

Методика определения критериев ранжирования участников Конкурса – соискателей Премии

Матрица единых критериев оценки экспортной зрелости содержит перечень вопросов для соискателей Премии.

Вопросы для соискателей Премии объединены в группы для соответствующих номинаций по степени влияния на экспортную зрелость соискателя Премии. Каждый группе был присвоен балл.

Вопросы наделены весом по степени значимости и имеют балл, соответствующий градации: 0,4; 0,3; 0,1; 0,15; 0,05.

Для номинаций «Прорыв года» и «Новая география» предусмотрен отдельный перечень вопросов и баллы, соответствующие градации по степени значимости: 0,5; 0,4.

Для номинации «Ответственный экспортер (ESG)» предусмотрен отдельный перечень вопросов и баллы, соответствующие градации по степени значимости: 0,5; 0,2.

Для номинации «Лучший экспортер в сфере электронной торговли» предусмотрен отдельный перечень вопросов и баллы, соответствующие градации по степени значимости: 0,5; 0,2.

Диапазон возможных ответов участников Конкурса – соискателей Премии: от 0 до 5, где 0 – отрицательный ответ («нет», «не имею», «не участвовал» и т.п.), а 5 – максимальный балл.

По результатам суммы баллов по каждому вопросу, скорректированному на вес ответа соискателя Премии, производится ранжирование по убыванию от максимального результата среди соискателей Премии.

**Критерии ранжирования участников Конкурса – соискателей
Премии по следующим номинациям: «Экспортер года в сфере
промышленности», «Экспортер года в сфере машиностроения»,
«Экспортер года в сфере базовой продукции АПК», «Экспортер года в
сфере готовой продукции АПК (высокие переделы)», «Экспортер года в
сфере услуг», «Треjder года», «Лучшая женщина-экспортер»,
«Лучший молодой предприниматель-экспортер»**

№	Вес вопроса	Вопрос	Вес ответа
Оценка экспортной деятельности			
1.	0,4	Объем экспорта продукции в ценах реализации за предыдущий отчетный год	1 – 5
2.	0,4	Доля экспорта в общей выручке компании за предыдущий отчетный год	1 – 5
3.	0,3	Осуществление экспортной деятельности более 3-х лет	0 – 1
4.	0,3	Номенклатура экспортной продукции/услуг	1 – 5
5.	0,3	Количество стран, куда экспортируется продукция	1 – 5
6.	0,3	Наличие зарубежных товарных знаков	0 – 1
7.	0,3	Наличие зарубежных патентов	0 – 1
8.	0,3	Наличие инфраструктуры поддержки продукции за рубежом	0 – 2
9.	0,1	Наличие исключительно экспортного продукта	0 – 1
10.	0,15	Статус победителя (1-е место) или призера (2-е и 3-е места) региональных конкурсов «Экспортер года» в текущем году	0 – 1
11.	0,15	Заявка на соискание премии от субъекта Российской Федерации, в котором расположены ключевые производственные мощности, обеспечивающие экспортные поставки	0 – 1
12.	0,15	Наличие сертификата соответствия добровольных систем сертификации «Сделано в России» либо региональных добровольных систем сертификации «Сделано в ...», срок действия которых включает период года, предшествующего году проведения Конкурса	0 – 1
Оценка международного продвижения			
13.	0,15	Наличие за предыдущий отчетный год положительных публикаций в иностранных СМИ	0 – 1
14.	0,15	Наличие в предыдущем отчетном году рекламы за	0 – 5

		рубежом	
15.	0,15	Участие за предыдущий отчетный год в международных выставках, конференциях, форумах	0 – 1
16.	0,05	Наличие сайта компании на иностранных языках	0 – 1
17.	0,05	Использование международных электронных торговых площадок	0 – 1
18.	0,05	Наличие стратегии работы/расширения работы на внешних рынках	0 – 1
19.	0,05	Наличие международных наград и премий	0 – 1
20.	0,05	Наличие отдельной PR-стратегии по продвижению	0 – 1
21.	0,05	Наличие аккаунтов в социальных медиа	0 – 3
Уровень экспортной активности			
22.	0,4	Появление за предыдущий отчетный год новых экспортных продуктов	0 – 3
23.	0,4	Появление за предыдущий отчетный год новых стран для экспорта	0 – 3
24.	0,3	Увеличение за предыдущий отчетный год количества иностранных покупателей	0 – 1
25.	0,3	Наличие динамики роста объемов экспорта в предыдущем отчетном году в сравнении с годом, предшествующим ему	0 – 3

Критерии ранжирования участников Конкурса – соискателей Премии по следующим номинациям: «Прорыв года», «Новая география»

Уровень экспортной активности			
№	Вес вопроса	Вопрос	Вес ответа
1.	0,5	Появление за предыдущий отчетный год новых экспортных продуктов	0 – 3
2.	0,5	Появление за предыдущий отчетный год новых стран для экспорта	0 – 3
3.	0,4	Увеличение за предыдущий отчетный год количества иностранных покупателей	0 – 1
4.	0,4	Наличие динамики роста объемов экспорта в предыдущем отчетном году в сравнении с годом, предшествующим ему	0 – 3

