

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ
организации и проведения Ежегодного конкурса годовых отчетов
RAEX («РАЭКС-Аналитика»)

1. Общие положения.

- 1.1. Под годовой отчетностью понимается годовой отчет (ГО) компании, организации, учебного заведения, включающий в себя, если таковые имеются, отчет об устойчивом развитии (социальный отчет), экологический отчет, ESG-отчет и др.
- 1.2. Цель Ежегодного конкурса ГО (далее — Конкурс) — выявление актуальных трендов в публичной нефинансовой годовой отчетности и лучших практик, их популяризация.
- 1.3. Организатором Конкурса является рейтинговое агентство RAEX («РАЭКС-Аналитика»).
- 1.4. Сроки проведения Конкурса: с июля по декабрь 2025 года.
- 1.5. Официальной страницей для размещения информации о Конкурсе, аналитических исследований и иных материалов является www.raex-rr.com.

2. Критерии допуска к участию в Конкурсе. Сбор заявок.

- 2.1. Подать заявку на участие в Конкурсе может любая компания или организация, зарегистрированная в РФ в соответствии с действующим законодательством. Для подачи заявки необходимо заполнить форму, размещенную на сайте Конкурса (для компаний, для вузов, для НКО).
- 2.2. Срок подачи заявок: до **1 ноября 2025 года**.
- 2.3. Адрес доставки ГО участников Конкурса указан на его официальной странице на сайте www.raex-rr.com.

3. Номинации. Принципы формирования жюри.

- 3.1. Победители Конкурса определяются в следующих номинациях:
 - «Лучший годовой отчет» (отдельно в финансовом и нефинансовом секторе);
 - «Лучший интегрированный годовой отчет»;
 - «Лучший интерактивный годовой отчет»;
 - «Лучший годовой отчет в области устойчивого развития»;
 - «Лучшая практика подготовки годовых отчетов образовательных организаций»;
 - «Лучшая практика подготовки годовых отчетов благотворительных и социально ориентированных НКО»;
 - «Дизайн и полиграфия».

По итогам Конкурса также могут быть определены победители в дополнительных номинациях, определяемых организатором Конкурса.

- 3.2. Для определения победителей в номинациях организатором из числа независимых профессиональных экспертов формируется жюри Конкурса,

состоящее не менее чем из 3 человек (жюри-1). Членами жюри не могут быть представители оцениваемых компаний.

Для определения победителей в номинации «Лучший интегрированный годовой отчет» формируется отдельное жюри (жюри-2) в количестве не менее 3 человек из числа ведущих сотрудников дизайнерских компаний, имеющих не менее чем пятилетний опыт работы над подготовкой и оформлением ГО.

3.3. Жюри-1 и жюри-2 выбирают победителей из числа участников рейтинга, формируемого на методологических принципах, обозначенных в п. 4.

ГО компаний, приславших ГО для участия в Конкурсе, но не попавших в число первых ста участников рейтинга, к голосованию не допускаются.

Победители в номинациях «Лучший годовой отчет» и «Лучший интерактивный годовой отчет» выявляются отдельно для ГО компаний финансового и нефинансового сектора.

4. Методологические принципы создания рейтингов годовых отчетов.

4.1. Методика оценки отчетов коммерческих организаций.

Подход к оцениванию годовой отчетности (публичной нефинансовой отчетности) коммерческих компаний заключается в анализе совокупности факторов, влияющих на перспективы роста потенциальной стоимости компании, который базируется на реализации стратегии развития компании ее менеджментом.

В рейтинге дана оценка ПНО, представленной в том виде и в той комплектации, в каковых ГО был заявлен на Конкурс. Дополнительные тома, сопровождающие годовой отчет (отчеты об устойчивом развитии и корпоративной социальной ответственности, экологический отчет, ESG-отчет и пр.), оцениваются в комплексе с годовым отчетом лишь в том случае, если они заявлены и присланы на Конкурс.

Содержание годовой отчетности компаний анализируется по следующим основным критериям функционирования компании.

Критерий «позиционирование на рынке» — оценивается информационная насыщенность по направлениям:

- макроэкономические факторы, влияющие на рынок и бизнес компании;
- описание конкурентной среды и рыночная доля компаний;
- перспективы роста рынка в целом и изменения конкурентной среды.

Критерий «стратегия бизнеса» — оценивается информационная насыщенность по направлениям:

- миссия и конкретные формулировки основных положений стратегии развития применительно к особенностям бизнеса компании;
- цели и задачи компании за отчетный период и достигнутые результаты;
- стратегические приоритеты на следующий год и на три-пять лет вперед;
- корпоративное управление;
- бизнес-модель.

