


УТВЕРЖДЕНО:

Приказом № 6 /ЦПП КО (МКК)

от «16» февраля 2021 г.

Врио директора фонда «Центр поддержки
предпринимательства Калининградской области
(микрокредитная компания)»

 Ж.Г. Янберг

Положение

**о порядке проведения конкурсного отбора экспортно ориентированных
субъектов малого и среднего предпринимательства Калининградской области
для участия в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях и
конгрессных мероприятиях на территории Российской Федерации и за
пределами территории Российской Федерации с индивидуальным стендом**

г. Калининград

2021 г.

1. Общие положения

1.1 Настоящее Положение определяет цели, условия и порядок проведения конкурсного отбора заявок экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства Калининградской области для участия в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях и конгрессных мероприятиях на территории Российской Федерации и за пределами территории Российской Федерации с индивидуальным стендом, в рамках реализации мероприятий подпрограммы 2 «Развитие малого и среднего предпринимательства» государственной программы Российской Федерации «Экономическое развитие и инновационная экономика», утвержденной постановлением Правительства Российской Федерации от 15 апреля 2014 года № 316 (далее – Государственная программа).

1.2 Понятия, используемые в настоящем Положении:

1.2.1 Субъекты малого и среднего предпринимательства (далее – СМСП) - внесенные в единый государственный реестр юридических лиц коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, крестьянские (фермерские) хозяйства, зарегистрированные на территории Калининградской области, соответствующие условиям, установленным статьей 4 Федерального закона от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и внесенные в единый реестр субъектов малого и среднего предпринимательства.

1.2.2 Выставочные расходы - общая сумма всех затрат, необходимых для организации участия СМСП в международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях (далее – Мероприятия) на территории Российской Федерации и за пределами территории Российской Федерации с индивидуальным стендом.

Выставочные расходы включают в себя:

- аренду выставочных площадей и оборудования для индивидуального стенда из расчета не менее 4 (четырёх) квадратных метров на 1 (одного) СМСП;
- застройку и сопровождение индивидуального стенда, в том числе включая разработку дизайн-проекта выставочного стенда, аккредитацию застройщика, изготовление конструктивных элементов стенда, транспортировку конструктивных элементов и материалов, монтаж, создание и демонтаж временной выставочной инфраструктуры стенда, оформление и оснащение стенда, включая аренду необходимого оборудования и мебели, другое;
- организацию доставки выставочных образцов, в том числе затраты на их таможенное оформление и страхование (не применяется для международных мероприятий, проводимых на территории Российской Федерации);
- аренду площадей для обеспечения деловых мероприятий, включая аренду переговорного комплекса в рамках выставочно-ярмарочного мероприятия для проведения переговоров;
- оплату регистрационных сборов за представителей СМСП, техническое и лингвистическое сопровождение переговоров в рамках выставочно-ярмарочного мероприятия;
- подготовку презентационных материалов в электронном виде для СМСП;
- перевозку участников автомобильным транспортом (кроме такси) и (или) железнодорожным транспортом от места прибытия в иностранное государство до места размещения к месту проведения мероприятия и обратно.

Расходы по перелету, проживанию и питанию, визовому обеспечению участники Мероприятий несут самостоятельно.

Стоимость организации участия СМСП в Мероприятиях определяется фондом «Центр поддержки предпринимательства Калининградской области (микrokредитная компания)» (далее – Фонд) на этапе планирования мероприятия, с учетом утвержденных Направлений расходования субсидии из федерального бюджета и бюджета субъекта Российской Федерации на финансирование центра поддержки экспорта на финансовый год, в рамках установленных лимитов (не более 1,5 млн. руб. на мероприятие, проводимое за пределами территории

Российской Федерации; не более 600 тыс. руб. на мероприятие, проводимое на территории Российской Федерации).

Оплата выставочных расходов производится в рублях РФ путем перечисления Фондом денежных средств выставочной компании-организатору выставки или её официальному российскому представительству; компании-застройщику; подрядной организации, прошедшей конкурсный отбор профильных подрядных организаций Российской Федерации на оказание услуг, предоставляемых Фондом для экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства Калининградской области.

Оплата выставочных расходов производится с момента предоставления субсидии Фонду на соответствующие цели в рамках исполнения Государственной программы.

1.3 СМСП в течение одного финансового года может получить государственную поддержку не более чем по одному Мероприятию в формате индивидуального стенда, за исключением случаев, определенных в 7.5 настоящего Положения.

СМСП имеет право на получение государственной поддержки только при соблюдении требований, указанных в разделе 5 настоящего Положения.

1.4 Для победителей регионального Конкурса «Экспортер года» организация участия в Мероприятиях на территории Российской Федерации или за пределами территории Российской Федерации с индивидуальным стендом осуществляется без конкурсных процедур, определенных настоящим Положением.

2. Предмет конкурсного отбора

2.1 Предмет конкурсного отбора – определение перечня экспортно ориентированных СМСП Калининградской области, для которых будут организованы индивидуальные выставочные стенды в рамках международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий на территории Российской Федерации и за её пределами на текущий финансовый год, за счет средств, выделяемых Фонду на оказание государственной поддержки в рамках Государственной программы из федерального бюджета.

Цель предоставления государственной поддержки - стимулирование и вовлечение СМСП Калининградской области в экспортную деятельность, содействие выходу на иностранные рынки товаров, услуг и технологий; содействие повышению конкурентоспособности и эффективности деятельности экспортно ориентированных СМСП Калининградской области.

3. Организатор конкурсного отбора

3.1 Организатором конкурсного отбора является структурное подразделение Фонда – отдел «Центр координации поддержки экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства» (далее – ЦПЭ, Организатор).

3.2 Ответственным за организацию конкурсного отбора является начальник отдела ЦПЭ (либо лицо, исполняющее обязанности начальника отдела ЦПЭ).

3.3 Извещение о проведении конкурсного отбора утверждается приказом директора Фонда (либо лицом, исполняющим обязанности директора) и включает в себя следующие сведения:

- предмет конкурсного отбора;
- организатор конкурсного отбора;
- конкурсная документация;
- требования к участникам конкурсного отбора;
- порядок, место и срок представления конкурсной документации;
- контактные данные.

3.4 Информационное обеспечение проведения конкурсного отбора осуществляется на официальном сайте Фонда - <https://mbkaliningrad.ru/> путем размещения соответствующего извещения и конкурсной документации.

4. Порядок подачи Заявок на участие в конкурсном отборе

4.1 Для принятия участия в конкурсном отборе СМСП (далее - Участник, Заявитель) представляет в Фонд документы в соответствии с Приложением 1 настоящего Положения.

Предоставляемые Документы должны быть заверены в установленном порядке.

