**АНКЕТА ОЦЕНКИ ЭКСПОРТНОЙ ЗРЕЛОСТИ СУБЪЕКТА МАЛОГО**

**И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**

Наименование субъекта малого

и среднего предпринимательства \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

ИНН \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| N | Вопрос | Отметка | Варианты ответов |
| 1. | Конкурентоспособность на внутреннем рынке | | |
| 1.1. | 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. |
| 1.2. | 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. |
| 1.3. | 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. |
| 1.4. | Какую долю Ваша продукция/услуга занимают сейчас на внутреннем рынке? |  | свыше 30%; |
|  | 15-30%; |
|  | 11 - 14%; |
|  | 5 - 10%; |
|  | менее 5%. |
| 1.5. | 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. |
| 1.6. | Насколько выгодно Ваша продукция/услуга отличается от продукции/услуг Ваших конкурентов на внутреннем рынке в части цены, 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. |
| 2. | Возможности в сфере маркетинга и продвижения | | |
| 2.1. | 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. |
| 2.2. | Насколько активно Ваша компания рекламирует и продвигает свою продукцию/услуги на внутреннем рынке? |  | очень агрессивно; |
|  | относительно агрессивно; |
|  | скромно; |
|  | не активно; |
|  | не занимается этим вообще. |
| 2.3. | 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., а также 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. |
| 3. | Возможности человеческих ресурсов | | |
| 3.1. | Есть ли у кого-либо из Вашего руководства или сотрудников опыт работы в маркетинге экспорта или международном бизнесе? |  | более одного менеджера/сотрудника со значительным опытом работы в сфере экспорта или международного бизнеса; |
|  | один менеджер/сотрудник имеют опыт работы 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 работы в сфере экспорта или международного бизнеса, но мы планируем нанять такого специалиста; |
|  | у нас нет сотрудников с опытом работы в сфере экспорта или международного бизнеса и нет возможностей сейчас нанять такого специалиста. |
| 3.2. | 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 мы можем рассмотреть возможность 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. |
| 3.3. | Как в Вашей компании решается вопрос с организацией нового экспорта или расширения существующего? |  | нанимаем более одного дополнительного сотрудника для создания экспортного департамента; |
|  | нанимаем одну дополнительную единицу для управления экспортом; |
|  | можем рассмотреть возможность 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. |
| 3.4. | Как Вы реализуете и распространяете свою продукцию/услуги на внутреннем рынке? |  | у нас высококвалифицированный персонал по сбыту и дистрибьюторы охватывают 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 других регионах России; |
|  | наша сбытовая сеть охватывает только свой регион; |
|  | у нас нет никакой сбытовой/дистрибьюторской сети. |
| 4. | Международная конкурентоспособность | | |
| 4.1. | Получала ли Ваша компания какие-либо предложения (заказы) от зарубежных фирм, не запрашивая их специально? |  | много раз, и мы уже занимаемся 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. |
| 4.2. | Каков текущий статус Вашей экспортной деятельности? |  | экспорт на несколько зарубежных рынков, который составляет более 10% нашего совокупного дохода; |
|  | экспорт на один/малое число зарубежных рынков, который составляет менее 10% нашего совокупного дохода; |
|  | экспортируем время от времени; |
|  | экспортировали только один раз на основании полученного запроса/заказа; |
|  | никогда не занимались экспортом. |
| 4.3. | Обладает ли Ваша компания достаточными производственными мощностями или складскими запасами 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 расширение 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 у нас есть складские запасы, которые мы можем реализовать на зарубежных рынках; |
|  | в данный момент у нас нет достаточных производственных мощностей. |
| 4.4. | Насколько Ваша продукция/услуга дорога при 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. |
| 4.5. | 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 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/постпродажного обслуживания; |
|  | нет, наша компания не способна на организацию и проведение таких мероприятий для обслуживания внешних рынков. |
| 5. | Приверженность экспортной деятельности | | |
| 5.1. | Привержено ли руководство Вашей компании экспорту как новому виду деятельности 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 внутренних цен и (или) сократить объем складских запасов; |
|  | мы не заинтересованы в расширении работы на внешних рынках в данный момент. |
| 5.2. | 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. |
| 5.3. | 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 ряда 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 мы 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. |
| 5.4. | Вы пойдете на адаптацию Вашей продукции/услуг и (или) упаковки под особенности зарубежных рынков? |  | мы уже вкладываемся 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. |
| 6. | Финансовые возможности | | |
| 6.1. | 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. |
| 6.2. | 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. |
| 6.3. | Какие условия отсрочки оплаты Вы могли бы предложить солидным зарубежным покупателям? |  | более 120 дней; |
|  | 90 - 120 дней; |
|  | 30 - 89 дней; |
|  | оплата при поставке; |
|  | оплата авансом. |

Наименование субъекта малого

и среднего предпринимательства \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(должность, подпись, расшифровка подписи, печать (при наличии), дата составления Анкеты)

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_