

УДК 658.8

DOI: 10.34670/AR.2022.12.98.032

Ценностно-ориентированный подход в проектном маркетинге

Германчук Алла Николаевна

Доктор экономических наук, доцент,
профессор кафедры маркетингового менеджмента,
Донецкий национальный университет экономики и
торговли им. Михаила Туган-Барановского
283050, Донецк, ул. Щорса, 31;
e-mail: allagerm@rambler.ru

Васильев Сергей Вячеславович

Соискатель кафедры маркетингового менеджмента,
Донецкий национальный университет экономики и
торговли им. Михаила Туган-Барановского
283050, Донецк, ул. Щорса, 31;
e-mail: emelyanich@gmail.com

Аннотация

В данной статье предложена модель оценки значимости ценностных компонентов проекта на каждом этапе жизненного цикла, позволяющая оценить ценность конкретного проекта и определить очередность разработки маркетинговой поддержки реализации проекта. Определено, что ценность проекта характеризуется совокупностью определенных характеристик, удовлетворяющих требованиям каждого из стейкхолдеров, и представлена тремя индикаторами ценности проекта (временной, финансовой и содержательной ценностями), позволяющие определить степень влияния каждого из них на итоговую ценность и качество проекта. Для детализации индикаторов определены двенадцать компонентов ценности проекта (коммуникации; сроки проекта; команда; ресурсы, оценка затрат; риски проекта; бюджет; контракты уникальность; соответствие поставленным целям; отсутствие дефектов; инновации). В статье разработана модель оценки значимости ценностных компонентов проекта на каждом этапе жизненного цикла: инициализации проекта, планирования и разработки проекта, организации выполнения проекта, завершения проекта. Ценность проекта предложено рассматривать через индикаторы ценности проекта (временную, финансовую и содержательную ценности), а представленные индикаторы дополнены двенадцатью компонентами ценности проекта (коммуникации, сроки проекта, команда, ресурсы, оценка затрат, риски проекта, бюджет, контракты уникальность, соответствие поставленным целям, отсутствие дефектов, инновации). Авторами разработан проектный треугольник ценности, который позволит оценить ценность проекта на каждом из этапов его жизненного цикла.

Для цитирования в научных исследованиях

Германчук А.Н., Васильев С.В. Ценностно-ориентированный подход в проектном маркетинге // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2022. Том 12. № 8А. С. 272-279. DOI: 10.34670/AR.2022.12.98.032

Ключевые слова

Проектный маркетинг, ценность проекта, стейкхолдеры, жизненный цикл проекта, экономика.

Введение

В современной научной литературе проблема ценности проекта становится все более актуальной в связи с изменением парадигмы рыночного взаимодействия заинтересованных в реализации проекта сторон. Вопросы изменения потребительских предпочтений, взаимовыгодное сотрудничество заказчика, организации-исполнителя и других участников проекта, обеспечение уникальности проектов для получения конкурентных преимуществ регулярно являются темой для исследований среди современных ученых в рамках изучения ценностно-ориентированного подхода, доказавшего свою эффективность в различных областях и сферах деятельности [Борисов и др., 2019; Григорян, Корзняков, 2015; Самсонова, 2019; Шарифуллина, 2019; Щербакова, 2012]. Однако несмотря на наличие работ по данной проблематике отметим, что применение ценностно-ориентированного подхода в проектном маркетинге рассмотрено фрагментарно и не раскрывает в полной мере его применимость для успешной реализации проектов.

Ценность как ключевая категория маркетинга предполагает оценку потребителем полезности определенного продукта на основе сопоставления выгод и расходов, связанных с процессом его приобретения и использования. В проектном маркетинге в результатах проекта заинтересованы не только конечные потребители, но и заказчики, инвесторы, руководитель проекта, т.е. все заинтересованные стороны (стейкхолдеры). Соответственно понятие ценности проекта здесь намного шире и характеризуется совокупностью определенных характеристик, удовлетворяющих требованиям каждого из стейкхолдеров [Бушуев, 2010, 5]. Отметим, что ценность проекта для его участников и других заинтересованных сторон неизбежно меняется в зависимости от этапа жизненного цикла проекта, что и является основой для проведения данного анализа и не изучено в полной мере.

