

# СВІТОВА ЕКОНОМІКА ТА МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ

УДК [005.35:334.72]:339.747

Орлов П. А.

## МИРОВОЙ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС И ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

В статье рассмотрена концепция социальной ответственности субъектов хозяйствования с акцентом на недопустимость уклонения от уплаты налогов, а также на необходимость практиковать социально ответственный маркетинг. Активная борьба с уклонениями от уплаты налогов ведётся в рамках ЕС. Кризис заставил европейские страны бороться со злом, которое было ранее создано некоторыми из них с выгодой для себя. В Украине борьбе с этим злом пока уделяется мало внимания, несмотря на высокую долю теневой экономики. Приведены примеры социальной безответственности маркетинга в погоне за прибылью, выявленные в промышленно развитых странах и в Украине. Они причиняют огромный невосполнимый ущерб обществу. Обоснован вывод, что в странах, экономические системы которых не в состоянии обеспечить надлежащий уровень государственного регулирования экономики и социальной ответственности субъектов хозяйствования, население обречено на эксплуатацию социально безответственными субъектами бизнеса, моральную и физическую деградацию и даже вымирание. Концепция социально ответственного маркетинга, основанная только на росте сознательности собственников предприятий и социальных инициативах, не может быть реализована в широких масштабах.

*Ключевые слова:* государственное регулирование, экономическая система, банки, производители медикаментов, продуктов питания, алкоголя, табачных изделий

*Библ.:* 17..

**Орлов Петр Аркадиевич** – доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой, кафедра экономики и маркетинга, Харьковский национальный экономический университет (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина)

*Email:* kafedra\_eim@mail.ru

УДК [005.35:334.72]:339.747

Орлов П. А.

## СВІТОВА ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА КРИЗА ТА ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У статті розглянуто концепцію соціальної відповідальності суб'єктів господарювання з акцентом на неприпустимість ухилення від сплати податків, а також на необхідність практикувати соціально відповідальний маркетинг. Активна боротьба з ухиленнями від сплати податків ведеться в рамках ЄС. Криза змусила європейські країни боротися зі злом, яке було раніше створене деякими з них із вигодою для себе. В Україні боротьбі з цим злом поки приділяється мало уваги, незважаючи на високу частку тіньової економіки. Наведені приклади соціальної безвідповідальності маркетингу в гонитві за прибутком, виявлені в промислово розвинених країнах і в Україні. Вони завдають величезного непоправного збитку суспільству. Обґрунтовано висновок, що в країнах, економічні системи яких не в змозі забезпечити належний рівень державного регулювання економіки і соціальної відповідальності суб'єктів господарювання, населення приречене на експлуатацію соціально безвідповідальними суб'єктами бізнесу, моральну і фізичну деградацію і навіть вимирання. Концепція соціально відповідального маркетингу, яка заснована лише на зростанні свідомості власників підприємств і соціальних ініціативах, не може бути реалізованою в широких масштабах.

*Ключові слова:* державне регулювання, економічна система, банки, виробники медикаментів, продуктів харчування, алкоголю, тютюнових виробів

*Бібл.:* 17.

**Орлов Петро Аркадійович** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри, кафедра економіки та маркетингу, Харківський національний економічний університет (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

*Email:* kafedra\_eim@mail.ru

UDC [005.35:334.72]:339.747

Orlov P. A.

## WORLD FINANCIAL AND ECONOMIC CRISIS AND PROBLEMS OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF ECONOMIC SUBJECTS

The article considers the concept of social responsibility of economic subjects with the emphasis on impermissibility of avoidance to pay taxes and also on a necessity to practice socially responsible marketing. Active struggle with avoidance to pay taxes is carried out in EU. The crisis made European countries fight with the evil, which was earlier created by some of them with benefit for themselves. Small attention is paid to the struggle with this evil in Ukraine in spite of a high share of shadow economy. The article provides examples of social irresponsibility of marketing in chase of profit, revealed in industrially developed countries and Ukraine. They cause huge irreplaceable damage to society. The article justifies a conclusion that in countries, economic systems of which cannot ensure a proper level of state regulation of economy and social responsibility of economic subjects, the population is destined to be exploited by socially irresponsible subjects of business, moral and physical degradation and even extinction. The concept of socially responsible marketing, based only on the growth of consciousness of company owners and social initiative, cannot be realised widely.