4.2 Конкурсная документация представляется Участником нарочным способом или посредством почтовой связи по фактическому адресу ЦПЭ: **236022, Калининградская обл., г. Калининград, ул. Уральская, д. 18 (ТЦ «Мега»), 4 этаж, каб. 442**, а также направляется по электронной почте **export@mbkaliningrad.ru**.

Документы, представленные в электронном виде, должны быть отсканированы с цветной печатью и заверены личной подписью руководителя организации – Участника конкурсного отбора.

4.3 Срок окончания подачи Конкурсной документации указывается в извещении о проведении конкурсного отбора, размещенного в соответствии с п. 3.4 настоящего Положения.

4.4 Заявитель несет ответственность за полноту и достоверность сведений, содержащихся в документах, представленных им в ЦПЭ в соответствии с настоящим Положением.

4.5 Заявитель несет все расходы, связанные с подготовкой, подачей Заявки и участием в конкурсном отборе.

4.6 Представленные Документы регистрируются в порядке их поступления в журнале регистрации заявок ответственным сотрудником ЦПЭ.

4.7 Заявка может быть отозвана Заявителем в любое время до окончания срока приема Конкурсной документации путем подачи письменного заявления об отзыве Заявки, при этом документы возвращаются Заявителю, а в журнале регистрации заявок фиксируется факт отзыва Заявки.

4.8 Документы для участия в конкурсном отборе, поданные с нарушением порядка заполнения, комплектности и срока подачи не принимаются, не регистрируются и обратно Заявителям не возвращаются.

4.9 Информация, содержащаяся в Заявках, является конфиденциальной и может быть использована только в целях участия Заявителя в конкурсном отборе.

4.10 Проверенные Документы, соответствующие всем предъявленным требованиям, предоставляются в Комиссию по проведению конкурсного отбора для определения перечня экспортно ориентированных СМСП Калининградской области, для которых будут организованы индивидуальные выставочные стенды в рамках международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий на территории Российской Федерации и за её пределами на текущий финансовый год.

5. Требования к Заявителям

5.1 К Заявителям предъявляются следующие требования:

- соответствие требованиям, установленным частью 1.1 статьи 4 Федерального закона от 24.07.2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и не отнесение к СМСП, которым не может оказываться поддержка согласно части 3 статьи 14 настоящего Закона;
- регистрация на территории Калининградской области в установленном порядке;
- не осуществление деятельности, запрещенной законодательством Российской Федерации, в том числе террористической и/или экстремистской;
- Заявитель не аффилирован с Фондом и/или другим объектом инфраструктуры поддержки МСП на территории Российской Федерации;
- Заявитель не находится в стадии реорганизации, банкротства, ликвидации (индивидуальные предприниматели не подавали в Федеральную налоговую службу заявления о государственной регистрации прекращения деятельности физического лица в качестве индивидуального предпринимателя);
- Заявитель не является недобросовестным поставщиком в соответствии с реестром Федеральной антимонопольной службы (ФАС России);
- Заявитель не попадает в перечень неблагонадежных участников внешнеэкономической деятельности Банка России;
- Заявитель не получает средства из бюджетов бюджетной системы Российской Федерации в соответствии с нормативными правовыми актами, муниципальными правовыми

актами и государственную поддержку по аналогичному Мероприятию;

- осуществление экспорта за пределы Российской Федерации товаров (работ, услуг), либо намерение осуществления экспорта;
- представление полного комплекта документов в соответствии с Приложением 1 настоящего Положения.

6. Комиссия по проведению конкурсного отбора

6.1 Комиссия по проведению конкурсного отбора (далее – Конкурсная комиссия) – коллегиальный орган, осуществляющий функцию определения перечня экспортно ориентированных СМСП Калининградской области, для которых будут организованы индивидуальные выставочные стенды в рамках международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий на территории Российской Федерации и за её пределами на текущий финансовый год, прошедших процедуру конкурсного отбора.

6.2 В процессе своей деятельности Конкурсная комиссия руководствуется Гражданским Кодексом Российской Федерации, Федеральным законом от 24 июля 2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», Приказом Министерства экономического развития Российской Федерации от 25 сентября 2019 года № 594 «Об утверждении требований к реализации мероприятия по созданию и (или) развитию центров поддержки экспорта, осуществляемого субъектами Российской Федерации, бюджетам которых предоставляются субсидии на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства в субъектах Российской Федерации в целях достижения целей, показателей и результатов региональных проектов, обеспечивающих достижение целей, показателей и результатов федерального проекта «Акселерация субъектов малого и среднего предпринимательства», входящего в состав национального проекта «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», и требований к центрам поддержки экспорта и о внесении изменений в некоторые приказы Минэкономразвития России в части требований к реализации мероприятий, осуществляемых субъектами Российской Федерации, бюджетам которых предоставляются субсидии на государственную поддержку малого и среднего предпринимательства», Постановлением Правительства Калининградской области от 22 апреля № 222 «О реализации мероприятий государственной программы Калининградской области «Развитие промышленности и предпринимательства», Уставом Фонда, локальными нормативными актами Фонда, настоящим Положением.

6.3 В своей деятельности Конкурсная комиссия руководствуется следующими принципами и целями:

- обеспечение принципов законности и беспристрастности в ходе своей деятельности;
- публичности, гласности, открытости и прозрачности процедуры конкурсного отбора;
- обеспечение добросовестной конкуренции, недопущение дискриминации, введения ограничений или преимуществ для отдельных Участников конкурсного отбора, за исключением случаев, если такие преимущества не установлены действующим законодательством Российской Федерации;
- устранение возможностей злоупотребления полномочиями, конфликта интересов и коррупции при проведении процедур конкурсного отбора;
- недопущения разглашения сведений, ставших известными в ходе проведения процедур конкурсного отбора в случаях, предусмотренных действующим законодательством.

6.4 Конкурсная комиссия возглавляется Председателем (во время его отсутствия – заместителем Председателя).

6.5 Создание Конкурсной комиссии, назначение Председателя, заместителя Председателя Конкурсной комиссии и определение ее состава осуществляется приказом директора (либо лица, исполняющего обязанности директора) Фонда.

6.6 В состав Конкурсной комиссии включаются сотрудники структурных подразделений Фонда. Число членов Конкурсной комиссии должно быть не менее 3 (трех) человек.

6.7 Членами Конкурсной комиссии не могут быть физические лица, прямо или косвенно заинтересованные в результатах конкурсного отбора, в том числе по причине наличия конфликта

интересов, выражающегося в:

- родственных (иных) связях с лицом, осуществляющим контроль за деятельностью Участника конкурсного отбора, лицом, каким-либо образом, влияющим на деятельность Участника конкурсного отбора;
- состоящими в трудовых либо иных финансовых отношениях (являются участниками, кредиторами, должниками) с Участниками конкурсного отбора;
- иных случаях, предусмотренных действующим законодательством Российской Федерации (далее – конфликт интересов).

