Что такое социальный маркетинг?



Социальный маркетинг — **это изучение и формирование потребностей покупателей, и удовлетворение их более эффективными методами, чем конкуренты, при условии повышения благосостояния всех членов общества**. При этом под благосостоянием понимается совокупность материальных, духовных, социальных благ, которыми владеет субъект благосостояния и которые использует для удовлетворения своих потребностей. Социальный маркетинг представляет собой, таким образом, механизм согласования потребностей и интересов потребителей, потребностей и интересов предприятия и потребностей и интересов общества. Т.е. речь идет об инструменте, нацеленном на учет интересов не только производителя и потребителя, но и общества в целом, посредством решения социальных задач маркетинговыми технологиями.

Б.М. Голодец



Социальный маркетинг стал закономерным и наиболее перспективным в XXI веке этапом развития маркетинга, поскольку современные потребители отдают предпочтения компаниям и организациям, проявляющих заботу о будущем благополучии общества, отказывающихся от производства товаров, противоречащих общественным интересам, не причиняющих вред окружающей среде, заботящихся о сохранении экологического равновесия в мире и использующих «зеленые технологии» в своем производстве. Именно таким производителям принадлежат будущие рынки сбыта.