**V. Razlaga meril za ocenjevanje projekta** **(JR CzK 2022 točke 4.1., 4.2. in 4.3.)**

**Strokovna komisija bo prispele projekte ocenjevala na osnovi razlage meril v nadaljevanju.**

1. **Merila za sklop A1- Seme-Preveritev koncepta:**

Ocenjevalna tabela 1

Komisija bo pri posameznem merilu za ocenjevanje vloge ocenila v okviru naslednje ocenjevalne lestvice. Komisija pri vsakem merilu oz. podmerilu dodeli od 0 do 10 točk. Znotraj posameznega merila se točke seštevajo.

|  |  |
| --- | --- |
| **Opis ocene točka 1-5** | **Prejete točke: 0-10** |
| nejasno, neskladno, neustrezno, nesprejemljivo. Prijavitelj, ki pridobi 0 točk, ne izpolnjuje pogojev razpisa in zato ni upravičen do financiranja. | 0 |
| pogojno sprejemljivo, slabo | 2 |
| sprejemljivo | 4 |
| delno ustrezno | 6 |
| ustrezno | 8 |
| povsem ustrezno | 10 |

Ocenjevalna tabela 2

Glede na najbližjo ustreznost trditve komisija izbere spodaj določeno merilo, ki ustreza opisu projekta, in dodeli definirano število točk, ki ustrezajo izbranemu merilu.

|  |  |
| --- | --- |
| **Opis ocene točka 6** | **Prejete točke: 0-20** |
| ne izkazuje inovativnosti na nobenem nivoju | 0 |
| izkazuje inovativnost na enem nivoju | 4 |
| izkazuje inovativnost na dveh nivojih | 8 |
| izkazuje inovativnost na treh nivojih. | 16 |
| izkazuje inovativnost na štirih nivojih | 20 |

Skupaj je možnih 100 točk.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Merila za sklop A1** |  | **Največje št. točk/** |
| **1.** | **Ocena potenciala in kompetentnosti ekipe** |  | **20** |
| 1.1 | Ekipa in spekter kompetenc |  | 10 |
| 1.2 | Strategija ekipe in razumevanje projekta |  | 10 |
| **2.** | **Razumevanje in relevantnost problema ter ustreznost rešitve (vključuje tudi edinstveno ponujeno vrednost, inovacije, pomembne rešitve ter možne neulovljive prednosti)** |  | **20** |
| 2.1 | Hipoteza problema in koncept rešitve |  | 10 |
| 2.2 | Inovativnost poslovne ideje |  | 10 |
| **3.** | **Opredelitev segmentov kupcev/ uporabnikov, validacija ter dostop do njih** |  | **10** |
| **4.** | **Zasnova poslovnega modela in zasnova kazalnikov poslovnega modela** |  | **10** |
| **5.** | **Vzdržnost in trajnost poslovnega modela** |  | **20** |
| 5.1 | Strategija trženja |  | 10 |
| 5.2 | Trajni učinek storitve/izdelka |  | 10 |
| **6.** | **Inovativnost** |  | **20** |
|  |  |  |  |
|  | **SKUPAJ NAJVIŠJE MOŽNO ŠT. TOČK** |  | **100** |

