**Biznesa idejas prezentācijas (jeb pitch prezentācija) vērtēšanas procedūra un vērtējuma lapa**

Atbalsta pieteikuma iesniedzējam – uzņēmuma pārstāvim jāpārliecina vērtēšanas komisija locekļi, ka:

* uzņēmums atbilst Jaunuzņēmuma darbības atbalsta likuma 1.pantā noteiktajai jaunuzņēmuma definīcijai.

Jaunuzņēmums – kapitālsabiedrība ar augstas izaugsmes potenciālu, kuras pamatdarbība ir saistīta ar mērogojamu biznesa modeļu un inovatīvu produktu izstrādi, ražošanu vai attīstību.

* uzņēmuma izstrādātais produkts vai tehnoloģija, kas ir biznesa idejas pamatā (turpmāk – produkts) atbilst Jaunuzņēmuma darbības atbalsta likuma 1.pantā noteiktajai inovatīvā produkta definīcijai.

 Inovatīvs produkts — prece vai pakalpojums ar augstu pievienoto, citstarp tehnoloģisko, vērtību, kas nodrošina noteiktas jaunas preces vai pakalpojuma attīstību vai arī esošas preces vai pakalpojuma būtisku uzlabojumu.

**Vērtēšanas procedūra un vērtējuma lapas aizpildīšana:**

1. Vērtēšanas lapa sastāv no 8 daļām.
2. Katrā no 1. līdz 7. daļām ir paredzētas 3 pozīcijas, par kurām vērtētājs piešķir atzīmi “Jā” – ja norādītā informācija prezentācijas laikā ir sniegta un tā ir pārliecinoša, vai “Nē” – ja informācija prezentācijas laikā nav sniegta vai tā nav pārliecinoša.
* par trīs “Jā” vienas daļas ietvaros tiek piešķirti 5 punkti;
* par diviem “Jā” – 3 punkti;
* par vienu “Jā” – 1 punkts;
* ja nav saņemts neviens “Jā” – 0 punkti

Lai noteiktajā daļā tiktu iegūts pozitīvs vērtējums, ir jāiegūst vismaz 1 punkts.

Ja kādā no šīm septiņām (7) daļām iegūtais punktu skaits ir nulle (0) punktu, kopējais vērtējums par visu prezentāciju tiek atzīmēts kā “NORAIDĪTS”.

1. 8. daļā par katru vienu “Jā” tiek piešķirts 1 punkts.
2. Pēc noklausītās prezentācijas vērtēšanas komisijas locekļi aizpilda vienu kopīgu vērtēšanas lapu.
3. Vērtējot biznesa idejas prezentāciju, tiek ņemta vērā tikai tā informācija, kas tiek sniegta un pamatota prezentācijas ietvaros un atbalsta pieteikumā sniegtajā biznesa idejas aprakstā, ar kuru visi vērtēšanas komisijas locekļi iepazīstas pirms prezentācijas.
4. Ja prezentētājs prezentācijas laikā nesniedz informāciju par kādiem no vērtēšanas lapā ietvertajiem jautājumiem, tad attiecīgo jautājumu noskaidrošanai, vērtētājs jautājumu un atbilžu laikā uzdod prezentētājam precizējošus jautājumus.

