

ВПЛИВ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ЦІННОСТЕЙ ТА ОРІЄНТИРІВ РОЗВИТКУ НА БІЗНЕС-КУЛЬТУРУ

Європейський союз, який об'єднує 28 країн Європи, є прикладом здійснення економічної і політичної інтеграції, поряд з якими ініційовано процес взаємопроникнення культур. У світовому масштабі Європейська інтеграція є, якщо не унікальний, то, досить специфічний феномен, адже вона спрямована на досягнення культурної ідентичності, але на основі збереження культурного розмаїття.

Ключові слова: міжнародний бізнес, бізнес-культура, європейські цінності, культурна інтеграція, корпоративна соціальна відповідальність.

M.CHEPELIUK

Simon Kuznets Kharkiv National University Of Economics

THE INFLUENCE OF EUROPEAN VALUES AND DEVELOPMENT TARGETS FOR THE BUSINESS CULTURE

The European Union, which unites 28 European countries, is an example of the implementation of economic and political integration, along with which initiated the process of interpenetration of cultures. On a global scale, the European integration is, if not unique, then, is quite specific phenomenon, because it is aimed to achieve cultural identity, but on the basis of preservation of cultural diversity.

Keywords: international business, business culture, European values, cultural integration, corporate social responsibility.

Постановка проблеми. Культура в сучасних європейських країнах є не тільки основою формування суспільства і частиною національної зовнішньої політики, а прикладом єдності норм, цінностей, ясності і чіткості правил, що об'єднують країни з різними національними культурами. Все це дозволило підвищити рівень комунікації країн-учасниць ЄС, узгодженість дій та взаємовідносин, що сприяють дотриманню інтересів різних країн та підвищення їх добробуту. Однак визнання Європою єдиних стандартів щодо бізнес-культури, культурної політики та культурної інтеграції прийшло не з перших днів заснування Європейського союзу. Спочатку культурні аспекти не були базисом процесу європейської інтеграції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проаналізувавши публікації за темою даного дослідження, можна зробити висновок про те, що вітчизняна,

зарубіжна, політична та інша спеціальна література містять велику кількість робіт по окремо взятих питань культурної політики ЄС. Однак у них відсутнє цілісне дослідження проблеми впливу європейських цінностей та орієнтирів розвитку на бізнес-культуру.

Метою статті є виявлення впливу європейських цінностей та орієнтирів розвитку на бізнес-культуру.

Виклад основного матеріалу. У той час як історія формування економічних, юридичних та політичних основ інтеграції країн Європи налічує близько 50 років, вперше поява інтересу до культурної співпраці у держав-членів Європейського Економічного Співтовариства можна спостерігати тільки з 1970-их років. Але тільки в 1983р. був прийнятий документ, в якому містився заклик до країн, що підписали «Урочисту декларацію про Європейський Союз», щоб посилити культурні зв'язки всередині Співтовариства, а також озвучувалася ідея формування єдиного культурного загальноєвропейського простору. Ідеї Штутгартської «Урочистої декларації» знайшли своє юридичне втілення в Єдиному Європейському Акті, підписаному в 1992р. і доповненої в Ніщі в 2001р. Крім того, в 1992р. в Маастріхті був підписаний Договір про Європейський Союз, який також торкався питань культури. Відповідно до третьої статті ЄС «шанує багатство свого культурного і мовного розмаїття і піклується про збереження і розвиток європейської культурної спадщини» [3].

На сьогоднішній день останні два документа є юридичною основою культурної політики, що проводиться Європейським Союзом. Після створення юридичної бази в країнах ЄС почали діяти загальноєвропейські культурні програми. Серед найбільш значущих проектів можна виділити «Культурну столицю Європи», що діє з 1985 року та передбачає проведення конкурсу на звання «Культурної столиці». Проект «Калейдоскоп» діє з 1996 року та спрямований перш за все на підтримку культурної діяльності. «Рафаель» діє з 1997 року та передбачає допомогу ЄС в галузі збереження культурної спадщини європейського значення [1]. Перші культурні проекти були спрямовані лише на окремі сфери культурної діяльності, але вже тут був застосований так званий програмний підхід, суть якого зводилась до фінансування конкретних заходів, а не в цілому культурного розвитку Європи. Останній аспект є прерогативою держав-членів Європейського Союзу.

