

событий. Это может быть достигнуто за счет идентификации рисков на ранних стадиях проекта и реализации стратегий по их минимизации. Важным аспектом является снижение затрат на страхование и уменьшение расходов, связанных с устранением последствий рисков. Анализ данных до и после внедрения системы может показать, насколько эффективно она снижает стоимость риска, что в свою очередь может способствовать увеличению прибыли.

С помощью критерия адаптивности можно определить степень гибкости и возможности интеграции системы с другими инструментами и процессами компании. Адаптивность системы играет важную роль в строительной отрасли, где проекты часто отличаются по масштабу, технологии строительства и условиям реализации. Гибкая система должна уметь подстраиваться под разнообразные требования и изменения, которые могут возникнуть в ходе проектирования и строительства. Это включает в себя возможность настройки системы под специфические нужды каждого проекта, а также её способность взаимодействовать с различными программными продуктами, которые уже используются в компании, такими как программы для управления проектами, бухгалтерские системы и системы планирования ресурсов. Кроме того, адаптивность системы позволяет улучшить процессы управления рисками за счёт интеграции с другими бизнес-процессами. Например, система может быть настроена так, чтобы автоматически обновлять данные о рисках в реальном времени, что позволяет менеджерам своевременно принимать обоснованные решения. Это особенно важно в строительной компании, где задержки и непредвиденные обстоятельства могут привести к значительным финансовым потерям.

Таким образом, обоснованная эффективность внедрения информационной системы для комплексной оценки и управления рисками в строительной компании позволит строительным компаниям эффективно управлять рисками, что приведет к снижению финансовых потерь и повышению устойчивости бизнеса. Это особенно актуально в условиях нестабильной экономической среды и высокой волатильности рынка.

Список использованных источников

1. Гинзбург В.М. Проектирование информационных систем в строительстве – М.: Изд-во Ассоциации строительных вузов, 2019 г. – 368 стр.
2. Духанина Е.В. Реализация риск-ориентированного подхода в управлении инвестиционно-строительным процессом / Вестник Евразийской науки, 2023. Т. 15. №2. С. 1-14.
3. Лапина М.А. Особенности системы управления девелоперской компании / Auditorium, Электронный научный журнал Курского государственного университета, 2024. № 2 (42). С. 12-17.

СТРАТЕГИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ: ОТ АНАЛИЗА К ВНЕДРЕНИЮ

Е.Н. Усманова

Научный руководитель А.Ю. Трусова

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королева

Актуальность данной статьи обусловлена тем, что в условиях стремительного развития технологий, компании вынуждены пересматривать свои подходы к стратегическому планированию, управлению ресурсами и коммуникации с клиентами.

Сегодня информационные технологии не только поддерживают бизнес, но и становятся его основой, определяя новые правила ведения бизнеса. Однако масштабное внедрение цифровых решений сопряжено с множеством вызовов: от технических и организационных сложностей до необходимости управления изменениями и преодоления сопротивления сотрудников.

Успешная цифровизация требует системного подхода, основанного на глубоком анализе текущего состояния компании, ее целей, потенциала и рисков. Стратегия цифровой трансформации должна стать инструментом, который позволяет объединить ресурсы, снизить барьеры для инноваций и обеспечить конкурентоспособность в условиях глобального рынка.

Внедрение цифрового продукта в деятельность предприятия требует комплексного анализа, который включает исследование текущего состояния компании, определение потребностей и возможностей, а также оценку рисков. Такой анализ позволяет сформировать четкую стратегию интеграции нового решения, обеспечивая его успешное внедрение и максимальную эффективность.

В первую очередь необходимо провести оценку текущего состояния предприятия, которая включает в себя:

- анализ бизнес-процессов, в ходе которого определяются основные процессы компании и их текущее состояние: какие задачи требуют автоматизации или модернизации. Например, это может быть управление складскими запасами, логистика или обслуживание клиентов.

- анализ технологической инфраструктуры, где оценивается состояние ИТ-систем: используется ли современное оборудование, насколько эффективно работают существующие программные решения, есть ли интеграция между системами.

- анализ готовности сотрудников к изменениям: уровень их цифровой грамотности, восприятие новых технологий и готовность к обучению.

Далее необходимо установить, какие бизнес-задачи должен решать цифровой продукт: снижение затрат, повышение производительности, улучшение клиентского опыта или расширение услуг. Например, внедрение CRM-системы может быть направлено на улучшение взаимодействия с клиентами и увеличение продаж.

Анализ рынка и конкурентной среды, также важный этап цифровизации предприятия. Изучив цифровые продукты, которые уже используют компании в смежной отрасли, их результаты, доступные решения на рынке, их функционал, стоимость и условия интеграции позволит определить лучшие практики и избежать ошибок.

В ходе анализа необходимо выяснить есть ли внутри компании подразделения или ответственные лица, которые смогут обеспечить поддержку внедрения продукта с помощью организационной структуры. Если таких ресурсов нет, следует предусмотреть их создание или обучение.

Последним этапом является – идентификация рисков – анализ возможных угроз, их вероятности и последствий для бизнеса. Определение возможных рисков: технические сбои, сопротивление персонала, недостаток квалификации, дополнительные затраты и т.п. помогут заранее разработать меры по минимизации каждого риска. Например, тренинги для сотрудников могут значительно снизить вероятность поломки или сбоя, так как обучение сотрудников позволяет им лучше понять функционал системы, избежать ошибок и как следствие всего этого снизить возможность возникновения дополнительных затрат.

Правильно проведенный анализ не только обеспечивает успешное внедрение цифрового продукта, но и создает основу для дальнейшего цифрового развития предприятия.

Исходя из всего вышесказанного можно построить таблицу с необходимыми этапами анализа для внедрения цифрового продукта в деятельность предприятия.

