загальнолюдську солідарність. За чудовим висловом святого Іоанна Златоуста, «у нас нет ничего общего

только с дьяволом, со всеми же людьми мы имеем много общего» [35].

**Ставлення до освіти, науки і культури.** Система освіти, науки і культури виступає безпосереднім інструментом формування соціальної і культурної єдності суспільства і є сферою прямого інтересу підприємницького співтовариства, як предмет його професійної компетенції. Православні підприємці виступають за формування суспільства, як суспільства свободи, і рівність можливостей реалізації кожної окремої особи.

Підприємницькому співтовариству необхідно піклуватися про духовний, інтелектуальний і фізичний розвиток кожної людини в суспільстві без урахування статі, національності або віросповідання. Капітал матеріальний і фінансовий сьогодні неможливо ані створити, ані утримати без капіталу інтелектуального – добровільного використання людиною у праці, справі своїх здібностей, умінь і знань. Кожній особистості повинні бути доступними знання і скарби культури, дана можливість реалізувати себе через освіту, наукову і творчу діяльність. Витрачена на це частина інтелектуальних і матеріальних ресурсів окупиться поліпшенням конкурентоспроможності підприємництва і суспільства в цілому.

Разом з тим православний підприємець не підтримує крайніх оцінок технологічного прогресу і творчості як самодостатніх для життя людини. Етичним орієнтиром для нього в питанні ставлення до творчості і матеріальної культури є таке положення:

«Якщо творчість сприяє етичному і духовному перетворенню особи, Церква благословляє її. Якщо ж творчість протиставляє себе Богу, стає антирелігійною або антилюдяною, перетворюється в антитворчість, то Церква протистоїть їй» [89].

**Ставлення до ЗМІ.** В умовах інформаційного суспільства підприємець надає належну увагу засобам масової інформації. Його ставлення до ЗМІ включає:

- пошану праці журналістів, покликаних забезпечувати суспільство своєчасною інформацією про те, що відбувається у світі, у тому числі про економіку і підприємництво;



- відповідальне ставлення до інформації, що надається і одержується через ЗМІ, як в плані її об'єктивності і достовірності, так і в плані її сприяння моральності;

- відмову від співробітництва зі ЗМІ, які розповсюджують тенденційну або свідомо неправдиву інформацію, які мають антихристиянську спрямованість.

Люди, суспільство і держава тільки тоді видужають, коли кожна людина, не озираючись на інших, займається собою і житиме як християнин, служачи Богу і людям тими знаряддями, які їй дані, прагнучи при цьому мати добрий вплив на людей, що її оточують. І тоді все впорядкується, самі собою встановляться правильні відносини між людьми, визначаться межі законні всьому.

### **Питання для самоконтролю**

1. Охарактеризуйте необхідність, витoki та базові принципи православної етики підприємництва.

2. Охарактеризуйте духовні норми поведінки в діловому житті згідно з кодексом православної етики підприємництва.

3. Розкрийте основні цілі та функції праці у християнській (православній) етиці господарювання.

4. Розкрийте ставлення до власності, багатства та бідності згідно з кодексом православної етики підприємництва.

5. Охарактеризуйте підприємницькі цінності згідно з кодексом православної етики підприємництва.

6. Проаналізуйте особливості мотивації підприємницької діяльності згідно з кодексом православної етики підприємництва.

7. Розкрийте зміст соціально-етичної відповідальності підприємця згідно з кодексом православної етики підприємництва.

8. Охарактеризуйте особливості відносин підприємця з державою і суспільством згідно з кодексом православної етики підприємництва.

## Питання для обговорення

1. Як ви думаєте, чи є нині Україна православною країною? Чому?

2. На Ваш погляд, православ'я стримує активність у бізнесі або, навпаки, зміцнює упевненість бізнесмена в правильності своїх дій?

3. Уявіть, що ви очолюєте деяку приватну фірму. При інших рівних обставинах з ким би ви більше хотіли мати справу: з фірмою, очолюваною віруючою людиною, чи ні? Поясніть свій вибір.

4. Як ви думаєте, чи є ідея головного героя роману Ф.М. Достоевського "Підліток" православною ідеєю (миттєво розбагатіти і роздати усі гроші жебракам)? Спробуйте проаналізувати її. Чи близька вона вам?

5. Наведіть приклад етичного кодексу (кодексу) ділової етики сучасної української компанії. Охарактеризуйте його з позиції норм православної етики підприємництва.

## Теми рефератів

1. Православне розуміння підприємництва.

2. Дія православ'я на розвиток підприємництва.

3. Православна та католицька етика підприємницької діяльності: порівняльний аналіз.

4. Православна та протестантська етика підприємницької діяльності: порівняльний аналіз.

5. Старообрядницький тип господарювання та розвиток підприємництва.

Література [2, 9, 16, 35, 39, 54, 68, 89, 91, 92, 93].

## 9. ВІДНОСИНИ ПРАЦЕДАВЦЯ І ПРАЦІВНИКА У ПРАВОСЛАВНІЙ ЕТИЦІ ПІДПРИЄМНИЦТВА

Згідно із православною етикою господарювання, у відносинах, які складаються у спільній праці, ми повинні прагнути до ідеалу, заданого Священним Писанням і працями святих отців Церкви. Як стверджують провідні економісти, міжособистісні відносини в трудовому колективі більше впливають на продуктивність праці, ніж рівень зарплати. А сучасний світ є таким, що трудитися нам доводиться спільно. Цікаво, що у перекладі з грецької мови «загальна служба, загальна справа» називається літургією. Літургія у церковній практиці – служіння Богу і вона відбувається у храмі. Але люди можуть продовжувати це загальне служіння і на робочому місці, якщо будуть ставитись до будь-якої своєї справи, як до служіння Богу. Якщо кожний керівник бачитиме в людині, з якою працює, ближнього, який потребує уваги і турботи, і якщо кожний, хто трудиться, бачитиме цю турботу і відповідатиме на неї чесною працею, творенням загальної справи, тоді іншою стане не тільки наша Вітчизна – тоді іншим стане наш світ .

У шостому розділі Євангелія від Луки є прекрасні слова: «*И как хотите, чтобы с вами поступали люди, так и вы поступайте с ними*» (Лк. 6:31) [9]. Виходячи з цього і повинні будуватися відносини працедавця і працівника. Ставлення до праці, один до одного виражаються через конкретні вчинки.

Спочатку поговоримо про працедавців. Вони завдяки своєму статусу мають владу, але неприпустимо цією владою зловживати. Чим вище начальник, тим більшу відповідальність за інших він несе, тим більше він повинен віддавати себе іншим: «*Кто хочет между вами быть большим, да будет вам слугою*» (Мф. 20:26) [9].

Корисні поради для керівників можна знайти в святоотцівській літературі. Ось, наприклад, авва Дорофій так пише про ставлення начальників до підлеглих: «*За случающиеся же проступки не слишком негодууй, но без смущения показывай вред, происходящий от проступка. Если нужно сделать выговор, то обращай внимание на лицо и выбирай удобное время. Не взыскивай строго за малые проступки, как будто сам ты совершенно праведен, и не часто обличай, ибо это тягостно и*

*привычка к обличениям приводит в бесчувствие и небрежение. Не приказывай властительно, но со смирением ... Когда брат тебе сопротивляется, удержи язык твой, чтобы отнюдь ничего не сказать с гневом, и не позволяй сердцу твоему возвыситься над ним» [1].*

Російський підприємець, банкір Володимир Павлович Рябушинський, представник купецької династії Рябушинських, у своїй книжці «Московське купецтво» писав, що аж до початку ХІХ ст. існували стійкі уявлення про специфічні гріхи господаря, про які спеціально питали на сповіді. І що особливо тяжкими серед господарських гріхів вважалися невивплата заробітної плати, обман і утиск (*притеснение*) працівників. Зараз за часів становлення нового вітчизняного підприємництва, за часів відродження ділової етики, заснованої на православному світогляді, розуміння цих специфічних «гріхів господаря» стає дуже актуальним. Саме тому при розробленні «Основ соціальної концепції Російської Православної Церкви» цьому питанню була надана належна увага. Ось що ми можемо прочитати у VI розділі цього документа під назвою «Праця і її плоди» [89]:

*«Церковь учит, что отказ в оплате честного труда является не только преступлением против человека, но и грехом перед Богом.*

*Священное Писание говорит: «Не обижай наёмника ... В тот же день отдай плату его ... чтоб он не возопил на тебя к Господу, и не было на тебе греха» (Втор. 24:14-15) [9]; «Горе тому, кто ... заставляет ближнего своего работать даром и не отдаёт ему платы его» (Иер. 22:13) [9].*

Існує безліч способів, як недодати плату своєму працівникові, способів обману і прихованої експлуатації працівника працедавцем. Православний підприємець, що живе згідно із заповідями Божими, повинен пам'ятати слова з послання апостола Іакова: *«Послушайте вы, богатые: плачьте и рыдайте о бедствиях ваших, находящихся (на вас). Богатство ваше сгнило, и одежды ваши изъедены молью. Золото ваше и серебро изоржавело, и ржавчина их будет свидетельством против вас и съест плоть вашу, как огонь: вы собрали себе сокровище на последние дни. Вот плата, удержанная вами у работников, пожавших поля ваши, вопиет, и вопли жнецов дошли до слуха*

*Господа Саваофа. Вы роскошествовали на земле и наслаждались; питали сердца ваши, как бы на день заклания». Він повинен прагнути впровадити на своєму підприємстві прозорі, зрозумілі і справедливі відносини.*

Тому, як стверджується в «Етичному кодексі православного підприємця» [92], підприємець має перед своїми працівниками соціально-етичну відповідальність, і їх відносини повинні формуватися на справедливій і взаємовигідній основі. *«Нормою відносин підприємця і найманих працівників є справедливість і взаємна вигода. Найближчим вираженням справедливості і взаємної вигоди є розумність (економічна обґрунтованість) винагороди найманих працівників. Ця винагорода повинна бути конкурентоздатною, тобто бути не нижче звичайної нагороди на аналогічних підприємствах. Експлуатація найманих працівників виникає тоді, коли підприємець недоплачує їм за працю належної якості і тривалості або затримує цю оплату».*

Але відносини між працедавцем (господарем) та працівником мають двосторонній характер. Ми звикли міркувати про експлуатацію працівників працедавцями, але чомусь дуже рідко говорять про іншу експлуатацію, яка теж має місце, про експлуатацію працедавця працівниками.

Один підприємець розказував такий випадок: він орендував добрий офіс, обставив його меблями, обладнав всім необхідним і найняв працівника, який повинен був виконувати обов'язки редактора видання. Спочатку працівник витребував собі вільний графік відвідування офісу, навівши аргументи, що нормувати його роботу складно і частенько він продовжує свої редакторські функції вечорами і у вихідні дні. Потім він умовив підприємця оплачувати його мобільний телефон, по якому йому тепер стали дзвонити ділові партнери. На офісному принтері він став роздруковувати не тільки свої власні рукописи, що не мають відношення до його прямої роботи, але і робив роздруківки всім своїм домашнім, друзям і знайомим, у зв'язку з чим працедавець просто не встигав міняти картриджі і закупляти нові пачки паперу. Далі він став використовувати торговий бренд підприємця для друкування і отримання прибутку з власних буклетів і так далі. Треба зазначити, що працівник виявився в цьому відношенні дуже винахідливим. Чи варто говорити, що

процес його звільнення завдав працедавцеві немало неприємностей аж до шантажу і судових тяжб. І ця історія, на жаль, не одинична. Напевно, немає такого підприємця, який би не пройшов через подібні пригоди. Про таких працівників говорив святитель Тихон Задонський: *«...суть истые воры и хищники, когда, взявшие достойную цену, не хотят прилежно работать, но ленно и нерадиво работают, и только дни и часы провождают»* [цит. за 91].

Експлуатація працівником працедавця відбувається тоді, коли працівник недбало ставиться до своїх трудових обов'язків: займається під час робочого дня своїми особистими справами, добивається завищеної оплати праці, не виконує роботу належного обсягу і якості, краде або недбало витрачає ті засоби праці і матеріали, які надходять у його користування, використовує в особистих інтересах Інтернет, телефонний зв'язок, які оплачує працедавець, та інше.

Приводом для такої експлуатації, крім несумлінності працівника, може бути і зайва довірливість працедавця, відсутність належного контролю або чітких інструкцій для роботи. Працедавець не повинен «вводити працівника в спокусу», і всі відносини обох сторін краще ясно і розумно структурувати.

На жаль, наша країна пережила негативний досвід господарювання радянського періоду у фазі його розкладу, коли праця була неефективною, низькопродуктивною, неякісною, безвідповідальною, на робочих місцях процвітало пияцтво, крадіжка, споживацтво. Класичною для радянської економіки була картина, коли один копав яму, а п'ятеро людей командували і давали йому вказівки.

Все це не могло не позначитися на ставленні працівників до праці. І хоча сьогодні на робочі місця приходить нове покоління, наслідки неправильного ставлення до праці ми зживатимемо ще довго. Колосальна відповідальність лежить на керівниках, але величезна відповідальність - і на підлеглому. На робочому місці неприпустимо лихослів'я, пияцтво, лінощі.

Нехлюйство, халатність, недбалість і лень у жодному випадку не повинні стати синонімами нашого національного

характеру. І український господар, і працівник вміють бути старанними і акуратними, дбайливими і працелюбними. Про це свідчить безліч прикладів і з казок, з вітчизняної літератури, з історії.

Отже, як написано в «Етичному кодексі православного підприємця», *«замість експлуатації основою відносин підприємця і найманих працівників повинен стати справедливий баланс їх законних інтересів. Підприємець повинен визнавати і усвідомлювати цінність всіх людей, що беруть участь в його справі або так чи інакше пов'язані з нею. Прямий шлях до цього – постійна пам'ять про те, що кожна така людина є образом Божим. Не визнаючи цінності людей, підприємець виявляє неповагу до Творця, що абсолютно неприпустимо для православного віруючого.*

*Підприємець прагне забезпечити діяльність своєї справи так, щоб і він сам, і всі його учасники набувати гідності – чесною працею надавали суспільству гідні продукти або послуги. Постійна спрямованість до добра змінює загальний погляд на справу, яка вже не розглядається як «машина для заробляння грошей» [92].*

*А в «Декларації про права і гідність людини» (прийнята на Десятому Всесвітньому Російському народному соборі) мовиться: «Людина як образ Божий має особливу цінність, яку не можна відняти. Вона повинна поважатися кожним з нас, суспільством і державою. Роблячи добро, особа набуває гідності. Таким чином, ми розрізняємо цінність і гідність особи. Цінність – це те, що дано, гідність – це те, що набувається» [цит. за 91].*

Сьогодні неможливо ані створити, ані утримати капітал матеріальний і фінансовий без капіталу інтелектуального - добровільного докладання людиною своїх здібностей, умінь і знань. Людині-працівникові повинні бути доступними знання і скарби культури, можливість реалізувати себе через освіту, наукову і творчу діяльність. Витрачена на це частина інтелектуальних і матеріальних ресурсів окупиться поліпшенням конкурентоспроможності підприємництва і суспільства в цілому.

Підприємець не тільки не повинен перешкоджати бажанню працівника отримати спеціальну або вищу освіту, але, навпаки,

повинен йти назустріч такому бажанню, допомогти в його реалізації. За наявності можливості підприємець може здійснювати навчання своїх співробітників за рахунок фірми. До речі, багато вітчизняних промисловців бачили в розвитку своїх співробітників, у навчанні їх, пряму вигоду підприємству, для цього вони організовували свої школи і училища. Людині не властиво все життя залишатися на одному рівні, їй необхідно зростати, у тому числі і професійно. Якщо це зростання працівник може здійснити в рамках своєї компанії, він навряд чи шукатиме інше місце роботи.

Зрозуміло, працівник, який отримав знання за рахунок фірми, при православному ставленні до справи повинен розуміти, що всяке благодіяння гідно подяки, і навіть якщо працедавець ніяк не регламентував відносини зі своїм працівником в цьому плані, було б розумним своєю працею хоча б частково (протягом якогось часу) відшкодувати гроші, що були затрачені на нього.

Ще хотілося б сказати про взаємодопомогу в колективі, про постійний обмін інформацією, досвідом, «знахідками», набутими в процесі діяльності. Чомусь часто прийнято вважати, що в умовах конкуренції не варто допомагати один одному і обмінюватися досвідом. В результаті моральний клімат в колективі псується, трудові відносини перетворюються на боротьбу за виживання, «підсиджування» один одного. Все це неприпустимо в здоровому трудовому колективі. І вже давно помічено, що взаємодопомога в православному підприємницькому середовищі не тільки сприяє розвитку нормальних моральних відносин, але і є однією з визначальних умов професійного зростання. Колись Бернард Шоу сказав: «Якщо у вас є яблуко і у мене є яблуко, і якщо ми обміняємося цими яблуками, то у вас і у мене залишиться по одному яблуку. А якщо у вас є ідея і у мене є ідея, і ми обміняємося цими ідеями, то у кожного з нас буде по дві ідеї». Математичний парадокс, чи не так? А тим часом цей парадокс добре працює. І його треба зробити законом етичних відносин в підприємницькому співтоваристві. І тут дуже багато що залежить від керівника, який повинен заохочувати відповідні відносини.

### **Питання для самоконтролю**



1. Охарактеризуйте відносини працедавця і працівника у православній етиці підприємництва.

2. В чому полягає двосторонній характер відносин між працедавцем і працівником?

### **Питання для обговорення**

1. Якими рисами характеризуються відносини між працедавцем і працівником у сучасному українському бізнес-середовищі?

2. Що, на Вашу думку, необхідно зробити, щоб стосунки між працедавцем та працівником у сучасному українському бізнес-середовищі наблизились до норм православної етики підприємництва?

3. Що Ви можете сказати про перспективи розвитку ділової культури і етики в Україні в ХХІ ст.?

### **Теми рефератів**

1. Формування соціально відповідальних відносин між працедавцем та працівником (досвід західних країн).

2. Формування соціально та морально відповідальних відносин між працедавцем та працівником у сучасному українському бізнес-середовищі: проблеми та перспективи.

Література [1, 9, 58, 88, 89, 91, 92].

## **10. ВІДНОСИНИ ПАРТНЕРІВ ПО БІЗНЕСУ У ПРАВОСЛАВНІЙ ЕТИЦІ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Незважаючи на те, що заняття бізнесом витікає з індивідуальних прагнень підприємця, в процесі його діяльності виникають проекти, які можна зробити тільки спільно, об'єднавши зусилля з одним або з групою інших підприємців. В цих проектах можна не тільки отримати підвищений прибуток, але і поставити свій бізнес на більш високий рівень, здолати ті задачі, які неможливо підняти поодиночі. На жаль, як показує практика, здійснення таких проектів вдається набагато рідше, ніж того хотілося б. Чому?

Візьмемо типовий приклад. Дві ділові людини об'єднуються для спільної реалізації проекту. Але, оскільки бізнес неможливо зважити на аптекарських терезах і розділити порівну, через деякий час одному з них починає здаватися (або це відбувається насправді), що він вкладає в проект набагато більше сил і коштів, ніж його діловий партнер. Тому він пропонує переглянути умови отримання прибутку з рівних часток на інші. Припустимо, тепер перший стане одержувати сімдесят відсотків, а другий – тридцять. Далі вже все передбачено – за цим слідує накопичення внутрішньої незадоволеності один одним і розвал підприємства. Внаслідок чого втрачає не тільки той, хто дійсно (або нібито) вкладав у цю справу менше, але і відповідно той, хто вкладав (або так йому здавалося) більше. Тобто втрачають обидва.

Якщо відкинути всі подробиці і конкретні деталі і розглянути ситуацію глибше, то виявиться, що частіше за все заважає здійсненню спільних проектів така людська якість, яку в православній традиції називають гордістю або гординою. Гордині органічно властивий дух суперництва. Причому, чим менше людина помічає її в собі, тим сильніше вона знаходить і ненавидить її в інших. Гордість – це завжди ворожнеча, вона сама – ворожнеча. Гордість не Бога, а себе вважає самостійною і єдиною причиною всього доброго, що є в тобі і навкруги тебе. От як визначає цю якість словник Даля: *«Гордий – гордовитий, зарозумілий, чванливий; надутий, такий, що зазнався; хто ставить себе самого вище за інших»* [31].

Ще у Старому Заповіті ми прочитаємо: *«Начало греха - гордость»* (Сир. 10:15). Гордість виникла у світі раніше всіх інших гріхів (раніше людської історії) і абсолютно справедливо вважається коренем того дерева, на якому виростають і гілкуються

всі мислимі і немислимі людські гріхи, великі і маленькі. *«Этот нечистый дух, говоритъ про гордість святий Єфрем Сирин, изворотлив и многообразен; почему употребляет всякия усилия возобладать всеми, и каждому, каким кто ни идѣт путѣм, ставит на оном сеть. Мудрого уловляет мудростию, крепкого крепостию, богатого богатством, благообразного красотою, красноречивого красноречием, имеющего хороший голос приятностию голоса, художника искусством, оборотливого оборотливостию»* [цит. за 91].

Коротко історія виникнення гордості така. Раніше видимого світу і людини Бог створив світ духовний - невидимий, світ ангелів. Ангели, як і згодом людина, були створені з вільною волею, і всі вони повинні були вільно визначитися в любові до свого Творця. Але знайшовся серед них світлий ангел під ім'ям Денніца, який вважав себе таким красивим, таким могутнім, що сам схотів стати, як Бог. І як тільки він так подумав, в його душі виникла ненависть і ворожнеча до Бога. В ній зародилося зло. А оскільки ніщо зле не може належати Всевишньому, повсталий проти свого Творця Денніца відпав від Бога (до того ж він захопив за собою безліч інших ангелів). В той момент він перестав бути ангелом і став дияволом, а спокушені ним ангели стали бісами. Такі якнайдавніші витoki виникнення гордості. Диявол же став спокусником перших людей Адама і Єви, спокусивши їх можливістю *«бути як боги»*.

З тих пір в пошкодженому гріхопадінням світі гордість виявляється у всіх своїх різноманітних видах: від нездатності немічної людини просити про необхідну допомогу до грандіозного бажання іншого своєю міццю *«перевернути і перевлаштувати»* весь світ, оскільки гордівник вважає, що вже він-то влаштує світ набагато краще за Бога.

Чим інтенсивніше виражена в людині гордість, тим на більше вона вважає себе такою, що має право, і, не коливаючись, добивається здійснення своїх прав. По суті, гордість і є та сама суб'єктивна несправедлива міра справедливості, що живе в кожному з нас. Ті, хто позбувся гордості і набув упокорювання, про справедливість вже не говорять ніколи. *«Любовь всё терпит, все покрывает, всему верит ...»* (1 Кор. 13:7) [9]. Стосовно до нашого прикладу про спільний бізнес, чим людина більш гордовита, тим

більше їй здаватиметься, що її внесок у партнерську справу вагоміше, а отже, і подяка повинна бути значнішою.

Але якщо любов і упокорювання – це ті якості, які об'єднують і притягають людей, то гординя, зарозумілість і егоїзм роз'єднують, вони відштовхують людей один від одного, як відштовхуються один від одного однополюсні магніти. Гординя – це завжди небажання зрозуміти будь-кого, поступитися слабому, простягнути йому руку допомоги, підтримати, а іноді просто змиритися і не помітити чужої немочі. Гординя – це те, що заважає людині бути не тільки сильною, але і при цьому щедрою: адже, якщо ти такий сильний, як вважаєш, щедро ділися своєю силою з іншими, а не будь дріб'язковим, вираховуючи, скільки тобі недодали грошей або подяки. Природно, що така поведінка різко відрізняється від доброзичливого, розумного, дбайливого і вдячного ставлення до своїх ділових партнерів. Як не дивно, в діловій співпраці примітивна арифметика працює погано. І виграти, і отримати більше здатний той, кому вистачає мудрості дивитися в перспективу.

Всі святі отці пишуть про те, що як би багато не читала людина про гординю, розпізнати її в собі надзвичайно складно, тому що вона ховається під різними, іноді вельми благородними личинами. *«Крепко наблюдай за проявлениями гордости: она проявляется незаметно, особенно в огорчении и раздражительности на других из-за самых неважных причин»*, радить святий праведний Іоанн Кронштадтський. А ось афоризм, який традиційно приписують Ларошфуко: *«У гордости тысяча обличий, но самое искусное и самое обманчивое из них – смирение»*. Тож, як не дивно, гордість уміє надягати і маску чесноти.

Істинне упокорювання здатне вирішити проблеми, які уявляються нерозв'язними, відновити відносини, які уявляються такими, що не підлягають відновленню, добитися недосяжного, налагодити те, що, за людськими мірками, налагодити вже неможливо. Горда людина завжди боїться, що, змирившись перед іншими, вона може втратити свою особу, свою гідність. Але гідність гордівника – помилкова, і не можна втратити те, чого не маєш. Істинну гідність має тільки покірливий.

В історії російського підприємництва є дуже яскравий приклад, що показує нам помилкову гідність людини гордої і істинну гідність людини покірливої. Йдеться про Миколу

Олександровича Алексеєва, що походить із славної династії купців Алексеєвих, власників *золотоканительного* виробництва, *шерстемийних* фабрик, бавовноочищувальних заводів, кінних заводів, вівчарських господарств і *міднопрокатних* і кабельних ліній. До слова сказати, у всіх своїх виробництвах вони були новаторами, що застосовували найбільш передові технології того часу. В 1885 р. Миколу Олександровича Алексеєва вибрали міським головою. Те, що він встиг зробити на своєму посту для впорядкування Москви, заслуговує якнайглибшої пошани. Згадують, що Микола Олександрович володів гарячим темпераментом, сильною волею, рішучістю, не терпів тяганини, відкладання розгляду питання на який би то не було термін. На засіданнях Думи, якщо якесь питання не знаходило співчуття у більшості, Микола Олександрович заявляв: «Я знаходжу, що пропозицію необхідно привести у виконання, а якщо пани голосні відкинуть її, то заявляю, що вона буде проведена з моїх особистих коштів». Особливо пам'ятна серед його діянь історія створення психіатричної лікарні на Канатчиковій дачі.

Побачивши, в якому плачевному стані і тісноті знаходилися психічнохворі в існуючих лікарнях, Микола Олександрович оголосив збір пожертвувань. І незабаром була набрана велика сума. До речі, будь-який добродійний збір Алексеєв починав з себе. Він перший вніс в це підприємство 350 тисяч рублів. Коли ж звернулися по допомогу до відомого багатія Т. (відомого, на жаль, і своєю скупістю), він пожертвував десять тисяч. При зустрічі з ним Алексеєв сказав:

- Як же ви мене образили, Іван Сергійович!

- Це чому ж? спохмурнів Т.

- Ну як же! Така багата людина, а виписали чек всього на десять тисяч. Виписали хоча б на п'ятдесят, я б вам в ніжки вклонився.

Не сумніваючись, що «уклін в ніжки» це лише «фігура мови», Т. сказав ущипливо:

- Так, за те, щоб побачити, як міський голова кланяється мені в ніжки, дійсно п'ятдесяти тисяч не жаль.

Яке ж було його здивування, коли Алексеєв, як був у білому фракку і білих брюках, при збігу народу, бухнувся перед ним на коліна і продовжував стояти до тих пір, поки не принесли перо і чорнильницю і зніяковілий багатій не підписав чек на

обумовлену суму, а потім поспішно ретирувався із збору. В цій історії все відбулося, як за Євангелієм: «... *всякий, возвышающий сам себя, унижен будет, а унижающий себя возвысится*» (Лк. 18:9-14) [9].

Треба зазначити, що так само заважає партнерському бізнесу і зайва довірливість. Можна було б написати цілі томи про те, як псуються відносини між соратниками або навіть добрими друзями, коли між ними стають гроші. Розглядаючи історію підприємництва в нашій країні, ми говорили про те, що був період, коли чесному купецькому слову вірили і без паперових розписок, але не варто забувати, що це було під час добре розвинутих відносин в купецькому стані. Відносини між співвласниками справи регулювалися тоді за особливими правилами. Сьогодні ці правила не працюють. І відома безліч прикладів, коли дані у позику, на дружньому довір'ї, гроші неможливо отримати назад. В цих випадках підприємцеві доводиться робити для себе нелегкий етичний вибір: скасувати борг або ж повернути гроші якимись насильницькими методами.

Щоб не опинитися в такій ситуації, набагато краще взагалі не вводити в спокусу свого товариша. Ще в стародавньому Ізраїлі існувала безліч форм розписок, розлучних листів і інших паперів для того, щоб регулювати механізми грошових відносин між людьми на юридичній основі. З тих пір в цьому відношенні ми зробили крок далеко уперед, і в даному випадку не варто нехтувати «благами цивілізації». У бажанні ж шукати правих і винуватих в таких ситуаціях краще пригадати слова з Євангелія від Матвія: *«Горе миру от соблазнов, ибо надобно придти соблазнам; но горе тому человеку, через которого соблазн приходит»* (Мф. 18:7) [9]. Християни, і особливо святі, завжди знали цю легку схильованість (рос. – *удобосклоняемость*) до гріха людської природи. Людина, яка поводиться абсолютно гідно і праведно при відсутності спокуси, раптом може зробити щось таке, що і сама від себе не чекає. Не випадково в молитві «Отче наш», яку заповідав нам Сам Спаситель, є прохання «і не введи нас в спокусу ...». Зрозуміло, йдеться не про те, що Господь здатний спеціально вводити людей в спокусу, але про те, що Він може допомогти не впасти в спокусу, якщо бачить нашу неміч. А у звичайних спільних проектах

захистити від спокуси може простий договір, що має юридичну силу, обумовлює права і обов'язки кожної сторони.

### **Питання для самоконтролю**

1. Охарактеризуйте відносини партнерів по бізнесу у православній етиці підприємництва.
2. Які людські якості партнерів по бізнесу заважають успішній спільній реалізації проектів?

### **Питання для обговорення**

1. Чи можна стверджувати, що культурно-етичні традиції дореволюційного російського підприємництва були втрачені в радянський період? Чому?
2. В яких умовах відбувається формування сучасної української ділової культури? Назвіть основні чинники, що визначають зміст і спрямованість цього процесу.
3. Чим характеризується ділова культура сучасної України? Які її основні риси і особливості?
4. Подумайте про моральні проблеми, з якими стикається сучасний український бізнес. Які з них, на ваш погляд, є найбільш складними? Чи є шляхи їх вирішення?

### **Теми рефератів**

1. Стосунки підприємців з діловими партнерами: досвід західної етики підприємництва
2. Формування соціально та морально відповідальних стосунків між діловими партнерами в українському бізнес-середовищі: проблеми та перспективи.

Література [9, 42, 46, 88, 91, 92, 93].

## **11. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ БІЗНЕСУ**

## 11.1. Еволюція концепції соціальної відповідальності бізнесу

Зародження концепції соціальної відповідальності бізнесу припадає на кінець XIX – початок XX ст. Первісне поширення вона одержала в середовищі американських інженерів, що бачили в демонстрації "великого почуття соціальної відповідальності" шлях до підвищення соціального престижу своєї професії. Через деякий час зазначену концепцію почали пов'язувати з бізнесом. У 20-х роках в американських ділових колах поширення набула концепція "служіння", згідно з якою фірми повинні мати й інші цілі, крім "створення грошей". Діяльність заради цих цілей, які не мають відношення до прибутку, була об'єднана одним поняттям – "служіння".

*Концепція "служіння"* виявилася недовговічною (унаслідок як її недостатньої ясності і опрацьованості, так і складного економічного становища в кінці 20-х рр.) і поступово втратила свою популярність в ділових колах. У наступні два десятиліття на зміну їй приходить концепція "соціальної відповідальності", яка спочатку мала переважно теоретичний характер, а після Другої світової війни поширилася і в ділових колах. Основу сучасного підходу до соціальної відповідальності корпорацій заклала опублікована в 1953 р. книга американського економіста **Г. Боуена** "Соціальна відповідальність бізнесмена", де автор сформулював доктрину соціальної відповідальності як обов'язок бізнесменів проводити ту політику, приймати ті рішення і дотримуватися тих напрямків діяльності, які бажані з погляду цілей і цінностей суспільства.

