

Проректор по экономике и инновациям

Утверждаю

Е.А. Старожук

«15» 03 2011г

## Порядок

**подготовки предложений по созданию хозяйственных обществ с участием Университета в рамках Федерального закона от 2 августа 2009 года «О внесении изменений в отдельные законодательные акты российской федерации по вопросам создания бюджетными научными и образовательными учреждениями хозяйственных обществ в целях практического применения (внедрения) результатов интеллектуальной деятельности» № 217-ФЗ**

### I. Инициация проекта

Инициировать проект создания хозяйственного общества в виде малого инновационного предприятия (МИП) при МГТУ им. Н.Э. Баумана могут:

- Автор (создатель результата интеллектуальной деятельности – РИД) или авторский коллектив;
- Подразделения Университета.

(Проект также может быть инициирован в ходе выполнения или приёмки результатов НИОКР).

### II. Формирование заявки на создание университетом хозяйственного общества

1. Заполнение Заявки (Приложение 1) и направление ее в ЦРИИМП (Центр развития инновационной инфраструктуры и молодежного предпринимательства).

Автор заполняет Заявку на страничке ЦРИИМП (<http://innocentre.bmstu.ru/article-id=376.php>), указывая при этом:

- Создаваемый продукт, его преимущества и недостатки;
- Потенциальных потребителей и их потребности;
- Решенные и нерешенные проблемы по проекту, перспективы развития;
- Условия необходимой поддержки со стороны Университета на стадиях «посев» и «стартап»;
- Предлагаемый список учредителей и их доли в уставном фонде создаваемого МИП.

ЦРИИМП принимает Заявку и проводит входной контроль правильности ее заполнения.

- Правильно заполненная заявка принимается для проведения работ на следующем этапе формирования бизнес-проекта;
- Заявка с замечаниями возвращается автору с указанием требуемых доработок;

## 2. Проведение предварительного анализа заявки.

ЦРИИМП и Центр защиты интеллектуальной собственности (ЦЗИС) выносят предварительное заключение о целесообразности дальнейшей работы над заявкой.

### 2.1. ЦЗИС проверяет наличие предлагаемого к внесению в уставной фонд РИД и правомерность его использования Университетом:

- Если РИД, предлагаемый к внесению в уставной фонд, существует, принадлежит МГТУ (на исключительных правах или с возможностью внесения в уставной фонд МИП) и может быть использован с целью учреждения МИП, ЦЗИС формирует заявку Проректору по экономике и инновациям на оценку РИД как нематериального актива и его учета, а также оценку права использования РИД, вносимого в уставной капитал создаваемого МИП.

### 2.2. ЦРИИМП с помощью экспертов формирует заключение о коммерческом потенциале заявки:

- коммерчески перспективная,
- требует доработки,
- коммерчески бесперспективная.

### 2.3. Подготовка технико-экономического обоснования (ТЭО) проекта (при наличии положительных заключений ЦРИИМП и ЦЗИС).

Автор (или авторский коллектив) подготавливает ТЭО проекта (Приложение 2).

Консалтинговый центр в области инженерного бизнеса и маркетинга (КЦ ИБМ) оказывает поддержку при подготовке ТЭО.

В ТЭО обязательно должны быть отражены следующие сведения:

- Предлагаемый продукт: аналоги, преимущества, себестоимость;
- Потенциальный рынок: объем реализации продукции (товаров, работ, услуг), потребитель и его потребности, для которых создан (создается) продукт;
- Планируемые затраты: на организацию деятельности фирмы, на организацию производства продукции, на лицензирование и сертифицирование продукта, видов деятельности и т.п. (при необходимости), на организацию сбыта;
- Финансовый план с учётом стоимости права использования РИД, вносимого в уставной фонд (точка безубыточности, срок окупаемости и т.д.);

### 2.4. В случае необходимости поддержки развития МИП путём предоставления в аренду помещений и оборудования, необходимо согласие соответствующего подразделения Университета и справка УИФИ (Управление использования федерального имущества) о стоимости арендной платы.

### III. Оформление предложений по созданию Университетом МИП

1. ЦРИИМП формирует в адрес Проректора по экономике и инновациям предложение по созданию МИП для рассмотрения и принятия решения в соответствии с «Регламентом создания хозяйственных обществ МГТУ им. Н.Э. Баумана».

Визы:

Начальник Правового управления



В.И. Стымковский



---

(название компании (коллектива)-заявителя)

---

(место расположения, контактная информация, адрес интернет-сайта)

## **Технико-экономическое обоснование**

---

(название проекта)

---

### **на создание компании в соответствии с ФЗ №217**

#### **0. Краткое исполнительное резюме предлагаемого проекта**

- Сжатое изложение сути бизнес-предложения (не более 1 стр.).