Таблица 1 – Этапы анализа предприятия для внедрения нового цифрового продукта

Этап	Краткое описание действий
Оценка текущего состояния предприятия	<ul style="list-style-type: none"> - анализ бизнес-процессов - технологическая инфраструктура - уровень цифровой грамотность сотрудников

Определение потребностей	- цель внедрения продукта - аудит данных
Анализ рынка и конкурентной среды	- анализ конкурентов - изучение поставщиков технологий
Оценка готовности к изменениям	- организационная структура - финансовые возможности
Риск менеджмент	- идентификация рисков - план управления рисками

На основе проведенного анализа создается детальный план внедрения цифрового продукта, включающий этапы интеграции, обучение сотрудников, запуск и оценку результатов.

На первом этапе создается детальный план, включающий ключевые этапы, сроки, распределение ресурсов и ролей. Чаще всего процесс включает разработку прототипа, тестирование, доработку, полномасштабный запуск и последующую поддержку. Важно, чтобы план базировался на результатах предварительного анализа и учитывал специфику предприятия. Для оценки эффективности внедрения заранее определяются ключевые показатели (KPIs): снижение затрат, увеличение производительности, рост удовлетворенности клиентов и т. д.

Для успешного внедрения формируется межфункциональная команда, включающая: ответственных за координацию всех процессов, ИТ-специалистов, разработчиков, системных администраторов, экспертов из подразделений, на которых влияет внедрение, например, отдел продаж или логистики.

Ключевым элементом успешной интеграции цифрового продукта является обучение сотрудников. Сотрудникам предоставляются инструкции и практические навыки работы с новым продуктом. Важно обеспечить постоянную поддержку сотрудников, включая консультации и оперативное устранение проблем.

Перед масштабным внедрением цифровой продукт проходит этап тестирования и пилотной эксплуатации, который включает оценку соответствия техническим и бизнес-требованиям, сбор отзывов от пользователей для корректировки работы продукта,

выявление и устранение технических и организационных ошибок. После успешного завершения тестирования продукт интегрируется в деятельность компании. Продукт вводится во всех подразделениях, для которых он был предназначен. На этапе внедрения обеспечивается техническая поддержка, обновление системы и мониторинг производительности.

После запуска продукта проводится анализ его влияния на бизнес-процессы. Сравниваются показатели эффективности до и после внедрения, при необходимости продукт дорабатывается или модифицируется для достижения наилучших результатов.

Ниже приведена таблица с основными процессами внедрения цифрового продукта на предприятии.

Таблица 2 – Процессы для внедрения цифрового продукта

Процессы	Краткое описание
Планирование этапов внедрения	- определение этапов внедрения - определение метрик успеха
Создание рабочей группы	- проектный менеджмент - технические специалисты - бизнес-представители
Обучение сотрудников	- проведение тренингов - поддержка изменений
Тестирование	- проверка функциональности - обратная связь - решение проблем

Полномасштабное внедрение	- масштабирование - сопровождение
Мониторинг и оценка эффективности	- анализ данных - корректировка

Успешное внедрение цифрового продукта – это не просто техническая интеграция, но и преобразование внутренних процессов компании. Оно требует системного подхода, вовлеченности сотрудников и гибкости в управлении изменениями. Однако внедрение цифрового продукта открывает перед компанией новые возможности, повышает ее конкурентоспособность и создает основу для дальнейших инноваций.

Таким образом, распространение цифровых технологий ведет к качественным изменениям в организациях. Для максимальной реализации возможностей и оптимального распределения ресурсов и цифровых технологий необходимо четко определить задачи разработки цифровых решений и услуг, адаптировать технологическое обеспечение к задачам, которые решает персонал предприятия. Распространение цифровых технологий трансформирует подходы к организации бизнеса, делая управление более точным и адаптивным. Для успешного внедрения цифровых решений необходимо четко определить задачи, адаптировать технологическую инфраструктуру и эффективно распределить ресурсы.

Список использованных источников

1. Григорьев, С. В. Стратегии цифровой трансформации бизнеса. — М.: АльпинаПаблицер, 2020. — С. 12-34.
2. Авдеева И.Л. Цифровая трансформация экономических систем: итоги и перспективы развития, 2021. Т. 16. № 1. С. 226-239.
3. Смирнов, А. В. Управление информационными системами и технологиями на предприятии. — СПб.: Питер, 2020. — С. 23-50.

РАЗРАБОТКА ПРОЕКТА ПО ОТКРЫТИЮ ДОПОЛНИТЕЛЬНОЙ ТОЧКИ РЕАЛИЗАЦИИ РОЗНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

М.К. Ханин

Научный руководитель А. Ю. Трусова

Самарский национальный исследовательский университет имени академика С.П. Королёва

На данный момент рынок показывает рост, конкурентная среда достаточно высокая, но спрос на продукцию организации ООО «Водная Техника» возрастает. В последние 12 месяцев наблюдается стабильный рост продаж – в среднем на 15% в год. Существующая клиентская база активно откликается на акции и новшества, что говорит о высоком уровне лояльности.

1. Выбор локации для точки сбыта.

Выбор места дополнительной торговой точки необходимо производить исходя из максимизации охвата целевой аудитории предприятия и минимизации себестоимости проекта. Основная точка продаж находится в Советском районе города Самара, следовательно, открытие дополнительной торговой точки в этом районе не целесообразно.

Проведем сравнительный анализ средней стоимости арендных площадей для торговых точек по районам Самары, исключая Советский район. Основная часть предложения по торговым помещениям предложена в следующих районах: Самарский, Ленинский, Железнодорожный, Октябрьский, Промышленный и Кировский. Для представления минимально необходимого ассортимента необходимо 60 м². Для анализа рассматривались помещения от 60 до 80 м²