



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ
ANHALT UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES (НІМЕЧЧИНА)
JOSIP JURAI STROSSMAYER UNIVERSITY OF OSIJEK, FACULTY OF TOURISM
AND RURAL DEVELOPMENT POZEGA (ХОРВАТІЯ)
БЛАГОДІЙНА ОРГАНІЗАЦІЯ
«МІЖНАРОДНИЙ БЛАГОДІЙНИЙ ФОНД «ФУНДАЦІЯ ДРУЗІВ УКРАЇНИ»
ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ
«ЦЕНТР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА І МАЛОГО БІЗНЕСУ»

МАТЕРІАЛИ

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

17-18 жовтня 2024 р.

*Одеська державна академія будівництва та архітектури,
м. Одеса, вул. Дідріхсона, 4*



Захід реалізується у межах співпраці по проєкту 101127884 – «**The BRIDGE**»: «Подолання розриву між університетом і промисловістю: інноваційна магістерська навчальна програма, що підтримує розвиток зелених робочих місць і цифрових навичок в українському будівельному секторі», що співфінансується Європейським Союзом.

УДК 005.8

У 66

*Рекомендовано до друку Вченою Радою
Одеської державної академії будівництва та архітектури
(протокол № 3 від 06 листопада 2024 р.)*

У 66 **Управління проектами: проектний підхід в сучасному менеджменті :**
мат-ли XV Міжнар. наук.-практ. конф. фахівців, магістрантів, аспірантів та
науковців. — Одеса : ОДАБА, 2024. — 777 с. **ISBN**

ОРГАНІЗАТОРИ

ОДЕСЬКА ДЕРЖАВНА АКАДЕМІЯ БУДІВНИЦТВА ТА АРХІТЕКТУРИ
ANHALT UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES (НІМЕЧЧИНА)
JOSIP JURAI STROSSMAYER UNIVERSITY OF OSIJEK, FACULTY OF TOURISM AND RURAL
DEVELOPMENT POZEGA (ХОРВАТІЯ)
БЛАГОДІЙНА ОРГАНІЗАЦІЯ
«МІЖНАРОДНИЙ БЛАГОДІЙНИЙ ФОНД «ФУНДАЦІЯ ДРУЗІВ УКРАЇНИ»
ГРОМАДСЬКА ОРГАНІЗАЦІЯ
«ЦЕНТР РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА І МАЛОГО БІЗНЕСУ»

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.

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

УДК 005.8

У 66

ISBN 978-617-7900-92-3

**© Одеська державна академія
будівництва та архітектури, 2024**

<i>Кузнецов О.С.</i> DATA-DRIVEN ПІДХІД ЯК ІНСТРУМЕНТ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГУ	649
<i>Лавріненко С.І.</i> ЦИФРОВІ ТЕХНОЛОГІЇ В МАРКЕТИНГУ ТЕРИТОРІЙ.....	651
<i>Мохненко А.С., Сергієнко М.В., Гайдичук А.М.</i> МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ	655
<i>Новак Д.О., Калінська А.В.</i> СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ	659
<i>Окландер Т.О., Саламаха П.І.</i> МАРКЕТИНГОВИЙ ПРОТЕНЦІАЛ: ВИКОРИСТАННЯ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ.....	663
<i>Павленко О.В.</i> ВИКОРИСТАННЯ СТОРІТЕЛІНГУ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ.....	666
<i>Пороскун С.С.</i> МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ.....	668
<i>Сирма В.В.</i> УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ В ПРОМИСЛОВОМУ БРЕНДІНГУ	672
<i>Смокова А.О.</i> ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЄКТУ	674
<i>Струшинська В.А., Якушевська О.В.</i> ВИКОРИСТАННЯ КРЕАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В РЕКЛАМНИХ КАМПАНІЯХ.....	679
<i>Чайка О.М.</i> ЕКОЛОГІЗАЦІЯ УПАКУВАННЯ В ТОВАРНІЙ ПОЛІТИЦІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	682
<i>Чередничок Ю.В.</i> МЕХАНІЗМИ ВИБОРУ МАРОЧНОЇ НАЗВИ.....	684
<i>Чернюк В.В.</i> УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМ ПОТОКОМ ЯК ОСНОВА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА	686
<i>Чорний В.П.</i> МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМ ЕЛЕКТРОННОЇ РОЗДРІБНОЇ КОМЕРЦІЇ.....	688
<i>Bondarchuk K.O., Vyshnevskya M.O.</i> VIRTUAL REALITY AND AUGMENTED REALITY IN PROJECT MARKETING.....	690

*Мохненко А.С.,
доктор економічних наук, професор,
Сергієнко М.В.,
здобувач PhD,
Гайдичук А.М.,
здобувач PhD,
Херсонський державний університет*

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЇ В УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ

Маркетинг та управління проектами – два взаємопов'язані поняття, які на перший погляд можуть здаватися далекими один від одного. Однак, успіх будь-якого проекту, незалежно від його масштабу та сфери, значною мірою залежить від того, наскільки ефективно в ньому застосовуються маркетингові інструменти.

