

DOA.III.272.1.19.2013

Załącznik Nr 1 do SIWZ

## SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (SOPZ)

**Badanie pod nazwą: „Utworzenie regionalnego modelu komercjalizacji wyników prac badawczych”.**

**Źródło realizacji zamówienia<sup>1</sup>:**

Zamówienie będzie realizowane w ramach projektu systemowego pn. „Kręgi Innowacji – rozwój zintegrowanych narzędzi wspierania innowacyjności województwa w obszarach o dużym potencjale wzrostu” Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007-2013, Priorytet VIII Działanie 8.2.Transfer wiedzy, Poddziałanie 8.2.2 Regionalne strategie innowacji, współfinansowanego przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego.

### 1. CEL BADANIA

Celem badania jest opracowanie koncepcji **regionalnego modelu komercjalizacji wyników prac badawczych** pozwalającego na upowszechnianie i popularyzację idei komercjalizacji wyników prac naukowych na potrzeby przedsiębiorstw, poprzez wskazanie i ugruntowanie w regionie szybkiej, sprawnej ścieżki pozwalającej upraktyczniać wyniki prac naukowców i wynalazców (w sferach B+R, biznesu, IOB i JST). Model będzie przewidywał minimalizację procedur związanych ze sprzedażą praw opracowanych rozwiązań, praktyczny system umów o współpracy między twórcą a daną jednostką wprowadzającą produkt na rynek, szereg rozwiązań upraszczających proces komunikacji i współpracy pomiędzy zainteresowanymi stronami. Model powinien być oparty na ogólnie dostępnych mechanizmach komercjalizacji wiedzy i poprzez dokonaną analizę struktury uczelni w regionie, dostosowany do potrzeb regionalnych szkół wyższych.

<sup>1</sup> Wykonawca w trakcie realizacji zamówienia zobowiązany jest do posługiwania się logotypami dostarczonymi przez Zamawiającego i wskazującymi na źródło finansowania zamówienia

## 2. PRZEDMIOT BADANIA OBEJMUJE

Regionalny model komercjalizacji wyników prac badawczych powinien uwzględniać:

- 1) Koncepcję systemu komercjalizacji wyników prac badawczych, z możliwością adaptowania na różnorodnych uczelniach w regionie (elastyczność). System, powinien gwarantować w perspektywie długoterminowej wzrost zainteresowania młodych naukowców komercjalizacją ich prac badawczych. Z drugiej zaś strony powinien on uwzględniać „interes” uczelni w procesie dostarczania nowoczesnych produktów/usług na rynek dzięki młodym, zdolnym naukowcom, co przyniosłoby korzyści nie tylko materialne (zyski z komercjalizacji), ale również podnosiłoby prestiż uczelni na poziomie krajowym, jak również przyczyniałoby się do większego zainteresowania ofertą przez potencjalnych studentów. Powinna być ona opracowana w oparciu o najlepsze praktyki krajowe i zagraniczne w tym zakresie. Koncepcja powinna w sposób wyczerpujący opisywać i wskazywać m. in.:
  - różne modele stosowane w kraju i za granicą komercjalizacji wiedzy (best practise);
  - metody i sposoby funkcjonowania najlepiej ocenianych uczelni wyższych w kraju w kontekście zasad komercjalizacji prac badawczych (min. 2);
  - stosowane na świecie metody i zachęty pracowników naukowych do komercjalizacji wiedzy;
  - zasady współpracy między uczelniami a biznesem w kontekście komercjalizacji prac badawczych (najlepsze rozwiązania);
  - analiza sytuacji na uczelniach wyższych w regionie świętokrzyskim w kontekście zagadnienia / przegląd struktury obowiązujących zasad komercjalizacji prac badawczych;
  - analiza słabych i mocnych „punktów” w stosowanych w regionie metod i zasad komercjalizacji, których praktyczne zastosowanie wymaga modyfikacji bądź dostosowania do specyfiki uczelni wyższych/ potrzeb biznesu;
  - wskazanie parametrów/ czynników powodzenia, gwarantujących osiągnięcie najlepszych warunków dla praktycznego funkcjonowania regionalnego systemu komercjalizacji prac badawczych.
  
