

## ПОЛОЖЕНИЕ

о порядке проведения Конкурсного отбора в целях определения перечня субъектов малого и среднего предпринимательства Челябинской области для участия в международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях на территории Российской Федерации и за пределами территории Российской Федерации с индивидуальным стендом в 2021 году

### 1. Общие положения

1.1. Настоящее Положение определяет цели, требования и порядок проведения Конкурсного отбора и разработано для дальнейшего формирования перечня субъектов малого и среднего предпринимательства Челябинской области для участия в международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях на территории Российской Федерации и за пределами территории Российской Федерации с индивидуальным стендом в 2021 году (далее — Конкурсный отбор), а также ответственность за нарушение условий, установленных при их организации.

1.2. Цель Конкурсного отбора: определение перечня субъектов малого и среднего предпринимательства Челябинской области (далее — СМСП), для которых будут организованы индивидуальные выставочные стенды в рамках международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий на территории Российской Федерации и за её пределами за счет средств, выделяемых из федерального и областного бюджета (далее - Государственная поддержка).

1.3. Цель предоставления государственной поддержки:

- содействие выходу СМСП на зарубежные рынки товаров, услуг и технологий;
- содействие увеличению объемов несырьевого экспорта СМСП;
- вовлечение новых СМСП в экспортную деятельность;
- расширение географии поставок СМСП.

1.4. Понятия, используемые в настоящем Положении:

1.4.1. «Субъекты малого и среднего предпринимательства Челябинской области» - юридические лица и индивидуальные предприниматели, соответствующие условиям статьи 4 Федерального закона от 24 июля 2007 г. 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации», включенные в реестр малых и средних предприятий на портале <https://rmsp.nalog.ru/>, зарегистрированные на территории Челябинской области и производящие товары (работы, услуги) для их реализации на иностранном рынке, заинтересованные в выходе на иностранные рынки товаров, услуг и технологий.

1.4.2. «Международное выставочное-ярмарочное и конгрессное мероприятие» - показ и демонстрация товаров, услуг, коммерческих предложений перед зарубежными специалистами, потребителями и широкой общественностью в иностранном государстве в рамках мероприятия, имеющего статус международной выставки.

1.4.3. «Государственная поддержка» - вид государственной деятельности по предоставлению средств из федерального или областного бюджета для развития экспортно-ориентированных СМСП, направленных на организацию участия СМСП в международных выставочно-ярмарочных или конгрессных мероприятиях.

1.4.4. «Конкурсный отбор» - процедура определения перечня СМСП-получателей Государственной поддержки в соответствии с порядком, установленным настоящим Положением.

1.4.5. «Конкурсная комиссия» - временный орган, созданный Организатором Конкурсного отбора для оценки и сопоставления Заявок участников Конкурсного отбора и определения победителей Конкурсного отбора.

1.4.6. «Заявка» - полный пакет документов СМСП в рамках Конкурсного отбора на получение услуги по организации участия в международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях с индивидуальным стендом.

1.4.7. «Выставочные расходы» — общая сумма всех затрат, необходимых для организации участия в международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях.

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, мебели и прочего оснащения;

- аренду площадей для обеспечения деловых мероприятий, включая аренду переговорного комплекса в рамках выставочно-ярмарочного мероприятия для проведения переговоров;

- оплата регистрационных сборов за представителей СМСП, техническое и лингвистическое сопровождение переговоров в рамках выставочно-ярмарочного мероприятия, в том числе организацию последовательного перевода для участников, из расчета не менее чем 1 (один) переводчик для 3 (трех) СМСП;

- 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 и от места размещения к месту проведения мероприятия и обратно.

Планирование и начало организационных работ по проведению международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий осуществляется не позднее чем за 2 (два) месяца до даты проведения соответствующего мероприятия.

Расходы по перелету, проживанию и питанию, визовому обеспечению участники международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятий несут самостоятельно.

1.5. Стоимость организации участия в международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях определяется Автономной некоммерческой организацией «Агентство международного сотрудничества Челябинской области» (далее – АНО «АгМеС ЧО») на этапе планирования мероприятия с учетом утверждённой сметы на финансовый год, согласованной с Российским экспортным центром.

1.6. Общая сумма оплаты выставочных расходов по заявке одного СМСП не может превышать следующие лимиты:

- 600 000 (Шестьсот тысяч) рублей - для участия с индивидуальным стендом в международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях на территории Российской Федерации;

- 1 500 000 (Один миллион пятьсот тысяч) рублей - для участия с индивидуальным стендом в международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях за пределами территории Российской Федерации.

Оплата производится АНО «АгМеС ЧО» путем перечисления денежных средств выставочной компании-организатору выставки или её официальному российскому представительству, или компании-застройщику, на основании документов, предоставленных СМСП. Оплата выставочных расходов производится с момента предоставления субсидии АНО «АгМеС ЧО» на соответствующие цели в рамках исполнения Государственной поддержки в текущем финансовом году и до конца текущего финансового года.

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

1.8. СМСП в течение одного финансового года может получить государственную поддержку не более чем по 1 (одному) международному выставочно-ярмарочному и

конгрессному мероприятию в формате индивидуального стенда, предусматривающему выставочные расходы в пределах лимитов.

1.9. Заявки на финансирование индивидуального участия СМСП в международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях, на которых запланирована организация коллективного регионального стенда Челябинской области, не рассматриваются, но Заявителю предоставляется возможность подачи Заявок на участие в коллективных региональных стендах в течение года.

