

enterprise
europe
network

UKRAINE



SMEs instruments

інструменти з написання грантів

<http://www.iop.kiev.ua/~een/>

EEN-Ukraine
consortium



Business Support on Your Doorstep



Зміст

Вступ та передісторія.....	3
Мета і зміст.....	4
Як читати цей посібник.....	5
Загальні поради.....	6
Перша сторінка.....	9
Резюме.....	10
Основний текст.....	11
Переваги.....	11
Вплив.....	15
Реалізація.....	24
Компанія.....	37
Контакти.....	42

Вступ та передісторія

«Шаблон заявки з коментарями Інструмент малого та середнього підприємництва (МСП) Фаза 1 та Фаза 2» - це посібник, створений для допомоги інноваційним компаніям в поданні заявок на проект [EIC SME Instrument](#) 2018-2020 в рамках Horizon 2020.. Він має на меті допомогти компаніям краще зрозуміти вимоги шаблону та написати кращі заявки. Анотований шаблон надається лише для інформації та відображає виключно погляд авторів.

Цей посібник був написаний як частина проекту Доступ до МСП ([Access4SMEs](#)), "Діяльність з Координації та Підтримки", що фінансується Європейською Комісією, з метою розширення можливостей мережі Національних контактних пунктів (НКП) Horizon 2020 для малих та середніх підприємств (МСП) та Access to risk finance (ARF). Зокрема, проект спрямований на визначення та обмін найкращими практиками при застосуванні інструментів, орієнтованих на МСП, у програмі Horizon 2020.

Автори цього посібника - НКП програми "Горизонт 2020", щоденно працюють з прикладними програмами для МСП. Їх рекомендації позначені у документі як "**Експертні рекомендації**", а також містять рецензії від експертів, що виконують у Європейській комісії оцінку заявок (Instrument proposal) від МСП. Перед початком роботи над цим документом та впродовж перших чотирьох років роботи в рамках SME Instrument Call (2014-2017 pp.), НКП взаємодіяли, навчали та надавали поради тисячам компаній, які хотіли запропонувати свої інноваційні продукти або послуги на ринку, використовуючи фінансування SME Instrument.

Цей посібник багато в чому ґрунтується на потребах цих компаній, які були з'ясовані за час таких взаємодій. Він також спирається на семінар, який відбувся у травні 2017 року, коли низка експертів з оцінювання проектних пропозицій представили свої методики оцінювання групі вибраних НКП.

Іншою важливою метою цього анотованого шаблону є допомога заявникам зосередити увагу на бізнес-стороні заявки, а не лише на її технологічній частині. Успішна бізнес-ідея повинна бути переконливо представлена низці експертів з широкого кола областей; в той час як науково-технічне обґрунтування заявки SME Instrument може бути вирішальним для її остаточного успіху. Безсумнівно, що ринкова стратегія повинна бути продуманою, потреби користувача задоволені, а бізнес-можливості повинні бути чітко описаними та зрозумілими для всіх читачів та, зокрема, експертів по оцінці SME Instrument.

Документ був структурований, щоб допомогти компаніям у кращому представленні інформації, відповідно до критеріїв оцінки: (1) **Переваги** (2) **Вплив** та (3) **Реалізація**. Він призначений для надання компаніям чітких інструкцій щодо структурування **інноваційних та бізнес-аспектів**, що містяться в їхніх заявках. Посібник буде корисним для будь-кого, хто хоче подати заявку, пов'язану з EIC SME Instrument.

Мета і зміст

Програма SME Instrument спрямована на МСП з революційною бізнес-ідеєю та базовою технологією, які засновані на бізнес-плані для випуску інноваційного ринкового рішення, що має комерційну цінність, і прагне значно розширити масштаб. Впродовж 2018-2020 років за керівництва **Європейської Інноваційної Ради (ЄІР)** цей інструмент зосереджується на створенні **ринкових інновацій, продуктів-проривів, послуг, процесів або бізнес-моделей**, що відкривають нові ринки з можливістю швидкого зростання на європейському та глобальному рівнях. Нинішні шаблони заявок були розроблені Європейською комісією базуючись на цих ідеях та цілях на відміну від попередньої версії, яка була актуальною впродовж 2014-2017 років.

Загальна мета цієї брошури полягає в тому, щоб надати МСП інструменти та підказки стосовно того, як написати заявку/бізнес-план з більшим шансом виграти заявку EIC SME Instrument.

Приклади, використані в документі, засновані на узагальнених для більшої універсальності успішних заявках, які були подані за сприянням НКР.

Однією з головних цілей цього документу є підкреслення **бізнес-елементів**, які повинні містити хороші заявки SME Instrument. Шаблон також стосується деяких основних відмінностей між Фазою 1 та Фазою 2 заявки.

Експертні рекомендації та **Приклади**, наведені в документі, призначені для допомоги заявникам при розробці власних бізнес-ідей шляхом уточнення певних важливих моментів, які вимагаються у шаблоні заявки. Ці поради не стосуються проектів, що тривають. Крім того, їм не слід слідувати сліпо, а варто розглядати їх як ілюстрації експертних рекомендацій. Вони призначені для того, щоб дати уявлення про елементи, які мають бути охоплені, але в самій заявці ці елементи повинні бути описані більш детально.

Як пояснювалося вище, існують три наступні основні критерії оцінки **інноваційного аспекту** проектної заявки для H2020:

Переваги (критерій 1)

Цей секція повинна продемонструвати, як інновації "високого ризику/високого потенціалу" виходять за межі сучасних технологій у своїй галузі, порівняно з існуючими та конкуруючими рішеннями. Крім того, заявник повинен показати, що продукт/ послуга/ модель вже знаходиться на передовій стадії розробки (високий рівень готовності технології).

Вплив (критерій 2)

Цей секція надає оцінку, наскільки запропоноване нововведення створить значний попит (у тому числі враховує готовність ринку платити) за продукт, послугу чи модель. Він повинен також кількісно оцінити конкурентноспроможність та зростання на основі проекту подаючого заявку МСП, враховуючи екологічні/промислові/соціальні аспекти.

Реалізація (критерій 3)

У цьому розділі слід, зокрема, вказати, яким чином інноваційний продукт буде організовуватися, які командні ресурси доступні для цього. Це має особливе значення, оскільки ефективна схема управління інноваціями дозволяє заявнику використовувати нові можливості як в середині проекту, так і поза ним.

Структура цього документа відображає форму шаблону заявки для EIC SME Instrument. Вона в основному зосереджена на секціях 1 і 2 (**Переваги та Вплив**), деякі примітки також мають відношення до секції 3 (**Реалізація**).

Як читати цей посібник



Рекомендації НКП стосовно Access4SMEs (Доступу до МСП) будуть виділені в такі рамки.

Ці рекомендації також містять відгуки, отримані від експертів, що оцінювали відповідні (вдалі) заявки.

У блакитних рамках подаються критерії, що відносяться до відповідного сигмента у шаблоні поруч.

Цей посібник обмежується коментарями до заявок в рамках програм EIC SME Instrument 2018-2020. Щоб отримати більш загальний огляд специфіки надання грантів "Горизонт 2020", перегляньте онлайн-посібник, наданий Європейською комісією (Online Manual provided by the European Commission).

Повний список усіх довідкових документів Horizon 2020 (включаючи законодавство, програму роботи та шаблони) можна знайти на сторінці довідкових документів [Порталу Учасників](#) та [порталу Європейської Інноваційної ради](#).

Умови програми "Горизонт 2020" пояснюються в розділі "Глосарій" [Порталу Учасника](#).

Якщо вам потрібна допомога, ви також можете звернутися до національних контактних пунктів H2020 своєї країни.



На підставі досвіду НКП та експертній оцінці

Цей посібник, що розроблений в рамках проекту Access4SME (H2020-723120), має на меті об'єднати значні знання, накопичені основними європейськими стекхолдерами щодо SME instrument для допомоги заявникам. Цей тип інформації детально описаний в секціях такого типу у всьому документі. Основні стекхолдери:

- Експерти по оцінці (оцінювачі) - поради від оцінювачів SME Instrument у Європі щодо того, як зробити Вашу заявку зрозумілою і відповідною їхнім очікуванням.
- НКП - підсумування ключових рекомендацій, що базуються на сотнях заявок на SME Instrument, які переглядаються щороку.
- Бізнес-тренери - підкреслюють ряд специфічних питань, які потребують належного вирішення, якщо Ви прагнете створити справді міжнародний, масштабний та стабільний бізнес.

Шаблон заявки

(Технічний додаток)

SME instrument - Фази 1 і 2

[Адаптовано для EIC]



Пропозиції повинні ґрунтуватися на стратегічному бізнес-плані, розробленому з використанням порад Фази 1 SME instrument, або інших рекомендаціях .

Будь ласка, дотримуйтесь структури шаблону під час підготовки Вашої заявки. Він був розроблений для того, щоб забезпечити представлення важливих аспектів Вашої інновації та спланованої роботи таким чином, щоб фахівці могли ефективно оцінити Вашу заявку за критеріями відбору.

Якщо Ви завантажуєте пропозицію, що перевищує 30 сторінок для фази 2 або 10 сторінок для фази 1 (лише розділи 1-3, включаючи титульну сторінку та резюме) до дати завершення, Ви отримаєте автоматичне попередження з порадою скоротити та повторно завантажити пропозицію. Після дедлайну подання пропозиції надлишкові сторінки автоматично стають невидимими і не будуть враховані.

Будь ласка, не розглядайте обмеження сторінок як ціль! У Ваших інтересах, щоб Ваш текст був якомога коротшим, оскільки експерти рідко розглядають надмірно довгі заявки в позитивному світлі.

Будь ласка, дотримуйтесь наступних обмежень форматування:

- Times New Roman, Arial або аналогічні стилі, розмір шрифту принаймні 11, розмір сторінки A4, поля (по боках 2 см та 1,5 см вгорі та внизу), міжрядковий інтервал принаймні одинарний.

