



Макроекономіка

Дмітріос МАВРІДІС,  
Леонідас ПОЛІОПУЛОС,  
Теофілос ПОЛІОПУЛОС

**ІСТОРИКО-ЕКОНОМІЧНИЙ  
ТА СОЦІАЛЬНИЙ ВИМІР КОРПОРАТИВНОЇ  
СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ  
(НА ОСНОВІ СЕКТОРА  
ПРОМИСЛОВОСТІ ОБРОБКИ ХУТРА)**

**Резюме**

Касторія і Сіатіста, два історично найважливіших регіони Західної Македонії з їх багатою культурою, комерційною та ремісничою справою, є єдиними в Європі, яким вдалося пережити буревій глобалізації та зберегти, хоч у значно менших розмірах, виробництво хутра. Опираючись на наявні факти, можна дійти висновку, що виробництво хутра і торгівля ним у цих регіонах сягає своїми витокami XV ст., і це дало світу чимало знаних торговців, які стали благодійниками і спонсорами не лише в рідній країні, а й у місцях проживання. Звичайно, в ті часи термін «корпоративна соціальна відповідальність» був невідомим, але любов до своєї країни, патріотизм, благодійність та інші вияви соціальної опіки і чистого патріотизму самі по собі були формою вираження чогось більшого, ніж просто «корпоративна соціальна

---

© Дмітріос Маврідіс, Леонідас Поліопулос, Теофілос Поліопулос, 2009.

Маврідіс Дмітріос, професор кафедри розміщення фінансів, Технологічний Інститут Західної Македонії, Казані, Греція.

Поліопулос Леонідас, лектор кафедри міжнародної торгівлі, Технологічний Інститут Західної Македонії, Касторія, Греція.

Поліопулос Теофілос, MBA студент, Технологічний Інститут Західної Македонії, Касторія, Греція.

відповідальність». Саме тому варто аналізувати економічну, соціальну і благодійну діяльність тогочасних людей, і це є прекрасним доказом, що сучасна діяльність підприємств стосовно питань навколишнього середовища, соціальної вразливості, культури, навчання тощо, не виникла з нічого, а насправді існувала з давніх часів. Її просто по-іншому представляли і характеризували, оскільки в різні часи й потреби були різними. Окрім того, проаналізуємо необхідність створення мережі в ремісничому секторі виробництва хутра з метою продовження традицій наших попередників і подальшого розвитку цих вартостей, активізуючи промисловість загалом і виробництво кінцевого продукту зокрема.

### Ключові слова

Обробка хутра і шкіри, Західна Македонія, корпоративна відповідальність.

Класифікація за JEL: L67.

## 1. Касторія і виробництво хутра і шкіри

Касторія і Сіатіста – два з небагатьох регіонів не лише Греції, а й усієї Європи, де збереглося ремесло обробки хутра і вичинки шкіри. Як стверджується у «*DICTIONARY OF FUR*» («Словнику хутра»), Касторія – столиця префектури Касторії, є найкрасивішим містом світу, де виробляють хутро. Історія техніки обробки хутра і вичинки шкіри, здається, розпочалася тоді, коли громадяни Касторії у XV столітті запозичили know-how ремесла в Константинополі (Стамбула). Ширший регіон навколо озера заселений з 5 500 року до н. е., а заснування самої Касторії датується 840 роком до н. е. Хоч мистецтво обробки хутра і вичинки шкіри мабуть почалося з імпортованих зі Стамбула знань у цій галузі, особлива обробка хутряних вставок, таких як ніжки, голови і хвосты – техніка, яку розвинули виключно місцеві ремісники Касторії.

## 2. Економічні кризи у секторі хутра

Історично доведено, що з давніх часів сектор обробки хутра переживав кризи. Вони виникали з різних причин і за різних умов, таких як нові винаходи, зміна тенденцій моди, війни, соціальні потрясіння, міжнародна конкуренція, перевиробництво, екологічні рухи, теплі зими тощо. Відомо, що

перша криза була вже в період неоліту, коли чоловіки навчилися обробляти землю, вирощувати тварин тощо. У результаті на зміну одягу з хутра прийшли вироби з льону і вовни.

