ПРИЛОЖЕНИЕ № 2

к документации Конкурса

МЕТОДИКА

определения критериев ранжирования участников Конкурса

Матрица единых критериев оценки экспортной зрелости содержит перечень вопросов для участников Конкурса.

Вопросы, имеющие ключевое значение, наделены весом – 0,5. Далее предлагается нисходящая градация в следующей цифровой последовательности: 0,4; 0,3; 0,2; 0,15; 0,1; 0,05.

Диапазон возможных ответов участников Конкурса: от 0 до 5, где 0 – отрицательный ответ, а 5 – максимальный балл.

Критерии ранжирования участников Конкурса по следующим номинациям:
"Экспортер года в сфере промышленности", "Экспортер года в сфере
агропромышленного комплекса", "Экспортер года в сфере услуг",
"Экспортер года в сфере высоких технологий"

| №п/п | Весвопроса | Вопрос | Вес ответа |
| --- | --- | --- | --- |
| Оценка экспортной деятельности |
| 1. | 0,5 | Объем экспорта продукции (услуг) в ценах реализации за предыдущий отчетный год | 1 – 5 |
| 2.  | 0,5 | Степень передела экспортной продукции | 1 – 3 |
| 3. | 0,4 | Номенклатура экспортной продукции/услуг, количество позиций экспортной продукции  | 1 – 5 |
| 4. | 0,4 | Доля экспорта в общей выручке компании за предыдущий отчетный год | 1 – 5 |
| 5. | 0,3 | Наличие обязательных документов сертификации  | 0 – 1 |
| 6. | 0,3 | Наличие зарубежных товарных знаков | 0 – 1 |
| 7. | 0,3 | Наличие зарубежных патентов | 0 – 1 |
| 8. | 0,15 | Наличие сертификата происхождения товара (только для номинаций "высокотех" и "промышленность") | 0 – 1 |
| 9. | 0,1 | Наличие исключительно экспортного продукта | 0 – 1 |
| 10. | 0,1 | Участие в программе "Made in Russia" | 0 – 1 |
| 11. | 0,1 | Статус победителя (призера) краевого конкурса "Лучший экспортер года Хабаровского края" | 0 – 1 |
| Оценка международного продвижения |
| 12. | 0,1 | Использование международных электронных торговых площадок | 0 – 1 |
| 13. | 0,1 | Наличие сайта компании на иностранных языках  | 0 – 1 |
| 14. | 0,1 | Участие в международных выставках, конференциях, форумах | 0 – 1 |
| 15. | 0,05 | Наличие промо-материалов о продукции на иностранных языках | 0 – 1 |
| 16. | 0,05 | Наличие рекламы за рубежом | 0 – 5 |
| 17. | 0,05 | Наличие международных наград и премий | 0 – 1 |
| 18. | 0,05 | Наличие стратегии работы/расширения работы на внешних рынках | 0 – 1 |
| Уровень экспортной активности |
| 19. | 0,1 | Появление за предыдущий отчетный год новых экспортных продуктов | 0 – 3 |
| 20. | 0,1 | Появление за предыдущий отчетный год новых стран для экспорта | 0 – 3 |
| 21. | 0,1 | Прирост экспорта по итогам 2020 года к уровню 2019 года | 0 – 3 |

Критерии ранжирования участников Конкурса в номинации "Прорыв года"