У багатьох відношеннях поняття корпоративної соціальної відповідальності є мостом між макро- і мікрорівнем прийняття етичних рішень. В економічній теорії рішення на рівні фірми прийнято відносити до мікрорівня (мікроекономіка), але в етиці бізнесу цілком обґрунтованим є їх розгляд на деякому проміжному рівні. Це пов'язано з тим, що, як правило, важливу роль у розвитку та підтримці корпоративної соціальної відповідальності відіграє держава. І навпаки: рішення фірми, що стосуються соціальних проблем, можуть у певних випадках впливати на державну політику. Більше того, в галузі соціальної відповідальності часто спостерігається свого роду



"демонстраційний ефект". Отже, уявляється виправданим розглядати корпоративну соціальну відповідальність як свого роду міст між макро- і мікрорівнем прийняття етичних рішень [58].

## **11.2. Аналіз понять «соціальна відповідальність» та «корпоративна соціальна відповідальність»**

Поняття «*корпоративна соціальна відповідальність*» (КСВ), «*соціальна відповідальність бізнесу*» (СВБ) почали формуватися в 70-80 рр. ХХ ст., коли провідні компанії США і Великобританії почали усвідомлювати необхідність об'єднання розрізнених елементів корпоративної політики, пов'язаних з взаємовідносинами компаній, з окремими чинниками зовнішнього середовища і вироблення цілісних підходів щодо взаємодії з суспільством.

До того ж актуальність ведення соціально-етичного бізнесу посилюють деякі обставини: по-перше, фінансово-економічна криза, яка ще не закінчилася, тому не усунені її корінні причини; по-друге, зростання визнання нагальності екологічної проблеми, що має глобальний характер; по-третє, перехід світової економіки, велика частина продукту якої зосереджена в промислово розвинених країнах, від 5-го до 6-го техніко-економічного укладу. Хоча остаточні контури нової моделі поки не визначилися, але вже ясно, що вона повинна відрізнятися більшим ступенем соціальної та екологічної відповідальності. Тобто турбота про конкурентоспроможність на ринку повинна поєднуватися із соціальною відповідальністю перед суспільством.

Єдиного визначення КСВ, СВБ немає і, певно, не може бути, оскільки йдеться про системний підхід до комплексної проблеми.

Провідне об'єднання корпорацій США, що займається розвитком і просуванням концепції СВБ *Business for Social Responsibility* (Бізнес за соціальну відповідальність), визначає корпоративну соціальну відповідальність як «досягнення комерційного успіху шляхами, які засновані на етичних нормах і пошані до людей, співтовариств, довкілля» [цит. за 76].

*Зелена книга* у сфері соціальної відповідальності, прийнята Європейською Комісією у 2001 р., визначає соціальну відповідальність як «концепцію, в рамках якої компанії на добровільній основі інтегрують соціальну і екологічну політику в бізнес-операції і їх взаємовідношення зі всім кругом пов'язаних з компанією організацій і людей» [цит. за 7]. Такий підхід сьогодні прийнятий більшістю країн Європейського союзу.

Міжнародний стандарт *ISO 26 000 «Керівництво з соціальної відповідальності»*, прийнятий у 2010 р., визначає соціальну відповідальність як відповідальність організації за вплив її рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка сприяє сталому розвитку, у т. ч. здоров'ю та добробуту суспільства, враховує очікування зацікавлених сторін, відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам поведінки та інтегрована у діяльність організації і практикується у її відносинах [цит. за 15].

За версією *Світової Ради Компаній зі Сталого Розвитку*, КСВ – це довгострокове зобов'язання компаній поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників та їх родин, громади й суспільства загалом [цит. за 77].

Якщо узагальнити визначення СВБ понад 50 міжнародними організаціями, серед яких Світовий Банк, ООН, Business for Social Responsibility, Caux Round Table, Corporate Citizenship International, European Academy for Business in Society, European Association of Communication Agencies (EACA), International Business Leaders Forum (IBLF), Market Opinion Research Institute (MORI), Social Accountability International, World Business Council for Sustainable Development, ***соціальна відповідальність як підхід до бізнесу має такий набір характеристик:***

- СВБ – це добровільний вибір компанії в умовах зростаючої конкуренції і зниження довіри до бізнесу;

- СВБ виходить за рамки зобов'язань, визначених бізнесу законодавством, зі сплати податків, створення робочих місць і генерації прибутку;

- СВБ включає всіх членів місцевого співтовариства: бізнес, ЗМІ, владу, неприбуткові організації, населення, інвесторів тощо;

- СВБ – це не спосіб вирішити проблеми суспільства за рахунок бізнесу, а спосіб брати участь у розвитку того середовища, в якому бізнес працює;

- СВБ – це підхід до сталого розвитку з прямим (як правило, довгостроковим) впливом на фінансові показники компанії [81].

Дуже часто КСВ ототожнюють із добродійністю або із покращенням ефективності застарілого обладнання. Це – найпоширеніший міф корпоративної відповідальності. Ми говоримо не просто про благодійність, не просто про закриття неефективних виробництв, йдеться про сутність компанії, про те, як щоденно вона працює. Наприклад, можна просто продавати товари, а можна побудувати процес продажу таким чином, щоб навчати споживачів, як використовувати товар для отримання прибутку. Компанія, яка розробляє програмне забезпечення, може безкоштовно вчити молодь програмуванню. З одного боку – люди отримують спеціальність, з іншого, компанія може відібрати найталановитіших програмістів. Окрім прямої допомоги зі збільшення заможності покупців, це допоможе закрити "дірку" в навчальній системі, коли люди, старші 40 років, мають проблеми з адаптацією до ринкових умов, особливо у сфері зайнятості. Окрім допомоги дитячому будинку на Новий Рік, ще можна організувати програму стажувань у компанії для школярів із цього дитячого будинку і т.д. [22].

Узагальнюючи наведене вище, соціальну відповідальність бізнесу можна визначити як добровільне зобов'язання бізнес-організацій проводити таку політику, приймати такі рішення, розвивати такі напрямки діяльності, які є бажаними з точки зору цілей та цінностей суспільства.

### **11.3. Підходи до корпоративної соціальної відповідальності**

Існує чотири основні підходи до корпоративної соціальної відповідальності: 1) ринковий підхід, 2) підхід з позиції державного регулювання, 3) підхід з позиції "корпоративної совісті", 4) підхід з позиції "зацікавленої особи".

**1. Ринковий підхід.** Дієвість цього підходу в тому, що він забезпечує готову форму регулювання діяльності корпорації,

усуваючи потребу в бюрократичному втручанні держави. Згідно з ринковим підходом, споживач завжди знаходиться в найбільш вигідному становищі в такому суспільстві, де корпорації керуються лише принципом множення прибутку в умовах вільної конкуренції. Цей підхід знаходить значну підтримку в рамках загальної економічної теорії.

Слабкість цього підходу в тому, що він не охоплює соціальних проблем, які є відображенням так званих ринкових невдач, або ринкових наслідків (наприклад, целюлозно-паперовий завод забруднює річку отруйними відходами і збільшує число захворювань раком в населеному пункті нижче за течією). Все зростаюча кількість таких побічних ефектів у сучасних індустріальних країнах наводить на думку про те, що "невидимій руці" вільного ринку може знадобитися допомога у вигляді держави, великих промислових об'єднань або спеціальних підрозділів усередині корпорацій.

**2. Підхід з позиції державного регулювання.** Більшість прихильників цього підходу розглядає державні структури як правомочних наглядців над діловим життям, хоча державне регулювання ніколи не буває досконалим. Більше того, вони, як правило, вважають, що люди за своєю природою зазвичай потребують досить сильних страхітливих засобів, щоб утримуватися від гріха (різними юридичними способами).

Аргументом на користь цього підходу є те, що закон часто використовується як основа для прийняття етичних рішень, незважаючи на те, що він погано пристосований для цих цілей. Причина ж цього, цілком ймовірно, в низькому моральному рівні більшості громадян. Для багатьох людей, як показують дослідження, різниця між правильним і неправильним вчинками визначається ступенем їхньої законності. У такому випадку закон може виявитися ефективним інструментом для підняття рівня етичної поведінки (за умови його „досконалості”).

Недоліки підходу з позиції державного регулювання пов'язані з великою складністю управління бізнесом в сучасній індустріальній державі. У більшості країн світу цивільне законодавство поступається кримінальному в ясності і послідовності. Крім того, державні відомства, на яких покладено завдання з регулювання діяльності будь-якої галузі

промисловості, найчастіше самі потрапляють в залежність від галузі. Це відбувається через декілька факторів.

По-перше, кожна галузь вимагає специфічного підходу в управлінні, і державним структурам доводиться вдаватися до допомоги експертів, що працюють у цих же галузях. В результаті галузь сама встановлює порядок регулювання і управляє власною діяльністю під не дуже суворим контролем державної структури. По-друге, дуже часто службовці потрапляють в державні управлінські структури з відповідної галузі і після закінчення державної служби знову повертаються в галузь.

Незважаючи на ці труднощі, підхід з позиції державного регулювання показав себе ефективним в деяких галузях управління бізнесом.

**3. Підхід з позиції корпоративної совісті.** Сила цього підходу в тому, що його критерієм є моральна відповідальність, яка виникла всередині корпорації, а не якийсь фактор, зовнішній по відношенню до неї, тобто тут є можливість для саморегулювання, а не регулювання відносин попиту та пропонування державними структурами. Двигуном цього підходу є здорова, етично витримана корпоративна культура. Цінності цієї корпоративної культури можуть бути зведені в етичний кодекс корпорації або просто відбитися в її репутації. У будь-якому випадку підхід з позиції корпоративної совісті спирається більшою мірою на загальнолюдські цінності, якими дорожать і керівництво, і підлеглі.

Зростання сучасної великої корпорації і супутнє зростання професійного менеджера вимагають концептуальних рамок, в яких ці явища можна пов'язати з моральним мисленням. Принцип морального проектування сприяє такій зв'язці завдяки визнанню нового рівня організації в суспільстві і, отже, нового рівня відповідальності.

**4. Підхід з позиції "зацікавлених осіб".** Підхід до управління організацією з позиції "зацікавлених осіб" розглядає її як частину соціальної структури суспільства, перед яким вона також несе відповідальність.

Термін "зацікавлені особи" (stakeholder) з'явився вперше у внутрішньому меморандумі в Станфордському дослідному

інституті в 1963 р. і відноситься до "тих груп, без підтримки яких організація припинила б своє існування".

"Зацікавлена особа" в широкому сенсі – будь-які група або особа, що піддаються ідентифікації і можуть вплинути на досягнення поставлених організацією цілей або на яких може вплинути досягнення поставлених організацією цілей. У цьому сенсі "зацікавленими особами" є об'єднані спільними інтересами суспільні групи, урядові організації, профоб'єднання, конкуренти, союзи, а також робітники і службовці, групи покупців, власники акцій та ін.

"Зацікавлена особа" у вузькому сенсі – будь-які група або особа, що піддаються ідентифікації, від яких залежить подальше виживання організації. У цьому сенсі "зацікавленими особами" є робітники і службовці, групи покупців, деякі постачальники, основні урядові організації, деякі фінансові органи та ін.

З точки зору стратегії корпорації "зацікавлену особу" треба розуміти в широкому сенсі: при виробленні стратегії необхідно враховувати всі ті групи, які можуть вплинути на досягнення поставлених цілей корпорацією. Так, деякі підприємства громадського користування в США найчастіше звертаються до послуг консультативних груп з числа "зацікавлених осіб".

Використання концепції "зацікавлених осіб" на аналітичному рівні означає мислення у категоріях, які ширше, ніж нинішні стратегічні і тактичні проблеми. Воно пропонує погляд на питання суспільної політики з точки зору "зацікавлених осіб", з тим щоб зрозуміти, як взаємини між організацією та її "зацікавленими особами" змінюються при реалізації певної політики.

Надзвичайно цікавим у контексті об'єднання існуючих теорій є підхід, висловлений А. Кероллом, який запропонував трактувати корпоративну соціальну відповідальність як своєрідну «піраміду», що складається з економічної, правової, етичної та дискреційної (філантропічної) відповідальності організації перед суспільством (показана на рис. 11.1) [97].



Рис. 11.1. «Піраміда» корпоративної соціальної відповідальності

В основі «піраміди» А. Керолла лежить економічна відповідальність, оскільки історично компанії створювалися як виробники товарів та послуг, що дозволяло забезпечувати потреби членів суспільства, та, відповідно, отримувати прибуток. Правова відповідальність передбачає необхідність дотримуватися існуючих законів, підпорядковуючи свою економічну діяльність існуючим законодавчим нормам. Етична відповідальність вимагає від підприємства діяти відповідно до суспільних очікувань, які не фіксуються правовими нормами (подекуди перевищують їх), але базуються на існуючих нормах моралі зацікавлених сторін. Дискреційна (філантропічна) відповідальність передбачає, що підприємство буде добровільно відповідати на очікування суспільства та направляти свою діяльність на підтримку та розвиток соціальних програм, виступаючи при цьому у ролі «корпоративного громадянина». Аналізувати досягнення компаній по кожному виду відповідальності А. Керолл пропонує у розрізі зацікавлених сторін, відмічаючи, що подібний підхід дозволяє підприємству визначитися з тими чи іншими видами соціальної відповідальності виходячи з особливостей кожної групи.

Деякі інші підходи до розвитку ідеї корпоративної соціальної відповідальності були висловлені сучасними

вітчизняними дослідниками, зокрема Ю.Є. Благовим, Ф.І. Хміль та ін.

Ю.Є. Благов запропонував об'єднати існуючі підходи до соціально відповідального характеру діяльності підприємства у дві великі групи (табл. 11.1):

1) концепції «ядра» корпоративної соціальної відповідальності, які дають відповіді на запитання: чому підприємство має бути соціально відповідальним та який зміст цієї відповідальності, як саме підприємство має реагувати на вимоги, очікування та побажання суспільства та якими є результати соціально відповідальної діяльності підприємства;

2) «альтернативні» концепції, а саме: підходи з позиції управління зацікавленими сторонами, корпоративного громадянства та корпоративної сталості підприємства [10].

Таблиця 11.1

Класифікація підходів до ідеї відповідальної діяльності підприємства

Назва групи	Підходи	Характеристика підходу
Концепції «ядра»	«Корпоративна соціальна відповідальність»	Дає відповіді на запитання: чому підприємство має бути соціально відповідальним та який зміст цієї відповідальності?
	«Корпоративна соціальна чуттєвість»	Дає відповідь на запитання: як саме підприємство має реагувати на вимоги, очікування та побажання суспільства?
	«Корпоративна соціальна діяльність»	Дає відповідь на запитання: якими є результати соціально відповідальної діяльності підприємства?
«Альтернативні» концепції	«Управління зацікавленими сторонами»	Визнає легітимність інтересів зацікавлених сторін у різних аспектах діяльності підприємства та наявність у них власних внутрішніх цінностей
	«Корпоративне громадянство»	Фокусується не на проблемах, які породжуються внаслідок взаємодії підприємства з усіма зацікавленими сторонами, а на потребах конкретної місцевої громади та пов'язаній з нею благодійній діяльності
	«Корпоративна сталість»	Модель управління підприємством, яка охоплює економічну, соціальну та екологічну діяльність підприємства як у короткостроковій, так і довгостроковій перспективі



*Ф.І. Хміль* визначив чотири групи поглядів на питання соціальної відповідальності підприємств. Перша група полягає у тому, що підприємці, керуючись власним сумлінням, здійснюють добровільну благодійну діяльність у формі підтримки соціально незахищених верств населення та меценатства. Друга група поглядів визначає соціальну відповідальність підприємництва через забезпечення власної ефективної діяльності, зайнятості населення та недопущення порушень законів держави. Відповідно до третьої групи поглядів, суспільство очікує активних дій власників капіталів у таких сферах, як захист навколишнього середовища, охорона здоров'я, громадянські права, захист споживачів. Прихильники четвертої групи поглядів вважають, що держава є основним виразником інтересів суспільства і відповідними правовими актами регламентує відповідальність підприємництва перед ним [87].

#### **11.4. Оцінка корпоративної соціальної відповідальності**

Для того, щоб порівнювати соціально відповідальну діяльність різних компаній або діяльність однієї і тієї ж компанії в різні проміжки часу, щоб досліджувати зв'язок між соціальною активністю компанії і її фінансовими показниками, необхідно якимось чином кількісно оцінювати прояви цієї активності. Існують декілька підходів до вирішення цього завдання. Деякі підходи досить очевидні, наприклад, експертна оцінка організацій, складання всіляких, у тому числі і етичних, рейтингів. Проте абсолютно ясно, що в діяльності таких експертних рад багато суб'єктивізму і заангажованості. Хто повинен визначати соціальну активність корпорації? Найімовірніше, люди, які добре знають дану галузь бізнесу (працювали або продовжують працювати, або мають фінансові чи інші інтереси в цій галузі). Отже, необхідна ясна формалізована методика обчислення кількісного показника, що характеризує корпоративну соціальну відповідальність.

Найбільш обґрунтованою і поширеною методикою оцінки соціальної діяльності корпорацій (CSP - corporatesocial performance) є наступна. Спочатку виділяються різні напрямки соціальної діяльності. Складається спеціальний опитувальник,

заповнюючи який група респондентів повинна оцінити відносну важливість кожного з цих напрямків. Узагальнення результатів опитувальників є визначенням показника відносної важливості конкретного напрямку соціальної діяльності, де  $w_1, w_2, \dots, w_k$  – сукупні ваги, що присвоюються відповідним  $k$  напрямкам. Також проводиться незалежна оцінка діяльності компанії за  $k$  напрямками ( $a_1, a_2, \dots, a_k$ ). Складовий показник CSP визначається як сума добутків оцінки діяльності компанії за  $k$ -м напрямком і ваги, яка присвоєна відповідному  $k$ -му напрямку:

$$CSP = \sum_{j=1,k} w_j \times a_j. \quad (11.1)$$

На цій же методиці заснована і оцінка зміни CSP ( $\Delta CSP$ ). Для визначення  $\Delta CSP$  для кожної компанії оцінюється зміна соціальної діяльності по кожному напрямку за відповідні роки. Таким чином,  $a_1, a_2, \dots, a_k$  – оцінка соціальної діяльності компанії за  $k$ -м напрямком в період часу  $t-1$ . Складовий показник  $\Delta CSP$  визначається таким чином:

$$\Delta CSP = \sum_{j=1,k} w_j \times (a_j - b_j). \quad (11.2)$$

Таким чином, важливими складовими процесу визначення CSP є: 1) виділення напрямків CSP; 2) визначення вибірки респондентів для оцінки відносної значущості кожного напрямку і 3) незалежна оцінка діяльності компанії по кожному напрямку. Зазвичай виділяються такі важливі напрямки соціальної діяльності компанії:

1. Відповідальність за надану продукцію (НДДКР компанії, створення репутації виробника високоякісних продуктів, нерозповсюдження продукції, яка може завдати шкоди споживачам).

2. Зв'язки з громадськістю (благодійність, підтримка економічно незахищених груп населення).

3. Захист навколишнього середовища (розроблення, виробництво і використання товарів і послуг компанії з мінімальним негативним впливом на довкілля).

4. Проблеми працюючих жінок і неповнолітніх (корпоративна система прийому на роботу та просування жінок і неповнолітніх, включаючи підтримку непрацездатних членів сім'ї).

5. Відносини зі співробітниками компанії (відсутність плану скорочення персоналу, прийом на роботу та просування співробітників з обмеженими можливостями, конструктивна взаємодія з профспілками).

6. Питання використання атомної енергії (масштаб використання атомної енергії).

7. Контракти на виробництво військової продукції (доходи компанії від виробництва військової продукції).

8. Присутність у країнах з порушенням прав людини і т. п.

Для визначення відносної важливості напрямків соціальної діяльності компанії опитувальник направляється групі "соціальних інвесторів". Так як неможливо виявити і опитати всіх власників акцій конкретної компанії, звичайно приймається рішення опитати певну групу людей, у яких сформовані очікування щодо результатів фінансової і соціальної діяльності компанії. Перша частина опитувальника може містити перерахування соціальних проблем, розглянутих вище (п. 1-8), а також список питань, націлених на порівняння попарно восьми напрямків соціальної діяльності компанії. Другу частину опитувальника можуть складати питання, що стосуються загальних відомостей про респондентів.

Останній крок у визначенні сукупного показника CSP полягає в оцінці соціальної діяльності конкретних компаній. Для забезпечення статистичної значимості аналізу подібні оцінки повинні бути отримані для досить великого числа компаній. Як джерело незалежних оцінок найкраще використовувати незалежні бази даних, поширені в західних країнах.

Зазвичай перші п'ять з восьми напрямків соціальної діяльності компанії (відповідальність за надану продукцію, зв'язки з громадськістю, захист довкілля, проблеми працюючих жінок і неповнолітніх та відносини зі співробітниками компанії) оцінюються за 5-бальною шкалою (від -2 до 2), інші три напрямки – за 3-бальною шкалою (від -2 до 0) [58].

## 11.5. Особливості формування соціальної відповідальності бізнесу в зарубіжних країнах

### 11.5.1. Моделі соціального партнерства

У світі існує декілька моделей СВБ, кожна з яких відтворює суспільно-економічний уклад тієї чи іншої країни. Для формування оптимальної моделі СВБ в українських умовах цікаво буде розглянути особливості та специфіку СВБ інших країн із багатими історичними соціально-трудовими традиціями.

Найбільш відомими є американська та європейська моделі соціального партнерства, що впливають на формування системи СВБ.

*Американська модель* соціального партнерства характерна для США, Канади, Японії, країн Латинської Америки, а також англомовних країн Африки. У її основі лежить регулювання державою соціально-трудових відносин на рівні підприємства і у значно меншій мірі – на рівні галузі та регіону шляхом прийняття законодавчих та нормативних актів [49]. В американській моделі переважає ухил на філантропію, тобто компанія ділиться частиною прибутку, інвестуючи його в суспільно-корисні ініціативи. І чим менше можливість простежити зв'язок між соціально відповідальними "вкладеннями" компанії і досягненням її бізнес-цілей, тим краще.

У сучасних економічних умовах американська модель соціально відповідальної поведінки компаній використовується найбільш широко. Основні повідомлення, які промислова компанія несе цільовим групам: екологічність роботи, стабільність і надійність, людяність.

Прикладом використання американської моделі соціально відповідальної поведінки є соціальна політика групи компаній "Об'єднані Машинобудівні Заводи" (ОМЗ), яка полягала в наданні прямої фінансової підтримки фондам, благодійним об'єднанням і дитячим установам.

Деякі небезпеки використання американської моделі полягають в поширеному переконанні населення в тому, що компанія, активно вкладаючи в благодійність, таким чином "розплачується" за участь у скандалах або махінаціях або відмиває гроші.

Отже, при виборі американської моделі соціально відповідальної поведінки промисловим компаніям необхідно забезпечити залучення місцевої влади, громадських організацій і населення в процес вибору об'єктів вкладення і розподілу коштів, а також відстеження результатів цих вкладень. Таким чином, буде забезпечено необхідний рівень прозорості й довіри до діяльності компанії, що, у свою чергу, слугуватиме основою для об'єктивного висвітлення діяльності компанії в ЗМІ [64].

Щодо *європейської моделі*, соціально відповідальна діяльність компанії, пов'язана з досягненням її бізнес-цілей, і є частиною стратегії створення додаткової вартості компанії. Європейська модель передбачає економічне обґрунтування соціальних ініціатив та їх інтеграцію в стратегію розвитку компанії. Основні повідомлення, які промислова компанія несе цільовим групам: прозорість, керованість і стабільність, турбота, надійність [49].

Перед впровадженням цієї моделі керівництву промислової компанії необхідно упевнитися, що, крім визначення об'єктів вкладень і виділення коштів, вся діяльність компанії буде переглянута з точки зору її відповідності соціально відповідальній поведінці компанії. До того ж, повинні бути розроблені і закріплені механізми контролю за ефективністю вкладених коштів [64].

Європейська модель СВБ поділяється на два різновиди. Перший застосовується в країнах Північної Європи (Бельгії, Норвегії, Швеції) і для нього характерна активна участь держави у регулюванні соціально-трудова відносин на всіх трьох рівнях. Другий різновид європейської моделі поширений у країнах Центральної Європи (Австрія, Німеччина, Франція, частково – Великобританія), і його особливістю є втручання держави у соціально-трудова відносини при автономії підприємців та профспілок [49].

Як бачимо, ці моделі мають як спільні риси, так і ряд відмінностей, зокрема, якщо соціальні програми американського бізнесу реалізуються через благодійні фонди, філантропію, то у Європі – через соціальні програми та бізнес-проекти. Спільним є те, що обидві моделі розвиваються в напрямку розширення соціальних програм, розміщення виробництва у країнах, що

розвиваються, необхідності зниження податків, що буде додатковим фактором для культивування соціальної відповідальності [6, 49].

Аналіз розбіжностей у визначенні СВБ у США та країнах Європи наведений в табл. 11.2.

Таблиця 11.2

Аналіз розбіжностей у визначенні СВБ у США та країнах Європи [21]

Ознаки розбіжностей у визначенні	США	Країни Європи
Мета діяльності компанії	Максимізація доходів акціонерів	Досягнення стратегічних цілей з врахуванням інтересів зацікавлених сторін
Спонукальні мотиви	Особисте бажання керівника компанії, який керується власними моральними принципами	Соціальні вимоги суспільства
Головні учасники	Підприємства	Підприємства, державні органи влади, профспілки та професійні об'єднання
Документи, якими керуються компанії	Кодекс компанії	Законні та регуляторні акти, закріплені на рівні держави

Як видно з табл. 11.2, основні розбіжності у відношенні до концепції соціальної відповідальності підприємств у США та країнах Європи визначаються на рівні відносин підприємство – держава. Так, якщо діяльність американських корпорацій загалом визначається їх власниками та керівниками, то європейські компанії зазнають значного впливу з боку державних органів влади та професійних об'єднань, які жорстко визначають мінімальні вимоги до їх діяльності [21, 44].

З точки зору інвестора, європейська модель є більш привабливою при оцінці соціально відповідальної поведінки компанії, оскільки може бути зведена до відносно вимірюваних результатів. Як і американська модель, європейська модель сприяє поліпшенню іміджу та репутації компанії в очах місцевої громади та сприяє встановленню довіри до комунікацій компанії.

При певних перевагах європейська модель має ряд особливостей, які слід враховувати перед її впровадженням в промисловій компанії. Перш за все необхідно оцінити готовність компанії переглянути свою діяльність для приведення її у відповідність до стратегії соціально відповідальної поведінки і можливість розроблення механізмів обчислення економічного ефекту. До того ж, європейська модель має меншу ступінь гнучкості у виборі об'єктів вкладень, оскільки в рамках цієї моделі компанія вибирає пріоритетні для себе соціальні сфери і концентрується тільки на них.

Британська модель СВБ поєднує у собі елементи американської та континентальної моделей. Загальною рисою цієї моделі є, перш за все, активна підтримка бізнесу з боку держави та добре розроблена система заходів соціального забезпечення та охорони здоров'я. Участь влади у розвитку СВБ виявляється у налагодженні партнерства із власниками підприємств у секторі освіти, які беруть участь у фінансуванні проектів, наданні податкових пільг, просуванні ініціатив щодо відповідності національних стандартів міжнародним [94].

Вивчаючи узагальнений досвід реалізації у Росії національної моделі корпоративної соціальної відповідальності, можна констатувати, що російські підприємці і органи державної влади обрали за основу європейську модель відносин корпоративної соціальної відповідальності, точніше суміш британської моделі (добровільне ініціювання бізнесом) і континентальної схеми (бажання підприємств одержати від держави чіткі законодавчі рамки СВБ).

Серед російських компаній дотримуються правил європейської моделі соціально відповідальної поведінки група компаній «ЛУКОЙЛ», ЗАТ «Северсталь» і ВАТ «СУАЛ-холдинг», при цьому ВАТ «СУАЛ-холдинг» у процесі впровадження внутрішньо-фірмових відносин корпоративної соціальної відповідальності змінила модель СВБ з американської на європейську [3].

За джерелами регулювання практикою український варіант СВБ є сумішшю британської моделі та континентальної схеми. В Україні СВБ продовжує орієнтуватися на ближче коло стейкхолдерів: державу, власників та персонал. Найчастіше під терміном "стейкхолдери" мають на увазі групи, організації або

індивідууми, на яких впливає компанія і від яких вона залежить. Більш широке коло зацікавлених сторін – це місцева громада, постачальники та інші, поки що так і не є системною ознакою. Сьогодні СВБ в Україні – це добровільний внесок приватного сектора у громадський розвиток через благодійність та механізм соціальних інвестицій [94].

### *11.5.2. Світовий досвід соціальної відповідальності бізнесу*

У світі КСВ розглядається власниками і топ-менеджментом корпорацій як частина загальної стратегії, спрямованої на забезпечення стабільності бізнесу і підвищення вартості активів. Це досягається за рахунок постійного інформування цільових груп компанії про особливості ведення бізнесу і налагодження з ними постійного зв'язку. Така політика поряд з витратами на підтримку програм КСВ приносить компаніям певного роду дивіденди. Наприклад, інвестфонди США та Великобританії ще у 80-х роках минулого століття почали враховувати при формуванні своїх портфелів рівень соціальної відповідальності компаній-емітентів цінних паперів. А згідно з рядом досліджень, у розвинених країнах близько 30 % громадян за інших рівних умов, приймаючи рішення про придбання товару, роблять вибір на користь продукції виробника з іміджем соціально відповідального.

Систематизована інформація про всі програми КСВ міститься в підготовлених компаніями спеціальних нефінансових звітах (соціальних звітах). У скандинавських країнах і Франції випуск нефінансових звітів пропонується законодавством. Так як практика КСВ в основному є добровільним зобов'язанням компаній, єдиних стандартів звітності не існує. У результаті в даний час у світі є близько трьох десятків різних стандартів нефінансової звітності. Підготовка річного соцзвіту в залежності від розміру компанії, особливостей її бізнесу, наявності або відсутності аудиторського підтвердження обходиться в суму від \$ 100 тис. до \$ 1 млн. В Україні для складання і публікації соціальних звітів компанії витрачають на порядок менші суми.

***Основними документами, покликаними просувати принципи соціальної відповідальності у підприємницьку діяльність, є:***



- 10 принципів, запропонованих ООН з 2000 р. в рамках Глобальної угоди (спрямовані на дотримання демократичних прав людини, прав трудящих, охорону довкілля та захист від корупції);

- 6 принципів соціально відповідального інвестування, розроблених в 2005 р. з ініціативи ООН. Принципи зводяться до того, що при інвестуванні необхідно брати до уваги екологічні та соціальні наслідки, враховуючи їх в корпоративному управлінні;

- 7 принципів соціальної відповідальності, розроблених в 2004 р. Міжнародною організацією стандартизації: звітність, прозорість, етична поведінка, врахування інтересів акціонерів, додержання законів, повага міжнародних норм поведінки, дотримання прав людини;

- Стандарт «SA8000», спрямований на обов'язкову звітність компаній щодо діяльності в галузі соціальної відповідальності. Стандарт передбачає 9 критеріїв оцінки, що стосуються прав трудящих, забезпечення безпечних умов праці та її справедливої оплати;

- ряд документів, прийнятих в рамках ОЕСР: Основні принципи ОЕСР для багатонаціональних підприємств; Принципи ОЕСР корпоративного управління, Конвенція ОЕСР проти хабарництва з боку іноземних чиновників при здійсненні міжнародних ділових транзакцій; Основні принципи ОЕСР для захисту споживачів у контексті електронної торгівлі, Принципи ОЕСР щодо застосування ТНК трансфертних цін та податкового управління [4].

Для оцінки соціальної відповідальності корпорацій за кордоном існують спеціальні *етичні індекси*. Компанії включаються в них за трьома основними критеріями: ефективність діяльності із захисту довкілля, взаємовідносини з співробітниками та акціонерами і дотримання прав людини. Етичні індекси служать орієнтиром для SRI-фондів (socially responsible investments).

