



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

Załącznik nr 2 do ogłoszenia o naborze nr 1/2019

Kryteria wyboru

dla Przedsięwzięcia 1.1.2 Wspieranie tworzenia nowych przedsiębiorstw (nowe miejsca pracy)

PREMIA

LOKALNE KRYTERIA WYBORU			
Lp.	Nazwa kryterium	Opis	Przyznana liczba punktów
1.	Kwalifikacje i doświadczenie wnioskodawcy	Preferuje się wnioskodawców posiadających kwalifikacje i/lub doświadczenie w branży, w której chcą założyć/rozвивać przedsiębiorstwo. Należy udokumentować kwalifikacje i/lub doświadczenie i opisać powiązanie z planowaną operacją: <ul style="list-style-type: none">• brak kwalifikacji i doświadczenia – 0 pkt.• wnioskodawca wykazał kwalifikacje – 1 pkt.• wnioskodawca wykazał doświadczenie – 1 pkt. Maksymalna liczba punktów w tym kryterium – 2 pkt.	
2.	Wsparcie grup defaworyzowanych	Preferuje się operacje, których wnioskodawca lub osoba planowana do zatrudnienia w wyniku realizacji tej operacji należy do grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy zdefiniowanych w LSR. Należy wykazać przynależność do grup defaworyzowanych ze względu na dostęp do rynku pracy: <ul style="list-style-type: none">• operacja nie przewiduje zatrudnienia/ samozatrudnienie osoby z ww. grup – 0 pkt.• operacja przewiduje zatrudnienie/samozatrudnienie co najmniej 1 osoby z ww. grup – 2 pkt.	
3.	Innowacyjność operacji*	Preferuje się operacje innowacyjne na obszarze LSR. Należy wykazać na czym polega innowacyjność operacji: <ul style="list-style-type: none">• operacja nie jest innowacyjna – 0 pkt.• operacja jest innowacyjna w skali danego przedsiębiorstwa – 1 pkt.• operacja jest innowacyjna w skali obszaru LSR – 2 pkt.	
4.	Zakres działalności gospodarczej	Działalność, której dotyczy operacja jest związana z obszarem: turystyka i rekreacja, gastronomia, sektor usług: <ul style="list-style-type: none">• operacja nie dotyczy ww. zakresu – 0 pkt.• operacja dotyczy ww. zakresu – 1 pkt.	
5.	Rozwój produktów lokalnych, tradycyjnych i regionalnych	Działalność, której dotyczy operacja jest związana z rozwojem produktów lokalnych, tradycyjnych i regionalnych: <ul style="list-style-type: none">• operacja nie dotyczy ww. zakresu – 0 pkt.• operacja dotyczy ww. zakresu – 1 pkt.	
6.	Gotowość do realizacji operacji	Preferuje Wnioskodawców, którzy przedłożyli kompletną dokumentację zawierającą wszystkie dokumenty, w tym oferty, projekty budowlane, kosztorysy, zgody, pozwolenia, opinie niezbędne do realizacji tej operacji: <ul style="list-style-type: none">• Wnioskodawca przedłożył dokumentację zawierającą braki – 0	



„Europejski Fundusz Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich: Europa inwestująca w obszary wiejskie”

		pkt. • Wnioskodawca przedłożył kompletną dokumentację – 1 pkt.	
7.	Wpływ na ochronę środowiska lub klimatu	Preferuje się operacje przewidujące zastosowanie rozwiązań sprzyjających ochronie środowiska lub klimatu. Należy opisać planowane rozwiązania: • operacja nie przewiduje zastosowania ww. rozwiązań – 0 pkt. • operacja przewiduje zastosowanie ww. rozwiązania – 1 pkt.	
8.	Korzystanie z doradztwa w biurze LGD	Preferuje operacje, które na etapie przygotowania dokumentacji aplikacyjnej były konsultowane w biurze LGD: • operacja nie była konsultowana w biurze LGD – 0 pkt. • operacja była konsultowana w biurze LGD – 2 pkt.	
SUMA PUNKTÓW			
<i>Maksymalna liczba punktów – 12</i> <i>Minimalna liczba punktów (30% z max liczby punktów) – 3,6</i>			

**Innowacje produktowe - dotyczące wyrobów - produktów są to wszelkiego rodzaju zmiany polegające na udoskonaleniu wyrobu już wytwarzanego przez przedsiębiorstwo - jednak innowacją nie można nazwać zwykłego ulepszenia.*

***Innowacje procesowe (technologiczne)** - to zmiany w stosowanych przez organizację metodach wytwarzania, a także w sposobach docierania z produktem do odbiorców.*

***Innowacja organizacyjna** - jest wprowadzaniem nowej metody organizacji w biznesowych praktykach firmy, organizacji miejsca pracy lub też w relacjach zewnętrznych.*

***Innowacja marketingowa** - jest wprowadzaniem nowej metody marketingu włączając w to znaczące zmiany w projektowaniu produktu i opakowania, promocją produktu i strategią cenową tak długo, dopóki jest to pierwsze zastosowanie dla przedsiębiorstwa.*