



Step-by-step in business – Antreprenoriat pentru tinerii din regiunile Sud-Vest Oltenia si București-Ilfov

Contract nr. POSDRU/176/3.1/S/150524

Concurs „Step - by-Step in BUSINESS”

Anexa 3

Evaluare Plan de afaceri

.....

Nume si prenume participant:

Data:

Criterii		Punctaj
A. Domeniul de activitate al firmei		
1	Producție	10
2	Servicii	5
Pentru criteriile de mai jos se poate acorda punctaj cuprins între 1 punct și maxim 10 puncte		
B. Corectitudinea întocmirii planului de afaceri		
3	Datele sunt suficiente, corecte și justificate.	
4	Datele sunt suficiente și, în mare măsură justificate.	
5	Datele sunt insuficiente și/sau slab justificate.	
C. Analiza pieței		
6	Analiza pieței demonstrează existența unei piețe/cereri certe pentru produsele/serviciile oferite de firma	
7	Analiza pieței demonstrează existența unei piețe/cereri potențiale pentru produsele/ serviciile oferite de firma.	
8	Analiza pieței nu demonstrează existența unei piețe/cereri pentru produsele/serviciile oferite de firma.	
D. Analiza concurenței		



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI

Fondul Social European
POSDRU 2007-2013Instrumente Structurale
2007-2013GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PROTECȚIEI VÂRSTNICILOR
Organismului Intermediar Regional
POSDRU Regiunea Sud-EstADRA
ROMÂNIA

9	Analiza concurenței identifică competitorii, analiza punctele lor tari și slabe, avantajul competitiv al solicitantului sunt analizate sumar	
10	Analiza concurenței identifică competitorii însă analiza punctele lor tari și slabe, avantajul competitiv al solicitantului sunt analizate sumar	
11	Analiza concurenței identifică cel mult competitorii fără a analiza punctele lor tari și slabe și/sau avantajul competitiv al solicitantului.	
E. Strategia de marketing		
12	Strategia de marketing este realizabilă (identifică instrumente adecvate și eficiente) în condițiile resurselor disponibile.	
13	Strategia de marketing este parțial realizabilă (identifică instrumente parțial adecvate/ cu eficiență redusă) în condițiile resurselor disponibile.	
14	Strategia de marketing nu este realizabilă (nu identifică instrumente adecvate/ eficiente) în condițiile resurselor disponibile	
F. Proiecții financiare		
15	Proiecțiile financiare sunt corelate cu strategia de marketing; sunt corecte și realiste	
16	Proiecțiile financiare sunt parțial corelate cu strategia de marketing; sunt parțial corecte/ realiste	
17	Proiecțiile financiare nu sunt corelate cu strategia de marketing; nu sunt corecte/ realiste.	
G. Calculații de costuri și venituri		
18	Calculațiile de costuri și venituri sunt corecte și realiste și fundamentează proiecțiile financiare.	
19	Calculațiile de costuri și venituri sunt parțial corecte/ realiste și fundamentează, într-o anumită măsură, proiecțiile financiare	
20	Calculațiile de costuri și venituri nu sunt corecte/ realiste.	
H. Potențial inovativ și / sau creativ		
21	Planul de afaceri are potențial inovativ și / sau creativ	



UNIUNEA EUROPEANĂ



GUVERNUL ROMÂNIEI



Fondul Social European
POSDRU 2007-2013



Instrumente Structurale
2007-2013



GUVERNUL ROMÂNIEI
MINISTERUL MUNCII, FAMILIEI,
PROTECȚIEI SOCIALE ȘI
PERSOANELOR VÂRSTICE
Organismului Intermediar Regional
POSDRU Regiunea Sud-Est



ADRA
ROMÂNIA

Total puncte obținute (maxim 80)	
---	--

NOTA :

1. Punctajul maxim care se poate obține este 80.
2. La punctaje egale se vor lua in considerare punctajele obținute la criteriile:
 - B. Corectitudinea întocmirii planului de afaceri și C. Analiza pieței
3. La punctaje egale in urma evaluării punctelor C și D se vor lua in considerare punctajele obținute la criteriile:
 - F. Proiecții financiare și G. Calculații de costuri și venituri

Comisia de evaluare

Președintele comisiei: semnătura

Membru comisie: semnătura

Membru comisie: semnătura

Observator comisie: semnătura