

ТЕОРЕТИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ ТА РОЗУМІННЯ ПОНЯТТЯ «МАРКЕТИНГОВІ ТЕХНОЛОГІЇ»

Чернявський А.В., здобувач ступеня доктора філософії (УкрДУЗТ)

Створення та визначення поняття «маркетингові технології» відкрило новий етап в науковій, маркетинговій та економічній діяльності. Стаття присвячена уточненню, узагальненню, визначенню та покращенню розуміння терміну «маркетингові технології». Розглянуто окремо інтегровані складові частини цього поняття, а саме маркетинг та технологія. Досліджено поєднання інтегрованих складових поняття «маркетингові технології та проаналізовано визначення та наповнення сенсу цього поняття іншими науковцями та діячами в маркетинговій, економічній діяльності. Результатом даного дослідження було представлення рекомендації та раціональне розуміння поняття «маркетингові технології», що може стати основою у визначенні та подальшого наукового дослідження розвитку та дії цього напрямку.

Ключові слова: *маркетинг, технологія, маркетингові технології, термін, поняття.*

THEORETICAL APPROACH TO THE DEFINITION AND UNDERSTANDING OF THE CONCEPT OF «MARKETING TECHNOLOGIES»

Cherniavskyi A. V., postgraduate student (UkrSURT)

The creation and definition of the concept of "marketing technologies" opened a new stage in scientific, marketing and economic activity. Accurate and adaptive understanding of concepts and terms is an important part of thinking, both in science and in everyday life. The dynamic activity of a person and the processes in the world around us provide an impetus for the rationalization and understanding of the meaning of such processes and putting them into terms and concepts. The concept of "marketing technologies", its understanding and investment of meaning is a relatively new area of scientific research. This concept is an integrative combination of marketing activity and technologies that would improve this activity. Largely, the definition of "marketing technologies" was formed indirectly in marketing and economic activity, where each industry figure filled the concept with his own understanding. Accordingly, the meaning and opinion described in the concept of "marketing technologies" is different and in further scientific activity may give a false representation, and in practical activity not understanding of this direction as such. The article is devoted to clarifying, summarizing, defining and improving the understanding of the term "marketing technologies". The integrated components of this concept, namely marketing and technology are considered separately. The combination of the integrated components of the concept of "marketing technologies" is investigated and the definition and filling of the meaning of this concept by other scientists and figures in marketing and economic activities was analysed. In the scientific research, it was found that the term "marketing technologies" does not have a generalized understanding and a single common definition, each scientist interprets the concept in his or her own way, which caused a contradiction in the meaning that defines

marketing technologies and its scientific accuracy. The result of this study was the presentation of recommendations and a rational understanding of the concept of "marketing technologies", which can become the basis for the definition and further scientific research of the development and action of this direction.

Keywords: *marketing, technology, marketing technologies, term, concept.*

Постановка проблеми. Фактором успішної діяльності компаній є орієнтація на використання ними в процесі своєї діяльності сучасних технологій. Одними з таких технологій є маркетингові. Але на відмінно від точки зору виробничого процесу, технологія є цілком зрозуміла та визначена, проте з точки зору маркетингової діяльності, однозначна визначеність та розуміння відсутні. Кожен автор відштовхується від свого розуміння визначення маркетингових технологій, але всі ці визначення так чи інакше мають, як схожість так і відмінності, що не дає можливості до однозначного розуміння та формування єдиного представлення маркетингових технологій у науковій та практичній діяльності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вагомі внески у визначення терміну «маркетингові технології» вносили багато вітчизняних та зарубіжних науковців: Н. Еріашвілі [1], К. Альохіна, І. Скриннікова [1], Н. Туніцький [2], М. Селюков, Н. Шалигіна, А. Кулик [3], І. Іллічова [4], Д. Форд М. Сарен [5], О. Шевчук [7].

Виділення невирішених частин загальної проблеми. Аналіз праць, зазначених вище, науковців показав, що існують розбіжності у визначенні та розумінні терміну «маркетингові технології», що унеможливує узагальнити та уточнити поняття для єдиного наукового розуміння.

Мета статті є визначення, теоретичне уточнення та узагальнення терміну «маркетингові технології». Поставленим завданням є аналіз визначень складових понять маркетингу, технології та взаємного інтеграційного об'єднаного терміну маркетингові технології, філософське формування, на

основі дослідження, авторського визначення терміну «маркетингові технології».

