

Петер Х. Верхан

ПІДПРИЄМЕЦЬ

**Його економічна функція та
суспільно-політична відповідальність.**

Ordo socialis

Original (published in German):

Peter H. Werhahn

**DER UNTERNEHMER. SEINE ÖKONOMISCHE FUNKTION UND
GESELLSCHAFTSPOLITISCHE VERANTWORTUNG**

Editor: ORDO SOCIALIS

Publishing Company: Paulinus-Verlag, Trier, 1990

ISBN 3-7902-5200-X

Translation and digitalization sponsored and organized by:

ORDO SOCIALIS

Academic Association for the Promotion of Christian Social Teaching

Wissenschaftliche Vereinigung zur Förderung der Christlichen Gesellschaftslehre e.V.

The members of the board are published in the impressum of www.ordosocialis.de

Head Office: Georgstr. 18 • 50676 Köln (Cologne) • Germany

Tel: 0049 (0)221-27237-0 • Fax: 0049 (0)221-27237-27 • E-mail: gf@ordosocialis.de

Ukrainian edition:

Translation: M.I. Klimenko

Editorial Supervision of the print version: V.S.Kovalskyy

Technical Director: O. F. Solovjov

Layout and Typesetting of the print version: T.M.Vinogradova and L.S.Sisoeva

Printed: Kiew „JURINKOM “, 1994 (Київ „ЮРИНКОВ”, 1994)

© ORDO SOCIALIS, Cologne, Germany, in cooperation with Kiew „JURINKOM “

ISBN 5-7707-7265-4

Digitalized by Tomashpolskyy Dmytro 2008

**The rights of publication and translation are reserved and can be granted upon request.
Please contact ORDO SOCIALIS.**

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	5
I. Управління господарським процесом: планова економіка і ринкове господарство	7
II. Історичний розвиток розуміння підприємництва	8
Античність — Християнське середньовіччя — Католицька економічна етика в XIII сторіччі. Заборона процента — Соціально-психологічні корені ворожого ставлення до підприємництва — Позиція лібералів — Перше обґрунтування ролі підприємця: Шумпетер — Карл Маркс.	
III. Історія ринкового господарства	11
Адам Сміт і Девід Рікардо — Хиби механізму конкуренції — Промислова революція XIX сторіччя — Сили протидії: марксизм і християнсько-соціальний рух — Економіка як автомат — Оновлення ліберальної теорії в працях Ойкена і Бема — Теорія і практика соціальної ринкової економіки.	
IV. Місце підприємця в ринковій економіці.....	15
Чим займається підприємець? — Творча основа в діяльності підприємця: значні і малі нововведення — Рентабельність самостійного підприємства як основна передумова — Закладена в прибуток функція загального добра — Прибуток і заздрість — Прибуток як мотивація до дії — Невиправдано високі прибутки — Максимізація прибутку і матеріальна мета економіки — Сучасна професійна концепція підприємця — Уповноважені підприємці: менеджери — соціально-політична компетенція держави — координація дій індивідуумів як нова функція підприємця.	
V. Місце підприємця в католицькому соціальному вченні.....	20
Соціальне значення — це не економічна теорія — Розгляд соціально-політичних питань — найважливіші принципи соціального устрою — Етична компетенція церкви — Ставлення до підприємця в системі католицького соціального вчення — Перехід від проблематики розподілення до проблематики економічного зростання — Біблейські свідчення концепції економічного зростання — Вимоги загальної суб'єктивізації — Тенденція до серйозного сприйняття економічних законів.	
VI. "Образ" підприємця: на відстані, впритул і автопортрет.....	24
Відмінності в "образах" — Особлива проблема — велике підприємство — Покращення "образу" підприємця внаслідок зростання добробуту — Результати опитування 1983 року в ФРН— Вплив виробничих послуг соціального характеру. — "Образ" на відстані в США — Роль інтелектуалів — Висновки для підприємців.	
VII. Сучасний підприємець: теорія і практика підприємницької діяльності.....	27
1. <i>Тиск конкурента.....</i>	27
2. <i>Спокуса дирижизму.....</i>	28
3. <i>Тіньова економіка.....</i>	29
4. <i>Проблема навколишнього середовища.....</i>	30
5. <i>Керівництво персоналом.....</i>	31
6. <i>Культура підприємництва.....</i>	33

7. <i>Корпоративна етика</i>	33
8. <i>Успішно діючі американські компанії</i>	35
Висновки	37
Список використаної літератури	38

Передмова

Ця книга розповідає про підприємця, про його місце в народному господарстві, його роль у суспільстві і його соціально-етичну відповідальність. Автор звертається не стільки до самих під-приємців, скільки до тих, хто має потребу в розумінні ролі, відповідальності і завданні підприємництва.

Звичайно ніхто не дозволяє собі висловлювати судження про професії, яких він сам не знає. Це стосується, перш за все, академічних професій, наприклад, юристів, медиків, фізиків чи філософів, сфера діяльності котрих загалом мало відома не спеціалісту. При оцінці ділових якостей представників вказаних професій відзначається в меншій мірі певна стриманість.

Інша справа з підприємцями. Тут кожний дозволяє собі висловлювати критичні судження, хоча важко знайти таку ж складну і неоднозначну сферу діяльності, як підприємництво. У ринковому господарстві воно реалізується на перехресті економіки, політики, техніки, юриспруденції, психології й етики. Аби забезпечити оптимальне сполучення факторів виробництва, підприємець повинен постійно слідкувати за коливаннями кон'юнктури ринку, приймаючи рішення в умовах браку інформації, і тому постійно ризикує. Підприємець працює в системі багатьох взаємозалежних сфер впливу. Практично всі рішення, що приймаються ним в ім'я майбутнього, несуть на собі відбиток невизначеності. Підсумок його діяльності, якщо розглядати через призму народногосподарських цілей, — це розподіл ресурсів. Варто підприємцю неправильно зреагувати на сигнал ринку і припуститись таким чином промаху, ринок автоматично відкидає його.

Щоб зняти існуючі забобони щодо підприємництва і створити передумови для конструктивних рішень, треба володіти проблематикою вшир і вглиб. Сюди належить розгляд історичних коренів і поглядів, що змінюються в часі, на підприємця і на систему ринкової економіки, в умовах якої він діє, а також на характер її функціонування в контрасті з централізовано керованим господарством. Лише таким чином можна забезпечити належне розуміння і оцінку важливості підприємництва в народногосподарському і громадсько-політичному контексті.

Коли писалася ця книга, у Східній Європі відбулися зміни, спрямовані на досягнення нового вільного устрою в політичній та економічній областях. У результаті виклад принципів соціальної ринкової економіки і місця, яке відводиться в ній підприємству, набуло нового актуального значення. Справа в тому, що у більшості цих країн немає підприємців і відповідно невідомі "правила гри" ринкової економіки.

I. Управління господарським процесом: планова економіка і ринкове господарство

Дії людини не завжди мають плановий характер. Часто ними керує випадок, інколи в них присутній хаотичний елемент, буває, що поштовх їм надає бажання когось наслідувати або звичайна гра. В економіці ж успіх може бути забезпечений лише завдяки постійним планомірним і свідомим діям. Прибічники державного господарського планування не без підстав вказують на те, що і при ринковій економіці підприємці діють за відповідним планом, тобто складають коротко-, середньо- і довгострокові плани, які стають орієнтиром в їх економічній діяльності.

Необхідність планових дій в економіці — це наслідок браку товарів і потужностей, що знаходяться в розпорядженні людини, Спираючись на обмежені сили і ресурси, людина намагається максимально задовольнити свої потреби. Без планування, тобто своєчасного аналізу альтернативних рішень і їх оптимальної комбінації, не може бути ніякого господарювання, навіть якщо ідея планування не завжди знаходить відображення в свідомості окремих господарських суб'єктів. При одінці економічного облаштування виникає вирішальне питання: хто планує? Одні вважають, що для досягнення оптимальних результатів планування має впроваджуватися централізовано, винятково силами держави. Німецький політекономіст Вальтер Ойкен сформулював поняття "централізовано кероване господарство" для визначення *економічного порядку управління господарським процесом силами держави*. Прихильники централізовано керованого господарства називають себе найчастіше "соціалістами". Майже семидесятирічний досвід планової економіки в соціалістичних країнах показує, що такий підхід до вирішення проблеми управління економічним процесом закінчився невдачею. Драматичні події у Східній Європі, починаючи з осені 1989 року, підтверджують цей висновок.

Принципу централізовано керованого господарства протистоїть управління економічними процесами за допомогою ринкових цін в конкуренції між продавцем і покупцем. Ми називаємо це *ринковим господарством*. У ньому планування розподіляється між багатьма індивідуумами. Якщо в основі планової економіки лежить принцип примусу, ринкова економіка, навпаки, характеризується фактором свободи. В умовах ринкового господарства рішення окремих економічних суб'єктів визначаються не загальним центральним планом, а цінами на товари і послуги, що диктується ринком. У дій системі підприємцю, який визначає долю інвестицій і виробництва на основі сигналів ринку, відводиться центральна роль. При нормально функціонуючій ринковій економіці товари і послуги завдяки ринковим цінам потрапляють до того, хто господарює краще інших. Це рівноцінно стосується і виробника, і споживача. Тому принцип вільного регулювання повинен зачіпати ціни не тільки на споживчі товари, а і на всі проміжні продукти і сировину, з тим, щоб вони могли виконувати свою регулюючу функцію. Однак принцип ринкової економіки буде діяти тільки в тому випадку, якщо держава гарантує відповідний правовий порядок. Втім і ринкова економіка не може повністю відмовитись від примусу з боку держави. І все ж вона обмежує цей примус поняттям "втручання, що відповідає вимогам ринку" (Рьопке). Головне в тому, що існує дієвий правовий порядок, в особливості достатньо ефективно право на конкуренцію з метою запобігання підризу ринкової системи деструктивними антиринковими силами. Головне для функціонування ринкової системи не те наскільки досконала конкуренція, а те, що вона взагалі є. Основа всього — це *визнання приватної власності* і дієвість принципу *pacta sunt servanda* ("договори мають додержуватися"). Обидва положення є гарантією того, що свобода економічної діяльності протистоїть сваволі і зловживанню владою. Втім, побудований на приватній

власності лад — це не тільки функціональна передумова ринкової економіки, але в етичному плані — запорука свободи і гідності людини.

II. Історичний розвиток розуміння підприємництва

Розуміння економічного процесу і місця в ньому підприємництва має довгу і неоднозначну історію.

В античні часи і в довгі періоди християнської церковної історії діяльність крамаря, купця і підприємця характеризувалась як "негідна", "мерзенна" і "гріховна". Таке ставлення веде свій початок ще з Арістотеля, який *otium cum dignitate* (відпочинок з гідністю) філософа вважав за гідніший спосіб життя, аніж діяльність крамаря, якому бракує внутрішнього спокою. Так Арістотель рішуче повставав проти підпорадкованого фінансовому інтересу мислення своєю часу, яке, начебто, призвело до розпаду "природного" громадського устрою. Св. Хризостом, архієпископ Константинопольський, у кінці IV — на початку V сторіччя, вважав, що купці навряд чи спроможні вести безгріховне життя. Фома Аквінський також стверджував, що професія купця несе на собі печатку морально-етичної неповноцінності. А у відомому свого часу підручнику канонічного права Gratians в XII сторіччі писалося: "Купець сам по собі мало угодний Богу або ж і зовсім огидний йому".

Негативний погляд на підприємництво в історії аж до нашого часу посилювали також Старий Заповіт та вчення Ісуса Христа про багатство. У Старому Заповіті є широко відоме повеління (Повторення Закону 23, 19-20), яке забороняє стягнення процентів. Оцінюючи проповіді Ісуса про багатих, не враховувалось, що під багатством в біблійському контексті розумілось безплідне марнотратство. Цей підхід ніякою мірою не відповідає сучасному розумінню "багатства", як результату творчого вкладу в загальне благо на базі підприємницької ініціативи. Марнотратні розкоші, засуджені в Святому Писанні, зустрічаються сьогодні не стільки в так званих капіталістичних державах, скільки в деяких країнах, що розвиваються, еволюція яких проходить на феодальному докапіталістичному етапі.

Незважаючи на моральний вердикт Св. Фоми Аквінського, католицька економічна етика XII сторіччя відкрила для себе користь підприємницької діяльності у досягненні загального добра, закладеного в саму суть розвитку економіки, на що особливо вказував Йоганнес Месснер. При оцінці нових торговельних підприємств відправною точкою був саме фактор загального добробуту. У відповідності з цією концепцією підприємництво відповідає інтересам загального добра, і у зв'язку з цим отриманий прибуток аж ніяк не суперечить моралі. Тодішні ревнителі соціальної етики хоча і дотримувалися середньовічної теорії грошей, згідно якої гроші самі по собі безплідні, все ж підкреслювали, що підприємницький прибуток не протирічить забороні лихварства. Таким чином, заборона на стягнення відсотків викликала підйом підприємливості: відсоток позики опинився під заборонаю, але прибуток з капіталу, пов'язаний з підприємницькою діяльністю, був задоволений. Згодом дослідники економіки, наприклад, Вернер Зомбарт, вказували на вирішальне значення цієї відмінності.