Podrobna razlaga meril:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Merila podrobno sklop A1** |  | **Največje št. točk/ Ocenjeno št. točk** |
| **1.** | **Ocena potenciala in kompetentnosti ekipe**  Eden največjih izzivov podjetniškega procesa je gradnja dobre podjetniške ekipe. Delo v ekipi je lahko močna prednost, ki uspešno tako zmanjšuje tveganja kot povečuje možnost za uspeh. Za člana ekipe se štejejo družbeniki (ustanovitelji, lastniki deležev podjetja). Delo v ekipi združuje znanja ter omogoča specializacijo znanj posameznih članov ekipe. Med ključne lastnosti dobre ekipe spadajo: izkušnje podjetniške ekipe, zavezanost k projektu, specifična znanja in vodstvene sposobnosti izbranega vodje ekipe in zmožnost učenja. Pomembno je predvsem to, da člani ekipe izkazujejo kompetence na različnih področjih, ki so potrebna za uspeh projekta, kot so: razvoj produkta ali storitve, design (oblika in uporabnost produkta), poslovno vodenje (prodaja, marketing). |  | **20** |
| 1.1 | **Ekipa in spekter kompetenc**  Interdisciplinarna ekipa mora biti sestavljena iz oseb z različnimi strokovnimi ali izobrazbenimi profili – minimalno dva člana ekipe, ki pokrivata vsaj dve različni stroki (npr. oblikovalec, skupaj s tehnologom, ekonomistom, marketingom itd.) in ki pokrivata znanja s področij, potrebnimi za razvoj projekta, produkta, storitve ali procesa.  Ekipa ni definirana (pridobi 0 točk).  Ekipa, ki ima samo enega člana ( pridobi 2 točki).  Ekipa, ki ima vsaj dva člana, ki pa imata kompetence z istega področja (pridobi 4 točke).  Ekipa, ki ima vsaj 2 člana, katerih kompetence pokrivajo vsaj dve različni področji (pridobi 6 točk).  Ekipa, ki ima več kot 2 člana, vendar podobne kompetence (pridobi 8 točk).  Ekipa, ki ima več kot 2 člana, ki pokrivajo 2 ali več področij, med njimi je eden iz področja KKS (pridobi 10 točk). |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| 1.2. | **Strategija ekipe in razumevanje projekta**  Ekipa ima strategijo za razvoj projekta. Izkazuje razumevanje ključnih korakov potrebnih za realizacijo projekta. Ekipa kaže zmožnost učenja, visoko stopnjo zaveze za realizacijo in visoko osebno motiviranost. Zmožnost učenja ekipe se preverja s tem, kako usposobljena je ekipa, da si sama poišče informacije, definira problem in poišče način rešitve ter je sposobna prilagajanja informacijam, ki jih najde.  Ekipa, ki nima zmožnosti realizacije projekta, nima strategije, niti motiva (pridobi 0 točk).  Ekipa, v kateri je zavezan k razvoju projekta en sam član ali pa 2 ali več in ima strategijo za razvoj, vendar ne kaže(jo) razumevanja za njeno izpeljavo (pridobi 2 točki).  Ekipa, v kateri je zavezan k razvoju projekta en sam član, ima strategijo za razvoj in kaže razumevanje za njeno izpeljavo (pridobi 4 točke).  Ekipa dveh članov, ki je zavezana k razvoju projekta, ima strategijo za razvoj in kaže delno razumevanje potrebnih korakov in možnost učenja (pridobi 6 točk).  Ekipa z najmanj 3 člani, ki so zavezani k razvoju projekta, ima strategijo za razvoj in kaže delno razumevanje potrebnih korakov in možnost učenja (pridobi 8 točk).  Ekipa z najmanj 3 člani, ki so zavezani k razvoju projekta, ima strategijo za razvoj in kaže razumevanje korakov potrebnih za realizacijo kot tudi možnost nadaljnjega učenja (pridobi 10 točk). |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| **2.** | **Razumevanje in relevantnost problema ter ustreznost rešitve (vključuje tudi edinstveno ponujeno vrednost, inovacije, pomembne rešitve ter možne neulovljive prednosti)**  Ključno je, da prijavitelj razume, da želi s svojim projektom (bodisi produkt ali storitev, s katero se nosilec prijavlja na razpis) rešiti določen problem uporabnikov na trgu. Prijavitelj ima hipotezo problema segmenta uporabnikov in načrt, kako bo hipoteza preverjena na trgu. Prijavitelj ima tudi koncept rešitve (torej določene minimalne lastnosti produkta ali storitve), na podlagi katerih prijavitelj izdeluje prototip produkta oz. storitve. Za uspešnost projekta (razvitega produkta ali storitve) na trgu je pomembna inovativnost ideje. Pri projektu je zaznan potencial edinstvene ponujene vrednosti, inovacije, pomembne rešitve ter možne neulovljive prednosti, ki se odraža z naslednjimi lastnostmi: možnost zaščite intelektualne lastnine, prednost prvega na trgu, poslovna skrivnost, specifično znanje, mreža povezanosti, odgovarjanje na potrebe potencialnih uporabnikov itd. |  | **20** |
| 2.1 | **Hipoteza problema in koncept rešitve**  Projekt ima hipotezo problema segmenta uporabnikov, načrt, kako bo hipoteza preverjena na trgu, in koncept rešitve (določene minimalne lastnosti produkta ali storitve), ki prehaja v fazo konkretizacije (prototip, skice itd**.)**  Projekt, ki nima hipoteze problema in niti koncepta rešitve na trgu, pridobi 0 točk.  Projekt, ki ima hipotezo problema in pomanjkljivo zasnovan načrt, kako jo preveriti na trgu, niti koncepta rešitve (pridobi 2 točki).  Projekt, ki ima hipotezo problema, okvirno zasnovan načrt preveritve in nima koncepta rešitve (pridobi 4 točke).  Projekt, ki ima hipotezo problema, okvirno zasnovan načrt preveritve na trgu in okvirno idejo rešitve (pridobi 6 točk).  Projekt, ki ima hipotezo problema, natančen načrt, kako bo hipotezo preveril na trgu in idejo rešitve (pridobi 8 točk).  Projekt, ki ima hipotezo problema segmenta uporabnikov, načrt, kako bo hipoteza preverjena na trgu, in koncept rešitve (določene minimalne lastnosti produkta ali storitve), ki prehajajo v fazo konkretizacije (ima prototip, skice itd.) (pridobi 10 točk). |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| 2.2 | **Inovativnost poslovne ideje**  Zaznan je potencial edinstvene ponujene vrednosti, inovacije, pomembne rešitve ter možne neulovljive prednosti (jedrna kompetenca, možnost zaščite intelektualne lastnine, prednost prvega na trgu, poslovna skrivnost, specifično znanje, mreža povezanosti, odgovarjanje na potrebe potencialnih uporabnikov itd.).  Nima poslovne ideje (pridobi 0 točk).  Poslovna ideja je, vendar ni inovativna (pridobi 2 točki).  Poslovna ideja je inovativna, vendar jo je lahko hitro kopirati (pridobi 4 točke).  Poslovna ideja je inovativna in zagotavlja projektu delno prednost na trgu  (pridobi 6 točk).  Poslovna ideja je inovativna, zagotavlja delno prednost na trgu in ima dodatno prednost (bodisi specifično znanje bodisi prednost prvega poslovna skrivnost itd.). (pridobi 8 točk).  Poslovna ideja je inovativna, projekt ima močno tehnološko ali drugo kompetenco in možnost zaščite intelektualne lastnine kot tudi načrt, da jo zaščiti (pridobi 10 točk). |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| **3.** | **Opredelitev segmentov kupcev/ uporabnikov, validacija ter dostop do njih**  Prijavitelj se zaveda, da bodo njegov produkt ali storitev uporabljali kupci oz. uporabniki. Prijavitelj mora imeti okvirno opredeljene segmente kupcev, ki bodo njegov produkt ali storitev uporabljali, kot na primer: segment kupcev glede na starost ali segment kupcev glede na spol ali segment kupcev glede na interesna zanimanja ali segment kupcev glede na poklic ali kombinacija različnih kategorij. Prijavitelj ima tudi okvirno opredeljene kanale, kako seznaniti kupce z novo ponujenim produktom ali storitvijo in kako dosegati posamezne segmente kupcev, kot na primer: direktna prodaja ali direktna storitev za uporabnika, prodaja skozi druga podjetja, kot so veletrgovci itd., prodaja preko online portalov, prodaja v trgovinah, galerijah, muzejih itd. Validacija mora dokazati sposobnost teh procesov za doseganje planiranih rezultatov. |  | **10** |
