

Выявление факторов успешности инновационных проектов по созданию цифровых продуктов

Золотоус Н.Р. (ИТМО)

Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент Силакова Л.В. (ИТМО)

Введение. В эпоху цифровой экономики инновационные проекты, включая сферу создания цифровых продуктов, играют ключевую роль в обеспечении конкурентоспособности и устойчивого развития компаний [1]. Целью данного исследования является выявление факторов успешности таких проектов, что позволит предпринимателям и разработчикам повышать эффективность своих разработок. Выявление факторов успешности инновационных проектов по созданию цифровых продуктов проводится через анализ существующих проектов.

Основная часть. Обзор литературы показывает, что цифровая трансформация охватывает изменения в бизнес-моделях, корпоративной культуре и потребительском поведении под влиянием цифровых технологий [2]. Цифровые бизнес-модели и продукты становятся катализаторами этих изменений, способствуя развитию новых рыночных ниш и улучшению качества жизни [3]. Цифровые продукты как следствие цифровых технологий и цифровой экономике являются предметом исследования. Объектом же являются инновационные проекты.

Исследования включает анализ инновационных проектов по созданию цифровых продуктов, направленный на выявление корреляции между факторами: уникальность предложения, пользовательский интерфейс, тип монетизации, масштабируемость, интеграция и успешностью проектов.

Выборка проектов предполагает анализ порядка 20 проектов, охватывающих различные типы цифровых продуктов, для обеспечения репрезентативности результатов.

В рамках данного исследования будут проверена гипотеза, что следующие факторы оказывают влияние на успешность инновационных проектов по созданию цифровых продуктов:

1. Предполагаем, что наличие четкого уникального торгового предложения (УТП), отвечающего на неудовлетворенные потребности целевой аудитории, значительно повышает успех инновационного проекта.
2. Разработка интуитивно понятного интерфейса и обеспечение положительного пользовательского опыта способствуют высокой вовлеченности и лояльности пользователей. Это, в свою очередь, может существенно повлиять на успешность проекта, обеспечивая его распространение и популярность.
3. Наличие стратегии монетизации является критическим фактором успешности цифрового продукта. Продукты, которые имеют продуманные модели дохода, лучше адаптированы к рыночным условиям и имеют большие шансы на устойчивое развитие.
4. Способность продукта адаптироваться к растущему числу пользователей и расширяться на новые рынки является ключевым элементом, определяющим его долгосрочную успешность. Масштабируемость позволяет эффективно управлять ростом и расширением проекта.
5. Способность продукта интегрироваться с другими сервисами и технологиями увеличивает его функциональность, делая его более привлекательным для пользователей и партнеров. Интеграция может способствовать созданию экосистемы вокруг продукта, укрепляя его позиции на рынке.

На основе анализа данных, собранных в ходе исследования, проверены вышеуказанные гипотезы с целью формулирования факторов успешности. Эти факторы

предоставляют рекомендации для разработчиков и управляющих, занимающихся запуском и развитием инновационных проектов в сфере цифровых продуктов.

Выводы. Исследование подтверждает, что успешность инновационных проектов в области создания цифровых продуктов зависит от комплекса факторов, среди которых являются уникальность предложения, качество пользовательского опыта, эффективная монетизация, масштабируемость и интеграция. Результаты могут быть использованы для разработки и адаптации стратегий в области цифровых инноваций.

Список использованных источников:

1. Румана, Б. Определение, концепция и измерение цифровой экономики / Б. Румана, Х. Ричард // Вестник международных организаций: образование, наука, новая экономика. – 2018. – Т. 13, № 2. – С. 143-172. – EDN YXBNWX.
2. Атурин, В. В. Управление цифровой трансформацией: научные подходы и экономическая политика / В. В. Атурин, И. С. Мога, С. М. Смагулова // Управленец. – 2020. – Т. 11, № 2. – С. 67-76. – DOI 10.29141/2218-5003-2020-11-2-6. – EDN HVUVWR.
3. Дудин, М. Н. Ключевые тенденции и закономерности развития цифровых бизнес-моделей банковских сервисов в Индустрии 4.0 / М. Н. Дудин, С. В. Шкодинский, Д. И. Усманов // Финансы: теория и практика. – 2021. – Т. 25, № 5. – С. 59-78. – DOI 10.26794/2587-5671-2021-25-5-59-78. – EDN LZWGPH.