

УДК 334.72:004.9

**УПРАВЛЕНИЕ ЖИЗНЕННЫМ ЦИКЛОМ ЦИФРОВОГО ПРОДУКТА:
ОТ КОНЦЕПЦИИ ДО ВЫВОДА С РЫНКА**

Галимова А.Ш.

*к. э. н., доцент,
ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»,
РФ, г. Уфа*

Ерошина Д.А.

*студентка,
ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»,
РФ, г. Уфа*

Аннотация. В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты управления жизненным циклом цифрового продукта. Анализируются основные этапы жизненного цикла: концепция, разработка, вывод на рынок, рост, зрелище и вывод с рынка. Выделяются ключевые особенности управления на каждом этапе.

Ключевые слова: жизненный цикл, цифровой продукт, управление продуктом, MVP, вывод на рынок, зрелость, вывод с рынка.

***DIGITAL PRODUCT LIFECYCLE MANAGEMENT: FROM CONCEPT
TO MARKET EXIT***

Galimova A.S.

*Candidate of Economics, Associate Professor,
Ufa University of Science and Technology,
Ufa, Russian Federation*

Eroshina D.A.

*student,
Ufa University of Science and Technology,
Ufa, Russian Federation*

Abstract. The article examines theoretical and practical aspects of digital product lifecycle management. The main stages of the life cycle are analyzed: concept, development, market launch, growth, maturity and market exit. The key features of management at each stage are highlighted.

Keywords: life cycle, digital product, product management, MVP, market launch, maturity, market exit.

Цифровые продукты стали неотъемлемой частью современной экономики. Мобильные приложения, SaaS-платформы, облачные сервисы и корпоративные системы определяют конкурентоспособность компаний в цифровую эпоху. Однако создание цифрового продукта – это не разовая задача, а непрерывный процесс, требующий системного подхода к управлению на всех этапах его существования [9].

Традиционное понимание жизненного цикла продукта, основанное на работах Т. Левитта (внедрение, рост, зрелость, спад), не в полной мере отражает особенности развития цифровых продуктов, которые характеризуются высокой изменчивостью, отсутствием физического носителя и частыми обновлениями [2].

Цель настоящей статьи – систематизировать теоретические подходы к управлению жизненным циклом цифрового продукта, выделить ключевые этапы и особенности управления на каждом из них.

Жизненный цикл цифрового продукта представляет собой последовательность этапов, через которые проходит программное обеспечение или цифровой сервис от момента возникновения идеи до прекращения его использования [4].

В отличие от физических товаров, цифровые продукты не имеют чёткой границы между этапами. Цифровые продукты демонстрируют более высокую скорость обновлений и устойчивость к внешним вызовам, что требует адаптивных моделей управления [2].

На основе анализа российской и зарубежной практики можно выделить шесть ключевых этапов жизненного цикла цифрового продукта.

Таблица 1 – Этапы жизненного цикла цифрового продукта

Этап	Основные задачи	Ключевые метрики	Типичные риски
Концепция и валидация	Проверка гипотез, исследование рынка	Количество интервью, подтверждение спроса	Создание ненужного продукта
Разработка и MVP	Создание минимальной версии, тестирование	Скорость релизов, возврат пользователей	Затягивание разработки
Вывод на рынок	Запуск, первые продажи, маркетинг	CAC, конверсия, количество платящих клиентов	Недостаток маркетинга
Рост	Масштабирование, расширение функционала	Темпы роста выручки, LTV/CAC	Распыление ресурсов
Зрелость	Удержание клиентов, оптимизация	Retention rate, NRR, маржинальность	Потеря инновационности
Вывод с рынка	Закрытие или трансформация	Churn rate, затраты на поддержку	Потеря репутации

Составлено автором на основе [2; 4; 9]

На первом этапе цифровой продукт существует только в виде идеи. Главная задача – ответить на вопрос: есть ли у пользователей реальная проблема и готовы ли они платить за её решение [9].

Команда проверяет гипотезы через интервью, опросы, лендинги и прототипы. Чем раньше становится понятно, что идея не работает, тем дешевле обойдётся отказ от неё [7].

После подтверждения гипотезы создаётся минимально жизнеспособный продукт (MVP) – версия с базовым функционалом, позволяющая проверить ключевую ценность продукта [5].

Современные методы разработки, такие как Agile и DevOps, предполагают непрерывную поставку ценности и итеративное обновление, что приводит к размыванию классических границ между этапами.

Когда продукт готов, он выводится на рынок. Этот этап требует тщательной подготовки маркетинговой кампании, организации поддержки пользователей и налаживания каналов продаж [1].

Ключевая метрика на этом этапе – стоимость привлечения клиента (CAC). Для SaaS-проектов здоровое соотношение LTV/CAC должно составлять не менее 3:1.

На этапе роста продукт начинает набирать популярность. Растёт количество пользователей, увеличивается нагрузка на инфраструктуру, появляются новые требования к качеству [3].