Критерий «деятельность по созданию стоимости» — оценивается информационная насыщенность по направлениям:

- производственная деятельность и результаты работы по сегментам бизнеса;
- реализация инвестиционных проектов и перспективы их продвижения в следующем году и на три-пять лет вперед;
- инновации и их внедрение;
- риск-менеджмент, система управления рисками и результаты ее действия;
- финансово-экономическое положение компании;
- рынок ценных бумаг компании и рыночная капитализация.

Критерий «устойчивое развитие» — оценивается информационная насыщенность по направлениям:

- взаимодействие компании с клиентами, сбытовая и маркетинговая политика;
- создание и функционирование цепи поставок, взаимодействие с поставщиками и подрядчиками;
- персонал (характеристика, социальные гарантии, мотивация и развитие);
- охрана труда, обеспечение здоровья и безопасности на рабочих местах, травматизм;
- природоохранная деятельность, экологические мероприятия по снижению негативного воздействия на окружающую среду;
- работа в области промышленной безопасности, меры по предотвращению промышленных аварий;
- энергоэффективность и энергосбережение;
- вклад в социально-экономическое развитие регионов деятельности;
- социальная политика и взаимодействие с сообществами.

Критерий «наличие формальной информации» — фиксируется наличие следующей информации:

- обзоры важнейших решений собраний акционеров, совета директоров и комитетов;
- перечень, характеристики крупных сделок и сделок с заинтересованностью;
- сведения о соблюдении компанией кодекса корпоративного поведения;
- бухгалтерская отчетность по РСБУ, а также по МСФО или GAAP и аудиторские заключения к ней;
- таблица соответствия текста отчета показателям руководств GRI по подготовке отчетов об устойчивом развитии (социальных отчетов);
- наличие англоязычной версии отчета;
- глоссарий и список сокращений.

Четкость и степень структурирования информации в соответствии с общепринятыми типовыми разделами годовой отчетности также принимаются во внимание.

Компания получает оценку своего ГО в зависимости от качества его исполнения. Та или иная оценка находится в своем рейтинговом классе, каждый из которых имеет определенное количество звезд:

- «5 звезд» (наивысшее качество ГО);
- «4 звезды» (очень высокое качество ГО);
- «3 звезды» (высокое качество ГО);
- «2 звезды» (приемлемое качество ГО);
- «1 звезда» (удовлетворительное качество ГО).

В каждом классе рейтинга указаны названия компаний, чьи отчеты вошли в этот класс. Все наименования в каждом рейтинговом классе списка расположены по алфавиту. При наличии в рейтинговом классе компаний, чье название дано латиницей, их ГО располагаются в начале рейтингового класса также в алфавитном порядке.

4.2. Методика оценки отчетов благотворительных и социальных НКО.

Годовые отчеты благотворительных и социальных НКО оцениваются с точки зрения наличия и полноты раскрытия информации по следующим критериям.

Наличие и содержательность обращения первых лиц НКО.

Общая информация об НКО:

- наличие полной контактной информации и реквизитов НКО;
- раскрытие информации об учредителях НКО;
- раскрытие информации о руководящих и наблюдательных органах НКО и их персональном составе (желательно с краткими биографиями);
- раскрытие информации о структуре управления НКО;
- раскрытие информации о (как минимум) ключевых сотрудниках НКО (желательно с краткими биографиями и контактными данными).

Миссия, цели и задачи НКО:

полнота раскрытия информации о реализуемых благотворительных программах (приоритетных направлениях оказания благотворительной помощи) в привязке к целям и задачам деятельности НКО.

Раскрытие информации о благотворительных программах, реализуемых НКО.

- Качество и полнота описания целей и задач отдельных постоянных и временных благотворительных программ, обоснование актуальности проблем, решаемых в рамках благотворительных программ, раскрытие информации о планировавшихся результатах реализации программ в течение отчетного периода.
- Раскрытие информации о конкретных исчисляемых качественных результатах реализации благотворительных программ за отчетный период.

- Наличие в описании благотворительных программ самооценки результативности их реализации за отчетный период (план-факта), если такая оценка возможна исходя из специфики данной программы.
- Удобство представления и корректность количественных и качественных данных, характеризующих эффективность реализуемых благотворительных программ, представление количественных показателей в динамике там, где это возможно, наличие в отчете исчерпывающих комментариев к этим данным.

Качество раскрытия информации о продвижении НКО в СМИ и социальных сетях.

Качество раскрытия информации об источниках поступлений в НКО и организации взаимодействия с ключевыми партнерами НКО:

- раскрытие информации о применяемых инструментах фандрайзинга (в тех случаях, если НКО занимается фандрайзингом) и оценка их эффективности;
- раскрытие информации о проводимых партнерских мероприятиях и программах.

Качество опубликованной в ГО финансовой отчетности за отчетный период.

Информативность отчетности о поступлениях за отчетный период, в том числе в разрезе отдельных источников поступлений в НКО.

