

Макроэкономика

Дмитриос МАВРИДИС,
Леонидас ПОЛИОПУЛОС,
Теофилос ПОЛИОПУЛОС

**ИСТОРИКО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ
И СОЦИАЛЬНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ
КОРПОРАТИВНОЙ СОЦИАЛЬНОЙ
ОТВЕТСТВЕННОСТИ
(НА ОСНОВЕ СЕКТОРА ПРОМЫШЛЕННОСТИ
ПО ОБРАБОТКЕ МЕХА)**

Резюме

Кастория и Сиатиста, два исторически важнейших региона Западной Македонии с их богатой культурой, коммерческим и ремесленным делом, являются единственными в Европе, которым удалось пережить ураган глобализации и сохранить, хоть и в значительно меньших размерах, производство меха. Опираясь на имеющиеся факты, производство меха и торговля им в этих регионах берет свое начало в XV веке, они дали миру много известных торговцев, ставших благотворителями и спонсорами не только в родной стране, но и в местах проживания. Конечно, в те времена термин «корпоративная социальная ответственность» был неизвестен, однако

© Дмитриос Мавридис, Леонидас Полиопулос, Теофилос Полиопулос, 2009.

Мавридис Дмитриос, профессор кафедры размещения финансов, Технологический Институт Западной Македонии, Казани, Греция.

Полиопулос Леонидас, лектор кафедры международной торговли, Технологический Институт Западной Македонии, Кастория, Греция.

Полиопулос Теофилос, MBA студент, Технологический Институт Западной Македонии, Кастория, Греция.

любовь к своей стране, патриотизм, благотворительность и другие проявления социальной опеки и чистого патриотизма сами по себе были формой выражения чего-то большего, нежели просто «корпоративная социальная ответственность». Именно поэтому мы будем анализировать экономическую, социальную и благотворительную деятельность людей того времени, и это является прекрасным доказательством того, что современная деятельность предприятий, касающаяся вопросов окружающей среды, социальной уязвимости, культуры, обучения и т. д., не возникла из ничего. Она на самом деле существовала с давних времен. Ее просто по-другому представляли и характеризовали, поскольку в разные времена и потребности были различными. Кроме того, мы проанализируем необходимость создания сети в ремесленном секторе по производству меха с целью продолжения традиций наших предшественников, и дальнейшего развития этих ценностей, активизируя промышленность в целом, и производство конечного продукта в частности.

Ключевые слова

Обработка меха и кожи, Западная Македония, корпоративная ответственность.

Классификация по JEL: L67.

1. Кастория и производство меха и кожи

Кастория и Сиатиста – два из числа немногих регионов не только Греции, но и целой Европы, где сохранилось ремесло обработки меха и вычинки кожи. Как утверждается в «*DICTIONARY OF FUR*» («Словаре меха»), Кастория – столица префектуры Кастории, является очень красивым городом мира, где обрабатывают мех. История техники по обработке меха и вычинки кожи, кажется, началась тогда, когда граждане Кастории в XV веке позаимствовали know-how ремесла в Константинополе (Стамбуле). Большой регион вокруг озера заселен с 5 500 года до н. э., а основание самой Кастории датируется 840 годом до н. э. Хотя искусство обработки меха и вычинки кожи, наверное, началось с заимствования знаний в этой отрасли из Стамбула; особенная же обработка меховых вставок, таких как ножки, головы и хвосты – техника, которую развили исключительно местные ремесленники Кастории.

2. Экономические кризисы в секторе по производству меха

Исторически доказано, что с давних времен сектор по обработке меха переживал кризисы. Они возникали по различным причинам и из-за различных условий, таких как новые изобретения, изменение тенденций моды, войны, социальные потрясения, международная конкуренция, перепроизводство, экологические движения, теплые зимы и др. Известно, что первый кризис был уже в период неолита, когда мужчины научились обрабатывать землю, выращивать животных и т. д. В результате на смену одежды из меха приходят изделия из льна и шерсти.

Другой кризис, по данным Скарлатоса Бизантиоса, наступил в связи с изменением моды в 1825–1850 гг. Бурное строительство многих дворцов в течение 1860–1880 гг. объясняется «расцветом» экономики того времени, после чего наступает период упадка и эмиграции жителей Кастории в Северную Америку, главным образом, в Нью-Йорк. Позже наступает кризис после распада Османской империи, во время Первой мировой войны и разрушений в Малой Азии – все это влияет на производство в Салониках, Гианенни, Филипопули, Андрианопули, Хиоси, Козани и др., поскольку, в отличие от Кастории и Сиатисты, там не было торговых связей со странами за пределами Османской империи.

