

УДК 339.138(575.2)
DOI: 10.36979/1694-500X-2024-24-7-47-53

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА

А.Ж. Оторчиева, Н.К. Набиева, А.Т. Кадырбердиева

Аннотация. Бизнес играет важную роль в экономической и социальной динамике Кыргызской Республики, поддерживая ускоренный экономический рост, расширение рынка и компенсируя издержки рыночной экономики, включая безработицу и колебания производства. В постоянно развивающемся мире маркетинга предприниматели имеют доступ к новым инструментам, советам и тенденциям, которые они могут включить в свои маркетинговые стратегии. Статья подчеркивает актуальность таких инструментов в бизнесе, акцентируя внимание на их практическом применении для повышения эффективности производства. Основное внимание уделено анализу Интернет-маркетинга как средства эффективного продвижения товаров и услуг, способствующего развитию бизнеса. Маркетинговые инструменты оказывают существенную поддержку малому бизнесу в достижении конкурентных преимуществ и эффективной борьбе на рынке. Полученные результаты подчеркивают важность современных методов маркетинга для развития бизнеса в Кыргызстане. Интеграция интернет-маркетинга и контент-маркетинга способствует повышению конкурентоспособности и обеспечивает устойчивый рост. В целом статья вносит вклад в изучение использования маркетинговых инструментов в развитии бизнеса и подчеркивает их важность для успешной адаптации к меняющейся экономической среде.

Ключевые слова: маркетинговые инструменты; развитие бизнеса; продвижение продуктов; маркетинговые стратегии; эффективность; рыночная адаптация; конкурентные преимущества; интернет-маркетинг; контент-маркетинг; современная бизнес-среда.

БИЗНЕСИ ӨНҮКТҮРҮҮЧҮ МАРКЕТИНГ КУРАЛДАРЫ

А.Ж. Оторчиева, Н.К. Набиева, А.Т. Кадырбердиева

Аннотация. Бизнес Кыргыз Республикасынын экономикалык жана социалдык динамикасында, экономикалык өсүштүн тездетилишин, рыноктун кеңейүүсүн колдоодо жана рынок экономикасынын чыгымдарын, анын ичинде жумушсуздукту жана өндүрүштүн өзгөрүшүн компенсациялоодо маанилүү ролду ойнойт. Дайыма өнүгүп жаткан маркетинг дүйнөсүндө ишкерлер маркетинг стратегияларына киргизе турган жаңы куралдарга, кеңештерге жана тенденцияларга жете алышат. Макалада өндүрүштүн натыйжалуулугун жогорулатуу үчүн аларды практикалык колдонууга көңүл бурулуп, бизнесте мындай инструменттердин актуалдуулугун баса белгилейт. Макалада негизги көңүл бизнесте өнүктүрүүгө көмөктөшүүчү товарларды жана кызматтарды натыйжалуу илгерилетүү каражаты катары Интернет-маркетингди талдоого бурулган. Маркетинг куралдары чакан бизнеске атаандаштык артыкчылыктарга жетүү жана рынокто эффективдүү күрөш жүргүзүүдө олуттуу колдоо көрсөтөөрүн баса белгилейт. Алынган жыйынтыктар Кыргызстанда бизнесте өнүктүрүү үчүн заманбап маркетинг ыкмаларынын маанилүүлүгүн белгилешет. Онлайн маркетинг менен контент маркетингинин интеграциясы атаандаштыкка жөндөмдүүлүктү жогорулатат жана туруктуу өсүштү камсыз кылат. Жалпысынан, макала бизнесте өнүктүрүүдө маркетинг куралдарын колдонууну изилдөөгө салым кошот жана өзгөрүп жаткан экономикалык чөйрөгө ыйгиликтүү көнүү үчүн алардын маанилүүлүгүн баса белгилейт.

Түйүндүү сөздөр: маркетинг куралдары; бизнесте өнүктүрүү; продукцияны жылдыруу; маркетинг стратегиялары; эффективдүүлүк; рынокко ыңгайлашуу; атаандаштык артыкчылыктар; интернет-маркетинг; контент маркетинг; заманбап бизнес чөйрөсү.

