

Міністерство освіти і науки, молоді та спорту України
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки
Інститут економіки та менеджменту

**МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМНИЦТВА
НА ЗАСАДАХ ХРИСТИЯНСЬКОЇ МОРАЛІ**

Колективна монографія

Луцьк
2013

УДК 338.22+27.42:33
ББК 65.290+86.37-6
М 50

*Рекомендовано до друку вченою радою
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки
(протокол № 9 від 01.03.2013 року)*

Рецензенти:

Ліпич Л. Г. – доктор економічних наук, професор, декан інституту економіки та менеджменту Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки;

Лозовицький В. М. – кандидат богословських наук, проректор з навчальної роботи Волинської православної богословської академії.

Менеджмент підприємництва на засадах християнської моралі: кол. М 50 моногр. / за ред. О. Л. Тоцької. – Луцьк : Вежа-Друк, 2013. – 72 с.

ISBN 978-966-2750-18-8

У монографії вміщено статті, у яких на підставі аналізу текстів Біблії визначено християнські засади особистого ставлення підприємців до бізнесу, їхніх стосунків із кредиторами, інвесторами, орендодавцями, постачальниками, клієнтами, конкурентами, державою та найманими працівниками.

Для науковців, практиків, викладачів, аспірантів, студентів і всіх, хто цікавиться питаннями управління підприємницькою діяльністю.

**УДК 338.22+27.42:33
ББК 65.290+86.37-6**

ISBN 978-966-2750-18-8

© Тоцька О. Л., 2013
© Тоцька О. Л. (обкладинка), 2013

ЗМІСТ

Передмова	4
 <i>Семенуха М. В., Мітякін В. В.</i>	
Біблійні засади відносин підприємців із банками-кредиторами, інвесторами й орендодавцями	6
 <i>Гоцик А. В., Куран С. В., Цюзик О. В.</i>	
Християнські основи відносин із постачальниками	12
 <i>Поліщук Х. О., Максимович М. В.</i>	
Біблійні засади відносин підприємців із клієнтами	18
 <i>Данилко І. В., Коржик І. М.</i>	
Християнські основи відносин із конкурентами	23
 <i>Марчук С. П., Барило О. І.</i>	
Відносини підприємства та держави на біблійних засадах	31
 <i>Веселуха І. М., Вареник Я. Г.</i>	
Християнські основи відносин із найманими працівниками ...	40
 <i>Лисюк М. О., Рябенька В. Б.</i>	
Біблійні засади особистого ставлення підприємців до бізнесу	48
 <i>Тоцька О. Л.</i>	
Соціологічне дослідження використання християнських засад в управлінні підприємницькою діяльністю	55
 Висновки	 71

ПЕРЕДМОВА

Громадяни України та юридичні особи з метою досягнення економічних і соціальних результатів, а також одержання прибутку можуть займатися підприємництвом, тобто самостійною, ініціативною, систематичною, на власний ризик господарською діяльністю. Здійснюючи такий вид діяльності, вони одночасно отримують низку прав і обов'язків, сукупність яких разом становлять засади, на яких повинно базуватися підприємництво.

Одним із основних законодавчих документів, який встановлює в нашій державі правові основи підприємницької діяльності є Господарський кодекс України (від 16.01.2003 р. № 436-IV). Так, у ст. 44 «Принципи підприємницької діяльності» цього кодексу зазначається, що підприємництво здійснюється на основі:

- вільного вибору підприємцем видів підприємницької діяльності;

- самостійного формування підприємцем програми діяльності, вибору постачальників і споживачів продукції, що виробляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено законом, встановлення цін на продукцію та послуги відповідно до закону;

- вільного найму підприємцем працівників;

- комерційного розрахунку та власного комерційного ризику;

- вільного розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом;

- самостійного здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд.

Водночас у ст. 49 «Відповідальність суб'єктів підприємництва» вказано, що підприємці зобов'язані не завдавати шкоди довкіллю, не порушувати права та законні інтереси громадян і їх об'єднань, інших суб'єктів господарювання, установ, організацій, права місцевого самоврядування і держави. За завдані шкоду і збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законом відповідальність.

Але поряд з Господарським кодексом України та іншими правовими документами існують джерела, які віддавна регулювали відносини між людьми, і, зокрема, у процесі здійснення ними підприємницької діяльності. Для християн усього світу такою

найавторитетнішою книгою, яка вже понад декілька тисяч років дає відповіді на усі запитання, була і залишається Біблія.

Саме тому метою роботи авторського колективу монографії є визначення на підставі аналізу текстів Святого Письма християнських засад менеджменту підприємництва.

Об'єкт дослідження – управління підприємницькою діяльністю в Україні.

Предметом дослідження є визначення засад християнської моралі, на яких повинен здійснюватися менеджмент підприємництва.

Інформаційну базу дослідження склали Біблія, нормативно-правові акти України, а також наукові публікації вітчизняних і зарубіжних вчених.

Монографію підготував авторський колектив 15 бакалаврів напряму підготовки 6.030601 «Менеджмент» інституту економіки та менеджменту Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки під керівництвом доцента кафедри менеджменту Олеси Леонтиївни Тоцької.

У рамках роботи над проектом було проведено соціологічне дослідження на тему «Менеджмент підприємництва на засадах християнської моралі», в якому інтерв'юерами виступили бакалаври-соціологи Вовк Наталія, Возна Юлія, Гуменюк Ольга, Кузьо Ірина, Ляшук Оксана, Панько Альона, Поліщук Юлія, Приймачук Яна, Свіляк Ярина, Соловей Інна, Томчук Оксана, Третяк Роман (група Соц-31), а також бакалаври-менеджери Лесиного вишу Гоцик Анна, Максимович Марія, Поліщук Христина, Романюк Ольга (група Мен-47).

Щиро дякую всім учасникам цього наукового проекту та зичу їм подальших творчих і професійних успіхів.

Сподіваюся, що ця книга буде цікавою та корисною науковцям і практикам, викладачам, аспірантам та студентам, а також усім, хто досліджує засади управління підприємницькою діяльністю.

*Керівник проекту,
к. е. н., доцент кафедри менеджменту
Східноєвропейського національного
університету імені Лесі Українки,
О. Л. Тоцька*

БІБЛІЙНІ ЗАСАДИ ВІДНОСИН ПІДПРИЄМЦІВ ІЗ БАНКАМИ-КРЕДИТОРАМИ, ІНВЕТОРАМИ Й ОРЕНДОДАВЦЯМИ

Постановка наукової проблеми. У ході господарської діяльності переважна більшість підприємницьких структур відчуває потребу в оформленні банківських кредитів, залученні інвестицій, оренді основних засобів. У зв'язку з цим виникає необхідність співпраці з кредиторами, інвесторами та орендодавцями.

Кредитор – юридична або фізична особа, а також органи державної податкової служби та інші державні органи, які мають підтверджені у встановленому порядку документами вимоги щодо грошових зобов'язань до боржника [6]. Особливе місце серед кредиторів посідають банки. Вони спочатку мобілізують кошти інших суб'єктів, у тому числі і на засадах запозичення, а потім самі надають їх у позички своїм клієнтам.

Інвестор – людина чи комерційна установа, яка вкладає гроші та/або інші активи з метою їхнього збереження та примноження.

Орендодавець – суб'єкт господарювання, який передає в оренду торгові приміщення (площі) та/або майно (устаткування, обладнання), підсобні приміщення (споруди), що становлять об'єкт оренди.

На певному етапі здійснення підприємницької діяльності можлива нестача вільних коштів та інших необхідних ресурсів. Тому в цей час стають важливими зовнішні джерела фінансування – позиковий капітал.

Позиковий (залучений) капітал – це залучені підприємством на умовах строковості, поверненості та платності кошти для фінансування господарської діяльності [5].

Важливою складовою позикового капіталу є безпосередньо інвестиції. Інвестиції (від лат. *investito*) – вкладення капіталу в галузі економіки всередині держави та за кордоном. Активна інвестиційна діяльність підприємства є запорукою стабільного розвитку та досягнення високих результатів. Значним чином від обсягів

інвестицій залежить матеріально-технічний стан підприємства, забезпеченість ресурсами, якісний склад трудових ресурсів, кількість виробленої підприємством продукції, а також рівень рентабельності [3]. Уряд України наполегливо проводить роботу з підвищення зацікавленості іноземних підприємців до співпраці з українськими партнерами, створення привабливого інвестиційного клімату в нашій державі.

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. Вирішенню проблем у відносинах підприємців із банками-кредиторами, інвесторами й орендодавцями присвятили свої наукові роботи О. Залюбівська, О. Запорожан, О. Лесько, М. Прищак, С. Сидоренко, І. Цебак та ін. Зокрема, вони розглядали залучений капітал як основну складову власного капіталу підприємства [4], досліджували етику ділових відносин [3], підприємницьку етику та шляхи її регулювання [7], практичні особливості врегулювання спорів між кредитором і позичальником [9]. Але ними не були розглянуті саме моральні принципи цих відносин, які впливають із текстів Святого Письма.

Метою дослідження є тлумачення корпоративної етики на основі біблійних засад. Для її втілення в життя потрібно розв'язати такі **завдання:**

- 1) провести аналіз текстів Святого Письма на тему відносин між людьми під час провадження ними підприємницької діяльності;
- 2) обґрунтувати згідно Біблії необхідність етичних взаємовідносин у підприємницькій діяльності;
- 3) охарактеризувати біблійні засади відносин людей у сфері підприємництва.

Виклад основного матеріалу. Для забезпечення ефективного функціонування підприємства йому необхідні оборотні кошти, які використовуються для подальшого ведення господарської діяльності. За недостатністю власних оборотних коштів підприємства залучають банківські кредити.

Кредит – це позичковий капітал банку в грошовій формі, що передається в тимчасове користування на умовах забезпеченості повернення, строковості, платності та цільового характеру використання. Він дає змогу доцільніше організувати оборот коштів підприємств, не витратити значних фінансових ресурсів на створення зайвих запасів сировини й матеріалів. Також можливим варіантом є залучення інвестицій або взяття обладнання, будівель в оренду.

Згідно Біблії ці відносини повинні ґрунтуватися на таких засадах (див. табл. 1).

Таблиця 1

Біблійні цитати, які характеризують відносини підприємця з кредиторами, інвесторами й орендодавцями

№ з/п	Цитата	Джерело
<i>Старий Заповіт</i>		
1	І я також, брати мої і ті, що служили при мені, давали їм у борг і срібло і хліб: залишимо їм борг цей.	Неем. 5, 10
2	Ненависть збуджує розбрати, але любов покриває всі гріхи.	Притч. 10, 12
3	Вуста правдиві вічно перебувають, а неправдивий язик – тільки на мить.	Притч. 12, 19
<i>Новий Заповіт</i>		
1	Мирися з суперником твоїм швидко, доки ти в дорозі з ним, щоб суперник не віддав тебе судді, а суддя не віддав би тебе слугі, і не вкинули б тебе у в'язницю.	Мф. 5, 25
2	Тому, хто просить у тебе, дай; і від того, хто хоче в тебе позичити, не відвертайся.	Мф. 5, 42
3	Отже, все, чого бажаєте, щоб вам робили люди, так і ви робіть їм, – бо в цьому є Закон і Пророки.	Мф. 7, 12
4	Господар змилосердився над рабом тим, простив його і борг відпустив йому.	Мф. 18, 27
5	І коли позичаєте тим, від кого сподіваєтесь одержати, яка за те вам дяка? Бо і грішники позичають грішникам, щоб стільки ж одержати.	Лк. 6, 34
6	Бо хто з вас, бажаючи будувати башту, не сяде спершу і не обчислить витрат, чи вистачить у нього коштів, щоб закінчити?	Лк. 14, 28
7	І якщо в чужому не були вірні, ваше хто вам дасть?	Лк. 16, 12
8	... і пізнаєте істину, і істина визволить вас.	Ін. 8, 32
9	Бо як тіло без духу мертво, так і віра без діл мертва.	Як. 2, 26
10	Слава ж і честь і мир усякому, хто робить добро, спершу юдею, потім і елліну!	Рим. 2, 10
11	Усяке роздратування, і лютість, і гнів, і крик, і лихослів'я з усякою злобою нехай будуть знищені у вас; а будьте один до одного добрими, милосердними, прощайте один одному, як і Бог у Христі простив вам.	Еф. 4, 31–32
12	У всьому показуй собою взірець добрих діл, у навчанні чистоту, чесність, непошкодженість, слово здорове, недокірливе ...	Тит. 2, 7–8

Бо слово Боже «живе і дійове, та гостріше від усякого меча двосічного: воно проникає до розділення душі й духу, суглобів і м'язів, і судить помисли й наміри сердечні» (Євр. 4, 12). Воно заохочує нас наполегливо працювати, щоб утримувати себе та свою сім'ю (1 Тим. 5, 8). Адже завдяки наполегливій праці людина може досягнутилюбих висот у своєму житті, бо «віра без діл мертва» (Як. 2, 26).

З огляду на людські закони, у статті 49 Господарського кодексу України «Відповідальність суб'єктів підприємництва» вказується, що

підприємці зобов'язані не завдавати шкоди довкіллю, не порушувати права та законні інтереси громадян і їх об'єднань, інших суб'єктів господарювання, установ, організацій, права місцевого самоврядування і держави. За завдані шкоду і збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законом відповідальність [2]. Але, зрештою, усі людські слова, помисли та вчинки повинні підкріплюватись і не суперечити Божим заповідям.

У поводженні з речами інших людей, зокрема орендодавців, потрібно дотримуватися вірності «І якщо в чужому не були вірні, ваше хто вам дасть?» (Лк. 16, 12). Відношення особи до чужого майна певним чином визначає, наскільки їй можна довіряти, хоча часто люди схильні нехтувати цим принципом. Кожен позичальник повинен ствердно відповісти на запитання: чи вірний я Богові у ставленні до майна інших; чи дбайливо ставлюся до ресурсів роботодавців; чи дбаю про те, щоб віддати позичену річ в доброму стані?

Згідно Святого Письма потрібно чинити так: «У всьому показуй собою взірець добрих діл, у навчанні чистоту, чесність, непошкодженість, слово здорове, недокірливе» (Тит. 2, 7–8).

Ще в древні часи існували відносини кредитора та позичальника, які ґрунтувалися на принципах довіри та ризику неповерненості. Як і тоді, зараз це питання досить актуальне й тому кожна угода підприємця з кредитором чи орендодавцем має буди підкріплена не тільки юридичними, але й християнськими канонами, які б забезпечували стовідсоткове виконання всіх зобов'язань та домовленостей між сторонами угоди: «Тому, хто просить у тебе, дай; і від того, хто хоче в тебе позичити, не відвертайся» (Мф. 5, 42); «І я також, брати мої і ті, що служили при мені, давали їм у борг і срібло і хліб: залишимо їм борг цей» (Неєм. 5, 10).

Абсолютно всі зусилля людини є марнотою без Бога: «... бійся Бога і заповідей Його дотримуйся, тому що у цьому все для людини; бо всяке діло Бог приведе на суд, і все таємне, чи добре воно, чи зле» (Еккл. 12, 13). Кожен з нас покликаний до вічного життя в Царстві Божому, а матеріальні багатства сучасного світу не мають з ним нічого спільного: «... глядіть, остерігайтеся користолюбства, бо життя людини не залежить від багатства її маєтку» (Лк. 12, 15).

Апостол Павло говорить, що справжнім прибутком є побожність, і радить задовольнятися малим: «Велике надбання – бути побожним і задоволеним. Бо ми нічого не принесли у світ: явно, що нічого не

можемо і винести з нього. Маючи їжу й одяг, будьмо задоволені тим» (1 Тим. 6, 6–8). Павло застерігає від спокус, які приховані в грошолобстві та прагненні багатства. Грошолобство назване ним коренем усілякого лиха: «А хто бажає збагачуватися, впадає у спокусу і в тенета і в багато які безрозсудні і шкідливі похоті, що приводять людей до бідування і загибелі; бо корінь усього лихого є сріблолобство, віддавшись якому, деякі ухилилися від віри і самі себе віддали багатьом скорботам. Ти ж, чоловіче Божий, тікай від цього, досягай успіхів у правді, побожності, вірі, любові, терпінні, лагідності. Змагайся добрим подвигом віри, тримайся вічного життя, до якого ти і покликаний, і сповідував добре сповідання перед багатьма свідками» (1 Тим. 6, 9–12).

Висновки. Отже, підводячи підсумки вище викладеного, можна сказати, що відносини підприємців із кредиторами, банками й орендодавцями займають надзвичайно важливу складову в процесі здійснення економічної діяльності не тільки цих суб'єктів, але й економіки держави в цілому. Яскравим прикладом цього є банки, які спочатку мобілізують кошти в інших суб'єктів, у тому числі і на засадах запозичення, а потім самі надають їх у позички своїм клієнтам. Саме таким чином відбувається кругообіг капіталу, до якого може залучатися надзвичайно велика кількість суб'єктів економіки.

Тому, у таких відносинах надзвичайно важливим є дотримання не тільки нормативних законів і загальноприйнятих правил економічної етики, а також необхідно керуватися християнськими канонами та моральними правилами, наведеними в такій древній книзі, як Біблія. Порушення домовленостей тягне за собою надзвичайно великий вантаж відповідальності та може нашкодити великій кількості людей, що є гріхом, і розплачуватись за це буде потрібно не тільки перед законом, але й перед Всевишнім.

Здійснюючи певний вид діяльності, необхідно керуватися загальними правилами християнської етики, тому що Біблія нарівні із законодавчими актами держави дає пояснення, на яких засадах повинні здійснюватися взаємовідносини підприємця з різними суб'єктами. У ній сказано, що будь-яка неправда – від лукавого, вона обов'язково виявиться, а неправдомовці будуть покарані (Мф. 5, 37; Притч. 21, 6). Тому до людей потрібно ставитися так, як ми хочемо, щоб ставилися до нас, тобто чинячи їм добро, і тоді не виникне ніяких негараздів, за які можна було б нести кару.

Література

1. Біблія. Книги священного писання Старого та Нового Завіту. – К. : Вид-во «Преса України», 2009. – 1416 с.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
3. Етика ділових відносин : навч. посіб. / О. Й. Лесько, М. Д. Прищак, О. Б. Залюбівська та ін. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 309 с.
4. Запорожан О. М. Залучений капітал як основна складова власного капіталу підприємства / О. М. Запорожан [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/Vzhdtu/econ/2009_2/8.pdf
5. Ляшенко Г. П. Управління капіталом підприємства для зміцнення бази оподаткування : навч.-метод. посіб. / Г. П. Ляшенко. – Ірпінь : Нац. акад. ДПС України, 2004. – 194 с.
6. Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом : Закон України від 14.05.1992 р. № 2343-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2343-12>
7. Сидоренко С. В. Підприємницька етика та шляхи її регулювання / С. В. Сидоренко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Kultv/2009_23/sidorenko.pdf
8. Симфонія Синодального перекладу Біблії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bible.in.ua/underl/RSV/S/index.htm>
9. Цебак І. Практичні особливості врегулювання спорів між кредитором і позичальником / І. Цебак [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.juryst.lviv.ua/articles/category/3/message/15/>

ХРИСТИЯНСЬКІ ОСНОВИ ВІДНОСИН ІЗ ПОСТАЧАЛЬНИКАМИ

Постановка наукової проблеми. Одним із основних законодавчих документів, який регулює в нашій державі правові засади підприємницької діяльності є Господарський кодекс України. Так, у статті 44 «Принципи підприємницької діяльності» цього кодексу зазначається, що підприємництво здійснюється на основі:

– вільного вибору підприємцем видів підприємницької діяльності;

– самостійного формування підприємцем програми діяльності, вибору постачальників і споживачів продукції.

