

Załącznik nr 1

**Minimalne wymagania dotyczące strategii biznesowej
w zakresie umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa**

dotyczy konkursu nr RPMA.03.02.02-IP.01-14-021/16 ogłaszanego w ramach Regionalnego Program Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020. Oś priorytetowa III, Rozwój potencjału innowacyjnego i przedsiębiorczości, Działanie 3.2 Internacjonalizacja MŚP, Poddziałanie 3.2.2 - Internacjonalizacja przedsiębiorstw, Typ projektów - Internacjonalizacja przedsiębiorstw poprzez wzrost eksportu towarów i usług

Regionalny Program Operacyjny Województwa Mazowieckiego określa, że wsparcie w ramach Podziałania 3.2.2. „Internacjonalizacja przedsiębiorstw” typ projektów „Internacjonalizacja przedsiębiorstw poprzez wzrost eksportu towarów i usług” skierowane będzie do przedsiębiorców na realizację zadań mających przyczynić się do wzrostu ich internacjonalizacji, poprzez udział m.in. w misjach gospodarczych, krajowych i międzynarodowych imprezach targowo-wystawienniczych oraz w wizytach studyjnych. Przygotowana „Strategia biznesowa w zakresie umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa” powinna wykazać realizację założonych w konkursie celów. W dokumencie powinny zostać zidentyfikowane działania mające na celu skuteczną i efektywną internacjonalizację przedsiębiorstwa. W strategii powinno zostać wykazana zasadność zaplanowanych działań dotyczących internacjonalizacji. Dokument powinien być przygotowany w formie obrazującej przebieg realizacji zaplanowanych działań tj. sprawozdań z realizacji kolejnych zadań realizowanych, raportów podsumowujących zebrane informacje i przeprowadzone analizy wraz z wynikającymi z nich rekomendacjami, ustaleń o charakterze strategicznym – prowadzących do przygotowania strategii biznesowej w zakresie umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa.

Zawarte w dokumencie analizy i rekomendacje powinny mieć charakter indywidualny, spersonalizowany i nawiązywać szczegółowo do planowanych działań oraz bazować na już podjętych czynnościach.

Minimalny zakres strategii powinien zawierać:

1. Ogólną informację o dokumencie:

- nazwa wnioskodawcy,
- autor dokumentu,
- data przygotowania dokumentu,

2. Analizę możliwości przedsiębiorstwa w zakresie internacjonalizacji działalności, obejmującej w szczególności analizy szczegółowe odnośnie:

- produktów oferowanych przez przedsiębiorstwo, w tym ich marketingu,
- struktury organizacyjnej i zdolności produkcyjnych przedsiębiorstwa,
- zdolności finansowych przedsiębiorstwa,
- struktury powiązań kapitałowych i relacji biznesowych,
- potencjału innowacyjnego i posiadanych praw własności intelektualnej oraz posiadanych certyfikatów;

3. Określenie celów przedsiębiorstwa w zakresie internacjonalizacji;

4. Wskazanie rynków docelowych oraz ich uhierarchizowanie, a także identyfikacja potencjalnych kontrahentów/grup odbiorców na rynkach zagranicznych;

Uhierarchizowanie rynków powinno bazować w szczególności na analizie popytu na oferowane produkty (oszacowanie obecnej i perspektywicznej chłonności oraz siły nabywczej rynku), analizie otoczenia biznesowego (potencjalnych kontrahentów i konkurencji), analizie barier prawnych (np. celnych lub związanych z wymienialnością waluty i ograniczeniem przepływów finansowych) oraz analizie ryzyka (np. niestabilność polityczna, długie terminy płatności, ryzyko odnoszące się do systemów transakcyjnych, problemy dotyczące transportu produktów, ryzyko korupcyjne itp.).

5. Przedstawienie koncepcji wejścia na rynek zagraniczny wraz z projekcją możliwości sprzedaży na wybranym rynku zagranicznym;

Rekomendacje tego punktu dotyczą m.in. modelu sprzedaży i kanałów dystrybucji (przedstawiciel handlowy, dystrybutor, importer, inne...).

W zakresie projekcji sprzedaży niezbędne będzie przedstawienie propozycji cenowej (rekomendacja strategii cenowej). W tym kontekście analiza powinna odnosić się do kosztów wytworzenia i wprowadzenia artykułu na rynek (zagraniczny), w tym m.in.

- kosztów uzyskania niezbędnych certyfikatów i zezwoleń, dopełnienia formalności eksportowych/ importowych w związku z dystrybucją artykułu,
- preferencji cenowych potencjalnych klientów,
- poziomu cen konkurencji,
- specyficznych regulacji prawnych, dotyczących kształtowania poziomu cen w poszczególnych krajach.