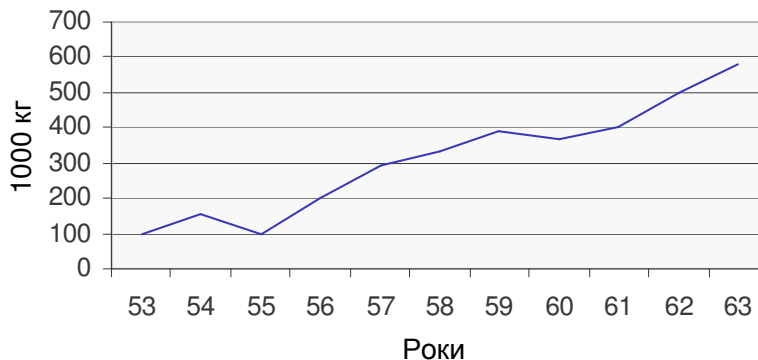
Інша криза, за даними Скарлатоса Бізантіоса, настала через зміну моди в 1825–1850 рр. Бурхливе будівництво багатьох палаців упродовж 1860–1880 рр. пояснює «розквіт» економіки того часу, після чого настає період занепаду та еміграції жителів Касторії в Північну Америку, головним чином у Нью-Йорк. Потім настає криза після розпаду Османської імперії, під час Першої світової війни та розрухи в Малій Азії – все це впливає на виробництво в Салоніках, Гіаненні, Філіпопулі, Андріанопулі, Хіосі, Козані та ін., оскільки, на відміну від Касторії та Сіатісти, там не було торговельних зв'язків з країнами за межами Османського суверенітету.

У 1960-х рр. упродовж десятиліття відбувалися кризи, відомі як циклічні. У 1950-і рр., завдяки переформуванню Західної Європи, а точніше, західного світу, після чого розпочалася Друга світова війна, настало дуже швидке зростання економіки, як зображено на рис. 1, яке проходило без значних коливань. Однак такі коливання мали місце в 1963 і 1967 роках і одне незначне – в 1970 р., що і зображено на рис. 2.

Ці дані відтворюють імпорт сировинних матеріалів хутра в певні періоди, які співпадають з циклічними коливаннями економічних криз західних суспільств того часу.

*Рисунок 1.*

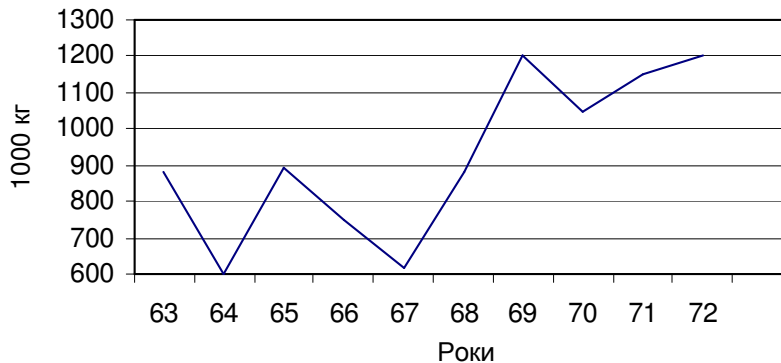
**Імпорт сировини в 1952–1963 рр. (у 1000 кг)**



Джерело: Л. Поліопулос, с. 80.

Рисунок 2.

## Імпорт сировини у 1963–1972 рр. у 1000 кг



Джерело: С. Спанос, Л. Поліопулос, с. 81.

Після 1987 р. настала криза, яка тривала аж до 1992 р., для Касторії та Сіатісти вона орієнтовно закінчилася з відкриттям ринку східних країн, передовсім Росії. Ще одна велика криза, яка вплинула на виробництво хутра, була у 1998 р., коли в Росії знецінився рубль, і, порівняно з кризою 1987 р., вона закінчилася набагато швидше. У 2006–2007 рр. у Греції також спостерігалася криза, коли впав продаж хутрових виробів через зимові високі температури. Тоді на короткий час ціна на хутро була відпущена, зокрема на аукціонах, які проводили взимку і ранньої весни. Після цього ціни на шкурки (сировинний матеріал) разом з цінами на нафту почали різко зростати через великий попит з боку китайських бізнесменів. Оскільки хутро вважають предметом розкоші (принаймні, у країнах, де немає суворих зим), на його виробництві, безперечно, негативно позначилася фінансова криза 2008 р. Ця фінансова криза, яка почалася із США, на початку 2007 р. прийшла й у Грецію незначним «спадом» показників на фондовій біржі, пік якого припав на 18. 10. 2008 р., коли відбувся не лише спад усіх показників фондової біржі, а й крах банків та інших компаній.

Звичайно, ця криза істотно вплинула на виробництво хутра, незважаючи на те, що головним його споживачем були не США і Західна Європа, а Росія. Першою реакцією споживачів було скасування всіх замовлень та вимога до постачальників виконати взяті фінансові зобов'язання. Усе це змушувало підприємства зменшувати виробництво і скорочувати штати.

