

бизнеса, так как это непрерывный процесс, требующий постоянного внимания и усилий. В условиях, когда репутация становится одним из самых значимых активов организации, способность предвидеть, проанализировать, оценить, быстро реагировать и честно коммуницировать становится не просто конкурентным преимуществом, а ключевым фактором роста и развития любой организации в современных условиях.

Список использованных источников

1. Как снизить репутационные риски и не потерять доверие клиентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://companies.rbc.ru/news/QQfXSxk4f2/kak-snizit-reputatsionnye-riski-i-ne-poteryat-doverie-klientov/>(дата обращения: 01.11.2025).
2. Репутационные риски: как оценить и управлять [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://r-make.ru/blog/reputacionnye-riski-kompanii?ysclid=mhdk24773124485523>(дата обращения: 01.11.2025).
3. Репутационные риски: как оценить и снизить имиджевые потери [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://www.klerk.ru/blogs/petyhov/644052/#chapter-chto-takoe-reputacionnye-riski>(дата обращения: 01.11.2025).
4. Стратегии и инструменты управления репутационными рисками [Электронный ресурс]. – Режим доступа:<https://economics.hse.ru/finrmlab/blog/030422/>(дата обращения: 01.11.2025).

УДК 658.512

О.А. Пешкова, А.М. Седова
ФГБОУ ВО «Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ)»
Москва, Россия

ОБОСНОВАНИЕ ИНИЦИАЦИИ ПРОЕКТА РАЗРАБОТКИ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ МАРКЕТПЛЕЙСА

Аннотация. Проект создания виртуальной примерочной для маркетплейса поддерживает тренд на персонализацию в сфере онлайн-торговли и делает процесс покупки более комфортным, а результат – более качественным. При этом экономятся различные виды ресурсов у покупателя, продавца, партнеров маркетплейса, усиливается конкурентоспособность компаний.

. O.A. Peshkova, A.M. Sedova

Moscow State Automobile and Road Construction Technical University (MADI)
Moscow, Russia

RATIONALE FOR INITIATION OF A PROJECT TO DEVELOP DIGITAL TECHNOLOGIES FOR A MARKETPLACE

Abstract. The project to create a virtual fitting room for a marketplace supports the trend toward personalization in online retail, making the purchasing process more convenient and delivering a higher-quality result. This also saves resources for buyers, sellers, and marketplace partners, enhancing the company's competitiveness.

Актуальность темы исследования обусловлена цифровой трансформацией сферы онлайн-торговли: привычные форматы розничной продажи онлайн меняются в соответствии с запросами клиентов. Тренд на персонализацию в этой сфере делает процесс покупки более комфортным, а результат – более качественным, при этом экономятся временные, финансовые и другие виды ресурсов у покупателя, продавца, партнеров маркетплейса. Посредством применения подходов проектного управления разработка и внедрение современных цифровых инструментов в деятельность маркетплейса становится более обоснованной и предсказуемой.

Объектом исследования данной работы является российский маркетплейс.

Предмет исследования - разработка приложения с функционалом виртуальной примерочной для маркетплейса путем применения инструментов проектного управления.

Цель работы: на основе собранных и проанализированных теоретических материалов, практик проектного управления, проведенного исследования относительно целесообразности осуществления проекта обосновать инициацию проекта создания продукта на основе цифровых технологий «Виртуальная примерочная» для маркетплейса.

Проекты с применением цифровых технологий – это проекты, целью которых является разработка, внедрение или оптимизация цифровых продуктов и решений. Они ориентированы на использование современных цифровых технологий и инструментов (аналитики данных, искусственного интеллекта и др.) для достижения целевых показателей проекта и решения проектных задач.

Проекты с применением цифровых технологий не отличаются от других типов проектов с точки зрения наличия целей, выгод, временных и ресурсных ограничений, работы со стейкхолдерами,

управления рисками и т.д. Вместе с тем, цифровым проектам присуща большая динамичность, что предполагает применение гибкого или гибридного подхода, весьма вероятна работа с большими данными, существует проблема безопасности информации.