6.8 В случае предпосылок к возникновению конфликта интересов у члена Конкурсной комиссии, он обязан незамедлительно известить Конкурсную комиссию и директора Фонда о возможном конфликте интересов в ходе конкурсного отбора, при этом он считается выбывшим из состава Конкурсной комиссии на время процедуры конкурсного отбора, до устранения обстоятельств, которые могут привести к конфликту интересов.

6.8.1 Под обстоятельствами, указанными в п. 6.7 настоящего Положения, понимается прекращение связей (отношений), которые могут повлечь наступление конфликта интересов, а также завершение процедуры Конкурсного отбора.

6.8.2 В случае если более половины членов Конкурсной комиссии выбыло из состава Конкурсной комиссии по обстоятельствам, предусмотренным пунктом 6.7 настоящего Положения, на их место назначаются временные члены Конкурсной комиссии. Назначение производится путем издания соответствующего приказа директором Фонда.

6.9 Голосование Конкурсной комиссии является открытым, его результаты оформляются Протоколом заседания Конкурсной комиссии (далее – Протокол).

6.9.1 Протокол ведется на протяжении всего заседания Конкурсной комиссии и содержит следующую информацию:

- о месте, времени и дате проведения заседания Конкурсной комиссии;
- о присутствующих (отсутствующих) членах Конкурсной комиссии;
- о вопросах, вынесенных на повестку дня;
- предмет и итоги голосования членов Конкурсной комиссии по каждому из вопросов, вынесенных на повестку дня.

6.9.2 Протокол подписывается всеми присутствующими членами Конкурсной комиссии.

6.10 Конкурсная комиссия вправе принимать решения, если на её заседании присутствует не менее половины ее членов. Конкурсная комиссия принимает решения простым большинством голосов присутствующих на заседании членов. При равенстве голосов, голос Председателя Конкурсной комиссии является решающим.

6.11 При подведении итогов конкурсного отбора, Конкурсная комиссия принимает решение на основе принципов справедливого, равного и объективного отношения к Участникам, с учётом Методики оценки экспортной зрелости (далее – Методика) в соответствии с Приложением 2 к настоящему Положению.

7. Порядок оценки конкурсных Заявок и подведения итогов конкурсного отбора

7.1 Итоговый балл каждого Участника конкурсного отбора определяется согласно Методике, представленной в Приложении 2 к настоящему Положению.

7.2 Победителями конкурсного отбора - Получателями государственной поддержки признаются СМСП, полностью соответствующие требованиям раздела 5 настоящего Положения, представившие полный комплект документов в соответствии с Приложением 1 к настоящему Положению и Заявки.

Участники конкурсного отбора, признанные победителями, ранжируются по полученным итоговым баллам в порядке убывания. Государственная поддержка предоставляется в рамках лимита финансирования Фонда, предусмотренного на проведение Мероприятий, с учетом сумм Выставочных расходов, указываемых Участниками в Заявке на участие в Конкурсном отборе (Приложение 1 к настоящему Положению).

7.3 Участники, по которым принято решение об отказе в определении их получателями государственной поддержки, информируются в письменной форме с указанием причин отказа.

7.4 В случае если Участниками конкурсного отбора набран равный итоговый балл,

победителем среди них признается Участник, Заявка которого по данным журнала регистрации имеет более раннюю дату регистрации Заявки.

7.5 В случае если по итогам проведенного конкурсного отбора, у Организатора останутся нераспределенные денежные средства государственной поддержки, Организатор имеет право провести дополнительный конкурсный отбор на условиях и в порядке, утвержденных настоящим Положением.

СМСП имеют право повторно принять участие в конкурсном отборе, независимо от результатов рассмотрения их Заявки по первоначальному конкурсному отбору.

7.6 Рассмотрение Конкурсной документации и подведение итогов конкурсного отбора производится в течение 10 (десяти) рабочих дней с даты окончания приема Конкурсной документации на участие в конкурсном отборе и оформляется Протоколом заседания Конкурсной комиссии, который подписывается всеми членами Конкурсной комиссии.

7.7 Конкурсная комиссия вправе запросить у Участников конкурсного отбора дополнительную информацию, в целях верификации сведений о Заявителе.

7.8 Итоги конкурсного отбора подлежат опубликованию на официальном сайте Фонда - <https://mbkaliningrad.ru/> в течение 5 (пяти) рабочих дней с даты окончания подведения итогов конкурсного отбора.

7.9 Организатор уведомляет победителей конкурсного отбора об итогах конкурсного отбора в срок не позднее 5 (пяти) рабочих дней с даты окончания подведения итогов конкурсного отбора и в течение 30 (тридцати) рабочих дней после опубликования итогов конкурсного отбора на официальном сайте Фонда, направляет победителям Соглашение на обеспечение участия в заявленных Мероприятиях (далее – Соглашение).

Соглашение должно быть подписано победителем конкурсного отбора в течение **30 (тридцати) рабочих дней** с момента направления Организатором Соглашения. Не подписание Соглашения в указанный срок является основанием для отказа победителю конкурсного отбора в предоставлении государственной поддержки.

7.10 В случае если главным распорядителем бюджетных средств до даты, указанной в п. 7.9 настоящего Положения, объем финансирования, и, следовательно, и размер субсидии, выделяемой Организатору, будет сокращен, Организатор оставляет за собой право внести изменения в результаты конкурсного отбора, по правилам п. 7.2, и п.7.3 настоящего Положения.

7.11 В случае если главным распорядителем бюджетных средств до даты, указанной в п. 7.9 настоящего Положения, не предоставлена субсидия на цели, определенные настоящим Положением, Организатор оставляет за собой право аннулировать итоги конкурсного отбора.

к Положению о порядке проведения конкурсного отбора экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства Калининградской области для участия в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях и конгрессных мероприятиях на территории Российской Федерации и за пределами территории Российской Федерации с индивидуальным стендом

ЗАЯВКА

на участие в Конкурсном отборе
(на фирменном бланке Участника Конкурсного отбора)

г. Калининград

«___»_____20__ г.

Уважаемая Конкурсная комиссия!

Изучив Положение о порядке проведения конкурсного отбора экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства Калининградской области для участия в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях и конгрессных мероприятиях на территории Российской Федерации и за пределами территории Российской Федерации с индивидуальным стендом (далее – Положение),

наименование Заявителя в соответствии с учредительными документами

(далее – Участник) сообщает о согласии участвовать в конкурсном отборе экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства Калининградской области для участия в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях и конгрессных мероприятиях на территории Российской Федерации и за пределами территории Российской Федерации с индивидуальным стендом (далее – Конкурсный отбор) на условиях, установленных Положением, и направляет Заявку на участие в Конкурсном отборе (далее – Заявка).

