

---

## **ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ СУБЪЕКТОВ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ И ИХ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

УДК 658.8:005.35

**Орлов П. А.**

Обоснована концепция социальной ответственности субъектов хозяйствования с выделением ответственности перед своим персоналом, клиентами и обществом в целом. Приведены примеры вопиющей социальной безответственности маркетинга и рекламы в промышленно развитых странах и в Украине. Подчеркнуто, что особенно большой ущерб обществу причинили некоторые крупные банки США и стран ЕС, производители пива и других алкогольных напитков, табачных изделий, медикаментов, продуктов питания. Сделан вывод о том, что концепция социально ответственного маркетинга, основанная только на росте сознательности собственников предприятий и социальных инициативах, не может быть реализована в широких масштабах без эффективного государственного регулирования. Доказано, что в странах, экономические системы которых не обеспечивают надлежащий уровень государственного регулирования социальной ответственности субъектов хозяйствования, население обречено на эксплуатацию социально безответственными субъектами бизнеса, моральную и физическую деградацию и даже вымирание.

*Ключевые слова:* социальная ответственность, маркетинг, государственное регулирование, экономическая система, банки, производители медикаментов, продуктов питания, алкогольных напитков, табачных изделий.

## **ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ І ЇХ РЕКЛАМНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

УДК 658.8:005.35

**Орлов П. А.**

Обґрунтовано концепцію соціальної відповідальності суб'єктів господарювання з виділенням відповідальності перед своїм персоналом, клієнтами та суспільством загалом. Наведено приклади кричущої соціальної безвідповідальності маркетингу та реклами в промислово розвинених країнах і в Україні. Підкреслено, що особливо великої шкоди суспільству заподіяли деякі великі банки США і країн ЄС, виробники пива та інших алкогольних напоїв, тютюнових виробів, медикаментів, продуктів харчування. Зроблено висновок про те, що концепція соціально відповідального маркетингу, заснована тільки на зростанні свідомості власників підприємств і соціальних ініціативах, не може бути реалізована в широких масштабах без ефективного державного регулювання. У країнах, економічні системи яких не забезпечують належного рівня державного регулювання соціальної відповідальності суб'єктів господарювання, населення

---

приречене на експлуатацію соціально безвідповідальними суб'єктами бізнесу, моральну та фізичну деградацію і навіть вимирання.

*Ключові слова:* соціальна відповідальність, маркетинг, державне регулювання, економічна система, банки, виробники медикаментів, продуктів харчування, алкогольних напоїв, тютюнових виробів.

.....

## THE PROBLEMS OF SOCIAL RESPONSIBILITY OF BUSINESSES AND THEIR ADVERTISING ACTIVITY

UDC 658.8:005.35

P. Orlov

The concept of social responsibility of business entities is considered with special focus on responsibility to their own staff, customers and society as a whole. Examples are given of blatant social irresponsibility of marketing and advertising in the industrialized countries and Ukraine. Attention is drawn to the fact that especially great damage was inflicted on society by some major U.S. banks and EU countries, producers of beer and other alcoholic beverages, tobacco products, medicines, foodstuffs. A conclusion was drawn that the concept of socially responsible marketing, based only on business owners' growing awareness and social initiatives can not be implemented on a large scale without effective state regulation. The population is proved to be doomed to exploitation by socially irresponsible businesses, moral and physical degradation and even extinction in countries whose economies do not provide an adequate level of state regulation of social responsibility of business entities.

*Keywords:* social responsibility, marketing, government regulation, economic system, banks, manufacturers of medicines, food, alcoholic beverages, tobacco.

.....

Проблемы социальной ответственности субъектов хозяйствования особенно четко проявились в условиях продолжающегося седьмой год мирового финансово-экономического кризиса. Как известно, именно социальная безответственность крупных американских банков спровоцировала в ноябре 2007 года мировой финансовый кризис, переросший в сентябре 2008 года в мировой финансово-экономический.

Актуальной проблеме социальной ответственности субъектов хозяйствования и маркетинга посвящены работы Р. Рейденбаха, П. Робина, Ф. Котлера, Келлера К. Л., Ж.-Ж. Ламбена, Фатхутдинова Р. А., Краюхина Г. А., Акимова Д. И., В. Руделиуса, Павленко А. Ф., Озарян Е. Н., Филипчака В. П., Перервы П. Г., Белявцева М. И., Окландера М. А. и многих других известных отечественных и зарубежных ученых. Однако некоторые аспекты этой многогранной проблемы и научно-методические подходы к ее решению требуют дальнейшей разработки.

