

УДК 65.011



---

**О.Л. Тоцька**

*Доцент кафедри менеджменту Інституту економіки та менеджменту Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки, кандидат економічних наук, м. Луцьк*

---

## СОЦІОЛОГІЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВИКОРИСТАННЯ ХРИСТИЯНСЬКИХ ЗАСАД В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Проведено аналіз результатів соціологічного опитування “Менеджмент підприємства на засадах християнської моралі”. Визначено ставлення підприємців до кредиторів, інвесторів, орендодавців, постачальників, клієнтів, конкурентів, держави, найманих працівників і бізнесу.

**Ключові слова:** соціологічне дослідження, підприємницька діяльність, підприємці, християнські засади, відносини

**Постановка проблеми.** Згідно з Господарським кодексом України підприємництво здійснюється на основі таких принципів:

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

Водночас основна книга християн — Біблія дає низку життєвих рекомендацій, якими підприємці також можуть керуватися у своїй професійній діяльності. У праці [2] нами на основі детального аналізу відповідних текстів було визначено біблійні засади підприємництва.

Однак цікаво буде з'ясувати, чи відповідає сучасний менеджмент підприємництва християнському вченню та якою мірою вони узгоджуються.

*Аналіз останніх досліджень із цієї проблеми.* В Україні за останні роки проведено низку соціологічних досліджень різних аспектів підприємницької діяльності. Зокрема, Л.В. Беззубко та Б.І. Беззубко проаналізували результати соціологічного дослідження міжсекторної взаємодії підприємців, органів влади і місцевого самоврядування та громадських організацій у м. Макіївці Донецької області [3]. Цільовою групою стали представники малого підприємництва міста, і в опитуванні взяли участь 80 підприємців.

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

О.В. Коловоротна проаналізувала громадську думку представників малого й середнього бізнесу щодо ефективності надання адміністративних послуг органами державної податкової служби [5]. Об'єктом дослідження стали 728 платників податків з Києва та Київської області. В іншій праці О.В. Коловоротна провела діагностику взаємовідносин податкової служби та представників малого й середнього бізнесу, визначила основні якості працівників податкових органів, що безпосередньо впливають на стосунки між податківцями та підприємцями [6]. Об'єктом опитування були підприємці — платники податків.

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

О.В. Мазурик проаналізував результати анкетного опитування 296 підприємців, проведеного в листопаді — грудні 2008 р. з метою вивчення стану та перспектив розвитку малого бізнесу в м. Донецьку [8].

Дослідження, проведене Ю.В. Максимцем, було спрямовано на те, щоб вивести типову характеристику підприємців і вивчити характерні ознаки підприємців сьогодення [9].

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

Проте комплексного соціологічного дослідження використання підприємцями моральних засад професійної діяльності здійснено не було. Тому нашою *метою* є аналіз результатів соціологічного опитування “Менеджмент підприємництва на засадах християнської моралі”. Для її реалізації потрібно розв'язати такі *завдання*:

- 1) дослідити відносини респондентів із кредиторами, інвесторами й орендодавцями;
- 2) визначити їхнє ставлення до постачальників;
- 3) вивчити відносини опитуваних із клієнтами;
- 4) охарактеризувати їхнє ставлення до конкурентів;
- 5) дослідити відносини респондентів із державою;
- 6) розглянути їхні стосунки з найманими працівниками;
- 7) вивчити особисте ставлення опитуваних до бізнесу;
- 8) охарактеризувати респондентів.

*Виклад основного матеріалу.* В організованому нами анкетному опитуванні, яке здійснювали студенти-соціологи та менеджери Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки в листопаді — грудні 2012 р., взяли участь 84 особи — власники та директори (керівники) підприємств, а також фізичні особи-підприємці, які мають найманих працівників. Опитування проводилося в п'яти областях України (детальніше див. табл. 1).

**Таблиця 1. Розподіл респондентів за місцем проведення опитування**

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

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

1. Відносини з кредиторами, інвесторами, орендодавцями (дванадцять запитань).
2. Відносини з постачальниками (три запитання).

3. Відносини з клієнтами (шість запитань).
4. Відносини з конкурентами (п'ять запитань).
5. Відносини з державою (шість запитань).
6. Відносини з найманими працівниками (шість запитань).
7. Особисте ставлення до бізнесу (вісім запитань).
8. Відомості про респондента (чотири запитання).

