



**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА
АРХІТЕКТУРИ
ANHALT UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES (НІМЕЧЧИНА)
POLYTECHNIC IN POŽEGA, CROATIA**

МАТЕРІАЛИ

**XIV Міжнародної науково-практичної конференції
*«Управління проєктами: проєктний підхід в
сучасному менеджменті»***

19-20 жовтня 2023 р.

Одеська державна академія будівництва та архітектури,

м. Одеса, вул. Дідріхсона, 4

Одеса – ОДАБА – 2023

ОРГАНІЗАТОРИ

**ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ
ANHALT UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES (НІМЕЧЧИНА)
POLYTECHNIC IN POŽEGA, CROATIA**

**Матеріали публікуються за оригіналами, що подані авторами.
Претензії щодо змісту та якості матеріалів не приймаються.**

Редактор:
Ковров А.В., к.т.н., професор

Технічний редактор та відповідальна за випуск:
Станкевич І.В., д.е.н., проф.

Управління проектами: проєктний підхід в сучасному менеджменті:
Матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції фахівців,
магістрантів, аспірантів та науковців. – Одеса: ОДАБА. 2023. – 497 с.

У збірнику наведені матеріали XIV Міжнародної науково-практичної конференції магістрантів, аспірантів та науковців «Управління проектами: проєктний підхід в сучасному менеджменті». Матеріали призначено для студентів, викладачів, наукових працівників та фахівців у галузі управління проектами.

Рекомендовано до друку рішенням Вченої Ради ОДАБА № 3 від 26 жовтня 2023 р.

ISBN 978-617-7900-82-4

УДК 005.8

Секція 10. МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ

Андрющенко О.Б., Волконський С.С.

СТРАТЕГІЯ ПРОДУКТОВОГО МАРКЕТИНГУ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ
УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ..... 357

Андрющенко О.Б., Дроздов І.О., Фалалєєв Є.С.

УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМ АСОТИМЕНТОМ ЯК ЕЛЕМЕНТ СИСТЕМИ
МАРКЕТИНГУ ПІДПРИЄМСТВА..... 360

Андрющенко О.Б., Метла В.О., Ботін М.С.

РОЗВИТОК КОМУНІКАТИВНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА В СИСТЕМІ
МАРКЕТИНГУ ДОВІРИ..... 363

Андрющенко О.Б., Пшеничников А.В.

УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА НА
ЗАСАДАХ МАРКЕТИНГУ ДОВІРИ..... 366

Батрак Т.С., Міщенко Д.А.

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ЗАБЕЗПЕЧЕННІ
ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ..... 369

Бут О.В., Костюк П.П.

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 374

Васильєв Л.С.

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ МАРКЕТИНГУ ДЛЯ
ПРОСУВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЄКТУ..... 376

Вовчанська О.М., Іванова Л.О.

ІНСТРУМЕНТАРІЙ МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ..... 379

Гарник М.Є., Костюк П.П.

МЕТОДИ ПРОГНОЗУВАННЯ У МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ 385

Головчук Ю.О., Чернолуцька С.А.

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ДОСЯГНЕННЯ
МЕТИ ПРОЄКТУ ТА ЗАЛУЧЕННЯ ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ..... 387

Голуб О.С., Козаченко Т.І.

МАРКЕТИНГОВА ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ І ОЦІНКА
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ..... 392

Гулько О.О.

МЕТОДИ ГЕНЕРУВАННЯ НОВИХ ІДЕЙ В ТОВАРНІЙ ПОЛІТИЦІ
ПІДПРИЄМСТВА..... 394

Деркач І.В., Дудлєв В.П.

РИНКОВІ МЕТОДИ ЦІНОУТВОРЕННЯ З ОРІЄНТАЦІЄЮ НА
СПОЖИВАЧІВ..... 396

Довгань Ю.В., Олійник М.В.

ПРОЄКТНИЙ ПІДХІД В МАРКЕТИНГОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ..... 398

Донець Ю.В., Скачков О.М.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ ДЛЯ МАРКЕТИНГОВИХ
КОМАНД..... 401

*Довгань Ю.В.,
кандидат економічних наук, доцент кафедри маркетингу та реклами,
Олійник М.В.,
здобувач вищої освіти другого (магістерського) рівня,
Вінницький торговельно-економічний інститут
Державного торговельно-економічного університету*

ПРОЄКТНИЙ ПІДХІД В МАРКЕТИНГОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ

Динамічні зміни ринкового середовища і внутрішніх бізнес-процесів обумовлюють необхідність пошуку ефективних управлінських технологій для забезпечення конкурентоспроможності підприємств. В сучасних умовах підвищення конкурентоспроможності підприємства можливо забезпечити шляхом здійснення маркетингової діяльності та впровадження маркетингового менеджменту. Маркетинг сьогодні виступає як інструментом, так і основою концепції управління підприємством. Менеджменту підприємств вже недостатньо здійснювати окремі маркетингові заходи, а необхідно зосереджуватись на комплексному маркетинговому управлінні бізнес-процесами.

