

Критеријуми за избор најбољих корпоративних брендова

Услужна предузећа (без обзира на делатност у сектору услуга, сем производних/пословних услуга)

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. 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	Максималан број поена	
	Велика	Мала и средња
1. Тржишно-финансијски критеријуми	50	50
2. Гласање потрошача и/или стручне јавности	30	20
3. Оцене стручног жирија	20	30
УКУПНО	100	100

1. Тржишно-финансијски критеријуми (критеријуми успешности пословања)

Тржишно-финансијски (пословни) критеријуми полазе од конкретних вредности, које одређени бренд/предузеће ствара, а могу се измерити (раст промета, добит, стопа добити, инвестиције, тржишно учешће у грани, извоз, правни аспекти регистрације жига, стандарди квалитета, признања и награде, друштвена одговорност, раст запослености итд). Избор конкретних мерила успеха разликује се у зависности од саме категорије у којој се неко номинује, пратећи на тај начин специфичност конкретног бизниса. За конкретне категорије 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	велика	мала и средња
	Резултати пословања	Раст укупних прихода компаније	до 4 поена
Добит предузећа (корпоративног бренда)		до 4 поена	до 5 поена
Стопа добити		до 4 поена	до 5 поена
Инвестиције		до 4 поена	до 5 поена
Актуелно тржишно учешће у грани, на тржишту Србије		до 4 поена	-
УКУПНО		до 20 поена	до 20 поена
Интернационализација пословања	Укупан извоз	до 4 поена	до 4 поена
	Учешће (%) извоза у односу на укупну продају предузећа	до 4 поена	до 4 поена
	УКУПНО	до 8 поена	до 8 поена
Нематеријалне вредности	<i>Trademark</i> регистрација, заштитни знак, заштита од фалсификовања у Србији, као и у другим земљама	до 4 поена	до 4 поена
	Стандарди квалитета (ISO, HCCP, други релевантни стандарди)	до 4 поена	до 4 поена
	Тенденције раста/пада запослених – апсолутно и релативно	до 6 поена	до 6 поена
	Друштвена одговорност компаније	до 4 поена	до 4 поена
	Признања на сајмовима, од релевантних институција и организација (у 2018. години)	до 4 поена	до 4 поена
	УКУПНО	до 22 поена	до 22 поена
	УКУПНО	Макс. 50	Макс. 50

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	
	Велика	Мала и средња
Тржишно-финансијски критеријуми	50	50
Стручна јавност (удружења потрошача, стручњаци, економски аналитичари, институти, економски новинари,...) – путем и-мејла или веб сајта	10	10
Пословни партнери	10	-
Гласање опште јавности – потрошача - путем интернета (веб сајта)	10	10
Оцене стручног жирија	20	30
УКУПНО	100	100

3. 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 20 поена (за велика), односно 30 (за мала и средња) сваком пријављеном предузећу, при чему се део поена присписује као просек појединачних оцена чланова жирија (10 за велика и 20 за мала и средња), а део се додељује групно, у име целог жирија, на завршном састанку (10 поена), а након дискусије и гласања.