

**Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет
Кафедра маркетингу та УІД
Сумський регіональний центр
інтелектуального розвитку
Українська асоціація маркетингу
Всеукраїнська спілка вчених-економістів**

**Збірник тез доповідей
X Міжнародної
науково-практичної конференції**

**«МАРКЕТИНГ ІННОВАЦІЙ
І ІННОВАЦІЇ У МАРКЕТИНГУ»**

29 вересня – 1 жовтня 2016 року

Суми 2016

**ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ
СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ СУБЪЕКТОВ
ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ И ИХ МАРКЕТИНГА
В СТРАНАХ С РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКОЙ**

Актуальной проблеме социальной ответственности субъектов хозяйствования и маркетинга посвящены работы многих известных отечественных и зарубежных учёных]. Автором обоснованы ключевые составляющие социальной ответственности субъектов хозяйствования (СОСХ) с выделением в её составе социально ответственного маркетинга. Социально безответственный маркетинг является основным инструментом для реализации планов социально безответственных предприятий всех видов деятельности [4].. Мировой финансовый кризис, созданный социально безответственной банковской системой и некоторыми другими субъектами финансового рынка США, с 2008 г. перерос в глобальный экономический. Джозеф Стиглиц, анализируя причины кризиса, который он назвал Великой рецессией, подчеркнул, что экономике нужен баланс ролей рынка и ролей правительства. За последние 25 лет Америка сама потеряла эту сбалансированность и способствовала созданию такой несбалансированности во многих странах мира [3, с. 3]. Он отметил, что США создали и экспортировали настоящую рецессию [3, с. 27]. С первых дней кризиса в развитых странах правительства вынуждены были отказаться от концепции неолиберализма и резко усилили госрегулирование экономики. Это позволило выявлять социально безответственные предприятия (СБП). Особенно отличаются банки.. Банки наживались за счет социальной безответственности и выплачивали огромные бонусы своим руководителям, а спасение их от банкротства во время кризиса осуществлялось за счет государственных бюджетов. Банки США и стран ЕС наживались на манипулирование ставкой межбанковского кредита LIBOR Euribor. Британский банк Barclays за это был оштрафован в 2012 г. на 452 млн долл. В числе его сообщников оказались 7 банков. Другие вопиющие примеры социальной безответственности предприятий стран ЕС и Украины приведены в [4]. В 2015 г. выявлена социальная безответственность германский автоконцерна Volkswagen AG и его маркетинга. В любой стране широкого становления СОСХ, по мнению автора, могут обеспечить только высокое качество экономической

системы страны и надлежащее государственное регулирование. Оно предусматривает:

- 1) разделение власти и бизнеса;
- 2) искоренение коррупции и теневой экономики;
- 3) наличие качественно разработанных законов и нормативных актов, направленных на социальную ответственность бизнеса и маркетинга;
- 4) разработку эффективных механизмов реализации законов и нормативных актов на основе строгой ответственности, включая материальную и уголовную;
- 5) регулярное финансирование из госбюджета лабораторных исследований качества продукции;
- 6) развитие общественных организаций по защите прав потребителей;
- 7) стимулирование социальных инициатив предприятий.

Автор несколько изменил определение экономической системы страны (ЭСС). ЭСС – это совокупность трех подсистем: производительных сил; экономических отношений; способа участия государственных органов в координации и управлении экономической деятельностью, распределением и перераспределением общественного продукта и СОСХ. В описании функций третьей подсистемы подчеркнута необходимость участия государственных органов не только в координации и управлении экономической деятельностью, распределением и перераспределением общественного продукта, но и СОСХ. СБЛ искажает распределение и перераспределение общественного продукта и наносит огромный ущерб для общества и окружающей среды. Качество третьей подсистемы зависит от качества экономической системы и определяет эффективность социально-экономического развития страны. Повышение качества ЭСС возможно на основе развития демократии.

Аргументировано, что Украина и многие другие страны должны существенно повысить качество экономических систем, государственного регулирования и усилить социальную направленность экономик с целью повышения качества жизни

1. Котлер Ф., Келлер К. Л. Маркетинг менеджмент. 12-е изд. – СПб: Питер, 2008. – 816 с.

2. Ламбен Жан-Жак. Менеджмент, ориентированный на рынок / Пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова. – СПб.: Питер, 2004. – 800 с.

3. Джозеф Стиглиц. Крутое пике. Америка и новый экономический порядок после глобального кризиса. М.: Эксмо, 2011.

4. Орлов П.А. Проблемы социальной ответственности субъектов хозяйствования и их рекламной деятельности// Экономика розвитку. – 2014. – № 1 (69). – С. 109-115. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: ed.ksue.edu.ua/ER/knt/eu141_69/e141or1.pdf.