

ЗБІРНИК

ПРОЄКТНИЙ ТА ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ: НОВІ ЗНАННЯ НА БАЗІ ДВОХ МЕТОДОЛОГІЙ

МАТЕРІАЛИ II-ї НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ '2022



Politechnika
Łódzka

2022

Міністерство освіти і науки України
Інститут модернізації та змісту освіти
Одеський національний морський університет
Український державний університет науки і технологій
Inveni Portum Solutions GmbH (Німеччина)
Братиславський університет економіки і
менеджменту (Братислава, Словачька Республіка)
Лодзинський технологічний університет (Лодзь, Польща)
Науковий центр досліджень соціального розвитку країн
«Одного поясу, одного шляху» (КНР, Україна)
Центр дослідження Китаю (КАСН – ОНМУ) (КНР, Україна)



**ПРОЄКТНИЙ ТА ЛОГІСТИЧНИЙ
МЕНЕДЖМЕНТ: НОВІ ЗНАННЯ НА БАЗІ
ДВОХ МЕТОДОЛОГІЙ**
МАТЕРІАЛИ
II-ї НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ '2022

ЗБІРНИК

*Серія
«Проектний та логістичний менеджмент:
нові знання на базі двох методологій»,
Том 6*

Одеса
КУЛПРІЄНКО СВ
2022

УДК: 656.076.658.821
П 791

Рекомендовано до видання:
Протокол № 5 засідання Вченої ради ОНМУ від 23 листопада 2022 року

П 791 **Проектний та логістичний менеджмент: нові знання на базі двох методологій. Том 6 : збірник наукових праць.** – Одеса: КУПРІЄНКО СВ, 2022 – 185 с.: іл., табл. - (Серія «Проектний та логістичний менеджмент: нові знання на базі двох методологій», Том 6)
ISBN 978-617-7880-35-5

У збірнику наведено матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції «Проектний та логістичний менеджмент: нові знання на базі двох методологій».

Збірник становить інтерес для наукових та науково-педагогічних працівників, фахівців з менеджменту, здобувачів вищої освіти, чий професійні та практичні інтереси пов'язані з управлінням та розвитком підприємств в умовах викликів зовнішнього середовища .

Матеріали публікуються за оригіналами, що подані авторами.

УДК: 656.076.658.821

ISBN 978-617-7880-35-5

© Колектив авторів, 2022

Оргкомітет:

Голова оргкомітету:

Сергій Руденко, д.т.н., проф. – ректор Одеського національного морського університету, Президент КАСН-ОНМУ (м. Одеса, Україна)

Заступники голови:

Інна Лапкіна, д.е.н., проф. – завідувач кафедри управління логістичними системами і проектами ОНМУ (м. Одеса, Україна)

Микола Малаксіано, д.т.н, проф. – завідувач кафедри технічної кібернетики й інформаційних технологій ім. проф. Р.В. Меркта ОНМУ (м. Одеса, Україна)

Організаційний комітет:

Віктор Берестенко – Президент Асоціації міжнародних експедиторів України (м. Одеса, Україна)

Світлана Гловацька, к.т.н., доц. – директор КАСН-ОНМУ, декан факультету по роботі з іноземними студентами ОНМУ (м. Одеса, Україна)

Дмитро Ковтун – логіст компанії H&S Group Transport Sp. z.o.o. (Нідерланди, Польща)

Валентина Молоканова, д.т.н., проф. - професор кафедри системного аналізу та управління Національного технічного університету «Дніпровська політехніка» (м. Дніпро, Україна)

Світлана Онищенко, д.е.н., проф. – директор Навчально-наукового інституту морського бізнесу ОНМУ (м. Одеса, Україна).

Віталій Петренко, д.т.н., проф., заслужений діяч науки і техніки України - професор кафедри інтелектуальної власності та управління проектами Національної металургійної академії України (м. Дніпро, Україна)

Варвара Пітерська, д.т.н., проф. – професор кафедри експлуатації портів і технології вантажних робіт ОНМУ (м. Одеса, Україна)

Михайло Постан, д.е.н., проф. – завідувач кафедри менеджменту і маркетингу ОНМУ (м. Одеса, Україна)

Анджей Рихлік, д.т.н. – Лодзинський технологічний університет (Лодзь, Польща).

Ірина Савельєва, д.е.н., проф. – проректор з наукової роботи ОНМУ (Одеса, Україна).

Євген Савченко - провідний консультант, експерт з розвитку бізнесу та управління портами, Inveni Portum Solutions GmbH (Гамбург, Німеччина).