Але це значне відкриття середньовічної соціальної етики дуже скоро було піддане забуттю, через що знову запанувало старе вороже ставлення богословів до самої ідеї підприємництва. Незважаючи на теоретичну ворожість більшості богословів у ставленні до купецтва, церква з давніх часів надавала торговцям своє заступництво. Так, у 1074 році Папа Георгій VII, погрозивши французькому королю відлученням від церкви, захистив італійських купців від його домагань. У середні віки ставлення церкви до купців все більше визначається корисністю їх діяльності, в першу чергу це стосується

купців, які торгували з заморськими країнами, в тому числі тих, які допомагали встановити контакт зі Сходом. Тобто, теорія і практика не завжди йшли в ногу.

Вороже ставлення багатьох богословів і філософів до підприємництва, певно, було пов'язане з тим, що на доіндустріальному етапі (господарство, мета якого — виключно задоволення попиту) домашнє господарство і виробництво склали єдине ціле, а підприємницьким функціям поки що відводилась малопримітна роль.

Але багатостолітня людська неприязнь до особи ініціативного підприємця має також *соціально-психологічні корені*. З давніх давен в уяві більшості людей мирний селянин, що обробляв землю, — ідеальна фігура звичного людського існування. Його спокійного життя лише зрідка торкалися глибокі зміни. З року в рік повторювався незмінний ритм життя, і це стало символом мирного розвитку суспільства. Підприємця ж сприймали як фігуру, основне призначення якої полягало в тому, щоб, спираючись на власні творчі здібності, вносити зміни в сталі поняття.

Йозеф Шумпетер охарактеризував розвиток капіталізму, основним рушієм якого є підприємець, як процес "творчого руйнування". Не дивно, що цій фігурі з давніх давен приписували дії злих руйнівних сил. Визначальною рисою людини є те, що звичка до існуючих форм життя тісно сплітається з острахом перед наслідками можливих змін. Тому цілком зрозуміло, чому життя старанного хлібороба вважалося взірцем людського способу життя, незалежно від культурних бар'єрів, а ось до підприємця ставшися як до демонічної фігури, з відвертою недовірою. Навіть засновники ліберальних економічних наук відмовляли творчому підприємству в праві на існування. Підприємець здавався їм просто непотрібною фігурою. Щоправда, Адам Сміт (1723—1790) зробив велике відкриття: економічний процес потрібно розуміти як кругообіг. Втім, він застиг на рівні механістичних уявлень XVIII сторіччя, інтерпретуючи економічний процес згідно законам природи. На цій платформі народилася теорія економічного лібералізму, базисом якої стала вимога вільної конкуренції, невтручання держави в економіку і сподівання на вплив "невидимої руки", спроможної забезпечити одвічну гармонію. Другий батько-засновник манчестерства Девід Рікардо також не бачив сенсу в існуванні фігури підприємця, бо на його думку економічний процес існує сам по собі. За його схемою підприємець є лише інвестором, тобто капіталістом, описаним згодом Карлом Марксом.

Під впливом високого авторитету Сміта і Рікардо кілька наступних поколінь розділяли цю негативну оцінку творчості підприємництва. Тільки набгато пізніше на рубежі XIX і XX століть політекономісти визнали вирішальне значення творчого підприємництва для економічного зростання. Альфред Маршалл (1842—1924) додав до трьох класичних факторів виробництва — Земля, Капітал, Праця — четвертий — Організацім. Загальний прорив позитивної історії підприємництва наступив лише в 1912 році, коли побачила світ книга Йозефа А. Шумпетера "Теорія економічного розвитку". Для Шумпетера функціональне єство підприємця полягає в його особливій ролі: усвідомлення і реалізація нової комбінації факторів виробництва.

Шумпетер розробляє тип творчого підприємця, який реалізує нововведення і тим самим забезпечує економічне зростання.

Згодом Гетц Бріфс сформулював ще одну важливу функцію підприємця, а саме, завдання ретельно слідкувати за цінами і витратами, а також за пропорційним їх співвідношенням.

Для виконання цього завдання потрібна ефективна система обліку на підприємстві. Сьогодні застосування комп'ютерів дозволяє підприємцю успішно контролювати прийняття особистих рішень і тим самим виконувати сформульовані Бріфсом завдання.

Цікаво, що теорія Адама Сміта стала одним з відправних моментів концепції Карла Маркса. Останній бачив у підприємці лише капіталіста, який вкладав свій капітал у власне підприємство і шляхом заниження оплати праці позбавляв робітників виробленої начебто тільки ними виробничої додаткової вартості, тобто *експлуатував* їх. Парадоксально, що біблійне вчення про гріховність багатства стало ще одним джерелом для атеїстичного молодого Маркса з його соціально-етичними амбіціями в дусі поглиблення соціальної справедливості. Саме мотив заздрості спокусив соціалізм XIX і XX століть вибрати для боротьби з бідністю не політику економічного зростання, а політику перерозподілу. Характерне, втім, зізнання самого Карла Маркса, що його утопічне уявлення райського суспільства достатку — якщо про це взагалі можна мріяти — може втілитися тільки при умові, що на перехідному етапі нелюбимому його підприємцю буде дозволено власними силами накопичувати капітал і тим самим забезпечувати економічне зростання. Так обхідними шляхами творчо мислячий підприємець як легалізована спочатку фігура (яка, втім, у кінці кінців була ліквідована революцією) опинилася включеною у вчення Карла Маркса.

III. Історія ринкового господарства

Біля джерел ринкового господарства стояло визнання Адамом Смітом і Девідом Рікардо регулюючої функції ринкових цін. Тим самим уже тоді було зроблено перший крок назустріч теорії ринкового господарства. Між іншим засновники дієї теорії вірили в механістичний характер господарського процесу, який підправляється "невидимою рукою". По-справжньому це був відрив економіки від людини. В цій системі підприємець теоретично був лише в ролі інвестора, але не рушія господарського процесу. Тому не могло бути й мови про соціальну відповідальність діючих осіб і, відповідно, про соціальну етику. Все це породжувало господарську політику чистого економічного лібералізму: в Англії так званого манчестерства, в Сполучених Штатах відлуння промислового грюндерства, прихильників якого в підприємницькій сфері часто називали "лицарями-розбійниками".

На відміну від старого лібералізму сьогодні ми знаємо про деякі вади механізму конкуренції, особливо про недосконалі ринки. Мова йде про олігополію та монополію. Ми розуміємо, що на відміну від кредо старолібералів типу Адама Сміта, ринкова економіка в кращому випадку діє як напівавтомат, що потребує осмисленого управління. Для задоволення потреб у соціальній компенсації і соціальному забезпеченні важливо потурбуватися про механізм відповідних "стабілізаторів". Конкуренція потребує доповнення громадської і соціальної політики, яка розглядає людину не тільки функціонально, як виробника і споживача, але й у контексті його індивідуального існування.

Треба визнати, що принцип "ринок як мірило оптимального забезпечення добробуту" відповідає найвищим критеріям моральності. Він має на увазі реально діючу конкуренцію, завдяки якій підприємницький порив до прибутку забезпечує позитивний результат суспільству. Крім того, повинні існувати певні передумови для забезпечення соціальної компенсації. Разом з тим важливо відзначити, що суспільна політика, орієнтована на забезпечення соціальних компенсацій, не повинна вступати в протиріччя з основними економічними законами, наприклад, обмеженістю наявних ресурсів і необхідністю покриття витрат.

Шлях від староліберального ринкового господарства до соціальної ринкової економіки був довгим і болісним.

Індустріалізація європейських країн з початку XIX століття супроводжувалася масовим зубожінням промисловоо пролетаріату. Тривалий робочий час, часто по сім днів на тиждень від зорі допізна, використання дитячої праці і низька заробітна плата при відсутності страхування на випадок хвороби і старості- таким було становище промислових робітників тих часів.

Промислова революція породила дві взжливі події, це:

- 1, Перехід від феодалізованої до лібералізованої господарської структури.
2. Накопичення технічних винаходів і відкриттів, починаючи з винайдення Джеймсом Уаттом парової машини майже двісті років тому.

Їх реалізація дозволила різко збільшити виробництво товарів. Незважаючм на сприятливі для економічного розвитку умови, перша стадія промислової революції принесла багато людських страждань, масове зубожіння і бідність, Чим це можна пояснити? Ліквідація системи феодалізму ознаменувала звільнення сільського населення, яке тоді в переважній більшості жило в умовах кріпосного права. Таким

чином, люди змогли створювати сім'ї. Віднині кожний у залежності від професійної здібності отримав можливість юридично забезпечити своє незалежне існування, в результаті чого будь-які обмеження у створенні сім'ї відпали самі собою. Наслідком цього став небачений до цього демографічний вибух. У деяких промислово рбзвинутих країнах чисельність населення за сто років виросла втричі. В Англії, наприклад, в 1800 році нараховувалось 10 мільйонів, а в 1850 — уже 20 мільйонів мешканців. Цим змінам сприяли також успіхи в галузі медицини і гігієни, завдяки чому тривалість життя постійно зростала. Втім, бурхливий науково-технічний розвиток відставав від темпів зростання народонаселення. Незважаючи на те, що кількість робочих місць на нових підприємствах швидко збільшувалась, але ще більшими темпами зростала народжуваність і відповідно число тих, хто шукав роботу. Саме цим, до речі, і пояснюється масове зубожіння працюючих за наймом на першому етапі промислової революції.

Разом з тим показово, що під впливом ліберальної економічної структури ціна праці цих незаможних робітників стала фактично нижче ібез того невисокого показника результатів праці. Заслугою профспілок стало те, що вони постійно відвойовували для робітника звуження цього діапазону "експлуатації", тобто місток між фактичного і можливою збалансованою зарплатою зменшувался.

Зубожіння промислових робітників на початковому етапі індустріалізації викликало заколоти бідних, які переносили свій безсилий гнів на машини, в яких бачили своїх найперших ворогів. Луддити були в текстильній промисловості як в Англії, так і в Німеччині.

Почалося формування політичних сил, метою яких була ліквідація чи хоча б пом'якшення існуючої несправедливості. В деяких країнах були прийняті закони про обмеження тривалості робочого дня, особливо використання праці дітей. У 1848 році Карл Маркс і Фрідріх Енгельс опублікували в Лондоні "Комуністичний маніфест", свою роду свідцтво про народження міжнародного революційного робітничого руху. У цьому документі, вплив якого відчувався протягом всього ХХ сторіччя, в якості політичної мети викладалися принципи так званого наукового комунізму, а саме, матеріалістичне розуміння історії, теорії класової боротьби і диктатура пролетаріату. Віж закінчувався бойовим заклик "Пролетарі всіх країн, єдняйтеся!"

То був початок міжнародного соціалістичного робітничого руху. Остання чверть ХІХ століття в Англії відзначається зростанням профспілкового руху. Не тільки політичні і профспілкові діячі, але й економісти виступали проти економічного лібералізму і його збочень. У Німеччині в другій половині ХІХ століття виник так званий кафедральний соціалізм, а в Англії — Фабіанське товариство, що значно вплинуло на інтелектуальні кола цих країн і сприяло пропаганді ідей соціалізму, як ворожого опонента принципам ринкового господарства.

У церковних колах теж знайшлися захисники прав робітників, про що сповістили християнськи настроєні підприємці. Ще задовго до Карла Маркса католицькі інтелектуали, скажімо, Йозеф Геррес, критикували соціальні наслідки нестримного розвитку капіталізму. В пропаганді ідеї соціально-політичних реформ на противагу комуністичній революції досягли успіхів перш за все Адольф Колпінг і єпископ Вільгельм Еммануїл фон Кеттелер. Їм судилося стати піонерами масового хрнстіянсько-соціального руху. Ще до Маркса вони заснували свої об'єднання, що переросли згодом у нинішні католицькі соціальні союзи Колпінгверк, рух католицького наймання робітників і католицьке комердійне об'єднання. Пізніше їх

діяльність в німецькій партії центру придбала також і політичний відтінок. Через деякий час їх вимоги були включені в папські повчання. Так, у першій енцикліці з соціальних питань "Rerum novarum" ("Про нові речі") (1891 р.) папа Лев XIII підтвердив необхідність державної соціальної політики і визнав в тому числі і за робітниками (профспілками) права на створення коаліції, причому на протигагу марксизму вирішення соціальних питань пов'язувалося з приватною власністю. У своїй енцикліці папа викривав соціальні вади ринкового капіталізму, закликав роботодавців піклуватися про своїх робітників і відповідним чином оплачувати їхню працю.

У Німеччині за Бісмарка в 1883, 1884 і 1889 роках були прийняті відомі закони про соціальне страхування на випадок хвороби, нещасних випадків та у зв'язку зі старістю.

Певно, з повним правом можна стверджувати, що не марксистська революція, а соціально-політичні реформи вирішили основні соціальні проблема або ж, у всякому разі, значно зняли їх гостроту.