Розподіл відповідей респондентів на запитання блоку 1 “Відносини з кредиторами, інвесторами, орендодавцями” наведено у табл. 2.

**Таблиця 2. Розподіл респондентів за відповідями на запитання блоку 1**

Запитання та відповіді на них	Кількість відповідей	Частка від загальної кількості, %
1	2	3
1. Чи брали Ви кредит у банку (кредитній спілці, іншій організації) або у приватної особи на ведення бізнесу?		
Так	38	45,24
Ні	46	54,76
2. Чи завжди Ви вчасно та в повному обсязі сплачували тіло кредиту і відсотки за користування ним?		
Так	25 з 38	65,79
Ні	12 з 38	31,58
Не відповіли	1 з 38	2,63
3. Якою в середньому була затримка при сплаті тіла кредиту та відсотків за користування ним?		
Кілька днів	6 з 12	50,00
Кілька тижнів	4 з 12	33,34
Кілька місяців	1 з 12	8,33
Більш як рік	1 з 12	8,33
4. Від кого (чого) залежали причини, через які Ви несвоечасно або не в повному обсязі сплачували тіло кредиту та відсотки за користування ним?		
Від мене (суб'єктивна причина)	1 з 12	8,33
Від обставин (об'єктивна причина)	11 з 12	91,67
5. Чи використовували Ви кошти, отримані в кредит, не за цільовим призначенням?		
Так	9 з 38	23,68
Ні	19 з 38	50,00
Відмовляюся відповідати на запитання	10 з 38	26,32
6. Чи залучали Ви кошти інвесторів (фізичних або юридичних осіб) для ведення бізнесу?		
Так	31	36,90
Ні	53	63,10
7. Чи використовували Ви кошти інвесторів не за цільовим призначенням?		
Так	6 з 31	19,36
Ні	21 з 31	67,74
Відмовляюся відповідати на запитання	4 з 31	12,90
8. Чи брали Ви в оренду землю, приміщення, обладнання тощо?		
Так	50	59,52
Ні	34	40,48

## Закінчення таблиці 2

1	2	3
9. Чи завжди Ви вчасно та в повному обсязі вносили орендну плату?		
Так	35 з 50	70,00
Ні	15 з 50	30,00
10. Якою в середньому була затримка при внесенні орендної плати?		
Кілька днів	10 з 15	66,67
Кілька тижнів	5 з 15	33,33
Кілька місяців	0 з 15	0,00
Більш як рік	0 з 15	0,00
11. Чи траплялося під час користування орендованим майном його псування?		
Так	5 з 50	10,00
Ні	45 з 50	90,00
12. Чи відшкодовували Ви завдані збитки власникам орендованого майна?		
Так	4 з 5	80,00
Ні	1 з 5	20,00

На нашу думку, дотримуватися християнських засад у відносинах із кредиторами, інвесторами, орендодавцями означає:

1) використовувати позичені (інвестовані) кошти за цільовим призначенням — пор.: “Покликавши десятох рабів своїх, дав їм десять мін і сказав їм: пустіть їх у діло, поки я повернусь” (Лк 19, 13);

2) дбати про орендоване майно, як про власне — пор.: “І якщо в чужому не були вірні, ваше хто вам дасть?” (Лк 16, 12).

Дослідимо, як сучасні підприємці ставляться до чужих коштів і майна. Як бачимо, майже половина опитаних (45,24 %) скористалися кредитом, тобто будували свій бізнес із залученням чужих коштів. Близько третини позичальників (31,58 %) не завжди вчасно та в повному обсязі сплачували тіло кредиту і відсотки за користування ним, хоча в більшості випадків такі затримки були від кількох днів (50,00 %) до кількох тижнів (33,34 %). Слід зазначити, що в більшості випадків (91,67 %) причини цього залежали від зовнішніх обставин, тобто були об’єктивними. Водночас кожен другий позичальник або підтвердив нецільове використання кредитних коштів (23,68 %), або відмовився відповідати на це запитання (26,32 %), ймовірно, бажаючи приховати, що такий факт мав місце.

Трохи більше третини опитаних (36,90 %) залучали для ведення бізнесу кошти інвесторів. Слід зазначити, що 16 респондентів (19,05 %) користувалися одночасно і кредитами, й інвестиціями. Проте майже кожен третій підприємець допустив нецільове використання залучених коштів інвесторів (19,36 %) або відмовився відповідати на це запитання (12,90 %), можливо, приховуючи такий факт.