Виклад основного матеріалу. Маркетингові технології є поєднанням двох складових: маркетингу та технології. А отже, для визначення та розуміння терміну маркетингові технології, важливо розглянути окремо їх складові та розглянути процес їх інтеграції. Маркетинг – це процес чи діяльність, що має свій життєвий цикл, а отже як і будь – яка діяльність може бути описана та систематизована на етапи виконання. Сам термін походить від англійського слова *market*, що означає ринок, продаж, торгівля [9]. Розглядаючи різні трактування маркетингу [14 – 22], його можна представити, як певну дію, що виконується на ринку, з продажу, покупки, обміну чи торгівлі. Беручи до уваги те, що маркетинг діє на ринку, де відбуваються економічні процеси, то повинен мати визначену послідовність дій чи етапів, які для досягнення бажаного результату повинні базуватися на раціональному знанні, як і технологія [10 – 13]. Саме слово технологія походить від грецького «*τεχνολογια*», що є об'єднанням двох грецьких слів *τεχνη* – майстерність, техніка та *λογος* – слово, осмислена думка, поняття, сенс, вчення, раціональне знання [6, 10, 23]. Відповідно до визначених понять маркетингу та технології, обидва визначають наявність дій чи процесів, маркетинг у свою чергу визначає такі дії на комерційному ринку для дослідження, інформування, реалізації та синхронізації пропозиції з попитом, а технологія їх ефективно застосування за рахунок використання раціональних знань здобутих науковим шляхом для задоволення, визначених метою

оновлення, потреб. Виходячи з маркетингова технологія. Розглянемо термінології, то маркетинг, як діяльність також визначення інших науковців щодо може поєднуватися з технологією і бути сутності та розуміння поняття взаємним інтегрованим терміном, як маркетингових технологій (таблиця 1).

Таблиця 1

Поняття «маркетингові технології» у визначенні різних авторів

№	Автор	Зміст поняття
1	Н. Туницький [2]	Маркетингові технології – це сукупність взаємопов’язаних суб’єктів маркетингу, управлінських процедур, певних процесів та їх стадій, чітких у своїй послідовності операцій, прийомів та дій, спрямованих на досягнення маркетингових цілей.
2	Н. Еріашвілі [1]	Маркетингові технології – являють собою сукупність стадій, операцій, прийомів і дій, необхідних для реалізації маркетингових рішень.
3	К. Альохіна, І. Скриннікова [1]	Маркетингові технології – це продумана у всіх деталях модель маркетингової діяльності з розроблення, організації та проведення сукупності заходів, які забезпечують вирішення поставлених завдань.
4	М. Селюков, Н. Шалигіна, А. Кулик [3]	Маркетингові технології – це система науково-гуманітарних знань, використання яких дає змогу реалізувати конкретний ринковий задум за допомогою певних умов, засобів і способів.
5	І. Іллічова [4]	Маркетингові технології – це методи, що спрямовані на успішну діяльність підприємства на ринку.
6	Д. Форд, М. Сарен [5]	Маркетингові технології – це знання способів транспортування продуктів і технологічних процесів для конкретного застосування і можливостей їх впровадження.
7	О. Шевчук [7]	Маркетингові технології – сукупність методів, інструментів, заходів та прийомів, що спрямовані на забезпечення ефективного обміну та досягнення конкурентоспроможності на глобальних товарних ринках.
8	[8]	Маркетингова технологія – описує системи та інструменти, які допомагають маркетологам краще взаємодіяти з клієнтами.

Маркетинг ґрунтується на принципі комплексності та синхронності, що означає підпорядкування всіх сторін виробничо – господарської діяльності задоволенню попиту. Окремі заходи не можуть забезпечити того синергічного ефекту, що дає їх застосування в комплексі на комерційному ринку на всіх етапах життєвого циклу товару, в тому числі за допомогою залучення сторонніх

технологій. Маркетингові технології можна описати, як інтегровану систему маркетингу, як такої та залучених до неї технологій з різного роду діяльності для досягнення визначеної мети. Однією з особливостей маркетингових технологій є те, що вони не можуть мати єдиного чіткого алгоритму реалізації, правил, норм чи прийомів людської діяльності для досягнення кінцевого результату.