Жан Моне визнав помилковим той факт, що під час створення Європейського Союзу величезна увага акцентувалася лише на політичних, економічних і юридичних складових процесу інтеграції. Озираючись назад, Ж. Моне сказав, що "якби ми мали зробити все це знову, ми почали б з культури" [2]. Ж. Моне безумовно мав рацію в тому, що культура повинна відігравати велику роль в європейській інтеграції, і вона повинна бути більш тісно пов'язана з основними областями економічного, правового і політичного співробітництва.

Процес глобалізації, розширення і імміграція роблять ЄС полікультурною спільнотою. І для того щоб цей факт не став загрозою і проблемою для ЄС, культура розглядається як основний і навіть єдиний засіб забезпечення ефективного діалогу і співпраці між державами-членами. Саме успішна культурна політика є підставою оптимістичних очікувань, пов'язаних з результативним завершенням процесу інтеграції в ЄС: збільшенням європейського добробуту, конкурентоспроможності, творчого і новаторського потенціалу [3].

Слід зазначити, що в основі розвитку завжди лежить протиріччя. Протиріччя характеризує і актуальний стан європейської культури. З одного боку, культура виступає як щось спільне, ідентичне, що історично й етнічно об'єднує народи Європи, об'єктивно існуючі в умовах міжкультурного діалогу. З іншого боку, культура є проявом одиницності кожної з етнічних спільнот, рефлексією їх національної своєрідності і диверсифікації в цілому. У цьому сенсі перспектива культурного розвитку Європи бачиться ЮНЕСКО в досягненні культурної ідентичності, але на основі збереження культурного розмаїття. Йдеться про формування цілісного, єдиного культурного простору за рахунок взаємозбагачення національних культур. При цьому мається на увазі не тільки міждержавний рівень, але і полікультурні взаємодії всередині окремих країн-членів ЄС [4].

З січня 2014 р. вступила в силу нова програма "Креативна Європа". Вона розрахована на 7 років – до 2020 року включно. Бюджет програми передбачає 1,46 млрд євро. Слід враховувати, що на сьогоднішній день в ЄС 24 офіційні мови і 60 мов національних меншин. Принципова відмінність цієї програми від попередніх полягає головним чином в зміщенні акцентів зі збереження культурної спадщини на розвиток культури з урахуванням тенденцій сучасного суспільства і формування нових культурних стереотипів. Дана програма передбачає створення нової культурної парадигми, і покоління людей, вихованих в руслі загальноєвропейських цінностей. Свобода творчості, на думку авторів програми, повинна стати

каталізатором соціального і економічного розвитку Європи, сприяти її подальшому розвитку і процвітанняю.

Говорячи про застосування програмного методу в культурній політиці ЄС, слід відзначити одну принципову особливість - свідомо відмова від загальноєвропейських, наддержавних інститутів, які б проводили і реалізовували загальну культурну політику. Члени Євросоюзу опинилися готові пожертвувати своїм суверенітетом в питаннях економіки, зовнішньої безпеки, але не в питаннях культури. Відповідно до прийнятої в Маастріхті угоди ЄС ухвалює рішення про заохочувальні заходи, не вдаючись до будь-якої гармонізації законів та підзаконних актів, прийнятих державами-членами. Виходячи з цього Європейська Комісія, яка займається питаннями культури, має тільки розподільні і рекомендаційні функції. Країни ЄС усвідомлено відмовляються від якої-небудь уніфікації в питанні культури [3;4].

Кожна країна ЄС має титульну націю, релігію, культуру і традиції, які закладено в основу національної державної політики в сфері культури. Крім того, країни протягом багатьох століть взаємодіяли один з одним - воювали, укладали союзи, вели торгівлю тощо, тому у кожної нації є свої стереотипи у ставленні до інших культур. Ці аспекти важко ігнорувати в сучасному світі, тому лідери ЄС виходять з того, що єдина культурна політика навряд чи зможе існувати за єдиним стандартом і зразком. У зв'язку з цим складно говорити про будь-які єдині культурні стандарти, оскільки кожна з двадцяти восьми країн ЄС має свої пріоритети і цінності.

В цілому, держави члени ЄС походять від ідеї унікальності кожної культури і необхідності зберігати національну ідентичність. Досвід історії наочно показує, що нація може вижити, втративши свою незалежність, існувати в рамках іншої держави, тільки зберігши свою національну ідентичність, спираючись на яку можна потім і відновити свою державність.

Інший аспект культурної політики ЄС спрямований на подолання міжкультурних бар'єрів, розширення і поширення знань про культуру та історію європейських народів. З цією метою проводяться заходи, завдяки яким здійснюється знайомство з культурними традиціями інших народів. Тому активно заохочується тісна співпраця між країнами в галузі культури, яка має сприяти взаєморозумінню між народами і формуванню толерантного

ставлення до чужих традицій. При цьому абсолютно виключаються ідеї асиміляції європейських народів і створення Європейської нації [3;4].