Цей соціально-політичний рух був спрямований проти основного принципу системи Сміта, в якій економіка розглядалася як автомат, але в якій не залишилося місця для етики, тобто для соціально відповідальних дій. Відомий політекономіст із Чикаго Мілтон Фрідман досі вважає, що загальному добру краще всього йдуть на користь саме власні інтереси підприємця, що орієнтуються виключно на отримання прибутку. На думку вченого, економіка позбавлена оціночної характеристики і являє собою сферу, що підпорядковується власним законам і тому не залишає місця соціально-етичним вимогам. Лише в тридцяті роки нашого століття в економічних науках почало спостерігатися оновлення ліберальної економічної теорії — скоріше всього, як реакція на міжнародне розповсюдження соціалістичного мислення. Вирішальний внесок у це зробила попервах Фрайбурзька школа на чолі з Вальтером Ойкенем і Францем Беме. Вони дійшли висновку, що ринок, як система управління, не може бути сама по собі, а потребує соціального контексту.

Після другої світової війни концепція Фрайбурзької школи стала базовою для виникнення у ФРН соціальної ринкової економіки. Її політичним реалізатором став перший федеральний міністр економіки легекдарий Людвіг Ерхард. Значний інтелектуальний внесок в розробку концепції зробили Вільгельм Рьопке і Альфред Мюллер-Армак, який, між іншим, ввів поняття "соціальна ринкова економіка", а також ціла нжзка їх однодумців, які стояли на яскраво виражених ліберальних позиціях. Всі вони дотримувалися переконання, що в перспективі ринкові відносини зможуть функціонувати лише при умові, якщо вони базуються на основному принципі моральної згоди.

Мюллер-Армак характеризував соціальне ринкове господарство як економіку, що функціонує за правилами ринку, але з доповненням соціальних гарант. Ця соціальна ринкова економіка — не натуральний продукт, а чутлива культурна рослина.

Відразу по закінченні війни в Західній Німеччині царювали гострі нестатки. Брак був усього. Основні виробничі потужності були виведені з ладу. Наслідком суворого дирижизму військової економіки та інфляційної валютної політики стало зростання інфляції і економічний хаос. З усіх боків звучали заклики боротися зі злиднями, як і раніше, дирижистськими методами, тобто шляхом контролю за цінами, раціонування (продуктові картки і т. ін.) і планування виробництва.

Втім, Людвігу Ерхарду, який вірив у творчі потенції вільної економіки, вистачило мужності для прийняття необхідних рішень. При цьому він орієнтувався на рекомендації Фрайбурзької школи, найкращі представники якої в післявоєнний час зрозуміли, що основною причиною тогочасних бід стала не розруха, а "неповноцінна організація народногосподарського виробничого апарату". Після проведеної країнами-переможницями радикальної грошової реформи (21 червня 1948 р.), в результаті якої було ліквідовано велетенський надлишок грошей, Ерхард відмінив систему раціонування і контроль над цінами. Тим самим він дав широкий простір творчому розквіту раніше штучно стримуваним (лише частково реалізувавши себе на чорному ринку) ініціативним силам незчисленних "підприємців".

У результаті народилося німецьке економічне диво, яке протягом тривалого часу демонструвало реальні темпи зростання в середньому на 8 відсотків на рік при неодмінній стабільності зарплати грошей. Передумовою такої успішної політики стало те, що в Західній Німеччині ще збереглися основні економічні структури (наприклад, право власності на засоби виробництва) і здібні підприємці.

Згідно Мюллеру-Армаку, концепція соціальної ринкової економіки базується на трьох положеннях:

1. Розумна економічна політика оідпорядковується загальній концептуальній ідеї.
2. Відмова від інтервенціоналізму для досягнення різних політико-економічних цілей шляхом безсистемного змішування концептуальних підходів.
3. Економічна політика повинна визначатися однозначним концептуальним підходом, який базується або на вільних ринкових, або на адміністративно-управлінських принципах. Іншого, третього, шляху надійного економічного розвитку немає.

Викладений характер еволюції ринкового господарства в бік соціальної ринкової економіки показує, що в минулому підприємець був змушений пристосовуватися до умов, що постійно змінювались. Це нерідко ускладнювало його самопізнання і приводило до помилкового розуміння своєї ролі. Останнім прикладом зміни умов стали недавні екологічні проблеми, які, як показує практика, ефективніше за все можуть бути вирішені при соціальному ринковому господарстві.

IV. Місце підприємця в ринковій економіці

Спеціальна література з цього питання дає частково суперечливі і плутані відповіді, через що у "людини з вулиці" немає чіткого уявлення про суть фігури підприємця. Він просто не знає, чим займається підприємець. Це пов'язано з тим, що на підприємця, передусім, покладено прийняття рішень і їх реалізація. Все це абстрактні процеси, приховані від погляду непосвячених. Тому більшість людей, спираючись на конкретні факти, схильні вважати підприємця інвестором, тобто *капіталістом*, який вкладає свій капітал у підприємство і тим самим забезпечує його діяльність.

Між іншим такій погляд невірний. Уявімо собі, що підприємець хоча б з допомогою позичених грошей, тобто накопиченого іншими капіталу, може заснувати і очолити підприємство. Вирішальним для підприємця є не те, що він володіє власним чи чужим капіталом, а те, як він цим капіталом розпорядився. Тому таке сприйняття поняття "капіталіст" явно помилкове.

В іншому випадку спроба усвідомлення місця підприємця була пов'язана з наданням ним робочих місць для найманих робітників. На цій підставі його однозначно сприймають як *роботодавця*. Але і цей підхід не відображає специфічної місії підприємця. Лікарі, адвокати, вчені теж користуються послугами допоміжного персоналу, тому їх теж деякою мірою можна вважати роботодавцями.

Того, хто з допомогою все новіших комбінацій факторів виробництва впроваджує реалізацію нововведень і тим самим забезпечує економічне зростання, Шумпетер назвав *творчим підприємцем*. Це — найвідоміше і точне означення суті підприємництва. Ця характеристика, звичайно ж, не є вичерпною. В розумінні Шумпетера, яскраво виразні творчі засади притаманні далеко не всім підприємцям. Втім, треба пам'ятати, що і сума малих нововведень, не тільки чисто технічних, а часто організаційних чи комерційних (достатньо згадати збутову функцію!), робить свій внесок в успіх економічного розвитку. Звичайно, особливого значення набувають вражаючі, інколи ризикові нововведення, імпульси яких знову і знову прискорюють загальне економічне зростання. Подібною подією сто років тому стало використання електрики і хімії.

В недалекому минулому — це впровадження електрики в механічну, електричну і електромеханічну сфери. Такий якісний стрибок був пов'язаний із зростаючою тенденцією до мініатюризації і до удосконалення так званого програмного забезпечення. У зв'язку з цим потрібно згадати, яке всесвітнє розповсюдження в сорокові роки отримали синтетичні матеріали, у п'ятдесяті — винайдення транзисторів і розвиток електроніки, в шістдесяті — перше покоління комп'ютерів, а з початку сімдесятих років — бурхливий розвиток мікропроцесорів. У нашому десятилітті під впливом генної інженерії можна спрогнозувати такий різкий економічний стрибок, який стане каталізатором революцій змін, наприклад, у харчовій промисловості.

Подібні фундаментальні іновачії, як поштовх до впровадження технологічних винаходів в економічні процеси і реалізацію продукції хоч і важливі самі по собі, все ж це не єдиний шлях для підприємницької діяльності. До того ж потрібно враховувати, що великі нововведення часто вимагають значних капіталовкладень і пов'язані зі значною часткою ризику. Тому новатори — що буває не так вже й рідко — стикаються з серйозними економічними труднощами. В Америці є прислів'я: труднощі — доля першовідкривачів.

Підприємництво завжди зв'язане з ризиком. Статистика банкрутства показує, що тут не тільки мертва теорія, але й поспіль досить болісна практика. Так, за період 1986—1987 рр. у ФРН була зареєстрована така кількість банкрутств, тобто підприємців, які розорилися:

1986 рік — 13456;

1987 рік — 12056.

За ці роки частка торговців вроздріб у загальній масі банкрутств складає 15 відсотків, а частка недавно створених підприємств, що існують не більше восьми років, — 75 відсотків.

Приведені роздуми про роль підприємця контрастують з агресивно-негативними міркуваннями, в яких він змальовується тільки як паразит, який використовує своє становище для незаслуженого привласнення прибутку, а весь економічний процес нагадує гру, де кожний учасник намагається отримати максимум за рахунок суперників, начебто маючи при цьому привілейований шанс. За таким підходом повністю ігнорується той факт, що підприємець є творцем економічного розвитку.

Так яка ж все-таки роль підприємця? Однозначно відповіді тут немає. Відповідь залежить ще й від того, в умовах якої громадсько-політичної системи цінностей він має виконувати відведену йому роль. Підприємцю дійсно доводиться нести відповідальність перед своєю совістю за свою поведінку і тим самим за розуміння своєї ролі. Разом з тим він відчуває на собі вплив і навіть залежність від системи цінностей, в умовах якої йому доводиться працювати.

Є ціла низка важливих критеріїв, які в будь-якому вільному суспільстві визначають роль і місце підприємця.

Основним орієнтиром підприємницької діяльності в умовах ринкового господарства завжди є рентабельність самостійного підприємства. На думку Гетца Бріфса, рентабельність — це коли забезпечена пропорційна відповідність між витратами і цінами. Щоб вирішити це завдання, підприємець з відверто корисливих прагнень має добиватися прибутку. Коректним способом отриманий прибуток є мірилом успішної підприємницької діяльності. Той факт, що перш за все соціалісти ганяють категорію прибутку, доводить нерозуміння його важливої функції для загального добра. Тільки прибуток дозволяє підприємцю забезпечити існування його підприємства, а також йти на ризик запровадження сприяючих зростанню нововведень. Тому переконливим є вислів відомого американського профспілкового лідера С.Гомперса: "Неотримання прибутку є найбільшим злочином, який може скоїти підприємець".

У США ставлення до прибутку не так ідеологізоване, як в Європі, де набув розповсюдження вузький марксистський підхід до цієї категорії. Уявлення про прибуток значною мірою перебільшені. Репрезентативні статистичні дослідження показують, що приблизно 15 відсотків національного доходу — це процент на власність і прибуток підприємств, отже 85 відсотків припадає на заробітну плату і платню. При цьому треба враховувати те, що в популярному висвітленні називається прибутком, складається з трьох різних елементів. По-перше, традиційне нарахування відсотків на вкладений у підприємство капітал; по-друге, зарплата, належна підприємцю за його діяльність, і, по-третє, власний прибуток підприємства. Ця частина прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства, не є постійною величиною. Бона, по-справжньому, — мірило успішної підприємницької діяльності.

Коли прибуток стає мішенню для всілякої критики, як щось аморальне, — а це трапляється доволі часто — не останню роль, поруч зі слабким інформуванням про обсяги і економічні функції прибутку, грає заздрість. У своїй книзі Гельмут Шекк вважає заздрість основним фактором всіх зрівняльних соціалістичних економічних теорій. Потяг до мінімальної заздрості максимального числа людей є керуючим принципом так званої економіки загального добробуту. Втім, де протирічить людській природі, яка завжди і за будь-яких умов знаходить привід до виявлення заздрості.

Часто стверджують, що одним з найважливіших мотивів підприємництва є отримання максимального прибутку. На практиці ж все виглядає інакше. Звичайно, без прибутку обійтись важко. Але він не є головним і єдиним спонукальним мотивом підприємця. Такими потрібно вважати: зацікавлений творчий підхід, сімейні почуття, прагнення оволодіти міцними позиціями на ринку, а також потяг до громадського визнання. Підприємець дійсно прагне отримати прибуток, але для переважної більшості підприємців важливіше інше — збереження розпочатої справи. Для цього потрібне перспективне мислення, а інколи і відмова від негайної максимізації прибутку. Загальновідомо, що максимальний прибуток, отриманий від короткочасної вигоди конкуренції, притягує до себе увагу конкурента і тим самим підриває майбутні шанси на прибуток.

Розумно мислячого підприємця цікавить не тимчасова максимізація прибутку, а "максимізація ситуацій в ділому", де прибуток тільки *один із компонентів*.

Потрібно визнати існування невинувато високих прибутків. Вони виникають тоді коли підприємці намагаються ігнорувати правила конкуренції. Щоб запобігти цьому, держава повинна потурбуватися про прийняття дієвих законів про картелі і антитрестівське законодавство. Ще одне джерело невинувато високих прибутків з'являється тоді, коли держава дирижистськими заходами ліквідує конкуренцію і шляхом надання ліцензій, концесій і квот забезпечує привілейованим підприємствам легкий, не зароблений в конкурентній боротьбі прибуток. Ця ситуація перш за все спостерігається в деяких країнах, що розвиваються. У промислово розвинутих країнах такі прибутки є винятком.

Для успішної діяльності підприємцю потрібен творчий комбінаційний талант, реальна фантазія, здібності координатора і невичерпна енергія. Свої здібності він може використати або ж виключно в індивідуалістичних цілях, або в дусі соціальної відповідальності.

Навіть діючи виключно в індивідуалістичному ключі, підприємець спроможний сприяти загальному економічному добру, звичайно, якщо йому таланить, завдяка чому збільшується матеріальне благополуччя суспільства. Такі послідовні ліберали, як Фрідмен, вважають просто неприпустимим використання прибутку для соціальних потреб. Єдине соціальне призначення економіки вони вбачають у збільшенні прибутку при умові коректного застосування допоміжних джерел. Підприємець такого типу сприяє розповсюдженню викривленого уявлення про егоцентричного комерсанта, у якого в думках тільки й гонитва за прибутком і який збагачується за рахунок своїх співробітників і споживачів.