### **3. Що означає СКВ?**

Соціальна корпоративна відповідальність є, по суті, засобом, за допомогою якого компанії добровільно роблять пожертви на покращення суспільства та очищення навколишнього середовища. Згідно з більшістю визначень, СКВ – засіб, за допомогою якого компанії добровільно включають у свою діяльність соціальні питання і питання навколишнього середовища, використовуючи свої зв'язки з іншими зацікавленими сторонами. Мережа СКВ Греції стверджує, що запровадження у виробничу практику соціальної діяльності та діяльності на захист навколишнього середовища, що не входить безпосередньо в закріплені законодавством обов'язки підприємства, – справа абсолютно добровільна і прямо не впливає на його стосунки з робітниками, акціонерами, працівниками, постачальниками, інвесторами, споживачами, громадами, де вони працюють, тощо.

Європейська СКВ, мережа СКВ у Європі вважає, що до СКВ належить те, як підприємство вирішує і покращує свій відгук на соціальні проблеми і проблеми навколишнього середовища, а стратегічні, організаційні та операційні інновації додають значущості його акціонерам і всім зацікавленим сторонам.

Світова рада стабільного зростання вважає, що СКВ – це обов'язок підприємства за допомогою співпраці зі своїм персоналом, місцевими організаціями і суспільством загалом робити пожертви у життєдайне зростання і тим самим покращувати рівень життя кожного.

Упродовж останнього десятиліття, головним чином у розвинених країнах, інтерес до соціальних та екологічних зобов'язань підприємств зріс, що частково відбувається завдяки екологічним рухам, діяльності організацій споживачів та вимог самої соціально-політичної системи. Твердження, що підприємства повинні виділяти частину своїх ресурсів на соціальні потреби, не завжди сприймалось легко. Не було єдності думки стосовно того, чи компанії можуть і повинні проявляти соціальну активність у певних питаннях, а чи загалом, і чи ця діяльність повинна покладатись лише на державу.

Цей конфлікт тривав упродовж багатьох років і викристалізувався в працях і міркуваннях двох науковців, відзначених Нобелівською премією, – Мілтона Фрідмана та професора університету Арізони Кейта Дейвіса. Вони поділили СКВ на три ступені, а саме: соціальний обов'язок, соціальна відповідальність і соціальний відгук. Ось тут ми уточнюємо, що різні статистичні таблиці, які друкували в різних газетах чи були представлені в інших, поданих нижче формах, відтворювали лише перший ступінь СКВ, тобто соціальний обов'язок. А тому весь вимір СКВ вважається не повним, хоч навіть часткове виконання чи якась діяльність є першим до цього кроком.

На рис. 3 можна побачити розподіл ресурсів і видів діяльності великого підприємства, головним чином, у межах першого ступеня соціальної від-

повідальності, що характеризується як соціальний обов'язок. Цей ступінь, звичайно, не можна повністю вважати всім тим, що входить у поняття СКВ, оскільки значною мірою сюди відносять дії або обов'язки, які не є добровільними, а обов'язковими. Але тут ми спостерігаємо, що сума в 6 млн євро, якщо її справді використовують на добровільну, не обов'язкову для СКВ діяльність, є доволі значною.

Щоб зрозуміти, наскільки сприйняття, ментальність та психологія нашого суспільства змінилася стосовно СКВ, я наведу приклад з грецької дійсності. Коли в 1972 р. помер співак Маркос Бамбакаріс, його сім'ї довелось позичити тридцять тисяч драхм (тоді – 1 000 американських доларів), щоб покрити всі витрати на похорони. Рідні висловили своє розчарування такою байдужістю держави і приватного сектора. Сьогодні ж чимало компаній культурно-розважальної індустрії стають у чергу, щоб узяти на себе такі обов'язки, які бувають і набагато більших масштабів.