MARKETING TOOLS FOR BUSINESS DEVELOPMENT

A.Zh. Otorchieva, N.K. Nabyeva, A.T. Kadyrberdieva

Abstract. Business plays an important role in the economic and social dynamics of the Kyrgyz Republic, supporting accelerated economic growth, market expansion and offsetting the costs of a market economy, including unemployment

and production fluctuations. In the constantly evolving world of marketing, entrepreneurs have access to new tools, tips and trends that they can incorporate into their marketing strategies. The article emphasises the relevance of such tools in business, focusing on their practical application to improve production efficiency. The article focuses on analysing Internet marketing as a means of effective promotion of goods and services, contributing to business development. The marketing tools provide essential support to small businesses to achieve competitive advantage and compete effectively in the market. The findings emphasise the importance of modern marketing methods for business development in Kyrgyzstan. The integration of Internet marketing and content marketing contributes to competitiveness and ensures sustainable growth. Overall, the article contributes to the study of the use of marketing tools in business development and emphasises their importance in successfully adapting to the changing economic environment.

Keywords: marketing tools; business development; product promotion; marketing strategies; efficiency; market adaptation; competitive advantages; Internet marketing; content marketing; modern business environment.

В современной бизнес-среде, маркетинговые инструменты играют ключевую роль в развитии компаний и продвижении их продуктов и услуг. Понимание и применение этих инструментов становятся неотъемлемыми компонентами успешной деятельности на рынке. Суть маркетинговых инструментов заключается в использовании методов, стратегий и материалов для обеспечения поиска, анализа, генерации и распространения информации, имеющей существенное значение для взаимоотношений в сфере маркетинга [1, с. 136].

Маркетологи сегодня сталкиваются с вызовом постоянного обучения новым инструментам и адаптации к быстро меняющейся рыночной обстановке. На этом фоне постоянная эволюция маркетинга подразумевает адаптацию к трендам и платформам, что обеспечивает непрерывное развитие специалистов в этой области. Применение маркетинга дает предприятиям инструменты для более точного соответствия рыночным условиям, важных для достижения главной цели – максимизации прибыли. Знание методов воздействия на потребителя, анализ рыночных сегментов и опыт работы в реалиях рынка позволяют компаниям эффективно функционировать в условиях сильной конкуренции [2, с. 320].

В свете вышеизложенного, цель данной научной статьи заключается в рассмотрении маркетинговых инструментов как мощного средства для успешного развития бизнеса. Рассматривая инструменты в контексте их применения и эффективности, статья стремится пролить свет на ключевые аспекты маркетинговых стратегий и их роли в современной бизнес-практике. Важность данного исследования состоит в понимании того, какие инструменты и методы способствуют наиболее успешному развитию

компаний, обогащая понимание роли маркетинга в адаптации к меняющейся экономической среде и конкурентной борьбе.

Именно по этой причине важность эффективного использования маркетинговых инструментов для развития бизнеса подчеркивается не только для оптимизации затрат, но и для достижения планируемых целей. Как указано в исследованиях И.В. Вусика, эффективная модель маркетинговых инструментов помогает не только донести информацию о продукте до потребителя, но и создать образ и характеристики товара через систему маркетинговых коммуникаций.

Современные рыночные условия диктуют необходимость активного взаимодействия с потребителями, что делает выбор инструментов маркетинга более критичным. Роль маркетинга, особенно в развитых экономиках, постоянно усиливается. Перерабатывающие предприятия, внедрившие отделы маркетинга, выходят вперед в конкурентной борьбе. Отметим, что производители часто сочетают несколько маркетинговых инструментов для наибольшей эффективности. Они стремятся проложить путь товара к потребителю, позволяя ему ознакомиться с ним, узнать его характеристики и места продажи. Важно подчеркнуть, что эффективная модель маркетинговых инструментов создает оптимальные условия для ознакомления потребителя с продуктом и его особенностями.

В этом контексте эффективное использование маркетинговых инструментов становится ключевым фактором для успешного развития бизнеса, обеспечивая путь товара к потребителю, создавая образ продукта и поддерживая конкурентоспособность на рынке. На рисунке 1 изображена концептуальная модель эффективных маркетинговых инструментов, разработанная



Рисунок 1 – Маркетинговые инструменты повышения эффективности организации [1, с. 136]

на основе исследований И.В. Вусика. Эта модель способствует привлечению внимания потребителя к продукту и его характеристикам.