**Сведения о выставочно-ярмарочном/конгрессном мероприятии,
по которому запрашивается государственная поддержка**

Наименование выставочно-ярмарочного/конгрессного мероприятия	
Даты проведения выставочно-ярмарочного/конгрессного мероприятия	
Место проведения выставочно-ярмарочного/конгрессного мероприятия (страна, город)	
Ориентировочная стоимость Выставочных расходов (в соответствии с п.п. 1.2.2 Положения), тыс. руб.	

Общие сведения об Участнике Конкурсного отбора

Полное наименование Участника конкурсного отбора	
Должность руководителя	
ФИО руководителя	
Юридический адрес	
Фактический адрес	
ИНН/КПП	
ОГРН (ОГРНИП)	
Основной вид деятельности (в соответствии с ОКВЭД, с указанием кода)	
Фактический вид деятельности (в соответствии с ОКВЭД, с указанием кода)	
Основная продукция /работы/услуги компании	
Осуществляется ли экспорт товаров/работ/услуг, если да, то в какие страны (с указанием кодов ТН ВЭД)	
Сайт (при наличии)	
Контактное лицо (ФИО, должность)	
Телефон/адрес электронной почты контактного лица	

Подписанием настоящей Заявки Участник:

- подтверждает, что ознакомлен с Положением в полном объеме;
- согласен с тем, что в случае, если Конкурсная документация предоставлена им не в полном комплекте, он не будет допущен к участию в Конкурсном отборе;
- гарантирует достоверность представленной им в настоящей Заявке информации;
- сообщает, что ему известно, что в случае установления недостоверности предоставленной им в настоящей Заявке информации, Участник может быть отстранен Конкурсной комиссией по подведению итогов Конкурсного отбора от участия на любом этапе проведения Конкурсного отбора вплоть до подведения итогов Конкурсного отбора.

Приложение:

1. заверенная копия документа, подтверждающего полномочия лица, подписавшего настоящую Заявку (для индивидуальных предпринимателей – актуальная (не позднее 30 календарных дней до момента подачи настоящей Заявки) выписка из ЕГРИП, заверенная копия паспорта (1 стр.))*;
2. актуальная (не позднее 30 календарных дней до момента подачи настоящей Заявки) выписка из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства

(допускается представление сведений, полученных с официального сайта ФНС России <https://rmsp.nalog.ru>)*;

3. Согласие на обработку персональных данных (по форме в соответствии с Приложением 1 к настоящей Заявке);
4. Справка (по форме в соответствии с Приложением 2 к настоящей Заявке);
5. Анкета экспортной зрелости Участника Конкурсного отбора (по форме в соответствии с Приложением 3 к настоящей Заявке).

**Документы, указанные в п. 1,2 заверяются:*

- *юридическими лицами - подписью руководителя юридического лица или иного уполномоченного им лица и печатью юридического лица;*
- *индивидуальными предпринимателями - подписью индивидуального предпринимателя или иного уполномоченного им лица и печатью индивидуального предпринимателя (при ее наличии).*

В случае если документы заверяется подписью уполномоченного лица, должна быть представлена заверенная копия документа, подтверждающего полномочия данного лица.

_____ (Участник)

_____ (подпись)

_____ (расшифровка подписи)

М.П.

«__» _____ 20__ г.

Заполняется сотрудником Центра поддержки экспорта

Заявка принята «__» _____ 20__ г.

Вх. № _____

_____ / _____

СОГЛАСИЕ
на обработку персональных данных

Я, _____, паспорт серия _____, номер _____, кем _____ и когда выдан _____, проживающий по адресу: _____,

даю согласие на обработку фондом «Центр поддержки предпринимательства Калининградской области (микрокредитная компания)», расположенным по адресу: г. Калининград, ул. Уральская, д. 18, оф. 442, моих персональных данных (фамилии, имени, отчества, года, месяца, даты и места рождения, адреса, семейного положения, образования, трудовой деятельности, другой информации), содержащихся в документах, представленных фонду «Центр поддержки предпринимательства Калининградской области (микрокредитная компания)».

Я проинформирован(а), что под обработкой персональных данных понимаются действия (операции) с персональными данными, включая сбор, систематизацию, накопление, хранение, уточнение (обновление, изменение), использование, распространение (в том числе передачу), обезличивание, блокирование, уничтожение персональных данных в рамках выполнения Федерального закона от 27 июля 2006 года № 152-ФЗ «О персональных данных», конфиденциальность персональных данных соблюдается в рамках исполнения Оператором законодательства Российской Федерации.

Настоящее согласие действует со дня подписания до дня его отзыва в письменной форме.

(подпись)

(расшифровка подписи)

« ____ » _____ 20__ г.

СПРАВКА

(на фирменном бланке Участника Конкурсного отбора)

Настоящим _____ (наименование Участника конкурсного отбора в соответствии с учредительными документами) подтверждает, что на дату подачи настоящей Заявки:

- соответствует условиям, установленных частью 1.1 статьи 4 Федерального закона от 24.07.2007 № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» и не относится к субъектам малого и среднего предпринимательства, которым не может оказываться поддержка согласно части 3 статьи 14 настоящего Федерального закона;
- зарегистрирован на территории Калининградской области в установленном порядке;
- не осуществляет деятельность, запрещенную законодательством Российской Федерации, в том числе террористическую и/или экстремистскую;
- не аффилирован с Фондом и/или другим объектом инфраструктуры поддержки МСП на территории Российской Федерации;
- не находится в стадии реорганизации, банкротства, ликвидации (индивидуальные предприниматели не подавали в Федеральную налоговую службу заявления о государственной регистрации прекращения деятельности физического лица в качестве индивидуального предпринимателя);
- не является недобросовестным поставщиком в соответствии с реестром Федеральной антимонопольной службы (ФАС России);
- не попадает в перечень неблагонадежных участников внешнеэкономической деятельности Банка России;
- не получает средства из бюджетов бюджетной системы Российской Федерации в соответствии с нормативными правовыми актами, муниципальными правовыми актами и государственную поддержку по аналогичному Мероприятию, указанному в Заявке.

(Участник)

(подпись)

(расшифровка подписи)

М.П.

«__» _____ 20__ г.

