Предприятие продает моющие средства. Продано 500 тыс.шт. по 40 рублей. Стоимость сырья -60% от выручки. Издержки производства и обращения - 30% к товарообороту. Штраф за загрязнение окружающей среды 5 млн.руб. В следующем году планируется выпуск увеличить в 2 раза, стоимость сырья составит 55% к выручке. Издержки 25% к товарообороту. Стоимость защитных сооружений 4 млн. руб. (или штраф 10 млн.рублей). Что выгодно предприятию: платить штраф и иметь имидж «отравителя» или следовать концепции социально-этического маркетинга?