Фрідмен і його однодумці ігнорують ту обставину, що економіка хоч і являє собою раціональну систему з притаманними їй законами, вона існує не у вакуумі, а в широкій культурній сфері. Тому підприємець у своїх економічних зусиллях повинен прагнути досягти реальної мети, щоб за виразом Вернера Зомбарта, виконувати "культурну

функцію турботи про матеріальне становище". Мова йде про серйозне сприйняття гуманного аспекту економічної діяльності у ставленні до всіх її учасників. Ця вимога є своєрідним викликом "тотальному" підприємцю, для якого немає інших інтересів, крім бізнесу, і у якого не залишається часу для жінки і дітей, для залучення до прекрасного в житті, до духовного, до Бога. Підприємство — це і соціальна освіта. В завдання підприємця входить створення таких умов для працівників, щоб вони сприймали своє підприємство, як другий дім. Такому підходу часто заважають значні труднощі, наприклад, технізація багатьох виробничих процесів і ув'язнення про чуже; що виникає зі структурних основ. Між іншим, за даними соціологічних досліджень, прихильники авторитарного командного стилю серед підприємців складають значну меншість.

Участь співробітників у формуванні позиції, що зумовлює рішення керівництва, бажана, а в більшості випадків навіть необхідна. Залучення персоналу, його проінформованість та інтелектуальність є передумовою успішної колективної роботи. Останнє, між іншим, не протирічить необхідності в економічному плані єдиного і відповідального керівництва підприємством з боку підприємця.

Спрямовування діяльності підприємства — це по суті різновид підприємницьких потуг. Тут для цілеспрямованої мотивації не обійтися без чітко розробленої концепції.

Поряд з підприємцями-власниками є немало таких, які не мають прав власності на підприємстві. У наш час їх називають менеджерами, їх функція — підприємництво в первісному значенні цього слова. Вище ми уже констатували, що для розуміння ролі підприємця неважливо чи є він одночасно власником-капіталістом. Підприємницька діяльність в основному не залежить від власності. Перш за все на великих підприємствах це призводить до різкого розподілу між підприємцями і акціонерами. Між іншим підприємці-менеджери, які отримали повноваження від приватних чи державних власників, відрізняються від підприємців-власників в одному, але дуже суттєвому відношенні: для них немає різниці хто власник, тобто в цій якості може бути і держава. Поки держава стимулює "свої" підприємства в умовах вільної ринкової економіки, ця ситуація особливого значення не має. Але завжди існує небезпека того, що держава може зловживати дирижистськими втручаннями в діяльність „своїх" підприємств, надаючи їм особливі пільгові умови. Призначені урядом менеджери навряд чи будуть протидіяти такому втручанням — це може зашкодити їх власним інтересам. У цьому випадку фігура повноважного підприємця символізує менші гарантії для існування вільної ринкової економіки, ніж підприємець-власник. Тому будь-які спроби державної політики, спрямовані на приватизацію, треба завжди вітати. Повноваження держави в економічній сфері повинні реалізовуватися по-іншому, використовуючи ринкові засоби (як їх розуміє Рьопке), держава має втручатися тоді, коли ринкове господарство не спрацьовує і коли в інтересах загального добра бажане внесення коректив в економічний процес.

У зв'язку з цим важливо пам'ятати, що підтримки потребують перш за все хворі, слабкі, діти і літні люди. Саме в цьому суть соціальної ринкової економіки. Втім, потрібно враховувати, що проводячи свою економічну політику у відповідності з принципом субсидіарності, держава повинна по можливості надавати, як звично нині стало говорити, допомогу для самопомогі, щоб запобігти виникненню держави тоталітарного добробуту, в якій паралізується важливе для загального добробуту функціонування ринкової економіки. Рятувати підприємців, що розорилися, і їх підприємства — не в цьому завдання держави. Держава — не ремонтна майстерня для підприємців-невдах.

Багатопланові завдання, що стоять перед підприємцем, включаючи його соціальну відповідальність, передбачають наявність здібностей і сил для того, щоб в процесі керівництва підприємством шукати і знаходити великі і малі рішення, часто в обстановці невпевненості і недостатньої інформованості. До його класичної функції новаторської комбінації факторів виробництва і виробничого контролю додається координація людських зусиль. Треба сказати, що це завдання стояло завжди. Втім, його центральне значення було визнано зовсім недавно. Вирішити його вдається тільки в тому випадку, якщо підприємець є достатньо комунікабельним і, крім того, здатним впливати на мотивацію своїх співробітників. Його відповідальність за суспільний добробут включає в себе підтвердження ідеї соціального *партнерства* і тим самим визнання незалежності профспілок не тільки як настирливого, а і як *необхідного* партнера в переговорах. Підприємцем стають не стільки завдяки своєму майну і власності, скільки завдяки своїй підприємницькій кваліфікації і управлінським здібностям.

V. Місце підприємця в католицькому соціальному вченні

Соціальне вчення, розроблене в надрах католицької церкви, не є вчення чисто економічне. За висловом папи Іоанна XXIII в енцикліці "Mater et magistra" ("Мати і наставниця" — 1961 р.), це "складова частина християнського вчення про людину". В ньому розкриваються загальновизнані цінності і позиції, з яких складається ідеал відповідального служіння світу. Тому важливо перенести розроблені цим вченням норми на відповідні суспільні стосунки. При цьому в католицькому соціальному вченні мова йде не тільки про моральні позиції індивідумів у рамках заданого суспільного і економічного ладу, але й про оптимально соціально-етичне конструювання (зміни) цього ладу. Цій меті слугують фундаментальні соціальні принципи, які, проте, ще не є конкретною громадською і економічною системою, але разом з тим здатні зробити вагомий внесок в її обґрунтування.

Попервах в центрі уваги католицького соціального вчення стояли чисто соціальні питання. Доказом цього є перша папська енцикліка зі спеціальних проблем "Regum novarum" (1891 р.) ("Про нові речі"). Проте уже з самого початку було зрозуміло, що ці питання неможливо розглядати порізн з основним економічними проблемами.

Тому католицьке соціальне вчення здавна полемізувало з колективно-соціалістичними (централізовано керує господарство, планова економіка) і ліберально-індивідуалістичними (ринкова економіка) основними концепціями.

Втім незадовго до своєї смерті в 1987 році кардинал Йозеф Хеффнер, колись учень знаменитого політекономіста Вальтера Ойкена, вказав на те, що уже кілька років католицьке соціальне вчення активно розробляє економічну проблематику, особливо в його господарському контексті. Між іншим, Хеффнер тривалий час сам займався економіко-етичними питаннями, оскільки економічна етика — це, власне, складова частина загальної соціальної етики. Разом з тим новим елементом стає не розкриття економічних причин соціальних проблем, яких було чимало і раніше, а поглиблений детальний розгляд економічної проблематики. Це кидається у вічі вже починаючи з енцикліки „Quadragesimo anno" {"У сороковий рік"} (1931 р.) і продовжується дещо обережно в енцикліці "Mater et magistra" ("Мати і наставниця"), а також в прийнятій II Ватиканським Собором конституції "Caudium et spes" ("Радість і надія") (1965 р.), в енцикліці "Laborem exercens" ("Вправлятися у праці") (1981 р.) і особливо в останній енцикліці з соціальних проблем "Sollicitudo rei socialis" ("Турбуючись про соціальні проблеми") (1987 р.). В останні роки ця тенденція яскраво виявилась у непов'язаних з віровченням висловлюваннях різних ієрархів і безпосередньо церковних кіл. Найважливішим останнім прикладом цього може бути пастирське послання з економічних питань американських єпископів.

Коли церква хоче повернутися обличчям до реальності, їй не обійтися без суспільних наук, що неоднозначно сприймають дійсність.

Католицьке соціальне вчення вважає фундаментальними такі соціальні принципи:

1. Індивідуальність, тобто людська гідність, якій притаманні особиста свобода і відповідальність перед самим собою (з чого випливає визнання приватної власності).
2. Солідарність, тобто спільнота і її члени взаємозв'язані і відповідають один за одного.
3. Субсидіарність. Це поняття відноситься до сфери напружених зв'язків між індивідумом і спільнотою, акцентуючи переважне право індивідуму (або залежності спільноти) по відношенню до вищої спільноти.

4. Загальне добро, як вияв загальної справедливості в державних рамках: як справедливі засади у відношеннях індивідуумів між собою.

Солідарність, субсидіарність і загальне благо — це реалізація принципу особистості, закладеного в християнському образі людини. Церква вбачає своє завдання і своє право в тому, щоб "давати моральну оцінку" економічним і політичним питанням, "якщо того потребують основні права людської особистості або спасіння душ" ("Gaudium et spes" ("Радість і надія") № 76).

Особливе значення для католицького соціального вчення має пастирська конституція "Про церкву у сучасному світі" II Ватиканського Собору (1965 р.). У розділі про суспільно-економічне життя церква рішуче заявляє про свою прихильність матеріальним передумовам людського щастя. Весь перший розділ присвячено темі "Економічний прогрес" (64—66). У 64-му розділі сказано дослівно наступне: "Необхідно спрняти технічному прогресу, творчим здібностям до нового, прагнення до створення і розширення підприємств, впровадженню відповідних методів виробництва..." В цьому ж розділі особливо підкреслюються "відповідні економічні методи і закономірності". Правда, з цього робиться висновок про неможливість будь-яких вимог до економіки. Разом з тим економічні закони повинні застосовуватись "відповідно принципам моралі". Тому Собор нагадує про те, що сама логіка економічної діяльності закладена в служінні людині. Між іншим, цей постулат реалізується в ринковій економіці, яка базується на добровільній згоді всіх її учасників. Отже, успіх буде супроводжувати підприємця, якщо головне для нього — служіння клієнтам. Собор (в № 65) рішуче відкидає віровчення "в яких основні права індивідуумів і груп підпорядковуються колективістському управлінню економікою". Задля справедливості Собор вимагав "негайно покінчити з економічною нерівністю в світі" (66). Тут, напевно, маються на увазі проблеми країн, що розвиваються.

Нашою темою є оцінка підприємця, як ключової фігури, яка орієнтується на забезпечення економічного зростання соціального ринкового господарства в католицькому соціальному вченні з моменту появи першої значної енцикліки з соціальних питань "Regum novarum" ("Про нові речі").

Перш за все необхідно відзначити, що до останньої соціальної енцикліки "Sollicitudo rei socialis" {"Турбуючись про соціальні проблеми" (1987 р.) слово "підприємець" у католицькому соціальному вченні однозначно не вживалося. Найчастіше зустрічається лише поняття "роботодавець". Складається враження, що антицерковна позиція старих лібералів породила критичний погляд церкви на підприємництво. Слід також врахувати, що через розповсюдження соціалізму для церкви виникла загроза втратити вплив на маси, перш за все на промислових робітників, тому вона змушена звернути на робітників найпильнішу увагу. Цей висновок чітко просліджується в соціальних енцикліках від "Про нові речі" до "Мати і наставниця".

У цих енцикліках, включаючи "Sollicitudo rei socialis", про функції підприємця нічого не говориться. Особливо це стосується висловлювання Собору в "Gaudium et spes". Важливий зсув намітився в "Laborem exercens" ("Вправляючись у праці") (1981 р.), де була відкинута ілюзія, що вільну працю можна поставити на одну дошку з роботою, що виконується в залежному від роботодавця стані. Потрібно також врахувати, що починаючи з папи Льва XIII католицьке соціальне вчення, не згадуючи саме слово "підприємець", подумки завжди передбачало його існування, як діючого фактора в економічному контексті. Це впливає з декларованої приватної власності, в тому числі і на засоби виробництва, з акцентування примату приватної ініціативи в порівнянні з

державною у сфері економіки, а також із підтвердженням приватної автономії, як передумови підприємницької діяльності. У своєму виступі перед підприємцями-католиками у 1964 році папа Павло VI чітко виділив значення функції підприємця. Але це було винятком. Католицьке соціальне вчення виникло за відсутності підприємців і тому фактично протистояло їм. Ще в 1961 році для участі в урочистому виголошенні енцикліки "Mater et magistra" як офіційних гостей було запрошено представників робітників-католиків, але без підприємців. Економічний аспект, враховуючи його питому вагу, і, таким чином, фігура підприємця практично не зайняли належного їм місця в церковних і богословських колах, а також в "освіченому католицизмі". Вони тільки мимохить згадуються та й то найчастіше в негативному моралізаторському контексті. Той факт, що широкі кола соціально заангажованих католиків до цих пір оперують поняттями "капіталіст" і "роботодавець". В розумінні церкви економіка — це культурно-ділова сфера: "Populorum progressio" ("Прогресс народів") 21; "Sollicitudo rei socialis" 26, 8, 29, 8; 30, 1; 33, 5; 34, 1-3; 34, 5; "Gaudium et spes" 19, 57.

Оскільки католицьке соціальне вчення в основному досліджує соціальний аспект економічної сфери, воно протиставляє проблему розподілу проблемі зростання, в якому підприємець грає вирішальну роль. Така позиція американського єпископату, висловлена в пастирському посланні з економічних проблем 1986 року, привела до того, що перевагу було віддано дирижизму "державі загального добробуту", а не ринковій економіці, що сприяє економічному зростанню. Принципово це пов'язано з тим, що перевагу віддано принципу солідарності на шкоду принципу субсидіарності. Не секрет, що численні богослови і видатні церковні діячі не сприймають систему ринкового господарства, що базується на приватній ініціативі підприємців, на приватній власності на засоби виробництва, на ринку і конкуренції.