Станіслав Філін, PhD - Голова Вченої ради Школи економіки і менеджменту, Братиславський університет економіки і менеджменту (Братислава, Словачька Республіка).

Наталія Філіпенко, д.ю.н., доц. - доцент кафедри права гуманітарно-правового факультету Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського "Харківський авіаційний інститут" (м. Харків, Україна)

Олександр Яценко, к.т.н., доц. - Ректор навчального закладу післядипломної освіти Інституту морегосподарства та підприємництва (Одеса, Україна)

Вчений секретар конференції:

Вікторія Смирковська, к.т.н., доц., ОНМУ

Технічні секретарі:

Інна Ходікова, ст. викладач, ОНМУ

Лариса Дмитрієва, ст. викладач, ОНМУ

З. Бушуєв, С., Бушуєва, Н., Онищенко, С., & Андрієвська, . В. (2022). Ентальпія як міра потенціалу організацій. *Управління розвитком складних систем*, (49), 5–11. <https://doi.org/10.32347/2412-9933.2022.49.5-11>

УДК 005.8:339.13

**КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ ЯК НЕОБХІДНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ
УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГАЛУЗЕВИХ
ПІДПРИЄМСТВ**

Корогод Наталія Петрівна,

кандидат педагогічних наук, професор кафедри інтелектуальної власності та управління проєктами Українського державного університету науки і технологій, м.Дніпро

Швець Євгенія Сергіївна,

старший викладач кафедри інтелектуальної власності та управління проєктами Українського державного університету науки і технологій, м.Дніпро

Управління проєктами в сучасних умовах ведення бізнесу вимагає від підприємств використовувати чіткі механізми управління проєктами та маркетингу, що дозволяють забезпечити їх реалізацію з максимальною рентабельністю, в найкоротші терміни і з найменшим ризиком. Водночас, діяльність певних галузевих організацій, наприклад будівельних, має свою особливу специфіку й оцінюється за основними показниками: введення в дію виробничих потужностей і об'єктів, обсяг будівельно-монтажних робіт по закінчених об'єктах або етапам робіт, прибуток тощо. Ця діяльність характеризується великою кількістю господарських операцій, а процес обробки виникаючої при цьому економічної інформації вимагає складних обчислень. Важливими є також аналіз й оцінка інноваційної привабливості підприємства, основу яких складають фінансові показники підприємства. Так, фінансовий стан будівельного підприємства лежить в основі ефективного проєктування будівельно-монтажних робіт та подальшого розвитку й стимулювання інноваційної діяльності. Основні проблеми таких підприємств в Україні пов'язані з необхідністю розвитку економічних зв'язків у постачанні комплектуючих, втратою традиційних ринків збуту продукції, а також технічною відсталістю та низькою, порівняно з міжнародними стандартами, якістю робіт і виробів, тощо [1].

Керівництво сучасного підприємства повинно добре розуміти, що в умовах ринкової економіки підприємство не може тривалий час займати стійку позицію, не враховуючи необхідність активізувати інноваційну діяльність, впровадження новітніх технологій, інноваційних проєктів. При входженні на новий ринок, при появі нових конкурентів, при прийнятті рішень про розширення виробництва або цього скорочення, при здійсненні інвестицій у модернізацію технологічного обладнання або оновлення продукції, що випускається, необхідна оцінка не тільки матеріальних активів підприємства, а особливо – його нематеріальних активів, портфелю інноваційних проєктів. Так,

зазвичай в будівельних компаніях одночасно виконується не один проєкт, а декілька, тому управляти певною кількістю проєктів стає складно. Крім того, проєкти можуть бути різнонаправленими (впровадження нового ІТ-забезпечення, будівництво різних об'єктів тощо). Досить часто виникають труднощі з розподілом трудових ресурсів – штат постійний, а проєктів, в яких вони беруть участь, – багато, і враховуючи це, часто виникає нестача наявних трудових ресурсів. Тому, для виконання будь-якого проєкту потрібні об'єднані, цілеспрямовані зусилля колективу людей (команди проєкту). Саме команда проєкту є найбільш гнучким елементом внутрішнього середовища проєктно-орієнтованої організації, яка, виконуючи організацію та реалізацією проєкту, повинна враховувати і здійснювати моніторинг інтересів всіх стейкхолдерів проєкту протягом всього життєвого циклу проєкту.