Целью настоящей работы является теоретическое обобщение и развитие научно-методических подходов к усилению социальной ответственности субъектов хозяйствования и их рекламной деятельности.

С первых дней кризиса во всех промышленно развитых странах резко усилилось государственное регулирование экономики. Правительства большинства стран отказались от концепции неолиберализма. Именно

это позволяет постоянно выявлять во многих сферах деятельности предприятия, практикующие социальную безответственность, которая зачастую продолжалась много лет. Особенно отличилась банки. До кризиса они наживались за счет социальной безответственности и выплачивали огромные бонусы (премии) своим руководителям, а спасение их от банкротства во время кризиса в большинстве стран осуществлялось за счет налогоплательщиков.

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 дол. 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*. Высказывалось мнение, что после завершения расследования сумма штрафов будет исчисляться миллиардами долларов, так как общий ущерб от манипулирования ставками оценивается в 1 трлн дол.

---

Размеры штрафов действительно увеличиваются. Так, по данным агентства *Euronews*, три банка заплатили штрафы на 2 млрд евро. С 1980-х годов за расчет ставки межбанковского кредитования LIBOR отвечала Ассоциация британских банков, а в мошенничестве участвовали и банки других стран. После грандиозного скандала расчет этой ставки передается группе компаний *NYSE Eurolex*, чтобы вернуть доверие рынка к ставке LIBOR [1]. Группа компаний *NYSE Eurolex* основана в 2007 году в результате слияния крупнейшей в мире Нью-Йоркской фондовой биржи *NYSE* и Европейской биржи *Eurolex*.

*По мнению автора, социальная ответственность предприятий состоит в обеспечении комфортных, безопасных условий труда и достойной его оплаты для своего персонала, в развитии социальной инфраструктуры, в недопущении уклонения от уплаты налогов и социальных сборов, в обеспечении надлежащей охраны окружающей среды, а также в использовании социально ответственного маркетинга (СОМ).*

Активная борьба с уклонениями от уплаты налогов ведется 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 года счета в Кипрских банках *Laiki Bank* и *Bank of Cyprus*, на которых хранилось свыше 100 тысяч евро, были временно заморозены и обложены большим налогом. Во Франции, например, за уклонение от уплаты налогов, в том числе с использованием офшорных зон, предусмотрены не только большие штрафы, но и тюремное заключение. В кризисные годы штрафы увеличили в 10 раз, а максимальный срок тюремного заключения – с 5 до 7 лет [2]. Значительные суммы вкладов в этих банках принадлежат российским и украинским физическим и юридическим лицам. Однако пока подобной активизации борьбы с уклонениями от уплаты налогов в Украине не наблюдается. Хотя теневая экономика в нашей стране составляет по разным оценкам от 30 до 50%. Пострадавшие же на Кипре наши граждане по понятным причинам тоже молчат.

Брюссельским (2012 год) саммитом ЕС с 2014 года в зоне евро вводится контроль за деятельностью 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 такого размаха, как сегодня" [3]. Европарламент принял решение, чтобы выплаты бонусов банковским работникам не превышали суммы основной заработной платы. Закон вступит в силу в 2014 году. Между тем, банк *Barclays* по итогам 2013 года получил прибыль, эквивалентную 6,3 млрд евро и запланировал за 6 месяцев 2014 года сократить 12 тыс. рабочих мест в мире, из них 6 тысяч – в Англии. При этом размеры бонусов руководителям банка будут увеличены на 10%. Это решение банка вызвало справедливый гнев лидеров английских профсоюзов [4]. Участвуя в махинациях со ставками LIBOR, банк *Barclays* проявил социальную безответственность по отношению к своим клиентам, партнерам и клиентам многих банков в других странах. Теперь же речь идет о социальной

безответственности банка уже по отношению к своему персоналу.

*В очередной раз получила подтверждение необходимость масштабного усиления скоординированного государственного регулирования банковской сферы, например, в рамках стран G 20, а также существенного усиления ответственности за мошенничество.*

В Украине также имеются достаточно серьезные проблемы в банковской сфере, но они пока замалчиваются даже представителями оппозиции. Действуют очень высокие процентные ставки по кредитам как для юридических, так и для физических лиц, доходящие иногда до 40% в год. Это тормозит развитие отечественных предприятий всех видов деятельности и ограничивает возможности молодежи и остальных граждан создавать себе нормальные жилищные условия.

Макконнелл К. Р. и Брю С. Л. [5] 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. Но динамичнее всех в условиях кризиса развивается Китай, экономическая система которого наиболее близка к командной, хотя и там осуществляются рыночные преобразования при господстве государственной собственности. Среди развитых капиталистических стран лучше других преодолевают кризис капиталистические страны с моделями смешанных экономических систем, которые имеют достаточно высокий уровень государственного регулирования и социальной направленности экономики, например: Австралия, Швеция, Норвегия, Англия, Германия, Франция, Япония, Южная Корея, Финляндия.

