

Профиль компании



РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

ЭКСАР
РОСЭКСИМБАНК

Название компании: _____

Адрес: _____

Телефон: _____ Сайт: _____

Контактное лицо: _____

Телефон: _____ E-mail: _____

Основной вид(-ы) продукции/услуг: _____

Основной бренд(-ы): _____

Продукты, желаемые к выводу на экспорт (до 3-х ТН ВЭД):

Желаемые направления для осуществления экспортной деятельности (от 3 до 5 стран):

Годовой оборот (выручка от реализации без НДС) компании – выберите диапазон:

- Менее 60 млн руб.
- 60 млн руб. – 120 млн руб.
- 120 млн руб. – 800 млн руб.
- 800 млн руб. – 1 200 млн руб.
- 1 200 млн руб. – 2 млрд руб.
- Свыше 2 млрд руб.

Общая численность сотрудников – выберите диапазон:

- Менее 15
- 16-50
- 51 – 100
- 101 – 250
- Более 250

Регулярность осуществления экспортной деятельности:

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

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

- Да, заинтересована – даже если это предполагает софинансирование отдельных мероприятий
- Да, заинтересована, если Российский экспортный центр покрывает большую часть расходов
- Нет, не заинтересована

Примечание: если компания желает предоставить информацию и выбирает первые две опции последних вопросов, респонденту предлагается продолжить заполнение данной формы

Анкета по оценке экспортной готовности



РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

ЭКСАР
РОСЭКСИМБАНК

А. Экспортная готовность компании

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

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

3. 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 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

4. 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

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

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

Анкета по оценке экспортной готовности



РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

ЭКСАР
РОСЭКСИМБАНК

А. Экспортная готовность компании

2

6. 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

7. 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

8. 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 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

Анкета по оценке экспортной готовности



РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

ЭКСАР
РОСЭКСИМБАНК

А. Экспортная готовность компании

3

9. 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

10. 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 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 у нас есть складские запасы, которые мы можем реализовать на зарубежных рынках
- В данный момент у нас нет достаточных производственных мощностей

11. Каков текущий статус Вашей экспортной деятельности?

- Экспорт на несколько зарубежных рынков, экспорт составляет более 10% нашего совокупного дохода
- Экспорт на один/малое число зарубежных рынков, экспорт составляет менее 10% нашего совокупного дохода
- Экспортируем время от времени
- Экспортировали только один раз на основании полученного запроса/заказа
- Никогда не занимались экспортом

12. 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

Анкета по оценке экспортной готовности



РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

ЭКСАР
РОСЭКСИМБАНК

А. Экспортная готовность компании

4

13. 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

14. 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.

15. 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

16. 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

Анкета по оценке экспортной готовности



РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

ЭКСАР
РОСЭКСИМБАНК

В. Готовность к экспорту продукции/услуг

1

17. 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

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

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

19. 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

20. 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

21. 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

Анкета по оценке экспортной готовности



РОССИЙСКИЙ
ЭКСПОРТНЫЙ ЦЕНТР

ЭКСПАР
РОСЭКСИМБАНК

В. Готовность к экспорту продукции/услуг

2

22. 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 пойдём 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 пойдём на это – не считаем, что могли бы адаптировать свою продукцию/услуги или что следует это делать

23. 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 статьёй в структуре стоимости продукции

24. 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/послепродажного обслуживания
- Нет, наша компания не способна на организацию и проведение таких мероприятий для обслуживания внешних рынков

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

- Да, полный пакет, включая брендинг, 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 брендинг 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.