Анкета экспортной зрелости Участника Конкурсного отбора
(на фирменном бланке Участника Конкурсного отбора)

№	Вопрос	Варианты ответов
1.	Конкурентоспособность на внутреннем рынке	
1.1	Как бы Вы оценили масштаб присутствия Вашей компании на внутреннем рынке в Вашем секторе?	<input type="checkbox"/> мы - лидер на российском рынке в нашем секторе <input type="checkbox"/> наша компания входит в 3-5 ведущих компаний в своем секторе в России <input type="checkbox"/> мы - лидеры в регионе и одни из лидеров в стране <input type="checkbox"/> имеем достаточное присутствие в своем регионе, но не представлены в других регионах России <input type="checkbox"/> пытаемся укрепиться и создать присутствие в нашем секторе
1.2	Как широко Ваша компания охватила внутренний рынок?	<input type="checkbox"/> имеем большую клиентскую базу по всей России <input type="checkbox"/> имеем большую клиентскую базу в своем регионе и отдельных ключевых регионах страны <input type="checkbox"/> имеем большую клиентскую базу только в своем регионе <input type="checkbox"/> работаем с несколькими региональными / национальными заказчиками <input type="checkbox"/> 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)?	<input type="checkbox"/> более чем на 20% <input type="checkbox"/> на 11-20% <input type="checkbox"/> на 6-10% <input type="checkbox"/> менее чем на 5% <input type="checkbox"/> ноль или отрицательный рост
1.4	Какую долю Ваша продукция/услуга занимают сейчас на внутреннем рынке?	<input type="checkbox"/> свыше 30% <input type="checkbox"/> 15-30% <input type="checkbox"/> 11-14% <input type="checkbox"/> 5-10% <input type="checkbox"/> менее 5%
1.5	Является ли Ваша продукция/услуга конкурентоспособной на внутреннем рынке с точки зрения цены?	<input type="checkbox"/> высококонкурентная на фоне как местной, так и импортной продукции <input type="checkbox"/> достаточно конкурентная, и мы предпринимаем шаги по повышению нашей конкурентоспособности <input type="checkbox"/> в некоторой степени конкурентная - зарубежная продукция может представлять угрозу <input type="checkbox"/> нам непросто конкурировать, особенно с импортной продукцией <input type="checkbox"/> 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?	<input type="checkbox"/> очень выгодно - в высокой степени уникальная продукция, мы работаем над внедрением новых функций и качеств <input type="checkbox"/> очень выгодно - наша продукция/услуги имеют лучшие функции и качества, чем продукция/услуги большинства поставщиков на рынке <input type="checkbox"/> выгодно по некоторым аспектам, но не отличается высокой уникальностью - схожие функции и качества, как и у продукции / услуг большинства поставщиков <input type="checkbox"/> невыгодно - стараемся угнаться за конкурентами <input type="checkbox"/> 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?	<input type="checkbox"/> всегда <input type="checkbox"/> большую часть времени или для большинства видов продукции / услуг / операций <input type="checkbox"/> иногда <input type="checkbox"/> редко <input type="checkbox"/> никогда не проводили исследований или перспективного планирования
2.2	Насколько активно Ваша компания рекламирует и продвигает свою продукцию / услуги на внутреннем рынке?	<input type="checkbox"/> очень агрессивно <input type="checkbox"/> относительно агрессивно <input type="checkbox"/> скромно <input type="checkbox"/> не активно <input type="checkbox"/> не занимается этим вообще
2.3	Есть ли у Вашей компании промо-материалы о Вашей продукции / услугах?	<input type="checkbox"/> да, полный пакет, включая брендинг, 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 <input type="checkbox"/> да, есть хороший пакет промо материалов, включая качественный веб-сайт на русском языке, на котором представлены основные виды продукции <input type="checkbox"/> у нас есть определенные промо материалы <input type="checkbox"/> по некоторым видам продукции, в том числе веб-страница, но нам требуется дальше развивать брендинг и пакет промо материалов для всей линейки продукции <input type="checkbox"/> у нас есть отдельные брошюры и (или) описание продукции, но еще нет веб-страницы <input type="checkbox"/> 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?	<input type="checkbox"/> более одного менеджера / сотрудника со значительным опытом работы в сфере экспорта или международного бизнеса <input type="checkbox"/> один менеджер/сотрудник имеют опыт работы в сфере экспорта или международного бизнеса <input type="checkbox"/> один сотрудник имел на предыдущем месте(-ах) работы некоторый опыт в сфере экспорта или международного бизнеса <input type="checkbox"/> у нас нет сотрудников с опытом работы в сфере экспорта или международного бизнеса, но мы планируем нанять такого специалиста <input type="checkbox"/> 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?	<input type="checkbox"/> более одного менеджера / сотрудника в нашей компании говорят на английском или официальном языке целевого рынка <input type="checkbox"/> один менеджер/сотрудник в нашей компании говорит на английском или официальном языке целевого рынка <input type="checkbox"/> 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 <input type="checkbox"/> в нашей компании нет сотрудников, которые бы говорили на иностранном языке, но мы можем рассмотреть возможность

		<p>привлечения внешней поддержки</p> <input type="checkbox"/> 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?	<input type="checkbox"/> нанимаем более одного дополнительного сотрудника для создания экспортного департамента <input type="checkbox"/> нанимаем одну дополнительную единицу для управления экспортом <input type="checkbox"/> 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 <input type="checkbox"/> если придется экспортировать, экспортом занимался бы один <input type="checkbox"/> 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?	<input type="checkbox"/> у нас высококвалифицированный персонал по сбыту и дистрибьюторы охватывают наиболее важные регионы России <input type="checkbox"/> используем сочетание собственного сбытового персонала и (или) региональных дистрибьюторов в ключевых регионах страны <input type="checkbox"/> используем коммерческих представителей и (или) дистрибьюторов в своем регионе и расширяем свою деятельность в других регионах России <input type="checkbox"/> наша сбытовая сеть охватывает только свой регион <input type="checkbox"/> 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?	<input type="checkbox"/> много раз, и мы уже занимаемся соответствующим экспортом <input type="checkbox"/> много раз, и по большинству из них мы работаем, но мы все еще не экспортируем на регулярной основе <input type="checkbox"/> мы получили ряд запросов, но не смогли по ним отработать, так как были ориентированы преимущественно на наш внутренний рынок <input type="checkbox"/> один раз мы получили запрос, но не ответили на него <input type="checkbox"/> никогда не получали никаких запросов/заказов из-за рубежа
4.2	Каков текущий статус Вашей экспортной деятельности?	<input type="checkbox"/> экспорт на несколько зарубежных рынков, который составляет более 10% нашего совокупного дохода <input type="checkbox"/> экспорт на один/малое число зарубежных рынков, который составляет менее 10% нашего совокупного дохода <input type="checkbox"/> экспортируем время от времени <input type="checkbox"/> экспортировали только один раз на основании полученного запроса/заказа <input type="checkbox"/> никогда не занимались экспортом
4.3	Обладает ли Ваша компания достаточными производственными мощностями или складскими запасами для удовлетворения спроса на внешних рынках?	<input type="checkbox"/> у нас переизбыток производственных мощностей, которые мы можем ориентировать на зарубежные рынки и (или) готовы инвестировать <input type="checkbox"/> в создание дополнительных мощностей на расширение деятельности на внешних рынках у нас есть инвестиционный план по формированию дополнительной производственной мощности для удовлетворения зарубежного спроса <input type="checkbox"/> у нас не слишком большой объем свободных мощностей, мы

