

Република Србија
РАЗВОЈНА АГЕНЦИЈА СРБИЈЕ



УПУТСТВО
ЗА СПРОВОЂЕЊЕ ПОСТУПКА ДИЈАГНОСТИКЕ ИЗВОЗНИХ
СПОСОБНОСТИ У ПРОГРАМУ ПОДРШКЕ ПРИВРЕДНИМ
ДРУШТВИМА ПРОМОЦИЈУ ИЗВОЗА У 2025. ГОДИНИ

Развојна агенција Србије
Кнеза Милоша 12
Београд

3. УВОД

Упутством за дијагностику прецизно се дефинише процес евалуације извозних способности како би се утврдио ниво развијености кључних области које су од стратешке важности за привредна друштва која се баве извозним активностима. Овај приступ омогућава да се идентификују потенцијали за унапређење, с циљем јачања њихових извозних способности и позиционирања на глобалном тржишту.

Поступак дијагностике извозних способности спроводе запослени у Агенцији у оквиру Радне групе. Сврха овог упутства је да обезбеди јасне смернице о методологији дијагностике, као и о правима и обавезама свих учесника током процеса. На тај начин осигурава се доследна примена стандарда и омогућава привредним друштвима, којима је одобрено учешће у Програму, да се ефикасно припреме за међународне пословне токове, повећавајући своју конкурентност на глобалном тржишту.

На сва питања која нису регулисана Упутством за дијагностику примењују се одредбе Упутства. На сва питања која се односе на услове Програма, учешће у Програму, престанак учешћа у Програму, као и сва остала права и обавезе које се односе на остваривање права на доделу бесповратних средстава, примењују се одредбе Упутства.

4. ОБЛАСТИ ЗА ОЦЕЊИВАЊЕ

Дијагностика извозних способности обухвата оцењивање следећих кључних области:

1. Стратегија, визија и организациона структура;
2. Укључивање заинтересованих страна;
3. Стварање одрживе вредности и извоза;
4. Подстицај учинка и трансформација;
5. Управљање маркетинг миксом.

Ове области се оцењују у складу са Методологијом за оцењивање извозних способности, дефинисаном у тачки 7. Упутства за дијагностику.

5. ПРАВА И ОБАВЕЗЕ У ПОСТУПКУ ДИЈАГНОСТИКЕ

Пријавом за учешће у Програму, Учесник преузима обавезу да прихвати све услове, права и дужности прописане од стране Агенције. Учесник је дужан да пружи пуну сарадњу представницима Агенције, осигура несметано спровођење активности дијагностике и омогући доступност кључног особља задуженог за процесе који су предмет процене.

Агенција се обавезује да поступак дијагностике спроведе професионално, без ометања редовног пословања Учесника и да по завршетку поступка изради детаљан Извештај о дијагностици извозних способности.

Сви подаци достављени током процеса дијагностике биће третирани као поверљиви, у складу са закљученим уговором о поверљивости и важећим законским прописима који регулишу заштиту пословне тајне.

6. ПОСТУПАК СПРОВОЂЕЊА ДИЈАГНОСТИКЕ ИЗВОЗНИХ СПОСОБНОСТИ

Поступак дијагностике извозних способности обухвата:

- Уводни састанак;

документације врши се путем Портала, а додатни документи морају бити достављени у року од осам дана од пријема е-маила са упутством за допуну.

д) Извештај о дијагностици извозних способности

По завршетку свих активности, Радна група сачињава Извештај о дијагностици. Извештај укључује резултате и бодове по областима, као и предлог одговарајућих решења заснованих на постигнутом резултату.

ђ) Окончање поступка дијагностике извозних способности

Поступак дијагностике се сматра окончаним доношењем решења којим се одобравају мере интервенције, односно решења којим се одбија додела бесповратних средстава, уколико Учесник није остварио довољан број бодова.

7. МЕТОДОЛОГИЈА ЗА ОЦЕЊИВАЊЕ ИЗВОЗНИХ СПОСОБНОСТИ

Методологија за оцењивање извозних способности садржи начин доделе бодова за сваку од пет области за оцењивање из тачке 4. овог упутства. Свака област се састоји из кључних елемената који се оцењују, при чему се за сваки кључни елемент додељује оцена од 0 до 3. Збир оцена за све кључне елементе чини укупну оцену за дату област, док оцена зависи од тога да ли се нека процедура спроводи, у којој мери и да ли за то постоје конкретни докази, што чланови Радне групе заједнички утврђују.

Максималан број бодова који се може доделити примењујући ову методологију је 1.000, с тим да је максимални број бодова по свакој од пет области за оцењивање 200.

Области које су резултирале са најмањим бројем бодова сматрају се областима које би Учесник требало да унапреди.

