



ПАПСЬКА РАДА
«СПРАВЕДЛИВІСТЬ І МИР»

ПОКЛИКАННЯ ЛІДЕРА БІЗНЕСУ
РОЗДУМИ З ПРИВОДУ



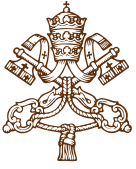
ПЕРЕДМОВА

У Римі 24-26 лютого 2011 року відбувся семінар «*Caritas in Veritate: Логіка Дару і Сенс Бізнесу*», який організувала Папська Рада «Справедливість і Мир» за підтримки *Інституту Католицької Соціальної Думки Джона Раяна Центру Католицьких Досліджень* в Університеті Св. Томи і *Фундації Esophilos*. Семінарові передувала конференція «*Caritas in Veritate і США*», яка проходила в жовтні 2010 року, що організувала Папська Рада «Справедливість і Мир» спільно з *Інститутом католицьких досліджень Лос-Анджелеса*. На семінарі розглядали діяльність бізнесових організацій у світлі соціальної енцикліки Папи Бенедикта XVI *Caritas in Veritate*. Основою цих зустрічей було глибоке переконання Церкви, що кожен християнин має займатися благодійністю відповідно до свого покликання і ступеня впливу, які він має в суспільстві (*Caritas in Veritate*, 7).

Підприємці, університетські професори й експерти своїми інноваційними методами доклалися до семінару «*Caritas in Veritate: Логіка Дару і Сенс Бізнесу*». Їхні дискусії були зосереджені навколо тексту, заздалегідь підготовленого й опублікованого, що полегшувало діалог під час триденного семінару в Папській Раді «Справедливість і Мир».

ПОКЛИКАННЯ

ЛІДЕРА БІЗНЕСУ



Передмова

Робота була дуже насиченою й результативною. На семінарі було ухвалено резолюцію, згідно з якою заплановано також створити своєрідний кишеньковий довідник для ділових людей, який знадобиться і професорам у формувальних цілях і для навчання в школах та університетах. Матеріали семінару відображені у книжці «Покликання лідера бізнесу», яка нещодавно вийшла у світ. Це видання буде навчальним посібником про «покликання» підприємців, котрі працюють у численних бізнесових інституціях: кооперативах, транснаціональних корпораціях, сімейному бізнесі, соціальних підприємствах, прибуткових/неприбуткових організаціях тощо, – і про виклики та можливості, які їм пропонує діловий світ у контексті інтенсивних технологічних зв'язків, короткотермінових фінансових операцій і суттєвих культурних змін.

Лідери бізнесу покликані наблизити сучасний економічний і фінансовий світ до принципів *людської гідності* та *загального блага*. Таке сучасне бачення пропонує бізнес-лідерам, їхнім співпрацівникам, а також різним зацікавленим сторонам набір *практичних принципів*, якими можна керуватися, щоб служити загальному добру. Серед цих принципів нагадаємо такі: принцип *задоволення потреб світу* справжніми благами і послугами, які *по-справжньому служать*, у дусі солідарності з урахуванням потреб бідних і найвразливіших верств населення; *принцип організації роботи на підприємствах з повагою до людської гідності*; принцип *субсидіарності*, який заохочує до ініціативності й підвищує компетентність працівників, тобто «співпартнерів»; і, нарешті, принцип *створення багатства* і його *справедливого розподілу* між різними зацікавленими сторонами.

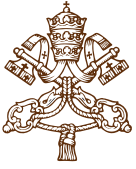
У ці важкі для світової економіки часи багато підприємців постраждало через кризу, яка суттєво знизила прибуток від їхньої



діяльності, а також позбавила багатьох людей робочих місць і поставила під загрозу саме існування компаній. Попри те, Церква сподівається, що християнські лідери бізнесу незважаючи на *темряву*, будуть відновлювати довіру, вселяти надію і випромінювати світло віри, що живить їхнє повсякденне прагнення добра. Варто пам'ятати, що християнська віра – це не тільки світло, що горить у серцях вірян, а й рушійна сила людської історії.

Кардинал Петер К. А. Турксон

Єпископ Маріо Тозо



РЕЗЮМЕ

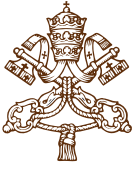
Коли підприємства та ринкова економіка функціонують належно і зосереджені на служінні суспільному благу, вони роблять значний внесок у матеріальний і навіть духовний добробут суспільства. Однак нещодавній досвід продемонстрував збитки, заподіяні крахом підприємств і ринків. Трансформаційний розвиток нашої ери – глобалізація, розквіт комунікаційних технологій і фінансизація, – попри свої переваги, породжує і проблеми: нерівність, економічну розруху, інформаційне перевантаження, фінансову нестабільність і багато інших ускладнень, що віддаляють від служіння загальному благу. Бізнес-лідери, які керуються етичними соціальними принципами та живуть згідно з чеснотами, які християнам висвітлює Євангеліє, можуть, однак, дуже успішно робити внесок у загальне благо.

Перешкоди на шляху служіння загальному благу виявляються у багатьох формах: брак верховенства права, корупція, жадібність, неефективне керування ресурсами, але найбільша перешкода для бізнес-лідера на особистому рівні – це ведення «розділеного» життя. Цей розкол між вірою і повсякденним діловим життям може призвести до дисбалансу й надмірної відданості мирському успіхові. Альтернативний шлях «службового лідерства»,



опертого на вірі, відкриває бізнес-лідерам ширші перспективи й допомагає збалансувати вимоги ділового світу з тими етичними соціальними принципами, які християнам подає Євангеліє. Цього можна досягти, якщо навчитись належно *бачити, оцінювати, діяти*, хоча, очевидно, ці три аспекти тісно взаємопов'язані.

БАЧИТИ виклики і можливості в середовищі бізнесу заважають чинники добра і зла, передусім чотири основні «знаки часу», що впливають на бізнес. *Глобалізація* принесла з собою ефективність і надзвичайні нові можливості для бізнесу, але її зворотний бік означає також більшу нерівність, економічний дисбаланс, уніфікацію культури та нездатність уряду належно регулювати потоки капіталу. *Комунікаційні технології* налагодили зв'язок, уможливили нові рішення, існування нових продуктів і знизили витрати, але ця приголомшлива швидкість також приносить інформаційні переваження і спонтанність в ухваленні рішень. *Фінансизація* бізнесу в усьому світі посилила тенденції до переорієнтування цілей праці на товар і прагнення до максимізації багатства, а також на швидкий дохід коштом праці для досягнення спільного блага. Суттєві *культурні зміни* нашої ери призвели до зростання індивідуалізму, розпаду сімей і корисливої турботи про себе і те, «що є добрим для мене». У результаті ми маємо більше приватних благ, але нам дуже бракує загальних. Бізнес-лідери щораз більше зосереджуються на максимальному збагаченні, працівники домагаються гарантованих прав, а споживачі вимагають негайно задовольнити їхні потреби за мінімально можливою ціною. Оскільки цінності стали відносними, а права – важливішими, ніж обов'язки, часто втрачається мета служіння загальному благу.



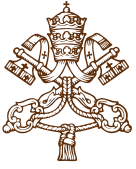
ОЦІНЮВАТИ. Добрі ті бізнесові рішення, які ґрунтовані на таких принципах, як повага до людської гідності, служіння загальному благу, бачення бізнесу як спільноти людей. На практиці ці принципи зосереджують лідерів бізнесу на:

- виробництві товарів і наданні послуг, які відповідають реальним людським потребам, беручи на себе відповідальність за соціальні й екологічні витрати виробництва, постачання і розподіл (служіння загальному благу і пошук можливостей служити бідним);
- організації продуктивної та значущої праці, визнаючи *людську гідність* працівників і їхнє право та обов'язок удосконалюватися у своїй роботі («робота – для людини», а не «людина – для роботи»), і структуруванні робочих місць згідно з принципом *субсидіарності*, що визначає обов'язки працівників, ставить їх у відповідні умови, дає їм надію для того, щоб вони працювали якнайкраще;
- мудрому використанні ресурсів для отримання прибутку і загального блага, для отримання сталого багатства і його *справедливого* поширення (стосовно заробітної платні для працівників, стосовно ціни для замовників і постачальників, стосовно податків для суспільства і стосовно відшкодувань витрат для власників).

ДІЯТИ. Бізнес-лідери можуть втілити прагнення на практиці, якщо вони здійснюють своє покликання, вмотивоване чимось набагато більшим, аніж лише фінансовим успіхом. Якщо бізнесовці поєднують дар духовного життя, гідність та етичні соціальні принципи у своєму житті та роботі, то можуть подолати розділеність життя й одержати ласку посприяти комплексному розвитку всіх учас-

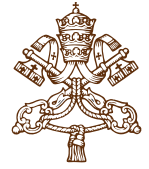


ників своєї діяльності. Церква закликає лідерів бізнесу *приймати* – смиренно визнаючи те, що Бог зробив для них, – і *давати*, творячи єдність з іншими людьми, щоб зробити світ кращим. *Практична мудрість* зміцнює їхній підхід до бізнесу і допомагає бізнес-лідерам у реагувати на виклики у світі не зі страхом чи цинізмом, а з чеснотами віри, надії і любові. Цей документ покликаний заохочувати і надихати керівників та інші зацікавлені сторони в бізнесі *побачити*, які виклики і можливості є в їхній роботі; *оцінювати* їх відповідно до етичних соціальних принципів, що висвітлені для християн у Євангелії; і *діяти* як лідери, що служать Богові.



ВСТУП

- 1 У Євангелії Ісус говорить нам: «Від усякого, кому дано багато, багато від нього й вимагатимуть; а кому повірено багато, від того більше зажадають» (Лк. 12: 48). Людям бізнесу було дано великі ресурси, і Господь просить їх робити великі справи. Це – їхнє покликання. Вже у XXI столітті багато підприємств запровадили інновації, які здолали хвороби, зблизили людей за допомогою технологій, сприяли підвищенню добробуту. На жаль, це століття також спричинило бізнес-скандали й серйозні економічні потрясіння, а також кризу довіри в бізнесових організаціях зокрема та у вільноринкових установах загалом. Для християнських лідерів бізнесу це час, який вимагає свідчення віри, впевненої надії і виявів любові.
- 2 Якщо підприємства і ринки загалом належно функціонують і уряди ними ефективно керують, вони роблять непомітний внесок у матеріальні, а також духовні блага людства. Якщо підприємницька діяльність здійснюється законно й ефективно, клієнти отримують товари і послуги за чесними цінами; працівники сумлінно працюють і заробляють кошти для себе та своїх сімей; інвестори одержують належне відшкодування своїх інвестицій. Суспільство бачить, що його загальні ресурси добре використовують і зростає спільне благо.



Добре керівництво підприємства сприяє підвищенню почуття гідності працівників і розвиткові чеснот, таких як солідарність, практична мудрість, справедливість, дисципліна тощо. Якщо сім'я – перша школа життя в суспільстві, то підприємства, як і багато інших соціальних інститутів, надалі виховують в людей чесноти, – особливо в молодих людей, які виходять зі своїх сімей, освітніх установ і шукають свого місця в суспільстві. Ті, хто походить із соціально неблагополучних сімей і хто перебуває під загрозою соціальної ізоляції, також можуть знайти своє місце у фірмах. До того ж, бізнес пропагує здорову взаємозалежність між народами різних країн через розвиток взаємодії між ними, через взаємні вигоди. Отже, вони можуть стати важелями культурної взаємодії та закликати до миру і добробуту.

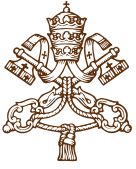
3

Така потенційна користь заохочує Церкву активно зацікавитися бізнесом. Де успішний бізнес, там життя людей може бути значно краще; але де він зазнає невдач – там може призвести до великої шкоди. Ринкова економіка має бути заснована на прагненні загального блага в умовах свободи, але свобода без істини призводить до безладу, несправедливості та соціального розшарування. Без керівних принципів та добродісного керівництва підприємства можуть стати місцями, де доцільність перемагає справедливість, влада пригнічує мудрість, технічні засоби відокремлені від людської гідності, а особисті інтереси витісняють загальне благо.

4

Ми звертаємося передусім до християнських бізнес-лідерів, для яких основою праці є глибокий сенс Божого покликання бути співучасниками творення. Такі лідери відіграють важливу роль у розвитку етичних соціальних принципів, спираючись на католицькі соціальні традиції в повсякденному житті. Ми також хотіли б звернутися до всіх бізнесовців доброї волі, які можуть впли-

5



вати на поведінку, цінності та взаємини людей, котрі працюють на їхніх підприємствах, – усіх, від генеральних директорів, керівників, лідерів груп неформального впливу, до лідерів бізнесу всіх видів, що відіграють важливу роль у формуванні економічного життя і створенні умов для всіх людей, щоб досягти розвитку через бізнес-структури. Таких установ багато, вони дуже різноманітні: це, зокрема, кооперативи, транснаціональні корпорації, мале підприємництво, сімейний бізнес, соціальні підприємства, партнерство, спільні підприємства з державною власністю, прибуткові/неприбуткові організації. Деякі з цих підприємств є відкритими акціонерними товариствами, тоді як більшість із них – приватні. Деякі підприємства мають вищі доходи, аніж навіть окремі країни, але більшість – низькі. Одні належать тисячам інвесторів, інші перебувають у власності однієї особи чи сім'ї. Деякі юридично визначені як неприбуткові організації, інші ж, у нових правових термінах, називаються «соціальними підприємствами» з особливим статусом. Бізнес – це різноманітність установ, і Папа Бенедикт XVI схвалює таке змішання інституційних форм.¹

6 Покликання осіб бізнесу – це справжнє людське і християнське покликання. Його значення в житті Церкви і у світовій економіці навряд чи можна переоцінити. Бізнес-лідери покликані впроваджувати і розвивати товари та послуги для клієнтів і співтовариств у формі ринкової економіки. У таких царинах економіки для досягнення своєї мети, тобто сприяння загальному благу, вони повинні формуватися на ідеї істини, вірності зобов'язанням, свободі та творчості.

