

МІСЦЕ МАРКЕТИНГУ В ПРОЕКТНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Місце та роль маркетингової діяльності в проектній діяльності є одним з найважливіших напрямків досліджень сучасних практиків та науковців. Низький рівень розуміння маркетингу та його задач в розвитку бізнесу призводить до недовикористання можливостей в реалізації маркетингової стратегії. Наслідком цього є вторинна роль маркетингу, який є суцільно операційним та додатком до продажу.

Бізнес, як ніколи раніше, потребує якісного маркетингу, щоб долати труднощі ринку та конкуренції, щоб бути творчим та комерційним двигуном. Крім того, українські маркетологи повинні усвідомити, сформувані та прийняти свої власні стратегічні виклики, релевантні та специфічні стану вітчизняної економіки та потреб розвитку підприємств.

В цих умовах грамотне використання сучасних інструментів та методик, зокрема методів проектного менеджменту в стратегічному управлінні, відіграє дуже важливу роль як в формуванні високого рівня загальної бізнес-культури, так і в прискоренні розвитку підприємства та посилення його конкурентоспроможності.

Доведені до рівня професійного використання, методи проектного менеджменту можуть значно підвищувати ефективність розробки та реалізації стратегії бізнесу, зокрема маркетингової стратегії. Управління проектами — це рушійна сила змін, джерело інновацій, визначальний фактор в отриманні конкурентної переваги, що, в першу чергу, є завданням маркетологів.

Маркетинг в проектній діяльності розглядається в трьох площинах (рис. 1).



Рис. 1. Місце маркетингу в проектній діяльності

Управління проектами в маркетинговій діяльності охоплює управління цілісними портфелями програм та проектів, які охоплюють всі етапи життєвого циклу продукту — від розробки до впровадження.

Проектний підхід дозволяє не тільки добре адаптуватись до конкретних ситуацій, а й враховує складність та багатофакторність впливу на ситуації розвитку, можливість різних сценаріїв і, таким чином, стимулює гнучкість в підходах щодо вироблення стратегії.