

УДК 339.138:174

К. О. ШКОВЕЦЬ, к.е.н., доцент кафедри
маркетингу та комунікаційного дизайну

Київський національний університет технологій та дизайну
Київ, Україна

А.Р. ЦЮПА, аспірант
Київський національний університет технологій та дизайну
Київ, Україна

ТИПОЛОГІЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В МАРКЕТИНГУ

У сучасних умовах соціальна відповідальність в маркетингу стає ключовим інструментом формування довіри до бренду, особливо у сферах з високим соціальним впливом, таких як легка промисловість. Соціально відповідальний маркетинг передбачає не лише просування товару, а й врахування етичних, екологічних та соціальних чинників у всьому маркетинговому ланцюгу [1].

Соціальна відповідальність у маркетингу охоплює комплекс заходів, спрямованих на досягнення цілей компанії з урахуванням добробуту споживачів, працівників, громади та довкілля [1]. Вона має різні типи, кожен з яких відіграє унікальну роль у стратегічному управлінні брендом.

Економічна відповідальність передбачає прозорість цінової політики, чесність у рекламі та якість продукції. Так український бренд універсального жіночого одягу преміум якості, який є поєднанням вічного комфорту та стилю Sleeper дотримується політики прозорого ціноутворення, розкриваючи вартість виробництва, маркетингу та логістики [2].

Етична відповідальність полягає у дотриманні норм етичного спілкування, недопущенні дискримінації у рекламі, відмові від маніпулятивних методів. Так український ювелірний бренд Guzema Fine Jewelry просуває інклюзивність у своїй рекламі, залучаючи моделі різного віку та параметрів [3].

Екологічна відповідальність орієнтована на зменшення негативного впливу на довкілля: використання екоматеріалів, вторинна переробка, мінімізація відходів. Модний бренд Ksenia Schnaider production (KS production) працює з переробленими матеріалами та впроваджує zero-waste виробництво [4]. Виробничі потужності бренду розміщені в Україні, що дає можливість повністю контролювати всі стадії виробничого процесу. Щомісяця KS production виготовляє близько 500 пар джинсів, що еквівалентно приблизно 5 тоннам продукції на рік. Команда розробила власну технологію переробки текстильних відходів у джинсове хутро та вироби в стилі печворк. За один сезон їм вдається повторно використати близько 200 кг текстильних залишків і 100 кг вінтажного спортивного одягу. Крім того, KS production трансформує зразки тканин у клаптеві сорочки, кожна з яких збирається вручну та має унікальний розмір [4].

Юридична відповідальність передбачає дотримання законодавства щодо захисту прав споживачів, авторського права, маркування продукції. Український бренд жіночого верхнього одягу, заснований в 1996 році в м. Харків. Milla Nova офіційно реєструє кожен модель одягу, захищаючи дизайн через патентну систему [5].

Філантропічна (добровільна) відповідальність передбачає благодійність, підтримку соціальних ініціатив, волонтерство. Від початку повномасштабного вторгнення росії в Україну, національний бізнес демонструє активну соціальну позицію, реалізуючи численні ініціативи підтримки держави та громадянського суспільства. Українські підприємства здійснюють вагомі фінансові внески на потреби Збройних сил України, перераховуючи мільйони гривень на військову та гуманітарну підтримку [6].

Компанії у сфері інформаційних технологій забезпечують збереження заробітної плати працівникам, які мобілізовані до лав армії. Банківські установи сплачують податкові зобов'язання авансом, тим самим посилюючи фінансову стійкість держави. Представники креативної індустрії — зокрема хаби, коворкінги та театри — надають прихисток внутрішньо переміщеним особам, а заклади громадського харчування забезпечують харчування для підрозділів територіальної оборони [6].

Водночас підприємства легкої промисловості, зокрема бренди одягу, переорієнтували виробничі процеси на виготовлення військової амуніції: одягу, взуття, бронежилетів та іншого оснащення для потреб армії.

Торговельні мережі (АТБ, Varus, GoodWine, Fozzy Group, EVA, Watsons) адаптували свою інфраструктуру для потреб населення та армії: забезпечили доступ до укриттів, організували гуманітарні штаби, надали продукти харчування, ліки та інші ресурси [6].

Аптечні та медичні заклади (Добробут, Дарниця, ISIDA, АНЦ, Люксоптика) забезпечували безкоштовне лікування, медичне консультування, передачу медикаментів та обладнання. Банківський сектор (ПриватБанк, Альфа-Банк, Credit Agricole, monobank) створив зручні платформи для фінансової допомоги ЗСУ та здійснював авансові податкові виплати [6].

Окрему увагу слід приділити логістичним ініціативам (Made in Ukraine, мережі автозаправок, сервіси доставки та каршерингу), які сприяли оперативному переміщенню гуманітарних вантажів, евакуації населення та підтримці тероборони. Така багаторівнева участь бізнесу у воєнний час засвідчує трансформацію підприємницької етики в бік стратегічної соціальної відповідальності [6].

Соціально відповідальний маркетинг створює додану цінність бренду, підвищує лояльність споживачів, сприяє довготривалим відносинам із клієнтами. У легкій промисловості, де продукція безпосередньо пов'язана з образом, комфортом і безпекою людини, соціальна відповідальність стає критично важливою складовою маркетингових стратегій.

Незважаючи на успішні приклади, багато підприємств стикаються з проблемами впровадження соціальної відповідальності через брак ресурсів, інформаційної підтримки, державного стимулювання тощо.

Типологія соціальної відповідальності в маркетингу дозволяє чітко структурувати підходи до побудови стратегії сталого розвитку підприємства. Українськи підприємства демонструють високий потенціал у впровадженні соціально орієнтованих практик, які формують довіру, зміцнюють бренд і сприяють економічній стабільності.

Література

1. Козак Ю.Г. Соціальна відповідальність бізнесу: теорія і практика. — К.: Центр учбової літератури, 2019.

2. Sleeper: the artisanal, Ukrainian pyjama-maker that has us rethinking sleepwear as daywear. Buro 24/7 Singapore.
3. <https://guzema.com>
4. <https://www.kseniaschnaider.com>
5. <https://millanova.com>
6. <https://media.zagoriy.foundation/velyka-istoriya/biznes-tyl-yak-ukrayinski-pidpryyemstva-pidtrymuyut-zsu-ta-postrazhdalyh-vid-vijny/>