

ЦИФРОВЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ АКТИВЫ: СТРАТЕГИИ МОНЕТИЗАЦИИ**А.В. Сенникова (ИТМО)****Научный руководитель – кандидат экономических наук, доцент А.С. Николаев (ИТМО)**

Введение. Монетизация цифровых инновационных активов (ЦИА) далеко выходит за рамки классического «боксового» ПО. К цифровым инновационным активам относятся такие инновационные активы, как традиционное ПО, ИИ-модели, цифровые двойники (виртуальные копии объектов/процессов для моделирования), IoT-платформы и NFT/токенизированные активы. Цифровые двойники обновляются в реальном времени данными с датчиков для прогнозирования. ИИ включает генеративные модели, агенты и системы обучения, часто интегрируемые в другие продукты [1]. Распространение ЦИА осуществляется посредством передачи исключительного права и предоставления лицензий, выступающих ключевыми механизмами монетизации цифровых инновационных активов. В современной цифровой экономике коммерциализация информационно-технологических продуктов на основе предоставления прав представляет собой сложную, эволюционирующую систему лицензионных моделей [2]. Эти модели структурируются по нескольким взаимосвязанным критериям, отражающим стратегии монетизации, технические парадигмы развертывания и рыночное позиционирование.

Основная часть. Фундаментальным классификационным признаком выступает экономическая модель получения дохода. Традиционная лицензия предполагает единовременное приобретение права на использование конкретной версии программного обеспечения, что часто сочетается с отдельной платной подпиской на обновления и техническую поддержку. Доминирующей в текущий период стала подписная модель, при которой доступ к продукту или услуге предоставляется на периодической основе, включая обновления и поддержку, а его прекращение приводит к утрате доступа. Её частным случаем является условно-бесплатная модель, предлагающая базовый функционал безвозмездно, а расширенные возможности — за плату. Альтернативой выступает модель оплаты по факту использования, где стоимость определяется объёмом потреблённых вычислительных ресурсов, количеством транзакций или обработанных данных. С технологической точки зрения для определения модели коммерциализации критически важным является способ развертывания продукта. Локальная модель предполагает установку и исполнение программы на инфраструктуре заказчика, при этом лицензирование часто привязывается к физическим или виртуальным аппаратным единицам. Противоположной является модель облачного предоставления, или «программное обеспечение как услуга», где продукт полностью размещается у вендора или провайдера, а потребитель взаимодействует с ним через сеть. Широко распространены также гибридные архитектуры, комбинирующие элементы моделей. Метрика лицензирования определяет единицу расчёта между поставщиком (лицензиаром) и потребителем (лицензиатом). Ключевыми параметрами выступают: количество индивидуальных или одновременных пользователей; число устройств, серверов или виртуальных машин; вычислительная мощность аппаратного обеспечения; объёмы обрабатываемых или хранимых данных. Часто применяется градация по уровню функциональности, когда различные тарифные планы предоставляют разные наборы возможностей. К специальным моделям можно отнести такие как open source и/или freemium, при которой базовый продукт распространяется под открытой лицензией, а коммерциализация осуществляется через продажу дополнительных проприетарных модулей, расширенной поддержки или облачных сервисов [3]. Все упомянутые модели имеют преимущества и недостатки в отношении разных видов ЦИА. Однако наиболее эффективным является комплексный подход применения одной организацией вышеописанных моделей для коммуникации со своими лицензиатами (потребителями), т.е. формирования экосистемного (платформенного) подхода к коммерциализации [4].

Выводы. Коммерциализация ЦИА представляет собой многомерный процесс, основанный на эволюции лицензионных моделей от традиционных к подписным, тесно связанных в том числе со способами технологического развертывания. Ключевым выводом является необходимость стратегического выбора и комбинирования этих моделей в зависимости от специфики актива — будь то традиционное ПО, ИИ-модель или цифровой двойник. Наиболее эффективной признаётся платформенная стратегия, формирующая экосистему взаимодействия с потребителем и обеспечивающая гибкую и устойчивую монетизацию.

Список использованных источников:

1. Цифровые двойники: превращаем данные в деньги [Электронный ресурс] // Habr. — 2025. — URL: <https://habr.com/ru/companies/ibs/articles/897072/> (дата обращения: 09.02.2026).
2. Сенникова А.В. Цифровая трансформация экосистемы коммерциализации наукоемких организаций // Научно-исследовательский журнал «Modern Economy Success» -2026. - № 1. - С. 157 – 168.
3. П. В. Шафранский АНАЛИЗ ДИЗРУПТИВНЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ ЦИФРОВЫХ КОМПАНИЙ // Финансовые рынки и банки. 2021. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-dizruptivnyh-biznes-modeley-tsifrovyyh-kompaniy> (дата обращения: 10.02.2026).
4. В.П. Бауэр, В.В. Еремин, В.В. Смирнов Цифровые платформы как инструмент трансформации мировой и российской экономики в 2021–2023 годах // Экономика. Налоги. Право. 2021. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-platformy-kak-instrument-transformatsii-mirovoy-i-rossiyskoy-ekonomiki-v-2021-2023-godah> (дата обращения: 10.02.2026).