* 1. **Профиль компании**

1. **Контактное лицо (должность, ФИО): г-н/г-жа**
2. **Номер мобильного телефона:**
3. **E-mail:**
4. **Сектор экономической деятельности (обобщенно либо ОКВЭД2):**
5. **Основной вид(-ы) продукции/услуг:**
6. **Основной бренд(-ы):**
7. **Продукты, желаемые к выводу на экспорт (до 3-х ТН ВЭД):**
8. **Желаемые направления для осуществления экспортной деятельности (от 3 до 5 стран):**
9. **Годовой оборот (выручка от реализации без НДС) компании – выберите диапазон:**

o 800 млн.руб. – 1 200 млн.руб.

o 1 200 млн.руб. – 2 млрд.руб.

o Свыше 2 млрд.руб.

1. **Регулярность осуществления экспортной деятельности**

o Регулярно в последние 4 года

o Регулярно в последние 1-3 года

o Лишь время от времени

o Никогда

1. **Заинтересована ли Ваша компания в получении поддержки в развитии экспорта от Российского экспортного центра?**

o o

Да, заинтересована – даже если это предполагает со-финансирование отдельных мероприятий Да, заинтересована, если Российский экспортный центр покрывает большую часть расходов

o Нет, не заинтересована

1. **Состав команды для участия в экспортном акселераторе**

*Справочно: предполагается, что на каждом очном модуле обучения от предприятия будет*

*представлена команда в составе от 2-х до 3-х человек: лидер проекта (коммерческий директор, руководитель отдела ВЭД) и дополнительный участник, который может варьироваться от модуля к модулю (генеральный директор, главный юрист, финансовый директор, главный технолог и т.п.).*

2

* 1. **Анкета по оценке экспортной готовности**

**A. Экспортная готовность компании**

1. **Как бы Вы оценили масштаб присутствия Вашей компании на внутреннем рынке в Вашем секторе?**

o Мы – лидер на российском рынке в нашем секторе

o Наша компания входит в 3-5 ведущих компаний в своем секторе в России o Мы – лидеры в регионе и одни из лидеров в стране

o Имеем достаточное присутствие в своем регионе, но не представлены в других регионах России

o Пытаемся закрепиться и создать присутствие в нашем секторе

1. **Как широко Ваша компания охватила внутренний рынок?**

o Имеем большую клиентскую базу по всей России

o Имеем большую клиентскую базу в своем регионе и отдельных ключевых регионах страны o Имеем большую клиентскую базу только в своем регионе

o Работаем с несколькими региональными/национальными заказчиками

o Работаем с небольшим количеством локальных клиентов – еще только формируем клиентскую базу

1. **Как Вы реализуете и распространяете свою продукцию/услуги на внутреннем рынке?**

o У нас высококвалифицированный персонал по сбыту и дистрибьюторы, охватывающие наиболее важные регионы России

o Используем сочетание собственного сбытового персонала и/или региональных дистрибьюторов в ключевых регионах страны

o Используем коммерческих представителей и/или дистрибьюторов в своем регионе и расширяем свою деятельность в другие регионы России

o o

Наша сбытовая сеть охватывает только свой регион У нас нет никакой сбытовой/дистрибьюторской сети

1. **Как часто в Вашей компании проводятся рыночные исследования и планирование деятельности на внутреннем рынке?**

o o o o o

Всегда

Большую часть времени или для большинства видов продукции/услуг/операций

Иногда

Редко

Никогда не проводили исследований или перспективного планирования

1. **Насколько активно Ваша компания рекламирует и продвигает свою продукцию/услуги на внутреннем рынке?**

o o o o o

Очень агрессивно

Относительно агрессивно

Скромно

Не активно

Не занимается этим вообще

3

1. **Есть ли у кого-либо из Вашего руководства или сотрудников опыт в маркетинге экспорта или международном бизнесе?**

o Более одного менеджера/сотрудника со значительным опытом в сфере экспорта или международного бизнеса

o o

Один менеджер/сотрудник имеют опыт в сфере экспорта или международного бизнеса

Один сотрудник имел на предыдущем месте(-ах) работы некоторый опыт в сфере экспорта или международного бизнеса

o У нас нет сотрудников с опытом в сфере экспорта или международного бизнеса, но мы планируем нанять такого специалиста

o У нас нет сотрудников с опытом в сфере экспорта или международного бизнеса и нет возможностей сейчас нанять такого специалиста