В умовах зниження довіри до діяльності суб'єктів господарювання підприємствам нелегко втримувати свої ринкові позиції. Іноді їхня репутація може зазнати непередбачених ударів перед партнерами. Оскільки очікування підприємств з часом змінюються, то їм необхідно переглядати партнерів та умови співпраці з ними: можливо час їх змінити або внести корективи. Комунікаційна діяльність у наш час дуже важлива, адже завдяки відносинам із постачальниками можна досягати переваги над конкурентами. Поряд з іншими ресурсами, довгострокові партнерські відносини стають важливим ресурсом підприємства. Тому для побудови ефективних і надійних договірних відносин потребують дослідження засади відносин підприємств із постачальниками.

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. Дослідженню відносин постачальників і підприємств присвятили наукові публікації: М. Г. Безпарточний, Т. А. Воркут, О. С. Довгунь, П. Г. Ільчук, Ю. В. Лушай, Т. О. Меліхова, І. В. Орлов, І. В. Попова, Р. Л. Сопільник, В. П. Черепов, Л. Ю. Шевців, Е. Ф. Югас.

Але ними не розглядалися моральні принципи відносин постачальників і підприємців, а показувалася недосконалість законодавства й існуючі проблеми у сфері постачання продукції, сировини, матеріалів або послуг, що надаються постачальниками

підприємству, а також відносини, які виникають між ними в процесі роботи, та формувалися нові засади їх здійснення законним шляхом.

Метою дослідження є застосування біблійних цитат, що характеризують відносини підприємств і постачальників, до сучасних умов ведення підприємництва з існуючими серйозними проблемами та формування християнських засад їхніх відносин на основі Біблії та сучасного законодавства. Для її реалізації потрібно вирішити такі **завдання**:

- 1) обґрунтувати згідно Біблії основи відносин підприємців і постачальників;
- 2) порівняти Біблію та сучасне законодавство стосовно регулювання відносин між постачальниками та підприємствами;
- 3) сформулювати на їх підставі основні принципи та засади здійснення таких відносин.

Виклад основного матеріалу. Закупівля усього необхідного для споживання в ході операційного циклу виробництва продукції є наступним етапом після вирішення питань зі стартовим капіталом. Відповідно виникають взаємовідносини із постачальниками, які необхідно здійснювати на таких засадах:

- 1) дотримуватися умов договорів;
- 2) не обманювати;
- 3) не укладати сумнівні контракти.

Адже, згідно текстів Біблії, будь-яка неправда обов'язково виявиться: «Нема нічого таємного, що не стало б явним, і нічого не буває захованого, що не виявилось б» (Мк. 4, 22). Наслідком порушення цих засад можуть бути розірвані контракти, зіпсована репутація, а також судові справи [6].

В Україні досить проблемними є відносини постачальників і підприємств, які порушують свої зобов'язання один перед одним. Ці відносини регулюються Господарським кодексом України (ГКУ), Господарським процесуальним кодексом України (ГПКУ), Кримінальним кодексом України (ККУ), Податковим кодексом України (ПКУ), Цивільним кодексом України (ЦКУ), Цивільним процесуальним кодексом України (ЦПКУ), Кодексом України про адміністративні правопорушення (КУАП) тощо. Розглянемо деякі їхні положення детальніше.

Згідно зі ст. 712 ЦКУ за договором поставки продавець (постачальник), який здійснює підприємницьку діяльність, зобов'язується передати у встановлений строк (строки) товар у

власність покупця для використання його у підприємницькій діяльності або в інших цілях, не пов'язаних з особистим, сімейним, домашнім або іншим подібним використанням, а покупець зобов'язується прийняти товар і сплатити за нього певну грошову суму. До договору поставки застосовуються загальні положення про купівлю-продаж, якщо інше не встановлено договором, законом або не впливає з характеру відносин сторін.

Різновидом оренди є лізинг. Ст. 806 вказує на те, що за договором лізингу одна сторона (лізингодавець) передає або зобов'язується передати другій стороні (лізингоодержувачеві) у користування майно, що належить лізингодавцю на праві власності і було набуто ним без попередньої домовленості із лізингоодержувачем (прямий лізинг), або майно, спеціально придбане лізингодавцем у продавця (постачальника) відповідно до встановлених лізингоодержувачем специфікацій та умов (непрямий лізинг), на певний строк і за встановлену плату (лізингові платежі). Якщо відповідно до договору непрямого лізингу вибір продавця (постачальника) предмета договору лізингу був здійснений лізингоодержувачем, продавець (постачальник) несе відповідальність перед лізингоодержувачем за порушення зобов'язання щодо якості, комплектності, справності предмета договору лізингу, його доставки, заміни, безоплатного усунення недоліків, монтажу та запуску в експлуатацію тощо. Якщо вибір продавця (постачальника) предмета договору лізингу був здійснений лізингодавцем, продавець (постачальник) та лізингодавець несуть перед лізингоодержувачем солідарну відповідальність за зобов'язанням щодо продажу (поставки) предмета договору лізингу [7].

У ст. 170 КУАП зазначено, що недодержання стандартів і технічних умов при транспортуванні, зберіганні і використанні (експлуатації) продукції, якщо це спричинило зниження якості, псування або наднормативні втрати продукції, тягне за собою накладення штрафу на посадових осіб від трьох до сорока неоподатковуваних мінімумів доходів громадян [3].

Згідно зі ст. 269 ГКУ у разі поставки товарів неналежної якості покупець (одержувач) має право стягнути з виготовлювача (постачальника) штраф у розмірі, передбаченому ст. 231, якщо інший розмір не передбачено законом або договором. А ст. 231 говорить про те, що у разі, якщо порушено господарське зобов'язання, в якому хоча б одна сторона є суб'єктом господарювання, що належить до

державного сектора економіки, або порушення пов'язане з виконанням державного контракту, або виконання зобов'язання фінансується за рахунок Державного бюджету України чи за рахунок державного кредиту, штрафні санкції застосовуються, якщо інше не передбачено законом чи договором, у таких розмірах:

– за порушення умов зобов'язання щодо якості (комплектності) товарів (робіт, послуг) стягується штраф у розмірі двадцяти відсотків вартості неякісних (некомплектних) товарів (робіт, послуг);

– за порушення строків виконання зобов'язання стягується пеня у розмірі 0,1 відсотка вартості товарів (робіт, послуг), з яких допущено прострочення виконання за кожний день прострочення, а за прострочення понад тридцять днів додатково стягується штраф у розмірі семи відсотків вказаної вартості.

Відповідно до глави 25 ГКУ учасник господарських відносин, який порушив господарське зобов'язання або установлені вимоги щодо здійснення господарської діяльності, повинен відшкодувати завдані цим збитки суб'єкту, права або законні інтереси якого порушено. Причому під збитками розуміється втрата або пошкодження майна, а також не одержані доходи, які управнена сторона одержала б у разі належного виконання зобов'язання або додержання правил здійснення господарської діяльності другою стороною [2].

Ст. 185 ПКУ вказує на те, що об'єктом оподаткування ПДВ серед іншого є операції платників податку з постачання товарів і послуг, місце постачання яких розташоване на митній території України. База оподаткування операцій з постачання товарів/послуг згідно зі ст. 188 визначається, виходячи з їх договірної (контрактної) вартості, але не нижче звичайних цін, визначених відповідно до ст. 39, з урахуванням загальнодержавних податків та зборів. Причому до складу договірної (контрактної) вартості включаються будь-які суми коштів, вартість матеріальних і нематеріальних активів, що передаються платнику податку безпосередньо покупцем або через будь-яку третю особу у зв'язку з компенсацією вартості товарів/послуг [4].

У Священному Письмі також можна знайти підґрунтя для здійснення відносин між постачальниками і підприємствами, але з позицій моралі та совісті (див. табл. 2).

Біблійні цитати, які характеризують відносини підприємств із постачальниками

№ з/п	Цитата	Джерело
<i>Старий Заповіт</i>		
1	Путь же беззаконних – як темрява; вони не знають, об що спіткнуться.	Притч. 4, 19
2	Не допоможе багатство у день гніву, правда ж урятує від смерти. Правда непорочного рівняє путь його, а нечестивий упаде від нечестя свого.	Притч. 11, 4–5
3	Вуста правдиві вічно перебувають, а неправдивий язик – тільки на мить.	Притч. 12, 19
4	Мудрий боїться і віддаляється від зла, а нерозумний дратівливий і самовпевнений.	Притч. 14, 16
5	Путь праведних – відхилення від зла: той береже душу свою, хто зберігає путь свою.	Притч. 16, 17
6	Придбання скарбу неправдивим язиком – скороминучий подув тих, хто шукає смерти.	Притч. 21, 6
7	Добре ім'я краще за велике багатство, і добра слава краща за срібло і золото.	Притч. 22, 1
8	Неправдивий язик ненавидить уражених ним, і улесливі вуста готують падіння.	Притч. 26, 28
9	Краще бідний, який ходить у своїй непорочності, ніж той, хто спотворює шляхи свої, хоч він і багатий.	Притч. 28, 6
10	Хто любить срібло, той не насититься сріблом, і хто любить багатство, тому немає користи від того. І це – суєта!	Еккл. 5, 9
11	Добре багатство, у якому немає гріха, і зла бідність у вустах нечестивого.	Сир. 13, 30
<i>Новий Заповіт</i>		
1	Нехай буде слово ваше: так – так; ні – ні, а що зверх цього, те від лукавого.	Мф. 5, 37
2	Нема нічого таємного, що не стало б явним, і нічого не буває захованого, що не виявилось б.	Мк. 4, 22
3	Він сказав їм: отже, віддавайте кесареви кесареві, а Боже – Богові.	Лк. 20, 25
4	Отже віддайте всім належне: кому податок – податок; кому данину – данину; кому страх – страх; кому честь – честь.	Рим. 13, 7
5	Не обманюйтесь: лихі товариства псують добрі звичаї.	1 Кор. 15, 33
6	Тому, відкинувши неправду, говоріть правду кожний ближньому своєму, бо ми члени один одному.	Еф. 4, 25
7	А хто бажає збагачуватися, впадає у спокусу і в тенета і в багато які безрозсудні і шкідливі похоті, що приводять людей до бідування і загибелі; бо корінь усього лихого є срібллюбство, віддавшись якому, деякі ухилилися від віри і самі себе віддали багатьом скорботам.	1 Тим. 6, 9–10
8	Багатих у нинішньому віці наставляй, щоб вони були невисокої думки про себе і надіялись не на багатство непевне, а на Бога Живого, Який дає нам усе щедро для насолоди ...	1 Тим. 6, 17

Отже, у результаті проведеного дослідження можна зробити такі

ВИСНОВКИ:

1) законодавство України регламентує конкретні дії постачальників малоцінних та швидкозношуваних предметів, сировини, основних і допоміжних матеріалів, палива, комплектуючих виробів, запасних частин, тари тощо в сучасному суспільстві за допомогою законів, а Біблія закликає їх дотримуватися вимог власної совісті та моралі;

2) Святе Письмо містить пояснення стосовно християнських основ відносин між постачальниками та підприємствами, а також поради і рекомендації, за допомогою яких повинні формуватися ці відносини;

3) християни повинні виконувати біблійні заповіді, як і закони держави.

Література

1. Біблія. Книги священного писання Старого та Нового Завіту. – К. : Вид-во «Преса України», 2009. – 1416 с.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
3. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 р. № 8073-X [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/80731-10>
4. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
5. Симфонія Синодального переведення Библии [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bible.in.ua/underl/RSV/S/index.htm>
6. Тоцька О. Л. Біблійні засади підприємництва / О. Л. Тоцька // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. екон. – 2009. – Вип. 42. – С. 254–261.
7. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/435-15>

УДК 65.011:241

Поліщук Х. О., Максимович М. В.,
студентки 47 групи
напряму підготовки «Менеджмент»
Східноєвропейського національного
університету імені Лесі Українки

БІБЛІЙНІ ЗАСАДИ ВІДНОСИН ПІДПРИЄМЦІВ ІЗ КЛІЄНТАМИ

Постановка наукової проблеми. Дослідження відносин підприємців із клієнтами зумовило появу нової концепції управління маркетингом – маркетингу стосунків, який передбачає спрямованість маркетингової діяльності організації на встановлення довгострокових, конструктивних взаємин із потенційними клієнтами. Таким чином, крім дослідження ринку, планування, стимулювання збуту в менеджера з'являється ще одна важлива функція – взаємодія з покупцем [3].

Відомо, що в багатьох сферах бізнесу 80–90 % доходу формують постійні клієнти. Тому завдання кожної організації і, зокрема, кожного менеджера – насамперед утримати постійних клієнтів та, звичайно, залучити до співробітництва нових.

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. У науковій і практичній економічній літературі відносини з клієнтами розглядаються в трьох напрямках. Найбільш популярним із них є аналіз відносин із позиції клієнтів, особливо на споживчих ринках – формування цінності для споживача через товари та послуги. Свої праці дослідженню цього напряму присвятили, зокрема, зарубіжні вчені Д. Баверсокс, Д. Ламберт, К. Мьоллер, М. Портер, Е. Рудавська, Д. Флінт, А. Шарма, М. Шимура-Тиц та вітчизняні науковці В. Гнатушенко, Н. Гузь, А. Зайцева, Є. Крикавський, О. Кузьмін, Й. Петрович, Н. Чухрай. Другому напряму досліджень – цінності відносин для виробника чи постачальника товару – присвячено увагу С. Біггемана, Д. Вілсона, А. Вольтера, О. Вотченікової, А. Загороднього, З. Коваль, Р. Риссела, В. Улаги, Х. Хакансона. Комплексному дослідженню цінності відносин з урахуванням позицій обох партнерів присвячено найменше уваги, зокрема деякі аспекти цього питання розкрито в працях С. Біггемана, Д. Вілсона, А. Герта, М. Кизима, Я. Отто, І. Соловійова. Але ними не розглядалися біблійні моральні принципи здійснення відносин із клієнтами.

Метою дослідження є заповнення прогалини у визначенні біблійних засад відносин із клієнтами. Для її реалізації потрібно розв'язати такі **завдання**:

- 1) провести аналіз текстів Святого Письма на предмет відносин торгівців із клієнтами;
- 2) визначити на його підставі біблійні засади відносин із клієнтами.

Виклад основного матеріалу. Просування товару на ринок є одним із найважливіших обов'язків менеджера. Для того, щоб успішно здійснювати його продаж, менеджер повинен розробляти стратегію спілкування та взаємодії з клієнтами. Для цього йому необхідно відповісти на такі запитання: що я знаю про клієнта; які в нього потреби; яка інформація допоможе краще задовольнити потреби клієнта; як клієнт оцінює організацію, її товар, сильні та слабкі сторони фірми; як можна закріпити відданість клієнта нашій організації і завдяки цьому збільшити прибуток; у чому конкуренти досягли більших успіхів і за рахунок чого? Відповіді на ці запитання багато в чому залежать від знань менеджера про психологічну природу клієнтів і вміння спілкуватися з ними [6]. Адже клієнти – це джерело життя для корпорації, і їх треба поважати, як землю, за те, що вона – джерело життя.

До біблійних засад відносин із клієнтами можна віднести:

- 1) не займатися виробництвом та збутом неякісної продукції чи продукції, яка шкодить здоров'ю людей і довкіллю;
- 2) обсяг проданої продукції повинен відповідати обсягу купленої;
- 3) вчасно виконувати замовлення продукції [10];
- 4) мати повагу до клієнта, бути з ним толерантним і ввічливим.

Адже, згідно книг Святого Письма, до людей потрібно ставитись так, як ми хочемо, щоб ставились до нас: «Отже, все, чого бажаєте, щоб вам робили люди, так і ви робіть їм, – бо в цьому є Закон і Пророки» (Мф. 7, 12).

Багатьох продавців цікавить питання: як зробити так, щоб клієнт, тільки-но глянувши на товар, відразу його купив? Але краще налагодити з людиною нормальне живе спілкування, щоб вона купила необхідний товар за власним бажанням. Для цього необхідно використовувати правила етикету, які характеризують сукупність правил поведінки, регулюють зовнішні прояви людських стосунків (ставлення до інших, форми звертання, манери, стиль одягу тощо).

Основою етикетних норм є дотримання певної дистанції між працівниками різних рангів, толерантне ставлення до думок інших, уміння визнавати свої помилки, бути самокритичним, уміння використовувати в суперечці аргументи, а не владу, авторитет тощо.