Проекты с применением цифровых технологий для онлайн-магазинов направлены на решение ключевых задач для усиления конкурентных позиций и повышения эффективности платформ: цифровые решения определяют уникальность платформы и качество сервисов, приводят к расширению спектра услуг онлайн-магазина; с их помощью можно внедрять новые функции, такие, как персонализированные рекомендации, отслеживание заказов в реальном времени, автоматическое обновление цен, управление отзывами (это делает платформу гибкой, привлекательной); цифровые решения привлекают и удерживают клиентов, т.к. улучшение пользовательского опыта и персонализация повышают уровень лояльности.

Перейдем к цифровому продукту для маркетплейса – мобильному приложению «Виртуальная примерочная», предлагающему определенный функционал, имитирующий (моделирующий) реальную примерочную, что позволяет потребителям «примерять» заинтересовавшую их одежду, обувь, аксессуары и другие виды товаров, оставаясь при этом вне местоположения реального магазина.

Виртуальная примерочная использует, как правило, трехмерные параметры тела клиента, а также того объекта, который выбирает потребитель. Кроме того, информационную базу виртуальной примерочной дополняют оцифрованные данные - текстура, состав, гарнитура, цвет, размеры и прочие атрибуты товара.

Основная цель разработки и внедрения виртуальной примерочной – это увеличение объема продаж посредством совершения клиентами большего числа покупок, сокращение времени на поиск нужных товаров и посещение обычных магазинов. Кроме того, применение данной технологии может обеспечить сокращение объема возвратов товара.

Для выявления заинтересованности во внедрении виртуальной примерочной для маркетплейса было проведено исследование с целью выявления мнения сотрудников и клиентов маркетплейса на этот счет.

Цель исследования – выявление необходимости внедрения виртуальной примерочной для маркетплейса N. Объект исследования (генеральная совокупность) – клиенты маркетплейса N и сотрудники пунктов выдачи заказов маркетплейса N г. Москвы. Выборка случайная - 238 клиентов маркетплейса N и 57 специалистов пунктов выдачи

заказов маркетплейса N (пункты выдачи заказов были отобраны по Южному административному округу г. Москва).

Исследование пробное, проводилось в период с 05.08.2024 по 25.08.2024 г. Метод исследования – опрос, форма опроса – анкетный онлайн-опрос.

Большая часть респондентов-клиентов - это женщины (76, 4%). 35,8% клиентов - в возрасте от 25 до 35 лет, 32,7% в возрасте от 35 до 45 лет. 65,2% клиентов имеют среднее и среднее специальное образование, 34,8% - высшее образование

Проанализировав ответы клиентов, можно выявить достаточно похожие данные, несмотря на различие социально-демографических признаков. 71% респондентов-клиентов маркетплейса ответили, что будут пользоваться виртуальной примерочной; 85% респондентов ответили, что должно быть обеспечено сохранение индивидуальных параметров в приложении; 83% опрошенных считают, что в рамках функционала должны быть осуществлены точные измерения данных клиента и их релевантный перенос в базу приложения; 59% респондентов ответили, что, в случае применения виртуальной примерочной возрастет уверенность в выборе товаров; 82% респондентов ответили, что необходима совместимость приложения с личным кабинетом на маркетплейсе; не более 46% опрошенных клиентов готовы платить за использование данного приложения.

Социально-демографические характеристики сотрудников маркетплейса следующие: 87,7% - это женщины; возраст сотрудников - 38,5% от 25 до 35 лет, 28,1% от 35 до 45 лет, 21,2% от 18 до 25 лет, лишь 3,6% сотрудников пунктов выдачи имеют высшее образование, остальные – среднее и среднее специальное образование. Стаж работы сотрудников распределяется следующим образом: 42,2% - до 1 года, 36,8% - от 1 года до 3 лет, 12,3% - от 3 до 5 лет, 8,7% - более 5 лет.

Анализ ответов сотрудников пунктов выдачи маркетплейса свидетельствует о достаточно похожих мнениях, несмотря на различие социально-демографических показателей респондентов. Основные тенденции, выявленные по результатам опроса сотрудников относительно перспектив внедрения приложения «Виртуальная примерочная» следующие: 71% опрошенных считают, что увеличится объем оборота пункта выдачи заказов; 83% респондентов ответили, что загрузка склада пунктов выдачи заказов уменьшится; 70% респондентов считают, что сократится время на примерку заказов в пункте выдачи; 70% полагают, что увеличится доход пункта выдачи; 84% опрошенных считают, что очереди в часы пик в пунктах выдачи заказов сократятся.

