**Региональный центр инжиниринга для субъектов малого и среднего предпринимательства**

создан с целью государственной поддержки предприятий МСП в крае, в вопросах их развития, модернизации, внедрения инновационных технологий и повышении конкурентоспособности.

**1.Проведение экспресс-оценки Индекса Технологической Готовности (ИТГ)**

ИТГ обозначает показатель, который отражает уровень готовности производственных предприятий-субъектов малого  среднего предпринимательства к развитию, модернизации, техническому перевооружению и внедрению инноваций.

Наибольший вес в оценке ИТГ занимает оценка производственного процесса предприятия, так как от его организации во многом зависит успех дальнейшего развития производства, и, как следствие, готовности предприятия освоить инвестиции с максимальным эффектом.

**Инструментарий методики:**

1: Общие данные о предприятии.

2: Разработка новой и/или модифицированной продукции.

3: Обеспечение производственными ресурсами.

4: Обеспечение материальными ресурсами.

5: Исполнение производственного процесса.

6: Технологический контроль над производством.

7: Квалификационный уровень персонала.

8: Опыт инновационной деятельности и модернизации производства.

**Как правило, ИТГ проводится после услуги - Анализ потенциала предприятия.**

**2.Анализ потенциала МСП, выявление текущих потребностей и проблем предприятий, влияющих на их конкурентоспособность**

Анализ потенциала предприятия должен содержать:

подготовленный профиль предприятия, позволяющий определить его ключевые компетенции, выпускаемую продукцию, конкурентную позицию и репутацию на рынке с целью расширения доступа к рынкам сбыта, включения государственные программы развития промышленности и импортозамещения;

результаты анкетирования СМСП, скоринга , интервьюирования руководства предприятия, а также перечень предложений по устранению выявленных барьеров (проблем), путей реализации потенциала развития и роста предприятия, доступных инструментов государственной и других видов поддержки;

предложения и решения для руководства предприятия.

**3.Проведение аудитов (технологического/энергетического/экологического, других технических аудитов)на предприятиях МСП**

Технический аудит – это современная эффективная процедура, позволяющая исследовать производственные и инженерные системы с целью оценки текущего состояния, выявления резервов повышения эффективности, оценки будущих затрат на ремонтные циклы, модернизации, энергозатраты и внедрение систем энергосбережения. Составление и согласование технического задания с каждым отдельным предприятием входит в состав работ по разработке технического аудита.

**3.1.Технический аудит применяют в случае если необходимо:**

-подготовить проект модернизации;

-оптимизировать текущие затраты, систему производства и управления;

-периодической независимой проверки состояния зарубежных или географически удалённых активов;

-подготовить активы для передачи в залог, аренду или доверительное управление;

-внесение активов в уставной капитал или разделении собственности.

**Типовая структура технологического аудита:**

-Анализ систем управления субъектом МСП и производством.

-Анализ перспективных планов развития субъекта МСП и основных инвестиционных документов.

-Оценка основных технологических фондов.

-Анализ применяемых технологий.

-Оценка исполнения производственных технологий и процессов на соответствие организационно-нормативной документации.

-Анализ технологической дисциплины.

-Оценка производственной инфраструктуры (энергетика, отходы, выбросы и стоки, логистика, ремонты и эксплуатация, метрология).

-Оценка соответствия использования средств автоматизации и информационных технологий для обеспечения производственных процессов и технологий.

-Оценка соответствия уровня документооборота и ведения архивов для обеспечения производственных процессов и технологий.

-Оценка работы проектно-конструкторских подразделений.

-Анализ задач реализации программы научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок и коммерциализации научных и производственных разработок.

Подготовка и сдача отчёта.

**3.2. Типовая структура энергетического аудита:**

Предаудит - определяются основные характеристики субъекта МСП -ассортимент выпускаемой продукции, состав потребляемых энергоресурсов, производственная структура, численность работников, состав основного оборудования и зданий, режим работы, структура управления и т. д.:

-проведение интервью с первыми руководителями субъекта МСП;

-знакомство с энергетическими объектами и энергооборудованием субъекта МСП;

-анализ заключённых субъектом МСП договоров энергоснабжения;

-составляется программа проведения энергетического аудита, которая согласуется с Заказчиком и руководством субъекта МСП.