Подальші вказівки доступні в "Керівних принципах для заявників" (Guidelines for Applicants).

Загальні поради



- **Пишіть для інвестора:** під час підготовки Вашої заявки думайте про експерта по оцінці, як про інвестора. Переконайтеся, що в пропозиції містяться всі відомості, які могли б бути представлені в презентації для інвестора Вашої компанії.

- **Ефект ОГО!** резюме проекту (яке ви будете заповнювати онлайн) повинно бути короткою презентацією вашої компанії: Проблема - Рішення - Конкурентні Переваги. Резюме має на меті одразу захопити увагу оцінювача та зацікавити його/її прочитати решту заявки. Напишіть резюме і вкінці зазначте ключові слова. Вони використовуються для підбору експертів по оцінці. Ваше резюме не має бути науковим, воно скоріше повинно продавати Ваш проект і бути зрозумілим для середньостатистичної людини (спеціаліста широкого профіля).

- **Компанія, а не тільки проект:** так, Ви запитуєте кошти на конкретний проект, але зауважте, що оцінювач шукає найкращу компанію. Зосередьтеся не тільки на проекті, але й на компанії - її історії, стратегії, майбутньому та можливості розширення. Опишіть, як проект відповідає загальному плану та стратегії розвитку компанії.

- **Бізнес над технологією:** комерційна частина заявки є більш важливою, ніж технологічна частина. Звичайно, важливо показати, що Ваш продукт є інноваційним, але важливіше показати його комерційну цінність. Поставте акцент на описі Ваших конкурентів та на пояснення Вашої переваги над конкурентами.

- **Орієнтація на Європу:** переконайтеся, що Ви чітко показали наскільки Ваша заявка є актуальною для Європи: проаналізуйте ринок Європи, детально опишіть, наскільки Ваш продукт є актуальним для Європи та обговоріть європейські цілі та правила, якщо вони є доречними.

- **Форма та зміст:** видаліть підказки, коментарі та настанови (вказівки), які вставлені в шаблоні. Майте на увазі, що форма має значення: приділіть час, щоб переглянути та відшліфувати текст. Ви можете змінити вигляд пропозиції, якщо при цьому Ви збережете розмір шрифту, поля та нумерацію глав і розділів (секцій). НЕ ЗМЕНШУЙТЕ РОЗМІР ШРИФТУ! Пам'ятайте, що експерт по оцінці, який читає цю пропозицію, є людиною - надайте йому/їй можливість зручного та приємного читання Вашої заявки. Збільшення інтервалу між літерами робить заявку простішою для читання, а також покращує її вигляд.

- **Візуальні компоненти:** ілюстрація буде ціннішою за тисячі слів. Використовуйте зображення та графіки замість довгих текстових пояснень, де це можливо і де вони допомагають розумінню.

Використання посилань: Ви можете додати посилання на веб-сторінки, які демонструють різні аспекти проекту; однак, це не має бути засобом для отримання додаткового об'єму тексту. Заявка повинна включати всю необхідну інформацію, в той час як посилання лише додаткову інформацію. Не думайте, що експерти по оцінці натискатимуть на ці посилання, оскільки вони іноді вважають за краще друкувати заявку та читати тверду копію.

- **Якогога більше очей:** перш ніж надсилати заявку, дозвольте іншим людям прочитати Вашу пропозицію та прокоментувати. Спробуйте вибирати людей, які не з вашої сфери діяльності, щоб переконатись, що пропозиція може бути легко зрозумілою для пересічної людини.
- **Розповідаючи історію:** переконайтеся, що пропозиція написана як суцільна послідовна історія, а не як сукупність частин. Знову ж таки, пам'ятайте, що оцінювач є людиною, і це краще для Вас, коли вашу заявку легше читати. Зробіть історію цікавою для читача.
- **Для повторних подань:** оцінювачі не будуть знати, що Ви повторно надіслали заявку, якщо Ви не згадали про це. Їм доручено ігнорувати будь-які посилання на попередні подання. Тим не менш, якщо Ви вирішите згадати, що це повторне подання, переконайтеся, що Ви написали, які були слабкі місця останнього подання та що ви зробили для його покращення. У будь-якому випадку, оцінювачі не отримають копію першого подання або результатів попередньої оцінки.
- **Для тих, хто виграв Фазу 1 і зараз подає на Фазу 2:** Ви повинні завантажити свій остаточний звіт разом з заявкою Фази 2. Експерти по оцінці отримають цю копію Вашого заключного звіту. Не забудьте описати свій розвиток після виграшу фази 1 і чому зараз фаза 2 - це Ваш наступний крок. Переконайтеся, що кінцевий звіт за фазою 1 та заявка на фазу 2 взаємопов'язані. Не повторюйте кроки, які вже були вжиті.
- **Хороша заявка - є по суті такою,** що написана стилем, який легко читається, без повторень і найголовніше - допомагає експерту по оцінці відповісти на питання, які він має. Вам не потрібно навмисне намагатись набрати максимальну кількість сторінок, тому не повторюйтесь, не надавайте надлишкову інформацію та не "лийте воду". Вам, також, немає необхідності повторювати суть проекту на початку кожного розділу (секції), оскільки це може бути нудним для читача.
- **Повнота:** не забудьте відповісти на кожне питання, навіть, якщо ви вважаєте, що не розумієте його до кінця, і/або не вважаєте, що це питання є важливим. Відсутність відповіді на запитання може коштувати Вам половину бала, що може стати вирішальним при рішенні про надання фінансування.
- **Основні поради щодо подань заявок на SME Instrument,** надані Виконавчим агентством для МСП (EASME).
- **Подальшу інформацію** щодо конкретних проблем, обсягу та опису програми, а також посилання на подання та додаткові документи можна знайти на сторінці **SME Instrument topic page**. Наполегливо рекомендується ознайомитись з **Guide for Applicants**.

I. Титульна сторінка

- **Назва заявки**
- **Акронім заявки**
- **Список учасників**
- Заповніть таблицю (використовуйте той самий номер учасника, який використовується в формі адміністративних заявок)

Номер учасника	Назва організації	Країна
Координатор		



• **Використайте титулку з розумом:** під змістом (який слід додати після підрозділу I) потрібно коротко і стисло додати загальну інформацію про Вашу компанію. Подумайте про це як про "Перший крок до мети" (коротку розповідь про концепцію продукту, проекту або сервісу). Ви також можете додати картинку.

• **Подумайте про хороший Акронім** - Ви будете часто говорити його - тому намагайтесь зробити його легко вимовним, коротким та таким, що гарно запам'ятовується. Переконайтесь, що він не має "подвійного значення" англійською мовою.

• **Якщо Ви використовуєте багато аббревіатур,** подумайте про додавання таблиці з їх поясненням. Загалом, намагайтесь уникати використання надто багатьох аббревіатур, оскільки це змусить читача повертатися до таблиці кожного разу, тим самим перериваючи приємне безперервне читання Вашої пропозиції. Пояснюйте аббревіатури або ініціали тоді, коли вони вперше з'являються в тексті.

• **Якщо Ви подаєте заявку єдиною організацією,** Ви вважаєтесь координатором для консорціуму, що складається з однієї компанії.

II. Резюме

Максимум 1 сторінка



ПОРАДИ ЩОДО НАПИСАННЯ УСПІШНОГО РЕЗЮМЕ

- **Робіть його коротким і простим!** Приберіть надлишковий вміст, щоб зосередитися на основній суті. Будь-яка особа, що читає ваше резюме, повинна чітко зрозуміти хто Ви, що робить Ваша компанія, що Ви прагнете продати, які цілі запропонованого проекту та як Ви збираєтесь оцінювати успіх.
- **Почніть з «удару»! Надихніть інвестора читати далі.** Що є найбільш вражаючим у Вашій компанії? Що робите Ви, чого ніхто інший не робить? Це може бути показано наступним чином: "Великою проблемою сьогодні є X і поточні рішення не є досить добрими; ми пропонуємо Y, що є інноваційним у аспектах A, B і C і набагато ефективніше/дешевше/вирішує питання, які ніхто не знав, як вирішити раніше".
- **Проблема, рішення та можливість повинні бути "м'ясом" Вашого резюме** - яка проблема вирішується в цьому проекті, яким чином вона вирішується та який ринок відкривається для цього рішення. Ця частина також повинна містити опис цінності пропозиції та Вашого особистого ринку.
- **Ви можете включити стислий фінансовий звіт.** Дайте наступну фінансову інформацію про компанію: оцінка компанії, історія доходів та майбутні доходи, грошові кошти, відношення витрати. Це допоможе інвесторам отримати уявлення про те, на який фінансовий вихід вони можуть розраховувати. Дайте інформацію про зростання кількості працівників, оскільки створення робочих місць є дуже важливим чинником оцінки.
- **Продавай, а не говори!** Резюме не повинно окреслювати весь бізнес-план, воно скоріше має переконати читача в доцільності його читання.
- **Підкресліть свої сильні сторони!** Наголошуйте на них, щоб Ви виділялись серед інших. Дайте відповідь на питання "Чому Ви, а не хтось інший?".
- **Просіть те, що Вам потрібно** - яка сума допоможе Вам досягти наступної віхи (етапу), і яка ця віха (етап)?
- **Надайте відмінний опис можливостей ринку** - хто є клієнтами та який розмір ринку (з європейської сторони, звичайно) конкуренції, яка Ваша перевага перед конкурентами, які моделі ціноутворення та виходу на ринок.
- **Опишіть Вашу команду** короткими, але потужними реченнями.