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).

Важная роль в системе социальной ответственности субъектов хозяйствования принадлежит использованию социально ответственного маркетинга.

Достаточно обоснованно цели СОМ определены в работе Ф. Котлера и Келлера К. Л., а также Ж.-Ж. Ламбена [6; 7]. Однако в приведенных ими определениях СОМ отсутствуют основные его критерии, а СОМ сводится только к добровольным социальным инициативам бизнес-структур.

*По мнению автора, социально ответственный маркетинг предприятия – это неукоснительное выполнение требований государственных нормативных актов в сфере обеспечения социальной ответственности на территории страны базирования и стран, в которые экспортируется продукция предприятия; недопустимость производства и реализации продукции недопустимого качества, а также недобросовестной рекламы и методов психологического воздействия на потребителей с целью навязать им любую покупку; проявление социально направленных инициатив. При*

этом среди перечисленных критериев СОМ наиболее весомым является не проявление социально направленных инициатив, а все остальные. Предприятие, которое по каким-то причинам еще не проявляет социально направленных инициатив, но отвечает всем остальным критериям, на взгляд автора, можно считать практикующим СОМ. Социально же направленные инициативы иногда бывают прикрытием в глазах общественности аморального обогащения предприятия за счет социально безответственного маркетинга.

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, включая уголовную; искоренение коррупции; регулярное финансирование из госбюджета лабораторных исследований качества продукции; развитие общественных организаций по защите прав потребителей при поддержке государства. В современных условиях можно отметить, с одной стороны, рост числа социально ответственных предприятий в Украине и за рубежом, которые не только создают комфортные условия своему персоналу, производят качественную продукцию, но и занимаются благотворительной деятельностью. С другой стороны, очень быстро растет 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, Украине. Причем созданные в США финансовые пирамиды Бернарда МэдOFFа и Аллена Стэнфорда, которые причинили убытки своим клиентам из разных стран соответственно на 65 и 7 млрд долларов, оказались самыми крупными в мире.

В 2011 году 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* и экспортировавшихся во многие страны мира. Крупная Британская фармацевтическая компания *Glaxo Smith Kline* признала себя виновной в мошенничестве и сокрытии данных о безопасности медикамента и выплатила рекордный в истории США штраф в 3 млрд дол. (см. подробнее в работе [8]). В 2013 году широкие масштабы в ЕС приобрел 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 преступления могли быть выявлены значительно раньше при наличии надлежащего государственного контроля.*

Украина очень сильно пострадала в первые годы мирового кризиса. По данным Государственной службы статистики Украины, за 2009 год ВВП (в постоянных

ценах 2007 года) по сравнению с 2008 годом снизился на 14,8 %. Падение промышленного производства составило 21,9 %, продукции машиностроения – на 45,1 %, объемов строительства – на 48,2 %, экспорта – на 49,9 %. В последующие три года, с 2010 по 2012, происходил рост ВВП соответственно на 4,1; 5,2; и 0,3 процента. А в 2013 году объем ВВП остался на уровне предыдущего года [9].

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; недостаточную социальную направленность экономики; создавшийся приоритет политики над экономикой.

Этим объясняется либо низкое качество многих принимаемых нормативных актов, либо их направленность на обеспечение выгоды для отдельных видов бизнеса или политических сил, несмотря на ущерб для экономики в целом. Существующий уровень государственного регулирования не обеспечивает приоритетной ориентации предпринимательства на социальную ответственность и СОМ. По данным международной неправительственной организации по борьбе с коррупцией *Transparency International*, Украина по уровню коррупции в 2013 году, как и в предыдущем, находилась на 144-м месте среди 177-ми стран. Россия оказалась на 127-м месте, Беларусь – на 123-м, Молдавия – на 102-м, Армения – на 94-м, Китай – на 80-м месте. Первое место разделили Дания и Новая Зеландия с самым низким уровнем восприятия коррупции [10].

Показатель Украины постоянно ухудшался в течение ряда лет. В 2007 году она была на 118-м месте, в 2009 г. – на 146-м месте, в 2010 году – на 134-м месте. Это очень плохая тенденция, хотя автор учитывает и некоторую условность назначения места в данном рейтинге. Она является, в первую очередь, следствием большой сложности оцениваемого явления.