- 2) Przygotowanie propozycji procedur związanych z zarządzaniem własnością intelektualną na uczelniach wyższych w regionie świętokrzyskim, uwzględniającej:
  - przykłady procedur zarządzania własnością intelektualną na uczelniach wyższych w kraju, charakteryzujących się najwyższymi współczynnikami sprzedaży prac naukowych/ badawczych (min. 3 przykłady);
  - standardy w zakresie wdrażania i funkcjonowania procedur zarządzania własnością intelektualną (analiza porównawcza);
  - propozycje zasad finansowania komercjalizacji wyników badań (oddolne i odgórne);
  - przygotowanie propozycji procedur zarządzania własnością intelektualną dla świętokrzyskich uczelni wyższych, z uwzględnieniem ich potencjału i różnorodności wydziałów, w oparciu o najlepsze standardy krajowe w tym zakresie (projekty umów, itp.);

- wskazanie propozycji metod działania, zasad zarządzania własnością intelektualną na uczelniach wyższych w regionie (koncepcja uregulowania praw autorskich, użytkowania sprzętu, itp.).

### 3. METODOLOGIA BADANIA

Opracowanie koncepcji utworzenia regionalnego modelu komercjalizacji wyników prac badawczych winno być poprzedzone gruntowną analizą potencjału (ludzkiego, technicznego), jak również sytuacji w przedmiotowym zakresie na uczelniach wyższych w regionie świętokrzyskim. Badanie powinno być oparte o:

- analizę sytuacji prawnej w kraju w tym zakresie – opis, powinien uwzględniać odwołanie do podstaw prawnych związanych z zagadnieniem, jak również kluczowe punkty (słabe i mocne strony/ zachęty i ograniczenia); projektowane zmiany ministerstwa w tym zakresie; zagadnienia pomocy publicznej;
- opis różnych modeli komercjalizacji wyników prac badawczych, stosowanych na wiodących uczelniach w kraju;
- opis min. 2 dobrych praktyk w zakresie systemu sprzedaży wyników prac badawczych w kraju;
- zaprezentowanie min. 3 stosowanych metod i zachęt pracowników naukowych do komercjalizacji wiedzy; zasady współpracy uczelni i naukowców – badanie korelacji;
- diagnoza sytuacji na uczelniach wyższych w regionie świętokrzyskim - przegląd struktury obowiązujących zasad komercjalizacji prac badawczych. Przeprowadzona analiza powinna umożliwić Zamawiającemu udzielenie odpowiedzi na pytania: czy, a jeśli tak to jakie są stosowane na uczelniach świętokrzyskich modele komercjalizacji prac? Na których uczelniach mamy do czynienia z zagadnieniem? Na jakich wydziałach? Które uczelnie mają szanse na zastosowanie modelu z perspektywą powodzenia? Jakie są przyczyny niskiego poziomu zainteresowania doktorantów/ uczelni komercjalizacją prac badawczych? Przedmiotowa diagnoza winna uwzględniać również aspekty formalne związane z komercjalizacją (np. statut uczelni, regulaminy wewnętrzne, wzory stosowanych umów w procesie komercjalizacji, itp.);
- kwestionariusze badawcze opracowane przez Wykonawcę. Kwestionariusze winny uwzględniać zakres pytań, umożliwiających zdobycie wiedzy na temat wewnętrznych uwarunkowań uczelni wyższych względem możliwości i chęci prowadzenia badań i ich sprzedaży komercyjnej przez uczelnie/doktoranta. Szczegółowemu badaniu poddane zostaną minimum 2 osoby z kadry zarządzającej każdego z wydziałów upoważnionych do doktoryzowania absolwentów w województwie świętokrzyskim oraz po min. 3 doktorantów na każdym wydziale danej uczelni. Zaproponowanie struktury kwestionariusza oraz ilości zastosowanych narzędzi badawczych (poza desk research i badaniem kwestionariuszowym) do badania leży po stronie Wykonawcy i podlega ocenie na etapie postępowania.