Більш як половина опитаних (59,52 %) брали в оренду землю, приміщення, обладнання, тобто чуже майно. Майже третина з них (30,00 %) не завжди вчасно та в повному обсязі вносили орендну плату, хоча в усіх випадках такі затримки становили від кількох днів (66,67 %) до кількох тижнів (33,33 %). Під час користування орендованим майном його псування трапилось у кожного десятого опитаного (10,00 %), але більшість з них (80,00 %) відшкодовували завдані збитки власникам.

Відповіді респондентів на запитання блоку 2 “Відносини з постачальниками” систематизовано у табл. 3.

**Таблиця 3. Розподіл респондентів за відповідями на запитання блоку 2**

Запитання та відповіді на них	Кількість відповідей	Частка від загальної кількості, %
<b>13*. Чи завжди Ви вчасно та в повному обсязі розраховувались із постачальниками?</b>		
Так	67	79,76
Ні	17	20,24
<b>14. Якою в середньому була затримка при розрахунку із постачальниками?</b>		
Кілька днів	8 з 17	47,06
Кілька тижнів	9 з 17	52,94
Кілька місяців	0 з 17	0,00
Більш як рік	0 з 17	0,00
<b>15. Від кого (чого) залежали причини, через які Ви несвоєчасно або не в повному обсязі розраховувались із постачальниками?</b>		
Від мене (суб'єктивна причина)	4 з 17	23,53
Від обставин (об'єктивна причина)	13 з 17	76,47

\*Нумерація запитань анкети є наскрізною (від 1 до 50).

На нашу думку, будувати відносин із постачальниками на біблійних засадах означає:

1) не укладати сумнівних угод — пор.: “Не обманюйтесь: лихі товариства псують добрі звичаї” (1 Кор. 15, 33);

2) дотримуватися домовленостей — пор.: “Нехай буде слово ваше: “так — так”; “ні — ні”, а що зверх цього, те від лукавого” (Мф 5, 37);

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

З'ясуємо ставлення сучасних підприємців до постачальників. Як бачимо, приблизно кожен п'ятий респондент (20,24 %) не завжди вчасно та в повному обсязі розраховувався з постачальниками, хоча в усіх випадках такі затримки були від кількох днів (47,06 %) до кількох тижнів (52,94 %). Слід зазначити, що в більшості випадків (76,47 %) причини, через які це відбувалося, залежали від зовнішніх обставин, тобто були об'єктивними.

Відповіді респондентів на запитання блоку 3 “Відносини з клієнтами” систематизовано в табл. 4.

**Таблиця 4. Розподіл респондентів за відповідями на запитання блоку 3**

Запитання та відповіді на них	Кількість відповідей	Частка від загальної кількості, %
1	2	3
<b>16. Чи виробляли (збували) Ви неякісну продукцію або продукцію, яка шкодить здоров'ю людей і довкіллю (цигарки тощо)?</b>		
Так	15	17,86
Ні	60	71,43
Відмовляюся відповідати на запитання	9	10,71
<b>17. Чи завжди покупці Вашої продукції отримували ту її кількість (обсяг), за яку вони заплатили?</b>		
Так	70	83,33

## Закінчення таблиці 4

1	2	3
Ні	4	4,76
Відмовляюся відповідати на запитання	8	9,52
Не відповіли	2	2,39
18. Чи завжди Ви вчасно виконували замовлення (виготовлення та доставку продукції)?		
Так	70	83,33
Ні	14	16,67
19. Якою в середньому була затримка при виконанні замовлення?		
Менше ніж година	3 з 14	21,43
Година й більше	2 з 14	14,28
Кілька днів	6 з 14	42,86
Кілька тижнів	3 з 14	21,43
Кілька місяців	0 з 14	0,00
Більш як рік	0 з 14	0,00
20. Чи допускали Ви неточність у розрахунку з клієнтами?		
Так	15	17,86
Ні	60	71,43
Відмовляюся відповідати на запитання	7	8,33
Не відповіли	2	2,38
21. Чи до всіх клієнтів Ви ставились однаково ввічливо?		
Так	66	78,58
Ні	10	11,90
Відмовляюся відповідати на запитання	8	9,52

Християнськими засадами відносин із клієнтами, на нашу думку, є такі:

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

2) кількість (обсяг) проданої продукції має відповідати кількості (обсягу) купленої — пор.: “Невірні терези — мерзота перед Господом, але правильна вага угодна Йому” (Притч. 11, 1);

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

4) не обраховувати — пор.: “І сказав їм: дотримуйтеся того, що чуєте: якою мірою міряєте, такою відмірено буде вам, тим, що слухають” (Мк 4, 24);

5) до всіх клієнтів ставитись однаково ввічливо — пор.: “А коли робите, дивлячись на особу, то гріх чините ...” (Як. 2, 9).