1.10. При подаче Заявок от 3 (трех) и более СМСП на одно и то же выставочно-ярмарочное мероприятие Конкурсная комиссия принимает решение об организации на данном выставочно-ярмарочном мероприятии коллективного регионального стенда Челябинской области с предоставлением на нем не менее 4 кв.м каждому Заявителю. В таком случае на основании пункта 1.8 настоящего Положения Заявки не участвуют в общем отборе. В сводной ведомости напротив таких Заявителей ставится отметка «финансируется коллективный стенд».

## **2. Нормативно-правовая база для проведения Конкурсного отбора**

2.1. Правовыми основаниями для проведения Конкурсного отбора являются:

- Гражданский кодекс Российской Федерации, Федеральный закон от 24.07.2007 года № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»;

- Приказ Министерства экономического развития Российской Федерации от 25.09.2019 № 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»;

- Устав АНО «АгМеС ЧО»;

- Положение о Конкурсном отборе в 2021 году.

## **3. Субъекты Конкурсного отбора**

3.1. Организатором Конкурсного отбора является АНО «АгМеС ЧО» (далее — Организатор).

3.2. Заявитель — СМСП, представившие Заявку на участие в Конкурсном отборе (далее — Заявка) в адрес Организатора.

3.3. Участник Конкурсного отбора (далее — Конкурсант) — Заявитель, предоставивший полный пакет документов и соответствующий требованиям, указанным в разделе 5 настоящего Положения.

## **4. Обязанности Организатора Конкурсного отбора**

4.1. Организатор обеспечивает проведение комплекса информационно-рекламных мероприятий (подготовка информации о проведении Конкурсного отбора, размещение информации о Конкурсном отборе) на официальном сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (<https://ica74.com/>).

4.2. Организатор консультирует Заявителей по процедурным вопросам проведения Конкурса.

4.3. Организатор осуществляет прием и регистрацию Заявок.

4.4. Организатор осуществляет организационное, техническое и документационное сопровождение работы Конкурсной комиссии.

4.5. Размещает результаты Конкурсного отбора на официальном сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (<https://ica74.com/>), оповещает участников об итогах Конкурса.

## **5. Требования к Заявителям Конкурсного отбора и условия предоставления Государственной поддержки**

5.1. К участию в Конкурсном отборе допускаются СМСП, соответствующие следующим требованиям:

- соответствие требованиям, установленным статьей 4 Федерального закона от 24 июля 2007 года 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации»;
- регистрация в установленном законодательством порядке на территории Челябинской области;
- осуществление экспорта за пределы Российской Федерации товаров (работ, услуг), либо намерение осуществления экспорта;
- отсутствие задолженности по налоговым и иным обязательным платежам в бюджетную систему Российской Федерации, в том числе в бюджеты государственных внебюджетных фондов;
- отсутствие в отношении Заявителя процедуры ликвидации и (или) банкротства в соответствии с законодательством Российской Федерации;
- представление полного комплекта документов в соответствии с пунктом 6.2. настоящего Положения.

## **6. Порядок проведения Конкурсного отбора и предоставления Заявок**

6.1. Дата начала и окончания приема документов от СМСП, претендующих на получение Государственной поддержки, устанавливается Приказом Организатора. Данная информация подлежит опубликованию на официальном сайте Организатора в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (<https://ica74.com/>).

Срок приема Заявок не может быть менее 14 календарных дней.

6.2. Для участия в Конкурсном отборе Заявителю необходимо зарегистрироваться на сайте Организатора <https://ica74.com/> (раздел «Новости») и представить Организатору лично либо по почте оригинал Заявки, включающей в себя следующие документы:

6.2.1. Анкета СМСП согласно приложению №1 к настоящему Положению.

6.2.2. Заявка СМСП согласно приложению №2 к настоящему Положению.

6.2.3. Оценка экспортной зрелости СМСП согласно приложению №3 к настоящему Положению.

6.2.4. Заверенная налоговым органом справка об отсутствии у СМСП задолженности по платежам в бюджеты и страховым взносам не ранее чем за 30 календарных дней до подачи заявки на Конкурсный отбор, от СМСП. При наличии задолженности по платежам СМСП имеет право представить документы, подтверждающие уплату задолженности по платежам в бюджеты.

6.3. Документы, указанные в подпунктах 6.2.1, 6.2.2, 6.2.3, 6.2.4 настоящего Положения, должны быть подписаны лицом, имеющим право без доверенности действовать от имени юридического лица/индивидуальным предпринимателем лично, либо иным лицом, с надлежащим образом оформленными полномочиями на подписание документов от имени юридического лица/индивидуального предпринимателя и заверены печатью (при ее наличии).

Копии документов должны быть заверены лицом, имеющим право без доверенности действовать от имени юридического лица/индивидуальным предпринимателем лично, либо иным лицом, с надлежащим образом оформленными полномочиями на подписание документов от имени юридического лица/индивидуального предпринимателя и заверены печатью (при ее наличии).

6.4. Организатор регистрирует Заявки в порядке их поступления в журнале регистраций и проверяет на предмет полноты предоставления информации.

6.4.1. Заявитель, предоставивший неполный пакет документов, не допускается до участия в Конкурсе.

6.5. Максимальный срок проверки Заявок СМСП составляет не более 1 (одного) рабочего дня с даты окончания приема документов.

6.6. Заявки, поданные после окончания срока их приема, не регистрируются и не рассматриваются.

6.7. Заявка может быть отозвана Заявителем в любое время до окончания срока приема Заявок путем подачи письменного заявления об отзыве Заявки, при этом документы возвращаются Заявителю, а в журнале регистрации Заявок фиксируется отзыв Заявки.

6.8. Заявитель несет все расходы, связанные с подготовкой, подачей Заявки и участием в Конкурсе.

6.9. Информация, содержащаяся в Заявках, является конфиденциальной и может быть использована только в целях участия Заявителя в Конкурсе.