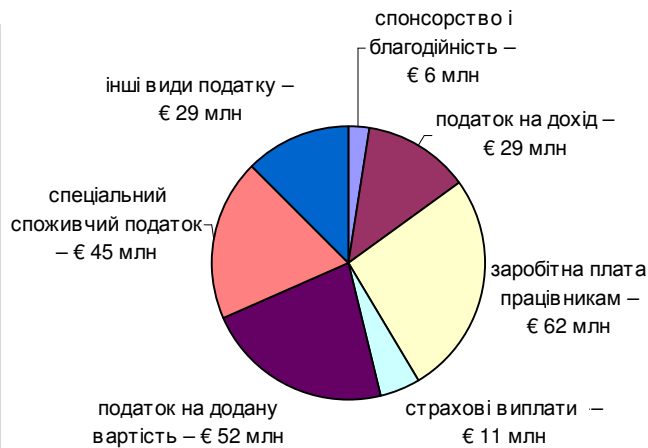
Пересічний зневірений громадянин сьогодні сказав би, що ті підприємства, які займаються соціальними питаннями, отримують більше або через те, що їм надають пільги з оподаткування, або з якихось інших причин. Але чи це справді так, чи є перебільшенням? Чимало досліджень було здійснено з цього приводу, і нам зараз чимало відомо про те, що громадяни знають і що думають про СКВ тощо.

Рисунок 3.

## Компанія, яка проводить діяльність у рамках СКВ

Вклад корпоративної діяльності у грецьке суспільство та економіку

a.	1 217 працівників
b.	€ 24 600 000 інвестицій
c.	експорт у 27 країн
d.	34 622 осіб, які залежать від корпоративної діяльності
e.	€ 155 409 000 податків
f.	€ 6 000 000 на діяльність у рамках соціальної відповідальності



В інших країнах, які мають великі традиції щодо розв'язання соціальних проблем, виникає інше питання, а саме: чи замість вислову «корпоративна соціальна відповідальність» можна було б уживати вислів «соціальна корпоративна відповідальність» (GUV – Gesellschaftliche Unternehmensverantwortung)? Ми не можемо розглядати тут такі деталі, тільки підкреслюємо і наголошуємо, що СКВ, як діяльність підприємства, є суттєвою, соціально необхідною, і що вона створює додаткову цінність підприємству і, на жаль, тим підприємствам, які вбачають у ній елемент зв'язків з громадськістю з метою домогтися лише короткотермінових прибутків.

Усі науковці, як і взагалі всі дослідження, довели, що коли СКВ вводиться в місію і в стратегічне планування підприємства як акт соціальної відповідальності, тоді акціонери, як і загалом суспільство, включно і споживачі, відплатять своєю довірою і тим, що обиратимуть продукцію і послуги саме цього підприємства. Крім того, це не випадково, що великі підприємства Греції не лише прийняли СКВ, а й через пресу її рекламують. Для прикладу наведемо один з тисячі випадків, коли компанія мобільних телефонів узяла на себе зобов'язання за кожен закинутий у кошик м'яч баскетболістом – нашим співвітчизником Дімітрієм Діамантіді – вносити 100 євро в Касторійську префекторну Асоціацію людей з особливими потребами.

#### **4. СКВ у галузі обробки хутра**

Ось запитання, на яке тут потрібно відповісти: чи можна цю діяльність застосовувати у галузі обробки хутра? Чи підприємства з обробки хутра настільки великі та надійні, щоб інвестувати в діяльність, дохід від якої не проявиться негайно? Відповідь, звичайно, буде «так», оскільки кожне підприємство, залежно від його розмірів, може розпочати таку діяльність простим спонсорством та організацією спортивних подій аж до навчання, запобіжних заходів, просвітництва та інших видів екологічної та соціальної діяльності. Але, як говорилося вище, чи можуть підприємства з обробки хутра функціонувати під началом однієї інституції, вже наявної, оскільки вже існує мережа СКВ, а чи потрібно створювати нову інституцію або таку, яка вже існує, типу SGK (Furmaker Association – Асоціацію Виробників Хутра), з тим, щоб вона ввела СКВ у свою місію як стратегічне планування завдань? СКВ у галузі обробки хутра потрібно застосовувати з усіх причин, які беруть до уваги інші підприємства, плюс ще з однієї причини, яку ми пояснимо далі.

#### 4.1. Грецька благодійність

Спонсорство, благодійність, філантропія (милосердя) та інша діяльність у рамках соціальної вразливості не є явищем сьогодення. У Греції спонсорство, благодійність та інша соціальна діяльність на благо суспільства відома з давніх часів. Так, за допомогою спонсорів відбувались Олімпійські ігри, які проводили в Греції від VII ст. до н. е. Отже, СКВ у такій формі, як ми її знаємо тепер, пройшла багато стадій розвитку.

