**Komercializācijas stratēģijas izstrādāšanas metodika**

|  |  |
| --- | --- |
| *Komercializācijas stratēģija ir konkrēta produkta vai tehnoloģijas apraksts, kurā tiek atainoti secīgi soļi produkta vai tehnoloģijas attīstīšanai no koncepcijas līdz ieviešanai tirgū, kā arī izvēle starp rūpnieciskā īpašuma izmantošanas tiesību piešķiršanu citai personai (licences līgums, patenta pārdošana) vai jauna komersanta veidošanu uz zinātniskās izstrādnes bāzes, un ieteikts, kāda informācija jāsagatavo, kā iegūt potenciālo licenciātu vai investīciju fondu uzmanību un piedāvāt tiem izstrādni vai tehnoloģiju.*  *Komercializācijas stratēģijā iekļaujamā informācija neaprobežojas ar šajā materiālā norādītajiem jautājumiem.* | |
| Vienas lapas biznesa plāna izstrāde | * *Sagatavo, piemēram, Lean Canvas formu vai kādu citu formu pēc izvēles (aizpilda pēc tam, kad citas daļas ir pabeigtas)* |
| Vispārīga informācija (apkopojums) par tehnoloģiju no TEP | * *Balstoties uz iepriekš veikto tehniski ekonomisko priekšizpēti, norāda svarīgāko informāciju par tehnoloģijas pielietojumu, attīstības stadiju, priekšrocībām un komercializācijas secinājumiem* |
| Komanda | *Apraksta:*   * *Kas ir nepieciešams (kādi cilvēki, kompetences)* * *Esošo komandu (līdzšinējā pieredze un rezultāti)* * *Kas pietrūkst (kādi cilvēki, kompetences)* * *Kā un kur to var iegūt* |
| Intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzība mērķa tirgos | *Apraksta:*   * *Intelektuālā īpašuma tiesību pašreizējo statusu (īpašumtiesības, izgudrotāji un informācija par rūpnieciskā īpašuma tiesību objektiem)* * *Intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzības stratēģiju (pamatojums mērķa tirgus valstīm, aizsardzības nepieciešamība)* * *Problēmjautājumus, kas saistīti ar īpašumtiesībām, darbības brīvību* |
| Tirgus analīze | * *Veic tehnoloģijas iespējamo darbības jomu plašāku izpēti (tendences, tirgus izmērs, ģeogrāfiskais aspekts utml.) un mērķa tirgus izvēli* * *Apraksta klientu vajadzības (potenciālo klientu profils, segments un pieprasījuma analīze)* * *Apraksta konkurentus (apraksts par pašreizējām/jaunām tehnoloģijām, iespējamiem konkurentiem un to stratēģijām)* |
| Komercializācijas stratēģijas izvēle | * *Apraksta veikto izvēli starp rūpnieciskā īpašuma izmantošanas tiesību piešķiršanu citai personai (licences līgums, patenta pārdošana) vai jauna komersanta veidošanu uz zinātniskās izstrādnes bāzes* |
| Finanšu plāns un ieņēmumi | *Sniedz informāciju par:*   * *Kopējo nepieciešamo budžetu* * *Pasākuma ietvaros pieejamo finansējums un tā izlietojumu* * *Naudas plūsmu (ieņēmumi un izdevumi projekta īstenošanas laikā - pa mēnešiem un līdz tehnoloģijas komercializēšanai - pa gadiem)* * *Ieguldījumu atdevi un efektivitāti (cik lielu labumu pētniecības organizācija gūs no tehnoloģijas komercializēšanas)* * *Galvenajiem termiņiem un būtiskākajiem atskaites punktiem (projekta īstenošanas laikā)* |
| Riska analīze | * *Veic projekta risku uzskaitījumu (tehnoloģijas attīstības riski, projekta vadības riski, tirgus riski, finanšu riski un citi iespējamie riski)* * *Izstrādā Rīcības plānu risku samazināšanai un alternatīvu plānu būtiskāko risku iestāšanās gadījumā.* |
| Tehnoloģijas attīstīšanas un komercializēšanas secīgi soļi | * *Izstrādā komercializācijas ceļa karti (ieteicamais plāns) atbilstoši projekta budžetam, attiecināmām izmaksām un atbalstāmajām darbībām (stratēģijas izstrādātājiem jāiepazīstas ar MK noteikumiem Nr.692, ietverot informāciju par* * *Trīs potenciāliem licenciātiem vai investoriem* * *Licenciātu un investoru uzrunāšanas un pārdošanas aktivitātēm* * *Tirgus reakcijas analīzi (atgriezeniskās saites saņemšana no uzrunātajiem komersantiem)* |