

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ПРОЕКТНОГО ПОДХОДА В УПРАВЛЕНИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ

В.В. Ткачев, магистрант

**Волгоградский государственный университет
(Россия, г. Волгоград)**

DOI:10.24412/2500-1000-2023-3-3-193-196

***Аннотация.** В статье рассматриваются основные аспекты использования проектного подхода. Даются определения проекту и проектному подходу, а также оценивается важность задействования проектного подхода в маркетинговой деятельности организации. Представлены основные преимущества и недостатки при использовании проектного подхода. На основе алгоритма работы организаций с проектным подходом был предложен план продвижения товаров и услуг компании на рынке с помощью проектного подхода.*

***Ключевые слова:** маркетинговая деятельность, проектный подход, проект, стратегическое планирование, управление организацией.*

В современной практике по управлению маркетинговой деятельностью предприятия применяют подходы, у которых различная методология управления и каждый из них уникален для применения в том или ином случае. Перспектива использования проектного подхода актуальна для современных организаций постольку, поскольку позволяет повысить эффективность компании в постоянно меняющихся условиях макросреды. Проектный подход выступает нестандартным решением проблемы стратегического планирования и управления организации, так как позволяет рассматривать маркетинговую деятельность в виде совокупности взаимосвязанных проектов.

Авторы научной работы «Внедрение проектного подхода в управление маркетинговой деятельностью организации» Ерыгина Е. Г. и Васильева А. Д. считают, что интегрирование данного подхода позволяет организации адаптироваться к неустойчивой внешней среде, потому что подход позволяет предотвращать и ликвидировать проблемы на предприятии [1].

Для того чтобы анализировать использование проектного подхода, следует для

начала разобраться с понятием проект и признаками проектного подхода. Проект – это единовременный набор мероприятий, ограниченный по времени, создающий конечный уникальный результат [2]. Использование проектного подхода в организации определяется основными признаками:

- наличие конкретных и достижимых целей проекта, которые формируются на основе стратегии продвижения конкретной организации;
- уникальность поставленных проектных задач, а также неповторимость условий и новшество полученного результата;
- функционирование проекта в условиях ограничений, например: финансовых, кадровых, временных и т.д.

Таким образом, проектный подход – это подход к управлению, который рассматривает маркетинговую деятельность как совокупность взаимосвязанных проектов, а отдельные проекты как задачи для достижения наиболее важных целей предприятия. Особенности реализации проектного подхода можно рассмотреть через преимущества и недостатки подхода в таблице.

Таблица. Преимущества и недостатки проектного подхода [2]

Преимущества	Недостатки
Гибкость в управлении проектом	Достоверность результата зависит от качества информации
Увеличивается эффективность коммуникации	Конкуренция ресурсов между проектами
Улучшенная оценка и снижение финансовых рисков	Требует дополнительных маркетинговых исследований
Сравнение показателей на контрольных точках, которые подвергаются систематическому мониторингу	Распределение финансовых ресурсов между проектами вызывает затруднения

Деятельность проектного подхода направлена на формирование оригинальных продуктов в рамках проектов. Такой способ позволяет организации получить маркетинговый продукт, который сформирован из взаимосвязанных проектов совершенно разного масштаба. Именно конечный продукт является результатом достижения поставленных маркетинговых задач и успешных реализаций проектных мероприятий. Если рассматривать метрики, которые должны использоваться в про-

ектном управлении, то можно сказать, что они направлены на контроль достижения цели в рамках ограничений, которые обоснованы проектом. Стоит обратить внимание, что меняющаяся ситуация на рынке и изменение внутренних условий могут влиять на изменение первоначальных целей и изменять конечный маркетинговый продукт [3]. Алгоритм разработки проекта должен быть утвержден до старта работы над ним и включать положения, представленные на рисунке 1.

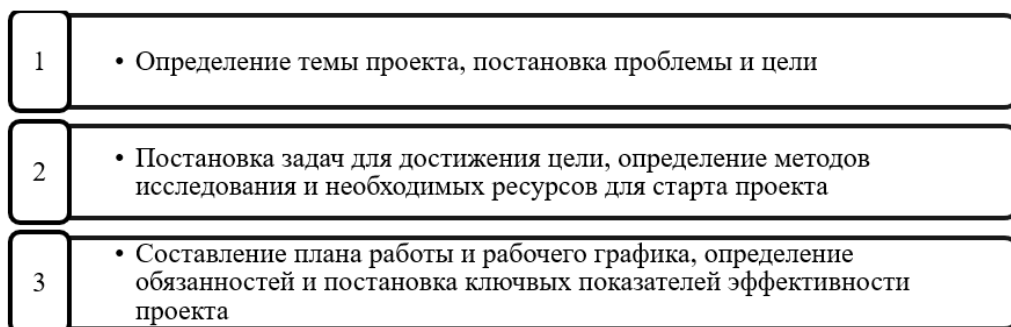


Рис. 1. Алгоритм работы в рамках проектного подхода [4]

