Załącznik nr 2 do Regulaminu Konkursu “Z Dolnego Śląska w świat”

**KRYTERIA OCENY INNOWACYJNYCH PROJEKTÓW BIZNESOWYCH**

**OCENA FORMALNA**

|  |
| --- |
| **KOMPLETNOŚĆ WNIOSKU** |
| 1. Wnioskodawca wysłał wniosek poprzez formularz zgłoszeniowy na stronie Konkursu: https://innowacje.dolnyslask.pl/   *[spełnia / nie spełnia]*   1. Wnioskodawca złożył wszystkie wymagane oświadczenia.   *[spełnia / nie spełnia]*   1. Wnioskodawca posiada zarejestrowaną działalnością gospodarczą, we właściwym rejestrze przedsiębiorców.   *[spełnia / nie spełnia]*   1. Wnioskodawca posiada siedzibę lub oddział na terenie województwa dolnośląskiego i prowadzi działalność na terytorium województwa dolnośląskiego.   *[spełnia / nie spełnia]*   1. Zgłoszone przedsięwzięcie innowacyjne spełnia inne warunki wymagane przez właściwe przepisy prawa, który nie dotyczy działalności gospodarczej wykluczonej ze wsparcia na podstawie art. 3 ust 3 Rozporządzenia PE i Rady (UE) Nr 1301/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. w sprawie Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i przepisów szczególnych dotyczących celu "Inwestycje na rzecz wzrostu i zatrudnienia" oraz w sprawie uchylenia rozporządzenia (WE) nr 1080/2006 (Dz. Urz. L 347 z 20.12.2013 r., str. 289.   *[spełnia / nie spełnia]*   1. Prawni przedstawiciele Wnioskodawcy i udziałowcy/akcjonariusze nie są powiązani osobowo lub kapitałowo z Organizatorem konkursu lub osobami upoważnionymi do zaciągania zobowiązań w imieniu Organizatora.   *[spełnia / nie spełnia]* |
| **TERMIN ZŁOŻENIA FORMULARZA** |
| 1. Formularz zgłoszeniowy został przesłany w terminie naboru określonym Regulaminem.   *[spełnia / nie spełnia]* |
| **DOPASOWANIE DO REGIONALNEJ INTELIGENTEJ SPECJALIZACJI** |
| 1. Innowacyjny projekt biznesowy wyraźnie wpisuje się w przynajmniej jedną z Regionalnych Inteligentnych Specjalizacji Dolnego Śląska   *[spełnia / nie spełnia]* |

**OCENA MERYTORYCZNA I STOPNIA**

|  |  |
| --- | --- |
| **INNOWACYJNOŚĆ** | |
| *Cel: Ocena nowatorskiego charakteru projektu biznesowego oraz potencjalnej przewagi konkurencyjnej.* | *Punktacja: 0 – 5 pkt.* |
| * Projekt nie wpisuje się w innowację produktową ani innowację w procesach biznesowych, rozwiązanie nie różni się w żaden istotny sposób od dostępnych na rynku produktów bądź usług lub stanowi jedynie replikę istniejących technologii bez wartości dodanej. Nie wykazano żadnych unikalnych usprawnień ani potencjału do wyróżnienia się na rynku, nawet na poziomie krajowym – **0 pkt.** * Wykazane jedynie bardzo minimalne i nieistotne lub hipotetyczne różnice względem dostępnych na rynku rozwiązań – **1 pkt.** * Ograniczona innowacyjność, proponowane przedsięwzięcie wprowadza niewielkie usprawnienia, które nie przekładają się na znaczący potencjał rynkowy – **2 pkt.** * Dostrzegalna innowacyjność, przedsięwzięcie posiada potencjalną przewagę konkurencyjną dzięki nowym rozwiązaniom – **3 pkt.** * Proponowany projekt stanowi kluczowe rozwinięcie istniejących rozwiązań, zawiera elementy nowej wiedzy względem aktualnego stanu wiedzy i techniki – **4 pkt.** * Innowacja przełomowa, unikalne przedsięwzięcie oferujące wyjątkową wartość rynkową i wyraźną przewagę konkurencyjną – **5 pkt.** | |
