Богомолова А.В.

к.с.н., доцент кафедры социологии и управления,

 ФГБОУ ВО «Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского»

Россия, г. Липецк

e-mail: bogomolova-av@yandex.ru

Степанова А.Д.

магистрант ИИПИОН (институт истории, права и общественных наук)

ФГБОУ ВО «Липецкий государственный педагогический университет имени П.П. Семенова-Тян-Шанского»

Россия, г. Липецк

e-mail: nastyusha.stepanova.1999@mail.ru

**РАЗВИТИЕ БРЕНДА КОМПАНИИ И ПРОЕКТНОЕ УПРАВЛЕНИЕ**

**Ключевые слова:** проектный подход, управление проектами, проект, бренд, проектное управление, маркетинг.

**Аннотация:** В статьерассмотрено «проектное управление», рассмотрена теоретическая часть проектного управления в развитии и управлении бренда компании. Представлены принципы проектного управления и основные аспекты успешного проекта. Также приведен пример управления компанией способом исследовательской работы. Цель исследования: теоретически обосновать актуальность проектного управления в создании и развития бренда в современном конкурентоспособном мире. Для этого были исследованы следующие задачи: дать определение проектного управления, принципы управления проектами, дать определение бренду, описать успешный проект, показать значимость, выявить принципы бренда. В результате было выявлено, что проектное управление является эффективным инструментом для управления компанией в любой сфере деятельности.

*A.V. Bogomolova, A.D. Stepanova*

**COMPANY BRAND DEVELOPMENT AND PROJECT MANAGEMENT**

**Keywords:** project approach, project management, project, brand, project management, marketing.

**Abstract:** The article considers "project management," considers the theoretical part of project management in the development and management of the company's brand. The principles of project management and the main aspects of a successful project are presented. There is also an example of how the company manages the research method. The purpose of the study: to theoretically justify the relevance of project management in creating and developing a brand in a modern competitive world. To do this, the following tasks were investigated: to define project management, principles of project management, to define a brand, to describe a successful project, to show significance, to identify brand principles. As a result, it was revealed that project management is an effective tool for managing the company in any area of ​ ​ activity.

Проектный подход позволяет более эффективно использовать ресурсы, оптимизировать процессы и достигать поставленных целей. Однако, для успешной реализации проектов необходимо проводить исследования, которые позволяют определить проблемы и потребности организации, а также разработать эффективные стратегии и планы действий. Поступательное развитие всех сфер жизни в стране, в том числе маркетинга, неразрывно связано с эффективностью государственного управления. В этой связи система проектного управления должна быть внедрена и соответствующим образом скорректирована с учетом требований организации и являться мощным инструментом ее развития[5].

В настоящее время проектное управление используется не только на крупных предприятиях, но и в некоммерческих организациях, государственном управлении, а также активно внедряется в сферу предприятий, оказывающих различные услуги [4]. 1 сентября 2012 года состоялось важное событие в области российского проектного менеджмента: вступили в силу национальные стандарты проектного управления, программами и портфелями проектов (ГОСТ Р 54869-2011, ГОСТ Р 54870-2011) [6]. Эти разработанные стандарты могут быть успешно использованы в любой деятельности, так как они нуждаются в более упрощенных методах управления проектами. В настоящее время термин «проект» все чаще используется на предприятиях из разных сфер деятельности.

Проект – это совокупность взаимосвязанных мероприятий, направленных на создание уникального продукта или услуги в условиях временных и ресурсных ограничений [3]. С каждым годом растет число крупных и средних организаций, которые обращаются к управлению проектами. Малые предприятия не являются исключением, они также склонны применять проектное управление, но не в полном объеме и со своими особенностями. Использование технологий проектного управления в современной экономике необходимо не только для выживания, но и для процветания практически каждого коммерческого предприятия.

Для доказательства вышеперечисленного мы говорим о том, что в 2013 году в Российской Федерации был создан Совет по внедрению принципов проектного управления в органах власти. Методические рекомендации, разработанные этим Министерством устанавливают цели реализации управления проектами, а точнее:

1. достижение результатов в очень короткие сроки;
2. более эффективное использование бюджетных ресурсов;
3. обоснованность;
4. своевременность;
5. прозрачность [1].

Бренд - это комплексное понятие, которое включает в себя не только название, логотип и упаковку продукта, но и ценности, идеалы, имидж и репутацию компании. Бренд - это своего рода обещание, которое компания дает своим потребителям о качестве своих товаров и услуг. Он помогает потребителю определиться с выбором и создает узнаваемый образ компании на рынке. Брендирование является одним из важных инструментов маркетинга, который помогает компаниям создавать уникальный имидж и увеличивать свою конкурентоспособность.

По определению Ф. Котлера, бренд - это название, термин, знак, символ или рисунок, или их сочетание, которые призваны идентифицировать товары или услуги определенной группы торговцев, тем самым помогая отличить их от товаров или услуг конкурентов [2].

