

Критеријуми за избор Најуспешнијег увођења стартап предузећа

Од прошлогодишње акције уведена је категорија Најуспешније увођење стартап предузећа. Ова категорија уведена је у духу истицања најбољих предузећа и праксе из области нових (по правилу) малих бизниса. За учешће се могу пријавити само новоснована (стартап) предузећа, која спадају у категорију предузетника, микро или малих предузећа и која су регистрована (основана) у Србији током 2016. 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	Максималан број поена
1. Тржишно - финансијски критеријуми	35
2. Гласање потрошача и/или стручне јавности	40
3. Оцене стручног жирија	25
УКУПНО	100

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 2017. години	макс. 4 поена
	Раст продаје номинованог предузећа у посматраном периоду (друго полугође 2017. године у односу на прво)	макс. 2 поена
	Добит предузећа у 2017. години	макс. 3 поена
	Стопа добити у у 2017. години	макс. 3 поена
		Макс. 12 поена
	Укупан извоз предузећа, у €, у 2017. години	макс. 3 поена
	Укупан извоз предузећа процентуално у односу на укупну продају предузећа	макс. 3 поена
	Укупан нето-извоз предузећа, у €, за 2017. годину (извоз-увоз)	макс. 3 поена
		Макс. 9 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)
Признања за СТАРТАП ПРЕДУЗЕЋЕ (од оснивања до данас) на домаћим и међународним сајмовима, и од релевантних институција и организација		макс. 4 поена
Тенденције раста/пада запослених (на дан 31.12.2017. вс. 31.12.2016.)		макс. 4 поена
		Макс. 14 поена
	УКУПНО	Макс. 35 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	35
Стручна јавност (удружења потрошача, стручњаци, економски аналитичари, институти, економски новинари,...); Страна дипломатска представништва и виђенији странци у Србији и дипломатска представништва и истакнути представници Србије у свету- путем и-мејла или веб сајта	25
Гласање опште јавности - потрошача - путем интернета (веб сајта)	15
Оцене стручног жирија	25
УКУПНО	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 25 поена сваком предузећу.

Чланови жирија појединачно додељују до 20 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

На крају, део поена се додељује групно, у име целог жирија, на завршном састанку (5 поена), а након дискусије и гласања.