В 1960-х гг. в течение десятилетия происходили кризисы, известные как циклические. В 1950-е гг., благодаря переформированию Западной Европы, а точнее, западного мира, после чего началась Вторая мировая война, наступил очень быстрый рост экономики, как изображено на рис. 1, который проходил без значительных колебаний. Однако такие колебания имели место в 1963 и 1967 годах, и одно незначительное – в 1970 г., что изображено на рис. 2.

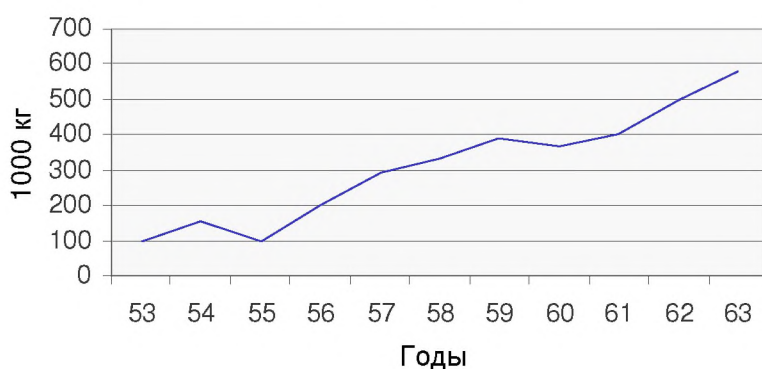
Эти данные воспроизводят импорт сырьевых материалов меха в определенные периоды, которые совпадают с циклическими колебаниями экономических кризисов западных обществ того времени.

После 1987 г. наступил продолжительный кризис, продолжающийся аж до 1992 г., который для Кастории и Сиатисты ориентировочно закончился открытием рынка восточных стран, прежде всего России. Еще один большой кризис, повлиявший на производство меха, был в 1998 г., когда в России обесценился рубль, и, по сравнению с кризисом 1987 г., он закончился намного быстрее. В 2006–2007 гг. в Греции также наблюдался кризис, когда упала продажа меховых изделий из-за зимних высоких температур. Тогда на краткое время цена на мех снизилась, в частности на аукционах, проводившихся зимой и ранней весной. После этого цены на шкурки (сырьевой материал) вместе с ценами на нефть начали резко возрастать из-за большого спроса со стороны китайских бизнесменов. Поскольку мех считается пред-

метом роскоши (по крайней мере, в странах, где нет суровых зим), на его производстве, без сомнения, отрицательно сказался финансовый кризис 2008 г. Этот финансовый кризис, который начался в США, в начале 2007 г. пришел и в Грецию незначительным «спадом» показателей на фондовой бирже, пик которого пришелся на 18. 10. 2008, когда произошел не только спад всех показателей фондовой биржи, но и крах банков и других компаний.

Рисунок 1.

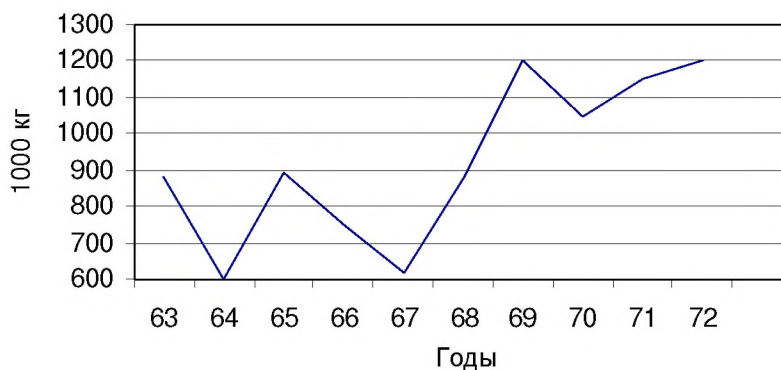
Импорт сырья в 1952–1963 гг. (в 1000 кг)



Источник: Л. Полиопулос, с. 80.

Рисунок 2.

Импорт сырья в 1963–1972 гг. (в 1000 кг)



Источник: С. Спанос, Л. Полиопулос, с. 81.

Конечно, этот кризис сильно повлиял на производство меха, несмотря на то, что главными его потребителями были не США и Западная Европа, а Россия. Первой реакцией потребителей была отмена всех заказов и требование к поставщикам выполнять взятые финансовые обязательства. Все это вынуждало многие предприятия уменьшить производство и сократить штат.