Маркетинг в управлінні проектами – це комплекс стратегій і тактик, що спрямовані на просування і позиціонування проекту для забезпечення його успіху та досягнення бізнес-цілей. "Маркетингові процеси в проектному менеджменті використовуються для ефективного управління зовнішніми і внутрішніми стейкхолдерами, а також для підвищення видимості та цінності продукту чи послуги, створених в рамках проекту" [5, С. 140].

Основні аспекти маркетингу в управлінні проектами:

1. Позиціонування проекту.

Важливо чітко визначити місце проекту на ринку та зрозуміти, яку проблему він вирішує. Це допомагає формувати чітке уявлення про проект і його цінність як для команди, так і для стейкхолдерів.

2. Аналіз ринку та конкурентів.

Аналіз ринку включає вивчення попиту на продукт чи послугу, що створюється в межах проекту, та оцінку конкуренції. Це дозволяє визначити, наскільки проект буде конкурентоспроможним і які фактори впливатимуть на його успіх.

3. Цільова аудиторія.

Визначення цільової аудиторії проекту допомагає налаштувати маркетингові повідомлення, канали просування і маркетингові тактики для залучення саме тих користувачів, які будуть зацікавлені у продукті чи послугі.

4. Комунікації зі стейкхолдерами.

Важливим аспектом маркетингу в управлінні проектами є налаштування постійної та ефективної комунікації зі стейкхолдерами. Це може бути здійснено через регулярні звіти, зустрічі, інформаційні розсилки, презентації та інші канали.

5. Просування проекту.

"Проекти, особливо у сфері ІТ, будівництва, досліджень та розробок, потребують активного маркетингового просування для залучення уваги інвесторів, клієнтів і партнерів" [3, С. 20].

Це може включати онлайн-маркетинг, PR-кампанії, участь у виставках та конференціях.

6. Управління брендом проекту.

"Якщо проект передбачає розробку продукту чи послуги, то важливо розробити стратегію управління брендом" [1, С. 18].

Це включає створення та підтримку репутації проекту, роботу над брендовою айдентикою та комунікацією бренду з цільовою аудиторією.

Маркетингові стратегії в проектному менеджменті:

1. SWOT-аналіз проекту.

SWOT-аналіз (сильні та слабкі сторони, можливості та загрози) дозволяє оцінити внутрішні і зовнішні фактори, що можуть вплинути на успіх проекту. Це допомагає коригувати стратегію і забезпечити кращу адаптацію до змінних умов ринку.

2. STP-модель (сегментація, таргетинг, позиціонування).

Сегментація ринку дозволяє розподілити потенційних клієнтів на групи з різними потребами і очікуваннями. Таргетинг допомагає вибрати конкретні сегменти для фокусування маркетингових зусиль. Позиціонування визначає, як

проект буде представлений цільовій аудиторії.

3. Маркетинговий мікс (4P).

У проектному менеджменті маркетинговий мікс включає:

Продукт: описує характеристики продукту або послуги, що пропонуються ринку.

Ціна: визначає цінову стратегію.

Місце (дистрибуція): розробка стратегії доставки продукту до кінцевого споживача.

Просування: охоплює стратегії рекламних кампаній, продажів і залучення клієнтів.

4. Цикл життя проекту та маркетинг.

Маркетинг має адаптуватися до різних етапів життєвого циклу проекту. Наприклад, на початкових стадіях (ініціація) важливо зосередитися на залученні інвесторів і стейкхолдерів, тоді як на етапі реалізації маркетингові заходи можуть бути спрямовані на комунікації з клієнтами.

Вплив маркетингу на успіх проекту:

1. Залучення ресурсів.

Ефективний маркетинг сприяє залученню фінансових, людських і технічних ресурсів для проекту. Коли інвестори і партнери бачать чітку цінність і потенціал проекту, вони більш готові вкладати ресурси.

2. Управління ризиками.

Маркетингові дослідження допомагають передбачати ринкові ризики і розробляти стратегії їх мінімізації, що знижує ймовірність невдачі проекту.

3. Підвищення ефективності команди.

Коли команда має чітке уявлення про цільову аудиторію, ринкові потреби та кінцевий результат, це сприяє кращій координації зусиль і досягненню цілей.

4. Створення вартості для клієнтів.