*Key words:* state regulation, economic system, banks, medicine, food, alcohol, tobacco, producers

*Bibl.:* 17.

**Orlov Petr A.** – Doctor of Science (Economics), Professor, Head of the Department, Department of Economics and Marketing, Kharkiv National University of Economics (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

*Email:* kafedra\_eim@mail.ru

Проблемы социальной ответственности субъектов хозяйствования и кризиса тесно взаимосвязаны, так как именно социальная безответственность американских банков спровоцировала в ноябре 2007 г. мировой финансовый кризис, переросший в сентябре 2008 г. в мировой финансово-экономический.

Целью настоящей работы является теоретическое обобщение и развитие научно-методических подходов к усилению социальной ответственности субъектов хозяйствования и социальной направленности экономики для преодоления последствий мирового экономического кризиса.

К. Р. Макконнелл и С. Л. Брю [3] и многие другие зарубежные и отечественные ученые по форме собственности и способу регулирования экономической деятельности выделяют следующие типы экономических систем: традиционную, чистого капитализма, командную и смешанную. В этой классификации командной названа экономическая система бывшего СССР и других социалистических стран. Экономические системы современных развитых капиталистических стран характеризуются как смешанные. Лучше других преодолевают кризис капиталистические страны с моделями смешанных экономических систем, которые имеют достаточно высокий уровень государственного регулирования и социальной направленности экономики, например: Швеция, Норвегия, Германия, Франция, Япония, Южная Корея, Австралия, Финляндия. Но динамичнее всех в условиях кризиса развивается Китай, экономическая система которого наиболее близка к командной.

С первых дней кризиса во всех промышленно развитых странах резко усилилось государственное регулирование экономики. Именно это позволяет постоянно выявлять предприятия, практикующие социальную безответственность, которая зачастую продолжалась много лет. Банковские системы США, Англии и других стран в течение многих докризисных лет в значительной мере развивались на основе концепции неолиберализма. Это обернулось огромным ущербом для мировой экономики. В 2012 году британский банк Barclays был оштрафован британским и американским органами финансового регулирования на 452 млн долл. за манипулирование ставкой межбанковского кредита LIBOR. Руководители банка признали, что в период с 2005 по 2009 год участвовали в таких манипуляциях. В числе подозреваемых сообщников в манипуляции ставками Libor и аналогичными общеевропейскими ставками – Euribor оказались такие крупные банки, как Citigroup, Royal Bank of Scotland, UBS, JP Morgan, HSBC и Deutsche Bank. Высказывается мнение, что после завершения расследования сумма штрафов будет исчисляться миллиардами долларов, так как общий ущерб от манипулирования ставками оценивается в 1 трлн долл. Брюссельским (2012 г.) саммитом ЕС в зоне евро с 2014 года вводится контроль деятельности всех банков еврозоны Европейским Центробанком. Президент Евросоюза Херман Ван Ромпей дал такой комментарий: «Ведь суть наших проблем заключается в финансовом кризисе. Если бы у нас был такой механизм в 2008 году, то кризис не достиг бы та-

кого размаха как сегодня» [9]. **В очередной раз получила подтверждение необходимость масштабного усиления скоординированного государственного регулирования банковской сферы, например, в рамках стран G20, а также существенного усиления ответственности за мошенничество.**