|  | Projekt ima okvirno opredeljene segmente kupcev in okvirno opredeljene kanale (vhodne in izhodne, plačljive in neplačljive, posredne in neposredne) in načrt, kako bo dosegel posamezne segmente kupcev. Segmenti kupcev in načrt so narejeni na podlagi preverbe z vsaj 30 možnimi uporabniki.  Projekt nima opredeljenega segmenta kupcev in o kupcih niti ne razmišlja (pridobi 0 točk).  Projekt ima okvirno opredeljene segmente kupcev, vendar nima natančneje opredeljenih kanalov in načinov, kako jih bo dosegal (pridobi 2 točki).  Projekt ima okvirno opredeljene segmente kupcev, ima pomanjkljivo opredeljene kanale in nima razumevanja niti opredeljenega načina, kako jih bo dosegal (pridobi 4 točke).  Projekt ima okvirno opredeljene segmente kupcev, ima okvirno opredeljene kanale in pomanjkljivo opredeljene načine doseganja kupcev (pridobi 6 točk).  Projekt ima okvirno opredeljene segmente kupcev, ima okvirno opredeljene kanale in opredeljen način doseganja kupcev (pridobi 8 točk).  Projekt ima okvirno opredeljene segmente kupcev, ima okvirno opredeljene kanale in podrobno opredeljen način doseganja kupcev, podatke lahko podkrepi s prikazom, da jih je preveril pri 30 možnih uporabnikih (pridobi 10 točk). |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| **4.** | **Zasnova poslovnega modela in zasnova kazalnikov poslovnega modela**  Pri vodenju projekta je pomembno, da se pripravi načrt, ki opredeljuje cilje, ki si jih ekipa zastavi v časovnem okviru vsaj 18 mesecev, plan razvoja produkta ali storitve, plan testiranja prototipa in pridobivanja uporabnikov in prvih kupcev, plan porabe finančnih sredstev na način, da se bodo cilji dosegali. Prijavitelj ima načrt razvoja podjetja oz. projekta, ki vključuje okvirno definiran poslovni model in razvoj in rast projekta v okviru 18 mesecev. Razvidno mora biti, da je napredek podjetja z investicijo dovolj ambiciozen in hkrati realen. |  | **10** |
|  | Prijavitelj je oblikoval načrt razvoja podjetja oz. projekta, ki vključuje okvirno definiran poslovni model in razvoj in rast v okviru 18 mesecev.  Projekt nima načrta razvoja ali je ta nerazumljiv (pridobi 0 točk).  Projekt ima pomanjkljivo oblikovan načrt razvoja, ki ne vključuje poslovnega modela (pridobi 2 točki).  Projekt ima oblikovan pomanjkljiv načrt razvoja, ki vsebuje poslovni model, razvoj in rast, ki pa so pomanjkljivo opredeljeni (pridobi 4 točke).  Projekt ima oblikovan okvirni načrt razvoja, ki vključuje zasnovo poslovnega modela in razvoja, projekcija rasti pa izkazuje delno nerazumevanje realnosti na trgu (pridobi 6 točk).  Projekt ima oblikovan načrt razvoja, ki vključuje poslovni model in razvoj, kot tudi okvirno projekcijo rasti v 18 mesecih, ki preveč odstopa ali v ambiciji ali v nasprotni smeri (pridobi 8 točk).  Projekt ima oblikovan načrt razvoja podjetja oz. projekta, ki vključuje okvirno definiran poslovni model in razvoj in rast v okviru 18 mesecev, (pridobi 10 točk). |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| **5.** | **Vzdržnost in trajnost poslovnega modela**  Prijavitelj lahko pridobi točke, če je v povezavi z uvajanjem proizvoda/storitve izdelal strategijo trženja, ki jo predstavi v sklopu predstavitvenega načrta ali kot samostojno prilogo. |  | **20** |
| 5.1 | **Strategija trženja**  Prijavitelj ni izdelal strategije trženja in pridobi 0 točk.  Prijavitelj pridobi 2 točki, če je izdelal strategijo trženja, pa je ta zelo pomanjkljiva.  Prijavitelj pridobi 4 točke, če je izdelal strategijo trženja in je pretežni trg podjetja zgolj vezan na razvojno regijo.  Prijavitelj pridobi 6 točk, če je strategija trženja vezana na Slovenijo.  Prijavitelj pridobi 8 točk, če je izdelal strategijo trženja in je pretežni trg podjetja  trg evropske unije (ustrezno predstavljeno v sklopu tržne strategije, opravljene analize za konkretne države, podjetje izkazuje, da razpolaga z ustreznimi resursi za realizacijo izvedbe in prodaje proizvoda/storitve).  Prijavitelj pridobi 10 točk, če pretežni trg podjetja presega meje trga evropske unije (ustrezno predstavljeno v sklopu tržne strategije, opravljene analize za konkretne države, podjetje izkazuje, da razpolaga z ustreznimi resursi za realizacijo izvedbe in prodaje proizvoda/storitve). |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| 5.2 | **Trajni učinek storitve/izdelka.** Za pridobitev točk mora imeti storitev/izdelek trajne pozitivne učinke na gospodarski razvoj in/ali socialni razvoj in/ali varstvo okolja v okolju/regiji/kraju, oziroma mora izdelek/storitev zadovoljevati potrebe, ki so trajnega značaja in niso podvržene hitri menjavi potreb/želj kupcev. Na primer nudenje trajne zaposlitve, varnost okolja, spoštovanje pravil krožnega gospodarstva oz. prispevek k večji snovni in energetski učinkovitosti.  Prijavitelj pridobi 0 točk, če gre za storitev/izdelek, ki nima pozitivnih učinkov na gospodarski razvoj in/ali socialni razvoj in/ali varstvo okolja v okolju/regiji/kraju, in izdelek/storitev ne zadovoljuje potreb, ki so trajnega značaja in niso podvržene hitri menjavi potreb/želj kupcev.  Prijavitelj pridobi 2 točki, če gre za storitev/izdelek, ki je podvržen hitri menjavi želje/potrebe kupcev/uporabnikov izdelka/storitve ter nima trajnega vpliva na razvoj okolja/regije in ima kratkoročen vpliv na razvoj kraja .  Prijavitelj pridobi 4 točke, če gre za storitev/izdelek, ki je podvržen hitri menjavi želje/potrebe kupcev/uporabnikov izdelka/storitve ter ima kratkoročen vpliv na razvoj okolja/regije/kraja.  Prijavitelj pridobi 6 točk, če gre za storitev/izdelek, ki ni podvržen hitri menjavi želje/potrebe kupcev/uporabnikov izdelka/storitve ter ima trajni vpliv na razvoj okolja/regije/kraja pri zaposlovanju.  Prijavitelj pridobi 8 točk, če gre za storitev/izdelek, ki ni podvržen hitri menjavi želje/potrebe kupcev/uporabnikov izdelka/storitve ter ima trajni vpliv na razvoj okolja/regije/kraja pri varovanju okolja.  Prijavitelj pridobi 10 točk, če gre za storitev/izdelek, ki ni podvržen hitri menjavi želje/potrebe kupcev/uporabnikov izdelka/storitve ter ima trajni vpliv na razvoj okolja/regije/kraja pri zaposlovanju in varovanju okolja. |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| **6.** | Inovativnost. Projekt pridobi točke, če izkazuje visoko stopnjo inovativnosti na kreativnem, poslovnem, tržnem in trajnostnem nivoju. |  | **20** |
|  | Projekt pridobi 0 točk, če ne izkazuje inovativnosti na nobenem nivoju.  Projekt pridobi 4 točke, če izkazuje inovativnost na enem nivoju.  Projekt pridobi 8 točk, če izkazuje inovativnost na dveh nivojih.  Projekt pridobi16 točk, če izkazuje inovativnost na treh nivojih.  Projekt pridobi 20 točk, če izkazuje inovativnost na štirih nivojih. |  | Obkroži  0  4  8  16  20 |
|  |  |  |  |
|  | **SKUPAJ NAJVIŠJE MOŽNO ŠT. TOČK** |  | **100** |

