



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 Poddziałania 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.

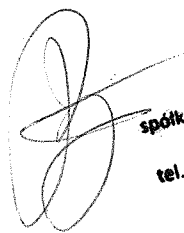


## 17. Informację o podejmowanych działaniach promocyjnych:

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.

B.06. 2016r.



**eco in**  
spółka z ograniczoną odpowiedzialnością S.K.A.  
ul. Powińska 18, 02-920 Warszawa  
tel. +48 (22) 651 68 15, fax +48 (22) 651 81 72  
NIP 521-36-59-056