

Закія Захара, Муслімін Муслімін, Прайсилая Чінтъя Деві Бунтуанг

### **Вплив маркетингових інновацій та бізнес-планів на стійкість бізнесу під час пандемії COVID-19**

Під час пандемії COVID-19 підприємства зіткнулися з різними проблемами, що призвело до економічного спаду. Пандемія також поставила під загрозу їхню стійкість. Отож, суб'єкти бізнесу мають серйозно поставитися до цього становища. Метою цього дослідження є аналіз впливу маркетингових інновацій та бізнес-планів на стійкість бізнесу під час пандемії COVID-19. У статті використані кількісні методи. До цільової аудиторії увійшли 689 мікро та малих підприємств, які постраждали від COVID-19 у місті Палу. Вибірка дослідження охопила 253 респондентів, відібраних за формулою Словіна з частотою помилок 5%. Аналіз даних складався з розрахунку описової статистики та множинної лінійної регресії. Результати показали, що маркетингові інновації та бізнес-плани суттєво вплинули на стійкість бізнесу під час пандемії COVID-19 як одночасно, так і частково. Одночасний вплив підтверджений значенням  $F_{count} > F_{table}$  ( $10,615 > 3,031$ ) при значенні альфа ( $\alpha$ ) 0,05 або  $Sig. F < 0,05$ . Рівень значення, що дорівнює 0,000, менше значення альфа ( $\alpha$ ), що дорівнює 0,05, що означає, що воно є значущим. Щодо часткового впливу, змінна бізнес-плану показала, що значення  $t_{count}$  було вище, ніж значення  $t_{table}$  ( $2,780 > 1,650$ ). Рівень значущості склав 0,006, що менше значення альфа ( $\alpha$ ), рівного 0,05, що означає, що воно є значущим. Змінна маркетингових інновацій показала, що значення  $t_{count}$  був вище, ніж значення  $t_{table}$  ( $3,878 > 1,650$ ). Отриманий рівень значущості становив 0,000, що менше значення альфа ( $\alpha$ ), рівного 0,05, що означає, що воно є значущим.

**Ключові слова:** підприємці, цифровізація, Індонезія, онлайн-маркетинг, малий бізнес, стратегія, технологія

**Класифікація JEL:** L26, L53, M31, O30, O35



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.