Те, що католицьке соціальне вчення так пізно відкрило для себе фігуру підприємця, не дуже, між іншим, і дивно. Треба взяти до уваги, що і економічній науці, як ми вже бачили вище, потрібно було немало часу, перш ніж вона усвідомила роль і місце підприємця. Звичайно, можна записати до активу католицькому соціальному вченню те, що воно ще на початковій стадії відзначило культурну функцію економіки. При цьому робиться посилання на біблейське вчення, згідно якого людина має право на володіння землею. Але є й інші біблейські свідчення, в яких позитивно оцінюється філософія розвитку і, отже, підприємницька діяльність.

Достатньо нагадати притчу про чоловіка, який, вирушаючи в іншу країну, зібрав своїх рабів і доручив їм своє майно. Той, хто отримав п'ять талантів, вклав їх у справу і отримав прибуток в п'ять талантів, а той, кому дісталось два таланта, заробив два. Третій же, якому перепавав всього один талант, закопав його в землю і, замість того, щоб отримати прибуток, заховав срібло свого господаря. Коли ж той вернувся, він похвалив тих двох, що збагатили його. Третього ж господар назвав лукавим і лінивим рабом. (Мф. 25, 14—30). Ця притча показує, що точного виконання дорученого мало, потрібні ще й творчі зусилля. Стосовно економіки, це означає, що сприяння зростанню одне з найперших завдань підприємництва.

Необхідно ще раз підкреслити, що економічне зростання не є самоціллю, воно має бути корисним загальному добру. Останнє означає —спільність політичних, соціальних і економічних умов розкриття індивідуальності людини.

Характерно, що навіть там, де вчення про власність і переважне значення приватної ініціативи, як в енцикліці "Mater et magistra", базується на принципі субсидіарності, прибуток підприємства, як елемент підприємницької діяльності, згадується лише в

завуальованій формі. Втім, в енцикліці „*Quadragesimo anno*“ з метою подолання безробіття проводиться думка про реінвестування прибутку, що передбачає його законність. Але і тоді, коли в ім'я гідного людини існування, в енцикліці "*Sollicitudo rei socialis*" закликаються всі народи виробляти більше і краще, необхідні для цього підприємницькі зусилля не згадуються взагалі. Те ж саме стосується і енцикліки "*Gaudium et spes*" (64). А коли в 1964 році папа Павло VI в одному із своїх виступів похвалив старанність і завзяття підприємців, головний акцент він зробив на їх функції роботодавця: соціальний аспект виявився важливішим за аспект економічний.

Важливою для католицького соціального вчення завжди вважалася вимога, щоб всі учасники соціального процесу були в ролі справжніх суб'єктів і не спускалися до ролі об'єктів. Ця вимога впливала з характерного для католицького соціального вчення про принципи особистості. І лише в енцикліці "*Sollicitudo rei socialis*" вперше як вільне право згадується право на підприємницьку ініціативу, що ґрунтується на принципі особистості. При цьому підкреслюється, що це право має значення не тільки для кожної окремої особистості, а й для загального добра. Тим самим вперше в католицькому соціальному вченні однозначно говориться, що дух підприємництва і створення капіталу є спонукальними силами економічного зростання. Цей висновок має велике значення перш за все для країн що розвиваються. В енцикліці "*Gaudium et spes*" проблема утворення капіталу, на жаль, досліджується дуже поверхнево. Але цього недоліку вдається позбутися в енцикліці "*Sollicitudo rei socialis*". На сучасному етапі розвитку католицького соціального вчення, зрозуміло, ці економічні закони все частіше почали потрапляти в їх поле зору. Кардинал Ратцінгер недавно заявив: „Мораль, яка дозволяє перестрибнути через знання економічних законів, — це не мораль, а моралізм, тобто протилежність моралі. Діловитість, що ігнорує мораль, є нерозуміння особистості людини. Така діловитість повертається своєю протилежністю". Уже в енцикліці "*Quadragesimo anno*" (№ 43) підхреслювалося, що економічні закони є індикатором того, які настанови можливі, а які ні. Наявність таких економічних законів визнано також ІІ Ватиканським Собором.

Із мінливої Історії, в ході якої трансформувалася роль підприємця в католицькому соціальному вченні, на підприємця лягає обов'язок з повною відповідальністю розуміти свою роль в душі загального добра, що диктується також його гуманною відповідальністю за людей, з якими йому доводиться мати справу. В сферу підприємця-християнина входить також турбота про людей, які йому довірилися. Правда, досягнення універсальних гуманних цілей підприємницької діяльності за рахунок надійно функціонуючої економіки неприпустимо. Втім, гуманність і надійність економіки в перспективі не виключають, а навпаки, доповнюють одне одного. Сучасний підприємець також визнає як послання католицького соціального вчення вказівку на те, що людина важливіша за капітал.

Для церкви з їх власного вчени витікає, що соціалістичний функціонер не здатен замінити підприємця. Ринкове господарство, вищість якого визначається фактором загального добра, в силу власних законів потребує підприємця. Втім, ринкове господарство не є „підприємницьке господарство", у розумінні домінування в ньому підприємця, бо він найтіснішим чином зв'язаний з системою конкуренції і відкритого ринку.

VI. Образ підприємця: на відстані, впритул і автопортрет

Сьогодні майже у всіх індустріально розвинутих країнах проводиться більш чи менш широкі соціологічні дослідження, присвячені образу підприємця в суспільстві. Загалом цей образ в очах громадськості — не позитивний. Як уже зазначалося вище, це пов'язано ще й з тим, що його щоденна діяльність схована від очей громадськості і тому деякою мірою залишається загадкою. Додайте до цього ліву агітацію, "завдяки" якій для критиків громадянського устрою головною мішенню став саме підприємець. Ось так і складається переколючий образ підприємця: він і експлуататор, і ділок, і спекулянт. Те, що з економічних причин в багатьох справах йому доводиться говорити "ні", теж не сприяє його популярності.

Як же точніше розгледіти цей образ в дзеркалі соціологічного аналізу? Результати досліджень показують, що краще не говорити про "образ підприємця" взагалі, а постаратися проаналізувати різні його сприйняття. У дослідженнях образу підприємця набула слави "дистанційна гіпотеза" Шмельдерса, в якій розмежовується образ підприємця "на відстані" і "впритул". Ось що говорить Шмельдерс: "Якщо при перспективному погляді на відстані мова йде перш за все про більш-менш неусвідомлений масово-психологічний стереотип підприємця, то його індивідуалізований образ "впритул" вміщує особистий досвід, що має зокрема людина в результаті спілкування з конкретними типами підприємців". Вираз "дистанційна гіпотеза" означає, що думка "впритул" про свого шефа є диференційованішою і позитивнішою, ніж стереотипований образ підприємця на відстані.

В умовах Федеративної Республіки Німеччини щоденна практика довела існування тісного зв'язку між образом підприємця і масштабами підприємства. Під час опитів, що проводилися на крупних фірмах, часто називались негативні якості підприємця. Тут знову — такі давала про себе знати різниця між образом „на відстані” і образом „впритул”: на крупному підприємстві дистанція між найменшим робітником і його головним шефом, який вважається підприємцем, як правило, більша, а відношення аноніміші, ніж на малому чи середньому підприємстві.

Цей результат багато крупних фірм змусив до покращення відносин між верхами і низами шляхом активної децентралізації або інтенсивнішої комунікації між ними. При цьому не останню роль зіграв висновок, що і рентабельність, і економія на витратах підштовхують до турботи про зайняту на виробництві людину. Таким чином, спроба створення привабливішого образу підприємця на крупних підприємствах — не марнославна мета, а складова сучасного управління виробництвом. Фізіологія праці, психологія праці і психологія виробництва давно вже довели доцільність турботи про фізичний і психологічний стан людини у виробничій обстановці.

За минулі роки у Федеративній Республіці Німеччини рейтинг підприємця "на відстані" зріс завдяки підвищеному рівню добробуту, чому значною мірою, починаючи з 1948 року, сприяли підприємства і підприємці. Той факт, що в переважній більшості країн, що розвиваються, образ підприємця сприймається найчастіше зі знаком "мінус", пояснюється тим, що в громадських структурах цих країн переважає державний дирижізм і майже повністю відсутній справжній творчий дух підприємництва, який якраз і сприяє отриманню справжнього прибутку.

Крім згаданої різниці між образом, "на відстані" і "впритул", соціологічні дослідження знайомлять з іншими не менш цікавими характеристиками.

Крім погляду збоку, існує ще й "автопортрет", який створюється у підприємця про самого себе.

"Автопортрет" підприємця, як правило, зі знаком "плюс". Це говорить про яскраво виражене професійне задоволення. А ось в уявленнях інших людей про підприємця звично більше негативного, ніж в об'єктивних даних проведених опитів. У поглядах підприємців на соціальну значимість їх діяльності, за оцінкою громадської думки, превалюють песимістичні настрої.

В 1983 році своїми господарями були задоволені 60 відсотків робітників і службовців. ФРН (образ "впритул"), а незадоволення висловили тільки 19 відсотків і 15 відсотків опитаних від оцінки утримались. Незалежно від позитивного чи негативного ставлення до шефа, помінятися з ним місцями або навіть спробувати попрацювати краще за нього не захотів ніхто.

Що стосується образу "на відстані" у ФРН можна констатувати, що починаючи з 1950 року, тривалий час постійно збільшувалася кількість тих, хто розуміє і визнає значення підприємця для функціонування ринкового господарства. Втім, з появою нового покоління, якому не довелося пережити післявоєнні злидні і стати свідками успішного їх переборення, у ФРН за допомогою ринкової економіки, значно зросла кількість тих (особливо у віці від 16 до 29 років з закінченою середньою спеціальною і вищою освітою), для кого підприємець не інакше, як експлуататор. Тут дає про себе знати лівоідеологічний вплив шкільної і університетської освіти.

Викликає інтерес результат дослідження 1983 року про вплив виробничих послуг соціального характеру на "імідж" підприємця. Згідно з проведеним опитуванням, 64 відсотки робітників у фірмах, що представляють своєму персоналу досить обмежений набір соціальних благ, все ж задоволені своїм шефом. На підприємствах, де обсяг таких благ значно більший, ця, цифра складає 61 відсоток. Приведені факти свідчать про негативний вплив крупних підприємств, хоча на них звично надаються більші соціальні пільги. Треба сказати, що в очах громадськості ідеальним вважається такий тип підприємця, який розподіляє серед працівників максимальну кількість соціальних благ. Втім, на погляд самих підприємців, такий підхід досить умовно узгоджується зі справжнім призначенням підприємництва. Підвищена увага до соціальних потреб співробітників веде до зниження конкурентноздатності підприємця. Вочевидь, це розуміли і багато працівників перш за все на малих підприємствах.

У Сполучених Штатах, де "менеджер" і "головний менеджер" — загальновізані привабливі ідеали, образ підприємця "на відстані" не є таким вже й блискучим. У людини з вулиці двоє ставлення до підприємця і до життєво необхідної концентрації капіталу. Стверджують, що у порівнянні з втратою довір'я, що зачепило всі інститути, "імідж" ділового світу постраждав найбільше. Це частково пояснюється тим, що в сучасній літературі і мистецтві отримав розповсюдження клішований образ безсовісного, владного, заздрісного і аморального підприємця. Формуванню такого негативного образу сприяють перш за все ліві інтелектуали, представлені в тому числі і в церковних колах.

Згадаємо у зв'язку з цим відомі пасторські послання американського єпископату з економічної проблематики 1986 року. На противагу цьому документу багаточисельні опитування в США виявили той факт, що американська спільнота, включаючи профспілки, згодні з прибутком як необхідною складовою частиною системи ринкового господарства. Середньостатистичний громадянин досить прихильно ставиться до

приватного підприємця взагалі і до прибутку зокрема. Втім, його симпатії залежать від масштабності підприємств: великі він сприймає критично і з великим упередженням.

Вивчення причин чисельних нападів на адресу підприємців, зокрема і тих, які діють в дусі соціальної відповідальності, показує, що у всіх країнах до цього особливо причетні *інтелектуали*.

У багатьох країнах вчителі шкіл і викладачі вищих навчальних закладів мають обмежені знання про економіку і її функціонування. Практично лише марксистичні вчителі у підприємствах експлуататорів і "мисливців" за наживою. Інтелектуали ж усіх мастей невпинно критикують існуючі відношення, не вивчаючи їх і не намагаючись розібратися в діловій інформації.

Так, наприклад, в американських коледжах використовують переважно підручники, які по цілеспрямованості в кращому випадку можна зважати "зрівняльними" та "інтернаціоналістичними", а в гіршому — антикапіталістичними. У зв'язку з цим заслуговує згадки базовий підручник Пола Самуельсона, випущений тиражем в кілька мільйонів примірників. Хоча далеко не всі підручники і далеко не весь навчальний процес в американських коледжах має ідеологічну направленість, ліві погляди все ж визначають центр тяжіння і навчального процесу, і навчальних посібників.