Вивчимо відносини сучасних підприємців із клієнтами. Як бачимо, приблизно кожен четвертий респондент виробляв (збував) неякісну чи шкідливу продукцію (17,86 %) або відмовився відповідати на це запитання (10,71 %), ймовірно, прагнучи приховати, що такий факт мав місце. Майже кожен десятий не завжди надавав покупцям продукцію в тій кількості (обсязі), за яку вони заплатили (4,76 %) або відмовився

відповідати на це запитання (9,52 %), також, імовірно, приховуючи, що таке траплялося. Майже кожен п'ятий опитаний (16,67 %) не завжди вчасно виконував замовлення, хоча в усіх випадках такі затримки тривали менш як годину (21,43 %), годину й більше (14,28 %), кілька днів (42,86 %) чи кілька тижнів (21,43 %). Загалом майже кожен четвертий підприємець припускався неточностей у розрахунку з клієнтами (17,86 %) або відмовився відповідати на це запитання (8,33 %), можливо, аби приховати, що такий факт мав місце. І приблизно кожен п'ятий не до всіх клієнтів ставився однаково ввічливо (11,90 %) або відмовився відповідати на це запитання (9,52 %), також, імовірно, приховуючи, що такі випадки траплялися.

Відповіді респондентів на запитання блоку 4 “Відносини з конкурентами” систематизовано в табл. 5.

Таблиця 5. Розподіл респондентів за відповідями на запитання блоку 4

Запитання та відповіді на них	Кількість відповідей	Частка від загальної кількості, %
<b>22. Чи використовували Ви нечесні методи для заволодіння бізнесом конкурентів?</b>		
Так	11	13,09
Ні	59	70,24
Відмовляюся відповідати на запитання	14	16,67
<b>23. Чи шкодили Ви репутації конкурентів?</b>		
Так	14	16,67
Ні	60	71,43
Відмовляюся відповідати на запитання	10	11,90
<b>24. Чи завдавали Ви шкоди майну конкурентів?</b>		
Так	0	0,00
Ні	77	91,67
Відмовляюся відповідати на запитання	7	8,33
<b>25. Чи переманювали Ви клієнтів від конкурентів до себе?</b>		
Так	40	47,62
Ні	32	38,10
Відмовляюся відповідати на запитання	12	14,28
<b>26. Чи переманювали Ви працівників від конкурентів до себе?</b>		
Так	15	17,86
Ні	60	71,43
Відмовляюся відповідати на запитання	9	10,71

На нашу думку, будувати відносини з конкурентами на біблійних засадах — це не бажати заволодіти бізнесом інших підприємців, включно з клієнтами та майном, пор.: “Коли око твоє спокушає тебе, вирви його і кинь від себе: краще тобі з одним оком у життя увійти, аніж з двома очима бути вкинутим у геєну вогненну” (Мф 18, 9).

Охарактеризуємо ставлення сучасних підприємців до конкурентів. Як бачимо, майже кожен третій респондент використовував нечесні методи для заволодіння бізнесом конкурентів (13,09 %) або відмовився відповідати на це запитання (16,67 %), ймовірно, приховуючи, що такий факт мав місце. Приблизно кожен четвертий шкодив репутації конкурентів (16,67 %) або відмовився відповідати на це запитання (11,90 %),



також, можливо, аби приховати, що такі випадки траплялися. Майже кожен десятий підприємець (8,33 %) відмовився відповідати на запитання про те, чи завдавав він шкоди майну конкурентів. Близько двох третин респондентів переманювали клієнтів від конкурентів до себе (47,62 %) або відмовилися відповідати на це запитання (14,28 %), ймовірно, бажаючи приховати такі факти. Приблизно кожен четвертий переманював працівників від конкурентів до себе (17,86 %) або відмовився відповідати на це запитання (10,71 %), також, можливо, приховуючи, що такі випадки були.