3. Что значит СКО?

Социальная корпоративная ответственность является, по сути, средством, с помощью которого компании добровольно делают пожертвования для блага общества и защиту окружающей среды. Согласно большинству определений, СКО – средство, с помощью которого компании добровольно включают в свою деятельность социальные вопросы и вопросы окружающей среды, при этом используют свои связи с другими заинтересованными сторонами. Сеть СКО Греции утверждает, что внедрение в производственную практику социальной деятельности и деятельности по защите окружающей среды, которая не входит непосредственно в закрепленные законодательством обязанности предприятия, – дело абсолютно добровольное и непосредственно не влияет на его отношения с работниками, акционерами, поставщиками, инвесторами, потребителями, обществами, где они работают, и др.

Европейская СКО, сеть СКО в Европе считает, что к СКО относится то, как предприятие решает и улучшает свой отклик на социальные проблемы и проблемы окружающей среды, а стратегические, организационные и операционные инновации добавляют значимости его акционерам и всем заинтересованным сторонам.

Всемирный совет стабильного роста считает, что СКО – это обязательство предприятия посредством сотрудничества со своим персоналом, местными организациями и обществом делать пожертвования для блага общества и таким образом улучшать уровень жизни каждого.

В течение последнего десятилетия, главным образом, в развитых странах, интерес к социальным и экологическим обязательствам предприятий возрос, что частично происходит благодаря экологическим движениям, деятельности потребительских организаций и самой социально-политической системы. Утверждения, что предприятия должны выделять часть своих ресурсов на социальные потребности, не всегда воспринимались легко. Не было единства во мнении относительно того, могут ли и должны ли компании проявлять социальную активность по определенным вопросам или в целом и должна ли эта деятельность полагаться только на государство.

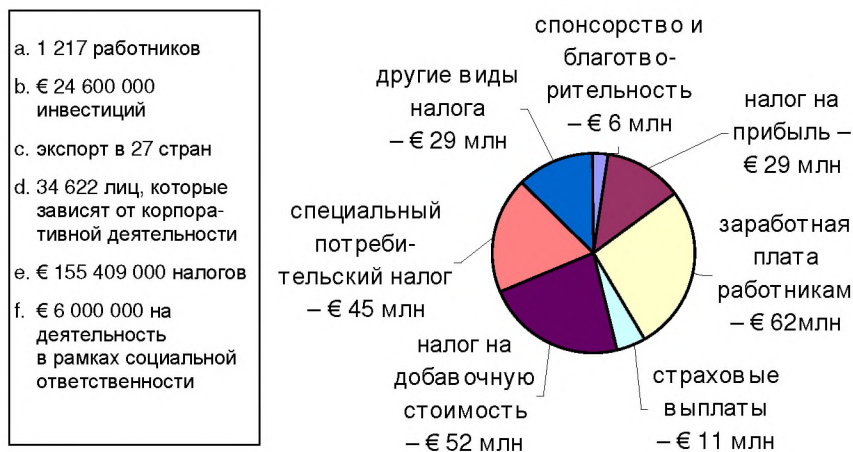
Этот конфликт продолжался в течение многих лет и выкристаллизовался в трудах и размышлениях двух ученых, отмеченных Нобелевской премией, Милтона Фридмана и профессора университета Аризоны Кейта Дейвиса. Они разделили СКО на три ступени, а именно: социальная обязанность, социальная ответственность и социальный отклик. Хотелось бы уточнить, что разные статистические таблицы, печатавшиеся в различных газетах, были представлены по-своему и воссоздавали лишь первую ступень СКО, то есть социальную обязанность. Поэтому измерение СКО считается не полным, хотя даже частичное ее выполнение или какая-либо деятельность являются первым шагом к ней.

На рис. 3 можно увидеть распределение ресурсов и видов деятельности большого предприятия, главным образом, в пределах первой ступени социальной ответственности, которая характеризуется как социальная обязанность. Эту ступень, конечно, нельзя полностью считать всем тем, что входит в понятие СКО, поскольку в значительной степени сюда относятся действия или обязанности, которые являются не добровольными, а обязательными. Однако мы отмечаем, что сумма в 6 млн евро, если её действительно используют на добровольную, но обязательную деятельность, является значительной.

Рисунок 3.