## **7. Конкурсная комиссия**

7.1. Для оценки представленных Заявок в соответствии с Методикой оценки Заявок, согласно приложению №4 к настоящему Положению, и выявления победителей Конкурса Организатором формируется Конкурсная комиссия (далее — Комиссия) в количественном составе не менее 5 (пяти) человек. Комиссия формируется приказом АНО «АгМеС ЧО».

7.2. Работой Комиссии руководит председатель Комиссии, а в его отсутствие — заместитель председателя Комиссии.

7.3. Решения Комиссии принимаются на заседании большинством голосов членов Комиссии, присутствующих на заседании. Члены Комиссии имеют равное право голоса при обсуждении рассматриваемых на заседании вопросов и принятии по ним решений. При голосовании каждый член Комиссии имеет один голос. При равенстве голосов членов Комиссии голос председательствующего на заседании Комиссии является решающим.

7.4. Комиссия вправе определять победителей по проведению Конкурса в рамках выделенной субсидии и утвержденной сметы с учетом методики, и предоставленного пакета документов.

7.5. Заседание Комиссии считается правомочным, если на нем присутствует не менее половины ее членов.

7.6. Функции Комиссии:

7.6.1. Оценка представленных Заявок на основании Методики оценки Заявок согласно приложению №4 к настоящему Положению

7.6.2. Рассмотрение спорных ситуаций, возникших в результате проведения Конкурса, за исключением жалоб на решения и действия (бездействие) Комиссии.

7.6.3. Подведение итогов Конкурса.

7.6.4. Решение Комиссии оформляется протоколом. Протоколы заседаний ведет секретарь Комиссии. Протоколы подписываются всеми членами Комиссии, присутствовавшими на заседании, все листы протоколов прошиваются и заверяются председателем Комиссии.

## **8. Порядок оценки Заявок и подведение итогов Конкурсного отбора**

8.1. Итоговый балл каждого Конкурсанта определяется согласно Методике оценки Заявок, согласно Приложению №4 настоящего Положения.

8.2. Победителями Конкурса - получателями Государственной поддержки признаются Конкурсанты, Заявки которых после их оценки заняли места с первого и до места, суммарный размер средств запрашиваемой Государственной поддержки до которого не превышает суммы бюджетных средств, предусмотренных на проведение мероприятий, предусмотренных Конкурсом.

Конкурсанты, по которым принято решение об отказе в определении их получателями Государственной поддержки, информируются в письменной форме с указанием причин отказа в течение 7 (семи) рабочих дней с момента подведения итогов Конкурсного отбора.

8.3. В случае, если Конкурсантами набран равный итоговый балл, победителем среди них признается Конкурсант, Заявка которого по данным журнала регистрации имеет более раннюю дату регистрации Заявки.

8.4. Итоги Конкурса подлежат официальному опубликованию на сайте Организатора (<https://ica74.com/>) в срок не позднее 3 (трёх) дней с даты подведения итогов Конкурсной комиссии.

8.5. В случае если главным распорядителем бюджетных средств размер субсидии, выделяемой Организатору, будет сокращен, Организатор оставляет за собой право внести изменения в результаты конкурсного отбора, по правилам п.8.2. и п.8.3. настоящего Положения.

В случае если главным распорядителем бюджетных средств не предоставлена субсидия Организатору на цели, определенные настоящим Положением, Организатор оставляет за собой право аннулировать итоги конкурса.

## **9. Обязанности Победителей Конкурсного отбора**

9.1. Победитель Конкурсного отбора не может иметь договорных отношений и обязуется не заключать договорных отношений на свое имя и не вносить денежные средства на расчетный счет организатора международного выставочно-ярмарочного и конгрессного мероприятия.

9.1. Победитель Конкурсного отбора обязуется в установленный Организатором Конкурсного отбора срок подписать стандартную форму Соглашения на оказание услуг по поддержке экспортной деятельности СМСП с АНО «АгМеС ЧО» (до начала международного выставочно-ярмарочного и конгрессного мероприятия), Акт оказанных услуг (в первый день прохождения международного выставочно-ярмарочного и конгрессного мероприятия), а также предоставить фотоотчет о мероприятии (фотографии стенда, бейджей) в течение 7 (семи) дней с даты окончания мероприятия.

Неподписание Соглашения в указанные сроки является основанием для отказа Победителям Конкурсного отбора в предоставлении Государственной поддержки.

9.2. Победитель Конкурсного отбора обязан явиться на международное выставочно-ярмарочное и конгрессное мероприятие в срок, установленный организаторами мероприятия.

9.3. В случае отказа от оказания услуг (неявки на мероприятие) Победитель Конкурсного отбора обязан возместить Организатору затраты на оказание услуги в соответствии со Сметой расходов, а также налог на добавленную стоимость и иные возникшие расходы.

9.4. В течение 3 (трех) лет после получения услуги Победитель Конкурсного отбора обязуется предоставлять информацию о заключении экспортного контракта, включая предмет и дату экспортного контракта, страну экспорта, включая объем экспорта по экспортному контракту в тыс. долл. США по курсу Центрального банка Российской Федерации на дату подписания экспортного контракта, название иностранного контрагента, в срок не позднее чем через 15 (пятнадцать) рабочих дней с даты заключения экспортного контракта по форме, установленной в форме Соглашения.



