

# Karta monitoringu realizacji zadania publicznego za okres 26.09.2013 – 31.12.2013

## REKOMENDACJE FUNDACJI INICJATYW MENEDŻERSKICH

1. Podpisanie umowy powinno odbyć się przed wyznaczonym w opisie projektu terminem rozpoczęcia realizacji projektu. W chwili obecnej zgodnie z opisem projektu (i złożoną przez FIM ofertą) winien on być realizowany od 01.09.2013 natomiast umowa między FIM a Urzędem Miasta Konin podpisana została 26.09.2013.
2. Przekazanie pierwszej transzy na realizację zadania publicznego powinno odbyć się bezpośrednio po podpisaniu umowy (najpóźniej 5 dnia roboczego). Dotacja na realizację zadania publicznego dotyczącego promocji gospodarczej Miasta Konina przekazana została 18.10.2013 (17 dni roboczych po podpisaniu umowy i 35 dni roboczych po zakładanym przez projekt oraz ofertę przedłożoną przez FIM terminie rozpoczęcia realizacji projektu).
3. Organizacja pozarządowa realizująca zadanie publiczne na przełomie roku budżetowego ma obowiązek zwrócenia Zleceniodawcy (do końca roku, w tym wypadku 2013 r.) niewykorzystanej kwoty dotacji. W związku powyższym przekazanie drugiej transzy dotacji powinno odbyć się najpóźniej 5 dnia roboczego kolejnego roku (2014 r.). Jest to niezbędne z punktu widzenia zachowania ciągłości działań podejmowanych w ramach projektu. Zgodnie z umową zawartą między FIM a UM w Koninie II transza winna być przekazana do 15.02.2014 co uniemożliwiłoby skuteczną realizację projektu co najmniej przez okres 1,5 m-ca.

### Obszar I.

## PROMOCJA KONINA JAKO MIASTA ATRAKCYJNEGO INWESTYCYJNIE

### 1. Formy realizacji działań:

#### 1.1. Wystawienie Miasta Konina na targach dla inwestorów

1. Czy Miasto Konin było wystawione na międzynarodowej imprezie targowej dla inwestorów np. w Cannes lub Expo Real w Monachium?

- Tak  
 Nie

*Jeżeli tak to w jakich :*

*Miasto Konin wystawione będzie na Międzynarodowych Targach Nieruchomości w Cannes w terminie 11-14 marca 2014 r.*

2. Czy Miasto Konin było wystawione na krajowej imprezie targowej dla inwestorów np. w Poznaniu, Tarnowie?

- Tak  
 Nie

Jeżeli tak to w jakich:

*Oferta i projekt nie zakłada obowiązku wystawiania Miasta Konina na krajowej imprezie targowej dla inwestorów w przypadku wystawienia go na imprezie międzynarodowej.*

3. W jakiej formie prezentowane było Miasto Konin-?

Prosimy opisać formy prezentacji oraz wymienić jakie narzędzia zostały wykorzystane

Planowane formy prezentacji na Międzynarodowych Targach Nieruchomości w Cannes :

- 1) Stoisko o powierzchni 20 m2.
- 2) Prezentacja multimedialna z ofertą inwestycyjną Konina (PRESI).
- 3) Foldery reklamowe zawierające opis oferty inwestycyjnej Konina.
- 4) Spotkania z potencjalnymi kontrahentami (wystawcami i gośćmi targów).
- 5) Degustacja lokalnych produktów.
- 6) Prezentacja animacji kulturalnej w postaci filmu.
- 7) Gadżety promocyjne.

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

4. Jaka była liczba osób odwiedzających stoisko Miasta Konina na międzynarodowych imprezach targowych

Prosimy wypełnić na podstawie ankiet wypełnionych po wizycie na stoisku lub innych dostępnych źródeł (prosimy podać jakich);

**FIM nie rekomenduje dawania ankiet osobom odwiedzającym stoisko. Liczbę osób odwiedzających określimy w oparciu o listę sporządzoną przez pracownika BOI na podstawie zebranych w trakcie spotkań i rozmów wizytówek oraz kontaktów. Znacznie skuteczniejszą formą promocji jest formuła bezpośrednich spotkań zaaranżowanych uprzednio dzięki dostępowi do bazy danych wystawców i gości targów w Cannes.**

5. Jaka była liczba osób odwiedzających stoisko Miasta Konina na krajowych imprezach targowych

Prosimy wypełnić na podstawie ankiet wypełnionych po wizycie na stoisku lub innych dostępnych źródeł (prosimy podać jakich);

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

6. Czego dotyczyły najczęstsze zapytania potencjalnych inwestorów-?

Prosimy wypełnić na podstawie ankiet wypełnionych po wizycie na stoisku lub innych dostępnych źródeł (prosimy podać jakich);

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

7. Jaka była liczba ponowionych kontaktów ze strony potencjalnych inwestorów w okresie 1 m-c po zakończeniu targów?

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

8. Jaka była liczba ponowionych kontaktów ze strony realizatora zadania do potencjalnych inwestorów w okresie 1 m-c po zakończeniu targów?

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

9. Jaka była liczba zapytań o ofertę inwestycyjną miasta Konina?  
zestawienie zapytań o ofertę inwestycyjną w okresie 1 m-c od zakończenia targów (prosimy o wskazanie źródła oraz dane podmiotów )

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

10. Które zakładane cele w Państwa ocenie osiągnęło realizowane zadanie :

a) wskazanie różnorodnych walorów miasta (gospodarcze, edukacyjne, rekreacyjne)

Tak

Nie

*Prosimy o uzasadnienie wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :*

b) wykreowanie Konina jako miasta ważnego na mapie terenów inwestycyjnych

Tak

Nie

*Prosimy o uzasadnienie wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru ::*

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

11. Jakie inne działania można podjąć w celu efektywniejszej realizacji zakładanych działań ?

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

## 1.2. Utworzenie portalu internetowego dotyczącego oferty inwestycyjnej Konina

1. Czy utworzony został portal internetowy dotyczący oferty inwestycyjnej Konina

- Tak, proszę podać adres strony www: [www.gospodarka.konin.pl](http://www.gospodarka.konin.pl)  
 Nie

2. W jakiej wersji językowej został utworzony portal? Proszę zaznaczyć wszystkie zastosowane opcje:

- polskiej  
 angielskiej  
 rosyjskiej  
 francuskiej  
 chińskiej  
 inny jaki ....

