



KRYTERIA OCENY WNIOSKU O ŚRODKI NA PODJĘCIE DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

<i>Kryteria oceny</i>	<i>Punktacja</i>	Max liczba pkt
I. MIEJSCE PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI: - Sosnowiec.	1	1 pkt
II. PRZYGOTOWANIE ZAWODOWE WNIOSKODAWCY DO URUCHOMIENIA PLANOWANEJ DZIAŁALNOŚCI: 1. Kwalifikacje zawodowe: a) wykształcenie zgodne lub zbliżone z kierunkiem planowanej działalności, b) kurs zawodowy zgodny z kierunkiem planowanej działalności. c) kurs przygotowujący do podjęcia działalności gospodarczej zorganizowany przez Powiatowy Urząd Pracy w Sosnowcu w 2019 roku. 2. Co najmniej 12 miesięczne doświadczenie zawodowe związane z rodzajem planowanej działalności gospodarczej - w okresie 5 lat poprzedzających złożenie wniosku.	5 5 5 5	20 pkt
III. PLANOWANA DZIAŁALNOŚĆ: 1. Rodzaj - produkcyjna, - usługowa, produkcyjno - usługowa, - handlowa, usługowo - handlowa.	1 - 3 3 2 1	3 pkt
IV. CHARAKTERYSTYKA PLANOWANEGO PRZEDSIĘWZIĘCIA 1. Opis pomysłu: - uzasadnienie potrzeby uruchomienia planowanej działalności na danym rynku, motywacje do jej podjęcia, - precyzyjny opis pomysłu (na czym będzie polegać działalność), sektor/branża w jakiej będzie prowadzona działalność, - opis silnych stron/czynników, które mogą mieć wpływ na sukces przedsięwzięcia, - opis słabych stron, zagrożeń dla przedsięwzięcia oraz form przeciwdziałania.	0 – 2 2 pkt - pełny i kompleksowy opis, przejrzyste i zrozumiałe założenia wyczerpujące i szczegółowe uzasadnienie, duża realność planowanych założeń; 1 pkt - uzasadnienie niepełne, mało czytelne, założenia niejasne, słaba realność zaplanowanych założeń; 0 pkt - brak opisu i uzasadnienia, opis nie na temat, założenia nierealne.	10 pkt

<p>2. Opis lokalizacji powiązany z rynkiem docelowym:</p> <ul style="list-style-type: none"> - dokładna analiza rynku, na którym będzie prowadzona działalność, - wyczerpujące uzasadnienie wyboru lokalu/lokalizacji działalności, - adres, powierzchnia, stan techniczny lokalu, - podjęte działania inwestycyjno - organizacyjne związane z lokalem/ lokalizacją (kserokopie zawartych umów lub informacje o ich zawarciu). 	<p style="text-align: center;">0 – 2</p> <p>2 pkt - opis wyczerpujący, logiczny oraz wiarygodny;</p> <p>1 pkt - opisu nie przedstawiono w sposób wyczerpujący, składniki kryterium opisane fragmentarycznie;</p> <p>0 pkt - brak opisu, opis nie na temat.</p>	
<p>3. Opis produktu / usługi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - dokładny, szczegółowy i logiczny opis oferowanego produktu/usługi, - charakterystyka istotnych cech produktu/usługi, (unikatowość, innowacyjność, nowe lub ulepszone produkty/usługi), - wyczerpujący opis lokalnego zapotrzebowania na proponowany produkt/usługę. 	<p style="text-align: center;">0 – 2</p> <p>2 pkt - wyczerpujący i szczegółowy opis produktu/usługi;</p> <p>1 pkt - opis niepełny, mało czytelny, niezrozumiały;</p> <p>0 pkt - brak opisu, opis nie na temat.</p>	
<p>4. Potencjalni klienci:</p> <ul style="list-style-type: none"> - główne grupy klientów, ich charakterystyka, - prognozowana liczba klientów określona na podstawie przeprowadzonego badania rynku, - sposób pozyskania klientów, - informacje o zawartych umowach przedwstępnych, oświadczeniach o współpracy z przyszłymi kontrahentami. 	<p style="text-align: center;">0 – 2</p> <p>2 pkt - pełna charakterystyka kręgu klientów i sposobów ich pozyskiwania, prognoza liczby klientów;</p> <p>1 pkt - niepełna charakterystyka kręgu klientów i sposobów ich pozyskiwania, prognoza liczby klientów fragmentaryczna;</p> <p>0 pkt - brak charakterystyki kręgu klientów i sposobu ich pozyskiwania, brak wskazania prognozowanej liczby klientów.</p>	
<p>5. Konkurencyjność i działania marketingowe:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kluczowe czynniki budujące konkurencyjność firmy/ produktu/usługi, - znajomość konkurencji, - znajomość zagrożeń wynikających z działalności konkurencji, - stosowane techniki promocyjne i reklamowe 	<p style="text-align: center;">0 – 2</p> <p>2 pkt - opis szczegółowy, zrozumiały, wiarygodnie określona pozycja planowanej działalności na rynku, wskazanie źródeł przewagi konkurencyjnej i działań marketingowych;</p> <p>1 pkt - opis ogólny, nie uwzględniający źródeł przewagi konkurencyjnej, ogólny opis działań marketingowych;</p> <p>0 pkt - brak opisu konkurencyjności i działań marketingowych, opis nie na temat.</p>	

<p>V . ANALIZA FINANSOWA:</p> <p>1. Ocena zasadności zakupu wykazanych środków:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zgodność planowanych wydatków z opisem pomysłu/ zaplanowanymi działaniami, produktami/usługami, - spójność planowanych zakupów z rodzajem działalności. <p>2. Ocena wysokości kosztów planowanych do zakupu środków:</p> <ul style="list-style-type: none"> - koszty celowe, oszacowane na rynkowym poziomie, - koszty adekwatne do potrzeb planowanej działalności/ do działań wskazanych w szczegółowej specyfikacji wydatków. 	<p style="text-align: center;">0 - 3</p> <p>3 pkt - wszystkie wydatki zasadne i niezbędne, pełna zgodność z opisem pomysłu na planowaną działalność; 2 pkt – wydatki zasadne i niezbędne ale częściowo niezgodne z opisem pomysłu; 1 pkt – wydatki częściowo zasadne i niezbędne, częściowa zgodność z opisem pomysłu; 0 pkt – brak zasadności poniesienia planowanych wydatków na działalność gospodarczą, brak zgodności z opisem pomysłu.</p> <p style="text-align: center;">0 - 2</p> <p>2 pkt - przedstawione kwoty zakupu poszczególnych środków są zgodne z cenami rynkowymi oraz adekwatne do potrzeb planowanej działalności; 1 pkt - większość przedstawionych kwot zakupu jest zgodna z cenami rynkowymi oraz adekwatna do potrzeb planowanej działalności; 0 pkt - przedstawione kwoty zakupu poszczególnych środków nie są zgodne z cenami rynkowymi lub nie są adekwatne do potrzeb działalności gospodarczej.</p>	<p style="text-align: center;">5 pkt</p>
<p>Suma punktów</p>	<p>39 pkt</p>	
<p>Minimalna liczba punktów konieczna do uzyskania pozytywnej opinii</p>	<p>15 pkt</p>	