7 Бізнес-лідери мають відігравати особливу роль у продовженні справи створення, – вони не лише забезпечують ринок товара-

¹ Пор.: Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate* (2009), 38, 40.

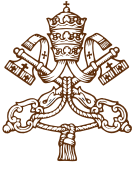


ми, послугами та постійно вдосконалюють їх за допомогою науки і технологій, а й допомагають формувати організації, які розвинули свою діяльність у майбутньому. Блаженніший Іван Павло II нагадує нам у *Laborem Exercens*: «Людина, створена за образом Божим, через свою працю бере участь у ділі Творця і таким чином, мірою власних людських можливостей, у певному сенсі продовжує розвиток цієї діяльності та вдосконалює її, просувається далі й далі у відкритті ресурсів та цінностей, що криються в усьому творінні»².

Створення продуктивної організації – один з основних шляхів участі людей бізнесу в справі творення. Якщо вони розуміють, що долучені до роботи Творця через керування продуктивними організаціями, то можуть зрозуміти велич і винятковість відповідальності свого покликання.

Підприємства, безумовно, мають потенціал, щоб бути силою великого блага в будь-якому суспільстві. Багато з них діє відповідно до своїх моральних та економічних завдань. Численні перешкоди, однак, можуть стояти на шляху реалізації цього потенціалу. Деякі з цих перешкод є зовнішніми щодо підприємства, – як, наприклад, брак верховенства права або міжнародних правил, корупція, руйнівна конкуренція, клановий капіталізм, надмірне втручання держави, а також і культура, вороже налаштована до різних форм підприємницької діяльності, – а її лідери зазвичай мають обмежені можливості впливати на них. Інші перешкоди внутрішні, до прикладу, ставлення до працівників як до «ресурсу», трактування самого бізнесу як звичайного товару, відкидання належної ролі державного регулювання ринку, заробляння грошей на неякісних продуктах або послугах, які насправді не

2 Іван Павло II, Енцикліка *Laborem Exercens* (1981), 25.



10

придатні, або руйнівне використання природних та людських ресурсів.

Головна з цих перешкод на особистому рівні – це *розділене життя*, або те, що II Ватиканський Собор описав як «розкол між вірою, яку багато хто сповідує, і повсякденним життям». Другий Ватиканський Собор зарахував цей розкол до «найтяжчих помилок нашого часу»³. Розділення вимог віри й роботи в бізнесі – фундаментальна помилка, що спричиняє більшість збитків, які бізнес завдає сучасному світові, – зокрема перевтому, яка шкодить сім'ї або духовному життю, нездорову прив'язаність до влади на шкоду власному благу і зловживання економічною владою задля більших економічних вигод. У цьому контексті Церква не забуває про слова Ісуса: «Ніхто не може двом панам служити: бо або одного зненавидить, а другого буде любити, або триматиметься одного, а того знехтує. Не можете Богові служити і мамоні» (Мт. 6: 24). Бізнес-лідери, які не бачать себе у служінні людям і Богові, заповнюватимуть цю порожнечу цілі якимсь субститутом. Розділене життя не є інтегрованим: воно принципово невпорядковане, а отже, не оправдовує Божого покликання.

11

Таке розмежування може призвести до ідолопоклонства – аж до загальної професійної небезпеки бізнесового життя, яка загрожує і окремим особам, і організаціям. Це означає відмову від покликання до взаємин з люблячим Творцем, – як ізраїльтяни вчинили біля підніжжя гори Синай, коли зробили золоте теля і поклонялися йому. Золоте теля – символ надмірної прив'язаності, спричиненої хибним уявленням про істинний

³ II Ватиканський Собор, Пасторальна Конституція про Церкву в сучасному світі: *Gaudium et Spes* (1965), 43.

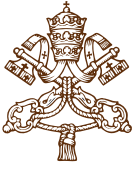


успіх⁴. У сучасному житті є багато заміників золотого теляти. Вони виявляються тоді, коли «єдиним критерієм для дій у бізнесі є максимізація прибутку»⁵; коли технології стають самоціллю; у пошуку особистого багатства, або коли політичний вплив не може служити загальному благу, або коли утилітарні чи суб'єктивні судження стають панівними. Кожне з цих «золотих телят» – своєрідна ідея-фікс і, зазвичай, супроводжується умоглядним поясненням. Кожне з них здатне «захоплювати», як пише Папа Бенедикт XVI у соціальній енцикліці *Caritas in Veritate*,⁶ тому лідери бізнесу мають зосереджувати на тому особливу увагу, щоб уникнути спокуси ідолопоклонства.

Сильний тиск, на який наражаються бізнес-лідери в повсякденній професійній діяльності, може провадити до забування євангельського покликання. Це спокушає помилково повірити в те, що їхнє професійне життя несумісне з їхнім духовним життям. А це призводить до надмірної прив'язаності до матеріальних ресурсів і/або світського успіху. Якщо так, то бізнес-лідери, оцінюючи статус і славу вище, аніж тривалі досягнення, ризикують втратити відчуття реальності. Бізнес-лідери можуть спокуситися (через егоцентризм, гординю, жадібність або тривогу) звести мету бізнесу тільки до максимізації прибутку або до зростання частки ринку чи будь-яких інших суто економічних благ. У такому разі те добро, яке може приносити ринкова еко-

12

-
- 4 Книга Второзаконня, 5: 6–8: «Я – Господь, Бог твій, що вивів тебе з Єгипетської землі, з дому неволі. Нехай не буде в тебе інших богів, крім мене. Не робитимеш собі ніякого тесаного боввана, подобину того, що на небі вгорі, ані того, що на землі внизу, ні того, що в водах під землею».
- 5 Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate*, 71.
- 6 «Захоплений суто технічною дією, розум без віри приречений загубитися в ілюзії власної всемогутності. Вірі без розуму загрожує відособлення від конкретного життя людей». Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate*, 74.



- 13 номіка для приватних осіб і для суспільства, буде применшене або викривлене.
- Інтегровані лідери бізнесу можуть реагувати на суворі вимоги, висунуті до них щодо служіння, покликаючись на Ісуса, який омив ноги своїм учням. Лідерство у цьому дусі служіння відрізняється від авторитарного застосування влади, яке занадто часто існує в бізнесових організаціях. Це і є відмінною ознакою християнських керівників і робочого середовища, яке вони повинні стимулювати. У такій підприємницькій відповідальності, у розвитку справжнього лідерства, у служінні криється також здатність передати своїм співпрацівникам власний досвід та здібності. Вмиваючи (метафорично) ноги своїм співробітникам, бізнес-лідери реалізують своє благородне покликання.
- 14 Важлива частина покликання бізнес-лідера – дотримуватися етичних соціальних принципів у звичному ритмі життя ділового світу. Це вимагає чіткого бачення ситуації; розмірковуючи згідно з принципами, що стимулюють повноцінний розвиток людей; діючи для сповнення цих принципів у світлі однієї єдиної умови/обставини – вчення віри.⁷ Далі цей документ подано відповідно до засад: *бачити, оцінювати, діяти*.

⁷ Пор.: Іван XXIII, Енцикліка *Mater et Magistra* (1961), 236.



БАЧИТИ СВІТ БІЗНЕСУ: ВИКЛИКИ І МОЖЛИВОСТІ

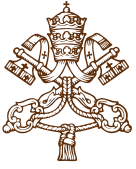
Бізнес-лідер потрапляє у світ, який характеризується складним поєднанням різних чинників. Щоб зрозуміти їх, ми маємо дотримуватись вказівок документа *Gaudium et Spes* Другого Ватиканського Собору: ми повинні уважно вивчати «знаки часу та пояснювати їх у світлі Євангелія»⁸. Деякі з цих чинників обмежують можливості того, що лідери можуть зробити, аби реалізовувати добро, впливаючи на поведінку та закриваючи шляхи для творчості. Інші чинники створюють нові можливості для менеджерів та підприємців, щоб служити суспільному благу та посилити нові заходи солідарності, які б наповнювали наше соціальне, політичне та економічне життя. Світ навколо нас – це складна взаємодія світла і темряви, добра і зла, істини та брехні, можливостей і загроз.

15

Християнські лідери бізнесу повинні «бачити» цей світ саме так, це дасть їм змогу оцінювати його, щоб творити добро і правду, сприяти загальному благу та протистояти злу і неправді. Роз-

16

⁸ II Ватиканський собор, Пасторальна Конституція про Церкву в сучасному світі: *Gaudium et Spes*, 4.



- діл цього документа «Оцінювання» пропонує допомогу в такому оцінюванні. Мета розділу в тому, щоб представити короткий огляд деяких ключових чинників, які впливають на економічну діяльність сьогодні, вказуючи, де це можливо, на їхні добрі, погані та залежні від контексту аспекти з погляду бізнес-лідера.
- 17 Серед безлічі складних чинників, які впливають на бізнес локально і глобально, є чотири, що заслуговують на особливу увагу, котрі принципово змінили контекст бізнесу за останню чверть століття. Перші три тісно взаємопов'язані: (1) глобалізація; (2) нові комунікаційні технології; і (3) фінансизація економіки. Четвертий чинник – культурні зміни (і, зокрема, виклики індивідуалізму і супутні з ними моральні системи релятивізму й утилітаризму) – ймовірно, може бути найбільшою небезпекою для християнських лідерів бізнесу. Є, звичайно, багато інших чинників, які впливають на бізнес (державне регулювання, роль міжнародних владних органів, профспілки, екологічні питання, напруженість у роботі/сім'ї тощо), кожен з яких заслуговує аналізу, але ми будемо лаконічними, тому розглянемо тільки ці чотири.
- 18 *Глобалізація.* Поява глобального економічного порядку – найхарактерніша риса нашого століття. Термін «глобалізація» окреслює світовий процес інтенсифікації руху експорту й імпорту, особливо праці й капіталу, та розширює мережу соціальних взаємозв'язків. Із закінченням холодної війни і відкриттям багатьох розвинутих ринків, світовий ринок для нових підприємств значно розширився в усьому світі. Це створило нові можливості й нові загрози. Народи, які раніше були вилучені зі світової економічної системи, можуть тепер брати в ній участь й одержувати з цього користь. Зростання ефективності ринків привело до збільшення товарів і послуг, доступних для більшої кількості лю-



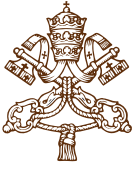
дей. Водночас зростання світового виробництва супроводжується більшою нерівністю в розподілі доходів та багатства – і всередині країн, і між ними. Регіональні економічні зони з вільним рухом товарів і навіть єдиною валютою заохочують торгівлю та стимулюють інновації. Вони, однак, не завжди супроводжуються однаково рівними можливостями для руху працівників у пошуках роботи. Особливо там, де в обігу – єдина валюта, в результаті обмежень, які застосовують національні або місцеві уряди, намагаючись сприяти ефективній економічній політиці (зокрема за локалізованої кризи), цілі політичні системи можуть перебувати в напрузі. Водночас ринки перетворилися з відносно однорідних, з культурного погляду, на дуже різноманітні. Це плюс, оскільки відбувається активніше спілкування між різними культурами, та, попри те, за агресивної конкуренції в рамках глобальної маркетингової стандартизації продуктів має бути ретельно досліджена небезпека культурного імперіалізму і втрати різноманітності. Папа Бенедикт XVI підсумував ці розбіжності, зазначивши, що «оскільки суспільство стає все більш глобальним, воно робить нас сусідами, але не робить нас братами»⁹.

За цими змінами стоїть фундаментальна реальність того, що *капітал дістав нову свободу*: він більше не повинен звітувати перед народом у країнах, де був отриманий прибуток.¹⁰ Це так, начебто економічна влада набула екстратериторіального статусу. Компанії можуть реагувати на можливість отримання прибутку абсолютно незалежно від їх національної влади, і в цьому вони відіграють ключову роль в організації не тільки економіки, а й суспільства. Отже, глобалізація змінює основи економіки й дер-

19

9 Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate*, 19.

10 Див.: Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate*.



жавний устрій, знижує рівень свободи держави-нації: політично-економічні інструменти дружніх націй-держав зосереджені на чітко визначеній території, тоді як багатонаціональні компанії можуть виробляти товари в одній країні, платити податки в іншій, надавати допомогу та робити державні внески в третій. Бізнес став впливовішим у цих мінливих умовах, а отже, несе великий потенціал для добра або зла.