3. Jakie elementy zawiera portal? Proszę zaznaczyć wszystkie zastosowane opcje:

- prezentacja terenów inwestycyjnych,  
 prezentacja gospodarcza Konina,  
 prezentacja otoczenia społeczno-kulturalnego, rekreacyjnego Konina,  
 prezentacja otoczenia prawnego krajowego/lokalnego,  
 „Ścieżka inwestora”,  
 dane kontaktowe,  
 statystyka Konina i regionu  
 inne otoczenie edukacyjne  
 instytucje otoczenia biznesu  
 zaplecze biznesowe

Dodatkowo w ramach projektu FIM przygotowała na rzecz Urzędu Miasta Konin część serwisu poświęconą zadaniom urzędu związaną z promocją przedsiębiorczości lokalnej.

4. Ilu użytkowników ma portal?

80 osób

5. W jakiej formie działa portal?

- newsletter skierowany do przedsiębiorców i otoczenia biznesowego (300)  
 mailing reklamowo-promocyjny skierowany do ...(liczba odbiorców)  
 profil na Facebooku  
 część portalu [www.konin.pl](http://www.konin.pl)  
 inne jakie: profil YouTube

6. Czy powstała infolinia dla inwestorów ?

- Tak  
 Nie

7. Ile osób średnio miesięcznie korzysta z infolinii w ostatnim kwartale ?

Infolinia odbierana jest na zewnątrz jako jeszcze jeden telefon kontaktowy. Dotychczas wpłynęło na nią 1 zapytanie o możliwość współorganizowania z ARR wizyty studyjnej Holendrów zainteresowanych otwarciem w Koninie fabryki okien.

8. Czy realizowane zadanie w ocenie Państwa osiągnęło zakładany cel jakim jest: zwiększenie dostępu do informacji o Koninie w Internecie?

Tak

Nie

*Prosimy o uzasadnienie wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru:*

Standardowym ilościowo/jakościowo narzędziem pomiaru ruchu i aktywności internautów na portalu [www.gospodarka.konin.pl](http://www.gospodarka.konin.pl) jest Google Analytics. Satysfakcja interesariuszy portalu będzie badana metodą ankiety elektronicznej. Respondenci będą rekrutowani za pośrednictwem samego portalu, poprzez fanpage na portalu Facebook oraz przy użyciu znajdującej się w posiadaniu BOI bazy danych. Badanie zostanie przeprowadzone dwukrotnie - w lutym i czerwcu 2014 r.

9. Jakie inne działania można podjąć w celu efektywniejszej realizacji zakładanych działań?

Istotą portalu internetowego dotyczącego gospodarki jest dostęp do pełnych, aktualnych oraz zagregowanych danych dotyczących zasobów oraz wskaźników istotnych z punktu widzenia kreowania obrazu ekonomicznego miasta.

Właścicielem informacji na temat stanu prawnego i planów zagospodarowania przestrzennego miasta jest urząd. Z uwagi na powyższe aby organizacja pozarządowa przejmująca realizację zadania publicznego dotyczącego promocji gospodarczej mogła efektywnie wykonywać powierzone jej zadanie JST powinna przedstawić posiadaną przez siebie pełną ofertę inwestycyjną miasta na początku realizacji projektu.

Dokumentacja ta powinna zawierać:

- mapy zagospodarowania terenu (geodezyjne) (nie starsze niż 6 m-cy);
- listę planowanych inwestycji na terenach inwestycyjnych wraz z harmonogramem;
- analizy gospodarcze nie starsze niż 1 rok;
- dane statystyczne dotyczące potencjału gospodarczego miasta zgodne z przyjętymi na rynku standardami (nie starsze niż 1 rok);
- dane nt. rynku nieruchomości w szczególności ceny powierzchni biurowych, przemysłowych i handlowych (nie starsze niż 1 rok);
- dane dotyczące dostępnych zasobów kadrowych (aktywność zawodowa i bezrobocie) w podziale na priorytetowe branże zdefiniowane w strategii miasta (nie starsze niż 1 rok);
- dane liczbowe dotyczące lokalnego rynku kształcenia średniego i wyższego (nie starsze niż 1 rok).

### 1.3. Wywołanie zdarzenia promującego Miasto Konin jako miasta z terenami inwestycyjnymi.

1. Czy zorganizowana została dwudniowa konferencja wraz z sesjami warsztatowymi w ramach konferencji dotyczącej inwestowania w Polsce, Koninie jako mieście z terenami inwestycyjnymi

Tak

Nie

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

2. Kiedy się odbyła, ile i jakie sesje warsztatowe zostały zrealizowane w ramach konferencji?

Konferencja planowana jest w terminie 31 marca – 01 kwietnia 2014 r.

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

3. Ile osób wzięło udział w konferencji i na poszczególnych warsztatach w stosunku do liczby zaproszonych ?

*Prosimy wskazać liczbę na podstawie listy obecności*

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

4. Kto był wśród uczestników konferencji?

Przedstawiciele biznesu z poza Konina, ile osób ...

Przedstawiciele biznesu z Konina, ile osób ...

Przedstawiciele prasy branżowej, ile osób...

Przedstawiciele innych sektorów, ile osób...