Приложение № 1 к Положению  
о порядке проведения Конкурсного  
отбора в целях определения перечня субъектов  
малого и среднего предпринимательства Челябинской  
области  
для участия в международных  
выставочно-ярмарочных  
и конгрессных мероприятиях на территории  
Российской Федерации  
и за пределами территории Российской Федерации  
с индивидуальным стендом в 2021 году

### Анкета

экспортно-ориентированного субъекта МСП Челябинской области для получения поддержки от Центра  
поддержки экспорта в 2021 году

Полное наименование юридического лица	
Торговая марка, под которой продвигается продукция	
Год основания	
Почтовый адрес компании (с индексом)	
Сайт компании (если есть)	
ОГРН	
ОКВЭД (только основная деятельность)	
10-значный ТН ВЭД (на каждый вид продукции, предназначенной для экспорта)	
<b>Владелец/владельцы компании:</b> Фамилия, имя, отчество	
Контактные телефоны	
Электронная почта	
<b>Ответственное лицо за внешнеэкономическую деятельность/сбыт продукции</b> (ФИО полностью, должность)	
Контактные телефоны (обязательно укажите <b>хотя бы один мобильный</b> для оперативной связи)	
Электронная почта	
<b>Годовой оборот</b> (в млн. руб.) <i>(для выбора щелкните 2 раза на нужном квадратике и выберите «Состояние по умолчанию / Установлен»)</i>	<input type="checkbox"/> менее 120 <input type="checkbox"/> менее 800 <input type="checkbox"/> менее 2000 <input type="checkbox"/> более 2000
<b>Сумма налоговых платежей, уплаченных по всем объектам налогообложения за 2020 год (тыс.руб.)</b>	
<b>Численность сотрудников</b>	<input type="checkbox"/> до 15 <input type="checkbox"/> до 100

	<input type="checkbox"/> до 250 <input type="checkbox"/> более 250
<b>Сфера деятельности компании (отрасль)</b>	
<b>Вид деятельности</b>	<input type="checkbox"/> Разработка <input type="checkbox"/> Услуги <input type="checkbox"/> Производство <input type="checkbox"/> Реализация
<b>Основной продукт или продукты, идущие (или планируемые) на экспорт</b>	
<b>Интересующий рынок сбыта (страны или регионы)</b>	
<b>Опыт экспортной деятельности</b>	<input type="checkbox"/> Нет <input type="checkbox"/> Есть. Если есть, то перечислите, в какие страны уже осуществляли экспортные поставки: 1. ...
<b>Вид желаемого сотрудничества:</b>	<input type="checkbox"/> Торговый представитель, дилер <input type="checkbox"/> Франшиза <input type="checkbox"/> Совместное предприятие или взаимное производство <input type="checkbox"/> Субподряд/аутсорсинг <input type="checkbox"/> Продажа технологий <input type="checkbox"/> (Вы можете указать свой вариант):
<b>Наличие сертификатов и других документов на реализацию товара за рубежом</b>	
<b>Права на интеллектуальную собственность</b>	<input type="checkbox"/> Авторское право <input type="checkbox"/> Исключительные права <input type="checkbox"/> Секреты производства <input type="checkbox"/> Товарный знак / знак обслуживания <input type="checkbox"/> Изобретение <input type="checkbox"/> Полезная модель



	<input type="checkbox"/> Промышленный образец <input type="checkbox"/> Программа для ЭВМ <input type="checkbox"/> База данных <input type="checkbox"/> Другое (сорт растений и т.д.)
<b>Территория действия патента</b>	<input type="checkbox"/> РФ <input type="checkbox"/> ЕС <input type="checkbox"/> Отдельные страны (укажите):_
<b>Краткая презентация продукции компании (2-3 предложения) для размещения в каталоге предприятий-экспортеров РФ</b>	
<b>Даете ли Вы согласие получать от Центра поддержки экспорта информационную рассылку по электронной почте?</b> <i>Данная рассылка производится по мере необходимости и может включать в себя актуальную информацию относительно новостей в сфере внешнеэкономической деятельности, опросы, запросы на поставку продукции от зарубежных партнеров, а также информацию по планируемым мероприятиям (бизнес-туры, отраслевые выставки, форумы и т.д.)</i>	<input type="checkbox"/> Да, я желаю получать информационную рассылку на электронный адрес (укажите электронный адрес):  <input type="checkbox"/> Нет, прошу не включать мои электронные адреса в рассылку
<b>Даете ли Вы согласие на то, чтобы Центр разместил информацию о Вашей компании на Федеральном Портале внешнеэкономической информации (<a href="http://www.ved.gov.ru/rus_export/russian_exporters/">http://www.ved.gov.ru/rus_export/russian_exporters/</a>) и в Российском экспортном каталоге (<a href="http://ruexport.org/">http://ruexport.org/</a>), а также в публичном реестре экспортеров Челябинской области?</b>	<input type="checkbox"/> Да <input type="checkbox"/> Нет
<b>Даете ли Вы согласие на обработку персональных данных?</b>	<input type="checkbox"/> Да <input type="checkbox"/> Нет

\_\_\_\_\_  
(должность руководителя)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. руководителя)

\_\_\_\_\_  
(подпись)  
М.П.

Приложение № 2 к Положению  
о порядке проведения Конкурсного  
отбора в целях определения перечня субъектов  
малого и среднего предпринимательства Челябинской  
области  
для участия в международных  
выставочно-ярмарочных  
и конгрессных мероприятиях на территории  
Российской Федерации  
и за пределами территории Российской Федерации  
с индивидуальным стендом в 2021 году

Дата заполнения заявки:

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2021 г.

Директору

АНО «Агентство международного  
сотрудничества Челябинской области»

Денисенко В.В.