Критерии ранжирования участников Конкурса – соискателей Премии по номинации «Ответственный экспортер (ESG)» в категории МСП

№	Вес	Вопрос	Вес
----------	------------	---------------	------------

	вопроса		ответа
1.	0,5	Наличие раскрытой информации об устойчивом развитии на внешнем сайте, включая информацию на иностранных языках	0 – 1
2.	0,5	Наличие отчетности об устойчивом развитии	0 – 1
3.	0,5	Членство в международных организациях / инициативах, связанных с устойчивым развитием / ответственным ведением бизнеса	0 – 3
4.	0,5	Наличие требований к поставщикам в части ESG / ответственного ведения бизнеса	0 – 1
5.	0,5	Наличие ESG рейтинга	0 – 2
6.	0,2	Наличие оценки воздействия деятельности компании на окружающую среду или расчета собственного углеродного следа и углеродной интенсивности продукции, а также положительной динамики сокращения выбросов парниковых газов в течение периода 3 лет	0 – 2
7.	0,5	Наличие экологической политики компании	0 – 1
8.	0,5	Наличие системы управления отходами	0 – 2
9.	0,2	Наличие внутренней политики компании, покрывающей вопросы, связанные с правами человека и трудовыми правами	0 – 1
10.	0,2	Наличие сформированного комплекса мер, направленного на защиту прав потребителей, или реализация компанией мер по защите прав потребителей	0 – 1
11.	0,2	Наличие антикоррупционной политики, включение антикоррупционных оговорок в заключаемые договора	0 – 1
12.	0,5	Наличие сертификатов соответствия системы экологического менеджмента и/или по охране здоровья и безопасности труда на рабочем месте и иных, в т.ч. ISO 14000, 14001, 26000, 45001, др.	0 – 1

**Критерии ранжирования участников Конкурса – соискателей
Премии по номинации «Ответственный экспортер (ESG)» в категории
крупный бизнес**

№	Вес вопроса	Вопрос	Вес ответа
1.	0,5	Наличие раскрытой информации о деятельности компании в области устойчивого развития на внешнем сайте, включая информацию на иностранных языках	0 – 1
2.	0,5	Наличие отчетности об устойчивом развитии	0 – 1

3.	0,5	Членство в международных организациях / инициативах, связанных с устойчивым развитием / ответственным ведением бизнеса	0 – 3
4.	0,5	Наличие требований к поставщикам в части ESG / ответственного ведения бизнеса	0 – 1
5.	0,5	Наличие ESG рейтинга	0 – 2
6.	0,5	Наличие корпоративных документов, регламентирующих стратегию / политику компании в отношении устойчивого развития и ESG	0 – 1
7.	0,5	Наличие системы управления отходами	0 – 2
8.	0,5	Наличие эффективной системы управления водными ресурсами	0 – 1
9.	0,5	Наличие расчета общего показателя выбросов парниковых газов, собственного углеродного следа и углеродного следа продукции (любого из показателей)	0 – 2
10.	0,5	Осуществление модернизации производств за последние 3 года, эффект от проведенных работ	0 – 1
11.	0,5	Использование в рамках производства НДТ и аналогичных практик	0 - 1
12.	0,2	Раскрытие информации в соответствии со стандартом TCFD	0 – 1
13.	0,5	Наличие внутренней политики компании, покрывающей вопросы, связанные с правами человека и трудовыми правами	0 - 1
14.	0,5	Наличие проводимых социальных мероприятий, проведенных за предыдущий год, обозначить социальный эффект от реализации данных мероприятий	0 – 1
15.	0,2	Наличие в открытом доступе описания бизнес модели	0 – 1
16.	0,2	Наличие в открытом доступе стратегии деятельности компании и ее реализации	0 – 1
17.	0,5	Наличие в стратегии целей и задач, связанных с климатическими целями	0 – 1
18.	0,5	Наличие закрепленных в стратегии или иных документах релевантных ЦУР ООН, применимых к деятельности компании	0 – 1

**Критерии ранжирования участников Конкурса – соискателей
Премии по номинации
«Лучший экспортер в сфере электронной торговли»**

№	Вес	Вопрос	Вес
---	-----	--------	-----

	вопроса		ответа
1.	0,2	Уровень готовности к экспортной электронной торговле	0 – 2
2.	0,5	Количество экспортно ориентированных международных маркетплейсов, на которых размещена продукция	0 – 3
3.	0,5	Количество стран, куда поставляется продукция через экспортно ориентированные международные маркетплейсы	0 – 5
4.	0,5	Объем экспортных продаж через экспортно ориентированные международные маркетплейсы	0 – 5
5.	0,2	Количество товарных позиций, размещенных на экспортно ориентированных международных маркетплейсах	0 – 3
6.	0,2	Какой процент экспортных продаж приходится на экспортно ориентированные международные маркетплейсы	0 – 5
7.	0,2	Размещена ли продукция компании в Национальных магазинах (специальный проект РЭЦ)	0 – 3