Надлежащее эффективное государственное регулирование предполагает отнюдь не максимальное расширение вмешательства органов государственного управления в деятельность субъектов хозяйственной деятельности, а выбор для регулирования только наиболее значимых сфер и разработку качественной системы контроля над ними и строгой ответственности за допускаемые нарушения. Известны, к сожалению, случаи, когда некоторые виды государственного регулирования изначально вводились с целью развития коррупции.

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 года в аптеках Львовской области изъяли из оборота около трех тонн фальсифицированных лекарств, среди которых было 30 % детских препаратов (см. подробнее в работе [8]).

Допускается даже экономия на финансировании из Госбюджета лабораторных исследований качества продуктов питания, что равноценно временному прекращению контроля. Эта статья Госбюджета должна

---

быть защищенной. 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 года 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 года 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 остается прежней, как и приобретаемая их клиентами игровая зависимость.

В 2013 году азартную игру впервые организовал мобильный оператор ЧАО "МТС Украина" путем проведения SMS-акции под условным названием "Победное SMS от МТС". При этом использован получающий все большее распространение мобильный маркетинг [11].

В корыстных целях использует бизнес недостатки законодательства о рекламе. Например, с 1 января 2009 года вступили в силу некоторые изменения к 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-ти до 23-х часов. Но в п. 4 говорится, что разрешается спонсорство теле-, радиопередач, театрально-концертных, спортивных и других мероприятий с использованием знаков для товаров и услуг, под которыми выпускаются алкогольные напитки [12]. Поэтому практически все популярные спортивные передачи с целью рекламы алкогольной продукции спонсируют ее производители. Она рекламируется во всех популярных развлекательных телепередачах, а до недавнего времени рекламировалась и в выпусках новостей. До такого новшества, к счастью, не додумались в других странах. Кроме того, поскольку не установлена строгая ответственность за нарушение п. 2 статьи 22 этого закона, то она часто нарушается и на радио и на многих каналах телевидения.

Кроме того, в законе не отмечено, что к алкогольной продукции относятся также пиво и другие слабоалкогольные напитки. А они являются причиной быстрого заболевания алкоголизмом в самой тяжелой форме. Трудно представить, что это было неизвестно нашим законодателям, многократно менявшимся с 1996 года. *Пользуясь недостатками законодательства, производители пива и других слабоалкогольных напитков, рекламируют свою продукцию без всяких ограничений и получают огромную прибыль на преступном растлении, прежде всего, молодежи.*

Только после внесения изменения 18.03.2008 г. в статью 22, которым было запрещено в рекламе алкогольных напитков, табачных изделий, пива и/или напитков, изготавливаемых на его основе, использовать изображение популярных лиц, прекратилось активное участие в такой рекламе знаменитых боксеров, футболистов, эстрадных актеров. Это убедительно доказывает ведущую роль государственного управления

социальной ответственностью субъектов хозяйствования и их рекламной деятельностью. По мнению автора, производители пива никогда бы не отказались от такой очень прибыльной для них социально безответственной рекламы. Причиняемый огромный ущерб молодежи и обществу в целом они просто игнорируют, как и мировые лидеры по производству табачных изделий. Трудно ожидать и массового отказа от участия в такой рекламе популярных лиц в результате роста их сознательности. Хотя отдельные случаи возможны, но в отечественной практике их пока не было. Сейчас в рекламе, например, пива, используют кадры о тренировке футбольной команды, но без показа лиц футболистов.

Особенно изощренно рекламируется пиво "Черниговское". До запрета 2008 года в рекламе активно участвовали спортсмены с мировым именем. Далее пиво рекламировалось как официальное пиво чемпионата мира по футболу FIFA 2010 года, а также Украинского футбола. Такой рекламой в корыстных целях пропагандируется существование якобы прямой зависимости спортивных достижений отдельных лиц, футбольных команд, сборной команды страны по футболу от потребления пива как спортсменами, так и болельщиками. Она вводит потенциальных потребителей пива в заблуждение. Понятно, что на такую рекламу, прежде всего, бурно реагируют подростки и молодые люди. Рекламодатели заботятся только о своей прибыли. Обществу же от такой социально безответственной рекламы причиняется огромный, невосполнимый материальный и моральный ущерб. К сожалению, никто его оценкой не занимается, а виновники этого ущерба ответственности за него не несут. Вся ответственность ложится на жертв подобной рекламы, быстро получающих тяжелейшую алкогольную зависимость, членов их семей, а также общество в целом. Тем более, что трудно установить, с разрекламированным пивом какого производителя начинался путь конкретного молодого человека к алкоголизму.