III Основний текст

1. Переваги



• У цьому розділі Вам буде потрібно представити свої технології та інновації. Переконайтеся, що інноваційний аспект Вашого проекту є чітким. Ви повинні переконати експертів по оцінці, що Ваша інновація є досконалою, що Ваш продукт, процес або послуга будуть «вибуховими» на ринках, що представляють інтерес і що вони зможуть змінити динаміку ринку та, можливо, вирішити суспільні проблеми.

• **Варто розуміти різницю між інноваціями та «вибухами»** – "Підричники" – є інноваторами, але не всі інноватори – це "Підричники". Незважаючи на те, що інновації та «вибухи» є подібними в тому сенсі, що вони є як "виробниками, так і творцями" та різниця в тому факті, що «вибух» витісняє існуючий ринок, промисловість або технологію і створює щось принципово нове, більш ефективне та цілеспрямоване. Це новаторство одразу й руйнівне та творче.

• **Постарайтеся не бути надто технічним.** Експерт по оцінці може бути не зовсім з Вашої сфери діяльності, і занадто багато технічних термінів можуть розсіювати увагу.

ПРОБЛЕМА ТА ЇЇ ВИРІШЕННЯ

- Опишіть нагальну потребу ваших клієнтів? Що потрібно бізнесу, які стоять технологічні виклики чи ринкові можливості?
- Яка ваша інновація?

Інноваційна ідея "високого ризику/високого потенціалу" має те, чого ніхто інший не має. Вона має бути кращою та/або суттєво відрізнятись від будь-якої альтернативи. В першу чергу ми прагнемо знайти новаторські ідеї або "вибухові" інновації. Її високий ступінь новизни має високі шанси як на успіх, так і на невдачу.



- **Поясніть**, як ваше рішення чи продукт вирішує виявлену проблему та користується бізнес-можливостями.
- **Впевніться**, що ви визначили цінність пропозиції..
- **Виявіть та поясніть** першочергове та другорядне ринкове застосування.
- **Покажіть**, що проблема є такою, що її рішення є "обов'язковим", а не просто "бажаним".
- **Що Ви робите такого, чого раніше не було?** Поясніть, чому це не було зроблено раніше і чому Ви можете це зробити саме зараз.

Який стан сучасного ринку? Як порівняти переваги ваших інновацій з наявними рішеннями, практиками чи продуктами (наприклад, за критеріями продуктивності, вартості, простоти використання, гендерного та екологічного аспектів, впливу на кліматичні чинники, користі для суспільства)?

Високо інноваційне рішення, яке виходить за рамки сучасних технологій-конкурентів, в тому числі на основі витрат, простоти використання та інших відповідних функцій, а також за рахунок факторів, пов'язаних із впливом на клімат та навколишнє середовище, гендерного аспекту, чи будь-якої іншої вигоди для суспільства, або (тільки для Фази 1) включає плани отримання інформації про ці переваги.



- **Порівняйте саме альтернативні технології/продукти**, не порівнюйте тут компанії. Аналіз конкурентів має даватися в деталях у розділі 2.
- **Рекомендується належне використання графічних елементів.** Знову ж таки - ілюстрація коштує тисячі слів.
- **Спробуйте відповісти на актуальні проблеми згідно з політикою Європейського Союзу** - буде чудово, якщо Ви зможете відповісти більш ніж на один виклик! (Наприклад, відповісти на проблеми як енергетики, так і житла ...). Додавання посилань на ці виклики можуть допомогти, але не навантажуйте читача додатковим матеріалом для читання поза пропозицією. Ознайомтеся з 17 цілями цілей сталого розвитку (ЦСР) Європейського Союзу.
- **Додаткову інформацію** про вплив на клімат та сталий розвиток можна знайти в онлайн-посібнику H2020 (H2020 online Manual).
- **Повинні бути вирішені гендерні питання.** Плюсом Вам може стати забезпечення політики рівності при наборі на роботу в компанію. Подальші вказівки щодо цього можна знайти в онлайн-посібнику H2020 (H2020 Online Manual.).

Методи

- Що є унікальним у ваших методах, порівняно з іншими компаніями?

Чітко пояснити, яка Ваша конкурентна перевага.

- Чому зараз? Поясніть історичну еволюцію Вашого сектору та визначте останні тенденції, які роблять Ваше рішення можливим.
- Який нинішній етап розвитку Вашої інновації? Відповідно до Рівнів Готовності технології (РГТ: TRL) або чогось подібного для нетехнологічних інновацій (див. Загальний додаток G Робочої програми).

Реалістичний опис поточного етапу розвитку (лише для Фази 2: використовуйте список РГТ 6 або щось подібне для нетехнологічних інновацій для нетехнологічних інновацій), а також чіткий план дій, за яким планується запустити інновацію на ринок.



- Рекомендовано додати графіки чи діаграми, що ілюструють вже досягнуті етапи, РГТ.

- РГТ: РГТ повинен бути на рівні 6 (прототип / демонстрація (demo) технології або вище. Зауважте, що SME instrument не є інструментом створення компанії!

- Ви можете включати результати з попередніх практичних випробувань, розробки прототипу та ін.

- Технологія має бути представлена у відповідному середовищі, обов'язково врахуйте це.

- Визначення різних РГТ можна знайти тут.

- Тільки для Фази 1: що Ви плануєте досягти в техніко-економічному обґрунтуванні? Поясніть методологію розмежування діяльності для оцінки технологічної / технічної / практичної доцільності та економічної життєздатності ваших інновацій.

- Які етапи призвели до поточної стадії розробки (наприклад, підтвердження завершеності концепції, початкові випробування на місцях)? Опишіть отримані результати з технологічної, практичної та економічної доцільності інновації.

- Покажіть хороше розуміння як ризиків, так і можливостей, пов'язаних із успішним впровадженням інновацій на ринку як з технічної, так і з комерційної точок зору або (тільки для Етапу 1) переконливі плани отримання цієї інформації.
- Тільки для Етапу 2: продемонструйте документацію щодо технологічної, практичної та економічної доцільності інновацій.
- Показник "доцільності" особливо перевіряється на Кроці 2 оцінки пропозицій Фази 2 ("face to face інтерв'ю").

- Які подальші етапи та заходи необхідні для комерціалізації Вашої інновації та які з цих заходів ви збираєтесь виконувати в цьому проекті?

Передбачувана діяльність повинна відповідати очікуваному результату (і, звичайно, бюджету).

- Які очікувані результати цього проекту та відповідні критерії успіху?

- Фаза 1 (тільки): Техніко-економічні обґрунтування цілей, методів та заходів, які слід застосувати, з урахуванням очікуваного результату проекту.
- Фаза 2 (тільки): Цілі інноваційної пропозиції, а також розроблені методи та діяльність, які узгоджуються з очікуваним результатом (тобто комерціалізацією або діями, що призведуть до зростання компанії). Дайте належне пояснення впливу наданих специфікацій на результати проекту та критерії успіху.

Для оцінки успіху та продуктивності використовуйте Основний Показник Ефективності (ОПЕ). Добрий ОПЕ повинен діяти як компас, допомагаючи Вам та Вашій команді зрозуміти, чи правильний шлях обрали для руху до Ваших стратегічних цілей. ОПЕ має бути визначений з використанням цифрових показників.

При написанні оцініть в цілому, наскільки вищевказані елементи є послідовними та правдоподібними.

2. Вплив



Це найбільш важливий розділ, оскільки він має вагу в 50% при підрахунку кінцевої оцінки. Переконайтеся, що відповіді на всі питання дані належним чином. Це не пропозиція щодо досліджень (R&D). Чіткий фокус має бути на бізнес-стороні речей.

ВХІД НА РИНОК

- Хто є цільовими користувачами та / або клієнтами, і чому вони хочуть купувати ваш товар / послугу (унікальний ринок)? Це нові клієнти чи вони вже є частиною вашої клієнтської бази? Які ви маєте взаємозв'язки з ними (наприклад, на базі ринкових досліджень, відгуків і т. ін.)?

Переконливий опис цільових користувачів або клієнтів інновацій, методи задоволення їх потреб, пояснення чому визначені користувачі або клієнти захочуть використовувати або придбати продукт, послугу чи бізнес-модель, у тому числі в порівнянні з тим, що наразі є доступним, якщо є щось взагалі.



- **Визначте та ідентифікуйте пріоритети** потреб користувачів та докладно опишіть їх особливості.
- **Визначити та кількісно оцініть клієнтські сегменти.**

• **Поясніть, чому Ви так впевнені, що клієнти будуть готові платити за Ваш товар**, з огляду на його конкурентну перевагу. Наприклад: якщо ви розробляєте програмне забезпечення для розпізнавання мовлення, яке може досягти точності 98%, а Ваші конкуренти досягають лише 90%, чи впевнені, що додана точність вартує додаткової ціни для клієнтів?

• **Якщо у вас вже є "ринкові контакти" або зв'язки з потенційними клієнтами / дистриб'юторами, покажіть їх**, додавши (як додатки, так і посилання тут) листи про наміри, меморандуми про взаєморозуміння, або контракти / угоди. Якщо у Вас вже є клієнти, які купують Ваш продукт, не забудьте згадати їх - це може бути одним з найважливіших факторів оцінки.

• **Продемонструйте необхідність.** Знайте свій ринок. Покажіть, як Ваше рішення відповідає потребам ринку.

• **Будь-який елемент, який показує попит на Ваше рішення / продукт**, дає вам додаткові бали. Якщо у вас вже є клієнти, які купують Ваш продукт/користуються послугами, це чудово, але якщо цього немає - успішні зустрічі з потенційними клієнтами та партнерами теж враховуються при оцінці.

- Зазначте тип ринку (наприклад, маленька доля/великий обсяг, новий ринок/зрілий, темп зростання), розміру (наприклад, обсягу, вартості, географічного охоплення) і зростання? Яка Ваша цільова частка ринку?

- Переконливий опис суттєвого попиту (включаючи готовність платити) за інновації; особливо покажіть, що попит буде сформовано новими ідеями, з потенціалом створення нових ринків.
- Оцініть загальний розмір ринку.



