



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



MINISTERSTWO ROZWOJU REGIONALNEGO

Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka

Wniosek o dofinansowanie realizacji projektu

Wdrożenie Planu rozwoju eksportu

6. Oś priorytetowa:

Polska gospodarka na rynku międzynarodowym

Działanie 6.1:

Paszport do eksportu

Data wpływu wniosku o dofinansowanie realizacji projektu	2012-06-22 15:03:15
Numer wniosku o dofinansowanie realizacji projektu	WND-POIG.06.01.00-30-059/12

I. INFORMACJE OGÓLNE O PROJEKCIE

1. Tytuł projektu	Wdrożenie PRE dla firmy MAXIMA
Przygotowany Plan rozwoju eksportu został sporządzony nie wcześniej niż 12 miesięcy przed dniem złożenia wniosku o udzielenie wsparcia	☐ Tak ☐ Nie ☒ Nie dotyczy
Przygotowany w ramach I etapu Działania 6.1 Plan rozwoju eksportu został pozytywnie zweryfikowany w Regionalnej Instytucji Finansującej.	☒ Tak ☐ Nie ☐ Nie dotyczy
Plan rozwoju eksportu zawiera rekomendację rozwoju przedsiębiorstwa Wnioskodawcy poprzez rozwój działalności eksportowej.	☒ Tak ☐ Nie
1.a. Wdrożenie Planu rozwoju eksportu	☒

2. Identyfikacja rodzaju interwencji

Program Operacyjny	Innowacyjna Gospodarka
Oś Priorytetowa	6. Polska gospodarka na rynku międzynarodowym
Działanie	6.1 Paszport do eksportu

3. Klasyfikacja projektu	Kod	Nazwa
Temat priorytetowy	05	Usługi w zakresie zaawansowanego wsparcia dla przedsiębiorstw i grup przedsiębiorstw
Forma finansowania	01	pomoc bezzwrotna
Obszar realizacji interwencji	00	Nie dotyczy
Dział gospodarki	22	Inne niewyszczególnione usługi

4. Typ projektu

Czy stanowi duży projekt w rozumieniu rozporządzenia 1083/2006?	☐ Tak ☒ Nie
---	--

5. Planowany cross-financing

	☐ Tak ☒ Nie
--	--

II. IDENTYFIKACJA WNIOSKODAWCY**6. Forma prawna prowadzonej działalności**

Nazwa formy prawnej	osoba fizyczna prowadząca działalność gospodarczą - mikro przedsiębiorstwo
---------------------	--

7. Dane Wnioskodawcy

Nazwa Wnioskodawcy	„ MAXIMA” Centrum analityczne Kancelaria tłumaczy przysięgłych i technicznych Wiaczesław Sobieszczański	
NIP (w przypadku spółki cywilnej podać NIP spółki oraz NIPy i nazwiska wszystkich wspólników)	7822119771	
REGON	634540412	
Numer w:		
a) Krajowym Rejestrze Sądowym	nie dotyczy	
b) Ewidencji Działalności Gospodarczej	34823/2003/S	
c) innym rejestrze (podać nazwę)	nie dotyczy	
Data rejestracji działalności	2003-12-23	
Wnioskodawca widnieje w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG)	☒ Tak ☐ Nie	
Kod PKD lub EKD podstawowej działalności Wnioskodawcy		
Kod PKD lub EKD:	74.30.Z (klasyfikacja: zgodnie z PKD 2007)	
Kod PKD lub EKD działalności, której dotyczy projekt		
Kod PKD lub EKD:	74.30.Z (klasyfikacja: zgodnie z PKD 2007)	
Adres siedziby/miejsca zamieszkania:		
Imię i nazwisko	Wiaczesław Sobieszczański	
Województwo	Wielkopolskie	

