**TIÊU CHÍ CHẤM THI STARTUP VÙNG ĐÔNG NAM BỘ**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **STT** | **TIÊU CHÍ** | **THANG ĐIỂM** | **ĐIỂM BGK** |
| **I** | **Sản phẩm/dịch vụ** | **30** |  |
| 1 | ***Tính sáng tạo của sản phẩm***  Sản phẩm/ công nghệ là hoàn toàn mới trên thị trường hoặc nếu đã có phải nêu bật được điểm khác biệt, đặc sắc so với các sản phẩm cùng loại. | 10 |  |
| 2 | ***Tính xã hội của ý tưởng/sản phẩm*** Sản phẩm đem lại lợi ích thiết thực cho xã hội (lợi ích về môi trường, giải quyết vấn đề việc làm, có ý nghĩa văn hóa,…) | 10 |  |
| 3 | ***Tính khả thi của ý tưởng/sản phẩm*** Có thị trường dành cho sản phẩm, giải quyết nhu cầu thiết thực của khách hàng?  Sản phẩm tạo ra phải phù hợp với các đặc tính và đáp ứng được các yêu cầu của thị trường (VD: linh hoạt thay đổi theo biến động thị trường) | 10 |  |
| **II** | **Mô hình kinh doanh** | **30** |  |
| 1 | ***Kế hoạch sản xuất, phát triển sản phẩm*** Nêu rõ được kế hoạch sản xuất, phát triển sản phẩm: nguồn tài nguyên, nguồn lực, nguồn vốn, thời gian, quy mô sản xuất… | 10 |  |
| 2 | ***Kế hoạch bán hàng và marketing*** Nêu rõ được kế hoạch tiếp cận thị trường và phân phối đến khách hàng: phân khúc khách hàng ra sao, đối tượng khách hàng là ai, cách thức tiếp cận khách hàng, có những kênh phân phối nào, quan hệ khách hàng ra sao…  Nêu rõ được kế hoạch quảng bá sản phẩm: kế hoạch quảng bá ngắn hạn và dài hạn. | 10 |  |
| 3 | ***Kế hoạch tài chính*** • Có kế hoạch về tài chính  • Có kế hoạch doanh thu và chi phí (định mức doanh thu và chi phí)  • Quản trị rủi ro | 10 |  |
| **III** | **Khả năng nhân rộng và lặp lại mô hình** | **10** |  |
| **IV** | **Năng lực đội thi** | **30** |  |
| 1 | ***Tầm nhìn/ chiến lược của founder*** | 10 |  |
| 2 | ***Trình độ chuyên môn của các thành viên trong nhóm*** | 10 |  |
| 3 | ***Khả năng thuyết trình*** | 10 |  |