#### **1. Описание предлагаемой технологии (продукта)**

- Описание конечного продукта (технологии, услуги), предлагаемого для коммерциализации.
- Описание технологии, продуктов или услуг в форме, не раскрывающей ноу-хау и понятной неспециалистам.
- Предполагаемые и возможные сферы применения технологии или продукта. Какая проблема на потребительском рынке будет решена с появлением предлагаемой технологии (продукта)?
- На какой стадии разработки находится разработка технологии или продукта? [Проведены основные исследовательские работы; подготовлена документация; осуществлены лабораторные испытания; создан опытный образец; технология сертифицирована; осуществлен выпуск опытной партии и т.д.].
- Доказательства того, что заявленные показатели технологии действительно могут быть достигнуты [результаты испытаний опытного образца, отзывы экспертов и т.п.].
- Этапы возможного дальнейшего развития технологии [подготовка и производство других видов новой продукции на базе предлагаемой технологии и примерные сроки их реализации].
- Иллюстрации, схемы, графики, фотографии и другую подробную поясняющую информацию лучше всего разместить в приложении, дав в тексте ссылки на соответствующие разделы приложения.
- Возможно ли создание какой-либо другой востребованной рынком продукции с использованием данной технологии? [этот момент крайне важен, поскольку позволяет рассмотреть иные способы применения предлагаемой технологии/продукции и, соответственно, увеличить рынок предполагаемого сбыта].

## **2. Конкурентные преимущества и конкуренты**

- Основные конкурентные преимущества технологии/продукта [Уникальность технологии, низкая себестоимость, высокое качество продукта, широта ассортимента, наличие сервисного/послепродажного обслуживания, удобство расположения производственной площадки, экологическая чистота и т.п.]
- Факторы, за счёт которых достигаются указанные преимущества.
- Технические характеристики предлагаемой продукции в сравнении с лучшими существующими и перспективными мировыми и отечественными аналогами с целью подтверждения заявленных конкурентных преимуществ. [Преимущества должны быть явными и сильными. Они должны убедить в том, что новый продукт может выжить даже в случае его копирования конкурентами и/или в случае жестких атак на него со стороны крупных корпораций, чьи интересы могут быть затронуты его производством.]
- Возможные перспективы создания новых видов продукции в ходе реализации проекта, которые могут обеспечить компании устойчивость в конкурентной борьбе и в развитии бизнеса в будущем.
- Информация о конкурентах - по каждому конкуренту: [Основные конкуренты по видам продукции и сегментам рынка, наименование выпускаемых ими продуктов, занимаемая доля на рынке, сильные и слабые стороны конкурирующей продукции, преимущества и недостатки Вашего продукта по сравнению с продукцией конкурентов, возможная реакция на Ваш продукт со стороны конкурентов, возможность использования конкурента в качестве партнёра].
- Могут ли в результате развития других технологий появиться на рынке новые конкуренты предлагаемой вами продукции?

## **3. Правовая защита интеллектуальной собственности**

- Владелец технологии (продукта). [Для юридического лица: полное наименование с указанием формы собственности, даты и места регистрации, юридического и фактического адреса, контактной информации, Ф.И.О. руководителя. Для физического(их) лица: Ф.И.О., адрес, телефон, факс, электронная почта, другая контактная информация].
- Права на интеллектуальную собственность [Номер, дата и полное наименование патента, авторских прав, ноу-хау, срок и территория их действия, объем прав].
- Заключались ли лицензионные соглашения и передавались ли права третьим лицам? [Кому, когда, на каком основании, срок действия договора, объем переданных прав].
- Если права не защищены: была ли информация, раскрывающая ноу-хау технологии (продукта), когда-либо представлена для открытого доступа?
- Законодательные и иные ограничения, которые могут оказать влияние на ход коммерциализации технологии [технология двойного назначения, другие ограничения на оборот технологии, вредное производство, опасное производство, требования по сертификации технологии/продукции/услуг, необходима подготовка ТУ производства, лицензирование деятельности, потребуется экологическая или иная экспертиза проекта, разрешения органов технического или иного надзора и т.д.].