Таким образом, исходя из результата исследования – анкетного опроса как клиентов, так и сотрудников маркетплейса, можно сделать вывод относительно востребованности приложения «Виртуальная примерочная».

Проект виртуальной примерочной создается на базе программного обеспечения, которым покупатели могут бесплатно пользоваться, загрузив его из магазина приложений.

Данное приложение позволит пользователям мгновенно узнать, подходит ли им выбранный предмет одежды, обуви, аксессуаров, увидеть, как изделие будет выглядеть на фигуре. Основной функционал виртуальной примерочной предлагает пользователю изначально ввести ключевые параметры: свой рост, длину рук и ног, окружность шеи, груди, талии, бедер. Далее необходимо использовать цифровую камеру, чтобы сделать четыре снимка человека в полный рост в различных ракурсах (спереди, сзади и сбоку). Эти изображения будут загружены в программу и масштабированы по соотношению с ростом, введенным в качестве ключевого показателя. После введения всех необходимых изображений, которые трансформируются в числовые данные, приложение будет готово для осуществления покупок в интернет-магазине.

Рассмотрим некоторые характеристики проекта на этапе инициации.

Цель проекта - разработка мобильного приложения «Виртуальная примерочная».

Продукт проекта - программное обеспечение 3D-модели, реализующее функционал виртуальной примерочной.

Требования к проекту: наличие 3D-аватара клиента; дизайн приложения должен быть интуитивно понятным, простым и удобным для клиента; обеспечение конфиденциальности данных клиента; работа приложения на платформах IOS и Android.

Предлагаемый проект «Виртуальная примерочная» обеспечит следующие преимущества для маркетплейса или онлайн-магазина: избежание ошибок при подборе одежды, что повлияет на рост числа продаж и уменьшение количества возвратов; упрощение принятия решений о покупке; избавление покупателя от необходимости разбираться с размерными сетками отдельных брендов; экономия времени и средств; увеличение показателя удержания клиента.

Таким образом, внедрение на маркетплейсах проектов с применением цифровых технологий становится неотъемлемой частью стратегии развития упомянутых платформ, позволяя улучшить опыт пользователей, повысить операционную эффективность, а также

укрепить отношения со стейкхолдерами.

Анализ полученных результатов исследования выявил, что как клиенты, так и сотрудники маркетплейса заинтересованы в продукте с применением цифровых технологий «Виртуальная примерочная», что говорит об обосновании инициации данного проекта.

Список использованных источников

1. ГОСТ Р ИСО 21500 - 2023. Управление проектами, программами и портфелями проектов. Контекст и основные понятия. – М.: Российский институт стандартизации, 2023.

2. Виртуальная примерочная: как белорусские разработчики покоряют российский рынок [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://telecomdaily.ru/news/2021/04/21/virtualnaya-primerochnaya-kak-beloruskie-razrabotchiki-pokoryayut-rossiyskiy-rynek> (дата обращения: 16.08.2025).

3. Итоги года: регионы перетягивают лидерство в e-commerce [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.akit.ru/news/itogi-goda-regiony-peretyagivayut-liderstvo-v-e-commerce> (дата обращения: 08.09.2025).

4. Маркетинговое исследование Маркетплейсы 2024: тренды, стратегии, точки роста [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://datainsight.ru/DI_FedorVirin_SellersnMarketplaces_2024 (дата обращения: 02.10.2025).

5. What Are Virtual Fitting Rooms and How Do They Work? [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://virtulook.wondershare.com/tools/virtual-fitting-room.html> (дата обращения: 10.09.2025).

УДК 004.738.5:378.147

A.B. Повный

Филиал УО «Белорусский государственный технологический университет»
«Гомельский политехнический колледж»
Гомель, Беларусь

**TELEGRAM-КАНАЛ “ШКОЛА ДЛЯ ЭЛЕКТРИКА” КАК
ИНСТРУМЕНТ НЕПРЕРЫВНОГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ: МЕТОДИКА СОЗДАНИЯ И
РАСПРОСТРАНЕНИЯ ТЕХНИЧЕСКИХ ЗНАНИЙ**