| **OCENA MODELU BIZNESOWEGO** | |
| *Cel: Ocena realności, spójności i wykonalności zaproponowanego modelu biznesowego.* | *Punktacja: 0 – 5 pkt.* |
| * Przyjęte założenia dot. modelu biznesowego są całkowicie nieadekwatne do rynku, a analiza rynku nie została przeprowadzona. Nie przedstawiono żadnych dowodów potwierdzających zapotrzebowanie na produkt lub usługę – **0 pkt.** * Model biznesowy został opisany, ale jest mało precyzyjny, niejasny i niespójny, nie uzasadniono założeń modelu, brak konkretnych mechanizmów generowania przychodów – **1 pkt.** * Model biznesowy jest kompletny, ale mało precyzyjny, uzasadniono założenia modelu ale strategia przychodowa budzi wątpliwości – **2 pkt.** * Model biznesowy jest wykonalny, lecz wymaga dalszego dopracowania oraz uszczegółowienia kluczowych elementów, model biznesowy jest kompletny i umiarkowanie pogłębiony – **3 pkt.** * Model biznesowy jest przemyślany, jasno określono źródła przychodów, model jest kompletny i pogłębiony, uzasadniono założenia modelu – **4 pkt.** * Solidny, skalowalny model biznesowy o wysokim potencjale sukcesu, jego założenia są uzasadnione, model wyróżnia się innowacyjnością – **5 pkt.** | |
| **OCENA KOMPETENCJI, DOŚWIADCZENIA I POTENCJAŁU ZESPOŁU** | |
| *Cel: Ocena kompetencji, doświadczenia i zdolności zespołu do skutecznego wdrożenia innowacyjnego projektu biznesowego oraz budowy skalowalnego biznesu na rynku krajowym i zagranicznym.* | *Punktacja: 0 – 5 pkt.* |
| * Zespół nie posiada kluczowych kompetencji do stworzenia i wdrożenia projektu. Brakuje wiedzy w zakresie technologii, sprzedaży, zarządzania i znajomości rynku. Brak doświadczenia w podobnych projektach – **0 pkt.** * Zespół ma pewne umiejętności, ale braki w kluczowych obszarach mogą uniemożliwić skuteczne wdrożenie projektu. Istnieje wysokie ryzyko, że bez wsparcia produkt nie osiągnie gotowości rynkowej – **1 pkt.** * Zespół posiada podstawowe kompetencje, ale brakuje mu kluczowych umiejętności potrzebnych do internacjonalizacji, takich jak sprzedaż zagraniczna, logistyka, marketing transgraniczny czy znajomość rynków. Ogranicza to szanse na skuteczne wejście na rynki zagraniczne – **2 pkt.** * Zespół ma uzupełniające się kompetencje i doświadczenie na rynku krajowym. W obszarze internacjonalizacji posiada jedynie częściową wiedzę, dlatego przy skalowaniu na rynki zagraniczne potrzebne będzie wsparcie lub rozbudowa zespołu – **3 pkt.** * Zespół ma solidne doświadczenie w rozwoju produktów na rynkach krajowym i zagranicznym. Posiada kompetencje technologiczne, sprzedażowe i branżowe. W zakresie internacjonalizacji jest dobrze przygotowany, choć niektóre obszary mogą wymagać dalszego wzmocnienia – **4 pkt.** * Kompletny, doświadczony zespół z pełnym zestawem kompetencji do rozwoju na rynkach krajowym i zagranicznym. Członkowie zespołu mają sukcesy w ekspansji międzynarodowej, znają rynki docelowe i dysponują kontaktami branżowymi. Przedsiębiorca jest gotowy do pełnej internacjonalizacji – **5 pkt.** | |
| **POTENCJAŁ DO EKSPANSJI NA RYNKI ZAGRANICZNE** | |
| *Cel: Ocena trafności doboru rynków zagranicznych oraz stopnia przygotowania przedsiębiorstwa do ekspansji międzynarodowej, w tym umiejętności identyfikacji rynków pierwszego wyboru.* | *Punktacja: 0 – 5 pkt.* |