1. **Говорит ли кто-либо из действующих руководителей Вашей компании на английском языке или ином языке Вашего целевого рынка, чтобы иметь возможность общаться с потенциальными клиентами и партнерами?**

o Более одного менеджера/сотрудника в нашей компании говорят на английском или официальном языке целевого рынка

o Один менеджер/сотрудник в нашей компании говорит на английском или официальном языке целевого рынка

o В нашей компании нет сотрудников, которые бы говорили на иностранном языке, но наша компания может привлечь соответствующую внешнюю языковую поддержку и/или мы находимся в процессе найма такого специалиста

o В нашей компании нет сотрудников, которые бы говорили на иностранном языке, но можем рассмотреть возможности привлечения внешней поддержки

o В нашей компании нет сотрудников, которые бы говорили на иностранном языке – не имеем сейчас возможности нанять соответствующих специалистов в штат или привлечь их на условиях подряда

1. **На какие организационные изменения вы готовы пойти для организации нового экспорта или расширения существующего?**

o Нанимаем более одного дополнительного сотрудника для создания экспортного департамента o Нанимаем одну дополнительную единицу для управления экспортом

o Можем рассмотреть возможности найма в штат дополнительного специалиста, но все еще анализируем ситуацию

o Скорее всего, мы перераспределим полномочия и обучим существующих работников, так как не можем нанимать в штат новых специалистов

o Если придется экспортировать, экспортом занимался бы один из существующих штатных сотрудников в рамках имеющихся организационных структур, так как мы не можем себе позволить нанимать новых людей или перераспределять полномочия среди существующих

4

1. **Получала ли Ваша компания какие-либо предложения (заказы) от зарубежных фирм, не запрашивая их специально?**

o Много раз, и мы уже занимается соответствующим экспортом

o Много раз, и по большинству из них мы работаем, но мы все еще не экспортируем на регулярной основе

o Мы получили ряд запросов, но не смогли по ним отработать, так как были ориентированы преимущественно на наш внутренний рынок

o Один раз мы получили запрос, но не ответили на него

o Никогда не получали никаких запросов/заказов из-за рубежа

1. **Обладает ли Ваша компания достаточными производственными мощностями для удовлетворения спроса на внешних рынках?**

o У нас – переизбыток производственных мощностей, которые мы можем ориентировать на зарубежные рынки и/или готовы инвестировать в создание дополнительных мощностей на расширения деятельности на внешних рынках

o У нас есть инвестиционный план по формированию дополнительной производственной мощности для удовлетворения зарубежного спроса

o У нас не слишком большой объем свободных мощностей, мы близки к работе на полной мощности

o o

* нас нет свободных мощностей, но есть возможность их увеличить В данный момент у нас нет достаточных производственных мощностей

1. **Каков текущий статус Вашей экспортной деятельности?**
   1. Экспорт составляет более 10% годовой выручки. Товары и услуги поставляются на несколько зарубежных рынков.
   2. Экспорт составляет менее 10% годовой выручки. Товары и услуги поставляются на один/два зарубежных рынков.
   3. Экспорт составляет менее 1% годовой выручки.
   4. Экспортировали только один раз на основании полученного запроса/заказа
   5. Никогда не занимались экспортом
2. **Привержено ли руководство Вашей компании экспорту как новому направлению сбыта продукции или как деятельности, требующей расширения?**

o o o o

o

Привержено в высокой степени – уже утвержден план действий Достаточно привержено – провели первичные исследования Мы заинтересованы, но еще не предпринимали никаких шагов

Мы бы хотели наладить экспорт, чтобы компенсировать падение спроса на внутреннем рынке/ внутренних цен и/или сократить объем складских запасов

Мы не заинтересованы в расширении работы на внешних рынках в данный момент

5

1. **Обладает ли Ваша компания финансовыми ресурсами для осуществления маркетинговой деятельности, дистрибуции или обслуживания внешних рынков?**

o

Уже накоплены собственные ресурсы и хороший уровень оборотного капитала, а также имеем доступ к дополнительному финансированию от инвесторов или финансовых учреждений

o Управляем работами на внутреннем рынке, имея адекватный объем оборотного капитала, и можем рассчитывать на поддержку от инвесторов или нашего банка для расширения деятельности

o o

Способны финансировать нашу деятельность на внутреннем рынке, но не уверены в том, что сможем привлечь дополнительные ресурсы для развития на международн ом рынке

Работаем в условиях довольно сжатого бюджета – будет сложно финансировать экспортную деятельность

o Тяжело финансировать деятельность даже на внутреннем рынке – хронический недостаток оборотного капитала

1. **Какой объем средств Ваша компания может позволить себе тратить на развитие экспорта каждый год?**

o Свыше 3 000 000 руб.

o 1 500 000 – 3 000 000 руб.

o 750 000 –1 499 000 руб.

o 350 000 – 749 000 руб.

o менее 350 000 руб.