1. **Merila za sklop A2- Zagonska faza: Kreativni Start Up**

Ocenjevalna tabela1

Komisija bo pri posameznem merilu za ocenjevanje vloge ocenila v okviru naslednje ocenjevalne lestvice. Komisija pri vsakem merilu oz. podmerilu dodeli od 0 do 10 točk. Znotraj posameznega merila se točke seštevajo.

|  |  |
| --- | --- |
| **Opis ocene točka 1-5** | **Prejete točke: 0-10** |
| nejasno, neskladno, neustrezno, nesprejemljivo. Prijavitelj, ki pridobi 0 točk, ne izpolnjuje pogojev razpisa in zato ni upravičen do financiranja. | 0 |
| pogojno sprejemljivo, slabo | 2 |
| sprejemljivo | 4 |
| delno ustrezno | 6 |
| ustrezno | 8 |
| povsem ustrezno | 10 |

Ocenjevalna tabela 2

Glede na najbližjo ustreznost trditve komisija izbere spodaj določeno merilo, ki ustreza opisu projekta, in dodeli definirano število točk, ki ustrezajo izbranemu merilu.

|  |  |
| --- | --- |
| **Opis ocene točka 6** | **Prejete točke: 0-20** |
| ne izkazuje inovativnosti na nobenem nivoju | 0 |
| izkazuje inovativnost na enem nivoju | 4 |
| izkazuje inovativnost na dveh nivojih | 8 |
| izkazuje inovativnost na treh nivojih. | 16 |
| izkazuje inovativnost na štirih nivojih | 20 |

Skupaj je možnih 100 točk.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Merila za sklop A2** |  | **Največje št. točk** |
| **1.** | **Ocena potenciala in kompetentnosti ekipe** |  | **20** |
| 1.1 | Ekipa in spekter kompetenc |  | 10 |
| 1.2 | Strategija ekipe in razumevanje projekta |  | 10 |
| **2.** | **Razumevanje in relevantnost problema ter ustreznost rešitve (vključuje tudi edinstveno ponujeno vrednost, neulovljivo prednost ali rešitev družbenega pomena)** |  | **20** |
| 2.1 | Poslovni model |  | 10 |
| 2.2 | Inovativnost poslovne ideje |  |  |
| **3.** | **Jasna opredelitev segmentov kupcev/ uporabnikov, validacija ter dostop do njih** |  | **10** |
| **4.** | **Jasnost in realnost kazalnikov poslovnega modela danes in čez 6-12 mesecev** |  | **10** |
| **5.** | **Vzdržnost in trajnost poslovnega modela** |  | **20** |
| 5.1 | Strategija trženja |  | 10 |
| 5.2 | Trajni učinek storitve/izdelka |  | 10 |
| **6.** | **Inovativnost** |  | **20** |
|  | **SKUPAJ NAJVIŠJE MOŽNO ŠT. TOČK** |  | **100** |