З 1999 р. Доу-Джонс підраховує індекс сталого розвитку, який визначається для тих компаній, які розвиваються з урахуванням цих вимог. Станом на 2010 р. цей індекс охоплював 318 компаній з 19 країн, сукупні інвестиції яких перевищують 8 млрд дол. Доу-Джонс збирає базу даних на дві тисячі компаній, які враховують у своїй діяльності соціальні та екологічні параметри.

Міжнародна організація «Еккаунтебіліті» за підтримки програми ЮНЕП підраховує *Індекс конкурентоспроможності*, який відображає рух по шляху створення економіки, яка не має залежності від вуглеводнів. Це – один із шляхів зниження екологічного навантаження. Відповідно до індексу за 2010 р. найбільших успіхів у цьому відношенні добилися країни Північної Європи, двадцятка, країни-члени ЄС і ОЕСР [4].

Існує навіть *теорія кластерів корпоративної відповідальності*, що розглядає можливість утворення географічних кластерів компаній із наближеною стратегією КСВ на кшталт індустріальних парків. Компанії з подібних кластерів, наприклад, матимуть синергію від впровадження власних стратегій КСВ, матимуть спільні напрацювання у сфері КСВ, що сприятиме їхній конкурентоспроможності [22].

Цікаво, що в Європі активно обговорюється питання конкурентної переваги соціально відповідальних компаній. Достатньо цікавим прикладом є порівняння конкурентоспроможності США та Данії. Обидві країни вважаються найконкурентоспроможнішими країнами світу. Проте, це конкурентоспроможність різного типу – датські компанії вважаються значно соціально відповідальнішими, ніж американські, вони працюють у жорсткіших регуляторних умовах, у країні, яка активно пропагує сталий розвиток. Можна бути відповідальним і залишатись конкурентоспроможним [22].

У північноєвропейського бізнесу склалася репутація чесного, справедливого і прозорого бізнесу, серцевиною якого є корпоративна та соціальна відповідальність. Наприклад, у Швеції боротьба з хабарництвом почалася ще в 1923 р., коли був створений Шведський інститут проти хабарництва. Ряд великих шведських компаній добровільно взяли на себе соціальні та екологічні зобов'язання, щорічно звітуючи про виконану в цьому напрямку роботу.

У скандинавських країнах і Фінляндії підприємці бачать в профспілках рівноправних партнерів, що мають історично завойовані права, високий ступінь гендерної рівності, поважають права особистості, немає умов для розгулу корупції і т. д. Країни Північної Європи є світовими лідерами щодо досягнення „зеленої енергетики”, першими ввели з цією метою „зелені податки”, а зараз працюють в напрямку переведення транспорту на екологічно чисті джерела.

Найбільші компанії північноєвропейських країн звітують перед своїми акціонерами і широкою громадськістю про діяльність, яка була ними здійснена протягом звітного періоду у напрямку корпоративної та соціальної відповідальності. У Данії таку звітність, починаючи з 2009 р., повинні за законом подавати всі найбільші компанії країни, загальне число таких компаній становить 1100. Швеція стала першою країною у світі, яка зобов'язала свої державні компанії, починаючи з 2009 р., звітувати про діяльність, спрямовану на досягнення сталого розвитку [4].

Таким чином, впровадження в ринкову економіку соціальних та екологічних параметрів має двоякий характер. З одного боку, необхідно ускладнити критерії, застосовувані компаніями, що діють в ринкових умовах, щоб вони враховували не тільки економічні, але і соціальні, і екологічні наслідки своєї діяльності. З іншого боку, важливо забезпечити справедливі умови конкуренції, тому що через відмінності в різних країнах обов'язкових соціальних вимог і екологічних норм можуть виникати необґрунтовані переваги в окремих підприємств.

Організації, які займаються просуванням ідеї соціальної відповідальності бізнесу, доводять, що такий бізнес може бути економічно вигідним, і вони прагнуть до того, щоб обмежити бізнес, який порушує соціальні права і забруднює навколишнє середовище (дивись приклад кодексу корпоративної соціальної відповідальності ВАТ „РЖД” – додаток 9). Зрештою, бізнес, що не визнає соціальну відповідальність, враховує тільки короткострокову вигоду, ігноруючи довгострокові витрати, які лягають на суспільство в цілому. В даний час концепція соціально відповідального бізнесу та оновленого корпоративного управління, що враховує триєдине завдання (економіка, екологія та соціальна сфера), знаходить найбільш благодатний ґрунт для реалізації в тих країнах, які розвиваються по шляху соціальної держави.

### **Питання для самоконтролю**

1. Дайте визначення соціальної відповідальності бізнесу.
2. Де, коли, за яких обставин сформувалась концепція соціальної відповідальності бізнесу.
3. Охарактеризуйте ринковий підхід до соціальної відповідальності бізнесу.

4. Розкрийте підхід до соціальної відповідальності бізнесу з позиції «корпоративної совісті».

5. Розкрийте сутність підходу до соціальної відповідальності бізнесу з позиції зацікавлених сторін.

6. Охарактеризуйте підхід до соціальної відповідальності бізнесу з позиції державного регулювання.

7. Проаналізуйте підходи до оцінки корпоративної соціальної відповідальності.

8. Охарактеризуйте особливості формування соціальної відповідальності бізнесу в зарубіжних країнах.

9. Охарактеризуйте моделі соціального партнерства (американська модель, європейська модель).

10. Що доводить світовий досвід соціальної відповідальності бізнесу?

### **Питання для обговорення**

1. На ваш погляд, чи має бізнес обов'язки перед суспільством? У чому вони полягають?

2. Чи потрібна соціальна відповідальність бізнесу? Обґрунтуйте вашу позицію.

3. Дайте морально-етичну оцінку кодексу корпоративної соціальної відповідальності ВАТ „РЖД” (див. додаток 9).

4. Які вимоги повинен містити професійний кодекс?

5. Чи здатні кодекси виконувати корисні функції? Які саме?

### **Теми рефератів**

1. Еволюція концепцій соціальної відповідальності бізнесу.

2. Дискусії про соціальну відповідальність: основні підходи.

3. Міжнародні аспекти формування корпоративної соціальної відповідальності підприємств.

4 Світовий досвід становлення і розвитку соціальної відповідальності бізнесу.

5. Піраміда корпоративної відповідальності А. Керола.

6. Огляд підходів до оцінки соціальної відповідальності підприємств.

Література [3, 4, 6, 7, 10, 15, 21, 22, 28, 44, 49, 58, 63, 64, 76, 77, 81, 84, 87, 94, 97].

## **12. СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

### **12.1. Рівні і основні принципи СВБ**

Соціальна відповідальність бізнесу має багаторівневий характер.

Перший рівень, базовий, є стартовою умовою СВБ. Він включає виконання компанією своїх прямих зобов'язань перед суспільством та державою: регулярна та в повному обсязі виплата заробітної платні; дотримання норм законодавства про працю; своєчасна і в повному обсязі сплата всіх належних податків; забезпечення встановлених стандартів якості продукції. Багато ліберально налаштованих аналітиків вважають, що цим рівнем СВБ вичерпується, оскільки “справа бізнесу – бізнес”.

Другий рівень передбачає розвиток відносин всередині підприємства і безпосереднє врахування інтересів працівників. На додаток до вищеперелічених зобов'язань працівникам гарантується певний набір пільг і послуг – “соціальний пакет”. Завдяки високому рівню соціального захисту компанії вдається втримувати працівників, виплачуючи їм при цьому нижчу заробітну платню. Підтримуються також системи освіти та підготовки кадрів, які розглядаються як інвестиції в персонал [22].

Третій рівень соціальної відповідальності бізнесу охоплює соціальні програми і напрями діяльності, сфера дії яких виходить за межі компанії.

Соціальні інвестиції призначені населенню або окремим його категоріям на територіях, де здійснюється діяльність корпорації. В результаті виникає змішана корпоративно-муніципальна система соціальних послуг. До неї входять усі добродійні програми і, частково, програми, із самого початку націлені на створення сприятливих умов для діяльності компанії, що дають “супутній ефект”. В їх числі: підтримка соціально незахищених груп, а також дітей та молоді; допомога в утриманні та розвиткові об'єктів соціальної інфраструктури; фінансова

підтримка (у вигляді спонсорства та меценатства) культурних, освітніх, спортивних та інших проектів; інтегровані програми, спрямовані на розвиток місцевих спільнот, у тому числі волонтерські [23,64].

Особливість СВБ в Україні – ігнорування українськими компаніями базового рівня соціальної відповідальності і її реалізація на другому і третьому рівнях. В той же час, розширення сфери СВБ за рамки базового рівня, і тим більше за межі корпорації, зустрічає протест з боку її працівників. Так, вони вважають, що ступінь їх власної соціальної захищеності поки не настільки високий, щоб компанія реалізовувала соціальні програми, безпосередньо не орієнтовані на персонал. Однак бізнес-структури при обранні напрямків соціальних інвестицій надають перевагу тим з них, які мають чітко виражений іміджевий характер та можуть викликати суспільний резонанс.

Третій рівень СВБ свідчить також про прагнення бізнес-спільноти співробітничати з владою і впливати на рішення, які вона приймає. Пріоритетними завданнями в цьому зв'язку є: участь підприємців та роботодавців у реалізації соціальних програм; взаємодія з місцевою владою і профспілками; лобювання інтересів регіонального бізнесу; проведення політичної реформи в Україні; створення власної фракції в органах місцевого самоврядування. Таким чином, український бізнес демонструє готовність вирішувати разом із владою на державному і місцевому рівнях певну частину суспільно значущих завдань [64].

***Згідно з Концепцією соціальної відповідальності бізнесу, в Україні СВБ діє на трьох основних рівнях:***

1. Дотримання законних зобов'язань перед державою і суспільством (сплата податків, охорона здоров'я і безпека праці, права працівників, права споживачів, екологічні норми) та галузевих стандартів.

2. Мінімізація або усунення негативного впливу бізнесу на суспільство та управління ризиками (наприклад, порушення прав людини або забруднення навколишнього середовища).

3. Посилення позитивного впливу бізнесу на суспільство і створення цінностей через інновації, інвестиції та партнерство, що спрямовані на соціальний та екологічний добробут

(наприклад, створення робочих місць, соціальний та економічний розвиток, вирішення конфліктів) [50].

Найголовніше для підприємства – це правильне розуміння принципів соціальної відповідальності, а звідси і грамотне впровадження їх на практиці.

Розглянемо *основні принципи соціальної відповідальності* [26]:

1) принцип дотримання правових норм. Організація повинна добровільно і повністю дотримуватись усіх законів і регламентів, під які підпадає вона сама та її діяльність;

2) принцип дотримання актів, визнаних на міжнародному рівні. Організація повинна твердо дотримуватись тих міжнародних договорів, директив, декларацій, конвенцій, резолюцій і керівництва, які були ратифіковані або схвалені національним органом;

3) принцип визнання зацікавлених сторін і їхніх інтересів. Організація повинна визнати, що різні зацікавлені сторони можуть мати правомірні і значні (матеріальні) інтереси в її управлінні, а також прямих чи побічних продуктах її діяльності;

4) принцип підзвітності. Організація повинна визнавати свій обов'язок демонструвати і зрозуміло пояснювати всім зацікавленим сторонам в ясній, правдивій та збалансованій манері, а також в обґрунтованому і достатньому ступені обов'язки, процедури, рішення і дії, за які вона несе відповідальність; наслідки, які вона очікує;

5) принцип прозорості. Організація повинна бути готова зробити відкритою свою структуру, а також обов'язкові процедури, правила, заходи безпеки, відповідальність за процеси ухвалення рішення та іншу інформацію через канали передачі інформації, прийнятні в достатній мірі для зацікавлених сторін;

6) принцип стійкого розвитку. Організація повинна прагнути постійно задовольняти потреби теперішнього часу, не ставлячи під сумнів можливості майбутніх поколінь задовольняти свої потреби ;

7) принцип етичної поведінки. Організація повинна вести свої справи у чесній і надійній з моральної точки зору манері;

8) принцип передбачливого підходу (підхід, заснований на принципі «обережності»). Організація повинна застосовувати

розсудливу далекоглядність, вважаючи за краще приймати ті чи інші рішення, враховувати можливі ризики, робити певні виважені дії для уникнення шкоди або небезпеки і гарантувати прибутковість (нехай незначну) результатів;

9) принцип пошани фундаментальних прав людини. Організація повинна визнати свої обов'язки з реалізації дій і обов'язкових процедур, які відображають прагнення, викладені в «Загальній декларації прав людини»;

10) принцип пошани індивідуальності. Організація повинна бути готова наймати на роботу людей, незважаючи на расову приналежність, віросповідання, стать або політичні переконання, і культивувати позитивний підхід до несхожості як рушійної сили зміни.

## **12.2. Необхідність розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні**

### ***12.2.1. Передумови і причини становлення і розвитку СВБ в Україні***

Перехід до ринкових відносин, реформування системи влади в Україні призвели до ситуації, коли на місцевому рівні існують і, на жаль, реально протистоять один одному дві сили: підприємці та решта населення. У суспільстві виділився прошарок відносно заможних людей і позначилося певне протистояння між цим прошарком і основною масою населення. Обидві сторони поведуть себе не зовсім коректно, що спричиняє соціальну напруженість у суспільстві. Підприємці часто практикують приховування прибутків від оподаткування, намагаються діяти “у тіні”, необґрунтовано завищують ціни на продукцію і послуги, затримують заробітну плату найманим робітникам тощо. Це, відповідно, викликає негативну зворотну реакцію населення.

На сьогодні суб'єкти місцевого самоврядування в Україні дуже часто не мають у своїй комунальній власності високорентабельних комерційних підприємств. При цьому наявних бюджетних коштів не вистачає навіть для забезпечення



поточної життєдіяльності населених пунктів, не говорячи вже про стабільний розвиток.

Це означає, що певні прошарки населення перебувають поза межами справедливого розподілу і про реальне соціальне партнерство практично говорити не доводиться. В таких умовах саме органи місцевої влади мають відіграти ключову роль у налагодженні стабільного та ефективного зв'язку між бізнесом і громадою у вирішенні соціальних проблем останньої на засадах добровільності та взаємовигоди.

*Передумовами становлення і розвитку КСВ в Україні є такі процеси, які характерні також і для пострадянських країн:*

1) суттєві зміни в структурі власників українських підприємств, що викликані трансформаційними процесами української економіки, економічною нестабільністю останніх років та перманентними політичними змінами. Чітко простежується тенденція до поступової концентрації власності, однак відсутні стійкі тенденції розвитку фондового ринку та зростання частки інституціональних інвесторів (пенсійні, інвестиційні фонди, страхові компанії, банки);

2) відсутність реальних механізмів участі трудового колективу в управлінні підприємством після проведення приватизації власності;

3) поєднання функцій топ-менеджменту та власників, які переслідують у першу чергу власні матеріальні інтереси;

4) готовність підприємців до узгодження інтересів з представниками владних інститутів під впливом ряду причин [59];

5) велика кількість соціальних, економічних та екологічних проблем, що певним чином підштовхує бізнес до більш активної участі в їх вирішенні і часто призводить практично до залучення бізнесу до виконання частини державних функцій;

6) необхідність позиціонування України у міжнародному середовищі;

7) географічна належність до регіону зі стійкими традиціями у сфері КСВ – ЄС.

Це створює підґрунтя для формування соціальної відповідальності бізнесу як певної стратегії розвитку, діяльності, усвідомлення відповідальності за сприяння та досягнення сталого

розвитку компанії, громади, держави в цілому. Проте існує ряд **причин недостатнього розвитку соціального підприємництва в Україні:**

1) загальний низький рівень підприємництва в країні, не лише соціального, нерівномірний розвиток бізнесу;

2) зарегульованість сфер, в яких соціальне підприємництво може мати найбільший вплив – охорона здоров'я, соціальний захист тощо;

3) низький рівень усвідомлення суспільством ролі бізнесу;

4) родинні механізми (в Україні родина часто виконує функції соціального підприємництва);

5) відсутність стимулювання з боку грантодавців – часто неурядовим організаціям простіше написати ще одну заявку на ще один проект замість того, щоб робити соціальний бізнес у своїй сфері;

6) відсутність інформації про соціальне підприємництво в Україні;

7) низький рівень корпоративної культури підприємств;

8) правовий нігілізм і деформація правової свідомості;

9) термінологічна (нормативна) невизначеність;

10) закритість українських компаній для широкої громадськості;

11) невиконання значною частиною підприємств законодавчо закріплених соціальних нормативів;

12) неоднаковий ступінь використання різних форм соціальної відповідальності;

13) недостатнє усвідомлення підприємствами своєї ролі у вирішенні соціальних та екологічних проблем суспільства.

Результати соціологічних досліджень визначають **основними перешкодами становлення та розвитку соціальної відповідальності бізнесу** такі: недосконалість законодавчої й нормативно-правової бази, що регулює можливості участі бізнесу в соціальних програмах та закладів освіти у формуванні соціально відповідальних фахівців; відсутність сформованої і дієвої незалежної громадянської експертизи та оцінки результатів соціальних програм, стандартів і якості підготовки бізнес-фахівців; відсутність системи заохочення (морального та економічного) відповідальних суспільних суб'єктів [78,34].

***Крім того, чинна нормативно-правова база України щодо стимулювання зазначених суб'єктів має низку недоліків, серед яких слід зазначити:***

- відсутність комплексності в підході до стимулювання;
- слабкий розвиток конкурсних засад у наданні пільг;
- низька технологічна розробленість процедур розгляду та прийняття рішень про стимулювання комерційних установ до участі у соціальних проектах;
- незахищеність бюджетних статей, пов'язаних з наданням пільг та інших видів стимулювання;
- вирішення питань про надання пільг покладені, як правило, на фінансові органи та інші незацікавлені інстанції;
- стимулюючі заходи в більшості випадків лише декларуються, але не є обов'язковими.

### ***12.2.2. Критерії, переваги і обмежувальні фактори розвитку СББ в Україні***

Суперечки про роль бізнесу в суспільстві породили численні аргументи "за" і "проти" соціально відповідальної поведінки корпорацій. На рис. 12.1 на основі узагальненого світового і вітчизняного досвіду становлення та розвитку соціальної відповідальності підприємств наведено критерії, переваги і обмежувальні фактори СББ саме в Україні.

Як видно з рис. 12.1, для суб'єктів господарювання найбільш вагомими аргументами на користь соціальної відповідальності бізнесу, незважаючи на наявні обмежувальні фактори, є створення сприятливих для бізнесу довгострокових перспектив; зміна потреб і очікувань широкої публіки; наявність ресурсів для надання допомоги у вирішенні соціальних проблем (оскільки бізнес має у розпорядженні значні людські і фінансові ресурси, йому слід було б передавати їх частину на соціальні потреби); моральне зобов'язання вести себе соціально відповідально.

Найбільш поширеними аргументами проти соціальної відповідальності є порушення принципу максимізації прибутку; витрати на соціальну залученість; недостатній рівень звітності

перед громадськістю; нестача вміння вирішувати соціальні проблеми.

Проте компанія є членом суспільства, тому норми моралі також повинні управляти її поведінкою. Подібно до

індивідуальних членів суспільства компанія повинна діяти соціально відповідальним чином і сприяти зміцненню моральних основ суспільства. Більше того, оскільки закони не можуть охопити всі випадки життя, компанії повинні виходити з відповідальної поведінки, щоб підтримувати суспільство, засноване на впорядкованості і законності. Крім того, СВБ завжди характеризується позитивними результатами (табл. 12.1).

Таблиця 12.1

Результати СВБ [10]

Результат	Характеристика
Економічний	Отримання прибутку від реалізації соціальних заходів. Внаслідок реалізації корпоративних соціальних проєктів можуть знижуватись операційні витрати в деяких ланках бізнесу. Збільшення вартості акцій компанії, здатність додатково залучити нових інвесторів
Соціальний	Отримання зацікавлених працівників, наявність довготермінових планів та зобов'язань, сильні та надійні партнерства
Іміджевий	Позитивний соціальний корпоративний імідж впливає на купівельні рішення споживачів, просування товарів та послуг, престижність самої корпорації

Соціальна відповідальність бізнесу певним чином вивільняє поле для діяльності конкурентам, які не займають активної соціальної позиції, і прийняття деяких рішень потребує не аби-якої сили волі й лідерства від керівництва компаній. Для визначення переваг соціально відповідального бізнесу можна скористатися матрицею доцільності, яка подана на рис. 12.2.

Ця матриця була складена компанією Sustain Ability на основі аналізу компаній у країнах Центральної та Східної Європи [22].

ФАКТОРИ УСПІХУ БІЗНЕСУ		ФАКТОРИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ					
		Корпоративне управління та активність		Екологічні фактори		Соціально-економічний розвиток	
		Корпоративне управління	Активність груп впливу	Покращення екологічних процесів	Екологічні продукти та послуги	Економічний розвиток місцевості	Розвиток громади
Зростання доходів, доступ до ринку	1	2	3	4	5	6	7
Скорочення витрат та продуктивність	8	9	10	11	12	13	14
Доступ до капіталу	15	16	17	18	19	20	21
Управління ризиком	22	23	24	25	26	27	28
Людський капітал	29	30	31	32	33	34	35
Репутація компанії	36	37	38	39	40	41	42

	Деякі свідчення умов доцільності СВБ
	Немає доказів умов доцільності СВБ
	Наявні докази умов доцільності СВБ

Рис. 12.2. Матриця доцільності впровадження соціально відповідального бізнесу [5]

Оскільки соціальна відповідальність бізнесу – це усвідомлення необхідності сталого розвитку, матриця допомагає виявити ключові елементи доцільності соціально відповідального бізнесу. Матриця створена на основі двох груп факторів: з одного боку – фактори успіху бізнесу, з іншого – фактори, пов’язані із сталим розвитком. Фактори, які свідчать про максимальну доцільність впровадження соціально відповідального бізнесу, виділено чорним кольором. Там, де фактори сталого розвитку та фактори успіху бізнесу сходяться, існує можливість визначити чітку умову доцільності соціальної відповідальності бізнесу. Покращення корпоративного управління допомагає покращити доступ до капіталів, підвищити доходи і забезпечити зростання продуктивності роботи компанії. Робота із покращення екологічних процесів прямо впливає на зростання доходів і продуктивності та скорочення витрат. Ефективне управління людськими ресурсами допомагає підвищити продуктивність [5].

Вже зараз можна побачити, як умови доцільності (згідно з поданою матрицею) впливають на розвиток соціальної

відповідальності в Україні. Так, передові підприємства та компанії активно проводять модернізацію виробництв і управлінських процесів, не лише підвищуючи економічну ефективність, але й скорочуючи використання природних ресурсів. Наприклад, зростання ринку тренінгових компаній та компаній, що надають послуги у сфері управління людськими ресурсами, розроблення принципів корпоративного управління України, Кодексу честі добропорядного виробника України (добровільні зобов'язання перед споживачами і суспільством) Української асоціації якості – все це ознаки зародження ефективного підходу до питання відповідальності компаній. Для компаній, залучених до цих або інших програм, наступним логічним кроком має стати розроблення власної стратегії соціально відповідального бізнесу. Працюючи в одному із квадратів матриці умов доцільності, компанія може отримати зиск від роботи в інших квадратах цієї матриці.

Говорячи про Україну, можна навести багато прикладів, коли компанії можуть отримати значні прибутки або зменшити ризики, приділивши увагу соціальній відповідальності. Компанія, яка працює у сфері інформаційних технологій, може сприяти підвищенню рівня ІТ-писемності серед "нових" груп населення (передусім дітей, наприклад, шкіл-інтернатів) разом із урядовими структурами (або без них). Фірми з виробництва меблів можуть допомагати громадам, які страждають від вирубки лісу, новими насадженнями. За цими прикладами стоїть уміння побачити нові можливості, – нові прибутки, нові ринки, менші ризики.

Програми партнерства з неурядовими організаціями та громадськими групами, галузевими об'єднаннями можуть помітно вплинути на поліпшення середовища, в якому функціонує компанія. Часом необхідна мобілізація усіх груп для вирішення масштабних питань. Наприклад, зважаючи на розміри соціальних та екологічних проблем у місцях скупчення гірничих підприємств в Україні, лише спільні зусилля компаній, населення, неурядових організацій, місцевої влади та уряду здатні виправити ситуацію.

Цікавим прикладом може стати програма для компаній туристичної галузі, яку нещодавно заснував Міжнародний Форум Лідерів Бізнесу у Великобританії. Зважаючи на те, що туризм є найбільшою галуззю світової економіки, важливість цієї

ініціативи не підлягає сумніву. А якщо зважити на зростання ролі туризму в Криму та в районі Карпат, ця ініціатива може допомогти компаніям і місцевій владі визначити механізми, придатні для українських умов.

Якщо галузеві ініціативи здатні допомогти передусім великим та середнім компаніям, малий бізнес може значно виграти від застосування КСВ у соціальному підприємстві. Соціальне підприємництво – це створення успішного бізнесу там, де більшість убачає виключно соціальну проблему. Зважаючи на зростаюче розшарування населення країн на багатих і бідних, компанії, здатні ефективно і взаємовигідно працювати з найбіднішими прошарками населення вирішують не лише соціальну проблему, але й отримують доступ до неймовірно великого ринку. Таким прикладом може бути південноафриканська компанія Eskom, яка розпочинала як невеликий постачальник електроенергії у бідні райони країни. Після повалення апартеїду і відмови лідерів ринку обслуговувати неплатоспроможне населення гетто Eskom запровадив передплачені картки на електрику. Якщо бідна людина не може заплатити за цілодобову електрику, принаймні, вона може заплатити за 2-3 год на день. За 10 років Eskom перетворився на міжнародну корпорацію і найбільшого виробника електроенергії в Африці. І в Україні ми можемо побачити приклади успішного бізнесу на дні соціальної піраміди. Газета "Порадниця" має мільйонний тираж, коли навіть успішні жіночі журнали мають лише декілька сотень тисяч. Зважаючи, що ЗМІ – бізнес, успіх "Порадниці" говорить про відкриття газетою нових ринків, не помічених основними видавничими групами. Інший приклад – нещодавно львівський винахідник О. Єкімовських винайшов ефективніший пальник для газової плити, спроможний видавати у 7 разів більше тепла, ніж звичайна газова плита. У поєднанні з проблемою нестачі коштів у пенсіонерів та малозабезпечених для сплати за спожите тепло, цей винахід матиме значний попит [22].

Таким чином, поширюючи сферу застосування соціально відповідального бізнесу, компанії перетворюють корпоративну соціальну відповідальність на корпоративну соціальну вигоду. Соціальні та екологічні проблеми являють не лише проблеми, але й можливості.



### **12.3. Особливості становлення і розвитку соціальної відповідальності вітчизняних підприємств**

Як показують спеціальні дослідження, в Україні (як і в будь-якій іншій країні світу) існують власні національні особливості формування функції соціальної відповідальності бізнесу, а, отже, і специфічні особливості її розуміння, і свої соціальні результати. Соціальна відповідальність – це відповідальність, яка не має чітко означених правовими нормами меж. Вона визначається швидше моральними нормами і системою цінностей, якими керується економічна діяльність. Це – елемент економічної культури суспільства. Детальне вивчення показує, що незважаючи на однакові принципи Глобального договору, Кодекси корпоративної відповідальності, міжнародні стандарти, спеціальні рекомендації та досвід інших країн соціальна відповідальність бізнесу в різних країнах має певну специфіку.

Так, давні традиції добродійності в Україні можуть допомогти у визначенні національних особливостей програм КСВ. Властиво, українські індустріальні магнати кінця ХІХ ст. (Микола Терещенко, Лев Бродський, Михайло Дегтерев, Богдан Ханенко, Барон Штейнгель та ін.) значним чином долучилися до підвищення соціального рівня життя населення України. Окрім внесків на розбудову церков, лікарень та музеїв, вони активно допомагали відродженню навчальних закладів. Євген Чикаленко, заможний землевласник та інноватор з Херсонщини, передав свої знання й розділив землі між своїми односельчанами, створивши перший в Російській імперії земельний банк в Одесі. Окрім розвитку цілого регіону, завдяки передачі землі та активному навчанню він допоміг розвинути новий сектор економіки – земельне кредитування [22].

Добродійність та соціальна відповідальність компаній тісно пов'язані. Компанії, які займаються добродійною діяльністю, є більш схильними до розроблення стратегії КСВ, що охоплює бізнес-процеси всередині компанії. З часом програми благодійності переростають у програми КСВ. Таким прикладом може служити акція Святого Миколая, яку вже 8 років поспіль організовує Мальтійська Служба Допомоги у Львові. Збір пожертв від громадян для придбання подарунків дітям-сиротам

поступово переріс на добре зорганізовану кампанію збирання пожертв, до якої активно долучились підприємства. Наприклад, мережа АЗС "Окко" встановила скриньки для пожертв у своїй мережі станцій, через які було зібрано понад 10 тис. грн. Звіт про використання коштів міститься на сторінці акції в Інтернеті, тим самим забезпечуючи довіру до акції з боку компаній. Логічно передбачити, що співпраця компанії та акції "Святий Миколай" триватиме [22].

Залежно від конкретного стану суспільства, його головних потреб та інтересів від бізнесу очікується різний набір вимог. На сьогодні в Україні до них належать: соціальний захист і турбота про працівників; чесна сплата податків; участь у житті та розбудові громади; прозорість, доступність інформації про продукцію, про механізм ціноутворення, екологічну безпечність виробництва і продукції; чесність конкуренції; добропорядність і моральність представників бізнесу, чесність заробляння ними грошей; співпраця з іншими групами впливу у розв'язанні економічних, соціальних, екологічних та інших проблем.

Разом з тим, значна кількість аспектів залишається неусвідомленою українським бізнесом: соціальна відповідальність ще не стала частиною корпоративного управління і менеджменту компаній; не застосовуються аудит та рейтинги соціальної відповідальності; поза увагою українського бізнесу поки що залишається практика соціально відповідального інвестування, поліпшення освітніх можливостей працівників, захисту права громадян на здоров'я та безпеку, захисту та збереження культурних цінностей тощо.

*В Україні ще не сформувалася національна модель соціальної відповідальності бізнесу. Ця діяльність охоплює багато напрямків, зорієнтована на задоволення нагальних потреб суспільства, зумовлена специфікою даного етапу соціалізації економіки та традиціями розв'язання соціальних проблем, які стосуються функціонування соціальної інфраструктури. Специфіка і складність зумовлена такими особливостями:*

1) розвинена система соціального захисту. Радянська система економіки залишила у спадок великим підприємствам розвинену соціальну інфраструктуру – дитячі садочки, будинки

відпочинку тощо. Крім того, населення звикло до безкоштовної медицини та освіти;

2) економічні залежності – українська економіка значним чином залежить від важких галузей, таких як металургійна, та характеризується неефективним розміщенням ресурсів, неефективними технологічними та управлінськими технологіями;

3) психологічний бар'єр між минулим та теперішнім – значна відмінність між поколіннями, складнощі у людей похилого віку в адаптації до сучасних вимог;

4) національне самовизначення – значне зростання інтересу до національних питань. Сфера інтересів населення звужується до рівня місцевості, інтерес до місцевого національного розвитку;

5) підхід до подачі соціальних ініціатив. На відміну від американських і європейських підприємств українські компанії часто акцентують увагу на самому факті і сумі/обсязі свого соціального внеску, зміщуючи акценти з найбільш важливого моменту – а чим ця соціальна активність корисна простим громадянам і яку суспільну проблему вона повинна вирішувати;

б) завищені очікування суспільства: через порівняно нетривалу сучасну історію бізнесу суспільство не завжди чітко усвідомлює природу бізнесу, його проблеми та мотивацію.