		<p>близки к работе на полной мощности</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> у нас нет свободных мощностей, но у нас есть складские запасы, которые мы можем реализовать на зарубежных рынках <input type="checkbox"/> в данный момент у нас нет достаточных производственных мощностей
4.4	Насколько Ваша продукция / услуга дорога при транспортировке на большие расстояния?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> стоимость транспортировки незначительна относительно цены <input type="checkbox"/> транспортировка обходится не слишком дорого и составляет лишь малую долю в структуре стоимости <input type="checkbox"/> недешево, зависит от объема поставки <input type="checkbox"/> на транспортные издержки приходится значительная доля в структуре цены продукции <input type="checkbox"/> очень высокие издержки, транспортные издержки являются основной статьёй в структуре стоимости продукции
4.5	Способна ли Ваша компания организовать необходимые шеф-монтажные и пусконаладочные работы (ПНР) / обучение / послепродажное обслуживание для Вашей продукции / услуг на зарубежных рынках?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> да, способна и (или) это неактуально для нашей продукции / услуг <input type="checkbox"/> да, это не потребует больших вложений <input type="checkbox"/> могли бы, но это потребует инвестиций в создание системы <input type="checkbox"/> 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 <input type="checkbox"/> 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?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> привержено в высокой степени - уже утвержден план действий <input type="checkbox"/> достаточно привержено - провели первичные исследования <input type="checkbox"/> мы заинтересованы, но еще не предпринимали никаких шагов <input type="checkbox"/> мы бы хотели наладить экспорт, чтобы компенсировать падение внутренних цен и (или) сократить объем складских запасов <input type="checkbox"/> 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?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> до 3 лет <input type="checkbox"/> до 2 лет <input type="checkbox"/> до 1 года <input type="checkbox"/> до 6 месяцев <input type="checkbox"/> нужны немедленные результаты
5.3	Проводились ли Вашей компанией какие-либо исследования рынка или какие-либо мероприятия по продвижению на зарубежных рынках?	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 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 <input type="checkbox"/> проведено первичное исследование ситуации на международном рынке, а также тенденций / стандартов, и мы готовы изучить потенциальные рынки <input type="checkbox"/> еще не проводили каких-либо исследований, но стремимся узнать больше о ситуации на международных рынках и стандартах, относящихся к нашей продукции <input type="checkbox"/> не проводили никаких исследований <input type="checkbox"/> 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?	<input type="checkbox"/> мы уже вкладываемся в такую адаптацию на начальном уровне формирования продукции / услуг / упаковки <input type="checkbox"/> охотно пойдём на такую адаптацию <input type="checkbox"/> мы могли бы рассмотреть возможности некоторой коррекции продукции / услуг и (или) упаковки <input type="checkbox"/> неохотно пошли бы на это - нам очень сложно внедрять изменения <input type="checkbox"/> не пойдём 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?	<input type="checkbox"/> уже накоплены собственные ресурсы и хороший уровень оборотного капитала, а также имеем доступ к дополнительному финансированию от инвесторов или финансовых учреждений <input type="checkbox"/> управляем работами на внутреннем рынке, имея адекватный объем оборотного капитала, и можем рассчитывать на поддержку от инвесторов или нашего банка для расширения деятельности <input type="checkbox"/> способны финансировать нашу деятельность на внутреннем рынке, но не уверены в том, что сможем привлечь дополнительные ресурсы для развития на международном рынке <input type="checkbox"/> работаем в условиях довольно сжатого бюджета - будет сложно финансировать экспортную деятельность <input type="checkbox"/> 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?	<input type="checkbox"/> свыше 3 000 000 руб. <input type="checkbox"/> 1 500 000 - 3 000 000 руб. <input type="checkbox"/> 750 000 - 1 499 000 руб. <input type="checkbox"/> 350 000 - 749 000 руб. <input type="checkbox"/> менее 350 000 руб.
6.3	Какие условия отсрочки оплаты Вы могли бы предложить солидным зарубежным покупателям?	<input type="checkbox"/> более 120 дней <input type="checkbox"/> 90 - 120 дней <input type="checkbox"/> 30 - 89 дней <input type="checkbox"/> оплата при поставке <input type="checkbox"/> оплата авансом

(Участник)

(подпись)

(расшифровка подписи)

М.П.

«__» _____ 20__ г.

к Положению о порядке проведения конкурсного отбора экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства Калининградской области для участия в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях и конгрессных мероприятиях на территории Российской Федерации и за пределами территории Российской Федерации с индивидуальным стендом

Методика оценки экспортной зрелости

Диагностика Участника Конкурсного отбора экспортно ориентированных субъектов малого и среднего предпринимательства Калининградской области для участия в международных выставочно-ярмарочных мероприятиях и конгрессных мероприятиях на территории Российской Федерации и за пределами территории Российской Федерации с индивидуальным стендом (далее – Конкурсный отбор) проводится посредством проведения оценки его экспортной зрелости.

Оценка экспортной зрелости Участника Конкурсного отбора содержит 6 направлений и 25 вопросов. Каждое направление имеет весовой коэффициент; каждый вопрос предполагает один из 5 вариантов ответа, которому соответствует значение от 0,1 до 4 баллов (Приложение 1 к настоящей Методике).

Оценка экспортной зрелости Участника Конкурсного отбора определяется по следующей формуле:

$$I = \sum_{q=1}^{25} S_q * WQ_q * WU_q$$

, где:

I - индекс экспортной зрелости;

q - номер вопроса Анкеты;

S - балл ответа на вопрос;

WQ - вес вопроса;

WU - вес направления.

Оценка экспортной зрелости

№	Вопрос	Весовой коэффициент	Варианты ответов
1.	Конкурентоспособность на внутреннем рынке (весовой коэффициент направления - 0,2)		
1.1	Как бы Вы оценили масштаб присутствия Вашей компании на внутреннем рынке в Вашем секторе?	0,13	<ul style="list-style-type: none"> ▪ мы - лидер на российском рынке в нашем секторе - 4 балла; ▪ наша компания входит в 3-5 ведущих компаний в своем секторе в России - 3 балла; ▪ мы - лидеры в регионе и одни из лидеров в стране - 2 балла; ▪ имеем достаточное присутствие в своем регионе, но не представлены в других регионах России - 1 балл; ▪ пытаемся закрепиться и создать присутствие в нашем секторе - 0,1 балла
1.2	Как широко Ваша компания охватила внутренний рынок?	0,13	<ul style="list-style-type: none"> ▪ имеем большую клиентскую базу по всей России - 4 балла; ▪ имеем большую клиентскую базу в своем регионе и отдельных ключевых регионах страны - 3 балла; ▪ имеем большую клиентскую базу только в своем регионе - 2 балла; ▪ работаем с несколькими региональными / национальными заказчиками - 1 балл; ▪ работаем с небольшим количеством локальных клиентов - еще только формируем клиентскую базу - 0,1 балла
1.3	Насколько выросли продажи Вашей продукции / услуг за последние три года (в среднем в год)?	0,4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ более чем на 20% - 4 балла; ▪ на 11-20% - 3 балла; ▪ на 6-10% - 2 балла; ▪ менее чем на 5% - 1 балл; ▪ ноль или отрицательный рост - 0,1 балла
1.4	Какую долю Ваша продукция/услуга занимают сейчас на внутреннем рынке?	0,04	<ul style="list-style-type: none"> ▪ свыше 30% - 4 балла; ▪ 15-30% - 3 балла; ▪ 11-14% - 2 балла; ▪ 5-10% - 1 балл; ▪ менее 5% - 0,1 балла
1.5	Является ли Ваша продукция/услуга конкурентоспособной на внутреннем рынке с точки зрения цены?	0,2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ высококонкурентная на фоне как местной, так и импортной продукции - 4 балла; ▪ достаточно конкурентная, и мы предпринимаем шаги по повышению нашей конкурентоспособности - 3 балла; ▪ в некоторой степени конкурентная - зарубежная продукция может представлять угрозу - 2 балла; ▪ нам непросто конкурировать, особенно с импортной продукцией - 1 балл; ▪ неконкурентная - 0,1 балла
1.6	Насколько выгодно Ваша продукция / услуга отличается от продукции / услуг Ваших	0,1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ очень выгодно - в высокой степени уникальная продукция, мы работаем над внедрением новых функций и качеств - 4 балла;

