

УДК 339.138

В. Й. Куценко

Дніпропетровський національний університет ім. Олесе Гончара
ДУХОВНА ЕКОНОМІКА – ЕКОНОМІКА МАЙБУТНЬОГОНайвищий закон – благо народу
Цицерон

Досліджено концепцію розвитку співпраці між трудовими колективами та світовою спільнотою на засадах духовності. Світова фінансово-економічна криза сприяє відродженню природного (натурального) обміну товарами як найбільш справедливого. Цей початковий антикризовий захід має бути основою економіки майбутнього – мистецтва управління господарством.

Актуальність проблеми. На тлі повної гармонії у всесвіті, природі, скільки існує людство, відбувається безлад соціально-економічного розвитку суспільства. Чітка циклічність в економіці з періодичними фінансово-економічними кризами турбує вчених усього світу. Безперервно йде пошук удосконалення соціально-економічних формацій, але стан життя людей, душевного й фізичного здоров'я і екологічна ситуація мають чітку тенденцію до погіршення. Виникає резонне запитання: чому люди, наділені інтелектом, не можуть досягти щасливого життя, що заважає цьому? Тому, завдання дослідження є встановлення істинних причин негативного соціально-економічного розвитку суспільства та розробка пропозицій щодо забезпечення сталого соціально-економічного розвитку.

Аналіз останніх наукових досліджень. До нетрадиційних, нових економічних теорій справедливо належить духовне вчення щодо підприємницької діяльності. В останні роки на Заході з'явилася низка праць з духовного вирішення бізнесових проблем. Так, Джо Віталє є автором книги «Духовний маркетинг», яка найбільше продається у світі. Його електронна книга «Гіпнотичне писання» також на першому місці за кількістю продажів. У своїх творах автор пропонує п'ять кроків до фінансового благополуччя (легкого створення багатства). Найбільший секрет, як робити гроші, полягає у впевненості у своїх силах: «Якби ви могли сказати, що здатні...» та й прочитати молитви. Духовний маркетинг розглядається як «метод підвищення енергії та впливу маркетингового звернення на цільову аудиторію компанії» [3].

Лінда Медден Дал у праці «Основи процвітання» подає цінності, за якими він створював духовний маркетинг [1]. Джо Марконі у книзі «Cause Marketing» («Маркетинг, орієнтований на соціально значущу проблему», «Духовний маркетинг») пропонує метод підвищення рівня знань торгової марки споживачами та доходів. За допомогою стратегічної філантропії, спонсорства, соціального інвестування та вибору партнерів, які поділяють культуру фірми, забезпечуються «власні вигоди, допомагаючи іншим» [6]. «Щоб перемогти у конкурентній війні, треба в ній не брати участь» – справедливо стверджує Чан Кім у своїй праці «Стратегія голубого океану» [7]. Арі де Гіуса в книзі «Жива компанія» правильно наголошує, що «Компанія – жива істота, яка, аналогічно всім живим організмам, народжується, розвивається, хворіє, видужує та вмирає» [5].

Багато вчених розуміють, що основною причиною стагнації економіки є меркантильне, матеріалістичне ставлення до життєдіяльності. Час від часу з'являються праці, що спрямовані на вирішення цих питань. Так, Д. Львов справедливо пропонує повернення до моральних аспектів підприємницької діяльності у своїй праці «Нравственная экономика». Ф. Котлер закликає бізнесменів і маркетологів до використання моральних принципів у маркетингу. Навернення до благочинності з розгляданням її історичного вітчизняного розвитку висвітлено у сучасних авторів Ю. Годунського, А. Соколова, Л. Лавріненка, М. Лукацького та ін.

Основні результати дослідження. Спираючись на Святе письмо, історичний та сучасний досвід, визначимо мету дослідження як подальше вдосконалення соціально-економічних відносин у суспільстві з християнської православної точки зору. У сучасних умовах духовного відродження нашої країни доречні такі принципи, мета, метод співпраці та способи його досягнення.

Принципи національної та міжнародної співпраці:

- влада для народу: свого й спорідненого, що перебуває у світовій спільноті;
- добросусідські, доброзичливі, щирі відносини на засадах довіри і взаєморозуміння;
- доброякісна продукція для тривалого використання.

