

ОТЗЫВ ОФИЦИАЛЬНОГО ОППОНЕНТА

**Тофан Ангелины Львовны 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 выбранной темы

Повышение конкурентоспособности российской экономики в условиях санкционных ограничений непосредственно связано с необходимостью рационализации методов ведения хозяйственной деятельности, активизацией инвестиций и внедрением инновационных подходов в развитие бизнеса. В этих условиях ведущая роль отводится проектному маркетингу как способу привлечения внимания потенциальных клиентов, инвесторов и партнеров, выстраивания эффективных взаимоотношений со всеми заинтересованными участниками проекта, а разработка эффективных маркетинговых стратегий становится необходимостью для организаций, желающих выделиться на фоне конкурентов, а также становится средством для достижения успеха.

Исследования, посвященные проектному маркетингу в контексте развития проектного управления, проводятся и в нашей стране, и за рубежом, но проблематика анализа ценностно-ориентированного подхода практически не разработана, хотя и становится все более востребованной и перспективной. Это обусловило актуальность темы диссертационной работы Васильева С.В., определило цель и логику исследования.

Степень обоснованности научных положений, выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертации

Обоснованность выводов и рекомендаций, сформулированных в диссертационной работе, базируется на научных концепциях и подтверждена корректным теоретическим обоснованием разработок российских и зарубежных ученых по проблемам разработки и реализации проектов,

маркетинга проектов и проектного маркетинга. Тщательное изучение и анализ научных публикаций, посвященных различным концепциям современной экономической науки (концепция воспринимаемой ценности, концепция ценностного маркетинга, концепция управления стоимостью компании, теория стейкхолдеров, концепция управления проектами и др.) позволили автору данного исследования получить объективное представление о состоянии изучаемой проблемы, определить и сформулировать цель, задачи и методы исследования.

Степень обоснованности положений, которые выдвигает автор, достигаются за счет применения методов научных исследований, показавших свою надежность и использования подходящего аналитического аппарата, адекватного применения статистических и математических методов при решении поставленных задач. В диссертации нашли применение такие общенаучные методы, как метод анализа и синтеза, сравнения, индукции и дедукции; методы экспертных оценок, метод парных сравнений с использованием шкалы относительной важности по Т. Саати; матричный метод, метод сравнений и аналогий; экономико-статистические методы; метод логического обобщения.

В целом научные положения, выводы и рекомендации, представленные в диссертации Васильева С.В., корректно обоснованы в соответствии с поставленной целью и логикой построения исследования, сопровождаются широким использованием в качестве теоретической и методической основы диссертационного исследования фундаментальных и прикладных научных работ, ведущих отечественных и зарубежных исследователей в сфере проектного маркетинга и маркетинга проектов. Основные положения результатов, выносимые на защиту, определены четко и полностью находятся в соответствии с задачами диссертации.

Практическая ценность исследования заключается в возможности использования предложенных рекомендаций при разработке и реализации проектов профильными министерствами 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.

Основные научные положения доведены до уровня практических рекомендаций и научно-методических подходов, выводов и разработанных предложений, которые были получены в результате исследования использованы предприятиями и организациями Российской Федерации и Донецкой Народной Республики, что подтверждено справками о внедрении.

Достоверность и новизна научных положений, выводов и рекомендаций, содержащихся в диссертации, и личный вклад автора

Научная новизна диссертационной работы Васильева С.В. состоит в разработке 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.

Изучение теоретических основ проектного маркетинга позволило уточнить понятийный аппарат проблемы исследования и дать авторские определения дефинициям: маркетинг проекта и проектный маркетинг (с. 24), определить проблематику проектного маркетинга (с. 31), а также сформулировать особенность маркетинговой деятельности строительных организаций (стр. 31-32).

Положительно следует оценить определенные автором возможности применения ценностно-ориентированного подхода в проектном маркетинге и

предложенную система компонентов и индикаторов ценности проекта (рис. 1.5, стр. 45), что определило логику дальнейших исследований в направлении анализа содержательной, финансовой и временной ценности проекта.

Научной новизной отличается предложенная автором концепция проектного маркетинга (с. 64), направленная на достижение запланированных результатов проекта с учетом удовлетворения различных групп стейкхолдеров. Предложенная концепция является важным научным вкладом в развитие теории и практики маркетинга, поскольку обеспечивает создание конкурентоспособного ценностного предложения для удовлетворения потребностей заинтересованных в конечном результате участников проекта.

В рамках исследования проектного маркетинга автором проведена диагностика бизнес-среды строительной отрасли Донецкой Народной Республики. Было установлено, что на территории Республики был проведен 181 тендер по вопросам полного строительства и реконструкции зданий и сооружений в 2022 г. В период с января 2020 г. по ноябрь 2022г. на реализацию заявленных тендеров было выделено 1595572368 руб. (с. 76-77). Продолжая данное исследование, автор проводит анализ формирования ценности в проектном маркетинге (с. 93-110) в разрезе трех ее составляющих: содержательная ценность (уникальность проекта, соответствие поставленным целям, инновации, отсутствие дефектов), финансовая ценность (оценка затрат, риски проекта, бюджет проекта, контракты проекта) и временная ценность (коммуникации проекта, сроки проекта, команда проекта, ресурсы проекта).