В Україні, на жаль, соціальна відповідальність бізнесу здебільшого має примусовий характер або здійснюється заради корпоративної вигоди. Соціальне страхування побудовано на принципах безальтернативності і фактично відволікає більше 40 % доходів підприємств. Крім того, що соціальні податки на робочу силу дуже значні, вони ще й не конкретизовані, бо не мають чіткої спрямованості, яку можна було б оцінити з точки зору того, хто сплачує страхові внески. Це змушує роботодавців виплачувати заробітну плату „в конвертах”, ховатися у „тінь”, що веде до штучного скорочення надходжень до бюджету, необґрунтовано низьких соціальних виплат із страхових фондів, нарахування мінімальних пенсій працівникам [24].

В українському законодавстві передбачається мізерний набір преференцій, які б спонукали підприємців витратитися на соціальні акції. Як зазначено у проекті Концепції формування в Україні системи соціальної відповідальності бізнесу, „... благодійність в Україні, незважаючи на її досить широке

поширення, державою не стимулюється. Це, серед усього іншого, пов'язано з тим, що у країні під виглядом благодійності активно відбувається „відмивання грошей”, проте держава ще не розробила механізму податкового стимулювання благодійності. У той самий час благодійність стимулюється іншими, нематеріальними методами: шляхом популяризації через ЗМІ або нагородження державними нагородами осіб, які зробили значний внесок у благодійність” [8].

У світі практикуються три способи заохочення СВБ: податкові кредити (зменшення ставки податку), податкові відрахування (зменшення бази оподаткування) і так звані "процентні закони", згідно з якими компанія сама може вибрати, на які потреби піде певна частина податків, які вона платить. В Україні на сьогоднішній день відсутні будь-які методи регуляторного заохочення соціально відповідальних компаній. На думку експертів, фактичний рівень витрат компаній у світі на діяльність, пов'язану з благодійністю і соціальною відповідальністю коливається між 1-2 % прибутку. У деяких країнах (Японія, Швейцарія) компанії не мають жодних податкових пільг, пов'язаних з благодійною діяльністю, а в більшості розвинених країн такі пільги складають до 5 % оподаткованого прибутку. Ситуація ж в Україні така, що ефект від так званих податкових пільг має, скоріше, фіскальний характер.

Як інструмент корпоративного управління соціальна відповідальність в Україні більше стосується вивчення груп впливу та налагодження діалогу з ними, створення внутрішніх кодексів та інструментів впливу, стандартів менеджменту щодо зовнішніх зв'язків, зовнішньої комунікації тощо. Не приділяється уваги розробленню галузевих стандартів соціальної відповідальності, залученню до управління зовнішніх експертів, виробленню власної політики соціальної відповідальності. Огляд *національних особливостей соціалізації бізнесу в Україні* дає можливість зробити такі **висновки**:

- соціальна відповідальність бізнесу виникає як об'єктивна потреба не лише суспільства, а й самих підприємств, які прагнуть знайти своє місце в конкурентному середовищі, свого споживача,

зацікавити до співпраці національних і зарубіжних партнерів, висококваліфікованих спеціалістів;

- практики соціальної відповідальності бізнесу не приживаються, якщо вони нав'язані міжнародними стандартами, законодавством чи будь-якими суспільними структурами. Їх ефективність тим вища, чим конкретніша спрямованість і більш наглядний соціальний результат;

- потреба суспільства у тих чи інших формах соціальної відповідальності бізнесу складається під впливом національного менталітету, сучасного етапу розвитку процесів соціалізації та тих конкретних проблем, які неможливо розв'язати без вкладу бізнесових структур.

#### **12.4. Аналіз соціальної відповідальності підприємств в Україні**

У 2010 р. Центром КСВ у рамках проекту "Розробка національного порядку денного з корпоративної соціальної відповідальності", за підтримки Програми "Об'єднуймося заради реформ" (UNITER), РАСТ, проведено дослідження, в ході якого методом персонального інтерв'ю було опитано представників 600 підприємств України (вища ланка управління або керівники відповідних департаментів) щодо їх ставлення до КСВ та впровадження КСВ на підприємствах.

Опитування представників підприємств було проведено у квітні – травні 2010 р. компанією "Українська Маркетингова Група" за методологією дослідження 2005 р., що дозволяє порівнювати основні тенденції розвитку соціальної відповідальності. Майже половина опитаних респондентів (49,5 %) були керівниками компаній. Респонденти володіли інформацією мінімум на 70 % (вимоги дослідження) щодо таких питань, як відносини компанії з громадськістю, екологічні аспекти діяльності підприємства, діяльність компанії з КСВ, що дозволило отримати об'єктивніші дані по кожному із запитань [67].

Протягом останніх п'яти років значні зміни відбулися на рівні поінформованості про соціальну відповідальність. У дослідженні 2010 р. простежується пряма залежність від розміру

підприємств, регіону їх розміщення та сфери діяльності – чим більше підприємство, тим вищий рівень поінформованості.

Як і раніше, більшість підприємств до соціальної відповідальності відносять надання благодійної допомоги громаді, розвиток персоналу та чесне введення бізнесу. Так само, як і у 2005 р., лише третина компаній асоціюють реалізацію екологічних проектів та участь у регіональних програмах розвитку із соціальною відповідальністю, при цьому найменша кількість підприємств віднесла до соціальної відповідальності такий її аспект, як відкритість компанії.

Кількість компаній, які вважають, що бізнес повинен брати активну участь у вирішенні соціальних та екологічних проблем, порівняно з 2005 р. зросла вдвічі. Це може свідчити про два моменти. По-перше, концепція соціальної відповідальності набуває визнання з боку українських підприємств, вони поступово усвідомлюють неминучість їх активної участі у вирішенні соціальних і екологічних проблем суспільства. По-друге, влада активніше почала залучати бізнес до вирішення соціальних та екологічних проблем громад. Важливим є той факт, що підприємства здебільшого самостійно беруть на себе соціальну відповідальність: половина з них переконані, що політику і практику соціальної відповідальності має впроваджувати кожна компанія.

Приклади і проблеми реалізації СВБ деякими українськими підприємствами наведено в дод. 10.

Протягом останніх років інтенсивність впровадження соціально відповідальних заходів зросла з 31,3 % (стосовно компаній, які робили це постійно) у 2005 р. до 55 % у 2010 р. Якщо у 2005 р. соціально відповідальні заходи впроваджували переважно великі підприємства, то у 2010 р. суттєвої різниці між розміром компанії у такому впровадженні та інтенсивністю здійснення заходів із соціальної відповідальності не простежується.

Серед основних чинників, які спонукають компанії впроваджувати соціально відповідальні заходи, – моральні міркування та внутрішнє спонукання. Проте досить важливими є такі фактори, як зростання продажів компанії, наслідування дій конкурентів та запит з боку органів місцевої влади. Порівняно з

2005 р. пріоритетність факторів для компаній не змінилась, проте вдвічі зросла кількість компаній, для яких конкурентний чинник став досить вагомим.

Як і у 2005 р., політика соціальної відповідальності українських компаній спрямовується передусім на їх співробітників та споживачів. Переважну частину заходів із соціальної відповідальності можна віднести до трудової практики: заходи із розвитку власного персоналу, відмова від використання примусової та дитячої праці, відсутність дискримінації, впровадження програм поліпшення умов праці. Проводиться чимало заходів із захисту здоров'я і безпеки споживачів. Найменш поширеними серед українських підприємств є заходи щодо захисту природних ресурсів та співпраці з громадою.

Однак майже третина українських компаній повідомила, що не здійснює заходи із соціальної відповідальності. Для більшості з них такі заходи/програми не є актуальними через брак коштів, а кожна десята компанія, яка обрала такий варіант відповіді, вважає, що це – функція держави, а не бізнесу. Лише незначна частина українських підприємств (у межах похибки) продемонструвала абсолютне неприйняття соціальної відповідальності.

Найпоширенішим напрямом соціальної відповідальності для українських підприємств є трудова практика. Як свідчать дані опитування, три чверті українських компаній здійснюють різноманітні соціально відповідальні заходи для власного персоналу. Незмінною з 2005 р. залишилась пріоритетність соціально відповідальних заходів щодо власних працівників: заходи з оплати праці, регулювання робочого часу та відсутність дискримінації при прийомі на роботу. Лише третина компаній здійснює соціальні інвестиції в розвиток громади, трохи більше підприємств надають різноманітну допомогу регіону, де вони розташовані. Найпоширенішими видами допомоги громаді, як і у 2005 р., залишилися благоустрій територій та програми створення робочих місць; однак утричі скоротилася частка підприємств, які надають фінансову допомогу владі у вирішенні проблем регіону; вдвічі меншою стала частка підприємств, які сприяють реалізації екологічних проектів та виступають

спонсорами спортивних і культурних заходів. Лідерами у впровадженні програм надання допомоги регіону, де знаходиться підприємство, є великі компанії.

Одним із найменш популярних напрямів соціальної відповідальності є захист навколишнього середовища. Серед тих підприємств, які впроваджують екологічну відповідальність, найпоширенішими є практика впровадження технологій енергозбереження та програми сортування і утилізації відходів. Підвищення якості продукції залишилося головним заходом соціальної відповідальності компаній, особливо великих, щодо споживачів і партнерів. Проте зі зростанням розміру підприємств зменшується частка тих, хто надає чесну інформацію та рекламу для споживачів.

Більшість українських компаній вважає, що програми/заходи із соціальної відповідальності принесли дійсну користь для суспільства і регіону, вплинули на поліпшення ставлення працівників до компанії, покращили її репутацію та економічні показники. Понад дві третини українських підприємств переконані, що зазначені заходи впливають на можливість підприємства знайти та втримати кращих працівників, сформуванню позитивний імідж і покращити репутацію, створити переваги перед конкурентами. Результати дослідження засвідчили, що українські компанії все більше розуміють і сприймають соціальну відповідальність як інструмент підвищення конкурентоспроможності компаній.

Рівень співпраці з основними групами стейкхолдерів достатньо низький. Найчастіше компанії беруть до уваги інтереси споживачів та органів державної влади, найменше – недержавних та науково-дослідних організацій, навчальних закладів. Здебільшого організації самостійно розробляють і впроваджують такі програми, враховуючи інтереси споживачів та органів місцевої влади. Основним зовнішнім партнером у розробленні і впровадженні програм із соціальної відповідальності, як і у 2005 р., залишаються органи влади.

Перелік основних стимулів та перешкод у впровадженні соціальної відповідальності протягом останніх п'яти років не змінився. Слід зазначити зростання частки підприємств, для яких більше важать такі: брак інформації, недостатність позитивних



прикладів впровадження соціальної відповідальності, організацій, які б змогли надати таку допомогу. Тобто підприємства потенційно готові до впровадження програм/заходів, потрібна лише зовнішня допомога в отриманні інформації і знань.

Дослідження дозволяє намалювати портрет усередненого представника кращої (у сенсі соціальної відповідальності) частини підприємництва. Як правило, це великі підприємства з чисельністю понад 250 працівників. Досвід таких компаній на ринку – трохи більше 11 років, вони зіштовхуються з жорсткою конкуренцією з боку українських і зарубіжних підприємців. Багато хто з них оперують на міжнародних ринках, враховуючи вже сформовані вимоги західних економік до соціального іміджу бізнесу.

У портреті українського соціально відповідального бізнесмена не значиться одна з досить гучних для Заходу форм соціальної відповідальності - боротьба з корупцією. Близько 85 % підприємств змушені здійснювати неформальні платежі для врегулювання тих чи інших проблем. У той же час тільки третина компаній хотіли б вступити в боротьбу з корупцією, виділяючи на ці цілі частину свого прибутку. Це побічно свідчить про те, що більша частина підприємців не вірить у можливість ефективної боротьби з корупцією в найближчій перспективі.

Для більшості українських компаній основними стимулами у впровадженні соціальної відповідальності є пільгове оподаткування організацій, які її впроваджують (однак відсутність пільгового оподаткування як основну перешкоду впровадженню програм/заходів із соціальної відповідальності зазначили лише 3,4 % компаній, які не займаються цим), зменшення адміністративного тиску місцевих органів влади та ознайомлення з позитивними прикладами впровадження програм/заходів із соціальної відповідальності у світі.

На думку двох третин українських підприємств, найближчим часом доцільно розробити і ухвалити Національну стратегію розвитку соціальної відповідальності, запровадити окрему просвітницьку програму для споживачів, провести широку інформаційно-просвітницьку кампанію з питань соціальної відповідальності, впровадити принципи соціальної відповідальності в діяльність органів державної влади і місцевого

самоврядування. Найменша частка українських підприємств вважає необхідним запровадити окрему посаду з КСВ в організаціях та збільшити їх бюджети на програми/заходи з КСВ.

Згідно з рейтингом «ГВардія 500», проведеним у 2011 р., КСВ в Україні продовжує розвиватися, незважаючи на порівняно слабкий вплив соціальних програм на формування репутації вітчизняних компаній [82].

У 2011 р. участь в проекті прийняли 39 компаній, що на 9,3 % менше, ніж у 2010 р. Лідерство в рейтингу соціально відповідальних компаній 2011 зберіг переможець 2010 р. – ЗАТ «Систем Кепітал Менеджмент» з загальним балом 79,25, друге місце – у ПАТ «Київстар Дж. Ес. Ем.», на третю позицію вийшла група компаній «НІКО», ступивши на 13 сходинок вперед в порівнянні з 2010 р.

Слід зазначити, що максимальна оцінка рейтингу знизилася на чотири бали у порівнянні з 2010 р. Це відбулося в основному внаслідок зменшення частки соціальних відрахувань до прибутковості лідируючих компаній, що спричинило звуження значень поправочного коефіцієнта у формулі розрахунку оцінок. Але мінімальна оцінка при цьому збільшилася на 7 балів, що свідчить про якісне зростання соціальної діяльності компаній, які ввійшли в рейтинг.

Серед учасників з'явилося десять новачків. У цьому році вони становлять четверту частину компаній, що ввійшли в основний рейтинг. Причому компанія «МТС Україна» відразу зайняла четверту сходинку. Впевнено увійшла до рейтингу і компанія «Миронівський хлібопродукт» (14-та позиція).

Підготовка соціального звіту в середовищі українського бізнесу поки не дуже популярна. За інформацією Центру розвитку КСВ, лише 8,3 % вітчизняних компаній публікують окремий нефінансовий звіт. Ще 13,2 % відображають соціальні показники в регулярному фінансовому звіті. За даними дослідження «ГВардії», 37,8 % компаній, які увійшли до рейтингу 2011 р., в принципі регулярно готують соціальну звітність, однак звітності 2010 р. не надав жоден учасник.

Проте позитивні тенденції є: у 2011 р. спостерігається прагнення компаній до більшої відкритості - майже половина учасників рейтингу (46 % проти 37 % в 2010 р.) надали

інформацію про розміри соціальних інвестицій, докладно вказавши статті витрат. Середня величина відсотка соціальних відрахувань у відношенні до величини чистого доходу компаній в 2011 р. становить 1,2 %. Максимальний результат за цією позицією продемонструвала компанія СП «НІБУЛОН» – 4,8 %.

Що стосується напрямків соціальних інвестицій, то в 2011 р. більше 41 % компаній, представлених у рейтингу, використовують у своєму арсеналі всі шість основних напрямків КСВ, які враховані в методиці рейтингу: розвиток персоналу, охорону праці та здоров'я, охорону довкілля та ресурсозбереження, підтримку добросовісної ділової практики і етичної поведінки, програми розвитку спільнот, благодійність і меценатство. П'ять напрямків практикують близько 18 % компаній, чотири – 20,5 %, від одного до трьох напрямків – понад 20 %.

На відміну від попереднього періоду, в 2011 р. найбільш масовим напрямком КСВ став розвиток персоналу – такі програми реалізують понад 92 % компаній. Другу позицію за популярністю займає напрямок охорони праці та здоров'я – його розвивають 89,5 % компаній-учасниць.

Високий відсоток учасників рейтингу працює у сфері охорони навколишнього середовища – 76,3 %, а також підтримує сумлінну ділову практику і етичну поведінку – 74,6 %.

Напрямок благодійності перемістився на третю позицію – 86,84 %. Порядок популярних напрямків благодійності в 2011 р. не змінився, відбулися тільки невеликі кількісні зміни. Так, соціальну сферу представляють практично всі компанії-учасники (97,4 %), що на 9 % більше, ніж у 2010 р. Більше половини учасників рейтингу підтримують сферу науки і освіти, а також культуру та мистецтво. Екологія становить 45 % серед напрямків благодійності, спорт – 34 %.

Таким чином, за результатами досліджень 2005-2011 рр. можна дійти висновку – соціальна відповідальність ще не стала частиною стратегічного менеджменту для більшості українських компаній, але такий процес триває.

## 12.5. Основні напрямки підвищення рівня СВБ в Україні

Поняття соціальної відповідальності бізнесу нерозривне з поняттям відповідальності держави перед бізнесом за створення умов для зміцнення конкурентоспроможності національних компаній, заохочення їхнього розвитку. Бізнес і владу неможливо автономізувати одне від одного: бізнес є джерелом добробуту нації, в тому числі - джерелом фінансів для виконання державою своїх зобов'язань перед власним населенням. Держава є гарантом стабільних та прозорих умов, в яких працює та отримує прибуток бізнес.

Ступінь соціальної відповідальності бізнесу тісно пов'язаний з якістю послуг, що надаються державою. Якщо держава не виконує своєї ролі щодо створення і збереження сприятливих умов для розвитку бізнесу, не пропонує ефективних механізмів захисту прав власників і громадян, бізнес отримує привід ухилятися від виконання повною мірою своїх зобов'язань перед державою [90].

Досягнення цієї загальної мети передбачає *вирішення низки завдань*.

На *макроекономічному рівні*:

- формування інституційної бази з питань соціальної відповідальності вітчизняних корпорацій;
- активне сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в російських регіонах;
- створення сприятливих умов життєдіяльності господарюючих суб'єктів, які проводять політику соціальної відповідальності.

На *мікроекономічному рівні* (рівні господарюючого суб'єкта):

- формування системи корпоративної відповідальності;
- використання в управлінні бізнесом соціально-корпоративних технологій.

На *нанорівні* (рівні індивіда):

- зміна менталітету українського індивіда - члена суспільства, що полягає в усвідомленні того, що його соціальна захищеність забезпечується не тільки особистими можливостями

і здібностями, але й особистою участю у формуванні навколишнього середовища (бізнесу, держави, природи).

Вищевикладене дозволяє зробити висновок про те, що в Україні існує значний потенціал саме корпоративної соціальної відповідальності. Однак зараз соціально відповідальна діяльність вітчизняною бізнес-спільнотою здійснюється непослідовно і безсистемно, а українська модель СВБ знаходиться на початковому етапі становлення. Саме тому ми пропонуємо удосконалити економічну модель взаємодії бізнесу-держави-суспільства.

З усього вищерозглянутого можна сказати, що між державою, бізнесом та суспільством повинен бути зворотній зв'язок. Тому, на наш погляд, необхідним є формування в Україні механізму державно-приватного партнерства, суспільства на основі моральних і соціальних цінностей. Тобто створення економічної моделі взаємодії держави, бізнесу і суспільства (рис. 12.3).

Соціальна відповідальність бізнесу потребує соціальної відповідальності від держави, так як вона здійснює економічний розвиток територій, підвищує життєвий і культурний рівень населення. Бізнес зберігає об'єкти, забезпечує робочі місця, створює інфраструктуру (дороги, комунікації та ін.), відроджує культуру в провінціях. Суспільство надає трудові ресурси, здійснює розвиток держави [83, 45].

Безумовно, для цього владою повинні бути створені базові умови для розвитку соціальної відповідальності бізнесу: гарантовані права власності і безпеки ведення бізнесу; створена незалежна судова система; забезпечені прозорі законодавчі рамки для ведення соціальної діяльності; сформовані державні пріоритети соціальної відповідальності. Соціально відповідальний бізнес міг би вирішити більшість проблем населення – згладити соціальну нерівність, гармонізувати суспільні відносини.

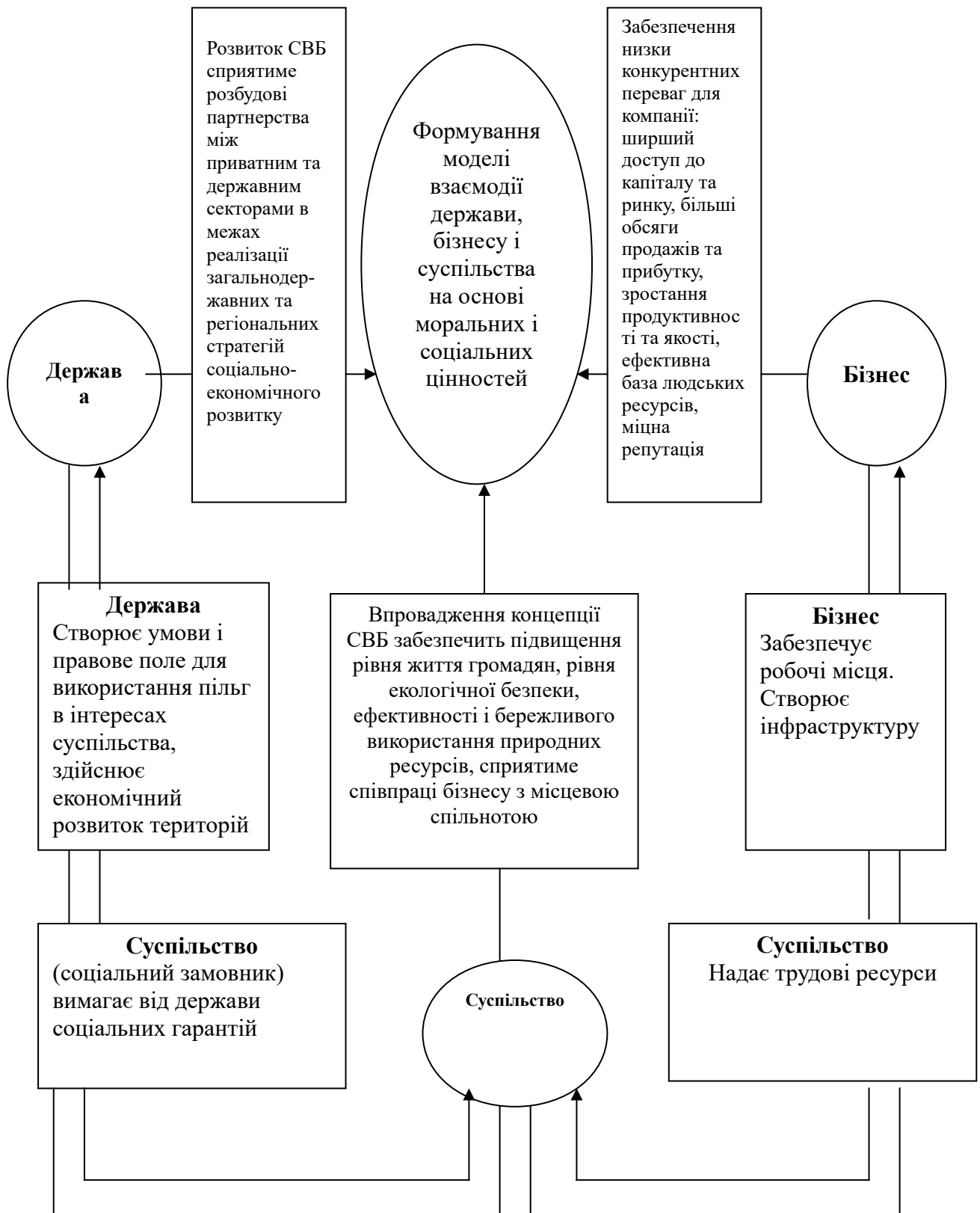


Рис. 12.3. Економічна модель взаємодії держави, бізнесу і суспільства на основі моральних і соціальних цінностей

Викладене вище дає нам підстави зробити висновок про те, що в умовах, які склалися в Україні, на державі лежить важлива відповідальність за створення сприятливих умов для реалізації соціальної відповідальності бізнесу, зокрема стимулювання соціальної відповідальності та полегшення її реалізації за допомогою відповідних інструментів. Серед інструментів, які, на нашу думку, будуть сприяти цьому процесові, варто виділити такі: програми економічної мотивації (субсидування зарплати, податкові пільги тощо); регулятивні програми (соціальні пункти в державних тендерах, укладання угод між державою і приватним сектором, соціальні пункти в колективних договорах, які дозволяють, наприклад, створювати робочі місця для осіб з обмеженою працездатністю, та ін.), програми примушення (обов'язкове надання відповідної інформації, схеми сертифікації та звітності тощо), програми переконання (поширення загальноприйнятих норм і цінностей), програми залучення в суспільну діяльність (адміністративна допомога компаніям, які зацікавлені в реалізації програм соціальної відповідальності) [45].

***Найбільш ефективними заходами, які б поширювали принципи соціальної відповідальності бізнесу в українському суспільстві та стимулювали комерційні організації до вирішення соціальних проблем, є такі:***

- створення сприятливих організаційно-правових умов для діяльності суб'єктів господарювання, що беруть участь у вирішенні соціальних проблем;
- надання пільг по податках, зборах, орендній платі та інших платежах підприємствам і організаціям, які займаються шефською, спонсорською, благодійною діяльністю;
- цільова фінансова підтримка недержавних суб'єктів соціальної політики за рахунок бюджетних коштів;
- застосування економічних та інших санкцій до тих, хто діє на шкоду соціальним інтересам територіальної громади;
- налагодження співпраці з податковими органами та проведення консультаційної і ознайомчої роботи тощо;
- акумулювання наявної інформації у сфері соціального підприємництва та адаптація закордонного досвіду соціального підприємництва.

## **Питання для самоконтролю**

1. Охарактеризуйте рівні соціальної відповідальності бізнесу.
2. Розкрийте основні принципи соціальної відповідальності бізнесу.
3. Доведіть необхідність розвитку соціально відповідального бізнесу в Україні.
4. Охарактеризуйте критерії розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
5. Доведіть переваги розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
6. Охарактеризуйте обмежувальні фактори розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні.
7. У чому полягають особливості формування і розвитку соціальної відповідальності вітчизняних підприємств?
8. Охарактеризуйте результати дослідження соціальної відповідальності підприємств в Україні.

## **Питання для обговорення**

1. Назвіть приклади з сучасної української дійсності соціально відповідального ведення бізнесу. Як, на ваш погляд, можна підняти моральний рівень бізнесу в нашій країні? Чи є в цьому необхідність?
2. Наведіть приклад кодексу соціальної відповідальності сучасної української компанії. Охарактеризуйте його.
3. Проаналізуйте основні проблеми реалізації соціально відповідального бізнесу деякими українськими підприємствами. Поясніть, що, на Вашу думку, може попередити їх появлення.

## **Теми рефератів**

1. Соціальна відповідальність підприємств в Україні: поняття, фактори, критерії і обмеження розвитку.
2. Соціальна відповідальність українського бізнесу: проблеми та перспективи.



3. Соціально відповідальний бізнес: глобальні тенденції і досвід країн СНД.

4. Основні чинники соціально відповідального бізнесу в Україні.

5. Моральні проблеми stockholders (зацікавлені групи і особи).

6. Механізм стимулювання соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу.

Література [5, 8, 10, 22, 23, 24, 26, 34, 45, 50, 59, 67, 78, 82, 83, 90].

## ВИСНОВКИ

Моральні принципи, норми і цінності невід’ємні як від життя людей в цілому, так і від їх професійної діяльності. Сьогодні в усьому світі господарські зв’язки засновуються на довірі між партнерами, на їхній доброчесності, підвищеній вимогливості до себе та інших, відповідальності. Це є основою ділової етики підприємця, менеджера. При цьому неможливо протиставляти етичні аспекти економічним. Мова йде про зародження і розвиток нової системи економічних відносин, заснованої на моральних цінностях, які наявні в економічній поведінці суб’єктів господарювання.

Як поводитися вітчизняним підприємцям в новій системі економічних відносин? Капіталізація виробничих відносин в Україні відбулася без певної духовної мотивації і відповідної системи цінностей. Суперечлива ситуація, що склалася нині в українській економіці, веде до необхідності формування у представників підприємницького та управлінського середовища понять про етику взагалі і етику бізнесу зокрема. Крім того, підвищення якості етичної свідомості підприємців вимагають історичні зміни в організації сучасного бізнесу – зростання рівня корпоративності і інформаційна революція.

Нинішня українська влада одним із головних своїх завдань бачить не тільки виведення України із кризи, але і розвиток її економіки, соціальної сфери, культури та науки до того рівня, щоб країна увійшла до складу провідних країн Європи. Реалізація цього завдання неможлива за умов існування неморальної соціально-економічної системи, коли у гонитві за надприбутками, матеріальним багатством, статусом, владою суб’єкти економічної діяльності, управлінці, управлінська еліта забувають про існування норм моралі. Щоб стати провідною країною Європи, в Україні необхідно збудувати таку соціально-економічну систему, в якій основним типом економічної поведінки буде поведінка, орієнтована на обов’язкове виконання моральних норм в економічній діяльності.

Сьогодні Україні необхідне формування етичних начал, що відображають культурно-релігійні традиції народу, відродження кращих вітчизняних традицій у підприємстві, кардинальні зміни в етичних оцінках і підходах підприємців.

Саме тому велику практичну цінність для України у нинішніх умовах господарювання має православна етика підприємництва, в якій розкриваються питання, пов'язані із етичними принципами відносин між працедавцем і працівником, між партнерами по бізнесу, відносин підприємця із державою і суспільством, підприємницькими цінностями та особливістю мотивації підприємницької діяльності.

Врахування особливостей етики підприємницької діяльності, яка сформувалася в національній культурі, створення ділової культури, націленої на задоволення вимог ринку, на пріоритет суспільних, а не особистих цінностей, стане запорукою майбутнього процвітання нашої країни.

## БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК

1. Авва Дорофей. Поучения, послания, вопросы, ответы [Текст] / Авва Дорофей. – Москва: Актис, 1991. – 306 с.
2. Амвросий Оптинский. Умудряйся и смиряйся: сборник писем [Текст] / Амвросий Оптинский, преподобный; сост. В.В. Кашириной. – М.: Изд-во Сретенского монастыря, 2008. – 416 с.
3. Антошко, Т.Р. Особенности становления корпоративной социальной ответственности в странах с трансформационной экономикой [Электронный ресурс] / Т.Р. Антошко. – Режим доступа: [http://www.rusnauka.com/22\\_PNR\\_2010/Economics/70166.doc.htm](http://www.rusnauka.com/22_PNR_2010/Economics/70166.doc.htm).
4. Антюшина, Н. Концепция социальной ответственности бизнеса и практика социального государства [Электронный ресурс] / Н. Антюшина. – Режим доступа: <http://www.lawinrussia.ru/blogs>
5. Балакірева, О.М. Соціально відповідальний бізнес в Україні: поняття та основні чинники [Електронний ресурс] / О.М. Балакірева, Ю.М. Галусян. – Режим доступа: <http://www.uisr.org.ua/img/upload/files/uisr/5-6.2007/99-109.pdf> – Назва з екрану.
6. Барбашин, И.В. Аналитический вестник «Корпоративная социальная ответственность: теория и практика» [Текст] / И.В. Барбашин, Т.А. Федотовская, С.Н. Титов. – М., 2005. – № 26. – 75 с.
7. Бегма, Ю. Социальная ответственность маркетинговых исследований: мода или необходимость? [Электронный ресурс] / Ю. Бегма, В. Паниотто. – Режим доступа: [http://www.kiis.com.ua/txt/doc/27092006/paniotto.htm#\\_ftn2](http://www.kiis.com.ua/txt/doc/27092006/paniotto.htm#_ftn2). – Назва з екрану.
8. Бегма, Ю.К. Якісне дослідження методів впровадження соціальної відповідальності бізнесу в Україні [Текст] / Ю.К. Бегма, О.Ю. Вінніков, О.І. Редько. – К., 2006. – 129 с.
9. Библия. Книги Священного Писания Ветхого и Нового Завета канонические в русском переводе с параллельными местами [Текст] / Издание Миссионерского Общества «Новая жизнь –

- Советский Союз» «Кэмпус Крусейд Фор Крайст». – СССР. – 1991. Перепечатано с Синодального издания, 1220 с.
10. Благоев, Ю.Е. Корпоративная социальная ответственность и бизнес-образование [Текст] / Ю.Е. Благоев // Бизнес-образование. – 2007. – № 1(22). – С. 49–52.
  11. Благодійність: традиції і сьогодення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://shevcbs.kiev.ua/objects/files/obj9431/gallery1223462012.doc>
  12. Браудо, А. Благотворительность [Текст] / А. Браудо // Россия в конце XIX века; под общ. ред. В.И. Ковалевского. – СПб., 1900. – С. 936-941.
  13. Булгаков, С.Н. Православие [Текст] / С.Н. Булгаков. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. – 365 с.
  14. Бурьшкин П.А. Москва купеческая. (1954) Нью-Йорк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.ldn-knigi.narod.ru/RUSPROS/Burkupzi.zip](http://www.ldn-knigi.narod.ru/RUSPROS/Burkupzi.zip)
  15. Важность нормы ISO 26000 «Руководство по вопросам социальной ответственности» для потребителей [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.consumerinfo.org.ua/must\\_know/csr/1088/11718/](http://www.consumerinfo.org.ua/must_know/csr/1088/11718/). – Загол. с экрана.
  16. Варсонофий Оптинский (беседы, келейные записки, духовные творения, воспоминания, письма) [Текст] / Варсонофий Оптинский, преподобный / Свято-Введенский монастырь Оптина Пустынь, 2009. – 700 с.
  17. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма [Текст] / М. Вебер // Избранные произведения. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
  18. Ветошкин А.П. Духовно-нравственная экономика [Текст] / А.П. Ветошкин, Н.А. Каратеева, А.М. Миняйло. – Екатеринбург: Издательство УрГУ, 2008. – 702 с.
  19. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ru.wikipedia.org/wiki>
  20. Волонтер Светлана Радионик счастлива, что может накормить более 50 бездомных и малоимущих за день: Организация "Народна допомога" кормит малоимущих и бездомных [Текст] // Газета по-киевски. – 2007. – 4 дек. – С.2.