Мета співпраці на національному та міжнародному рівнях – мир, щастя і добробут людей, розвиток гармонійних відносин у світовому суспільстві – єдиний сім'ї народів.

Метод співпраці – взаємний обмін ідеями, товарами на основі духовності.

Духовна економіка, про яку писали Г. С. Сковорода [4], М. В. Гоголь, Ф. Аквінський, Платон [2], П. Д. Юркевич [8] та ін. передбачає, що керманічі підприємства здійснюють свою управлінську діяльність на засадах духовності, тобто всі управлінські рішення вони ухвалюють, керуючись не своєю волею, знаннями, досвідом чи кон'юнктурою. Вони повністю покладаються на волю свого Творця, звертаючись до Нього за допомогою при вирішенні нагальних питань особистого життя та соціально-економічного розвитку трудового колективу. Очищення своєї душі від усякого роду пристрастей (меркантильних і марнославних) є запорукою позитивного впливу на людей. Оточуючі починають довіряти, доброзичливо й щиро ставитися до керівників (як до батьків), бо Сам Господь починає управляти людськими душами, між якими підтримує тісний взаємозв'язок.

Зародження господарювання в нашій країні, як і самий спосіб життя, базувалися саме на засадах духовності, які беруть свій початок ще з часів Трипільської культури (4–2 тис. років до різдвя Христова). Це був нечуваний у світі розквіт цивілізації на основі духовності. Кожне плем'я займалося окремою ланкою господарства (рослинництво, гончарство, ремесло, мисливство). Потреба в тому чи іншому товарі вирішувалася шляхом чесного натурального обміну.

Але з появою грошей з'явилася й торгівля, як символ продажу (зради когось чи чогось). У період розквіту Київської Русі, що відбувався на основі духовного відродження, слово «торгівля» інтуїтивно не використовувалося, хоча вже функціонували товарно-грошові відносини. Замість поняття торгівлі використовувалось поняття «гостьба», сенс якої полягає в мирному гостинному дружньому спілкуванні гостей. Купці-гості збиралися в місцях для гостей –

«погостах», щоб погостити – в доброзичливих стосунках обмінятися товарами за допомогою грошей – гривні. Тобто поняття «продавці», як ганьба, також не використовувалося, замість них були купці (покупці) – гості (гостинні люди), які приймали інших, викупували рабів, за все розплачувалися: за свої вчинки, слова та думки. Вони не продавали душ інших, але викупували їх та свої душі із залежності. Очистившись, покупці-гості отримують право одержувати будь-що, навіть даром, як це відбувається донині в гостинних хазяїв, бо вся земля й усі її дари належать одному Творцю і Він щедро дарує Своєму творінню – благочестивим людям – все необхідне для щасливого життя. Коли ж покупцям пропонують товари за високими цінами, то, дякувати Богу, Він нам дає таку добру нагоду розплатитися за наше беззаконня.

Зарубіжним купцям із чотирьох сторін світу, що приїздили до Русі, незалежно від віросповідання та національності, створювалися надзвичайно сприятливі умови для перебування й налагоджувались із ними чесні, довірливі й дружні стосунки. Це сприяло тому, що такі ж добрі умови створювалися й руським купцям за кордоном.

Спосіб досягнення мети – поступове відродження природного (натурального) обміну. Природний – означає притаманний нашому роду, родоводу.

На першому етапі розвитку міжнародну співпрацю доречно здійснювати з країнами СНД, які мають єдині культурні (духовні) цінності, менталітет, схожу мову і достатній досвід плідної кооперації. Міжнародна кооперація можлива як між конкретними підприємствами, організаціями споріднених форм власності, так і на міждержавному рівні. В умовах нестачі оборотних коштів доречно впроваджувати натуральний обмін ідеями, товарами, який може складати на початковій стадії 30–50% поставок, дотримуючись певною мірою зовнішньоторговельного балансу, щоб річний обсяг експорту та імпорту був схожим. За необхідністю обмін може стосуватися й кадрів.

Розглянемо приклад міжнародної співпраці України та Росії (РФ). Як відомо, це один народ, який має жити разом щасливо й радісно. Так історично складається, що нестача чогось в одних людей компенсується надлишком в інших. Помічено, що при неврожайх зернових в РФ в Україні – надлишок збору збіжжя, і навпаки. Нестачу газу в Україні легко компенсує Росія. Механізм натурального обміну товарами між нашими країнами може бути таким.