Очень важную роль призвана выполнять такая подсистема экономической системы как способ участия государственных органов в координации и управлении экономической деятельностью и социальной ответственностью субъектов хозяйствования в стране (механизм управления). **Социальная ответственность предприятий состоит в обеспечении комфортных, безопасных условий труда и достойной его оплаты для своего персонала, в недопущении уклонения от уплаты установленных налогов и социальных сборов, в обеспечении надлежащей охраны окружающей среды, а также в использовании социально ответственного маркетинга (СОМ).**

Например, начало финансово-экономического кризиса в странах ЕС ознаменовалось усилением борьбы с уклонениями от уплаты налогов, в том числе с использованием офшорных зон. В 2008 году во Франции министр бюджета через СМИ заявил, что располагает списком 3000 лиц, которые имеют скрытые счета в швейцарском банке HSBC. В результате этого количество налогоплательщиков, отразивших в своих декларациях за 2009 год наличие скрытых счетов за границей, увеличилось в 2,55 раза [13]. В стране за подобные преступления предусмотрены не только большие штрафы, но и тюремное заключение. В последующие годы штрафы увеличили в 10 раз, а максимальный срок тюремного заключения с 5 до 7 лет. Активная борьба с уклонениями от уплаты налогов ведётся в рамках ЕС. Кризис заставил европейские страны бороться со злом, которое было ранее создано некоторыми из них. Известно, что наиболее крупные в мире офшорные зоны были созданы европейскими странами с выгодой для себя. Борьба с ними особенно активизировалась после того, как в марте 2013 г. счета в Кипрских банках Laiki Bank и Bank of Cyprus, на которых хранилось свыше 100 тысяч евро, были временно заморожены и обложены большим налогом. Значительные суммы вкладов в этих банках принадлежат российским и украинским физическим и юридическим лицам. Однако пока подобной активизации борьбы с с уклонениями от уплаты налогов в Украине не наблюдается, а потерпевшие на Кипре тоже молчат. Кроме того, теневая экономика в нашей стране составляет по разным оценкам от 30 до 50%.

Достаточно обосновано цели СОМ определены в работе Ф. Котлера и К. Л. Келлера, а также Ж.-Ж. Ламбена [4; 5]. Однако в приведенных ими определениях СОМ отсутствуют основные его критерии, а СОМ сводится только к добровольным социальным инициативам бизнес-структур.

Широкое становление СОМ, по мнению автора, может обеспечить только надлежащее государственное регулирование. Оно предполагает: разделение власти и бизнеса; наличие качественно разработанных законов и нормативных актов, обеспечивающих приоритетную ориентацию

предпринимательства на СОМ; разработку эффективных механизмов их реализации на основе строгой ответственности; искоренение коррупции; регулярное финансирование из Госбюджета лабораторных исследований качества продукции; развитие общественных организаций по защите прав потребителей при поддержке государства. При этом среди критериев СОМ наиболее весомым является вовсе не проявление социально направленных инициатив, а остальные (см. подробнее в [7]). Социально же направленные инициативы иногда бывают прикрытием в глазах ответственности аморального обогащения предприятия за счёт социально безответственного маркетинга.

В современных условиях можно отметить, с одной стороны, рост числа социально ответственных предприятий, которые не только создают комфортные условия своему персоналу, производят качественную продукцию, но и занимаются благотворительной деятельностью. С другой стороны, очень быстро растёт и количество предприятий, владельцы которых эксплуатируют не только своих работников, но и потребителей производимой продукции ненадлежащего качества. Во время кризиса были разоблачены крупные финансовые пирамиды в США, Франции, Японии, России. В 2011 г. разразился диоксиновый скандал в ФРГ. Фирма Harles & Jentzsch – производитель кормового жира – в погоне за прибылью могла причинить непоправимый ущерб здоровью миллионов жителей ФРГ и других стран. Мировую известность получил скандал вокруг некачественных женских протезов для увеличения груди, производимых французской компанией Poly Implant Prothese. Крупная Британская фармацевтическая компания Glaxo Smith Kline признала себя виновной в мошенничестве и сокрытии данных о безопасности продукта и выплатила рекордный в истории США штраф в 3 млрд долл. (см. подробнее в [7]). В 2013 г. широкие масштабы в ЕС приобрёл скандал с говяжьим мясом, в которое подмешивалась конина, содержащая вредное для людей лекарство, без информирования об этом потребителей. **Можно сделать вывод об имманентном пороке в этой сфере капиталистических экономических систем существующих моделей. Рассмотренные выше преступления могли быть выявлены значительно раньше при наличии надлежащего государственного контроля.**

