

Левкин Г. Г. Коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности преподавателей вузов / Г. Г. Левкин // Актуальные проблемы развития вертикальной интеграции системы образования, науки и бизнеса: экономические, правовые и социальные аспекты: материалы XIII Международной научн-практической конференции. – Воронеж: ВЭПИ, 2024. – 69-73.

Левкин Г. Г.

Омский государственный университет путей сообщения

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ВУЗОВ

Аннотация: В статье представлены результаты исследования основных направлений коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности преподавателей вузов. Раскрыто соотношение публикационной, творческой активности и продвижения результатов интеллектуального труда. Определены основные виды деятельности, требующие изменения подходов к их организации, продвижению в рыночной среде объектов интеллектуальной собственности.

Abstract: The article presents the results of a study of the main directions of commercialization of the results of intellectual activity of university teachers. The correlation between publishing, creative activity and promotion of the results of intellectual work is revealed. The main types of activities that require a change in approaches to their organization, promotion of intellectual property objects in the market environment are identified.

Ключевые слова: результаты интеллектуальной деятельности, научные коммуникации, коммерциализация, научная информация, преподаватель.

Keywords: results of intellectual activity, scientific communications, commercialization, scientific information, teacher.

Коммерциализация результатов интеллектуальной деятельности в условиях рыночной экономики направлена на получение активного и пассивного дохода за счет выполнения целенаправленных действий правообладателя. Доведение результатов научной работы до практического использования является одной из проблемных сфер деятельности отечественных ученых, поэтому этому вопросу следует уделять самое пристальное внимание.

Цель исследования – изучить особенности коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности преподавателями вузов.

В коммерческой деятельности важно понять, что продается или капитализируется. Издатели продают научную информацию, доступ к полным текстам. Целью же автора является повышение узнаваемости его имени и капитализация бренда. При отсутствии интернет-технологий в научной сфере отсутствовало понятие бренда имени, но именитые ученые были известны в отдельных научных областях. Одними из главных мероприятий, которые способствовали научной коммуникации, были научные конференции. В цифровой среде, с одной стороны, налаживание коммуникаций сложнее, но, в то