Представленная И.В. Вусиком систематизация коммуникационных методов (рисунок 2) включает в себя те стратегии, которые способствуют укреплению рыночных позиций и оказанию влияния на потенциал увеличения спроса со стороны потребителей. Эти меры взаимодействия играют определяющую роль в формировании прибыльности организации через множество разнообразных маркетинговых инструментов [1, с. 136].

Исходя из анализа, становится очевидным, что разработанная модель взаимодействия организации с рынком через маркетинговые инструменты выделяет основные ценности, которые помогают формировать миссию организации на рынке. Такие ценности доставляются до потребителей благодаря применению маркетинговых инструментов, формируя образ продукции и подчеркивая значимость бренда. В этой связи основная роль службы маркетинга заключается в гарантии достижения как финансовых, так и нефинансовых показателей, опираясь на грамотные маркетинговые стратегии [1, с. 136].

Продолжая эту мысль, важно осознавать, что постоянное изучение и применение

коммуникационных методов и маркетинговых инструментов стоят в центре успешного развития и стабильности бизнеса в современных условиях. С учетом того, что интернет и контент доминируют в современном мире, контент-маркетинг занимает особое место в этом процессе. В эпоху, когда интернет доступен практически из любой точки мира, необходим тщательный выбор маркетинговых инструментов. Некоторые из них действительно могут оказаться более результативными, чем другие.

Контент-маркетинг представляет собой методику создания и донесения ценного контента к целевой аудитории, стимулируя ее к действию. В этой стратегии главное – правильный и своевременный подход, гарантирующий доставку информации вашим клиентам, когда это наиболее актуально. Но для того чтобы контент-маркетинг показал максимальную эффективность, важно учитывать особенности вашей целевой аудитории. Применяя контент-маркетинг, компании не только устанавливают авторитет в своем направлении, но и налаживают долгосрочные связи с клиентами, что становится фундаментом для развития бизнеса.

В контексте разработанной модели взаимодействия организации с рынком особое внимание стоит уделить контент-маркетингу, который