#### **4. Рынок, способы продвижения и стоимость нового продукта**

- Рынок применения продукции [необходимо указать все возможные сферы применения технологии/конечного продукта во всех сегментах рынка, если для продвижения выбран один определенный сегмент из нескольких, дать обоснование, почему именно он].
- Объем и динамика мирового и российского рынков, в целом и по сегментам. [мировой, стран ближнего зарубежья и отечественный с разбивкой по сегментам и странам или рынкам, конкретные группы потребителей данной продукции].
- Объем каждого сегмента в настоящее время, предполагаемый объем сегментов на момент выхода нового продукта на рынок.
- Материалы, подтверждающие наличие спроса, по сегментам [оценочные данные экспертов, маркетинговые исследования рынка, запросы потенциальных покупателей и пр.]
- Стратегия выхода на мировой рынок [если предполагается].
- Какие из потребностей потребителей и каким образом новая технология позволяет удовлетворить?
- Какое положение на рынке компания планирует занять через 3-5 лет? [прогноз объема продаж по годам, доля компании на рынке и т.п.].
- Какие конкурентные преимущества продукции позволяют на это рассчитывать?
- Мероприятия по продвижению товара, обоснование бюджета предполагаемых расходов [реклама, выставки, презентации, предоставление бесплатных образцов товара и пр.].
- Каналы сбыта [Прямые продажи конечному пользователю, оптовые продажи дилерам или организация собственной дистрибьюторской сети, розничные продажи и т.д. Кто именно и как будет осуществлять сбыт продукции?].
- Ценовая политика [по каким ценам будет осуществляться продажа продукции, выше или ниже конкурентов, приблизительно по таким же, почему].
- Себестоимость конечного продукта [указать основные составляющие, стоимость сырья, материалов, производственных процессов, фонд оплаты труда занятого персонала, накладные расходы, постоянные и переменные издержки компании в целом и пр.]

#### **5. Информация о компании**

- Правовой статус. [В каком качестве, где, когда и кем будет зарегистрирована компания. Образована управленческая команда, определен круг потребителей продукции, подготовлено инвестиционное предложение (бизнес-план) и т.д.].
- Владельцы. [Кто будет являться собственником, размер и распределение акционерного капитала/уставного фонда; распределение долей по собственникам с долей участия более 5%].
- Планы по изменению организационно-правовой формы компании и размеров её акционерного капитала/уставного фонда в связи с началом реализации проекта.

#### **6. Организационная структура и персонал**

- Персонал и организационная структура компании имеющаяся/планируемая [структура подразделений организации, распределение функции, численность персонала, средняя зарплата].

- Информация о руководящих сотрудниках компании (генеральный директор, финансовый директор, директор по маркетингу, технический директор, главный бухгалтер) [Ф.И.О., должность, сфера ответственности, образование, наличие ученой степени, стаж работы в компании, опыт работы в частном бизнесе и на государственной службе].
- Какие программы обучения персонала предусматриваются?

## 7. Потребности в инвестировании, финансовые показатели

- Предыдущие вложения. [Объем и характеристика инвестиций: собственные средства учредителей, средства других инвесторов, государственные средства, гранты и пр.]
- Потребности в финансировании [объем и сроки предоставления с разбивкой по этапам, желательные формы инвестиций: взнос в уставной фонд, лизинг, кредит, др.].
- Направления использования инвестиций [С разбивкой по разделам, разработка технологии, патентование (включая зарубежное, с разбивкой по странам), доработка и проверка технологии в условиях промышленного производства, завершение разработки и испытаний продукта, приобретение нового оборудования, закупка сырья и материалов, оборотные средства, продвижение и реклама продукции, создание дистрибьюторской сети и т.д.].
- Ожидаемые финансовые показатели [объем продаж и чистого дохода с разбивкой по годам в течение ближайших 3-5-ти лет, срок окупаемости вложений, внутренняя норма рентабельности].

Например,

	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	
Инвестиции	\$1 100 000	\$1 500 000	\$0	
Прибыль	\$0	\$1 731 600	\$3 463 200	
При ставке дисконтирования = 20%				
NPV(млн\$)	-1,10	0,19	2,41	<b>1,50</b>
			IRR	<b>57%</b>

## 9. Приложения (при наличии)

- Маркетинговые исследования рынка, подтверждающие потенциал технологии (продукта).
- Иллюстрации, схемы, графики, фотографии и другая подробная информация, поясняющая принципы действия технологии и дополняющая описание продукции.
- Рекламные материалы о технологии, продукции, компании.
- Другое.

Центр развития инновационной инфраструктуры и молодежного предпринимательства  
105005, Москва, 2-я Бауманская, д.5, офис 355а. Тел.(495) 632-2996, (499) 263-6980.  
E-mail: [info\\_innocentre@bmstu.ru](mailto:info_innocentre@bmstu.ru)