**Основные этапы энергетического аудита:**

-сбор первичной информации;

-анализ энергоэкономических показателей субъекта МСП;

-подготовка заключения об основных итогах первичного энергетического аудита.

Подготовка и сдача отчёта.

**3.3. Типовая структура экологического аудита:**

Оценка состояния деятельности субъекта МСП по охране окружающей среды и рациональному использованию природных ресурсов и её соответствия требованиям законодательства Российской Федерации.

Выявление степени деградации окружающей среды объекта, деятельность которого связана с вредным воздействием на окружающую среду.

Определение участков загрязнённой окружающей среды, видов и масштабов загрязнения.

Выявление и оценка оборудования и технологий, связанных с охраной окружающей среды на объекте.

Оценка влияния окружающей среды на состояние здоровья работников субъекта МСП.

Выявление потребностей в дополнительном экологически значимом обследовании объекта.

Подготовка и сдача отчёта.

**4. Проведение финансового или управленческого аудита на предприятиях МСП**

Проведение аудита на предприятии позволит оценить финансово-экономическое состояние предприятия; выявить финансовые и управленческие проблемы; разработать модели развития и функционирования предприятия с учетом заложенного потенциала. Опытными специалистами будет проработан ряд рекомендаций по улучшению работы и повышению конкурентоспособности предприятия. Имея в арсенале отчеты о проведении аудитов, предприятие может претендовать на получение государственной поддержки на реализацию проектов.

**Типовая структура финансового или управленческого аудита:**

Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия (вертикально-горизонтальный анализ, экспесс-анализ по формуле Дюпона, коэффициентный анализ, бухгалтерско-налоговый аудит).

Аудит товарно-материальных ценностей, коэффициентов оборачиваемости, доходности средств, вложенных в ТМU.

Аудит себестоимости и бизнес-процессов.

Оценка финансовой устойчивости предприятия.

Оценка уровня финансового риска, в рамках которого работает СМСП.

Оценка уровня риска вложений средств в СМСП.

Первичная оценка выпускаемой продукции, её рыночной стоимости и перспектив увеличения/снижения выручки предприятия в ближайшем будущем.

Оценка эффективности работы управленческой команды предприятия с точки зрения управленческого-финансового аудита, эффективности применяемых в учёте методов и разрабатываемых управленческих отчётов, оптимальности используемых на предприятии способов защиты конфиденциальных данных.

**5.Разработка программ модернизации/ технического перевооружения производства для предприятий МСП**

**Проект развития** - обозначает спланированные взаимосвязанные мероприятия с назначенными сроками и ресурсами, направленные на совершенствование производства с целью выпуска модифицированной или новой продукции, дающей предприятию конкурентные преимущества на рынке.

**Модернизация** - обозначает вид проекта развития, предусматривающий повышение технологического уровня производства без изменения основной производственной модели.

**Техническое перевооружение** - обозначает вид проекта развития, представляющий собой комплексную перестройку производственного процесса с изменением основной производственной модели.

**Реконструкция** - обозначает вид проекта развития, представляющий собой комплексную перестройку производственного процесса, связанную с существенным объёмом строительно-монтажных работ и приводящую к изменению основной производственной модели.

**Ожидаемые результаты от реализации программы модернизации /развития / технического перевооружения:**

- совершенствование материально-технической базы предприятия МСП;

- внедрение новых технологий (продуктов) – коммерциализация НИОКР;

- повышение уровня технологической готовности к развитию;

- увеличение эффективности работы, связанное с сокращением затрат и повышением производительности труда;

-повышение уровня конкурентоспособности предприятия МСП.

**6. Составление бизнес-планов /ТЭО/ инвестиционных меморандумов для инвестиционных проектов предприятий МСП**

**Бизнес-план** - документ, в котором описываются все основные аспекты предпринимательской деятельности, анализируются главные проблемы, с которыми может столкнуться предприниматель, и определяются основные способы решения этих проблем.

