

«УМНИК»: ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ

«УМНИК» – программа Фонда содействия развитию малых форм предприятий в научно-технической сфере. Основная задача программы – выявление и воспитание кадрового резерва инновационных предпринимателей России. Она одна из первых дала возможность молодым ученым от 18 до 28 лет представить свои разработки и получить финансирование с возможностью их дальнейшей коммерциализации. Аббревиатура «УМНИК» расшифровывается как «Участник молодежного научно-инновационного конкурса». Программа «УМНИК» проводится Фондом содействия с 2007 года. За это время конкурс стал действительно реальной возможностью для молодых ученых разработать свой инновационный продукт, организовать его производство и обеспечить его выход на рынок. Отбор победителей проходит в два этапа. Первый, отборочный тур «УМНИКа» проводится дважды в год (весной и осенью) как в столице, так и в регионах на базе молодежных научно-практических школ, конкурсов исследовательских проектов, конференций, выставок в профильных Институтах РАН, университетах, бизнес-инкубаторах и прочих площадках, аккредитованных организаторами. Более подробную информацию о ближайших отборочных мероприятиях можно найти на сайте Фонда содействия. По результатам первого этапа экспертной комиссией отбираются проекты для устного выступления в финале, который определяет порядка десяти победителей в каждом направлении. Программа «УМНИК» включает пять направлений:

- Информационные технологии
- Медицина будущего
- Современные материалы и технологии их создания
- Новые приборы и аппаратные комплексы
- Биотехнологии.

Победители конкурса получают финансирование своего проекта в размере 200 тыс. рублей с возможностью продления на один год. Повторно победители программы «УМНИК» участвовать в конкурсе не могут. После успешного завершения проекта, молодой ученый имеет возможность подать заявку на участие в программе «УМНИК на СТАРТ», что дает ему возможность получить финансирование в размере до 6 млн. рублей на три года. Из наиболее успешных проектов, получивших поддержку фонда, стоит отметить разработку Александра Бervено, ставшего победителем «УМНИКа» еще в 2007 году. Аспирант Института химии твердого тела и механохимии Сибирского отделения РАН сконструировал установку, позволяющую в 2-3 раза удешевить процесс получения сорбентов на основе углеродных волокон для выделения газов из смеси. Разработка Александра позволила решить важную проблему экологии – утилизировать метан. После завершения проекта «УМНИК» установка прошла экспертизу в Кузбасском технопарке, и был подписан договор с ГК «Роснано». В 2011 году Александр выиграл конкурс «СТАРТ» и с 2012 года стал резидентом Фонда «Сколково». По

прошествии семи лет после проведения первого «УМНИКа» можно сказать, что программа зарекомендовала себя как отличный шанс для молодых ученых проявить себя, продемонстрировать свои идеи и разработки и получить пусть небольшие по сегодняшним меркам, но деньги, которые так необходимы на ранних этапах разработки наукоёмких технологий. Участие в программе «УМНИК». Для участия в программе необходимо выбрать наиболее подходящее вашему проекту направление, заполнить регистрационную форму и отправить ее координатору «УМНИКа» в организационный комитет научного мероприятия, где в ближайшее время будет проводиться отборочный тур. После включения вашего проекта в список участников на вашу почту придет письмо с адресом активированной учетной записи на сайте, куда необходимо загрузить описание проекта в виде тезисов и презентацию. Отборочный тур может проходить заочно и тогда выступление перед комиссией происходит непосредственно в финале. Описание проекта включает такие пункты, как цель проекта, актуальность, наукоёмкость, новизна, перспективы коммерциализации результатов НИОКР, защита интеллектуальной собственности и план реализации проекта. Сразу следует отметить, что чем более емко и точно будет сформулированы все положения в тезисах, тем лучше. При составлении заявки организаторы «УМНИКа» советуют как можно реже употреблять слова «инновация», «изобретения». Также рекомендуется делать акцент на прикладную значимость проекта, поскольку в первую очередь конкурс подразумевает создание конечного продукта, а не проведение фундаментальных исследований. При описании новизны разработки следует избегать выражений «абсолютная новизна», «аналоги отсутствуют», «прорывная технология». Молодых ученых часто ставит в затруднение пункт коммерциализация. В нем предлагается представить результаты оценки и объем рынка, потенциального потребителя, наличие рисков и мер их снижения, наличие конкурентов, расчёт себестоимости продукта и продукции конкурентов. Если этот пункт сформулирован ясно и точно, пусть и не очень подробно, то комиссия редко спрашивает что-то дополнительно и не акцентирует внимание на экономических терминах. Публикуем рекомендации по заполнению данного раздела, представленные на сайте Технопарка Новосибирского Академгородка:

