

Полякова Э.И., Афендикова Н.С.
г. Донецк, Донецкая Народная Республика
ГОУ ВПО «Донецкий национальный технический университет»

УПРАВЛЕНИЕ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ НА ОСНОВЕ ПРОЕКТНОГО ПОДХОДА

Аннотация: В статье рассмотрены особенности применения проектного подхода в маркетинговую деятельность предприятия. Рассматриваются понятия проектный подход, обосновывается актуальность эффективного внедрения инновационного проектного подхода в управление маркетинговой деятельностью для современных предприятий. Указаны понятия проекта и управления проектами.

Ключевые слова: маркетинг, проектный подход, проект, управление, управление проектами, маркетинговая деятельность, бизнес – среда, предприятие.

В современной экономике предприятия вынуждены осуществлять свою деятельность в постоянно меняющихся условиях бизнес – среды. С каждым годом принципы условий хозяйствования стремительно растут, а также усовершенствуются с помощью появления новых технологий, товаров и услуг. Следствием этого являются новые запросы потребителей, назревание конкуренции между производителями товаров. Каждое предприятие заинтересовано в эффективном развитии своей маркетинговой деятельности, поэтому вынуждено менять свои стратегии с целью внедрения инновационных подходов в управление маркетинговой деятельностью предприятия. Одновременно с этим предприятиям необходимо находить новые потенциальные рынки, создавать соответствующую продукцию, как для существующих потребителей, так и для новых потребителей наряду с реализацией имеющейся продукции, изучать деятельность потенциальных и реальных конкурентов и внедрять мероприятия по сохранению и повышению конкурентных позиций на соответствующем рынке.

Для предприятий очень важно использовать все возможности и проводить антиэнтропийные изменения в свою деятельность. Для эффективности внедрения современных мероприятий и решения соответствующих задач, навыки и подходы должны отличаться от традиционных, которые были приобретены и показали свою успешность в течение последних десятилетий. Поэтому сегодня особое внимание уделяется проектному подходу в маркетинговой деятельности предприятия. Оптимальное применение проектного подхода в маркетинговую деятельность предприятия является одним из основных условий для устойчивого развития предприятия. Именно этим объясняется выбор тематики исследования и ее актуальность.

Степень научной разработанности темы исследования. Анализ научной литературы по теме исследования показал, что управление маркетинговой

деятельностью является сложной проблемой для предприятий. Теоретические и методические основы предприятия управления маркетинговой деятельностью современных предприятий нашли свое отражение в работах следующих ученых: Ф. Котлер, Т. Левитт, А.Н. Снеговской, В.В. Бурматова, С.И. Трубачёва, Ю.Ю. Лисина, В.А. Василенко и другие. В разработку основ проектного управления в маркетинговой деятельности предприятия значительный вклад внесли Т.Н. Жукова, В.В. Аронова, М.Г. Фомин, Л.М. Божко, А. Ю. Коньшунова, Т.В. Герасимова, С.И. Портной, И.Б. Калинин, Х.Д. Литке и другие.

Целью работы является рассмотрение аспектов внедрения в маркетинговую деятельность предприятия проектного подхода в рамках повышения потенциала предприятия.

В современных условиях возросла актуальность осуществления деятельности предприятия основываясь на принципах маркетингового подхода, и как следствие в организационных структурах возникли отделы служб маркетинга. Все предприятия хотят добиться желаемых результатов при наименьших затратах. Для стабилизации деятельности предприятий имеют значение следующие факторы: правильное планирование организационной структуры; верно спрогнозированная стратегия на рынке; интенсификация информационных потоков; лояльность потребителей; единство сотрудников в достижении цели предприятия.

Анализ научно–исследовательских публикаций показал, что в настоящее время вопросы использования проектного подхода применительно к разным областям менеджмента и сферам деятельности предприятия находятся в центре внимания отечественных и зарубежных ученых.

Предприятия испытывают объективную необходимость во внесении соответствующих изменений в предпринимательскую деятельность. Средством адаптации предприятия к нестабильным условиям является такая система управления, которая своими действиями и подходами была бы способна предупреждать и устранять возникающие угрозы внешней среды. Одним из таких средств является внедрение проектного подхода в маркетинговую деятельность предприятия.

Проектный подход – это подход к управлению, предполагающий разработку проектов в качестве способа решения наиболее значимых для предприятия задач [1]. Методология и средства управления проектным подходом используется во всех сферах целенаправленной и проектоориентированной деятельности. Процессы его использования и внедрения в практику хозяйствующих субъектов за последние годы заметно усилились.