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

5. Proszę wymienić kto w roli prelegenta wziął udział w konferencji?

Przedstawiciel rządu odpowiedzialny za sprawy gospodarcze, kto ...

Przedstawiciel instytucji finansowych, kto ...

Przedstawiciel instytucji okołobiznesowych, kto ...

Inne osoby, jakie ...

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

6. Czy odbyła się wizytacja na terenach inwestycyjnych Konina ?

Tak

Nie

Nie rekomendujemy formuły pokazywania jednocześnie kilkudziesięciu osobom terenów inwestycyjnych w postaci otwartej przestrzeni (do której w przypadku brzydkiej pogody trudno byłoby dojechać/ dojść). W trakcie konferencji w Koninie planowane jest przedstawienie prezentacji połączonej z filmem pokazującym tereny inwestycyjne zgromadzonym na konferencji gościom. Ponadto pracownicy BOI pokarzą tereny inwestycyjne osobom, które zadeklarują chęć obejrzenia ich „na żywo”.

7. Kiedy się odbyła oraz ile osób wzięło udział w wizycie ?

*Prosimy wskazać liczbę na podstawie listy obecności*

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

8. Ile wpłynęło zapytań o oferty inwestycyjne Miasta Konin w ciągu 2 miesięcy od zakończenia konferencji i czego dotyczyły?

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

9. Ile opublikowano materiałów opisujących Konin jako miejsce inwestycji w ciągu 2 miesięcy od zakończenia konferencji i w jakich mediach ? :

a) prasowych, prosimy o podanie liczby i tytuły prasowe gdzie pojawiła się informacja

b) telewizyjnych, prosimy o podanie liczby oraz nazwy programów, w których pojawiła się informacja

c) radiowych, prosimy o podanie liczby oraz nazwy programów, w których pojawiła się informacja

d) internetowych, prosimy o podanie liczby oraz nazwy portali na, których pojawiła się informacja

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

10. Czy realizowane zadanie w ocenie Państwa osiągnęło zakładane cele:

a) wskazanie wszelkich walorów miasta (gospodarcze, edukacyjne, rekreacyjne)

Tak

Nie

*Prosimy o uzasadnienie wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :*

b) wykreowanie Konina jako miasta ważnego na mapie terenów inwestycyjnych

Tak

Nie

*Prosimy o uzasadnienie wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :*

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

11. Jakie inne działania można podjąć w celu efektywniejszej realizacji zakładanych działań ?

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

**Ocena jakości realizacji usług/ działań  
w ramach Obszaru I.  
Promocja Konina jako miasta atrakcyjnego inwestycyjnie**

**1. Czy osiągnięty został wskaźnik skuteczności w ramach działania udział w targach i wydarzenie promującego Konin-?**

- Tak, wartość wskaźnika ...  
 Nie, wartość wskaźnika ...

*Skuteczność liczona jest proporcją ilości zapytań o ofertę inwestycyjną po 3 miesiącach od targów i konferencji do ilości wydarzeń, na których prezentowana była oferta Konina. Wskaźnik jest tym lepszy im wartość uzyskana jest wyższa. Skuteczność mierzona jest każdorazowo w ciągu 3 m-cy po wystąpieniu zdarzenia.*

a)

Wskaźnik skuteczności w ramach działania udział w targach	=	Ilości zapytań o ofertę inwestycyjną Konina po 3 m-cu od zakończenia targów
		ilość targów dla inwestorów

b)

Wskaźnik skuteczności w ramach organizacji wydarzenia promującego Konin (konferencja)	=	Ilości zapytań o ofertę inwestycyjną Konina po 2 m-cu od zakończenia konferencji
		ilość konferencji dla inwestorów

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 źle	0 poprawnie	1 dobrze	2 bardzo dobrze
Wskaźnik skuteczności w ramach udziału w targach	Więcej niż 3	<1	<2	>3	>4	>5

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika skuteczności w ramach udziału w targach wynosi więcej niż 3 zapytania o ofertę inwestycyjną Konina po 3 m-cach od realizacji działania
- Skala oceny zmienia się o +/-1 przy przyjęciu wskaźnika 3 zapytań jako realizowanego poprawnie

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*



## 2. Czy osiągnięty został wskaźnik skuteczności w ramach portalu internetowego

- Tak, wartość wskaźnika 100 %  
 Nie, wartość wskaźnika ...

*Skuteczność liczona jest proporcją ilości zapytań o ofertę inwestycyjną do ilości działań promocyjnych podejmowanych w ramach portalu. Wskaźnik jest tym lepszy im wartość uzyskana jest wyższa i bliska 100%.*

Wskaźnik skuteczności w ramach działania portal internetowy	=	Ilość zapytań o ofertę inwestycyjną Konina	*100%
		ilość działań promocyjnych w ramach portalu (wysyłka newslettera, mailing)	

Wskaźnik skuteczności w ramach działania portal internetowy	=	1	*100%
		1	

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 Źle	0 poprawnie	1 Dobrze	2 bardzo dobrze
Wskaźnik skuteczności w ramach portalu internetowego	7% skuteczności działań informacyjnych	0%	3%	7%	11%	15%

## 3. Czy osiągnięty został wskaźnik dostępności w ramach działania „wywołanie zdarzenia promującego Miasto Konin jako miasto z terenami inwestycyjnymi” ?

- Tak, wartość wskaźnika ...  
 Nie, wartość wskaźnika ...

