

3. Шквір В.Д. Інформаційні системи і технології в обліку : навч.посіб. / Шквір В.Д., Загородній А.Г., Височан О.С. - [3-тє вид.] – К.: Знання, 2007. – 439 с.

**Стамат В.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту та маркетингу,  
Миколаївський національний аграрний університет,  
м. Миколаїв, Україна*

**Красноноженко В.**

*здобувачка першого рівня вищої освіти,  
Миколаївський національний аграрний університет,  
м. Миколаїв, Україна*

## **МАРКЕТИНГОВІ БІЗНЕС-ІДЕЇ ЯК ЧИННИК ІННОВАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ**

Кожен власник бізнесу знає, що розробка бізнес-плану, який описує продукт продажу, конкурентоспроможність і фінансову ситуацію, має вирішальне значення для успіху. Однак багато людей не розуміють, що мати маркетинговий план для бізнесу не менш важливо. З його допомогою можна не лише зосередитися на своїй аудиторії, але й вибрати серед практично безмежної кількості доступних інструментів і стратегій ті, які дійсно підходять для конкретного бізнесу та аудиторії.

Ця тема є надзвичайно актуальною, адже стратегічний розвиток підприємств, особливо у повоєнний період, можливий з використанням новітніх маркетингових бізнес-ідей. У цей тяжкий час люди починають більше користуватися послугами встановлення вікон та балконів, архітекторів, оренди транспорту, СТО й шиномонтажу. Зростає попит на будівельні матеріали, альтернативні котли, військовий одяг, взуття та аксесуари, харчі тривалого зберігання. Не менш важливим є психологічна підтримка, тобто послуги психологів, та відновлення історичних пам'яток. Тому грамотне поширення інформації про надання цих послуг та продукції - є головною метою у початку бізнесу або його прогресу.

Можемо зазначити, що розробка маркетингового плану для бізнесу потребує зусиль та підтримки людей, які розуміються на обраній справі, специфіці конкуренції та знають, як правильно рекламувати свій бізнес. Бізнес-ідея – це та ідея, яка може бути використана для створення нової компанії або нового напрямку діяльності в рамках існуючої компанії.

За дослідженнями Інтернет-джерел з пропозиціями щодо креативного підходу до розвитку будь-якого бізнесу запропоновано перелік певних рекомендацій. Розглянемо декілька основних галузей маркетингу: контент-

маркетинг, маркетинг за допомогою розсилок, маркетинг у соціальних мережах, локальний маркетинг [1].

Однією з ідей контент-маркетингу, які можуть стати в нагоді у розвитку бізнесу, відносяться корисні статті у блозі. Ведення блогу – це один із найпростіших способів продемонструвати свою кваліфікацію та знайти нових клієнтів. Крім того, можна почати безкоштовно або за мінімальну плату. Також цікавим для людей є відео-уроки та інфографіка, які також слід застосовувати у своєму блозі [1].

Інформаційні бюлетені електронною поштою – це найкращий спосіб охопити потенційних і постійних клієнтів за допомогою системи, яка налагоджує відносини та призводить до продажів. Електронний маркетинг підходить для створення галасу про нові продукти та послуги. Ефективніше запропонувати їм спеціальні акції, щоб вони могли замовляти раніше за всіх, що допоможе підвищити репутацію продукту та поширити новини про нього. Ще один спосіб заохотити передплатників - ексклюзивними та спеціальними післяпродажними пропозиціями на продукцію. Люди поспішають купувати, коли відчують, що мають доступ до ексклюзивних речей, яких ніхто інший не може отримати. Також можна рекламувати ексклюзивні пропозиції в соціальних мережах або читачам свого блогу, щоб спонукати їх підписатися на розсилку [1].

За допомогою соціальних мереж також можливо активізувати свій бізнес. Наразі у кожного є доступ до найпопулярніших соцмереж, тому інформація про організацію може розповсюджуватися миттєво. Головне - обрати ту платформу, якою користуються найбільше людей [1]. Необхідно слідкувати за ефективністю й оптимізувати свою діяльність. Щоб публікації працювали на досягнення цілей, обов'язково використовувати шаблон звіту з даними про щоденну, щотижневу та щомісячну ефективність кожної публікації. Це допоможе вчасно змінити маркетинговий підхід і можливо, навіть шаблон для соціальних мереж для ефективнішого охоплення аудиторії [2].