• Дослідження на **світовому** ринку. Якщо це можливо, не обмежуйте свої дослідження кількома національними ринками. Зокрема, уникайте говорити лише про вашу власну країну, навіть, якщо це найбільший Ваш ринок. Демонстрація міжнародної розширення має вирішальне значення.

• Зауважте, що здійснення оцінки ринку має виконуватися знизу вгору, а не зверху вниз. Майте на увазі, що Ваш загальний адресний ринок (ЗАР) - це лише підмножина загального обсягу промислового ринку.

• Якщо Ваше пояснення вимагає маркетингової оцінки, обов'язково зазначте, як Ви плануєте це зробити. Якщо це можливо, спробуйте уникнути таких рішень, оскільки це надзвичайно важкий захід для виконання.

• Конкретизуйте Ваші ринки експорту - на які міжнародні ринки ви спрямовуєтесь першочергово? Подумайте, як Ви будете комунікувати з покупцями. Вам може знадобитися дистриб'ютор, який може подолати мовний та культурний бар'єр між Вашим товаром та клієнтом. Не забудьте зважити на податки та сплату юридичних послуг у країнах, оскільки деякі країни можуть бути дешевшими, ніж інші.

• Якщо Вам потрібна фактична присутність (дочірня компанія Вашої компанії, а не лише місцевий дистриб'ютор) в деяких країнах для того, щоб продавати там, покажіть, як Ви реалізуєте цю присутність.

• Поясніть ринкові умови, поточні тенденції та зміни в умовах конкуренції.

- Хто є вашими основними прямими та непрямими конкурентами? (Конкуренти, замітники та альтернативи).

• Тільки для Фази 1: Важливо показати добре розуміння необхідності реалістичного та ретельного аналізу ринкових умов, загального потенційного розміру ринку та темпів зростання, конкурентів та конкурентних пропозицій, ключових зацікавлених сторін, чіткої ідентифікації можливостей для впровадження на ринок: особливо потенціал для створення ринку

• Тільки для Фази 2: Важливо зробити реалістичний та ретельний аналіз ринкових умов та темпів зростання, конкурентів та конкурентних пропозицій, ключових зацікавлених сторін, чітко визначити можливості для впровадження на ринок, створення чи підриву ринку (наприклад, через нові ціннісні ланцюги).



• **Не забудьте включити глибокий аналіз конкурентів**, оскільки це є однією з найважливіших частин розділу "Вплив". Покажіть, що ви знаєте своїх конкурентів (а також Вашу конкурентну перевагу, що робить Вас кращими). Заява "у нас немає конкурентів" ніколи не є правдою - не забувайте про те, що непрямі конкуренти також актуальні. Будь-який продукт, який конкурує з Вами за гроші / увагу клієнта, є конкурентом. Приклад: одним з конкурентів системи електронної автомобільної навігації є паперова дорожня карта.

• **Ви можете використовувати будь-який графічний елемент** для ілюстрації аналізу конкурентів.

• Які бар'єри для виходу на ринки? Як ви збираєтеся подолати їх?

Узгодження пропозиції з загальною стратегією заявника МСП. Демонстрація потреби у комерційному та управлінському досвіді, включаючи розуміння фінансових та організаційних вимог до комерційної експлуатації та розширення, а також потреб ключових третіх сторін.



Типи бар'єрів для входу на ринок можуть бути: капітальні витрати, економія на масштабі, правові бар'єри, вертикальна інтеграція, завищені ціни тощо.

БІЗНЕС-МОДЕЛЬ

- Як ця інновація відповідає загальній бізнес-стратегії вашої компанії?
- Опишіть свій ланцюжок створення вартості. Визначте, які з цих чи інших зацікавлених сторін слід залучити для забезпечення комерційного прибутку. Визначте характер Вашої поточної взаємодії з ними.
- Опишіть свою бізнес-модель, включаючи модель доходу та план комерціалізації, з приблизним показником часу для виходу на ринок.

- Тільки для Фази 1: Короткий опис початкового плану комерціалізації та способу подальшого розвитку (внутрішній розвиток, стратегія ліцензування тощо).
- Тільки для Фази 2: Реалістичний та відповідний стратегічний план комерціалізації, включаючи приблизний термін реалізації або виходу на ринки. Діяльність, що має бути здійснена після проекту.
- Особливості "комерційної стратегії" детально розглядаються на Кроці 2 Фази 2 оцінки пропозицій.



• **Поясніть, як Ви заробляєте гроші.** Ви продаєте свій товар? Ви надаєте безкоштовно, але отримуєте гроші від реклами та / або продаєте дані, які Ви зібрали? Якщо Ви не продаєте безпосередньо кінцевим користувачам, чи Ви збираєтесь використовувати ліцензування чи інші бізнес-моделі? Чи є послуги пост-продажів також елементом отримання прибутку?

- **Якщо ви заробляєте гроші з продажу** - яка Ваша цінова модель і як ви її обрали?
- Якщо це актуально, то **як буде використовуватися допомога служб** (сервісів) пост-продажів?
- **Пакет інструментів**, що містить інструмент оцінки вартості пропозиції, інструмент вибору та прогнозування видів доходу та інструмент конкурентного аналізу був розроблений Access4SME і може бути вільно завантажений в розділі публікацій на веб-сторінці Access4SMEs.

- Чому ваша модель може бути розширена? Як ви маєте намір розширити масштаб та досягти європейських та / або глобальних ринків?

- Реальний та відповідний опис того, які інновації мають потенціал для збільшення компанії (або компаній) заявника. Ця інформація повинна бути підкріплена переконливим бізнес-планом з чітким графіком робіт та, де це можливо, доповнена нотатками, що включають фінансові дані.
- Покажіть європейський / глобальний вимір інновацій стосовно як комерціалізації, так і оцінки конкурентів та конкурентних пропозицій.



• Ця частина повинна орієнтуватися саме на розширення і не має потреби повторювати те, що було написано раніше.

• У скількох країнах Ви вже маєте клієнтську базу / дистриб'юторів / партнерів / офіси?

- Чи комерціалізуєтесь Ви власними силами / дистриб'юторами / партнерами / мережею?
- Розгляньте можливість використання різних комерційних каналів для різних географічних регіонів з метою прискорення виходу на ринок.
- Вам може знадобитися окремий підхід на окремий ринковий сегмент / країну.
- Врахуйте правила регулювання експорту та ліцензування різних країн. Не забувайте про іноземні правила імпорту. Отримайте консультації щодо експорту.
- Якщо може виникнути необхідність локалізації продукту, обов'язково поясніть, як його буде змінено відповідно до місцевих умов.

Фінансування

- Яке право власності компанії та структура капіталу?
- Лише для Фази 2: Яким буде вплив вашої інновації на фінансові показники компанії (прибуток / збиток, оборот та грошові потоки), робочі місця та підвищення ефективності / продуктивності впродовж 3 років після запуску Фази 2 проекту? Тільки для Фази 1: Який очікуваний потенціал зростання вашої інновації з точки зору обороту, прибутку та робочих місць?



• Показники потенціалу зростання Вашого рішення повинні бути представлені в таблиці із прогнозами на не менше ніж на три роки.

• Ви маєте продемонструвати, що Ваш проект генеруватиме прибуток та створить робочі місця.

• Прогноз Прибутків і Видатків: надайте інформацію про те, чому цей прогноз є реалістичним та чому ви думаєте, що зможете його реалізувати ("ми збільшимо обсяги продажів на 3 мільйони!" Як? Чому?). Використовуйте стандартну таблицю Прибутків і Видатків. Детально опишіть стратегію виходу на ринки: чи будете Ви продавати свій продукт безпосередньо? Через дистриб'юторів? Мережу? Хто є основним покупцем в клієнтській компанії [це актуально для B2B продуктів та послуг]?

Приклад для таблиці Прибутків і Видатків:

Прибутки та Видатки	1 рік	2 рік	3 рік	4 рік	5 рік
Дохід (€)	1 500 000	4 000 000	7 000 000	12 000 000	18 000 000
Виробництво (€)	500 000	1,500,000	2 500 000	4 000 000	6 000 000
Доставка (€)	40 000	80 000	150 000	300 000	500 000
Безпосередня робота (€)	200 000	300 000	500 000	700 000	900 000
Загальні витрати (€)	740 000	1 880 000	3 150 000	5 000 000	7 400 000
Валовий прибуток (€)	760,000	2,120,000	3 850 000	7 000 000	10 600 000
Персонал (€)	200,000	200,000	400 000	600 000	800 000
Маркетинг (€)	40 000	50 000	60 000	70 000	80 000
Оренда (€)	10 000	10 000	15 000	15 000	20 000
Комунальні послуги (€)	1 000	2 000	4 000	6 000	8 000
Юридичний консалтинг та IP Захист(€)	50,000	50,000	100 000	100 000	100 000
Облік (€)	10,000	10,000	15 000	15 000	15 000
Науково-дослідний проект (X% доходу) (€)	150,000	400,000	700 000	1 200 000	1 800 000
Непрямі витрати (X% від загальної суми накладних витрат) (€)	46,100	72,200	129 400	200 600	282 300
Загальні фіксовані витрати (€)	507,000	794,200	1 423 400	2 206 600	3 103 300
EBITDA (€)	253,000	1,325,800	2 246 600	4 793 400	7 494 700
D & A (€)	0	0	0	300 000	300 000
EBIT (€)	253,000	1,325,800	2 246 600	4 493 400	7 194 700
Відсотки (€)	0	0	0	0	0
Чистий прибуток (€)	185 955	974 463	1 651 251	3 302 649	5 288 104 5
Рух грошових коштів (€)	185 955	974 463	1 651 251	3 302 649	5 288 104 5

- Лише для Фази 2: Вкажіть очікувані вимоги щодо фінансування та часові рамки для досягнення стадії комерціалізації Ваших інновацій. Як ви збираєтеся забезпечити ставку співфінансування на 30%? Опишіть свої плани щодо забезпечення подальшого фінансування Ваших інновацій (наступні етапи, додаткове фінансування тощо).