Грецька благодійність є явищем, якому належить особливе місце в сучасній історії Греції. Діяльність благодійників була історично прогресивною і переконливою (і такою, що впливала на рішення), оскільки державна конституція мала у своєму розпорядженні інституції, а також домінування робітничого класу, який тільки зароджувався. У нових умовах, які диктували необхідність соціальних змін, благодійники, завдяки своїм великим статкам, брали на себе соціальні зобов'язання за умови індивідуальної роботи. З цього боку, ідея благодійності становить собою головний чинник соціальної, національної та міжкультурної свідомості, яка в багатьох випадках оминає слабкі місця опіки уряду і є підтвердженням стратегічним верховенством антропоцентричного виміру соціального життя.

В останній чверті XVII, у XVIII і на початку XIX ст. важкі економічні, політичні, демографічні та життєві умови, а також великий тиск з боку турецьких завойовників призвели до масової еміграції греків. Найважливішими причинами еміграції були надія на краще життя за кордоном, торгівля і жага знань. Найважливішим фактором заснування нових грецьких громад була торгівля. Розвиток економічних відносин між Сходом і Заходом сприяв міграції македонців, епіротців і греків і, завдяки важкій праці, давав можливість досягти великих статків. Головним чином, греки поселялися в центральній Європі, на півночі Балкан і в Росії.

Еміль Брас у своїй книзі, що вийшла у 1925 р. і була присвячена діяльності грецьких торговців хутром у Лейпцігу у XVIII–XIX ст., писав: «...щодо Німеччини, то центром торгівлі хутром на цей час був Лейпціг. Звичайно, там не обходилося без греків, не кажучи вже про вихідців із Західної Македонії, Касторії тощо, які у своїх живописних костюмах оживляли вулиці Лейпціга, головним чином, на базарі хутра, оскільки тут із 300 торговців 100 були греками».

Незважаючи на несприятливі умови, грецькі емігранти завоювали великі економічні простори, домоглися влади і, таким чином, могли допомагати своїм країнам, які перебували під турецьким володарюванням. Вони робили великі пожертви своїй батьківщині, як, наприклад, Ніколас (Думпас) із Власті, який народився у Відні. Він врятував більшу частину творів Франца Шуберта і передав їх муніципалітету Відня. Такими ж вагомими були його пожертви на величний зал «Друзі музики», відомий «Musikverein». За все це



на його честь муніципалітет Відня назвав вулицю Думбаштрассе. Ніколас Думпас був близьким другом Ріхарда Вагнера, Йогана Штрауса, Йогана Брамса. Він найбільше прилучився до спорудження у Відні пам'ятників великим особистостям (Бетховена, Рантецького, Моцарта, Шуберта, Сілера, Брамса). Його вклад у спорудження будівель було значним не лише у Відні, а також і в Афінах.

Економічна діяльність благодійників була звичним явищем у Греції і загальним – у європейській дійсності, оскільки це було частиною нового міського класу, який давав владу і «багатство» нового сприйняття (поняття), котре вони привезли із собою, повернувшись на батьківщину, разом з революційними ідеями і багатством.

#### **4.2. Соціальна вразливість виробників хутра в різні періоди історії**

У галузі обробки хутра завжди були, є і буде чимало підприємців і компаній, які проводять велику соціальну роботу як благодійники, що, безперечно, підпадає під поняття СКВ.

Касторієць Манолакис, або, як він згадується у Словнику Хутра, Манолакис Георг Манос – торговець хутром і постачальник хутряних виробів до палацу Мехмета Д. у XVII ст., якого називали «першим виробником хутра», витрачав величезні суми на відродження грецької нації. Спілка виробників хутра Стамбула, куди в XIX ст. входив Манолакис, підтримувала велику національну школу, відому під назвою Традиційної патріаршої академії. У 1715 р. Манолакис і Спілка виробників хутра Стамбула фінансувала й оплачувала роботу працівників Святої Школи Касторії. Манолакис фінансував будівництво відомої Школи Патмоса, Школи Віктора в Хіосі (1660) і Школи Арта (1669). Крім того, під опікою Спілки виробників хутра перебувала Школа Паліноу в районі Стамбула. І зовсім не випадково, що навіть тепер у Константинопольському патріархаті Спілку виробників хутра поминають під час богослужінь.

У той час відомими благодійниками були визнані касторійці Кастріотіс Георг і Кирітсіс Георг. Кастріотіс (який, можливо, не має відношення до відомого Георга Кастріотіса – Скентемпея), як офіційний правитель Константина Онгровлачіаса Басарампи Брагковану, заснував школу в Касторії, на утримання якої він зробив депозит у Венеції. Розмір депозиту сягав 14 000 Duke, а з відсотків, які становили 370 Duke річних, 20 Duke він платив комісіонерам св. Георгія (у Венецію) за менеджмент відсотковою ставкою, а решту 350 Duke надсилав у школу Касторії. З них 80 Duke ішли першому вчителю, 40 – другому, а решту 30 розподіляли між 10 студентами мінус 10 – на різного роду ремонти та добудови. Згідно з даними того часу, вклад

отриманого відсоткового капіталу розпочався 1 червня 1708 р. і до 19 січня 1709 р. всі витрати школи були попередньо оплачені.

