



МЕТОДОЛОГИЈА ИЗБОРА НАЈБОЉИХ БРЕНДОВА У АКЦИЈИ
НАЈБОЉЕ ИЗ СРБИЈЕ 2016

Садржај

1. Категорије за номинацију	1
2. Критеријуми за избор најбољих брендова	2
А) Тржишно-финансијски критеријуми (критеријуми успешности пословања)	3
Б) Перцепције испитаника (потрошача, пословних партнера, стручне јавности)	8
В) Слободне оцене чланова жирија	9
Г) Коначан пласман	9

1. Категорије за номинацију

Табела 1 – Категорија у којима се бирају најбољи у акцији „Најбоље из Србије 2016“

<p>РОБНИ БРЕНД</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Роба свакодневне потрошње - Храна: специјална статуа за победника, промоција у малопродајним ланцима (<i>Top Corner</i>); 2. Роба свакодневне потрошње - Пиће: специјална статуа за прво место, промоција у малопродајним ланцима (<i>Top Corner</i>); 3. Роба свакодневне потрошње - Хемија, козметика, фармацеутски и остали производи: специјална статуа за прво место, промоција у водећим малопродајним ланцима за остале награђене (<i>Top Corner</i>) – уколико природа производа дозвољава; 4. Производи за кућу и трајна потрошна добра, специјална статуа 5. Одећа, текстил и обућа, специјална статуа 6. Производна добра и пословне услуге, специјална статуа 7. Трговинска робна марка, специјална статуа 8. Увођење новог бренда, специјална статуа 9. Страни робни бренд који се производи у Србији, специјална статуа 10. Најбољи локални бренд, специјална статуа; 11. Најбољи бренд са заштићеним географским пореклом, специјална статуа;
<p>КОРПОРАТИВНИ БРЕНД - ПРЕДУЗЕЋА</p>	<ol style="list-style-type: none"> 12. Роба свакодневне потрошње - Храна: специјална статуа; 13. Роба свакодневне потрошње - Пиће: специјална статуа; 14. Роба свакодневне потрошње - Хемија, козметика, фармацеутски и остали производи: специјална статуа; 15. Производи за кућу и трајна потрошна добра, специјална статуа; 16. Одећа, текстил и обућа, специјална статуа; 17. Производна добра и пословне услуге, специјална статуа; 18. Услужна предузећа - велика (без обзира на делатност, сем производних/пословних услуга), специјална статуа; 19. Услужна предузећа - мала и средња (без обзира на категорију услуга, сем производних/пословних услуга), специјална статуа; 20. Најуспешније увођење стартап предузећа, специјална статуа
<p>ОСТАЛЕ КАТЕГОРИЈЕ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 21. Најбољи извозник - велика предузећа, специјална статуа; 22. Најбољи извозник - мала и средња предузећа, специјална статуа; 23. Најбоља туристичка манифестација у функцији промоције Србије, специјална статуа; 24. Најбоља привредна манифестација у функцији промоције Србије, специјална статуа;

2. Критеријуми за избор најбољих брендова

Максималан број поена које предузеће/бренд може освојити је 100. Поени се добијају на основу неколико група критеријума и већег броја подкритеријума. Групе критеријума за избор победника у овогодишњој акцији „Најбоље из Србије” су: тржишно-финансијски критеријуми, перцепције испитаника и оцене стручног жирија. У табели 2 је приказана расподела поена, у зависности од категорије у којој је предузеће са својим брендovima номиновано.

Табела 2 – Расподела поена, у зависности од категорије у којој је предузеће са својим брендovima номиновано

	Корпоративни брендови - осим производних	Робни брендови - осим производних	Производна добра - пословно тржиште	Нај. бренд са заштићеним географским пореклом, нај. локални бренд	Најбољи извозник	Најуспешније увођење стартап предузећа и најбоља манифестација
Тржишно - финансијски критеријуми	60	50	60	30	60	40
Гласање потрошача и/или стручне јавности	30	40	30	60	30	50
Оцене стручног жирија	10	10	10	10	10	10
УКУПНО	100	100	100	100	100	100

А) Тржишно-финансијски критеријуми (критеријуми успешности пословања)

Податке достављају предузећа, попуњавајући Упитник. Предузећа (тј. овлашћени представници) чине то под пуном моралном и правном одговорношћу и уз достављање доказних материјала за поједине сертификате, награде и остале податке. Контрола и корекција врше се на основу званичних података ПКС, НБС, АПР и других институција, и на основу сазнања чланова комисије и жирија.