Оценка значимости ценностных компонентов проекта

В качестве основы рассмотрения ценности проектов нами использован треугольник «качество – время – бюджет», представленный в стандарте проектного менеджмента РМВоК, что позволило выделить три составляющих (индикатора) ценности проекта: временная ценность, финансовая ценность и содержательная ценность. Перечисленные индикаторы взаимосвязаны между собой и изменение любого из них повлечет изменение и двух других.

Временная ценность характеризует продолжительность реализации проекта с точки зрения соблюдения сроков и резервов времени, необходимых для достижения определенного результата проекта, т.е. своевременного его завершения. Временная ценность раскрывается с помощью таких компонентов, как сроки выполнения проекта; коммуникации между участниками реализации проекта; команда проекта, имеющая определенные знания, навыки и способности; ресурсы проекта.

Финансовая ценность показывает целесообразность реализации проекта с точки зрения его стоимости, самоокупаемости, возврата вложенных средств. Соответственно компонентами

финансовой ценности проекта являются: оценка затрат, связанных с использованием ресурсов проекта; бюджет проекта; риски проекта; контракты.

Содержательная ценность характеризует предметную область проекта и его соответствие установленным требованиям, а также «... особенности реализации и результаты проекта, обусловленные отраслевой спецификой, рынком и потребительскими предпочтениями» [Мохначев, Грахова, Власов, 2016, 412]. К компонентам стоимостной ценности проекта отнесены: уникальность проекта, указывающая на его отличие от аналогичных проектов конкурентов; соответствие поставленным целям, т.е. соблюдение запланированных параметров реализации проекта; отсутствие дефектов; инновации.

Каждый проект проходит определенные стадии жизненного цикла: инициализацию, планирование и разработку, организацию выполнения и завершение проекта [Григорян, 2012; Тофан, 2021], а каждая стадия характеризуется определенным сочетанием ценностных компонентов. Следовательно, для обеспечения наивысшей ценности проекта необходимо знать: на что следует обратить первоочередное внимание и какие мероприятия в рамках маркетинговой поддержки проекта следует предложить для получения желаемых результатов.

В данной работе предлагается модель оценки значимости ценностных компонентов проекта на каждом этапе жизненного цикла:

$$P = \langle \text{Ип}(A1), \text{Пп}(A1), \text{ОВ}(A1), \text{Зп}(A1) \rangle, \quad (1)$$

где $\text{Ип}(A1)$ – ценность на стадии инициализации проекта;

$\text{Пп}(A1)$ – ценность на стадии планирования и разработки проекта;

$\text{ОВК}(A1)$ – ценность на стадии организации выполнения;

$\text{Зп}(A1)$ – ценность проекта на стадии завершения проекта;

$A1$ – базовая модель блока ценности;

$\text{I} \in [1, L]$ = элемент множества L блока ценности.

Каждый из четырех представленных элементов выступает базовой моделью блока ценностей $A1$, которая содержит индикаторы ценности, компоненты ценности и экспертные оценки значимости компонентов ценности проекта.

Экспертные оценки позволяют определить степень важности каждого компонента ценностей:

$$A1 = \langle \text{И}1, \text{К}1, \text{Е}1 \rangle, \quad (2)$$

где $\text{И}1$ – индикаторы ценности проекта;

$\text{К}1$ – компоненты ценности проекта;

$\text{Е}1$ – экспертные оценки ценности проекта;

j – количество экспертов, привлеченных для оценки ценности проекта.

Для более полного изучения значимости компонентов ценности проекта проведено анкетирование экспертов строительной отрасли Донецкой Народной Республики. Экспертами были оценены предложенные компоненты ценности проекта на всех этапах его жизненного цикла с позиции их значимости для обеспечения достижения намеченных результатов. Числовые показатели оценки ценности проекта было предложено оценивать от 0 (отсутствует) до 1 (очень высокая). На рисунке 1 представлены усредненные экспертные оценки индикаторов и компонентов ценности проекта на стадии инициализации проекта.