Проекти, що мають чітко визначену маркетингову стратегію, зазвичай краще орієнтовані на потреби клієнтів, що призводить до створення продуктів і

послуг з вищою споживчою цінністю.

Маркетинг у проектному управлінні є ключовим елементом для забезпечення успішної реалізації проектів. Він допомагає чітко визначити цінність продукту або послуги, залучити стейкхолдерів, ефективно просувати проєкт та управляти ризиками.

Список використаних джерел:

1. Мохненко А.С., Казакова А.Ю., Антонов Р.А. Розробка моделі організаційно-економічного механізму управління системою конкурентоспроможності підприємства // Економіка. Фінанси. Право. Київ, 2024. № 6. С. 17–20.

2. Мохненко А.С., Антонов Р.А. Організаційно-економічний механізм управління конкурентоспроможністю підприємства // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Економічні науки". Херсон, 2023. № 49. С. 25–29.

3. Мохненко А.С., Наумов О.Б., Чмут О.О. Модель організаційно-економічного механізму логістичної системи підприємства // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Економічні науки". Херсон, 2023. № 48. С. 19-24.

4. Мохненко А.С. Стратегія соціально-економічного розвитку в умовах глобалізації *Фінансово-облікова політика України в умовах європейської інтеграції: нові можливості та перспективи*: монографія / за заг. ред. Л. П. Сідельникової. Херсон, Книжкове вид-во ФОП Вишемирський В.С., 2024. С. 300–316.

5. Мохненко А.С., Чмут О.О. Маркетинг як інструмент ефективного функціонування логістичної системи підприємства. *Маркетинг у підприємстві, біржовій діяльності та торгівлі в smart-суспільстві: управлінський, інноваційний та методичний виміри*: колективна монографія / За наук. ред. І.В. Перезової. Львів, 2023. С. 136–160.

6. Мохненко А.С. Теоретичні, методологічні та практичні аспекти конкурентоспроможного розвитку підприємств регіону: звіт про науково-дослідну роботу / За наук. ред. А.С. Мохненко. Херсон, 2023. 229 с.

7. Мохненко А.С., Мельникова К.В. Особливості корпоративної культури на ІТ-підприємствах в сучасних умовах ведення бізнесу // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія "Економічні науки". Херсон, 2021. № 42. С. 45-49.

8. Mokhnenko A. Foreign market entry strategy as a key to the competitiveness of enterprises / Tyukhtenko N., Churkina I., Pavlovych O., Mokhnenko A., Burak V. // *Ekonomika APK* – 2024. – №31(5). – P. 86-98.

9. Mokhnenko A. Innovative Paradigm of Management Accounting and Development of Controlling in the Entrepreneurship / A.Sakun, I.Perevozova, O.Kartashova, O.Prystemskyi, A.Mokhnenko // *Universal Journal of Accounting and Finance*. – 2021. – Vol. 9, №4. P. 548–564.

10. Мохненко А.С., Гайдичук А.М., Сергієнко М.В. Інноваційне забезпечення конкурентоспроможного розвитку фермерських господарств. *Стратегічні пріоритети розвитку економіки, менеджменту, сфери обслуговування та права в умовах інтеграційних процесів*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Херсон, 02-03 листопада 2023 р. Івано-Франківськ: ХДУ, 2023. С. 54-57.

11. Мохненко А.С., Гайдичук А.М., Сергієнко М.В. Маркетингові стратегії в управлінні проєктами. *Управління проєктами: проєктний підхід в сучасному менеджменті* міжнар. наук.-практ. конф. м. Одеса, 17-18 жовтня 2024 р. Одеса: ОДАБА, 2024. С. 655–658.

12. Мохненко А.С., Антонов Р.А., Казакова А.Ю. Фінанси суб'єктів малого підприємництва в умовах воєнного стану. *Фінансові механізми забезпечення відновлення економіки в сучасних умовах*: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Ірпінь, 22 лютого 2024р. Ірпінь: ДПУ, 2024. С. 312–314.

Наукове електронне видання

МАТЕРІАЛИ

**XV Міжнародної науково-практичної конференції фахівців,
магістрантів, аспірантів та науковців**

**Управління проєктами:
проєктний підхід в сучасному менеджменті**

Українською та англійською мовами

ISBN 978-617-7900-92-3



Підписано до публікації 11.11.2024 р.
Гарнітура Times. Зам. №24-3

Видавець і виготовлювач:
Одеська державна академія будівництва та архітектури
Свідоцтво ДК № 4515 від 01.04.2013 р.
Україна, 65029, м. Одеса, вул. Дідріхсона, 4.
тел.: (048) 729-85-34, e-mail: rio@odaba.edu.ua