- Тільки для Фази 1: вказати приблизні вимоги щодо фінансування для досягнення стадії комерціалізації Вашої інновації. Які у вас плани щодо подальшого фінансування Ваших інновацій (подання заявки на участь у грантах для МСП Фази 2, наступні етапи, збільшення фінансування, тощо)?



- Надайте графічну ілюстрацію, яка відобразить потреби в фінансуванні компанії впродовж найближчих кількох років та основні досягнення, що будуть зроблені з використанням цього фінансування. Покажіть, що кожен етап отримання коштів наближає Вас до фінального етапу.

- Як ви плануєте співфінансувати 30% SME instrument гранту? Яке додаткове фінансування потрібно для виходу на ринок крім фінансування SME instrument(час та бюджет)? Як Ви отримаєте ці кошти? Доведіть, що у Вас є відповідні ресурси для виконання проекту. Покажіть, що ви знаєте, що Вам потрібно буде зібрати гроші, і що у вас є досвід у цьому.

ПРАВА ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ (ПІВ) ТА ПРАВОВА БАЗА

- Опишіть юридичні та регулятивні вимоги, які потрібно виконати для використання Ваших інновацій, а також чи є вони відповідними стандартам, що мають відношення до цієї технології.
- Які ваші активи в сфері ІВ (IPR)? Опишіть основні елементи знань і хто ними володіє, і хто ще має право використовувати їх; патенти (подані / надані) або інші способи захисту.
- Яка ваша стратегія управління знаннями та захисту?
- Які ваші заходи щодо забезпечення комерційного використання (свобода в експлуатації)?

- Лише для Фази 1: реалістичний та релевантний опис статусу та стратегії захисту знань, необхідність свободи в експлуатації (тобто можливості комерційного використання), а також поточна ситуація з ПІВ або план отримання цих прав. Якщо це доречно, опис потенційних регуляторних вимог.

- Лише для Фази 2: Докази чи реалістичні заходи щодо забезпечення "свободи дій" (тобто можливості комерційного використання), переконливі стратегії захисту знань, включаючи поточний статус подання документів на право інтелектуальної власності та вже наявні ліцензії та ПІВ. Вимоги щодо правової регуляції та / або стандартів.



- Який тип ІВ (Інтелектуальної власності) відноситься до продукту / послуги?
- Виділіть висновки аналізу "Свобода в експлуатації".
- Якщо ви залежите від стандартних сертифікатів (наприклад, СЕ тощо), обов'язково опишіть, чому ви впевнені, що отримаєте сертифікацію.
- Для фази 1 - не забудьте провести FTO; не пишіть (тут), Ви будете робити це лише на Фазі 2.

ЛИШЕ ФАЗА 2. ВЗАЄМОДІЯ ТА ДОСТУП ДО ДОСЛІДНИЦЬКИХ ДАНИХ

- Як ви будете публічно повідомляти про Ваші інновації впродовж періоду гранту? У відповідних випадках згадайте заходи для залучення громадськості / суспільства до питань, пов'язаних із проектом.



- Визначте ключові події на своєму цільовому ринку, де ви будете демонструвати свій товар / послугу.
- Зазначте засоби комунікації для просування проекту та його результатів впродовж періоду часу тривалості проекту (наприклад, веб-сайт компанії, участь у конференціях, міжнародних заходах тощо).
- Розглянете різні аудиторії у вашій комунікаційній стратегії.
- Майте чітку маркетинг-пропозицію для кожної цільової аудиторії.

- Якщо це доречно, вкажіть, як Ви будете опрацьовувати / використовувати / розповсюджувати дослідницькі дані, створені та / або зібрані впродовж проекту? Які типи даних та стандартів потрібно створювати / збирати? Як ці дані будуть відбиратись і зберігатись, та які кошти будуть залучені? Якщо дані не можуть бути доступними з комерційних причин, поясніть чому.
- Якщо це потрібно, вкажіть, які заходи будуть вжиті для забезпечення відкритого доступу (безкоштовний онлайнвий доступ, наприклад, "зелена" чи "золота" модель) до рецензованих наукових публікацій, що є результатом проекту?



• Грантоотримувачі мають право відмовитися від участі ("opt-out"), але потрібно вказати причину. Перші три причини для відмови: конфіденційність, права інтелектуальної власності та небезпека для цілей проекту. Додаткову інформацію можна знайти тут і тут.

Діяльність в рамках програми "Горизонт 2020" підпадає під розширені "Пілотні відкриті дослідницькі дані" у рамках програми "Горизонт 2020" ("відкриті дані досліджень за замовчуванням"), за винятком випадків, коли вони вказують інакше ("відмову від участі"). Після того, як дія (проект) буде розпочата (а не на стадії подання заявки), ті бенефіціари, які не відмовилися від участі, повинні створити більш детальний План управління даними, щоб зробити їх дані доступними, застосованими, сумісними та багаторазовими (FAIR-ДЗСБ).

Взагалі, в якій мірі вищезазначені елементи є послідовними та правдоподібними.

3. Реалізація

КОМАНДА

- Опишіть свою команду та її досягнення і досвід щодо підходу (методу), який Ви будете використовувати.
- Опишіть ролі команди у вашому проекті. Яка роль власника (-ів) компанії? Які основні сильні та слабкі сторони команди?
- Якщо Ваш проект повинен буде реалізуватися консорціумом, опишіть, як партнери доповнюють один одного.

- Технічний/бізнес досвід команди, включаючи управлінську спроможність очолити зростаючу команду.
- Тільки для Фази 1: якщо доречно, пропозиція включає в себе план отримання невивстаючих навичок.
- Тільки для Фази 2: якщо доречно, пропозиція включає в себе план отримання невивстаючих навичок, а саме через партнерство та/або субпідряд*, з поясненням, чому і як вони обрані (субпідрядники повинні бути обрані з використанням принципів найкращого співвідношення ціна/якість).
- Особливість "команди" більше розглядається на Кроці 2 оцінки пропозицій на Фазі2.



- Виробничій досвід роботи групи менеджменту повинен бути переконливим. Переконайтеся, що ви можете показати, що у вас є відповідний досвід у всіх областях: технології, маркетингу, кадровому потенціалі, зборі коштів тощо.
- При описі можливостей компанії Ви можете вказати, що будете використовувати тренінги, необхідні для виконання заходів, що наразі виходять за рамки можливостей компанії.
- Правильно представляйте своїх ключовий персонал у структурі управління.
- Пам'ятайте, що Вам потрібно буде надати додаткову інформацію про вашу компанію та її оперативний потенціал у розділі 4.

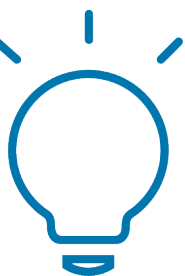
РОБОЧІ ПАКЕТИ, РЕЗУЛЬТАТИ, ЕТАПИ, РИЗИКИ

ТІЛЬКИ ДЛЯ ФАЗИ 1:

- Представте детальний план проекту, що включає: (див. Табл. 3.a).
 - І. один робочий пакет: техніко-економічне обґрунтування
 - ІІ. один результат: техніко-економічне обґрунтування, включаючи бізнес-план

ЛИШЕ ДЛЯ ФАЗИ 2:

- Опишіть загальну структуру робочого плану.
- Поясніть терміни робочих пакетів та їх компонентів (включаючи діаграму Гента або подібне).
- Представте детальний опис роботи:
 - І. Перелік робочих пакетів (табл. 3.a)
 - ІІ. Опис кожного робочого пакету (таблиця 3.b)
 - ІІІ. Перелік основних результатів (таблиця 3.c)
- Включіть перелік етапів (таблиця 3.d)
- Що може піти не так? Додайте таблицю з виявленими критичними ризиками та заходами з пом'якшення їх впливів (таблиця 3.e) Поясніть свій підхід до запропонованих заходів щодо пом'якшення наслідків.



Робочий пакет (РП) означає великий підрозділ запропонованого проекту.

Результат означає чіткий продукт проекту, що має сенс у відповідності до загальної мети проекту. Це може бути звіт, документ, технічна схема (діаграма), програмне забезпечення тощо.

Етапи – контрольні пункти, які допоможуть визначити ваш прогрес. Етапи можуть відповідати виконанню (завершенню) ключових результатів. Вони також можуть відповідати іншим вихідним даним, що дозволяють наступній фазі початися, прийняти рішення щодо подальших кроків або вжити коригувальних заходів.



• Опис РП має відповідати Вашому (поточному) статусу РГТ і продемонструвати збільшення РГТ.

• Чи структура Вашого РП передбачає розвиток Вашого бізнесу?

• Надайте достатньо інформації на рівні завдання, щоб повністю зрозуміти, що ви прагнете зробити.

• Надайте реалістичний часові межі.

• Переконайтеся, що робочий план описує, як ви заповнюєте існуючі прогалини, про які ви згадали в розділі "ринок" і можете подолати вказані раніше бар'єри.

• Переконайтеся, що інформація про субпідрядників також включена до відповідного робочого пакету.

• Чи Ви взяли до уваги ризики, які могли б перешкодити Вашому успіху? Обов'язково заповніть розділ оцінки ризиків відповідно до наведених вище порад. Деякі люди, як правило, залишають цей пункт порожнім або дають дуже загальну відповідь. Це призведе до зниження оцінки. Також переконайтеся, що Ви спроможні подолати всі відповідні ризики: технологічні та комерційні. Приклад: якщо Ви розробляєте машину розпізнавання мов, де Ваші конкуренти досягають точності 90%, і Ви стверджуєте, що досягаєте 98%, докладно опишіть те, що може перешкодити досягненню такого рівня точності.

