

## ОТЗЫВ

официального оппонента Иванова Михаила Федоровича на диссертационную работу **Васильева Сергея Вячеславовича** на тему: «Проектный маркетинг: ценностно-ориентированный подход», представленную на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг)

**Актуальность темы диссертационной работы.** В условиях быстро меняющегося рынка и постоянной конкуренции среди предприятий различных отраслей экономики проектный маркетинг позволяет организациям быть более реагирующими и инновационными в своей хозяйственной деятельности, что, в свою очередь, способствует увеличению конкурентоспособности и успешности ведения бизнеса. Проектный маркетинг направлен на внедрение гибкого и адаптивного подхода к решению задач и проблем, что в условиях постоянных изменений является основной задачей. Успешное управление маркетинговыми проектами требует командной работы, хорошего планирования и эффективной коммуникации между участниками проекта. Все это подтверждает актуальность и своевременность разработки концепции проектного маркетинга и непосредственно диссертационной работы Васильева С.В.

В свою очередь, разработка концептуальных и теоретико-методологических положений проектного маркетинга как основы обеспечения роста ценности разрабатываемых и реализуемых проектов, и удовлетворения ожиданий заинтересованных в положительном конечном результате участников приобретает все большее значение как для Донецкой Народной Республики, так и для Российской Федерации в целом. Отметим, что значимость данной тематики связана со Стратегией развития строительной отрасли и жилищно-коммунального хозяйства Российской Федерации на период до 2030 года и с прогнозом до 2035 года, где в части основных задач определено «...создание условий для преодоления последствий кризисных

явлений за счет строительной отрасли как основы восстановления экономики...».

**Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации.** Научные положения, выводы и рекомендации, сформулированные в диссертационной работе Васильева С.В., являются обоснованными. Автором проведено системное исследование теоретических основ проектного маркетинга, проанализирован обширный пул трудов отечественных и зарубежных ученых в области теории и практики проектного маркетинга, проведено исследование практики проектного маркетинга на примере строительных проектов, реализуемых на территории Донецкой Народной Республики, предложены рекомендации по совершенствованию проектного маркетинга в современных условиях.

Структура диссертации логична, разделы выстроены последовательно и взаимосвязаны между собой, цель и задачи сформулированы корректно, решения поставленных проблем аргументированы и оригинальны.

Обоснованность научных положений, выводов и рекомендаций Васильева С.В. подтверждается представлением результатов на семи международных научно-практических конференциях: «Молодежь и научно-технический прогресс» (г. Губкин, 2021 г.), «Актуальные проблемы социально-экономического и экологического развития промышленного региона» (г. Алчевск, 2021 г.), «Информационное пространство Донбасса: проблемы и перспективы» (г. Донецк, 2021 г.), «Фотинские чтения – 2022» (г. Ижевск, 2022 г.), «Вестник экономического научного общества студентов и аспирантов» (г. Санкт-Петербург, 2022 г.), «Проблемы управления – 2022» (г. Москва, 2022 г.), «Механизм реализации стратегии социально-экономического развития государства» (г. Махачкала, 2022 г.), «Современные тенденции управления, экономики и финансов в эпоху цифровизации» (г. Челябинск, 2023 г.). Автором опубликовано 7 статей в рецензируемых научных изданиях.

Представленные аргументы указывают на высокую степень обоснованности выдвигаемых на защиту научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации.

**Достоверность и новизна основных положений, выводов и рекомендаций, содержащихся в диссертации, и вклад автора.** Диссертационная работа Васильева Сергея Вячеславовича является результатом самостоятельных научных исследований автора, состоит из введения, трех разделов, заключения, списка использованной литературы и приложений.

Изложение научной работы представляет логически обоснованную последовательность решения задач исследования и представления решений как научных результатов в виде научных положений, выводов и рекомендаций, обладающую внутренним единством и отличающейся аргументированностью, высокой степенью детализации и визуализации излагаемого материала.

В первом разделе «Теоретические основы проектного маркетинга» рассмотрены специфика и проблематика маркетингового сопровождения проекта; исследованы значение и возможность практического применения ценностно-ориентированного подхода в проектном маркетинге; разработана концепция проектного маркетинга на основе ценностно-ориентированного подхода.