На засадах довгострокових угод влада РФ надає Україні певні товари, в яких вона має потребу, наприклад, газ. Державне підприємство «Газпром» передає від третини до половини запланованого обсягу газу спорідненому державному підприємству «Нафтогаз України» з визначенням його вартості за ціною на першому етапі з нормою прибутку до 15% за курсом національних валют. У майбутньому, з відродженням духовності, коли на початкових етапах ще будуть зберігатися товарно-грошові відносини, на теренах сучасних слов'янських народів, як колись у Київській Русі, доречна єдина грошова одиниця – гривня. Звісно, кордонів (бар'єрів) між братніми народами не може бути, а обмін поступово має здійснюватися за ціною, що відповідає собівартості.

«Нафтогаз України» безкоштовно забезпечує газом як державні, так і приватні пріоритетні підприємства, організації, які виготовляють соціально-значущу продукцію (харчі, ліки, житло тощо). Натомість вони надають свої товари на суму вартості отриманого палива також за відповідною (прийнятною) ціною з аналогічною нормою прибутку, як у росіян. Це також може бути продукція, в якій є

потреба в РФ, наприклад, зернові культури, цукор, молочні продукти та промислові вироби тощо.

Ця продукція може постачатися братньому народові різними шляхами. Підприємства, залежно від своїх транспортних можливостей і виробничих потужностей, незалежно від форм власності, можуть направляти свої товари безпосередньо органам влади України (наприклад, збіжжя на елеватори ДАК «Хліб України»), органам влади РФ (у місця, які визначить уряд) чи безпосередньо на російські підприємства. Якщо в якийсь рік наш торговий зовнішньоекономічний баланс буде від'ємний, то в наступному році його можна виправити за рахунок додаткового експорту українських товарів.

Звичайно, поступовий перехід на натуральний обмін необхідно здійснювати та удосконалювати спочатку в національному середовищі. Частину вітчизняного газу, палива, електроенергії українські енергетичні компанії безкоштовно розподіляють між суб'єктами господарювання, які в межах відповідної галузі здійснюють натуральний обмін своєї продукції. Наприклад, в металургійній та гірничодобувній галузі, діяльність яких залежить одна від одної, схема обміну товарами може мати такий вигляд. Кар'єри, шахти, отримавши енергоносії (газ, паливо, електроенергію), передають свою продукцію (корисні копалини, наприклад, залізну руду) на збагачувальні та аглофабрики. Ті збагачують руду (підвищують вміст заліза), і залізорудний концентрат – окатиші – направляють на металургійні заводи. Звідси метал надходить до машинобудівних підприємств. Готова продукція у вигляді машин, устаткування, металоконструкцій надходить до постачальників (кар'єрів, фабрик, металургійних заводів) пропорційно вартості отриманих матеріалів та сировини. Обмін товарами також має бути за прийнятними цінами при однаковій мінімальній нормі прибутку (до 15%). Таким чином, наприклад, кар'єр частково розраховується за отримані енергоносії та механізми своєю продукцією – рудою.

Після задоволення потреб постачальників машинобудівна продукція надходить до інших галузей народного господарства України, наприклад, в енергетичні компанії. Залежно від вартості отриманих енергоносіїв, як на власні потреби, так і на задоволення потреб своїх постачальників, машинобудівні заводи передають машини в енергетичний сектор для реструктуризації, модернізації чи технічного переоснащення, а також владі та безпосередньо на експорт. Подібні схеми натурального обміну можливі й з іншими секторами економіки (сільськогосподарським, лісовим тощо) для забезпечення виробництва і соціальної сфери трудових колективів. У цьому випадку за сільськогосподарську техніку чи енергоносії агрофірми еквівалентно можуть розраховуватися доброякісною харчовою продукцією за цінами нижче середньоринкових (знову таки ж з нормою прибутку до 15%).

На другому етапі за схожою схемою (при відносно незначних обсягах натурального обміну) доцільний розвиток міжнародної співпраці з країнами далекого зарубіжжя.