Украина очень сильно пострадала от кризиса. По данным Госкомстата, за 2009 г. ВВП по сравнению с 2008 г. снизился на 14,8%. Падение промышленного производства составило 21,9%, продукции машиностроения – на 45,1%, объёмов строительства – на 48,2%, экспорта – на 49,9% [10]. Среди основных причин таких последствий кризиса, по мнению автора, можно выделить следующие: ненадлежащий уровень государственного регулирования экономики с ориентацией до сих пор в некоторых сферах на рекомендации неоллиберализма; мощное лоббирование интересов бизнеса в Верховной Раде; высокий уровень коррупции; недостаточная социальная направленность экономики; создавшийся приоритет политики над экономикой. Этим объясняется либо низкое качество многих принимаемых нормативных актов, либо их направленность на обеспе-

чение выгоды для отдельных видов бизнеса или политических сил, несмотря на ущерб для экономики в целом. Существующий уровень государственного регулирования не обеспечивает приоритетную ориентацию предпринимательства на социальную ответственность и СОМ. Низкая социальная ответственность проявляется в большом количестве реализуемой фальсифицированной продукции, особенно такой как мясная, молочная, алкогольные напитки, медикаменты, горючее, а также в недобросовестной рекламе. В ноябре 2012 г. в аптеках Львовской области изъяли из оборота около трех тонн фальсифицированных лекарств, среди которых было 30% детских препаратов. Допускается даже экономия на финансировании из Госбюджета лабораторных исследований качества продукции, что означает прекращение такого контроля и чревато огромным ущербом для её потребителей и общества в целом. Не обеспечено полное разделение власти и бизнеса.

После пожара в одном из залов игровых автоматов Днепропетровска, в результате которого погибли 9 человек и 11 получили ранения, в мае 2009 г. был принят Закон №4268 «О запрете игорного бизнеса в Украине» до принятия специального законодательства, которое предусматривает право его осуществления в специально созданных игорных зонах. В конце 2012 г. вступил в силу Закон «О государственной лотерее». По данным СМИ, в соответствии с ним после получения лицензий в стране повсеместно снова легально заработали игровые салоны. Теперь это называется «государственная лотерея», хотя суть остаётся прежней, как и приобретаемая их клиентами игровая зависимость.

В 2013 году азартную игру впервые организовал мобильный оператор ЧАО «МТС Украина» путём проведения SMS-акции под условным названием «Победное SMS от МТС» [14]. При этом использован получающий всё большее распространение Мобильный маркетинг. Акция, согласно объявленному на сайте организатора правилам, проводится с 1.02 по 31.05 2013 г. В правилах отмечено: «Акция «Победное SMS от МТС» (далее – «Акция») направлена на привлечение новых пользователей услуг связи, формирование и поддержание заинтересованности в услугах ПрАО «МТС Украина», увеличение объема продаж услуги SMS, предоставляемой ПрАО «МТС Украина» посредством услуг мобильной связи под торговой маркой МТС». На самом деле организована азартная игра, которая не имеет ничего общего с услугами мобильной связи, кроме установления связи с её участниками.