Реалізацією не одного, а декількох проєктів займаються великі компанії, які можуть об'єднувати десятки юридично незалежних підприємств. Для таких компаній актуально використання портфельного менеджменту, в процесі якого прийняті рішення можуть призвести до зміни мети, змісту проєкту і форм його фінансування. Очевидно, що основним стратегічним завданням управління проєктами такої компанії є встановлення балансу в системі цілей організації, програми її розвитку, команд менеджерів. Такий баланс, може бути досягнутий на основі аналізу причинно-наслідкових зв'язків між частинами компанії як окремої системи, тобто розгляд організації з проєктно-орієнтованим управлінням, через призму чинників методології проактивного управління, в основі якого лежать: інновації, проєкти, ринок (потреби), цілі, продукти (послуги) і технології, ризики і компетенції. При цьому першочерговим завданням стає розробка системи критеріїв, за якими повинні оцінюватися проєкти (продукт проєктів), що в свою чергу, виступають затребуваним товаром на ринку інноваційних проєктних технологій. А товар, в свою чергу, як економічна категорія, є складовою комплексу маркетингу.

Таким чином, в умовах сучасного підприємства виникає потреба розробки й вдосконалення системи управління й маркетингу проєктної діяльності, яка повинна функціонувати за допомогою спеціальних методів і ґрунтуватися на об'єктивному аналізі ситуації як усередині підприємства, так і на ринку праці (маркетингових дослідженнях). З цією метою використовують комплекс маркетингу, що, як правило, включає 4 елементи («концепція 4Р»): продукт (товар), ціну, доставку продукту споживачеві (збут, канали розповсюдження) та просування продукту. Комплекс маркетингу – це ланка між виробниками та споживачами, які утворюють сегменти ринку [2].

Очевидно, що благополуччя галузевого підприємства залежить не тільки від застосованого комплексу маркетингу, але й від тенденцій та подій, які існують у маркетинговому середовищі, що являє собою сукупність активних суб'єктів та сил, які діють за межами підприємства та впливають на можливості керівництва службою маркетингу встановлювати та підтримувати з цільовими клієнтами відносини успішної співпраці, зокрема, у сфері управління проєктами.

Щодо ціни (оцінювання) проєктів, то вона формується, враховуючи багато

факторів. Так, наприклад, сьогодні будівельники і проєктанти в цій галузі віддають перевагу технології монолітного будівництва – найбільш перспективна і зручна для зведення житлових будівель. Разом з цією технологією використовуються й інші сучасні технології, де шкідливих речовин куди менше, ніж у будівлях 10-15 річної давності. Проєктування будівель і монолітне будівництво ведеться за чітко відпрацьованою схемою, зведення будинків здійснюється в дуже короткі терміни без шкоди якості. Ця технологія носить сучасний, актуальний, інноваційний характер. В її основі лежать об'єкти інтелектуальної власності – об'єкти промислової власності (винаходи, корисні моделі й промислові зразки). Вартість такої технології має бути досить високою, рівно як проєкту її розроблення [3]. Отже, формування ціни надзвичайно важлива складова комплексу маркетингу проєкту.

У сучасних умовах при розробці й використанні проєктів не можна ігнорувати фактор глобального використання підприємствами інформаційних комп'ютерних мереж, зокрема Інтернету. Сайт будь-якої компанії – це повноправний інструмент бізнесу. Для успішної діяльності підприємства потрібно постійно працювати над сервісом і якістю своєї продукції, покращувати систему обслуговування, вдосконалювати маркетингову політику, приділяти велику увагу представництву підприємства в мережі Інтернет. Таким же фактором ефективного управління проєктами та маркетингу у цій сфері є реклама. Добре і правильно спланована рекламна кампанія - це успіх і розвиток будь-якого бізнесу. Всі ці інструменти також входять до комплексу маркетингу проєкту. На ефективність організації виконання галузевих проєктів впливає також своєчасно проведений моніторинг на усіх етапах їх життєвого циклу (таблиця 1).

У результаті моніторингу (перевірки) може виявитися, що деякі з результатів вимагають негайних корегувальних дій. Навіть прийняте рішення щодо зупинки проєкту особливо важливе у випадках, коли виконуваний проєкт зазнає невдачі. Затягування із прийняттям рішень про зупинку таких проєктів негативно впливає як на можливості компанії приступитися до виконання нових проєктів, так і на її репутацію. Участь виконавців в ухваленні рішення про завершення проєкту підсилює їхню лояльність і відданість компанії й сприяє росту їхньої зацікавленості в успіхах майбутніх проєктів.

