

# POKYNY K HODN

## Podpora podnikání v Moravkoslezském kraji 202

Za hlavní podklad pro hodnocení žadatele v rámci dotačního programu Podpora podnikání v Moravkoslezském kraji (především její Projektová část; dále jen "Žádost") a příloha č. 7 k Žádosti žadatele, která je mu zaslána ke zhodnocení, a vyplnit hodnoticí list dle těchto pokynů.

Hodnoticí list se skládá ze dvou částí - bodové části a textové části.

### **1. Bodová část:**

U každé dílčí otázky hodnoticího kritéria (A, B, C) má hodnotitel na výběr z 6 bodových hodnot ohodnocení, které odpovídají struktuře Projektové části Žádosti. Body hodnotitel uděluje na základě uvedené charakteristiky otázky rozdělena do 3 stupňů (0-1 bod, 2-3 body a 4-5 bodů). Hodnotitel, na základě odpovědi žadatele na každé otázky, má hodnotitel na výběr ze dvou bodových hodnot, a to na základě toho, zda žadatel splňuje (nebo dokonce vůbec) a udělí příslušný počet bodů do určené buňky.

### **2. Textová část:**

Zároveň hodnotitel uvede ke každému kritériu formou slovního komentáře jasné zdůvodnění udělené body a odpovědi. Tento slovní komentář musí obsahovat jasné argumenty podložené relevantními částmi Žádosti. Kopírují texty ze sloupce Charakteristika bodové škály v bodové části Hodnoticího listu či komentářů k Žádosti.

Závazným ukazatelem textové části je doporučení projektu k podpoře (odpověď Ano/Ne). Doporučení musí být podloženo argumenty ke zvolenému kladnému či zápornému stanovisku hodnotitele. Posledním povinným prvkem textové části je doporučení k podpoře (odpověď Ano/Ne).

Všechny uvedené komentáře v rámci textové části musí posloužit nejen dalším následným úrovním hodnocení, ale i samotnému žadateli.