| * Nie wskazano konkretnych rynków zagranicznych lub zrobiono to w sposób ogólnikowy i niespójny. Brakuje uzasadnienia wyboru oraz wiedzy o specyfice rynków docelowych. Nie przedstawiono merytorycznych podstaw do planowania ekspansji zagranicznej – **0 pkt.** * Rynki pierwszego wyboru zostały wskazane, jednak wybór sprawia wrażenie przypadkowego lub niepopartego analizą. Brakuje znajomości realiów gospodarczych i branżowych. Wybrane kierunki są niedopasowane lub mają bardzo ograniczony potencjał dla oferowanego produktu – **1 pkt.** * Rynki zostały określone, jednak uzasadnienie ich wyboru jest powierzchowne i nie wskazuje na pogłębioną znajomość lokalnych uwarunkowań. Brakuje wyraźnego dopasowania projektu do specyfiki wskazanych rynków. Projekt posiada pewien potencjał, ale wymaga istotnego dopracowania koncepcji ekspansji i wyboru rynków – 2 **pkt.** * Wnioskodawca wskazał rynki o zauważalnym potencjale, jednak uzasadnienie nie jest w pełni przekonujące. Projekt częściowo wpisuje się w potrzeby odbiorców. Sukces przedsięwzięcia jest możliwy, lecz wymaga dopracowania strategii i wsparcia zewnętrznego – **3 pkt.** * Rynki zostały trafnie dobrane i sensownie uzasadnione. Oferta przedsiębiorstwa odpowiada na potrzeby wskazanych rynków, a kierunki ekspansji są realistyczne i mają duży potencjał. Projekt ma wysokie szanse powodzenia przy umiarkowanym wsparciu. Istnieje również możliwość rozszerzenia działalności na kolejne rynki w przyszłości – **4 pkt.** * Wnioskodawca rzetelnie zidentyfikował rynki zagraniczne o wysokim potencjale i uzasadnił ich wybór na podstawie danych, analiz i trendów branżowych. Projekt jest dobrze dopasowany do potrzeb odbiorców, a wybrane kierunki ekspansji są w pełni adekwatne. Przedsięwzięcie ma nie tylko wysoką szansę powodzenia, ale także realny potencjał do dalszego rozwoju na licznych dalszych rynkach – **5 pkt.** | |

**OCENA MERYTORYCZNA II STOPNIA**

|  |  |
| --- | --- |
| **TRAFNOŚĆ STRATEGII WEJŚCIA NA RYNEK ZAGRANICZNY** | |
| *Cel:* *Ocena stopnia przygotowania Uczestnika konkursu do wejścia na wybrany rynek zagraniczny.* | *Punktacja: 0 – 3 pkt.* |
| * Nie przedstawiono żadnej strategii wejścia na rynek zagraniczny. Wypowiedź pomija kluczowe elementy planu ekspansji i nie zawiera argumentacji dotyczącej wyboru kierunku rozwoju międzynarodowego. Brakuje też odniesienia do specyfiki rynku docelowego **– 0 pkt.** * Założenia strategii zostały opracowane, ale mają charakter ogólnikowy, niespójny lub niedostosowany do wskazanego rynku. Uczestnik nie odniósł się do podstawowych aspektów, takich jak kanały dotarcia do klienta, lokalne ograniczenia, konkurencja czy uwarunkowania regulacyjne. Wypowiedź sugeruje brak głębszego rozeznania w realiach danego rynku **– 1 pkt.** * Przedstawiono efektywną strategię wejścia, która obejmuje podstawowe założenia dotyczące kierunku ekspansji i sposobu działania. Mimo braku szczegółów, przedstawione podejście jest logiczne, a kierunek ekspansji ma potencjał. Wypowiedź świadczy o konieczności rozwinięcia części elementów strategii **– 2 pkt.** * Strategia wejścia została przedstawiona w sposób spójny, realistyczny i dopasowany do charakteru rynku docelowego. Uczestnik odniósł się do głównych aspektów, kanałów wejścia, barier, ryzyk i ogólnego planu działania. Wypowiedź świadczy o przemyślanej koncepcji ekspansji i dobrej znajomości zagranicznego rynku **– 3 pkt.** | |