21. Волосковець, Н.Ю. Порівняльний аналіз моделей корпоративного управління соціальною відповідальністю [Текст] /Н.Ю.Волосковець // Економічний простір. – 2010. – № 33. – С. 54-59.
22. Воробей, В. Корпоративна соціальна відповідальність чи вигода? [Електронний ресурс]/ В. Воробей // Києво-Могиллянська Бізнес-Студія. – 2005. – №10. – Режим доступу: [www.Management.com.ua/com/cm037](http://www.Management.com.ua/com/cm037) – Назва з екрану.
23. Ворона, О.В. Методичні підходи до оцінки рівня соціальної відповідальності [Текст]/ О.В. Ворона //Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 30. – С. 127-133.
24. Галушка, З.І. Соціальна відповідальність бізнесу в Україні: національні особливості [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/znpren/2010\\_6/7\\_Social.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/znpren/2010_6/7_Social.pdf) – Назва з екрану.
25. Гиляровский, В.А. Москва и москвичи [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gilyarovsky.ru/>
26. Гнатенко, Я.А. Питання соціальної відповідальності [Текст] / Я.А. Гнатенко // Ініціативи соціальної відповідальності. – 2006.– №4. – С. 14–18.
27. Гринчак, М.О. Благодійна діяльність промисловців Півдня України у другій половині ХІХ – на початку ХХ ст. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrterra.com.ua/developments/history/su/grynychak\\_prom.htm](http://www.ukrterra.com.ua/developments/history/su/grynychak_prom.htm)
28. Грицина, Л.А. Міжнародні аспекти формування корпоративної соціальної відповідальності промислових підприємств [Текст] / Л.А. Грицина // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. Серія «Економічні науки». – 2008. – № 3 (30). – С. 309-311.
29. Гундаров, И.А. Пробуждение: пути преодоления демографической катастрофы в России [Текст] / И.А. Гундаров. – М., 2001. – 352 с.
30. Гундаров, И.А. Фактор икс [Текст] / И.А. Гундаров // Русский дом. – 2003. – №12. – С.42-43.
31. Даль В. Толковый словарь живого великорусского языка [Текст]: в 2 т. Т. 2 / В. Даль. – М., 1978.
32. Джордж, Де Р.Т. Деловая этика [Текст]: в 2-х т. / Р.Т. Де Джордж; пер. с англ. Р.И Столпера. – СПб.; М.:

- Экономическая школа, Прогресс, 2001. – Т.1. – 496 с., Т.2 – 560 с.
33. Домострой / [Текст]. – М.: Паломник, 2002. – 250 с.
  34. Зінченко А.Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005-2010: стан та перспективи розвитку [Текст] / А.Г. Зінченко, М.А. Саприкіна. – К.: Видавництво «Фарбований лист», 2010. – 56 с.
  35. Иоанн Златоуст. Полное собрание творений [Текст] / Иоанн Златоуст, святитель. – Почаев: Свято-Успенская Почаевская Лавра, 2005. – 12000 с.
  36. Иоанн (Шаховской). Православное отношение к деньгам [Текст]/ Иоанн (Шаховской), архиепископ. – М.: ДАРЪ, 2006.
  37. Иоанн (Шаховской). Христианское отношение к богатству и бедности [Текст]/ Иоанн (Шаховской), архиепископ. – СПб.. САТИСЪ, 2005.
  38. Кодекс деловой этики открытого акционерного общества «Российские железные дороги» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // <http://doc.rzd.ru/isvp/public/doc>
  39. Компаниец, В.В. Духовно-нравственные основы экономики в свете христианской этики [Текст] / В.В. Компаниец, Ю.Л. Павлович // Вісник економіки транспорту і промисловості УкрДАЗТ. – 2007. – Вип. 19-20. – С. 187-191.
  40. Компаниец, В.В. Проблема морального фактора в экономике: история и современность [Текст] / В.В. Компаниец // Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту ім. академіка В.Лазаряна. – 2008. – Вип. 20. – С.225-232.
  41. Компаниец, В.В. Типизация социально-экономических систем по этическому критерию. Концепция духовно-нравственной социально-экономической системы [Текст] / В.В. Компаниец // Вісник економіки транспорту і промисловості УкрДАЗТ. – 2009. – Вип. 28. – С. 262-272.
  42. Кузнецова, М.И. Портреты русских хозяев [Текст] / М.И. Кузнецова // Русский дом. – 2004. – № 2. – С.40-42.
  43. Леонов, Н.С. От русского предпринимателя до безродного бизнесмена [Текст] / Н.С. Леонов // Русский дом. – 2003. – № 12. – С. 8-10.

44. Либоракина, М.И. Социально ответственный бизнес: глобальные тенденции и опыт стран СНГ [Текст] / М.И. Либоракина. – М.: Фонд «Институт экономики города», 2001. – 72 с.
45. Мазурик, О.В. Соціальний аудит в системі соціального управління [Текст] / О.В. Мазурик, Т.В. Єрескова // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. – 2008. – С. 230-233.
46. Матвеев, П.Е. Этика. Основы хозяйственной этики [Текст]: курс лекций: в 2 ч. / П.Е. Матвеев. – Владимир: Владим. гос. ун-т, 2003. – Ч.2. – 64 с.
47. Мозговой, В.Г. Общественная и частная благотворительность в Киевской губернии [Текст] / В.Г. Мозговой. – К., 1885. – 92 с.
48. Мойсеєнко, В. Остання нездійсненна мрія Платонова: [Меценат, ініціатор створення в Києві супермузею давньої історії] [Текст] / В. Мойсеєнко // Урядовий кур'єр. – 2005. – 11 бер. – С. 8-9.
49. Мочерна, О.С. Світовий досвід КСВ і шляхи його ефективного впровадження в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // [http:// www.rusnauka.com/18 NPM 2008/ Economics/ 34396.dok.htm](http://www.rusnauka.com/18_NPM_2008/Economics/34396.dok.htm) – Назва з екрану.
50. Національна концепція розвитку соціальної відповідальності бізнесу (СВБ) в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [www.pfi.org.ua/index.php?option=com\\_docman&task=doc](http://www.pfi.org.ua/index.php?option=com_docman&task=doc).
51. Нефедов Г. Основы христианской нравственности [Текст] / Г. Нефедов, протоиерей. – М.: Паломник, 2006. - 288 с.
52. Николай Сербский (Велимирович). Слово о Законе (Номология) / [Текст] / Николай Сербский (Велимирович), святитель. – М.: Издательство Братства Святителя Алексия. Центр святоотеческих переводов; Издательство «Феофания», 2005. –128 с.
53. Нуруллина, Г. Исламская этика бизнеса [Текст] / Г. Нуруллина. – М.: Умма, 2004. – 112 с.
54. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений [Текст] / С.И. Ожегов, Н.Ю. Шведова. – Российская академия наук. Институт



- русского языка им. В.В. Виноградова. – 4-е изд., доп. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с.
55. Опрос общественного мнения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.fom.ru](http://www.fom.ru).
56. Осипов, А.И. Путь разума в поисках истины [Текст]. – М.: Издание Сретенского монастыря, 2004. – 432 с.
57. Павлов, Р.Н. Институты социальной ответственности бизнеса и проблемы корпоративного управления в России [Текст]/ Р.Н. Павлов. – М.: Препринт-М.: ЦЭМИ РАН, 2003. – 49 с.
58. Петрунин, Ю.Ю. Этика бизнеса [Текст]: учебник / Ю.Ю. Петрунин, В.К. Борисов. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2007. – 352 с.
59. Петрушенко, Ю.Н. Формування інституту позитивної соціальної відповідальності [Текст] / Ю.Н. Петрушенко, О.В. Дудкін // Научные труды ДонНТУ. Серия экономическая. – 2009. – Вып. 37. – С.25-31.
60. Платонов, О.А. Экономика русской цивилизации [Текст] / О.А. Платонов. – Институт русской цивилизации. – М., 2008. – 800 с.
61. Политическая и экономическая этика [Текст] / Бернард Сутор, Карл Хоман, Ф.Бломе-Дрез; пер. С Курбатова, К. Костюк. – М.: Гранд-Фаир, 2001. – 368 с.
62. Посошков, И.Т. Книга о скудости и богатстве [Текст] / И.Т. Посошков. – М.: Наука, 2004. – 407 с.
63. Принципы корпоративного управления ОЭСР [Текст] / Группа по разработке управления бизнесом. – М., 2004. – 84 с.
64. Прогнімак, О.Д. Формування соціальної відповідальності бізнесу: взаємодія з місцевими спільнотами та владою [Електронний ресурс]/ О.Д. Прогнімак, О.В. Іщенко, О.Ю. Касперович. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/Usoc/2006\\_5/94-105.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/Usoc/2006_5/94-105.pdf) – Назва з екрану.
65. Рих А. Хозяйственная этика [Текст] / А. Рих. – М.: Посев, 1996. – 810 с.
66. Самые криминальные страны [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rating.rbc.ru/article.shtml?2005/10/17/1212706>

67. Саприкіна, М. Центр розвитку корпоративної соціальної відповідальності [www.csr-ukraine.org](http://www.csr-ukraine.org) [Електронний ресурс] / М. Саприкіна, А. Зінченко. – Режим доступу: // <http://www.ucipr.kiev.ua/>. – Назва з екрану.
68. Свод нравственных принципов и правил в хозяйствовании. VIII Всемирный Русский Народный Собор [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://orthodox-newspaper.ru/numbers/at32194>
69. Святая Русь. Большая Энциклопедия Русского Народа. Русское хозяйство [Текст] / гл. ред., сост. О.А. Платонов. – М.: Институт русской цивилизации, 2006. – 1136 с.
70. Семь принципов ведения дел в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://www.smesupport.net/article.php?a\\_id=842](http://www.smesupport.net/article.php?a_id=842)
71. Симонд Де Сисмонди Ж. Новые начала политической экономии, или о богатстве в его отношении к народонаселению [Текст]: в 2 т. / Сисмонди, Ж. Симонд Де. – М.: Соцэкгиз, 1937. – Т.2. – 630 с.
72. Смит, А. Исследования о природе и причинах богатства народов [Текст]: в 2 т. / А. Смит. – М.: Наука, 1993. – 570 с.
73. Смит, А. Теория нравственных чувств [Текст] / А. Смит. – М.: Республика, 1997. – 351 с.
74. Советский энциклопедический словарь [Текст] / научно-редакционный совет: А.М. Прохоров (пред.). – М.: Советская энциклопедия, 1981. – 1600 с.
75. Соловьёв, Вл. С. Оправдание добра [Текст] // Соч. в 2 т. / Вл. С. Соловьёв. – М., 1988. – Т. 1. – С. 241.
76. Социальная ответственность компаний – опыт Запада и России [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.csrjournal.com/1075-socialnaja-otvetstvennost-kompanijj-opyt-zapada-i.html>. – Загл. с экрана.
77. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://bre.undp.org.ua/img/publications/ua\\_wdp\\_sre\\_csr05.pdg](http://bre.undp.org.ua/img/publications/ua_wdp_sre_csr05.pdg) – Назва з екрану.
78. Соціальна відповідальність українського бізнесу: Результати опитування [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http://www.un.org.ua/brc/ua\\_wdp.html](http://www.un.org.ua/brc/ua_wdp.html).

79. Среди лучших стран мира Украина занимает 49-е место [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://news.rambler.ru/7291117/>
80. Стан корупції в Україні: результати загальнонаціонального дослідження 2007 р. (скорочена версія) [Текст]. – К., 2007. – 30 с.
81. Стародубская, М. Стратегия, милосердие, мода или PR? [Электронный ресурс] / М. Стародубская. – Режим доступа: <http://mm.com.ua/russian/articles/page/113> – Загл. с домашней страницы Интернета.
82. Фещенко, Е. Живучая КСО [Электронный ресурс] / Е. Фещенко. – Режим доступа: // <http://www.csjournal.com/akcent/3061-zhivuchaya-kso.html>.
83. Фиглин, Л. Модель управления качеством социальной ответственности организации [Электронный ресурс] / Л. Фиглин. – Режим доступа: [http://vasilieva.narod.ru/ptpu/4\\_2\\_03.htm](http://vasilieva.narod.ru/ptpu/4_2_03.htm) (Россия).
84. Фомина, Е.А. Социальная ответственность российского бизнеса [Текст] / Е.А. Фомина // Стратегии России. – 2004. – № 11. – С.28-32.
85. Фритцше, Д. Дж. Этика бизнеса. Глобальная и управленческая перспектива [Текст] / Дейвид Дж. Фритцше. – М.: Олимп-Бизнес, 2002. – 336 с.
86. Хилл, К.Р. Христианская защита морали и демократии [Текст] / К.Р. Хилл // Диспут. – 1992. – №1. – С.138.
87. Хміль, Ф.І. Соціальна відповідальність підприємництва в Україні [Текст] / Ф.І. Хміль // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2004. – № 1. – С. 24-30.
88. Церковь – общество – хозяйство [Текст] / В.В. Симонов; отв.ред. Д.С. Львов. – М.: Наука, 2005. – 702 с.
89. Церковь и мир. Основы социальной концепции Русской Православной Церкви [Текст]. – М.: Даниловский благовестник, 2000. – 90 с.
90. Черных, Е.В. Особенности социальной ответственности бизнеса [Текст] / Е.В. Черных // Економічний вісник Донбасу. – 2009. – №3 (17). – С. 11-16.

91. Шарапов, С.А. Бедность и богатство. Православная этика предпринимательства. [Текст] / С. Шарапов, М. Улыбышева. – М.: Ковчег, 2011. – 320 с.
92. Шарапов, С.А. Этический кодекс православного предпринимателя [Электронный ресурс] / С.А. Шарапов. – Режим доступа: <http://www.biblioteka3.ru/biblioteka/raznoe/st1.html>
93. Шихирев, П.Н. Возможна ли этика бизнеса? [Текст] / П.Н. Шихирев // Общественные науки и современность. – 1997. – № 6. – С. 16-25.
94. Шляхи стимулювання соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://www.lir.lg.ua/shlahi.doc>.
95. Эрн, В.Ф. Христианский идеал экономики [Текст] / В.Ф. Эрн// Экономика русской цивилизации; под ред. О.А. Платонова. – М.: Институт русской цивилизации, 2008. – С. 460-470.
96. Якунин, В.И. Цивилизационно-ценностные основания экономических решений [Текст] / В.И. Якунин, В.Э. Багдасарян, С.С. Сулакшин. – М.: Научный эксперт, 2008. – 160 с.
97. Carroll A.B. Three Pyramids of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. "Business and Horizons" Vol.34, №4, 1991, p.39-48.

**Приклади моральних норм господарювання  
у Старому Заповіті**

**1. Отношение к собственности (ущерб, кража собственности, правила возмещения нанесенного ущерба):**

а) если кто раскроет яму, или если выкопает яму и не покроет ее, и упадет в нее вол или осел, то хозяин ямы должен заплатить, отдать серебро хозяину их, а труп оставить себе (Исх. 21: 33, 34);

б) если кто украдет вола или овцу, и заколет или продаст, то пять волов заплатит за вола, и четыре овцы за овцу (Исх. 22: 1);

в) если кто застанет вора подкапывающего, и ударит его, так что он умрет, то кровь не вменится ему. Но если взошло над ним солнце, то вменится ему кровь. Укравший должен заплатить; а если нечем, то пусть предадут его для уплаты за украденное им. Если украденное найдется у него живым, вол ли то, или осел, или овца, пусть заплатит вдвое (Исх. 22: 2-4);

г) если кто потравит поле или виноградник, пустив скот свой травить чужое поле, пусть вознаградит лучшим из поля своего и лучшим из виноградника своего (Исх. 22: 5);

д) если появится огонь и охватит терн, и выжжет копны, или жатву, или поле, то должен заплатить, кто произвел сей пожар (Исх. 22: 6);

е) если кто отдает ближнему на сохранение серебро или вещи, и они украдены будут из дома его, то, если найдется вор, пусть он заплатит вдвое. А если не найдется вор, пусть хозяин дома придет пред судей и поклянется, что не простер руки своей на собственность ближнего своего (Исх. 22: 7, 8);

ж) о всякой вещи спорной, о воле, об осле, об овце, об одежде, о всякой вещи потерянной, о которой кто-нибудь скажет, что она его, дело обоих должно быть доведено до судей. Кого обвинят судьи, тот заплатит ближнему своему вдвое;

и) не делайте неправды в суде, в мере, в весе и в измерении. Да будут у вас весы верные, гири верные, ефа верная и чин верный (Левит 19: 35-36);

к) в кисе твоей не должны быть двоякие гири, большие и меньшие. В доме твоём не должна быть двоякая ефа, большая и меньшая. Гиря у тебя должна быть точная и правильная, и ефа у тебя должна быть точная и правильная, чтобы продлились дни твои на земле, которую Господь, Бог твой, дает тебе. Ибо мерзок пред Господом, Богом твоим, всякий делающий неправду (Втор. 25: 13-16).

## **2. Отношение к рабам (постановление о рабах):**

а) раб еврей должен работать 6 лет, а на 7 год должен выйти (по его желанию) из рабства даром (он и его жена) (Исх. 21:1,2);

б) если кто ударит раба своего или служанку свою палкою, и они умрут под рукою его, то он должен быть наказан (Исх. 21:20);

в) если кто повредит глаз, выбьет зуб рабу (рабыне), должен отпустить их на волю (Исх. 21:26,27).

## **3. Отношение к займам под процент:**

а) даешь деньги бедному из народа Моего, то не притесняй его и не налагай на него роста. Если возьмешь в залог одежду ближнего твоего, – до захождения солнца возврати ее, ибо она есть единственный покров у него; она одеяние тела его: в чем будет он спать? Итак, когда он возопит ко Мне, Я услышу; ибо Я милосерд (Исх. 22: 25 - 27);

б) если брат твой обеднеет и придет в упадок у тебя, то поддержи его, пришелец ли он, или поселенец, чтоб он жил с тобою. Не бери от него роста и прибыли, и бойся Бога твоего; чтоб жил брат твой с тобою. Серебра твоего не отдавай ему в рост, и хлеба твоего не отдавай ему для прибыли (Левит 25: 35 - 37);

в) в седьмой год делай прощение. Прощение же состоит в том, чтобы всякий займодавец, который дал займы ближнему своему, простил долг и не взыскивал с ближнего своего или с

брата своего; ибо провозглашено прощение ради Господа. С иноземца взыскивай, а что будет твое у брата твоего – прости (Втор. 15: 1 - 3).

#### **4. Отношение к милостыне:**

а) шесть лет засевай землю твою и собирай произведения ее, а в седьмой оставляй ее в покое, чтобы питалась убогие из твоего народа, а остатками после них питались звери полевые. Так же поступай с виноградником твоим и с маслиною твоею (Исх. 23: 10 - 11);

б) когда будете жать жатву на земле вашей, не дожинай до края поля твоего, и оставшегося от жатвы твоей не подбирай, и виноградника твоего не обирай дочиста, и попадавших ягод в винограднике не подбирай; оставь это бедному пришельцу. Я, Господь, Бог ваш;

в) из Второзакония: нищим (из братьев) давать займы и не скорбеть при этом сердцем, помнить что за это благословит Господь. «Ибо нищие всегда будут среди земли твоей; потому и я повелеваю тебе: отвержай руку твою брату твоему, бедному твоему и нищему твоему на земле твоей» (Втор. 15: 11)

г) из Второзакония: отпускать в 7-й год рабов евреев на свободу не с пустыми руками, но снабдить их имуществом (Втор. 15: 12 - 15);

д) также см. Втор. 24: 10 - 21.

#### **5. Ритм труда:**

а) помни день субботний, чтобы святить его. Шесть дней работай, и делай всякие дела твои; а день седьмой – суббота Господу Богу твоему: не делай в оный никакого дела ни ты, ни сын твой, ни дочь твоя, ни раб твой, ни рабыня твоя, ни скот твой, ни пришелец, который в жилищах твоих. Ибо в шесть дней создал Господь небо и землю, море и все, что в них; а в день седьмой почил. Посему благословил Господь день субботний и освятил его (Исх. 20: 8 - 11);

б) шесть дней делай дела твои, а в седьмой день покойся, чтобы отдохнул вол твой и осел твой, и успокоился сын рабы твоей и пришелец (Исх. 23: 12).

#### **6. Отношение к пришельцам:**

а) пришельца не притесняй, и не угнетай его; ибо вы сами были пришельцами в земле Египетской (Исх. 22: 21);

б) пришелец, поселившийся у вас, да будет для вас то же, что туземец ваш; люби его, как себя, ибо и вы были пришельцами земли Египетской (Левит 19: 34).

#### **7. Оплата труда:**

а) если он взят был внаймы за деньги, то пусть и пойдет за ту цену (Исх. 22: 15);

б) не обижай ближнего твоего и не грабительствуй. Плата наемнику не должна оставаться у тебя до утра (Левит 19: 13).



## Діловий моральний кодекс за іудейським правом

### Общие положения

**Благосостояние.** Каждый из нас, просто человек, управляющий или служащий, имеет естественное стремление к благам и выгодам, известное как естественная склонность, подобное нашей необходимости в пище, одежде, сексе. Хотя эти нужды вполне законны, они должны соизмеряться с нравственными основами. Здесь не преследуется цели лишить людей этого стремления к благосостоянию, но нужно освятить его и сделать неотъемлемым правом. Нижеследующий кодекс – это попытка обеспечить людей моральными основами.

**Справедливость и правосудие.** Эти два центральных принципа создают основу для всей нашей деятельности, связанной с бизнесом. Другими словами, каждый должен не только блюсти букву закона, но и обладать правосознанием. Бог – не просто Король, но и Отец.

**Имя Бога.** Помните, что каждый раз, когда мы имеем дело с нашими клиентами, поставщиками и конкурентами, у нас есть масса возможностей и мы делаем огромный вызов себе и своей судьбе. Мы можем действовать так, что прославим имя Господне, или так, что оскверним его. Выбор за нами.

**Сочетание с законом.** Мы руководствуемся тем принципом, что законы государства должны быть соблюдены, если они не противоречат иудейскому закону. Поэтому мы всегда должны проверять, соответствует ли наша профессиональная деятельность законам страны, в которой работаем, какая бы она ни была и независимо от того, насколько это нам трудно или дорого.

**Соблюдение контрактов.** Хотя мы юридически иногда имеем право не выполнять обязательств по нашему договору, мы все же должны стараться соблюдать все обязательства, под которыми подписываемся. Так должно быть даже в ситуациях, где не грозит никакая денежно-кредитная потеря другой стороне или эта другая сторона причиняет финансовый ущерб нашей фирме.

### **Акционеры и исполнительные чиновники**

**Недостатки.** Кажется, иудаизм не связывает акционеров и директоров какими-то моральными нормами, они не проходят специального духовного обучения для общения с богатыми людьми и их агентами. Но главные акционеры должны видеть, что директора следуют нормам кодекса, и могут уволить их, если они не делают этого. Если менеджеры не способны влиять на общую политику, их заставляют продавать свою долю акций в корпорации. Менеджеры как агенты акционеров ответственны за руководство корпорацией согласно ее кодексу этики. Но в силу человеческих слабостей менеджеры и служащие не всегда твердо придерживаются общего морального кодекса, пока этот кодекс не поддержан акционерами и не провозглашен декларацией поведения исполнительных директоров.

### **Служащие**

**Заработная плата.** Фирма выплатит заработную плату своим служащим в ранее установленный день, без задержки, которые в противоположном случае превратились бы в вымогателей. Также мы воздержимся от кредитной заработной платы (льгот, отсроченного вознаграждения и т. д.), если она будет нам только в ущерб.

**Трудовая политика.** Что касается нашей трудовой политики, мы должны соблюдать соглашения занятости, введенные в местные законы, и подчиняться местной таможне. Хотя мы не обязаны гарантировать безопасность работы для наших служащих, мы обязаны обеспечить помощь тем служащим, которые временно были уволены, например ввести

беспроцентный фонд ссуд или обеспечить переквалификацию. Решения относительно политики сокращения будут оставаться на рассмотрение самих служащих всякий раз, когда это только возможно.

Наша фирма обязана обеспечить выходное пособие, пенсии и частичную занятость, а также помощь нашим пожилым рабочим, которые больше не способны выполнять свою работу. Мы обязаны защищать наших рабочих от физического ущерба и конечно же обязаны обеспечить им компенсацию за болезнь, вызванную работой. Этими вопросами занимается наш общественный сектор.

**Воровство.** Служащие будут избегать участвовать в каких-либо формах воровства, включая злоупотребление расходных счетов, персональное использование имущества фирмы, средств обслуживания (например, междугородный телефон, ксерокс, факс). Это касается также незаконного использования программного обеспечения.

**Внутрифирменная торговля.** Служащие не будут заниматься внутриорганизационной торговлей, потому что это будет нарушение не только государственных законов, но и иудейского закона.

**Взятки.** Мы не будем получать или давать взятки, производить секретные платежи в нашей деятельности. Это было бы подобно воровству или ослеплению того, с кем имеем дело.

**Клиенты.** Мы будем стараться не назначать цены выше рыночного уровня на свои товары и услуги, пока потребитель сам не осознает, что платя выше цену, он будет иметь дополнительные выгоды. Иначе нас обвинят в запросе завышенной цены.

**Методы продажи.** Наша фирма не признает принцип «покупатель, остерегайся». Напротив, мы гарантируем получение покупателем точной и полной информации относительно характера и качества продаваемых товаров и предоставляемых

услуг, без всякого укрывательства их дефектов и недостатков. Все товары и услуги будут обеспечиваться согласно пунктам в контракте или рекламе. Никакие изделия или услуги не будут рекламироваться, если они касаются минутного удовольствия, нереалистичных или преувеличенных потребностей или основаны на сомнительном спросе. Это было бы подобно помещению камня на дорожке для слепых или краже чужого мнения.

Фирма не будет продавать товары или услуги, которые являются вредными как физически, так и нравственно, даже в тех случаях, когда такие продажи юридически законны или соответствуют запросам покупателя.

**Конфликт интересов.** Менеджеры и служащие не будут давать потребителям советы, если в них заложен конфликт неявных интересов. Иначе это было бы введением потребителя в заблуждение.

## **Конкуренты**

**Отношения с конкурентами.** Хотя наша фирма может войти на новый рынок и конкурировать с существующими там организациями, но она не будет делать так, чтобы эти фирмы столкнулись с проблемой полной потери их источника дохода. Наша фирма также не будет активно переманивать служащих от наших конкурентов, а спросит совета раввина относительно обстоятельств, при которых это является позволительным.

## **Поставщики**

**Получение, квот.** Мы не будем получать квоты от поставщиков, если не имеем намерения покупать у них материалы. Иначе мы бы заставили их ожидать от нас покупки, которой не суждено осуществиться, что было бы некоторой формой эксплуатации.

***Выплата долгов.*** Мы обязаны полностью возместить наши долги вовремя. Мы спросим совета раввина, если захотим воспользоваться пунктом Законов о банкротстве по защите должника, представленным также в главе 11 Законов США.

## **Инвесторы**

***Неверная информация.*** Мы будем стараться точно предоставлять всю финансовую и бухгалтерскую информацию. Иначе мы бы нарушали принцип достоверной информации и вводили бы наших инвесторов в заблуждение.

## **Сообщество**

***Макроэкономическая политика.*** В наши благотворительные обязательства будет входить влияние на правительственную политику в области защиты неимущих, пожилых, инвалидов и маргиналов нашего общества.

***Окружающая среда.*** Наша фирма будет делать все возможное, чтобы уважительно относиться к окружающей среде, в которой работает. Мы обязаны избегать загрязнения воды, воздуха, почвы и обеспечить компенсацию за любой ущерб, который мы можем неумышленно причинить.

**Ділова етика американського фінансового будинку  
«LARIBA»**

(«ЛяРиба» буквально означає «Нет ссудному проценту»)

Місія американського фінансового дома «ЛяРиба» складається в тому, щоб прикласти всі зусилля к забезпеченню безпроцентного фінансування, пропонуючи альтернативні варіанти традиційним кредитним інструментам. Система фінансування «ЛяРиба» розроблена на основі принципів шариата з урахуванням законів і інструкцій уряду США.

**Кодекс компанії**

1. Ми ніколи не спекулюємо грошима і довіряємо клієнта. Довіряє клієнта ми цінуємо вище нашого власного інтереса.

2. Ми завжди прагнемо виконувати наші обіцянки, і не обіцяємо того, чого виконати не можемо.

3. Ми слідуємо принципу: гроші «поважують» людей, які поважують їх.

4. Ми слідимо за нашими витратами і прагнемо звести їх к мінімуму.

5. Ми турбуємося про високі доходи для наших акціонерів, але ніколи не забуваємо про моральну відповідальність.

6. Ми вимірюємо наш успіх доходністю активів і числом підприємств, створених з нашим участям.

7. Мы ведем бизнес со всеми клиентами независимо от цвета кожи, языка, национальной и религиозной принадлежности.

8. Мы инвестируем вместе с клиентами.

9. Мы не предоставляем кредиты под процент.

10. Мы вкладываем капитал в людей.

11. Мы социально ответственны.

12. Мы не финансируем бизнес, связанный с производством и продажей алкоголя, табачной продукции, игрой на деньги либо другими видами неэтичной деятельности.

13. Мы очень внимательны к тем, с кем имеем дело.

14. Мы обещаем проверять наших вкладчиков, клиентов и заказчиков на предмет законности источников их фондов и рода деятельности их бизнеса.

15. Мы чрезвычайно консервативны. Наша главная инвестиционная цель – сохранение капитала от воздействия инфляции.

16. Сотрудники нашей компании — наши партнеры. Мы стремимся, чтобы каждый сотрудник был вовлечен в наш бизнес. Мы стремимся дать им профессиональную подготовку и возможность роста.

**Кодекс міжнародної ділової етики для християн,  
мусульман та іудеїв**

**I. Общие положения**

**1. Цель Декларации**

Глобализация бизнеса имеет тенденцию расширения. Например, объем мировой торговли быстро увеличивается. Растет число транснациональных корпораций, в которых задействован международный персонал. Интеграция экономик показывает тесную взаимосвязь и зависимость стран друг от друга.