Стимулирует рост потребления пива и то, что в нашей стране оно очень дешевое даже по сравнению не только с промышленно развитыми странами. Например, в Туркменистане цена пива примерно в три раза выше. Как известно, увеличение акцизного сбора приведет к повышению цены и снижению потребления пива.

В октябре 2013 года в Верховной Раде возник скандал вокруг целебных напитков "Цілющий" компании "Олимпис", которая его производила на Золотоношском ликероводочном заводе "Златогор". Напиток "Цілющий" с содержанием 35 % алкоголя был представлен как диетическая добавка. Поэтому он был освобожден от акцизного сбора, которым облагаются спиртные напитки, и продавался без рецептов в аптеках, супермаркетах, магазинах и даже в киосках с прессой, в том числе детям.

Напиток интенсивно и изощренно рекламировался безо всяких ограничений на телевидении мужчиной и женщиной. Вот текст рекламы: "Прекрасная новость! Группой ученых и заводом "Златогор" разработан новый натуральный растительный напиток – "Цілющий". Он укрепляет организм и поднимает настроение. Ищите "Цілющий" в аптеках, специализированных отделах супермаркетов и магазинов. Твое здоровье! – говорит мужчина женщине, и они чокаются бокалами с напитком."

"Цілющий" силы возвращает и настроение поднимает!". Видимо, прибыль компании "Олимпис" иликероводочного завода "Златогор" от производства этого напитка быстро росла благодаря социально безответственной рекламе. А она причиняла огромный, невосполнимый материальный и моральный ущерб обществу.

По заказу Инспекции по защите прав потребителей в Ивано-Франковской области состав напитка "Цілющий" проанализировали в подразделении Госпотребстандарта – "Львовстандартметрологии". Там установили, что этот продукт нельзя назвать напитком для диетического потребления. Более того, в исследуемых образцах нашли превышение, по сравнению с "анонсированной" на этикетке, дозы содержания токсичных органических соединений – альдегидов. Было подчеркнуто, что они могут спровоцировать отравление, навредить печени и органам пищеварения [13]. Только после этого была прекращена реклама и продажа этого напитка в качестве диетической добавки. Но ничего не сообщалось о наказании виновников этой аферы.

В декабре 2013 года появилась информация о том, что в Варне (Болгария) по результатам дегустационного конкурса "Golden Brands of Europe", учрежденного в 2004 году при поддержке Еврокомиссии и бельгийского экспертного бюро "Европейские сертификаты", в категории "Лучший экологический продукт" 2013 года звание "Golden Brand of Europe" получили настойки торговой марки "Цілющий". Это событие рекламировалось уже как прорыв настоек торговой марки "Цілющий" на европейский рынок [14]. Но при этом ничего не говорилось о том, проверялись ли целебные свойства настоек.

По данным Всемирной организации здравоохранения, Украина занимает третье место среди 50-ти 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. *Реклама всех видов алкогольной продукции, включая слабоалкогольную, как явную, так и скрытую, необходимо срочно запретить. Этот запрет должен распространяться и на Интернет.* Некоторые производители пива, включая "Черниговское", а также другой алкогольной продукции без больших финансовых затрат активно выкладывают в Интернете все свои рекламные достижения, накопленные за много лет. И там потенциальные потребители могут видеть ролики с участием ведущих спортсменов, актеров и других популярных лиц, снятые до запрета 2008 года. По сути, это позволяет производителям алкогольной продукции обойти и запрет 2008 года.

В 2012 году во Франции появились публикации о том, что еще в 1980-е годы американский гигант по производству табачных изделий "Филип Моррис" подкупил крупными взятками несколько известных французских ученых из университетов, расположенных в разных городах. Им была поставлена задача посеять сомнения во вреде пассивного курения для здоровья людей. Эти ученые организовывали научные конференции, на которых приводили данные о вреде возможных загрязнителей воздуха внутри помещений, кроме табачного дыма. Позднее для этих же целей им был создан специальный научный журнал. Затеяна такая масштабная афера была для того, чтобы опровергнуть результаты исследования японских ученых, которые в

1981 году доказали прямую связь пассивного курения людей с их заболеванием раком. Афера эта, к сожалению, во многом удалась и была разоблачена совсем недавно, когда гласности были преданы секретные финансовые документы табачного гиганта. Так, во Франции, например, запрет на курение в общественных местах был введен только в 2007 году [15]. Трудно оценить причиненный 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.*