Табела 3 – Распоред поена према појединачним критеријумима успешности пословања - сви корпоративни брендови

РЕЗУЛТАТИ ПОСЛОВАЊА	КОРПОРАТИВНИ БРЕНДОВИ	
	Раст укупних прихода компаније	макс. 5 поена
	Добит предузећа (корпоративног бренда)	макс. 5 поена
	Стопа добити	макс. 5 поена
	Инвестиције	макс. 5 поена
	Актуелно тржишно учешће у грани, на тржишту Србије	макс. 5 поена
		Макс. 25 поена
ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЈА ПОСЛОВАЊА	Број иностраних тржишта на којима је компанија присутна (са посебно назначеним тржиштима на којима је вредност извоза минимум 100.000€)	макс. 5 поена
	Укупан извоз, у €	макс. 5 поена
	Укупан извоз датог предузећа процентуално у односу на укупну продају предузећа у посматраном периоду	макс. 5 поена
НЕМАТЕРИЈАЛНЕ ВРЕДНОСТИ	<i>Trademark</i> регистрација, заштитни знак, заштита од фалсификовања у Заводу за интелектуалну својину, у Србији, као и у другим земљама (са назнаком броја земаља у којим је бренд заштићен) и доказом регистрације	макс. 5 поена
	Стандарди квалитета (ISO, НССР, други релевантни стандарди за одређену робну групу или намену производа)	макс. 5 поена
	Тенденције раста/пада запослених	макс. 5 поена
	Остале нематеријалне вредности и активности: друштвена одговорност компаније и признања на домаћим и међународним сајмовима, те од релевантних институција и организација (у 2015. и 2016. години)	макс. 5 поена
	УКУПНО	Макс. 60 поена

Табела 4 – Распоред поена према појединачним критеријумима успешности пословања - сви робни брендови

РЕЗУЛТАТИ ПОСЛОВАЊА	Појединачни критеријуми	Робни брендови - сви осим две категорије у следећој колони	Нај. бренд са заштићеним географским пореклом и нај. локални бренд
		Раст продаје номинованог бренда	макс. 5 поена
	Инвестиције у конкретни бренд	макс. 5 поена	макс. 4 поена
	Актуелно тржишно учешће у грани, на тржишту Србије	макс. 5 поена	-----
		Макс. 15 поена	Макс. 8 поена
ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЈА ПОСЛОВАЊА	Број иностраних тржишта на којима је бренд присутан (са посебно назначеним тржиштима са вредношћу извоза преко одређене вредности)	макс. 5 поена	макс. 3 поена
	Укупан извоз бренда, у €	макс. 5 поена	макс. 3 поена
	Укупан извоз датог бренда (предузећа) процентуално у односу на укупну продају бренда	макс. 5 поена	макс. 3 поена
	Учешће увозних компоненти (у %) у цени коштања јединице номинованог бренда производа	макс. 5 поена	макс. 3 поена
		Макс. 20 поена	Макс. 12 поена
НЕМАТЕРИЈАЛНЕ ВРЕДНОСТИ	Trademark регистрација, заштитни знак, заштита од фалсификовања у Заводу за интелектуалну својину, у Србији, као и у другим земљама (са назнаком броја земаља у којим је бренд заштићен)	макс. 5 поена	макс. 3 поена
	Стандарди квалитета (ISO, НССР, други релевантни стандарди за робну групу или намену производа којој припада номиновани бренд)	макс. 5 поена	макс. 3 поена
	Признања на домаћим и међународним сајмовима, и од релевантних институција и организација за конкретни бренд (у 2015. и 2016. години)	макс. 5 поена	макс. 4 поена
		Макс. 15 поена	Макс. 10 поена
	УКУПНО	Макс. 50 поена	Макс. 30 поена