• Покажіть читачеві, що ви дали серйозні приклади і Ви проаналізували всі ризики і готові до них. Також покажіть заходи пом'якшення наслідків у вашому плані заходів.

Приклад:

Категорія ризику	Ризик	Ймовірність	Методи пом'якшення наслідків
Менеджмент	Відсутність інтеграції між дослідницькими групами, сферою і РП	Середня	Онлайн зустрічі з оцінки результатів та особисті зустрічі між учасниками двічі на рік. Чітке визначення загальних та спеціальних процедур
	Фінансові ризики	Середня	Аналіз витрат та розподіл бюджету на початку грантової угоди.
Інфраструктура	Недоступність ключових даних дослідження	Низька	Бібліографія, отримана шляхом доступу до об'ємної бази друкованих матеріалів та електронних публікацій, надана всім партнерам. Створення широкомасштабної бази даних для навчання.
	Недостатність обчислювальних ресурсів	Середня	Використання резервних, високоефективних комп'ютерів у всіх відділеннях. Поширення та послідовне (неодноразове) резервне копіювання даних та інструментів для перегляду.
	Поломка (Вихід з ладу) електронних приладів	Середня	Доступ до альтернативного обладнання, що гарантується вичерпним (достатнім) числом наявних ресурсів партнерських установ.
	Нестача людських ресурсів/ послуг	Низька	Інтерв'ю та консультації на початку Грантової угоди.
	Затримки в реалізації різних завдань/невідповідна методологія	Висока	Інтенсивне планування часу. Специфікація конкретних етапів. Орієнтованість додаткового персоналу для роботи паралельно з колегами. Періодичні зустрічі членів консорціуму. Розробка конкретно запланованих відповідей та планів на випадок надзвичайних ситуацій (C1.1, C1.2).
Дизайн	Незадовільна манера конструкторської реалізації	Середня	

Інший приклад:

Опис ризику	Робочий пакет (и)	Методи пом'якшення наслідків
Пов'язано з загальними питаннями		
Складність решти (іншої, неосновної) дослідницької діяльності, яка потенційно впливає на загальний план роботи.	РП	Навіть, якщо залучені фахівці, безперечно, звикли до складності цього виду досліджень та розробок компанія зможе скомбінувати (перебудувати) загальний план роботи для того, щоб виконати заплановане.
Зацікавлені сторони та спеціальні зацікавлені групи не можуть бути повністю залучені і, як наслідок, відповідно недостатньо обізнані про інноваційність продукту.	РП	Забезпечити відповідні заходи залучення, як під час тестування та оцінки програми, так і під час етапу розповсюдження.
Пов'язано з менеджментом проекту		
Компанія/організація не може продовжувати керувати проектом.	РП	Хоча це мало ймовірно, компанія має підтримку висококваліфікованих структур з відповідними можливостями і багаторічний досвід розробки нових індустріальних проектів та керування ними. Прогрес робіт буде контролюватися через щотижневі зустрічі та, таким чином, можливі проблеми будуть виявлені на ранньому етапі і вирішені.
Компанія не зможе передбачити весь ризик, пов'язаний з проектом, з точки зору технічних питань, перевірки правильності та комерціалізації.	РП	Оцінка ризику для кожної конкретної цілі буде посилена, щоб оперативне виявляти непередбачені ризики та керувати ними належним чином. Буде враховуватися урок, отриманий від інших типових проектів.
Збільшення вартості сировини.	РП	Після визначення виробничого процесу планується проводити дослідження та вибір інших джерел постачання.
Недотримання часу виробництва продукту	РП	Контрактний захист. Ми покладаємося на кількох постачальників із сертифікованим досвідом.
Не виконання зобов'язань субпідрядником	РП	Обрані лише субпідрядники з високою міжнародною репутацією, багато хто з них вже взаємодіяв з нами в минулому і ми маємо позитивний досвід. Принаймні три субпідрядники будуть розглянуті для кожного завдання.

Інший приклад:

Опис ризику	Робочий пакет (и)	Запропоновані заходи (методи) для пом'якшення наслідків (щодо зменшення ризику)
Пов'язано з експлуатаційними цілями		
Низьке залучення цільової аудиторії / відсутність зацікавленості клієнта.	РП	Ми вже отримали початкові позитивні відгуки від потенціальних клієнтів (листи зацікавленості, додані до розділу 4). Демонстрація та перевірка були заплановані (WP ...) з ключовими замовниками. Активна участь у ярмаркових подіях, виставках. За допомогою цієї багатоканальної методології ми розглядаємо будь-які несподівані труднощі, пов'язані зі співпрацею з цільовою аудиторією.
Ризики стосовно прав інтелектуальної власності. (ІВ)	РП	Ми виконали докладний патентний пошук і отримали два позитивні патентні звіти національного/EU/PCP від XXX. Ми будемо продовжувати стежити за патентним ландшафтом діяльністю конкурентів та прес-релізами.
Різниця між законами у різних країнах може ускладнити роботу	РП	Аналіз нормативно-правової бази цільових країн виконано на початку проекту. У випадку складних регуляторних ситуацій, є можливість відмови від такої країни та націлення на іншу (з аналогічними умовами).
Встановлення тижневого партнерства для комерціалізації та розповсюдження продукту	РП	Ми вже підписали Договір (контракт) про ексклюзивну ліцензію патентів з XXX, який є ключовим партнером з виробництва комерціалізації та поширення в усьому світі завдяки безпосередній присутності в Європі, Сполучених Штатах, Канаді та Китаї; а також лист про наміри з YYY, який є ключовим партнером з виробництва для нас.
Виникнення конкурентного продукту (товару) протягом періоду проекту	РП	Виникнення конкурентів є перевіркою та допомагає встановити ринок; ринок великий і є місце для конкурентів; WP ... - комерціалізація може визначати різні бачення та послуги, щоб краще позиціонувати продукт.
Пов'язано зі стійкістю		
Стійкість виробництва, що залежить від ринкового попиту	РП	Хоча це малоімовірно, компанія повинна бути готова справлятися з потенційною нестабільністю та робити реорганізацію плану виробництва, беручи до уваги потенціал залучення аутсорсингового виробництва.
Затримка потрапляння на ринок	РП	Угоди метою яких є забезпечення відповідної фінансової компенсації. Зосередження уваги на вибраних пілотних клієнтах та ключових промислових партнерах у цільових областях. Розробка плану фінансової стійкості.

РЕСУРСИ

ТІЛЬКИ ДЛЯ ФАЗИ 1:

Включіть наступну бюджетну таблицю; ніякі зміни неможливі. Опис роботи (техніко-економічне обґрунтування) в таблиці 3.а повинен продемонструвати, що вона відповідає загальним витратам (в євро).

	Витрати на техніко-економічне обґрунтування / Прямі та непрямі витрати на діяльність	Загальна сума витрат	Ставка відшкодування %	Максимальний внесок ЄС	Максимальна сума гранту
Форма витрат	Загальна сума				
	50 000	71 429	70%	50 000	50 000

ТІЛЬКИ ДЛЯ ФАЗИ 2:

• Які ресурси, обладнання та засоби, необхідні для проекту та як Ви будете отримувати доступ до них? Чи потрібні Вам додаткові ресурси для розширення Вашого бізнесу? Будь ласка, надайте наступне:

I. таблиця, яка показує необхідну кількість людино-місяців (таблиця 3.f).

II. таблиця, що показує "Інші прямі витрати" (таблиця 3.g) для учасників, де ці витрати перевищують 15% витрат на персонал (відповідно до таблиці бюджету в розділі 3 адміністративних форм заявки).

Приклад:

	РП1	РП2	РП3	РП4	РП5	РП6
Людино-місяці	80	15	10	70	10	5
Витрати на персонал (€)	400 000	75 000	50 000	350 000	50 000	25 000
Витрати на відрядження (€)	10 000	5 000	3 000	5 000	5 000	3 000
Обладнання (€)	40 000	-	-	-	-	-
Матеріали (€)	150 000	-	-	350 000	-	-
Інше(€)	100 000	70 000	2 000	100 000	20 000	2 000
Прямі витрати (€)	300 000	75 000	5 000	455 000	25 000	5 000
Непрямі витрати (25%)	175 000	37 500	13 750	201 250	18 750	7 500
Підсума (€)	875 000	187 500	68 750	1 006 250	93 750	37 500
Субпідрядник 1 (€)	100 000	-	-	-	-	-
Субпідрядник 2 (€)	-	70 000	-	-	-	-
Загальний бюджет	975 000	257 500	68 750	1 006 250	93 750	37 500
Внесок ЄС, що запитується (70%)	682 500	180 250	48 125	704 375	65625	26 250

ТАБЛИЦЯ 3.А: ТІЛЬКИ ДЛЯ ФАЗИ 1:

Назва робочого пакету	Техніко-економічне обґрунтування
Завдання (Цілі)	
Опис роботи (де це необхідно, розбийте на завдання), провідний партнер та роль учасників)	
Результат: Звіт про техніко-економічне обґрунтування, включаючи бізнес-план (короткий опис та місяць початку)	

ТАБЛИЦЯ 3.А: ТІЛЬКИ ФАЗА 2: перелік робочих пакетів

Номер робочого пакету	Назва робочого пакету	Номер головного учасника	Коротка назва головного часника	Людино-місяці	Місяць початку	Місяць кінця
				Загально місяців		



- У випадку, якщо проект подано одним суб'єктом, головним (ведучим) учасником у кожному Робочому Пакеті стане сама компанія. В іншому випадку, у випадках подання консорціумом, кожен робочий пакет має керуватися однією з організацій-учасників. Не треба писати імена конкретних людей.