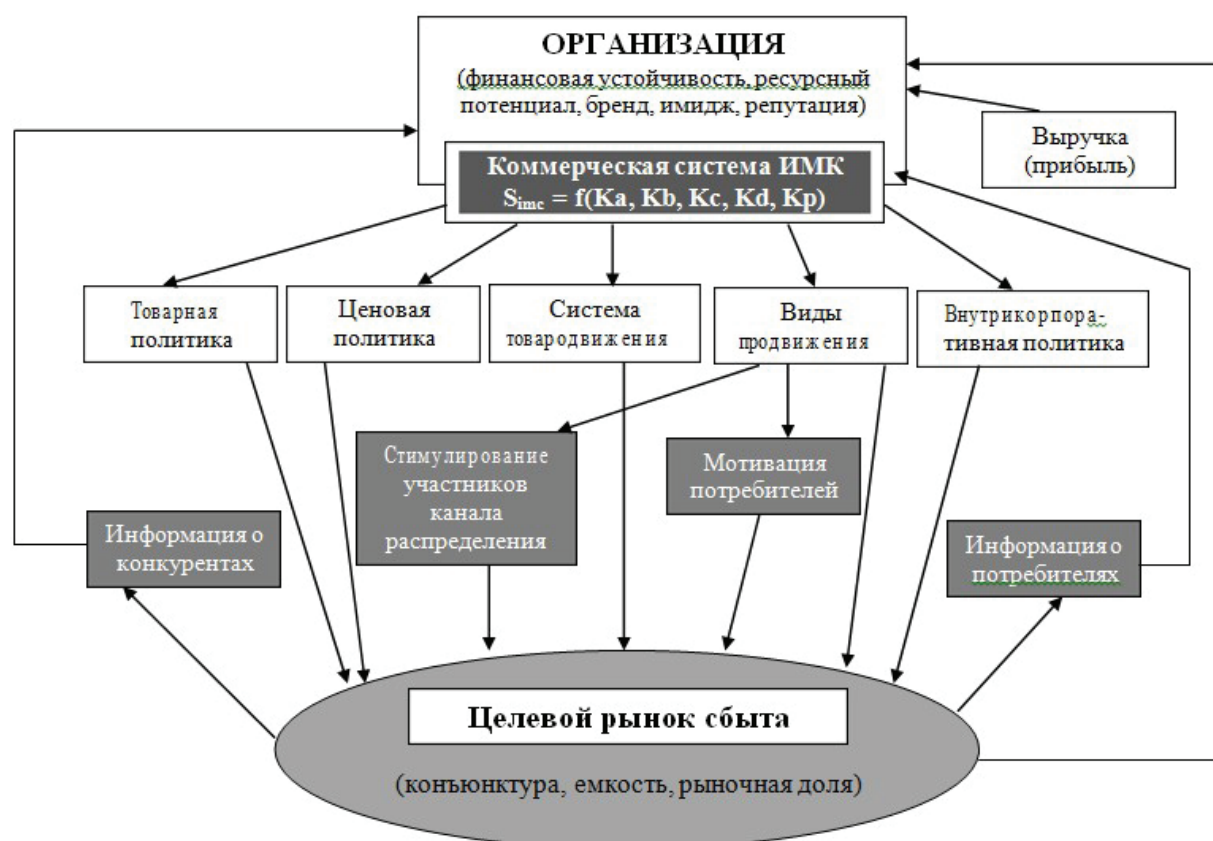


Рисунок 2 – Механизм взаимодействия организации с рынком посредством инструментов маркетинга [1, с. 136]

обладает рядом ключевых преимуществ [3–5]. Прежде всего, контент-маркетинг позволяет детально рассмотреть особенности продукта или услуги, предоставляя потребителю необходимую информацию. Как показали исследования, обучение и информирование играют важную роль в формировании восприятия бренда.

Помимо этого, по данным О. Гнатюк, демонстрация экспертности через публикацию профессиональных материалов укрепляет доверие к компании [6, с. 172]. В условиях жесткой конкуренции возможность подчеркнуть свою экспертность может стать ключевым фактором в выборе потребителя.

Еще одним важным аспектом является повышение узнаваемости бренда. Регулярное обновление контента привлекает внимание

пользователей, что, в свою очередь, способствует узнаваемости и лояльности к бренду.

Комплексное продвижение становится особенно актуальным в эпоху интенсивного развития интернет-технологий. М.В. Акулич, подчеркивает необходимость интегрированного подхода к рекламе в цифровой эре. Согласно его исследованию, такой подход не только обеспечивает более высокую окупаемость инвестиций, но и становится ключевым элементом в стратегии любого успешного предприятия [7, с. 352]. Это отражает реалии современного мира, где простые и традиционные методы продвижения уже не обеспечивают нужного эффекта из-за высокой конкуренции на рынке. По словам Акулича, интеграция различных рекламных инструментов, адаптированных под конкретные бизнес-цели, позволяет добиваться устойчивых

результатов, оптимизировать затраты и эффективно выделяться среди конкурентов.

Особое внимание автор уделяет экономии ресурсов при использовании комплексного подхода в интернет-маркетинге. Именно этот интегрированный подход позволяет достичь экономии до 40 % затрат, что становится весьма привлекательным для предприятий различных масштабов. При этом высокие показатели эффективности инвестирования в рекламу остаются под постоянным контролем, что гарантирует прозрачность и результативность процесса.

Таким образом, выводы полностью согласуются реалиями рынка и подтверждают значимость комплексного подхода в современных условиях [7, с. 352]. На практике это означает не просто использование каждого инструмента по отдельности, но их гармоничное сочетание, что позволяет максимизировать результаты и обеспечивать устойчивое развитие бизнеса в долгосрочной перспективе [8, с. 176]. Эти и другие маркетинговые инструменты развития бизнеса на данный момент обширно используются во многих отраслях бизнеса в Кыргызской Республике.

В современном мире цифровая экономика стоит в центре развития всех сфер бизнеса. Особенное внимание уделяется преобразованию агропромышленного комплекса. В контексте реализации перспективного проекта «Цифровое сельское хозяйство», главным образом, акцентируется внимание на внедрении технологий «Сельское хозяйство 4.0», также известных как «Агробизнес 4.0».

Данные инновации представляют собой комплекс решений, включающих робототехнику, точное земледелие, интернет вещей (ИТТ) и многие другие технологии. Так, в сфере растениеводства новые цифровые методики направлены на мониторинг и улучшение здоровья выращиваемых культур. В животноводстве акцентируется внимание на машинное зрение для распознавания особей и контроль за здоровьем поголовья. Сельскохозяйственная техника также претерпевает изменения, где ключевыми становятся оптимизация парка техники и беспилотное управление.