За остваривање права на доделу бесповратних средстава, Учесник мора да постигне минималних 250 бодова на основу укупних резултата оцењивања свих предвиђених области.

Преглед елемената који су предмет оцено и документације којом се доказује примена кључних елемената је дат у табели у наставку:

Запослени	
2.5	Да ли и на који начин се одвија едукација и развој кадровског потенцијала ангажованог на извозним послова? Планови обуке и програми едукације запослених укључених у извозне активности, сертификати, дипломе или потврде о завршеним курсевима и тренинзима запослених који раде на извозу, интерна документација о спроведеним обукама (присуствовање обукама, агенде едукација, евалуација програма обуке), уговори о сарадњи са спољним консултантима или едукаторима везаним за развој кадрова у области извоза
Добављачи	
2.6	Да ли постоји процедура за одабир и управљање добављачима (укључујући критеријуме за избор), методологија оцењивања добављача, укључујући показатеље као што су квалитет, цена, рокови испоруке и поузданост, извештаји о редовним оценама перформанси добављача (нпр. годишњи извештаји о сарадњи са добављачима), примери спроведених тендера или конкурса за избор добављача, споразуми или уговори са одабраним добављачима, са дефинисаним условима сарадње, евиденција о праћењу и ревизији добављача током трајања уговора
3.	ОБЛАСТ: Стварање одрживе вредности и извоза
Управљање производњом	
3.1	Активности истраживања и развоја производа Планови и извештаји о активностима истраживања и развоја нових производа, примери истраживачких пројеката или пројеката иновација, сертификати о патентима, лиценцама или другим правима интелектуалне својине везаним за нове производе, евиденција о сарадњи са спољним истраживачким институцијама или стручњацима у развоју производа
3.2	Мапирање кључних процеса Дијаграми или мапе кључних процеса у производњи и пословању, оперативни приручници или упутства за кључне пословне процесе, примери анализе процеса за оптимизацију производње или смањење трошкова, интерне процедуре за праћење и побољшање процеса
3.3	Складиштење и контрола залиха Политике или процедуре за управљање складиштењем и контролу залиха, евиденција о управљању залихама (нпр. инвентар, извештаји о статусу залиха), системи за управљање складиштем (Warehouse Management System - WMS) или софтверски извештаји о залихама, извештаји о периодичним ревизијама залиха и контролама квалитета производа на складишту

4.1.	Континуитет пословања и управљање ризиком	План континуитета пословања (BCP), анализа ризика и стратегије за управљање ризицима, документи о имплементацији и тестирању мера за управљање ризицима, протоколи о управљању кризним ситуацијама
4.2.	Постављен је адекватан информациони систем који се одржава	Документација о информационом систему (ИС) и његовој структури, планови одржавања и ажурирања ИС, уговори о техничкој подршци и сервисирању, извештаји о безбедности система и заштити података
4.3	Финансијско планирање и контрола	Финансијски планови (бизнис планови, планови буџета), извештаји о приходима и расходима, документи који прате редовне финансијске ревизије, планови и протоколи за праћење финансијских резултата
4.4	Адекватне процедуре обрачуна трошкова/редовно праћење трошкова производње	Политике и процедуре за обрачун трошкова, рачуноводствени извештаји о трошковима производње, анализе и извештаји о маржама и профитабилности, алати за праћење и контролу трошкова
4.5	Систематско управљање потраживањима, обавезама, новчаним токовима и резултатима	Извештаји о потраживањима и обавезама (дужници, повериоци), планови и извештаји о управљању новчаним токовима, извештаји о финансијским резултатима и показатељи успешности, протоколи о управљању обртним средствима и платном способношћу
5.	ОБЛАСТ: Управљање маркетинг миксом	
Промоција		
5.1.	Истраживање циљних тржишта	Извештаји о истраживању тржишта: извештаји о истраживању циљног тржишта, укључујући податке о величини тржишта, демографији, трендовима и конкуренцији, анализе потреба купаца: Извештаји о потребама и жељама купаца на циљним тржиштима, резултати анкета и истраживања: Истраживања спроведена међу потенцијалним купцима или корисницима, укључујући анкете и резултате, студије случаја: Специфичне студије случаја које приказују анализе и проналажење прилике на циљном тржишту.
5.2	Маркетиншко планирање	Маркетинг стратегија: Детаљан план маркетинга који укључује циљеве, стратегије, тактике, буџет и распоред активности, план маркетиншких кампања: Распоред и план за различите маркетиншке кампање, укључујући промотивне активности, медијску стратегију и анализу успеха, анализе претходних кампања: Извештаји о резултатима претходних маркетиншких активности, укључујући KPI и повратне информације.