Powiat	Powiat m. Poznań
Gmina	M. Poznań
Miejscowość	Poznań
Ulica	Marcelińska
Nr budynku	83c
Nr lokalu	13
Kod pocztowy	60-323
Poczta	Poznań
Adres korespondencyjny (podać jeśli inny niż wskazany powyżej adres siedziby lub miejsca zamieszkania):	
Województwo	Wielkopolskie
Powiat	Powiat m. Poznań
Gmina	M. Poznań
Miejscowość	Poznań
Ulica	Marcelińska
Nr budynku	83c
Nr lokalu	13
Kod pocztowy	60-323
Poczta	Poznań
Numer telefonu	61 855-12-20
Numer faksu	61 855-12-20
Adres poczty elektronicznej	sobieszczanski@ktpt.pl
Adres strony internetowej	www.ktpt.pl
Informacje o pełnomocniku	nie dotyczy

8. Status wnioskodawcy

Na dzień składania wniosku Wnioskodawca zgodnie z Rozporządzeniem Komisji WE nr 800/2008 z dnia 6 sierpnia 2008 r. uznającej niektóre rodzaje pomocy za zgodne ze wspólnym rynkiem w zastosowaniu art.87 i 88 Traktatu (ogólne rozporządzenie w sprawie wyłączeń blokowych) (Dz. U. UE L 214 z 09.08.2008 r.) jest przedsiębiorcą:

☒ mikro ☐ małym ☐ średnim

9. Dane osoby/osób upoważnionych przez Wnioskodawcę do kontaktów

Imię i nazwisko	Włodzisław Sobieszczanski
Stanowisko	właściciel
Numer telefonu	604 600 850
Numer faksu	61641-72-20
Adres poczty elektronicznej	sobieszczanski@ktpt.pl

III. CHARAKTERYSTYKA PLANOWANEJ DZIAŁALNOŚCI EKSPORTOWEJ**10. Udział eksportu¹ w całkowitej sprzedaży w roku obrotowym poprzedzającym rok, w którym Wnioskodawca złożył wniosek o dofinansowanie realizacji projektu**

Przekracza 30%	☐ Tak ☐ Nie
Procentowy udział eksportu w całkowitej sprzedaży w roku obrotowym poprzedzającym rok, w którym został złożony wniosek o dofinansowanie	0,00%
W wyniku realizacji projektu planuję rozpoczęcie eksportu	☐

11. Charakterystyka działalności gospodarczej i produktów/usług Wnioskodawcy pod kątem posiadanego potencjału/zdolności do rozwoju działalności eksportowej

a) dotychczasowa działalność eksportowa oraz perspektywy rozwoju Wnioskodawcy poprzez eksport

b) dotychczasowe / planowane zasoby umożliwiające obsługę działalności w zakresie rozwoju eksportu

Wnioskodawca współpracuje z firmami, których centrale ulokowane są poza granicami Polski.

¹ Użyty w całym dokumencie termin „eksport” oznacza zarówno sprzedaż na Jednolity Rynek Europejski (JRE) jak również eksport do państw spoza JRE.