| №п/п | Вес вопроса | Вопрос | Вес ответа |
| --- | --- | --- | --- |
| Оценка экспортной деятельности |
| 1. | 0,3 | Объем экспорта продукции в ценах реализации за предыдущий отчетный год | 1 – 5 |
| 2. | 0,2 | Степень передела экспортной продукции | 1 – 3 |
| 3. | 0,1 | Доля экспорта в общей выручке компании за предыдущий отчетный год  | 1 – 5 |
| 4. | 0,1 | Номенклатура экспортной продукции/услуг  | 1 – 5 |
| Оценка международного продвижения |
| 5. | 0,1 | Наличие сайта компании на иностранных языках  | 0 – 1 |
| 6. | 0,1 | Использование международных электронных торговых площадок | 0 – 1 |
| 7. | 0,1 | Наличие рекламы за рубежом | 0 – 5 |
| 8. | 0,1 | Участие в международных выставках, конференциях, форумах | 0 – 1 |
| Уровень экспортной активности |
| 9. | 0,5 | Прирост экспорта по итогам 2020 года к уровню 2019 года | 0 – 3 |
| 10. | 0,1 | Появление за предыдущий отчетный год новых экспортных продуктов | 0 – 3 |
| 11. | 0,1 | Появление за предыдущий отчетный год новых стран для экспорта | 0 – 3 |

Критерии ранжирования участников Конкурса в номинации "Новая география"

| №п/п | Вес вопроса | Вопрос | Вес ответа |
| --- | --- | --- | --- |
| Оценка экспортной деятельности |
| 1. | 0,3 | Объем экспорта продукции в ценах реализации за предыдущий отчетный год | 1 – 5 |
| 2. | 0,2 | Степень передела экспортной продукции | 1 – 3 |
| 3. | 0,1 | Доля экспорта в общей выручке компании за предыдущий отчетный год  | 1 – 5 |
| 4. | 0,1 | Номенклатура экспортной продукции/услуг  | 1 – 5 |
| Оценка международного продвижения |
| 5. | 0,1 | Наличие сайта компании на иностранных языках  | 0 – 1 |
| 6. | 0,1 | Использование международных электронных торговых площадок | 0 – 1 |
| 7. | 0,1 | Наличие рекламы за рубежом | 0 – 5 |
| 8. | 0,1 | Участие в международных выставках, конференциях, форумах | 0 – 1 |
| Уровень экспортной активности |
| 9. | 0,5 | Появление за предыдущий отчетный год новых стран для экспорта | 0 – 3 |
| 10. | 0,1 | Появление за предыдущий отчетный год новых экспортных продуктов | 0 – 3 |
| 11. | 0,1 | Прирост экспорта по итогам 2020 года к уровню 2019 года | 0 – 3 |

Критерии ранжирования участников Конкурса в номинации "Трейдер года"

| №п/п | Весвопроса | Вопрос | Вес ответа |
| --- | --- | --- | --- |
| Оценка экспортной деятельности |
| 1. | 0,5 | 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. | 0,2 | Номенклатура экспортной продукции/услуг  | 1 – 5 |
| 4. | 0,2 | Наличие зарубежных товарных знаков | 0 – 1 |
| 5. | 0,2 | Степень передела экспортной продукции | 1 – 3 |
| 6. | 0,2 | Наличие обязательных документов сертификации  | 0 – 1 |
| 7. | 0,2 | Наличие зарубежных патентов | 0 – 1 |
| 8. | 0,2 | Наличие исключительно экспортного продукта | 0 – 1 |
| Оценка международного продвижения |
| 9. | 0,2 | Использование международных электронных торговых площадок | 0 – 1 |
| 10. | 0,2 | Участие в международных выставках, конференциях, форумах | 0 – 1 |
| 11. | 0,15 | Наличие рекламы за рубежом | 0 – 5 |
| 12. | 0,1 | Наличие сайта компании на иностранных языках  | 0 – 1 |
| 13. | 0,1 | Наличие промо-материалов о продукции на иностранных языках | 0 – 1 |
| 14. | 0,05 | Наличие международных наград и премий | 0 – 1 |
| 15. | 0,05 | Наличие стратегии работы/расширения работы на внешних рынках | 0 – 1 |
| Уровень экспортной активности |
| 16. | 0,4 | Появление за предыдущий отчетный год новых экспортных продуктов | 0 – 3 |
| 17. | 0,1 | Прирост экспорта по итогам 2020 года к уровню 2019 года | 0 – 3 |
| 18. | 0,1 | Появление за предыдущий отчетный год новых стран для экспорта | 0 – 3 |

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