

ВЛИЯНИЕ ТИПА ЦИФРОВОГО ПРОДУКТА НА ЕГО ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ

Измайлова А.А (ИТМО)

Научный руководитель – Будрин Александр Германович (ИТМО)

Введение. Цифровые продукты занимают важное место в современной экономике и ежедневно взаимодействуют с различными аспектами нашей жизни. Их жизненный цикл может значительно различаться в зависимости от типа продукта. Некоторые цифровые продукты быстро устаревают, в то время как другие остаются актуальными долгое время. Для полного понимания этих процессов необходимо рассмотреть, как различные типы продуктов влияют на продолжительность и стадии их жизненного цикла, а также на взаимодействие с физическими продуктами.

Основная часть. Методология включает анализ научной литературы по теме исследования, сравнительный анализ типов цифровых продуктов и их жизненных циклов, а также системный подход для выявления взаимосвязей между цифровыми и физическими товарами. Так, жизненный цикл цифрового продукта зависит от его типа, функциональности и связности с физическими товарами:

1. Программное обеспечение — как правило, имеет более короткий жизненный цикл из-за регулярных обновлений, появления новых версий и изменения технологических стандартов.
2. Цифровые сервисы — могут поддерживаться долгосрочно, однако требуются постоянные улучшения, чтобы оставаться конкурентоспособными на рынке.
3. Цифровые товары — например, электронные книги или музыка, которые, несмотря на свою устойчивость, могут ограничиваться на определенном этапе из-за изменения предпочтений пользователей.
4. Цифровые продукты, связанные с физическими товарами — такие продукты, как устройства с встроенным ПО, могут иметь более длительный жизненный цикл, поскольку физические товары требуют более длительного срока эксплуатации и меньше подвержены быстрому моральному устареванию.

Выводы. Тип цифрового продукта напрямую влияет на его жизненный цикл, причем взаимодействие с физическими продуктами может заметно удлинять этот процесс. Разработка и поддержка таких продуктов требует учета множества факторов, включая технологические изменения и потребительские предпочтения.

Список использованных источников:

1. Шайдуллин Ансэль Ильгизович Проблема интерпретации, дифференциации и классификации цифровых продуктов // Бизнес-информатика. 2023. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problema-interpretatsii-differentsiatsii-i-klassifikatsii-tsifrovyyh-produktov> (дата обращения: 01.08.2024).
2. Т. А. Кузовкова, В. Р. Ермолаева Анализ и развитие подходов к формированию стратегии реализации цифровых продуктов и сервисов // Экономика и качество систем связи. 2024. №2 (32). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-razvitie-podhodov-k-formirovaniyu-strategii-realizatsii-tsifrovyyh-produktov-i-servisov> (дата обращения: 01.08.2024).
3. Ahmad N., Ribarsky J. Issue Paper on a Proposed Framework for a Satellite Account for Measuring the Digital Economy. STD/CSSP/WPNA (2017)10. Meeting of the OECD Advisory Group on Measuring GDP in a Digitalised Economy. Working Party on National Accounts. Paris, 2017, 14 November. — 17 p
4. Клейнер Г. Б. Системные основы цифровой экономики // Философия хозяйства. — 2018. — № 1 (115). — С. 131–143.