І все ж, недивлячись на ці політичні напади на вільне підприємництво, ліві інтелектуали користуються досить обмеженою підтримкою мас у Сполучених Штатах Америки.

Подібні ліві тенденції спостерігаються і в інших промислово розвинутих країнах. І тут у лівих інтелектуалів спостерігається нерозуміння ними економічних зв'язків і закономірностей. Кидаючи виклик підприємницькому прибутку вони самі втім постійно прагнуть як найбільше збути своїх літературних чи художніх творів. Важко уявити собі велетенську кількість інтелектуалів в умовах вільного світу без економічної системи, що виробляє необхідні надлишки для їх існування.

Враховуючи відверто критичні, майже негативні тенденції, підприємцям зараз більше ніж коли необхідно прийняти цей урок із аналізу розглянутого образу з тим, щоб покращити свій "імідж" в очах громадськості. Підприємцям взагалі притаманний страх перед гласністю. Деякі проекти "зв'язку з громадськістю" за участю штатних "експертів" є малоефективними. Підприємець має завжди бути готовим особисто постати перед громадськістю, заявити про свою причетність до суспільнополітичних справ. Сюди відносяться не в останню чергу і готовність виконувати громадські обов'язки на місцевому, регіональному і національному рівнях шляхом співробітництва в професійних об'єднаннях, разом з тим і в благодійних, церковних, спортивних і в громадсько-політичних організаціях. Забезпечення типу "У мене на це немає часу!" інколи можуть здаватися переконливими. У завдання підприємця дійсно входить раціональна діяльність свого підприємства. Це включає в себе також розумне планування власної діяльності і пов'язаних з цим витрат часу. Часто спостерігається розпорощення сил і схильність багатьох підприємців розчинитися в чисельних деталях, замість того, щоб делегувати їх іншим, що є справжньою причиною нестачі часу.

У підприємців є багато можливостей покращити свій образ в очах громадськості. Просто цими можливостями треба розумно розпорядитися.

VII. Сучасний підприємець: теорія і практика підприємницької діяльності

До підприємницької діяльності висуваються багатогранні економічні і політичні вимоги. Підприємець має успішно вести справи на своєму підприємстві, тобто, його призначення — наповнювати ринок весь час новими товарами і послугами, до того ж по можливо низьким цінам. Це вимагає від нього новаторського підходу і постійного обліку виробничих витрат. До таких дій, втім, висуваються водночас морально-етичні критерії. Мова йде не тільки про кількість виробів, про прибуток й обіг, але і про те, що під час всієї своєї діяльності підприємець повинен керуватися моральними нормами. Етика менеджменту означає здійснення волі підприємця і його керівних кадрів, самого підприємства у відповідності з етичними, тобто ціннісними, критеріями. Це передбачає соціально відповідальні дії в душі етичних ідентностей тієї культурної сфери, до якої тяжіє підприємець.

Загалом можна сказати, етика, яку очікують від підприємця, відображає справедливий взаємозв'язок прибутку і загального добра в найширшому значенні цього слова. Манфред Спікер говорить: "Загальне добро залежить безпосередньо від підприємця. Не тільки одна індивідуалізація зобов'язана своїми зачатками підприємцю, який втілює наукові досягнення в технічні винаходи і раціональні виробничі процеси". Завдяки раціональності і економічній діяльності *прибутковій* підприємства стають *передумовою загального добра*. Характерні якості підприємливої людини — це здатність і готовність:

- виявити ініціативу;
- прийняти рішення;
- не жаліти себе;
- йти на ризик;
- розуміти ринок і його розвиток;
- прагнути до нововведень;
- керувати людьми;

і особливо:

- надихати співробітників і координувати їх роботу.

Передбачається здатність і готовність до соціально-лояльного спілкування з іншими людьми: співробітниками, клієнтами, постачальниками, колегами і конкурентами, виробничими радами і профспілками.

Разом з тим для розкриття здібності підприємця успішно керувати своїм підприємством потрібна ціла низка суспільних, правових і політичних умов, які розглянуті нами під час аналізу соціального ринкового господарства, але які він сам не може визначити.

На практиці, зрозуміло, не завжди можна зустріти ідеальний тип підприємця. Між економічними і морально-етичними вимогами які висуваються до нього, помітне тертя. Нижче будуть розглянуті деякі складнощі підприємницької діяльності. Разом з тим мова піде про те, як забезпечити ідеальну відповідність вимогам, що висуваються підприємцю.

I. Тиск конкурентів

Сумлінна конкуренція серед підприємців — основа ринкового господарства. Тиск конкурентів — це стимул для вищої продуктивності праці у змаганні з конкурентами. Ринок не терпить недолугих підприємців, а їх підприємства оголошує банкрутами.

Тому зрозуміло, що багато хто пробує маніпулювати ринковими структурами. Так, підприємці не тільки намагаються покращити своє виробництво. Вони пробують розробити стратегію, яка б їх застрахувала від банкрутства. Сюди відноситься засекречування методів виробництва, патентування, диференціювання асортименту виробів, реклама. Всі ці прийоми повинні відповідати морально-етичним вимогам. Втім буває, що партнери, домовившись між собою, встановлюють ціни вищі за конкурентні. Таким засобом особливо користуються продавці так званих однорідних товарів, типу цементу, цегли, вугілля, сталі.

Отже, є ринки, на яких царює дух імітованої конкуренції. Втім, досконалий розвиток з тенденцією виникнення все більш диференційованих товарів і послуг "розколює" в тому числі і ринок, тим самим утруднюючи маніпуляції принципом конкуренції.

Всі прийоми, що підривають правила конкурентної боротьби, є безперспективними. Та все ж спокуса піти цим шляхом велика. Якось Рьопке відзначив: "Ринкова економіка для моралі — це згуба, якщо тільки відповідні положення і законодавство не забезпечують заслін багаточисельним спокусам на шляху підприємництва". Потрібні закони проти обмеження конкуренції (картельне право, контроль над злиттям, антитрестівські закони), трудове соціальне право. Тут вже на державу покладена розробка правил поведінки підприємців, які задовольняють потреби ринку. Принцип "pacta sunt servanda" ("Договори мають додержуватись") також є однією з передумов ефективно діючого ринкового господарства. Разом з тим державне регулювання має відповідати економічній системі, тобто воно не повинно спотворювати суть конкуренції. Саме так потрібно розуміти висловлювання відомого католицького соціолога Освальда фон Нелл-Бойнінга: "Найкраща економічна система, яка потребує найменшої моральної напруги".

Ще Шумпетер звернув увагу на те, що в естві кожного підприємця є схильність витіснити з ринку конкурентів і таким чином підривати основи ринкової системи, ефективність якої забезпечується якраз існуванням конкурентів. Разом з тим Шумпетер підкреслює, що недосконала конкуренція в деяких випадках може сприяти економічному розвитку. Інколи можна чути, що підприємці уникають конкуренції задля того, щоб через фіксований розподіл ринку отримати надмірні монопольні прибутки. В окремих випадках це, можливо, так і є. Разом з тим в реальному житті порушення принципів конкуренції не правило, а виняток. Переважна більшість підприємців щодня живе і діє за законами конкуренції. Тільки завдяки цьому в багатьох країнах Заходу були досягнуті важливі успіхи ринкового господарства.

2. Спокуса дирижизму

У дирижистських економічних системах держава безпосередньо впливає на економічний процес. Це може відбуватися по-різному:

- встановлення державних цін замість ринкових;
- розподілення квот на сировину чи імпорт;
- встановлення розмірів заробітної плати;
- концесії на якусь продукцію;
- дозвіл на відкриття підприємства.

Всі ці дирижистські заходи створюють перешкоди для вільної конкуренції, сприяють тим, хто користується державними субсидіями. Оскільки в цьому випадку ризикова

конкуренція неможлива, ті, хто користуються системою дирижизму, без особливих економічних зусиль можуть розраховувати на легкий прибуток.

Подібна система є бар'єром для економічного зростання, але разом з тим є значною спокусою для багатьох підприємців. Тільки цим можна пояснити те, що перш за все в країнах, що розвиваються, так звані підприємці, які ніякого права не мають так називатися, сприймають державний дирижизм як данину. Це означає, що створення структур в душі ринкової економіки — перш за все політичне завдання. Перспективно мислячі, розумні і відповідальні підприємці підтримують такі політичні зусилля, які стали реальністю в багатьох країнах Європи після закінчення останньої світової війни.

3. Тіньова економіка

Майже у всіх країнах в тій чи іншій мірі існує так звана тіньова економіка, яку ще називають чорним ринком. Мова йде про економічну діяльність, яка діє в країні *поза рамками законності*

Причиною цього майже завжди є нерозумно високі податки, які замість того, щоб сприяти приватній ініціативі, відверто подавляють її. Між іншим і забюрократизована регламентація здатна задушити приватну ініціативу, яка потім шукає вихід в тіньовій економіці. Ще більше це стосується меркантилістсько-дирижистськи організованих економічних структур. Існування тіньової економіки підтверджує існування невикористаного офіційною економікою значного потенціалу творчої підприємницької ініціативи.

Цікавий приклад тіньової економіки дає Перу. Ернавдо де Сото описав це явище у відомій в Латинській Америці книзі "Інший світ". Ця неформальна економіка є стихійна і творча реакція народу на нездатність меркантилістсько-дирижистськи організовану державну економічну політику.

Нормальний громадянин з невисокими прибутками не в змоззі сплатити легальну бюрократичну операцію, пов'язану з дозволом на відкриття навіть малесенького підприємства. В одному такому випадку в 1983 році на отримання дозволу знадобилося 289 днів, а пов'язані з цим витрати склали 32 мінімальні зарплати.

Ще більше дорогою справою виявлялась легальна купівля будинку. Щоб отримати від держави землю, на якій кілька незаможних сімей збиралися побудувати собі квартири, для проходження всіх міністерських і комунальних інстанцій потрібно було майже сім років. Навіть на відкриття звичайного вуличного кіоску, борячись з бюрократами, часто доводиться витратити більше місяця.

У своїй книзі де Сото показує, що до моменту проведення дослідження (1983. р.) ринкове господарство в Перу фактично не існувало. Тільки нелегальна самопомога населення за допомогою чорного ринку забезпечувала паростки ринкового господарства. Де Сото називає офіційну економіку "меркантилізмом", підкреслюючи, що для держави важливіше перерозподіляти національне багатство на користь привілейованої "еліти", тісно зв'язаної з державою, ніж створювати нове багатство. Одним словом — цей принцип проголошує: однобічний розподіл замість зростання. Щоденно з'являється майже 70 нових регламентацій. Кількість економічних законів і розпоряджень сягає понад півмільйона, з яких лише один відсоток прийнятий парламентом, а інші — виконавчими органами.

Чорний ринок — це відповідь має на існування малоефективної і несправедливої системи. Люди починають плювати на законність. Вони йдуть на вулицю і торгують всім, чим хочуть. Відкривають магазини, будують будинки на вільних ділянках.

Де Сото далекий від того, щоб ідеалізувати неформальний ринок. Скоріше навпаки. Він показує слабину і небезпеку такої нелегальної економіки, яка відмовляється від планування, в ім'я майбутнього і якій не вистачає правового захисту.

Ця ситуація склалася після 1940 року, коли сільське населення посунуло в міста не знаходячи там ні житла, ні роботи. Якщо в 1940 році в Лімі проживало 9 відсотків перуанського населення, то в 1981 році — вже 26 відсотків.

Незабаром тим, хто переселився в столицю, стало зрозумілим, що все їх життя — торгівля, виробництво, транспорт, споживання — мало шанс бути реалізованим тільки обставині беззаконня, яке, правда, не носило кримінального характеру. Це був акт взаємодопомоги в ім'я досягнення легальної мети: житлове будівництво, послуги і налагодження бізнесу. Перу стала країною, в якій 48 відсотків економічно активного населення і 61 відсоток всього робочого часу в неформальній сфері чорного ринку стали виробляти 39 відсотків валового соціального продукту. У своєму детальному дослідженні де Сото показує виникнення і функціонування неформального ринку будівництва, неформальної торгівлі і неформальної транспортної системи. Неформальні селища Ліми у 1982 році склали 42 відсотки всього житлового фонду. Вуличні крамарі також грали помітну роль з економічкому житті, У 1986 році в Лімі було 91455 торговців, більшість з яких займалася цим бізнесом нелегально. У транспортній сфері столиці в 1984 році 91 відсоток всіх транспортних засобів використано-увався знову ж таки нелегально.

Можете запитати, а яким чином це зв'язано з нашою темою "підприємець"? Акції самодопомоги населення притиснутого тяжким бюрократичним пресом, показують наскільки великий резерв творчих сил людей. Приклад Перу свідчить про те, що для розвитку ефективної економічної активності потрібні були мужність, готовність ризикувати, ініціатива і вигадка. Тут виявились задіяними саме *підприємницькі сили*. Втім, така нелегальна надзвичайна система господарювання не є ідеальною і бажаною, її продуктивність і здатність використовувати досягнення технічного прогресу нижчі, ніж вони могли бути в нормальних легальних умовах. Важливою причиною цього є відсутність загальної гарантії додержання законності як ознаки нормальної стабільної державності і передумови стійко функціонуючого ринкового господарства.