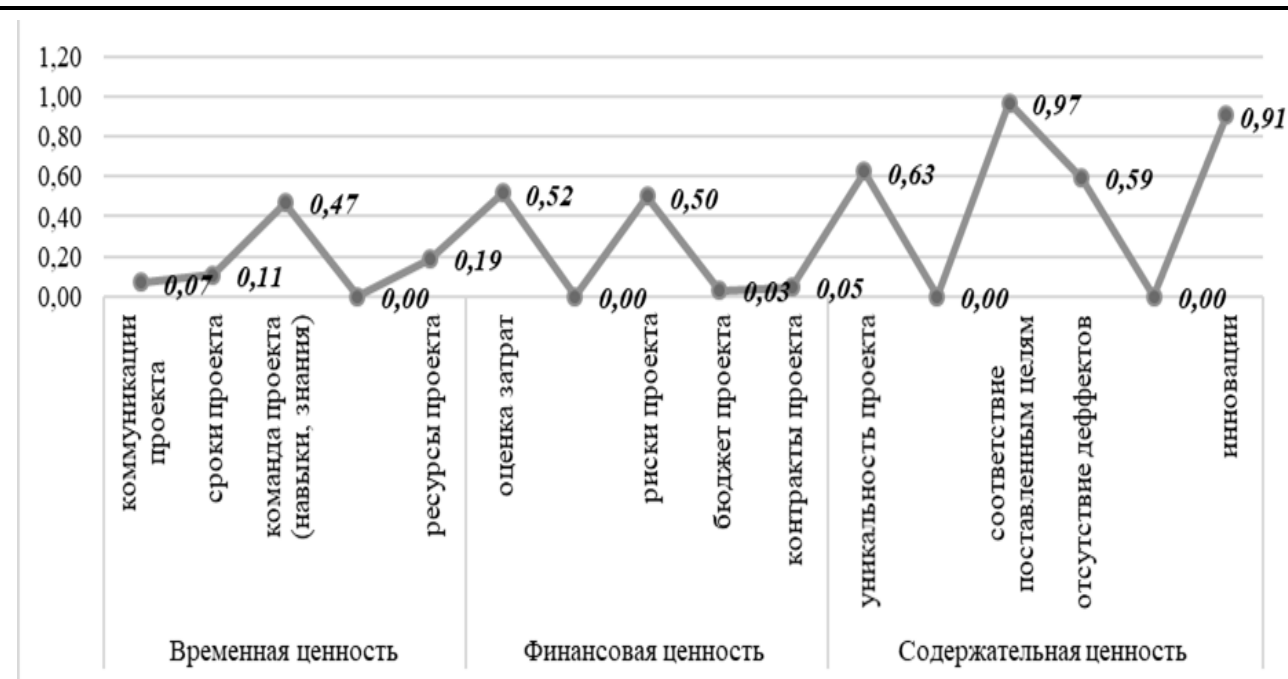


Рисунок 1 - Среднее значение компонентов ценности на стадии инициализации проекта

Аналогичный анализ компонентов ценности проекта был проведен на всех стадиях жизненного цикла проекта. Результаты проведенного исследования представлены в таблице 1.

Таблица 1 - Оценка индикаторов и компонентов ценности в процессе реализации проекта

Индикаторы ценности	Компоненты ценности	Инициализация проекта	Планирование и разработка проекта	Организация выполнения проекта	Завершение проекта
Временная ценность	коммуникации	0,07	0,19	0,98	0,34
	сроки проекта	0,11	0,15	0,25	1,22
	команда	0,47	1,25	1,50	0,97
	ресурсы	0,19	0,16	0,05	0,23
Финансо-вая ценность	оценка затрат	0,52	1,36	0,63	0,76
	риски проекта	0,50	1,00	0,84	0,63
	бюджет	0,03	0,75	1,00	1,14
	контракты	0,05	0,42	0,48	0,06
Содержательная ценность	уникальность	0,63	0,94	0,66	0,25
	соответствие поставленным целям	0,97	0,16	0,66	1,28
	отсутствие дефектов	0,59	0,19	1,00	1,00
	инновации	0,91	0,91	0,20	0,75
Итог		5,02	7,47	8,24	8,64