Відповіді респондентів на запитання блоку 5 “Відносини з державою” систематизовано в табл. 6.

**Таблиця 6. Розподіл респондентів за відповідями на запитання блоку 5**

Запитання та відповіді на них	Кількість відповідей	Частка від загальної кількості, %
<b>27. Чи завжди Ви своєчасно сплачували податки, збори та мито?</b>		
Так	73	86,90
Ні	11	13,10
<b>28. Якою в середньому була затримка при сплаті податків, зборів і мита?</b>		
Кілька днів	7 з 11	63,64
Кілька тижнів	2 з 11	18,18
Кілька місяців	1 з 11	9,09
Більш як рік	1 з 11	9,09
<b>29. Чи завжди Ви сплачували податки, збори та мито в повному обсязі?</b>		
Так	69	82,14
Ні	11	13,10
Відмовляюся відповідати на запитання	4	4,76
<b>30. Чи сплачували б Ви податки, збори та мито в повному обсязі, якби їхні ставки було знижено?</b>		
Так	14 з 15	93,33
Ні	0 з 15	0,00
Не відповіли	1 з 15	6,67
<b>31. Вкажіть відсоткову ставку податку на прибуток або єдиного податку, за якої Ви б не приховували доходів від держави.</b>		
Податок на прибуток: _____ %		
Єдиний податок: _____ %		
<b>32. Чи готові Ви збільшувати відрахування до бюджету при зростанні Ваших прибутків?</b>		
Так	38	45,24
Ні	26	30,95
Відмовляюся відповідати на запитання	18	21,43
Не відповіли	2	2,38

На нашу думку, дотриманням християнських засад у відносинах підприємців із державою є своєчасна та в повному обсязі сплата податків, зборів, мита — пор.: “Отже, віддавайте всім належне: кому податок — податок; кому данину — данину; кому страх — страх; кому честь — честь” (Рим. 13, 7).

Дослідимо відносини респондентів із державою. Як бачимо, більшість опитаних (86,90 %) своєчасно сплачували податки, збори та мито.

У несумлінних платників затримки переважно становили від кількох днів (63,64 %) до кількох тижнів (18,18 %). Майже кожен п'ятий підприємець сплачував податки, збори та мито не в повному обсязі (13,10 %) або відмовився відповідати на це запитання (4,76 %), ймовірно, приховуючи, що такі випадки траплялися. Водночас більшість опитаних (93,33 %) здійснювала б зазначені платежі у повному обсязі, якби було знижено їхні ставки. Респонденти вказали такі відсоткові ставки, за яких вони б не приховували доходів від держави: для податку на прибуток — 1, 2, 3, 5, 5, 5, 7, 8, 10; для єдиного податку — 5, 5, 9, 35. Майже половина підприємців зазначили, що не готові збільшувати відрахування до бюджету при зростанні своїх прибутків (30,95 %) або відмовилися відповідати на це запитання (21,43 %).

Відповіді респондентів на запитання блоку 6 “Відносини з найманими працівниками” систематизовано в табл. 7.

Таблиця 7. Розподіл респондентів за відповідями на запитання блоку 6

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

На нашу думку, спиратися на біблійні засади у відносинах із найманими працівниками означає своєчасно та в належному обсязі ви-

плачувати їм заробітну плату — пор.: “... бо той, хто трудиться, достойний нагороди своєї” (Мф 10, 10).

Визначимо ставлення сучасних підприємців до найманих працівників. Як бачимо, чверть опитаних (25,00 %) не завжди вчасно виплачували заробітну плату найманим працівникам, хоча в усіх випадках такі затримки становили від кількох днів (61,90 %) до кількох тижнів (38,10 %). Приблизно кожен десятий респондент (13,10 %) не завжди виплачував заробітну плату найманим працівникам у повному обсязі. Слід зазначити, що в більшості випадків причини, через які це відбувалося, залежали або від самих працівників (21,74 %), або від зовнішніх обставин (56,52 %), тобто були об’єктивними. Більшість опитаних використовували щодо найманих працівників заохочення за хорошу роботу (85,71 %) та стягнення за погану (67,86 %).

Відповіді респондентів на запитання блоку 7 “Особисте ставлення до бізнесу” систематизовано в табл. 8.