Область применения	В данном разделе необходимо дать представление об области применения вашего продукта (услуги), где она будет или может быть востребована.
Объем внебюджетных инвестиций или собственных средств, источники и формы их получения, распределение по статьям затрат по годам реализации	Источники средств и формы их получения (в зависимости от варианта проекта) подробно рассмотрены в разделе «Данные о проекте»
Ситуация на внутреннем и	Прежде всего, нужно доказать, что рынок есть, то есть

<p>внешнем рынках, имеющиеся аналоги, контингент покупателей, предполагаемый объем платежеспособного рынка</p>	<p>имеются покупатели, продавцы, спрос. Оцените объем рынка (в рублях, в валюте, если рынок зарубежный) Расскажите о ближайших конкурентах, их продукции, ее характеристиках, приведите сравнение с продукцией вашего предприятия (наглядно сделать в форме таблицы). Дайте информацию о том, насколько рынок насыщен данной продукцией, что превалирует спрос или предложение. Ответьте на вопросы: Кто будет покупать? Почему будут покупать? Что заставит предпочесть продукцию именно вашего предприятия, а не имеющиеся аналоги? Покажите, какая доля потенциальных потребителей (%) (с указанием их платежеспособного потенциала — в рублях) готова покупать продукцию вашего предприятия. Если рынок зарубежный — вам необходимо доказать возможность выхода отечественной продукции на него.</p>
<p>Ориентировочная цена и себестоимость (в расчете на единицу продукции), планируемая прибыль на единицу продукта, план реализации</p>	<p>Себестоимость продукции — это выраженные в денежной форме затраты предприятия или организации на производство и реализацию продукции. Здесь необходимо указать все затраты, которые связаны с созданием, производством и продажей продукции (в том числе все мероприятия, относящиеся к продвижению продукции на рынок). При определении цены продукции помните, что она должна быть выше себестоимости (что естественно), а прибыли должно быть достаточно (в случае саморазвития), чтобы компенсировать вложения предприятия в проект. При определении максимальной и минимальной прибыли на единицу продукта нужно иметь в виду, что на многие виды продукции на практике сложилась нижняя граница интервала между ценой продукции и себестоимостью, ниже которой производство продукции является нерентабельным. Нужно помнить, что в определенных сегментах рынка (продажа медицинского оборудования, лекарств) самостоятельно малому предприятию выйти на рынок и закрепиться практически невозможно, поэтому, если это ваш случай, укажите «солидного» партнера, который сможет «вывести» продукцию вашего предприятия на рынок. Раскройте механизм вашего сотрудничества.</p>
<p>Требования по сертификации продукта</p>	<p>Контроль качества может предполагать: • наличие регламента на технологию; • наличие сертификата на продукцию; • наличие сертификата соответствия 9001:2008 на процессы; • наличие СМК (системы менеджмента качества), подтвержденное сертификатом. Посмотрите, что из вышеперечисленного возможно создать (разработать) в рамках организации производства на вашем предприятии. В настоящее время большое распространение получили статистические методы контроля качества, также используются физико-химические методы контроля качества продукции.</p>

Завершается описание проекта календарным планом, к которому нужно подойти серьезно, так как именно он во многом определит то, что вы будете писать в промежуточных и годовых отчетах. Пункты календарного плана должны обозначать действие (к примеру: исследование, разработка) и не должны повторять друг друга. Также не следует включать в календарный план работы, не относящиеся к проекту (к примеру: согласование документации, патентование, маркетинг). После выхода в финал перед конкурсантами ставится задача убедительно выступить перед экспертами с презентацией своего проекта. Выступление должно длиться не более 5-6 минут, после чего следуют вопросы комиссии. Презентация должна четко отображать основные мысли проекта, слайды идут последовательно и в соответствии с логикой представления продукта. Эффекты и мультипликацию следует свести к минимуму. Не рекомендуется перегружать слайды текстом, тем более, если он дублирует ваш доклад. Надеемся, что наши рекомендации помогут вам победить.

Источник: https://xpir.ru/guidealias/fasie_umnik © Экспир