В настоящее время сообщается, что американский гигант по производству табачных изделий "Филип Моррис" в 2013 году проводил очень активное лоббирование своих интересов в Европарламенте в период подготовки Европейской директивы по улучшению защиты потребителей. С этой целью тщательно был изучен состав комиссии Европарламента, которая занималась подготовкой этой Директивы. Он был разделен на лиц, благоприятно относящихся к отрасли, и убежденных ее противников. Это позволяло более эффективно лоббировать свои интересы в Европарламенте с помощью команды из 161 человека, куда входили юристы и бывшие высокопоставленные чиновники комиссии. На эти цели был выделен бюджет приблизительно в 549 тыс. евро [16]. Как видно, за период с 1981 по 2013 год корпоративная культура мирового лидера по производству табачных изделий существенно не повысилась. Практически не изменилась также его ориентация только на получение максимальной прибыли при полном игнорировании очень пагубного влияния курения на здоровье потребителей его продукции. К сожалению, коррупция распространена и в странах ЕС. Еврокомиссар по внутренним делам Сесилия Мальстрем в шведской газете *Goeteborgs-Posten* привела данные, что коррупция обходится экономике ЕС ежегодно в 120 млрд евро [17].

В Украине с 2005 года действует Закон "О мерах по предупреждению и уменьшению употребления табачных изделий и их вредного влияния на здоровье населения" [18]. До 2009 года, на взгляд автора, закон имел преимущественно декларативный характер и не оказывал существенного влияния на уменьшение употребления табачных изделий. Изменения в него, запрещающие курение в общественных местах табачных изделий, а также электронных сигарет и кальянов, были внесены только в 2012 году. Статья 16 "Запрет рекламы, стимулирования продажи и спонсорства табачных изделий" в этот закон была введена в сентябре 2011 года. Это оказывает влияние на снижение потребления табачных изделий, как и надписи на пачках сигарет "Курение убивает" крупным шрифтом. Но 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 легких, а если одну пачку, то через 30 лет. *Производителей алкогольной и табачной продукции, по мнению автора, следует обязать*

отчислять ежеквартально 2 – 3 % чистой прибыли на проведение социальной рекламы.

В России еще позднее, с 01.06.2013 г. 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" [19]. По мнению автора, некоторые достоинства этого закона по сравнению с отечественным состоят в следующем. Предусмотрен более строгий запрет рекламы, в том числе скрытой. Так, подчеркнут 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 видеofilмы, в театральнo-зрелищных представлениях, в радио-, теле-, видео- и кинохроникальных программах.

При демонстрации ранее созданных аудиовизуальных произведений, включая теле- и видеofilмы, теле-, видео- и кинохроникальные программы, 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 запрещено продавать в уличных киосках, а можно только в магазинах и павильонах. Запрещена выкладка продукции. Информация об ассортименте продаваемой табачной продукции будет представлена текстом черного цвета на белом фоне. Предусмотрены большие штрафы для физических и юридических лиц за нарушение каждого из требований этого закона.

Проведенное исследование состояния социальной ответственности субъектов хозяйствования в Украине, России и ведущих капиталистических странах в условиях экономического кризиса позволило сделать следующие выводы. В любой стране с рыночной экономикой становление высокой социальной ответственности предприятий, включая их рекламную деятельность и СОМ в целом, можно обеспечить только на основе надлежашего государственного регулирования экономики и развития общественных организаций по защите прав потребителей. Это предполагает: разделение власти и бизнеса; искоренение коррупции; наличие качественно разработанных законов и нормативных актов, обеспечивающих приоритетную ориентацию предпринимательства на СОМ; разработку эффективных механизмов их реализации на основе строгой ответственности, включая уголовную. В странах, экономические системы которых не могут обеспечить надлежащий уровень государственного регулирования социальной ответственности бизнеса, население обречено на эксплуатацию социально безответственными субъектами хозяйствования, моральную и физическую деградацию и даже вымирание.

