

СОЦІАЛЬНІ АСПЕКТИ ДИТЯЧОГО МАРКЕТИНГУ

Золотухіна Ю.В., гр. МР-31пр

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. Жегус О.В.
Харківський державний університет харчування та торгівлі

На сьогоднішній день дитячий соціальний маркетинг передбачає донесення товарів, послуг, програм або інформації до громадськості, а його метою є вирішення існуючих соціальних проблем дітей та підлітків. До складових дитячого соціального маркетингу, які використовуються на підприємствах України, відносяться благодійництво, взаємодія з державними і громадськими організаціями. Соціальні аспекти дитячого маркетингу все більш використовуються вітчизняними компаніями:

1. Компанія «ФОКСТРОТ» наприкінці 2011 року випустила серію мультиплікаційного серіалу «Фокс і трот спішить на допомогу!». Мультфільм створений у рамках власного соціального бізнес-проєкту «Школа безпеки», що реалізується під девізом «Комфортно там, де безпечно». Кожна з серій мультсеріалу розповідає про найбільш поширені ситуації, які можуть стати небезпечними для дітей.

2. Компанія МакДональдз® проводить благодійну акцію під назвою «День Щастя», яка вже існує 11-й рік поспіль в усьому світі. Весь листопад 2013 року будуть збиратися кошти на придбання реанімаційного медичного обладнання для надання невідкладної допомоги дітям.

3. Мережі магазинів Metro Cash & Carry в ході благодійного проєкту "Подаруй усмішку" вдалося зібрати більше 13 тисяч іграшок, які подарували дітям 40 дитбудинків в 24 містах України.

4. УкрСиббанку BNP Paribas Group організувала благодійний проєкт «Срібна монетка». Це ініціатива банку та Всеукраїнської благодійної організації «Даун Синдром».

На сьогодні більшість українських компаній вже визнали ефективність соціального маркетингу для формування позитивного іміджу та лояльного ставлення споживачів до її продукції чи послуг. Дитячий соціальний маркетинг тільки починає набувати популярності серед представників українського бізнесу. Як наслідок, в нашій країні він набуває більшою мірою форм добродійності, спонсорства і меценатства. Надалі активність використання дитячого соціального маркетингу українськими компаніями зростатиме, що сприятиме підвищенню не тільки соціальної, а й економічної ефективності маркетингової діяльності.