ТАБЛ. 3.В: ТІЛЬКИ ФАЗИ 2: Опис робочого пакету

ДЛЯ КОЖНОГО РОБОЧОГО ПАКЕТУ:

Номер робочого пакету		Головна Організація				
Назва робочого пакету						
Номер учасника						
Коротка назва учасника						
Людино-місяці на учасника						
Місяць початку				Дата кінця		

Завдання (Цілі)

Опис роботи (де це необхідно, розбийте на завдання), провідний партнер та роль учасників)

Результат: (короткий опис та місяць подачі)



Дайте повну інформацію. Створюйте свій обліковий запис за логічною структурою проекту та етапів, за якими він повинен виконуватися. Включіть всі деталі ресурсів, які будуть виділені на кожний робочий пакет. Кількість робочих пакетів повинна бути пропорційною масштабу та складності проекту.

Ви повинні надавати достатньо детальної інформації у кожному робочому пакеті, щоб виправдати запропоновані ресурси, а також кількісну інформацію, яка буде дозволяти контролювати прогрес виконання Комісією.

Ресурси, призначені для робочих пакетів, повинні відповідати їх цілям та результатам. Рекомендується виділити окремий робочий пакет на "управління" та окремий робочий пакет на "комерціалізацію" (поширення інформації та використання)" та комунікаційні заходи.

Якщо ваш проект бере участь у пілотній(тестовій, випробувальній) програмі з відкритих дослідницьких даних, Ви повинні включити "план управління даними" як окремий результат впродовж перших 6 місяців проекту. Шаблон для такого плану наведено в посібнику з управління даними та у онлайн-посібнику H2020. Цей матеріал буде розвиватися (допрацьовуватися) впродовж проекту, щоб показувати стан впливу проекту на управління даними.

ТАБЛИЦЯ 3.С: ТІЛЬКИ ДЛЯ ФАЗИ 2: список результатів

Номер результату	Назва результату	Номер робочого пакету	Коротка назва головного учасника	Тип	Рівень розповсюдження	Дата кінця (в місяцях)

Кількість результатів у порядку отримання. Будь ласка, використовуйте нумерацію <номер РП>. <кількість результатів в рамках цього РП>. Наприклад, Результат 4.2 стане другим результатом від робочого пакету 4.

ТИП: ВИКОРИСТОВУЙТЕ ОДИН З НАСТУПНИХ КОДІВ:

R: Документ, звіт (за винятком періодичного чи заключного звіту проекту)

DEM: Демонстратор, пілот (випробувач), прототип, проектний план

DEC: Веб-сайти, подання патентів, преса та медіа, відеозаписи тощо.

OTHER: програмне забезпечення, технічна схема (діаграми) тощо.

РІВЕНЬ РОЗПОВСЮДЖЕННЯ: ВИКОРИСТОВУЙТЕ ОДИН З НАСТУПНИХ КОДІВ:

PU: загальнодоступний, повністю відкритий, наприклад Веб

CO: конфіденційно, обмежена відповідно до умов викладених у Типовій Грантовій угоді

CI: Класифіковано, інформація, зазначена в Рішенні Комісії 2001/844/ЕС.

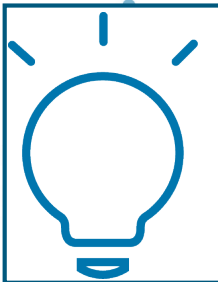
ДАТА ОТРИМАННЯ:

РАХУЄТЬСЯ В МІСЯЦЯХ ВІД ДАТИ СТАРТУ ПРОЕКТУ (ПЕРШОГО МІСЯЦЯ)



ТАБЛИЦЯ 3Д: ЛИШЕ ДЛЯ ФАЗИ 2: перелік етапів

Номер етапу	Назва етапу	Відповідний робочий пакет (РП)	Термін сплати (в місяцях)	Тип	Засоби верифікації

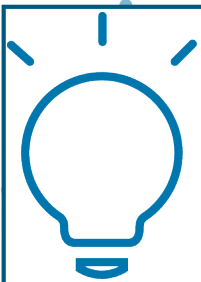


Термін сплати: вимірюється в місяцях від дати початку проекту (1 місяця)

Засоби верифікації: покажіть, як Ви підтвердите, що контрольні етапи досягнуто. Якщо необхідно, використовуйте індикатори. Наприклад: перший продукт, який "зроблений і працює"; програмне забезпечення випущене та протестоване групою користувачів; отримано сертифікат про досягнення.

ТАБЛИЦЯ 3 (Е): ЛИШЕ ДЛЯ ФАЗИ 2: Критичні ризики для впровадження

Опис ризику (вказати рівень: низький / середній / високий)	Робочий пакет(и), що задіяні	Запропоновані заходи щодо зменшення ризику



Критичний ризик: критичний ризик – це правдоподібна подія або проблема, яка може мати великий негативний вплив на здатність проекту досягти поставлених в ньому цілей.

Рівень ймовірності виникнення: низький / середній / високий. Ймовірність – це передбачувана ймовірність того, що ризик буде мати вплив, навіть, після врахування введених заходів по його зменшенню.

Реалістичний термін та повний опис процесу реалізації

(робочі пакети, основні результати та етапи, управління ризиками), беручи до уваги інноваційні амбіції та цілі компанії чи заявника

ТАБЛИЦЯ 3F: ЛИШЕ ДЛЯ ФАЗИ 2: Короткий опис роботи персоналу

Кількість людиномісяців впродовж усього періоду планованої роботи, за кожний робочий пакет, для кожного учасника. Для кожного робочого пакету (РП) вкажіть лідера РП, виділяючи людиномісяці відповідної особи жирним шрифтом.

	РП n	РПn+1	РПn+2	Загальна кількість людино /місяців на учасника
Номер учасника/ Коротке ім'я				
Номер учасника/ Коротке ім'я				
Номер учасника/ Коротке ім'я				
Загальні людиномісяці				



• Таблиця 3.f - короткий опис роботи персоналу - тут Ви описуєте години роботи персоналу в проєкті.

• Ваші людиномісяці повинні бути узгоджені з чинним ЕПЗ (FTE) у компанії

ТАБЛИЦЯ 3.G: ЛИШЕ ДЛЯ ФАЗИ 2: пункти "Інші прями витрати" (відрядження, обладнання, інфраструктура, товари та послуги)

Будь ласка, заповніть нижченаведену таблицю для кожного учасника, якщо сума витрат на «відрядження», «обладнання» та «товари та послуги» **перевищує 15% вартості персональних коштів для цього учасника** (відповідно до таблиці бюджету в розділі 3 форм адміністративних пропозицій)

Номер учасника/ Коротке ім'я	Кошти (€)	Обґрунтування
Відрядження		
Обладнання		
Товари та послуги		
Загалом		



• Тут ви зазначаєте пристрої та обладнання, яке ви купите. Переконайтеся, що ви вкладете амортизовані витрати для всіх складових капіталу. Дайте кваліфіковану детальну інформацію про високовартісні об'єкти вкладання коштів. Обов'язково заповніть цю таблицю для кожного учасника (а не окремих осіб).

• Поясніть чітко всі "інші прями витрати" та їх необхідність в проєкті.

Приклад:

	Кількість коштів (€)	Обґрунтування
Відрядження	40,000	20 000 для двох випробувачів у РПЗ (включає проживання 6 місяців у розмірі 2500 євро/кожен та 5 тижневих візитів за 1000 євро /кожен); 20 000 євро у РП2 та РП4 (очікується приблизно 20 візитів на цільові ринки/ до зацікавлених сторін на загальну суму близько 1000 євро на кожен)
Обладнання	0	Згідно з практикою бухгалтерського обліку в ХХХ-країні, обладнання, яке використовувалось за R&D проєктом поставляється безпосередньо за собівартістю, тому амортизація не вимагається
Інші товари та послуги	950,000	800 000 євро для матеріалів та витратних матеріалів на випробування прототипу в РПЗ: - 600 000 євро на оптимізацію та виробництво YYY; - € 200 000 для ZZZ; 150 000 євро за послуги: - € 10 000 в РП1 для аудиторських послуг; - € 30 000 для юридичних послуг у РП2 (Завдання 2.2); - € 50 000 для транспортних послуг у РП3; - € 50 000 на обслуговування (забезпечення) торгових ярмарок у РП4 (2 ярмарки на 25 000 євро/кожна); - € 10,000 для веб-служб у РП4
Загалом	990,000	

4. Компанія

(АБО, ЯКЩО ЗАСТОСОВУЄТЬСЯ: ЧЛЕНИ КОНСОРЦІУМУ)

На цей розділ не накладається ліміт сторінок.

Наведена тут інформація буде використана для оцінки операційної спроможності та найкращого об'єму коштів на субпідрядні контракти. Будь ласка, переконайтеся, що Ви не включаєте тут інформацію, що стосується заголовків, зазначених у розділах 1-3. Експертам буде запропоновано ігнорувати тут будь-яку інформацію, яка, як видається, була включена, щоб обійти обмеження на сторінки, що застосовуються до цих розділів.

4.1. УЧАСНИКИ (ЗАЯВНИКИ)

Будь ласка, надайте для кожного учасника наступне:

- Опис юридичної особи та його основні завдання, із поясненням того, як його профіль відповідає завданням у пропозиції;
- Біографічний опис або опис профайлів осіб, включаючи їх стать, які будуть перш за все нести відповідальність за реалізацію запропонованих заходів;
- Короткий опис відповідних товарів, послуг (включаючи широко використовувані набори даних або програмне забезпечення) або інших досягнень (які також можуть включати попередні проекти або заходи, пов'язані з предметом пропозиції);
- Опис істотної (важливої, значущої) інфраструктури та / або будь-яких основних предметів технічного обладнання, що мають відношення до запропонованої роботи;
- **Лише для Фази 1:** опис будь-якої третьої сторони, яка не представлена як партнер проекту, але яка, тим не менш, буде робити внесок у роботу, наприклад, шляхом надання можливостей або обчислювальних ресурсів.
- **Лише для Фази 1:** Ви плануєте субпідряд для яких-небудь завдань? Так / Ні. Якщо так, опишіть та обґрунтуйте завдання, які підлягають укладенню субпідряду.