По результатам проведенного исследования можно сделать вывод, что на стадии инициации проекта первоочередное внимание следует уделять обеспечению соответствия поставленным целям и задачам проекта (0,97 баллов), разработке направлений внедрения инновационных решений при реализации проекта (0,9 баллов); на стадии планирования и разработки проекта наиболее значимыми компонентами является оценка возможных затрат на реализацию проекта (1,36 балла), учет возможных рисков проекта (1,0 балл), обеспечение уникальности проекта (0,94 балла); на стадии организации выполнения проекта важными компонентами ценности выступают: формирование команды проекта (1,5 балла), обеспечение эффективных коммуникаций как внутри проекта так и во взаимодействии с внешним окружением (0,98 балла), соблюдение бюджета проекта (1,0 балл) и обеспечение бездефектности в процессе реализации проекта (1,0 балл); стадия завершения уделяется важное внимание соответствию проекта поставленным целям (1,28 балла), соблюдению сроков проекта (1,22 балла) и бюджета (1,14 балла).

Проведенное исследование по оценке значимости ценности компонентов ценности в процессе реализации проекта подтверждает теорию авторов о зависимости ценности проекта от этапа его жизненного цикла. Полученные результаты являются основой для дальнейшей оценки ценности конкретных проектов с учетом значимости ценностных компонентов.

Представим графически проектный треугольник ценности на стадии инициации проекта (рис. 2).

Ternary Graph (Spreadsheet1 10v*16c)
 $Var4 = -1,5204*x+1,0965*y-0,4638*z+3,0478*x*y+5,3264*x*z-0,3713*y*z$

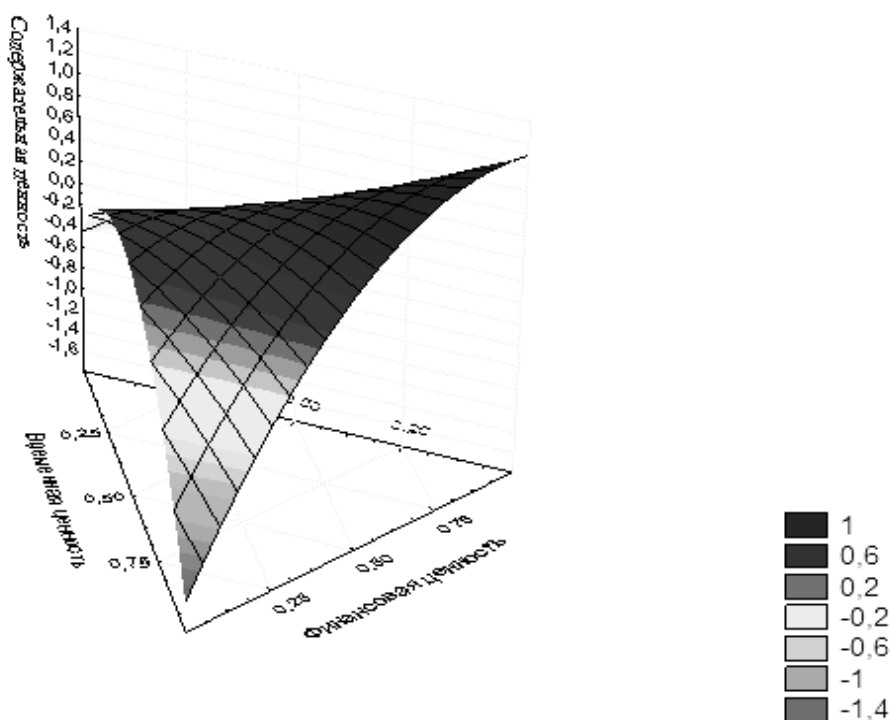


Рисунок 2 - Проектный треугольник ценности на стадии инициализации проекта

Сторонами-ограничениями в данном треугольнике выступают предложенные три индикатора ценности, что позволяет определить степень влияния каждого из них на итоговую ценность и качество проекта.