- 20 *Комунікаційні технології*¹¹. Революція в комунікаційних технологіях, яку приніс із собою інтернет, має значні наслідки – як позитивні, так і негативні – в керуванні бізнесом. Із позитивного боку, інтернет-співпраця уможливорює появу нових продуктів і розв’язання одвічних проблем. Такі продукти та рішення скоротили витрати для людей на комунікацію в усьому світі. Нові бізнесові моделі співпрацюють і конкурують в особливий спосіб, щоб задовольнити потреби, які раніше задовольнялись не належно або зовсім не задовольнялись. Споживчі/зацікавлені групи мають право чинити тиск на глобальний бізнес і підвищувати авторитет стандартів поведінки в різних питаннях, починаючи від поваги прав людини до захисту довкілля в бідніших регіонах світу. Ця активність зменшує фінансові санкції тих компаній, які завжди прагнули працювати відповідально в цих частинах світу.

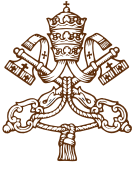
- 21 Негативом комунікаційних технологій є те, що ми живемо в світі миттєвих задоволень і надлишку інформації. У такому світі, як це часто зазначають, терміновість може переважати над важливістю. Кожне повідомлення стає пріоритетним, коли миттєва комунікація вимагає нашої уваги. Ми, здається, не маємо часу для добре виважених і обдуманих рішень. Рішення, навіть важ-

11 Пор.: Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate*, розділ 6.



ливі, ухвалюють без належної уваги та з недостатньою кількістю інформації. Зіткнувшись із значними труднощами у підготовці та поясненні рішень, лідери покладаються на свій досвід. Так їхні цінності й переконання стають вирішальними в ухваленні рішень.

Фінансизація економіки. Поєднання глобалізації з її розширенням ринків, доходів і нових комунікаційних технологій привело до великої популярності фінансового сектору в бізнесі. Термін «фінансизація» описує переорієнтацію в капіталістичній економіці від виробництва до джерел фінансування. Дохід і прибуток фінансового сектору стає зважливішою часткою світової економіки. Його інститути, інструменти та мотиви істотно впливають на діяльність і розуміння бізнесу. Тоді як нещодавня фінансова криза призвела до хвилі критики негативних наслідків фінансизації, фінансовий сектор мав і переваги: дав мільйонам людей простіший доступ до кредитного споживання і виробництва; спромігся до диверсифікації ризику через похідні інструменти; створив способи використання капіталу, щоб зробити його продуктивнішим тощо. Фінансовий сектор також створив соціальні чи етичні засади, дозволивши інвесторам підтримувати або обминати деякі галузі, або деякі компанії, щоб зміцнити стійкі бізнесові системи. Цей сектор демонструє важливий і щораз швидший розвиток, який триватиме далі після деяких обнадійливих результатів під час фінансової кризи. Папська енцикліка *Caritas in Veritate* вказує на те, що цей тип інвестицій повинен бути нормою: «Необхідно докладати зусиль – і тут є головним зауваження, що важливо не тільки створити «етичні» сектори або сегменти економіки чи світу фінансів, а й переконатися, що економіка (за-



23

галом фінанси) етична не тільки з поверхового погляду, а й з погляду поваги до вимог, властивих самій своїй природі»¹².

Попри ці позитивні зрушення, фінансизація сприяла низці негативних тенденцій і наслідків. Ми розглядатимемо тільки два – товаризацію і доходи від короткотермінових внесків. Фінансизація прагне повністю *товаризувати* бізнес, зводячи значення підприємств людської діяльності тільки до ціни. Зокрема фінансовий сектор поширив свій вплив на цю тенденцію товаризації, прирівнявши мету бізнесу до максимізації багатства акціонерів. Біржова вартість акцій стала практично єдиним мірилом, яким бізнес-лідери визначають свою продуктивність та свої статки. У сучасних умовах заклик до «максимального збагачення» домінує і є провідною теорією, яку вивчають у багатьох бізнес-школах. Поряд із товаризацією прийшов також *короткотерміновий* менталітет, при якому лідери схильні зосереджувати увагу на позитивних аспектах потенційного успіху за короткий час й недооцінювати ризику економічного спаду і стратегічного провалу. Мабуть, не дивно, що можливість набути величезне багатство за відносно короткі терміни – потужний стимул для нерегламентованої поведінки. Папа Бенедикт XVI виявив ці небезпеки, коли писав: «Без сумніву, одним із найбільших ризиків для бізнесу є те, що підприємства майже виключно підзвітні своїм інвесторам, і цим обмежується їхня соціальна вартість... Для бізнесових підприємств стає все більш рідкісним бути в руках постійного директора, який відчуває відповідальність не тільки за короткий термін, а за довготермінову перспективу, за функціонування і результати діяльності компанії»¹³.

12 Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate*, 45.

13 Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate*, 40.



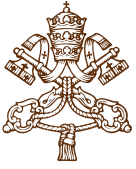
Культурні зміни. Як уже йшлося вище, вплив контактів нового рівня між народами через глобалізацію та індивідуумів через технології привів до значних культурних змін. Для християнського бізнес-лідера дві взаємозалежні головні культурні зміни вилилися в індивідуалізм на Заході і частіші розпади сімей. Формуючи строгий утилітарний погляд на економіку і навіть на суспільство, всьому населенню запропоновано зосередитися на досягненні «того, що корисне», – незалежно від впливу на інших та результатів, які негативно впливають на сімейне життя. «Цінності» розглядають як відносні, вимірюють внеском в індивідуальні вподобання та бізнесові вигоди. Праця стає способом задоволення потреб людини. Права стають набагато важливішими, ніж обов'язки; жертв заради вищого добра вже не беруть до уваги. Ці відношення живлять бажання керівників взяти більшу частку від створеного багатства, працівників – зайняти відсторонену позицію, а клієнтів – формувати культуру миттєвого задоволення.

24

На щастя, виникли нові рухи і програми, які намагатимуться серйозніше поставитись до етичного та духовного життя у сфері бізнесу. Групи за місцем роботи і віровизнанням, духовна зорієнтованість робочих програм, навчання ділової етики, проекти соціальної відповідальності – усе це допомагає бізнес-лідерам керувати своїми компаніями в дусі заклику апостола Павла: «Усе перевіряйте: тримайте те, що добре» (1 Сол. 5: 21). Багато цих груп і рухів дають змогу бізнес-лідерам усвідомити свою роботу як покликання і роль, яку відіграють їхні бізнеси в побудові спільного блага¹⁴.

25

14 Економіка Єдності Руху Фоколярів, UNIAPAC (Міжнародна організація християнських підприємців) і її філії, I'UCID, Legatus, Woodstock Business Conference, Компанія Праці руху Єдності і Визволення та інші рухи, які беруть до уваги розгляд відносин між вірою та бізнесом.



26

Без сумніву, глобалізація, посилення комунікації та фінансизація для людської спільноти можуть мати позитивні наслідки. Повага до короткотермінових фінансових показників також може бути позитивною, якщо вона сприяє ухваленню рішення, а не верховодить ним. Однак важливо, щоб усі ці тенденції керувались етичними соціальними принципами, висвітленими для християн у Євангелії, підтримувались надійними соціальними установами. Без такого постійного впливу соціальні тенденції ризикують виявитися шкідливими для «всеохопного розвитку людини»¹⁵. Ось де соціальне вчення Церкви і наша віра в Божу любов можуть запропонувати справжню перспективу, що дає бізнес-лідерам змогу виконувати своє християнське покликання.

15 Пор.: Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate*, 11.



ОЦІНЮВАТИ ВАЖЛИВІСТЬ ЕТИЧНИХ СОЦІАЛЬНИХ ПРИНЦИПІВ

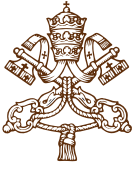
Робота з комплексним контекстом бізнесу, що описана в попередньому розділі, вимагає оцінювань її лідерів, оцінювання мудрого і закоріненого в реальність та істину. Здатність ухвалювати обґрунтовані рішення, однак, має підживлюватись моральною і духовною культурою, яку сповідують бізнес-лідери, а саме їхні родини, релігії, освітні установи, а також великі громади, до яких вони належать. Для християнських лідерів бізнесу в самому серці культури міститься Євангеліє Ісуса Христа.

27

Євангеліє – послання любові, яке перебуває, насамперед, не в теорії чи етиці, а у взаєминах із Христом.¹⁶ Саме ці взаємини, це покликання любити, якщо ми йому це дозволяємо, оживляє і зміцнює життя кожного християнина. Такі взаємини мають етичне й релігійне значення для всіх християн загалом і для бізнес-лідерів зокрема. Соціальна традиція Церкви взаємини з Христом називає живим діалогом між вірою, розумом і дією. Ця традиція розвинулася завдяки взаємодоповнювальним стосункам між

28

16 Пор.: Бенедикт XVI, Енцикліка *Deus Caritas Est* (2005), 1.



- авторитетними вчителями (католицьким соціальним вченням), проникливими вченими (католицькою соціальною думкою) і вірянами, які ефективно практикують принципи соціальної доктрини (католицькою соціальною практикою). Як і всі традиції, вона постійно розвивається, очищується і коригується, як і християни (і бізнес-лідери також) у пошуку розважливості та досвіду в їхньому професійному житті.
- 29 Важлива частина цієї традиції для бізнесу – це зосередження етичних соціальних принципів на фундаментальному і практичному рівнях, бачення бізнесу як спільноти осіб. Разом вони забезпечують керівництво для правдивого розвитку в бізнесі, оскільки засновані на понятті того, ким є людська особа, і яким може бути процвітання людини в бізнесі зокрема і в суспільстві та світі загалом.

I. ФУНДАМЕНТАЛЬНІ ЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ ДЛЯ БІЗНЕСУ: ЛЮДСЬКА ГІДНІСТЬ І ЗАГАЛЬНЕ БЛАГО

- 30 *Людська гідність.* Основою соціальної традиції Церкви є переконання, що кожна людина, незалежно від віку, стану або здібностей, є образом Бога, а отже, наділена нероздільною гідністю та цінністю. Кожна людина є цінністю в собі, а не лише інструментом, який цінують тільки за його корисність, – вона є *кимось*, а не *чимось*; *істотою*, а не *рiччю*.¹⁷ Ця гідність дана людині через її людське буття. Гідність ніколи не буває ні досягненням, ні подарунком будь-якої людської влади, вона не може бути викрадена або відібрана. Всі людські створіння, незалежно від індивідуальних властивостей і обставин, користуються цією Богом даною гідністю.

17 Пор.: Папська Рада «Справедливість і Мир», Компендіум Соціальної Доктрини Церкви, Київ, 2008, 108.



Завдяки гідності кожна людина має право йти за своїм покликанням і прагнути до реалізації власної особистості у стосунках з іншими. Це передбачає також, що кожен з нас зобов'язаний уникати дій, які перешкоджають добробуту інших, і, наскільки це можливо, зобов'язаний сприяти всьому, що розвивається, бо «ми всі є дійсно відповідальні за все»¹⁸.

31

Тобто люди демонструють те, що вони мають у собі образ Творця, здатні думати та вільно вибирати, а також готові розділити своє життя з іншими людьми (їхня соціальна природа). Розвиток людини, таким чином, завжди передбачає здатність вповні усвідомлювати і вільно вибирати, відповідно до здорового глузду та умов життя в суспільстві. Насправді тільки у спільноті, тобто в єдності з іншими, людина справді може розвивати здібності, чесноти і святість.

32

Звісно, що оскільки кожна людина має трансцендентний поклик розділити вічність в єдності з Богом, земний розвиток ніколи не буде повним, але це не означає, що він неважливий. Навпаки – земний розвиток – важливий елемент доброго життя людини. Нестача матеріальних ресурсів, як і їхній надлишок, часто є перешкодою на шляху прагнення до чесноти і святості або відводить убік від цих цінностей.

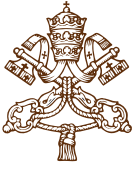
33

Загальне благо. Соціальна природа людської особи, відображаючи єдність Святої Тройці, вказує на інший засадничий принцип – на важливість спільного блага. Другий Ватиканський Собор визначив загальне благо так: «Сукупність вимог соціального життя, яка дає змогу і громадам, і окремим особам повніше і вигідніше досягти власної досконалості»¹⁹. Загальні блага розвине-

34

18 Іван Павло II, Енцикліка *Sollicitudo Rei Socialis* (1987), 38.

19 II Ватиканський собор, Пасторальна Конституція про Церкву в сучасному світі: *Gaudium et Spes*, 26.



ні тоді, коли люди цілеспрямовано діють разом для досягнення спільної мети, яку вони поставили. Отже, зародження дружби, сім'ї або бізнесу створює загальне благо, розділене між друзями, членами сім'ї чи різними людьми, залученими в бізнес. Загальні блага можливі, тому що ми суспільно орієнтовані особи, які мають не тільки власні цілі, котрі зростають не тільки індивідуально. Ми також беремо участь у справді *загальних* та *спільних* проектах, які створюють загальне благо, з якого користають усі учасники. Загальне благо охоплює і підтримує всі необхідні блага, щоб дозволити кожній людині й усьому людству розвиватись і індивідуально, і спільно.