	конкурентов на внутреннем рынке в части цены, качества, функциональности, уникальности либо иных преимуществ?		<ul style="list-style-type: none"> ▪ очень выгодно - наша продукция/услуги имеют лучшие функции и качества, чем продукция/услуги большинства поставщиков на рынке - 3 балла; ▪ выгодно по некоторым аспектам, но не отличается высокой уникальностью - схожие функции и качества, как и у продукции / услуг большинства поставщиков - 2 балла; ▪ невыгодно - стараемся угнаться за конкурентами - 1 балл; ▪ невыгодно - отстаем - 0,1 балла
2.	Возможности в сфере маркетинга и продвижения (весовой коэффициент направления - 0,1)		
2.1	Как часто в Вашей компании проводятся рыночные исследования и планирование деятельности на внутреннем рынке?	0,3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ всегда - 4 балла; ▪ большую часть времени или для большинства видов продукции / услуг / операций - 3 балла; ▪ иногда - 2 балла; ▪ редко - 1 балл; ▪ никогда не проводили исследований или перспективного планирования - 0,1 балла
2.2	Насколько активно Ваша компания рекламирует и продвигает свою продукцию / услуги на внутреннем рынке?	0,2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ очень агрессивно - 4 балла; ▪ относительно агрессивно - 3 балла; ▪ скромно - 2 балла; ▪ не активно - 1 балл; ▪ не занимается этим вообще - 0,1 балла
2.3	Есть ли у Вашей компании промо-материалы о Вашей продукции / услугах?	0,5	<ul style="list-style-type: none"> ▪ да, полный пакет, включая брендинг, 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 - 4 балла; ▪ да, есть хороший пакет промо материалов, включая качественный веб-сайт на русском языке, на котором представлены основные виды продукции - 3 балла; ▪ 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 - 2 балла; ▪ у нас есть отдельные брошюры и (или) описание продукции, но еще нет веб-страницы - 1 балл; ▪ мы не используем каких-либо промо материалов и у нас нет веб-страницы - 0,1 балла
3.	Возможности человеческих ресурсов (весовой коэффициент направления - 0,15)		
3.1	Есть ли у кого-либо из Вашего руководства или сотрудников опыт работы в маркетинге экспорта или международном бизнесе?	0,25	<ul style="list-style-type: none"> ▪ более одного менеджера / сотрудника со значительным опытом работы в сфере экспорта или международного бизнеса - 4 балла; ▪ один менеджер/сотрудник имеют опыт работы в сфере экспорта или международного бизнеса - 3 балла; ▪ один сотрудник имел на предыдущем месте(-ах) работы некоторый опыт в сфере экспорта или международного бизнеса - 2 балла; ▪ у нас нет сотрудников с опытом работы в сфере экспорта или международного бизнеса, но мы планируем нанять такого специалиста - 1 балл; ▪ у нас нет сотрудников с опытом работы в сфере

			экспорта или международного бизнеса и нет возможностей сейчас нанять такого специалиста - 0,1 балл
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?	0,35	<ul style="list-style-type: none"> ▪ более одного менеджера / сотрудника в нашей компании говорят на английском или официальном языке целевого рынка - 4 балла; ▪ один менеджер/сотрудник в нашей компании говорит на английском или официальном языке целевого рынка - 3 балла; ▪ 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 - 2 балла; ▪ в нашей компании нет сотрудников, которые бы говорили на иностранном языке, но мы можем рассмотреть возможность привлечения внешней поддержки - 1 балл; ▪ 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 - 0,1 балла
3.3	Как в Вашей компании решается вопрос с организацией нового экспорта или расширения существующего?	0,25	<ul style="list-style-type: none"> ▪ нанимаем более одного дополнительного сотрудника для создания экспортного департамента - 4 балла; ▪ нанимаем одну дополнительную единицу для управления экспортом - 3 балла; ▪ 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 нанять в штат новых специалистов - 2 балла; ▪ если придется экспортировать, экспортом занимался бы один - 1 балл; ▪ из существующих штатных сотрудников в рамках имеющихся организационных структур, так как мы не можем себе позволить нанять новых людей или перераспределять полномочия среди существующих - 0,1 балла
3.4	Как Вы реализуете и распространяете свою продукцию/услуги на внутреннем рынке?	0,15	<ul style="list-style-type: none"> ▪ у нас высококвалифицированный персонал по сбыту и дистрибьюторы охватывают наиболее важные регионы России - 4 балла; ▪ используем сочетание собственного сбытового персонала и (или) региональных дистрибьюторов в ключевых регионах страны - 3 балла; ▪ используем коммерческих представителей и (или) дистрибьюторов в своем регионе и расширяем свою деятельность в других регионах России - 2 балла; ▪ наша сбытовая сеть охватывает только свой регион - 1 балл; ▪ у нас нет никакой сбытовой/дистрибьюторской сети - 0,1 балла
4.	Международная конкурентоспособность (весовой коэффициент направления - 0,2)		