Для привлечения к игре абонентам отправлялось SMS, например, такого содержания: «Это Ваш номер телефона? Если да, Вы можете получить подарки Samsung Galaxy S3 каждый день, Ford Fiesta раз в два дня и фантастический PORSCHE! Для участия отправьте МТС на 6655 (7,44 грн/sms)». Об условиях получения этих «подарков» вообще ничего не сообщалось. Зачастую не указывался даже адрес сайта организатора. Такой текст SMS полностью игнорировал требования Закона Украины «О защите прав потребителей» и был нацелен на приобщение клиента к акции путём введения в заблуждение и обмана. В текстах других SMS похожего содержания указывался адрес сайта орга-

низатора. Но, во-первых, не каждый абонент имеет доступ к Интернету. Во-вторых, никому в голову не придёт, что оператор мобильной связи организовал азартную игру.

В правилах же акции абонентам предложено шесть способов получать баллы, которые увеличивают возможность получения «подарков», с одной стороны, а также их расходы как минимум в размере 7,44 грн за каждое SMS, а с другой – доход организатора.

Выигрыши в правилах проведения акции названы подарками, видимо, для того чтобы завуалировать её характер. Согласно толковому словарю русского языка Ефремовой, слово подарок происходит от глагола дарить, т. е. отдавать безвозмездно кому-либо другому. В этой же акции всё возмездно. О размере запланированного организаторами дохода косвенно свидетельствуют обещанные «подарки»: 54 легковых автомобиля, 90 смартфонов, а также 1100 тыс. грн деньгами. Многократно объявлялись, например, мини-акции «как можно быстрее», когда участникам предлагалось посоревноваться в скорости отправки серии из 3 или 5 SMS с определённым словом в течение оговоренного периода. При этом каждый мог отправить неограниченное количество таких серий, а победителю полагалось денежное вознаграждение. Акция в целом характеризуется грубыми нарушениями Закона Украины «О защите прав потребителей», а также Кодекса Мобильного маркетинга, разработанного Украинской ассоциацией директ-маркетинга, подписанного 30 предприятиями и всеми операторами мобильной связи страны. Хочется надеяться, что акция получит должную оценку Государственной инспекции Украины по вопросам защиты прав потребителей, Антимонопольного комитета и других органов. Как известно, азартные игры относятся к услугам, опасным для морали и здоровья их потребителей. Они часто вызывают у них тяжёлое психическое заболевание в виде игровой зависимости. Проведение подобных акций с использованием Мобильного маркетинга должно быть строго запрещено для всех субъектов хозяйствования, а для операторов мобильной связи – в первую очередь.

В корыстных целях использует бизнес недостатки законодательства о рекламе. Например, с 1 января 2009 года вступили в силу некоторые изменения в статье 22 Закона Украины «О рекламе». Так, в соответствии с п. 2 этой статьи реклама алкогольных напитков, реклама знаков для товаров и услуг, других объектов права интеллектуальной собственности, под которыми выпускаются алкогольные напитки, на радио и телевидении запрещается с 6 до 23 часов. Но в п. 4 статьи говорится, что разрешается спонсорство теле-, радиопередач, театрально-концертных, спортивных и других мероприятий с использованием знаков для товаров и услуг, под которыми выпускаются алкогольные напитки [1]. Поэтому практически все популярные спортивные передачи с целью рекламы алкогольной продукции спонсируют её производители. Она рекламируется во всех выпусках новостей и популярных развлекательных телепередачах. До такого новшества, к счастью, не додумались в других странах.

Кроме того в законе не отмечено, что к алкогольной продукции относится также пиво и другие слабоалкогольные напитки. А они являются причиной заболевания алкоголизмом в самой тяжёлой форме. **Пользуясь недостатками законодательства, производители пива и других слабоалкогольных напитков рекламируют свою продукцию без всяких ограничений и зарабатывают огромную прибыль на преступном растлении, прежде всего, молодёжи.** Только после внесения изменения 18.03. 2008 г. в статью 22, которым было запрещено в рекламе алкогольных напитков, табачных изделий, пива и/или напитков, которые изготавливаются на его основе, использовать изображение популярных лиц, прекратилось активное участие в такой рекламе наших ведущих боксёров и футболистов. Сейчас в рекламе, например, пива, используют кадры о тренировке футбольной команды, но без показа лиц футболистов.

