

Жоао М. С. Карвальо, Соня Ногейра, Найра Мартінс

Інклюзивність та корпоративна соціальна відповідальність у маркетингу

Інклюзивність та корпоративна соціальна відповідальність (КСВ) у спільноті, де рівень етнічного різноманіття та конфліктів дуже низький порівнюючи з іншими країнами, усе ще потребують додаткового вивчення. Метою цього дослідження є аналіз обізнаності студентів університетів про інклюзивність та КСВ, застосовуючи метод з аналізом контрольної групи до та після тестування. Як експериментальна (N = 138), так і контрольна (N = 140) групи однорідні за національністю, етнічністю та віком. Експериментальна група пройшла спеціальне навчання з інклюзивних продуктів, маркетингових комунікацій і КСВ, що надало можливість перевірити їхнє сприйняття та ефективність тренінгу. Перше випробування показало, що зміна в експериментальній групі становила 8 % проти 2,5 % у контрольній групі. Друге випробування продемонструвало, що зміна в експериментальній групі становила 30,4 %, відзначаючи інклюзивні причини, а в контрольній групі – лише 6,4 %. Третє випробування виявило позитивний розвиток в експериментальній групі, де понад 8,3 % студентів обрали компанію з КСВ, і негативний розвиток у контрольній групі: –5,6 %. Ці відмінності не були статистично значущими в обох групах, але значущими, порівнюючи дві групи. Результати цього дослідження підкреслюють, що ця однорідна спільнота не думає про такі проблеми при аналізі бізнесу, продуктів або маркетингових комунікацій. Однак, коли вони проходять спеціальну підготовку, вони усвідомлюють і змінюють своє сприйняття відповідно до очікуваного. Отож, можна зробити висновок, що освіта з інклюзивності та КСВ має бути частиною підготовки студентів, незалежно від однорідності соціального та людського середовища.

Ключові слова: інклюзивність, різноманітність, дискримінація, реклама, освіта, досвід, випробування, Португалія

Класифікація JEL: C93, I21, J14, M14, M31



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.