**Литература:** 1. Эхо скандала: ставку Libor будут считать не в Лондоне, а в Нью-Йорке [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.euronews.com/2013/07/09/rate-for-the-job-ny-se-euronext-to-take-over-scandal-hit-libor>. 2. Crouzel Cécile. Plus de 75.000 comptes à l'étranger déclarés au fisc [Electronic resource] / Crouzel Cécile // Le Figaro. – 2011. – Access mode : [www.lefigaro.fr/impots/2011/07/08.3](http://www.lefigaro.fr/impots/2011/07/08.3). 3. Саммит ЕС: "маленькая революция" [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.euronews.com/2012/06/29/eurozone-bends-the-rules-to-save-single-currency>. 4. Anne de Guigné. Barclays supprime des milliers de postes et augmente ses bonus [Electronic resource] / Anne de Guigné // Le Figaro. – 2014. – Access mode : [www.plus.lefigaro.fr/page/anne-de-guigne](http://www.plus.lefigaro.fr/page/anne-de-guigne). 5. Макконелл К. Р. Экономика: принципы, проблемы и политика : в 2-х т. Т. 1 / К. Р. Макконелл, С. Л. Брю ; пер. с англ. 11-го изд. – М. : Республика, 1992. – 399 с. 6. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. – 12-е изд. – СПб. : Питер, 2008. – 816 с. 7. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен ; пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – СПб. : Питер, 2004. – 800 с. 8. Орлов П. А. Проблемы социальной ответственности маркетинга в промышленно развитых странах с рыночной экономикой и в Украине в условиях затяжного мирового экономического кризиса [Электронный ресурс] / П. А. Орлов // Бизнес Информ. – 2013. – № 1. – С. 6–12. – Режим доступа : [http://www.business-inform.net/annotated-catalogue/?year=2013&abstract=2013\\_01\\_09](http://www.business-inform.net/annotated-catalogue/?year=2013&abstract=2013_01_09). 9. Офіційний сайт Державної служби статистики України – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>. 10. Индекс восприятия коррупции 2013 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.transparency.org/cpi2013/results>. 11. Победное SMS от МТС [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.promo.mts.com.ua/index.php?lang=RU>. 12. Про рекламу : Закон України (із змінами та доповненнями) // Урядовий кур'єр. – 1996. – № 137–138. – С. 6–7. 13. О чем молчит реклама: почему "Цілющий" не может исцелять [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://tvplus.dn.ua/pg/news/87/full/id=11420>. 14. Европейское золото едет в Украину [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://gigamir.net/money/economics/pub478655>. 15. Vanlerberghe Cyrille. Des experts français "vendus" à l'industrie du tabac [Electronic resource] / C. Vanlerberghe // Le Figaro. – 2012. – Access mode : [www.sante.lefigaro.fr/actualite/2012/05/25/252](http://www.sante.lefigaro.fr/actualite/2012/05/25/252). 16. Nayat Gazzane. Philip Morris critiqué pour ses pratiques de lobbying / Nayat Gazzane // Le Figaro. – 2013. – Access mode : <http://www.lefigaro.fr/societes/2013/09/21>. 17. Уровень коррупции в ЕС поражает : доклад [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [http://www.bbc.co.uk/ukrainian/ukraine\\_in\\_russian/2014/02/140203\\_ru\\_s\\_corruption\\_level\\_eu.shtml](http://www.bbc.co.uk/ukrainian/ukraine_in_russian/2014/02/140203_ru_s_corruption_level_eu.shtml). 18. Про заход і шкідливого впливу на здоров'я населення : Закон України (із змінами і доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://search.ligazakon.ua/l\\_doc2.nsf/link1/T052899.html](http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T052899.html). 19. Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака : Федеральный закон [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://topnews.ru/documents/tekst-zakon-o-zaprete-kureniya-v-obshhestvennykh-mestax-v-rossii/19039>. 20. Маркетинг : підручник / В. Руделиус, 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. 21. Государство не справляется с наплывом фальшивых лекарств [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://podrobnosti.ua/health/2012/11/25/872760.html>.

**References:** 1. Ekho skandala: stavku Libor budut schitat ne v Londone, a v Nyu-Yorkе [Electronic resource]. – Access mode : <http://ru.euronews.com/2013/07/09/rate-for-the-job-ny-se-euronext-to-take-over-scandal-hit>