По данным Всемирной организации здравоохранения, Украина занимает третье место среди 50 европейских стран по смертности от алкоголя, а также первые места в мире по уровню детского алкоголизма. Около 40% детей в возрасте 14–18 лет систематически употребляют алкоголь. **Рекламу, как явную, так и скрытую, алкогольной продукции, включая слабоалкогольную, необходимо срочно запретить.**

В 2012 г. во Франции появились публикации о том, что в 90-е годы прошлого века американский гигант по производству табачных изделий «Филип Моррис» подкупил несколько известных французских учёных из университетов, расположенных в разных городах. Среди них были профессор-фармацевт, биолог, токсиколог. Им была поставлена задача посеять сомнения во вреде пассивного курения для здоровья людей. Эти ученые организовывали научные конференции, на которых приводили данные о вреде всех возможных загрязнителей воздуха внутри помещений, кроме табачного дыма. Позднее для этих целей ими был создан специальный научный журнал. Результаты их работ широко публиковались в различных СМИ. Затяжна была такая масштабная афера для того, чтобы опровергнуть результаты исследования японских учёных, которые в 1981 году доказали прямую связь пассивного курения людей с их заболеванием раком. Афера эта, к сожалению, была разоблачена недавно, когда гласности были преданы секретные документы табачного гиганта. Во Франции запрет на курение в общественных местах был введен, например, только в 2007 году [9]. Трудно оценить причинённый этой аферой ущерб здоровью населения многих стран, и прежде всего детям. Но он колоссален и не может быть компенсирован никакими штрафами табачному гиганту. Остановить подобные чудовищные преступления против человечности, на взгляд автора, может только введение строжайшей уголовной ответственности, не имеющей сроков исковой давности, для всех участников преступления.

Следует отметить, что в мае 2003 года была принята рамочная конвенция Всемирной организации здравоохранения по борьбе против табака. К ней по состоянию

на апрель 2007 года присоединились 145 стран и Европейский союз [16]. В Украине с 2005 г. действует закон «О мерах по предупреждению и уменьшению употребления табачных изделий и их вредного влияния на здоровье населения» [16]. Однако изменения в него, запрещающие курение в общественных местах, были внесены только в 2012 году. Было запрещено курение табачных изделий, а также электронных сигарет и кальянов:

- 1) в лифтах и таксофонах;
- 2) в помещениях и на территории учреждений здравоохранения;
- 3) в помещениях и на территории учебных заведений;
- 4) на детских площадках;
- 5) в помещениях и на территории спортивных и физкультурно-оздоровительных сооружений и учреждений физической культуры и спорта;
- 6) в подъездах жилых домов;
- 7) в подземных переходах;
- 8) в пассажирском транспорте общего пользования;
- 9) в помещениях заведений ресторанного хозяйства;
- 10) в помещениях объектов культурного назначения;
- 11) в помещениях органов государственной власти и органов местного самоуправления, других государственных учреждений;
- 12) на стационарно оборудованных остановках маршрутных транспортных средств.

Запрещено было курение табачных изделий, кроме специально отведенных для этого мест:

- 1) в помещениях предприятий, учреждений и организаций всех форм собственности;
- 2) в помещениях гостиниц и аналогичных средств размещения граждан;
- 3) в помещениях общежитий;
- 4) в аэропортах и на вокзалах.

Статья 16 в этот закон о запрете рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табачных изделий была введена в 2011 году [16]. Но наша страна уже входит в число мировых лидеров по удельному весу курящих детей в возрасте 13–14 лет. По данным российских медиков, человек, который выкуривает по две пачки сигарет в день, через 10 лет заболевает раком лёгких, а если одну пачку, то через 30 лет.