| **ZDOLNOŚĆ ADAPTACYJNA DO REALIÓW RYNKU ZAGRANICZNEGO** | |
| *Cel:* *Ocena świadomości zespołu w zakresie konieczności dostosowania produktu lub usługi do lokalnych uwarunkowań zagranicznych rynków.* | *Punktacja: 0 – 3 pkt.* |
| * Nie odniesiono się do potrzeby dostosowania projektudo realiów rynku zagranicznego. Wypowiedź sugeruje próbę bezpośredniego przeniesienia projektu bez jakichkolwiek modyfikacji, co świadczy o braku świadomości kluczowych różnic kulturowych, językowych, regulacyjnych lub operacyjnych **– 0 pkt.** * Zespół dostrzegł konieczność adaptacji projektu, jednak nie przedstawił konkretnych przykładów ani kierunków działania. Brakuje odniesienia do kluczowych aspektów. Wypowiedź pozostaje ogólnikowa, a zaproponowane działania są niedopasowane lub nieadekwatne do specyfiki wskazanego rynku **– 1 pkt.** * Zespół wskazał wybrane elementy wymagające adaptacji i zasygnalizował sposób ich dostosowania do danego rynku, ale nie wszystkie kluczowe kwestie zostały ujęte. Podejście jest spójne i logiczne, jednak częściowe. Proponowane działania wymagają dalszego dopracowania, aby uwzględniały pełne dopasowanie do lokalnych warunków **– 2 pkt.** * Prezentacja jasno pokazała, że zespół rozumie potrzebę kompleksowego dostosowania oferty do warunków lokalnych. Wskazano konkretne obszary adaptacji oraz przedstawiono spójne podejście do ich wdrożenia. Wypowiedź świadczy o wysokim poziomie przygotowania i świadomości między rynkowych różnic **– 3 pkt.** | |
| **SIŁA WYRÓŻNIKA KONKURENCYJNEGO NA RYNKACH ZAGRANICZNYCH** | |
| *Cel:* *Ocena stopnia, w jakim* projekt *posiada wyraźną, trwałą i trudną do skopiowania przewagę konkurencyjną na rynkach zagranicznych.* | *Punktacja: 0 – 6 pkt.* |
| * Wskazano wyróżnik którym cechuje się projekt, ale jest on marginalny lub łatwo kopiowalny. Przewaga opiera się na cechach standardowych (np. cena, jakość, wygląd), które nie dają istotnej wartości na tle konkurencji w danym kraju. Zespół nie przedstawił, dlaczego zagraniczny klient miałby wybrać właśnie ten produkt **– 0 pkt.** * Zespół potrafi wskazać przewagę konkurencyjną którą cechuje się projekt, ale nie udowadnia je wartości w realiach danego rynku ani nie odnosi się do jej trwałości. Brakuje odniesienia do lokalnych potrzeb, konkurencyjnych rozwiązań lub danych potwierdzających znaczenie wyróżnika. Argumentacja jest zbyt wewnętrzna lub oparta na hipotezach **– 2 pkt.** * Wyróżnik konkurencyjny jest uzasadniony i zrozumiały, projekt posiada cechy wyróżniające (np. technologia, podejście do klienta, model biznesowy), które mogą być atrakcyjne za granicą. Argumentacja jest logiczna i przekonująca, choć oparta głównie na założeniach. Brakuje głębszej analizy kontekstu rynkowego, w tym przewidywanych reakcji konkurencji lub specyfiki zachowań klientów **– 4 pkt.** * Projekt wyróżnia się zasadniczą, trudną do skopiowania przewagą konkurencyjną, wynikającą z cech produktu, modelu działania lub sposobu dostarczania wartości. Przewaga została bardzo dobrze osadzona w kontekście rynkowym, a jej znaczenie wynika z dogłębnej analizy potrzeb odbiorców, luk w ofercie konkurencji oraz specyfiki zagranicznego rynku **– 6 pkt.** | |