Заключение

Таким образом, в статье разработана модель оценки значимости ценностных компонентов проекта на каждом этапе жизненного цикла: инициализации проекта, планирования и разработки проекта, организации выполнения проекта, завершения проекта. Ценность проекта предложено рассматривать через индикаторы ценности проекта (временную, финансовую и содержательную ценности), а представленные индикаторы дополнены двенадцатью компонентами ценности проекта (коммуникации, сроки проекта, команда, ресурсы, оценка затрат, риски проекта, бюджет, контракты уникальность, соответствие поставленным целям, отсутствие дефектов, инновации). Авторами разработан проектный треугольник ценности, который позволит оценить ценность проекта на каждом из этапов его жизненного цикла.

Библиография

1. Борисов Е.А. и др. Анализ ценностно-ориентированного подхода для решения различных бизнес-задач предприятия // Теория и практика современной науки. 2019. № 1 (43). С. 168-171.
2. Бушуев С.Д. Механизмы формирования ценности в деятельности проектно-управляемых организаций // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. 2010. Вып. 1/2 (43). С. 4-9.
3. Григорян Т.Г., Корзняков А.С. Ценностно-ориентированное управление содержанием инновационных проектов в условиях кризиса // Технологический аудит и резервы производства. 2015. Т. 2. № 2 (22). С. 49-53. DOI 10.15587/2312-8372.2015.40878
4. Григорян Т.Г. Совершенствование процессов принятия решений в управлении проектами // Восточно-Европейский журнал передовых технологий. 2012. Т. 1. № 12 (55). С. 44-46.
5. Мохначев С.А., Грахова Е.В., Власов Д.С. Особенности управления предметной областью проекта общенационального значения // Фундаментальные исследования. 2016. № 2-2. С. 411-415.
6. Самсонова Т.А. Ценностно-ориентированный подход в вопросе цифровизации экономики // Мягкие измерения и вычисления. 2019. № 10(23). С. 14-18.
7. Тофан А.Л. Управление проектами на основе критериев безопасности предприятия // Донецкие чтения 2021: образование, наука, инновации, культура и вызовы современности. Донецк, 2021. С. 90-92.
8. Шарифуллина А.Т. Анализ стратегической эффективности организационной деятельности с учетом ценностно-ориентированного подхода // Наука и бизнес: пути развития. 2019. № 4 (94). С. 179-181.
9. Щербакова Н.А. Учет тенденций развития региона в ценностно-ориентированном менеджменте // Модернизация российской экономики: императивы, проблемы, концепции. Новосибирск, 2012. С. 77-82.
10. Marinescu P. Management de proiect. – Editura Universităţii din Bucureşti, 2005.

Value-oriented approach in project marketing

Alla N. Germanchuk

Doctor of Economics,
Professor of the Department of Marketing Management,
Donetsk National University of Economics and Trade,
283050, 31, Shchorsa str., Donetsk;
e-mail: allagerm@rambler.ru

Sergei V. Vasil'ev

Applicant at the Department of Marketing Management,
Donetsk National University of Economics and Trade,
283050, 31, Shchorsa str., Donetsk;
e-mail: emelyanich@gmail.com

Abstract

The subject of the article is the consideration of a value-oriented approach in project marketing. The purpose of the article is to develop a model for assessing the significance of the value components of a project at each stage of the life cycle, which allows assessing the value of a particular project, as well as determining the order of development of marketing support for project implementation. The methodological basis of the study is a comprehensive and systematic analysis, synthesis. The authors consider the value of the project through a set of certain characteristics that meet the requirements of each of the stakeholders. It is proposed to consider the value of the project through three indicators of the value of the project (time, financial and content values), each of which is supplemented by the components of the project value. The authors have developed a project value triangle that will allow assessing the value of a project at each stage of its life cycle. The article has developed a model for assessing the significance of the value components of the project at each stage of the life cycle: project initialization, project planning and development, organization of project implementation, project completion. It is proposed to consider the value of the project through project value indicators (time, financial and content values), and the presented indicators are supplemented by twelve components of the project value.