Необходимо сказать, что использование проектного подхода стало наиболее актуальным при внедрении интернет-маркетинга в среду развития организаций. Тренды цифровой экономики демонстрируют коренные изменения в использовании проектного подхода, все чаще используются: искусственный интеллект, интернет вещи, цифровое производство, большие данные, технология «блокчейн» и т.д. [5]. Ориентация компаний на сетевой сегмент и интернет-платформы предоставляет возможность образованию более эффективных стратегических взаимодействий. Кроме этого, проектный подход в

интернет-маркетинге позволяет интегрировать компании из различных отраслей. Сейчас многие it-продукты создаются под потребности конкретной организации, учитывая ее специфику и рыночные особенности. К примеру, разработка CRM-системы (система управления взаимоотношения с клиентами) для задач каких-либо компаний от компании amoCRM [6].

Таким образом, можно представить план по продвижению товаров или услуг компании на рынке в проектном подходе. Обратимся к информации, указанной на рисунке 2.

1	• Постановка целей продвижения
2	• Постановка ключевых показателей эффективности
3	• Определение целевой аудитории воздействия
4	• Подсчет размера целевого рынка, его особенностей, а также особенностей продвигаемых товара или услуги; подсчет бюджета в зависимости от объема проекта
5	• Составление программы продвижения и план-график с контрольными точками для мониторинга
6	• Оценка результатов продвижения товара или услуги по ранее выработанным КРІ

Рис. 2. План продвижения товаров и услуг компании на рынке с помощью проектного подхода

Таким образом, предлагается определять проектный подход как подход к управлению, который рассматривает маркетинговую деятельность как совокупность взаимосвязанных проектов, а отдельные проекты как задачи для достижения наиболее важных целей предприятия. Результатом реализации проектного подхода в продвижении организации является маркетинговый продукт, который должен

быть уникальным и неповторимым. Алгоритм работы с проектными подходами позволил сформировать план продвижения товаров и услуг для компаний, который включает: постановку целей, постановку КРІ, определение ЦА, анализ рынка, продукта и подсчет бюджета в зависимости от проекта, составление программы продвижения и оценка результатов продвижения по КРІ.

Библиографический список

1. Ерлыгина, Е. Г. Внедрение проектного подхода в управление маркетинговой деятельностью организации / Е. Г. Ерлыгина, А. Д. Васильева // Журнал прикладных исследований. – 2021. – № 4-1. – С. 73-76. – DOI 10.47576/2712-7516_2021_4_1_73. – EDN TFIRAT.
2. Кропотина, О. Е. Проектный и процессный подходы в управлении: достоинства и недостатки / О. Е. Кропотина // Образование и право. – 2019. – № 9. – С. 167-172. – EDN ADWJHH.
3. Виноградов, А. Г. Внедрение проектного подхода в маркетинговую деятельность предприятия / А. Г. Виноградов, Н. С. Афендикова // Наука. Техника. Инновации: Сборник материалов VII международной научно-технической конференции, Усинск, 21 апреля 2017 года / Под редакцией Я.В. Зубовой. – Усинск: Общество с ограниченной ответственностью "Аэтерна", 2017. – С. 91-94. – EDN YNNTFP.
4. Сидорук М. В., Григорова А. А. Этапы проектного управления при улучшении бизнес-процессов на предприятии // Вестник Херсонского национального технического университета. – 2016. – №4 (59).
5. Филатова М. В., Стукало О. Г., Лебеда В. Л., Цуканова К. А., Дзахмишева И. Ш. Проектное управление в условиях цифровой экономики. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.vestnik-vsuet.ru/vguit/article/viewFile/2571/3769> (дата обращения: 12.02.2023).
6. Amosrm. Тур по продукту. Получите максимум от отдела продаж. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.amosrm.ru/tour/> (дата обращения: 12.02.2023).

**THE MAIN ASPECTS OF THE PROJECT APPROACH IN THE MANAGEMENT OF
MARKETING ACTIVITIES**

V.V. Tkachev, *Graduate Student*
Volgograd State University
(Russia, Volgograd)

***Abstract.** The article discusses the main aspects of using the project approach. The definitions of the project and the project approach are given, and the importance of using the project approach in the marketing activities of the organization is assessed. The main advantages and disadvantages of using the project approach are presented. Based on the algorithm of work of organizations with a project approach, a plan was proposed to promote the company's goods and services on the market using a project approach.*

***Keywords:** marketing activity, project approach, project, strategic planning, organization management.*