

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.

*Новак Д.О.,  
здобувач вищої освіти,  
Калінська А.В.,  
здобувач вищої освіти,  
Науковий керівник: Сакун Г.О.,  
кандидат філософських наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту і маркетингу,  
Одеська державна академія будівництва та архітектури*

## **СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ МАРКЕТИНГУ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ**

Сучасні економічні умови, обумовлені воєнним станом, характеризуються високим рівнем ринкових ризиків, посиленою конкуренцією та зниженням платоспроможності населення, що призводить до скорочення прибутків підприємств. Сучасна ринкова економіка, що характеризується глобалізацією, ставить перед менеджерами проектів завдання розробки ефективних маркетингових інструментів для завоювання світових ринків. Ефективне впровадження сучасних підходів до управління проектами неможливе без використання сучасних маркетингових інструментів для залучення клієнтів.

Маркетинговий ландшафт України зазнає суттєвих змін внаслідок війни: зростає конкуренція, знижується платоспроможність споживачів, змінюється структура попиту на товари та послуги. З огляду на сучасні ринкові реалії, всі компанії повинні активно використовувати інноваційні маркетингові інструменти для ефективного управління проектами, оперативного реагування на зміни ринкового середовища та залучення нової аудиторії. Цей факт свідчить про те, що активне застосування підприємствами сучасних маркетингових інструментів та впровадження проектного менеджменту є ефективним способом управління бізнес-процесами.

Маркетингова продуктова політика є результатом постійного діалогу між виробником та споживачем. Цей підхід передбачає надання споживачам широкого асортименту товарів та послуг, забезпечення високої якості обслуговування, що дозволяє компанії досягти унікальності на ринку та виділитися серед конкурентів. Розмір клієнтської бази та доступність продукції компанії безпосередньо пов'язані з ефективністю її маркетингової та збутової політики, зокрема, з розгалуженістю каналів розподілу.

Завдяки інноваційним маркетинговим тенденціям, управління проектами здійснюється з дотриманням міжнародних, національних, суспільних, індивідуальних та корпоративних стандартів. Оскільки ринок розвивається, а вимоги споживачів зростають, використання інструментів управління проектами стає необхідністю для забезпечення конкурентоспроможності. Найважливіші напрямки, які можна значно покращити за допомогою маркетингового інструменту управління проектами, представлені на рис. 1.

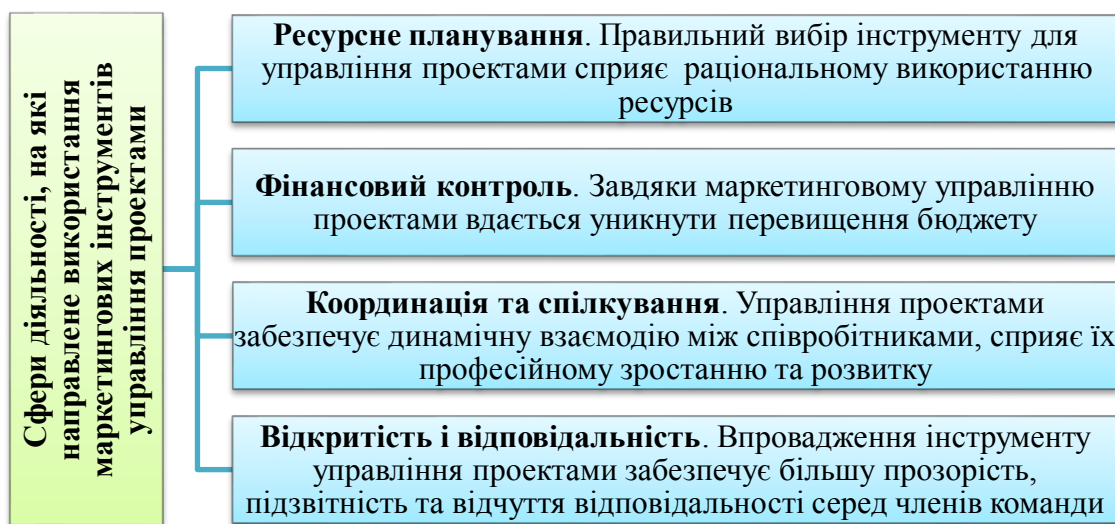


Рис. 1. Сфери застосування маркетингових інструментів у управлінні проектами

*Джерело: сформовано на основі [3,4]*

Сучасні маркетингові проекти управляються за принципом життєвого циклу, від визначення цілей до завершення, з дотриманням бюджетних обмежень та технічних специфікацій, що відповідають міжнародним і

національним стандартам. Завдяки міжнародним стандартам, які забезпечують безпеку та якість, а також ефективному управлінню проектом, компанії можуть успішно реалізовувати свої проекти в рамках встановлених бюджетів та вимог.