1. **Сколько времени руководство Вашей компании готово ждать достижения приемлемых результатов от экспортной деятельности?**

o o o o o

До 3 лет

До 2 лет

До 1 года

До 6 месяцев

Нужны немедленные результаты

1. **Проводились ли Вашей компанией какие-либо исследования рынка или какие-либо мероприятия по продвижению на зарубежных рынках**

o Да, проведено исследование по изучению общих международных рыночных

тенденций/стандартов и специальное исследование в ряде ключевых потенциальных рынков, а

также мероприятия по тестированию зарубежных рынков и продвижению продукции

o Проведено первичное исследование ситуации на международном рынке, а также тенденций/стандартов, и готовы изучить потенциальные рынки

o Еще не проводили каких-либо исследований, но стремимся узнать больше о ситуации на международных рынках и стандартах, относящихся к нашей продукции

o Не проводили никаких исследований

o У нас нет возможностей или средств для проведения каких-либо исследований

6

* + 1. **Готовность к экспорту продукции/услуг**

1. **Насколько выросли продажи Вашей продукции/услуг за последние три года (в среднем**
   * **год)?**

o Более, чем на 20%

o На 11-20%

o На 6-10%

o Менее, чем на 5%

o Ноль или отрицательный рост

**23. Какую долю Ваша продукция/услуга занимают сейчас на внутреннем рынке?**

o

o

o

o

o

Свыше 30%

15-30%

11-14%

5-10%

Менее 5%

1. **Является ли Ваша продукция/услуга конкурентоспособной на внутреннем рынке с точки зрения цены?**

o Высококонкурентная на фоне как местной, так и импортной продукции

o Достаточно конкурентная, и мы предпринимаем шаги по повышению нашей конкурентоспособности

o В некоторой степени конкурентная – зарубежная продукция может представлять угрозу o Нам непросто конкурировать, особенно с импортной продукцией

o Неконкурентная

1. **Какие условия отсрочки оплаты Вы могли бы предложить крупным добросовестным зарубежным покупателям?**

o Более 120 дней o 90-120 дней o 30-89 дней

o Оплата при поставке o Оплата авансом

1. **Насколько выгодно Ваша продукция/услуга отличается от продукции/услуг Ваших конкурентов на внутреннем рынке в части качества, функциональности, уникальности либо иных преимуществ?**

o Очень выгодно – в высокой степени уникальная продукция, мы работаем над внедрением новых функций и качеств

o Очень выгодно – наша продукция/услуги имеют лучшие функции и качества, чем продукция/услуги большинства поставщиков на рынке

o Выгодно по некоторым аспектам – но не отличается высокой уникальностью – схожие функции и качества, как и у продукции/услуг большинства поставщиков

o

o

Невыгодно – стараемся угнаться за конкурентами Невыгодно – отстаем

7

1. **Вы пойдете на адаптацию Вашей продукции/услуг и/или упаковки под особенности зарубежных рынков?**

o Мы уже вкладываем в такую адаптацию на начальном уровне формирования продукции/услуг/упаковки

o

o

o

o

Охотно пойдем на такую адаптацию

Мы могли бы рассмотреть возможности некоторой коррекции продукции/услуг и/или

упаковки

Неохотно пошли бы на это – нам очень сложно внедрять изменения

Не пойдем на это – не считаем, что могли бы адаптировать свою продукцию/услуги или что следует это делать

**28. Насколько Ваша продукция/услуга дорога в транспортировке на большие расстояния?**

o

o

Стоимость транспортировки незначительна относительно цены

Транспортировка обходится не слишком дорого и составляет лишь малую долю в структуре стоимости

o

o

o

Недешево – зависит от объема поставки

На транспортные издержки приходится значительная доля в структуре цены продукции

Очень высокие издержки – транспортные издержки являются основной статьей в структуре стоимости продукции

1. **Способна ли Ваша компания организовать необходимые шеф -монтажные и пуско-наладочные работы (ПНР)/обучение/послепродажное обслуживание для Вашей продукции/услуг на зарубежных рынках?**

o

o

o

o

Да, способна и/или это неактуально для нашей продукции/услуг

Да, это не потребует больших вложений

Могли бы, но это потребует инвестиций в создание системы

Это будет сложно, так как потребует действий или инвестиций, которые сложно будет реализовать – наша продукция/услуги требуют очень больших усилий в части ПНР, обучения/пост-продажного обслуживания

o Нет, наша компания не способна на организацию и проведение таких мероприятий для обслуживания внешних рынков

1. **Есть ли у Вашей компании промо-материалы о Вашей продукции/услугах?**

o Да, полный пакет, включая брендирование, визитки, описание продукции, брошюры, рекламные материалы в местах продаж и пр., и качественный веб-сайт на русском и английском языках, охватывающий всю линейку продукции

o Да, есть хороший пакет промо-материалов, включая качественный веб-сайт на русском языке, на котором представлены основные виды продукции

o У нас есть определенные промо-материалы по некоторым видам продукции, в том числе веб-страница, но нам требуется дальше развивать брендирование и пакет промо-материалов для всей линейки продукции

o У нас есть отдельные брошюры и/или описание продукции, но еще нет веб-страницы Мы не используем каких-либо промо-материалов, и у нас нет веб-страницы.