Основная цель данных инноваций – создать сельское хозяйство как полноценный цифровой

кластер, эффективно интегрированный в глобальную экономику страны. Благодаря интеграции с цифровой платформой возможно сокращение стоимости ресурсов и обеспечение доступа к качественным ресурсам для всех участников рынка, что гарантирует стабильный сбыт продукции.

Тем не менее, нельзя игнорировать проблему финансирования. К 2022 году КР смогла выделить только 26 млрд сомов для автоматизации сельскохозяйственной отрасли. При этом стратегии развития часто не приносят ожидаемых результатов из-за недостаточности средств и быстро меняющегося контекста рынка.

Также мировые тенденции глобализации и цифровой трансформации непосредственно влияют на экономические процессы, включая аграрный сектор [9]. Глобализация обострила необходимость интеграции и унификации процессов управления данными в странах СНГ и за их пределами. Таким образом, глобальная система управления данными, которая стоит в центре цифровой трансформации, может решить целый ряд критически важных задач для экономики и социума.

Основные преимущества этой системы включают в себя:

- 1) обеспечение доступа к данным, что может решить многие глобальные проблемы: бедность, болезни, голод, изменение климата;
- 2) создание единой международной инфраструктуры для цифрового пространства;
- 3) способствование внедрению новых направлений мобильной связи, особенно 5G, что ускоряет процесс цифровизации;
- 4) установление единых международных стандартов, упрощающих бизнес-процессы и сокращающих издержки;
- 5) устранение дисбаланса на цифровых платформах, предотвращая формирование рыночных монополий.

Стоит упомянуть о таких инновационных методах развития отрасли, как регуляторные песочницы, живые лаборатории и виртуальные тесты. В Латинской Америке, например, реализуется проект по цифровизации аграрного сектора.

При разработке новых стратегий и проектов в области сельского хозяйства государственные

органы КР и других стран должны акцентировать внимание на экономических и отраслевых показателях, определяющих ключевые направления и приоритеты развития. Это не только поможет эффективно использовать ресурсы, но и обеспечит комплексное развитие отрасли, учитывая мировые тренды и особенности регионального рынка.

Сельское хозяйство Кыргызстана, хотя и демонстрирует определенные позитивные моменты в развитии, стоит перед рядом серьезных вызовов. Один из таких вызовов – это интеграция современных маркетинговых инструментов и цифровых технологий в отрасль. Чтобы сохранить конкурентоспособность на мировом рынке, необходимо постоянное инновационное развитие.

Маркетинговые инструменты могут стать ключевым решением в повышении эффективности сельскохозяйственного сектора КР. Инструменты, такие как анализ данных, цифровое управление ресурсами, искусственный интеллект и машинное обучение, могут предоставить фермерам точные прогнозы погоды, рекомендации по уходу за растениями и животными, а также оптимизировать распределение ресурсов.

Для успешной интеграции маркетинговых инструментов необходима поддержка государства. Это может быть реализовано через создание образовательных программ, стимулирование инвестиций в технологические стартапы и предоставление льготных кредитов для внедрения новых технологий на фермах.

Вместе с тем, учет местных особенностей и традиций в сельском хозяйстве Кыргызстана также имеет важное значение. Цифровая трансформация не должна исключать традиционные методы, но должна дополнять их, создавая гибкую и адаптивную систему управления.

Цифровизация в сельском хозяйстве Кыргызстана выступает как средство интенсификации процессов и улучшения качества управления ресурсами. Использование современных информационных технологий может обеспечить фермеров возможностью лучше понимать свои земли, погодные условия и другие ключевые параметры для успешного ведения хозяйства.

В современном мире крупные аграрные холдинги уже применяют цифровые технологии

для анализа данных, прогнозирования урожайности и оптимизации ресурсов. Применение таких технологий на уровне фермерских хозяйств Кыргызстана может значительно повысить конкурентоспособность продукции на мировом рынке.

Тем не менее, для успешной интеграции цифровых инструментов в аграрную отрасль необходимо преодолеть ряд проблем. В частности, потребуется инвестирование в обучение фермеров и их работников, создание и внедрение программного обеспечения, соответствующего местным условиям, и, конечно же, обеспечение надежного доступа к интернету в регионах.