В то же время расширение международного экономического сотрудничества выявило серьезные расхождения в методах ведения деловой практики представителями разных культур.

Чтобы разрешить эти проблемы, была создана группа из представителей трех монотеистических конфессий, которая пыталась составить ряд основных принципов международного делового поведения. Группа собиралась четыре раза в течение нескольких лет и исследовала различные подходы к поведенческим проблемам, возникающим в деловых отношениях.

Сразу в начале обсуждения участники поняли, что их позиции имеют больше общего, чем это представлялось ранее, и проблемы, которые они затрагивают, своевременны и важны. Цель диалога состояла в том, чтобы выработать общую этическую основу для ведения совместного международного бизнеса, включающую принципы деловой практики, которые помогут бизнесменам, инвесторам, банкирам понять их роль и функции, решить задачи, которые возникают в ходе ежедневного ведения дел.

Участники согласились, что наряду с ростом материального благополучия индустриально развитых стран там возникают негативные тенденции, отрицательно влияющие на мораль общества, такие, как эгоизм и непорядочность. В результате



такого процесса этические стандарты, принятые в обществе, трансформируются и заменяются другой моралью.

Как выяснилось, в мусульманском и иудейском обществах влияние религии на нравственность человека и общества достаточно высоко, в то время как в христианских обществах морально-этические нормы больше определяются культурой и традицией разных народов и той средой, в которой они живут.

Результаты данного диалога должны способствовать поддержанию высоких стандартов делового поведения, а также лучшему пониманию роли бизнеса в обществе.

## **2. Метод**

Этику бизнеса можно классифицировать по трем категориям:

- этичность экономической системы, которая является средой для любого бизнеса;
- политика и стратегия организаций, которые участвуют в бизнесе;
- поведение служащих, выполняющих свою работу.

## **II. Декларация**

### **1. Принципы**

Декларация международной деловой этики основана на предписаниях трех мировых религий. Христиане, мусульмане и иудеи имеют общую религиозную основу и моральное учение: они — люди Писания. Четыре ключевые концепции заложены в основе каждой религии и служат гарантом человеческого общежития: справедливость, взаимное уважение, ответственность и честность.

*1. Справедливость.* Этот принцип включает справедливые взаимоотношения человека с Богом, самим собой, обществом. Все три веры сходятся в том, что Бог создал мир по справедливости, и поэтому справедливость должна присутствовать и в отношениях - в том числе и в деловых — между людьми верующими и неверующими.

2. *Взаимное уважение.* Взаимное уважение и любовь к другим созданиям также свойственны нравственному учению каждой религии. Термин «любовь» имеет много значений на большинстве языков. Но, как следует из Священного Писания, Бог справедливости и милосердия — также есть Бог любви. В Священных Писаниях любовь выражается как взаимное уважение или доброе отношение к соседу, ближнему: «относись к ближнему своему, как к себе». Сосед в деловом контексте может быть определен как любой участник рыночных отношений, что также относится к коллегам по работе.

3. *Ответственность.* Третий принцип подразумевает ответственность людей за все, что дано им во временное управление. Так как этот совершенный мир был создан для человека и для облегчения его жизнедеятельности, то на него возлагается ответственность за правильное использование даров и заботу о них. Все Священные Писания говорят о том, что все принадлежит Богу, а человек — лишь временный поверенный.

4. *Честность.* Этот принцип включает в себя понятия правдивости и надежности и охватывает все стороны человеческого поведения: мысль, слово и действие. В рассказах и притчах Священных Писаний правда и честность во всех отношениях между людьми возносятся на вершину добродетели. Особо оговаривается, что непорядочность и ложное свидетельство нарушают законы Бога.

Нормы деловой этики могут быть классифицированы по следующим категориям, упомянутым выше.

## **2. Нормы деловой этики**

### *1. Этичность экономической системы*

Все деловые отношения строятся в рамках социальной, политической и экономической системы. Основные характеристики экономической системы следующие:

а) бизнес является частью социального порядка. Его основная цель — эффективное удовлетворение человеческих и материальных потребностей путем производства и распределения товаров и услуг;

б) конкуренция делает рынок эффективным. На таком рынке ресурсы распределяются и используются оптимально, затраты и цены минимизированы. Государство только контролирует эффективную работу домашних хозяйств, поддерживает конкуренцию и регулирует естественные монополии;

в) все экономические системы имеют недостатки. Свободные и открытые рынки наиболее нейтральны ко всем участникам и обладают большим экономическим потенциалом. Предприятия в условиях рыночной экономики наиболее эффективно используют ресурсы и максимизируют свою прибыль;

г) нет причин для конфликта в рамках этичной деловой практики и создания прибыли. Прибыль — мера эффективности бизнеса. Она обеспечивает рост бизнеса, расширяет возможности занятости, является средством повышения жизненного уровня и благосостояния. Она является также стимулом хорошей работы и проявлением инициативы;

д) поскольку в свободной рыночной системе, как и в любой другой, могут быть различного рода злоупотребления, государство несет обязательство по обеспечению правопорядка, в условиях которого бизнес может функционировать честно и справедливо. В свою очередь, бизнес соблюдает и уважает закон государства, в пределах которого работает;

е) поскольку бизнес — это объединение различных групп людей, они никогда не должны рассматриваться просто как фактор производства. Условия их занятости должны соответствовать самым высоким стандартам человеческого достоинства;

ж) эффективное использование ресурсов должно обеспечиваться бизнесом. Ресурсы, используемые корпорациями, включают в себя также финансы, технологии, землю, естественные возобновляемые ресурсы. Все они имеют важное значение, особенно те, которые ограничены;

и) бизнес несет ответственность перед будущими поколениями. Нельзя улучшать качество или увеличивать количество товаров и услуг за счет ухудшения состояния окружающей среды.

## *2. Стратегия бизнеса*

Деловая активность охватывает человеческие отношения. Столкновение интересов неизбежно, что ставит вопрос о сбалансировании различных интересов всех участников процесса.

Стратегия этического бизнеса, основанная на принципах, изложенных выше, предполагает, в частности, следующее:

а) совет директоров ответствен за контроль над деятельностью корпорации для соблюдения законов и правил ведения бизнеса, соответствия высоким стандартам этики;

б) совет директоров утверждает письменную инструкцию относительно целей и политики организации и ее рабочей программы. В инструкции ясно излагаются обязательства компании по отношению к лицам, вовлеченным в деятельность компании (сотрудники, акционеры, кредиторы, заказчики, поставщики и сообщество). Основой отношений с ними должны быть честность и справедливость, а также надежность со стороны организации;

в) бизнес должен быть направлен на поддержание длительных отношений с каждой из групп участников для достижения эффективного, взаимовыгодного сотрудничества;

г) руководители должны в первую очередь учитывать социальные последствия принимаемых решений и не допускать никаких форм взяточничества, вымогательства или других подобных методов в достижении коммерческих целей.

## *3. Акционеры*

Акционеры несут большую часть риска, поэтому избираемые директором обязаны:

- защищать интересы акционеров;
- следить, чтобы финансовые отчеты компании были достоверны и своевременны;
- заботиться о том, чтобы акционеры были проинформированы относительно важных решений и политики компании.

#### *4. Персонал*

Сотрудники компании, следуя нормам деловой этики компании, обязаны:

а) добросовестно исполнять должностные инструкции и решения руководящего состава компании в сотрудничестве с коллегами;

б) избегать злоупотребления должностными полномочиями в личных интересах с целью повышения престижа и получения преимуществ. Не допускать получения взяток и пресекать все пути, ведущие к непорядочности или нарушению закона;

в) не использовать коммерческую информацию в личных корыстных интересах или интересах конкурентов;

г) проявлять внимание к проблемам подчиненных, руководить справедливо и эффективно;

д) учитывать вероятные последствия принимаемых решений, отражающиеся не только на финансовых показателях, но и в первую очередь на персонале компании, условиях их работы, материальной заинтересованности, социальной защищенности.

Кратко освещенные разделы Декларации предлагаются вниманию заинтересованных лиц, вовлеченных в сферу бизнеса, политики, образования. Несомненно, она требует доработки и изменений с учетом специфики различных областей применения.

**Моральні принципи і правила господарювання, прийняті на  
Всесвітньому Російському Народному Соборі 2004 р.  
(мають характер рекомендації)**

**ЧЕСТЬ ПРЕВЫШЕ ПРИБЫЛИ**

Настоящий свод нравственных принципов и правил предлагается для добровольного принятия руководителям предприятий и коммерческих структур, предпринимателям и их сообществам, работникам, профсоюзам и всем другим участникам экономических процессов, в том числе государственным органам и общественным объединениям, вовлеченным в хозяйствование.

Этот документ не повторяет положений законодательства. Не затрагивает он и технической конкретики экономических отношений, которая регулируется специальными установлениями государства и профессиональных сообществ.

Сформулированные ниже нравственные принципы и правила основываются на десяти заповедях, данных Богом, а также на опыте их усвоения христианством и другими религиями, традиционно исповедуемыми в России. Впрочем, эти принципы и правила не следует воспринимать как буквальное толкование библейского текста. Скорее речь идет о положениях, вытекающих из Божиих заповедей в их широком понимании, а также из многовекового религиозно-нравственного наследия, в том числе российского.

Свод нравственных принципов и правил описывает идеальную модель хозяйствования, которая не существует сейчас, но к воплощению которой можно и должно стремиться в повседневности. Возможно, реальность еще долго не будет соответствовать данному документу. Но нельзя заранее говорить, что цель следования ему недостижима, ибо в стремлении к чистой совести и достойной жизни человек с помощью Божией может пройти сколь угодно трудными путями, даже если дело касается такой непростой сферы человеческого бытия, как экономика.

**1. Не забывая о хлебе насущном, нужно помнить о духовном смысле жизни. Не забывая о личном благе, нужно заботиться о благе общества и Отчизны.**

Исторически российская духовно-нравственная традиция по преимуществу склонялась к приоритету духовного над материальным, к идеалу самоотвержения личности ради блага народа. Впрочем, крайности такого выбора приводили к страшным трагедиям.

Помня это, мы должны создавать такой экономический уклад, который поможет гармонично реализовать как духовные устремления, так и материальные интересы личности и общества. Этой гармонизации, как показывает исторический опыт, содействуют правила, основанные на библейских принципах.

**2. Богатство – не самоцель. Оно должно служить созиданию достойной жизни человека и народа.**

Культ богатства и нравственность в человеке несовместимы. Отношение к богатству как к кумиру неизбежно разрушает экономическую и правовую культуру, порождает несправедливость в распределении плодов труда, социальную «войну всех против всех».

Стяжение богатства ради богатства заведет в тупик и личность, и дело, и национальную экономику.

Богатство – само по себе не благословение и не наказание. Это прежде всего испытание и ответственность.

Для нравственного человека собственность есть не только средство извлечения выгоды, но и средство служения идеалам добра и справедливости.

Собственность дает максимальную отдачу именно тогда, когда она употребляется эффективно, а плоды ее использования распределяются справедливо и ответственно, «вкладываются» в социальную стабильность. Если человек созидает материальные блага исключительно для себя, своей семьи, своей социальной группы, при этом пренебрегая интересами других, он преступает нравственный закон и многое теряет в экономическом смысле.

Чем больше собственность, тем значительней власть человека над другими людьми. Поэтому использование собственности в хозяйствовании не должно носить узкоэгоистический характер, противоречить общему интересу.

Долг состоятельного человека – творить людям добро, не обязательно рассчитывая при этом на общественное признание. И

предприниматель, и государство должны исходить из принципа справедливости при принятии экономических решений.

Деньги – лишь средство для достижения поставленной цели. Они должны находиться в постоянном движении, в обороте. Дело – настоящее, захватывающее целиком, – вот богатство предпринимателя. Отсутствие культа денег раскрепощает человека, делает его внутренне свободным.

Бедность или богатство человека сами по себе не говорят о его нравственности или аморальности. Бедный, растрачивающий свои способности без пользы или употребляющий их только в корыстных целях, не менее безнравственен, чем богатый, который отказывается жертвовать часть дохода не на собственные нужды.

Бедность – это испытание, как и богатство. Бедный человек обязан достойно вести себя, стремиться к эффективному труду, повышать свой профессиональный уровень, чтобы выйти из бедственного состояния. Государство, общество и бизнес должны помогать ему в этом.

### **3. Культура деловых отношений, верность данному слову помогает стать лучше и человеку, и экономике.**

Деловые отношения должны строиться на уважении прав и законных интересов их участников. В экономике нужно сочетать принципы справедливости и эффективности.

Честность и профессионализм в отношениях с клиентом и деловым партнером завоевывают доверие и укрепляют экономическое положение предприятия, в то время как «нечестная игра» обрекает его на неизбежный крах.

Общество должно порицать подобное поведение. Формы порицания могут быть разнообразными (отказ в личном общении, публичный бойкот, исключение из профессиональных сообществ). Те же правила применимы к недобросовестным работникам, не исполняющим определенное трудовым договором.

Государство призвано принимать законы, поддерживающие и развивающие культуру исполнения обязательств. При этом оно само должно быть примером такой культуры, особенно в сфере экономики и управления, в области выполнения политических обещаний.



**4. Человек – не «постоянно работающий механизм». Ему нужно время для отдыха, духовной жизни, творческого развития.**

Постоянная однообразная работа, даже интеллектуальная, духовно обедняет личность и приводит к ее деградации. Ничто не может оправдать отказа человека от законного времени отдыха, выходных дней и полноценного отпуска.

Дальновидный работодатель будет заботиться и о развивающем досуге работников.

**5. Государство, общество, бизнес должны вместе заботиться о достойной жизни тружеников, а тем более о тех, кто не может заработать себе на хлеб. Хозяйствование – это социально ответственный вид деятельности.**

Национальное саморазрушается без эффективных мер социальной защиты. Работник, который не имеет перспективы заработать на достойную пенсию, лишен доступа к образованию, медицинскому обслуживанию, социальному страхованию, - никогда не будет трудиться с радостью и удовлетворением.

Работодатель, в том числе государство, должен нести публичную ответственность за свое участие в программах социального и пенсионного страхования.

**6. Работа не должна убивать и калечить человека**

Создание достойных условий труда, старое соблюдение техники безопасности на производстве – сфера повышенной ответственности работодателя, в том числе государства.

Труд для наемного работника – основной источник средств к существованию. Поэтому необоснованное увольнение, низкая оплата труда, несвоевременная или неполная выплата заработной платы ставят его на грань выживания.

Предприниматели должны отказываться от противозаконных методов ведения дел с употреблением насилия и угрозы силой.

Стремление к успеху любой ценой, презрение к жизни и здоровью другого – преступно и порочно.

Впрочем, и работник должен ответственно относиться к требованиям безопасности, не допускать халатности, пьянства, особенно при обращении с опасной техникой. Он должен

помнить, что своей безответственностью подчас ставит под угрозу жизнь и здоровье других людей.

**7. Политическая власть и власть экономическая должны быть разделены. Участие бизнеса в политике, его воздействие на общественное мнение может быть только прозрачным и открытым.**

Всю материальную помощь, оказываемую бизнесом политическим партиям, общественным организациям, средствам массовой информации, необходимо делать общеизвестной и проверяемой. Тайная помощь такого рода подлежит публичному осуждению как безнравственная. Частные СМИ должны откровенно говорить об источниках, размерах и расходовании своих средств.

Производственные и предпринимательские структуры полностью или частично принадлежат государству, не должны делать политических предпочтений.

Лица и структуры, виновные в совершении тяжких преступлений, особенно связанных с коррупцией, должны быть неприемлемы как деловые партнеры и участники предпринимательского сообщества.

Нравственно ответственный бизнес не может иметь ничего общего с такими явлениями, как торговля людьми, проституция, порнография, медицинское и духовное шарлатанство, незаконный оборот оружия и наркотиков, политический и религиозный экстремизм.

**8. Присваивая чужое имущество, пренебрегая имуществом общим, не воздая работнику за труд, обманывая партнера, человек преступает нравственный закон, вредит обществу и себе.**

Государство, предприниматель, работник, любой гражданин должны бережно относиться к общему и любому другому имуществу. Хищение у партнера по бизнесу, лишение его оговоренной части общей прибыли – должно становиться общеизвестным и непременно вести к санкциям со стороны предпринимательского сообщества.

Одной из форм хищения является несправедливое распределение плодов труда среди партнеров и работников. Общество не должно делиться на сверхбогатых и сверхбедных.

Предприниматель должен помнить, что неуплата налогов, положенных по закону, это хищение у сирот, стариков, инвалидов, других самых незащищенных людей. Передача в виде налогов части своего дохода на нужды общества должно превратиться из тягостной обязанности, исполняемой подневольно, а иногда и вовсе неисполняемой, в почетное дело, достойное благодарности общества.

Соккрытие доходов, незаконный вывод капиталов за рубеж равнозначны обкрадыванию своих соотечественников.

Нельзя злоупотреблять отчаянием людей, согласившихся на низкую зарплату ради хлеба насущного.

Оплата труда не может быть ниже прожиточного минимума. Она должна позволять человеку не только полноценно питаться, но и приобретать для быта товары, растить детей, обеспечить себя жильем.

Те, кто не выплачивает людям зарплату, систематически задерживают её, допускают ее уровень ниже прожиточного минимума, - достойны общественного порицания.

## **9. В конкурентной борьбе нельзя употреблять ложь и оскорбления, эксплуатировать порок и инстинкты.**

При ведении конкурентной борьбы нельзя пользоваться нравственно ущербными приемами. Так, предприниматель не должен допускать публичного оскорбления конкурентов, распространять заведомо ложную или непроверенную информацию о своих деловых партнерах.

Реклама, содержащая откровенный обман, эксплуатирующая половой инстинкт, побуждающая человека к пьянству, курению, использующая душевную незрелость детей и подростков – должна считаться делом безнравственным и не поддерживаться предпринимательским сообществом. Нельзя оскорблять в рекламе религиозные и национальные чувства людей.

## **10. Нужно уважать институт собственности, право владеть и распоряжаться имуществом. Безнравственно**

**завидовать благополучию ближнего, посягать на его собственность.**

Необоснованное изъятие собственности подрывает экономическую стабильность, разрушает веру в справедливость.

Национализация частной собственности нравственно оправдана только тогда, когда ее использование заведомо противоречит интересам общества, угрожает безопасности и жизни людей. В любом случае изъятие собственности должно проводиться строго по закону и при условии справедливой компенсации.

Приватизация – не самоцель. Нравственно оправдана законная передача общественной собственности в частные руки, следствием чего должно быть реальное улучшение качества товаров и услуг, снижение цен, укрепление экономики, построение динамичного, справедливого и гармонично развивающегося общества.

Незаконное перераспределение собственности – всегда преступление перед обществом, нарушение нравственного закона. Частное лицо, завладевшее имуществом путем обмана, не имеет морального и юридического права называться собственником. В подобном случае государство призвано восстановить справедливость, следуя закону и нравственному долгу.

**Моральні принципи підприємництва,  
які мають коріння у традиційній китайській культурі  
(Френк Цзао)**

1. **Познание** (жэнь). Это понятие обозначает познание действительности благодаря учению и жизненному опыту. Этот принцип означает владение всеми тонкостями своей профессии, а также обостренное чувство реальности при принятии решений и доскональное знание потребностей и психологии своих клиентов. «Сунь-цзы»: «Знай себя и знай противную сторону, тогда не будешь знать неудач» (изречение из военного канона).

2. **Терпение** (жэнь).

3. **Рачительность** (инь). Этот принцип означает бережное расходование средств и ресурсов. Как гласит поговорка китайских торговцев, «без бережного обращения со средствами всякий доход растает; при бережном обращении со средствами даже маленький капитал принесет прибыль».

4. **Человеческое отношение** (жэнь). Имеется в виду уважительное отношение к своим служащим, которое поощряет их к добросовестному труду. Традиционная китайская заповедь: «Используй людей так, чтобы их способности приносили наибольшую пользу». Опытные работники – залог успешного роста компании.

5. **Тщательное планирование** (шэнь). Значение этого принципа иллюстрируется старинной поговоркой: «Прежде чем действовать, думай три года».

6. **Искренность** (чэн). Этот принцип очень далек от европейского понятия искренности как личной откровенности, доверительности и конфиденциальности в отношениях. Он относится, прежде всего, к исполнению своего долга перед членами семьи и другими родственниками и к благочестию в его традиционном понимании, то есть учтивости, а также верности взятым обязательствам и своим моральным принципам, что предполагает и заботу о своих подчиненных.

7. **Упорство** (цинъ).

8. **Бережливость** (цзянь). Это одна из главных добродетелей в китайском обществе. Именно ей китайская история обязана десятками хрестоматийных историй об удачливых торговцах, которые покидали родной дом без гроша в кармане, а возвращались в него богачами. В бизнесе бережливость позволяет менеджеру быть готовым к внезапным переменам, случающимся на рынке.

## Правила «Домостроя»

### Часть 1. О духовном строении

**Как правильно веровать и жить по заповедям, любить Бога и ближних, относиться к семье и домочадцам, старшим, средним и младшим, как относиться к властям и духовенству, оказывать милостыню неимущим и находящимся в скорби**

1. Необходимо “Жить во всем по христианскому закону, в чистой совести и правде, с верой творя волю Божию и соблюдая заповеди Его и себя утверждая в страхе Божиим, в праведной жизни, и жену поучая, также и домочадцев своих наставляя – не принуждением, не побоями, не работой тяжкою, а как детей, чтобы были всегда упокоены, сыты и одеты, и в теплом доме, и всегда в порядке” [33, с.6].

2. «... возлюби Господа Бога твоего от всей души своей и со всей твердостью, и стремись, чтобы дела твои, и привычки, и нравы отвечали заповедям Его» [33, с. 10].

3. Царя и князя необходимо чтить, и повиноваться им во всем, и подчиняться их власти, помня слова апостола Павла «всякая власть от Бога». «Хочешь ли не бояться власти – делай всегда добро: перед Богом, перед властью и во всем им покоряйся, праведно служи, и будешь избран, и царское имя в себе понесешь» [33, с.3].

4. Всегда тем, кто старше тебя, честь воздавай, средних почитай, как братьев, немощных и скорбных привечай любовью, а младших люби, как детей.

5. Славы земной не желать, скорбь и притеснение с благодарностью терпеть, злом за зло не воздавать, не осуждать, а помнить свои грехи и думать прежде всего о них, отвращаться от общения с дурными людьми и подражать живущим праведно.

6. Оказывать милость неимущим по силе и возможности, посещать больных и немощных, в тюрьмах сидящих и тех, кто находится в скорбных обстоятельствах.

7. Детей необходимо обеспечить и воспитать, научить доброму, учить страху Божьему, вежливости и порядку, а также со временем, когда дети начинают взрослеть, учить их рукоделию и помогать по хозяйству.

## **Часть 2. О мирском строении (о семейных отношениях)**

**Как дочерей воспитывать и с приданым замуж выдавать, как детей учить и страхом спасать, детям отца и мать любить, и беречь, и повиноваться им, и утешать их во всем, об отношениях мужа и жены, о распорядке дня и устройении жизни, о том, как руководить домочадцами, наставлять их в нравственной и хозяйственной жизни, о праведной и неправедной жизни и ее последствиях, о том, как жить по средствам.**

8. Всякое дело необходимо начинать и оканчивать молитвой. Работать с молитвой и доброй беседой или в молчании, без праздных разговоров.

9. У кого родится дочь, необходимо откладывать от каждой прибыли какую-то часть, тогда, когда придет время выдавать дочь замуж, соберется хорошее приданое.

10. «Чада, слушайтесь заповедей Господних, любите отца своего и мать свою; слушайте их, и повинуйтесь им по-Божески во всем и старость их чтите и немощи их и скорби на себя берите, и благо вам будет, и долго будете жить...» [33, с. 39].

11. Жена должна быть добрая, терпеливая и молчаливая, трудолюбивая. Хорошая жена для мужа – дороже драгоценного камня. Жена должна распределять обязанности и работу между домашними слугами, контролировать ее, видеть и оценивать работу каждого, должна вести приход и расход во всем. Сама должна не сидеть без дела и подавать во всем пример.



12.«А тебе, господину, жену и детей, и домочадцев надлежит учить: не красть, не блудить, не лгать, не клеветать, не завидовать, не обижать, не наушничать, на чужое не посягать, не осуждать, не бражничать ..., со всяким обращающимся к тебе разбираться без волокиты и, особенно, не обижать в оплате работника» и т.п. [33, с.44].

13.«А людей дворовых у себя держать хороших, чтобы были рукодельные, кто в чем силен и какому ремеслу учен: чтобы был не вор, не бражник, не игрок, не грабитель, не разбойник, не блудник. Не колдун, не мошенник, не обманщик» [32, с. 45].

14. «Всякий человек у хорошего хозяина должен быть научен страху Божию, и культуре, и смирению, и всем добродетелям; хорошему ремеслу, чтобы не солгал, не разбил, никого бы не обидел, сыт бы был да одет господским жалованием или своим рукоделием» [33, с.45] Если же господин держит слуг и только поручает им дела, но не заботится об их нравственности, то он ответит за это перед Богом.

15.«Вот рецепт, как каждому христианину исцелять себя от самых разных недугов душевных и телесных, от душетленных и болезненных страданий: жить по заповедям Господним, по отеческому преданию и по христианскому закону...» [33, с. 54].

**16.О неправедной жизни.** «А кто не по-Божьи живет, не по-христиански, чинит всякую неправду, насилие и обиду: силой отнимает, долгов не платит, томит волокитой, младшего по чину во всем избидит, с соседями не добр, в селе на своих крестьян, или волости, или в приказе накладывает тяжкие дани и незаконно налоги, или чужую ниву распахал, или песок посеял, или землю перепахал, или луг перекошил, или ловил рыбу на чужой ловле, или борти, перевесища и всякие ловчие уголья неправдою и насилием захватит и ограбит, или покрадет, или уничтожит, или кого в чем ложно обвинит или кого в чем подведет, или безвинно оштрафует, или в рабство неповинных лукавством или насилием охолопит, или нечестно судит, или неправедно производит розыск, или ложно свидетельствует, или к кающимся немилостив, или лошадь, и всякое животное, и всякое имущество, села, сады, дворы и всякие уголья силою

отнимет, или задешево в неволю купит, или сутяжничеством оттянет, или мошенничеством, процентами, разным лукавым ухищрением, ростовщичеством, поборами или мздой; если всякие непотребные дела: блуд, распутство, сквернословие, срамословие, клятвопреступление, ярость, гнев, злопамятство, сам господин или госпожа творят, или дети их или люди, или крестьяне их, а они, господа, в том не возбранят им, не уберегут от зла и управы на них не найдут, точно будут все в аду и прокляты будут на земле, ибо за все грешные дела хозяин такой Богом не прощен и народом проклят, и обиженные им вопиют к Богу. И своей душе погибель, и дому запустение, все проклято, а не благословлено: и владеть, и есть, и пить – то все стяжание не Божие, но бесовское; исходят в ад их живые души, и милостыню их от неправедного богатства не приемлет Бог ни при жизни их, ни после смерти. Если хочешь от вечной муки избавиться, отдай неправдой захваченное обиженному и впредь обещай не поступать так – ни самому, ни домашним твоим. Ибо писано: «Скоро Господь на милость свою истинно кающихся принимает и от великих грехов освобождает» [33,с. 65-66].

**17. О праведной жизни.** «Если же в селах, а также и в городе с соседями кто добр, то у своих крестьян или в силу власти, в приказе сидя, законные сборы в нужное время взимает не силою, не грабежом и не пыткой; а коль чего не родилось и заплатить нечем, так он немного послабит; а соседа или у своего крестьянина чего не достало на семена, лошади или коровы нет или государственную подать не с чего сдать, то ему ссудить и помочь, а коль у самого мало, то занять, но о таких заботиться от всей души и от всякого обидчика оберечь их в суде и самому тебе и людям твоим отнюдь никого и ни в чем не обидеть: ни в пашне, ни в земле, ни в домашнем, ни в ином припасе, ни в животине. Никакого неправедного богатства не желать, законными доходами и праведным богатством жить подобает всякому христианину. И, видя ваши добрые дела и милосердие, нелицемерную любовь ко всему и правду во всем, пошлет вам Бог щедрую милость и урожай плодам и всякое изобилие умножит. Милостыня же от праведных трудов Богу приятна, и Бог

молитву вашу услышит, грехи простит и жизнь вечную дарует [33, с. 67-68].

18. Люди торговые, и мастеровые, и земледельцы тоже пусть праведным только и благословенным торгуют, и производят, и пашут без покражи, разбоя и грабежа, без поклепов и лжи, клеветы и обманов; пусть торгуют и промышляют нажитым праведными трудами, не ростовщицеством, но благодаря приплоду, труду и всякому урожаю исполняют дела свои добрые по христианскому закону и по заповедям Господним: угодит в сем мире – вечную жизнь заслужит [33, с. 68].

19. «Во всем обиходе: в лавочном и в любом товаре, и в казне, и в жилище, и в дворовом всяком припасе, деревенском и ремесленном, и в приходе, и в расходе, и в займах, и в долгах – во всем знать меру: по мере достатка и живешь, хозяйство держишь, по приходу и расход» [33, с. 68].

20. «Если же кто, безрассудный, не сочтя житья своего, дохода и достатка, начнет, на людей глядя, жить не по средствам, занимая или беря незаконным путем, то честь его обернется великим бесчестьем со стыдом и позором, и в лихое время никто ему не поможет, и будет ему от Бога грех, а от людей смех» [33, с. 69].

### **Часть 3. О Домовном строении (хозяйственные рекомендации)**

**Планирование хозяйственной жизни, учет и контроль, распределение обязанностей, как воспитывать, наказывать и поощрять, как вести торговые дела, готовить и хранить запасы, брать ссуду, принимать гостей и вести себя в гостях, правила делового этикета**

21. Каждый день и каждый вечер, исправив духовные обязанности, и утром по колокольному звону встав, и после

молитвы мужу с женой советоваться о домашнем хозяйстве...» [33, с.115].

22. С самого утра все обязанности и задания должны быть распределены между всеми домочадцами.

23. «Каждый день жене мужа во всем спрашиваться и обо всем советоваться: как на люди выходить и к себе приглашать, и о чем говорить с гостями». Советоваться обо всем по хозяйству и напоминать, в чем есть надобность [33, с. 81].

24. «А с гостями беседовать о рукоделии и домоводстве, как хозяйство вести и каким рукоделием занимается; а чего не знаешь, то у добрых жен спрашивать вежливо и ласково". Полезному учиться, вредное не слушать, за науку благодарить, сплетни не разводить [33, с. 81].

25. Жена должна «Крепко беречься всякого зла: слуг своих и служанок перед мужем нужно не оговаривать и зла на них не держать, а кто натворит что, об этом прямо и без прибавлений сказать; а мужу и жене никаких наговоров не слушать и не верить им без непосредственной проверки, и жене, и мужу нелепиц домашних не передавать; с чем сама не может управиться – если дурное дело, то мужу сказать правду...» [33, с.90-91]. Жена не должна пить хмельные напитки.

26. Жена должна учить детей и слуг «и добром, и лихом: не понимают слов, так и ударить можно» [33, с.94], смотря по вине и по поступку наказать и посечь, а наказав, пожалеть...но побить не перед людьми, наедине проучить, да потом пожалеть и простить, и никогда не гневаться ни жене на мужа, ни мужу на жену» [33, с.95].

27. Вся ответственность лежит на муже. «Если муж жены сам не учит, то накажет его Бог, если же и сам обычай блюдет, и жену и домочадцев учит, милость от Бога примет» [33, с.97].

28. Хозяйка должна каждый день проверять работу, выполненную слугами. Если работа выполнена хорошо – за это слугу похвалить, и вознаградить. А если работа выполнена плохо – научить, как нужно делать. Учить слуг вежливости.

29. «Слугам наказывать о людях не судачить, и где в людях были и что нехорошее видели – того дома не передавали бы: а что дома делается, того бы на людях не сказывали" [33, с. 83].