Сучасні маркетингові тренди в управлінні проектами формуються під впливом таких факторів, як технологічні інновації, зміни в споживчих перевагах та нові маркетингові парадигми (рис. 2).

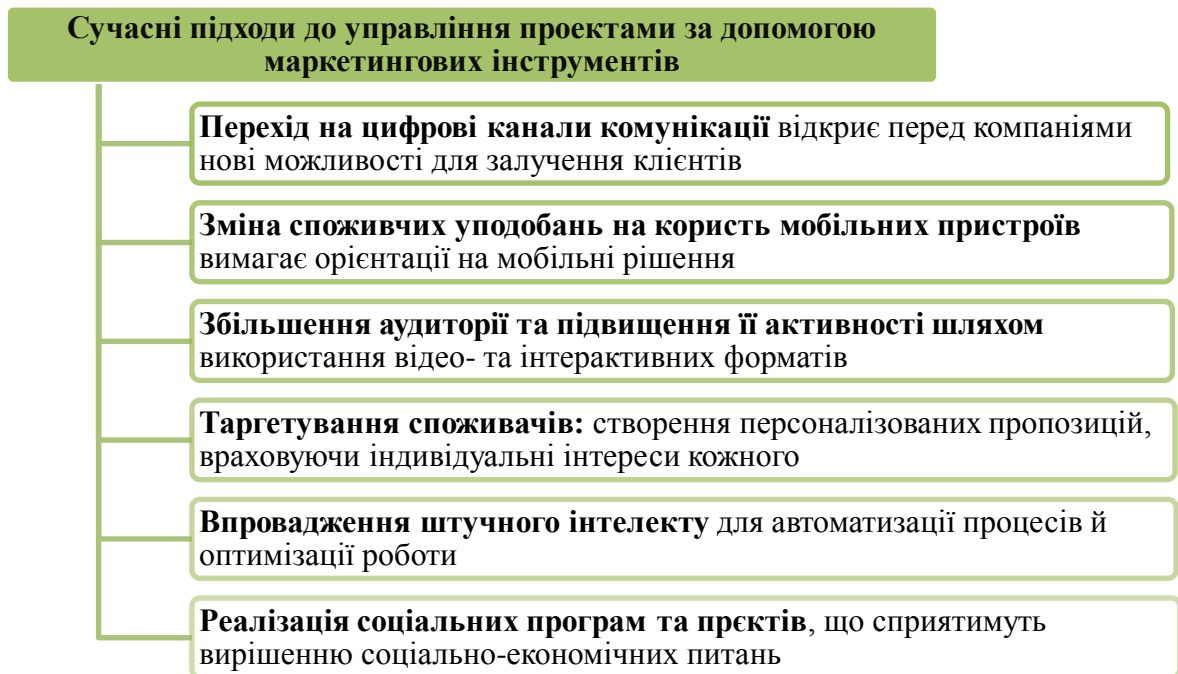


Рис. 2. Сучасні підходи до управління проектами за допомогою маркетингових інструментів

*Джерело: сформовано на основі [2]*

Варто зазначити, що інтеграція сучасних систем штучного інтелекту в маркетингове управління проектами несе в собі нові економічні ризики, пов'язані з високим ступенем невизначеності. Для успішної реалізації проекту необхідна безперервна комунікація між усіма зацікавленими сторонами, що забезпечує оперативне вирішення проблем та ухвалення обґрунтованих рішень. Існують різні типи невідповідностей між елементами, кожна з яких вимагає індивідуального підходу до запобігання та ліквідації негативних наслідків.

Управління проектами спрямоване на оптимізацію діяльності підприємства через впровадження структурних, маркетингових та

організаційних нововведень. Головна мета управління проектом полягає у визначенні шляхів досягнення поставлених цілей. Формування ефективної маркетингової системи для проекту вимагає послідовного виконання певних дій (рис. 3). Розробка маркетингової стратегії безпосередньо пов'язана з результатами моніторингу, діагностики та концептуального проектування.