35 Бізнес творить багато важливих умов, що сприяють загальному благу суспільства. Його продукція і послуги, надані робочі місця, економічні та соціальні гарантії, доступні для суспільства, – основа доброго життя нації зокрема і людства загалом. Країни, яким не бракує ділової активності, ризикують втратити своїх найкращих фахівців, які переїжджають до інших країн, тому що не бачать свого майбутнього або майбутнього своїх сімей у ситуації, в якій перебувають. Деякі суспільства не творять колективних та суспільних благ, щоб забезпечити гідне життя людини. Бізнес важливий для загального блага кожного суспільства і всього світового порядку. Він найкраще сприяє розвитку тоді, коли його діяльність головно орієнтована на шанобливе ставлення до гідності людей як розумних, вільних і соціально активних осіб.

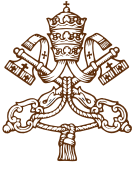
36 Насправді успішні підприємства і ринки залежать від кількості внесків й участі широких мас суспільства. Починаючи від суспільних благ (таких як верховенство права, право власності, вільної і відкритої конкуренції, вільний доступ до суспільних благ, валюта й фіскальна політика) аж до розвинутої інфраструктури транспорту й комунікацій, підприємства просто не можуть ефек-



тивно діяти за межами добре структурованого суспільства. Там, де цих суспільних благ й елементів загального блага нема або вони не служать належним чином, підприємства страждають. І те, що бізнес залежний, – це не тільки точка зору уряду. Навіть перед державою постає потреба здорового морально-культурного середовища для виховання молодих громадян, розвитку їхніх умінь і чеснот, їхньої підготовки до працевлаштування. Одержуючи вигоди від ресурсів, наданих суспільством, бізнесові та комерційні організації мають працювати так, щоб поважати і підтримувати загальне благо.

Бізнес також підтримує добробут членів суспільства завдяки іншим ключовим функціям. Успішний бізнес, як мінімум, ретельно уникає будь-яких дій, які підривають – локально або глобально – загальне благо. Щобільше, такі підприємства активно шукають шляхів служіння справжнім людським потребам у межах своєї компетенції, а отже, *підтримують* загальне благо. У деяких випадках вони активно сприяють ефективнішому регулюванню на національному, міжнародному або галузевому рівнях. Наприклад, деякі руйнівні бізнесові стратегії (зокрема корупція, експлуатація працівників або знищення природного середовища), знижуючи короткотермінові витрати підприємства, водночас залишають набагато вищі довготермінові витрати майбутнім поколінням того самого суспільства. Якщо такі стратегії законні, вони створюють конкурентні переваги для менш морально свідомих підприємств коштом сумлінніших конкурентів, які чинять морально, а отже, несуть реальні, більші витрати. Таке «залягання на дно», зазвичай, не може бути подолане лише індивідуальним моральним поступом; це вимагає *кращої інституціональної основи* для всіх учасників, які діють на ринку.

37



II. ДЕЯКІ ПРАКТИЧНІ ЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ ДЛЯ БІЗНЕСУ

38

Повага до людської гідності й загального блага – найважливіший принцип, який повинен відкривати шлях до організації праці й нагромадження капіталу, інноваційних процесів у ринковій системі. Основна й незмінна мета окремих підприємств і комерційних систем полягає в задоволенні реальних потреб людини, тобто потреб усіх тих людей, які залучені до цього бізнесу. Є три взаємопов'язані дії, які підприємства повинні практикувати:

- задоволення людських потреб через створення, розвиток і виробництво товарів та послуг;
- організація доброї та продуктивної праці;
- використання ресурсів для створення і розподілу багатства та для стійкого процвітання.

39

Соціальна традиція Церкви впливає на ці три взаємозалежні дії, формулюючи практичні принципи для керівників підприємств, щоб їхні рішення були якомога кращими. Ці практичні принципи, засновані на основних постулатах, спрямовані шанувати багатокультурні, багатоконфесійні аспекти, які характерні для сучасного бізнесу. Вони також допомагають усвідомити християнське покликання підприємців та роль справжнього бізнес-лідера.

ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ СВІТУ ЧЕРЕЗ ТОВАРИ ТА ПОСЛУГИ

40

Успішні підприємства розпізнають справжні людські потреби і намагаються на них відповідати, доцільно застосовуючи інновації, креативність та ініціативу. Вони роблять те, що вже вироблялося раніше, але часто, – як і в медицині, комунікації, кредитуванні, ви-



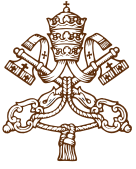
робництві продуктів харчування, енергії і соціальних служб, – виявляють зовсім нові способи задоволення людських потреб. Підприємства поступово покращують свою продукцію і послуги, які, якщо вони дійсно якісні, поліпшують життя людей.

«Роблячи внесок у загальне благо²⁰, – йдеться в *Компендіумі Соціальної Доктрини Церкви*, – підприємства повинні характеризуватися здатністю служити загальному благу суспільства шляхом виробництва корисних товарів і послуг»²¹. Бізнес за своєю природою сконцентований на іншому: він об'єднує людські дари, таланти, енергію і навички, щоб задовольнити потреби інших, що, своєю чергою, підтримує розвиток людей, які виконують роботу. У результаті спільного виконання завдань виробляються товари і послуги, необхідні для здорової спільноти. «Бізнес-лідер – не спекулянт, а, по суті, новатор. Спекулянт має на меті максимізувати прибуток; для нього бізнес – це лише засіб досягти мети і – як результат – отримати прибуток. Для спекулянта будівництво доріг і лікарень або шкіл – не мета, а лише засіб досягнення максимального прибутку. Відразу повинно бути зрозуміло, що спекулянт не є взірцем бізнес-лідера, якого Церква вважає творцем і будівником загального блага»²². Християнські бізнес-лідери служать загальному благу через створення товарів, які по-справжньому важливі, і послуг, які справді служать.

20 Пор.: Папська Рада «Справедливість і Мир», *Компендіум Соціальної Доктрини Церкви*, 164–167.

21 Папська Рада «Справедливість і Мир», *Компендіум Соціальної Доктрини Церкви*, 338.

22 Пор.: Кардинал Тарчіціо Бертоне, «Мета Вища за Дохід», Саміт «Етика для світу бізнесу», Рим, 16 червня 2011 р., http://www.vatican.va/roman_curia/secretariat_state/card-bertone/2011/documents/rc_seg-st_20110616_business-ethics_en.html



- 41 Товари та послуги, що їх виробляють підприємства, повинні відповідати справжнім людським потребам, куди входять не тільки ті речі, які, очевидно, становлять соціальні цінності (такі як реанімаційні медичні прилади, мікроінвестиції, освіта, соціальні внески, справедлива торгівля, охорона здоров'я або доступне житло), а й усе те, що справді розвиває людський потенціал (починаючи від простих виробів, таких як гвинти, таблиці, тканини, до складних систем, як-от, утилізація відходів, дороги і транспорт).
- 42 Папа Пій XI 1931 року в енцикліці *Quadragesimo Anno* наголосив на важливості бізнесу, «що виробляє дійсно корисні товари»²³ для інших. Добрий підприємець – той, хто «спочатку думає про служіння, а відтак – про отримання, хто [. . .] працевлаштовує робітників для створення справді вартісних товарів; хто не дурить їх, вимагаючи, щоб вони брали участь у виготовленні даремних або навіть шкідливих і злих речей; хто пропонує споживачеві тільки корисні товари і послуги, а не, користуючись недосвідченістю клієнтів або їхньою слабкістю, підштовхує їх витратити свої гроші на речі, які їм не потрібні або які не тільки марні, а й навіть шкідливі для них»²⁴. Потрібно критично оцінювати вимоги тих потреб, які хоч і визначаються як задоволення бажань, але не сприяють добробутові людини. У крайніх випадках задоволення таких бажань може бути навіть шкідливим для добробуту людини, як, наприклад, продаж нетерапевтичних препаратів, порнографія, азартні ігри, відеоігри з елементами насильства й інші шкідливі продукти. Прагнення задовільнити навіть цю категорію бажань, яку часто називають «споживацтвом», відриває і виробництво, і

23 Пій XI, Енцикліка *Quadragesimo Anno* (1931), 51.

24 Освальд фон Нель-Бройнінг, *Реорганізація соціальної економіки*, Milwaukee, 1936, 115–116.



споживання від загального блага й не сприяє розвиткові особи.²⁵ Справді добрі товари служать потребам споживачів в ієрархічному порядку; необхідність споживчих товарів, наприклад, явно переважає над бажанням азартних розваг. Це об'єктивний порядок, тому виробництво товарів і надання послуг повинне мати на меті істину, а не лише користь.

На знак солідарності з бідними. Виробництво товарів і послуг має «поступово розширювати ланцюг солідарності», який ставить кілька важливих запитань і створює можливості для бізнесової спільноти.²⁶ Одне з них – здатність розпізнати, в душі солідарності, реальні потреби бідних та інших вразливих груп населення, зокрема людей з особливими потребами, на яких часто не зважають деякі учасники ринку, які прагнуть короткотермінової вигоди.²⁷ Християнські лідери бізнесу повинні шукати нових можливостей служіння цим групам населення, які в іншому випадку будуть занедбані; бізнес-лідери мають бачити у цьому не тільки власну чи соціальну відповідальність, а й великі можливості для розвитку бізнесу. Розвиток у царині продуктів та послуг для зубожілих верств населення (таких як мікропідприємства, мікrokредитування, соціальні підприємства й соціальні інвестиційні фонди) відіграє важливу роль у задоволенні потреб бідних верств суспільства. Ці інновації не тільки допоможуть викоренити крайню бідність, вони спроможні зародити креативність та підбадьорити підприємництво, сприяючи поштовхові різних динамік для його розвитку.²⁸

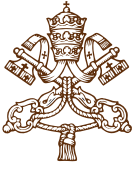
43

25 Пор.: Іван Павло II, Енцикліка *Centesimus Annus* (1991), 36.

26 Іван Павло II, Енцикліка *Centesimus Annus* (1991), 43.

27 Пор.: Папська Рада «Справедливість і Мир», *Компендіум Соціальної Доктрини Церкви*, 192–196.

28 Пор.: Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate*, 45.



ОРГАНІЗАЦІЯ ДОБРОЇ ТА ПРОДУКТИВНОЇ ПРАЦІ

44

Бізнес створює товари і послуги й організовує роботу, яку люди виконують разом. Вдалий бізнес проектує працю, яка є доброю й ефективною, дієвою і привабливою, автономною і спільною. Спосіб, у який людську працю організовують і керують нею, має значний вплив на те, чи організація може конкурувати на ринку і чи будуть люди добре жити завдяки своїй роботі. Блаженніший Іван Павло II пояснив, що «в один час вирішальним чинником виробництва була земля, пізніше – *капітал* (який розуміли як повний комплекс інструментів виробництва); сьогодні вирішальний чинник – це більшою мірою *сама людина*, тобто її знання, особливо наукові знання, її здатність до взаємодії і скоординованої організації, а також її здатність сприймати потреби інших і задовольняти їх»²⁹. В умовах щораз більшої глобалізації та мінливості ринку енергійне організування роботи забезпечує маневреність організації, чутливість і динаміку. Це охоплює розумне регулювання, яке гарантує, що економічні відносини і менталітет можуть розвиватися на стійкій основі, і що доброчесний бізнес може приносити значний прибуток і покращуватися через свої досягнення.

45

Сприяння гідній роботі. «Це скандал, – написав Папа Пій XI 1931 року, – коли мертва матерія виходить із заводу облагородженою, тимчасом як люди там псуються і деградують»³⁰. Велич роботи не тільки веде до вдосконалення продуктів і послуг, а й розвиває працівників. Католицька соціальна традиція особливо відверто говорить про характер роботи і те, як вона впливає на людину. Блаженніший Іван Павло II говорив про «суб'єктивний вимір ро-

²⁹ Іван Павло II, Енцикліка *Centesimus Annus*, 32.

³⁰ Пій XI, Енцикліка *Quadragesimo Anno*, 135.



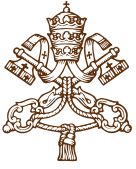
боти», що відрізняється від її «об'єктивного виміру». Він виклав своє бачення, вказуючи, що коли люди працюють, вони не лише роблять більше, а й самі стають кимось більшим. Зміни, зумовлені роботою, не можуть бути цілком пояснені її об'єктивним виміром. Працівник, суб'єкт роботи, також дуже залежить від власної праці. Незважаючи на те, чи це директор, фермер, медсестра, двірник, інженер чи торговець, праця змінює і світ (об'єктивний вимір), і працівника (суб'єктивний вимір). Оскільки робота змінює людину, вона може посилювати або пригнічувати гідність цієї людини; вона може допомогти людині розвиватися або зробити її упослідженою. Отже, «джерела гідності праці варто шукати насамперед у суб'єктивному вимірі, а не в об'єктивному»³¹. Коли ми розглядаємо працю з цієї точки зору, то повинні знайти спільні зобов'язання і для роботодавця, і для працівника, щоб підняти її на висоту цього чудового бачення. У цьому єдність сумлінної ділової практики й етики.