*Wskaźnik dostępności ma na celu wskazanie czy z danego działania mogli skorzystać wszyscy Ci, którzy byli zainteresowani danym wsparciem .*

Wskaźnik dostępności w ramach działania wywołanie zdarzenia promującego Miasto Konin jako miasto z terenami inwestycyjnymi	=	Ilość miejsc dla przedsiębiorców w ramach konferencji	*100%
		Ilość przedsiębiorców zgłaszających zainteresowanie udziałem w konferencji	

*Dostępność liczona jest jako proporcja ilości miejsc dla przedsiębiorców zabezpieczonych na etapie przygotowań do konferencji do liczby przedsiębiorców, którzy zgłaszali swoje zainteresowanie wzięcia udziału w wydarzeniu. Wskaźnik jest tym lepszy im wartość uzyskana jest wyższa i bliska 100%.*

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 źle	0 poprawnie	1 dobrze	2 bardzo dobrze
Wskaźnik dostępności	100%	60%	70%	80%	90%	100%

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika dostępność wartość pożądana to 100%
- Skala oceny zmienia się o +/-10% przy przyjęciu wskaźnika 80% dostępności jako realizowanego poprawnie

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

## **Obszar II**

### **KONTAKTY Z INWESTORAMI**

#### **1. Formy realizacji działań:**

1. Czy realizowane były kontakty bezpośrednie z potencjalnym inwestorem obejmujące prezentacje Konina i oferty w formie drukowanej i multimedialnej (min. w j. angielskim),

- Tak  
 Nie<sup>1</sup>

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

2. Ile spotkań odbyło się w siedzibie inwestora? Prosimy o wskazanie danych inwestora

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

3. Ile spotkań odbyło się w Koninie? Prosimy o wskazanie danych inwestora

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

4. Ile spotkań zakończyło się podpisaniem umowy przedwstępnej oraz jej główne założenia ?

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

5. Ile spotkań zakończyło się podpisaniem umów inwestycyjnych oraz ich główne założenia (przedmiot i branża) ?

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

6. Jaki język wykorzystywany był w kontaktach z inwestorem-?

- polski  
 angielski  
 francuski  
 niemiecki  
 chiński  
 inny jaki ...

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

7. W ilu i w jakich bazach krajowych dotyczących terenów inwestycyjnych znajduje się miasto Konin?

Ze względu na brak aktualnych map terenów inwestycyjnych (i długi proces ich aktualizacji) możliwość zamieszczenia Miasta Konina w krajowych bazach danych nastąpiła dopiero w styczniu 2014 r. (kolejny okres sprawozdawczy). Ponadto brak środków finansowych od początku stycznia 2014 r. uniemożliwia poniesienie opłat niezbędnych do umieszczenia oferty inwestycyjnej Konina w bazach danych.

Do wspomnianych powyżej (wybranych w listopadzie 2013 r.) baz należą:

1. [www.terenyinwestycyjne.info](http://www.terenyinwestycyjne.info)

<sup>1</sup> W przypadku odpowiedzi „Nie” proszę przejść do punktu 7

2. <http://www.ofertyinwestycyjne.pl>
3. PAIiZ <http://infobase.paiz.gov.pl/index1.php>
4. COIE <http://wielkopolskie.coie.gov.pl/en/kontakt/>
5. <https://inwestorzy.biz>
6. <http://terenypodinwestycje.eu/>

8. W ilu i w jakich bazach zagranicznych dotyczących terenów inwestycyjnych znajduje się miasto Konin?

Spośród wskazanych powyżej (w pkt. 7) baz danych, oferta inwestycyjna Konina w języku angielskim (dla inwestorów i przedsiębiorców z zagranicy) dostępna jest w następujących bazach:

1. <http://www.ofertyinwestycyjne.pl>
2. PAIiZ <http://infobase.paiz.gov.pl/index1.php>
3. COIE <http://wielkopolskie.coie.gov.pl/en/kontakt/>
4. <https://inwestorzy.biz>

9. Ile kontaktów z potencjalnymi inwestorami było zrealizowanych dzięki informacji o terenach inwestycyjnych Koninie w bazach danych-?

- a) krajowych ...
- b) zagranicznych ...

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

10. W jakiej formie odbywały się kontakty będące wynikiem umieszczenia informacji o terenach inwestycyjnych w Koninie w bazach danych?

- telefoniczny, w jakiej liczbie
- e-mailowy, w jakiej liczbie
- spotkań bezpośrednich, w jakiej licznie...
- inny jaki? ..... oraz w jakiej liczbie ...

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

11. W ilu i w jakich (miejsce i termin) kongresach i sympozjach krajowych w ciągu w roku wzięli Państwo udział?

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

12. W ilu kongresach i w jakich (miejsce i termin), sympozjach zagranicznych w ciągu roku wzięli Państwo udział ?

W ramach realizacji zadania 11 pracownicy Biura Obsługi Inwestora w Koninie uczestniczyli dotychczas w dwóch sympozjach zagranicznych:

- 1) „Pollutec Horizons” w Paryżu w dniach 03-05 grudnia 2013 r.
- 2) „Polsko – niemiecka konferencja gospodarcza” we Frankfurcie nad Odrą w dniu 05 grudnia 2013 r.

13. Ile kontaktów nawiązanych zostało w wyniku udziału w kongresach, sympozjach?

- a) 2 spotkania krajowe:

- P. Urszula Majorkiewicz - Sekretarz Generalny Polskiej Izby Handlowo-Przemysłowej we Francji  
Rezultat: rozmowy na temat dotarcia z ofertą Konina do przedsiębiorstw we Francji,
- P. Katarzyna Krajewska I Sekretarz Wydział Promocji i Inwestycji Ambasady RB w Paryżu  
Rezultat: przekazanie informacji na temat oferty inwestycyjnej Konina

- b) 5 spotkań zagranicznych:

- In PLuvia,
- Eureka Industries,
- Group Star's Service,

- RMS France,
- Modulo Bloc

14. Jaką formę przybrał kontakt po uczestnictwie w kongresach i sympozjach-?

- listowną, w jakiej liczbie ...
- e-mailową, w jakiej liczbie ...
- telefoniczną, w jakiej liczbie ...
- spotkanie, w liczbie: 2
- inny: dopisanie pozyskanych kontaktów do listy e-mailingowej newslettera

