

УДК 65.3977

## МЕТОДОЛОГИЯ КЕЙС-СТАДИ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ДВУХМЕРНОЙ МАТРИЦЫ ДЛЯ АНАЛИЗА ОПЫТА ВНЕДРЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЙ ДОСТУПНОСТИ В ЦИФРОВЫЕ ПОДУКТЫ КОМПАНИЙ.

Бабухина Д.Ю. (Университет ИТМО)

Научный руководитель – кандидат сельскохозяйственных наук, доцент Бурцев Д.С.  
(Университет ИТМО)

**Введение.** Цифровая доступность относится к практике создания цифровых технологий (продуктов, услуг или устройств) с учетом потребностей каждого, независимо от его способностей. Это влечет за собой устранение барьеров, препятствующих доступу людей с ограниченными возможностями к цифровому контенту и решениям или взаимодействию с ними [1]. Рассматривая проекты по интеграции технологий доступности в цифровые продукты предприятия могут избежать потенциальных юридических санкций, повысить удовлетворенность и лояльность клиентов, улучшить общий пользовательский опыт и получить дополнительную прибыль.

**Основная часть.** Целевая аудитория потребителей технологий доступности – это не только люди с ограниченными возможностями: в том числе с физическими, сенсорными, когнитивными нарушениями и нарушениями в обучении. А также люди, которые временно находятся в состоянии, накладывающем отпечаток на поведение и способность самостоятельно ухаживать за собой [2].

Конечный результат внедрения технологий доступности в цифровые продукты компаний напрямую зависит от выбора соответствующей методологии и анализа опыта. Подход кейс-стади позволит подробно изучить опыт компаний по внедрению технологий доступности в цифровые продукты: выявить проблемы, с которыми они сталкивались, проанализировать результаты, определить эффективность внедренных технологий и закономерности [3]. Опыт внедрения инноваций в разных компаниях можно сравнивать по разным критериям, в зависимости от того, какие цели и задачи стоят перед исследованием. Ниже представлены критерии, по которым будут проанализированы кейсы по интеграции технологий доступности в цифровые продукты:

- Результаты внедрения: сравнение конечных результатов внедрения инноваций в разных компаниях. Какие достижения получила каждая компания, какие проблемы были решены, какие показатели улучшились, какова эффективность новых технологий.
- Объем и стоимость внедрения: сравнение объема и стоимости внедрения инноваций в разных компаниях. Стоимость будет включать затраты на исследование и разработку, обучение персонала, закупку оборудования и программного обеспечения и т.д.
- Реакция клиентов и рынка: сравнение реакции клиентов и рынка на новые продукты и технологии. В этой части для анализа будут использованы отзывы клиентов, как быстро новые продукты находят своих потребителей, реакция конкурентов на новые продукты.
- Уровень инновационности компаний: сравнение уровня инновационности компаний в целом. Как часто компания реализует новые проекты, какова ее репутация в области инноваций, какие успешные инновационные проекты были реализованы.

Для более глубокого и наглядного анализа будет составлена двухмерная матрица, в которой ось X представляет уровень сложности инновации (например, от простых изменений в процессах до совершенно новых технологий), а на оси Y - уровень внедрения технологий доступности (например, количество продуктов компании, в которых были внедрены технологии доступности: от малого до большого).

Обоснование выбора оси X: выбор уровня сложности технологий доступности обусловлен тем, что компании могут сталкиваться с различными технологическими проблемами и ограничениями при внедрении новых технологий доступности. Например, более сложные технологии могут требовать более высокой квалификации сотрудников, более

длительного времени для внедрения и т.д. Поэтому анализ уровня сложности технологий доступности может помочь определить, какие технологии являются более эффективными и простыми во внедрении.

Обоснование выбора оси Y: выбор уровня внедрения технологий доступности обусловлен тем, что это является ключевой задачей компаний, которые стремятся сделать свои продукты более доступными для пользователей с различными потребностями. Анализ уровня внедрения технологий доступности может помочь определить, насколько успешно компания внедряет технологии доступности и какие препятствия могут возникать при этом.

Комбинация уровня сложности технологий доступности и уровня их внедрения может помочь компаниям определить оптимальные технологии доступности для внедрения в свои продукты и оценить эффективность своих усилий по улучшению доступности продуктов.

**Выводы.** Таким образом, использование двухмерной матрицы в сочетании с кейс-стади позволят систематизировать и анализировать опыт внедрения технологий доступности в разных компаниях, выявлять сильные и слабые стороны, а также определять потенциальные риски и проблемы, связанные с процессом внедрения.

#### **Список использованных источников:**

1. Olney S., and Donoso M. An inclusive digital economy for people with disabilities. Didability Hubeurope, Fundación ONCE, The ILO Global Business and Disability Network (GBDN), 2020. P. 20.

2. Inclusive Microsoft Design [Электронный источник]. URL: <https://www.microsoft.com/design/inclusive/> (дата обращения: 05.03.2023).

3. Vergidis K., and Tiwari A. Business Process Analysis and Optimization: Beyond Reengineering // IEEE Transactions on Systems Man and Cybernetics Part C (Applications and Reviews). Vol. 38 №1, 2008. P. 70.