Автором дополнены и развиты теоретические положения проектного маркетинга как комплексной маркетинговой деятельности по созданию и продвижению привлекательного ценностного предложения, ориентированного на удовлетворение интересов всех участников проекта (стр. 24); дано уточненное понятие ценности проекта как совокупности характеристик проекта, удовлетворяющих ожиданиям стейкхолдеров, накапливаемых на протяжении жизненного цикла проекта, обеспечивающих полезность проекта с точки зрения его содержания, затрат и сроков

исполнения (стр. 44); предложены компоненты и индикаторы ценности проекта и дана их характеристика (стр. 45-46).

Вызывает научный интерес разработанная концепция проектного маркетинга, которая базируется на теоретических, методологических и практических основах, целью которой является достижение запланированных результатов проекта с учетом удовлетворения различных групп стейкхолдеров (стр. 64). В работе также представлена характеристика и вклад современных концепций в становлении проектного маркетинга (стр. 66).

Во втором разделе «Исследование практики проектного маркетинга» проведена диагностика бизнес-среды строительной отрасли Российской Федерации и Донецкой Народной Республики; проведен анализ процесса формирования ценности в проектном маркетинге; разработан методический подход к оценке эффективности проектного маркетинга.

Проведенная в работе диагностика бизнес-среды строительной отрасли Донецкой Народной Республики позволила определить основные тенденции ее развития (стр. 71-92). Автором сделан вывод, что основная деятельность строительной отрасли Донецкой Народной Республики (ДНР) в настоящее время заключается в восстановлении и капитальном ремонте ряда объектов жилищного фонда и социальной сферы. Наибольшие финансовые вложения в строительной отрасли ДНР направлены на отделочные, декоративные и прочие работы; на монтажные и прочие работы, на строительные, специализированные работы; на работы строительные по строительству автомагистралей, автомобильных дорог, улично-дорожной сети и пр. Это подтверждает востребованность разработок автора в части обеспечения ценности проектов в процессе их реализации.

С положительной точки зрения следует оценить предложенный автором подход к анализу ценности проекта в разрезе трех ее составляющих: содержательной ценности, финансовой ценности и временной ценности, что позволило определить наиболее значимые компоненты ценности проекта на каждой стадии его жизненного цикла (стр. 93-104), а также рассчитать

показатели ценности трех проектов, реализуемых на территории Донецкой Народной Республики (стр. 104 – 111).

Автором разработан и апробирован методический подход к оценке эффективности проектного маркетинга, охватывающий два направления: оценку уровня достижения целей (ожиданий) стейкхолдеров в процессе реализации проекта с расчетом влияния изменений целевых ориентиров на состояние результирующего показателя и оценку маркетинговых рисков для каждой из групп стейкхолдеров в разрезе этапов жизненного цикла проекта (стр. 111-140). Использование данного методического подхода будет способствовать повышению качества разрабатываемых маркетинговых программ реализации проектов.

В третьем разделе «Совершенствование проектного маркетинга в современных условиях» обоснованы рекомендации по совершенствованию маркетингового инструментария в процессе разработки и реализации проектов; разработана модель формирования ценности проекта; сформирован портфель маркетинговых стратегий проекта.

Отличается научной новизной предложенная модель формирования ценности проекта, основанная на создании карты ценностного предложения для каждой из групп стейкхолдеров проекта (внутренние стейкхолдеры, деловое окружение, клиенты, общественность), которая конкретизирует их ценностную позицию и ценностные ожидания, и определяет направления разработки соответствующих маркетинговых усилий по продвижению и реализации проекта, что позволит обеспечить удовлетворенность результатами проекта всех заинтересованных сторон (стр. 157-163).

Теоретическая значимость полученных результатов определена актуальностью цели и задач исследования, достигнутым уровнем разработанности изучаемой проблемы, научной новизной, которая получена в результате исследования, и заключается в научном решении задачи по совершенствованию проектного маркетинга на основе ценностно-ориентированного подхода.