Декількома роками пізніше економічні основи «Грецької Школи» підсилив багатий касторійський купець Кирітсіс, син касторійського магната Деметріуса Кирітсіса, тим самим реалізувавши рішення, прийняте касторійцями в серпні 1711 р. Ця школа мала утримуватись з фондів прибутку на відсотки з депозиту, зробленого ним у Венеції, та належати християнам його батьківщини. Дімітріос Кирітсіс, батько Георга, 3 березня 1697 р. з доброї волі і при громадському нотаріусі Корфі Спиросі Асімакополосі заповів своєму синові Георгу 8 000 реалій на благодійні цілі. З цієї суми 6000 Duke він вклав у Венеції 28 вересня 1700 р. з річною процентною ставкою в 3,75%. Згідно із заповітом Георга Кирітсіса, для збору процентної ставки були призначені уповноважені, а для нагляду за організацією школи в Касторії, де повинні були навчатися 24 студенти, – куратор. У своєму другому заповіті від 11 січня 1716 р. Г. Кирітсіс жертвує значні суми монастирю на горі Афон у Сінаї, на утримання в'язнів, на бідних і церкви Касторії.

Тут важливо відзначити, що жертводавець (благодійник) детально диктував, якою повинна бути процедура вибору уповноважених зі збору процентних ставок у Венеції і як розпоряджатися заповітом. Із 225 Duke річного доходу 150 потрібно було виплачувати вчителю за навчання 24 студентів і преміювати найкращих з них «за найкращий розум і знання» 18 срібними Duke кожного року впродовж семи літ. Решту процентного доходу він розпорядився витратити на ремонт будівель та інші непередбачені витрати. Останній пункт заповіту виголошував, що у випадку, якщо касторійці виявлять неповагу, школу закрити на два роки, а процентний дохід від депозиту видати священикам церкви св. Атанасіуса Митрополеоса в Іоанніні... на школу та вчителів міста: січень 15, 1715 р.

Звичайно, крім відомих та офіційно задокументованих актів благодійності, спонсорства тощо, було багато інших актів соціальної вразливості, тісно пов'язаних з батьківщиною і своїм народом, оскільки часи були інші. Тоді акти солідарності соціальної вразливості та відповідальності концентрувались на рідному краї та співгромадянах благодійника. Ми не можемо знати всі приховані неофіційні і, можливо, патріотичні акти національної та соціальної відповідальності і вразливості, оскільки країна була під Османським пануванням. Можемо лише назвати один з таких вчинків, коли торговець хутром Костакі Поліопулу в часи Македонської битви (1900–1912) у пакунки із сировинним матеріалом вкладав чоботи, у яких мали гостру потребу македонські воїни, і надсилав їх з Лондона в Касторію [1].

Природно, що в ті часи благодійність творилась більше з патріотичних чи національних міркувань, але була дуже важливою, і навіть османи терпіли її та вважали легальною та прийнятною, хоч були випадки, коли дії жертводавців розуміли неправильно і благодійна діяльність ставала для них небезпечною. Зокрема, були такі акти соціальної вразливості, за які «донору» доводилось платити своїм життям.

Наприклад, у нас є свідчення дочки Костакіса Поліопулоса пані Калліопі Даї, яка народилася у 1904 р. і пам'ятає, що в їхньому домі в Нтолтсо відбувалися таємні збори, які підлягали під Germanos Karavangelis [1].

Це означало, що моральний акт міг розцінюватись як нелегітимний і тим самим становити небезпеку для донора-жертводавця. Отже, соціальна вразливість і соціальна відповідальність у різні періоди і за різних обставин мала інше значення і цінність, ніж тепер, коли вона охоплює комунікативні чи інші цілі. Але потрібно наголосити, що СКВ існувала з давніх часів, за різних обставин і виражалася різними способами, оскільки потреби кожного періоду були різні.