# Hodnoticí list

Podpora podnikání v Moravskoslezském kraji 2022 - Voucher pro začínající firmy

<b>Žadatel:</b>		
Kritérium	Body	Charakteristika bodové škály
<b>1) MOTIVACE/VIZE</b>		<p><b>0-1:</b> Z popisu je patrné, že žadatel nemá žádnou vizi, nebo uvedený popis je velmi nesrozumitelný a neposkytuje hodnotiteli obraz o tom, zda žadatel vízí u svého záměru disponuje.</p> <p><b>2-3:</b> Žadatel uvádí srozumitelnou vizi, ale pouze v užším kontextu - týká se pouze jeho samotného nebere v potaz širší okolí.</p> <p><b>4-5:</b> Žadatel popisuje srozumitelnou vizi, nezahrnuje do ní pouze svou osobu, ale i širší okolí (např. zákazníky, komunitu, společnost, životní prostředí apod.).</p>
<b>2) OSOBNOST ZAKLADATELE/TÝM A JEHO SLOŽENÍ</b>		<p><b>0-1:</b> Tým tvoří pouze jeden člověk, který v projektu plní více rolí (bez uvedení jakýchkoliv zkušeností).</p> <p><b>2-3:</b> Tým tvoří dva kamarádi/kolegové, avšak bez uvedení jasného a zjevného rozdělení rolí a kompetencí podloženého relevantními zkušenostmi.</p> <p><b>4-5:</b> Tým je tvořen třemi a více lidmi, v popisu jsou deklarovány zkušenosti jednotlivých členů a zároveň jsou srozumitelně rozdělené odpovědnosti, role a kompetence v tomto týmu.</p>
<b>3) ŘEŠENÍ</b>		<p><b>0-1:</b> Žadatel uvádí velmi obecný, nepřehledný či vágní popis svého produktu/služby, z kterého není patrné, jaký problém zákazníka/uživatele řeší/uspokojuje a tento produkt/služba je neškálovatelný/á.</p> <p><b>2-3:</b> Žadatel uvádí stručnou charakteristiku svého produktu/služby. Je zjevné, že problém, který by měl produkt/služba řešit/uspokojet pravděpodobně existuje, ale žadatel není zatím schopen ho vidět/pojmenovat, nebo jej špatně definuje, nicméně produkt/služba vykazuje známky škálovatelnosti.</p> <p><b>4-5:</b> Žadatel uvádí podrobný popis svého produktu/služby a má jasně identifikován reálný problém, který jeho produkt/služba má řešit/uspokojit, a jedná se o plně škálovatelný produkt/službu.</p>
<b>4) ZPĚTNÁ VAZBA</b>		<p><b>0-1:</b> Žadatel neuvádí, jakým způsobem si své řešení u potenciálních zákazníků ověřil, neuvádí nebo nemá žádnou zpětnou vazbu od potenciálních zákazníků (nebo se jedná o minimální množství, které neposkytuje relevantní obraz ověření potřeby cílové skupiny). Svě řešení zatím neprodává a nemá k dispozici předobjednávky (nebo jen minimální množství).</p> <p><b>2-3:</b> Žadatel si svůj záměr/myšlenku u potenciálních zákazníků ověřil a kvantifikuje jejich počet. Získaná zpětná vazba je natolik dostatečná, že umožňuje žadateli dále směřovat a rozvíjet svůj nápad/myšlenku. Žadatel již může řešit i první předobjednávky.</p> <p><b>4-5:</b> Žadatel si svůj nápad/myšlenku ověřil na dostatečném reprezentativním vzorku zákazníků, kteří žadateli poskytli zpětnou vazbu nejen k řešenému problému, ale i k žadatelem vytvořenému řešení. Žadatel řeší předobjednávky svého produktu/služby nebo dokonce již hotový produkt/službu prodává/nabízí.</p>
<b>5) KONKURENČNÍ VÝHODA/INOVATIVNOST/UNIKÁTNOST</b>		<p><b>0-1:</b> Žadatelovo uváděné řešení nabízí /řeší již spousta jiných firem, žadatel vstupuje na rozvinutý trh, z popisu není patrné, že řešení/tým má oproti konkurenci nějakou nezkopírovatelnou výhodu.</p> <p><b>2-3:</b> Žadatel nabízí řešení, které má ve srovnání s konkurencí unikátní výhody, z popisu je patrné, že dané řešení/tým disponují určitou nezkopírovatelnou výhodou oproti konkurenci, avšak je špatně definovaná, nebo neudržitelná.</p> <p><b>4-5:</b> Žadatel je první, kdo přichází s řešením daného problému a zakladatel/ tým oproti konkurenci disponují nezkopírovatelnou výhodou ve svých zkušenostech, znalostech a kontaktech.</p>
<b>6) KONKURENCE</b>		<p><b>0-1:</b> Nemá povědomí o konkurenčním/obdobném produktu nebo nemá o takovémto produktu příliš velký přehled, jeho případný popis je obecný a vágní. Dokonce jsou uvedeny proklamace typu: "Nemám konkurenci". Nejsou definovány žádné unikátní či inovativní vlastnosti, které by žadatelův produkt výrazně odlišily od alternativních řešení.</p> <p><b>2-3:</b> Žadatel deklaruje znalost obdobných produktů pouze své přímé konkurence a definuje unikátní vlastnosti svého produktu ve srovnání s alternativami.</p> <p><b>4-5:</b> Žadatel prokazuje široký přehled a povědomí o produktech své přímé a nepřímé konkurence (charakterizuje jejich přednosti a nedostatky ve srovnání se svým produktem).</p>
<b>7) ZÁKAZNÍK</b>		<p><b>0-1:</b> Žadatel není schopen přesvědčivě definovat svého zákazníka/uživatele (popř. cílovou skupinu) nebo jeho popis je velmi vágní.</p> <p><b>2-3:</b> Žadatel má definovaného zákazníka (příp. cílovou skupinu), na kterého se svým produktem cílí, jeho popis je jasný, ale strohý, bez širšího rozhledu, bez znalosti trhu (např. velikost trhu apod.).</p> <p><b>4-5:</b> Žadatel prokazuje hlubokou znalost svých zákazníků/uživatelů/cílových skupin a je schopen je jasně, detailně a srozumitelně charakterizovat včetně uvedení znalosti trhu (např. velikost trhu apod.).</p>
<b>8) DISTRIBUČNÍ A MARKETINGOVÉ KANÁLY</b>		<p><b>0-1:</b> Z popisu je patrné, že žadatel nemá žádnou představu o tom, jak zákazníky oslovit, neposkytuje přesvědčivou vizi o distribuci/logistice svého produktu/služby, příp. tato vize je nereálná a nepromyšlená.</p> <p><b>2-3:</b> Žadatel má rámcovou představu o způsobu oslovení zákazníků, ale je diskutabilní stejně jako zamýšlené řešení distribuce/logistiku žadatelova produktu/služby.</p> <p><b>4-5:</b> Žadatel popisuje realistickou a splnitelnou představu o způsobu oslovení zákazníků včetně propracovaného a promyšleného řešení následné distribuce a logistiky produktu/služby.</p>
<b>9) FÁZE VÝVOJE</b>		<p><b>0-1:</b> Žadatel se nachází ve fázi myšlenky, která ještě není detailně rozpracována.</p> <p><b>2-3:</b> Žadatel disponuje detailně rozpracovanou myšlenkou, kterou si již ověřil na adekvátním množství zákazníků, nicméně ověřený má pouze problém, nikoli samotné řešení.</p> <p><b>4-5:</b> Žadatel disponuje již hotovým produktem/službou, u kterého si již prověřil na reprezentativním vzorku potenciálních zákazníků nejen problém, ale i samotné řešení.</p>
<b>10) KLÍČOVÉ AKTIVITY</b>		<p><b>0-1:</b> Žadatel uvádí vágní či nedostatečný popis a charakteristiku jednotlivých aktivit/milníků projektu, které na sebe nenavazují v logické posloupnosti a chybí termíny.</p> <p><b>2-3:</b> Žadatel vyjmenovává jednotlivé dílčí aktivity/milníky realizace projektu, u kterých je uveden nepřesvědčivý časový plán termínů splnění, který je nerealistický.</p> <p><b>4-5:</b> Žadatel vyjmenovává všechny aktivity /milníky realizace projektu, jež jsou jasně popsány, logicky na sebe navazují a jsou realisticky termínovány.</p>
<b>11) MONETIZACE A FINANČNÍ PLÁN</b>		<p><b>0-1:</b> Žadatel není schopen přesvědčivě vysvětlit, na čem bude vydělávat, nebo je patrné, že daný záměr je nerealizovatelný a nebude fungovat. Doložený finanční plán obsahuje chyby a neposkytuje jasný finanční obraz projektu.</p> <p><b>2-3:</b> Žadate sice neuvádí či přesvědčivě necharakterizuje, na čem bude vydělávat, ale hodnotitel je schopen ze uvedeného záměru požadované usoudit. Doložený finanční plán poskytuje pouze základní obraz finanční stránky projektu a není úplný.</p> <p><b>4-5:</b> Žadatel má jasný revenue model, ověřený se zákazníky. Doložený finanční plán je zpracován bez chyb a je realistický.</p>
<b>Celkový počet bodů</b>	<b>0</b>	