Практическая ценность исследования заключается в возможности использования предложенных рекомендаций при разработке и реализации проектов Министерствами строительства и ЖКХ РФ и ДНР, и проектными организациями строительной отрасли Донецкой Народной Республики и Российской Федерации. Наибольшую практическую ценность имеют разработанные предложения и рекомендации в части определения значимости ценностных компонент проекта для различных стадий его реализации; методика оценки стоимости проекта в разрезе содержательной, финансовой и временной ценности; методический подход к оценке маркетинговых рисков стейкхолдеров проекта в зависимости от стадий жизненного цикла проекта; комплекс рекомендаций по совершенствованию маркетингового инструментария в процессе разработки и реализации проектов; рекомендованный портфель маркетинговых стратегий проекта.

**Дискуссионные положения и замечания диссертации.** Несмотря на полное решение ключевых задач исследования, теоретическую и практическую значимость полученных результатов, следует указать на некоторые замечания к представленной работе:

1. В первом разделе диссертационной работы автор делает вывод, что «...результативность комплекса маркетинговых решений при реализации проекта зависит от воздействия рыночных факторов, степень отрицательного влияния которых на проект может быть значительной» (стр. 28). Желательно было в работе дать характеристику этих факторов с указанием направленности их влияния.

2. Рассматривая проектный маркетинг, как деятельность, направленную на удовлетворение интересов стейкхолдеров проекта, автору целесообразно было провести более детальную идентификацию возможных участников проектов в разрезе выделенных групп (внутренние стейкхолдеры, деловое окружение, клиенты, общественность) для обоснования механизмов взаимодействия с ними.

3. При проведении анализа реализации проектов в Российской Федерации (рис. 2.2, стр. 73) следовало бы представить статистический прогноз на будущие периоды в соответствии с Прогнозом долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2030 г., разработанный Минэкономразвития России.

4. На стр. 114-118 представлен анализ использования Agile-технологий при реализации проектов в Донецкой Народной Республике, однако в дальнейшем ценности Agile не учитываются и не рассматриваются. Чем обосновано данное видение автора и какое значение это имеет в рамках работы?

5. В подразделе 3.2 автором разработана карта ценностного предложения для клиентов (стр. 160 диссертации), в которой автору следовало бы рассмотреть возможность обеспечения клиентоориентированности, как современного подхода к бизнесу в рамках потребностей и ожиданий клиентов.

Стоит отметить, что представленные замечания носят дискуссионный характер и не снижают теоретической и практической значимости диссертационного исследования Васильева С.В., и, соответственно, могут являться возможными направлениями дальнейших научных исследований в данном направлении.

**Заключение о соответствии диссертации Положению о присуждении ученых степеней.** Детальное изучение основных положений диссертации и автореферата позволяет утверждать, что работа является законченной, самостоятельной, написанной на актуальную тему, обладает целостной структурой, содержит научную новизну и практическую значимость в исследуемой области знаний.

Диссертация соответствует Паспорту научной специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг): 10.2. Современные направления и тренды развития маркетинговой деятельности; 10.5. Маркетинг на рынках товаров и услуг. Маркетинговые стратегии и маркетинговая деятельность хозяйствующих субъектов.

Диссертация представляет собой завершенную научно-квалификационную работу и содержит решение научной задачи в области разработки концептуальных и теоретико-методологических положений проектного маркетинга как основы обеспечения роста ценности разрабатываемых и реализуемых проектов, и удовлетворения ожиданий заинтересованных в положительном конечном результате участников.

Диссертационная работа отвечает требованиям Положения о присуждении ученых степеней, а ее автор, Васильев Сергей Вячеславович, заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3 – Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

*Я, Иванов Михаил Федорович, согласен на автоматизированную обработку моих персональных данных.*

Официальный оппонент:  
доктор экономических наук, доцент,  
заведующий кафедрой менеджмента  
строительных организаций  
ФГБОУ ВО «Донбасская академия  
строительства и архитектуры»

М.Ф. Иванов

«2» мая 2024 г.

Подпись д.э.н., доцента Иванова М.Ф. удостоверяю.  
Врио начальника отдела кадров ФГБОУ ВО  
«Донбасская национальная академия  
строительства и архитектуры»



Т.В. Венкова

Контактные данные:  
286123, ДНР, г. Макеевка, ул. Державина, 2  
e-mail: [mso@donnasa.ru](mailto:mso@donnasa.ru)  
сайт: <http://donnasa.ru>  
тел. +79493388401