Оскільки невід'ємною частиною розвитку сучасних підприємств є реалізація проєктів, одним із ключових підходів до маркетингового менеджменту стає управління проєктами. Актуальність застосування проєктного підходу в управлінні підприємствами обумовлена швидкими змінами і загостренням конкуренції в бізнес-середовищі, підвищенням складності і зростанням масштабності проєктів, необхідністю підвищення ефективності використання ресурсів тощо.

Безперервна мінливість ситуації на ринку в сфері споживання змушує підприємства постійно адаптуватися до нових умов, впроваджувати інновації, створювати нові та розвивати наявні конкурентні переваги. Маркетинговий менеджмент при цьому є умовою гнучкого пристосування всіх сфер діяльності підприємства до змін ринкової ситуації.

Проєктний підхід дозволяє підприємствам ефективно управляти такими процесами, як розробка нових продуктів і послуг, впровадження нових технологій, запуск нових бізнес-моделей тощо. Багато підприємств реалізують маркетингові проєкти, які є масштабними і комплексними, тому проєктний підхід допомагає забезпечити ефективну реалізацію таких проєктів, забезпечивши їх успішне завершення в рамках встановлених обмежень.

Управління підприємствами за допомогою проєктного підходу передбачає зосередження зусиль та ресурсів на досягненні конкретного результату, дотримуючись визначених обмежень. Це означає, що під час виконання проєктів підприємство виділяє команди спеціалістів, які відповідають за їхню реалізацію. Команда розробляє план проєкту, у якому визначаються його цілі, завдання, ресурси, бюджет та терміни виконання. План проєкту допомагає підприємству ефективно використовувати свої ресурси та досягти поставлених цілей [1].

Маркетинговий менеджмент відіграє визначальну роль в процесі управління проєктами, оскільки сприяє взаємодії всіх сфер діяльності та всіх проєктів підприємства, дозволяє узгоджувати цілі та завдання з метою, адаптувати проєкт до змін ринкового середовища, сприяє ефективному розподілу ресурсів, повноважень та відповідальності, а також збільшенню прибутковості[2].

Використання проєктного підходу у маркетинговому менеджменті надає підприємствам низку конкурентних переваг. Застосування методів проєктного управління в плануванні та здійсненні маркетингових заходів дозволяє: структурувати процес маркетингового планування та реалізації маркетингових заходів; збільшувати контрольованість всіх бізнес-процесів; покращувати керування предметною областю проєкту; керувати термінами проєкту; керувати вартістю проєкту; керувати якістю проєкту; керувати ризиками; керувати людськими ресурсами; керувати комунікаціями (забезпечити ефективну систему зв'язку між учасниками проєкту для передачі управлінської та звітної

інформації щодо проекту); керувати закупівлями проекту; керувати інтеграцією проекту тощо [3].

Проєктний підхід дозволяє підприємствам ефективніше використовувати свої ресурси, зокрема, людські, фінансові та матеріальні, допомагає досягти конкурентних переваг і підвищити ефективність діяльності. Отже, проєктний підхід в умовах сучасного високо конкурентного середовища є ефективним інструментом маркетингового менеджменту. Маркетингова орієнтація та проєктний підхід сприяють організації ефективного управління підприємствами, на основі використання наявних ресурсів для досягнення поставлених корпоративних та маркетингових цілей із заданими параметрами за якістю, витратами та строками.

Список використаних джерел:

1. Павлова С.І. Проєктно-орієнтовані організації як розвиток методів управління підприємством. *Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки*. 2016. №4(78). С. 170–177.

2. Ярош-Дмитренко Л.О. Роль маркетингового менеджменту в забезпеченні ефективного управління проєктами. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 36. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-23>. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1143> (дата звернення: 16.10.2023).

3. Голіцин А. М. Управління маркетинговими проєктами як стратегічна необхідність розвитку сучасного бізнесу. *Інституціалізація як фактор забезпечення розвитку системи інвестиційно-інноваційної безпеки України* : колект. монографія. Запоріжжя : Вид. дім «Гельветика», 2019. С. 365–381.