Компания, проводящая деятельность в рамках СКО

Вклад корпоративной деятельности в греческое общество и экономику



Чтобы понять, насколько восприятие, менталитет и психология нашего общества изменились по отношению к СКО, я приведу пример из греческой исторической действительности. Когда в 1972 г. умер певец Маркос Бамбакарис, его семье пришлось одалживать тридцать тысяч драхм (тогда – 1.000 американских долларов), чтобы покрыть все затраты на похороны. Родные высказали свое разочарование по поводу такого безразличия государства и частного сектора. Сегодня же много компаний культурно-развлекательной индустрии становятся в очередь, чтобы взять на себя такие обязанности, которые бываюи и намного больших масштабов.

Обычно потерявший надежду гражданин сегодня сказал бы, что те предприятия, которые занимаются социальными вопросами, получают больше либо из-за того, что им предоставляются льготы по налогообложению, либо по другим определенным причинам. Это так на самом деле или же это преувеличения? Много исследований были сделаны по этой причине, и нам сейчас многое известно относительно того, что граждане знают и думают об СКО.

В других странах, где существуют давние традиции в решении социальных проблем, появляется иной вопрос, а именно: можно ли вместо выражения «корпоративная социальная ответственность» употреблять «социальная корпоративная ответственность» (GUV – Gesellschaftliche Unternehmensverantwortung). Мы не можем в данном случае вдаваться в подробности, только отмечаем, что СКО, как деятельность предприятия, является существенной и социально необходимой. Она создает дополнительный имидж предприятию и, к сожалению, тем предприятиям, которые видят в ней элемент связи с общественностью с целью добиться лишь краткосрочной прибыли.

Ученые, как и большинство исследований, доказали, что если СКО вводится в миссию и в стратегическое планирование предприятия как акт социальной ответственности, тогда акционеры, а также и общество, в целом, включая и потребителей, отплатят своим доверием и тем, что будут выбирать продукцию и услуги именно этого предприятия. Не случайно, большие предприятия Греции не только приняли СКО, но и посредством прессы ее рекламируют. Для примера приведу один из случаев. Компания мобильных телефонов взяла на себя обязанность за каждый заброшенный баскетболистом – нашим соотечественником Димитрием Диамантиди – мяч в корзину, вносить 100 евро в Касторийскую префекторную Ассоциацию людей с особыми потребностями.

4. СКО в отрасли по обработке меха

Возникает вопрос, на который необходимо дать ответ: можно ли данную деятельность применить в отрасли по обработке меха? Являются ли предприятия по обработке меха настолько большими и надежными, чтобы инвестировать в деятельность, доход от которой не появится быстро? Ответом, конечно, будет «да», поскольку каждое предприятие, в зависимости от его размера, может начать такую деятельность простым спонсорством и организацией спортивных мероприятий вплоть до обучения, просветительства и других видов экологической и социальной деятельности. Однако, как говорилось выше, могут ли предприятия по обработке меха функционировать под началом одного института, уже существующего, поскольку уже существует сеть СКО? Нужно ли создавать новый институт или же пользоваться тем, который уже существует, типа SGK (Furmaker Association – Ассоциацию Производителей Меха), с тем, чтобы она ввела СКО в свою миссию как стратегическое планирование задач. СКО в отрасли по обработке меха должна применяться по разным причинам, которые принимаются во внимание другими предприятиями, плюс по еще одной причине, которую мы объясним далее.

4.1. Греческая благотворительность

Спонсорство, благотворительность, филантропия (милосердие) и другая деятельность в рамках социальной уязвимости – не явления сегодняшнего дня. В Греции спонсорство, благотворительность и другая социальная деятельность на благо общества известны с давних времен. Так, при поддержке спонсоров происходили Олимпийские игры, проводившиеся в Греции с VII века до н. э. Следовательно, СКО в той форме, как мы ее знаем теперь, прошла много стадий развития.

Греческая благотворительность – это явление, которому принадлежит особое место в современной истории Греции. Деятельность благотворителей была исторически прогрессивной и убедительной (и влияющей на решения), поскольку государственная конституция имела в своем распоряжении институты, а также доминирование рабочего класса, который только зарождался. В новых условиях, диктовавших необходимость социальных изменений, благотворители, благодаря своим большим богатствам, брали на себя социальные обязательства при условии индивидуальной работы. С этой стороны, идея благотворительности представляет собой главный фактор социального, национального и межкультурного сознания, который во многих случаях обходит слабые места опеки правительства, и является

подтверждением стратегического верховенства антропоцентричного измерения социальной жизни.