### ЗАЯВКА

на предоставление поддержки субъектам малого и среднего предпринимательства,  
заинтересованным в международном сотрудничестве

1	Полное наименование организации с указанием организационно-правовой формы	
2	ИНН	
	Сайт компании	(указать адрес интернет-сайта и его язык)
	ФИО участника мероприятия от организации, должность	
	Сотовый телефон, e-mail участника мероприятия от предприятия	
	Опыт участия организации в международных выставках/бизнес-миссиях и результаты участия	(указать название мероприятий и были ли заключены экспортные контракты)
	Официальное наименование международной выставки	
	Страна/город проведения международной выставки	
	Специфика международной выставки	
	Ссылка на официальный сайт международной выставки	
	Запрашиваемая площадь стенда	(указать площадь, запрашиваемую для аренды)
	Планируемая сумма затрат	(сумма затрат на участие в международной выставке на основе подтверждающих документов)
	Перечень необходимого оборудования на стенде	
	Предлагаемая к экспонированию продукция	(указать, какой продукт будет демонстрироваться на стенде)
	Является ли организация производителем экспонируемой	(указать производителя или аффилированное лицо)

	продукции	
	Имеет ли организация право на продажу экспонируемой продукции	(указать действующие сертификаты, лицензии, разрешения организации)
	Дополнительная информация	(указать сведения наградах и достижениях организации, патентах, зарегистрированных товарных знаков и пр.)
	Даете ли Вы согласие на обработку персональных данных?	<input type="checkbox"/> Да <input type="checkbox"/> Нет

Настоящим подтверждаю, что ознакомлен(-а) с Порядком проведения Конкурсного отбора субъектов малого и среднего предпринимательства Челябинской области для организации участия в международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях на территории Российской Федерации и за пределами территории Российской Федерации с индивидуальным стендом.

Обязуемся соблюдать условия предоставления поддержки, в том числе:

1. предоставлять необходимую для оказания услуги информацию.
2. предоставлять по требованию Автономной некоммерческой организации «Агентство международного сотрудничества Челябинской области» в течение 5 календарных дней информацию по результатам и в связи с получением государственной поддержки.

\_\_\_\_\_  
(должность руководителя\*)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. руководителя)

\_\_\_\_\_  
(подпись)  
М.П.

\* Заявку подписывает руководитель организации/индивидуальный предприниматель

Заполняется сотрудником Центра поддержки экспорта:

Заявка получена «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

\_\_\_\_\_  
(подпись сотрудника) (Ф.И.О. сотрудника)

Заявка одобрена/Заявка отклонена «\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

\_\_\_\_\_  
(подпись сотрудника) (Ф.И.О. сотрудника)

Приложение № 3 к Положению  
о порядке проведения Конкурсного  
отбора в целях определения перечня субъектов  
малого и среднего предпринимательства  
Челябинской области  
для участия в международных  
выставочно-ярмарочных  
и конгрессных мероприятиях на территории  
Российской Федерации  
и за пределами территории Российской Федерации  
с индивидуальным стендом в 2021 году

**Центр поддержки экспорта Челябинской области**

**Оценка экспортной зрелости субъекта малого и среднего предпринимательства**

Полное наименование юридического лица			
№	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	<input type="checkbox"/> 1. мы – лидеры на российском рынке в нашем секторе – 4 балла <input type="checkbox"/> 2. наша компания входит в 3-5 ведущих компаний в своем секторе в России – 3 балла <input type="checkbox"/> 3. мы – лидеры в регионе и один из лидеров в стране – 2 балла <input type="checkbox"/> 4. имеем достаточное присутствие в своем регионе, но не представлены в других регионах России – 1 балл <input type="checkbox"/> 5. пытаемся закрепиться и создать присутствие в нашем секторе – 0,1 балла
1.2	Как широко Ваша компания охватила внутренний рынок?	0,13	<input type="checkbox"/> 1. имеем большую клиентскую базу по всей России – 4 балла <input type="checkbox"/> 2. имеем большую клиентскую базу в своем регионе и отдельных ключевых регионах страны – 3 балла <input type="checkbox"/> 3. имеем большую клиентскую базу только в своем регионе – 2 балла <input type="checkbox"/> 4. работаем с несколькими региональными/национальными заказчиками – 1 балл <input type="checkbox"/> 5. работаем с небольшим количеством локальных клиентов – только формируем клиентскую базу – 0,1 балла
1.3	Насколько выросли продажи	0,4	<input type="checkbox"/> 1. более чем на 20% - 4 балла

	Вашей продукции/услуг за последние 3 года (в среднем в году)?		<input type="checkbox"/> 2. на 11-20% - 3 балла <input type="checkbox"/> 3. на 6-10% - 2 балла <input type="checkbox"/> 4. менее чем на 5% - 1 балл <input type="checkbox"/> 5. ноль или отрицательный рост – 0,1 балла
1.4	Какую долю Ваша продукция/услуга занимают сейчас на внутреннем рынке?	0,04	<input type="checkbox"/> 1. свыше 30% - 4 балла <input type="checkbox"/> 2. 15-30% - 3 балла <input type="checkbox"/> 3. 11-14% - 2 балла <input type="checkbox"/> 4. 5-10% - 1 балл <input type="checkbox"/> 5. менее 5% - 0,1 балла
1.5	Является ли Ваша продукция/услуга конкурентоспособной на внутреннем рынке с точки зрения цены?	0,2	<input type="checkbox"/> 1. высококонкурентная как на фоне местной, так и импортной продукции – 4 балла <input type="checkbox"/> 2. достаточно конкурентная, и мы предпринимаем шаги по повышению нашей конкурентоспособности – 3 балла <input type="checkbox"/> 3. в некоторой степени конкурентная – зарубежная продукция может представлять угрозу – 2 балла <input type="checkbox"/> 4. нам непросто конкурировать, особенно с импортной продукцией – 1 балл <input type="checkbox"/> 5. неконкурентная - 0,1 балла
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?	0,1	<input type="checkbox"/> 1. очень выгодно – в высокой степени уникальная продукция, мы работаем над внедрением новых функций и качеств – 4 балла <input type="checkbox"/> 2. очень выгодно – наша продукция/услуги имеют лучшие функции и качества, чем продукция/услуги большинства поставщиков на рынке – 3 балла <input type="checkbox"/> 3. выгодно по некоторым аспектам, но не отличается высокой уникальностью – схожие функции и качества, как и у продукции/услуг большинства поставщиков – 2 балла <input type="checkbox"/> 4. невыгодно – стараемся угнаться за конкурентами – 1 балл <input type="checkbox"/> 5. Не выгодно – 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	<input type="checkbox"/> 1. всегда – 4 балла <input type="checkbox"/> 2. большую часть времени или для большинства видов продукции/услуг/операций – 3 балла <input type="checkbox"/> 3. иногда – 2 балла <input type="checkbox"/> 4. редко – 1 балл