Podrobna razlaga meril:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Merila podrobno sklop A2** |  | **Največje št. točk/ Ocenjeno št. točk** |
| **1.** | **Ocena potenciala in kompetentnosti ekipe**  Eden največjih izzivov podjetniškega procesa je gradnja dobre podjetniške ekipe. Delo v ekipi je lahko močna prednost, ki uspešno tako zmanjšuje tveganja kot povečuje možnost za uspeh. Za člana ekipe se štejejo družbeniki (ustanovitelji, lastniki deležev podjetja). Delo v ekipi združuje znanja ter omogoča specializacijo znanj posameznih članov ekipe. Med ključne lastnosti dobre ekipe spadajo: izkušnje podjetniške ekipe, zavezanost k projektu, specifična znanja in vodstvene sposobnosti izbranega vodje ekipe in zmožnost učenja. Pomembno je predvsem to, da člani ekipe izkazujejo kompetence na vsaj 3 različnih področjih, ki so potrebna za uspeh projekta, kot so: razvoj produkta ali storitve, design (oblika in uporabnost produkta), poslovno vodenje (prodaja, marketing). |  | **20** |
| 1.1 | **Ekipa in spekter kompetenc**  Interdisciplinarna ekipa pokriva spekter kompetenc in znanj s področij, ki so potrebna za razvoj projekta, produkta, storitve ali procesa (npr. marketing, razvoj, oblika, vsebina, procesi, finance itd.), in ima odlične reference. Člani ekipe pokrivajo vsaj 3 različna področja.  Ekipa ni definirana (pridobi 0 točk).  Ekipa, ki ima samo enega člana (pridobi 2 točki).  Ekipa, ki ima vsaj dva člana, ki pa imata kompetence z istega področja (pridobi 4 točke).  Ekipa, ki ima vsaj 2 člana, katerih kompetence pokrivajo vsaj dve različni področji (pridobi 6 točk).  Ekipa, ki ima več kot 2 člana, vendar s podobnimi kompetencami (pridobi 8 točk).  Ekipa, ki ima več kot 2 člana in pokriva 2 ali več področij, med njimi je eden iz KKS (pridobi 10 točk). |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| 1.2 | **Strategija ekipe in razumevanje projekta**  Ekipa razume ključne korake potrebne za realizacijo projekta. Kaže zmožnost učenja, visoko stopnjo zaveze za realizacijo in visoko osebno motiviranost. Zmožnost učenja ekipe se preverja s tem, kako usposobljena je ekipa, da si sama poišče informacije, definira problem in poišče način rešitve ter je sposobna prilagajanja informacijam, ki jih najde.  Ekipa, ki nima zmožnosti realizacije projekta, nima strategije, niti motiva (pridobi 0 točk).  Ekipa, v kateri je zavezan k razvoju projekta en sam član ali pa 2 ali več, ima strategijo za razvoj ,vendar ne kaže(jo) razumevanja za njeno izpeljavo (pridobi 2 točki).  Ekipa, v kateri je zavezan k razvoju projekta en sam član, ima strategijo za razvoj in kaže razumevanje za njeno izpeljavo (pridobi 4 točke).  Ekipa dveh članov, ki je zavezana k razvoju projekta, ima strategijo za razvoj in kaže delno razumevanje potrebnih korakov in možnost učenja (pridobi 6 točk).  Ekipa z najmanj 3 člani, ki so zavezani k razvoju projekta, ima strategijo za razvoj in kaže delno razumevanje potrebnih korakov in možnost učenja (pridobi 8 točk).  Ekipa z najmanj 3 člani, ki so zavezani k razvoju projekta, ima strategijo za razvoj in kaže razumevanje korakov potrebnih za realizacijo kot tudi možnost nadaljnjega učenja (pridobi 10 točk). |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| **2.** | **Razumevanje in relevantnost problema ter ustreznost rešitve (vključuje tudi edinstveno ponujeno vrednost, neulovljivo prednost ali rešitev družbenega pomena)**  Ključno je, da prijavitelj s svojim projektom (bodisi produkt ali storitev, s katero se nosilec prijavlja na razpis) rešuje problem določenih uporabnikov na trgu. Prijavitelj s projektom (produktom ali storitvijo) izkazuje, da jasno razume problem segmenta uporabnikov, hkrati pa ima hipoteze o problemu validirane s strani zgodnjih uporabnikov. Prijavitelj je skozi uporabnike ugotovil, da je problem relevanten in da uporabniki za ta problem iščejo rešitev, ki jo projekt ponuja. Prijavitelj je ustreznost rešitve tudi preveril pri uporabnikih. Za uspešnost projekta (razvitega produkta ali storitve) na trgu je pomembna inovativnost ideje. Pri projektu je zaznan potencial edinstvene ponujene vrednosti, inovacije, pomembne rešitve ter možne neulovljive prednosti, ki se odraža z naslednjimi lastnostmi: možnost zaščite intelektualne lastnine, prednost prvega na trgu, poslovna skrivnost, specifično znanje, mreža povezanosti, odgovarjanje na potrebe potencialnih uporabnikov itd. |  | **20** |
| 2.1 | **Poslovni model**  Projekt ima delujoč poslovni model, kar pomeni, da projekt jasno razume problem segmenta uporabnikov, ima hipoteze o problemu validirane s strani zgodnjih uporabnikov (vsaj 50 uporabnikov) in ima jasno opredeljeno rešitev (produkt ali storitev).  Projekt nima delujočega poslovnega modela (pridobi 0 točk).  Projekt ima poslovni model, ki je pomanjkljiv (pridobi 2 točki).  Projekt ima poslovni model, okvirno razumevanje problema segmentov uporabnikov, vendar nima opredeljene rešitve niti validacije s trga (pridobi 4 točke).  Projekt ima delujoč poslovni model, jasno razumevanje problema segmenta uporabnikov, ki je delno preverjena s trga in rešitev, ki je v fazi razvoja (pridobi 6 točk).  Projekt ima delujoč poslovni model, jasno razumevanje problema segmenta uporabnikov (manj kot 50 uporabnikov) in izdelano rešitev (pridobi 8 točk).  Projekt ima delujoč poslovni model, kar pomeni, da projekt jasno razume problem segmenta uporabnikov, ima hipoteze o problemu validirane s strani zgodnjih uporabnikov (vsaj 50 uporabnikov) in ima jasno opredeljeno rešitev (produkt ali storitev) (pridobi 10 točk). |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| 2.2 | **Inovativnost poslovne ideje**  Jasno je artikulirana edinstvena ponujena vrednost ter jasno definirana in utemeljena neulovljiva prednost (jedrna kompetenca, zaščitena intelektualna lastnina, prednost prvega na trgu, poslovna skrivnost, specifično znanje, mreža povezanosti, družben interes itd.).  Poslovna ideja ni inovativna (pridobi 0 točk).  Poslovna ideja je delno inovativna (pridobi 2 točki).  Poslovna ideja je inovativna, vendar jo je lahko hitro kopirati (pridobi 4 točke). Poslovna ideja je inovativna in zagotavlja projektu delno prednost na trgu (pridobi 6 točk).  Poslovna ideja je inovativna, zagotavlja delno prednost na trgu in ima dodatno prednost (bodisi specifično znanje bodisi prednost prvega, poslovna skrivnost itd.) (pridobi 8 točk).  Poslovna ideja je inovativna, projekt ima močno tehnološko ali drugo kompetenco in možnost zaščite intelektualne lastnine kot tudi načrt, da jo zaščiti (pridobi 10 točk). |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| **3.** | **Jasna opredelitev segmentov kupcev/ uporabnikov, validacija ter dostop do njih**  Prijavitelj svoj produkt ali storitev že ponuja na trgu in ima podatke o segmentu kupcev storitve ali produkta in natančno izdelane profile zgodnjih uporabnikov. Prijavitelj ima tudi jasno opredeljene kanale, kako dostopati do kupcev, in realno opredeljene kanale, ki so podkrepljeni s podatki glede na prve uporabnike oziroma kupce. Prijavitelj ima načrt, ki jasno opredeljuje že validirane kanale in način širjenja kanalov (vhodne in izhodne, plačljive in neplačljive, posredne in neposredne), da bo dosegel posamezne segmente kupcev. |  | **10** |