Обумовлено це тим, що для конкретного продукту чи послуги у досягненні щодо них кінцевого результату можуть застосовуватися з маркетингом різні інструменти інтегрованої технології чи поєднання декількох. Таким чином будуючи конкретну стратегію для того чи іншого продукту, щоразу створюється новий підхід в створенні та реалізації цієї стратегії за рахунок використання різних інтегрованих технологій та їх інструментів у маркетингу, а отже по відношенню до кожного нового чи індивідуального продукту застосовуються нові або різні маркетингові технології.

Отже, маркетингові технології є технологіями інтегрованими з

маркетингом, основною метою яких є задоволення потреб споживача, потреб виробника та синхронізації пропозиції з попитом. Під синхронізацією пропозиції з попитом розуміється взаємозв'язок потреб споживача та виробника. Для споживача задоволення потреби виступає відповідна пропозиція виробника. Для виробника задоволення потреби є отримання вигоди з наявного попиту на власну пропозицію. Тобто, взаємозв'язок попиту та пропозиції має не лінійний характер, а кільцевий (рисунок 1), де попит може виступати одночасно і пропозицією, а пропозиція – попитом.

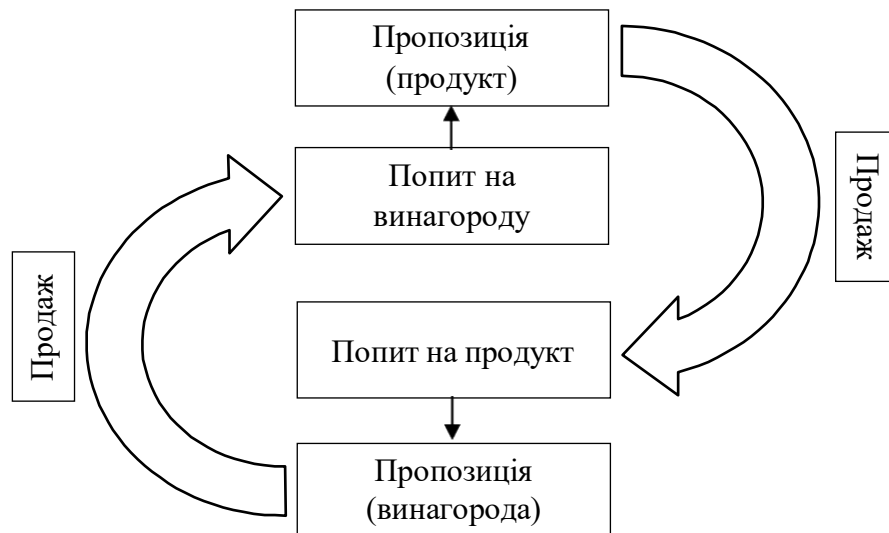


Рисунок 1 – Взаємозв'язок пропозиції та попиту (розробка автора)

Визначаючи маркетингові технології можна розподілити їх на всі технології, які в повній або частковій мірі можуть бути інтегрованими в маркетинг. Таким чином, виділимо умови згідно якими технологія може бути інтегрована до маркетингу:

1. Можливість виконувати функцію задоволення потреб;
2. Створення пропозиції у маркетинговому середовищі;
3. Виконувати повністю або частково функції маркетингу [24];

4. Не суперечити концепціям маркетингу [24].

Визначаючи спрощено поняття маркетингу, як процес задоволення потреб, можна представити маркетингові технології, як послідовність дій створення, перетворення, покращення, за рахунок інтеграції технологій у маркетинг, для задоволення потреб, як споживача, так і виробника.

Висновки. Термін маркетинг представляє собою певну дію, що виконується на ринку, з продажу, покупки, обміну чи торгівлі для