Важливу роль у відносинах із клієнтами відіграють такі речі:

1) *толерантність* (від лат. *tolerantia* – несу, витримую, терплю) – риса, що характеризує ставлення людини до іншої як до рівногідної особистості. Вона проявляється в свідомому придушенні відчуття неприязні, викликаного всім тим, що відрізняє іншу людину від нас (зовнішністю, манерою мовлення, смаком, стилем життям, переконаннями тощо). Тобто толерантність – це вміння терпіти, витримувати іншого, визнавати його відмінність. Вона вимагає від людей примирення, досягнення компромісу, проте цим себе не вичерпує, адже примирення не завжди є метою. Толерантність підкріплюється християнською моральною доктриною, згідно з якою людські стосунки повинні засновуватися на любові до ближнього та милосерді: «... і люби ближнього твого, як самого себе» (Мф. 19, 19). У Біблії також сказано: «Запальна людина збуджує розбрат, а терпляча утишує незгоду» (Притч. 15, 18);

2) *повага*, зміст якої дещо глибший, ніж толерантності, адже терпіння, на якому ґрунтується поняття толерантності, недостатньо для нормальних людських стосунків. Людині не досить, щоб її лише терпіли. Вона потребує й поваги, тобто визнання в ній її вищих чеснот та ціннісних рис. Поважати клієнта – це проявляти якесь підкреслено особливе ставлення до нього, що фіксується як у мові, так і в діях. Однак повага не передбачає улесливого ставлення до об'єкта уваги. За що ж можна поважати клієнта? У найширшому значенні – за те, що він є людиною. Святе Письмо говорить: «Просимо ж вас, браття, поважати тих, що трудяться у вас ...» (1 Сол. 5, 12);

3) *пошана*, тобто визнання особистих чеснот індивіда та його досягнень у соціумі, соціальній групі. Шанують людину за певні особливі досягнення, за здобуте власними зусиллями. Тож, якщо повага до кожного – це як аксіома, то шану (пошану) потрібно заслужити [5]. У Біблії сказано: «... і шанувати їх з великою любов'ю за діло їхнє ...» (1 Сол. 5, 13). Водночас однією із біблійних заповідей є: «Шануй батька твого і матір твою, [щоб тобі було добре і] щоб продовжилися дні твої на землі, яку Господь, Бог твій, дає тобі» (Вих. 20, 12);

4) *ввічливість*, тобто дотримання загальноприйнятих правил поведінки, вміння поводитися між людьми відповідно до обставин. Ввічлива людина при спілкуванні завжди буде враховувати вік, стать, соціальний статус партнера. Святе письмо говорить: «Коли хто з вас гадає, що він побожний і не приборкує свого язика, але спокушає своє серце, то побожність у того пуста» (Як. 1, 26);

5) *тактовність*, тобто вміння дотримуватися такту в стосунках з іншими людьми; почуття міри, що підказує найбільш правильний підхід, найбільш делікатну лінію поведінки. Тактовна людина звертає увагу не тільки на зміст своїх слів, дій чи вчинків, а й на їхню форму, враховуючи індивідуальні відмінності партнера, його психологічний стан, настрій. У Біблії сказано: «Не поспішай язиком твоїм ...» (Еккл. 5, 1);

б) *порядність*, яка допомагає людям утримуватися від негативних вчинків: обману, підступності, приниження гідності іншої людини, шахрайства та ін. Дотримання правил дає можливість підтримувати порядність і сприяє створенню сприятливого психологічного клімату в процесі спілкування, що впливає на успішне вирішення справ. Святе Письмо закликає: «Діти мої! Будемо любити не словом чи язиком, а ділом і правдою» (1 Ін. 3, 18).

Біблійні цитати, які характеризують відносини підприємців із клієнтами, наведено в табл. 3.

Таблиця 3

Біблійні цитати, які характеризують відносини підприємців із клієнтами

№ з/п	Цитата	Джерело
1	2	3
<i>Старий Заповіт</i>		
1	Я зненавидів збори беззаконників і з нечестивцями не сяду.	Пс. 25, 5
2	Хто любить срібло, той не насититься сріблом, і хто любить багатство, тому немає користи від того. І це – суєта! Примножується майно, примножуються і ті, що споживають його; і яке благо для того, хто володіє ним: хіба тільки дивитися своїми очима?	Еккл. 5, 9–10
<i>Новий Заповіт</i>		
1	... і люби ближнього твого, як самого себе.	Мф. 19, 19
2	... майте віру Божу ...	Мк. 11, 23
3	Зважайте на себе, щоб ваші серця не обтяжувались об'їданням та пияцтвом і житейськими турботами, і щоб день той не спостиг вас несподівано ...	Лк. 21, 34
4	... і того, хто приходить до Мене, Я не вижену геть.	Ін. 6, 37
5	Ви – друзі Мої, якщо виконуете те, що Я заповідаю вам.	Ін. 15, 14
6	... бо очі Господні звернені до праведних, і вуха Його – до молитви їхньої ...	1 Пет. 3, 12

Закінчення таблиці 3

1	2	3
7	Хто неправдомовець, як не той, хто відкидає, що Ісус є Христос?	1 Ін. 2, 22
8	Хто чинить гріх, той від диявола, бо спочатку диявол згрішив.	1 Ін. 3, 8
9	Тому приймайте один одного, як і Христос прийняв вас до слави Божої.	Рим. 15, 7
10	Тому, хто думає, що він стоїть, нехай бережеться, щоб не впасти.	1 Кор. 10, 12
11	За все дякуйте: бо така щодо вас воля Божа у Христі Ісусі.	1 Сол. 5, 18

Висновки. Отже, ми спробували розкрити ті етичні норми відносин із клієнтами, які мають можливість ґрунтуватися на Біблійних засадах. Це, зокрема:

- 1) бути толерантними з клієнтами;
- 2) виявляти до них повагу та пошану;
- 3) бути ввічливими та тактовними у спілкуванні з ними;
- 4) утримуватися від обману та шахрайства.

Література

1. Біблія. Книги священного писання Старого та Нового Завіту. – К. : Вид-во «Преса України», 2009. – 1416 с.
2. Виноградська А. М. Основи підприємництва : навч. посіб. / А. М. Виноградська. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К. : Кондор, 2005. – 544 с.
3. Гах Й. М. Етика ділового спілкування : навч. посіб. / Й. М. Гах. – К. : Центр навч. л-ри, 2005. – 160 с.
4. Герчанівська П. Е. Культура управління : навч. посіб. / П. Е. Герчанівська. – К. : ІВЦ Вид-во «Політехніка», 2005. – 152 с.
5. Конспект лекцій з культурології для студентів всіх спеціальностей та форм навчання [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://uadocs.exdat.com/docs/index-5568.html?page=19>
6. Кришемінська Л. Д. Етика ділових відносин у торгівлі : підручник / Л. Д. Кришемінська. – 2-ге вид., доп. і переробл. – К. : Вищ. шк., 2006. – 150 с.
7. Підприємництво : навч. посіб. / за ред. В. А. Подсолонка, Т. Л. Миронової. – К. : Центр навч. л-ри, 2003. – 616 с.
8. Сердюк О. Д. Теорія та практика менеджменту : навч. посіб. / О. Д. Сердюк. – К. : Професіонал, 2004. – 432 с.
9. Стоян Т. А. Діловий етикет : моральні цінності і культура поведінки бізнесмена : навч. посіб. / Т. А. Стоян. – К. : Центр навч. л-ри, 2004. – 232 с.
10. Тоцька О. Л. Біблійні засади підприємництва / О. Л. Тоцька // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. екон. – 2009. – Вип. 42. – С. 254–261.
11. Шевеленко С. Д. Підприємництво і підприємницька діяльність : навч. посіб. / С. Д. Шевеленко, І. І. Федів / за заг. ред. В. В. Сопка. – К. : Вищ. шк., 1997. – 224 с.

УДК 65.011:241

Данилко І. В., Коржик І. М.,
студентки 47 групи
напряму підготовки «Менеджмент»
Східноєвропейського національного
університету імені Лесі України

ХРИСТИЯНСЬКІ ОСНОВИ ВІДНОСИН ІЗ КОНКУРЕНТАМИ

Постановка наукової проблеми. Розвинуті країни з ринковою економікою, які досягли відчутних успіхів у соціально-економічному розвитку, приділяють першочергову увагу питанням захисту конкуренції. Порівняно з ними конкурентна державна політика в Україні має відносно невеликий досвід.

Поняття конкуренції зустрічається в літературних джерелах досить часто. Але в умовах понятійної невизначеності та неоднозначності терміна «конкуренція» потрібно його чітко сформулювати.

Термін «конкуренція» (від пізньолат. *concurrentia* – збігаючий, стикаюся) означає суперництво між учасниками ринкового господарства за кращі умови виробництва, купівлі та продажу товарів.

Конкуренція – економічне змагання виробників однакових видів продукції на ринку за залучення більшої кількості покупців та одержання максимального доходу в короткостроковому або довгостроковому періодах. Основа конкурентних відносин – свобода вибору – реалізується у формі прагнення кожного одержувати для себе особисто грошовий дохід. Конкуренція означає наявність на ринку великої кількості незалежно діючих продавців і покупців.

У процесі конкурентної боротьби учасники переслідують однакові цілі – максимізація прибутку за рахунок завоювання переваг споживачів. Однак способи й шляхи досягнення цієї загальної мети різні. Тому в конкурентній боротьбі перемагає той, хто раніше від інших домігся певних конкурентних переваг і захопив стійкий сегмент ринку. Але завоювання переваг – це тільки початок, набагато складніше втриматися на ринку, зберігаючи свої первісні позиції.

Теорія конкуренції була узагальнена А. Смітом у праці «Дослідження про природу й причини багатства народів» (1776 р.).

Новизна теорії конкуренції А. Сміта полягає в тому, що він уперше:

1) сформулював поняття конкуренції як суперництва, що підвищує ціни (при скороченні пропозиції) та знижує ціни (при надлишку пропозиції);

2) сформулював головний принцип конкуренції – принцип «невидимої руки», відповідно до якого «смикаючи» за ниточки маріонеток-підприємців, «рука» змушує їх діяти відповідно до якогось-небудь «ідеального» плану розвитку економіки, безжалісно витіснити фірми, зайняті виробництвом непотрібної ринку продукції;

3) відпрацював теоретично дуже тонкий і гнучкий механізм конкуренції, що об'єктивно врівноважує галузеву норму прибутку, приводить до оптимального розподілу ресурсів між галузями. Тонкість механізму конкуренції полягає в тому, що при скороченні попиту на товар найбільших труднощів зазнають фірми, що випускають неякісну або занадто дорогую продукцію. Гнучкість механізму конкуренції проявляється в його миттєвій реакції на будь-які зміни обстановки в зовнішньому середовищі. Швидко адаптуються до середовища мобільні фірми;

4) визначив основні умови ефективною конкуренції, що включають наявність великої кількості продавців і покупців, що забезпечує гласність, мобільність використовуваних ресурсів, неможливість кожного продавця впливати на зміну ринкової ціни товару (при збереженні його якості або якості сервісу);

5) розробив модель посилення й розвитку конкуренції, довів, що в умовах ринкових відносин можливе максимальне задоволення потреб споживачів і найкраще використання ресурсів у масштабі суспільства в цілому [6].

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. Певний внесок у розвиток теорії конкуренції А. Сміта зробили С. Л. Брю, Дж. Кейнс, К. Макконелл, Д. Міль, Ф. Найт, М. Портер, Д. Рікардо, Дж. Робінсон, Ф. Хайек, П. Хайне, Й. Шумпетер, Г. Азоев, Р. Фатхутдінов, І. Должанський, Т. Загорна, С. Ревчук, Л. Шевченко, Д. Юданов та ін. вчені.

Щоб глибше зрозуміти сутність конкуренції, проаналізуємо її визначення, сформульовані деякими авторами. К. Р. Макконелл і С. Л. Брю вважають, що конкуренція – це наявність на ринку великої кількості незалежних покупців і продавців, можливість для покупців і продавців вільно виходити на ринок і залишати його.

Ф. Найт визначає конкуренцію як ситуацію, в якій конкуруючих одиниць багато й вони незалежні.

М. Портер у книзі «Міжнародна конкуренція» відзначає, що конкуренція – динамічний процес, що розвивається, безупинно мінливий ландшафт, на якому з'являються нові товари, нові шляхи маркетингу, нові виробничі процеси й нові ринкові сегменти [2].

Нобелівський лауреат з економіки 1974 р., австрійський учений Ф. Хайек відзначав, що конкуренція – процес, за допомогою якого люди одержують і передають знання. На його думку, на ринку тільки завдяки конкуренції приховане стає явним. Конкуренція веде до кращого використання здатностей і знань. Більша частина досягнутих людських благ отримана саме шляхом змагання, конкуренції. Прихильники традицій не повинні нав'язувати іншим свою ворожість до нововведень. Збиток терплять консерватори, що роблять опір новому.

«Конкуренція є прагненням якнайкраще задовольнити критерії доступу до рідкісних благ», – вважає сучасний американський економіст П. Хайне.

Й. Шумпетер визначає конкуренцію як суперництво старого з новим, з інноваціями.

Г. Л. Азоев під конкуренцією розуміє суперництво на якому-небудь поприщі між окремими юридичними або фізичними особами (конкурентами), зацікавленими в досягненні однієї й тієї ж мети.

У «Сучасному економічному словнику» конкуренція визначається як змагання між виробниками (продавцями) товарів, а в загальному випадку – між будь-якими економічними, ринковими суб'єктами; боротьба за ринки збуту товарів з метою отримання більш високих доходів, прибутків, інших вигід [5].

А. Ю. Юданов стверджує, що ринкова конкуренція – боротьба фірм за обмежений обсяг платоспроможного попиту споживачів, що ведеться ними на недоступних сегментах ринку. Разом з тим, він вважає, що дотепер у світі відсутнє єдине поняття «конкуренція».

Загалом учені дотримуються одного з трьох трактувань конкуренції: *поведінкової* (боротьба за гроші покупця шляхом задоволення його потреб), *структурної* (аналіз структури ринку для визначення міри свободи продавця й покупця на ринку та способу виходу з нього), *функціональної* (суперництво старого з новим, з інноваціями, коли приховане стає явним).

Метою дослідження є вирішити проблему неоднозначності тлумачення поняття конкуренції, проаналізувати конкурентне законодавства України, його сильні та слабкі сторони з урахуванням

принципів християнської моралі. Для її реалізації необхідно виконати такі **завдання**:

- 1) розглянути проблемні аспекти застосування терміну «конкуренція» в Біблійних джерелах;
- 2) провести детальний аналіз текстів Святого Письма на предмет відносин між конкурентами;
- 3) проаналізувати етику відносин у системі «конкурент – конкурент».

Виклад основного матеріалу. Тема багатства та ставлення християн до матеріальних благ не може не хвилювати сучасну людину, особливо у наш час, коли матеріалістичні ідеології наскрізь пронизують наше існування, коли дилему «мати» чи «бути» так часто вирішують на користь першого. Що Біблія говорить про багатство? Воно є злом чи добром? Чи тотожними є поняття «багатство» та «щастя»? Які спокуси, небезпеки та ілюзії багатства? Чи, маючи все, людина здатна покладатися на Бога й християнські цінності? Чи, взагалі, християнин має прагнути здобувати багатство? Ці питання ми спробуємо з'ясувати у світлі Святого Письма.

Старий Заповіт часто представляє багатство як благословення, зіслане Богом на праведну людину. Старозавітні патріархи були досить заможними. Про Авраама сказано, що він був «дуже багатий на худобу, і срібло, і золото» (Бут. 13, 2). Бог говорив йому: «... піди з землі твоєї, від роду твого і з дому батька твого у землю, яку Я покажу тобі; і Я спороджу від тебе великий народ, і благословлю тебе, і звеличу ім'я твоє, і будеш ти благословенням; Я благословлю тих, що благословляють тебе, і тих, що лихословлять тебе, прокляну; і благословляться у тобі всі племена земні» (Бут. 12, 1–3). Авраам отримав численні блага, в тому числі й матеріальні, після того, як не вагаючись почав слідувати за Господом.

Ісаак, син Авраама, спадкоємець Божих обітниць, теж був благословений Богом: «І посіяв Ісаак на землі тій і одержав у той рік ячменю у стократ: так благословив його Господь. І став великим чоловік цей і звеличувався більше і більше до того, що став дуже великим» (Бут. 26, 12–13).

Заможним був і Яків, родоначальник дванадцятьох колін Ізраїля, про якого сказано: «І стала ця людина дуже, дуже багатою, і було в нього безліч дрібної худоби [і великої худоби], і рабинь, і рабів, і верблюрів, і ослів» (Бут. 30, 43).

Улюблений син Якова Йосиф, якого рідні брати продали в Єгипет, насправді був знаряддям у Божих руках, тому Господь щедро його благословив. Про нього сказано, що він став другим після фараона (Бут. 41, 40). Згодом Йосифові брати, рятуючись від голоду в Ханаанському краї, прийшли до Єгипту, примирилися з ним і оселилися у землі Гесем, де стали заможними: «... і володіли вони нею, і плодилися, і дуже розмножились» (Бут. 47, 27).

Цар Давид був могутнім, бо Господь перебував із ним і укріплював його царство: «І процвітав Давид і підносився, і Господь Бог Саваоф був з ним» (2 Цар. 5, 10).

Про царя Соломона сказано, що він «перевершував усіх царів землі багатством і мудрістю» (3 Цар. 10, 23). У Біблії було описано і його численні статки (3 Цар. 10, 14–29).

Ще одним подібним прикладом є юдейський цар Іосафат: «... і було в нього багато багатства і слави» (2 Пар. 17, 5).

Навіть з цих небагатьох прикладів легко зауважити хоча б дві речі: по-перше, саме Господь збагачує своїх вибраних, і, по-друге, ці вибрані та їхнє багатство служать якійсь вищій меті. Ніхто не є збагачений тільки «для себе» – багатство має служити ближньому.

Що є метою господарської діяльності людини, малого підприємства чи великої компанії? Як сучасний християнин-підприємець має вирішити для себе складну проблему співвідношення між прагненням до Царства Божого та прагненням збагатитися, отримувати чим раз більший прибуток? На яких критеріях повинна базуватися духовно-моральна позиція бізнесмена сучасної України? Чи узгоджується християнське покликання до вічного життя з активною підприємницькою діяльністю, часто спрямованою лише до накопичення матеріальних благ? Допомогою в пошуку відповіді на ці та дотичні до них питання є Біблія – живе та завжди актуальне слово Боже.

Під час здійснення підприємницької діяльності виникають взаємовідносини з конкурентами. Порядність у галузі конкуренції передбачає, що конкурент не є ворогом, а суперником, тому стосунки з конкурентами повинні регулюватися послідовною етикою та правилами чесної гри, а не етикою самозахисту та війни. Саме невірний конкурент може обернути суперництво в жорстоку боротьбу. Водночас, якщо один із конкурентів програє за рахунок того, що всі інші справді працюють ефективно та краще задовольняють вимоги споживачів, це не буде неетичним, оскільки є

результатом справжнього задоволення вимог економічних потреб суспільства.

Водночас варто зауважити, що Біблія дуже чітко каже: «Усякий, хто ненавидить брата свого, є людиновбивця ...» (1 Ін. 3, 15). Причому, до братів, яких потрібно любити та благословляти, Слово Боже зараховує не тільки всіх одновірців і одноплемінників із титульного етносу, а й інших, за біблійним означенням, місцевих «тубільців». Зокрема тих, «... які живуть у вас, які народили у вас дітей ...» і яким Господь також дав спадщину (Єз. 47, 22).

Саме через доброзичливе ставлення до старо- та новозавітного люду Божого і, загалом, через нормальні цивілізовані, дружні міжетнічні та міжконфесійні, суспільно-людські взаємини Господь благословляє та дає добробут і мир націям, народам і державам. Інакше вони обов'язково накликають на себе тяжке прокляття (Бут. 4, 10–12; Бут. 12, 1–3; Єр. 29, 7).

Якщо конкурент завойовує покупців якіснішою продукцією та нижчими цінами, що базуються на нових технологіях, то його дії не можна вважати негативними.

Погано говорити неправду про своїх конкурентів та їх продукцію. Водночас правда може іноді принести більше шкоди, ніж добра. Можливо, конкурент використовує матеріали нижчої якості, але розголошення цього факту може кинути підозру на всю галузь. З іншого боку, мовчання також може виявитися неетичним, якщо воно наражає інших, зокрема покупців, на зайву шкоду.