30. «Если пошлешь куда служку или сына и что накажешь сказать, или сделать, что купить, так ты вороти его да переспроси, что ты ему наказал, что ему говорить, или что ему сделать, или что ему купить, и если верно по твоему наказу все тебе повторит, тогда хорошо» [33, стр. 83].

31. Слуга должен соблюдать элементарные меры приличия, особенно в гостях.

32. «А во всякой службе, и в домашнем обиходе, и в торговле, если кто ленив и, сонлив, и вороват, и пьянчуга, и ни наказания ни побои его не проймут – такого от дела отставить и отдать в работники. А кто глуп, и груб, и вороват, и ленив, и ни на что не годен, ни поучений, ни битья не воспринимает - того, накормив, со двора прогнать: тогда другие, на такого дурака глядя, не испортятся!» [33, с.134].

33. Апостол Павел говорит: «Если недруг твой голоден, накорми его; если жаждет, напои его; не будь побежден злом, но побеждай всегда добром; ибо, так поступая, угли горящие собираешь ему на голову» [33, с. 89].

34. Во всех вещах домашних держать счет и порядок.

35. Должна быть одежда рабочая, а также повседневная, и нарядное платье.

36. Посуда и различная домашняя утварь должна быть всегда вычищена и на своем обычном месте. В доме должно быть всегда чисто и прибрано.

37. «У поваров бы и у хлебников, и у всех помощников чтобы было все – и котлы, и сковороды, и горшки, и медные, и железные, и таганы. И решетки, и ковши, и концы, чисто и цело, и запалено, все бы было сосчитано и записано, а медное и оловянное взвешено. И всякий бы день ключник пересматривал: чтобы было все по числу, все починено, и вымыто, высушено, и на месте лежало под замком; а бочки всякие и сосуды, мыты и починены лежали бы в сухом месте, тоже под замком» [33, с. 114].

38. Если был пир, то после него необходимо пересчитать, сколько было съедено и выпито, чтобы ключник мог сказать хозяину, что и куда делось, на какие нужды разошлось, чтоб хозяин был в курсе всех расходов.

39. Ключник должен всему вести меру и счет: «сколько чего из деревни или с рынка привезут – записать, и что весомое –

взвесить, и сколько когда ключник выдаст чего на расход или займы и на разное дело или кому господин повелит что выдать, и это все записать, и сколько чего сдают, все бы то было известно ... все у ключника вымерено и записано...».

40. Отходы после приготовления пищи можно отдавать домашней скотине, т.е. и от них может быть польза.

41. Каждое утро и вечер ключник должен делать обход по хозяйству, проверяя, все ли на месте, не украли ли чего-нибудь.

42. Необходимо делать запасы на зиму, все закупать в свое время, например: «Если чего навезут или много чего будет у приезжих людей и крестьян – в те поры закупить на весь год, тогда с рубля четвертак не додашь и с десяти рублей так же» [33,с. 98].

43. У перекупщика не покупать, так как заплатить придется вдвое больше.

44. Если товар не портится, можно закупить его немного больше, тогда и в хозяйстве себя им обеспечишь и лишнее продашь, когда цена на товар увеличится.

45. Когда делаешь покупку (много или мало) отнесись хорошо к продавцу. Деньги заплати из рук в руки, угости «хлебом да солью и питьем – в том убытка нет: дружба да знакомство на будущее, и никогда он тебя хорошим товаром не обнесет и лишнего не возьмет, а плохого не даст» [33, с. 98] .

46. «А которые слуги в лавках торгуют и покупают для домашнего хозяйства все нужное и всякие припасы, с теми по вечерам и на покое во всякое воскресенье самому государю рассчитываться в приходе и в расходе, и в купле, и в продаже: вечером – с одним; в другой вечер – с другим» [33,с.133].

47. «А всякому человеку со своего подворья или с лавки позем, а с деревни и со всех угодий дани и пошлины и всякий оброк и разные государственные подати на себе не задерживать, не собирать в одно время сразу и платить раньше срока: тогда ты и без заботы будешь, и за просрочку да за поручительство денег не платишь, и взятки не носишь, и сам не таскаешься» [33,с.136].

48. Ссуду и брать, и давать честно, и в срок отдавать, тогда и еще раз дадут. И дружба прочней будет.

49. «А кто в срок всяких оброков и всяких повинностей не платит и того избегает, две дани ему набегит — вот уж и вдвое

ему платить. И так неразумные люди попадают в рабство и на правеж, и в долгах до конца обнищают. А кто расплачивается и управляется в срок, и всяких податей за собой не накапливает, и долгу за кем бессмысленного не водится, так тот человек всегда свободен живет, независимо, и при жизни ему добро, и по смерти детям — поминок и наделок: двор со всяким припасом, или лавка с товаром, или деревня со всякой живностью, если не в кабалах, ни в долговых записях, ни в поруках, ни в каких повинностях, в податях — ни в чем не должен. А случится кому денег занять бескабально, или в кабалу, или под заклад, или без процентов, — тогда оплатить бы в срок, и впредь добрые люди поверят; кто же в срок не платит или проценты заранее не оплачивает, тому наступит выплата с убытком и с позором, и впредь никто ему не поверит» [33,с.137].

## Сім принципів ведення справ у Росії

Еще в 1912 году Российский Союз промышленников и предпринимателей утвердил *7 принципов ведения дел в России*, которые выглядели следующим образом:

1. Уважай власть. Власть – необходимое условие для эффективного ведения дела. Во всем должен быть порядок. В связи с этим проявляй уважение к блюстителям порядка в узаконенных эшелонах власти.

2. Будь честен и правдив. Честность и правдивость – фундамент предпринимательства, предпосылка здоровой прибыли и гармоничных отношений в делах. Российский предприниматель должен быть безупречным носителем добродетелей честности и правдивости.

3. Уважай право частной собственности. Свободное предпринимательство – основа благополучия государства. Российский предприниматель обязан в поте лица своего трудиться на благо своей Отчизны. Такое рвение можно проявить только при опоре на частную собственность.

4. Люби и уважай человека. Любовь и уважение к человеку труда со стороны предпринимателя порождает ответную любовь и уважение. В таких условиях возникает гармония интересов, что создает атмосферу для развития у людей самых разнообразных способностей, побуждает их проявлять себе во всем блеске.

5. Будь верен своему слову. Деловой человек должен быть верен своему слову: «Единожды солгавши – кто тебе поверит?» Успех в деле во многом зависит от того, в какой степени окружающие доверяют тебе.



6. Живи по средствам. Не зарывайся. Выбирай дело по плечу. Всегда оценивай свои возможности. Действуй сообразно своим средствам.

7. Будь целеустремленным. Всегда имей перед собой ясную цель. Предпринимателю такая цель нужна как воздух. Не отвлекайся на другие цели. Служение «двум господам» противоестественно. В стремлении достичь заветной цели не переходи грань дозволенного. Никакая цель не может затмить моральные ценности.

## Кодекс ділової етики відкритого акціонерного товариства «Російські залізниці»

1.1. Кодекс деловой этики открытого акционерного общества «Российские железные дороги» (далее Компания) устанавливает принципы и нормы поведения должностных лиц и других работников Компании, акционеров Компании, органов власти, юридических и физических лиц.

1.2. Положения настоящего Кодекса разработаны с учетом миссии и корпоративных ценностей Компании.

*Миссия компании* состоит в эффективном удовлетворении спроса на транспортные услуги, повышении универсальной конкурентоспособности, достижении финансовой устойчивости и обеспечении социальной ответственности бизнеса.

### Корпоративными ценностями Компании являются:

открытые и добросовестные отношения с органами власти, юридическими и физическими лицами;

ясные и взаимовыгодные отношения с потребителями и поставщиками товаров (работ, услуг), партнерами;

финансовая прозрачность деятельности;

развитие бизнеса на принципе социальной ответственности;

обеспечение высокого качества оказываемых услуг и соответствие их мировым стандартам;

постоянный поиск путей повышения конкурентоспособности и эффективности оказываемых услуг;

уважительное и бережное отношение к человеку;

приверженность современным мировым стандартам корпоративного управления.

1.3. Принципы, нормы и правила, установленные настоящим Кодексом, имеют общий характер и могут получить свое развитие и детализацию в стандартах служебного поведения,

правилах ведения переговоров и других внутренних документах компании.

1.4. Действие настоящего Кодекса распространяется на всех должностных лиц и других работников Компании.

Правила, установленные настоящим кодексом для должностных лиц, действуют также в отношении членов совета директоров и ревизионной комиссии Компании.

1.5. Должностные лица и другие работники Компании в своей служебной деятельности должны быть добропорядочны и честны, обязаны соблюдать правила деловой этики, установленные настоящим Кодексом, иными внутренними документами компании, а также являющиеся общепринятыми.

Поведение и действия должностных лиц и других работников Компании должны способствовать развитию взаимоотношений Компании с органами власти, юридическими и физическими лицами, укреплению имиджа и репутации Компании.

## *2. Основные понятия, применяемые в настоящем Кодексе*

Применяемые в настоящем Кодексе понятия означают:

деловая этика – совокупность моральных принципов, правил и норм служебного поведения;

должностные лица – президент и вице-президенты Компании, главный бухгалтер, члены правления, руководители департаментов, управлений, филиалов, представительств и иных структурных подразделений Компании, их заместители и лица, исполняющие их обязанности;

дочернее общество Компании – хозяйственное общество, решения которого Компания имеет возможность определять в соответствии с гражданским законодательством;

зависимое общество Компании – хозяйственное общество, более двадцати процентов голосующих акций или более двадцати процентов уставного капитала которого имеет Компания;

имидж Компании – образ Компании, сформировавшийся в сознании ее должностных лиц и работников, а также людей, не входящих в число сотрудников Компании, выделяющий

ценностные характеристики Компании и оказывающий воздействие на ее восприятие;

имущество Компании – основные средства, нематериальные активы, финансовые вложения, производственные запасы, готовая продукция, товары, прочие запасы, денежные средства, прочие финансовые активы и любое другое имущество, которое в соответствии с законодательством Российской Федерации является объектом собственности Компании;

информация, составляющая коммерческую тайну, научно-техническая, технологическая, производственная, финансово-экономическая или иная информация (в том числе составляющая секреты производства (ноу-хау)), которая имеет действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности ее третьим лицам, к которой нет свободного доступа на законном основании и в отношении которой Компанией введен режим коммерческой тайны;

инсайдерская информация – информация о деятельности Компании, ценных бумагах Компании, ее дочерних и зависимых обществ и сделках с ними, которая не является общедоступной в соответствии с внутренними документами Компании и раскрытие которой может оказать влияние на рыночную стоимость ценных бумаг;

дух – общее корпоративное "Я", совокупность духовных свойств и функций, сопровождающих деятельность Компании, идеи, ценности, мотивы, стремления, ожидания, самочувствия, которыми управляется поведение ее работников и обуславливается сотрудничество в одной коллективной работе. Корпоративный дух отражает неуклонное желание работников Компании достичь единой цели, стремление к общему успеху;

конфликт интересов – несовпадение позиций и интересов должностных лиц и других работников Компании с позицией самой Компании, стремление к противоположным целям, использование различных средств для достижения целей;

корпоративный конфликт – затрагивающее интересы Компании разногласие или спор между Компанией как акционером (участником) дочерних и зависимых обществ и этими обществами, возникший в связи с ее участием в указанных обществах, либо разногласие или спор Компании с другими

акционерами (участниками) дочерних и зависимых обществ Компании;

корпоративный стиль – устойчивая совокупность применяемых Компанией своеобразных способов и приемов воздействия на потребителей и поставщиков товаров (работ, услуг) с целью формирования положительного имиджа Компании, обеспечивающего ее неповторимость и узнаваемость;

работники – физические лица, состоящие в трудовых отношениях с Компанией;

репутация Компании – сложившееся мнение о достоинствах и недостатках Компании, основанное на предшествующем знании о ее работе, качестве предоставляемых услуг, поведении работников и должностных лиц.

### *3. Взаимоотношения в Компании*

#### *3.1. Должностные лица*

Должностные лица Компании должны работать в интересах Компании с полной отдачей, добросовестно и разумно, быть образцом соблюдения правил деловой этики, установленных настоящим Кодексом, другими внутренними документами Компании, а также являющихся общепринятыми.

Запрещаются со стороны должностных лиц по отношению к другим работникам:

любые формы дискриминации; подбор и назначение работников осуществляются с учетом профессиональных (производительность труда, квалификация, стаж работы по специальности и т.д.) и личных качеств, при этом должно обеспечиваться беспристрастное и справедливое отношение ко всем работникам;

любые виды протекционизма, а также привилегий и льгот отдельным работникам, кроме как на основании принятых в Компании систем оплаты труда и мер социального характера, при обязательном обеспечении Компанией равных возможностей получения указанных привилегий и льгот.

### *3.2. Работники*

Компания обеспечивает благоприятные и безопасные условия труда для работников и осуществляет их социальное и медицинское обеспечение в рамках коллективного договора и соответствующих программ, действующих в Компании. Компания обеспечивает всем работникам равные возможности для проявления своих способностей в процессе трудовой деятельности.

Компания должна уважать частную жизнь работников, не допуская какого-либо вмешательства в нее. Работники Компании в процессе трудовой деятельности обязаны:

исходить из заботы об общих интересах Компании и общности (единства) всего персонала Компании; добросовестно выполнять свои трудовые обязанности;

соблюдать требования законодательства Российской Федерации, правила внутреннего трудового распорядка, устав и внутренние документы Компании, исполнять решения ее органов управления, приказы и распоряжения:

вести себя корректно, достойно, не допускать отклонений от норм делового общения, принятых в Компании.

Работники Компании должны заботиться об интересах Компании, сохранять корпоративные ценности.

## *4. Взаимоотношения Компании с акционером Компании, иными юридическими и физическими лицами*

### *4.1. Акционер*

Компания учитывает особый публично-правовой статус, которым обладает ее акционер – Российская Федерация, полномочия которого от имени Российской Федерации осуществляет Правительство Российской Федерации как коммерческая организация, одной из основных уставных целей которой является извлечение прибыли. Компания стремится к рентабельности своей хозяйственной деятельности в рамках задач и ограничений, определяемых акционером и законодательством Российской Федерации.

#### *4.2. Инвесторы*

Компания стремится минимизировать - риски инвесторов, приобретающих ценные бумаги Компании или осуществляющих инвестиции в Компанию в иной форме, путем организации качественной системы корпоративного управления, соответствующей передовой практике корпоративного управления.

Компания в интересах инвесторов обеспечивает в установленном законодательством Российской Федерации объеме своевременное раскрытие достоверной информации о состоянии и деятельности Компании.

#### *4.3. Потребители услуг*

Компания стремится обеспечивать высокое качество, экономическую привлекательность и конкурентоспособность оказываемых транспортных и сопутствующих им услуг, а также их безопасность.

Ценовая политика Компании в отношении оказываемых транспортных и сопутствующих им услуг строится на коммерческой основе с неукоснительным соблюдением тарифов и ограничений, устанавливаемых государственными органами.

#### *4.4 Поставщики товаров (работ, услуг)*

Компания строит отношения с поставщиками товаров (работ, услуг) на взаимовыгодной основе и осуществляет их выбор преимущественно путем проведения конкурсных процедур.

Компания добросовестно выполняет свои обязательства перед поставщиками товаров (работ, услуг) и добивается того же от этих поставщиков.

Компания должна не допускать действий должностных лиц и других работников Компании, направленных на извлечение ими личной выгоды при заключении и исполнении договоров (контрактов) с поставщиками товаров (работ, услуг).

#### *4.4. Дочерние и зависимые общества*

Принимая решения в отношении своих дочерних и зависимых обществ, Компания руководствуется интересами своего акционера, Компании, указанных обществ, при этом учитывает интересы других акционеров (участников) этих обществ, а также требования законодательства Российской Федерации, устава и внутренних документов Компании.

#### *4.5. Урегулирование корпоративных конфликтов*

Компания прилагает усилия по снижению рисков возникновения корпоративных конфликтов.

Компания признает важность досудебного урегулирования корпоративных конфликтов и стремится решать все споры путем переговоров.

Компания исходит из возможности создания постоянно действующего третейского суда Компании, осуществляющего свою деятельность в соответствии с законодательством Российской Федерации, положением о третейском суде Компании.

К работе третейского суда Компании могут быть привлечены независимые и пользующиеся признанием в деловом сообществе арбитры.

Создание третейского суда Компании призвано обеспечить быстроту и экономичность процедуры разрешения корпоративных конфликтов.

#### *4.7. Благотворительная деятельность*

Компания осуществляет благотворительную деятельность в различных формах, особое внимание уделяя поддержанию проектов, содействующих укреплению мира, дружбы и согласия между народами, предотвращению социальных, национальных и религиозных конфликтов.

Компания способствует социальной поддержке и защите граждан, содействует укреплению престижа и роли семьи в обществе, защите материнства, детства и отцовства.



Одним из основных направлений благотворительной деятельности Компании является содействие деятельности в сфере профилактики и охраны здоровья граждан, пропаганды здорового образа жизни, развития физической культуры и спорта, улучшения морально-психологического состояния граждан.

Компания содействует развитию образования, науки, культуры, искусства, просвещения, а также духовному развитию личности.

## *5. Соблюдение правил деловой этики в Компании*

### *5.1. Соблюдение требований нормативных документов*

Компания добросовестно соблюдает требования законодательства Российской Федерации, в том числе получает все разрешения и лицензии, требующиеся для ведения деятельности, своевременно осуществляет уплату налогов, сборов и других обязательных платежей.

### *5.2. Содействие разрешению конфликтов интересов*

Должностные лица и другие работники Компании во взаимоотношениях с юридическими и физическими лицами обязаны воздерживаться от действий, рискованных с точки зрения возникновения конфликта интересов, в частности:

вложения денежных средств в деятельность, осуществляемую конкурентами Компании;

способствующих возникновению сторонних деловых интересов, препятствующих эффективной работе в Компании;

занятия деятельностью, которая существенно отвлекает или мешает исполнению своих обязанностей в Компании.

Обо всех возникших и возможных конфликтах интересов должностные лица и другие работники Компании должны незамедлительно сообщать своему непосредственному руководителю или руководителю комиссии по деловой этике Компании (при условии ее создания).

### *5.3. Ограничение использования служебного положения*

Должностные лица и другие работники Компании не вправе использовать служебное положение в личных целях, включая использование собственности Компании, в том числе:

для получения подарков, вознаграждения и иных выгод для себя лично и других лиц в обмен на оказание Компанией каких-либо услуг, осуществление либо неосуществление определенных действий, передачу информации, составляющей коммерческую тайну, или инсайдерской информации;

для получения подарков, вознаграждения и иных выгод для себя лично и других лиц в процессе ведения дел Компании, в том числе как до, так и после проведения переговоров о заключении гражданско-правовых договоров и иных сделок;

для получения услуг, кредитов от аффилированных лиц, за исключением кредитных учреждений или лиц, предлагающих аналогичные услуги или кредиты третьим лицам на сопоставимых условиях в процессе осуществления своей деятельности.

### *5.4. Защита имущества Компании*

Имущество Компании может быть использовано только для деятельности Компании и не может быть использовано в целях, противоречащих законодательству Российской Федерации, внутренним документам и интересам Компании.

Должностные лица и работники Компании обязаны осуществлять защиту вверенного им имущества Компании от утраты, кражи, использования не по назначению, незаконного или неэффективного использования.

### *5.5. Защита информации*

Должностные лица и другие работники Компании обязаны не разглашать информацию, составляющую коммерческую тайну, обладателями которой являются Компания и ее контрагенты, и без их согласия не использовать эту информацию в личных целях, а также после прекращения трудового договора с

Компанией в течение трех лет или в течение большего срока на основании соглашения между работником и Компанией, заключенного в период действия трудового договора.

При осуществлении своей деятельности Компания должна соблюдать требования экологического законодательства и не допускать причинения вреда экологии, жизни и здоровью граждан.

Деятельность должностных лиц и других работников Компании должна соответствовать требованиям законодательства Российской Федерации, устава и внутренних документов Компании, в том числе настоящего Кодекса.

Должностные лица и другие работники Компании, допускающие нарушения требований нормативных документов, могут быть привлечены к дисциплинарной ответственности.

Должностные лица и другие работники Компании не вправе использовать инсайдерскую информацию для совершения сделок с ценными бумагами Компании или ценными бумагами ее дочерних и зависимых обществ и давать рекомендации третьим лицам для совершения таких сделок.

Раскрытие Компанией информации, составляющей коммерческую тайну, и инсайдерской информации осуществляется в порядке, предусмотренном законодательством Российской Федерации, уставом и внутренними документами Компании. Раскрываемая информация, относящаяся к коммерческой тайне и инсайдерской информации, должна отвечать требованиям, установленным законодательством Российской Федерации, уставом и внутренними документами Компаний, и не содержать сведений, не соответствующих действительности.

### *5.6. Поддержание и укрепление корпоративного духа*

Формирование корпоративного духа связано с историей развития железнодорожного транспорта России и основано на понимании высокой ответственности должностных лиц и других работников Компании за результаты своей работы, особой значимости железнодорожного транспорта для России.

Корпоративный дух является одним из главных инструментов корпоративного управления, сплачивающим всех работников Компании для достижения общих целей, является основой существования в Компании единой системы корпоративных ценностей и мотивации поведения.

Для поддержания и укрепления корпоративного духа Компания осуществляет следующие основные мероприятия:

информирование всех работников Компании о миссии Компании и ее корпоративных ценностях;

обеспечение понимания каждым работником Компании необходимости его труда в общем итоге деятельности Компании, его роли и значения в реализации миссии Компании;

повышение престижа профессий работников Компании;

развитие системы мотивации и социальной защиты работников Компании;

совершенствование системы корпоративных поощрений;

сохранение и развитие традиций экономических соревнований между филиалами и другими структурными подразделениями Компании;

разработка и использование зрительных образов, рекламных лозунгов и девизов (слоганов), связанных с Компанией и профессиями ее работников;

проведение корпоративных праздников;

популяризация физической культуры и спорта среди работников Компании и развитие спортивных клубов Компании.

### *5.7 Формирование и развитие корпоративного стиля*

Корпоративный стиль Компании формируется с учетом миссии, стратегических целей и задач Компании в соответствии с основными принципами, правилами и нормами деловой этики.

Внешним элементом корпоративного стиля является корпоративная символика Компании (флаг, эмблема: торговые знаки, форменная одежда, логотип, цветовые сочетания и другие элементы), используемая для визуального восприятия окружающими должностных лиц и других работников Компании, а также зданий, вагонов, локомотивов, иного имущества Компании и специальных аксессуаров.

Корпоративный стиль является важным фактором формирования имиджа Компании и стратегии развития ее связей при осуществлении деятельности.

## *6. Обеспечение соблюдения правил деловой этики Компании*

### *6.1. Обеспечение соблюдения настоящего Кодекса*

Организация соблюдения настоящего Кодекса осуществляется президентом Компании. Президент Компании информирует совет директоров Компании о практике соблюдения настоящего Кодекса.

В целях обеспечения соблюдения настоящего Кодекса в Компании может быть образована комиссия по деловой этике. Комиссия по деловой этике является совещательным органом. Положение о комиссии по деловой этике и ее состав утверждаются президентом Компании. Решения комиссии по деловой этике носят рекомендательный характер.

### *6.2. Поддержание и укрепление имиджа и репутации Компании*

Компания поддерживает свой сложившийся имидж и проводит целенаправленную работу по формированию его положительных черт в целях обеспечения реализации миссии, целей и задач Компании.

Все должностные лица и другие работники Компании обязаны заботиться о поддержании репутации Компании как организации с высокими этическими принципами, а также воздерживаться от действий, способных прямо или косвенно негативно отразиться на ее репутации.

Если имеются основания считать, что какое-либо должностное лицо или другой работник Компании своими действиями нарушает законодательство Российской Федерации, устав или внутренние документы ОАО «РЖД», включая настоящий Кодекс, или совершает иные действия, могущие негативно отразиться на имидже и репутации Компании, то об этом надлежит поставить в известность, в зависимости от

ситуации, своего непосредственного руководителя или руководителя комиссии по деловой этике Компании (при условии ее создания).

Сообщение о действиях, способных причинить вред имиджу и репутации Компании, может быть направлено также по электронной почте [ethics@rzd.ru](mailto:ethics@rzd.ru). Такое сообщение должно содержать информацию, достаточную для проведения необходимых мероприятий по расследованию и предотвращению либо ликвидации негативных последствий для Компании, в том числе и сведения о заявителе.

Любое из заинтересованных лиц, не являющееся должностным лицом или другим работником Компании, может сообщить о ставших ему известными действиях, способных причинить вред имиджу и репутации Компании. Такое сообщение может быть направлено по электронной почте или руководителю комиссии по деловой этике Компании (при условии ее создания).

Непосредственный руководитель заявителя или руководитель комиссии по деловой этике Компании (при условии ее создания) при получении сообщения о действиях, способных причинить вред имиджу и репутации Компании, в установленном порядке организует проверку его достоверности и принимает меры по предотвращению вредных последствий.

Каждому заявителю о действиях, способных причинить вред имиджу и репутации Компании, гарантируется конфиденциальность информации о факте его сообщения и отсутствие какого бы то ни было преследования. Если заявитель передает заведомо ложные сведения, порочащие честь и достоинство другого лица, то заявитель может быть привлечен к установленной законодательством Российской Федерации ответственности.

Меры, принимаемые к нарушителям правил и норм деловой этики

Нарушение правил и норм деловой этики, содержащихся в настоящем Кодексе, иных внутренних документах Компании или являющихся общепринятыми, может являться основанием для неприменения меры стимулирующего характера (премии), неповышения в должности, рассмотрения информации о

нарушении на собрании трудового коллектива и принятия иных мер к нарушителю.

### *7. Заключительные положения*

Совет директоров Компании утверждает настоящий Кодекс, вносит в него изменения и дополнения, а также определяет основные направления реализации настоящего Кодекса.

Должностным лицам и другим работникам Компании обеспечивается возможность изучения и соблюдения в профессиональной деятельности настоящего Кодекса.

Текст настоящего Кодекса размещается на интернет-сайте Компании, всех подразделениях Компании в виде отдельного издания и должен находиться в открытом доступе.

Информация о настоящем Кодексе и практике его соблюдения раскрывается в годовом отчете Компании.

**Приклади і проблеми реалізації СВБ деякими  
українськими підприємствами**

Таблиця Д.10.1

Підприємство	Приклад СВБ
1	2
Metinvest	Міжнародна гірничо-металургійна група компаній Metinvest в Україні зіткнулася з нестачею кваліфікованих кадрів. Частково - у зв'язку з недоліками в системі освіти, яка не готує кадри необхідних спеціальностей, частково - через поширеність негативного ставлення до роботи на промисловому підприємстві. Доводиться витратити більше коштів на пошук працівників, завищувати заробітні плати, наймати іноземних громадян. Компанія почала «вирощувати» персонал для себе зі шкільної лави, організовуючи спеціальні класи і групи в школах і університетах для підготовки майбутніх співробітників. <i>Залишається відкритим питання: наскільки глибоко має право приватна компанія втручатися в державну освітню систему?</i>
МТС-Україна	Компанія МТС-Україна ініціювала програму «Мобільний Інтернет від МТС в школи», що передбачала оснащення шкіл, інтернатів та інших дитячих навчальних закладів обладнанням для доступу до глобальної мережі. Проте недовіра з боку місцевих громад, труднощі у визначенні критеріїв для вибору конкретних шкіл, необхідність навчання самих вчителів основам користування Інтернетом - все це зробило програму далеко не такою успішною, як передбачалося. Тим часом схожі програми компанії IBM (програма раннього навчання KidSmart), призначені для навчання дітей дошкільного віку роботі з комп'ютером, цілком успішно діють в 60 країнах
Київстар	Мобільний оператор «Київстар» 5 років поспіль реалізує програму «Мобільна культура», яка націлена на формування основних правил етичного спілкування по мобільному телефону. Програма реалізується за трьома напрямками - «Мобільна культура в громадських місцях», «Мобільна культура в школах» та «Мобільна культура за кермом», а також супроводжується низкою соціальних роликів, соціологічними дослідженнями, проведенням відкритих уроків для школярів за участю відомих людей України. Програма реалізується спільно з Міністерством освіти і науки України і авіаперевізником «Аеросвіт»



## Продовження табл. Д.10.1

1	2
ОТП Банк	«ОТП Банк» проводить активну діяльність у сфері трудових відносин. У фокусі компанії – збільшення рівня мотивації співробітників банку, компетентність працівників, налагодження комунікацій з клієнтом та висока якість послуг, що надаються. Підготовка персоналу здійснюється спеціальними компетентними тренерами Банку. Серед іншого значна увага акцентується на вдосконаленні знань працівників з англійської мови. Подібні освітні програми сприяють професійному зростанню спеціалістів, формуванню корпоративної етики і культури в межах компанії, що безпосередньо впливає на продуктивність праці та кінцевий результат
Едіпрес Україна	Медіа-компанія «Едіпрес Україна» запровадила соціально орієнтовану програму «Дорога до успіху», яка спрямована на підтримку дітей-сиріт. Програма передбачає постійну індивідуальну роботу психологів з дітьми, використання активних методів навчання для розвитку комунікативних навиків, виявлення професійних здібностей та вподобань, формування установок здорового способу життя, планування та мотивації
Азовсталь	Металургійний комбінат «Азовсталь» з 2006 року реалізує проект «Школа-вуз-комбінат», який націлений на підготовку майбутніх спеціалістів для комбінату. В співпраці з декількома школами Маріуполя створюються спеціальні додаткові класи технічного напрямку. Успішні випускники шкіл продовжують навчання в Приазовському державному технічному університеті за рахунок підприємства. Крім цього «Азовсталь» надає можливість студентам пройти професійно-практичну підготовку, виробничу практику на період літніх канікул. Така програма відкриває можливості професійної підготовки та працевлаштування молоді, готує молодих фахівців для комбінату, які вже безпосередньо орієнтовані на виробництво та мають невеликий досвід роботи, налагоджує взаємодію між сферою освіти і ринком праці
Краснодон-вугілля	Холдингова вугледобувна компанія «Краснодонвугілля», до складу якої входять найбільші шахти з добування коксу та вугілля, з 2005 року реалізує проект «Метан: вчора ворог – сьогодні партнер». Проект передбачає зменшення викидів метану в атмосферу і отримання прибутку завдяки економії ресурсів для опалення. Таким чином, «Краснодонвугілля» започаткувало програму утилізації метану, знижуючи тим самим викиди в атмосферу, підвищило рівень промислової безпеки на підприємствах компанії, скоротило викиди парникових газів
Галнафтогаз	Концерн „Галнафтогаз" активно працює над відродженням меценатства та над соціальним захистом працівників компанії, над програмами захисту довкілля (адже компанія працює з товаром, який прямо і безпосередньо забруднює середовище), виступає спонсором багатьох суспільно важливих проектів, зокрема дитячих, надає адресну матеріальну допомогу, підтримує статус престижного роботодавця на ринку праці країни

## СЛОВНИК

**Абсолютизм (етичний)** (лат. Absolutus – безумовний) – методологічний принцип тлумачення природи моральності, відповідно до якого моральні поняття трактуються як одвічні і незмінні начала (закони Всесвіту, апіорні істини або божественні заповіді), не пов'язані з умовами життя людей, з їх потребами, з історичними законами розвитку людства.

**Автономна етика** (грец. autos – сам і nomos – закон) – тип етичної теорії, яка обґрунтовує мораль виходячи з її власних законів. Автономна етика стверджує, що мораль незалежна і її не можна зводити до інших неморальних чинників.

**Авторитаризм** (лат. autoritas – влада, наказ) – одна з форм догматизму в моралі, що проявляється в способі обґрунтування моральних вимог.

**Аристотель** (384-322 до н. е.) – старогрецький філософ і учений-енциклопедист.

**Аскетизм** (грец. asketes – подвижник) – моральний принцип, який приписує людям самозречення, відмову від мирських благ і насолод, пригнічення чуттєвих прагнень заради досягнення будь-яких соціальних цілей або морального самозростання.