Перу — аж ніяк *не приклад для наслідування*. І все ж він показує, які підприємницькі сили здатна розбудити нормальна ринкова економіка. Разом з тим такий досвід може стати надихаючим для народів Східної Європи, які вирішили відмовитися від колишнього централізованого планового господарства і побудувати вільну економіку, що регулюється ринковими цінами.

4. Проблеми навколишнього середовища

Необмежена експлуатація навколишнього середовища ще кілька років тому уявлялася безпроблемною, абсолютно нормальною справою. Безтурботно викидалися в повітря відходи (димові і вихлопні гази), виплескувалася в море і річки підігріта і отруєна вода, виростали гігантські відвали породи. Між тим з'ясувалося, що навколишнє середовище не можна так експлуатувати безкінечно: тут теж діє економічний закон безмежності. Досить часто підприємцям нарікають на те, що вони не сприймають

природоохоронну проблематику, на них показують пальцем, як на головних винуватців тяжкого становища.

Треба сказати, що такий висновок не відповідає дійсності. Доки природокорнстування нічого не коштує, в самій думці про конкуренцію закладена нестримна експлуатація середовища і відмова від дорогих заходів по його захисту. Між тим багато хто з підприємців зрозумів, що конструктивна природоохоронна політика і для них набуває суспільнополітичного змісту. Це виявляється в багатьох дорогих і окремих ініціативах багатьох підприємств, а також в тому, що підприємці і їх об'єднання підтримують зусилля держави по впровадженню природоохоронних технологій. Системі ринкового господарства теж небайдужа мета — вирішити екологічні проблеми на основі правового регулювання, яке відповідає ринку. Як тільки природокорнстування перестане бути безкоштовним, стає можливим регулювання навантаження на навколишнє середовище за допомогою цінового механізму. Разом з тим важливо визнати, що суспільство повинно виявити істинну готовність до вирішення цієї проблематики. На практиці це означав необхідність підвищення цін на багато виробів, а також відмову від багатьох продуктів (упаковочний матеріал) і зручностей (наприклад, пляшки одноразового використання).

Тут відповідально діючий підприємець часто зіштовхується з важкою проблемою, яка вирішується тільки в загальноправовому контексті. Найголовніше при цьому те, що соціальна ринкова економіка здатна вирішувати і екологічні проблеми.

5. Керівництво персоналом

Класичні функції підприємця включають в себе оптимальне сполучення факторів виробництва з метою створення рентабельно функціонуючого підприємства, контроль за витратами і впровадження нововведень. Нині до цього додається одне важливе завдання — керівництво людьми. Це не тільки гуманний виклик співзвучний багаторічному гаслу "Людина на виробництві", але й, за загальним визнанням, важливе економічне завдання.

Керівництво підприємством — це значною мірою і керівництво людьми, що проявляється в стилі управління. Завдання цього стилю — стимулювання зростання виробництва.

Але успіху можна досягти тільки в тому випадку, якщо буде братися до уваги гідність працюючого на підприємстві персоналу. Адже люди не машини і не бездушні маріонетки. Тому все менше прихильників залишається у поширеного раніше *авторитарного стилю керівництва*, хоч і важко повністю обійтися без наказів (рішення) і підкорення (виконання). Відверто авторитарна поведінка далеко не завжди дає потрібні результати. Тому останнім часом все більшу популярність набирає кооперативний стиль керівництва: поряд з професійною компетентністю підприємець має володіти хистом комунікабельності. Кооперативний стиль керівництва, з точки зору моралі, це повага до співробітника на підприємстві з тим, щоб він відчув свою причетність і відповідальність за роботу. Головне, аби підприємець викликав довіру у своїх співробітників. Це означає:

- не давати пустих обіцянок;
- завжди виконувати обіцяне;
- краще промовчати, ніж казати неправду.

Це мислення, витримане в оперативному дусі, з самого початку було продиктоване не моральними категоріями, а міркуваннями рентабельності і економії витрат. З'ясувалася доцільність врахування фізичної і психологічної своєрідності індивідуумів на виробництві. Розсудливий і відповідальний підприємець знає, що його економічний стан залежить не тільки від машин, але в першу чергу від працюючих на підприємстві людей. Таку позицію не можна ставити на одну дошку з сентиментальним соціальним настроєм підириємця. Справа в тому, що однієї уваги до соціальних потреб і людського ставлення підприємця до співробітників дуже мало, щоб втриматися в конкурентній боротьбі з суперниками. Суть питання характеризується в сучасному підприємстві наступними вихідними моментами:

- інформування співробітників і їх мотивація;
- комунікація на рівні керівної ланки і між подібними ланками;
- делегування відповідальності;
- заохочення колективної праці;
- гуманізація і флексибілізація робочих місць, а також
- освіта і підвищення кваліфікації співробітників.

Сучасне управління виробництвом вимагає співучасті керівного персоналу. Колишній президент німецьких роботодавців Ганс Мартін Шлеєр якось сказав: "У суспільному процесі, який ми називаємо управлінням, спрямовуючий вольовий імпульс не може більше здійснюватися виключно зверху вниз. На перевагу одночасно заслуговує той рівень, з якого виходить ініціатива. Але і в цьому процесі ведені не повинні залишатися пасивними. Бажана їх участь у процесах прийняття рішень".

При всій справедливості твердження про бажаність і навіть необхідність соціально-етичної поведінки підприємця, все ж є об'єктивні перешкоди для того, щоб постійно так себе поводити. На шляху до цього часто постає критерій сторонності і природне технічне відчуження на підприємстві. Не дивлячись на добру волю, підприємцеві часто нелегко відмовитись від раціоналізації і механізації в інтересах конкуренції. В конкретному випадку свої рішення підприємець має звіряти з власною совістю. Здійснювати відповідальне керівництво людьми — справа непросте. Але це необхідно в інтересах підприємства і його співробітників. За твердженням Макса Вебера, продиктовані етикою дії можуть отримати світоглядно етичні орієнтири.

Виразником етики відповідальності можна вважати підприємця, який розуміє відповідальність за можливі наслідки своїх дій.

Недавно Спілка підприємців-католиків (СПК) виступила з пропозицією щодо змістовного боку діяльності підприємця в сучасному світі праці. Ця сфера об'єднує всі зусилля і процеси по організації людської праці таким чином, щоб гідність і розкриття особистості були співзвучні цілям сім'ї, підприємства і держави. В цьому плані нові можливості пов'язані з новаціями в економіці, техніці і суспільстві. Тим самим даються нові шанси для глибшого ніж раніше задоволення нових поглядів і справедливих побажань багатьох людей,

Важливими передумовами є *диференціація* і гнучкість мислення, Відмова від єдиних колективістських підходів і вибір на користь *більшої самостійності і - можливості співучасті у формуванні діючих процесів* кожним окремо і малими групами відповідає принципу субсидіарності католицького соціального вчення. Одночасно це означав прогрес в розвитку соціального ринкового господарства: *субсидіарність забезпечує основу для більшої свободи і відповідальності.*

6. Культура підприємництва

Ось уже протягом кількох років питання про культуру підприємництва, як у теорії, так і на практиці, досить широко дискутується в Північній Америці і Європі. Хоча в це доволі розпливчате поняття вкладається неоднаковий зміст, вихідним неодмінно є уявлення культурного світу як світу людського. Тому й не бракує найрізноманітніших спроб змінити сутність підприємництва таким чином, щоб яскраво вираженим механіко-раціональним процесам протистояла частка гуманізму.

В Європі поняття "культура підприємництва" не скрізь знаходить широкий відгук через звичку проводити водорозділ між певною духовною *культурою* і природничо-науково-технічною *цивілізацією*. Поняття "культура підприємництва" має особливо акцентувати етичні і поведінкові засади в діяльності підприємця. Для Петера Друкера ("Шанс підприємця", Дюссельдорф, 1987 р.) культура підприємництва — засіб легітимізації підприємницької влади через обґрунтування з допомогою справжніх цінностей уявлень.

Багато з уже сказаного раніше про соціально-етичну відповідальність підприємця повторюється в збірному понятті "культура підприємництва". Все ж не можна не бачити, що з цим поняттям нерідко пов'язані зловживання, бо воно використовується, як вивіска для соціального образу підприємця без належних висновків для фактичного управління підприємством. І все ж набирає розвитку дискусія про "культуру підприємництва", яка намагається принципово оцінити чергову позитивну спробу гуманізації сучасного підприємництва. Мова йде про те, яке місце в підприємницькій діяльності займуть традиційні і набуті цінності і навички. Це має призвести до осмислення суті підприємництва, акцентуючи в ньому відчуття спільноти. Показником культури підприємництва є також ставлення до пенсіонерів і соціальних конфліктних ситуацій, а також те, як розлучатися з співробітником, вимагаючи гідний людини стиль при вирішенні конфліктів.

Корпоративна ідентичність в її традиційному практичному розумінні ще не є культура підприємництва, навіть коли вона з допомогою дизайну і комунікативного стилю здатна надати підприємству відповідний імідж. Те, на що нездатна корпоративна ідентичність, має вирішальне значення для культури підприємництва, вона не може передавати зміст, хоча, між іншим, і не дуже до цього прагне.

Для культури підприємництва характерне те, що вона переборює суспільні конфлікти. Прикладом цього є дискусія з приводу дитячого харчування (фірма Нестле), або шкідливості асбесту (етерніту), чи проблеми екології. Відомий швейцарський спеціаліст з економіки і організації виробництва Ганс Ульріх вимагає "добровільного самообмеження в прагненні до егоїстичних ідеалів в ім'я загального добра". Хоча в окремо взятому випадку такий підхід може здатися проблематичним, все ж, певно, справедливо постає питання про відповідальність підприємця перед суспільством.

Дамо короткий огляд двох американських публікацій — "Корпоративна етика: головний актив бізнесу" і "Успішні американські компанії (в пошуках досконалості)". Вони роблять спробу ввести в практику культуру підприємництва.

7. Корпоративна етика

Організація американських підприємців США "Бізнес раундтейбл" в лютому 1988 року опублікувала доповідь "Політика і практика в поведінці компанії" під рубрикою

"Корпоративна етика: головний актив бізнесу". У центрі уваги дослідників опинилися сто компаній. З'ясувалося, що багато відомих компаній США вже давно керуються принципами "етичної поведінки". Кодекси етики (або поведінки) отримали широке розповсюдження, але лише останнім часом етичні проблеми і шляхи їх вирішення все активніше стали дискутуватися і в керівних ділових колах. Крім того, робляться рішучі спроби створення в корпораціях організаційних і структурних передумов "етичної політики і відповідних їй дій". Самою практикою доведено, що вирішальна роль в реалізації етичної політики корпорацій належить їх керівній ланці. Керівники корпорацій повинні однозначно заявити про свою приналежність принципам "етичної поведінки", підкріпивши це позитивним прикладом з особистої практики. Ця політика отримує в корпораціях різне втілення: директиви, заяви з роз'ясненням позиції, доповіді, заводські газети, а також конкретні практичні кроки. Приклад згаданих підприємств розвінчав міф про непримиримість протиріч між етикою і прибутком. Зростає також переконання в тому, що під час загострення конкуренції серйозна культура підприємництва, яка базується на етичних принципах, є особливою передумовою виживання і прибутковості підприємства.

Шмельдерс уже давно відзначав, що в північноамериканських корпораціях пробиває собі шлях певна тенденція до покращення "якості життя". Конкретні кроки в розумінні "корпоративної соціальної відповідальності" доводить, що корпорації розуміють повноту своєї суспільно-політичної відповідальності.

У доповіді про "Корпоративну етику" говориться, що більшість підприємств в повному обсязі сформулювало свої етичні принципи поведінки. Хоча в кожній галузі є свої правила поведінки, майже у всіх випадках основу складають такі питання:

- пристойність (чесність) і законослухняність;
- надійність і якість виробів;
- безпека і здоров'я людей на робочому місці;
- конфлікти інтересів і їх вирішення;
- практика робочих угод;
- чесність при збуті виробів;
- ставлення до постачальника;
- договірна практика;
- визначення цін і внутрішнім інформація при торгівлі цінними паперами;
- підкуп з метою отримання замовлень і володіння, інформацією;
- охорона навколишнього середовища.

Для реалізації етичних принципів на підприємстві особливого значення набуває обстановка відкритості в душі взаємного довір'я. За порушення етичних норм передбачається покарання, Виховний ефект досягається за допомогою гарного прикладу і похвали, а не покарання.

У 1987 році корпорація "Боїнг" прийняла нову редакцію "Основної лінії поведінки участі в бізнесі" на основі "Приналежності етичному менеджменту". Керівництво корпорації за власної ініціативи розробило ефективну етичну програму, яка добре зарекомендувала себе в складних громадських ситуаціях. Керівна ланка покликана турбуватися про те, щоб програма етичної поведінки користувалася підтримкою також керівників структурних підприємств і дочірніх підприємств корпорації.

Фірма "Дженерел Мілз" впевнена в тому, що гарно обслуговувати споживачів вкрай важливо. На її погляд, застосуванням фірмою етичних принципів і одночасно позитивна

ставлення до споживача не протирічить одне одному, а є двома сторонами одної медалі.

Фірма Х'юлетт Паккард (НР) надає особливого значення етичній поведінці своїх співробітників. Показовим є висловлювання одного з її керівників: "Нелегко пережити звільнення з НР, але якщо це етичний момент, вважайте, вас уже немає, перш ніж вам самим стало про це відомо". Щоб зберегти живий дух цінностей і етичних стандартів у роботі підприємства, необхідна постійно нагадувати про це в промовах, бесідах і зверненнях до співробітників.

