

TAČR GAMA – VÚŽV, v. v. i

Projekt TG01010082

Plán komercializace

Číslo dílčího projektu

TG002

Název

Ředidlo ve formě koncentrátu pro krátkodobou případně střednědobou konzervaci kančího spermatu

Doba řešení

9/2015-8/2017

Předkladatel: Ing. Frydrychová Soňa, Ph.D.

1. Představení předmětu komercializace

Předmětem komercializace budou práva k dosaženému výsledku, právně chráněným detailům. Ředidlo ve formě koncentrátu pro krátkodobou případně střednědobou konzervaci kančího spermatu. Listinným materiálem je dokumentace užitého vzoru.

2. SWOT analýza

Silné stránky (Strengths)

- Produkt je unikátní v této kategorii ředidel.
- Při tvorbě výsledku se vycházelo z praktických zkušeností a požadavků personálií inseminačních stanic.
- K dispozici bude právní ochrana.
- Očekává se orientace na jednoho obchodního partnera, který bude dostatečně silný.

Slabé stránky (Weaknesses)

- Omezený přístup k distribučním kanálům
- Určité problémy, které mohou být spojeny s účinností právní ochrany.

Příležitosti (Opportunities)

- Nové trhy – expanze do zahraničí (jednotný trh, společné základy legislativy)
- Již probíhající spolupráce s potenciálními výrobci

Hrozby (Threats)

- Ztráta zákazníka (další omezení chovů)
- Posílení konkurence
- Nedostatečná ochrana duševního vlastnictví. (právní vymahatelnost v zahraničí)

3. Identifikace trhu

Trh představují vzhledem k tomu, že neplánujeme výrobu a přímou distribuci ke koncovým uživatelům výrobcí ředidel pro výrobu inseminačních dávek. V ČR se jedná o společnost Hema Malšice. Zahraniční výrobce je možno oslovit, avšak se nedá očekávat větší odezva, výrobců v Evropě je pouze několik, rozhodující podíl trhu zaujímají Minitube, IMV a Magapor. Je možné jim toto ředidlo nabídnout, ovšem naše hlavní pozornost by se měla zaměřit na lokálního výrobce, který zásobuje nejen zemský trh, ale i perspektivní trh v zemích bývalého východního bloku.

4. Forma marketingové komunikace

Marketingová komunikace bude založena na především na osobním jednání s využitím předchozích kontaktů a zkušeností. Autoři udržují pravidelný osobní nebo písemný kontakt s většinou potenciálních výrobců. Podle běžných zásad marketingové komunikace bude nejprve neoficiálně nabídnuta možnost seznámení s navrženým výrobkem a u perspektivních zájemců se přistoupí k oficiálnímu jednání. Souběžně s osobním jednáním bude nabídka produktu zveřejněna na webových stránkách VÚŽV.

5. Podpora prodeje koncovým uživatelům

Přednáškovou a publikační činností (Náš chov, semináře). Na seminářích, pořádaných naším oddělením pro chovatele prasat, ale také pro personál inseminačních stanic bude provedeno seznámení a případně i krátká instruktáž k použití navrhovaného ředidla. Jeho výhody budou náležitě vysvětleny, tak aby motivovaly potenciální zákazníky k ochotě vyzkoušet novou technologii. Podle zkušeností se stávajícími produkty toto bude dostatečně motivační. Tato aktivita bude podpořena článkem pro odbornou veřejnost v časopise „Náš chov“.

Podporou budoucího výrobce při výstavní činnosti bude řešena umožněním představení výrobku na akcích pro zemědělskou veřejnost pořádaným ústavem a poskytnutím materiálů pro prezentaci výrobku na veletrzích a výstavách, které výrobce využívá.

6. Kvantifikace přínosů

Příprava standartního práškového ředidla trvá cca 45 minut a příprava tekutého koncentráту ředidla max. 10 minut. Pro koncového uživatele je to úspora cca 40 min, což představuje vyjádřená úspora osobních nákladů 90 Kč na výskyt. Týdně pak nejméně 270 Kč. Ročně to představuje úsporu cca 14 000 Kč na jednoho pracovníka. Na druhé straně, i když pomíneme tuto částku, představuje ředidlo podstatně jednodušší přípravu i významný podíl na eliminaci chyb laboratorního personálu. Kromě toho vývoj tohoto ředidla byl iniciován požadavky pracovníků ISK. Lze tedy očekávat, že o toto ředidlo bude zájem.

7. Forma komercializace

Prodej autorských práv k výsledku. Počítá se s prodejem za smluvní fixní částku a z doplatku za objem realizace. Vzhledem k charakteru trhu a vzhledem k možným nákladům na veřejnou soutěž, bude potenciální partner vybrán na základě jednání s budoucími uživateli. Veřejná soutěž ve smyslu zákona by zřejmě nebyla úspěšná, proto bude zvolen individuální přístup.

8. Předpokládaný výnos

Navrhovaná prodejní cena licence by měla být cca dvojnásobkem nákladů na právní ochranu - užitiný vzor, tj. cca 20 tis. Kč. Výše doplatku bude se předpokládá formou podílu na prodejní ceně ve výši cca 3%.

9. Časový plán

- 2018 - jednání o prodeji výsledku s výrobcí, vlastní termín zahájení je dán doručením dokumentace o právní ochraně, případně nabytím právní moci.
- 2019-2027 - Kontrola výroby a zejména doplatků