Табела 5 – Распоред поена према појединачним критеријумима успешности пословања - избор за најбољег извозника

ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЈА ПОСЛОВАЊА	НАЈБОЉИ ИЗВОЗНИК - ВЕЛИКА И МАЛА И СРЕДЊА ПРЕДУЗЕЋА	
	Укупан извоз предузећа, у €	макс. 10 поена
	Укупан нето-извоз предузећа, у € (извоз-увоз)	макс. 10 поена
	Укупан извоз датог предузећа процентуално у односу на укупну продају предузећа	макс. 5 поена
	Број иностраних тржишта на којима је компанија присутна (са посебно назначеним тржиштима на којима је вредност извоза минимум 100.000€)	макс. 5 поена
	Тенденције извоза	макс. 5 поена
	Тенденције нето-извоза	макс. 5 поена
	Инвестиције у извозне капацитете, као и промоцију и наступ на иностраним тржиштима	макс. 5 поена
	УКУПНО	макс. 45 поена
НЕМАТЕРИЈАЛНЕ ВРЕДНОСТИ	<i>Правна заштита: Trademark</i> регистрација, заштитни знак, заштита од фалсификовања, патенти и лиценце у Заводу за интелектуалну својину, у Србији, као и у другим земљама (са назнаком у којим земаљама је извозни производ заштићен)	макс. 5 поена
	Стандарди квалитета (ISO, НССР, други релевантни стандарди за одређену робну групу или намену производа)	макс. 5 поена
	Тенденције раста/пада запослених (на дан 31.12. 2015. вс. 31.12. 2014.)	макс. 5 поена
	УКУПНО	Макс. 15 поена

Табела 6 – Распоред поена према појединачним критеријумима успешности пословања - избор за најбољу манифестацију

		Најбоља туристичка манифестација	Најбоља привредна манифестација	
Критеријуми успешности манифестације	Укупан број посетилаца последње одржане манифестације (домаћих и страних), одржане у периоду од 20.09.2015. до 20.09.2016.	макс. 5 поена	макс. 2 поена	
	Раст броја посетилаца у односу на претходну манифестацију	макс. 5 поена	макс. 2 поена	
	Укупан број учесника/излагача последње одржане манифестације (домаћих и страних), одржане у периоду од 20.09.2015. до 20.09.2016.	-----	макс. 4 поена	
	Раст броја учесника/излагача у односу на претходну манифестацију	-----	макс. 4 поена	
	Удео страних посетилаца последње одржане манифестације	макс. 5 поена	макс. 4 поена	
	Удео страних учесника/излагача последње одржане манифестације	-----	макс. 4 поена	
	Традиција (од када се одржава, тј. која манифестација је по реду)	макс. 5 поена	макс. 4 поена	
	Извори финансирања манифестације	макс. 5 поена	макс. 4 поена	
	Trademark регистрација, заштитни знак, заштита од фалсификовања у Заводу за интелектуалну својину, у Србији, као и у другим земљама (са назнаком броја земаља у којим је бренд заштићен и доказом)	макс. 5 поена	макс. 4 поена	
	Признања која је манифестација добила у 2015. и 2016. години	макс. 5 поена	макс. 4 поена	
	Друштвена одговорност организатора/манифестације – уз достављање података, акција и средстава која су уложена	макс. 5 поена	макс. 4 поена	
		УКУПНО	Макс. 40 поена	Макс. 40 поена

Најбоље из Србије. 2016

Табела 7 – Распоред поена према појединачним критеријумима успешности пословања - избор за најуспешније увођење стартап предузећа

