

## **Критеријуми за избор најбољих робних брендова**

### **Локални бренд, Бренд са ознаком географског порекла и Органски производ\***

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
1. Тржишно - финансијски критеријуми	30
2. Гласање потрошача и/или стручне јавности	60
3. Оцене стручног жирија	10
<b>УКУПНО</b>	<b>100</b>

### **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, профит, стопа добити, инвестиције у бренд, извоз – апсолутно и релативно, правни аспекти регистрације жига, стандарди квалитета, признања и награде, удео домаћих компоненти у производњи, 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	ПОЕНИ
РЕЗУЛТАТИ ПОСЛОВАЊА	Раст продаје номинованог бренда	макс. 4 поена
	Инвестиције у конкретни бренд	макс. 4 поена
		Макс. 8 поена
ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЈА ПОСЛОВАЊА	Број иностраних тржишта на којима је бренд присутан (са вредношћу извоза преко одређене вредности)	макс. 3 поена
	Укупан извоз бренда, у €,	макс. 3 поена
	Укупан извоз датог бренда (производа) процентуално у односу на укупну продају бренда	макс. 3 поена
	Учешће увозних компоненти (у %) у цени коштања јединице номинованог бренда производа	макс. 3 поена
		Макс. 12 поена
НЕМАТЕРИЈАЛНЕ ВРЕДНОСТИ	<i>Trademark</i> регистрација, заштитни знак, заштита од фалсификовања у Заводу за интелектуалну својину, у Србији и у другим земљама (са назнаком земаља у којима је заштићен)	макс. 3 поена
	Стандарди квалитета (ISO, НССР, други релевантни стандарди за робну групу или намену производа којој припада ном. бренд)	макс. 3 поена
	Признања на домаћим и међународним сајмовима, од релевантних институција и организација за бренд (у 2017. год.)	макс. 4 поена
		Макс. 10 поена
	УКУПНО	Макс. 30 поена

## 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)	40
Оцене стручног жирија	10
<b>УКУПНО</b>	<b>100</b>

## 3. 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.

### \* Напомене за номинације у овим категоријама:

**Локални бренд:** било који робни бренд из области широке потрошње који послује на ограниченом делу тржишта Републике Србије, и на том делу бележи успешне пословне резултате и има лојалне потрошаче. Предузећа која га производе морају бити из категорије МСП (по категоризацији АПР).

**Бренд са (регистрованом) ознаком географског порекла:** у складу са регистром географских ознака у Заводу за интелектуалну својину Републике Србије или међународном регистру (видети <http://www.zis.gov.rs/prava-is/oznake-geografskog-porekla/najcesca-pitanja.26.html> ; <http://www.wipo.int/ipdl/en/lisbon/search-struct.jsp> и <http://reg.zis.gov.rs/ogpreg/>).

**Органски производ:** По Закону о органској производњи, сертификован органски производ се обележава ознаком „Органски производ“, кодом овлашћене организације и националним знаком. На овај начин могу да буду обележени производи који садрже најмање 95% састојака који су произведени методом органске производње. Сви други знаци који могу да асоцирају на органски производ (БИО, ЕКО и сл) нису препознати као органски производ и не постоји гаранција да је реч о органском производу. Видети информације на сајту ПКС <http://www.pks.rs/SADRZAJ/Files/OPC%20Brosura.pdf> и Закон о органској производњи.