Таблиця 8. Розподіл респондентів за відповідями на запитання блоку 7

Запитання та відповіді на них	Кількість відповідей	Частка від загальної кількості, %
1	2	3
<b>39. Чи витрачаєте Ви частину свого прибутку на доброчинність?</b>		
Так	38	45,24
Ні	46	54,76
<b>40. Чи повідомляєте Ви про свою доброчинність (через ЗМІ або особисто)?</b>		
Так	3 з 38	7,89
Ні	35 з 38	92,11
<b>41. Яку частину свого прибутку (у відсотках) Ви витрачаєте на доброчинність?</b>		
Менше ніж 5	25 з 38	65,79
5—10	11 з 38	28,95
11—25	2 з 38	5,26
26—49	0 з 38	0,00
50 і більше	0 з 38	0,00
<b>42. Яку частину свого прибутку (у відсотках) Ви витрачаєте на свою родину?</b>		
Менше ніж 5	5	5,95
5—10	13	15,48
11—25	19	22,62
26—49	27	32,14
50 і більше	19	22,62
Не відповіли	1	1,19
<b>43. Яку частину свого прибутку (у відсотках) Ви вкладаєте в розвиток бізнесу?</b>		
Менше ніж 5	1	1,19
5—10	8	9,52
11—25	32	38,10

Закінчення таблиці 8

1	2	3
26—49	29	34,52
50 і більше	14	16,67
44. На кого найбільше Ви покладаєтесь при виникненні труднощів у бізнесі?		
На себе	46	54,76
На родину, друзів, знайомих	25	29,76
На Бога	9	10,71
Інший варіант відповіді	1	1,19
Дали дві відповіді	3	3,58
45. Чи є Ви християнином (християнкою)?		
Так	78	92,86
Ні	6	7,14
46. Чи будете Ви свій бізнес на християнських засадах (біблійних заповідях тощо)?		
Так	39 з 78	50,00
Ні	39 з 78	50,00

На нашу думку, дотримуватися християнських засад в особистому ставленні підприємців до бізнесу означає:

1) допомагати дітям та онукам — пор.: “Добрий залишає спадщину й онукам, а багатство грішника зберігається для праведного” (Притч. 13, 22);

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

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

4) не впадати у відчай, коли бізнес у скруті — пор.: “З великою радістю приймайте, браття мої, коли підпадаєте різним спокусам, знаючи, що випробування вашої віри дає терпіння; терпіння ж повинне мати досконалу дію, щоб ви були досконалі в усій повноті без усякого недоліку” (Як. 1, 2—4).

Вивчимо особисте ставлення сучасних підприємців до бізнесу. Приблизно половина опитаних (45,24 %) витрачають частину свого прибутку на доброчинність. Слід зазначити, що надають цьому розголосу лише ті підприємці (7,89 %), пожертви яких становлять від 5 до 25 % прибутку, тобто значні суми. Хоча в більшості випадків (65,79 %) благодійники віддають на доброчинність менше ніж 5 % прибутку. Водночас майже 80 % респондентів витрачають понад 10 % прибутку на свою родину, а близько 90 % вкладають більш як 10 % прибутку в розвиток бізнесу. Попри те, що серед опитаних переважають християни (92,86 %),

при виникненні труднощів у бізнесі найбільше покладається на Бога тільки приблизно кожен десятий (10,71 %), а буде свій бізнес на християнських засадах рівно половина (50,00 %) підприємців. Слід зауважити, що деякі респонденти (3,58 %) дали по дві відповіді, а саме: у важких обставинах покладаються як на Бога, так і на себе, або родину, друзів, знайомих. Один підприємець (1,19 %) при виникненні труднощів найбільше покладається на співвласника. Цікавим фактом виявилося те, що жоден з тих респондентів, хто належить до інших віросповідань, не витрачає частину свого прибутку на добродійність.

Інформацію, надану опитаними у блоці 8 “Відомості про респондента”, систематизовано у табл. 9.

**Таблиця 9. Розподіл респондентів за соціально-демографічними характеристиками блоку 8**

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

Охарактеризуємо підприємців, що взяли участь в опитуванні. Як бачимо, кількість чоловіків (53,57 %) і жінок (46,43 %) відрізняється незначно. Вік усіх респондентів не перевищував 55 років. Більшість опитаних є фізичними особами — підприємцями (53,57 %), менше власників (28,57) або директорів (керівників) підприємств (17,86 %). Рівно половина респондентів (50,00 %) мають у підпорядкуванні до 10 найманих працівників включно; 38,10 % підприємців управляють персоналом, чисельністю від 11 до 50 осіб, 10,71 % — від 51 до 155 осіб.