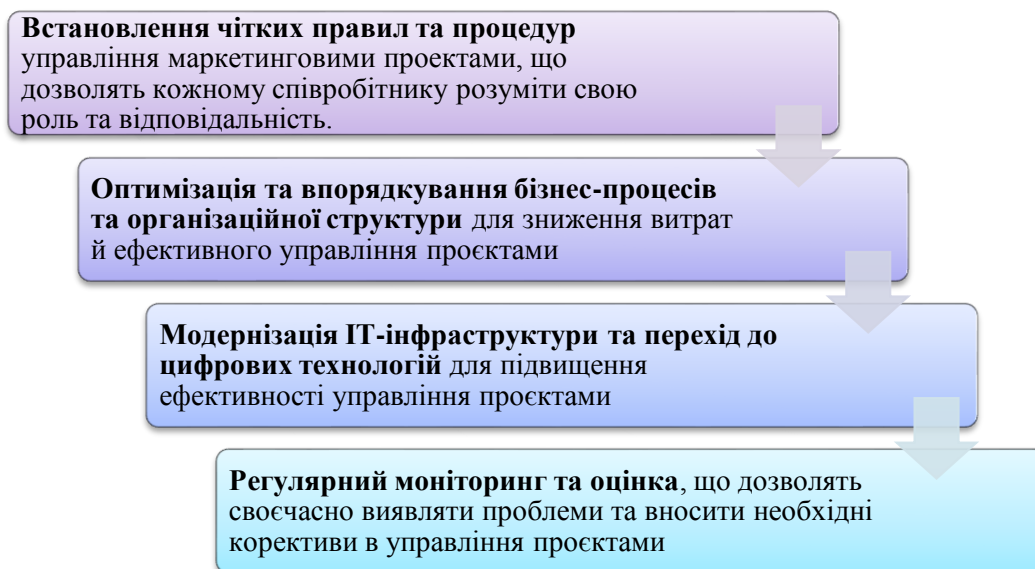


Рис. 3. Етапи розробки та реалізації маркетингового плану проекту

*Джерело: сформовано на основі [1]*

Маркетингове управління проектами – це систематичний підхід до внесення змін у компанію, який дозволяє перейти від існуючої системи управління до більш ефективної. Основні маркетингові зусилля в українському проектному менеджменті спрямовані на створення правового поля для цифрової трансформації, розвиток цифрової інфраструктури, модернізацію маркетингових систем підприємств, впровадження інноваційних технологій кібербезпеки та зміцнення довіри до цифрових перетворень.

Реалізація запропонованих напрямів забезпечить підприємствам очікувані позитивні трансформації в результаті виконання проекту. Отже, можна стверджувати, що ефективне управління проектами та впровадження інновацій, заснованих на сучасних маркетингових трендах, є ключовим фактором фінансового успіху підприємств.

### Список використаних джерел:

1. Бойко І., Турчина М., Тур О. Маркетингові проекти: сутність та класифікація. *Bulletin of Sumy National Agrarian University*. 2023. № 4 (96). С. 19–25. URL: <https://doi.org/10.32782/bsnau.2023.4.4> (дата звернення: 22.09.2024).
2. Лутай Л., Пачева, Н. Сучасні маркетингові тенденції управління проектами. *Економічні горизонти*. 2023. №2(24). С. 157–163. URL: [https://doi.org/10.31499/2616-5236.2\(24\).2023.288674](https://doi.org/10.31499/2616-5236.2(24).2023.288674) (дата звернення: 22.09.2024).
3. Мандич О. Управління проектами через інструментарій маркетингу підприємства. *Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства. Серія: «Економічні науки»*. 2019. № 202. С. 242–252.
4. Ярош-Дмитренко Л. Роль маркетингового менеджменту в забезпеченні ефективного управління проектами. *Економіка та суспільство*. 2022. № 36. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-36-23> (дата звернення: 22.09.2024).

**Окландер Т.О.,**  
доктор економічних наук, професор,  
**Саламаха П.І,**  
здобувач PhD,  
*Одеська державна академія будівництва та архітектури*

### **МАРКЕТИНГОВИЙ ПРОТЕНЦІАЛ: ВИКОРИСТАННЯ В УПРАВЛІННІ ПРОЕКТАМИ**

Управління проектами стало однією з ключових дисциплін в сучасному бізнесі, і його інтеграція з маркетинговими стратегіями має вирішальне значення для успішної реалізації проектів. Маркетинг у сфері управління проектами спрямований на забезпечення правильної комунікації зі стейкхолдерами, створення додаткової цінності для клієнтів та забезпечення стратегічного розвитку проектів. Як зазначають Lock (2020) та Kerzner (2019), маркетинг у проектах не лише підвищує рентабельність, але й сприяє