В последней четверти XVII, в XVIII и в начале XIX века тяжелые экономические, политические, демографические и жизненные условия, а также большое давление со стороны турецких завоевателей привели к массовой эмиграции греков. Важнейшими причинами эмиграции была надежда на лучшую жизнь за границей, торговля и желание знаний. Важнейшим фактором основания новых греческих общин была торговля. Развитию экономических отношений между Востоком и Западом способствовала миграция македонцев, эпиротцев и греков, и благодаря тяжелому труду давала возможность добиться больших богатств. Главным образом, греки поселялись в центральной Европе, на севере Балкан и в России.

Эмиль Брас в своей книге, которая вышла в 1925 г. и посвящалась деятельности греческих торговцев мехом в Лейпциге в XVIII–XIX, писал: «...что касается Германии, центром торговли мехом в то время был Лейпциг. Конечно, там не обходилось без греков, не говоря уже о выходцах из Западной Македонии, Кастории и т. д., которые своими живописными костюмами оживляли улицы Лейпцига, главным образом, на рынке меха, поскольку здесь из 300 торговцев – 100 были греки».

Несмотря на неблагоприятные условия, греческие эмигранты завоевали великие экономические пространства и добились власти, и таким образом могли помогать своим странам, находившимся под турецкой империей. Они делали большие пожертвования своей родине, как, например, Николас (Думпас) из Власти, родившийся в Вене. Он спас большую часть произведений Франца Шуберта и передал их муниципалитету Вены.

Таковыми же важными были его пожертвования на огромный зал «Друзья музыки», известный «Musikverein». За все это, в его честь муниципалитет Вены назвал улицу Думбаштрассе. Николас Думпас был близким другом Рихарда Вагнера, Йогана Штрауса, Йогана Брамса. Он примкнул к сооружению в Вене памятников известным личностям (Бетховену, Рантецкому, Моцарту, Шуберту, Силеру, Брамсу). Его вклад в построение сооружений был значительным не только в Вене, но также и в Афинах.

Экономическая деятельность благотворителей была обычным явлением в Греции, и общим – в европейской действительности, поскольку это было частью нового городского класса, дающего власть и «богатство» нового восприятия (понятия), которое они привезли с собой, вернувшись на родину, вместе с революционными идеями и богатством.

4.2. Социальная уязвимость производителей меха в разные периоды истории

В отрасли обработки меха всегда было, есть и будет много предпринимателей и компаний, проводящих большую социальную работу как благотворители, которые, без сомнения, попадают под понятие СКО.

Касториец Манолакис, или, как упоминается он в Словаре Меха, Манолакис Георг Манос – торговец мехом и поставщик меховых изделий во дворце Мехмета в XVII веке, которого называли «первым производителем», растрачивал огромные суммы на возрождение греческой нации. Союз производителей меха Стамбула, куда в XIX веке входил Манолакис, поддерживал великую национальную школу, известную под названием традиционной патриаршей академии. В 1715 г. Манолакис и Союз производителей меха Стамбула финансировал и оплачивал работу работников Святой Школы Кастории. Манолакис финансировал строительство известной Школы Патмоса, Школы Виктора в Хиосе (1660) и Школы Арта (1669). Кроме того, под опекой Союза производителей меха находилась Школа Палиноу в районе Стамбула. И совсем не случайно, даже теперь в Константинопольском патриархате, Союз производителей меха упоминается во время богослужений.

В то время известными благотворителями были признаны касторийцы Кастриотис Георг и Киритсис Георг. Кастриотис (который, возможно, не имеет отношения к известному Георгу Кастриотису – Скентемпея) как официальный правитель Константина Онгровлачиа Басарампи Брагковану, основал школу в Кастории, на содержание которой он внес депозит в Венеции. Размер депозита достигал 14 000 Duke, а с процентов, составлявших 370 Duke годовых, 20 Duke он платил комиссионерам св. Георгия (непосредственно в Венецию) за менеджмент процентной ставкой, а остальные 350 Duke посылал в школу Кастории. Из них 80 Duke шли первому учителю, 40 – второму, а остальные 30 распределялись между 10 студентами минус 10 – на разного рода ремонты и достройки. Согласно данным того времени, вклад полученного процентного капитала начался 1 июня 1708 г. и до 19 января 1709 г. все затраты школы были предварительно оплачены.

