Приложение 2

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

* 400 млн.руб. – 1 200 млн.руб.
* 1 200 млн.руб. – 2 млрд.руб.
* Свыше 2 млрд.руб.

1. **Регулярность осуществления экспортной деятельности**

* Регулярно в последние 4 года
* Регулярно в последние 1-3 года
* Лишь время от времени
* Никогда

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

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

1. **Анкета по оценке экспортной готовности**
2. **Экспортная готовность компании**
3. **Как бы Вы оценили масштаб присутствия Вашей компании на внутреннем рынке в Вашем секторе?**

* Мы – лидер на российском рынке в нашем секторе
* Наша компания входит в 3-5 ведущих компаний в своем секторе в России
* Мы – лидеры в регионе и одни из лидеров в стране
* Имеем достаточное присутствие в своем регионе, но не представлены в других регионах России
* Пытаемся закрепиться и создать присутствие в нашем секторе

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

* Имеем большую клиентскую базу по всей России
* Имеем большую клиентскую базу в своем регионе и отдельных ключевых регионах страны
* Имеем большую клиентскую базу только в своем регионе
* Работаем с несколькими региональными/национальными заказчиками
* Работаем с небольшим количеством локальных клиентов – еще только формируем клиентскую базу

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

* У нас высококвалифицированный персонал по сбыту и дистрибьюторы, охватывающие наиболее важные регионы России
* Используем сочетание собственного сбытового персонала и/или региональных дистрибьюторов в ключевых регионах страны
* Используем коммерческих представителей и/или дистрибьюторов в своем регионе и расширяем свою деятельность в другие регионы России
* 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?**

* 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?**

* Очень агрессивно
* Относительно агрессивно
* Скромно
* Не активно
* Не занимается этим вообще

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

* Более одного менеджера/сотрудника со значительным опытом в сфере экспорта или международного бизнеса
* 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
* У нас нет сотрудников с опытом в сфере экспорта или международного бизнеса, но мы планируем нанять такого специалиста
* 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?**

* Более одного менеджера/сотрудника в нашей компании говорят на английском или официальном языке целевого рынка
* Один менеджер/сотрудник в нашей компании говорит на английском или официальном языке целевого рынка
* 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
* В нашей компании нет сотрудников, которые бы говорили на иностранном языке, но можем рассмотреть возможности привлечения внешней поддержки
* 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?**

* Нанимаем более одного дополнительного сотрудника для создания экспортного департамента
* Нанимаем одну дополнительную единицу для управления экспортом
* Можем рассмотреть возможности найма в штат дополнительного специалиста, но все еще анализируем ситуацию
* Скорее всего, мы перераспределим полномочия и обучим существующих работников, так как не можем нанимать в штат новых специалистов
* 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

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

* Много раз, и мы уже занимается соответствующим экспортом
* Много раз, и по большинству из них мы работаем, но мы все еще не экспортируем на регулярной основе
* Мы получили ряд запросов, но не смогли по ним отработать, так как были ориентированы преимущественно на наш внутренний рынок
* Один раз мы получили запрос, но не ответили на него
* Никогда не получали никаких запросов/заказов из-за рубежа

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

* 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
* У нас есть инвестиционный план по формированию дополнительной производственной мощности для удовлетворения зарубежного спроса
* У нас не слишком большой объем свободных мощностей, мы близки к работе на полной мощности
* У 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?**

* Экспорт составляет более 10% годовой выручки. Товары и услуги поставляются на несколько зарубежных рынков.
* Экспорт составляет менее 10% годовой выручки. Товары и услуги поставляются на один/два зарубежных рынков.
* Экспорт составляет менее 1% годовой выручки.
* Экспортировали только один раз на основании полученного запроса/заказа
* Никогда не занимались экспортом

1. **Привержено ли руководство Вашей компании экспорту как новому направлению сбыта продукции или как деятельности, требующей расширения?**

* 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

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

* Уже накоплены собственные ресурсы и хороший уровень оборотного капитала, а также имеем доступ к дополнительному финансированию от инвесторов или финансовых учреждений
* Управляем работами на внутреннем рынке, имея адекватный объем оборотного капитала, и можем рассчитывать на поддержку от инвесторов или нашего банка для расширения деятельности
* Способны финансировать нашу деятельность на внутреннем рынке, но не уверены в том, что сможем привлечь дополнительные ресурсы для развития на международном рынке
* Работаем в условиях довольно сжатого бюджета – будет сложно финансировать экспортную деятельность
* 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?**

* Свыше 3 000 000 руб.
* 1 500 000 – 3 000 000 руб.
* 750 000 –1 499 000 руб.
* 350 000 – 749 000 руб.
* менее 350 000 руб.

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

* 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**

* 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
* Проведено первичное исследование ситуации на международном рынке, а также тенденций/стандартов, и готовы изучить потенциальные рынки
* Еще не проводили каких-либо исследований, но стремимся узнать больше о ситуации на международных рынках и стандартах, относящихся к нашей продукции
* Не проводили никаких исследований
* У нас нет возможностей или средств для проведения каких-либо исследований

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

* Более, чем на 20%
* На 11-20%
* На 6-10%
* Менее, чем на 5%
* Ноль или отрицательный рост

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

* Свыше 30%
* 15-30%
* 11-14%
* 5-10%
* Менее 5%

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

* Высококонкурентная на фоне как местной, так и импортной продукции
* Достаточно конкурентная, и мы предпринимаем шаги по повышению нашей конкурентоспособности
* В некоторой степени конкурентная – зарубежная продукция может представлять угрозу
* Нам непросто конкурировать, особенно с импортной продукцией
* Неконкурентная

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

* Более 120 дней
* 90-120 дней
* 30-89 дней
* Оплата при поставке
* 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?**

* Очень выгодно – в высокой степени уникальная продукция, мы работаем над внедрением новых функций и качеств
* Очень выгодно – наша продукция/услуги имеют лучшие функции и качества, чем продукция/услуги большинства поставщиков на рынке
* Выгодно по некоторым аспектам – но не отличается высокой уникальностью – схожие функции и качества, как и у продукции/услуг большинства поставщиков
* Невыгодно – стараемся угнаться за конкурентами
* Невыгодно – отстаем

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

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

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

* Стоимость транспортировки незначительна относительно цены
* Транспортировка обходится не слишком дорого, и составляет лишь малую долю в структуре стоимости
* 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?**

* Да, способна и/или это неактуально для нашей продукции/услуг
* Да, это не потребует больших вложенийМогли 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
* 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?**

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