В тот момент, когда в аграрном бизнесе КР сталкивается с проблемами при применении инструментов маркетинга развития бизнеса, другие отрасли успешно осваивают каждый раз все новые инструменты. Приложение «Мой О!» – яркое тому подтверждение. Это не просто приложение для управления услугами, а платформа, где пользователи могут узнавать о новинках, акциях, совершать платежи, а также продавать и покупать товары и услуги. Всё это, благодаря грамотной стратегии контент-маркетинга, создаёт дополнительную ценность для абонентов сотового оператора, делая их более лояльными к бренду. Однако преимущества компании не ограничиваются только успешной работой в мобильных приложениях.

В качестве наглядного примера применения комплексного подхода к применению инструментов маркетинга также можно привести деятельность ОсОО «НУР Телеком». Начиная с рекламных баннеров, на которых изображены знаменитости, что способствует узнаваемости и привлечению внимания аудитории, и заканчивая активной работой с платформами TikTok и Instagram. Именно через социальные сети «О!» успешно взаимодействует с молодым поколением, используя для этого популярных блогеров. Их официальные страницы в TikTok и Instagram регулярно обновляются, демонстрируя новые акции, продукты и услуги. Не стоит также забывать о классических методах продвижения: телевизионной рекламе, что позволяет охватить широкую аудиторию, а также опросах и рекламных листовках, которые напрямую обращаются

к потенциальным клиентам. Таким образом, ОсОО «НУР Телеком» демонстрирует, как разнообразные маркетинговые инструменты могут эффективно работать в совокупности, создавая синергетический эффект в продвижении своего бренда.

В заключение следует подчеркнуть, что выбор и применение маркетинговых инструментов в современной бизнес-среде играют решающую роль в достижении успеха и устойчивого развития компании. Очевидно, что эффективное использование разнообразных маркетинговых стратегий и подходов позволяет не только привлекать внимание аудитории, но и создавать долгосрочные отношения с клиентами.

Мы охватили множество важных аспектов, начиная от роли маркетинговых инструментов в современной экономике и заканчивая практическими примерами их успешного применения. Важно отметить, что современное состояние рынка требует комплексного подхода к маркетингу. Все более изощренные потребности клиентов, повышенная конкуренция и динамичные изменения в сфере технологий делают необходимым создание гармоничного маркетингового микса, который бы учел индивидуальные особенности компании и бизнес-среды.

Важным выводом является тот факт, что сегодняшний маркетинг требует гибкости, адаптивности и постоянного обучения. Быстро меняющиеся требования аудитории и рынка подразумевают, что компании, ориентированные на успех, должны активно исследовать новые подходы и инструменты, а также быть готовыми к пересмотру стратегий в соответствии с ситуацией. Только такой подход позволит бизнесу оставаться на передовых позициях и успешно

развиваться в долгосрочной перспективе [10, с. 344].

Поступила: 12.02.24; рецензирована: 15.02.24;
принята: 16.02.24.

Литература

1. Вусик И.В. Управление интегрированными маркетинговыми коммуникациями: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / И.В. Вусик. М., 2014.
2. Гогохия И. Продвижение в Telegram, WhatsApp, Skype и других мессенджерах / И. Гогохия. М.: Бомбора, 2019.
3. Бергер Й. Заразительный. Психология сарафанного радио. Как продукты и идеи становятся популярными / Й. Бергер. М.: МИФ, 2021.
4. Нужен ли контент-маркетинг вашему бизнесу. URL: <https://secrets.tinkoff.ru/blogi-kompanij/komu-nuzhen-kontent-marketing/> (дата обращения: 13.07.2023).
5. 21 инструмент маркетинга для малого бизнеса, который вам необходим в 2023 году. URL: <https://clickfraud.ru/21-instrument-marketinga-dlya-malogo-biznesa-kotoryj-vam-neobhodim-v-2022-godu/> (дата обращения: 16.06.2023).
6. Гнатюк О. Основы теории коммуникации / О. Гнатюк. М.: КноРус, 2021.
7. Акулич М.В. Интернет-маркетинг: учебник для бакалавров / М.В. Акулич. М.: Дашков и К, 2019.
8. Гетьман А. Мой блог – мой стиль. Как писать классные тексты. Книга – челлендж / А. Гетьман. М.: Юпитер, 2021.
9. Герасимов В.Е. PR компании в топливно-энергетической отрасли / В.Е. Герасимов. М.: Городец, 2021.
10. Кеннеди Д. Жесткий SMM. Выжать из соцсетей максимум / Д. Кеннеди, К. Уэлш-Филлипс. М.: Альпина Паблицер, 2019.