У цілому зниження цін є законним і бажаним знаряддям конкуренції. Від цього виграє споживач. Однак зниження цін часто використовується для того, щоб завдати шкоди конкурентові. Компанія може діяти етично, продаючи за зниженими цінами товар, якого хоче позбутися. Це може зашкодити конкурентам, але дія навмисно не спрямована проти конкурентів.

Також деякі компанії застосовують ефект прихованої реклами. Компанії та фірми з модними брендами та торгівельними марками розглядають приховану рекламу в ЗМІ як важливий елемент своєї рекламної стратегії. Саме така реклама дає найбільший ефект при проведенні комплексної рекламної кампанії. Популярні газети з неймовірною швидкістю розробляють щораз новіші шляхи застосування прихованої реклами, порушуючи будь-які моральні принципи, Біблійні засади, етичні норми, врешті національне законодавство. Існують агентства з виготовлення рекламної

продукції, для яких прихована, непряма реклама є основним видом діяльності.

Господь говорить: «... проклята людина, яка надіється на людину і плоть робить своєю опорою, і серце якої відходить від Господа. Вона буде як вереск у пустелі і не побачить, коли прийде добре, й оселиться у місцях спекотних у степу, на землі неплодній, ненаселеній» (Єр. 17, 5–6). Тому великим гріхом є не зупинятися перед Божими заповідями та моральними принципами заради «нейтралізації» та усунення своїх суперників.

Зокрема, згідно Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» [3], недобросовісною конкуренцією визнаються будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності. Її проявами є:

- неправомірне використання позначень;
- неправомірне використання товару іншого виробника;
- копіювання зовнішнього вигляду виробу;
- порівняльна реклама;
- дискредитація суб'єкта господарювання;
- схилення до бойкоту суб'єкта господарювання;
- схилення постачальника до дискримінації покупця (замовника);
- підкуп працівника, посадової особи постачальника;
- підкуп працівника, посадової особи покупця (замовника);
- досягнення неправомірних переваг у конкуренції, зокрема поширення інформації, що вводить в оману;
- неправомірне збирання комерційної таємниці;
- розголошення комерційної таємниці;
- схилення до розголошення комерційної таємниці;
- неправомірне використання комерційної таємниці.

А державну політику у сфері розвитку економічної конкуренції (змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку) та обмеження монополізму в господарській діяльності, здійснення заходів щодо демонополізації економіки, фінансової, матеріально-технічної, інформаційної, консультативної та

іншої підтримки суб'єктів господарювання, які сприяють розвитку конкуренції, здійснюють органи державної влади, місцевого самоврядування та адміністративно-господарського управління й контролю [4].

Висновки. У результаті проведеного дослідження конкурентної боротьби можна зробити такі висновки:

1) допомогою в пошуку відповідей на питання відносин підприємців із конкурентами є Біблія;

2) кожен підприємець повинен бути чесним і відповідальним перед суперниками-конкурентами, наслідуючи при цьому свого Бога та виконуючи Його заповіді.

Література

1. Біблія. Книги священного писання Старого та Нового Завіту. – К. : Вид-во «Преса України», 2009. – 1416 с.
2. Портер М. Международная конкуренция : Конкурентные преимущества стран / М. Портер. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 896 с.
3. Про захист від недобросовісної конкуренції : Закон України від 07.06.1996 р. № 236/96 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80>
4. Про захист економічної конкуренції : Закон України від 11.01.2001 р. № 2210-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2210-14>
5. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 495 с. – (Библиотека словарей «ИНФРА-М»).
6. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М. : Эксмо, 2007.

УДК 65.011:241

Марчук С. П., Барило О. І.,
студенти 47 групи
напряму підготовки «Менеджмент»
Східноєвропейського національного
університету імені Лесі Українки

ВІДНОСИНИ ПІДПРИЄМСТВА ТА ДЕРЖАВИ НА БІБЛІЙНИХ ЗАСАДАХ

Постановка наукової проблеми. Здійснюючи підприємницьку діяльність, фізичні та юридичні особи повинні своєчасно та в повному обсязі сплачувати податки, збори та інші платежі. Але в сучасних умовах існує серйозна проблема приховування прибутків підприємств і корупція серед державних чиновників, незважаючи на законодавство, яке створене для протидії цим злочинам. Діяльність підприємств стосовно сплати податків, мита, зборів та інших платежів, відповідальність за їх порушення та корупцію в державних органах регулюється такими нормативно-правовими актами та законами: Податковим кодексом України, Митним кодексом України, Господарським кодексом України, Кримінальним кодексом України, Цивільним кодексом України, Кодексом України про адміністративні правопорушення; Законами України «Протидія та запобігання легалізації, відмиванню доходів, отриманих злочинним шляхом», «Про засади запобігання та протидії корупції», «Про відповідальність юридичних осіб за вчинення корупційних правопорушень»; Указом Президента України «Про першочергові заходи щодо детінізації економіки та протидії корупції» й ін. [1].

Усі ці правові документи встановлюють і регулюють відносини держави та підприємств у нашому суспільстві, але існує джерело на основі якого вже кілька тисяч років регулюються суспільні відносини – Біблія. Вона не заперечує принципи підприємницької діяльності сучасної держави, але їх значно поглиблює та деталізує [11]. Отже, за допомогою аналізу тексту Біблії та сучасного законодавства визначимо принципи відносин держави і підприємства на основі біблійних засад.

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. Відносини підприємств і держави досліджували такі науковці, як І. В. Ангелко, М. Ю. Бездольний, А. А. Бова, В. І. Бондар, В. О. Доровський, І. І. Зозуля, В. А. Куліков, Н. А. Лиско, С. О. Мосьондз, С. О. Павлен-

ко, С. В. Сторожев, Л. О. Ужва, І. В. Чемерис та ін. Але ними не розглядалися моральні принципи відносин підприємців і держави, а показувалася недосконалість законодавства й існуючі проблеми у сфері сплати підприємствами податків, митних платежів та інших зборів, а також корупція в державних органах, що мають безпосереднє відношення до підприємств.

Метою дослідження є застосування цитат Святого Письма, що характеризують відносини держави і підприємця, до сучасних умов ведення підприємництва з існуючими серйозними проблемами й сформувані на основі Біблії та сучасного законодавства біблійні засади відносин підприємця й держави. Для її реалізації потрібно вирішити такі **завдання**:

- 1) обґрунтувати згідно Біблії відносини підприємця та держави;
- 2) порівняти Біблію та сучасне законодавство стосовно регулювання відносин між державою та підприємствами;
- 3) сформувані на їх підставі основні принципи та засади здійснення відносин між підприємцями та державою.

Виклад основного матеріалу. Основна мета здійснення підприємницької діяльності – отримання прибутку. Отримавши дохід (виручку) від реалізації продукції, потрібно сплатити до бюджету різні податки та збори. Відповідно виникають взаємовідносини із державою. Їх необхідно здійснювати на таких засадах: своєчасно та в повному обсязі сплачувати податки, збори, мита. Адже, згідно текстів Біблії, потрібно всім віддавати належне: «Він сказав їм: отже, віддавайте кесареви кесареви, а Боже – Богові» (Лк. 20, 25); «Отже, віддайте всім належне: кому податок – податок; кому данину – данину; кому страх – страх; кому честь – честь» (Рим. 13, 7). Бо саме завдяки податковим платежам можливе нормальне функціонування держави: здійснюється фінансування виплат пенсій і допомог, стипендій студентам, заробітної плати працівникам бюджетної сфери, будівництва та ремонту закладів освіти й охорони здоров'я, доріг тощо [11].

На українських підприємствах широко поширена «чорна бухгалтерія» – фінансово-економічні процеси й облікові заходи, реалізовані підприємством потай від держави. Мета використання «чорної бухгалтерії» достатньо очевидна: приховування доходів від оподаткування. Причому ховаються від оподаткування доходи не тільки підприємства, але і його працівників. Найбільш яскраве тому

підтвердження – широко розповсюджена практика виплати заробітної плати «в конвертах» [12].

Згідно Біблії засуджується будь-яке багатство, набуте нечесним шляхом, а також приховування прибутків: «Не приносять користи скарби неправедні, правда ж рятує від смерти» (Притч. 10, 2), «Невірні терези – мерзота перед Господом, але правильна вага угодна Йому» (Притч. 11, 1), «Хтось сипле щедро, і йому ще додається; а інший надміру ощадливий, і однак же убожіє» (Притч. 11, 24), «Краще небагато з правдою, ніж безліч прибутків з неправдою» (Притч. 16, 8), «Придбання скарбу неправдивим язиком – скороминучий подув тих, хто шукає смерти» (Притч. 21, 6), «Хто кривдить бідного, щоб примножити своє багатство, і хто дає багатому, той зубожіє» (Притч. 22, 16), «Не роби зла, і тебе не осягне зло; віддаляйся від неправди, і вона ухилиться від тебе» (Сир. 7, 1–2), «Добре багатство, у якому немає гріха, і зла бідність у вустах нечесливого» (Сир. 13, 30), «Куріпка сідає на яйця, яких не несла; таким є той, хто здобуває багатство неправдою: він залишить його у половині днів своїх, і нерозумним залишиться при кінці своєму» (Єр. 17, 11) [2].

Досить серйозною проблемою є корупція та хабарництво в органах державної влади, що глибоко вкорінилися в національну свідомість і менталітет українців. Згідно Закону України «Про засади запобігання і протидії корупції», корупція – це діяльність осіб, уповноважених на виконання функцій держави, спрямована на протиправне використання наданих їм повноважень для одержання матеріальних благ, послуг, пільг та інших переваг. Корупційними діями є:

1) незаконне одержання особою, уповноваженою на виконання функцій держави, у зв'язку з виконанням таких функцій матеріальних благ, послуг, пільг та інших переваг, у тому числі прийняття чи одержання предметів (послуг) шляхом їх придбання за ціною (тарифом), яка є істотно нижчою від фактичної (дійсної) вартості;

2) одержання особою, уповноваженою на виконання функцій держави, кредитів або позичок, придбання цінних паперів, нерухомості або іншого майна з використанням при цьому пільг чи переваг не передбачуваних законодавством [4].

Згідно з результатом індексу сприйняття корупції за 2012 р. Україна займає 144 місце зі 176 країн, охоплених дослідженням організації «Transparency International». Наша держава набрала в

рейтингу корупції 26 балів зі 100 можливих. Слід зазначити, що будь-який результат, менший за 30 балів, з точки зору «Transparency International», вважається «ганьбою для нації». У 2011 р. Україна займала 152 позицію зі 183 країн світу, а в 2010 р. – 134 місце зі 183 країн [9].

Ст. 111 Податкового Кодексу України визначає такі види юридичної відповідальності за порушення законів з питань оподаткування та іншого законодавства: фінансова, адміністративна, кримінальна [8].

Згідно п. 1 ст. 458 Митного Кодексу України порушення митних правил є адміністративним правопорушенням, але п. 2 ст. 458 наголошує, що адміністративна відповідальність за правопорушення, передбачені цим кодексом, настає у разі, якщо ці правопорушення не тягнуть за собою кримінальну відповідальність. Ст. 461 вказує такі види адміністративних стягнень за порушення митних правил: попередження, штраф, конфіскація товарів, транспортних засобів комерційного призначення, безпосередніх предметів порушення митних правил [7].

Згідно ст. 238 Господарського Кодексу України за порушення встановлених законодавчими актами правил здійснення господарської діяльності до суб'єктів господарювання можуть бути застосовані уповноваженими органами державної влади або органами місцевого самоврядування адміністративно-господарські санкції, тобто заходи організаційно-правового або майнового характеру, спрямовані на припинення правопорушення суб'єкта господарювання та ліквідацію його наслідків. У ст. 252 вказано, що посадові особи органів державної влади, органів місцевого самоврядування, підприємств, установ, організацій, а також громадяни, зареєстровані як підприємці, несуть адміністративну відповідальність згідно з законом за порушення Антимонопольного-Конкурентного законодавства [3].

Ст. 21 Закону України «Про засади запобігання і протидії корупції» встановлено, що за вчинення корупційних правопорушень особи притягаються до кримінальної, адміністративної, цивільно-правової та дисциплінарної відповідальності в установленому законом порядку [4].

Згідно глави 13-а Кодексу України про адміністративні правопорушення встановлена адміністративна відповідальність за такі правопорушення:

- 1) порушення обмежень щодо використання службового становища (ст. 172-2);
- 2) пропозиція або надання неправомірної вигоди (ст. 172-3);
- 3) порушення обмежень щодо сумісництва та суміщення з іншими видами діяльності (ст. 172-4);
- 4) порушення встановлених законом обмежень щодо одержання дарунка (пожертви) (ст. 172-5);
- 5) порушення вимог фінансового контролю (ст. 172-6);
- 6) порушення вимог щодо повідомлення про конфлікт інтересів (ст. 172-7);
- 7) незаконне використання інформації, що стала відома особі у зв'язку з виконанням службових повноважень (ст. 172-8);
- 8) невжиття заходів щодо протидії корупції (ст. 172-9) [5].

Згідно Кримінального кодексу України службових осіб може бути притягнуто до кримінальної відповідальності за:

- 1) самовільне присвоєння владних повноважень або звання службової особи (ст. 353);
- 2) підроблення документів, печаток, штампів, бланків, збут чи використання підроблених документів, печаток, штампів (ст. 358);
- 3) зловживання владою або службовим становищем (ст. 364);
- 4) зловживаннями повноваженнями службовою особою юридичної особи приватного права незалежно від організаційно-правової форми (ст. 364-1);
- 5) перевищення влади або службових повноважень (ст. 365);
- 6) перевищення повноважень службовою особою юридичної особи приватного права незалежно від організаційно-правової форми (ст. 365-1);
- 7) зловживання повноваженнями особами, які надають публічні послуги (ст. 366);
- 8) одержання хабара (ст. 368) [6].

У Священному Письмі корупція та хабарництво жорстоко засуджуються, бо через ці протиправні дії страждають невинні та процвітає безлад у державі: «... не викривляй закону, не дивися на особи і не бери дарунків, тому що дарунки засліплюють очі мудрих і перекручують справу правих; правди, правди шукай, щоб ти був живим і оволодів землею, яку Господь, Бог твій, дає тобі» (Втор. 16, 19), «Путь же беззаконних – як темрява; вони не знають, об що спіткнуться» (Притч. 4, 19), «Подарунок – дорогоцінний камінь в очах того, хто володіє ним: куди не звернеться він, матиме успіх»

(Притч. 17, 8), «Нечестивий бере подарунок з пазухи, щоб викривити путі правосуддя» (Притч. 17, 23), «Цар правосуддям утверджує землю, а хто любить подарунки, розоряє її» (Притч. 29, 4). У табл. 4 наведено біблійні цитати, які характеризують відносини підприємця з державою.

Таблиця 4

**Біблійні цитати, які характеризують відносини
підприємця з державою**

№ з/п	Цитата	Джерело
1	2	3
<i>Старий Заповіт</i>		
1	Нехай накаже фараон поставити над землею наглядачів збирати за сім років достатку п'яту частину [усього врожаю] землі Єгипетської ...	Бут. 41, 34
2	... коли будуть жнива, віддавайте п'яту частину фараону, а чотири частини залишаться вам на засівання поля, на прогодування вам і тим, хто в домах ваших, і на їжу дітям вашим.	Бут. 47, 24
3	І поставив Йосиф за закон землі Єгипетській, навіть до цього дня: п'яту частину давати фараонові, за винятком тільки землі жерців, яка не належала фараонові.	Бут. 47, 26
4	... не викривляй закону, не дивися на особи і не бери дарунків, тому що дарунки засліплюють очі мудрих і перекручують справу правих; правди, правди шукай, щоб ти був живим і оволодів землею, яку Господь, Бог твій, дає тобі.	Втор. 16, 19
5	І срібло і золото давав Іоаким фараонові; він зробив оцінку землі, щоб давати срібло за наказом фараона; від кожного з народу землі, за оцінкою своєю, він стягував срібло і золото для того, щоб віддати фараонові Нехао.	4 Цар. 23, 35
6	Шануй Господа від майна твого і від початків усіх прибутків твоїх, і наповняться скарбниці твої до надлишку ...	Притч. 3, 9–10
7	Путь же беззаконних – як темрява; вони не знають, об що спіткнуться.	Притч. 4, 19
8	Не приносять користи скарби несправедні, правда ж рятує від смерти. Не допустить Господь терпіти голод душі праведного, надбання ж нечестивих вивергне.	Притч. 10, 2–3
9	Труди праведного – до життя, успіх нечестивого – до гріха.	Притч. 10, 16
10	Невірні терези – мерзота перед Господом, але правильна вага угодна Йому.	Притч. 11, 1
11	Не допоможе багатство у день гніву, правда ж урятує від смерти. Правда непорочного рівняє путь його, а нечестивий упаде від нечестя свого.	Притч. 11, 4–5
12	Хтось сипле щедро, і йому ще додається; а інший надміру ощадливий, і однак же убожіє.	Притч. 11, 24
13	Той, хто надіється на багатство своє, упаде; а праведники, як лист, будуть зеленіти.	Притч. 11, 28
14	Мудрий боїться і віддаляється від зла, а нерозумний дратівливий і самовпевнений.	Притч. 14, 16
15	Від усякої праці є прибуток, а від марнослів'я тільки збиток.	Притч. 14, 23

Продовження таблиці 4

1	2	3
16	Корисливий розладнає дім свій, а той, хто ненавидить подарунки, буде жити.	Притч. 15, 27
17	Краще небагато з правдою, ніж безліч прибутків з неправдою.	Притч. 16, 8
18	Путь праведних – відхилення від зла: той береже душу свою, хто зберігає путь свою.	Притч. 16, 17
19	Подарунок – дорогоцінний камінь в очах того, хто володіє ним: куди не звернеться він, матиме успіх.	Притч. 17, 8
20	Нечестивий бере подарунок з пазухи, щоб викривити путі правосуддя.	Притч. 17, 23
21	Придбання скарбу неправдивим язиком – скороминучий подув тих, хто шукає смерти.	Притч. 21, 6
22	Добре ім'я краще за велике багатство, і добра слава краща за срібло і золото.	Притч. 22, 1
23	Хто кривдить бідного, щоб примножити своє багатство, і хто дає багатому, той зубожіє.	Притч. 22, 16
24	Не піклуйся про те, щоб нажити багатство; залиш такі думки твої.	Притч. 23, 4
25	Хто рие яму, той упаде в неї, і хто покотить нагору камінь, до того він повернеться. Неправдивий язик ненавидить уражених ним, і улесливі уста готують падіння.	Притч. 26, 27–28
26	Краще бідний, який ходить у своїй непорочності, ніж той, хто спотворює шляхи свої, хоч він і багатий.	Притч. 28, 6
27	Цар правосуддям утверджує землю, а хто любить подарунки, розоряє її.	Притч. 29, 4
28	При примноженні нечестивих збільшується беззаконня; але праведники побачать падіння їх.	Притч. 29, 16
29	Хто любить срібло, той не насититься сріблом, і хто любить багатство, тому немає користи від того. І це – суєта!	Еккл. 5, 9
30	Солодкий сон у того, хто працює, чи мало, чи багато, він з'їсть; але пересичення багатого не дає йому заснути. Є болісна недуга, яку я бачив під сонцем: багатство, яке зберігається володарем його на шкоду йому.	Еккл. 5, 11–12
31	І якщо якій людині Бог дав багатство і майно, і дав їй владу користуватися ними і брати свою частку і насолоджуватися від праці своєї, то це дар Божий.	Еккл. 5, 18
32	Гарна мудрість зі спадщиною, і особливо для тих, які бачать сонце ...	Еккл. 7, 11
33	Не роби зла, і тебе не осягне зло; віддаляйся від неправди, і вона ухилиться від тебе.	Сир. 7, 1–2
34	Добре багатство, у якому немає гріха, і зла бідність у вустах нечестивого.	Сир. 13, 30
35	Куріпка сідає на яйця, яких не несла; таким є той, хто здобуває багатство неправдою: він залишить його у половині днів своїх, і нерозумним залишиться при кінці своєму.	Єр. 17, 11
36	Ось данина, яку ви повинні давати князеві: шосту частину ефи від хомера пшениці і шосту частину ефи від хомера ячменю ...	Єз. 45, 13
<i>Новий Заповіт</i>		
1	Він сказав їм: отже, віддавайте кесареви кесареві, а Боже – Богові.	Лк. 20, 25
2	Отже віддайте всім належне: кому податок – податок; кому данину – данину; кому страх – страх; кому честь – честь.	Рим. 13, 7