В России ещё позднее с 01.06.2013 был введен в действие Федеральный закон от 23 февраля 2013 года № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» [17]. По мнению автора, некоторые достоинства этого за-

кона по сравнению с отечественным состоят в следующем, Запрещено курение и в границах территорий, занятых пляжами. Предусмотрен более строгий запрет рекламы, в том числе скрытой. Так подчёркнут запрет использования и имитации табачного изделия при производстве других видов товаров, не являющихся табачными изделиями, при оптовой и розничной торговле такими товарами. Запрещена демонстрация табачных изделий и процесса курения во вновь созданных и предназначенных для детей и взрослых аудиовизуальных произведениях, включая теле- и видеофильмы, в театрально-зрелищных представлениях, в радио-, теле-, видео- и кинохроникальных программах.

При демонстрации ранее созданных аудиовизуальных произведений, включая теле- и видеофильмы, теле-, видео- и кинохроникальных программ, в которых осуществляется демонстрация табачных изделий и процесса курения, вещатель или организатор демонстрации должен обеспечить трансляцию социальной рекламы о вреде потребления табака непосредственно перед началом или во время их демонстрации. Предусмотрено также резкое увеличение акцизного сбора на табачные изделия, а следовательно и цен. С 1 января 2014 года табачные изделия не будут больше продаваться в уличных киосках, а только в магазинах и павильонах. Запрещена выкладка продукции. Информация об ассортименте продаваемой табачной продукции будет представлена текстом черного цвета на белом фоне.

**Производителей алкогольной и табачной продукции, по мнению автора, следует обязать отчислять ежеквартально 2–3% чистой прибыли на проведение социальной рекламы.**

**Выводы.** Эффективно усилить социальную ответственность субъектов хозяйствования и обеспечить широкое становление СОМ может только надлежащее государственное регулирование экономики и развитие общественных организаций по защите прав потребителей. В странах, экономические системы которых не в состоянии обеспечить надлежащий уровень государственного регулирования, социальной направленности экономики и ответственности бизнеса, население обречено на эксплуатацию социально безответственными субъектами бизнеса, моральную и физическую деградацию и даже вымирание. Среди направлений социальной ответственности бизнеса в Украине и других странах чрезвычайно актуально недопущение уклонения от уплаты установленных налогов и социальных сборов.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Закон України «Про рекламу» // Урядовий кур'єр. – 1996. – № 137-138 (із змінами та доповненнями). – С. 6–7.
2. Закон України «Про захист прав споживачів» // Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР), 1991, № 30, ст. 379 (із змінами, внесеними згідно із Законами).

## REFERENCES

- Crouzel, C. «Plus de 75.000 comptes ? l'etranger declares au fisc» Le Figaro 08, 2011.
- «Gospotrebandart provel ekspertizu miasomolochnoy produktsii» [Derzhspozhivstandard conducted the examination of meat and dairy products.]. <http://biz.Liga.Net/all/prodovolstvie/>