задоволення потреб. Технологія ж, як дія, прийом чи процес, що майстерно чи мистецьки виконується на основі раціонального знання, над чим – небудь, для задоволення визначеної потреби чи мети. Узагальнюючи вище наведені визначення маркетингу та технології, запропоновано визначити маркетингову технологію, як дію, прийом чи процес на комерційному ринку, що майстерно чи мистецьки виконується на основі раціонального знання (ефективне застосування інструментів дослідження, інформування, реалізації та синхронізації пропозиції з попитом на основі раціональних знань здобутих науковим шляхом), над ринковими процесами чи об'єктами, для задоволення потреб і цілей суб'єктів ринкових відносин.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Селюков М.В. О роли и значении маркетинговых технологий в повышении эффективности деятельности хозяйствующих субъектов / М.В. Селюков, Н.П. Шалыгина, А.М. Кулик // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 5.
2. Туницький Н.О. Впровадження системи маркетингових технологій при здійсненні імпорتنих операцій: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Н.О. Туницький. -Київ, 2016. – 150 с.
3. Дмитриев О. Н. Системные основы маркетинга: Системный маркетинг. — М.: ООО Изд-во «Гном и Д», 2002.
4. Ильичева И.В. Маркетинговые технологии: учебно-методическое пособие / И.В. Ильичева. – Ульяновск: УлГТУ, 2014. – 158 с.
5. D. Ford, M. Saren. (2001) *Managing and Marketing Technology*. Thompson Learning, London, 2001. P. 50
6. Технологія: веб-сайт. URL: <https://uk.economy-pedia.com/11040818-technology> (дата звернення: 15.09.2023).
7. Шевчук О.Ю. Вплив сучасних маркетингових інтернет-технологій (краудсорсинг) на розвиток бізнесу / О.Ю. Шевчук // Таврійський державний агротехнологічний університет. – Збірник 22. Т. 5. – 2016. – 287 с.
8. What is Marketing Technology? веб-сайт. URL: <https://www.optimove.com/resources/learning-center/marketing-technology#:~:text=Marketing%20technology%20can%20address%20one,optimization%20of%20recurring%20marketing%20campaigns>. дата звернення: 15.09.2023).
9. Market: веб-сайт. URL: <https://translate.google.com/?hl=ru&sl=auto&tl=uk&text=market&op=translate> (дата звернення: 15.09.2023).
10. Технологія: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%B%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%8F> (дата звернення: 15.09.2023).
11. УСЕ (Універсальний словник-енциклопедія): веб-сайт. URL: <https://558.slovaronline.com/search?s=%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%8F> (дата звернення: 15.09.2023).
12. Технологія: веб-сайт. URL: <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%D2%E5%F5%ED%EE%EB%EE%E3%B3%FF> (дата звернення: 15.09.2023).
13. ТЕХНОЛОГІЯ: веб-сайт. URL: <http://slovopedia.org.ua/29/53410/21932.html> (дата звернення: 15.09.2023).
14. Маркетинг: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3> (дата звернення: 17.09.2023).
15. Маркетинг: веб-сайт. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0>

%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3 (дата звернення: 17.09.2023).

16. ЛЕКЦІЯ 1. ЩО ТАКЕ МАРКЕТИНГ?: веб-сайт. URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/marketing/marketing> (дата звернення: 17.09.2023).

17. Що таке маркетинг та за що він відповідає? І Окей, гугл: як стати підприємцем?: веб-сайт. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=XFOI2Uqiz2k> (дата звернення: 17.09.2023).

18. Marketing: веб-сайт. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Marketing> (дата звернення: 17.09.2023).

19. Marketing: веб-сайт. URL: <https://www.cyberclick.net/marketing#a> (дата звернення: 17.09.2023).

20. What Is Marketing?: веб-сайт. URL: <https://www.investopedia.com/terms/m/marketing.asp#:~:text=Marketing%20refers%20to%20activities%20a,to%20consumers%20or%20other%20businesses.> (дата звернення: 17.09.2023).

21. Philip Kotler «Marketing essentials» Prentice-Hall – 1984, 556 p.

22. American Marketing Association. Definitions of Marketing: веб-сайт.

URL: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/> (дата звернення: 18.09.2023).

23. Логос: веб-сайт. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D1%81> (дата звернення: 21.09.2023).

24. Суть , принципи, методи та цілі маркетингу: веб-сайт. URL: <https://naurok.com.ua/sut-principi-metodi-ta-cili-marketingu-262082.html> (дата звернення: 21.09.2023).

REFERENCES

1. M.V. Seliukov, N.P. Shalyhyna, A.M. Kulyk [2015] O roli i znachenii marketingovyih tehnologiy v povyishenii effektivnosti deyatel'nosti

hozyaystvuyuschih sub'ektov [On the role and significance of marketing technologies in increasing the efficiency of the activities of economic entities]. Modern problems of science and education. – № 5, (in Russian).