Закінчення таблиці 4

1	2	3
3	А хто бажає збагачуватися, впадає у спокусу і в тенета і в багато які безрозсудні і шкідливі похоті, що приводять людей до бідування і загибелі; бо корінь усього лихого є сріблολюбство, віддавшись якому, деякі ухилилися від віри і самі себе віддали багатьом скорботам.	1 Тим. 6, 9–10
4	Багатих у нинішньому віці наставляй, щоб вони були невисокої думки про себе і надіялись не на багатство непевне, а на Бога Живого, Який дає нам усе щедро для насолоди ...	1 Тим. 6, 17

Висновки. Отже, у результаті проведеного дослідження біблійних текстів та сучасного законодавства можна зробити такі висновки:

1) Біблія разом із сучасним законодавством дає пояснення, поради та рекомендації, на яких засадах повинні формуватися відносини підприємця з державою, а саме: чесності, справедливості, взаємоповаги, совісності; дотримання як Божих, так і законів, встановлених у суспільстві; дотримання обіцянок і виконання покладених зобов'язань; відповідальності за скоєні злочини як перед судом Божим, так і перед судом людським; віддавати встановлену частину прибутку державі; знищення жадібності, грошолобства, зажерливості, корупції, брехні та інших суспільних пороків серед підприємців і державних службовців; любові до Бога і свого ближнього;

2) законодавство вказує конкретні протизаконні дії та відповідальність за їх здійснення в сучасному суспільстві підприємцями і державними службовцями, а Біблія наводить ці самі факти з їх більш глибоким осмисленням з позицій моралі та совісті;

3) закони можуть змінюватися, але основні принципи здійснення відносин між державою та підприємцями на основі совісті й моралі, які викладені у Святому Письмі, не зміняться ніколи.

Література

1. Антикорупційний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.acrc.org.ua>
2. Біблія. Книги священного писання Старого та Нового Завіту. – К.: Вид-во «Преса України», 2009. – 1416 с.
3. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
4. Закон України «Про засади запобігання і протидії корупції» від 07.04.2011 р. № 3206-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

-
- <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3206-17>
5. Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 р. № 8073-Х [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/80731-10>
 6. Кримінальний кодекс України від 05.04.2001 р. № 2341-III [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2341-14>
 7. Митний кодекс України від 13.03.2012 р. № 4495-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4495-17>
 8. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
 9. Сайт BBC в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bbc.co.uk/ukrainian/politics/2012/12/121205_corruption_index_oz.shtml
 10. Симфонія Синодального перекладу Біблії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bible.in.ua/under1/RSV/S/index.htm>
 11. Тоцька О. Л. Біблійні засади підприємництва / О. Л. Тоцька // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. екон. – 2009. – Вип. 42. – С. 254–261.
 12. Що таке «чорна бухгалтерія»? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrsprava.com/index.php?newsid=7100>

ХРИСТИЯНСЬКІ ОСНОВИ ВІДНОСИН ІЗ НАЙМАНИМИ ПРАЦІВНИКАМИ

Постановка наукової проблеми. З кожним роком відносини соціального партнерства набувають нових законодавчих основ, що в свою чергу обумовлює докорінні зміни в системі соціально-трудова відносин. Процес становлення відносин з приводу послуг праці розпочинається з того, що спочатку формуються суб'єкти відносин, а потім самі відносини. У ринковій економіці, як відомо, головними суб'єктами праці є підприємці, роботодавці та наймані працівники.

У соціально-трудова відносинах роботодавець є носієм первинних прав. Роботодавця як юридичну особу в трудових правовідносинах представляє вповноважена ним особа – керівник підприємства (організації). Останній укладає індивідуальні та колективні договори, звільняє працівників в установленому порядку, виконує різноманітні функції щодо організації виробництва, оперативного управління власністю відповідно до укладеного трудового договору (контракту).

Роботодавця як фізичну особу в трудових правовідносинах з найманими працівниками представляє безпосередньо сама особа. Під терміном «роботодавець» потрібно розуміти юридичну чи фізичну особу, яка є власником засобів виробництва, створює робочі місця, використовує найману працю згідно з трудовим договором, який від роботодавця – юридичної особи уповноважений укладати керівник підприємства (організації), а від роботодавця – фізичної особи – сама особа.

Найманим працівником є особа, яка уклала трудовий договір на виконання певної трудової функції. Виокремлюють такі основні ознаки:

- найманий працівник – це фізична особа (громадянин), яка перебуває в трудових відносинах із роботодавцем;
- зазначені відносини виникають на підставі укладеного трудового договору;

– основою трудового договору є виконання трудової функції, що спричиняє як обов'язки найманого працівника, так і роботодавця перед останнім, які носять правовий, організаційний, економічний і соціальний характер;

– виконання трудової функції безпосередньо пов'язане з дотриманням внутрішнього трудового розпорядку, виконанням існуючих посадових інструкцій, інших трудових регламентів і означає включення громадянина у склад працюючих (штат) цього підприємства (організації), реальне перетворення його в найманого працівника.

Отже, найманий працівник – це фізична особа (громадянин), яка перебуває в трудових відносинах із роботодавцем на підставі укладеного трудового договору та безпосередньо виконує трудову функцію відповідно до існуючих регламентів (норм, інструкцій, положень тощо). Підкреслимо, що стороною соціально-трудова відносин можуть бути лише ті працівники, у яких є договори з роботодавцями і, відповідно, певний правовий захист. Та частина економічно активного населення, яка зайнята у так званому неформальному секторі економіки, практично випадає з офіційної сфери соціально-трудова відносин [5].

Історичний досвід розвинених країн показує, що відносини між роботодавцями та найманими працівниками, капіталом і працею можуть носити антагоністичний або партнерський характер. За своєю суттю капіталістичне виробництво на рівні підприємства, що за організацією праці є кооперацією, припускає партнерський характер відносин, проте для того, щоб цей характер відносин набув форми відповідних стійких правил у суспільстві, в організації виробництва, необхідні відповідні умови, фактори. Цими факторами є наявність у суспільстві альтернативних варіантів зайнятості й одержання на цій основі доходів, наявність механізмів їхнього регулювання, а також поєднання цих факторів.

Серед чинників, які регулюють характер соціально-трудова відносин, основоположну роль відіграє держава, право.

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. Дослідженню відносин роботодавців із найманими працівниками присвячено праці А. І. Андрющенко, В. М. Берлізової, А. П. Гірман, М. Л. Дубровського, І. А. Євдокимової, І. Я. Кисельова, А. М. Уманського, Г. І. Чанишевої й ін. Але в них не розглядалися моральні принципи здійснення відносин із найманими працівниками.

Метою дослідження є визначення біблійних засад у відносинах із найманими працівниками. Для її реалізації необхідно розв'язати такі **завдання**:

1) обґрунтувати на основі Біблії необхідність праці в житті суспільства;

2) провести аналогію між текстами Святого Письма та засадами, на основі яких здійснюється найм працівників для здійснення ними трудової діяльності;

3) визначити біблійні засади відносин із найманими працівниками.

Виклад основного матеріалу. Кожна людина повинна чинити добро для інших людей і дотримуватися десяти Заповідей Божих. Одна з них вказує на дотримання дня відпочинку, який цілковито присвячується Богові. Таким днем є останній день семиденного тижня – субота.

Потрібно пам'ятати, що створення людини – це не завершення процесу творіння, а лише відпочинок Бога сьомого дня: «І звершив Бог до сьомого дня діла Свої, які Він робив, і спочив у день сьомий від усіх діл Своїх, які чинив. І благословив Бог сьомий день, і освятив його, бо спочив від усіх діл Своїх, які Бог чинив і створював. Ось походження неба і землі, при створенні їх, у той час, коли Господь Бог створив землю і небо ...» (Бут. 2, 2–4).

У відносинах між фірмою та найманими працівниками можуть виникати суперечності та конфліктні ситуації. Ця проблема постає вже у момент найму на роботу. Її моральний аспект передбачає необхідність поваги гідності працівника роботодавцем, менеджерами та іншими співробітниками.

Менеджер, який відповідає за роботу з персоналом, не повинен допускати дискримінації, порушень контракту, ухвалення рішень, які заважали б ефективній діяльності фірми. Працівника беруть на роботу для виконання поставлених перед ними завдань для забезпечення та підвищення ефективності функціонування фірми: «І сказали сини Гадові і сини Рувимові Мойсеєві: раби твої зроблять, як повеліває господар наш ...» (Чис. 32, 25).

Наймати робітників необхідно дотримуючись норм моралі, без порушень трудового законодавства, кадрової та фінансової політики фірми.

Релігійна належність, стать, раса, етнічне походження, вік не повинні бути істотними критеріями для найму на роботу та

звільнення з неї: «І Авраму добре було заради неї; і була у нього дрібна і велика худоба й осли, і раби і рабині ...» (Бут. 12. 16). А послуговування ними є свідченням суттєвих недоліків у роботі фірми, у тому числі і моральних, оскільки це може образити гідність людини (див. рис. 1).

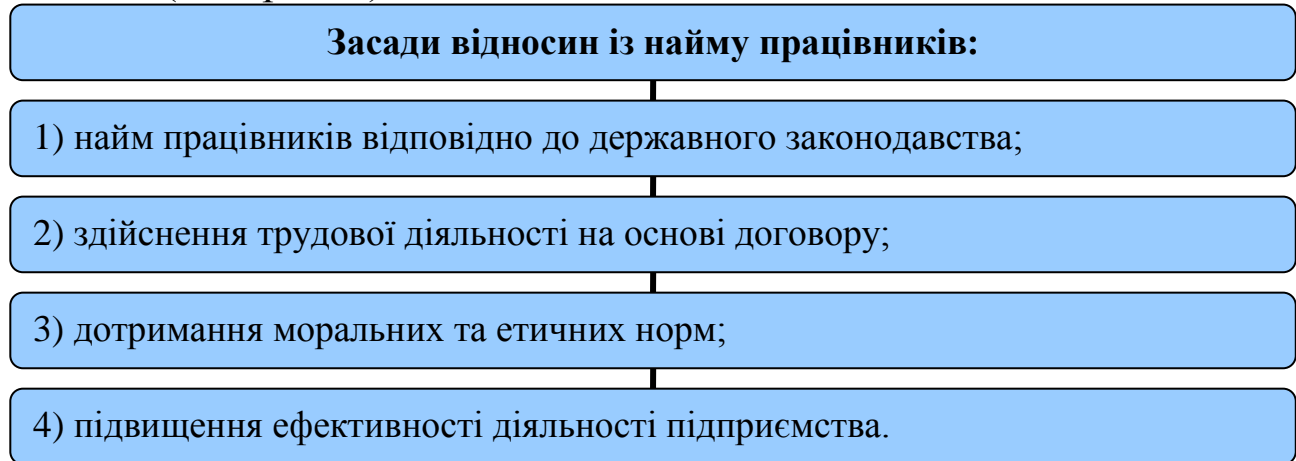


Рис. 1. Засади відносин із найму працівників

Важливим критерієм оцінювання претендента на вакантне місце є його кваліфікаційний рівень і психологічна стійкість. Їх з'ясування пов'язане з оцінюванням відповідності передбачуваній роботі, стійкості до кризових ситуацій, здатності вдосконалювати свої знання, вміння та навички для просування на вищій щабель. Для цього необхідно використовувати об'єктивні критерії, ігнорування чи відсутність яких породжує суб'єктивізм, упередженість, порушення моральних вимог. Зокрема, керівник може вдатися до співбесід і тестів, які залежно від змісту, способів використання й інтерпретації результатів можуть бути як виправданими, так і дискримінаційними, аморальними.

Послугуючись принципом «компетентність над усе», керівнику іноді доводиться шукати претендента на вакантну посаду за межами фірми, з чим також пов'язані певні моральні колізії. У таких ситуаціях важливо, щоб його дії були належно вмотивовані як у професійному, так і в моральному плані [3].

Взаємовідносини керівника з найманими працівниками потрібно засновувати на таких засадах (див. рис. 2).

Роботодавець повинен своєчасно виплачувати заробітну плату: «Ось плата, яку ви утримали у робітників, що працювали на ваших полях, голосить; і голосіння женців дійшли до вух Господа Саваофа» (Як. 5, 4). Адже несвоєчасна її виплата може негативно вплинути на

рівень життя працівника, якість виконання ним посадових обов'язків, що негативно відобразиться на діяльності підприємства.

Біблійні засади відносин керівника з найманими працівниками:

1) справедливе та чесне ставлення до підлеглих;

2) дотримання моральних та етичних відносин із працівниками;

3) своєчасна та повна виплата заробітної плати;

4) мотивація за рахунок морального та матеріального стимулювання.

Рис. 2. Біблійні засади відносин із найманими працівниками

Якщо керівник буде здійснювати свою господарську діяльність відповідно до зазначених норм, то й працівники будуть з повагою ставитися до керівництва та сумлінно виконувати поставлені ним завдання: «І нічого вже не буде проклятого; але престіл Бога і Агнця буде в ньому, і раби Його будуть служити Йому» (Одкр. 22, 3).

Можна виокремити такі принципи взаємовідносин між працівниками та роботодавцями:

1. Шануй владу. Влада – необхідна умова для ефективного ведення справ. В усьому має бути порядок і дисципліна, у зв'язку з цим виявляй повагу до керівника. Біблія говорить: «Усяка душа нехай підкоряється вищій владі, бо немає влади не від Бога; існуючі ж власті поставлені Богом» (Рим. 13, 1).

2. Будь чесний і правдивий. Чесність і правдивість – фундамент підприємництва, передумова прибутковості діяльності та гармонійних взаємин. У Святому Письмі сказано: «Вуста правдиві вічно перебувають, а неправдивий язик – тільки на мить» (Притч. 12, 19).

3. Люби та поважай людей. Любов і повага до людини, своєї роботи з боку працівника породжує у відповідь любов і повагу керівництва. За цих умов виникає гармонія інтересів, що створює атмосферу для розвитку найрізноманітніших здібностей людини. Біблія говорить: «Бо весь закон в одному слові міститься: “Люби ближнього твого, як самого себе”» (Гал. 5, 14).

4. Будь вірним своєму слову. Ділова людина повинна бути вірною своєму слову. Успіх у справі великою мірою залежить від того, якою мірою оточуючі довіряють тобі. Краще, не пообіцявши виконати, ніж навпаки (притча про двох синів (Мф. 21, 28–31)).

5. Будь цілеспрямованим. Завжди май собі ясну мета. Але ніяка мета не повинна затьмарити моральні цінності. У Святому Письмі сказано: «... ухиляйся від зла і твори добро; шукай миру і прагни його, бо очі Господні звернені до праведних, і вуха Його – до молитви їхньої, а лице Господнє проти тих, хто чинить зло, щоб їх винищити із землі» (1 Пет. 3, 11–12).

Однією з найважливіших умов ефективного виконання своїх обов'язків керівництвом фірми є вчасна і в повній мірі виплата заробітної плати та інших виплат працівникам. Тобто важлива не лише професійна кваліфікованість та ефективність роботи, а й особисті потреби кожного працівника. Заробітна плата як основне джерело доходу працівника повинна бути достатньою для забезпечення належного життєвого рівня його та сім'ї, передбачати можливість заощаджень. Водночас вона виступає своєрідним центром, у якому схрещуються різні, іноді протилежні інтереси власника та працівника [4].

Будь-який керівник часто стикається з необхідністю приймати такі рішення, які ставлять перед ним складні етичні проблеми, і в таких ситуаціях керівник не може змінити що-небудь. Часто він змушений приймати рішення, у результаті виконання яких неминуче постраждають люди, йому доводиться йти на угоди, у яких треба вибирати між необхідними матеріальними цінностями та загально прийнятими моральними принципами, він перебуває в такому становищі, коли інтереси та цілі підприємства суперечать особистим потребам робітників підприємства або споживачів. Саме тому керівник будь-якого підприємства повинен дотримуватися певних етичних норм по відношенню до працівників.

В умовах ринкової економіки чесність і довіра є найбільш важливими етичними якостями, які повинні бути притаманні як керівнику підприємства, так і його підлеглим. Наприклад, незважаючи на те, що контракти з обов'язковими законодавчими обмеженнями – це основа діяльності будь-якого підприємства, значна частина економічної діяльності підприємств виходить за межі їх контрактних зобов'язань. Така діяльність визначається, на відміну від законодавчого регулювання, рівнем довіри, що залежить від репутації ділової людини або підприємства.

Такі якості, як нечесність і недовіра фактично ставали результатом пристосовницької поведінки людей. Наявність цих якостей має вважатися нераціональною в умовах економіки,

заснованої на ринкових відносинах. Необхідне створення певної етичної інфраструктури для ринкової економіки, у зв'язку з тим, що етика й економіка мають дуже багато спільних цілей і завдань. Етика покликана виконувати роль регулятора взаємин: дотримуючись певного балансу інтересів на всіх рівнях суспільного життя, вона допомагає скоординувати всю роботу підприємства.

Виходячи з цього, низка проблем, які можуть виникати між керівництвом і працівниками, повинна вирішуватися на засадах взаємної корисності як для бізнесу, так і для робітників. При їх вирішенні ставиться справедлива вимога дотримання принципу переваги прав реальної людини над правами підприємства чи суспільства, тобто права працівників є первинними, а також потреби працівників у підвищенні заробітної плати повинні мати першість над потребами акціонерів.