# Hodnoticí list

Podpora podnikání v Moravskoslezském kraji 2022 - Voucher pro začínající firmy

Kritérium	Slovní ohodnocení
<b>1) MOTIVACE/VIZE</b>	
Uvedte celkový komentář k tomuto kritériu z bodové části Hodnoticího listu. Zhodnoťte klady a zápory uvedené odpovědí.	
<b>2) OSOBNOST ZAKLADATELE/TÝM A JEHO SLOŽENÍ</b>	
Uvedte celkový komentář k tomuto kritériu z bodové části Hodnoticího listu. Zhodnoťte klady a zápory uvedené odpovědí.	
<b>3) ŘEŠENÍ</b>	
Uvedte celkový komentář k tomuto kritériu z bodové části Hodnoticího listu. Zhodnoťte klady a zápory uvedené odpovědí.	
<b>4) ZPĚTNÁ VAZBA</b>	
Uvedte celkový komentář k tomuto kritériu z bodové části Hodnoticího listu. Zhodnoťte klady a zápory uvedené odpovědí.	
<b>5) KONKURENČNÍ VÝHODA/ INOVATIVNOST/UNIKÁTNOST</b>	
Uvedte celkový komentář k tomuto kritériu z bodové části Hodnoticího listu. Zhodnoťte klady a zápory uvedené odpovědí.	
<b>6) KONKURENCE</b>	
Uvedte celkový komentář k tomuto kritériu z bodové části Hodnoticího listu. Zhodnoťte klady a zápory uvedené odpovědí.	
<b>7) ZÁKAZNÍK</b>	
Uvedte celkový komentář k tomuto kritériu z bodové části Hodnoticího listu. Zhodnoťte klady a zápory uvedené odpovědí.	
<b>8) DISTRIBUČNÍ A MARKETINGOVÉ KANÁLY</b>	
Uvedte celkový komentář k tomuto kritériu z bodové části Hodnoticího listu. Zhodnoťte klady a zápory uvedené odpovědí.	
<b>9) FÁZE VÝVOJE</b>	
Uvedte celkový komentář k tomuto kritériu z bodové části Hodnoticího listu. Zhodnoťte klady a zápory uvedené odpovědí.	
<b>10) KLÍČOVÉ AKTIVITY</b>	
Uvedte celkový komentář k tomuto kritériu z bodové části Hodnoticího listu. Zhodnoťte klady a zápory uvedené odpovědí.	
<b>11) MONETIZACE A FINANČNÍ PLÁN</b>	
Uvedte celkový komentář k tomuto kritériu z bodové části Hodnoticího listu. Zhodnoťte klady a zápory uvedené odpovědí.	
<b>DOPORUČUJI PROJEKT K PODPOŘE ((výběr Ano/Ne)</b>	
Uvedte argumentaci, proč projekt doporučujete/nedoporučujete k podpoře.	
<b>DOPORUČENÍ PRO ŽADATELE</b>	<b>Uvedte tři doporučení pro žadatele (tzn. co by měl žadatel přehodnotit, domyslet, dopracovat atd.).</b>
První doporučení	
Druhé doporučení	
Třetí doporučení	
<b>Datum vyhodnocení:</b>	
<b>Jméno hodnotitele:</b>	