

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

| Zadatel: | | | | |
|--|--------------------------------------|--|------|---|
| Voucher pro začínající podnikatele v Karviné VII | | Hodnocené oblasti | Body | Hodnotící kritéria |
| ZÁKLADNÍ INFORMACE | | Kvalifikace podnikatele, event. složení týmu | | 1: jeden člověk bez potřebné kvalifikace; 3: jeden zcela kvalifikovaný člověk; avšak riziko nezastupitelnosti 5: kvalifikovanost a kompetentnost daná složením týmu |
| B-CANVAS | 1. MOTIVACE | Důvěryhodná a přesvědčivá motivace | | 1: žadatel 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 | | Realizace projektu přispívá k naplnění cílů podpory podnikání a podpory vzniku nových podnikatelských subjektů nebo podpory začínajících podnikatelů či podpory nových provozoven ve městě | | 1: záměr splňuje kritéria jen formálně; 3: záměr důvěryhodně naplňuje kritéria a realizací projektu bude podpořeno nové/základní podnikání /nová provozovna; 5: dopad podpory je srozumitelný s přesahem přínosu pro podnikatelský subjekt (např. vznikne nová chybějící služba pro občany města, vzniknou nová pracovní místa, existuje přínos pro komunitu, společnost, přínos pro životní prostředí apod.). |
| B-CANVAS | 2. ZÁKAZNÍK | Relevantní popis zákazníků a cílových skupin | | 1: žadatel nezná či nedokázal definovat a popsat cílovou skupinu, nebo je její popis vágní; 3: žadatel má definovanou cílovou skupinu, ale nedisponuje znalostí trhu (např. velikost trhu apod.); 5: žadatel má jasně definovanou cílovou skupinu a má znalost trhu. |
| B-CANVAS | 3. PROBLÉM K ŘEŠENÍ | Přesvědčivý popis problémů, které řeší, reakce na existující poptávku | | 1: není definován problém či poptávka, na kterou žadatel reaguje; 3: problém či poptávka existuje, ale není jednoznačně definován/pojmenován, nebo je definován špatně/nějasně; 5: existuje jasně pojmenovaný reálný problém či poptávka na kterou žadatel reaguje. |
| B-CANVAS | 4. FÁZE | Pokročilost | | 1: žadatel je ve fázi myšlenky (tzn. uvažuji, že začnu...); 3: žadatel 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 či plně připravená výroba/prodej/služby s prvními zákazníky. |
| B-CANVAS | 6. UNIKÁTNOST | Unikátnost | | 1: existuje množství nabídek jiných firem v ČR/existuje obdobná nabídka ve městě, apod., tzn. vstup 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) nebo má výhodu nabídky v dané lokalitě; 5: unikátní nabídka, žadatel je 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: "nemáme konkurenci" - žadatel nemá zmapovanou konkurenci; 3: žadatel uvádí jen svou přímou konkurenci; 5: žadatel má 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, nedostatečně propracována 5: existuje realistická představa o způsobu oslovení zákazníků |
| B-CANVAS | 8. REVENUE MODEL | Monetizace | | 1: žadatel není schopen přesvědčivě vysvětlit, na čem bude vydělávat, nebo existuje riziko, že předpoklad nebude fungovat; 3: žadatel má představu, avšak bez ověření, ale existuje předpoklad ziskovosti 5: žadatel má jasný revenue model, ověřený se zákazníky. |
| B-CANVAS | 9. KLÍČOVÉ AKTIVITY | Klíčové aktivity, které budou financovány z Vouchery pro začínající podnikatele | | 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, obsahuje nerelevantní položky; 3: popis položek je jasný, ale mohou být nesprávně zaříděny, přiměřenost položek není jednoznačně odůvodněna; 5: indikativní rozpočet je zpracován správně, popis položek je srozumitelný a jsou správně zaříděny, výše položek je odůvodněná a efektivní |
| PODNIKATELSKÝ ZÁMĚR | Obsah a forma | Obsah a forma Business canvasu (stručnost, výstižnost) | | 1: Business canvas je nesrozumitelný, obsahuje věcné chyby a není dodržen formát a obsah kapitoly; 3: business canvas obsahuje požadované údaje, ale je obtížně pochopitelný; 5: business canvas je napsán jasně, stručně, výstižně a srozumitelně. |
| BONUS | | Bonifikace hodnotitele (např. společenský dopad projektu) - max 10 bodů | | Body 14 - 80 |

HODNOCENÍ CELKEM

0