Сьогодні, звичайно, є дуже багато донорів і жертводавців більшого і меншого ґатунку, відомих і невідомих, знаних і анонімних. Серед великого різноманіття діяльності та актів соціальної відповідальності та вразливості можна виділити діяльність братів Папагеорґіу із Сіатісти (друге після Касторії місто хутрового промислу у Греції). Міжнародне становище і репутація хутротрейдерів із Західної Македонії, які, переважно, торгують у Німеччині, а виробляють продукцію у своєму рідному місті Сіасті, мають чималі прибутки від своєї діяльності, а також отримали вагомий спадок від своїх предків, спричинилися до того, що 20 років тому брати побудували лікарню Папагеорґіу в Тесалоніках, на що витратили шість мільярдів драхм, або вісімнадцять мільйонів євро.

## **5. Практичне застосування**

СКВ можна застосовувати на багатьох рівнях. Найпоширеніший вид, звичайно, – це спонсорство, яке не вимагає жодної організаційної структури. Інший вид діяльності – невикористання друкованих рекламних матеріалів, але за допомогою самого спілкування роз'яснення, скільки дерев збережено і не нанесено шкоди навколишньому середовищу. СКВ є важливим видом діяльності, що створює високий рівень додаткової вартості соціального капіталу інституції, компанії чи організації спортивних подій, залучаючи спонсорів, місцеві спортивні організації тощо.

Асоціація Виробників Хутра може застосовувати СКВ як:

- одноразове або постійне спонсорство;
- організацію спортивних змагань та інших спортивних подій;
- безоплатне зменшення паперових відходів і збереження довкілля;
- співпрацю з неурядовими організаціями щодо всиновлення сиріт та ін. благодійну діяльність;
- інші види соціальної діяльності, спрямовані на захист довкілля;

- відповідальність за відповідність відсотка відпускної ціни на продукцію можливостям соціально вразливих груп населення тощо.

### 5.1. Причини прийняття і застосування СКВ

Причина важливості застосування СКВ у галузі обробки хутра така ж, як і в інших галузях промисловості, у ремісництві, чи у сфері обслуговування. Але тут є ще одна для цього причина, про яку ми і поговоримо. Усі ми знаємо, що впродовж багатьох років галузь обробки хутра зазнавала серйозної протидії або навіть «війни» з боку різних екологічних організацій, які не сприймали ідеї використання хутра тварин для одягу. Багато підприємств і в минулому, і тепер використовували і продовжують використовувати білку або бобра як торгову марку свого бізнесу, так, ніби ці компанії мають хутрових звірів. На щастя, деякі компанії згодом зрозуміли свою помилку і більше не використовують їх як свої символи.

Майстри з обробки хутра повинні відокремити свою діяльність від фермерів, які займаються вирощуванням хутрових тварин, по-перше, тому що вони не фермери, і по-друге – тому що їхня діяльність не співпадає з діяльністю фермерів. На сьогодні дуже багато хутровщиків спеціалізуються на виробі із шкіри, а це означає, що їхню продукцію виготовляють з тварин, м'ясо яких іде на їжу, а шкіра – на одяг. І тут виникає запитання: можливо, промисловість потрібно класифікувати на галузь обробки шкіри тварин, яких відгодовують на м'ясо, відділивши її від галузі обробки хутрових шкур. Це не твердження, а міркування.

Звичайно, умови і методи вбивства хутрових звірів не мають стосунку до минулого, адже відповідний закон був дуже суворим, а країни-постачальники – зразком екологічної вразливості та цивілізованості. Населення цих країн не має нічого спільного з кількома окремими випадками, які були піддані осуду. В такому разі, чому промисловість повинна проявляти більше соціальної та екологічної вразливості, застосовуючи СКВ? Тут не повинно бути ні причин інформаційного характеру, ні характеру осуду. Натомість, повинен бути цілісний підхід до життя і до навколишнього середовища, і через цю діяльність потрібно показувати, що хоч злополучний факт привів вас до необхідності займатися професією, яку дехто сьогодні вважає антиекологічною, хутровики не дотримуються її, а проявляють своє сприйняття в корпоративній та екологічній відповідальності, щоб запропонувати світові правдиву інформацію про своїх партнерів, свою життєву філософію, своє ставлення до екосистеми. Таким чином, функція соціальної корпоративної відповідальності, а не лише СКВ, консолідується і буде сприйнята як інше бачення сектора, який не буде вразливим до опонентів цієї галузі промисловості, оскільки соціальна та екологічна вразливість хутровщиків буде такою, яка щонайменше пом'якшуватиме реакцію більшості людей.