For citation

Germanchuk A.N., Vasil'ev S.V. (2022) Tsennostno-orientirovannyi podkhod v proektnom marketing [Value-oriented approach in project marketing]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 12 (8A), pp. 272-279. DOI: 10.34670/AR.2022.12.98.032

Keywords

Project marketing, project value, stakeholders, project life cycle, economics.

References

1. Borisov E.A. et al. (2019) Analiz tsennostno-orientirovannogo podkhoda dlya resheniya razlichnykh biznes-zadach predpriyatiya [Analysis of a value-oriented approach for solving various business problems of an enterprise]. *Teoriya i praktika sovremennoi nauki* [Theory and practice of modern science], 1 (43), pp. 168-171.
2. Bushuev S.D. (2010) Mekhanizmy formirovaniya tsennosti v deyatelnosti proektno-upravlyaemykh organizatsii [Mechanisms of value formation in the activities of project-managed organizations]. *Vostochno-Evropeiskii zhurnal peredovykh tekhnologii* [Eastern European Journal of Advanced Technologies], 1/2 (43), pp. 4-9.
3. Grigoryan T.G., Korznyakov A.S. (2015) Tsennostno-orientirovannoe upravlenie soderzhaniiem innovatsionnykh proektov v usloviyakh krizisa [Value-oriented management of the content of innovative projects in a crisis]. *Tekhnologicheskii audit i rezervy proizvodstva* [Technological audit and production reserves], 2(22), pp. 49-53. doi 10.15587/2312-8372.2015.40878.
4. Grigoryan T.G. (2012) Sovershenstvovanie protsessov prinyatiya reshenii v upravlenii proektami [Improvement of decision-making processes in project management]. *Vostochno-Evropeiskii zhurnal peredovykh tekhnologii* [Eastern European Journal of Advanced Technologies], 12 (55), pp. 44-46.
5. Marinescu, P. (2005). Management de proiect. Editura Universității din București.

6. Mokhnachev S.A., Grakhova E.V., Vlasov D.S. (2016) Osobennosti upravleniya predmetnoi oblast'yu proekta obschenatsional'nogo znacheniya [Features of managing the subject area of a project of national importance]. *Fundamental'nye issledovaniya* [Fundamental Research], 2-2, pp. 411-415.
7. Samsonova T.A. (2019) Tsennostno-orientirovannyj podkhod v voprose tsifrovizatsii ekonomiki [Value-oriented approach to the issue of digitalization of the economy]. *Myagkie izmereniya i vychisleniya* [Soft Measurements and Computing], 10 (23), pp. 14-18.
8. Scherbakova N.A. (2012) Uchet tendentsii razvitiya regiona v tsennostno-orientirovannom menedzhmente [Accounting for regional development trends in value-oriented management]. In: *Modernizatsiya rossiiskoi ekonomiki: imperativy, problemy, kontseptsii* [Modernization of the Russian economy: imperatives, problems, concepts]. Novosibirsk.
9. Sharifullina A.T. (2019) Analiz strategicheskoi effektivnosti organizatsionnoi deyatel'nosti s uchedom tsennostno-orientirovannogo podkhoda [Analysis of the strategic effectiveness of organizational activity, considering the value-oriented approach]. *Nauka i biznes: puti razvitiya* [Science and business: ways of development], 4 (94), pp. 179-181.
10. Tofan A.L. (2021) Upravlenie proektami na osnove kriteriev bezopasnosti predpriyatiya [Project management based on enterprise security criteria]. In: *Donetskie chteniya 2021: obrazovanie, nauka, innovatsii, kul'tura i vyzovy sovremennosti* [Donetsk Readings 2021: Education, Science, Innovation, Culture and Modern Challenges]. Donetsk.