Усвідомлення суб'єктивного виміру праці визнає її гідність і значущість. Це допомагає нам побачити, що «праця – для людини», а не «людина – для праці»³². Працівники – це не лише «людські ресурси» чи «людський капітал». Отже, робота має бути розрахована на здібності та здатності людини, і тому ми не повинні вимагати, щоб люди пристосовувалися до своєї роботи, ніби вони – машини. Добра робота сприяє мудрості й свободі трудящих, її сенс плекає соціальні відносини і реальну співпрацю, тоді робота не завдає шкоди здоров'ю і добробуту працівника. Це вимагає від керівників уміння «ставити правильну людину на правильне місце», а також свободи й відповідальності вчинити саме так. Добра робота спрямована на задоволення справжніх

46

31 Іван Павло II, Енцикліка *Laborem Exercens*, 6.

32 Там само.



потреб людини, так що працівник забезпечує себе і свою сім'ю, а також служить процвітанню інших. Добра робота має бути належно організована й нею мають керуватися так, щоб вона була продуктивною, щоб працівник справді міг заробити собі на життя. Крім того, структура оплати праці має забезпечити працівникам, які добросовісно виконують свою роботу, необхідні переваги та винагороду від своїх компаній. В енцикліці *Mater et Magistra* чітко написано: «Якщо вся структура й організація економічної системи йде на компроміс із людською гідністю, знижує почуття відповідальності людини або позбавляє її можливості виявити особисту ініціативу, то такі системи, як ми вважаємо, є абсолютно несправедливими, незалежно від того, скільки багатства вони виробляють, або наскільки справедливо та рівноправно розподіляється прибуток»³³.

47

Створення субсидіарних структур. Принцип субсидіарності ґрунтується на переконанні, що розвій людської істоти як образу Божого передбачає найкраще використання її інтелекту і волі. Гідність людини ніколи не шанують там, де є надмірне стримування або придушення розуму та свободи. Принцип субсидіарності визнає, що в людському суспільстві невеликі громади існують у більших. Наприклад, сім'я як спільнота є частиною села або міста, які своєю чергою є частиною області, штату або провінції, нації і так далі. Як зазначив Блаженніший Іван Павло II, «спільнота вищого порядку не повинна втручатись у внутрішнє життя співтовариств нижчого порядку, позбавляючи ті їхніх функцій, а радше повинна підтримувати їх у разі потреби і сприяти в координації їхньої діяльності з діяльністю інших спільнот – завжди з метою загального блага»³⁴.

33 Іван XXIII, Енцикліка *Mater et Magistra*, 83.

34 Іван Павло II, Енцикліка *Centesimus Annus*, 48. Також: Папська Рада «Справедливість і Мир», Компендіум Соціальної Доктрини Церкви, 185–186, і Катехизм Католицької Церкви, 1883.



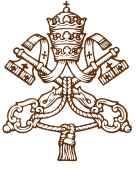
Принцип субсидіарності застосовують в структурі держави, а також комерційних організацій. У своїй праці ми розвиваємо найкраще, коли використовуємо наш інтелект і свободу для досягнення спільних цілей та створення і підтримки правильних відносин один з одним і з тими, кому служать організації. Іншими словами, що більше ініціативи на робочому місці, то більша ймовірність розвитку кожного працівника. Працівники повинні мати право голосу у своїй роботі, особливо в щоденній праці. Ця ініціатива сприяє інновації, креативності й відчуттю загальної відповідальності.

48

Принцип субсидіарності може стати дуже помічним для бізнес-лідерів. Він закликає їх використовувати свою владу в інтересах працівників, схилиючи до думки, що влада служить розвитку всіх працівників. Точніше, то субсидіарність пропонує бізнес-лідерам три практичні кроки:

49

- Чітко визначити межі автономії та прийняття рішень на всіх рівнях організації, залишаючи їх якомога ширшими. Обмеження мають бути встановлені так, щоб право на ухвалення рішень не перевищувало можливості доступу людини або групи осіб до інформації, необхідної для прийняття рішення, і відтак наслідки рішення не виходили за межі їхньої відповідальності.
- Навчати і забезпечувати працівників, переконуючись, що вони мають відповідні інструменти, знання і досвід, щоб виконувати свої завдання.
- Визнати факт, що особа, якій були поставлені завдання та окреслені обов'язки, прийме рішення самостійно, і, цілком довіряючи цій особі, зважати також на ризик її рішення. Субсидіарні бізнесові структури повинні виховувати взаємну повагу та відповідальність і дозволяти працівникам приписувати добрі результати своєму щирому залученню.



50

Останній пункт – брати на себе ризик рішень – є саме тим, що відрізняє субсидіарність від делегування. Той, хто делегує повноваження, делегує владу, але може у будь-який час забрати її назад. У такій ситуації від працівників не вимагають того самого рівня досконалості й ініціативи, як у ситуації, регульованій принципом субсидіарності. І ще менше правдоподібно, що працівники розвиватимуться й усвідомлять свою повну відповідальність.

Відповідно до принципу субсидіарності працівники нижчої ланки, які мають довіру, навчання, досвід, знають свої обов'язки і самостійно ухвалюють рішення, можуть повною мірою використовувати свою свободу і розум, а отже, мають змогу розвиватись, вони справжні «співзасновники». Від бізнес-лідерів на кожному рівні, від керівника цеху до генерального директора, цей виклик багато вимагає, але водночас є для них результативним. Праця за принципом субсидіарності закликає до стриманості та скромного прийняття ролі слуги лідера.



ШІСТЬ ПРАКТИЧНИХ ПРИНЦИПІВ ДЛЯ БІЗНЕСУ

Принципи поваги до людської гідності та прагнення до загального блага – основа соціального вчення Церкви. Поєднавшись із шістьма практичними принципами бізнесу, вони можуть запропонувати конкретніші рекомендації для трьох головних цілей бізнесу.

ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ СВІТУ ЧЕРЕЗ СТВОРЕННЯ І РОЗВИТОК ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ

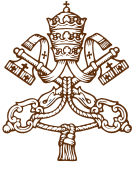
1. Бізнес, що створює товари, які справді якісні, і послуги, які насправді корисні, прагне до *загального блага*.
2. Підприємства *солідаризуються* з бідними, будучи готовими обслуговувати на відповідному рівні спільноти, що досі були позбавлені послуг, а також тих, хто потребує.

ОРГАНІЗАЦІЯ ДОБРОЇ ТА ПРОДУКТИВНОЇ ПРАЦІ

3. Бізнес робить свій внесок у спільноту, наголошуючи на особливій *гідності людської праці*.
4. Бізнес пропагує (через *субсидіарність*) можливість для працівників здійснювати відповідні повноваження як свій внесок у місію організації.

СТВОРЕННЯ СТАБІЛЬНОГО ДОБРОБУТУ ТА СПРАВЕДЛИВИЙ РОЗПОДІЛ

5. Підприємства моделюють *стратегічне керування* за допомогою отриманих ресурсів – капітал, люди, середовище.
6. Підприємства – *справедливі* в розподілі ресурсів між усіма учасниками: працівниками, споживачами, інвесторами, постачальниками та спільнотою.



СТВОРЕННЯ СТАБІЛЬНОГО ДОБРОБУТУ ТА СПРАВЕДЛИВИЙ РОЗПОДІЛ

- 51 Підприємці застосовують креативність, щоб використати таланти й енергію працівників та нагромадити капітал, інші природні ресурси для виробництва товарів і послуг. Коли це зроблено ефективно, створюються добре оплачувані робочі місця, реалізується прибуток, спільний набуток ділиться між інвесторами, і всі учасники задоволені. Церква підтверджує легітимну роль прибутку як показника доброго функціонування бізнесу. Якщо фірма отримує прибуток – це означає, що чинники виробництва були належно задіяні, і відповідні потреби людини були задоволені³⁵. Прибутковий бізнес, створюючи добробут і сприяючи розвитку, допомагає людям досягти успіху й реалізувати загальне благо суспільства. Утім створення добробуту не обмежується тільки фінансовим прибутком. Етимологія слова «добробут» відкриває ширше поняття «добро»: фізичне, психічне, психологічне, моральне і духовне добро для інших. Економічна цінність багатства нерозривно пов'язана з цим широким поняттям добробуту.
- 52 *Керування ресурсами.* Святе Письмо вчить, що добрі службовці творчо і продуктивно розпоряджаються ресурсами, наданими їм у користування.³⁶ Вони не лише користають із щедрості творіння; навпаки, вони використовують свої таланти й уміння, щоб виробляти більше від того, що було їм дано. Один із виявів цього в контексті бізнесу – фінансовий прибуток – надлишок доходів над витратами, який гарантує стійкість організації. Найуспішніші лідери бізнесу ефективно використовують ресурси й підтримують розумний рівень доходів, запасу, частки ринку, продуктивності й

35 Пор.: Іван Павло II, Енцикліка *Centesimus Annus*, 35.

36 Пор.: Мт. 25:14–30.



ефективності, щоб забезпечити рентабельність організації. Якщо фінансове багатство не створюється, воно не може бути розподілене, й організація не може бути стабільною.

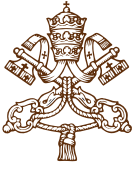
Хоча рентабельність – це показник організаційного здоров'я, він не єдиний, за яким потрібно оцінювати бізнес.³⁷ Прибуток потрібний, щоб підтримувати бізнес, однак, «як тільки увага зосередиться лише на прибутку, якщо він є результатом застосування невідповідних засобів і браку загального блага як мети, він ризикує знищити процвітання і спричинити бідність»³⁸. Прибуток – як продукти харчування. Організм повинен житися, але це не головна мета його існування. Прибуток – добрий слуга, але поганий господар.

Таким самим важливим, як і фінансові ресурси, є керування навколишнім середовищем – і фізичним, і культурним. Як вважає Папа Бенедикт XVI, «навколишнє середовище є Божим даром для всіх, і, користуючись ним, ми несемо відповідальність за бідних, за майбутні покоління і за людство загалом»³⁹. Творінню властивий порядок, який ми відкрили для себе, але не створили. Живі істоти та природний світ мають бути розумно використані, щоб служити справжнім потребам людини. У співпраці з Богом у процесі творіння ми зобов'язані поважати світ навколо нас, а не нищити його. Ми вільні, щоб обробляти цей світ, але не маємо права спустошувати його. Або, як радять перші глави книги Буття, ми покликані панувати на землі, щоб обробляти її і робити плідною, але не маємо дозволу використовувати її як нам заманеться.

37 Іван Павло II, Енцикліка *Centesimus Annus*, 35.

38 Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate*, 21.

39 Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate*, 48.



- 55 *Справедливий розподіл благ.* Як творці багатства та добробуту, організації та їхні лідери повинні знайти способи справедливо розподіляти багатства між працівниками (відповідно до принципу права на справедливую заробітну платню), клієнтами (справедливі ціни), власниками (справедливе повернення), постачальниками (справедливі закупівельні ціни) і спільнотою (справедливі ставки податків)⁴⁰.
- 56 Якщо допустити, що Боже творіння призначене для всіх – багатих і бідних, сильних і слабких, тепер і в майбутньому – то з цього випливає, що всі ресурси, які надані людству, походять із «соціальної іпотеки»⁴¹. Католицьке соціальне вчення розуміє це зобов'язання як таке, що стосується і власності, і капіталу. Хоча власність і капітал мають, зазвичай, бути приватними, право на приватну власність має бути «підпорядковане праву загального користування, за умови, що блага призначені для всіх»⁴². Цей принцип закликає бізнес-лідерів звернути увагу на спосіб розподілення за такими ж критеріями, за якими вони встановлюють ціни, розподіляють заробітну плату, визначають частку власності, поширюють дивіденди, керують кредитною заборгованістю тощо. Їхні рішення повинні бути спрямовані не на рівний, а на справедливий розподіл багатства, який відповідає потребам людей, винагороджує їхній внесок і ризику, оберігає фінансову стабільність організації та сприяє їй. Відмова людям у законному доступі до земних дарів, особливо в ресурсах для підтримання життя, призводить до заперечення Божого наказу відкривати та плекати земні дари й користати з них.

40 Пор.: Папська Рада «Справедливість і Мир», *Компендіум Соціальної Доктрини Церкви*, 171–181.

41 Іван Павло II, Енцикліка *Sollicitudo Rei Socialis*, 42.

42 Іван Павло II, Енцикліка *Laborem Exercens*, 14.



III. БІЗНЕС ЯК СПІЛЬНОТА ЛЮДЕЙ

Ці шість принципів вказують нам на цілі бізнесу, який, як стверджує Блаженніший Іван Павло II, «є не просто отриманням прибутку, а заснований на самій zasadі існування його як *спільноти людей*, які різними способами намагаються задовольнити свої основні потреби і які становлять певну групу на службі суспільства загалом»⁴³. Хоча вислів «спільнота людей» сьогодні не поширений у діловій літературі, він насправді найкраще виражає повне усвідомлення того, чим можуть бути компанії та корпорації. Етимологічно слова «компанія» і «компаньйони» – від *cum* («з») і *panis* («хліб») означають «ламання хліба разом». Слова «корпорація» (від латинського *corpus* – тіло) означає групу людей, «об'єднаних в одне тіло»⁴⁴.