|  | Projekt ima jasno opredeljene segmente kupcev, natančno izdelane profile zgodnjih uporabnikov (oboje pa podkrepljeno s podatki), ima tudi jasno opredeljene in validirane kanale (vhodne in izhodne, plačljive in ne plačljive, posredne in neposredne) in jasen in trgu prilagojen načrt doseganja posameznih segmentov kupcev**.**  Projekt nima opredeljenega segmenta kupcev, nima izdelanih profilov zgodnjih uporabnikov, nima opredeljenih in validiranih kanalov in trgu prilagojenega načrta doseganja posameznih segmentov kupcev (pridobi 0 točk).  Projekt ima opredeljene segmente kupcev in izdelane profile zgodnjih uporabnikov, ki niso podprti s podatki, ima tudi opredeljene kanale, ki pa niso validirani (pridobi 2 točki).  Projekt ima opredeljene segmente kupcev in natančno izdelane profile zgodnjih uporabnikov (podkrepljeno s podatki), vendar nima validiranih kanalov, niti nima načina doseganja kupcev (pridobi 4 točke).  Projekt ima jasno opredeljene segmente kupcev, natančno izdelane profile zgodnjih uporabnikov (oboje pa podkrepljeno s podatki), ima tudi jasno opredeljene in validirane kanale (vhodne in izhodne, plačljive in ne plačljive, posredne in neposredne), vendar nima jasnega načrta, kako dosegati posamezne segmente kupcev (pridobi 6 točk).  Projekt ima jasno opredeljene segmente kupcev, natančno izdelane profile zgodnjih uporabnikov (oboje pa podkrepljeno s podatki), ima tudi jasno opredeljene in validirane kanale (vhodne in izhodne, plačljive in neplačljive, posredne in neposredne) in jasen načrt doseganja posameznih segmentov kupcev, ki ni prilagojen trgu (pridobi 8 točk).  Projekt ima jasno opredeljene segmente kupcev, natančno izdelane profile zgodnjih uporabnikov (oboje pa podkrepljeno s podatki), ima tudi jasno opredeljene in validirane kanale (vhodne in izhodne, plačljive in neplačljive, posredne in neposredne) in jasen in trgu prilagojen načrt doseganja posameznih segmentov kupcev (pridobi 10 točk). |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| **4.** | **Jasnost in realnost kazalnikov poslovnega modela danes in čez 6-12 mesecev**  Za vodenje projekta je potrebno imeti jasno zastavljen poslovni načrt, ki vključuje ključne kazalnike poslovanja podjetja danes in ambiciozen vendar realen napredek podjetja čez 12 mesecev. Kazalniki vsebujejo podatke o prihodkih, številu uporabnikov, angažiranih kadrih, stanju razvoja produkta / storitve ali družben pomen (javni interes). Prikazan mora biti tudi načrt napredka podjetja s subvencijo, ki vključuje planirano porabo finančnih sredstev in cilje, ki se bodo dosegli. Napredek projekta mora biti dovolj ambiciozen in hkrati realen. |  | **10** |
|  | Iz poslovnega načrta so jasno razvidni ključni kazalniki poslovanja podjetja danes in ambiciozen vendar realen napredek podjetja čez 12 mesecev. Kazalniki vsebujejo podatke o prihodkih (vsaj 5.000 EUR prometa pridobljenega s prijavljenim projektom), številu uporabnikov, angažiranih kadrih, stanju razvoja produkta / storitve ali družben pomen (javni interes).  Nima poslovnega načrta in ključnih kazalnikov poslovanja podjetja, nima razvidnega napredka podjetja čez 12 mesecev (pridobi 0 točk).  Poslovni načrt je pomanjkljivo narejen (pridobi 2 točki).  Poslovni načrt je jasno opredeljen z vsemi kazalniki, vendar projekt še ni dosegel 5.000 EUR prometa (pridobi 4 točke).  Poslovni načrt je jasno opredeljen z vsemi kazalniki, projekt je dosegel 5.000 EUR prometa, vendar kazalniki in načrt napredka projekta ne izkazujejo dovoljšnega  napredka (pridobi 6 točk).  Poslovni načrt je jasno opredeljen z vsemi kazalniki, projekt je dosegel 5.000 EUR prometa, kazalniki in načrt napredka projekta izkazujejo napredek, ki ni dovolj ambiciozen oz. je mestoma preveč ambiciozen (pridobi 8 točk).  Poslovni načrt je jasno opredeljen z vsemi kazalniki, projekt je dosegel 5.000 EUR prometa, kazalniki in načrt napredka projekta izkazujejo ambiciozen in realen napredek (pridobi 10 točk). |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| **5.** | **Vzdržnost in trajnost poslovnega modela**  Prijavitelj lahko pridobi točke, če je v povezavi z uvajanjem proizvoda/storitve izdelal strategijo trženja, ki jo predstavi v sklopu predstavitvenega načrta ali kot samostojno prilogo. |  | **20** |
| 5.1 | **Strategija trženja**  Prijavitelj pridobi 0 točk, če ni izdelal strategije trženja  Prijavitelj pridobi 2 točki, če je izdelal strategijo, pa je ta zelo pomanjkljiva.  Prijavitelj pridobi 4 točke, če je izdelal strategijo trženja in je pretežni trg podjetja zgolj vezan na razvojno regijo.  Prijavitelj dobi 6 točk, če je strategija trženja vezana na Slovenijo. .  Prijavitelj pridobi 8 točk, če je izdelal strategijo trženja in je pretežni trg podjetja  trg evropske unije (ustrezno predstavljeno v sklopu tržne strategije, opravljene analize za konkretne države, podjetje izkazuje, da razpolaga z ustreznimi resursi za realizacijo izvedbe in prodaje proizvoda/storitve).  Prijavitelj pridobi 10 točk, če pretežni trg podjetja presega meje trga evropske unije (ustrezno predstavljeno v sklopu tržne strategije, opravljene analize za konkretne države, podjetje izkazuje, da razpolaga z ustreznimi resursi za realizacijo izvedbe in prodaje proizvoda/storitve). |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| 5.2 | **Trajni učinek storitve/izdelka.**  Za pridobitev točk mora imeti storitev/izdelek trajne pozitivne učinke na gospodarski razvoj in/ali socialni razvoj in/ali varstvo okolja v okolju/regiji/kraju, oziroma mora izdelek/storitev zadovoljevati potrebe, ki so trajnega značaja in niso podvržene hitri menjavi potreb/želj kupcev. Ocenjuje se nudenje trajne zaposlitve, varnost okolja, spoštovanje pravil krožnega gospodarstva (zero waste) oz. prispevek k večji snovni in energetski učinkovitosti.  Prijavitelj pridobi 0 točk, če gre za storitev/izdelek, ki je podvržen hitri menjavi želje/potrebe kupcev/uporabnikov izdelka/storitve ter nima trajnega vpliva na razvoj okolja/regije/kraja.  Prijavitelj pridobi 2 točki, če gre za storitev/izdelek, ki je podvržen hitri menjavi želje/potrebe kupcev/uporabnikov izdelka/storitve ter nima trajnega vpliva na razvoj okolja/regije in ima kratkoročen vpliv na razvoj kraja .  Prijavitelj pridobi 4 točke, če gre za storitev/izdelek, ki je podvržen hitri menjavi želje/potrebe kupcev/uporabnikov izdelka/storitve ter ima kratkoročen vpliv na razvoj okolja/regije/kraja.  Prijavitelj pridobi 6 točk, če gre za storitev/izdelek, ki ni podvržen hitri menjavi želje/potrebe kupcev/uporabnikov izdelka/storitve ter ima trajni vpliv na razvoj okolja/regije/kraja pri zaposlovanju.  Prijavitelj pridobi 8 točk, če gre za storitev/izdelek, ki ni podvržen hitri menjavi želje/potrebe kupcev/uporabnikov izdelka/storitve ter ima trajni vpliv na razvoj okolja/regije/kraja pri varovanju okolja.  Prijavitelj pridobi 10 točk, če gre za storitev/izdelek, ki ni podvržen hitri menjavi želje/potrebe kupcev/uporabnikov izdelka/storitve ter ima trajni vpliv na razvoj okolja/regije/kraja pri zaposlovanju, varovanju okolja in spoštovanju pravil krožnega gospodarstva (zero waste) oz. prispevek k večji snovni in energetski učinkovitosti. |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| **6.** | **Inovativnost.** Projekt pridobi točke, če izkazuje visoko stopnjo inovativnosti na kreativnem, poslovnem, tržnem in trajnostnem kriteriju. |  | **20** |
|  | Projekt pridobi 0 točk, če ne izkazuje inovativnosti na nobenem nivoju.  Projekt pridobi 4 točke, če izkazuje inovativnost na enem nivoju.  Projekt pridobi 8 točk, če izkazuje inovativnost na dveh nivojih.  Projekt pridobi16 točk, če izkazuje inovativnost na treh nivojih.  Projekt pridobi 20 točk, če izkazuje inovativnost na štirih nivojih. |  | Obkroži  0  4  8  16  20 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **SKUPAJ NAJVIŠJE MOŽNO ŠT. TOČK** |  | **100** |