Wnioskodawca planuje rozbudowę strony internetowej, która wspierałaby pozyskiwanie klientów z zagranicy, którzy są zainteresowani współpracą w zakresie tłumaczeń technicznych, ekonomiczno- prawnych, tłumaczeń przysięgłych dla swoich przedsięwzięć biznesowych. Wnioskodawca posiada zasoby techniczno-organizacyjne, w tym środki finansowe, warunki lokalowe, zasoby ludzkie, dobrze zorganizowaną logistykę dostaw, a także system sprzedaży niezbędne do realizacji eksportu.	
c) normy / wymagania / warunki / certyfikaty / dla produktów / usług będących przedmiotem eksportu spełnione / posiadane / planowane	
Numer tłumacza z listy Ministerstwa Sprawiedliwości TP/649/07 numer świadectwa 58/07	
d) rodzaj wytwarzanych produktów / świadczonych usług	
e) organizacja procesu produkcji / świadczenia usług	
f) prowadzone lub finansowane badania i rozwój produktów/usług, które stanowią/będą stanowiły przedmiot eksportu	
g) prawa własności przemysłowej dla produktów / usług będących przedmiotem eksportu	
h) posiadane certyfikaty jakości/systemu zarządzania BHP/systemu zarządzania środowiskowego	
Procentowy udział wydatków na działalność B+R w działalności gospodarczej Wnioskodawcy	0,00%
12. Charakterystyka planowanej działalności eksportowej	
a) opis produktów / usług Wnioskodawcy wskazanych w Planie rozwoju eksportu jako przedmiot eksportu pod kątem zdolności do konkutowania na rynkach zagranicznych	
Kancelaria Tłumaczy Przysięgłych i Technicznych skupia doświadczonych specjalistów w zakresie przekładu, wpisanych na listę tłumaczy przysięgłych prowadzona przez Ministra Sprawiedliwości oraz tłumaczy technicznych posiadających uprawnienia Naczelnej Organizacji Technicznej NOT. Wnioskodawca świadczy usługi na rzecz wymiaru sprawiedliwości, innych organów i instytucji państwowych, stowarzyszeń naukowo-technicznych, przedsiębiorstw oraz osób fizycznych . Wnioskodawca posiada numer tłumacza z listy Ministerstwa Sprawiedliwości TP/649/07 numer świadectwa 58/07. Usługi Wnioskodawcy cechują się wysoką konkurencyjnością oraz cieszą się zainteresowaniem wśród klientów biznesowych, właścicieli oraz przedstawicieli firm. Wnioskodawca posiada strategiczne aktywa firmy. Dla wybranych rynków (Rosja, Ukraina, Niemcy, UK, Białoruś) zgodnie z PRE zidentyfikowano następujące kryteria brane pod uwagę przy wyborze usług do oferty eksportowej (tłumaczenia techniczne, ekonomiczno-prawnicze, przysięgłe, inne): usługi sprzedawane są z sukcesem na rynku krajowym, usługi uzyskały akceptację ze strony potencjalnego odbiorcy – pośrednika, produkty uzyskały akceptację ze strony potencjalnego nabywcy ostatecznego, usługi świadczone są na wysokim poziomie, usługi spełniają wszystkie wymagania związane z jakością, cena za usługi jest konkurencyjna. Czynniki te stanowią przewagę konkurencyjną, co zostało szczegółowo zweryfikowane w PRE na podstawie przeprowadzonych analiz SWOT dla każdego rynku. Dla zagranicznych rynków, podobnie jak dla krajowych Wnioskodawca będzie dostosowywał swoje usługi do zmieniających się potrzeb rynku poprzez rozwój swojej działalności i wyjście naprzeciw oczekiwaniom potencjalnych kontrahentów. Właściciel śledzi trendy rynkowe i zachowania klientów oraz konkurencji, jeździ na targi w celu sprawdzenia oferty konkurentów. Dzięki tym działaniom firma jest gotowa i ma zdolność dostosowywania swoich usług do zmieniających się potrzeb rynku.	
b) zidentyfikowane potrzeby i rekomendacje wynikające z Planu rozwoju eksportu dla rozwoju działalności eksportowej oraz założenia dla planowanej działalności eksportowej w wybranych krajach	
Zgodnie z zatwierdzonym PRE wybrano następujące kraje celem rozszerzenia eksportu: Rosja, Ukraina, Niemcy, UK, Białoruś. Ww. rynki docelowe zostały wybrane ze względu na fakt występowania na nich potencjalnych klientów usług księgowych. Dodatkowo zostały wzięte pod uwagę następujące kryteria: przynależność do UE, koszty transportu, potencjał rynku, konkurencyjność cenowa, zainteresowanie konsumentów usługami w zakresie tłumaczeń, siła nabywcza, doświadczenie firmy w świadczeniu usług w zakresie tłumaczeń w danym kraju. Czynniki te stanowią przewagę konkurencyjną, co zostało szczegółowo zweryfikowane w PRE na podstawie przeprowadzonych analiz SWOT dla każdego rynku. Po uwzględnieniu korelacji poszczególnych cech za najbardziej trafne uznano opisane kraje. Wybrane rynki posiadają rozwiniętą konkurencję, ale rosnącą popularność wśród konsumentów	

zagranicznych zdobywają obecnie usługi tłumaczeń prowadzone przez polskie biura tłumaczeń, atrakcyjne cenowo i jakościowo, dzięki temu Wnioskodawca może osiągnąć bardzo dobre wyniki..