57

Коли ми розглядаємо бізнесові організації як спільноту людей, стає зрозуміло, що зобов'язання, які тримають нас разом, є не лише правовими договорами або взаємними інтересами, а й жертвами на користь реальних благ спільно з іншими, щоб служити світові. Небезпечно й неправдиво розглядати бізнес тільки як «суспільство акцій», сенс якого зводиться до власних інтересів, контрактів, користі й максимізації фінансового прибутку. Невід'ємною характеристикою роботи є те, що «вона передусім об'єднує людей. У цьому її соціальна сила: сила гуртування спільноти»⁴⁵. Це розуміння допомагає уникнути духовної бідності, яка часто виникає в умовах ринкової економіки через брак людських взаємин усередині й навколо бізнесу.⁴⁶

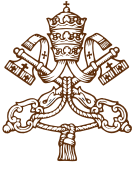
58

43 Іван Павло II, Енцикліка *Centesimus Annus*, 35.

44 Іван Павло II, Енцикліка *Centesimus Annus*, 43.

45 Іван Павло II, Енцикліка *Laborem Exercens*, 20.

46 Пор.: Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate*, 53.



59

Створення компанії як спільноти осіб на підставі шести принципів, вказаних вище, – завдання складне. Для великих транснаціональних корпорацій, зокрема, може стати серйозним викликом створення тактики і стратегії, які сприяють організації людської спільноти серед їхніх членів. Утім лідерам великих чи малих фірм дуже допомагає дотримання особистих чеснот, а саме тих необхідних у кожній професії навичок і якостей, які поліпшують життя. Дві дуже важливі чесноти для підприємців, які ми докладніше обговоримо в наступному розділі, – практична мудрість і справедливість. На практиці нічим не можна замінити здорового судження (практичної мудрості) і правильних відносин (правосуддя). Шість принципів, вказаних вище, не забезпечують всього, що необхідне для доброго рішення у відповідь на виклики в повсякденній роботі. Вони не забезпечують схем або технічних рішень, – ні, вони призначені не для цього. Етичні соціальні принципи, висвітлені для християн у Євангелії, підказують напрям для ведення хорошого бізнесу, але керування залежить лише від досвідчених й інтелектуальних рішень добродішних лідерів бізнесу, котрі здатні мудро впоратися зі складністю й напруженістю, що виникають в окремих випадках.



«СВІДЧЕННЯ ДІЙ»: ВТІЛЕННЯ ЗАДУМУ В ЖИТТЯ

«Сьогодні більше, як будь-коли, – писав Блаженний Іван Павло II, – Церква усвідомлює, що її соціальне послання здобуде довіру швидше через свідчення дій, ніж як результат його внутрішньої логіки і послідовності»⁴⁷. Ті свідки дій, більшість із яких є віруючими мирянами, є не «виключно пасивними виконавцями, а головними дійовими особами соціальної доктрини Церкви в життєво важливих моментах її діяння. Також вони є цінні співучасники пастирів у її формулюванні, завдяки набутому досвіду в цій царині, та власним специфічним навичкам»⁴⁸.

60

Християнські *лідери бізнесу* – це люди дії, які продемонстрували справжній підприємницький дух, великодушно приймаючи, з вірою і відповідальністю, даний Божий дар – покликання до бізнесу. На противагу тому, що часто зазначають в економічній літературі та підручниках з управління, ці лідери мотивовані чимось набагато більшим, ніж фінансовим успіхом, особистим інтересом

61

47 Іван Павло II, Енцикліка *Centesimus Annus*, 57.

48 Бенедикт XVI, Послання до учасників 50-ої річниці Енцикліки *Mater et Magistra* (16 травня 2011 р.), http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/speeches/2011/may/documents/hf_benxvi_spe_20110516_justpeace_en.html



- чи абстрактними соціальними домовленостями. Віра дає християнським бізнес-лідерам набагато ширше бачення світу. Світу, в якому діє Бог і в якому їхні індивідуальні інтереси й бажання не єдина рушійна сила.
- 62 Церква, а також християнські бізнесові організації у певний спосіб підтримують і скеровують бізнес-лідерів для того, щоб вони жили у світі згідно з Євангелієм.⁴⁹ Без цих практиків та організацій, які їх підтримують, католицька соціальна традиція стала б мертвими словами, а не живою реальністю. Як говорить нам св. Яків, віра без діл мертва (Як. 2: 17).
- 63 У світі бізнесу є віруючі люди, проте, на жаль, багато з них не спромоглися бути натхненними своєю вірою і моральними переконаннями. Ми є свідками багатьох скандалів, пов'язаних з лідерами, які зловживали владним авторитетом і становищем лідера. Вони піддалися гріхові гордині, жадібності, хтивості й іншим смертельним порокам. Однак нам боляче сприймати не лише такі випадки; трагедія також у тому, що є християни, які хоча й не чинять чогось незаконного або скандального, але пристосувалися до світу і живуть так, ніби Бога не існує. Вони не тільки живуть у світі, вони *стали* світом. Коли християнські лідери бізнесу у своїх організаціях нехтують закликом жити згідно з Євангелієм, тоді їхнє життя «приховує справжнє обличчя Бога і релігії, а не виявляє їх»⁵⁰.
- 64 Віра має соціальні наслідки; це не лише приватна реальність. Соціальна доктрина Церкви – «істотна частина християнського послання, бо ця доктрина вказує на прямі наслідки цього послання
- 49 Деякі з цих організацій: UNIAPAC та його філії, *Legatus*, бізнес-конференції *Woodstock*, а також нові рухи, такі, як Економіка спільності Руху Фоколярів, Товариство Праці (ініціатива руху Єдності і Визволення) або групи інвесторів, як-от, *Interfaith Center for Corporate Responsibility* та інші організації й рухи.
- 50 II Ватиканський собор, Пасторальна Конституція про Церкву в сучасному світі: *Gaudium et Spes*, 19.



в житті суспільства і в його повсякденній роботі та боротьбі за справедливість у контексті свідчень про Христа Спасителя»⁵¹. Соціальні принципи Церкви закликають керівників підприємств діяти, і з огляду на складні виклики сучасності, саме тепер загострюється важливість того як вони діють.

В енцикліці *Caritas in Veritate* Папа Бенедикт XVI пропонує нам план дій. Він пояснює, що благодійність – «любов, яку отримуємо і віддаємо» – перебуває в центрі соціального вчення Церкви⁵². Милосердя «є основною рушійною силою справжнього розвитку кожної людини і всього людства»⁵³. Тому з огляду на це, коли йдеться про дії підприємців, ми передбачаємо «приймання» і «давання».

Приймання. Перша дія християнського лідера бізнесу, як і всіх християн, – отримання – точніше, приймання того, що Бог зробив для цієї особи. Цей акт сприйняття, особливо для лідерів бізнесу, може бути особливо важким. Бізнес-лідери, зазвичай, більше діють, ніж приймають, – особливо нині, в умовах глобалізації економіки, під впливом складних комунікаційних технологій та фінансизації бізнесу. Однак, нехтуючи правдивим сприйняттям «приймання» у своєму житті, лідери бізнесу можуть спокуситися псевдоніцшеанською ідеєю «надлюдини». Спокусою для деякого є погляд на себе, як на тих, хто визначає і творить власні принципи, замість їх *приймати*.⁵⁴ Бізнес-лідери можуть бачити себе творчими, інноваційними, активними та конструктивними, але якщо вони нехтують виміром приймання, то ставлять себе на невластиве їм місце у світі й переоцінюють власні досягнення та працю.

51 Іван Павло II, Енцикліка *Centesimus Annus*, 5.

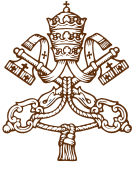
52 Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate*, 5.

53 Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate*, 1.

54 Пор.: Фрідріх Ніцше, *По той бік добра і зла*, Літопис, Львів, 2002, с. 154.

65

66



- 67 Ще до свого понтифікату Папа Бенедикт XVI писав, що людина «пізнає себе в найглибшому сенсі не через те, що вона робить, а через те, що вона приймає»⁵⁵, не через те, чого домагається, а через те, що отримує. Справді, окреме людське досягнення приводить лише до часткового втілення задуму; потрібні також знання сили та благодаті сприйнятливості. Причина відкидати те, що ми покликані, згідно з Божим задумом, приймати, – глибоко закорінена в нашому походженні, її можна знайти в історії гріхопадіння Адама і Єви, коли Бог звелів їм не їсти «від дерева пізнання добра і зла» (Бут. 2: 17). Моральний закон дає Бог, і ми можемо тільки приймати його.⁵⁶ Соціальні принципи Церкви, описані вище, є думкою Церкви щодо морального закону, який можемо застосувати й у бізнесі. Коли бізнес-лідери приймають своє покликання, вони також відкриті до отримання принципів, які сприяють всебічному розвитку тих, на кого впливає бізнес.
- 68 Коли ми приймаємо духовні дари й активно втілюємо їх у життя, це допомагає нам досягти благодаті, потрібної щоб подолати «розділене життя», й ушляхетнює нас, особливо в нашій роботі. Перший акт, до якого Церква закликає християнських лідерів бізнесу, – це активне християнське життя, постійне черпання духовної сили та благодаті з Церковних Таїнств, вивчення Святого Письма, пошанування святого дня, молитва, зберігання мовчання та інші форми духовного життя. Це обов'язки християнина, а не тільки приватні акти, відокремлені від бізнесу.
- 69 Сьомий день, наприклад, – це не лише відпочинок від роботи. Як не парадоксально, але лише крізь призму відпочинку від праці ми бачимо найглибший сенс святкування сьомого дня. Папа Бенедикт XVI, роз'яснюючи нам зв'язок праці з відпочинком, на-

55 Йозеф Ратцингер, *Вступ до Християнства*, Місіонер, Львів, 2008, с. 266.

56 Пор.: Іван Павло II, Енцикліка *Veritatis Splendor*, 35.



голошує, що «Біблійне вчення про роботу знаходить своє уславлення в Заповіді щодо відпочинку»⁵⁷. Відпочинок з Богом ставить нашу роботу в новий контекст, контекст безперервного відкриття щедрого Божого дару творіння. Сакраментальне поклоніння – це не *втеча* від світу бізнесу. Сакраментальне поклоніння розширює простір, і людина дивиться глибше та реальніше на світ, оцінюючи його та споглядаючи Божі діяння. Боже одкровення розкриває нам, що Його Дух пронизує матеріальність, що благодать удосконалює природу і що поклоніння святості чинить роботу святою. Ось чому Євхаристія є найглибшим виявом Сьомого дня. У ній ми найглибше й найдосконаліше бачимо «працю людських рук» у співпраці з рятівним ділом Бога: у людській праці, звершеній через божественну працю, хліб і вино перетворюється на реальну присутність, присутність, яка має владу викупити світ»⁵⁸.

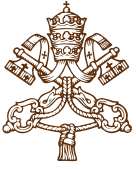
Божественний вимір у нашому повсякденному житті часто буває прихованим чи пригніченим, особливо в умовах глобалізації, високотехнологічної та керованої фінансами економіки, та в ситуаціях, які не дають змоги Церкві проповідувати соціальне послання та вповні жити ним. Ось чому Блаженний Папа Іван Павло II просить керівників підприємств і працівників розвивати та плекати духовність праці, це дасть їм змогу побачити свою роль у світлі творчого й відкупительного Божественного задуму, і це даруватиме людині силу розуміти правдиве покликання свого існування.⁵⁹ Без щирої молитви та глибокого роздумування важко зрозуміти, наприклад, як лідери бізнесу можуть протистояти

70

57 Бенедикт XVI, «Людина є суб'єктом та протагоністом праці». Проповідь у празник св. Йосифа, Обручника Пресвятої Діви Марії, 19 березня 2006 р. http://www.vatican.va/holy_father/benedict_xvi/homilies/2006/documents/hf_ben-xvi_hom_20060319_lavoratori_en.html

58 Пор.: Іван Павло II, Апостольське Послання *Dies Domini* (1998).

59 Пор.: Іван Павло II, Енцикліка *Laborem Exercens*, 24.



негативним вимірам інформаційних технологій, які спрямовані на досягнення швидкості й ефективності, але часто шкодять таким цінностям, як тверезе роздумування, вміння терпеливо очікувати, зберігати спокій, застосування справедливості та практичної мудрості. Інформаційні технології спонукають нас до миттєвих рішень, – таким чином, вони можуть створити власну логіку, що підриває застосування соціальних принципів Церкви, якщо їх не використовують на практиці.

71 *Давання.* Друга дія, до якої Церква закликає бізнес-лідера – це віддавання відповідно до того, що було отримано. Дати – це не тільки юридичний мінімум; вміння віддати – це ознака автентичної належності до спільноти, і бажання змінити цей світ на краще. У відношенні до дару людина повинна собі ставити головно питання не так «скільки», а «як саме» ми можемо дати.⁶⁰ Давання підштовхує лідерів бізнесу до глибоких запитань про своє покликання: Як приймати Божу любов, оживлювати взаємини між різними зацікавленими сторонами організації? Які бізнесові стратегії та практики сприяють всебічному розвиткові людей?