1. **Merila za sklop A3 – Kreativni povezovalnik:**

Ocenjevalna tabela1

Komisija bo pri posameznem merilu za ocenjevanje vloge ocenila v okviru naslednje ocenjevalne lestvice. Komisija pri vsakem merilu oz. podmerilu dodeli od 0 do 10 točk. Znotraj posameznega merila se točke seštevajo.

|  |  |
| --- | --- |
| **Opis ocene točka 3** | **Prejete točke: 0-10** |
| nejasno, neskladno, neustrezno, nesprejemljivo. Prijavitelj, ki pridobi 0 točk, ne izpolnjuje pogojev razpisa in zato ni upravičen do financiranja. | 0 |
| pogojno sprejemljivo, slabo | 2 |
| sprejemljivo | 4 |
| delno ustrezno | 6 |
| ustrezno | 8 |
| povsem ustrezno | 10 |

Ocenjevalna tabela 2

Glede na najbližjo ustreznost trditve komisija izbere spodaj določeno merilo, ki ustreza opisu projekta, in dodeli definirano število točk, ki ustrezajo izbranemu merilu

|  |  |
| --- | --- |
| **Opis ocene točka 5** | **Prejete točke: 0-20** |
| ne izkazuje inovativnosti na nobenem nivoju | 0 |
| izkazuje inovativnost na enem nivoju | 4 |
| izkazuje inovativnost na dveh nivojih | 8 |
| izkazuje inovativnost na treh nivojih. | 16 |
| izkazuje inovativnost na štirih nivojih | 20 |

**Opis ocene točke 1, 2 in 4**

Glede na najbližjo ustreznost trditve komisija izbere spodaj določeno merilo, ki ustreza opisu projekta, in dodeli definirano število točk, ki ustrezajo izbranemu merilu npr.: najvišjih 20 točk je dodeljenih projektu, ki najbolj ustreza danemu merilu, 10 točk tistemu, ki le v omejenem obsegu ustreza danemu merilu, 5 točk pa dobi projekt, ki zgolj v minimalni meri ustreza danemu merilu.

Skupaj je možnih 100 točk.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Merila za sklop A3** |  | **Največje št. Točk** |
| **1.** | **Cilji projekta** |  | **20** |
| **2.** | **Vključenost prijavitelja v projekt** |  | **20** |
| **3.** | **Razumevanje problema in ustreznost rešitve** |  | **20** |
| 3.1 | Opredelitev segmentov kupcev/ uporabnikov, relevantnost za podjetje |  | 10 |
| 3.2 | Poslovna ideja |  | 10 |
| **4.** | **Sodelovanje s KKS** |  | **20** |
| **5.** | **Inovativnost** |  | **20** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **SKUPAJ NAJVIŠJE MOŽNO ŠT. TOČK** |  | **100** |