Загальну систему цінностей країн ЄС як таку охарактеризувати важко через її мультикультурність, що призводить до розмивання системи традиційних цінностей. Проте є ряд понять і категорій, які сприймаються як загальноєвропейські. Однією з таких є поняття «свобода», що трактується досить широко і передбачає свободу слова, совісті, самої людини тощо. Тому Європейський Союз засуджує будь-які дії, які входять в протиріччя з поняттям свобода. Більш того, на юридичному рівні вони прагнуть закріпити різні свободи своїх громадян, особливо в тих питаннях і сферах, де раніше існувала певна дискримінація. Ще однією такою категорією є толерантне ставлення до норм поведінки іншої культури. З іншого боку в свідомості підростаючого покоління відносність культурних і моральних стандартів допускає можливість альтернативних моделей поведінки, що, в кінцевому підсумку, ускладнює процес інкультурації і послаблює почуття національної ідентичності. Таким чином, поступово формується покоління, у якого європейські цінності переважають над національними [3;4].

Що ж стосується цінностей ведення бізнесу в Європі можна відзначити такі поняття як мінімальний вплив держави, виробник самостійно займається реалізацією продукції, кількість підприємств регулюється тільки ринком, легкість налагодження міжнародного співробітництва.

Головним механізмом захисту будь-якого виду підприємницької діяльності в європейських країнах є стабільна і усталена нормативно-правова база. Особливо повчальний в цьому плані закон про заборону будівництва великих супермаркетів в населених пунктах, де проживає менше 40 тис. чоловік, який діє у більшості європейських держав. Це дає можливість розвивати торгівлю в невеликих приватних магазинах, що вирішує безліч проблем із зайнятістю населення і наповнення місцевих бюджетів.

Крім того, в більшості міст створюються опікунські ради малого бізнесу, які представляють його інтереси при контактах з владними структурами. Ці ж ради займаються регуляторною політикою, а також стежать за тим, щоб конкуренція на риках була справедливою. Саме вони не пускають на свої ринки конкурентів, здатних проводити демпінгову політику з метою монополізації певних секторів ринку. На відміну від українського бізнесу, який буквально задихається від різного роду посередників, будь-

який європейський бізнесмен може самостійно виходити на міжнародні ринки, особливо коли мова йде про роботу в зоні єдиної валюти [4].

Ще одна цінність європейського бізнесу - його прогресивність. На перший погляд може здатися, що європейський ринок настільки щільно «заселений», що у новоспеченого підприємця немає жодного шансу прорватися на нього. Але це зовсім не так. Саме постійна спрямованість на розширення і зміцнення співпраці на міжнародній арені робить його настільки динамічним.

Ще одна приваблива риса ЄС це її усталена законодавча база. Саме вона дозволяє бізнесу гідно зустрічати всі негаразди світових криз, оскільки, якщо відомі правила, набагато легше прогнозувати результати своєї діяльності. Завдяки відсутності жорсткої бюрократичної системи в регулюванні бізнесу, європейські компанії розвивають багатосекторні моделі, які найкраще відповідають запитам світової економіки. Якщо один сектор стає збитковим, інші не дадуть підприємству збанкрутувати.

Багато процесів і правил в європейських підприємств, на відміну від українських, спочатку так чи інакше орієнтовані на права людини. Уряди європейських країн захищають права людини за допомогою відповідних законів, в той час як підприємства несуть відповідальність за дотримання цих прав, а значить, повинні докладати максимум зусиль в цій області, незалежно від того, наскільки добре держава виконує свою функцію в даній сфері.

У європейському бізнесі керівництво компаній традиційно робить 5 кроків для того, щоб оцінити всі наявні ризики щодо прав людини і найманих працівників і уникнути негативних наслідків в майбутньому:

організація зобов'язується дотримуватися цих прав і впроваджує відповідні зобов'язання в стратегію розвитку свого бізнесу;

проводиться діагностика наявних ризиків щодо прав людини і найманих працівників;

вживаються заходи щодо усунення та запобігання цих ризиків;

якщо підприємство все ж робить певний негативний вплив на співробітників, їм виділяються кошти для компенсації;

подальший прогрес в питаннях цих прав ретельно відстежується і фіксується.