При проведении оценки эффективности проектного маркетинга автор определил целевые ориентиры для каждой из четырех групп стейкхолдеров (с. 120 -130), что выступило основой для разработки схематической основы для анализа маркетинговых рисков проекта (с. 132), а также позволило разработать 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 (с. 134-140).

Как теоретическую, так и практическую ценность имеет предложенная в работе модель формирования ценности проекта (с. 158), основанная на создании карты ценностного предложения для каждой из групп стейкхолдеров проекта (внутренние стейкхолдеры, деловое окружение, клиенты, общественность) (с. 159-163).

Существенным результатом проведенного исследования стал предложенный автором практический подход к формированию портфеля маркетинговых стратегий проекта (рис. 3.6, стр. 174), в котором для каждой группы стейкхолдеров предложен комплекс маркетинговых усилий, стратегические направления роста ценности проекта и стратегические направления управления маркетинговыми рисками проекта, что будет способствовать разработке маркетинговой стратегии для каждой группы стейкхолдеров.

Дискуссионные положения и замечания относительно содержания диссертационной работы

Несмотря на отмеченные достоинства диссертационной работы Васильева С.В. и высокий уровень научно-практической разработки проблематики исследования, работа содержит ряд дискуссионных положений, требующих уточнения и дополнительного обоснования:

1. В теоретическом разделе диссертационной работы (подраздел 1.1) целесообразно показать точку зрения зарубежных ученых в отношении терминов «маркетинг проекта» и «проектный маркетинг» (с. 21-23).

2. В разделе 2 диссертационной работы представлен анализ цифровизации строительной отрасли Донецкой Народной Республики и отмечается низкий уровень digital-трансформации (С. 83-92). На наш взгляд, следовало бы провести анализ в разрезе стоимости таких цифровых технологий, а также доступность их использования на территории в рамках санкций и ограничений.

3. При проведении анализа маркетинговых рисков для четырех групп стейкхолдеров на стадиях жизненного цикла проекта автор не рассматривает риски, связанные с интернет-средой и различными интернет-сообществами. Автору следовало дополнить группы рисков указанными (с. 134-139).

4. В диссертации целесообразно было больше внимания уделить исследованию маркетинговой деятельности строительных организаций в элементах комплекса проектного маркетинга.

5. Несмотря на наличие в работе методического подхода к оценке эффективности проектного маркетинга, автором не рассматривается с методической точки зрения оценка таких важных эффектов как улучшение потребительского опыта, увеличение доверия к строительным организациям и улучшение восприятия их бренда.

Приведенные замечания не снижают общей положительной оценки исследования, а позволяют определить наиболее дискуссионные положения и уточнить позицию соискателя по ним.

**Заключение о соответствии диссертации Положению о порядке
присуждения ученых степеней**

Общая положительная оценка диссертации Васильева С.В. позволяет утверждать, что автором предоставлено завершенное научное исследование, в котором на высоком уровне обоснованы теоретико-методологические положения и практические рекомендации по совершенствованию проектного маркетинга на основе ценностно-ориентированного подхода.

Общие результаты научно-практических и теоретико-методических разработок по исследованной Васильевым С.В. проблеме опубликованы диссертантом в открытой печати – в 16-ти научных работах, включая 7 статей в рецензируемых научных изданиях, 1 статью в прочих изданиях, 8 трудов апробационного характера. Общий объем публикаций – 4,9 печ.л., из которых 4,53 печ.л. принадлежит лично автору.

В целом, с точки зрения актуальности поднимаемых автором в исследовании проблем и уровня их научно-практической разработки, можно сделать вывод, что диссертация Васильева Сергея Вячеславовича на тему «Проектный маркетинг: ценностно-ориентированный подход» соответствует требованиям, предъявляемым к данному рода работам, а ее автор заслуживает присуждения ученой степени кандидата экономических наук по специальности 5.2.3. Региональная и отраслевая экономика (маркетинг).

Я, Тофан Ангелина Львовна, согласна на автоматизированную обработку моих персональных данных.

Официальный оппонент:
кандидат экономических наук
(08.00.03 – Экономика и управление народным хозяйством),
доцент кафедры экономики предприятия
ФГБОУ ВО «ДонГУ»



А.Л. Тофан

16 апреля 2014 г.

УЧЕНЫЙ СЕКРЕТАРЬ

М.Н. ПИХАЛЬЧЕНКО



Контактные данные:
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Донецкий государственный университет»
283001, ДНР,
г. Донецк,
ул. Университетская, дом 24
e-mail: kf.economy_firm@donnu.ru
тел. +7 856 302-09-71
сайт организации <http://donnu.ru/>