

характеристиках населения, можно прийти к результатам, далёким от реальной ситуации, и ошибиться, объединяя людей в сегменты.

Справиться же с этой проблемой можно, если использовать достоверные данные о разных аспектах жизнедеятельности людей. И многие необходимые данные в таком случае окажутся социологическими. Отсюда становится очевидным, что данные, полученные в ходе социологических исследований, очень важны и должны быть востребованы в маркетинге. Это касается и уже имеющихся данных о ценностных установках, поведении населения, его приоритетах, образе жизни и многом другом. Существует необходимость инициирования бизнес-структурами проведения социологических исследований в различных направлениях, что даст нужную и качественную информацию маркетологам, и толчок к развитию прикладной социологии, методологии, методов и методик проведения исследований.

Помимо этого, при проведении маркетинговых исследований нужно учитывать накопленный в социологии опыт, как в плане методологии, инструментария, так и в плане теоретического объяснения полученных данных, человеческого поведения. Так же ни в коем случае нельзя забывать о прогностической функции социологии, нужно понимать, что именно с помощью социологии можно предсказать многие особенности поведения покупателей как в конкретных ситуациях, так и в перспективе.

Д.В. Юденкова

СОЦИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ В ФОРМИРОВАНИИ ОБЩЕСТВА

Современный бизнес – это социально-ориентированное предпринимательство, в форме которого на современном этапе все большее и большее число организаций выстраивают свою деятельность. Одним из значимых направлений их деятельности является создание и развитие отношений с представителями целевых аудиторий. Такое направление деятельности компании получило название социальный маркетинг или корпоративная социальная ответственность.

Социальный маркетинг — это вид социального процесса, который направлен на удовлетворение потребностей и желаний, как индивидов, так и групп в результате создания и предложения товаров и услуг, обладающих определенной ценностью, а также свободного обмена ими¹.

¹ См.: Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. СПб.: Питер, 2009. С. 31.

Среди основных направлений в социальном маркетинге принято выделять следующие:

– экология: увеличение количества маркетинговых проектов с учетом значения для современного общества экологической обстановки. Так, например, благотворительная акция компании Coca-Cola совместно с Всемирным фондом защиты дикой природы (WWF) для привлечения внимания общества к угрозе исчезновения белых медведей¹;

– здоровый образ жизни: рост рекламной и маркетинговой продукции, направленной на формирование здорового образа жизни. Так, например, рекламная компания одежды и обуви Reebok Easy Tone, акцентирующая внимание на уникальной технологии изготовления, способствующая укреплению мышц у людей, интересующихся проблемами культуры тела²;

– обучение: компания GEA Farm Technologies каждый год проводит обучение клиентов и дилеров по работе с программой «Dairy Plan C21»³, а компания Intersoft Lab – по расчетам обязательных нормативов с банком России⁴. Эти примеры показывают, что помимо рекламы своего продукта кампании повышают уровень образованности населения в соответствующих областях деятельности, что в свою очередь приводит к увеличению специалистов в этих областях.

– социальная поддержка обездоленных: одним из примеров может служить социальный проект с участием сотрудников компании «ЛАНИТ» и воспитанников Ступинского социального приюта для детей и подростков «Солнышко»⁵. Такие мероприятия привлекают внимание общественности к социальным проблемам общества, а в частности к детям, оставшимся без родителей.

Таким образом, потребности современного общества, нацеленные на удовлетворение различных потребностей населения, определяют и «политику» компаний как в выпуске и рекламе социально-обусловленной продукции, так

¹ Поможем белым мишкам вместе! / Новости в фотографиях: [Электронный ресурс]: <http://bigpicture.ru/?p=102320>

² Reebok Easy Tone с Ляйсан Утяшевой / РОЛ: твой интернет: [Электронный ресурс]: http://www.rol.ru/news/hobby/fashion/11/03/25_011.htm

³ ИА Dairy News. GEA Farm Technologies провела крупное ежегодное обучение клиентов и дилеров / ИА Dairy News. Dairy News: новости молочного рынка каждый день: [Электронный ресурс]: <http://www.dairynews.ru/news/detail.php>

⁴ Intersoft Lab. Уроки расчета обязательных нормативов с Банком России. Фоторепортаж. / Intersoft Lab. Intersoft Lab: Business Performance Management systems: [Электронный ресурс]: <http://www.iso.ru/cgi-bin/main/news.cgi?id=1018>

⁵ См.: Кузнецова Е. «Хорошие книжки...» в компании «ЛАНИТ» / Е.Кузнецова; АСМ: Агентство Социального Маркетинга: [Электронный ресурс]: <http://www.social-marketing.ru/portfolio/430>

и разработке социальных программ, не приносящих прямой прибыли, но формирующих имидж организации как социально ориентированной.