2. Tunitskyi N.O. [2016] Vprovadzhennia systemy marketynhovykh tekhnolohii pry zdiisnenni importnykh operatsii [Implementation of the system of marketing technologies in the implementation of import operations] (in Ukrainian).

3. Dmitriev O. N. [2002] Sistemnyie osnovyi marketinga: Sistemnyiy marketing. [System basics of marketing: System marketing], (in Russian).

4. Ilcheva I.V. [2014] Marketingovyie tehnologii [Marketing technologies] – 158 с., (in Russian).

5. D. Ford, M. Saren. (2001) Managing and Marketing Technology. Thompson Learning, London, 2001. P. 50, (in English).

6. Tekhnolohiia [Technology] veb-sayt URL: <https://uk.economy-pedia.com/11040818-technology> (accessed 15.09.2023).

7. Shevchuk O.Iu. [2016] Vplyv suchasnykh marketynhovykh internet-tekhnologii (kraudsorsynh) na rozvytok biznesu [Impact of modern Internet marketing technologies (crowdsourcing) on business development] *Tavria State Agro-Technological University. – Collection 22. T. 5.*, (in Ukrainian).

8. What is Marketing Technology? veb-sayt URL: <https://www.optimove.com/resources/learning-center/marketing-technology#:~:text=Marketing%20technology%20can%20address%20one,optimization%20of%20recurring%20marketing%20campaigns.> (accessed 15.09.2023).

9. Market: veb-sayt URL: <https://translate.google.com/?hl=ru&sl=auto&tl=uk&text=market&op=translate> (accessed 15.09.2023).

10. Tekhnolohiia [Technology] veb-sayt URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0>

%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%B
B%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%8F
(accessed 15.09.2023).

11. USE (Universalnyi slovnyk-entsyklopediia) [UDE (Universal dictionary-encyclopedia)] veb-sayt URL: <https://558.slovaronline.com/search?s=%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%8F> (accessed 15.09.2023).

12. Tekhnolohiia [Technology] veb-sayt URL <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%D2%E5%F5%ED%EE%EB%EE%E3%B3%FF> (accessed 15.09.2023).

13. Tekhnolohiia [Technology] veb-sayt URL: <http://slovopedia.org.ua/29/53410/21932.html> (accessed 15.09.2023).

14. Marketynh [Marketing] veb-sayt URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3> (accessed 17.09.2023).

15. Marketynh [Marketing] veb-sayt URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B0%D1%80%D0%BA%D0%B5%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B3> (accessed 17.09.2023).

16. LEKTSIIA 1. SHCHO TAKE MARKETYNH? [LECTURE 1. WHAT IS MARKETING?] veb-sayt URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/publishing/marketing/marketing> (accessed 17.09.2023).

17. Shcho take marketynh ta za shcho vin vidpovidaie? I Okei, gogl: yak

staty pidpriumtsem? [What is marketing and what is it responsible for? And OK, Google: how to become an entrepreneur?] veb-sayt URL:

<https://www.youtube.com/watch?v=XFOI2Uqiz2k> (accessed 17.09.2023).

18. Marketing: veb-sayt URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Marketing> (accessed 17.09.2023).

19. Marketing: veb-sayt URL: <https://www.cyberclick.net/marketing#a> (accessed 17.09.2023).

20. What Is Marketing?: veb-sayt URL: <https://www.investopedia.com/terms/m/marketing.asp#:~:text=Marketing%20refers%20to%20activities%20a,to%20consumers%20or%20other%20businesses.> (accessed 17.09.2023).

21. Philip Kotler [1984] «Marketing essentials» Prentice-Hall, 556 p. (in English)

22. American Marketing Association. Definitions of Marketing: veb-sayt URL: <https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/> (accessed 18.09.2023).

23. Lohos [Logos] veb-sayt URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%BE%D0%B3%D0%BE%D1%81> (accessed 21.09.2023).

24. Sut, pryntsy, metody ta tsili marketynhu [The essence, principles, methods and goals of marketing] veb-sayt URL: <https://naurok.com.ua/sut-principi-metodi-ta-cili-marketingu-262082.html> (accessed 21.09.2023).