

Проект – це обмежений часовими рамками процес, що має визначений початок та кінець, зазвичай обмежений датою, але також може обмежуватися фінансуванням або досягненням результатів, який здійснюється для реалізації унікальних цілей та завдань, зазвичай, щоб призвести до вигідних змін або створення доданої вартості.

Головним завданням проектного управління є досягнення всіх цілей та виконання завдань проекту, одночасно виконуючи зобов'язання щодо наперед визначених обмежень проекту. Типовими обмеженнями є межі та зміст проекту, час, бюджет. Другорядним завданням, але більш амбітним, є оптимізація, розподілення та інтеграція завдань, необхідних для досягнення наперед визначених цілей. Під час пандемії світ зазнав багато змін і управління проектами не виняток. Доцільно виділити наступні проблеми:

- Під час пандемії багато малооплачуваних проектів припинили своє існування через нестачу коштів.
- Для багатьох учасників проектів стало незвичним працювати в онлайн режимі.
- Управління проектами онлайн стало дедалі важчим, тому що проконтролювати усе важко.
- Брак спеціалістів, що мають досвід в організації проектів онлайн.
- Стало важче надавати працівникам проектів мотивацію та підтримку.
- Зменшилася мотивація в команді (з'явилися проблеми в мотивації команди онлайн) через досить швидкий та неочікуваний перехід з офлайн формату в онлайн.

Пандемія внесла зміни в усі сфери життя і в управління проектами також. Це стало великим викликом для менеджерів та їхніх команд, але більшість змогли адаптуватися до мінливого середовища і продовжили створювати проекти.

Робейко Олександр

Західноукраїнський національний університет
м.Тернопіль

ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ У БІЗНЕС-МОДЕЛІ МІЖНАРОДНОЇ КОРПОРАЦІЇ

У сьогоднішньому динамічному і мінливому середовищі, джерелом якого є посилення конкуренції, глобалізації і поява нових технологій, інновації – це спосіб розвитку і досягнення високих показників, а також виживання в глобальній економіці. Бути лідером у конкурентному середовищі вимагає від організації бажання і здатності створювати і комерціалізувати процеси, продукти і нові бізнес-системи. Інновація може розглядатися як частина організаційної культури і може бути визначена як тенденція організації до інновацій.

Маркетингові стратегії пов'язані з інноваціями. Стратегія являє собою поєднання творчого підходу і кількісного і якісного аналізу. Ця комбінація

допомагає компаніям визначати нові можливості, пов'язані з клієнтами та ринком, і ділитися інформацією про конкурентів. Маркетинг – це ряд видів діяльності, які змінюються, тому що змінюються соціальні науки

На сьогоднішньому конкурентному ринку посилився конкурентний тиск. Клієнти можуть зіткнутися з величезним потоком інформації і продуктами різної якості. На цьому етапі складно залучити клієнтів і утримати їх на ринку, виходячи з поставлених цілей. У такій ситуації компаніям необхідно мати інтегровану стратегію, що враховує поєднання розуміння ринку і компанії, позиціонування бренду, процесів, управління і оперативного маркетингу.

Маркетингове та комерційне розуміння. Необхідно знати правила гри. У цьому випадку важливо, щоб малі та середні підприємства правильно розуміли ціни, місце розташування, положення конкурентів і поведінку на ринку для виживання та інновацій.

Позиціонування бренду. Для організації дуже важливо добре розуміти бренд у свідомості клієнтів. Ця діяльність стала можливою завдяки реалізації всього лише стратегії 4P.

Операційний маркетинг. Одна з основних проблем організацій – це управління ланцюжком поставок. Отже, для досягнення іншої позиції на ринку компанія повинна бути сильною з дуже сильним операційним аспектом, в залежності від цих рішень виконавчого агента.

Процеси і управління: в більшості організацій не вистачає навичок, технологій і управління. Хороша освідченість, правильне розуміння бізнесу, знання процесів і контроль комунікацій повинні стати складовими успішної стратегії підтримки компанії.

Інноваційні методи маркетингу повинні бути інтегровані і об'єднані з бізнес-стратегією. Таким чином, компанії можуть конкурувати і зберігати свої позиції на світових ринках. Технологічний прогрес не згадується при реалізації цього комплексного підходу. Для належного виконання інноваційних маркетингових стратегій компанії повинні впроваджувати технологічні розробки для інноваційних маркетингових стратегій. Одним з таких є управління відносинами з клієнтами: бізнес не може вижити без розуміння важливості цієї системи. Систему управління відносинами з клієнтами можна вважати важливим фактором в даний час. Це найпростіший спосіб зайняти помітну роль в міжнародному просторі і отримати конкурентну перевагу.

Перелік використаних джерел:

1. New business models for a new global landscape. URL: <https://www.bcg.com/publications/2017/globalization-new-business-models-global-landscape>

2. Developing an international marketing strategy. URL: <https://www.hult.edu/blog/developing-an-international-marketing-strategy>.