15. Biuro realizatora zadania spełnia standard:

- podstawowy, lokalizacja biura w Koninie o powierzchni min. 30 m<sup>2</sup> w tym z min. 2 pomieszczeniami biurowymi oraz wyposażone w sprzęt biurowy
- rekomendowany, lokalizacja biura w Koninie w pobliżu siedziby Urzędu Miejskiego, o powierzchni min. 60 m<sup>2</sup>, w tym 2 pomieszczenia biurowe oraz sala spotkań biznesowych, wyposażone w sprzęt biurowy stacjonarny oraz mobilny

*Biuro Obsługi Inwestora w Koninie znajduje się w bliskim sąsiedztwie Urzędu Miasta Konin (50 m). Zajmuje powierzchnię 53,10 m<sup>2</sup> z dwoma pomieszczeniami biurowymi (jedno pomieszczenie przeznaczone do pracy oraz jeden mały pokój spotkań), hołem oraz łazienką. Biuro w pełni wyposażone jest w sprzęt biurowy. Fundacja Inicjatyw Menedżerskich zdecydowała się na lokal bez dużej sali spotkań z uwagi na to, iż spotkania w większym gronie nie odbywają się codziennie i znacznie korzystniejsze pod względem finansowym jest wynajmowanie dużej sali gdy zachodzi taka potrzeba.*

16. Zadanie realizowane jest przez osoby spełniające standard:

- podstawowy- 2 osoby ds. kontaktu bezpośredniego i pośredniego z inwestorem, w tym jedna osoba z biegłą znajomością języka angielskiego oraz druga osoba ze znajomością innego języka obcego oraz 2 letnim doświadczeniem w pozyskiwaniu inwestora; osoba do obsługi administracyjnej - doświadczenie min. 2 lata.
- rekomendowany - 2 osoby ds. kontaktu bezpośredniego i pośredniego z inwestorem, w tym każda z osób z biegłą znajomością min. 2 języków obcych oraz 5 letnim doświadczeniem w pozyskiwaniu inwestora; osoba do obsługi administracyjnej - doświadczenie min. 2 lata.

17. Czy realizowane zadanie w Państwa ocenie osiągnęło zakładane cele jakimi jest rozwój działalności gosp. poprzez działania na rzecz pozyskania inwestora celem stworzenia nowych miejsc pracy oraz zredukowanie negatywnych skutków restrukturyzacji przemysłu paliwowo-energetycznego.

- Tak
- Nie

*Prosimy o uzasadnienie wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :*

W chwili obecnej (3 m-ce) po przejęciu przez FIM zadania wypromowania pod względem gospodarczym Miasta Konina nie można mówić o twardych rezultatach rozwoju działalności gospodarczej.

Proces pozyskiwania inwestora oraz pobudzania lokalnej przedsiębiorczości jest procesem długotrwałym i wymaga długofalowych oraz zdywersyfikowanych działań.

**Z uwagi na powyższe Fundacja Inicjatyw Menedżerskich poza zadaniami określonymi w projekcie na początku realizacji powierzonego zadania stworzył System Identyfikacji Wizualnej Marki Gospodarczej Miasta Konina pozwalający z jednej strony wyeksponować walory miasta a z drugiej skutecznie i atrakcyjnie promować go na zewnątrz.**

18. Jakie inne działania można podjąć w celu skuteczniejszej realizacji zakładanych działań ?

--

## Ocena jakości realizacji usług/ działań w ramach obszaru II Kontakty z inwestorami

**1. Czy osiągnięty został wskaźnik skuteczności w ramach działania „Uczestnictwo w kongresach i sympozjach” i „Spotkania indywidualne z potencjalnymi inwestorami” jako działania bezpośrednie z inwestorami**

- Tak, wartość wskaźnika ...  
 Nie, wartość wskaźnika ...

*Wskaźnik skuteczności działania ma na celu wskazanie czy i jak dane wsparcie przekłada się na ilość kontaktów z inwestorami oraz ilość umów o realizację inwestycji jakie z tego tytułu udało się pozyskać.*

wskaźnik skuteczności kontaktów bezpośrednich	=	ilość podpisanych umów z inwestorami	*100%
		ilość kontaktów bezpośrednich z inwestorami	

wskaźnik skuteczności kontaktów bezpośrednich	=	0	*100%
		2	

*Wskaźnik oblicza się jako procent, skuteczność liczona jest proporcją ilości umów z inwestorami do ilości spotkań. Wskaźnik jest tym lepszy im wartość uzyskana jest bliższa wartości 100%. -Działanie uważane będzie za skuteczne jeżeli w wyniku spotkań z inwestorami osiągnięte się wskaźnik skuteczności 4%.*

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	Źle	poprawnie	Dobrze	bardzo dobrze
skuteczność kontaktów bezpośrednich	≥ 4%	0	<1%	>2%	>3%	≥ 4%

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika skuteczności w ramach spotkań bezpośrednich z inwestorami wynosi więcej lub jest równy 4%
- Skala oceny zmienia się o +/-1 przy przyjęciu wskaźnika 2% jako realizowanego poprawnie

Nie można mówić o „ilości podpisanych umów z inwestorami” w sytuacji gdy:

- proces pozyskiwania inwestora (a co za tym idzie podpisanie umowy) jest formą długotrwałą a okres realizacji zadania przez FIM z jednej strony wynosi dotychczas 3 m-ce, z drugiej nie przekracza 9 m-cy.

- obecnie nie wszystkie tereny inwestycyjne są przygotowane do przejęcia ich przez inwestora (pod względem infrastruktury oraz dokumentacji geodezyjnej)

Z uwagi na powyższe oferta złożona przez FIM stanowiąca załącznik do umowy nie zakłada obowiązku podpisania umów inwestycyjnych za pośrednictwem BOI.