При здійсненні моніторингу проєкту розглядають усі його складові, виявляють і вивчають його слабкі та сильні сторони, загрози й можливості тобто, проводиться SWOT-аналіз зовнішнього і внутрішнього оточення проєкту. Цей метод маркетингових досліджень досить актуальний для багатьох галузевих підприємств. У результаті такого аналізу видно ті види діяльності, для яких у існують як зовнішні, так і внутрішні можливості, а також - де стане в пригоді використання існуючого портфелю проєктів. Саме такі системні маркетингові методи широко використовуються менеджерами в ході управління проєктами на всіх фазах їхнього життєвого циклу: інвестиційної, розробці, реалізації й завершенні [4]. На всіх етапах виконання проєкту група ініціаторів і керівник проєкту зобов'язані відслідковувати, наскільки успішно проєкт просувається.

Таблиця 1 – Моніторинг організації виконання проєктів як інструмент маркетингу

Види моніторингу	Об'єкти моніторингу	Рекомендації, що сприятимуть якісному виконанню проєктів
<ul style="list-style-type: none"> - плановий; - позаплановий; - постачальників і субпідрядників; - якості проєкту; - безпеки проєкту; - команди проєкту 	<ul style="list-style-type: none"> - процеси управління проєктом; - застосовувані методи й процедури; - звітність проєкту; - основні характеристики проєкту; - бюджет проєкту й фактичні витрати на його виконання; - ступінь завершення проєкту 	<ul style="list-style-type: none"> - прогнозування й виявлення потенційно можливих проблем ще до того, як вони з'явилися й вийшли з-під контролю; - уточнення співвідношень між основними параметрами проєкту, витратами на нього й тривалістю виконання; - підвищення ефективності виконання проєктів; - створення умов впровадження технологічних удосконалень; - оцінка якості проєкту; - скорочення витрат; - прискорення отримання результатів проєкту; - виявлення помилок та похибок, їх виправлення й недопущення повторень у майбутньому; - забезпечення споживачів необхідною інформацією про проєкт; - зміцнення і стимулювання зацікавленості організації-виконавця проєкту.

Відомо чимало моделей, застосування яких може допомогти керівникам компаній у прийнятті рішень про доцільність продовження тих або інших проєктів. Найпоширеніші з них засновані на використанні відомих фінансових критеріїв, наприклад окупності або чистої наведеної вартості. Разом з тим, жодне рішення не може бути прийняте без урахування інших, стратегічних факторів, таких як значення проєкту для підтримки конкурентоспроможності або для забезпечення виживання організації.

Отже, розуміючи важливість удосконалення комплексу маркетингу, компанії мають шанси бути більш успішними у сфері управління проєктами, більш ефективними, прибутковими. Це виведе підприємство на новий рівень розвитку й впровадження нових високотехнологічних розробок.

Список джерел:

1. Бетьюлі Ф. Управление проектом. Перев. с англ.. В.Петрашов.М. ФАИР ПРЕС. 2004. 208 с.
2. Паленко. Маркетинг: Сутність маркетингу та його сучасна концепція. URL: <http://library.if.ua/book/22/1658.html>.
3. Сучасні технології будівельного виробництва URL: <http://ua-referat.com/%D0%A1%D1%8>
4. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності. К.: Знання-Прес, 2002. 384с.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1
АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ В
УМОВАХ ВИКЛИКІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

КЕЙС-ТЕХНОЛОГІЇ НАВЧАННЯ ЯК ОКРЕМИЙ ЗАСІБ ІНОВАЦІЇ В УМОВАХ ЗБРОЙНОЇ АГРЕСІЇ ПРОТИ УКРАЇНИ <i>Філіпенко Наталія Євгенівна, Спіцина Ганна Олександрівна</i> <i>Лукашевич Сергій Юрійович</i>	5
ОПТИМІЗАЦІЯ ВИМОГ ДО НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ ДЛЯ ВИКЛАДАЧІВ ЗВО ПРАВОВОЇ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ <i>Борщевська Олена Миколаївна</i>	8
ОХОРОНА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ТА АКАДЕМІЧНА ДОБРОЧЕСНІСТЬ У ЗАКЛАДАХ ВИЩОЇ СВІТИ <i>Гловацька Світлана Миколаївна</i>	11
СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ПРОСТІР ВИЩОЇ ШКОЛИ ЯК ОСНОВА ФОРМУВАННЯ ГАРМОНІЙНОЇ ОСОБИСТОСТІ СТУДЕНТА <i>Савич Анжеліка Вікторівна</i>	14
ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО ГЛОБАЛЬНОГО СВІТОГЛЯДУ ФАХІВЦЯ В ТЕХНІЧНІЙ ГАЛУЗІ В УМОВАХ СУЧАСНИХ ВИКЛИКІВ ЗОВНІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА <i>Жук Олег Олексійович</i>	17
ХАРАКТЕРИСТИКА УЧАСНИКІВ РИНКУ ФАХОВИХ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ <i>Фіногенова Ірина Олександрівна</i>	20
ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДОЛОГІЧНОЇ БАЗИ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ В УПРАВЛІННІ ПРОЄКТАМИ <i>Лапкіна Інна Олександрівна</i>	23
ВПРОВАДЖЕННЯ НЕФОРМАЛЬНОЇ ОСВІТИ З ІТ-СПЕЦІАЛЬНОСТЕЙ НА БАЗІ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЮ «МОЛОДШИЙ СПЕЦІАЛІСТ» <i>Саєнко Марина Володимирівна, Корхіна Інна Арнольдівна</i> <i>Петренко Віталій Олександрович</i>	27
ЄВРОПЕЙСЬКА ПРОГРАМА СОЦІАЛЬНОЇ ІНТЕГРАЦІЇ ТА АДАПТАЦІЇ <i>Ветошнікова Марина Анатоліївна</i>	29