Именно благодаря бренду создаются индивидуальные характеристики товара или услуги, позволяющие поучить компании дополнительные конкурентные преимущества. Для этого необходимо проводить маркетинговые исследования, которые позволят определить потребности и предпочтения целевой аудитории, а также выявить конкурентов и их преимущества. На основе полученных данных можно разработать стратегию продвижения товара или услуги на рынке. Кроме того, исследования могут помочь оптимизировать процессы в организации, улучшить качество продукции или услуг, а также повысить удовлетворенность клиентов. Важно отметить, что проведение исследований не является одноразовым мероприятием. Они должны проводиться регулярно для того, чтобы организация могла адаптироваться к изменяющейся среде и сохранять свою конкурентоспособность. Для подтверждения вышесказанного, приведем пример исследования на бьюти-услугах.

SWOT-анализ конкурентов на примере салонов красоты

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Конкурент №1 «Tabolina Beauty» | Конкурент №2«Zoloto» | Наш салон красоты«Студия красоты Анастасии Степановой» |
| Сильные стороны | Большой спектр предоставляемых услуг, постоянные клиенты | Хорошая репутация у клиентов, удачное расположение | Современное оборудование, удачное месторасположение, высокое качество выполнения услуг, умеренные цены, отличный уровень сервиса |
| Слабые стороны | Высокие цены, недостаточное количество высококвалифицированного персонала | Недостаточное число персонала, невысокий уровень обслуживания, устаревшее оборудование | Еще не сформировавшийся имидж салона |
| Возможности | Переход к более эффективным стратегиям | Замена оборудования, набор новых квалифицированных кадров | Расширение ассортимента, привлечение инвесторов, постоянные поставщики |
| Угрозы | Вероятно появление новых конкурентов | Неудовлетворенность клиентов качеством услуг, изменение потребительских предпочтений | Изменение потребительских предпочтений, появление новых конкурентов |

Следовательно, основные конкурентные преимущества лидирующей бьюти-фирмы представлены большим спектром услуг в сочетании с доступными ценами. К примеру, салон красоты «Zoloto» имеет возможность привлечь к сотрудничеству высококвалифицированных специалистов, которые придут уже со своей клиентской базой. Из этого следует, что их необходимо заинтересовать более высокой заработной платой, чем им могут предложить соперники. Анализ ассортимента конкурирующих компаний позволяет сделать вывод о том, что для завоевания хорошей репутации необходимо назначить более низкую стоимость услуг, чем у других салонов, что поспособствует привлечению постоянных клиентов.

Таким образом, проведение исследований является необходимым элементом проектного подхода к управлению организацией. Они позволяют определить потребности и проблемы организации, разработать эффективные стратегии и планы действий, а также повысить эффективность ее деятельности.

Проектное управление также позволяет эффективно распределять ресурсы и контролировать бюджет. Каждый проект имеет свой бюджет и сроки выполнения, что позволяет более точно планировать затраты и избежать неожиданных расходов. Кроме того, проектное управление способствует улучшению коммуникации и сотрудничества внутри компании. Работа в рамках проектов требует тесного взаимодействия различных отделов и специалистов, что способствует развитию командной работы и улучшению общения между сотрудниками. Наконец, проектное управление позволяет быстро реагировать на изменения внешней среды и рынка. Быстрый запуск новых проектов и быстрая адаптация к изменениям позволяют компании оставаться конкурентоспособной и успешной на рынке.

Таким образом, проектное управление является эффективным инструментом для управления компанией в любой сфере деятельности. Оно позволяет повысить качество работы, эффективно распределять ресурсы и контролировать бюджет, улучшать коммуникацию и сотрудничество внутри компании, а также быстро реагировать на изменения внешней среды и рынка.

**Библиография**

* + - 1. Распоряжение Министерства экономического развития РФ от 14.04.2014 № 26Р-АУ. «Об утверждении Методических рекомендаций по внедрению проектного управления в органах исполнительной власти». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/70542100> (дата обращения: 01.06.2023).
			2. Федеральный закон «Об обществах с ограниченной ответственностью» от 08.02.1998 N 14-ФЗ (в ред. от 28.12.2018) [Электронный ресурс]. URL: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru)) (дата обращения: 01.06.2023).
1. В.А Заренков. Управление проектами. Учебное пособие. – 2-е изд. – М. 2010: Издательство АСВ. – 305 с.
2. В.Г Садков, И.А Власенко. Государственно-частное партнерство. Журнал российского права. 2016 - с. 384.
3. Библиофонд [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=666656> (дата обращения: 01.06.2023)
4. Разработка эффективной системы управления проектами в организации [Электронный ресурс]. URL: <https://knowledge.allbest.ru/management/3c0b65625b3ad69a4d53a89421206c37_0.html> (дата обращения: 01.06.2023).