**UWAGA: Wskaźnik jest nieracjonalny z uwagi na fakt, iż nie ma on odzwierciedlenia w ofercie przedłożonej przez FIM a także w zawartej między stronami umowie. Nie może zatem stanowić podstawy do oceny działań FIM.**

**2. Czy osiągnięty został wskaźnik skuteczności w ramach działania Informowanie o potencjale inwestycyjnym poprzez mailing, ankiety, uczestnictwo w bazach danych, telefonicznie - rozumiane jako kontakty pośrednie.**

Tak, wartość wskaźnika ...

Nie, wartość wskaźnika ...

*Wskaźnik skuteczności działania ma na celu wskazanie czy i jak dane wsparcie przekłada się na liczbę kontaktów z inwestorami oraz ostatecznie na liczbę inwestycji jakie z tego tytułu udało się pozyskać.*

Wskaźnik skuteczności kontaktów pośrednich	=	Liczba kontaktów ze strony inwestorów	*100%
		Liczba sympozjów, konferencji krajowych i zagranicznych	

Wskaźnik skuteczności kontaktów pośrednich	=	0	*100%
		2	

Wskaźnik skuteczności kontaktów pośrednich	=	Liczba kontaktów ze strony inwestorów	*100%
		Liczba wpisów do baz, akcji mailingowych	

Wskaźnik skuteczności kontaktów pośrednich	=	0	*100%
		1	

*Wskaźnik oblicza się jako procent, skuteczność liczona jest proporcją ilości kontaktów z inwestorami zainteresowanymi ofertą inwestycyjną Konina do ilości spotkań w jakich biorą udział przedstawiciele miasta oraz wpisów do baz terenów inwestycyjnych. Wskaźnik jest tym lepszy im wartość uzyskana jest bliższa wartości 100%. Działanie uważane będzie za skuteczne jeżeli w wyniku prowadzonych działań osiągnie się wskaźnik skuteczności większy niż 15%, rozumiany jako kontakt ze strony potencjalnego inwestora.*

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 źle	0 Poprawnie	1 dobrze	2 bardzo dobrze
Skuteczność kontaktów pośrednich	>15%	0%	<5%	>5%	>10%	>15%

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika skuteczności w ramach kontaktów pośrednich z inwestorami wynosi więcej niż 15%
- Skala oceny zmienia się o +/-5% przy przyjęciu wskaźnika większy niż 5% skuteczności jako realizowanego poprawnie

### **Ocena dostępności realizacji usług/ działań w ramach obszaru II Kontakty z inwestorami**

**Czy osiągnięty został wskaźnik dostępności działania w ramach obszaru „Kontakty z inwestorami” rozumiany jako dostępność miejsc pracy dla osób bezrobotnych jakie powstały w wyniku inwestycji w Koninie ?**

- Tak, wartość wskaźnika ...
- Nie, wartość wskaźnika ...

*Wskaźnik dostępności działania ma na celu wskazanie jak działanie wpływa na rynek pracy. Jest to ściśle powiązane z celami działania jakim jest wpływ inwestycji na lokalny rynek pracy.*

Wskaźnik możliwości dostępu osób bezrobotnych do miejsc pracy powstałych w wyniku inwestycji	=	Liczba utworzonych miejsc pracy w ramach inwestycji	*100%
		Liczba osób bezrobotnych w Koninie	

*Wskaźnik oblicza się jako procent, Dostępność liczona jest proporcją ilości nowo utworzonych miejsc pracy w wyniku inwestycji do ilości osób bezrobotnych w Koninie. Wskaźnik dostępności jest tym lepszy im bliższy jest 100%. Z punktu widzenia dostępności przyjmuje się, że wskaźnik jest realizowany poprawnie jeżeli wartość osiąga więcej niż 2%.*

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 Źle	0 poprawnie	1 Dobrze	2 bardzo dobrze
Wskaźnik dostępności osób bezrobotnych do miejsc pracy	≥ 6%	0%	<2%	>2%	>4%	≥ 6%

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika dostępności przyjmujemy, że w wyniku inwestycji planowanych stworzone zostaną miejsca pracy dla więcej lub równo 6% osób bezrobotnych
- Skala oceny zmienia się o +/- 2% przy przyjęciu wskaźnika więcej niż 2% dostępności jako realizowanego poprawnie

**Nie można mówić o „liczbie utworzonych miejsc pracy w ramach inwestycji” w sytuacji gdy rozwój gospodarczy jest długotrwałym procesem a okres realizacji zadania przez FIM wynosi dotychczas 3 m-ce. Ponadto wskaźnik ten nie wnika z oferty złożonej przez FIM.**

**UWAGA: Wskaźnik jest nieracjonalny z uwagi na fakt, iż nie ma on odzwierciedlenia w ofercie przedłożonej przez FIM a także w zawartej między stronami umowie. Nie może zatem stanowić podstawy do oceny działań FIM.**



## **Obszar III**

### **KOJARZENIE PRZEDSIĘBIORSTW NA TERENIE KONINA (KLASTRY, KOOPERACJA)**

#### **1. Formy realizacji działań:**

##### **1.1. Organizacja spotkań B2B**

1. Czy realizowane były spotkania B2B w Koninie ?

- Tak
- Nie

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

2. Ile spotkań branżowych typu B2B odbyło się w Koninie ?

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

3. Ilu przedsiębiorców wzięło udział w spotkaniu w stosunku do liczby zaproszonych ?:

- z Konina ...
- spoza Konina

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

4. Przedsiębiorcy z jakich branż wzięli udział w spotkaniu? Proszę wymienić obecne branże.

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

5. Czy realizowane były spotkania B2B wyjazdowe krajowe-?

- Tak
- Nie

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

6. Ile wyjazdów branżowych B2B krajowych odbyło się i gdzie?

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

7. Ilu przedsiębiorców wzięło udział w spotkaniach, w stosunku do liczby zaproszonych?:

- Z Konina ...
- Z poza Konina

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

8. Przedsiębiorcy z jakich branż wzięli udział w spotkaniach?

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

9. Czy realizowane były spotkania branżowe B2B wyjazdowe zagraniczne?

- Tak
- Nie

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

10. Ile wyjazdów branżowych zagranicznych dla biznesu odbyło się i gdzie?

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

11. Ilu przedsiębiorców wzięło udział w spotkaniach, w stosunku do liczby zaproszonych?

- z Konina ...
- spoza Konina ...