			<input type="checkbox"/> 5. 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	<input type="checkbox"/> 1. очень агрессивно – 4 балла <input type="checkbox"/> 2. относительно агрессивно – 3 балла <input type="checkbox"/> 3. скромно – 2 балла <input type="checkbox"/> 4. не активно – 1 балл <input type="checkbox"/> 5. не занимаемся этим вообще – 0,1 балла
2.3	Есть ли у Вашей компании промо-материалы о Вашей продукции/услугах?	0,5	<input type="checkbox"/> 1. 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 – 4 балла <input type="checkbox"/> 2. да, есть хороший пакет промо-материалов, включая качественный веб-сайт на русском языке, на котором представлены основные виды продукции – 3 балла <input type="checkbox"/> 3. 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 – 2 балла <input type="checkbox"/> 4. у нас есть отдельные брошюры и (или) описание продукции, но еще нет веб-страницы – 1 балл <input type="checkbox"/> 5. 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 руководства или сотрудников опыт работы в маркетинге экспорта или международном бизнесе?	0,25	<input type="checkbox"/> 1. более 1 менеджера/сотрудника со значительным опытом работы в сфере экспорта или международного бизнеса – 4 балла <input type="checkbox"/> 2. 1 менеджер/сотрудник имеют опыт работы в сфере экспорта или международного бизнеса – 3 балла <input type="checkbox"/> 3. один сотрудник имел на предыдущем месте работы некоторый опыт в сфере экспорта или международного бизнеса – 2 балла <input type="checkbox"/> 4. у нас нет сотрудников с опытом

			<p>работы в сфере экспорта или международного бизнеса, но мы планируем нанять такого специалиста – 1 балл</p> <p><input type="checkbox"/> 5. у нас нет сотрудников с опытом работы в сфере экспорта или международного бизнеса и нет возможности сейчас нанять такого специалиста – 0,1 балла</p>
3.2	<p>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?</p>	0,35	<p><input type="checkbox"/> 1. более 1 менеджера/сотрудника в нашей компании говорят на английском языке или официальном языке целевого рынка – 4 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 2. 1 менеджер/сотрудник в нашей компании говорят на английском языке или официальном языке целевого рынка – 3 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 3. 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</p> <p><input type="checkbox"/> 4. в нашей компании нет сотрудников, которые бы говорили на иностранном языке, но мы можем рассмотреть возможность привлечения внешней поддержки – 1 балл</p> <p><input type="checkbox"/> 5. в нашей компании нет сотрудников, которые бы говорили на иностранном языке – не имеем сейчас возможности нанять соответствующих специалистов в штат или привлечь на условиях подряда – 0,1 балла</p>
3.3	<p>Как в Вашей компании решается вопрос с организацией нового экспорта или расширения существующего?</p>	0,25	<p><input type="checkbox"/> 1. нанимаем более 1 дополнительного сотрудника для создания экспортного департамента – 4 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 2. нанимаем 1 дополнительную единицу для управления экспортом – 3 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 3. можем рассмотреть возможность найма в штат дополнительного специалиста, но все еще анализируем ситуацию – 2 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 4. скорее всего мы перераспределим полномочия и обучим существующих</p>



			<p>работников, так как не можем нанимать в штат новых специалистов – 1 балл</p> <p><input type="checkbox"/> 5. если придется экспортировать, экспортом занимался бы 1 из существующих штатных сотрудников в рамках имеющихся организационных структур, так как мы не можем себе позволить нанимать новых людей или перераспределять полномочия среди существующих – 0,1 балла</p>
3.4	Как Вы реализуете или распространяете свою продукцию/услуги на внутреннем рынке?	0,15	<p><input type="checkbox"/> 1. у нас высококвалифицированный персонал по сбыту и дистрибьюторы охватывают наиболее важные регионы – 4 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 2. используем сочетание собственного сбытового персонала и (или) региональных дистрибьюторов в ключевых регионах страны – 3 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 3. используем коммерческих представителей и (или) дистрибьюторов в своем регионе и расширяем свою деятельность в других регионах России – 2 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 4. наша сбытовая сеть охватывает только сбытовой регион – 1 балл</p> <p><input type="checkbox"/> 5. у нас нет никакой сбытовой/дистрибьютерской сети – 0,1 балла</p>
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	<p><input type="checkbox"/> 1. много раз, и мы уже занимаемся соответствующим экспортом – 4 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 2. много раз, и по большинству из них мы работаем, но мы все еще не экспортируем на регулярной основе – 3 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 3. мы получили ряд запросов, но не смогли по ним отработать, так как были ориентированы преимущественно на наш внутренний рынок – 2 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 4. один раз мы получили запрос, но не ответили на него – 1 балл</p> <p><input type="checkbox"/> 5. никогда не получали никаких запросов/заказов из за рубежа – 0,1 балла</p>
4.2	Каков текущий статус Вашей экспортной деятельности?	0,2	<p><input type="checkbox"/> 1. экспорт на несколько зарубежных рынков, который составляет более 10%</p>