Необхідно дотримуватися етики найму на роботу. В основу відбору повинна бути покладена кваліфікація працівників, пов'язана з роботою. Вибір факторів, не пов'язаних з працею, та приниження гідності людини є недоліком у роботі фірми.

При просуванні працівників по службі керівництво має враховувати лише компетентність особи [2].

Розмір заробітної плати має визначатися внеском працівника у прибуток фірми, узгоджуватися зі станом ринку праці та ринку товарів, конкуруючих фірм. Потрібно враховувати й силу трудових спілок, що захищають права працівників, а також те, що сума заробітної платні має задовольняти хоча б мінімальні потреби працівника та його родини. Інакше виникає небезпека соціального неспокою та прихованого або явного саботажу.

Щодо умов праці, то працівник і його родина не мають наражатися на небезпеку заподіяння їм фізичної, моральної чи психічної шкоди.

При звільненні працівника з роботи керівник повинен дотримуватися таких правил: звільнення лише з поважної причини, виконання під час звільнення необхідних процедур, прагнення зменшити шкідливі як морально-психологічні, так і матеріальні наслідки звільнення.

У результаті проведеного дослідження можна зробити такі

ВИСНОВКИ:

1) кожна людина повинна працювати відповідно до певних моральних та етичних принципів і норм поведінки в суспільстві;

2) необхідно пам'ятати, що кожен з нас несе відповідальність за свої вчинки та долю тих людей, яких довірив нам Бог;

3) всі повинні керуватися висловами «Люби ближнього твого, як самого себе» (Гал. 5, 14) та «... будьте досконалі, як Отець ваш Небесний досконалий» (Мф. 5, 48).

Література

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
2. Герет Т. М. Етика бізнесу: підручник: пер. з англ. / Т. М. Герет, Р. Д. Клоноскі. – 2-ге вид. – К. : Основи, 1999. – 216 с.
3. Менеджмент персоналу: навч. посіб. / В. М. Данюк, В. М. Петюх, С. О. Цимбалюк та ін. / за заг. ред. В. М. Данюка, В. М. Петюха. – Вид. 2-ге, без змін. – К. : КНЕУ, 2006. – 398 с.
4. Обозов Н. Н. Психологія міжособистісних відносин / Н. Н. Обозов. – К. : Либідь, 1990.
5. Паркінсон С. Н. Искусство управления / С. Н. Паркінсон, М. К. Рустомджи; пер. с англ. – М. : ФАИР-ПРЕСС, 1999. – 272 с.
6. Біблія. Книги священного писання Старого та Нового Завіту. – К. : Вид-во «Преса України», 2009. – 1416 с.

БІБЛІЙНІ ЗАСАДИ ОСОБИСТОГО СТАВЛЕННЯ ПІДПРИЄМЦІВ ДО БІЗНЕСУ

Постановка наукової проблеми. Бізнес – це будь-яка діяльність, направлена на отримання прибутку шляхом створення та реалізації відповідної продукції чи послуг. Водночас бізнес є системою взаємовідносин між його учасниками, до яких відносяться:

– бізнесмени, або підприємці, тобто громадяни, які здійснюють діяльність на свій ризик і під свою економічну та юридичну відповідальність. У ході своєї роботи вони вступають у взаємовідносини один з одним, а також з іншими учасниками бізнесу, утворюючи підприємницьку сферу;

– споживачі продукції, яку виробляють підприємці. Це можуть бути окремі громадяни, а також їх об'єднання: спілки, колективи, асоціації. Метою їх діяльності є придбання товарів і послуг, а також налагодження контактів з виробниками на основі взаємної вигоди.

До складу учасників бізнесу входять також особи та їх об'єднання, які здійснюють торгівлю. При цьому для бізнесмена вигідність угоди визначатиме кінцевий прибуток фірми, а для працівника – особистий дохід, отриманий за виконану роботу. Крім того, у підприємницьких відносинах беруть участь державні органи й установи. Вони реалізують загальнодержавні програми з метою задоволення потреб її громадян, а також здійснюють діяльність з регулювання бізнесу [3].

Вивчення сутності феномена бізнесу та змісту підприємницької діяльності вже кілька століть перебуває в центрі уваги економічної та соціологічної науки. Воно має не тільки тривалу, але й неоднозначну історію [1].

В умовах здійснення радикальних економічних реформ в Україні інтерес до історичної долі ведення бізнесу, виявлення його ролі в новаторському економічному розвитку набуває не тільки академічного, а й практичного характеру. На жаль, актуальні функціонально-економічні, соціально-психологічні, соціокультурні

аспекти підприємницької діяльності залишилися поза марксистською теорією, що тривалий час панувала в нашій країні в усіх галузях знань, включаючи радянську економіку. Парадоксально, але факт: жоден з тодішніх енциклопедичних і спеціальних словників не містив навіть тлумачення понять «бізнес», «бізнесмен», «підприємець» і «підприємництво». Більшість з них обмежується згадкою про «підприємницький дохід» як частину прибутку, що залишається у розпорядженні промислового капіталіста після сплати процентів на взятий у позичку капітал. Незначну допомогу у визначенні етимології та семантики цих термінів надають і тлумачні словники російської та української мов. Як правило, підприємець у них трактується як капіталіст – власник промислового, торговельного або іншого підприємства, ділок, вдалий організатор вигідних угод. Підприємництво ж визначається як діяльність підприємця, схильність до укладання вигідних угод, афер. Зрозуміло, що такі підходи до розуміння й розкриття змісту підприємницької функції не сприяли виявленню важливих управлінських, поведінкових та інших аспектів цього роду діяльності як фактора економічного розвитку та самореалізації індивіда. Більше того, соціалістична ідеологія активно сприяла встановленню негативних стереотипів стосовно підприємництва в масовій свідомості та громадській думці. У сучасних тлумачних словниках англійської мови «бізнесмен» розшифровується як «особа, що виступає як організатор і керуючий діловим підприємством і бере ризик на себе» [1].

Проте, у жодному з підходів і теорій не згадується про біблійні засади ведення бізнесу та його розвиток на початку нової ери. Тому вважаємо, що необхідно проаналізувати та дослідити як у Біблії описуються основні принципи бізнесу, і яке повинне бути ідеальне ставлення до ведення бізнесу.

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. Бізнес у різних аспектах досліджували вітчизняні науковці В. В. Виговська, А. М. Гідулян, О. М. Запорожченко, О. В. Нусінова, Н. В. Павленко, В. С. Полівчак, О. С. Прядченко, Л. М. Таранюк, Т. В. Черничко, В. В. Яворський. Зокрема, вони вивчали сучасний стан і тенденції розвитку малого бізнесу України [3], підходи до визначення суб'єктів малого та середнього бізнесу [4], проблеми розвитку великого бізнесу в економіці України [6], поняття, структуру та форми комерційного бізнесу [7], забезпечення ефективності інноваційної діяльності малого бізнесу [8], організаційні засади проведення реінжинірингу

бізнес-процесів підприємств [10], місце та значення малого бізнесу в розвитку національної економіки [11], оцінювали вартість бізнесу промислових підприємств за методом експертної вартості [5]. Але ними не розглядалися моральні принципи бізнесу, які впливають із текстів Святого Письма.

Метою дослідження є опис основних аспектів ведення бізнесу на засадах Біблії. Для цього необхідно розв'язати такі **завдання**:

1) знайти та проаналізувати місця у Святому Письмі, що пов'язані з підприємницькою діяльністю;

2) визначити на їх підставі основні засади, якими потрібно керуватись при веденні бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Боже Слово заохочує нас наполегливо працювати, щоб утримувати себе та свою сім'ю (1 Тим. 5, 8). Чесна й сумлінна праця приносить задоволення та дає почуття безпеки. Крім того, вона допомагає зберігати самоповагу.

Біблія говорить, що гроші до певної міри дають захист (Еккл. 7, 12). За них можна купити їжу, одяг, житло, практично будь-яку річ. Недарма ще багато століть тому Соломон сказав: «... а за усе відповідає срібло» (Еккл. 10, 19).

Працюючи, ми можемо виявляти щедрість до людей, які нас оточують. Ісус говорив: «Блаженніше давати, ніж приймати» (Діян. 20, 35). Ми радіємо, наприклад, коли матеріально підтримуємо нужденних людей, чи коли купуємо подарунки для наших близьких. Ісус закликав своїх послідовників бути щедрими постійно, а не чекати особливих нагод. Щедрість повинна стати нашою звичкою. Він казав: «Давайте» (Лк. 6, 38). Це дієслово вказує на тривалу дію, а не на одноразовий вчинок. Адже допомога тим, хто опинився в скрутній ситуації, доброта і щедрість повернуться сторицею. Крім цього, людина отримує ще й морально-психологічне задоволення, приємність від того, що допомогла ближньому. Біблія каже, що давання робить людину щасливою. Цей принцип стосується і щедрості, яку ми повинні виявляти до Бога (Притч. 3, 9).

У Святому Письмі можна знайти принципи, які описують як правильно та мудро розпоряджатися наявними коштами від здійснюваної діяльності:

1. «Хто любить срібло, той не насититься сріблом, і хто любить багатство, тому немає користі від того» (Еккл. 5, 9). Ці слова належать одному з найбагатших людей, які жили на землі, – царю

Соломону. Він зробив такий висновок на основі власного досвіду та спостережень.

2. «Маючи їжу й одяг, будьмо задоволені тим. А хто бажає збагачуватися, впадає у спокусу і в тенета ...» (1 Тим. 6, 8–9). Ці слова написав апостол Павло, який відмовився від видатної кар'єри та став послідовником Ісуса Христа. Павло рішуче опирався будь-якій спокусі наживатися на своїх учнях чи одновірцях. Натомість він міг відверто сказати: «Ні срібла, ні золота, ні одягу я ні від кого не побажав; самі знаєте, що потребам моїм і тих, що були зі мною, послужили ці руки мої» (Діян. 20, 33–34).

3. «Бо хто з вас, бажаючи будувати башту, не сяде спершу і не обчислить витрат, чи вистачить у нього коштів, щоб закінчити?» (Лк. 14, 28). Цей приклад, наведений Ісусом, допомагає при здійсненні покупок.

4. «... боржник робиться рабом позикодавця» (Притч. 22, 7). Нещодавня світова економічна криза показала, наскільки безглуздо мати борги чи за кредит, чи будь-які інші.

5. «Нечестивий позичає і не віддає, а праведник милостивий щедро дає» (Пс. 36, 21). Дехто вважає, що легкий спосіб уникнути виплати боргів – це оголосити себе банкрутом. Однак ті люди, які цінують хороші стосунки з Богом, роблять все можливе для того, щоб сумлінно сплачувати свої борги. Більш того, вони щедро діляться тим, що мають.

6. «Я був молодим і постарів уже, але не бачив праведника покинутим або щоб діти його просили хліба» (Пс. 36, 25). Ці рядки написав чоловік, який не раз у своєму житті стикався з несправедливістю. Багато років він провів у вигнанні. Зрештою цей вигнанець, якого звали Давидом, став царем стародавнього Ізраїлю.

7. «Блаженніше давати, ніж приймати» (Діян. 20, 35). Це слова Ісуса Христа, який прийшов у світ спасти грішників (1 Тим. 1, 15).

Проте ведення бізнесу в наш час не завжди є справою чесною. Багато хто вважає, що нечесність приносить користь, принаймні спочатку. Тож людина, яка намагається бути чесною, змушена протистояти сильному тиску. Можна виділити декілька чинників, котрі його спричиняють:

1. Власні бажання. Кожен хотів би мати більше грошей чи предметів розкоші. І, коли виникає нагода отримати нечесний прибуток, протистояти спокусі надзвичайно важко.

2. Боротьба за прибуток. Багатьом підприємцям доводиться виживати в складних економічних умовах. Крім того, вони мусять пристосовуватися до швидкого розвитку нових технологій і збільшення регіональної та глобальної конкуренції.

3. Тиск із боку інших. Співпрацівники або клієнти іноді можуть спонукати, а то й вимагати, щоб працівники брали участь у їхніх оборудках.

4. Культура. У деяких культурах існує традиція обмінюватися подарунками під час ділової операції. Нерідко великі розміри подарунка та обставини, за яких його дають, стирають межу між чесним і нечесним бізнесом.

5. Середовище. Найбільшого тиску зазнають ті, хто терпить крайні злидні, або живе в країні, яку розривають громадські конфлікти. За таких умов людина, котра відмовляється обманювати чи красти, вважається поганим годувальником сім'ї.

Багато людей навіть твердять, що без обману не досягти успіху. А може, ті, хто виправдовує нечесність, «самих себе обманюють» (Як. 1, 22)?

У Біблії неодноразово засуджуються люди, які отримують нечесні прибутки, зокрема ті, хто зловживає владою та відповідальним становищем (Вих. 18, 21; Притч. 1, 19; 15, 27).

Біблійні цитати, які характеризують особисте ставлення підприємця до бізнесу, наведено в табл. 5.

Таблиця 5

Біблійні цитати, які характеризують особисте ставлення підприємця до бізнесу

№ з/п	Цитата	Джерело
1	2	3
<i>Старий Заповіт</i>		
1	Нечестивий позичає і не віддає, а праведник милостивий щедро дає.	Пс. 36, 21
2	... боржник робиться рабом позикодавця.	Притч. 22, 7
3	Не піклуйся про те, щоб нажити багатство; залиш такі думки твої. Спрямуєш очі твої на нього, і – його вже немає; тому що воно зробить собі крила і, як орел, полетить до неба.	Притч. 23, 4–5
4	Хто любить срібло, той не насититься сріблом, і хто любить багатство, тому немає користи від того ...	Еккл. 5, 9
5	І якщо якій людині Бог дав багатство і майно, і дав їй владу користуватися ними і брати свою частку і насолоджуватися від праці своєї, то це дар Божий.	Еккл. 5, 18
<i>Новий Заповіт</i>		
1	... хворих зціляйте, прокажених очищайте, мертвих воскрешайте, бісів виганяйте: задарма одержали, задарма давайте.	Мф. 10, 8

Закінчення таблиці 5

1	2	3
2	Горе вам, книжники і фарисеї, лицеміри, що даєте десятину з м'яти, кропу і кмину, а облишили те, що є найважливіше в законі: суд, милість і віру; це належало робити, і того не залишати.	Мф. 23, 23
3	Кожному, хто просить у тебе, дай, а від того, хто забирає твоє, не вимагай.	Лк. 6, 30
4	При цьому сказав їм: глядіть, остерігайтеся користолюбства, бо життя людини не залежить від багатства її маєтку.	Лк. 12, 15
5	Будьте ж виконавцями слова, а не тільки слухачами, які самих себе обманюють.	Як. 1, 22
6	Тепер послухайте ви, що говорите: «Сьогодні або завтра підемо до такого-то міста, і проживемо там один рік, і будемо торгувати й одержувати прибуток»; ви, які не знаєте, що станеться завтра; бо що таке ваше життя?	Як. 4, 13–14
7	... пасіть Боже стадо, яке у вас, доглядаючи його не примусово, а охоче і Боговгодно не для ганебної користи, а щиро ...	1 Пет. 5, 2
8	Усяка душа нехай підкоряється вищій владі, бо немає влади не від Бога; існуючі ж власті поставлені Богом.	Рим. 13, 1
9	Бо начальники страшні не для добрих діл, а для злих. Чи хочеш не боятися влади? Роби добро і одержиш похвалу від неї.	Рим. 13, 3
10	Отже, віддавайте всім належне: кому податок – податок; кому данину – данину; кому страх – страх; кому честь – честь.	Рим. 13, 7
11	... бо Македонія і Ахайя стараються зібрати деяке подаяння для бідних між святими в Єрусалимі.	Рим. 15, 26
12	Бо коли роблю це добровільно, то матиму нагороду; а коли недобровільно, то лише виконую довірене мені служіння.	1 Кор. 9, 17
13	Той, хто навчається слова, нехай ділиться з наставником усяким добром.	Гал. 6, 6
14	... бо корінь усього лихого є сріблολюбство, віддавшись якому, деякі ухилилися від віри і самі себе віддали багатьом скорботам.	1 Тим. 6, 10

Висновки. Отже, бізнес є потужним стимулятором ділової й трудової активності людини, динамічного розвитку суспільного виробництва. Моральними якостями стали визнаватися індивідуальна ініціатива, здатність до розумного ризику, готовність самостійно приймати рішення й відповідати за свої дії. На перше місце серед принципів ведення бізнесу вийшли строге дотримання всіх домовленостей з партнером, висока якість роботи.

Але формальна приналежність до тієї чи іншої конфесії або церкви, механічне зовнішнє виконання обрядів та зовнішня згода з догматами не призводить ані до життєвого, ані до ділового успіху. Важливою є тільки глибока особиста віра, що підтримує безперервну внутрішню боротьбу людини із собою та гріховним оточенням. І основна мета цієї боротьби полягає не в досягненні життєвого успіху, а прагненні до Бога та Царства Божого.

Ті, хто додержувався та додержується в своїй особистій моралі християнських заповідей, буде свою діяльність на загальних принципах:

– співвідносити природну схильність до прагнення матеріальних благ із моральними основами;

– у бізнесі додержуватися справедливості, тобто мати розвинену правосвідомість;

– у взаєминах із акціонерами, співробітниками, конкурентами, інвесторами та ін. намагатися діяти за Господніми заповідями так, щоб своєю діяльністю прославляти Його ім'я.

Література

1. Беляєв О. О. Політична економія : навч. посіб. / О. О. Беляєв. – К. : КНЕУ, 2001. – 328 с.
2. Біблія. Книги священного писання Старого та Нового Завіту. – К. : Вид-во «Преса України», 2009. – 1416 с.
3. Виговська В. В. Малий бізнес України : сучасний стан і тенденції розвитку / В. В. Виговська // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 11. – С. 141–144.
4. Гідулян А. М. Підходи до визначення суб'єктів малого і середнього бізнесу / А. М. Гідулян // Вісн. НБУ. – 2011. – № 7. – С. 15–17.
5. Нусінова О. В. Оцінка вартості бізнесу промислових підприємств за методом експертної вартості / О. В. Нусінова // Бізнесінформ. – 2011. – № 3. – С. 35–36.
6. Павленко Н. В. Проблеми розвитку великого бізнесу в економіці України / Н. В. Павленко // Бізнесінформ. – 2011. – № 9. – С. 18–19.
7. Полівчак В. С. Комерційний бізнес : поняття, структура та форми / В. С. Полівчак // Наук. вісн. – 2006. – № 16. – С. 7–9.
8. Прядченко О. С. Забезпечення ефективності інноваційної діяльності малого бізнесу / О. С. Прядченко // Економіка, менеджмент, бізнес. – 2011. – № 1–2. – С. 23–26.
9. Симфонія Синодального перево́да Библии [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bible.in.ua/underl/RSV/S/index.htm>
10. Таранюк Л. М. Організаційні засади проведення реінжинірингу бізнес-процесів підприємств / Л. М. Таранюк, О. М. Запорожченко // Механізм регулювання економіки. – 2011. – № 4. – С. 122–131.
11. Черничко Т. В. Місце та значення малого бізнесу в розвитку національної економіки / Т. В. Черничко, В. В. Яворський // Наук. вісн. НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.4. – С. 54–56.