| **ZASOBY FINANSOWE I RZECZOWE** | |
| *Cel:* Ocena *świadomości kosztów, potrzeb organizacyjnych oraz ogólnego podejścia do planowania i alokacji zasobów w kontekście wejścia na nowe rynki.* | *Punktacja: 0 – 3 pkt.* |
| * W prezentacji nie odniesiono się do kwestii finansowych ani zasobów rzeczowych w kontekście ekspansji zagranicznej. Nie określono, jakich środków zespół potrzebuje, na co zostaną przeznaczone ani jak planuje zorganizować działania operacyjne. Całość sprawia wrażenie braku przygotowania do realnego wejścia na rynek międzynarodowy – **0 pkt.** * Wskazano ogólne potrzeby lub wyzwania, ale wypowiedź była powierzchowna i nieadekwatna do skali ekspansji. Nie przedstawiono spójnej koncepcji finansowania działań zagranicznych. Zespół nie wykazał świadomości, jakich zasobów (ludzkich, technologicznych, organizacyjnych) będzie potrzebować, ani z jakimi wyzwaniami operacyjnymi może się zmierzyć – **1 pkt.** * Zespół przedstawił logiczną i spójną wizję ogólnej struktury zasobów i finansowania, dostosowaną do zakresu planowanej ekspansji. Wskazano najważniejsze potrzeby, a także zaznaczono ogólne podejście do finansowania. Zespół wykazał świadomość, że ekspansja wymaga konkretnych zasobów i przygotowań – **2 pkt.** * Prezentacja zawierała klarowny i realistyczny przekaz dotyczący kluczowych potrzeb finansowych i rzeczowych związanych z wejściem na rynek zagraniczny. Zespół potrafił logicznie powiązać zasoby z planowanymi działaniami. Wskazano źródła finansowania lub gotowość do ich pozyskania. Wypowiedź świadczyła o wysokim poziomie świadomości i przygotowania operacyjnego, mimo braku szczegółów liczbowych – **3 pkt.** | |
| **JAKOŚĆ PREZENTACJI** | |
| *Cel: Ocena umiejętności zespołu w zakresie klarownego, logicznego i przekonującego przedstawienia projektu, w tym sposobu komunikacji wartości projektu* | *Punktacja: 0 – 3 pkt.* |
| * Prezentacja była raczej zrozumiała, ale mało angażująca i nieprzemyślana pod względem formy. Osoba prezentująca sprawiała wrażenie nieprzygotowanej lub niepewnej. Odpowiedzi na pytania członków kapituły były niepełne, wymijające lub świadczyły o braku zrozumienia kluczowych aspektów przedsięwzięcia – **0 pkt.** * Prezentacja była logiczna i czytelna, lecz nie wyróżniała się formą ani przekonującym stylem. Prezentujący był raczej przygotowany jednak odpowiedzi na pytania były ogólne lub ograniczone, bez głębszego rozwinięcia tematów poruszonych przez kapitułę – **1 pkt.** * Prezentacja była klarowna, dobrze zorganizowana i komunikacyjnie atrakcyjna. Prezentujący wykazywał pewność siebie oraz kompetencje w przedstawieniu projektu. Odpowiedzi na pytania były poprawne merytorycznie i w większości adekwatne, choć momentami brakowało pogłębienia lub precyzji – **2 pkt.** * Prezentacja była w pełni przejrzysta, angażująca i profesjonalnie przygotowana zarówno pod względem treści, jak i sposobu przekazu. Prezentujący wyróżniał się umiejętnością zainteresowania słuchaczy. Odpowiedzi na pytania kapituły były kompleksowe, trafne i świadczyły o głębokim zrozumieniu tematu oraz dojrzałości biznesowej zespołu – 3 **pkt.** | |