Информативность отчетности о расходах НКО за отчетный период, в том числе:

- наличие аналитической отчетности о программных расходах и прочих расходах на благотворительную деятельность в разрезе отдельных программ или направлений деятельности, а также в разрезе отдельных видов расходов;
- наличие и качество аналитической отчетности о непрограммных расходах (расходах на собственную деятельность) НКО в разрезе отдельных видов расходов, в том числе раскрытие расходов на рекламу и маркетинг, на фандрайзинг и на оплату труда сотрудников НКО. Особое значение эта информация имеет в тех случаях, когда значительная доля поступлений НКО формируется за счет фандрайзинга.

Представление ключевых финансовых показателей в динамике.

Доступность, понятность и структурированность раскрытия информации в ГО (информативность и уместность стиля текста ГО, качество, уместность и понятность приводимых в ГО инфографики и иллюстраций):

- наличие четкой структуры ГО;
- наличие содержания (оглавления);
- наличие дополнительной навигации (ссылок) внутри разделов.

4.3. Методика оценки отчетов высших учебных заведений (университетов).

В основе оценки качества ПНО вузов лежит полнота представленности в документе сведений о деятельности и достижениях вуза в сфере образования, научно-исследовательской деятельности и взаимодействии с обществом.

К оценке не принимаются документы вузов, разработанные в рамках обязательной ведомственной и статистической отчетности. Структура, информационная

насыщенность, манера подачи, представление о потенциальной аудитории годового отчета вуза в рамках ГО должны формироваться им самостоятельно.

Отчеты оцениваются с точки зрения наличия и полноты раскрытия следующих критериев и информации.

Общая информация о вузе. Структура управления:

- наличие и содержательность обращения первых лиц вуза;
- наличие полной контактной информации и реквизитов вуза;
- раскрытие информации о структуре, руководстве вуза и его персональном составе (желательно с краткими биографиями);
- количественная информация, дающая представление о масштабах образовательной и научной деятельности вуза, его месте в мире, стране, регионе, — вуз в зеркале актуальных цифр;
- краткая историческая справка о наиболее выдающихся достижениях вуза, его преподавателях и выпускниках.

Рейтинги, награды:

- информация о местах в международных и отечественных рейтингах;
- информация о наиболее ярких, отмеченных отечественными и международными премиями (дипломами, прочими видами поощрений) достижениях вуза, его сотрудников и учащихся.

Миссия, видение, ценности:

сжатое, но емкое изложение основных стратегических целей и путей их достижения в тесной увязке с планами развития высшей школы, страны, регионов присутствия вуза.

Образовательная деятельность:

- результаты деятельности факультетов и кафедр, иных значимых структурных подразделений за отчетный период;
- издание учебников, онлайн-курсов;
- участие в межвузовском сотрудничестве.

Научно-исследовательская деятельность:

- результаты, достижения и планы развития по основным направлениям научно-исследовательской деятельности; полученные за отчетный период патенты и лицензии с кратким описанием сути открытых;
- деятельность по развитию инновационных направлений/подразделений вуза.

Международное сотрудничество:

- основные проекты, реализуемые вузом в сотрудничестве с зарубежными партнерами;
- информация об иностранных студентах и аспирантах, зарубежных филиалах;
- научная активность в зеркале цитируемости.

Вуз и общество.

Полнота и представленность информации по следующим направлениям:

- вовлеченность в реализацию национальных, региональных и местных проектов;
- внеучебная активность учащихся, основные студенческие объединения и их достижения;
- данные об уровне востребованности выпускников работодателями; формы и результаты сотрудничества с работодателями, участия в экономической и социальной жизни страны/региона/муниципалитета.

Материальная база:

- сведения об основных фондах (территории, научных корпусах, общежитиях, спортивных сооружениях, научно-исследовательских лабораториях, уникальном научном оборудовании и т. п.);
- сведения о библиотечном и музейно-выставочном фонде.

Общие финансовые сведения:

- основные сведения, дающие возможность получить представление о перспективах развития вуза с точки зрения источников финансирования, включая бюджетные;
- эндаумент;
- прочие внебюджетные источники финансирования, в т. ч. поступления от результатов научно-исследовательской деятельности.

Доступность, понятность и структурированность раскрытия дополнительной информации в ГО:

- информативность и уместность стиля текста ГО, качество, уместность и понятность приводимых в ГО инфографики и иллюстраций;
- наличие четкой структуры ГО;
- наличие содержания (оглавления);
- наличие дополнительной навигации (ссылок) внутри разделов.

5. Публикация итогов Конкурса.

Информация о победителях в основных и дополнительных номинациях, а также рейтинг ГО публикуются на официальном сайте Конкурса в день проведения церемонии награждения. Организатор оставляет за собой право публиковать агрегированные результаты рейтинга с разбивкой на группы.