Несколькими годами позже экономические основы «Греческой Школы» усилил богатый касторийский купец Киритсис, сын касторийского магната Деметриуса Киритсиса, и таким образом реализовал решение, принятое касторийцами в августе 1711 г. Эта школа должна была содержаться из фондов прибыли на проценты из депозита, сделанного им в Венеции, и принадлежала христианам его Родины. Димитриос Киритсис, отец Георга, 3 марта 1697 г. по доброй воле и при общественном нотариусе Корфе Спиресе Асимакополосе, завещал своему сыну Георгу 8 000 реалий на благотворительные цели. Из этой суммы 6 000 Duke он вложил в Венецию

28 сентября 1700 г. с годовой процентной ставкой 3,75%. Согласно завещанию Георга Киритсиса, для сбора процентной ставки были назначены уполномоченные, а для надзора за организацией школы в Кастории, где должны были обучаться 24 студента, – куратор. В своем втором завещании от 11 января 1716 г. Г. Киритсис жертвует значительные суммы монастырю на горе Афон в Синае, на содержание заключенных, на бедных и церкви Кастории.

Здесь важно отметить, что благотворитель диктовал, какой детально должна быть процедура выбора уполномоченных по сбору процентных ставок в Венеции и как распоряжаться завещанием. С 225 Duke годового дохода, 150 необходимо было выплачивать учителю за учебу 24 студентов и премировать лучших из них «за лучший ум и знания» 18 серебряными Duke каждый раз в течение семи лет. Остальную часть процентного дохода он распорядился растрачивать на ремонт зданий и других непредвиденных затрат. Последний пункт завещания гласил, что в случае, если касторийцы окажут неуважение, школу необходимо закрыть на два года, а процентный доход от депозита выдать священникам церкви св. Атанасиуса Митрополеоса в Иоаннини... на школу и учителей города: январь 15, 1715 г.

Конечно, кроме известных и официально задокументированных актов благотворительности, спонсорства и т. д., было много других социальных актов, тесно связанных с родиной и народом, поскольку времена были иные. Тогда акты солидарности социальной уязвимости и ответственности концентрировались на родной стране и согражданах благотворителя. Мы, к сожалению, не имеем доступа ко всем скрытым неофициальным, и возможно, патриотическим актам национальной и социальной ответственности и уязвимости, поскольку страна находилась под Османской империей. Хотелось бы привести пример одного из таких поступков. Во времена Македонской битвы (1900–1912) торговец мехом Костаки Полипулу в свертки с сырьевым материалом прятал сапоги, в которых остро нуждались македонские воины, и посылал их из Лондона в Касторию [1].

Естественно, в те времена благотворительность осуществлялась больше из патриотических или национальных побуждений, однако она считалась очень важной. Даже османы терпели ее и считали легальной и приемлемой, хотя бывали случаи, когда действия жертводателей воспринимались неправильно, и для них благотворительная деятельность становилась опасной. Так, за отдельные акты социальной уязвимости «донору» приходилось платить своей жизнью.

В качестве примера у нас имеются свидетельства дочери Костаки Полипулоса госпожи Каллиоппи Даи, родившейся в 1904 г. и помнящей, что в их доме в Нтолтсо происходили тайные собрания, относящиеся к Germanos Karavangelis [1].

Это означало, что моральный акт мог расцениваться как нелегитимный и таким образом представлять опасность для донора-жертводателя.

Следовательно, социальная уязвимость и социальная ответственность в разные периоды и при различных обстоятельствах имели иное значение и ценности, чем сейчас. Хотелось бы отметить, что СКО существовала с давних времен и выражалась различным образом, поскольку потребности каждого периода были иными.

Сейчас, конечно, существует очень много доноров и жертвователей большего и меньшего уровня, известных и неизвестных, известных и анонимных. Среди большого разнообразия видов деятельности и актов социальной ответственности и уязвимости хотелось бы подчеркнуть деятельность братьев Папагеоргиу из Сиатисты (второго после Кастории города мехового промысла в Греции). Пользуясь международным авторитетом, мехотрейдеры из Западной Македонии, которые, в основном, торгуют в Германии, а производят продукцию в своем родном городе Сиесте, получили солидное наследство от своих предков и сейчас имеют большую прибыль от своей деятельности. При содействии братьев была построена больница двадцать лет назад в Папагеоргиу в Тесалониках, на что было потрачено шесть миллиардов драхм, или восемнадцать миллионов евро.

5. Практическое применение

СКО можно применять на многих уровнях. Наиболее распространенный вид, конечно, это спонсорство, он не требует никакой организационной структуры. Другой вид деятельности – неиспользование печатных рекламных материалов, а непосредственное общение на темы относительного того, сколько деревьев удалось сохранить и каким образом уберечь окружающую среду. СКО является важным видом деятельности, который создает высокий уровень добавочной стоимости социального капитала инсти-туции или компании, организует спортивные мероприятия, привлекая спонсоров и местные спортивные организации.

