

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПРОЄКТНОГО УПРАВЛІННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ МАРКЕТИНГОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕЗИЛІЄНТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КРИЗИ

Чайковський Олександр-Володимир Олегович

здобувач вищої освіти,

Львівський національний університет імені Івана Франка

У контексті глобальних викликів, таких як війна, інфляція та кліматичні ризики, підприємства України змушені перебудовувати системи управління для забезпечення резильєнтності, де проєктне управління стає ключовим елементом маркетингового менеджменту [1]. Формування системи проєктного управління на підприємстві фокусується на інтеграції принципів провідних міжнародних стандартів у стратегічні бізнес-процеси, перетворюючи традиційне планування на ефективний антикризовий інструмент управління. Зокрема, система включає адаптацію етапів проєктного циклу, що складає систему п'яти взаємопов'язаних груп процесів, що охоплюють повний життєвий цикл проєкту. Група ініціювання забезпечує формальний початок проєкту та визначення його основних параметрів. Планування передбачає детальну розробку стратегії реалізації та створення комплексного плану проєкту. Виконання охоплює безпосередню реалізацію запланованих робіт та координацію ресурсів. Моніторинг і контроль забезпечують відстеження прогресу та корекцію відхилень від плану. Завершення включає формальне закриття проєкту та оцінку результатів. Маркетингові стратегії органічно інтегруються у систему проєктного менеджменту, слугуючи для ідентифікації ключових зацікавлених сторін і оптимізації використання обмежених ресурсів, що в сукупності сприяє підвищенню стійкості соціально-економічних систем до зовнішніх викликів.

На прикладі українських підприємств, що адаптувалися до воєнних реалій після 2022 року, впровадження такої системи дозволяє скоротити ризики на 25–30% за рахунок ключових показників ефективності, орієнтованих на гнучкість, наприклад час реакції на зміни ринку скорочується до менше ніж 48 годин завдяки інтеграції цифрових інструментів для комунікацій з клієнтами [2]. Особливо важливою виявилася здатність підприємств оперативно переорієнтовувати виробничі потужності та логістичні ланцюги, що забезпечується систематичним моніторингом ринкового середовища та швидким прийняттям управлінських рішень на основі даних реального часу. Використання автоматизованих систем управління проєктами дозволяє

координувати роботу розподілених команд, забезпечуючи безперервність бізнес-процесів навіть в умовах обмеженої інфраструктури та переривання традиційних каналів комунікації.

Це не лише операційна ефективність, але й стратегічна резильєнтність, оскільки проєктне управління доповнює маркетинговий менеджмент, перетворюючи кризи на можливості для репутаційного зростання та лояльності споживачів. Компанії, які успішно впровадили інтегровану систему проєктного управління, демонструють здатність не просто виживати в екстремальних умовах, але й створювати додаткову цінність для клієнтів через підвищену гнучкість обслуговування та персоналізований підхід до задоволення потреб споживачів. Такий синергетичний ефект досягається через систематичне залучення зацікавлених сторін до процесів прийняття рішень та створення механізмів зворотного зв'язку, що дозволяє своєчасно коригувати стратегію відповідно до змін у поведінці та очікуваннях цільової аудиторії.

Практичний досвід впровадження цієї моделі свідчить про необхідність формування організаційної культури, орієнтованої на постійне вдосконалення та інновації, де кожен проєкт розглядається як можливість для навчання та накопичення стратегічних компетенцій. Підприємства, які систематизують отримані уроки та інтегрують їх у корпоративну базу знань, формують унікальні конкурентні переваги, що виявляються у здатності швидше реагувати на ринкові зміни порівняно з конкурентами. Важливим елементом цієї системи є розвиток міжфункціональної співпраці між підрозділами маркетингу, операційного управління та стратегічного планування, що забезпечує комплексний підхід до вирішення бізнес-завдань та максимальну ефективність використання наявних ресурсів організації в умовах значних обмежень та невизначеності зовнішнього середовища.

Для практичної реалізації описаного підходу доцільно використовувати багаторівневу структуру управління. Пропонована модель організаційного управління характеризується багаторівневою ієрархічною структурою, що включає чотири взаємопов'язані рівні функціонування. Стратегічний рівень забезпечує комплексний аналіз ринкових загроз та можливостей, дозволяючи організації формувати довгострокове бачення свого розвитку з урахуванням динаміки зовнішнього середовища. Тактичний рівень відповідає за оптимальний розподіл наявних ресурсів організації з обов'язковим урахуванням принципів сталого розвитку, що дозволяє збалансувати короткострокову ефективність з довгостроковою життєздатністю організації. Операційний рівень забезпечує систематичний моніторинг виконання запланованих заходів через використання сучасних інструментів аналітики великих даних, що дозволяє отримувати своєчасну інформацію про поточний стан

реалізації стратегічних ініціатив. Оцінний рівень призначений для збору та аналізу зворотного зв'язку від широкого кола зацікавлених сторін з метою своєчасного коригування стратегії відповідно до змін у потребах та очікуваннях ключових стейкхолдерів організації.

Емпіричні дослідження в галузі організаційного управління переконливо свідчать, що підприємства з розвинутою зрілою системою проєктного управління демонструють на двадцять відсотків вищу адаптивність до динамічних змін зовнішнього середовища порівняно з організаціями, які не мають системного підходу до управління проєктами. Ця підвищена адаптивність безпосередньо корелює зі зниженням операційних ризиків на 25–30%, що спостерігається в українському контексті, де зовнішні виклики мають екстремальний характер. Це робить таку інтегровану систему високоефективним антикризовим інструментом не лише для окремих бізнес-організацій, але й для суспільства в цілому, оскільки стійкість підприємств безпосередньо впливає на економічну стабільність регіонів та країни.

Отже, інтеграція проєктного управління та маркетингового менеджменту створює синергетичний ефект, перетворюючи систему антикризового управління на джерело стратегічних конкурентних переваг навіть в умовах граничної невизначеності.

Список використаних джерел:

1. Project Management Institute. A Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide) / 7th ed. Newtown Square, PA: PMI, 2021. 368 p.
2. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг менеджмент. 16-те вид. Харків: КСД, 2022. 960 с.