На третьому етапі має відбуватися поступовий перехід до якомога більшого обсягу обміну товарами і цінностями на безгрошовій основі на засадах довіри знову таки ж спочатку з країнами СНД. Міцність і щастя сім'ї будується не на товарно-грошових відносинах, а на засадах моралі й духовності (любові, миру й злагоди).

На завершальному, четвертому, етапі розвитку людства відбувається вільний безкоштовний обмін духовними й матеріальними цінностями зі світовою спільнотою, як це й передбачалося при створенні світу.

Але все це можливо за умови духовного відродження людини, яка основною цінністю вважає щастя й радість від духовної єдності людей – однієї родини, коли труд стає духовним, творчим, вільним, невід'ємною потребою особистості заради благополуччя суспільства.

Ми пройшли капіталізм, соціалізм і ринкову економіку. **Настав час поступового переходу до духовної (істинної) економіки, метою якої є виховання духовної культури трудових колективів як запоруки благополуччя всього суспільства.** Тут доречна вертикальна та горизонтальна маркетингова система (духовної і товарної єдності всіх учасників середовища).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Поступово приходять розуміння, що гроші не є основною цінністю життя. Є вічні духовні цінності любові, миру й радості життя. Майбутнє – за природним (натуральним, безгрошовим) обміном продуктами життєдіяльності людей: взаємним обміном досвідом духовного і матеріального надбання, щасливого світоглядного гармонійного життя на благо суспільства. Дбаючи про інших, як у сім'ї, отримуєш із надлишком у всьому. **Даром отримуємо духовні й матеріальні ресурси (життєдіяльні ідеї, вчення, сонячне тепло, світло, воду, щедру землю з її дарами), даром і віддаваймо все це на благо народу.** Народилися ми великими й безтурботними, привели нас на все готове, то й не присвоюємо собі творіння Творця. Усе створено для всіх людей і кожен за результатами своєї духовної сумлінної праці має отримувати належне. Настав час переходу до нового (світоглядного) способу мислення й життєдіяльності.

Бібліографічні посилання

1. Духовный маркетинг. www.pbizn.ru
2. Платон. Сочинения: в 4-х т. Т. 1. Апология Сократа / Платон. – М., изд-во Мысль, 1994. – С. 70–97.
3. Практика духовного маркетинга. www.business.damotvet.ru/marketing/1017467.htm
4. Сковорода Г. С. Розмова п'яти подорожніх про істинне щастя в житті (товариська розмова про душевний мир). Твори: у 2 т. Т. 1. / Г.С. Сковорода. – К.: Обереги, 1994. — С. 325–358.
5. Эссе по книге Ари де Гиуса «Живая компания» / Эссе / Консалтинговая компания // www.ludi.com.ua/viewpoint/issue/177/
6. Эссе по книге Джо Маркони «Cause Marketing» / Эссе / Консалтинговая компания // www.ludi.com.ua/viewpoint/issue/177/
7. Эссе по книге Чан Кима «Стратегия голубого океана» / Эссе / Консалтинговая компания // www.ludi.com.ua/viewpoint/issue/177/
8. Юркевич П.Д. Сердце и его значение в духовной жизни человека, по учению слова Божия / П.Д. Юркевич // Философские произведения. – М.: Правда, 1990. – С. 69–103.

Надійшла до редакції 13.07.2009.

Куценко В.И.
ДУХОВНАЯ ЭКОНОМИКА – ЭКОНОМИКА БУДУЩЕГО

Исследовано концепцию развития сотрудничества между трудовыми коллективами и мировым сообществом на принципах духовности. Мировой финансово-экономический кризис способствует возрождению естественного (натурального) обмена товарами как наиболее справедливого. Это начальное антикризисное мероприятие должно быть основой экономики будущего – искусства управления хозяйством.

Ключевые слова: духовность, экономика, естественный обмен опытом, товарами.

Kutsenko V.I.
SPIRITUAL ECONOMY IS ECONOMY OF THE FUTURE

The article deals with the concept of development of collaboration between work teams and the world community according to the principles of spirituality. The world financial and economic crisis contributes to the revival of natural exchange of commodities, as the most just one. This initial antirecessionary measure must be the basis of the economy of the future, that is the art of management.

Keywords: spirituality, economy, natural exchange of experience, commodities.