Фокус смещается на улучшение пользовательского опыта, оптимизацию процессов и развитие функциональности. Применение CALS-технологий и PLM-систем на этапе роста позволяет повысить цифровую зрелость предприятий [6].

На этапе зрелости продукт занимает устойчивое место на рынке. Рост замедляется, на первый план выходит эффективность. Продуктовая команда работает над удержанием пользователей, снижением издержек и оптимизацией функций.

Ключевые метрики на этом этапе – уровень удержания клиентов (retention rate) и пожизненная ценность клиента (LTV). Важно уметь говорить «нет» лишним инициативам и не превращать продукт в перегруженный набор функций.

Со временем любой продукт либо трансформируется, либо уходит с рынка. Трансформация (пивот) выбирается, когда текущая модель развития перестаёт работать, но команда видит новые возможности – например, в другой аудитории или способе монетизации [8].

Если продукт больше не удерживает пользователей и не окупает вложения, команда выводит его из эксплуатации. При этом важно заранее уведомить клиентов, предложить помощь в миграции и выполнить все контрактные обязательства.

На основе проведённого анализа можно сформулировать практические рекомендации для управления жизненным циклом цифрового продукта.

Необходимо начинать с валидации гипотез через интервью и прототипы, не переходя к разработке до подтверждения спроса. При создании MVP следует фокусироваться только на ключевой функциональности, избегая добавления избыточных возможностей.

На этапе вывода на рынок важно инвестировать в маркетинг и поддержку первых клиентов, так как они формируют репутацию продукта. В фазе роста нужно отслеживать метрики удержания и вовремя корректировать стратегию.

В фазе зрелости следует оптимизировать операционные расходы и искать новые рынки. При выявлении признаков спада необходимо своевременно принимать решение о трансформации или закрытии продукта.

Управление жизненным циклом цифрового продукта – это непрерывный процесс, требующий гибкости и адаптивности. Ключевые выводы включают необходимость ранней валидации гипотез, применение итеративных методов разработки, использование метрик для принятия обоснованных решений и своевременную трансформацию или вывод продукта при потере рыночной актуальности.

Успешное управление жизненным циклом цифрового продукта позволяет компаниям повышать качество продуктов, ускорять выход на рынок, сокращать издержки и повышать удовлетворённость пользователей. Дальнейшие исследования могут быть направлены на разработку отраслевых методик управления жизненным циклом для специфических сегментов цифровых продуктов.

Библиографический список

1. Будрин А.Г., Измайлова А.А., Кувшинов Р.А. Управление жизненным циклом цифровых продуктов на основе концепции экосистемы знаний // Экономика. Право. Инновации. – 2025. – Т. 13, № 2. – С. 4-12. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-zhiznennym-tsiklom->

- [tsifrovyyh-produktov-na-osnove-kontseptsii-ekosistemy-znaniy](#) (дата обращения: 15.05.2026)
2. Жизненный цикл ИТ-продукта: этапы, управление и примеры // SimpleOne. – 2025. – URL: <https://simpleone.ru/glossary/it-product-life-cycle> (дата обращения: 15.05.2026)
 3. От идеи к успешному продукту: полное руководство по разработке и управлению // Kedu.ru. – 2025. – URL: <https://kedu.ru/press-center/articles/info-it-ot-idei-k-uspeshnomu-produktu-polnoe-rukovodstvo-po-razrabotke-i-upravleniyu/> (дата обращения: 15.05.2026)
 4. Управление ИТ-продуктами: что это, примеры, жизненный цикл // Kaiten. – 2025. – URL: <https://kaiten.ru/blog/upravlenie-it-produktom/> (дата обращения: 15.05.2026)
 5. Что такое жизненный цикл ИТ-продукта // Kaiten. – 2025. – URL: <https://kaiten.ru/blog/upravlenie-it-produktom/> (дата обращения: 15.05.2026)
 6. Шабалтина Л.В. Исследование процессов управления жизненным циклом продукции // Креативная экономика. – 2024. – Т. 18, № 10. – С. 2801-2824. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-protseessov-upravleniya-zhiznennym-tsiklom-produktsii> (дата обращения: 15.05.2026)
 7. Revell A. How working in cycles and rhythms of nature reflects in our Product Lifecycle framework // GOV.UK blogs. – 2024. – URL: <https://digitaltrade.blog.gov.uk/2024/08/08/how-working-in-cycles-and-rhythms-of-nature-reflects-in-our-product-lifecycle-framework/> (дата обращения: 15.05.2026)
 8. Tirthani A. Navigating the Digital Maze: A Comprehensive Guide to Product Lifecycle Management // UserExperior. – URL: <https://www.userexperior.com/blog/a-comprehensive-guide-to-product-lifecycle-management> (дата обращения: 15.05.2026)

9. Zealous System. Digital Product Lifecycle: The Complete Guide for 2026 // Zealous System. – 2024. – URL: <https://zealously.com/blog/digital-product-lifecycle/> (дата обращения: 15.05.2026)