			<p>нашего совокупного дохода – 4 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 2. экспорт на один/малое число зарубежных рынков, который составляет менее 10% нашего совокупного дохода – 3 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 3. экспортируем время от времени – 2 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 4. экспортировали только один раз на основании полученного запроса – 1 балл</p> <p><input type="checkbox"/> 5. никогда не занимались экспортом – 0,1 балла</p>
4.3	Обладает ли Ваша компания достаточными производственными мощностями или складскими запасами для удовлетворения спроса на внешних рынках?	0,3	<p><input type="checkbox"/> 1. у нас переизбыток производственных мощностей, которые мы можем ориентировать на зарубежные рынки и (или) готовы инвестировать в создание дополнительных мощностей – 4 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 2. на расширение деятельности на внешних рынках у нас есть инвестиционный план по финансированию дополнительной производственной мощности для удовлетворения зарубежного спроса – 3 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 3. у нас не слишком большой объем свободных мощностей, мы близки к работе на полной мощности – 2 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 4. у нас нет свободных мощностей, но у нас есть складские запасы, которые мы можем реализовать на зарубежных рынках – 1 балл</p> <p><input type="checkbox"/> 5. на данный момент у нас нет достаточных производственных мощностей – 0,1 балла</p>
4.4	Насколько Ваша продукция/услуга дорога при транспортировке на большие расстояния?	0,2	<p><input type="checkbox"/> 1. стоимость транспортировки незначительна относительно цены – 4 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 2. транспортировка обходится не слишком дорого и составляет лишь малую долю в структуре стоимости – 3 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 3. недешево, зависит от объема поставки – 2 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 4. на транспортные издержки приходится значительная доля в структуре цены продукции – 1 балл</p> <p><input type="checkbox"/> 5. очень высокие издержки,</p>

			транспортные издержки являются основной статьей в структуре стоимости продукции – 0,1 балла
4.5	Способна ли Ваша компания организовывать необходимые шеф-монтажные и пуско-наладочные работы (ПНР)/обучение/послепродажное обслуживание для Вашей продукции/услуг на зарубежных рынках?	0,1	<input type="checkbox"/> 1. да, способна и (или) это неактуально для нашей продукции – 4 балла <input type="checkbox"/> 2. да, это не потребует больших вложений – 3 балла <input type="checkbox"/> 3. могли бы, но это потребует инвестиций в создание системы – 2 балла <input type="checkbox"/> 4. это будет сложно, так как потребует действий или инвестиций, которые будет сложно реализовать, наша продукция/услуги требуют очень больших усилий в части ПНР/обучение/послепродажное обслуживание – 1 балл <input type="checkbox"/> 5. 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	<input type="checkbox"/> 1. привержено в высокой степени – уже утвержден план действий – 4 балла <input type="checkbox"/> 2. достаточно привержено – провели первичные исследования – 3 балла <input type="checkbox"/> 3. мы заинтересованы, но еще не предпринимали никаких шагов – 2 балла <input type="checkbox"/> 4. мы бы хотели наладить экспорт, чтобы компенсировать падение внутренних цен и (или) сократить объем складских запасов – 1 балл <input type="checkbox"/> 5. 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	<input type="checkbox"/> 1. до 3 лет – 4 балла <input type="checkbox"/> 2. до 2 лет – 3 балла <input type="checkbox"/> 3. до 1 года – 2 балла <input type="checkbox"/> 4. до 6 месяцев – 1 балл <input type="checkbox"/> 5. нужны немедленные результаты – 0,1 балла
5.3	Проводились ли Вашей компанией какие-либо исследования рынка или какие-либо мероприятия по	0,3	<input type="checkbox"/> 1. да, проведено исследование по изучению общих международных рыночных тенденций/стандартов и специальное исследование ряда ключевых

	продвижению на зарубежные рынки?		<p>потенциальных рынков, а также мероприятия по тестированию зарубежных рынков и продвижению продукции – 4 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 2. проведено первичное исследование ситуации на международном рынке, а также тенденций/стандартов, и мы готовы изучить потенциальные рынки – 3 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 3.еще не проводили каких-либо исследований, но стремимся узнать больше о ситуации на международном рынке и тенденциях/стандартах , относящихся к нашей продукции – 2 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 4.не проводили никаких исследований – 1 балл</p> <p><input type="checkbox"/> 5. у нас нет возможностей или средств для проведения каких-либо исследований – 0,1 балла</p>
5.4	Вы пойдете на адаптацию Вашей продукции/услуг и (или) упаковки под особенности зарубежных рынков?	0,1	<p><input type="checkbox"/> 1. мы уже вкладываемся в такую адаптацию на начальном уровне формирования продукции/услуг/упаковки – 4 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 2. охотно пойдём на такую адаптацию – 3 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 3. мы могли бы рассмотреть возможность некоторой коррекции продукции/услуг/упаковки – 2 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 4.неохотно пошли бы на это – нам очень сложно внедрять изменения – 1 балл</p> <p><input type="checkbox"/> 5. не пойдём на это – не считаем, что могли бы адаптировать свою продукцию/услуги или что следует это сделать – 0,1 балла</p>
6.	Финансовые возможности (весовой коэффициент направления – 0,15)		
6.1	Обладает ли Ваша компания финансовыми ресурсами для осуществления маркетинговой деятельности, дистрибуции или обслуживания внешних рынков?	0,3	<p><input type="checkbox"/> 1. Уже накоплены собственные ресурсы и хороший уровень оборотного капитала, а также имеем доступ к дополнительному финансированию от инвесторов или финансовых учреждений – 4 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 2. Управляем работами на внутреннем рынке, имея адекватный объем оборотного капитала, и можем рассчитывать на поддержку от инвесторов</p>