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

12. Przedsiębiorcy z jakich branż wzięli udział w spotkaniach?

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

13. Czy działanie przyczyniło się do osiągnięcia któregoś z celów:

a) Poprawa kontaktów gospodarczych pomiędzy podmiotami z Konina, innych miast Polski oraz z miast partnerskich

- Tak
- Nie

*Prosimy uzasadnić odpowiedź, wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :*

b) stworzenie warunków do budowy kontaktów B2B w Koninie

- Tak
- Nie

*Prosimy uzasadnić odpowiedź wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :*

c) tworzenie nowych miejsc pracy

- Tak
- Nie

*Prosimy uzasadnić odpowiedź wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru:*

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

14. Jakie inne działania można podjąć w celu skuteczniejszego sposobu realizowania działania ?

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

## 1.2. Prowadzenie doradztwa dla przedsiębiorców w zakresie informacji gospodarczej, formalno-prawnej

1. Jakie doradztwo prowadzone było dla przedsiębiorców podejmujących współpracę branżową?

- biznesowe, ile godz. ...
- formalno-prawne, ile godz. ...

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

2. Ile firm skorzystało z doradztwa?

- biznesowego ..., w tym :
  - mikro przedsiębiorstwa ...
  - małe przedsiębiorstwa ...
  - średnie przedsiębiorstwa ...
- formalno-prawnego ..., w tym:
  - mikro przedsiębiorstwa ...
  - małe przedsiębiorstwa ...
  - średnie przedsiębiorstwa ...

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

3. Jakie były najczęstsze tematy doradztwa ?

Biznesowe (prosimy podać na podstawie kart doradczych):
Formalno-prawne (prosimy podać na podstawie kart doradczych):

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

4. Czy zadanie realizowane jest przez osoby spełniające standard:

- Podstawowy - moderator spotkań biznesowych, osoby ds. obsługi organizacyjnej: menedżer 1 osoba, asystent 1 osoba, doświadczenie min 2-letnie. znajomość min. 2 języków (angielski i rosyjski)
- Rekomendowany- moderator spotkań biznesowych, osoby ds. obsługi organizacyjnej: menedżer 1 osoba, asystent 1 osoba, doświadczenie min 5-letnie, znajomość min. 4 języków (angielski, rosyjski, chiński, niemiecki)

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

5. Czy działanie przyczyniło się do osiągnięcia któregoś z celów:

a) Poprawa kontaktów gospodarczych pomiędzy podmiotami z Konina, innych miast Polski oraz z miast partnerskich

- Tak
- Nie

*Prosimy uzasadnić odpowiedź wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :*

--

b) Stworzenie warunków do budowy kontaktów B2B w Koninie

- Tak
- Nie

*Prosimy uzasadnić odpowiedź wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :*

--

c) Stworzenie nowych miejsc pracy

Tak

Nie

Prosimy uzasadnić odpowiedź wraz ze wskazaniem rezultatów, produktów oraz wskaźników wraz z narzędziem pomiaru :

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

6. Jakie inne działania można podjąć w celu skuteczniejszego sposobu realizowania działania?

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

### **Ocena jakości realizacji usług/ działań w ramach Obszaru III „Kojarzenie przedsiębiorstw na terenie Konina (klastry, kooperacja)”**

1. Czy osiągnięty został wskaźnik skuteczności w ramach działania „Organizacja spotkań B2B<sup>2</sup>” ?

Tak wartość wskaźnika ...

Nie, wartość wskaźnika ...

*Wskaźnik skuteczności działania ma na celu wskazanie czy i jak dane wsparcie przekłada się na rozwój współpracy/kooperacji przedsiębiorców konińskich z przedsiębiorstwami krajowymi w wyniku realizacji spotkań w Koninie oraz realizacji spotkań wyjazdowych, krajowych dla przedsiębiorców konińskich.*

#### **Sposób obliczenia wskaźnika**

Wskaźnik skuteczności w ramach działania spotkania przedsiębiorców w Koninie	=	Liczba umów o kooperacji podpisanych przez przedsiębiorców	*100%
		Liczba spotkań dla przedsiębiorców zewnętrznych z przedsiębiorcami konińskimi	

Wskaźnik skuteczności w ramach działania udział przedsiębiorców konińskich w branżowych wyjazdach krajowych	=	Liczba umów o kooperacji podpisanych przez przedsiębiorców	*100%
		Liczba spotkań dla przedsiębiorców zewnętrznych z przedsiębiorcami konińskimi	

Wskaźnik skuteczności w ramach działania udział przedsiębiorców konińskich w branżowych wyjazdach zagranicznych	=	Liczba umów o kooperacji podpisanych przez przedsiębiorców	*100%
		Liczba spotkań dla przedsiębiorców zewnętrznych z przedsiębiorcami konińskimi	

<sup>2</sup> Business to Business - skrót opisujący działania skierowane na rozwój współpracy pomiędzy przedsiębiorcami

Wskaźnik oblicza się jako procent, skuteczność liczona jest proporcją ilości umów o kooperację do ilości spotkań. Wskaźnik jest tym lepszy im wartość uzyskana jest bliższa wartości 100%. Działanie uważane będzie za skuteczne jeżeli organizowane spotkania stacjonarne (w Koninie) oraz wyjazdowe (delegacje krajowe i zagraniczne) przełoży się na odpowiednią liczbę podpisanych umów o kooperacji przedsiębiorstw.