Ассоциация Производителей Меха может применять СКО в качестве:

- одnorазового или постоянного спонсорства;
- организации спортивных соревнований и других спортивных мероприятий;
- содействия уменьшению бумажных отходов и мероприятия по охране окружающей среды;
- сотрудничество с неправительственными организациями по вопросам усыновления сирот и др. благотворительная деятельность;

- другие виды социальной деятельности, направленные на защиту окружающей среды;
- ответственность за соответствие процента отпускной цены на продукты с возможностями социально уязвимых групп населения и т. д.

5.1. Причины принятия и применения СКО

Причина необходимости применения СКО в отрасли обработки меха такая же, как и в других отраслях промышленности, в ремесленничестве или в сфере обслуживания. Однако наряду с этим для этого существует еще одна причина. Все мы знаем, что в течение многих лет отрасль обработки меха наталкивалась на серьезное противодействие, или даже «войну» со стороны различных экологических организаций, которые не воспринимали идею использования меха животных, в частности для одежды. Много предприятий и в прошлом, и сейчас использовали и продолжают использовать белку или бобра в качестве торговой марки для своего бизнеса, так, вроде эти компании разводят животных, мех которых ценится. К счастью, некоторые компании осознали свою ошибку и перестали использовать подобные символы. Мастера по обработке меха должны отделить свою деятельность от фермеров, занимающихся выращиванием животных с ценным мехом, во-первых, потому, что они не фермеры, и во-вторых, потому, что их деятельность не отличается от деятельности фермеров. На сегодня очень много меховщиков специализируются на изделиях из кожи, а это означает, что их продукция изготавливается из животных, мясо которых идет на еду, а кожа – на одежду. И здесь появляется вопрос. Необходимо ли разделить промышленность на отрасль по обработке кожи животных, которых выращивают на мясо, и отрасль по обработке меховой кожи? Это рассуждение.

Конечно, условия и методы забоя животных с ценным мехом не идут из прошлого. Соответствующий закон по этому вопросу был очень суров. Страны-поставщики являются образцом экологической уязвимости и цивилизованности. Население этих стран не имеет ничего общего с несколькими фактами, повергшимися осуждению. В таком случае, почему промышленность должна проявлять больше социальной и экологической уязвимости, применяя СКО? Причины кроются не в информационном характере, не в характере осуждения. В то же время, должен существовать целостный подход к жизни и к окружающей среде. В связи с подобной деятельностью необходимо показывать, что хотя злополучный факт и привел к необходимости заниматься профессией, которую некоторые считают сегодня анти-экологической, меховщики все же проявляют свою корпоративную и экологическую ответственность для предоставления миру правдивой информа-

ции о своих партнерах, о своей жизненной философии, своем отношении к экосистеме. Таким образом, функционирование социальной корпоративной ответственности, а не только СКО, консолидируется и воспринимается как иное видение данного сектора, не являющегося уязвимым к оппонентам этой отрасли промышленности, поскольку социальная и экологическая уязвимость меховщиков смягчает реакцию большинства людей.

5.2. Значение и развитие в будущем

Естественно, на сегодняшний день СКО представляет собой функцию, которая все больше развивается и применяется большинством предприятий, в то время как ЕС установил по этому вопросу правила, директивы, декларации и т. д. Кроме того, создана сеть СКО, состоящая, главным образом, из крупных компаний в большинстве стран Европы. Проводятся дискуссии как на деловом, так и на академическом уровне с целью обеспечить более организованное и системное применение СКО. Что это значит? Речь здесь идет о том, что в школах и университетах должно появиться новое направление, возможно, такое как T.Q.M. или даже маркетинг, которое должно создавать ценности для каждого экономического объекта. Как создавать эти ценности, зависит от многих факторов, как внутренних, так и внешних.

Однако для предпринимателей, компаний и для всего общества очень важно быть признанными при помощи СКО, а это значит иметь своих потребителей. Однако для оценивания СКО могут быть установлены правила, согласно которым компании будут пользоваться финансовой поддержкой и т. д.

Какими же могут быть выгоды для компаний в будущем, если ЕС примет некоторые уставные льготы? Вот перечень некоторых из них:

- стимулирование введения системы СКО (как это было с ISO¹);
- оценка СКО при финансировании;
- льготы для организаций и среднего бизнеса, рекламирующих и внедряющих СКО согласно установленным нормам и правилам.