		Најуспешније увођење стартап предузећа
РЕЗУЛТАТИ ПОСЛОВАЊА	Појединачни критеријуми	
	Раст продаје номинованог предузећа у посматраном периоду	макс. 4 поена
	Инвестиције у стартап предузеће и континуитет инвестирања	макс. 4 поена
	Добит предузећа	макс. 4 поена
	Стопа добити предузећа	макс. 4 поена
		Макс. 16 поена
ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЈА ПОСЛОВАЊА	Број иностраних тржишта на којима је номиновано предузеће присутно (са посебно назначеним тржиштима на којима је вредност извоза мин. 10.000€)	макс. 3 поена
	Укупан извоз стартап предузећа, у €	макс. 3 поена
	Укупан извоз процентуално у односу на укупну продају предузећа	макс. 3 поена
	Укупан нето-извоз предузећа, у € (извоз-увоз)	макс. 3 поена
		Макс. 12 поена
НЕМАТЕРИЈАЛНЕ ВРЕДНОСТИ	Правна заштита: Trademark регистрација, заштитни знак, заштита од фалсификовања, патенти и лиценце у Заводу за интелектуалну својину, у Србији, као и у другим земљама (са назнаком у којим земаљама је производ заштићен)	макс. 3 поена
	Признања на домаћим и међународним сајмовима, и од релевантних институција и организација за СТАРТАП ПРЕДУЗЕЋЕ (од оснивања до данас)	макс. 3 поена
	Тенденције раста/пада запослених (на дан 31.12. 2015. вс. 31.12. 2014.)	макс. 3 поена
	Визија развоја	макс. 3 поена
		Макс. 12 поена
	УКУПНО	Макс. 40 поена

Б) Перцепције испитаника (потрошача, пословних партнера, стручне јавности)

Опсежно истраживање перцепција испитаника спроводи се у више сегмената и етапа, у зависности од категорије у којима је бренд номинован, а дистрибуција поена дата је у табели 7.

Табела 7 – Распоред поена према појединачним критеријумима са фокусом на перцепције/гласове испитаника – све категорије

	Корпоративни брендови - осим производних	Робни брендови - осим производних	Производна добра - пословно тржиште	Нај бренд са заштићеним географским пореклом и нај локални бренд	Најбољи извозник	Најбоља туристичка манифестација	Најбоља привредна манифестација	Најуспешније увођење стартап предузећа
Тржишно - финансијски критеријуми	60	50	60	30	60	40	40	40
Стручна јавност (удружења потрошача, стручњаци, економски аналитичари, институти, економски новинари,...) – путем и-мејла или веб сајта	10 (заједнички - стручна јавност и пословни партнери)	10	20 (заједнички - стручна јавност и пословни партнери)	20	20 (заједнички - стручна јавност и пословни партнери)	10	10	20 (заједнички - стручна јавност и пословни партнери)
Пословни партнери -лично, попуњавањем анкете, путем и-мејла или веб сајта		-		-		20		
Страна дипломатска представништва и виђенији странци у Србији и дипломатска представништва и истакнути представници Србије у свету -путем и-мејла или веб сајта	-	-	-	-	-	20	10	10
Гласање опште јавности - потрошача - путем интернета (веб сајта)	20	30	10	40	10	20	10	20
Оцене стручног жирија	10	10	10	10	10	10	10	10
УКУПНО	100	100	100	100	100	100	100	100

В) Слободне оцене чланова жирија

Чланови жирија, на основу свог искуства и компетентности, врше оцену вредности појединих номинованих брендова, ценећи и ствари које нису ушле у истраживања и анализу, а на основу своје стручне процене. Жири може дати максимално 10 поена сваком пријављеном бренду, при чему се део поена присписује као просек појединачних оцена чланова жирија, а део се додељује групно, у име целог жирија, на завршном састанку (5 поена), а након дискусије и гласања.

Г) Коначан пласман

Сабирањем поена жирија са осталим поенима, добија се **укупан резултат и прави се ранг листа**. У случају изједначеног броја бодова, жири поново гласа о победнику у датој категорији, а победник је онај кандидовани бренд који има највише гласова од присутних чланова жирија.

Жири, у одређеним категоријама у којима има мало пријављених предузећа/брендова или ниједно од пријављених предузећа/брендова нема довољан број бодова, може да одлучи да се у овој години не додели награда (статуа). Такође, у категорији која има изузетно велики број учесника, жири задржава право да додели више од једне награде, или да креира нову категорију (што се пре свега односи на комплексније категорије).