У компанії "Нортон" з 1976 року діє "Комітет ради директорів з етики". Цей комітет є свідченням того, що кодекс поведінки має під собою серйозну базу. Комітет підтримує правління, якщо виникають якісь тертя, прагнучи об'єктивності при виникненні суперечок. Один головуючий зазначив: "Керівництво повинно використовувати комітет ради директорів, як свого роду дамоклів меч, що постійно нависає над операціями, готовий за першою вимогою вступити в якості третейського судді".

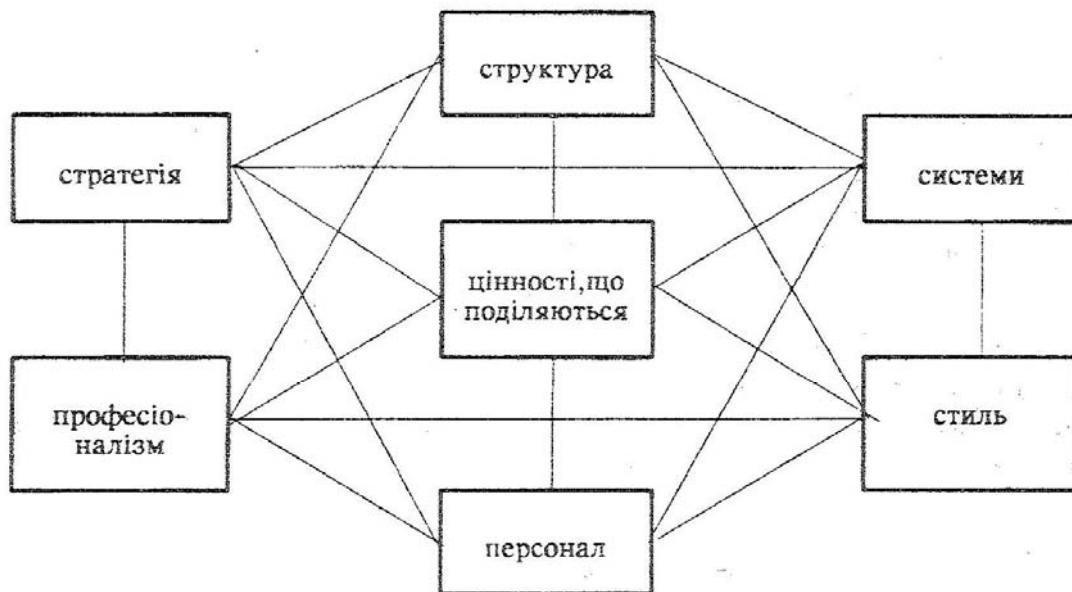
Хоча ці небагаточисельні приклади не відображають культури підприємства в найширшому значенні слова, вони все ж впевнено свідчать про серйозність зусиль великих підприємств по впровадженню етичних принципів у керівництво підприємством.

8. Успішно діючі американські компанії

У своєму бестселері "У пошуках досконалості" Петерс і Уотерман зробили предметом досліджень передумови успішної діяльності великих підприємств. Автори дійшли висновку, що суть закладена у взаємодію семи змінних величин:

- організаційна структура;
- стратегія;
- співробітники;
- стиль керівництва;
- системи і процеси;
- загальні ціннісні оцінки (культура);
- особливі ноу-хау.

Ці принципи були представлені у вигляді семичленної схеми, в центрі якої знаходяться "цінності, що поділяються" (shared values)



Визначальним для нашої схеми є центральне значення принципу "цінності, що поділяються". Саме вони складають *суть, підприємницької культури*. Це знову і знову зустрічається в багаточисельних працях. При цьому особлива роль відводиться відношенням між керівництвом і співробітниками. На успішно функціонуючих підприємствах до співробітників ставляться як до дорослих, до їх думки прислуховуються. Творчо мислячим співробітникам надається допомога для розробки власних ідей. При зовнішній примітивності у взаємозв'язках з іншими шести компонентами це насправді не так. Правильна керівництво персоналом хоч і є необхідною, втім, далеко не завжди достатньою передумовою успішного підприємництва.

І все ж: "цінності, що поділяються", переконлива культура підприємницької діяльності, що закладають основу для надійного успіху багатьох підприємств.

В завершення, мабуть, можна констатувати, що економічний успіх і етика не виключають, а скоріше зумовлюють одне одного. Орієнтована на мораль підприємницька ініціатива, що є свідомим і глибоким внеском в загальне благо, повинна випереджати державне регулювання. Етика ґрунтується на добровільності, а не на силованні.

Висновки

Революційні події, що відбулися у Східній Європі з кінця 1989 року, спонукають зробити висновок про взаємозв'язок економічної і політичної свободи. Вільні підприємці і підприємства, тобто свобода промислів у найширшому розумінні слова, є невід'ємними елементами демократії. Підприємці — це не якась привілейована каста, а важлива складова вільного суспільства. Показати це і було одним з головних завдань цієї книги.

Список використаної літератури

На шляху до нової культури праці. Задачі по організації підприємницької діяльності у світі праці, що змінюється: Тез. до 40-річчя СПК (Союз підприємців-католиків), зареєстр. об'єднання. — Вісбаден, 1989.

Бремсер Е., Юшеде Г., Юстен В. Менеджера у сімейному підприємстві: Форум для керівного складу. — Берлін, 1983.

Бріфс Г.А. Етичні проблеми у сучасному плюралістичному суспільстві // Огляд соціальної економіки. — 1957, Т. XV, №1,3. -

Корпоративна етика — головний актив бізнесу: Доп. про мету і практику у поведінці компаній // Бізнес Райндтейбл. — Нью-Йорк. 1988. № 2.

Де Сото Х. Інший світ. Невидима революція у третьому світі. — Нью-Йорк: Херпер енд Рой, 1989.

Ойкен В. Основи політекономії. — Йена: Густав Фішер, 1940.

Ойкен В. Основи економічної політики. — Тюбінген, 1975.

Хайек Ф.А. Індивідуалізм і економічний порядок. — Ерленбах; Цюрих; Ойген Ренч, 1952.

Хеффнер Й. Підприємець-католик у контексті майбутнього економічного порядку: Головн. доп. на сесії Союзу підприємців-католиків у Кенігсвінтері. 1949. 27 березня.

Хеффнер Й. Етика у підприємницькій діяльності. — Кельн; Бахем, 1956. (Серія публікацій Союзу підприємців-католиків, № 6).

Хеффнер Й. функції приватної власності у вільному світі: Із спец. випуску з економічних проблем вільного світу. До 60-річчя федерал, міністра економіки Людвіга Ерхарда. — Франкфурт: Фрітц Кнапп. С. 121—131.

Хеффнер Й. Економічний порядок і економічна етика: Основні напрямки католицького соціального вчення. — Бонн, 1985. (Голова конференції німецьких єпископів, 12).

Іоанн Павел II Енцикліка "Sollisitudo rei socialis" ("Турбуючись про соціальні проблеми"). Двадцять років після енцикліки "Populorum progressio" ("Прогрес народів"). — Бонн, 1987. (Публікації апостольського престолу, 82).

Кене Р. Автопортрет німецького підприємця: Легітимація і ідеал інституту. — Берлін: Дункер унт Гумблот, 1876.

Ле Гофф Й. Комерсанти і банкіри посередині. — Франкфурт-на-Майні: Фішер Ташенбух-ферлаг, 1989.

Месснер Й. Образ підприємця у католицькому соціальному вченні. — Кельн, 1968, (Праці з соціальної політики. 3).

Мюллер-Армак А. Стиль і сутність соціального ринкового господарства: Доп. на засіданні австрійського науково-економічного товариства в Бад-Ішлі, 28 серпня 1951 р. /7 Дослідження інституту економічної політики при Кельнському університеті. № 4.

Окенфельс В. Короткий курс католицького соціального вчення: Введення — не лише для менеджерів. — Трір: Паулінус, 1989. (Праці з соціальної політики. №31).

Офферман Т. Комуністичний маніфест // Лексикон соціалізму. — Кельн: Бунд, 1986. С. 375—377.

Петерс Т.Й., Уотерман Р.Х. У пошуках досконалості: 3 досвіду найуспішніше діючих компаній. — Нью-Йорк: Харпер енд Рой, 1982.

Пій XII. Виступ його Святійства Пія XII під час аудієнції Міжнародного союзу католицьких об'єднань підприємців. 1949. 7.05. — Кельн: Бахем.

Раушер А. Церква у світі: Праці з проблематики християнської соціальної відповідальності: В. 2 т. — Вюрцбург: Ехтер, 1988.

Редліх Ф. Підприємець як "демонічна" фігура // Підприємець: Економічні і соціально-історичні дослідження. — Геттінген: Ванденхен унд Руп-рехт, 1964. С 44—73.

Редліх Ф. Підприємець // Словник суспільних наук. Т. 10. — Геттінген, 1959.

Рьопке З. Кризис колективізму. — Мюнхен: Курт Деш, 1947.

Рьопке В. Чівітас тумана, Основні питання соціально-економічної реформи. — Берн: Пауль Гаупт, 1979.

Росс Л. (Вид. Ватрін). Етика підприємця, — Трір: Паулінус, 1988. (Праці з соціальної політики. № 30),

Росс Л. (Вид.) Голос церкви з економічних проблем (Кардинал Йозеф Хеффнер, Кардинал Йозеф Ратцінгер. Папа Іоанн Павел II). — Кельн: Бахем, 1986. (Праці з соціальної політики. № 26.).

Рюгг Й. Розвиток підприємництва у полі напруги комплексності і етики.— Берн: Пауль Гаупт. 1989.

Шлеер Г.М. Соціальна модель // Застереження і зобов'язання — Ганс Мартін Шлеер (Урочистості і виступи з приводу десятиріччя від дня смерті. Свідчення життя про свободу і соціальний мир). — Кельн: Бахем, 1987. С. 49—74.

Шлеер Г.М. Підприємець і політика // Застереження і зобов'язання — Ганс Мартін Шлеер (Урочистості і виступи з приводу десятиріччя від дня смерті. Свідчення життя про свободу і соціальний мир). — Кельн: Бахем, 1987. С. 190—192.

Шмельдерс Г. Підприємець в економіці і суспільстві // Творчий характер дії (про талант підприємця): Ювілейне видання на честь Людвіга Еккеса.— Віттенберг: Науман, 1978. С. 127—135.

Шмельдерс Г. (Вид.) Погляд на підприємництво у світі. — Бергіш Глад-бах: Густав Люббе, 1971.

Шекк Х. Заздрість. Теорія суспільства. — Фрайбург, Мюнхен: Карл Альбер.

Шрейбер В. Про систему соціального захисту. — Кельн: Бахет, 1971.

Шумпетер. Й.А. Теорія економічного розвитку: Дослідження про підприємницькі прибутки, капітал, кредит, процент і економічний цикл. — Берлін: Дункер унт Хумблот, 1926.

Ульріх Х., Пробст Г. Й. Б. Керівництво до цілісного мислення і дії: Для керівних кадрів. — Берн: Пауль Гаупт, 1988,

Охорона навколишнього середовища і ядерна енергетика: Основні ідеї по відповідальному використанню сучасної техніки. — Трір: Паулінус, 1990 (Виступ у дебатах. № 12).

Вебер М. Політика як професія: Репринт. — Берлін: Дункер унт Хумблот, 1978.

Вебер В. Підприємець. — Кельн: Ханштейн, 1973.

Вебер В., Месснер Й., Раушер А., Розен Л. II Економія Гумана. Економіка і суспільство на II Ватиканському Соборі: Публікація Міжнародного фонду Гуманум. — Кельн: Бахем, 1968.

Вебер В., Шрейбер В., Раушер А. II Собор до питання про економічне суспільство: Пасторська конституція про місце церкви у сучасному світі. — Мюнстер: Регенсберг, 1966.

Верхан П.Х. Образ людини, образ суспільства і уявлення про науку у сучасному вченні про організацію і економіку виробництва. — Берн: Пауль Гаупт, 1989.

Верхан П.Х. Церква — Економіка: Діалог у волі напруги їх духовних основ. Пасторське послання американських єпископів з проблем економіки. — Кельн, 1986. Праці з питань соціальної політики і політики в галузі освіти).

Образ підприємця очима німців // Віртшафтсвохе. 1983. Частина I. № 10, 21, 43. С 64—84.

Образ підприємця очима німців // Віртшафтсвохе. 1983. Частина II. № 10, 28, 44. С. 60—66.

Образ підприємця очима німців // Віртшафтсвохе. 1983. Частина III. № 4, 11, 45. С. 68—76.

Про автора

Петер Х. Верхан, 1913 року народження, дипломований економіст, доктор політичних наук, почесний доктор. Після закінчення навчання займався сімейною справою "Вілг. Верхан". Був членом головної наглядової ради багатьох фірм у найрізноманітніших галузях: вугільній, гірничій, електротехнічній промисловості, торгівлі харчовими продуктами, житловому будівництві. З 1960 по 1964 рік обирався президентом Міжнародного об'єднання підприємців-християн. Співзасновник Спільноти підприємців-католиків.