Ставлення до прав людини і найманих працівників в Європі дуже відрізняється від українського підходу. Розроблений ЄС перелік ознак, за якими може здійснюватися дискримінація, включає в себе 6 пунктів - це етнічне походження, стать, вік, сексуальна орієнтація, інвалідність і релігія. Найчастіше ці

пункти просто включаються в процес діяльності підприємства і не виділяються в окремий блок, а дотримуються за замовчуванням.

Корпоративна соціальна відповідальність або CSR (Corporate Social Responsibility) визначається Європейською комісією як «відповідальність підприємства за його вплив на суспільство». За своєю суттю - це процес інтеграції соціальних, екологічних та етичних прав людини та інтересів споживачів в стратегію бізнесу відповідно до чинного законодавства та договору між партнерами.

Впровадження CSR не прописано в законах європейських країн, а значить, є добровільним кроком підприємства. Звичайно, далеко не всі виступають на підтримку інтеграції CSR, і багато критиків навіть наполягають на нещирості й лицемірстві підприємств, в яких цей процес вже завершився. Однак світові бренди зробили свій вибір. Компанія Shell вкладає гроші в освіту дорослих і дітей на території Південної Африки, а завдяки їх союзу з Marks & Spencer, тепер там ще й вирощують фруктові дерева.

Однією з переваг корпоративної соціальної відповідальності є її вплив на лояльність споживачів, так як підвищена увага до етичних цінностей ніколи не залишається непоміченою. У світових масштабах корпоративна соціальна відповідальність базується на п'яти інструментах:

Керівництво Організації економічного співробітництва та розвитку для багатонаціональних підприємств,

10 принципів Глобального договору ООН,

Керівництво стандарту соціальної відповідальності ISO 26000,

Принципи ООН в питаннях бізнесу і прав людини,

Тристороння декларація принципів міжнародної трудової організації в питаннях багатонаціональних корпорацій з питань соціальної політики.

Складність процесу інтеграції CSR на підприємстві залежить від її розміру і діяльності в цілому, але зазвичай вона проходить в три етапи:

наявність зачатків CSR в межах виконуваних підприємством функцій;

CSR як автономна функція;

CSR стає координуючою функцією.

Що стосується малих і середніх підприємств, в них впровадження корпоративної соціальної відповідальності відбувається неформально, так як процедура інтуїтивно зрозуміла співробітникам. Але з огляду на зростання інтересу

до прав людини в сфері бізнесу, цьому процесу все ж варто приділити додаткову увагу.

Права споживачів в Європі обумовлені законодавством ЄС, але порядок захисту цих прав може відрізнятись в різних країнах. Незважаючи на загальну основу, закони окремих держав часто виходять за рамки головних вимог ЄС (крім деяких ключових правил, які однаково узгоджені по всій території Європи, наприклад, як у випадку з недобросовісною комерційною практикою). Як і в будь-яких питаннях пов'язаних з європейським бізнесом, права споживачів мають безліч нюансів, які формально теж прописані в українському законодавстві, але часто дотримуються не досить старанно. Європейські підприємства, наприклад, несуть відповідальність за продукт їх виробництва навіть після його придбання покупцем, незалежно від того виробник ти або імпортер, відповідальність за дефекти в продукції лежить на підприємстві і ні на кому іншому [3;4].

Права інтелектуальної власності поширюються на ті, створені організацією продукти або процеси, які дають їй конкретні переваги перед іншими. Залежно від спрямованості бізнесу виділяють три категорії:

промислова інтелектуальна власність (патенти, товарні знаки, промислові зразки, нові сорти рослин і географічні зазначення їх походження);

художня інтелектуальна власність (оригінальні літературні та художні твори, музика, програмне забезпечення, бази даних, архітектурні проекти, мультимедійні та рекламні матеріали);

комерційна інтелектуальна власність (комерційні таємниці, ноу-хау, угоди про конфіденційність).

Способи захисту інтелектуальної власності залежать від її типу. У Європі в основному використовуються патенти, товарні знаки і копірайт. Всім цим займається Всесвітня організація інтелектуальної власності (WIPO). Також з питаннями на цю тематику можна звернутися в Офіс гармонізації внутрішнього ринку (ОНІМ) або Європейський патентний офіс (ЕРО). Важливо пам'ятати, що права на інтелектуальну власність швидше охороняються законами конкретної країни, ніж ЄС, тому захищати їх на території кожної окремої країни дуже складно і дорого. Правда, можна подати заявку на отримання товарного знаку, дійсного на всій території Європейського Союзу. Залежно від законодавства на підприємстві можуть зажадати сплату певного додаткового внеску або представити відповідний переклад патенту. На сплаті цього внеску грошові витрати для підприємства зазвичай не закінчуються. Є кілька процедур, які можуть знадобитися при взаємодії

з юристами або судом. Наприклад, додаткові експертизи, вартість яких залежить від того, де будуть проводитися маніпуляції з продукцією підприємства (на регіональному рівні або по всій території країни), або ж витрати на підтвердження валідності продукту. Але не можна вважати ці витрати марними, так як завдяки їм інтелектуальна власність дійсно надійно захищена [3].