Na podstawie powyższych analiz, Wykonawca przedstawi w formie tabelarycznej słabe i mocne „punkty” w stosowanych w regionie metodach i zasadach komercjalizacji. W formie rekomendacji przedstawi również model komercjalizacji badań najbardziej prawdopodobny i możliwy do zastosowania przez uczelnie świętokrzyskie. W punkcie tym, Wykonawca przedstawi ew. możliwości praktycznego zastosowania dostępnych na uczelniach modeli, po z przykładami/propozycjami ich modyfikacji bądź dostosowania do specyfiki uczelni wyższych/potrzeb biznesu. Część ta umożliwi również wskazanie tych czynników powodzenia, które – przy dobrej woli badanego środowiska, mogą zagwarantować praktyczne zastosowanie regionalnego systemu komercjalizacji prac badawczych.

#### 4. HARMONOGRAM REALIZACJI BADANIA

Realizacja zamówienia trwać będzie maksymalnie **do dnia 20 czerwca 2013r. od dnia zawarcia umowy, przy czym do 13 czerwca 2013r.** Wykonawca przedstawi Zamawiającemu, celem zaopiniowania, projekt raportu będącego odzwierciedleniem całościowym badania. Uwagi bądź zalecenia zostaną wysłane drogą elektroniczną Wykonawcy w terminie nie dłuższym niż 3 dni robocze. Wykonawca wprowadzi uwagi Zamawiającego lub uzasadni odmowę wprowadzenia uwag/zaleceń i w wymagalnym umową i harmonogramem czasie do 20 czerwca 2013r. dostarczy w wersji papierowej i elektronicznej, uzgodniony z Zamawiającym, raport właściwy z badania pod nazwą: „Utworzenie regionalnego modelu komercjalizacji wyników prac badawczych”.

#### 5. PREZENTACJA WYNIKÓW BADANIA

Oczekiwanym produktem realizacji zamówienia będzie raport pod tytułem „Utworzenie regionalnego modelu komercjalizacji wyników prac badawczych”, zawierający wszystkie elementy opisane w pkt. 1 - 3 SOPZ.

**Przedmiotowy raport musi spełniać następujące wymogi:**

1. Treść merytoryczna raportu - maksymalnie 50 stron (jednocześnie nie mniej niż 30 str.) bez załączników, przygotowanych w formacie czcionki Times New Roman, rozmiar 12, przy zachowaniu maks. interlinii 1,5.
2. Zestawienia tabelaryczne, wykresy, mapy, i inne obiekty w formie obrazu, nie mogą przekraczać 1/3 objętości raportu.
3. Raport powinien zostać oznakowany logotypami, udostępnionymi Wykonawcy przez Zamawiającego niezwłocznie po podpisaniu umowy.
4. Struktura raportu zawierać będzie minimalne elementy:
  - Spis treści,
  - Wstęp (max 2 strony) – w tej części zawarty zostanie krótki opis celu badania, mechanizmów towarzyszących, uzasadnienie konieczności prowadzenia badań w tym obszarze, źródło finansowania zamówienia.
  - Diagnoza stanu.

- Wykaz dobrych praktyk.
- Wyniki prowadzonych badań.
- Regionalny model komercjalizacji wiedzy.
- Podsumowanie.
- Rekomendacje.
- Bibliografia.
- Załączniki.

Wykonawca zobowiązany jest do stałej roboczej współpracy z Zamawiającym poprzez wyznaczenie osoby/osób do kontaktów, stały kontakt telefoniczny i mailowy z osobą wskazaną i/lub upoważnioną przez Zamawiającego oraz przygotowywanie wyjaśnień na wniosek Zamawiającego. W razie konieczności, Wykonawca weźmie udział w spotkaniu w miejscu i czasie wyznaczonym przez Zamawiającego, celem zaprezentowania wyników realizowanego badania, przy czym termin spotkania musi być wyznaczony pisemnie przez Zamawiającego w terminie realizacji zamówienia.