6. Wskazanie zagranicznych kontraktów handlowych planowanych przez przedsiębiorstwo w wyniku wsparcia w zakresie internacjonalizacji.
7. Wskazanie inicjatyw wspierających osiągnięcie założonych celów w zakresie internacjonalizacji.
8. Opis udziału przedsiębiorstwa w misjach gospodarczych (cel, charakter oraz planowane rezultaty).
9. Rekomendacje w zakresie reorganizacji przedsiębiorstwa i przygotowania go do działalności eksportowej (organizacji działu eksportu, logistyki etc.);

Opis powinien odnosić się do wcześniejszej analizy struktury organizacyjnej i zdolności produkcyjnych (rekomendacje dot. rozwiązań gwarantujących możliwość zapewnienia stałych dostaw na rynki zagraniczne, rekomendacje w zakresie zatrudnienia odpowiednio wykwalifikowanych kadr, przygotowanych do realizacji obsługi i zamówień na rynkach międzynarodowych, rekomendacje dot. dostosowania aktualnej technologii produktu/rodzaju opakowania do przepisów prawa międzynarodowego, wymogów jakościowych, norm bezpieczeństwa i uwarunkowań kulturowych, rekomendacje w zakresie międzynarodowego transportu towarów, itd.).

10. Propozycje możliwych źródeł zewnętrznego finansowania działalności eksportowej;
11. Strategię zarządzania ryzykiem eksportowym w tym propozycje instrumentów finansowych obniżających ryzyko eksportowe;
12. Informację w jaki sposób projekt przyczyni się do wsparcia działalności eksportowej przedsiębiorstwa.
13. Syntetyczne przedstawienie proponowanej strategii biznesowej, obejmującej informacje z zakresu:
 - kluczowi partnerzy,
 - kluczowe działania,
 - kluczowe zasoby,
 - oferowane wartości,
 - relacje z klientami,
 - kanały dystrybucji,
 - segmenty klientów,
 - struktura kosztów,
 - struktura (źródła) przychodów;
14. Syntetyczny harmonogram i kosztorys wdrażania projektu z wyszczególnieniem wydatków kwalifikowanych.
15. Kalkulację opłacalności wdrożenia zaproponowanej strategii biznesowej (zawierającej projekcję przychodów w wariantach pesymistycznym, neutralnym i optymistycznym);
16. Określenie celów szczegółowych obrazujących postęp wdrażania strategii biznesowej, sposobu ich pomiaru oraz odpowiedzialności realizacyjnej tych celów.

17. Informację o podejmowanych działaniach promocyjnych:

Wskazanie najefektywniejszych narzędzi i metod marketingowych oraz promocyjnych:

- wskazanie wydarzeń targowych oraz kierunków misji handlowych;
- sposobu prowadzenia sprzedaży i promocji oferowanych produktów/usług
- metod informowania klientów o produktach usługach.

Wskazanie narzędzi i metod marketingowych oraz promocyjnych:

Regulujący Program Operacyjny Województwa Mazowieckiego określa, że wsparcie w ramach Rozdziału 3.2.2. „Internacjonalizacja przedsiębiorstw” - typ projektów „Internacjonalizacja przedsiębiorstwa poprzez wzrost eksportu towarów i usług” skierowane będzie do przedsiębiorców na realizację zadań niniejszym przytoczonym do wsparcia ich internacjonalizacji poprzez udział m.in. w misjach gospodarczych, krajowych i międzynarodowych targach i wystawach, targach i wystawach międzynarodowych, przygotowanie „Strategii biznesowej w zakresie umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa” powinna wyznaczyć realizację założonych w konkursie celów. W dokumencie powinny zostać zidentyfikowane działania mające na celu wykonanie i efektywną internacjonalizację przedsiębiorstwa. W strategii powinna zostać wykazana zasada planowanych działań dotyczących internacjonalizacji. Dokument powinien być przygotowany w formie umożliwiającej realizację zaplanowanych działań tj. sprawozdań z realizacji kolejnych zadań realizowanych, raportów podsumowujących zebrane informacje i przeprowadzone analizy wraz z wnioskami z nich rekomendacjami, ustaleniami o charakterze strategicznym - prowadzącymi do przygotowania strategii biznesowej w zakresie umiędzynarodowienia działalności przedsiębiorstwa.

Zawarte w dokumencie analizy i rekomendacje powinny mieć charakter indywidualny, spersonalizowany i nawiązywać szczegółowo do planowanych działań oraz bazować na już podjętych czynnościach.