72 Ми бачили лідерів бізнесу, які віддають себе через товари й послуги, які вони створюють і забезпечують; попри те, що вони організують добру та продуктивну роботу, вони ще створюють стале багатство і справедливо поширюють його. Соціальні принципи Церкви допомагають орієнтувати інститути бізнесу на безліч варіантів поведінки, які сприяють всебічному розвитку людей. Це тягне за собою реагування на вимоги організації в питаннях практики і стратегії, які сприяють: особистій відповідальності, інноваціям, справедливому ціноутворенню, компенсації, гуманній організації праці, відповідальній екологічній практиці, соціальним та соціально відповідальним (або етичним) інвестиціям, а також безлічі інших

⁶⁰ Пор.: Ганс Урс фон Бальтазар, *The Christian State of Life*, San Francisco, 1983, с. 48.



питань, таких як прийняття на роботу, звільнення, корпоративний устрій, навчання персоналу і стосунки з постачальниками.

Крім цих внутрішніх можливостей лідери бізнесу (разом з урядами та неурядовими організаціями) впливають на ширші питання, як-от міжнародні правила, антикорупційна практика, прозорість, політика оподаткування, а також екологічні й трудові стандарти. Вони повинні використовувати свій вплив, індивідуально і колективно, щоб сприяти повазі до людської гідності й загального блага, а не тільки для задоволення вузьких інтересів тієї чи тієї зацікавленої сторони.

Докладно окреслити зобов'язання бізнес-лідерів – це не завдання Церкви. Це завдання вірян. Учення Церкви не стосується пропозицій щодо технічних рішень або наочних моделей; Церква вчить, що «не може бути ніякого справжнього рішення «соціального питання», крім Євангелія»⁶¹. Папа і єпископи, які навчають усередині Церкви, проповідують свою соціальну доктрину лідерам бізнесу не для нав'язування їм додаткових навантажень, а для розкриття їм духовного значення їхніх дій та соціальної значущості бізнесу як інституту. Як зазначає Папа Бенедикт XVI у *Caritas in Veritate*: «Земна діяльність людини, коли вона натхненна і підтримується благодійністю, робить свій внесок у будівництво «Божого граду», до якого стремить історія людського буття».⁶² Коли Євангеліє заторкує актуальні питання, з якими бізнес-лідери часто стикаються у все більш глобальній, технологічній та фінансовій економіці нашого часу, то воно бачить їх не лише в технічному або ринковому вимірі, а у впливі на всебічний розвиток особистості.

Саме тому важлива частина покликання християнських лідерів бізнесу – дотримання чеснот, особливо чесноти мудрості та справедливості. Мудрий підприємець діє благородно у сво-

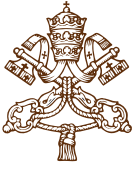
61 Іван Павло II, Апостольське Послання *Centesimus Annus*, 5.

62 Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate*.

73

74

75



- їх практичних справах, плекаючи мудрість у конкретних практиках і стратегіях, а не тільки в порожніх заявах про абстрактну місію. Від цього залежить практична мудрість: узаконення ефективної та справедливої практики, яка сприяє правильним стосункам із зацікавленими сторонами, створення стратегії, яка творчо втілює соціальні принципи Церкви на практиці й гуманізує організацію.
- 76 Коли лідери бізнесу стикаються з особливими проблемами, які потребують конкретних рішень, їхні дії свідчать про «розсудливу оцінку кожної ситуації»⁶³. Ці розважливі судження опираються не тільки на ринкове чи технічне оцінювання. Розсудливість часто зводиться до розумних дій лідерів, які сприяють досягненню їхніх приватних інтересів. Це не чеснота розсудливості, бо така риса відокремлена від вимог справедливості. Істинна розсудливість спонукає розум бізнес-лідерів ставити правильні запитання і вимагати правильного напрямку дій для створення доброї та справедливої компанії, яка може зробити внесок у загальне благо.
- 77 Виховання і вдосконалення розважливого розуму пов'язане з усвідомленням обсягу ресурсів організації та розумінням усіх унікальних обставин. Практична мудрість вимагає, щоб обов'язок соціальних етичних принципів був поставлений у реалістичні й можливі для конкретної ситуації рамки (з урахуванням засобів і ресурсів). Практична мудрість у випадку прожиткового мінімуму, наприклад, завжди враховує заробітну платню, яка є постійною для підприємств. Проте якщо прожитковий мінімум не фіксований для бізнесу, підприємці не зупиняться і просто змінять співвідношення ринку сил. Вони переосмислять те, як ведуть бізнес і як можуть креативно змінити свою ситуацію, щоб перебувати

63 Пор.: Бенедикт XVI, Енцикліка *Caritas in Veritate*, 47.

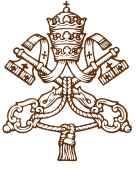


у правильних правових взаєминах зі своїми працівниками. Це може означати зміни на рівні організації праці або складу роботи; а також це може означати рух на різних товарних ринках або переосмислення платіжних різниць. Якщо для компанії дійсно неможливо домогтися справедливої заробітної плати після того, як ці зусилля зроблено, настає час непрямих роботодавців, таких, як держава, профспілки та інші суб'єкти.⁶⁴

Непрямі роботодавці відіграють важливу роль в економіці, проте вони ніколи не повинні перебирати на себе відповідальності прямого роботодавця. Компанії не повинні делегувати своїй відповідальності повною мірою, наприклад, за законом або за контрактом. Як прямому роботодавцеві чеснота практичної мудрості та справедливості допомагає бізнес-лідерів бачити щораз більше значення соціальної відповідальності бізнесу в гло-

78

64 Іван Павло ІІ у вівтермін «непрямий роботодавець», що є важливою реальністю для бізнесмена (енцикліка *Laborem Exercens*, 19). Коли певна ринкова система настільки конкурентна і розладнана, що справедливе ставлення до працівників радше карається, ніж винагороджується, роботодавці та менеджери не можуть чекати, щоб створити гідну робочу ситуацію. За право на справедливу заробітну платню, наприклад, відповідальні всі люди, а не тільки прямі роботодавці. Якщо конкретна компанія перебуває на дуже чутливому до цін ринку, тиск із метою зниження витрат на робочу силу може стати таким великим, що конкретний роботодавець буде змушений платити так звану ринкову заробітну плату, яка може бути нижчою за прожитковий мінімум. Роботодавець у такій системі може бути змушений платити меншу заробітну платню, надавати менше вигод, а умови праці погіршувати в порядку конкуренції з іншими в цій галузі. Якщо так не зробити, це поставить конкретну компанію в невігідні умови конкуренції. Неважливо, яку заробітну платню прямий роботодавець хоче платити, – він може бути змушений платити звичайну ставку або виходити з бізнесу. Цей сценарій особливо очевидний у країнах, що розвиваються, де охорона праці мінімальна, профспілки заборонені, а ринки праці зруйновані, хоча це також іще існує в розвинених країнах. Ось чому так звані непрямі роботодавці мають таку вирішальну роль у визначенні заробітної платні.



балізованій економіці. Сьогодні в нашій історії, як пояснює Папа Бенедикт XVI, існує «щораз більша переконаність, що управління бізнесом не може дбати тільки про інтереси власників, воно повинне також нести відповідальність за всі інші зацікавлені сторони, які роблять внески в життя бізнесу: за робітників, клієнтів, постачальників різних елементів виробництва»⁶⁵. Ця щораз більша переконаність породила значну кількість теорій і практик у діловій етиці й корпоративній соціальній відповідальності. У багатьох країнах ми бачимо, що допоміжні процеси «саморегулювання» відбуваються у контексті бізнесових асоціацій та галузевих федерацій на регіональному, національному або міжнародному рівні. Багато нормативних актів для захисту клієнтів, працівників або довкілля ефективно ґрунтовані на самому бізнесі, навіть якщо вони іноді мають бути підкріплені державним регулюванням. Практична мудрість підприємців тут відіграє важливу роль, не тільки щоб показати, що католицька соціальна традиція може багато навчитися у цих царинах думки і дії, а й що вона може багато їм запропонувати.

79

Якщо ділова етика та корпоративна соціальна відповідальність служать тому, що суперечить соціальній доктрині Церкви, вони віддаляють нас від належного визнання того, що ми створені «за образом і подобою Бога» (Бут. 1: 27), і роблять нас неспроможними оцінити «недоторканну гідність людської особи і трансцендентне значення природних моральних норм. Якщо ділова етика не зважає на ці дві засади, вона неминуче ризикує втратити свій особливий характер і стає жертвою форм експлуатації»⁶⁶. Не будучи заснованою на глибокому підґрунті людської культури, ділова етика й корпоративна соціальна відповідальність, хоч і ко-

65 Пор.: Бенедикт XVI, *Енцикліка Caritas in Veritate*, 40.

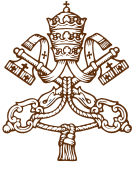
66 Бенедикт XVI, *Енцикліка Caritas in Veritate*, 45.



рисні в іншому сенсі, схилитимуться до інструменталізму, а отже, врешті-решт не зможуть сприяти всебічному розвитку людини в рамках бізнесу.

Давання й отримання виражають взаємодоповнюваність активного і споглядального життя. Ці два засадничі виміри нашого життя вимагають насамперед не балансування, а глибокої залученості, народженої з усвідомлення того, що Бог нам потрібний і що Бог створив для нас світ, у якому ми живемо і користуємося його благ. Бог просить нас бути Його руками і ногами, щоб продовжити Його творіння та зробити його кращим для інших. Для бізнес-лідера – це виробництво товарів, які по-справжньому добрі, і надання послуг, які по-справжньому служать; організацію роботи, де працівники розвивають свої обдарування і таланти; а також створення тривкого багатства, так щоб його можна було справедливо розподілити (див. Додаток «Іспит совісті для бізнес-лідера», що відображає ці три завдання в щоденному житті).

80



ВИСНОВКИ

- 81 Наприкінці ми маємо визнати, що завдання, які стоять перед бізнесом і культурою в широкому значенні слова, – істотні. Бізнес-лідери можуть піддатися спокусі розчаруватись у своїй здатності до залучення Євангелія у повсякденну роботу. Обтяжені проблемами, які часто постають перед ними, бізнес-лідери мають замислитися, чи соціальна традиція Церкви може запропонувати інструкції для їхнього професійного життя.
- 82 Бізнес-лідери мають бути відкритими на підтримку і критику колег із живої Церкви й відповідати на свої сумніви і вагання не зі страхом чи цинізмом, а з чеснотами, що випливають з їхнього покликання:
- з *вірою*, що бачить їхні дії як вплив не тільки на нижчі верстви, а й (у ширшому контексті впливу цих дій – у співпраці з іншими) на себе самих і на світ у світлі Божого творіння;
 - з *надією*, що їхня робота й установа не буде зумовлена ринковими тенденціями або правовими структурами, а що їхні дії свідчитимуть про Царство Боже;
 - з *любов'ю*, щоб їхня робота не була тільки діями у власних інтересах, а щоб плекала взаємини, творила спільноти людей.



Щоб жити згідно зі своїм покликанням, як вірні розпорядники, бізнесмени мають бути виховані в релігійній культурі, яка вказує їм на можливості й обітниці добра, яке вони можуть зробити і яке вони повинні зробити, – добра, яке особливо вирізняє їх з-поміж решти. Родина, Церква й освітні установи мають вирішальне значення в цьому вихованні. Як і всі люди, християнські лідери бізнесу прийшли у цей світ не через договір або валютний ринок, а через дар. Кожен народжується не в корпорації, а в родині, приймає Таїнство Хрещення у Церкві, здобуває освіту в школах і входить до спільноти.

83

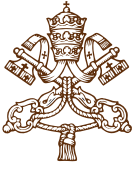
Одна з найважливіших частин формування світогляду – це університетська освіта, де майбутні лідери бізнесу часто здобувають перший досвід, навички, дізнаються про принципи і цілі бізнесу. Спільно з приблизно 1 800 вищими навчальними закладами в усьому світі (і близько 800 з них – із бізнес-курсами) Церква робить внесок у формування майбутніх бізнес-лідерів. Деякі з бізнес-програм належать до найкращих у світі. Ця освіта прагне до єдності знань і плідного діалогу між вірою і розумом, що надає ресурси для реагування на сучасні виклики у бізнесі й культурі в ширшому сенсі.⁶⁷ Католицька бізнесова освіта домоглася багато, але вона мусить розв'язувати щораз нові й нові проблеми.

84

Освіта у сфері бізнесу, як і будь-яка професійна освіта, – не лише набуття конкретних навичок або вивчення теорій. Вірна своїй традиції, католицька вища освіта має бути сформована в моральному вченні, соціальних принципах Церкви і вимірах розсудливості та справедливості, властивих бізнесу. Належна бізнесова освіта охоплює всі необхідні теоретичні матеріали, навчання всіх відповідних навичок, а також ґрунтовне осмислення

85

67 Пор.: Іван Павло II, Апостольська Конституція *Ex Corde Ecclesiae* (1990).