Говорячи про обов'язки підприємств щодо захисту навколишнього середовища, потрібно пам'ятати, що ЄС давно відійшла від традиційних способів захисту рідкісних видів тварин і підвищення якості повітря та води, які можуть забруднюватися виробництвами. Тепер їх підхід більш систематичний, структурований і спрямований на відновлення навколишнього середовища. Всім цим завідує Європейське агентство з навколишнього середовища (ЕЕА), яке також займається збором даних для створення єдиної Європейської бази.

Європейські споживачі почали приділяти дуже багато уваги негативним наслідкам виробництва певних товарів. Тому при веденні бізнесу в Європі не зайвим буде подбати про наявність документів, що підтверджують надійність продукції з екологічної точки зору. Одним з можливих варіантів є отримання сертифіката екоменеджменту і аудиту - EMAS (Eco Management and Audit Scheme).

Висновки. В цілому, культура розглядається європейцями як один з базових елементів розвитку цивілізації, каталізатор розвитку суспільства і появи інновацій. Тому формування загальноєвропейської культурної політики стало необхідною умовою подальшого розвитку Євросоюзу. Однак ця політика має складний і суперечливий характер. Певна частина проблем обумовлена ідеологічною платформою культурної політики, закріпленої в документах ЄС. Основою європейської інтеграції став принцип «єдності в різноманітті» і засновники Євросоюзу виходили з ідеї збереження національної ідентичності, поваги до культурних та релігійних відмінностей, але не врахували потенційні можливості розширення ЄС. Це призвело до існування діаметрально протилежних поглядів і підходів в рамках однієї організації, що неминуче породжує конфлікти як всередині ЄС, так і на міжнародній арені. В якості пріоритетних цілей культури ЄС називає «загальноєвропейські цінності», проте не розшифровує це поняття. Така розмитість і невизначеність дає можливість дуже широкому трактуванню цих цінностей, що знову ж таки викликає зіткнення інтересів.

Література

1. Семенова Н. С. Правовое регулирование научной деятельности, культуры и образования в ЕС // Правовые основы экономического и социального регулирования ЕС. Волгоград: ВолГУ, 2010. С. 427 – 447.

2. Porat, M. The Information Economy / Marc U. Porat. Office of Telecommunications Special Publications 77-12, Washington D.C.: Department of Commerce, 9. – 1977. - 23-35 pp.

3. Беляева Е. Е. Культурная интеграция как основная стратегия культурной политики Европейского Союза : монография / Е. Е. Беляева. — Москва : МПГУ, 2012. — 98 с.

4. Колобов О.А. Европа: проблемы интеграции и развития. Монография. В 2-х томах. - Т.1.История объединения Европы и теория европейской интеграции. - Ч.1. Кол. авт. /Под общей редакцией академика О.А. Колобова. – Нижний Новгород: ФМО/ИСИ ННГУ; Изд-во АГПИ им. А.П. Гайдара, 2008.

References

1. Semenova N. C. Legal regulation of scientific activities, culture and education in the EU // the Legal framework of economic and social regulation in the EU. Volgograd, Volgu, 2010. P. 427 – 447 p.

2. Porat, M. The Information Economy / Marc U. Porat. Office of Telecommunications Special Publications 77-12, Washington D.C.: Department of Commerce, 9. – 1977. - 23-35 pp.

3. Belyaev, E. Cultural integration as a primary strategy of cultural policy of the European Union : monograph / E. E. Belyaev. — Moscow : Moscow state pedagogical University, 2012. — 98 p.

4. Kolobov A. Europe: problems of integration and development. Monograph. In 2 volumes. - Vol.1.The history of European unification and theory of European integration. - Part 1. Col. ed. /Under the General editorship of academician A. A. Kolobova. – Nizhny Novgorod: FMO/ISI University of Nizhni Novgorod, publishing house of Armenian state pedagogical Institute named after A. P. Gaidar, 2008.