4.1	Получала ли Ваша компания какие-либо предложения (заказы) от зарубежных фирм, не запрашивая их специально?	0,2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ много раз, и мы уже занимается соответствующим экспортом - 4 балла; ▪ много раз, и по большинству из них мы работаем, но мы все еще не экспортируем на регулярной основе - 3 балла; ▪ мы получили ряд запросов, но не смогли по ним отработать, так как были ориентированы преимущественно на наш внутренний рынок - 2 балла; ▪ один раз мы получили запрос, но не ответили на него - 1 балл; ▪ никогда не получали никаких запросов/заказов из-за рубежа - 0,1 балла
4.2	Каков текущий статус Вашей экспортной деятельности?	0,2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ экспорт на несколько зарубежных рынков, который составляет более 10% нашего совокупного дохода - 4 балла; ▪ экспорт на один/малое число зарубежных рынков, который составляет менее 10% нашего совокупного дохода - 3 балла; ▪ экспортируем время от времени - 2 балла; ▪ экспортировали только один раз на основании полученного запроса/заказа - 1 балл; ▪ никогда не занимались экспортом - 0,1 балла
4.3	Обладает ли Ваша компания достаточными производственными мощностями или складскими запасами для удовлетворения спроса на внешних рынках?	0,3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ у нас переизбыток производственных мощностей, которые мы можем ориентировать на зарубежные рынки и (или) готовы инвестировать - 4 балла; ▪ в создание дополнительных мощностей на расширение деятельности на внешних рынках у нас есть инвестиционный план по формированию дополнительной производственной мощности для удовлетворения зарубежного спроса - 3 балла; ▪ у нас не слишком большой объем свободных мощностей, мы близки к работе на полной мощности - 2 балла; ▪ у нас нет свободных мощностей, но у нас есть складские запасы, которые мы можем реализовать на зарубежных рынках - 1 балл; ▪ в данный момент у нас нет достаточных производственных мощностей - 0,1 балла
4.4	Насколько Ваша продукция / услуга дорога при транспортировке на большие расстояния?	0,2	<ul style="list-style-type: none"> ▪ стоимость транспортировки незначительна относительно цены - 4 балла; ▪ транспортировка обходится не слишком дорого и составляет лишь малую долю в структуре стоимости - 3 балла; ▪ недешево, зависит от объема поставки - 2 балла; ▪ на транспортные издержки приходится значительная доля в структуре цены продукции - 1 балл; ▪ очень высокие издержки, транспортные издержки являются основной статьей в структуре стоимости продукции - 0,1 балла
4.5	Способна ли Ваша компания организовать необходимые шеф-монтажные и пусконаладочные работы (ПНР) / обучение / послепродажное	0,1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ да, способна и (или) это неактуально для нашей продукции / услуг - 4 балла; ▪ да, это не потребует больших вложений - 3 балла; ▪ могли бы, но это потребует инвестиций в создание системы - 2 балла; ▪ это будет сложно, так как потребует действий или

	обслуживание для Вашей продукции / услуг на зарубежных рынках?		<p>инвестиций, которые сложно будет реализовать - наша продукция / услуги требуют очень больших усилий в части ПНР, обучения / постпродажного обслуживания - 1 балл;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ нет, наша компания не способна на организацию и проведение таких мероприятий для обслуживания внешних рынков - 0,1 балла
5.	Приверженность экспортной деятельности (весовой коэффициент направления - 0,2)		
5.1	Привержено ли руководство Вашей компании экспорту как новому виду деятельности или как деятельности, требующей расширения?	0,3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ привержено в высокой степени - уже утвержден план действий - 4 балла; ▪ достаточно привержено - провели первичные исследования - 3 балла; ▪ мы заинтересованы, но еще не предпринимали никаких шагов - 2 балла; ▪ мы бы хотели наладить экспорт, чтобы компенсировать падение внутренних цен и (или) сократить объем складских запасов - 1 балл; ▪ мы не заинтересованы в расширении работы на внешних рынках в данный момент - 0,1 балла
5.2	Сколько времени руководство Вашей компании готово ждать достижения приемлемых результатов от экспортной деятельности?	0,3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ до 3 лет - 4 балла; ▪ до 2 лет - 3 балла; ▪ до 1 года - 2 балла; ▪ до 6 месяцев - 1 балл; ▪ нужны немедленные результаты - 0,1 балла,
5.3	Проводились ли Вашей компанией какие-либо исследования рынка или какие-либо мероприятия по продвижению на зарубежных рынках?	0,3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 - 4 балла; ▪ проведено первичное исследование ситуации на международном рынке, а также тенденций / стандартов, и мы готовы изучить потенциальные рынки - 3 балла; ▪ еще не проводили каких-либо исследований, ▪ но стремимся узнать больше о ситуации на международных рынках и стандартах, относящихся к нашей продукции - 2 балла; ▪ не проводили никаких исследований - 1 балл; ▪ у нас нет возможностей или средств для проведения каких-либо исследований - 0,1 балла
5.4	Вы пойдете на адаптацию Вашей продукции / услуг и (или) упаковки под особенности зарубежных рынков?	0,1	<ul style="list-style-type: none"> ▪ мы уже вкладываемся в такую адаптацию на начальном уровне формирования продукции / услуг / упаковки - 4 балла; ▪ охотно пойдём на такую адаптацию - 3 балла; ▪ мы могли бы рассмотреть возможности некоторой коррекции продукции / услуг и (или) упаковки - 2 балла; ▪ неохотно пошли бы на это - нам очень сложно внедрять изменения - 1 балл; ▪ не пойдём на это - не считаем, что могли бы адаптировать свою продукцию / услуги или что следует это делать - 0,1 балл
6.	Финансовые возможности (весовой коэффициент направления - 0,15)		
6.1	Обладает ли Ваша компания	0,3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ уже накоплены собственные ресурсы и хороший

	финансовыми ресурсами для осуществления маркетинговой деятельности, дистрибуции или обслуживания внешних рынков?		<p>уровень оборотного капитала, а также имеем доступ к дополнительному финансированию от инвесторов или финансовых учреждений - 4 балла;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ управляем работами на внутреннем рынке, имея адекватный объем оборотного капитала, и можем рассчитывать на поддержку от инвесторов или нашего банка для расширения деятельности - 3 балла; ▪ способны финансировать нашу деятельность на внутреннем рынке, но не уверены в том, что сможем привлечь дополнительные ресурсы для развития на международном рынке - 2 балла; ▪ работаем в условиях довольно сжатого бюджета - будет сложно финансировать экспортную деятельность - 1 балл; ▪ тяжело финансировать деятельность даже на внутреннем рынке - хронический недостаток оборотного капитала - 0,1 балла
6.2	Какой объем средств Ваша компания может позволить себе тратить на развитие экспорта каждый год?	0,4	<ul style="list-style-type: none"> ▪ свыше 3 000 000 руб. - 4 балла; ▪ 1 500 000 - 3 000 000 руб. - 3 балла; ▪ 750 000 - 1 499 000 руб. - 2 балла; ▪ 350 000 - 749 000 руб. - 1 балл; ▪ менее 350 000 руб. - 0,1 балла
6.3	Какие условия отсрочки оплаты Вы могли бы предложить солидным зарубежным покупателям?	0,3	<ul style="list-style-type: none"> ▪ более 120 дней - 4 балла; ▪ 90 - 120 дней - 3 балла; ▪ 30 - 89 дней - 2 балла; ▪ оплата при поставке - 1 балл; ▪ оплата авансом - 0,1 балла