

## Критеријуми за избор Најуспешнијег увођења стартап предузећа

Категорија **Најуспешније увођење стартап предузећа** уведена је 2017. године. Ова категорија уведена је у духу истицања најбољих предузећа и праксе из области нових (по правилу) малих бизниса. За учешће се могу пријавити само новооснована (стартап) предузећа, која спадају у категорију предузетника, микро или малих предузећа и која су регистрована (основана) у Србији током 2017. године (како би до данас имала минимум годину дана пословања и пребродила „дечје болести“) и где иницијалне инвестиције у развој стартапа нису веће од 1 милиона евра.

**Максималан број поена које предузеће 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. 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).

У табели 1 је приказана расподела поена, по свакој од три наведене групе критеријума.

Табела 1 – *Расподела поена*

Групе критеријума	Поени
1. Тржишно-финансијски критеријуми	30
2. Гласање потрошача и/или стручне јавности	35
3. Оцене стручног жирија	35
<b>УКУПНО</b>	<b>100</b>

### 1. Тржишно-финансијски критеријуми (критеријуми успешности пословања)

Тржишно-финансијски (пословни) критеријуми полазе од конкретних вредности, које предузеће ствара, а могу се измерити (раст промета, стопа добити, извоз – апсолутно и релативно, правни аспекти регистрације жига, стандарди квалитета, признања и награде, раст запослености итд).

Детаљни критеријуми дати су у Табели 2. Податке достављају предузећа (тј. овлашћени представници), попуњавајући онлајн упитник на овом веб сајту. Они то чине 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 2 – Распоред поена према појединачним критеријумима успешности пословања

	Појединачни критеријуми	Поени
Резултати пословања	Укупна продаја номинованог предузећа у 2018. години	макс. 2 поена
	Раст продаје номинованог предузећа у посматраном периоду (друго полугође 2018. године у односу на прво)	макс. 2 поена
	Добит предузећа у 2018. години	макс. 2 поена
	Стопа добити у у 2018. години	макс. 2 поена
	<b>УКУПНО</b>	<b>Макс. 8 поена</b>
Интернационализација пословања	Укупан извоз предузећа, у €, у 2018. години	макс. 3 поена
	Учешће (%) извоза брэнда у односу на укупну продају брэнда	макс. 3 поена
	Укупан нето-извоз предузећа, у €, за 2018. годину (извоз-увоз)	макс. 3 поена
	<b>УКУПНО</b>	<b>Макс. 9 поена</b>
Нематеријалне вредности	<i>Правна заштита: Trademark</i> регистрација, заштитни знак, заштита од фалсификовања, патенти и лиценце у Србији, као и у другим земљама	макс. 5 поена
	Признања за СТАРТАП ПРЕДУЗЕЋЕ (од оснивања до данас) на домаћим и међународним сајмовима, од релевантних институција/организација	макс. 4 поена
	Тенденције раста/пада запослених (на дан 31.12.2018. вс. 31.12.2017.)	макс. 4 поена
	<b>УКУПНО</b>	<b>Макс. 13 поена</b>
	<b>УКУПНО</b>	<b>Макс. 30 поена</b>

## 2. 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 3.

Табела 3 – Распоред поена са фокусом на перцепције/гласове испитаника

Критеријуми	Поени
Тржишно-финансијски критеријуми	30
Стручна јавност (удружења потрошача, стручњаци, економски аналитичари, институти, економски новинари,...) – путем и-мејла или веб сајта	20
Гласање опште јавности – потрошача - путем интернета (веб сајта)	15
Оцене стручног жирија	35
<b>УКУПНО</b>	<b>100</b>

## 3. Слободне оцене чланова жирија

Чланови жирија, врше оцену вредности појединих номинованих брендова, на основу достављених података и своје стручне процене. Жири може дати максимално 35 поена сваком предузећу. Чланови појединачно додељују до 25 поена сваком од номинованих предузећа ценећи саму идеју и визију развоја предузећа. □

Ту се оцењују следећи елементи (сваки на скали од 1 до 5):

- Кључне идеје, иновативност, производи и услуге предузећа и област пословања
- Специфичности и диференцираност од конкуренције
- Инвестиције: износ, структура, извори и континуитет инвестирања
- Планови и визија развоја
- Општи утисак

На крају, део поена се додељује групно, у име целог жирија, на завршном састанку (10 поена), а након дискусије и гласања.