			<p>или нашего банка для расширения деятельности – 3 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 3. Способны финансировать нашу деятельность на внутреннем рынке, но не уверены в том, что сможем привлечь дополнительные ресурсы для развития на международном рынке – 2 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Работаем в условиях довольно сжатого бюджета – будет сложно финансировать экспортную деятельность – 1 балл</p> <p><input type="checkbox"/> 5. Тяжело финансировать деятельность даже на внутреннем рынке – хронический недостаток оборотного капитала – 0,1 балла</p>
6.2	Какой объем средств Ваша компания может позволить себе тратить на развитие экспорта каждый год?	0,4	<p><input type="checkbox"/> 1. Свыше 3 000 000 руб. – 4 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 2. 1 500 000 – 3 000 000 руб. – 3 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 3. 750 000 – 1 499 000 руб. – 2 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 4. 350 000 – 749 000 руб. – 1 балл</p> <p><input type="checkbox"/> 5. Менее 350 000 руб. – 0,1 балла</p>
6.3	Какие условия отсрочки оплаты Вы могли бы предложить солидным зарубежным покупателям?	0,3	<p><input type="checkbox"/> 1. Более 120 дней – 4 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 2. 90 – 120 дней – 3 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 3. 30 – 89 дней – 2 балла</p> <p><input type="checkbox"/> 4. Оплата при поставке – 1 балл</p> <p><input type="checkbox"/> 5. оплата авансом – 0,1 балла</p>

\_\_\_\_\_  
(должность руководителя)

\_\_\_\_\_  
(Ф.И.О. руководителя)

\_\_\_\_\_  
(подпись)  
М.П.

Приложение № 4 к Положению  
о порядке проведения Конкурсного отбора в целях  
определения перечня субъектов  
малого и среднего предпринимательства  
Челябинской области  
для участия в международных  
выставочно-ярмарочных  
и конгрессных мероприятиях на территории  
Российской Федерации  
и за пределами территории Российской Федерации  
с индивидуальным стендом в 2021 году

**Методика оценки заявок**

на проведение Конкурсного отбора в целях определения перечня субъектов малого и среднего предпринимательства Челябинской области для участия в международных выставочно-ярмарочных и конгрессных мероприятиях на территории Российской Федерации и за пределами территории Российской Федерации с индивидуальным стендом в 2021 году.

№ п/п	Наименование критерия оценки	Показатель	Количество баллов	К- весовой коэффициент оценки критерия
1.	Текущий статус экспортной деятельности – А1	экспорт на несколько зарубежных рынков, который составляет более 10% нашего совокупного дохода, либо экспорт на один/малое число зарубежных рынков, который составляет менее 10% нашего совокупного дохода	3 балла	K1 = 2
		экспортируем время от времени	2 балла	
		экспортировали только один раз на основании полученного запроса или никогда не занимались экспортом	1 балл	
2.	Обладает ли Ваша компания финансовыми ресурсами для осуществления маркетинговой деятельности, дистрибуции или обслуживания внешних рынков? – А2	Уже накоплены собственные ресурсы и хороший уровень оборотного капитала, а также имеем доступ к дополнительному финансированию от инвесторов или финансовых учреждений	3 балла	K2 = 2
		Управляем работами на внутреннем рынке, имея адекватный объем оборотного капитала, и можем рассчитывать на поддержку от инвесторов или нашего банка для расширения деятельности	2 балла	
		Способны финансировать нашу деятельность на внутреннем рынке, но не уверены в том, что сможем привлечь дополнительные ресурсы для развития на международном рынке	1 балл	
3.	Владеют ли сотрудники организации на английском языке или ином языке Вашего целевого рынка, чтобы иметь	более одного менеджера/сотрудника в нашей компании говорят на английском языке или официальном языке целевого рынка	3 балла	K3=1
		один менеджер/сотрудник в нашей компании говорят на	2 балла	

	возможность общаться с потенциальными клиентами и партнерами?	английском языке 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	1 балл	
		в нашей компании нет сотрудников, которые бы говорили на иностранном языке, но мы можем рассмотреть возможность привлечения внешней поддержки	0 баллов	
4.	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	3 балла	K4 = 1,5
		на расширение деятельности на внешних рынках у нас есть инвестиционный план по финансированию дополнительной производственной мощности для удовлетворения зарубежного спроса	2 балла	
		у нас не слишком большой объем свободных мощностей, мы близки к работе на полной мощности	1 балл	
		у нас нет свободных мощностей, но у нас есть складские запасы, которые мы можем реализовать на зарубежных рынках	0 баллов	
5.	Насколько Ваша продукция/услуга дорога при транспортировке на большие расстояния?	стоимость транспортировки незначительна относительно цены	3 балла	K5 = 1
		транспортировка обходится не слишком дорого и составляет лишь малую долю в структуре стоимости	2 балла	
		недешево, зависит от объема поставки	1 балл	
		на транспортные издержки приходится значительная доля в структуре цены продукции	0 баллов	
6.	Как часто в Вашей компании проводятся рыночные исследования и планирование деятельности на внутреннем рынке?	всегда	3 балла	K6=1
		большую часть времени или для большинства видов продукции/услуг/операций	2 балла	
		иногда	1 балл	
		редко	0 баллов	

Общая сумма баллов по каждой организации определяется по следующей формуле:

$I = A_i^j * K_i$ , где

$I$  – суммарный балл по организации;

$i$  – порядковый номер критерия оценки;

$j$  – порядковый номер организации;

$A$  – критерий оценки, в баллах;

$K$  – весовой коэффициент оценки критерия.