3. Макконелл К. Р., Брю С. Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика: в 2-х т., пер. с англ. 11-го изд. – Т.1. – М.: Республика, 1992. – 399 с.: табл., граф.3.
4. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 12-е изд. – СПб: Питер, 2008. – 816 с.
5. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / Пер. с англ., под ред. В. Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2004. – 800 с.
6. Маркетинг: підручник / В. Руделіус, О. М. Азарян, Н. О. Бабенко та ін.; ред.-упор. О. І. Сидоренко, Л. С. Макарова. – 2-ге вид. – К.: Навчально-методичний центр «Консорціум із удосконалення менеджмент-освіти в Україні», 2008. – 648 с.
7. Орлов П. А. Проблемы социальной ответственности маркетинга в промышленно развитых странах с рыночной экономикой и в Украине в условиях затяжного мирового экономического кризиса // Бизнес Информ. – 2013. – № 1. – С. 6–12.
8. Vanlerberghe C. Des experts français «vendus» à l'industrie du tabac // Le Figaro, 25.05.2012.
9. Саммит ЕС: «маленькая революция». Режим доступа: <http://ru.euronews.com/2012/06/29/eurozone-bends-the-rules-to-save-single-currency>.
10. Офіційний сайт Державної служби статистики України// <http://www.ukrstat.gov.ua>.
11. Госпотребстандарт провел экспертизу мясомолочной продукции. – Режим доступа: <http://biz.Liga.Net/all/prodovolstvie/novosti/2083143-gospotrebstandart-provel-ekspertizu-myasomolochnoy-produksii.Ht>.
12. Государство не справляется с наплывом фальшивых лекарств. Режим доступа: <http://podrobnosti.ua/health/2012/11/25/872760.html>.
13. Crouzel Cécile. Plus de 75.000 comptes à l'étranger déclarés au fisc// Le Figaro, 08.0.2011.
14. Победное SMS от МТС. Режим доступа: <http://www.promo.mts.com.ua/index.php?lang=RU>
15. Кодекс мобільного маркетингу. Режим доступа: [http://mmcode.com.ua/?page\\_id=2](http://mmcode.com.ua/?page_id=2)
16. Закон України «Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення» (із змінами і доповненнями). Режим доступа: [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/T052899.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T052899.html)
17. Федеральный закон «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака». Режим доступа: <http://topnewz.ru/documents/tekst-zakon-o-zaprete-kurenija-v-obshhestvennyh-mestax-v-rossii/19039>
- novosti/2083143-gospotrebstandart-provel-ekspertizu-myasomolochnoy-produksii.Ht.
- «Gosudarstvo ne spravliaetsia s nplyvom falshivikh lekarstv.» [The state can not cope with the influx of counterfeit medicines.]. <http://podrobnosti.ua/health/2012/11/25/872760.html>.
- Kotler, F., and Keller, K. L. Marketing menedzhment [Marketing Management.]. SPb: Piter, 2008.
- «Kodeks mobilnoho marketynhu.» [Code of mobile marketing.]. [http://mmcode.com.ua/?page\\_id=2](http://mmcode.com.ua/?page_id=2).
- Lamben, Zhan-Zh. Menedzhment, orientirovanny na rynek [Management, market-oriented.]. St. Petersburg: Piter, 2004.
- [Legal Act of Ukraine] (1991).
- [Legal Act of Ukraine] (1996).
- [Legal Act of Ukraine]. [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/T052899.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T052899.html).
- [Legal Act of Ukraine]. <http://topnewz.ru/documents/tekst-zakon-o-zaprete-kurenija-v-obshhestvennyh-mestax-v-rossii/19039>.
- Makkonell, K. R., and Briu, S. L. Ekonomiks: printsipy, problemy i politika [Economics: Principles, Problems and Policies.]. Moscow: Respublika, 1992.
- Ofitsiyni sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. <http://www.ukrstat.gov.ua>.
- Orlov, P. A. «Problemy sotsialnoy otvetstvennosti marketinga v promyshlenno razvitykh stranakh s rynochnoy ekonomikoy i v Ukraine v usloviakh zatiazhnogo mirovogo ekonomicheskogo krizisa» [Social responsibility of marketing in industrialized countries with a market economy in Ukraine in a protracted global economic crisis.]. Biznes Inform, no. 1 (2013): 6-12.
- «Pobednoe SMS ot MTS». [Victorious SMS from MTS.]. <http://www.promo.mts.com.ua/index.php?lang=RU>.
- Rudelius, V., Azarian, O. M., and Babenko, N. O. Marketynh [Marketing.]. Kyiv: Konsortsium iz udoskonalennia menedzhment-osvity v Ukraini, 2008.
- «Sammit ES: «malenkaia revoliutsiia». [EU summit: «small revolution».]. <http://ru.euronews.com/2012/06/29/eurozone-bends-the-rules-to-save-single-currency>.
- Vanlerberghe, C. «Des experts fran?ais «vendus» ? l'industrie du tabac» Le Figaro, May 25, 2012.