УДК 65.011:241

Тоцька О. Л.,

к. е. н., доцент кафедри менеджменту
Східноєвропейського національного
університету імені Лесі Українки

СОЦІОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ХРИСТИЯНСЬКИХ ЗАСАД В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Постановка наукової проблеми. Згідно Господарського кодексу України підприємництво здійснюється на основі таких принципів:

- 1) вільного вибору підприємцем видів підприємницької діяльності;
- 2) самостійного формування підприємцем програми діяльності, вибору постачальників і споживачів продукції, що виробляється, залучення матеріально-технічних, фінансових та інших видів ресурсів, використання яких не обмежено законом, встановлення цін на продукцію та послуги відповідно до закону;
- 3) вільного найму підприємцем працівників;
- 4) комерційного розрахунку та власного комерційного ризику;
- 5) вільного розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших платежів, передбачених законом;
- б) самостійного здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності, використання підприємцем належної йому частки валютної виручки на свій розсуд [1].

Водночас основна книга християн – Біблія – дає низку життєвих рекомендацій, які можуть бути використані й підприємцями у своїй професійній діяльності. У [2] нами на основі детального аналізу її текстів було визначено біблійні засади підприємництва. Але цікаво буде дослідити, чи відповідає та якою мірою сучасний менеджмент підприємництва християнському вченню.

Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми. В Україні за останні роки проведено низку соціологічних досліджень різних аспектів підприємницької діяльності. Зокрема, Л. В. Беззубко та Б. І. Беззубко в [3] проаналізували результати соціологічного дослідження міжсекторної взаємодії підприємців, органів влади і місцевого самоврядування, громадських організацій у м. Макіївка Донецької області. Цільову групу дослідження склали представники

малого підприємництва міста. В опитуванні взяли участь 80 підприємців.

Н. В. Коваліско та Х. М. Береська в [4] описали результати дослідження «Професійна самореалізація у підприємстві очима жінок-підприємців: умови та особливості діяльності». В опитуванні, яке проходило в березні-квітні 2011 р. у Львові та Самборі, взяли участь жінки, які займаються малим підприємництвом.

О. В. Коловоротна в [5] проаналізувала громадську думку підприємців малого та середнього бізнесу щодо ефективності надання адміністративних послуг органами державної податкової служби. Об'єктом дослідження виступили 728 платників податків з Києва та Київської області. У [6] О. В. Коловоротна провела діагностику взаємовідносин податкової служби та підприємців малого й середнього бізнесу, визначила основні якості працівників податкових служб, які безпосередньо впливають на процес взаємовідносин між податківцями та підприємцями. Об'єктом опитування виступили підприємці – платники податків.

Л. М. Кондратик у [7] розглянула шляхи подолання низки методологічних, теоретичних і методичних прогалин соціології моралі в контексті застосування напрацювань цієї соціологічної субдисципліни для дослідження нормативних аспектів економічних взаємодій населення України.

О. В. Мазурик у [8] проаналізував результати соціологічного опитування «Вивчення стану та перспектив розвитку малого бізнесу в м. Донецьку», проведеного в листопаді-грудні 2008 р. Методом анкетного опитування було опитано 296 підприємців.

Ю. В. Максимець у [9] провів дослідження, спрямоване на те, щоб вивести типову характеристику підприємців, вивчити характерні ознаки підприємців сьогодення.

І. В. Пиголенко в [10] розглянув соціологічний напрям осмислення податкових відносин у сучасному суспільстві на основі результатів соціологічного опитування, проведеного Науково-дослідним центром із проблем оподаткування Національного університету Державної податкової служби України в Черкаській області в 2008 р. з метою вивчення думки платників податків щодо оцінки основних аспектів діяльності органів ДПС України та їх поглядів щодо вдосконалення системи взаємодії працівників податкових органів і платників податків. Вибіркова сукупність складала 1270 осіб.

Але комплексного соціологічного дослідження використання підприємцями моральних засад професійної діяльності проведено не було. Тому **метою** дослідження є аналіз результатів соціологічного опитування «Менеджмент підприємництва на засадах християнської моралі». Для її реалізації потрібно розв'язати такі **завдання**:

- 1) дослідити відносини респондентів із кредиторами, інвесторами й орендодавцями;
- 2) визначити їхнє ставлення до постачальників;
- 3) вивчити відносини опитуваних із клієнтами;
- 4) охарактеризувати їхнє ставлення до конкурентів;
- 5) дослідити відносини респондентів із державою;
- 6) визначити їхнє ставлення до найманих працівників;
- 7) вивчити особисте відношення опитуваних до бізнесу;
- 8) охарактеризувати респондентів.

Виклад основного матеріалу. В організованому нами анкетному опитуванні, яке проводили студенти-соціологи та менеджери СНУ ім. Лесі Українки в листопаді-грудні 2012 р., взяли участь 84 особи – власники та директори (керівники) підприємств, а також фізичні особи-підприємці, які мають найманих працівників. Опитування проводилося в п'яти областях України (детальніше див. табл. 6).

Таблиця 6

Розподіл респондентів за місцем проведення опитування

Область	Район	Населений пункт	Кількість опитаних	Разом	% від загальної кількості
Волинська		м. Луцьк	30	60	71,44
		м. Ковель	6		
	Горохівський	м. Горохів	2		
		смт Мар'янівка	1		
		смт Сенкевичівка	1		
		с. Шкльинь	1		
		Луцький	с. Струмівка		
	Любомльський	м. Любомль	5		
	Ратнівський	смт Ратне	2		
		с. Межисить	1		
Рожищенський	м. Рожище	5			
Старовижівський	смт Стара Вижівка	5			
Житомирська	Баранівський	м. Баранівка	5	5	5,95
Львівська		м. Львів	2	7	8,33
	Сокальський	м. Сокаль	5		
Рівненська		м. Рівне	5	7	8,33
	Костопільський	м. Костопіль	1		
	Млинівський	смт Млинів	1		
Тернопільська	Бучацький	м. Бучач	5	5	5,95

Анкета для проведення соціологічного дослідження складалася з 50 питань, згрупованих у вісім блоків:

1. Відносини з кредиторами, інвесторами, орендодавцями (дванадцять запитань).

2. Відносини з постачальниками (три запитання).

3. Відносини з клієнтами (шість запитань).

4. Відносини з конкурентами (п'ять запитань).

5. Відносини з державою (шість запитань).

6. Відносини з найманими працівниками (шість запитань).

7. Особисте ставлення до бізнесу (вісім запитань).

8. Відомості про респондента (чотири запитання).

На запитання блоку 1 «Відносини з кредиторами, інвесторами, орендодавцями» респонденти відповіли таким чином (див. табл. 7).

Таблиця 7

Розподіл респондентів за відповідями на запитання блоку 1

Запитання та відповіді на них	Кількість відповідей	% від загальної кількості
1	2	3
<i>1. Чи брали Ви кредит у банку (кредитній спілці, іншій організації чи приватної особи) на ведення бізнесу?</i>		
а) так	38	45,24
б) ні	46	54,76
<i>2. Чи завжди Ви вчасно та в повному обсязі сплачували тіло кредиту і відсотки за користування ним?</i>		
а) так	25 з 38	65,79
б) ні	12 з 38	31,58
не відповіли	1 з 38	2,63
<i>3. Яка в середньому була затримка при сплаті тіла кредиту та відсотків за користування ним?</i>		
а) декілька днів	6 з 12	50,00
б) декілька тижнів	4 з 12	33,34
в) декілька місяців	1 з 12	8,33
г) більше року	1 з 12	8,33
<i>4. Від кого залежали причини, за якими Ви несвоєчасно, або не в повному обсязі сплачували тіло кредиту та відсотки за користування ним?</i>		
а) від мене (суб'єктивна причина)	1 з 12	8,33
б) від обставин (об'єктивна причина)	11 з 12	91,67
<i>5. Чи використовували Ви кошти, отримані в кредит, не за цільовим призначенням?</i>		
а) так	9 з 38	23,68
б) ні	19 з 38	50,00
в) відмовляюся відповідати на запитання	10 з 38	26,32
<i>6. Чи залучали Ви кошти інвесторів (фізичних або юридичних осіб) для ведення бізнесу?</i>		
а) так	31	36,90
б) ні	53	63,10

Закінчення таблиці 7

1	2	3
7. Чи використовували Ви кошти інвесторів не за цільовим призначенням?		
а) так	6 з 31	19,36
б) ні	21 з 31	67,74
в) відмовляюся відповідати на запитання	4 з 31	12,90
8. Чи брали Ви в оренду землю, приміщення, обладнання тощо?		
а) так	50	59,52
б) ні	34	40,48
9. Чи завжди Ви вчасно та в повному обсязі вносили орендну плату?		
а) так	35 з 50	70,00
б) ні	15 з 50	30,00
10. Яка в середньому була затримка при внесенні орендної плати?		
а) декілька днів	10 з 15	66,67
б) декілька тижнів	5 з 15	33,33
в) декілька місяців	0 з 15	0,00
г) більше року	0 з 15	0,00
11. Чи допускали Ви під час користування орендованим майном його псування?		
а) так	5 з 50	10,00
б) ні	45 з 50	90,00
12. Чи відшкодовували Ви завдані збитки власникам орендованого майна?		
а) так	4 з 5	80,00
б) ні	1 з 5	20,00

На нашу думку, християнськими засадами відносин із кредитором, інвестором, орендодавцем є:

1) використовувати позичені (інвестовані) кошти за цільовим призначенням: «Покликавши десятьох рабів своїх, дав їм десять мин і сказав їм: пустіть їх у діло, поки я повернусь» (Лк. 19, 13);

2) дбати за орендоване майно, як за власне: «І якщо в чужому не були вірні, ваше хто вам дасть?» (Лк. 16, 12).

Дослідимо, як сучасні підприємці відносяться до чужих коштів і майна. Як бачимо, трохи менше половини опитаних (45,24 %) скористалися кредитом, тобто будували свій бізнес із залученням чужих коштів. Серед позичальників близько третини (31,58 %) не завжди вчасно та в повному обсязі сплачували тіло кредиту і відсотки за користування ним. Хоча в більшості випадків такі затримки тривали від декількох днів (50,00 %) до декількох тижнів (33,34 %). Слід зазначити, що в переважній більшості випадків (91,67 %) причини, за якими це відбувалося, залежали від обставин, тобто були об'єктивними. Водночас кожен другий позичальник або підтвердив нецільове використання кредитних коштів (23,68 %), або відмовився відповідати на це запитання (26,32 %), ймовірно приховуючи, що такий факт мав місце.

Трохи більше третини опитаних (36,90 %) залучали для ведення бізнесу кошти інвесторів. Слід зазначити, що 16 респондентів (19,05 %) використовували одночасно кредити й інвестиції. Майже кожен третій або допустив нецільове використання залучених інвестованих коштів (19,36 %), або відмовився відповідати на це запитання (12,90 %), ймовірно приховуючи, що такий факт мав місце.

Більше половини опитаних (59,52 %) брали в оренду землю, приміщення, обладнання, тобто чуже майно. Майже третина з них (30,00 %) не завжди вчасно та в повному обсязі вносила орендну плату. Хоча в усіх випадках такі затримки тривали від декількох днів (66,67 %) до декількох тижнів (33,33 %). Під час користування орендованим майном його псування допустив кожен десятий (10,00 %), але більшість з них (80,00 %) відшкодувала завдані збитки власникам.

На запитання блоку 2 «Відносини з постачальниками» респонденти відповіли таким чином (див. табл. 8).

Таблиця 8

Розподіл респондентів за відповідями на запитання блоку 2

Запитання та відповіді на них	Кількість відповідей	% від загальної кількості
<i>13. Чи завжди Ви вчасно та в повному обсязі розраховувались із постачальниками?</i>		
а) так	67	79,76
б) ні	17	20,24
<i>14. Яка в середньому була затримка при розрахунку із постачальниками?</i>		
а) декілька днів	8 з 17	47,06
б) декілька тижнів	9 з 17	52,94
в) декілька місяців	0 з 17	0,00
г) більше року	0 з 17	0,00
<i>15. Від кого залежали причини, за якими Ви несвоєчасно, або не в повному обсязі розраховувались із постачальниками?</i>		
а) від мене (суб'єктивна причина)	4 з 17	23,53
б) від обставин (об'єктивна причина)	13 з 17	76,47

На нашу думку, біблійними засадами відносин із постачальниками є:

1) не укладати сумнівні угоди: «Не обманюйтесь: лихі товариства псують добрі звичаї» (1 Кор. 15, 33);

2) дотримуватися домовленостей: «Нехай буде слово ваше: так – так; ні – ні, а що зверх цього, те від лукавого» (Мф. 5, 37);

3) не обманювати: «Тому, відкинувши неправду, говоріть правду кожний ближньому своєму, бо ми члени один одному» (Еф. 4, 25).

Визначимо ставлення сучасних підприємців до постачальників. Як бачимо, приблизно кожен п'ятий (20,24 %) не завжди вчасно та в повному обсязі розраховувався із постачальниками. Хоча в усіх випадках такі затримки тривали від декількох днів (47,06 %) до декількох тижнів (52,94 %). Слід зазначити, що в більшості випадків (76,47 %) причини, за якими це відбувалося, залежали від обставин, тобто були об'єктивними.

На запитання блоку 3 «Відносини з клієнтами» респонденти відповіли таким чином (див. табл. 9).

Таблиця 9

Розподіл респондентів за відповідями на запитання блоку 3

Запитання та відповіді на них	Кількість відповідей	% від загальної кількості
<i>16. Чи виробляли (збували) Ви неякісну продукцію, або продукцію, яка шкодить здоров'ю людей і довкіллю (цигарки тощо)?</i>		
а) так	15	17,86
б) ні	60	71,43
в) відмовляюся відповідати на запитання	9	10,71
<i>17. Чи завжди покупці Вашої продукції отримували ту її кількість (обсяг), за яку вони заплатили?</i>		
а) так	70	83,33
б) ні	4	4,76
в) відмовляюся відповідати на запитання	8	9,52
не відповіли	2	2,39
<i>18. Чи завжди Ви вчасно виконували замовлення (виготовлення та доставку) продукції?</i>		
а) так	70	83,33
б) ні	14	16,67
<i>19. Яка в середньому була затримка при виконанні замовлення?</i>		
а) менше години	3 з 14	21,43
б) година і більше	2 з 14	14,28
в) декілька днів	6 з 14	42,86
г) декілька тижнів	3 з 14	21,43
д) декілька місяців	0 з 14	0,00
е) більше року	0 з 14	0,00
<i>20. Чи допускали Ви неточність у розрахунку з клієнтами?</i>		
а) так	15	17,86
б) ні	60	71,43
в) відмовляюся відповідати на запитання	7	8,33
не відповіли	2	2,38
<i>21. Чи до всіх клієнтів Ви ставились однаково ввічливо, не зважаючи на особу?</i>		
а) так	66	78,58
б) ні	10	11,90
в) відмовляюся відповідати на запитання	8	9,52

На нашу думку, християнськими засадами відносин із клієнтами є:

1) не займатися виробництвом і збутом неякісної чи шкідливої продукції: «Бо весь закон в одному слові міститься: “Люби ближнього твого, як самого себе”» (Гал. 5, 14);

2) кількість (обсяг) проданої продукції повинна відповідати кількості (обсягу) купленої: «Невірні терези – мерзота перед Господом, але правильна вага угодна Йому» (Притч. 11, 1);

3) вчасно виконувати замовлення (виготовлення та доставку) продукції: «Отже, все, чого бажаєте, щоб вам робили люди, так і ви робіть їм, – бо в цьому є Закон і Пророки» (Мф. 7, 12);

4) не обраховувати: «І сказав їм: дотримуйтесь того, що чуєте: якою мірою міряєте, такою відмірено буде вам, тим, що слухають» (Мк. 4, 24);

5) до всіх клієнтів ставитись однаково ввічливо, не зважаючи на особу: «А коли робите, дивлячись на особу, то гріх чините ...» (Як. 2, 9).

Вивчимо відносини сучасних підприємців із клієнтами. Як бачимо, приблизно кожен четвертий або виробляв (збував) неякісну чи шкідливу продукцію (17,86 %), або відмовився відповідати на це запитання (10,71 %), ймовірно приховуючи, що такий факт мав місце. Приблизно кожен десятий або не завжди надавав покупцям продукцію в такій кількості (обсязі), за яку вони заплатили (4,76 %), або відмовився відповідати на це запитання (9,52 %), також ймовірно приховуючи, що такий факт мав місце. Майже кожен п'ятий (16,67 %) не завжди вчасно виконував замовлення продукції. Хоча в усіх випадках такі затримки тривали менше години (21,43 %), годину і більше (14,28 %), декілька днів (42,86 %) чи декілька тижнів (21,43 %). Приблизно кожен четвертий або допускав неточність у розрахунку з клієнтами (17,86 %), або відмовився відповідати на це запитання (8,33 %), ймовірно приховуючи, що такий факт мав місце. І приблизно кожен п'ятий або не до всіх клієнтів ставився однаково ввічливо (11,90 %), або відмовився відповідати на це запитання (9,52 %), також ймовірно приховуючи, що такий факт мав місце.

На запитання блоку 4 «Відносини з конкурентами» респонденти відповіли таким чином (див. табл. 10).

На нашу думку, біблійними засадами відносин із конкурентами є не бажати заволодіти бізнесом інших підприємців, включаючи клієнтів та майно: «Коли око твоє спокушає тебе, вирви його і кинь від себе: краще тобі з одним оком у життя увійти, аніж з двома очима бути вкинутим у геєну вогненну» (Мф. 18, 9).