**СУЧАСНИЙ СТАН ТА ЗАДАЧІ ОРГАНІЗАЦІЇ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ
КОНТРОЛЮ РЕЗУЛЬТАТІВ ПРОЦЕСУ НАВЧАННЯ.
(ЗА МАТЕРІАЛАМИ СТАТЕЙ ТА ВИСТУПІВ ПРОФ. МЕРКТ Р.В.)**

Меркт Олена Віталіївна..... 33

**СЕКЦІЯ 2
СУЧАСНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ МЕНЕДЖМЕНТУ НА
ПІДПРИЄМСТВАХ**

**ОЦІНКА ПОТЕНЦІАЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ В РАМКАХ СУЧАСНОЇ КОНЦЕПЦІЇ
УПРАВЛІННЯ**

Андрієвська Віра Олександрівна 35

**КОМПЛЕКС МАРКЕТИНГУ ЯК НЕОБХІДНИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ
УПРАВЛІННЯ ПРОЄКТАМИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГАЛУЗЕВИХ
ПІДПРИЄМСТВ**

Корогод Наталія Петрівна, Швець Євгенія Сергіївна..... 37

**СУТНІСТЬ ВЕНЧУРНОГО БІЗНЕСУ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ
В УКРАЇНІ**

Гребенник Наталя Григорівна, Мойсеєнко Влас Сергійович 41

**УПРАВЛІНСЬКА МОДЕЛЬ КОМПОЗИТНОГО ДОКУМЕНТООБИГУ
В МОРСЬКИХ ПОРТАХ УКРАЇНИ**

Корнієць Тетяна Євгенівна 43

**ІНСТРУМЕНТАРІЙ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ УПРАВЛІНСЬКОГО
ПЕРСОНАЛУ В МЕНЕДЖМЕНТІ ОРГАНІЗАЦІЇ**

Братченко Павло Віталійович..... 46

**СТОСОВНО УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ ЗА ДОПОМОГОЮ РЕСУРСНО-
ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ**

Прихно Юлія Євгенівна..... 50

**МОТИВУЮЧИЙ АСПЕКТ ІННОВАЦІЙНИХ ІНСТРУМЕНТІВ HR-
МЕНЕДЖЕНТУ**

Липчук Неоніла Віталіївна, Галюк Ірина Богданівна 51

**ПРОЄКТНО-ОРІЄНТОВАНА СИСТЕМА ПОРТФЕЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ
ТЕХНІЧНОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ І РЕМОНТУ «ТОіР»**

Головін Олександр Олександрович 53

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ЗБІРНИК

**ПРОЄКТНИЙ ТА ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ:
НОВІ ЗНАННЯ НА БАЗІ ДВОХ МЕТОДОЛОГІЙ
МАТЕРІАЛИ
II-ї НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ '2022**

Серія

*«Проектний та логістичний менеджмент:
нові знання на базі двох методологій», Том 6*

Видано у авторській редакції

Розробка оригінал-макету – к.т.н. Купрієнко С.В.

Підписано до друку: 20.11.2022 р
Формат 60x84/16. Ум.друк.арк. 10,71
Тираж 500 пр Зам. №02-22.

Видано:
КУПРІЄНКО СЕРГІЙ ВАСИЛЬОВИЧ
А/С 38, Одеса, 65001
e-mail: orgcom@sworld.education
www.sworld.education

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК-4298

ФОП Москвін А.А. Цифрова друкарня "Сору-Art"
М. Запоріжжя



ISBN 978-6-177880-35-5



9

786177

880355