a)

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 źle	0 poprawnie	1 dobrze	2 bardzo dobrze
Wskaźnik skuteczności w ramach działania spotkania przedsiębiorców w Koninie	20%	0%	5%	10%	15%	20%

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika skuteczności w ramach spotkań przedsiębiorców w Koninie przyjmuje się 20% skuteczność spotkań
- Skala oceny zmienia się o +/- 5% przy przyjęciu wskaźnika 10% skuteczności jako realizowanego poprawnie

b)

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 źle	0 poprawnie	1 dobrze	2 bardzo dobrze
Wskaźnik skuteczności w ramach działania udział przedsiębiorców konińskich w branżowych wyjazdach krajowych	25%	5%	10%	15%	20%	25%

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika skuteczności wyjazdów krajowych konińskich przedsiębiorców jako wartość pożądaną przyjmuje się 25%
- Skala oceny zmienia się przy przyjęciu wskaźnika 15% jako poprawne o +/- 5%

c)

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 źle	0 poprawnie	1 dobrze	2 bardzo dobrze
Wskaźnik skuteczności w ramach działania udział przedsiębiorców konińskich w branżowych wyjazdach zagranicznych	20%	0%	5%	10%	15%	20%

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika skuteczności wyjazdów krajowych konińskich przedsiębiorców jako wartość pożądaną przyjmuje się 20%
  - Skala oceny zmienia się przy przyjęciu wskaźnika 10% jako poprawne o +/- 5%
- Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

## Ocena dostępności do usługi/działania

1. Czy osiągnięty został wskaźnik dostępności działania w ramach „Organizacja spotkań B2B<sup>3</sup>”:

- Tak, wartość wskaźnika ...
- Nie, wartość wskaźnika ...

*Wskaźnik dostępności działania ma na celu wskazanie czy i jak -dane wsparcie odpowiada na realne potrzeby przedsiębiorców konińskich oraz przedsiębiorców krajowych i zagranicznych. Szczególnie ważne w ocenie tego wskaźnika jest to czy wsparcie jest wystarczające ze względu na skalę realizacji zadania.*

Wskaźnik dostępności w ramach działania spotkania przedsiębiorców branżowych w Koninie	=	Liczba miejsc dla przedsiębiorców konińskich w ramach spotkań branżowych w Koninie	*100%
		Liczba przedsiębiorców działających w danej branży, zgłaszających się do udziału w spotkaniu	
Wskaźnik dostępności w ramach działania spotkania przedsiębiorców branżowych w Koninie	=	Liczba miejsc dla przedsiębiorców zewnętrznych w ramach spotkań branżowych w Koninie	*100%
		Liczba przedsiębiorców działających w danej branży, zgłaszających się do udziału w spotkaniu	
Wskaźnik dostępności w ramach działania udział przedsiębiorców konińskich w branżowych wyjazdach krajowych	=	Liczba miejsc dla przedsiębiorców konińskich w ramach branżowych wyjazdów krajowych	*100%
		Liczba przedsiębiorców działających w danej branży w Koninie, zgłaszających się do wyjazdu	
Wskaźnik dostępności w ramach działania udział przedsiębiorców zewnętrznych w branżowych wyjazdach krajowych przedsiębiorców konińskich	=	Liczba miejsc dla przedsiębiorców zewnętrznych w ramach branżowych spotkań podczas wyjazdów krajowych przedsiębiorców konińskich	*100%
		Liczba przedsiębiorców działających w danej branży lokalnie, zgłaszających się do wyjazdu	
Wskaźnik dostępności w ramach działania udział przedsiębiorców konińskich w branżowych wyjazdach zagranicznych	=	Liczba miejsc dla przedsiębiorców konińskich w ramach branżowych wyjazdów zagranicznych	*100%
		Liczba przedsiębiorców działających w danej branży w Koninie, zgłaszających się do wyjazdu	
Wskaźnik dostępności w ramach działania przedsiębiorców zewnętrznych w branżowych wyjazdach zagranicznych	=	Liczba miejsc dla przedsiębiorców zagranicznych w spotkaniach w ramach branżowych wyjazdów zagranicznych przedsiębiorców konińskich	*100%
		Liczba przedsiębiorców działających w danej branży zagranicą, zgłaszających się do udziału w spotkaniu	

<sup>3</sup> Business to Business - skrót opisujący działania skierowane na rozwój współpracy pomiędzy przedsiębiorcami

Wskaźnik oblicza się jako procent, dostępność liczona jest proporcją ilości miejsc dla przedsiębiorców konińskich i zewnętrznych oferowaną w ramach wsparcia do ilości przedsiębiorców, którzy zgłaszają się do udziału w spotkaniach. Wskaźnik jest tym lepszy im wartość uzyskana jest bliższa wartości 100%. Działanie uważane będzie za dostępne jeżeli organizowane spotkania stacjonarne (w Koninie) oraz wyjazdowe (delegacje krajowe i zagraniczne) będą miały wysoki procent dostępności dla zainteresowanych

Wskaźnik	Pożądana wartość	Skala oceny				
		-2 bardzo źle	-1 źle	0 poprawnie	1 dobrze	2 bardzo dobrze
Nazwa wskaźnika	90%	10%	30%	50%	70%	90%

- Wartość pożądana – w przypadku wskaźnika dostępności przyjmujemy, że w ramach wszystkich spotkań przedsiębiorców zarówno w Koninie jak i krajowych i zagranicznych dostępność pożądana to 90%
- Skala oceny zmienia się przy przyjęciu wskaźnika 50% dostępności jako poprawne, zmiany wskaźnika następują o +20%/-20%

*Nie dotyczy – zadanie realizowane w następnym okresie sprawozdawczym.*

***Dziękujemy za wypełnienie ankiety***