Podrobna razlaga meril:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Merila podrobno sklop A3** |  | **Največje št. točk/ Ocenjeno št. točk** |
| **1.** | **Cilji projekta** (obkroži najprimernejše merilo)  Spodbujanje sodelovanja med podjetji in KKS je ključnega pomena ne samo za razvoj podjetja ali ustvarjalcev temveč za celotno gospodarsko rast. Pomemben pa je tudi način vključitve KKS v podjetje oz. način sodelovanja med KKS in podjetjem. Le-ta se lahko odvija na različnih nivojih: |  | **20** |
|  | Prijavitelj bo vključil KKS pri posameznem projektu. KKS podjetje ali ustvarjalec je vključen v razvoj novega produkta, storitve ali procesa. Sodelovanje je praviloma kratkoročne narave in se preneha, ko je razvojna faza produkta ali storitve zaključena. |  | 5 |
|  | Prijavitelj bo vključil KKS kot funkcijo v podjetje. KKS podjetje ali ustvarjalec sodeluje s podjetjem oz. prevzame določeno vlogo pri uvajanju in vodenju kreativnih projektov. Sodelovanje je torej bolj dolgoročno in na nivoju določene funkcije. |  | 10 |
|  | Prijavitelj bo vključil KKS na strateškem nivoju. Strateško vključevanje kreativnosti v podjetja, kar pomeni, da KKS podjetje ali ustvarjalec dela z vodstvom tudi pri razvoju podjetja in strateškem načrtovanju usmeritve podjetja, kot tudi na posameznih projektih. Sodelovanje je tudi tukaj dolgoročne narave. Željeno je spodbujati sodelovanje med podjetji in KKS na strateškem nivoju, saj na tej ravni lahko zasledimo večjo rast podjetij, možnost za širjenje in večjo konkurenčnost predvsem na tujih trgih. |  | 20 |
| **2.** | **Vključenost prijavitelja v projekt** (obkroži najprimernejše merilo)  Pomembno pri načinu sodelovanja med KKS in podjetjem je tudi to, koliko in kateri kader bo vključen v sodelovanje na strani podjetja, saj to tudi odraža, ali podjetje in KKS podjetje/ustvarjalec sodelujeta na projektnem nivoju. V sodelovanju s KKS so lahko vključeni delavci podjetja na različnih nivojih. Spodbuja se vključitev vodstva podjetja na strateškem nivoju, saj lahko na tej ravni zasledimo večjo rast podjetij, možnost za širjenje in večjo konkurenčnost predvsem na tujih trgih. |  | **20** |
|  | V projekt so vključeni zaposleni MSP na nivoju razvoja in projektnega/produktnega managementa. V projekt so vključeni zaposleni MSP na nivoju razvoja in projektnega/produktnega management a- sodelovanje na projektu. |  | 5 |
|  | V projekt so vključeni zaposleni MSP na nivoju procesnega managementa. V projekt so vključeni zaposleni MSP na nivoju procesnega managementa – sodelovanje kot funkcija |  | 10 |
|  | Vsaj en član najvišjega vodstva prijavitelja bo aktivno vključen v projekt. Vsaj en član najvišjega vodstva prijavitelja bo aktivno vključen v projekt – sodelovanje na strateškem nivoju |  | 20 |
| **3.** | **Razumevanje problema in ustreznost rešitve**  Podjetje mora priložiti načrt, ki izkazuje, da projekt, s katerim se prijavlja, razume problem segmenta uporabnikov, da je problem relevanten in uporabniki zanj iščejo rešitev oziroma da je problem strateške narave in postaja relevanten na trgu, z rešitvijo problema pa bo podjetje dvignilo svojo konkurenčnost. Podjetje mora jasno artikulirati edinstveno ponujeno vrednost ter jasno definirati in utemeljiti neulovljivo prednost, ki se odraža z naslednjimi lastnostmi: možnost zaščite intelektualne lastnine, prednost prvega na trgu, poslovna skrivnost, specifično znanje, mreža povezanosti, odgovarjanje na potrebe potencialnih uporabnikov itd. |  | **20** |
| 3.1 | **Opredelitev segmentov kupcev/ uporabnikov, relevantnost za podjetje**  Projekt jasno razume problem segmenta uporabnikov, problem je relevanten in uporabniki zanj iščejo rešitev oziroma problem je strateške narave in postaja relevanten na trgu, z rešitvijo problema pa bo podjetje dvignilo svojo konkurenčnost**.**  Projekt nima definiranega segmenta kupcev/uporabnikov, ni relevanten za trg ali podjetje (pridobi 0 točk).Projekt ima definiran segment kupcev/uporabnikov, ampak ta ni relevanten (pridobi 2 točki).Projekt delno razume segment kupcev/uporabnikov, projekt ni strateške narave za podjetje (pridobi 4 točke).  Projekt razume segment kupcev/uporabnikov,problem je relevanten za uporabnika, ampak projekt ni strateške narave za podjetje (pridobi 6 točk).  Projekt razume segment uporabnikov, problem je delno relevanten za uporabnike, projekt ima potencial, da dvigne konkurenčnost podjetja (pridobi 8 točk).  Projekt jasno razume problem segmenta kupcev/uporabnikov, problem je relevanten in uporabniki zanj iščejo rešitev oziroma problem je strateške narave in postaja relevanten na trgu, z rešitvijo problema bo podjetje dvignilo svojo konkurenčnost (pridobi 10 točk). |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| 3.2 | **Poslovna ideja**  Jasno je artikulirana edinstvena ponujena vrednost ter jasno definirana in utemeljena neulovljiva prednost (jedrna kompetenca, zaščitena intelektualna lastnina, prednost prvega na trgu, poslovna skrivnost, specifično znanje, mreža povezanosti, družben interes itd.).  Nima poslovne ideje ali ideja ni inovativna. (pridobi 0 točk).  Poslovna ideja je delno inovativna (pridobi 2 točki).  Poslovna ideja je inovativna, vendar jo je lahko hitro kopirati (pridobi 4 točke). Poslovna ideja je inovativna in zagotavlja projektu delno prednost na trgu (pridobi 6 točk).  Poslovna ideja je inovativna, zagotavlja delno prednost na trgu in ima dodatno prednost (bodisi specifično znanje bodisi prednost prvega poslovna skrivnost itd.) (pridobi 8 točke).  Poslovna ideja je inovativna, projekt ima močno tehnološko ali drugo kompetenco in možnost zaščite intelektualne lastnine kot tudi načrt, da jo zaščiti (pridobi 10 točk). |  | Obkroži  0  2  4  6  8  10 |
| **4**. | **Sodelovanje s KKS** (obkroži najprimernejše merilo)  Prijavitelj ima za čas trajanja sofinanciranja podpisano pogodbo o sodelovanju ali zaposlitvi s predstavnikom KKS ali vsaj enim samozaposlenim v kulturi, tj. vsaj enim ustvarjalcem na področju kulture, ki opravlja samostojno specializiran poklic s področja kulture in je vpisan v razvid samozaposlenih v kulturi pri ministrstvu za kulturo. Ne gre za že obstoječa naročniška ali druga sodelovanja (obvezna izjava prijavitelja), temveč mora biti iz pogodbe razvidno, da je sklenjena za namene izvajanja projekta, ki je predmet razpisa (obvezna priloga: podpisana pogodba o partnerskem sodelovanju ali zaposlitvi), ter ima z ustvarjalcem urejene avtorske pravice in intelektualno lastnino, odkupe ali druge pravice v primeru prijavljanja avtorskih projektov. Iz pogodbe mora biti razvidna stopnja vključenosti KKS v delo podjetja in njegova funkcija, število opravljenih ur idr. |  | **20** |
|  | Prijavitelj vključuje KKS pretežno na nivoju doseganja praga izločitvenih meril. |  | 5 |
|  | Prijavitelj ima za čas trajanja sofinanciranja podpisano pogodbo zaposlitvi ali o sodelovanju z vsaj enim ustvarjalcem na področju kulture, bodisi s samozaposlenim bodisi z gospodarsko družbo, ki opravlja dejavnost s področja kulture, **ki je vseskozi aktivno vključen v izvajanje projekta.** |  | 10 |
|  | Prijavitelj ima za čas trajanja sofinanciranja podpisano pogodbo o zaposlitvi ali o sodelovanju z vsaj enim ustvarjalcem na področju kulture, bodisi s samozaposlenim bodisi z gospodarsko družbo, ki opravlja dejavnost s področja kulture. **Iz pogodbe je razvidno, da je ta aktivno vključen v strateške odločitve v podjetju.** |  | 20 |
| **5.** | **Inovativnost**  Projekt pridobi točke, če izkazuje visoko stopnjo inovativnosti na kreativnem, poslovnem, tržnem in trajnostnem kriteriju. |  | **20** |
|  | Projekt pridobi 0 točk, če ne izkazuje inovativnosti na nobenem nivoju.  Projekt pridobi 4 točke, če izkazuje inovativnost na enem nivoju.  Projekt pridobi 8 točk, če izkazuje inovativnost na dveh nivojih.  Projekt pridobi16 točk, če izkazuje inovativnost na treh nivojih.  Projekt pridobi 20 točk, če izkazuje inovativnost na štirih nivojih. |  | Obkroži  0  4  8  16  20 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **SKUPAJ NAJVIŠJE MOŽNO ŠT. TOČK** |  | **100** |

**Prag števila točk, nad katerim bo odobreno sofinanciranje, je 70 ali več točk.** V nobenem primeru vloga prijavitelja, ki je prejela manj kot 70 točk, ne more biti sofinancirana.

V primeru enakega števila točk imajo znotraj posamezne kohezijske regije izvajanja operacije prednost prijavitelji, ki so prejeli več točk pri merilu št. 1. nato 2 in tako dalje.

Komisija za dodelitev sredstev poda predlog ministru v odločanje za vse formalno popolne in vsebinsko ustrezne vloge.