Але для стрімкого поширення інформації повинна бути достатня кількість аудиторії сторінки та їх зацікавленість у пошуку новин. Найпростіший спосіб підвищити активність користувачів у соціальних мережах – запостити опитування на якусь актуальну тему. Навіть невелика активність навколо такого голосування, підвищує видимість поста у декілька разів, а значить привертає увагу і до сторінки підприємства. Зараз вже будь-яка соціальна мережа або месенджер, дозволяють створювати опитування, так що гарною ідеєю є навіть експеримент з кожним з мереж, щоб визначити для себе найбільш перспективний у плані комунікації [4].

Візитки можуть бути найстарішим інструментом в арсеналі бізнесмена, але якщо їх правильно зробити, вони стануть дуже ефективними. Замість нудних візиток, які зазвичай друкують сотні людей у великій компанії, слід спробувати створити щось креативне та цікаве, що миттєво відрізнятиме компанію від інших, достатньо лише поглянути [1].

Окрім цього, у багатьох нішах власник бізнесу має можливість надати зразки своїх товарів (або пробний період послуги) безкоштовно, після чого клієнт може оплатити повну вартість. Наприклад, всім знайомі пробники косметики або їжі, а у випадку з послугами, це може бути невелика безкоштовна консультація, яка дозволить потенційному клієнту оцінити професіоналізм підприємця. Класичний кейс в ІТ: безкоштовні 30 днів на хостингу, які практично завжди дозволяють утримати клієнта після завершення тріал-періоду.

Якщо надавати послуги на хорошому рівні, такий хід може сильно спростити для бізнесмена продаж більш дорогого продукту. Агентство, яке надає бухгалтерію на аутсорсинг, після місяця безкоштовного супроводу, може отримати клієнта, який буде залишатися з ним протягом довгих років. Це дуже швидко окупить всі витрати за початковий безкоштовний період [3].

Ми вважаємо, що також ефективною бізнес-ідеєю буде знаходження партнерів у суміжних галузях із бізнесом, який «розкручується». Потрібно об'єднати зусилля з іншими власниками бізнесу, які мають відношення до галузі, у якій розвивається бізнес, але не є прямими конкурентами. Це дає доступ до нових сегментів аудиторії і, безумовно, позитивно вплине на сприйняття бренду. Можна також організовувати спеціальні заходи для спільного піару. Результативною ідеєю також буде співпраця із ЗМІ на місцевому рівні. Малі ЗМІ завжди потребують інформаційного пориву та постійно шукають додаткові джерела фінансування. Для плідної співпраці необхідно буде надавати контент для публікацій, спонсорувати серію публікацій, репортажів або офлайн-подій.

Підсумовуючи можна зазначити, що для будь-якого бізнесу необхідного мати арсенал маркетингових ідей, якщо підприємство хоче досягти успіху у своїй справі та отримати від цього великий прибуток й далі мати можливість стратегічного розвитку.

### Література

1. 30 економних маркетингових ідей для вашого нового підприємства малого бізнесу. URL : <https://business.tutsplus.com/uk/tutorials/marketing-ideas-for-small-business--cms-26906> (дата звернення 23.09.2022),
2. Корисні маркетингові ідеї для невеликих компаній. URL : <https://www.microsoft.com/uk-ua/microsoft-365/business-insights-ideas/resources/marketing-ideas-for-small-business-that-make-a-difference> (дата звернення 23.09.2022).
3. 9 маркетингових ідей для малого бізнесу, які вам стануть в нагоді. URL : <https://ag.marketing/blog/9-marketingovih-idey-dlya-malogo-biznesu/> (дата звернення 30.09.2022).
4. 10 маркетингових ідей для малого бізнесу, які можна реалізувати за вечір. URL : <https://marketer.ua/ua/10-marketing-ideas-for-small-businesses/> (дата звернення 30.09.2022).