**Технико-экономическое обоснование** - документ, в котором представлена информация, из которой выводится целесообразность (или нецелесообразность) создания продукта или услуги.

**Инвестиционный меморандум** - документ, который должен продемонстрировать потенциальным инвесторам и кредиторам инвестиционную привлекательность проекта, предоставляет возможность проанализировать инвестиционные риски. Акцент в инвестиционном меморандуме делается на описании бизнес-идеи, бизнес-модели и компании, которая её реализует.

**Типовая структура бизнес-планов/ТЭО/ инвестиционных меморандумов:**

подготовленный профиль предприятия, позволяющий определить его ключевые компетенции, выпускаемую продукцию, конкурентную позицию и репутацию на рынке с целью расширения доступа к рынкам сбыта, включения его в кооперационные цепочки, систему аутсорсинга (поставщиков), государственные программы развития промышленности и импортозамещения;

цель и продукт Проекта;

временные рамки Проекта;

краткую финансовую характеристику Проекта;

описание идеи и предметной области продукта Проекта;

маркетинговую стратегию Проекта;

технико-экономическое обоснование Проекта;

производственный и организационный план Проекта;

финансовый план и финансовая модель Проекта;

анализ рисков Проекта;

выводы и рекомендации;

презентацию, содержащую основные предложения и решения для руководства предприятия

**7. Оказание маркетинговых услуг/услуг по брендированию /позиционированию и продвижению новых товаров (работ, услуг) предприятий МСП**

**Маркетинговые услуги** – деятельность по изучению сложившегося состояния рынка и определению тенденций к его изменению, что позволяет организации наиболее оптимально выстроить свой бизнес.

**Брендирование** – процесс создания индивидуального, хорошо узнаваемого, продающего образа для товаров определённого продавца.

**Позиционирование** – выбор, формирование конкурентной позиции фирмы и ознакомление с ней своего конкурентного окружения.

**1. Маркетинговые исследования: Анализ рынков товаров и услуг Российской Федерации в целом, в соответствии с потребностью конкретного предприятия:**

-тенденции и перспективы развития рынка;

-перечень и характеристика основных операторов рынка (производителей и покупателей);

-объём рынка и доли основных игроков;

- уровень концентрации товарного рынка;

-состояние конкурентной среды на рынке;

- ценовой мониторинг рынка;

-барьеры входа на рынок;

- сегментация потребителей;

- предпочтения потребителей, уровень удовлетворѐнности их спроса.

**2. Услуги по позиционированию и продвижению новых товаров (услуг, работ): Разработка стратегии позиционирования и продвижения новых товаров (услуг, работ) на существующие и новые рынки:**

- определение целевой аудитории для продукта;

-определение текущей позиции производителя на рынке;

- определение конкурентоспособности производителя на рынке;

- анализ рекламной и PR- активности производителя и его конкурентов;

- разработка рекомендаций по позиционированию и продвижению продукции;

- разработка плана маркетинговых и рекламных мероприятий по продвижению товара на существующий и новые рынки.

**3. Услуги по брендированию: Работы по созданию новых торговых марок/брендов**.

- разработка названия для нового предприятия/продукта/бренда; разработка структуры бренда, а именно: определение ядра бренда (разработка слогана, рекламных текстовок и т.д.); определение индивидуальности бренда; определение ценности бренда, которую он несѐт потребителям (определение модели построения бренда); определение преимуществ и выгод, которые несѐт бренд потребителю; определение основных характеристик бренда;

- разработка фирменного стиля для нового предприятия/продукта/бренда;

- формирование BrandBook.

**8. Консультационные услуги по защите прав на результаты интеллектуальной деятельности (патентные услуги)**

Возможно оказание следующих консультационных услуг:

- Проведение предварительного поиска (товарный знак/патент)

- Оформление, подача заявки в регистрирующий орган

**Патент** – документ, закрепляющий за МСП монополию на рынке на разработку. Основанием для выдачи является не только сам факт наличия интеллектуального объекта, но также итоги экспертизы на патентоспособность. Если экспертиза пройдена и результат интеллектуальной деятельности признан соответствующим условиям патентоспособности, МСП получает патент, а сам продукт становится объектом исключительного права. После выдачи патента право распоряжаться результатом интеллектуальной деятельности получает исключительно владелец патента.