Таблиця 10

Розподіл респондентів за відповідями на запитання блоку 4

Запитання та відповіді на них	Кількість відповідей	% від загальної кількості
<i>22. Чи використовували Ви нечесні методи для заволодіння бізнесом конкурентів?</i>		
а) так	11	13,09
б) ні	59	70,24
в) відмовляюся відповідати на запитання	14	16,67
<i>23. Чи наносили Ви шкоду репутації конкурентів?</i>		
а) так	14	16,67
б) ні	60	71,43
в) відмовляюся відповідати на запитання	10	11,90
<i>24. Чи наносили Ви шкоду майну конкурентів?</i>		
а) так	0	0,00
б) ні	77	91,67
в) відмовляюся відповідати на запитання	7	8,33
<i>25. Чи переманювали Ви клієнтів від конкурентів до себе?</i>		
а) так	40	47,62
б) ні	32	38,10
в) відмовляюся відповідати на запитання	12	14,28
<i>26. Чи переманювали Ви працівників від конкурентів до себе?</i>		
а) так	15	17,86
б) ні	60	71,43
в) відмовляюся відповідати на запитання	9	10,71

Охарактеризуємо ставлення сучасних підприємців до конкурентів. Як бачимо, майже кожен третій або використовував нечесні методи для заволодіння бізнесом конкурентів (13,09 %), або відмовився відповідати на це запитання (16,67 %), ймовірно приховуючи, що такий факт мав місце. Майже кожен четвертий або наносив шкоду репутації конкурентів (16,67 %), або відмовився відповідати на це запитання (11,90 %), також ймовірно приховуючи, що такий факт мав місце. Майже кожен десятий (8,33 %) відмовився відповідати на запитання про те, чи наносив він шкоду майну конкурентів. Близько двох третіх респондентів або переманювали клієнтів від конкурентів до себе (47,62 %), або відмовилися відповідати на це запитання (14,28 %), ймовірно приховуючи, що такий факт мав місце. Приблизно кожен четвертий або переманював працівників від конкурентів до себе (17,86 %), або відмовився відповідати на це запитання (10,71 %), також ймовірно приховуючи, що такий факт мав місце.

На запитання блоку 5 «Відносини з державою» респонденти відповіли таким чином (див. табл. 11).

Розподіл респондентів за відповідями на запитання блоку 5

Запитання та відповіді на них	Кількість відповідей	% від загальної кількості
27. Чи завжди Ви своєчасно сплачували податки, збори та мита?		
а) так	73	86,90
б) ні	11	13,10
28. Яка в середньому була затримка при сплаті податки, зборів і мита?		
а) декілька днів	7 з 11	63,64
б) декілька тижнів	2 з 11	18,18
в) декілька місяців	1 з 11	9,09
г) більше року	1 з 11	9,09
29. Чи завжди Ви сплачували податки, збори та мита в повному обсязі?		
а) так	69	82,14
б) ні	11	13,10
в) відмовляюся відповідати на запитання	4	4,76
30. Чи сплачували б Ви податки, збори та мита в повному обсязі, якщо б знизились їхні ставки?		
а) так	14 з 15	93,33
б) ні	0 з 15	0,00
не відповіли	1 з 15	6,67
31. Вкажіть відсоткову ставку податку на прибуток або єдиного податку, за якої Ви б не приховували доходи від держави.		
а) податок на прибуток: _____ %		
б) єдиний податок: _____ %		
32. Чи готові Ви збільшувати відрахування в бюджет при збільшенні Ваших прибутків?		
а) так	38	45,24
б) ні	26	30,95
в) відмовляюся відповідати на запитання	18	21,43
не відповіли	2	2,38

На нашу думку, християнськими засадами відносин із державою є своєчасно та в повному обсязі сплачувати податки, збори, мита: «Отже, віддавайте всім належне: кому податок – податок; кому данину – данину; кому страх – страх; кому честь – честь» (Рим. 13, 7).

Дослідимо відносини сучасних підприємців із державою. Як бачимо, більша частина опитаних (86,90 %) своєчасно сплачувала податки, збори та мита. Несумлінні платники переважно допускали затримки від декількох днів (63,64 %) до декількох тижнів (18,18 %). Майже кожен п'ятий або сплачував податки, збори та мита не в повному обсязі (13,10 %), або відмовився відповідати на це запитання (4,76 %), ймовірно приховуючи, що такий факт мав місце. Водночас переважна більшість платників (93,33 %) сплачувала б їх у повному обсязі, якщо б знизились ставки. Респонденти вказували такі відсоткові ставки, за яких вони б не приховували доходи від держави:

податку на прибуток – 1, 2, 3, 5, 5, 5, 7, 8, 10, єдиного податку – 5, 5, 9, 35. Приблизно половина опитаних або не готові збільшувати відрахування в бюджет при збільшенні своїх прибутків (30,95 %), або відмовилися відповідати на це запитання (21,43 %).

На запитання блоку 6 «Відносини з найманими працівниками» респонденти відповіли таким чином (див. табл. 12).

Таблиця 12

Розподіл респондентів за відповідями на запитання блоку 6

Запитання та відповіді на них	Кількість відповідей	% від загальної кількості
<i>33. Чи завжди Ви своєчасно виплачували заробітну плату найманим працівникам?</i>		
а) так	63	75,00
б) ні	21	25,00
<i>34. Яка в середньому була затримка при виплаті заробітної плати найманим працівникам?</i>		
а) декілька днів	13 з 21	61,90
б) декілька тижнів	8 з 21	38,10
в) декілька місяців	0 з 21	0,00
г) більше року	0 з 21	0,00
<i>35. Чи завжди Ви виплачували заробітну плату найманим працівникам у повному обсязі?</i>		
а) так	72	85,71
б) ні	11	13,10
не відповіли	1	1,19
<i>36. Від кого залежали причини, за якими Ви несвоєчасно, або не в повному обсязі виплачували заробітну плату найманим працівникам?</i>		
а) від мене (суб'єктивна причина)	2 з 23	8,70
б) від працівників (об'єктивна причина)	5 з 23	21,74
в) від обставин (об'єктивна причина)	13 з 23	56,52
не відповіли	3 з 23	13,04
<i>37. Чи використовували Ви заохочення за хорошу роботу найманих працівників (премії, надбавки, подарунки тощо)?</i>		
а) так	72	85,71
б) ні	12	14,29
<i>38. Чи використовували Ви стягнення за погану роботу найманих працівників (штрафи, вирахування із з/п тощо)?</i>		
а) так	57	67,86
б) ні	27	32,14

На нашу думку, біблійними засадами відносин із найманими працівниками є належно та своєчасно виплачувати їм заробітну плату: «... бо той, хто трудиться, достойний нагороди своєї» (Мф. 10, 10).

Визначимо ставлення сучасних підприємців до найманих працівників. Як бачимо, четверта частина опитаних (25,00 %) не завжди своєчасно виплачували заробітну плату найманим працівникам. Хоча в усіх випадках такі затримки тривали від

декількох днів (61,90 %) до декількох тижнів (38,10 %). Приблизно кожен десятий (13,10 %) не завжди виплачував заробітну плату найманим працівникам у повному обсязі. Слід зазначити, що в більшості випадків причини, за якими це відбувалося, або залежали від працівників (21,74 %), або обставин (56,52 %), тобто були об'єктивними. Переважна більшість опитаних використовувала заохочення за хорошу роботу (85,71 %) та стягнення за погану роботу (67,86 %) найманих працівників.

На запитання блоку 7 «Особисте ставлення до бізнесу» респонденти відповіли таким чином (див. табл. 13).

Таблиця 13

Розподіл респондентів за відповідями на запитання блоку 7

Запитання та відповіді на них	Кількість відповідей	% від загальної кількості
1	2	3
<i>39. Чи витрачаєте Ви частину свого прибутку на доброчинність?</i>		
а) так	38	45,24
б) ні	46	54,76
<i>40. Чи надаєте Ви розголосу своїй доброчинності (через ЗМІ або особисто)?</i>		
а) так	3 з 38	7,89
б) ні	35 з 38	92,11
<i>41. Яку частину свого прибутку Ви витрачаєте на доброчинність?</i>		
а) менше 5 %	25 з 38	65,79
б) 5–10 %	11 з 38	28,95
в) 11–25 %	2 з 38	5,26
г) 26–49 %	0 з 38	0,00
д) 50 і більше %	0 з 38	0,00
<i>42. Яку частину свого прибутку Ви витрачаєте на свою сім'ю (родину)?</i>		
а) менше 5 %	5	5,95
б) 5–10 %	13	15,48
в) 11–25 %	19	22,62
г) 26–49 %	27	32,14
д) 50 і більше %	19	22,62
не відповіли	1	1,19
<i>43. Яку частину свого прибутку Ви вкладаєте в розвиток бізнесу?</i>		
а) менше 5 %	1	1,19
б) 5–10 %	8	9,52
в) 11–25 %	32	38,10
г) 26–49 %	29	34,52
д) 50 і більше %	14	16,67
<i>44. На кого найбільше Ви покладаетесь при виникненні труднощів у бізнесі?</i>		
а) на себе	46	54,76
б) на сім'ю, родину, друзів, знайомих	25	29,76
в) на Бога	9	10,71
г) інший варіант відповіді	1	1,19
2 відповіді	3	3,58

Закінчення таблиці 13

1	2	3
45. Чи є Ви християнином (християнкою)?		
а) так	78	92,86
б) ні	6	7,14
46. Чи будете Ви свій бізнес на християнських засадах (біблійних заповідях тощо)?		
а) так	39 з 78	50,00
б) ні	39 з 78	50,00

На нашу думку, християнськими засадами особистого ставлення підприємців до бізнесу є:

1) допомагати дітям та онукам: «Добрий залишає спадщину й онукам, а багатство грішника зберігається для праведного» (Притч. 13, 23);

2) частину прибутку витратити на доброчинність (не надаючи розголосу): «... щоб милостиня твоя була потаємною; і Отець твій, Який бачить таємне, воздасть тобі явно» (Мф. 6, 4);

3) не перетворювати погоню за грошима в мету свого життя: «А хто бажає збагачуватися, впадає у спокусу і в тенета і в багато які безрозсудні і шкідливі похоті, що приводять людей до бідування і загибелі; бо корінь усього лихого є сріблολюбство, віддавшись якому, деякі ухилилися від віри і самі себе віддали багатьом скорботам» (1 Тим. 6, 9–10);

4) не впадати у відчай при скрутному становищі бізнесу: «З великою радістю приймайте, браття мої, коли підпадаєте різним спокусам, знаючи, що випробування вашої віри дає терпіння; терпіння ж повинно мати досконалу дію, щоб ви були досконалі в усій повноті без усякого недоліку» (Як. 1, 2–4).

Вивчимо особисте ставлення сучасних підприємців до бізнесу. Як бачимо, майже половина опитаних (45,24 %) витрачає частину свого прибутку на доброчинність. Слід зазначити, що надають цьому розголосу тільки ті підприємці (7,89 %), які тратять на це від 5 до 25 % прибутку, тобто значні суми. Хоча в більшості випадків (65,79 %) благодійники витрачають на доброчинність менше 5 % прибутку. Водночас майже 80 % респондентів тратять більше 10 % прибутку на свою сім'ю (родину), а близько 90 % опитаних вкладає більше 10 % прибутку в розвиток бізнесу. Не зважаючи на те, що переважна більшість респондентів – християни (92,86 %), при виникненні труднощів у бізнесі покладається найбільше на Бога тільки приблизно кожен десятий (10,71 %), а буде свій бізнес на християнських засадах рівно половина (50,00 %) з них. Слід

зауважити, що деякі респонденти (3,58 %) зазначили дві відповіді, а саме: у важких обставинах покладаються як на Бога, так і на себе, або сім'ю, родину, друзів, знайомих. Один підприємець (1,19 %) у труднощах покладається найбільше на співвласника. Цікавим фактом виявилось те, що серед нехристиян жоден не витрачає частину свого прибутку на доброчинність.

У блоці 8 «Відомості про респондента» опитувані надали таку інформацію (див. табл. 14).

Таблиця 14

Розподіл респондентів за соціально-демографічними характеристиками блоку 8

Соціально-демографічна характеристика	Кількість відповідей	% від загальної кількості
<i>47. Ваша стать.</i>		
а) чоловіча	45	53,57
б) жіноча	39	46,43
<i>48. Ваш вік.</i>		
а) до 30 років	18	21,43
б) 31–40 років	31	36,90
в) 41–55 років	35	41,67
г) більше 55 років	0	0,00
<i>49. Ваш статус.</i>		
а) власник підприємства	24	28,57
б) директор (керівник) підприємства	15	17,86
в) фізична особа-підприємець	45	53,57
<i>50. Вкажіть кількість найманих працівників.</i>		
а) до 10 включно	42	50,00
б) 11–50	32	38,10
в) 51–155	9	10,71
не відповіли	1	1,19

Охарактеризуємо респондентів, що взяли участь в опитуванні. Як бачимо, кількість чоловіків (53,57 %) і жінок (46,43 %) відрізняється незначною мірою. Вік усіх респондентів становив до 55 років. Більшість опитаних – фізичні особи-підприємці (53,57 %), меншість – або власники (28,57 %), або директори (керівники) підприємств (17,86 %). Рівно половина підприємців (50,00 %) має до 10 найманих працівників включно, хоча були й такі, які управляють персоналом у кількості від 11 до 50 (38,10 %) чи від 51 до 155 (10,71 %) осіб.

У результаті проведеного дослідження можна зробити такі **висновки**. Хоча більшість опитаних підприємців є християнами (92,86 %), та вони не завжди будують свій бізнес на християнських засадах. У своїй діяльності ними допускалися такі негативні вчинки:

- 1) нецільове використання кредитних та інвестиційних коштів;
- 2) несвоєчасний і не в повній мірі розрахунок із кредиторами, орендодавцями, постачальниками, державою та найманими працівниками;
- 3) вироблення неякісної чи шкідливої продукції, невчасне виконання замовлення, обважування, обраховування, невічливе ставлення до клієнтів;
- 4) використання нечесних методів для заволодіння бізнесом конкурентів, нанесення шкоди їхній репутації та, можливо, майну, переманювання клієнтів і працівників від конкурентів до себе.

Водночас позитивним є те, що в більшості випадків підприємці у відносинах з іншими суб'єктами підприємницької діяльності не порушували норми християнської моралі, а також:

- 1) використовували заохочення за хорошу роботу найманих працівників (премії, надбавки, подарунки тощо);
- 2) витрачали частину (іноді досить значну) свого прибутку на добротність.

На нашу думку, християнські засади підприємництва повинні пропагуватися через засоби масової інформації, підтримуватися та заохочуватися на державному рівні. Адже, якщо всі підприємці та їх представники інших професій будуватимуть своє професійне й особисте життя на засадах добра, любові, братерства, чесності та порядності, то в нашій державі запанує мир, спокій і благодать Божа, що знайде свій вияв також і в матеріальному покращенні життя громадян України.

Література

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page2>
2. Тоцька О. Л. Біблійні засади підприємництва / О. Л. Тоцька // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. : Екон. – 2009. – Вип. 42. – С. 254–261.
3. Беззубко Л. В. Взаємодія підприємців, органів влади та громадських організацій / Л. В. Беззубко, Б. І. Беззубко // Екон. вісн. Нац. тех. ун-ту України «Київський політехнічний інститут». – 2009. – № 6. – С. 66–69.
4. Коваліско Н. В. Підприємницька поведінка жінок у регіональному вимірі / Н. В. Коваліско, Х. М. Береська // Соціальні технології : актуальні проблеми теорії та практики. – 2012. – № 53. – С. 243–252.
5. Коловоротна О. В. Аналіз громадської думки підприємців малого та середнього бізнесу щодо ефективності діяльності податкових органів у сфері надання адміністративних послуг / О. В. Коловоротна // Соціальні

- технології : актуальні проблеми теорії та практики. – 2011. – № 52. – С. 53–60.
6. Коловоротна О. В. Діагностика взаємовідносин податкових органів та підприємців малого і середнього бізнесу / О. В. Коловоротна // Соціальні технології : актуальні проблеми теорії та практики. – 2012. – № 54. – С. 82–90.
7. Кондратик Л. М. Методологічні, теоретичні і методичні лакуни соціології моралі та емпіричне дослідження нормативних аспектів економічних взаємодій / Л. М. Кондратик // Вісн. Львів. ун-ту. Сер. : Соціол. – 2008. – Вип. 2. – С. 278–289.
8. Мазурик О. В. Економічна ефективність від впровадження соціального аудиту / О. В. Мазурик // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Сер. : Соціологічні дослідження сучасного суспільства : методологія, теорія, методи. – 2009. – № 844. – С. 159–162.
9. Максимець Ю. В. Типи підприємців у вимірі поведінкової активності в сучасних умовах економічного розвитку / Ю. В. Максимець // Наук. вісн. НЛТУ України. – 2012. – Вип. 22.1. – С. 262–266.
10. Пиголенко І. В. Соціологічна складова дослідження проблеми ухилення від сплати податків / І. В. Пиголенко // Український соціум. – 2010. – № 1. – С. 64–72.
11. Біблія. Книги священного писання Старого та Нового Завіту. – К. : Вид-во «Преса України», 2009. – 1416 с.

ВИСНОВКИ

У монографії розв'язано наукове завдання щодо визначення засад християнської моралі, на яких повинен здійснюватися менеджмент підприємництва. Основні результати дослідження дають підставу зробити такі висновки:

1. Відносини підприємців із кредиторами, інвесторами й орендодавцями повинні будуватися на принципах дотримання домовленостей, вірності, чесності.

2. Християнськими засадами відносин із постачальниками є: не укладати сумнівні контракти; дотримуватися умов договорів; не обманювати.

3. У відносинах із клієнтами потрібно дотримуватися таких принципів: не займатися виробництвом і збутом неякісної чи шкідливої продукції; не обманювати; вчасно виконувати замовлення; мати повагу до клієнтів, бути з ними толерантними та ввічливими.

4. Відносини з конкурентами мають бути братерськими.

5. Засадами відносин підприємців із державою є: чесність, справедливість, взаємоповага, совісність; дотримання як Божих, так і суспільних законів; дотримання обіцянок і виконання покладених зобов'язань; відповідальність за скоєні злочини; сплата встановленої частини прибутку державі; знищення жадібності, грошолобства, зажерливості, корупції, брехні та інших суспільних пороків; любов до Бога та свого ближнього.

6. У відносинах із найманими працівниками повинно відбуватися: справедливе та чесне ставлення до підлеглих; дотримання моральних та етичних відносин із працівниками; своєчасна та повна виплата заробітної плати; мотивація сумлінної праці за рахунок морального та матеріального стимулювання.

7. Особисте ставлення підприємців до бізнесу має базуватися на таких засадах: співвідносити природну схильність до прагнення матеріальних благ із моральними основами поведінки; у бізнесі додержуватися справедливості, тобто мати розвинену правосвідомість; намагатися діяти за Господніми заповідями.

8. Соціологічне дослідження показує, що в більшості випадків підприємці у відносинах з іншими суб'єктами підприємницької діяльності не порушували норми християнської моралі. Вони також використовували заохочення за хорошу роботу найманих працівників, витрачали частину свого прибутку на доброчинність.

Наукове видання

**МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМНИЦТВА
НА ЗАСАДАХ ХРИСТИЯНСЬКОЇ МОРАЛІ**

Колективна монографія

Науковий та літературний редактор: *О. Л. Тоцька*

Верстання *О. Л. Тоцької*

Формат 60×84¹/₁₆. Обсяг 4,18 ум. друк. арк., 4,09 обл.-вид. арк.
Наклад 300 пр. Зам. 240. Редакція, видавець та виготовлювач – Вежа-Друк
(м. Луцьк, вул. Бойка, 1, тел. 29-90-65).
Свідоцтво Держ. комітету телебачення та радіомовлення України
ДК № 4039 від 08.04.2011 р.