Кроме того, выгоды от добровольного и неинституционального СКО могут быть такими:

- повышенная рыночная стоимость и хорошая репутация;

¹ Прим. перев.: Istanbul Sanayi Odasi (Istanbul Chamber of Commerce) – Торговая Палата Стамбула.

- положительный имидж в отношениях с главными акционерами и другими лицами;
- положительный имидж для инвесторов и доверительные отношения с акционерами;
- возможное зачисление к особым ценным бумагам и индексам банковской оценки;
- большая популярность в обществе и стабильное развитие;
- лучшие условия труда;
- удовлетворение работников, желание работать на эту компанию;
- хорошие отношения с правительством и местными общинами.

Кроме того, СКО препятствует рискам и укрепляет компанию, что, как правило, повышает ее рентабельность. В частности, такая деятельность предотвращает:

- снижение репутации и торговой марки;
- утрату потребителей;
- потерю возможностей для фирмы;
- утрату персонала;
- утрату инвесторов и фондов;
- участие в судебных процессах и незаконном решении проблем.

Существование индексов зарубежных бирж, таких как FTSE 4 Good в Британии, Domini 400 – в Америке, достаточное количество «зеленых» фондов в Европе и Америке поддерживают мнение, что СКО и финансовая деятельность тесно связаны между собой.

Кроме общих выгод, которые конкретно получает каждая фирма по обработке меха от СКО, могут существовать и такие возможные варианты, когда:

- уменьшается поддержка со стороны других отраслей промышленности;
- происходит привлечение к ремеслу по изготовлению кожаных изделий при определенных социально-исторических и географических условиях;
- регион Западной Македонии становится последним производственным центром в Европе;

- продолжается пятисотлетняя традиция, созданная на базе науки и практики, и она составляет социальный капитал местных жителей;
- смежная с этим ремеслом промышленность при помощи знаний научных кругов улучшает продукт, его наличие и рекламу.

6. Выводы и рекомендации

В завершение хотелось бы сказать, что поскольку многие компании ищут пути для обеспечения конкурентоспособности и рентабельности на продолжительный период, им необходимо внедрять в свою стратегию практику СКО, и не только ради компании, но и ради людей и общества, ведь эта деятельность влияет на каждого. Подытоживая, можем отметить, что СКО

- предоставляет возможности;
- ограничивает риски;
- имеет непосредственное отношение к рентабельности компании;
- открывает для организации или предприятия новые горизонты и перспективы.

Однако в нашем случае вопрос заключается в том, могут ли компании и организации по производству меха вводить СКО, и если да, то насколько. Ответ утвердительный. Они могут, но не в такой степени, как большие предприятия. Однако то, что можно сделать с большим успехом, — это создать сеть СКО, которая охватит всю промышленность с ее фирмами и организациями. Следовательно, акционерам необходимо продолжать работать над созданием независимой сети СКО и иметь как можно больше операторов, которые будут принимать участие вследствие вышеуказанных причин.

Литература

1. Bernhard Ungericht, Thomas Korenjak, Dirk Raith, (2008) «Corporate Social Responsibility oder gesellschaftliche Unternehmensverantwortung», ELIT VERLAG GmbH, WIEN,
2. Bulmann Antje, (2006) «Mehrwert durch mehr wert (Nachhaltiger Unternehmenserfolg durch Investitionen in CSR)», Diplomarbeit, Bremen.

3. Europäische Kommission (2002a), Mitteilung der Kommission betreffend die soziale Verantwortung der Unternehmen: ein Unternehmensbeitrag zur nachhaltigen Entwicklung.(KOM 2002, 347).
4. Montana, P., Charnov B., «Management», klidarithmos publicities Athens 2002.
5. Akilas, Milas, (1996) Seals of Istanbul.
6. Koutsiaftis, Emanouil, (2001) «Greek education in Kastoria the 19th century», Iera Mitropolis Kastorias publicities, Thessaloniki.
7. Makris, Haris, (2000) «Kastoria, short history of city», afoi Kyriakidoi publicities, Thessaloniki.
8. Milonas D., (2009) «Greek sponsoring», «Pili Anaptiksis» monthly review of Western Macedonia, [10] January.
9. Pouliopoulos, Leonidas, (1994) «Historical development of fur and the role of Kastoria», kastoriani estia publicities, Kastoria.
10. Pouliopoulos, (2005) L. & Sionta Venetia, «Dictionary of fur», ION publicities, Athens.

Статья поступила в редакцию 27 июля 2009 г.