- Наявність необхідних ресурсів (персоналу, споруд, мереж тощо) для реалізації заходів проекту у найбільш придатних умовах.
- У відповідних випадках, взаємодоповнюваність партнерів у консорціумі.

- **Лише для Фази 2:**

У відповідних випадках, реалістичний опис того, як можуть бути задіяні основні зацікавлені сторони/партнери/субпідрядники* (субпідрядники повинні бути обрані з використанням принципів «найкращого співвідношення ціни та якості»).

*Субпідрядність є прийнятною в обсязі, необхідному для реалізації запропонованої діяльності. Субпідряд може бути вагомою частиною реалізації проекту, але не має становити непропорційно велику частку загальних передбачуваних прийнятних витрат. Субпідрядники повинні бути вибрані з використанням принципів «найкращого співвідношення ціни та якості»



• Загалом, Вам доведеться переконати оцінювача, що Ваша компанія має оперативну спроможність і здатність виконувати проект якісно. Не забувайте, що, крім описів технічної компетенції, Вам також потрібно буде надавати інформацію про комерційну компетенцію.

• Хоча для цього розділу відсутній ліміт сторінок - спробуйте не робити опис надто широким.

• Команда-реалізації - обов'язково опишіть технологічні знання команди та її добре розуміння ринку. Доведіть, що команда має досвід у всіх відповідних аспектах.

• Хоча Ви не отримаєте спеціальних балів за розділ 4, важливо сприйняти цей розділ серйозно. Оцінки будуть інтегровані в бали за розділи 1-3.

• Опишіть ресурси, доступні для компанії - об'єкти, робоча сила.

• Якщо Ваша компанія паралельно працює над іншими проектами/продуктами, обов'язково покажіть, що під рукою є достатньо ресурсів, присвячених цьому проекту.

• Надані резюме повинні бути короткі, але вони повинні містити інформацію про попередній досвід роботи, діяльність та публікації, які мають відношення до запропонованого проекту.

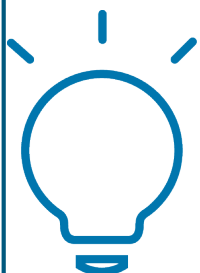
4.2. ЛИШЕ ДЛЯ ФАЗИ 2: Залучені 3-ті особи, що беруть участь у проекті (включаючи субпідряди та використання сторонніх ресурсів)

Будь ласка, заповніть для своєї компанії або для консорціумів, кожного учасника, наступну таблицю (або просто зазначте "Не залучено ніяких 3-тїх сторїн", якщо необхідно):

<p>Ви плануєте використовувати субпідряд для виконання будь-яких завдань? Якщо так, опишіть та обґрунтуйте завдання, які підлягають укладенню субпідряду, і будь-ласка, також заповніть таблицю 4.</p>	Так/Ні
<p>Чи буде будь-яка з Ваших залучених третїх сторїн працювати в завданнях щодо заходів проекту? Якщо так, опишіть третю сторону, зв'язок учасника з третьою стороною та обґрунтовано опишіть передбачені завдання, які треба виконати третїм особам.</p>	Так/Ні
<p>Чи будете Ви використовувати співробітництво в натуральній формі, надані третїми сторонами? Якщо так, опишіть внесок третьої сторони.</p>	Так/Ні

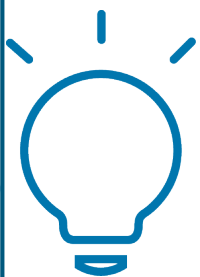
ОЦІНКА НАЙКРАЩОГО СПІВВІДНОШЕННЯ ЦІНИ ТА ЯКОСТІ
Експерти оцінюють "найкраще співвідношення ціни та якості" субпідрядних контрактів під час оцінки пропозиції.

Для цього субпідрядні контракти повинні бути описані досить докладно.



- **Якщо ви знаєте субпідрядника**, включіть основну інформацію про субпідряд у пропозицію (найменування субпідрядника, ціну та завдання), разом із завданням(и) заходів, які підлягають укладенню субпідряду, та пояснення того, чому субпідрядник та ціна є відповідними. Цей параметр слід використовувати, коли ви вже вибрали субпідрядника для завдання; як правило, після проведення конкурсних процедур.

- **Якщо ви не знаєте субпідрядника**, у Вашій пропозиції має бути вказано завдання, що підлягає укладенню на субпідряд, орієнтовний бюджет та процедура, якій Ви будете слїдувати, щоб забезпечити найкраще співвідношення ціни та якості. Зазвичай ця опція використовується, якщо ще не вибрано субпідрядника для завдання.



Субконтракти (Стаття 13 Грантової Угоди) стосуються виконання завдань заходів; вони передбачають виконання конкретних задач, які є частиною заходів та описані в Додатку 1. 8

Пов'язана третя сторона (стаття 14 Грантової Угоди) є дочірнім суб'єктом господарювання (підприємством) або має юридичний зв'язок з учасником, що означає співпрацю, яка не обмежується заходами проекту.

Внески в натуральній формі, надані третіми сторонами (Статті 11 та 12 Грантової Угоди): треті сторони, які надають допомогу у натуральній формі, надають бенефіціару частину своїх ресурсів, які не є частиною їх економічної діяльності (наприклад, відряджений персонал, допоміжне обладнання, інфраструктура чи інші активи, або інші товари та послуги).

- Лише для Фази 2: Де це доцільно, вкажіть очікуваний бюджет та заплановану процедуру, призначену для вибору субпідрядників*.
- Взагалі, в якій мірі вищезазначені елементи є послідовними та правдоподібними



ЛИШЕ ДЛЯ ФАЗИ 2:

• Субпідрядники повинні бути виправданими та належним чином обґрунтованими відповідно до правил COM. Необхідна висока увага на "співвідношенні ціни та якості" - оцінювачі хотіли б бачити, що інвестиції будуть корисними і що запитана ціна вартує цих інвестицій. Оцінка найкращого співвідношення ціни та якості має вирішальне значення. Оскільки використовуються державні гроші, витрати повинні бути обґрунтованими, з конкурентним відбором. Включіть опис процедур, що будуть проведені, щоб забезпечити найкраще співвідношення ціни та якості. Продемонструйте комплексний тендерний процес і Вашу прихильність до того ж принципу, "найкращого співвідношення ціни та якості", що є головною основою. Не забудьте ознайомитись із різними інструкціями для субпідрядників, яких Ви вже обрали, а також інструкціями для субпідрядників, яких Ви збираєтеся вибрати. Не забудьте включити витрати, спосіб їх вибору та обсяг їх роботи.

- Субконтрактинг **НЕ обмежується** частиною заходу; тим не менш, відповідно до духу SME instrument, задіяні **МСП повинні мати спроможність здійснювати свою діяльність.**

ЛИШЕ ДЛЯ ФАЗИ 2:

Якщо ви вказали «Так» щодо необхідності субпідрядних завдань, опишіть у наведеній нижче таблиці кожне з завдань, що підлягають Субпідрядній угоді.

ТАБЛИЦЯ 4

Номер	Номер робочого пакету	Завдання, що підлягає субпідряду	Обґрунтування "найкращого співвідношення ціни та якості" Якщо Ви знаєте субпідрядника: пояснення, чому субпідрядник і ціна є відповідними. Якщо ви не знаєте субпідрядника: процедуру, якої Ви будете дотримуватися, щоб забезпечити відповідність ціни та якості	Назва субпідрядника (якщо відома)	Сума (ЄВРО)

Зауважте, що завдання, що підлягає субпідряду, повинно бути описано в розділі "опис роботи" таблиці 3.а "Опис робочого пакету"

Обґрунтуйте субпідрядні контракти (тобто субпідрядне завдання або субпідрядника). Пам'ятайте, що затвердженими можуть бути лише субпідрядні контракти, які досить докладно описані в пропозиції.

Загальна сума повинна відповідати загальній сумі, зазначеній в колонці В (прямі витрати субпідрядів/€), Частина А (Форма подання заявки), розділу 3 (бюджет пропозиції)

5. Етика та безпека

На цей розділ не накладається ліміт сторінок.



- Не пропускайте частину 5, навіть, якщо вона виглядає недоречною, і Вам хочеться це зробити. Якщо питання етики не є актуальними - коротко поясніть чому це так. Те саме для питань безпеки.
- Приклади заходів, що підіймають етичні проблеми та додаткову інформацію про етику та цілісність досліджень, можна знайти у Статті 34 H2020 Annotated Model Grant Agreement (див. посилання - сторінка 256); Якщо Ви будете обробляти особисті дані (наприклад, адреси електронної пошти або IP-адреси), див. також статтю 39 "Обробка персональних даних" (див. посилання - стор. 273).

Члени Консорціуму EEN-Ukraine

Міністерство економічного розвитку і торгівлі України
+38 (044) 528-54-30

Відділ трансферу технологій Інституту фізики НАНУ
+38 (044) 525-98-41

Міністерство закордонних справ України
+38 (044) 238-17-77

Торгово-промислова палата України
+38 (044) 586-40-67

ТОВ «Нова інтернаціональна корпорація»
+38 (044) 236-07-70

Громадське Організація «Споживач»
+38 (050) 480-48-36

Київський національний університет ім.Т.Г. Шевченка
+38 (044) 526-05-51

Контакти

Офіційний веб-сайт консорціуму: <http://www.iop.kiev.ua/~een/>

E-mail: een.network.ukraine@gmail.com

Координатор Консорціуму EEN-Ukraine: *Фесенко О.М., керівник відділу міжнародної інноваційної діяльності, трансферу технологій та захисту інтелектуальної власності Інституту фізики НАНУ*