- морального вчення й соціальної доктрини Церкви, яка повинна ілюструвати професійну практику. Перебільшена увага до однієї з цих сфер не може компенсувати браку турботи про іншу.
- 86 У наш час студенти-економісти поінформовані про важливі теорії і мають високу технічну кваліфікацію, але деякі, на жаль, залишають університети без етичної й духовної формації, яка буде гарантувати, що їхні ідеї та навички використовуються на благо інших і на підтримку загального блага. Справді, дехто залишає виші з поглядами, які спонукають їх жити «розділеним життям», а не дають їм основи, які можуть допомогти побудувати повноцінне життя. Розгляд ідей, представлених тут, може сприяти повнішому формуванню світогляду цих студентів, їхньому навчанню як принципових і ефективних бізнес-лідерів. Учителі повинні надихати своїх учнів відкрити для себе благо, яке закладене в них, і йти за покликанням; вони мають застосовувати свої професійні навички та судження як силу добра у світі.
- 87 Підприємців, менеджерів і всіх, хто працює у бізнесі, варто заохочувати визнати їхню працю справжнім покликанням і відповісти на Божий заклик як справжні учні. Так чинячи, вони беруть участь у благородній справі служіння своїм братам, сестрам і творять Царство Боже тут на землі. Це послання має на меті забезпечити натхнення і заохочення керівників підприємств, закликаючи їх поглиблювати віру на роботі. Ми натхнені тим великим внеском, який неформальні лідери і фахівці у сфері бізнесу зробили для реалізації соціальної доктрини Церкви. Ми запрошуємо педагогів і катехитів на парафіяльних та єпархіяльних рівнях і, зокрема, педагогів-економістів використовувати представлений тут документ у роботі зі своїми учнями, спонукаючи їх поважати та заохочувати людську гідність і домагатися загального блага в керуван-



ні своїми підприємствами. Сподіваємося, що це повідомлення стимулюватиме дискусії на підприємствах і в університетах, допомагаючи бізнес-лідерам, викладачам і студентам *бачити* проблеми і можливості у сфері праці, оцінювати їх відповідно до соціальних принципів Церкви і бути лідерами, які служать Богові.

ДОДАТОК: ІСПИТ СОВІСТІ ДЛЯ БІЗНЕС-ЛІДЕРА

- Чи сприймаю я роботу як Божий дар?
- Чи моя робота як «співтворця» насправді є участю в Божому творінні?
- Чи я пропагую культуру життя у своїй роботі?
- Чи я жив «розділеним життям», яке віддаляє принципи Євангелія від моєї роботи?
- Чи регулярно я приступаю до Таїнств і чи зважаю на те, як вони підтримують мою ділову практику та впливають на неї?
- Чи я читаю Святе Письмо і чи молюся в намірі уникнути ризику «розділеного життя»?
- Чи я йду одним духовним шляхом з іншими християнськими підприємцями (моїми однолітками)?
- Чи я шукаю поживи для мого ділового життя, дізнаючись більше про соціальне вчення Церкви?
- Чи я вірю, що серйозне сприйняття гідності людини в моїх бізнесових рішеннях сприятиме всебічному розвитку людини, роблячи мою компанію ефективнішою, гнучкішою і прибутковішою?

ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ СВІТУ

- Чи я вважаю, що відповідальність моєї компанії поширюється на всіх учасників, які підтримують її функціонування, а не тільки на інтереси власників?
- Чи я примножую добробут, чи прагну прибутку?
- Чи я можу брати участь в антиконкурентних практиках?
- Чи моя компанія докладаеться всіх розумних зусиль, щоб взяти відповідальність за зовнішні й непередбачені наслідки своєї діяльності (такі, як екологічний збиток або інші негативні впливи на постачальників, місцеві громади та навіть конкурентів)?
- Чи визнаю я важливість сильних і діяльних «непрямих роботодавців» щоб забезпечити відповідний рівень охорони й діалогу з населенням?
- Чи свідомий я того, що якщо корпоративні рішення не глибоко засновані на гідності людської особистості, вони будуть схильні до інструменталістських й утилітарних концепцій, які не в змозі сприяти всебічному розвитку людини в організації?
- Чи регулярно я оцінюю, якою мірою товари та послуги, що їх надає моя компанія, стосуються справжніх людських потреб і пропагують відповідальне споживання?

ОРГАНІЗАЦІЯ ДОБРОЇ І ПРОДУКТИВНОЇ ПРАЦІ

- Чи я забезпечую відповідні умови, які дають змогу моїм співробітникам мати відповідну автономію на кожному рівні? Іншими словами, чи я керую людськими ресурсами, пам'ятаючи про принцип субсидіарності в моїй системі керування компанією?
- Чи я переконався, що компанія гарантує співробітникам безпечні робочі умови, заробітну платню, навчання і можливість самоорганізуватися?
- Чи я впровадив чітко визначені цінності і чи узгодив їх зі своїм процесом оцінювання результатів роботи? Чи я чесний із моїми співробітниками щодо продуктивності фірми?
- Чи у всіх країнах, де працює моя компанія, поважають честь і гідність тих, хто є працівником, і чи ми робимо внесок у розвиток тамтешніх громад, проводячи ділові операції? (Чи я керуюся однаковими стандартами моральності у всіх географічних місцевостях?)
- Чи ставлю я гідність усіх працівників вище за прибутки?
- 1. Чи я можу прийняти ризик, пов'язаний з ухваленням рішень у нижчій ланці, щоб забезпечити їм реальну автономію?
- 2. Чи робочі місця й обов'язки в моїй компанії розподілені так, щоб повною мірою залучати таланти і навички тих, хто виконує роботу?
- 3. Чи співробітники були дібрані та навчені так, щоб в повному обсязі виконувати свої обов'язки?
- 4. Чи ці обов'язки та сфери їх застосування були чітко визначені?

СТВОРЕННЯ СТАЛОГО БАГАТСТВА І ЙОГО СПРАВЕДЛИВИЙ РОЗПОДІЛ

- Як бізнес-лідер, чи шукаю я способів забезпечити справедливе повернення капіталу інвесторам, справедливу заробітну платню працівникам, справедливі ціни клієнтам і постачальникам, справедливі податки місцевим громадам?
- Чи моя компанія гідно виконує всі свої фідуціарні зобов'язання перед постачальниками капіталу і місцевими громадами, дотримуючись регулярної та правдивої фінансової звітності?
- Чи, очікуючи економічних труднощів, моя компанія дбає про те, щоб працівники не втрачали кваліфікації, забезпечуючи відповідну підготовку та різноманітність у своєму досвіді роботи?
- Якщо економічні труднощі вимагають звільнення, то чи моя компанія повідомляє про нього наперед, як прийнято, і чи оплачує вимушену відпустку та розрахунок?
- Чи моя компанія докладе всіх зусиль, щоб зменшити або усунути відходи у своїй діяльності, і чи загалом відповідальна за навколишнє середовище?

НАСАМКІНЕЦЬ

- **Як християнський лідер бізнесу, чи заохочую я поважати людську гідність та загальне благо в моїй сфері впливу?**
- **Чи підтримую я культуру життя, справедливість; міжнародні правила; прозорість, цивільні, екологічні та трудові стандарти і боротьбу проти корупції?**
- **Чи заохочую я всебічний розвиток людини в роботі свого підприємства?**

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	3
РЕЗЮМЕ.....	6
ВСТУП.....	10
БАЧИТИ СВІТ БІЗНЕСУ:	
ВИКЛИКИ І МОЖЛИВОСТІ.....	17
ОЦІНЮВАТИ ВАЖЛИВІСТЬ ЕТИЧНИХ СОЦІАЛЬНИХ ПРИНЦИПІВ.....	25
I. ФУНДАМЕНТАЛЬНІ ЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ ДЛЯ БІЗНЕСУ:	
ЛЮДСЬКА ГІДНІСТЬ І ЗАГАЛЬНЕ БЛАГО.....	26
II. ДЕЯКІ ПРАКТИЧНІ ЕТИЧНІ ПРИНЦИПИ ДЛЯ БІЗНЕСУ..	30
ШІСТЬ ПРАКТИЧНИХ ПРИНЦИПІВ ДЛЯ БІЗНЕСУ.....	39
III. БІЗНЕС ЯК СПІЛЬНОТА ЛЮДЕЙ.....	43
«СВІДЧЕННЯ ДІЇ»: ВТІЛЕННЯ ЗАДУМУ В ЖИТТЯ.....	45
ВИСНОВКИ.....	56
ДОДАТОК: ІСПИТ СОВІСТІ ДЛЯ БІЗНЕС-ЛІДЕРА.....	60
 Довідка про Комісію УГКЦ «Справедливість і Мир».....	 66

КОМІСІЯ УГКЦ «СПРАВЕДЛИВІСТЬ І МИР»

На Другому Ватиканському Соборі було чітко сформульовано побажання щодо потреби створити «організм Вселенської Церкви ... мета якого – спонукати католицькі громади сприяти розвитку бідних регіонів і соціальної справедливості між народами» (*Gaudium Spes*, н. 90). Саме у відповідь на ці побажання, Павло VI за документом *Motu Proprio*, який був опублікований 6 січня 1967 року (*Catholicam Christi Ecclesiam*), створив Папську комісію «Справедливість і Мир».

«Справедливість і Мир – це її назва та програма», – писав Папа через два місяці в *Populorum Progressio*, енцикліці, яка позиціонувала себе певним чином, «як документ, що застосовує вчення Собору» (*Sollicitudo Rei Socialis* н. 6) та разом із *Gaudium et Spes* є відповідною точкою та базою для нового Організму.

Згодом Апостольська конституція *Pastor Bonus* від 28 червня 1988 року, у якій Іван Павло II розробив нові обриси Римської курії, перетворила Папську Комісію на Папську Раду «Справедливість і Мир», підтвердивши, в широкому сенсі, її функції.

Мету і мандат Папської ради коротко та синтетично визначено у *Pastor Bonus*, текст якої подаємо повністю: «Рада прагне забезпечити справедливість у світі та сприяти миру, відповідно до Євангелія та соціального вчення Церкви» (стаття 142).

Завдання Ради:

§ 1. Поглиблювати соціальне вчення Церкви, намагаючись зробити його широковідомим та втілити у практику як на індивідуальному, так і на громадському рівні, особливо що стосується взаємин між працівниками та роботодавцями, які мають бути завжди пройняті духом Євангелія.

§ 2. Збирати інформацію і результати дослідження з питань справедливості й миру, розвитку народів і порушення прав людини, оцінювати їх згідно з доцільністю, поширюючи результати

висновків серед різних єпископських інституцій; сприяти стосункам з католицькими міжнародними організаціями й іншими інституціями, також поза Католицькою Церквою, які щиро прагнуть до утвердження цінностей справедливості й миру в усьому світі.

§ 3. Сприяти, щоб між народами підвищити усвідомлення свого обов'язку миру, особливо з нагоди Всесвітнього дня миру (стаття 143). Підтримувати тісні стосунки з Державним секретаріатом Святого Престолу, особливо щоразу, коли потрібно публічно розглядати проблеми справедливості й миру за допомогою документів або заяв (стаття 144).

Комісія УГКЦ «Справедливість і Мир» розпочала свою діяльність 1998 року. Вона створена та діє відповідно до положення про комісію, що затвердив Блаженніший Святослав від 5 грудня 2011 року (Декрет ВА-11/483 від 5.12.2011 р. Б.).

Мета комісії – допомагати Главі УГКЦ у формуванні позицій щодо діяльності УГКЦ у сфері суспільно-зорієнтованого служіння УГКЦ, участі Церкви у всіх публічних сферах суспільного життя: культурі, політиці, економіці та зовнішніх зв'язках.

Мета Комісії – сприяти утвердженню миру та справедливості в Україні та у світі через світло Євангелії та вчення Церкви.

Комісія «Справедливість і Мир» покликана координувати суспільно-зорієнтоване служіння УГКЦ, участь Церкви у всіх публічних сферах українського життя: культурі, економіці, політиці, екології, зовнішніх зв'язків, та є допомогою Верховному Архієпископові Києво-Галицькому УГКЦ та Синодові Єпископів УГКЦ у реалізації всеукраїнських та загальноцерковних соціальних програм, спрямованих на новий суспільний устрій, який керується мораллю, правом й орієнтується на справедливість і мир.

Щоб зреалізувати мету та завдання, Комісія УГКЦ «Справедливість і Мир» проводить періодичні наради з єпархіальними комісіями; організовує круглі столи, конференції та семінари; подає аналітичні пропозиції Главі Церкви та Синоду Єпископів стосовно суспільного пастирського служіння Церкви.

НАЗВА ОРИГІНАЛУ:

Vocation of the Business Leader. A Reflection

Над українським виданням працювали:

Наталія Марчук, о. Михайло Мельник, о. Олег Лука, Юрій Тиховліс,
Михайло М. Комарницький, Ірина Новіцька, Марія Волосацька,
Андрій Василів

Комісія УГКЦ "Справедливість і Мир"
79000 м. Львів, пл. Святого Юра, 5,
e-mail: jpc@ugcc.org.ua

Видавництво "Літопис"
вул. Костюшка, 2
79000 м. Львів
тел./факс (032) 2721571
litopys@ukr.net
www.litopys.lviv.ua
<http://facebook.com/litopys>

Свідоцтво про державну реєстрацію:
серія ДК №426 від 19.04.2001

© Pontifical Council for Justice and Peace 2012

© Видавництво «Літопис», українське видання 2013

ISBN 978-966-8853-34-0