

Příloha č. 5 Dotačního programu Voucher pro začínající podnikatele v Karviné III - věcné hodnocení

Voucher pro začínající podnikatele v Karviné III		Hodnocené oblasti	Body	Hodnotící kritéria
ZÁKLADNÍ INFORMACE		Kvalifikace podnikatele, event. složení týmu		1: jeden člověk bez potřebné kvalifikace; 3: jeden zcela kvalifikovaný člověk; 5: kvalifikovanost a kompetentnost daná složením týmu
B-CANVAS	1. MOTIVACE	Důvěryhodná a přesvědčivá motivace		1: nemá důvěryhodnou motivaci; 3: motivace je důvěryhodná, ale týká se jen jeho/jich samotných; 5: motivace je srozumitelná a zahrnuje i širší okolí (např. zákazníky, komunitu, společnost, životní prostředí apod.).
B-CANVAS	2. ZÁKAZNÍK	Relevantní popis zákazníků a cílových skupin		1: nejsou schopni definovat a popsat cílovku nebo její popis je vágní; 3: mají definovanou cílovku, ale neznají svůj trh (např. velikost trhu apod.); 5: mají jasně definovanou cílovku a znají svůj trh.
B-CANVAS	3. PROBLÉM K ŘEŠENÍ	Přesvědčivý popis problémů, které řeší		1: neřeší žádný problém; 3: problém pravděpodobně existuje, ale nejsou schopni ho zatím vidět/pojmenovat, nebo ho mají definovaný špatně; 5: mají jasně pojmenovaný reálný problém.
B-CANVAS	4. FÁZE	Pokročilost		1: je ve fázi myšlenky (tzn. uvažuji, že začnu...); 3: je ve fázi myšlenky a prvních kroků vedoucích k realizaci (tzn. finalizace prototypu, zajištěné prostory pro prodej či výrobu, vyhledání dodavatelé, oslovení zákazníci, apod.); 5: již realizovaná výroba/prodej/služby s prvními zákazníky.
	6. UNIKÁTNOST	Unikátnost		1: už to řeší spousta jiných firem v ČR/konkrétním městě, apod., tzn. vstupují na již existující trh; 3: nabízí sice běžné řešení, které má ale ve srovnání s konkurencí unikátní výhody (pozn. "budeme mít individuální přístup" jako odpověď neplatí); 5: jsou první, kdo v daném, i když běžném, oboru přichází s něčím zcela novým.
B-CANVAS	5. KONKURENCE	Přesvědčivé povědomí o konkurenci a konkurenčních řešeních		1: "nemají konkurenci"; 3: uvádějí jen svou přímou konkurenci; 5: mají dobrý přehled o své přímé i nepřímé konkurenci.
B-CANVAS	7. DISTRIBUČNÍ A MARKETINGOVÉ KANÁLY	Relevantní způsob oslovení zákazníků		1: neexistuje žádná představa o tom, jak zákazníky oslovit 3: existuje představa o způsobu oslovení zákazníků, ale je diskutabilní 5: existuje realistická představa o způsobu oslovení zákazníků
B-CANVAS	8. REVENUE MODEL	Monetizace		1: nejsou schopni přesvědčivě vysvětlit, na čem budou vydělávat, nebo to nebude fungovat; 3: oni to neví, ale my to v tom vidíme; 5: mají jasný revenue model, ověřený se zákazníky.

B-CANVAS	9. KLÍČOVÉ AKTIVITY	Klíčové aktivity, které budou financovány z Vouchery pro Začínající Firmy		1: aktivity jsou popsány nedostatečně a chybí termíny; 3: aktivity jsou vyjmenovány, ale chybí termíny; 5: všechny aktivity jsou jasně popsány a termínovány.
FINANČNÍ PLÁN		Realistický vývoj podnikání		1: finanční plán obsahuje chyby a neposkytuje jasný finanční obraz projektu; 3: finanční plán poskytuje pouze základní obraz finanční stránky projektu a není úplný ; 5: finanční plán je zpracován bez chyb a je realistický.
INDIKATIVNÍ ROZPOČET		Relevantní popis nákladů		1: popis položek je obecný a nedůvěryhodný; 3: popis položek je jasný, ale mohou být nesprávně zatříděny.; 5: indikativní rozpočet je zpracován správně, popis položek je jasný a jsou správně zatříděny.
PODNIKATELSKÉ DERBY OBECNĚ	OBSAH A FORMA	Obsah a forma Business canvasu (stručnost, výstižnost)		1: Business canvas je nesrozumitelný, obsahuje věcné chyby a není dodržen formát a obsah kapitol; 3: business canvas obsahuje požadované údaje, ale je obtížně pochopitelný; 5: business canvas je napsán, jasně, stručně, výstižně a srozumitelně..
BONUS		Divoká karta hodnotitele (např. společenský dopad projektu)		Body 13 - 65

HODNOCENÍ CELKEM	0
-------------------------	----------