Проведене дослідження дає змогу зробити певні висновки. Хоча більшість опитаних підприємців є християнами, вони не завжди будують бізнес на християнських засадах. В їхній діяльності спостерігалися такі негативні вчинки:

- 1) нецільове використання кредитних та інвестиційних коштів;
- 2) несвоєчасні й неповні розрахунки з кредиторами, орендодавцями, постачальниками, державою та найманими працівниками;
- 3) вироблення неякісної чи шкідливої продукції, невчасне виконання замовлення, обважування, обраховування, неввічливе ставлення до клієнтів;
- 4) використання нечесних методів для заволодіння бізнесом конкурентів, завдання шкоди репутації та, можливо, майну останніх, переманювання клієнтів і працівників від конкурентів до себе.

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

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

На нашу думку, християнські засади підприємництва потрібно пропагувати через засоби масової інформації, підтримувати та заохочувати на державному рівні. Адже якщо всі підприємці та представники інших професій будуватимуть своє професійне й особисте життя на засадах добра, любові, братерства, чесності та порядності, то в нашій державі запанують мир, спокій і благодать Божа.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Господарський кодекс України від 16 січня 2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс] // Законодавство України. — Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/436-15/page2>.
2. *Тоцька О.Л.* Біблійні засади підприємництва / О.Л. Тоцька // Вісн. Львів. ун-ту. — Сер. : Екон. — 2009. — Вип. 42. — С. 254—261.
3. *Беззубко Л.В.* Взаємодія підприємців, органів влади та громадських організацій / Л.В. Беззубко, Б.І. Беззубко // Екон. вісн. Нац. техн. ун-ту України “Київський політехнічний інститут”. — 2009. — № 6. — С. 66—69.
4. *Коваліско Н.В.* Підприємницька поведінка жінок у регіональному вимірі / Н.В. Коваліско, Х.М. Береська // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. — 2012. — № 53. — С. 243—252.
5. *Коловоротна О.В.* Аналіз громадської думки підприємців малого та середнього бізнесу щодо ефективності діяльності податкових органів у сфері надання адміністративних послуг / О.В. Коловоротна // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. — 2011. — № 52. — С. 53—60.
6. *Коловоротна О.В.* Діагностика взаємовідносин податкових органів та підприємців малого і середнього бізнесу / О.В. Коловоротна // Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики. — 2012. — № 54. — С. 82—90.
7. *Кондратик Л.М.* Методологічні, теоретичні і методичні лакуни соціології моралі та емпіричне дослідження нормативних аспектів економічних взаємодій / Л.М. Кондратик // Вісн. Львів. ун-ту. — Сер. : Соціол. — 2008. — Вип. 2. — С. 278—289.
8. *Мазурик О.В.* Економічна ефективність від впровадження соціального аудиту / О.В. Мазурик // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. — Сер. : Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. — 2009. — № 844. — С. 159—162.

9. *Максимець Ю.В.* Типи підприємців у вимірі поведінкової активності в сучасних умовах економічного розвитку / Ю.В. Максимець // *Наук. вісн. НЛТУ України.* — 2012. — Вип. 22.1. — С. 262—266.

10. *Пиголенко І.В.* Соціологічна складова дослідження проблеми ухилення від сплати податків / І.В. Пиголенко // *Український соціум.* — 2010. — № 1. — С. 64—72.

*Надійшла 18.03.2013*

**Тоцкая О.Л.** *Социологическое исследование использования христианских принципов в управлении предпринимательской деятельностью.*

Проанализированы результаты социологического опроса “Менеджмент предпринимательства на принципах христианской морали”. Определено отношение предпринимателей к кредиторам, инвесторам, арендодателям, поставщикам, клиентам, конкурентам, государству, наемным работникам и бизнесу.

*Ключевые слова:* социологическое исследование, предпринимательская деятельность, предприниматели, христианские принципы, отношения

**Tocka O.L.** *Sociological research of the use of Christian principles in a management of entrepreneurial activity.*

The analysis of results of the sociological questioning “Management of enterprise on principles of Christian moral” is conducted. Attitude of businessmen toward creditors, investors, lessors, suppliers, clients, competitors, state, hired workers and business is certain.

*Keywords:* sociological research, entrepreneurial activity, businessmen, Christian principles, relations