## **5.2. Значення і розвиток в майбутньому**

Це правда, що на сьогодні СКВ становить собою функцію, яка дедалі більше розвивається і застосовується більшістю підприємств, тоді як ЄС встановив правила, директиви, декларації тощо. Крім того, створено мережі СКВ головним чином з великих компаній у більшості країн Європи, проводять обговорення як на діловому, так і на академічному рівнях з метою забезпечити організованіше і більш системне застосування СКВ. Що це означає? Йдеться про те, що в школах та університетах повинен бути новий напрям, можливо, такий як T.Q.M., або навіть маркетинг, який повинен створювати цінності для кожного економічного об'єкта. Як створювати ці цінності, залежить від багатьох факторів, як внутрішніх, так і зовнішніх.

Але для підприємців і для суспільства, не лише для компаній, дуже важливо бути визнаним через (за допомогою) СКВ, а це означає – мати споживачів. Але для оцінювання СКВ можуть бути встановлені правила, згідно з якими компанії будуть користуватись фінансовим сприянням тощо.

Якими ж будуть вигоди для компаній у майбутньому, якщо ЄС прийме деякі статутні пільги? Ось деякі з них:

- стимулювання запровадження системи СКВ (як це було з ISO<sup>1</sup>);
- оцінка СКВ при фінансуванні;
- пільги будь-якій організації та середньому бізнесу, які рекламують і впроваджують СКВ згідно з встановленими нормами і правилами;

Крім того, вигоди від добровільного і неінституційного СКВ можуть бути такими:

- покращені ринкові вартості (цінності) і покращена репутація;
- позитивний імідж у стосунках з головними акціонерами та іншими особами;
- позитивний імідж для інвесторів і довірчі стосунки з акціонерами;
- можливе зарахування до особливих цінних паперів та індексів банківського оцінювання;
- велика популярність у суспільстві та стабільний розвиток;
- кращі умови праці;
- задоволення працівників, бажання працювати на цю компанію;

---

<sup>1</sup> Прим. перекл.: Istanbul Sanayi Odasi (Istanbul Chamber of Commerce) – Торгова Палата Стамбула.

- добрі стосунки з урядом і місцевими громадами.

Крім того, СКВ перешкоджають ризикам і зміцнюють компанію, що, звичайно, підвищує її рентабельність. Зокрема, така діяльність запобігає:

- руйнуванню репутації та торгової марки;
- втраті споживачів;
- втраті можливостей для фірми;
- втраті персоналу;
- втраті інвесторів і фондів;
- задіянні в судових справах і незаконному вирішенні проблем.

Існування індексів зарубіжних бірж, таких як FTSE 4 Good у Британії, Domini 400 – в Америці, багато «зелених» фондів у Європі та Америці підтримують думку, що СКВ і фінансова діяльність ідуть пліч-о-пліч.

Крім загальних вигод, які конкретно отримує кожна фірма промисловості обробки хутра від СКВ, можуть бути і такі можливі варіанти, коли:

- зменшується підтримка громади інших галузей промисловості;
- відбувається залучення до ремесла виготовлення шкіряних виробів за певних соціально-історичних та географічних обставин;
- регіон Західної Македонії стає останнім виробничим центром у Європі;
- продовжується п'ятсотлітня традиція, створена на базі науки і практики, і вона становить соціальний капітал місцевих жителів;
- суміжна з цим ремеслом промисловість за допомогою знань наукових кіл покращує продукт, його наявність і рекламу.

## 6. Висновки і рекомендації

На завершення можемо сказати, що оскільки багато компаній шукають шляхи забезпечення конкурентоспроможності і рентабельності на тривалій період, вони повинні запроваджувати у свою стратегію практику СКВ, і не тільки заради компанії, а заради людини і суспільства, адже ця діяльність впливає на кожного. Підсумовуючи, можемо відзначити, що СКВ

- надає можливості;
- обмежує ризики;
- має безпосереднє відношення до рентабельності компанії;

- відкриває для інституції чи підприємства нові обрії та перспективи.

Але в нашому випадку питання полягає в тому, чи хутрові компанії та організації можуть запроваджувати СКВ, а якщо так, то наскільки. Відповідь ствердна: можуть, але не в такій мірі, як великі підприємства. Але те, що можна зробити з великим успіхом, – це створити мережу СКВ, яка охопить усю промисловість з її фірмами та інституціями. Отже, акціонерам варто продовжувати працювати над створенням незалежної мережі СКВ і мати якомога більше операторів, які братимуть участь з вищезазначених причин.

### **Література**

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 19<sup>th</sup> 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.

Стаття надійшла до редакції 27 липня 2009 р.