Интенсивные темпы развития служб маркетинга на предприятиях приводят к поиску новых систем и подходов в управлении изменениями маркетинговой деятельности для эффективного функционирования на рынке в условиях ужесточения конкурентной борьбы.

Управленческие решения, принимаемые руководством предприятия, становятся сегодня одной из самых глубоких сфер управленческой

деятельности, оказывающей влияние на многие сферы управленческой деятельности. Внедрение проектного подхода как наиболее передовой и инновационной формы управления приводит к повышению эффективности управленческих решений в условиях динамичности и неопределенности окружающей среды.

Концепция управления деятельностью на основе проектного подхода, в основе своей характеризует все то, что приносит изменения и новшества в социум: строительство жилого дома, программа научно–исследовательских работ, внедрение инноваций, создание рекламы, строительство нового предприятия, разработка новой технологии, сооружение корабля, создание кинофильма. То есть, проект представляет собой деятельность за определенный промежуток времени, результатом которой является уникальный продукт или услуга.

Принцип проектного управления в маркетинговой деятельности позволяет создать условия для принятия решений по различным видам изменений в маркетинговой деятельности с учетом критерия рентабельности, стратегических приоритетов предприятия и в целом укрепление его конкурентных позиций на товарном рынке. Внедрение проектного управления позволит сделать маркетинговую деятельность более эффективной и расширит сферы бизнеса. Маркетинговые проекты при этом будут реализовываться в срок, не выходя за пределы бюджета. При реализации проектного подхода интенсифицируются те усилия, благодаря которым возникают новые или модернизированные товары и услуги, новые технологические процессы, новые организационные структуры, увеличивается объем продаж, уменьшается стоимость, улучшается качество товаров.

Управление проектами является главным направлением, обеспечивающим комплексный и системный подход к управлению маркетинговой деятельностью предприятия. Управление проектами – это искусство предприятия управлять комплексом мер, функций и действий, направленных на достижение поставленных целей путем применения современных методов, техники и технологии управления для достижения обозначенных в проекте результатов по объему работ, стоимости, времени, качеству и удовлетворению участников проекта.

Вопросы управления проектным подходом в сфере маркетинговой деятельности рассматриваются фрагментарно и не системно. Так как проектный подход является одним из инновационных подходов в управленческой деятельности, он стал изучаться отечественными учеными. Это объясняется небольшой историей рыночных отношений в отечественной экономике, и наличием проблем в теории и практике маркетинга, требующие внимания ведущих специалистов. Одной из самых благоприятных предпосылок создания и внедрения нововведений является проектный подход к управлению изменениями в маркетинговой деятельности на предприятии. Именно поэтому изучение проблемы использования проектного подхода к управлению развитием системы маркетинга требует дополнительного рассмотрения.

На современных предприятиях для повышения эффективности управленческой деятельности является распространение процессного и проектного подхода к управлению, основанные на понятиях бизнес–процесса и проекта. На практике оба подхода часто используются совместно. Процессный подход ориентирован на повторяемость процессов, что характерно для операционной деятельности. Проектный подход использует процессный подход, но предполагает уникальную деятельность и считается, что он наиболее подходит для мероприятий, которые происходят впервые. Целями же, как проектного менеджмента, так и управления бизнес–процессами является улучшение деятельности предприятия путем перехода из действительного состояния в желаемое [2,3].

Современный маркетинг представляет собой сложную систему взаимосвязанных элементов и подсистем. При управлении маркетинговой деятельностью современного предприятия необходимо использовать комплексный подход к решению поставленных задач и применять передовые технологии управления.

Предложения по применению проектного подхода к управлению маркетингом связаны, в первую очередь, с необходимостью повышения эффективности управления маркетинговой деятельностью. Реализация проектного подхода происходит в среде, которая оказывает на него непосредственное влияние. Выделяют внутреннюю среду, в которой работает команда проекта и внешнюю среду, которая делится на ближнее окружение (руководство предприятия, сфера финансов, сбыт товара, снабжение, инфраструктура, производство) и дальнее окружение (экономические и социальные факторы, культура, научно–технические, географические показатели, потребители, конкуренты, поставщики). При планировании внедрения в деятельность предприятия проектного подхода, необходимо учитывать возможное влияние как внутренней, так и внешней среды, которые тормозят или ускоряют достижение цели предприятия.