**Biznesa idejas prezentācijas (jeb pitch prezentācija) vērtējuma lapa:**

|  |
| --- |
| **Prezentētājs:** *(vārds, uzvārds)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_***Uzņēmums:** *(nosaukums)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_* |
| **Atbalsta pieteikuma iesniedzējs ir piedalījies iepriekšējās atlases kārtās:**JĀ *(apstiprināts/ noraidīts)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_* NĒ |
| **Atbalsta pieteikuma veidlapas 2.1.sadaļā sniegtais biznesa idejas apraksts** |
| **Atbalsta pieteikuma veidlapas 2.2.sadaļā sniegtais produkta attīstības apraksts** |
| **Vai produkts atbilst zināšanu ietilpīgam pakalpojumam Eurostat izpratnē**[[1]](#footnote-1) **vai augstas pievienotās vērtības produktam Starptautiskās standartizētās tirdzniecības klasifikācijas ietvaros** [[2]](#footnote-2)**?****JĀ** *(norādīt nozari)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_* **NĒ** |
| **Kas tiek vērtēts prezentācija laikā?** | **Punkti****3 JĀ = 5 punkti****2 JĀ = 3 punkti****1 JĀ = 1 punkts****0 JĀ = 0 punkti** | **Vērtētāju komentāri un piezīmes** |
| **1.daļa: Motivācija, ambīcijas, vīzija**Prezentētājs paskaidroja:* Kāpēc un kā tika uzsākts darbs pie šī produkta;
* Kas viņu motivēja un emocionāli uzrunāja sākt sava startup darbību - vai produkta pamatā ir tā saucamais *“personal story”* vai *“personal passion”*;
* Kāda ir uzņēmuma vīzija[[3]](#footnote-3) un kā tiek plānots šo vīziju īstenot.
 | Jā NēJā NēJā Nē |  |
| **Kopējo punktu skaits par 1.daļu** |  |  |
| **2.daļa: Risināmā problēma**Prezentētājs paskaidroja:* Kāda ir problēma, kuru piedāvātais produkts risina;
* Cik liela un akūta ir risināmā problēma;
* Kāpēc problēmas esošie risinājumi ir nepilnīgi vai, ka tie vispār nepastāv.
 | Jā NēJā NēJā Nē |  |
| **Kopējo punktu skaits par 2.daļu** |  |  |
| **3.daļa: Tirgus**Prezentētājs pamatoja:* Ka tirgus ģeogrāfija ir plaša un neierobežota – pieprasījums uz doto produktu pastāv visā pasaulē; nav acīmredzamu iemeslu, kuru dēļ sabiedrība var nepieņemt šo produktu;
* Ka tirgus mērogs ir zināms – tas ir definēti klienti skaita un naudas izteiksmē;
* Vai ir izteikta vēlme iekarot globālo tirgu.
 | Jā NēJā NēJā Nē |  |
| **Kopējo punktu skaits par 3.daļu** |  |  |
| **4.daļa: Produkts un Inovācijas** Prezentētājs paskaidroja:* Piedāvātā produkta darbības principu/mehānismu, kā arī pamatoja uzņēmuma atbilstību jaunuzņēmuma definīcijai;
* Piedāvātā produkta atbilstību inovatīva produkta definīcijai, un kā to raksturo viena no šādām pazīmēm:
* pilnīgi jauns produkts;
* esošā būtiska produkta uzlabošana;
* esošas inovācijas pārnese uz jaunu tirgu;
* inovatīvs biznesa modelis esošiem produktiem;
* graujošā inovācija (disruptive innovation);
* Vai uzņēmums ir iesniedzis patenta pieteikumu vai tam pieder patents par produkta pamatā esošo risinājumu, vai tam ir piešķirtas šāda patenta izmantošanas tiesības (licences līgums).
 | Jā NēJā NēJā Nē |  |
| **Kopējo punktu skaits par 4.daļu** |  |  |
| **5.daļa: Konkurence**Prezentētājs paskaidroja:* Konkurences situāciju šajā tirgū;
* Uzņēmuma konkurences priekšrocības;
* Kāpēc šis produkts ir uzskatāms par jauno vai inovatīvo: kāpēc tas ir labāks par tirgū esošajiem risinājumiem cenas ziņā, kvalitātes ziņā utt.
 | Jā NēJā NēJā Nē |  |
| **Kopējo punktu skaits par 5.daļu** |  |  |
| **6.daļa: Biznesa modelis**Prezentētājs paskaidroja:* Kāds ir biznesa modelis – tas ir ticams, loģisks un atbilst projekta vīzijai. Ir noteikta cenu politika un realizēšanas metodes;
* Tā saucamo “*timeline”* – nākamie biznesa attīstības soļi, kā arī to īstenošanai nepieciešamais laiks;
* Ka biznesa modelis ir globāli replicējams – tātad, tas nav atkarīgs no kādas konkrētas valsts politikas, likumiem u.tml.
 | Jā NēJā NēJā Nē |  |
| **Kopējo punktu skaits par 6.daļu** |  |  |
| **7.daļa: Komanda**Prezentētājs paskaidroja:* kas ir komandas sastāvā;
* Ka komandai ir pietiekama, atbilstoša un ticama pieredze un daudzpusīgs kompetenču loks;
* Lomu un atbildību sadalījumu starp komandas locekļiem.
 | Jā NēJā NēJā Nē |  |
| **Kopējo punktu skaits par 7.daļu** |  |  |
| **8.daļa: Papildus punkti**Uzņēmums jau ir saņēmis pirmssēklas vai sēklas finansējumu.Tā saucamais MVP (*minimum viable product*) ir validēts ar starptautisko partneru vai potenciālo klientu palīdzību. | par katru “Jā” – viens papildus punktsJā NēJā Nē |  |
| **Kopējo punktu skaits par 8.daļu** |  |  |
| **KOPĒJAIS PUNKTU SKAITS** |  |  |

1. Eurostat. Knowledge intentise services. Pieejams: [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Knowledge-intensive\_services\_(KIS)](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary%3AKnowledge-intensive_services_%28KIS%29) [↑](#footnote-ref-1)
2. Eurostat. High-tech aggregation by Standard International Trade Classification (Rev.4). Pieejams: <http://ec.europa.eu/eurostat/cache/metadata/Annexes/htec_esms_an5.pdf> [↑](#footnote-ref-2)
3. apgalvojums par ideālo pasauli un ideālo situāciju, kādā uzņēmums vēlas būt – uzņēmuma stratēģijai un aktivitātēm, lai to ieviestu, vajadzētu būt tādām, kas veicina vīzijas jeb šīs ideālās pasaules un situācijas sasniegšanu (definīcija no Ilzes Eglājas lekcijas “Mārketinga menedžments”) [↑](#footnote-ref-3)