**Бентам Ієремія** (1748-1832) – англійський правознавець і мораліст, теоретичний основоположник утилітаризму.

**Бізнес** – це репродуктивна діяльність у сфері організації, виробництва, розподілу і реалізації товарів і послуг без новаторства, без ініціативи в розвитку інноваційних процесів. Це здійснення або організація з року в рік одного і того ж виробництва, збуту, розподілу або іншої діяльності у рамках апробованих технологій, норм і правил для задоволення тих потреб, що склалися.

**Біологічна** етика виводить добро і зло з біології і психіки людини.

**Благо** – все, що має для людини позитивне значення.

**Бломе-Дрез Ф.** – німецький фахівець, один з авторів праці "Економічна і підприємницька етика", яка присвячена дослідженню моральної якості соціальної структури і принципам конкурентності в сучасній економіці.

**Булгаков Сергій Миколайович** (1871-1944) – російський економіст, філософ, теолог, священник Православної Церкви.

**Вебер Макс** (1864-1920) – німецький соціолог, філософ і історик. У своїх дослідженнях Вебер проводив думку про раціональність як визначальну рису сучасної європейської культури.

**Вибір (моральний)** – акт моральної діяльності, що виражається у свідомій перевазі певної лінії поведінки або конкретного варіанта вчинку, коли людина повинна самостійно прийняти моральне рішення на користь одного з них і нерідко усупереч іншому (див. Конфлікт моральний).

**Вчинок** – елемент моральної діяльності; дія, що розглядається з точки зору єдності мотиву і наслідків, намірів і справ, цілей і засобів.

**Гедонізм** (грец. hedone – насолода) – спосіб обґрунтування моралі, тлумачення її природи і призначення, який зводить зміст моральних вимог до однієї мети – одержання насолод.

**Гетерономна етика** (грец. heteros – інший і nomos – закон) вважає, що мораль, її виникнення і розвиток визначається неморальними чинниками: економічними, біологічними, політичними, релігійними.

**Гідність** – особливе моральне ставлення людини до себе, що виявляється в усвідомленні своєї самоцінності й моральної рівності з іншими людьми; ставлення до людини інших людей, в якому визнається її безумовна цінність.

**Гуманізм** (лат. humanus – людський) – принцип етики, що став і принципом моралі, основою якого є переконання в безмежних можливостях, здатності до вдосконалення людини, вимога свободи і захисту її гідності, визнання права людини на щастя, проголошення задоволення її потреб та інтересів кінцевою метою суспільства.

**Дбайливість** – загальне уважне ставлення до справи, турбота про її розвиток і процвітання.

**Деонтична етика** (етика боргу) – напрям етики, що виходить з пріоритету внутрішніх мотивів, а не з наслідків дії. З точки зору деонтичної етики, дія є морально виправданою для цієї особи в тому випадку, якщо причина, з якої робиться ця дія, така, що вказана особа бажала б, щоб усі інші особи в цій ситуації діяли так само.

**Добро** – найвища, абсолютна вселюдська цінність, причетність до якої наповнює життя людини сенсом, воно стає самоцінним, а не служить засобом для досягнення інших цілей; уявлення про добро перебуває в органічному взаємозв'язку з ідеалом суспільства і особистості.

**Доброчесність** – поняття моральної свідомості, яке є узагальненою характеристикою позитивних стійких моральних якостей особи (групи осіб, класу, суспільства) і вказує на їх моральну цінність.

**Догматизм** – стиль мислення, при якому аналіз і оцінка теоретичних і практичних проблем і положень проводиться без урахування конкретної реальності.

**Договірна концепція моралі** – заснована на вірі в розум і в правоздатність домовитися. Згідно з нею, в основі моральності лежить суспільний договір: люди, які мають розум і свободу, здатні домовитися про те, що вважати справедливим і несправедливим, що визнавати за гідність і благо.

**Домострой** – російська середньовічна збірка повчальних, господарських, побутових правил і настанов, що служила еталоном поведінки православної людини в різних галузях діяльності: управлінні оселею, ставленні до держави і т. д.

**Евдемонізм** (грец. eudaimonia – блаженство) – спосіб обґрунтування моралі, тлумачення її природи і призначення, за якого досягнення щастя вважається головною метою життя і основою моральних вчинків.

**Егалітаризм** (від фр. egalite – рівність). Згідно з теорією егалітаризму, між людьми немає ніяких відмінностей, які могли б виправдати можливість нерівного до них ставлення. Отже, розподіл благ повинен проводитися рівномірно.

**Егоїзм** (лат. Ego – я) – життєвий принцип і моральна якість, що характеризують людину з точки зору її ставлення до суспільства й інших людей; означає надання переваги при виборі лінії поведінки власним інтересам перед інтересами суспільства і оточення.

**Економіка** (грец. oikonomia) – у буквальному перекладі означає мистецтво ведення домашнього господарства. Означає: 1) господарський устрій, господарський лад, господарське життя суспільства, його виробництво і розподіл; сфера господарського життя з тим або іншим виробничим, господарським устроєм;

2) дисципліна, що вивчає будь-яку галузь господарського життя.

**Економіка, за Аристотелем** – це природна господарська діяльність, пов'язана з виробництвом необхідних для життя продуктів, споживних вартостей.

**Есхатологія** (від грец. σχάτον — «кінцевий», «останній» + λόγος «слово», «знання») – система релігійних поглядів і уявлень про кінець світу, потойбічне життя, про долю Всесвіту або його перехід в якісно новий стан. Також галузь богослов'я, що вивчає ці питання у рамках тієї або іншої релігійної доктрини.

**Етика** (лат. ethika, від грец. ethos – звичай) – філософська наука, яка досліджує природу, сутність, виникнення, розвиток, структуру, функції моралі, її прояви у різноманітних сферах діяльності.

**Етика бізнесу** – складова економічної етики та етики ділових відносин, яка досліджує особливості функціонування і розвитку моралі у сфері підприємницької, комерційної діяльності і формулює для цієї сфери відповідні рекомендації.

**Етика вигідних зв'язків** – вирішення ділових і особистих проблем, порушуючи існуючий юридичний, економічний і моральний порядок, за рахунок використання ставлення окремих людей, що мають привілейований доступ до товарів або послуг.

**Етика організації** – етичні засади, узяті на озброєння і дотримувані всіма працівниками даної організації.

**Етикет** (фр. Etiquette – ярлик, етикетка) – сукупність правил, що стосуються зовнішнього прояву ставлення до людей. Етикет - складова частина зовнішньої культури суспільства.

**Заповзятливість** – здатність знаходити незадоволену потребу людей в товарі та/або послугі і організовувати відповідне виробництво, оптову та/або роздрібну торгівлю.

**Зацікавлена особа (stakeholder):** 1) в широкому сенсі – будь-які група або особа, що піддаються ідентифікації і можуть вплинути на досягнення поставлених організацією цілей або на яких може вплинути досягнення поставлених організацією цілей (суспільні групи, урядові організації, профоб'єднання, конкуренти та ін.); 2) у вузькому сенсі – будь-яка група або особа, що піддаються ідентифікації, від яких залежить подальше виживання організації (робітники і службовці, групи покупців, деякі постачальники та ін.).

**Кант Еммануїл** (1724-1804) – німецький філософ і учений, родоначальник німецької класичної філософії. Етичне вчення Канта ґрунтується на переконанні в тому, що всяка особа - самоціль і не повинна розглядатися як засіб здійснення яких-небудь завдань, хоч би це були завдання загального блага. Основним законом етики Кант проголосив формальне внутрішнє веління - категоричний імператив. Згідно з Кантом, вчинок буде моральним тільки у тому випадку, якщо він здійснюється єдино з поваги до морального закону.

**Карта етики** – набір етичних правил і рекомендацій, що конкретизує етичний кодекс (див. **Кодекс етичний**) корпорації для кожного співробітника компанії.

**Категоричний імператив** (лат. imperativus – наказовий) – термін, введений Кантом в книзі "Критика практичного розуму" (1788), визначає основний закон етики Канта. Категоричний імператив є загальним обов'язковим принципом, яким повинні керуватися усі люди незалежно від їх походження, становища і т.д.

**Кодекс етичний** (лат. codex – книга) – збір моральних норм, що пропонуються до виконання. Етичні кодекси описують систему загальних цінностей і правил етики, яких, на думку організації, повинні б дотримуватися її працівники.

**Комітет з етики** – тимчасовий або постійний підрозділ організації, що складається з керівників вищого рівня і фахівців з етики і створений для розроблення етичної політики організації, а також вирішення конкретних етичних проблем даної організації.

**Конфлікт інтересів** – виникає, якщо у людини є особиста або сімейна фінансова чи інша зацікавленість в якій-небудь іншій організації, це може допомогти людині отримати вигоду від рішень, що приймаються нею при виконанні службових обов'язків, або від обізнаності співробітника відносно дій організації або її планів на майбутнє.

**Конфлікт (моральний)** – специфічна ситуація морального вибору, в якій людина, що приймає рішення, констатує у своїй свідомості протиріччя: здійснення кожної з вибраних можливостей, вчинку в ім'я якої-небудь моральної норми одночасно веде до порушення іншої норми, що являє для цієї людини певну моральну цінність.

**Конформізм** (лат. conformis – подібний, відповідний) – пасивне, пристосовницьке прийняття готових стандартів поведінки, безапеляційне визнання існуючих порядків, норм і правил, безумовне схиляння перед авторитетами.

**Корпоративна соціальна відповідальність** – певний рівень добровільного відгуку на соціальні проблеми з боку організацій. Цей відгук має місце по відношенню до того, що лежить поза вимогами, визначуваними законом або регулюючими органами, або ж понад ці вимоги.

**Макроетика** – частина етики бізнесу, яка розглядає специфіку моральних відносин як між макросуб'єктами соціальної і економічної структури суспільства: корпораціями, державою і суспільством в цілому, так і його частинами.

**Маніпулювання** – використання неетичних засобів і методів мотивації співробітників (обман, приховання інформації і справжніх намірів, силовий тиск та ін.).

**Марксистська етика** – виводить мораль із суперечностей загальних і приватних інтересів.

**Матеріалізм** (лат. materialis – речовинний) – напрям у філософії, який виходить з того, що буття є первинним, а свідомість, мислення – вторинним, похідним, що світ є матеріальним і пізнаваним.

**Меценатство** (лат. Maecenas(Maecenatis) – римський державний діяч, що прославився широким покровительством поетам і художникам) – покровительство наукам і мистецтвам.

**Мікроетика** – частина етики бізнесу, яка розглядає моральні відносини усередині корпорації, між корпорацією як моральним суб'єктом і її працівниками, а також власниками акцій.

**Мораль** (від лат. moralis – моральний), моральність – особлива форма суспільної свідомості і вид суспільних відносин (моральні відносини); один з основних способів регуляції дій людини в суспільстві за допомогою норм.

**Моральна вимога** – найпростіший елемент моральних відносин індивідів, які підпорядковуються різним формам повинності.

**Моральна відповідальність** – характеристика особистості з точки зору виконання нею моральних вимог.

**Моральна діяльність** – особлива сфера діяльності, що має предметно-змістову визначеність і специфіку, подібно до виробничої, наукової, художньої.

**Моральна норма** – однаковою мірою адресоване всім людям повеління, яке слід неухильно виконувати за будь-якої ситуації; вияв моралі як форми суспільної свідомості.

**Моральна практика** – сфера індивідуально-масових виявів поведінки, стосунків, діяльності, орієнтованих на найвищі, універсальні вселюдські цінності.

**Моральна самооцінка** – результат морального оцінювання людиною своїх вчинків, їх мотивів і моральних якостей.

**Моральна свідомість** – вираження ідеального належного, на яке слід орієнтуватись.

**Моральна слабкість** – нездатність людини зробити вчинок, що визнається нею морально правильним.



**Моральна спонука** – чуттєва форма, в якій виявляються мотив і намір до здійснення відповідного вчинку.

**Моральна справедливість** – співвідношення кількох явищ з точки зору розподілу блага і зла між людьми.

**Моральна якість** – відносно стійкі ознаки поведінки людини, які виявляються в однотипних вчинках, що відповідають критеріям добра (чесноти, доброчесності) чи суперечать їм (моральні вади, пороки).

**Моральне правило** – імперативне положення, яким керуються у співжитті, праці, поведінці.

**Моральний вибір** – акт моральної діяльності, який полягає в тому, що людина, виявляючи свою суверенність, самовизначається стосовно системи цінностей і способів їх реалізації в лінії поведінки чи окремих вчинках.

**Моральний вимір економіки** – полягає в оцінці економічних відносин і процесів з позицій християнської моральності.

**Моральний вчинок** – добровільна дія, що об'єктивно відповідає моральній вимозі.

**Моральний ідеал** (франц. *ideal*, від грец. *idea* – ідея) – найдосконаліший, безумовний, універсальний зразок високоморальної особистості, яка володіє всіма відомими доброчесностями, кожна з яких максимально досконала.

**Моральний мотив** (лат. *moveo* – приводити в рух, штовхати) – внутрішня, суб'єктивно-особистісна спонука до дії, зацікавленість в її реалізації і орієнтація на моральні чинники.

**Моральні відносини** – ціннісні смислові аспекти всіх суспільних відносин, орієнтовані на найвищі вселюдські цінності.

**Моральність** – внутрішні, духовні якості, якими керується людина; етичні норми, правила поведінки, що визначаються цими якостями.

**Мотивація духовна** – прагнення людини до духовної досконалості, до спасіння душі.

**Мотивація економічна** – зацікавленість в отриманні прибутку.

**Мотивація соціальна** – вибір менш прибуткових, але соціально значущих галузей діяльності.

**Навчання етики** – сукупність прийомів і методів підвищення етичного рівня співробітників організації.

**Нігілізм (моральний)** (лат. Nihil – ніщо) – принцип, що характеризує ставлення людини до моральних цінностей суспільства; означає заперечення загальних для усіх моральних норм, принципів і ідеалів.

**Норм-утилітаризм** – різновид утилітаризму, що обмежує сферу дії законів утилітаризму деякими нормами моралі.

**Оцінка (моральна)** – схвалення або засудження моральною свідомістю різних явищ соціальної дійсності, при якому вона встановлює відповідність або невідповідність вчинку (а також мотиву або поведінки в цілому), рис характеру особи, громадського способу життя певним моральним вимогам.

**Патерналізм** (лат. paternus – батьківський) – система моральних норм, яка передбачає покровительство, опікунство і відповідні очікування щодо поведінки людей різних соціальних станів.

**Підприємництво** – це стиль господарювання, якому властиві принципи новаторства, антибюрократизму, постійної ініціативи, орієнтації на нововведення в процеси виробництва, маркетингу, розподілу і споживання товарів і послуг.

**Поведінка (моральна)** – сукупність вчинків людини, що мають моральне значення, здійснюваних нею у відносно тривалій період в постійних або таких, що змінюються, умовах.

**Прагматизм** (лат. pragmat – справа, дія) – філософська течія, яка, ігноруючи об'єктивну основу понять, ідей, теорій, норм, оцінює їх, беручи до уваги лише їх практичну ефективність.

**Працьовитість** – здатність до постійної і напруженої підприємницької праці.

**Принцип** (лат. principium – начало, основа) — основа певної сукупності (чи усіх) фактів або певної (чи будь-якої) системи знань.

**Принципи (моральні)** – одна з форм моральної свідомості, виражають вироблені в моральній свідомості суспільства вимоги, що стосуються моральної суті людини, її призначення, сенсу її життя і характеру взаємовідносин між людьми.

**Професійна етика** – вчення про професійну мораль.

**Раціоналізм (етичний)** (лат. Rationalis – розумний) – методологічний принцип, що лежить в основі багатьох теорій моралі. Раціоналізм в етиці виражається в спробах знайти універсальний моральний принцип, з якого можна було б логічно вивести усі конкретні вимоги моральності стосовно різних ситуацій.

**Релятивізм (етичний)** (лат. Relativus – відносний) – методологічний принцип тлумачення природи моральності, виражається в тому, що моральним поняттям і уявленням надається відносний, мінливий і умовний характер.

**Рих Артур** – швейцарський вчений – засновник Інституту соціальної етики при Цюрихському університеті. У своїй праці „Господарська етика” він викладає сучасні релігійно-філософські основи етики, розглядає моральні проблеми економіки, пропонує критерії моральної оцінки різних типів суспільно-господарського ладу і способи впровадження моральних принципів у господарській діяльності.

**Рівень морального розвитку** – показник орієнтації людини на спосіб обґрунтування своїх етичних цінностей (страх покарання, вигода, авторитет, почуття обов'язку по відношенню до влади, орієнтація на закон або на загальні принципи).

**Ролз Джон** (1921-2002) – американський філософ, основоположник ліберально-державної концепції внутрішнього і міжнародного права, автор "Теорії справедливості".

**Самовладання** – один із виявів самоконтролю, що полягає у здатності людини, контролюючи свої почуття, спрямовувати діяльність на розв'язання свідомо поставлених моральних завдань.

**Світогляд** – це сукупність поглядів на основні питання буття в цілому і людини зокрема (сутність буття, значення життя, розуміння добра і зла, існування Бога, душі, вічності).

**Свобода** – здатність людини діяти відповідно до своїх інтересів і цілей, враховуючи знання законів об'єктивної необхідності.

**Сисмонді Жан Шарль Леонар Симонд де** (1773-1842) – швейцарський економіст і історик, один з основоположників політичної економії. Ж. Симонд де Сисмонді –прибічник трудової теорії вартості, перший економіст, що відкрив економічні цикли. Він відстоював точку зору, протилежну до пануючої економічної теорії, стверджуючи, що держава зобов'язана чинити вплив на економіку.

**Скептицизм** (грец. skeptikos – недовірливий) – античне філософське вчення, яке заперечувало можливість достовірного знання і раціональне обґрунтування норм поведінки.

**Смисл (сене) життя** – морально-світоглядне уявлення людини, за яким вона зіставляє себе і свої вчинки з найвищими цінностями, ідеалом, виправдовується перед собою та іншими.

**Сміт Адам** (1723-1790) – шотландський економіст, філософ- етик; один з основоположників сучасної економічної теорії. Основою наукової теорії Адама Сміта було прагнення поглянути на людину з трьох боків: з позицій моралі і моральності, з громадянських і державних позицій, з економічних позицій.

**Совість (сумління)** – вияв моральної самосвідомості особистості, її здатність здійснювати моральний самоконтроль, самостійно формулювати для себе моральні обов'язки, вимагати від себе їх виконання і здійснювати оцінку своїх вчинків.

**Сотеріологія** (від грец. soteria — спасіння) – богословська дисципліна, яка розкриває православне вчення про спасіння і є частиною догматичного богослов'я.

**Соціальна відповідальність** – 1) концепція, в рамках якої компанії на добровільній основі інтегрують соціальну і екологічну політику в бізнес-операції і їх взаємовідносини зі всім колом пов'язаних з компанією організацій і людей;

2) відповідальність організації за вплив її рішень та дій на суспільство, навколишнє середовище шляхом прозорості та етичної поведінки, яка сприяє сталому розвитку, у т.ч. здоров'ю та добробуту суспільства, враховує очікування зацікавлених сторін, відповідає чинному законодавству та міжнародним нормам

поведінки та інтегрована у діяльність організації і практикується у її відносинах.

**Соціальна відповідальність і етика** – один з аспектів складного взаємозв'язку бізнесу і суспільства. Концепція соціальної відповідальності бізнесу виходить з того, що менеджмент – це не лише економічний інститут, орієнтований виключно на отримання прибутку, але і частина суспільства, і з цієї причини відповідальний перед суспільством.

**Соціальна відповідальність і цілі** – постановка цілей організації як початковий момент в міркуваннях про соціальну відповідальність бізнесу. До найважливіших цілей організації належать завдання юридичного, технічного, персонального і соціального характеру, але в першу чергу отримання прибутку. Керівники, які прагнуть створити ефективно діючу організацію, повинні мати на увазі усі ці цілі, а не тільки отримання прибутку, оскільки, ігноруючи вторинні, але не менш важливі цілі, не можна досягти і первинної мети – прибутковості.

**Соціальні ревізії** – один із способів підвищення характеристик етичності поведінки керівників і рядових працівників організації.

**Способи підвищення етичного рівня організації** – до найбільш поширених відносяться: складання етичних кодексів (нормативів), розроблення карт етики, створення етичних комітетів, навчання етичної поведінки, соціальні ревізії, етичне консультування, проведення етичних експертиз.

**Справедливість** – загальне співвідношення цінностей, благ між собою і конкретний розподіл їх між індивідами, належний порядок людського співжиття, який відповідає уявленням про сутність людини і її невід'ємні права.

**Справедливість капіталістична** – розподіл благ повинен здійснюватися з урахуванням індивідуального внеску в загальну справу групи (фірми, суспільства, людства).

**Справедливість комуністична** – трудові обов'язки повинні розподілятися відповідно до здібностей, а блага – відповідно до потреб.

**Теологія** (грец. *theologia*, від *theos* – бог і *logos* – слово, вчення) – сукупність релігійних доктрин про сутність і діяння Бога, що ґрунтуються на текстах, які вважаються божественним одкровенням.

**Томізм** (лат. *Thomas* – Фома) – напрям у схоластичній філософії й теології католицизму, для якого характерне прагнення поєднати християнське вчення з акцентованою увагою до прав розуму і здорового глузду.

**Утилітаризм** (лат. *Utilitas* – користь) – 1) етична теорія, що продовжила традицію гедонізму і евідемонізму. В основі етики утилітаризму лежить висунутий Бентамом принцип корисності, що проголошував єдиною метою моральної діяльності досягнення найбільшої кількості щастя для найбільшого числа людей, що повинне нейтралізувати протилежність класових інтересів і наслідків капіталістичної конкуренції; 2) принцип поведінки, який виражається в підпорядкуванні усіх вчинків отриманню матеріальної користі, вигоди, егоїстичному розрахунку.

**Утилітарна етика** – напрям етики, що визначає моральність вчинку виходячи з наслідків досконалого вчинку. Яка-небудь дія вважається правомірною з точки зору утилітарної етики у тому випадку, якщо сумарний корисний ефект цієї дії перевищує сумарний корисний ефект будь-якої іншої дії, яка могла б бути здійснена замість першої.

**Філантропія** (грец. *Philanthropia* – людинолюбство) – добродійність як історична форма прояву гуманізму; сукупність моральних уявлень і дій, спрямованих на надання допомоги соціально незахищеним особам і верствам суспільства, що знаходяться у скрутному становищі.

**Формалізм (моральний)** – різновид морального догматизму, що виявляється в способі виконання моральних вимог: у суто зовнішньому наслідуванні заповідей і норм, в такому виконанні обов'язку, коли людина не замислюється над соціальним значенням своїх вчинків, не усвідомлює дійсного сенсу своєї моральної діяльності або не здатна мотивувати її з точки зору потреб суспільства і людини.

**Хоман Карл** – німецький фахівець, один з авторів праці "Економічна і підприємницька етика", яка присвячена дослідженню моральної якості соціальної структури і принципу конкурентності в сучасній економіці.

**Хрематистика, за Аристотелем** – це мистецтво наживати майно, тобто діяльність, спрямована на витягання прибутку, накопичення багатства, особливо у формі грошей, або мистецтво вкладення і накопичення капіталу. Хрематистика заснована на протиприродному прагненні до грошей і багатства як до мети життя.

**Цінності (моральні)** – одна з форм прояву моральних стосунків суспільства. Під цінностями розуміється, по-перше, громадське значення, гідність особи (групи осіб, колективу) і її вчинків або моральні характеристики громадських інститутів; по-друге, уявлення, що відносяться до галузі моральної свідомості – моральні норми, принципи, ідеали.

**Цинізм** – моральна якість, що характеризує зневажливе ставлення до культури суспільства, до його духовних і особливо моральних цінностей.

**Чесність** – якість, що дає можливість бути надійним і вигідним діловим партнером, працедавцем, якого поважають, виробником з доброю репутацією в очах споживача і держави.

**Чесноти (добročесності)** – окремі позитивні моральні якості людей; загальна моральна характеристика особистості.

**Чесць** – особливе моральне ставлення людини до себе, що виявляється в усвідомленні свого соціального статусу, роду діяльності й моральних заслуг, і відповідне ставлення до неї суспільства, яке рахується з її репутацією.

**Щастя** – стан найвищого внутрішнього вдоволення людини умовами свого буття, повнотою і осмисленістю життя, реалізацією свого людського призначення.

**Якунін Володимир Іванович** – радянський і російський державний діяч, президент ВАТ "РЖД" з 14 червня 2005 року.

**EBEN {European Business Ethics Net}** – Європейська мережа етики бізнесу, що входить до Інтернет.

**ISBEE** (*International Society for Business Ethics and Economics*) – Міжнародне товариство етики бізнесу і економіки. Проводить міжнародні конференції з питань етики бізнесу, екології, міжнародного розвитку і т. п.



## ПРЕДМЕТНО-ІМЕННИЙ ПОКАЖЧИК

Аристотель 35

Бентам Ієремія 14

Бізнес 34

Благодійність 132

Булгаков С.М. 46

Вебер Макс 48

Вимір економіки:

- есхатологічний 110

- моральний 110

- сотеріологічний 109

Витоки моральності людини:

- надприродні 21

- природні 21

Відносини підприємця:

- з державою 174

- суспільством

○ інтегрованість в суспільство 175-176

○ ставлення до освіти, науки і культури 176

○ ставлення до ЗМІ 177

Гедонізм 13

Декларація про права і гідність людини 184

Діловий моральний кодекс за іудейським правом 260

Договірна концепція моралі 17

Домострой:

- витяги з Домострою 268

## Духовні норми поведінки в діловому житті 160

Евдемонізм 14

Егалітаризм 95

Економіка 34

Етика:

- автономна 12
  - бізнесу 70-71, 72
  - біологічна 12
  - гетерономна 12
  - індивідуальна 55
  - інституціональна 55
  - макроетика 73
  - марксистська 16
  - мікроетика 73
  - етика організації 103
  - православна етика господарювання 122-123
- Етичний кодекс православного підприємця 157-158
- Етичні індекси:
- індекс конкурентоспроможності 199
  - індекс сталого розвитку 198
- Етичні принципи і правила господарювання 270

Закон:

- духовно-моральної детермінації суспільного розвитку 58
- моральний 24
  - Новозавітний моральний закон 28
  - Старозавітний моральний закон 28
- природний 22

Кант Іммануїл 94

Капіталістична справедливість 95

Категоричний імператив 94

Кодекс ділової етики ВАТ «Російські залізниці» 285  
Кодекс міжнародної ділової етики для християн, мусульман  
та іудеїв 265  
Комуністична справедливість 95  
Концепція Д. Ролза 95-96  
Концепція служіння 194  
Концепції в етиці бізнесу:  
- деонтична етика (етика обов'язку) 93  
- етика справедливості 95  
- релігійна етика 80  
- утилітаризм 84  
Корпоративна соціальна відповідальність 183  
Критерії ефективності господарської діяльності 115

Матвеев П.Є. 17  
Матриця доцільності впровадження соціально  
відповідального бізнесу 211  
Меценатство 150  
Моделі соціального партнерства:  
- американська 193  
- британська 196  
- європейська 194  
Мораль:  
- соціальна 12  
- утилітарна 15  
Моральна поведінка працівників 104  
Моральні принципи і правила господарювання, прийняті на  
Всесвітньому Російському Народному Соборі 270  
Моральність 11, 19  
Морально-етичні дилеми 71

Мотивація підприємницької діяльності:  
- духовна 168  
- економічна 168

- патріотична 170
- соціальна 170

Напрямки підвищення рівня СВБ в Україні:

- на макроекономічному рівні 225
- на мікроекономічному рівні 225
- на нанорівні (рівні індивіда) 225-226

Неш Лора 65

Основи моральності:

- природні 17
- соціальні 18
- духовні 18

Особистий приклад керівника 107

Оцінка корпоративної соціальної відповідальності 190

Підприємництво 34

Підходи до корпоративної соціальної відповідальності:

- підхід з позиції державного регулювання 185
- підхід з позиції "зацікавленої особи" 186-187
- підхід з позиції "корпоративної совісті" 186
- ринковий підхід 185

Підходи до проблеми співвідношення моралі і економіки:

- діалектичний зв'язок між моральністю і економікою:
  - концепція К. Хомана і Ф. Бломе-Дреза 50
  - підхід А. Риха 52-53
  - погляди Симонд де Сисмонді 49
- теологічний підхід до моралі і економіки:
  - дослідження В.І. Якуніна, В.Е. Багдасаряна, С.С. Сулакшина 59
  - погляди М.П. Гилярова-Платонова 58
  - теорія І.О. Гундарова 57
  - теорія св. Миколи Сербського 54
- прагматичний підхід 46-47

Піраміда корпоративної соціальної відповідальності  
А. Керолла 187-188

Приклади моральних норм господарювання у Старому Заповіті 23, 257

Принципи соціальної відповідальності:

- визнання зацікавлених сторін і їхніх інтересів 204
- дотримання актів, визнаних на міжнародному рівні 204
- дотримання правових норм 204
- етичної поведінки 204
- передбачливого підходу (підхід, заснований на принципі «обережності») 204
- підзвітності 204
- пошани індивідуальності 205
- пошани фундаментальних прав людини 205
- прозорості 204
- стійкого розвитку 204

Принципи християнської господарської етики:

- морального співвіднесення 111
- причетності і відповідальності людини за весь створений світ 113

Причини підвищення уваги до етики бізнесу 70

Риси соціально відповідальної діяльності православного підприємця:

- добродійність 172
- захист навколишнього середовища 173
- розсудливість 172

Рих А. 52

Рівні соціальної відповідальності бізнесу 202

Світогляд 9

Совість 21

Соціальна відповідальність бізнесу (СВБ):

- концепція СВБ:
  - «альтернативні» концепції 189

- еволюція концепції СВБ 181
  - концепції «ядра» корпоративної соціальної відповідальності 189
  - критерії СВБ 209
  - обмежувальні фактори СВБ 209
  - особливості національної моделі СВБ 215
  - переваги СВБ 209
  - передумови становлення і розвитку СВБ 206
  - причини недостатнього розвитку СВБ 206-207
  - як економічна категорія 182-184
- Соціальні звіти 106
- Соціально-етична відповідальність підприємця 171
- Способи підвищення етичного рівня організації:
- етична експертиза 106
  - етичне консультування 106
  - етичні кодекси 105
  - карти етики 105
  - комітети з етики 105-106
  - соціальні ревізії 106-107
- Ставлення християнства:
- до господарської активності 107
  - до економіки і господарського життя 105
- Стейкхолдери ("зацікавлена особа") 187

Теорія кластерів корпоративної відповідальності 199

Теорія норм-утилітаризму 86

Теорія утилітаризму І. Бентама 79

Утилітаризм:

- класичний 79-82
- середньої корисності 79-82

Хрематистика 36

Цілі економіки (господарювання):

- гуманна 37
- екологічна 39
- соціальна 38
- фундаментальна 37

Цінності православної підприємницької етики:

- ставлення до багатства і бідності 155
- ставлення до власності 154
- ставлення до ефективності і прибутку 153
- якості ділової людини 153

Фактори економічного розвитку 59-60

Якунін, Володимир Іванович 59







Володимир Леонідович Дикань, Вікторія Віталійовна Компанієць,  
Олена Миколаївна Полякова

## ЕТИЧНІ ОСНОВИ БІЗНЕСУ

*Навчальний посібник*

Відповідальний за випуск Компанієць В.В.

Редактор

---

Підписано до друку

Формат паперу . Папір писальний.

Умовн.-друк. арк. Обл.-вид. арк.

Замовлення № . Тираж Ціна

---

Видавництво УкрДАЗТ, свідоцтво ДК №2874 від 12.06.2007 р.

Типографія УкрДАЗТ,

61050, Харків – 50, м. Фейсбаха, 7



Рис. 12.1. Критерії, переваги і обмежувальні фактори соціальної відповідальності бізнесу в Україні