**9. Прочие профильные услуги, оказываемые субъектам МСП**

**9.1 Услуга по сертификации продукции СМСП**

Сертификация продукции в России является одной из официальных форм подтверждения качества.

Процедура сертификации продукции включает оформление таких документов, как сертификат соответствия и декларация о соответствии. Это самые распространенные виды разрешительной документации. На некоторые позиции дополнительно требуется оформление свидетельства о государственной регистрации, лицензий или разрешений о применении.

Сертификация продукции проводится на соответствие требованиям ГОСТ или утвержденных технических регламентов.

Сертификация товаров подразделяется на две основные системы, которые включают различные схемы оформления - это так называемые системы добровольной и обязательной сертификации товаров.

Добровольная сертификация призвана выявить отличительные качества и полезные потребительские свойства товаров. Проводится она по желанию производителя или продавца. Полученный сертификат не рассматривается как замена обязательному, а лишь дополняет его. Сертифицируются товары, как правило, в системе ГОСТ Р. Полученные документы действительны только внутри страны, так как Таможенным союзом добровольное сертифицирование не предусмотрено.

Обязательная сертификация проводится для удостоверения соответствия продукции требованиям техрегламентов, стандартов. Обязательные требования этих документов касаются безопасности, охраны здоровья населения и окружающей среды, по этой причине доминирующими аспектами сертифицирования являются безопасность и экологичность.

**9.2 Разработка проекта оптимизации технологических процессов производства СМСП**

**Моделирование и оптимизация технологических процессов необходимо для достижения таких целей:**

увеличение ассортимента выпускаемой продукции;

рост объема производства;

снижения себестоимости изготавливаемого товара;

выполнения требований инвесторов или экологов;

повышения качества продукции;

избавления от объектов или процессов, снижающих рентабельность.

**Оптимизация производства включает в себя такие этапы:**

1. Принятие и согласование решения об усовершенствовании технологических процессов.

2. Создание инициативной группы с привлечением независимых экспертов.

3. Изучение создавшейся ситуации и современных достижений в интересующей области деятельности.

4. Создание программы реорганизации с выделением под это необходимой суммы.

5. Реализация плана на практике. Контроль за его внедрением.

6. Проведение всестороннего анализа проведенной деятельности.

В ходе реформирования производства внедряются новые технологии, устраняются простои и задержки, убираются излишние операции, оптимизируется договорная база.

**9.3 Создание программы организации/развития производства СМСП**

**9.4 Формирование комплекса мер по повышению производительности труда СМСП**

**9.5 Проведение исследования конкурентной среды СМСП**

Исследование конкурентов проводится в определенной последовательности:

- определяются существующие и потенциальные конкуренты;

- анализируются показатели их деятельности;

- оценивается маркетинговая стратегия и тактика конкурентов;

- выявляются преимущества и недостатки в деятельности конкурентов

**9.6 Оценка потенциала импортозамещения и разработка предложений по повышению конкурентоспособности продукции СМСП**

Исследование аспектов конкурентоспособности продукции, характеристика внешней и внутренней среды предприятия. Оценка финансового состояния организации. Расширение хозяйственной самостоятельности и необходимости адаптации к изменениям рыночной ситуации.

**10. Организация и проведение обучающих тренингов, семинаров с привлечением сторонних преподавателей (тренеров) с целью обучения сотрудников предприятия МСП**

На тему: **Маркетинговые коммуникации. Уникальное торговое предложение** (20 МСП)

**11.Проведение вебинаров, круглых столов для субъектов МСП.**

В 2018 планируется проведение следующих вебинаров и круглых столов

 **«Основные тренды импортозамещения»**

**«Встраивание малых и средних предприятий в цепочки поставщиков крупного бизнеса»**