

Ірен Саманта

Вивчення маркетингу взаємовідносин та стратегічного брендингу в грецьких В2В МСП: Розвиток сімейного бізнесу

Проводиться дослідження маркетингу взаємовідносин, брендингу та життєвого циклу сімейного бізнесу, щоби визначити, як ці змінні забезпечують власний перехід до наступного покоління. Ця стаття досліджує, чи застосовуються міжособистісні відносини до сімейних малих та середніх підприємств та як вони використовують маркетинг взаємовідносин як свою основну стратегію. Дослідження пропонує підхід глибокого порівняльного аналізу між сімейними підприємствами на ранніх стадіях розвитку (1-е і 2-е покоління) та усталеними компаніями (3-е і 4-е покоління). На додаток, аналізується брендинг, прийнятий цими компаніями. Обраний якісний метод для проведення інтерв'ю з п'ятьма грецькими сімейними В2В компаніями, що функціонують у торговому секторі. Розглянутий сімейний бізнес — це грецька компанія, яка має відому торгову марку, і члени сім'ї беруть участь у процесі прийняття рішень. Усі учасники погоджуються, що особисті або дружні стосунки власника-засновника з клієнтами, постачальниками та персоналом мають вирішальне значення при запуску бізнесу, а зростання є синонімом виживання бізнесу. Аналіз даних показав, що маркетинг взаємовідносин не пов'язаний зі стадіями розвитку, оскільки виявлене різне сприйняття серед респондентів усталених та компаній на ранніх стадіях розвитку. Результати також показують значний взаємозв'язок між різними етапами розвитку сімейного бізнесу та стратегіями брендингу, зауважуючи, що власники усталених сімейних підприємств приділяють особливу увагу організаційній структурі та культурі. На противагу, власники сімейних підприємств на ранніх стадіях розвитку покладаються на особисті стосунки. Стратегія брендингу, здається, є прикладним підходом для сімейного бізнесу, аби вижити на ринку та передати цей бізнес наступним поколінням.

Ключові слова: грецький сімейний бізнес, життєвий цикл бізнесу, маркетинг взаємовідносин, брендинг, b2b, рання стадія, усталений, торгівля

Класифікація JEL: M19, 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.