libor/. 2. Crouzel Cécile. Plus de 75.000 comptes à l'étranger déclarés au fisc [Electronic resource] / Crouzel Cécile // Le Figaro. – 2011. – Access mode : www.lefigaro.fr/im pots/2011/07/08. 3. Sammit ES: "malenkaya revolyutsiya" [Electronic resource]. – Access mode : http://ru.euronews.com/2012/06/29/eurozone-bends-the-rules-to-save-single-currency. 4. Anne de Guigné. Barclays supprime des milliers de postes et augmente ses bonus [Electronic resource] / Anne de Guigné // Le Figaro. 2014. – Access mode : www.plus.lefigaro.fr/page/anne-de-guigne. 5. Makonell K. R. Ekonomiks: printsipy, problemy i politika : v 2-h t. T. 1 / K. R. Makonell, S. L. Briu ; per. s angl. 11-go izd. – M. : Respublika, 1992. – 399 p. 6. Kotler F. Marketing menedzhment / F. Kotler, K. L. Keller. – 12-e izd. – SPb. : Piter, 2008. – 816 p. 7. Lamben Zhan. Zhak. Menedzhment, orientirovanny na rynek / Zh.-Zh. Lambeni ; per. s angl. pod red. V. B. Kolchanova. – SPb. : Piter, 2004. – 800 p. 8. Orlov P. A. Problemy sotsialnoy otvetstvennosti marketinga v promyshlennozrazvitykh stranakh s rynochnoy ekonomikoy i v Ukraine v usloviyah zatyazhnogo mirovogo ekonomicheskogo krizisa [Electronic resource] / P. A. Orlov // Biznes Inform. – 2013. – No. 1. – P. 6–12. – Access mode : http://www.business-inform.net/annotated-catalogue/?year=2013&abstract=2013\_01\_0. 9. Ofitsiyniy sait Derzhavnoi sluzhby statystyky Ukrainy. – Access mode : http://www.ukrstat.gov.ua. 10. Indeks vospriyatya korruptsii 2013 [Electronic resource]. – Access mode : http://www.transparency.org/cpi2013/results. 11. Pobednoe SMS ot MTS [Electronic resource]. – Access mode : http://www.promo.mts.com.ua/index.php?lang=RU. 12. Pro reklam : Zakon Ukrainy (iz zminyamy ta dopovnenniamy) // Uriadovi kurer. – 1996. – No. 137–138. – P. 6–7. 13. O chem molchit reklama: pochemu "Tsilishcheyi" ne mozh et istselyat [Electronic resource]. – Access mode : http://tvplus.dn.ua/pg/news/87/fu11/id=11420. 14. Evropeyskoe zoloto edet v Ukrainu [Electronic resource]. – Access mode : http://gigamir.net/money/economics/pub478655. 15. Vanlerberghe Cyrille. Des experts français "vendus" à l'industrie du tabac [Electronic resource] / C. Vanlerberghe // Le Figaro. – 2012. – Access mode : www.sante.lefigaro.fr/actu/2012/05/25/252. 16. Hayat Gazzane. Philip Morris critiqué pour ses pratiques de lobbying / Hayat Gazzane // Le Figaro. – 2013. – Access mode : http://www.lefigaro.fr/societes/2013/09/21. 17. Uroven korruptsii v ES porazhaet : doklad [Electronic resource]. – Access mode : http://www.bbc.co.uk/ukrainian/ukraine\_in\_russian/2014/02/140203\_rus\_corruption\_level\_eu.shtml. 18. Pro zakhody shchodo poperedzhennia ta zmeshennia vzhyvannia tiutiunovykh vyrobiv i ikh shkidlyvoho vplyvu na zdorovia naselennia : Zakon Ukrainy (iz zminyamy i dopovnenniamy) [Electronic resource]. – Access mode : http://search.ligazakon.ua/\_doc2.nsf/link1/T052899.html. 19. Ob okhrane zdorovya grazhdan ot vozdeystviya okruzhayushchego tabachnogo dyma i posledstviy potrebleniya tabaka : Federalnyy zakon [Electronic resource]. – Access mode : http://topnewz.ru/documents/tekst-zakon-ozaprete-kureniiya-v-obshhestvennykh-mestax-v-rossii/19039. 20. Marketynh : pidruchnyk / V. Rudelius, O. M. Azarian, N. O. Babenko et al. ; red. upor. O. I. Sydorenko, L. S. Makarova. – 2-he vyd. – K. : Navchalno-metodychniy tsentr "Konsortsiy iz udoskonalennia menedzhment-osvity v Ukraini", 2008. – 648 p. 21. Gosudarstvenno upravlyatsya s naplyvom falshivyykh lekarstv [Electronic resource]. – Access mode : http://podrobnosti.ua/health/2012/11/25/872760.html.

#### И н ф о р м а ц и я о б а в т о р е

**Орлов Петр Аркадьевич** – докт. экон. наук, профессор, заведующий кафедрой экономики и маркетинга Харьковского национального экономического университета имени Семена Кузнеця (61166, Украина, г. Харьков, пр. Ленина, 9а, e-mail: kafedra\_eim@mail.ru).

#### И н ф о р м а ц и я п р о а в т о р а

**Орлов Петро Аркадійович** – докт. экон. наук, профессор, завідувач кафедри економіки і маркетингу Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця (61166, Україна, м. Харків, пр. Леніна, 9а, e-

mail: kafedra\_eim@mail.ru).

#### Information about the author

**P. Orlov** – Doctor of Science in Economics, Professor, Head of the Department of Economics and Marketing of Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics (9a Lenin Ave., 61166, Kharkiv, Ukraine, e-mail: kafedra\_eim@mail.ru).

#### Рецензент

докт. экон. наук,

Стаття надійшла до ред.

профессор Пономаренко В. С.

13.03.2014 р.



---