Чтобы добиться большей эффективности внедрения проектного подхода в процесс управления предприятием необходимо учитывать следующие признаки при разработке маркетингового проекта:

- 1) направленность на достижение конкретных целей, определенных результатов;
- 2) выбор высококвалифицированного персонала, специализирующийся в данной области;
- 3) проект должен нести в себе неординарность, уникальность, инновационность действий;
- 4) постановка конкретной цели и задачи;
- 5) логическая последовательность работ, распределение обязанностей;
- 6) определенное количество времени, бюджета, ресурсов;
- 7) учет всех внутренних и внешних факторов, прямо или косвенно влияющих на развитие и результаты проекта, анализ имеющихся рисков и возможностей, постоянный контроль ситуации;

8) координированное выполнение многочисленных, взаимосвязанных действий.

Проектный подход в управлении маркетинговой деятельности на предприятии позволяет не только дать оценку финансированию и реализации проекта, но и жестко фиксировать достижения заданной цели изменений в маркетинговой деятельности.

При разработке и внедрении проектного подхода в управлении маркетинговой деятельностью на предприятии, возникает ряд вопросов, которые необходимо поставить себе перед реализацией поставленных стратегических целей. Деятельность на предприятиях в разных областях реализуется через множество проектов. При этом возникают проблемы, так как, какие-либо изменения в маркетинговой деятельности являются сложным многогранным процессом, несущим определенные риски. Это следствие не только отсутствия высококвалифицированного персонала, но и нежелания менеджеров осуществлять адекватные изменения в маркетинговой деятельности предприятия.

Проектный подход позволит держать все процессы на предприятии под строгим контролем, своевременно реагировать на возникшие проблемы и немедленно устранять их при правильно спланированном трудовом процессе.

Эффективная система управления маркетинговой деятельностью на основе проектного подхода является свидетельством стабильного уровня предприятия в процессе производства, что дает ряд преимуществ. Основным преимуществом является единая методология, позволяющая выработать единую корпоративную культуру управления, базирующуюся на единых подходах, базах данных и обобщение накопленного опыта. Унифицированные подходы к управлению проектами, позволяют работать над отдельными проектами и комбинировать их в единую организационную систему. Широкое использование проектного подхода позволит значительно повысить эффективность экономики при условии использования уже имеющихся ресурсов.

Отечественный и российский опыт показывает, что проектный подход представляет собой эффективный инструмент, позволяющий решить стратегические проблемы в условиях постоянно происходящих изменений, а также устранить некоторые несовершенства, свойственные рыночной экономике.

Управление проектами в маркетинговой деятельности выражается реализацией проекта с максимально возможной эффективностью при ограничениях в сроках исполнения, учете ограничений в материальных, финансовых ресурсах, а также с оценкой качества полученных результатов. Проект, как и товар, имеет свой жизненный цикл, поэтому необходимо учитывать совокупность структурных элементов, на которые может быть разделен проект, с целью качественного управления текущими операциями на предприятии.

На данный момент управление деятельностью на основе проектного подхода является международной практикой и применяется во всех сферах

бизнеса, а также представляет собой вариант выхода из экономического кризиса при решении обширных экономических, научных, производственных проблем.

Выделим основные преимущества проектного управления в маркетинговой деятельности на предприятии:

- 1) позволяет выполнить большой объем работы за краткосрочный период;
- 2) увеличивает рентабельность;
- 3) усиливает контроль за изменениями во внутренней среде предприятия;
- 4) мотивирует организацию на достижение поставленных целей;
- 5) позволяет тесно контактировать с потребителями;
- 6) позволяет решать основные проблемы предприятия;
- 7) улучшает качество;
- 8) снижает возможность угрозы возникновения борьбы за власть;
- 9) позволяет принимать правильные решения по деятельности хозяйствующего субъекта;
- 10) предлагает способы решения возникших проблем на предприятии;
- 11) увеличивает капитализацию бизнеса;
- 12) способствует успешной деятельности в конкурентной борьбе.

Менеджеры промышленных предприятий акцентируют внимание на преимуществах проектного подхода при планировании маркетинговой деятельности предприятия на перспективу. Конкретизированные преимущества будут способствовать усилению конкурентных преимуществ.

Библиографический список:

1. Тумбинская Н.Ю. Проектный подход к бизнес – развитию предприятия // Рос. журн. Управление экономическими системами. – 2012. – № 4 (40). – С. 87 – 92.
2. Шельгов, А. В. Методическое руководство по изучению дисциплины «Управление инновациями» / А. В. Шельгов, Г. В. Миронова. – Москва : Наука, 2013. – 295 с.
3. Жукова, Т. Н. Проектное управление (методологический аспект) : монография / Т. Н. Жукова ; науч. ред. Т. Н. Жукова. – Санкт-Петербург : СПбГИЭУ, 2011. – 170 с.