Spodziewany rozwój popytu – zgodnie z PRE, poprzez zdobywanie nowych rynków klientów firma poszerzy zdolności dostrzegania potrzeb klientów, co dodatkowo wpłynie na rozwój i jakość oferowanych usług. Prowadząc działalność eksportową firma rozkłada ryzyko sprzedaży na wiele rynków. Prognozy na następne lata przewidują pozyskanie partnerów biznesowych umożliwiających dotarcie do jak największej ilości klientów końcowych. W tym celu na terenie państw docelowych chce pozyskiwać nowych partnerów biznesowych.

Wpływ na rozwój firmy - Zgodnie z PRE, dzięki nowym rynkom Wnioskodawca będzie mógł wypracować większy zysk, oferować atrakcyjne marżowo usługi, co zaowocuje pozytywnymi referencjami. W efekcie przyczyni się do podniesienia konkurencyjności Wnioskodawcy oraz na silniejszym powiązaniu Wnioskodawcy z gospodarką międzynarodową. W dłuższej perspektywie Wnioskodawca uzyska szansę na rozwój poprzez współpracę z międzynarodowymi partnerami.

c) sposób wejścia na wybrane rynki

Wnioskodawca zaplanował, aby strategia wejścia na nowe rynki została zdefiniowana w układzie mix 7P:

Usługi w zakresie tłumaczeń mają spełniać oczekiwania klientów w zakresie jakości i realizacji potrzeb.

Ceny tłumaczeń przysięgłych i technicznych zostaną dopasowane do obowiązujących warunków oraz wymogów panujących w danym kraju eksportowym, niemniej firma pragnie być konkurencyjna. Nawiązanie współpracy z zagranicznymi partnerami biznesowymi możliwe jest dzięki wykorzystaniu promocji bezpośredniej, w związku z czym wytypowano następujące kanały i narzędzia: Promocja przez własną stronę - nastąpi uruchomienie jej w wersjach językowych krajów docelowych. Dobre jej pozycjonowanie. Uczestnictwo w wybranych wystawach i targach Wspólne kampanie marketingowe z partnerami biznesowymi. Promocyjne szkolenia dla klientów.

W przypadku sprzedaży tłumaczeń przysięgłych i technicznych jakie świadczy wnioskodawca niezmiennie ważna jest prezentacja konsultantów oraz pracowników firmy, którzy stanowią wizytówkę dla wnioskodawcy, jako ekspertów w swoich dziedzinach. Wnioskodawca zamierza przygotować saleskit' y oraz internetowe bazy wiedzy dla konsultantów.

Rozpoczynając działalność na nowym rynku eksportowym tj. w Rosji, Ukrainie, Niemczech, UK, Białorusi wnioskodawca ma świadomość konieczności powołania zespołu ekspertów z dziedziny marketingu i sprzedaży tłumaczeń przysięgłych i technicznych, którzy posiadają niezbędny poziom wiedzy do rozpoczęcia działań marketingowych na terenie w/w państw.

Wnioskodawca planuje zaistnieć na rynkach poprzez zbudowanie sieci partnerów, a w przypadku rozwoju sprzedaży także biura na rynkach docelowych.

IV. INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE O PROJEKCIE

13. Działania realizowane w ramach projektu

☐ a) udział w zagranicznych imprezach targowo-wystawienniczych w charakterze wystawcy

Rynek docelowy	
Kraj, w którym odbywa się impreza targowo-wystawiennicza związana z rynkiem docelowym	

☒ b) organizacja i udział w misjach gospodarczych za granicą

Rynek docelowy	Białoruś
Kraj, w którym odbywa się misja gospodarcza związana z rynkiem docelowym	Białoruś - 4 misje(rynek docelowy: Białoruś)

☒ c) wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych

Rynek docelowy	Rosja, Ukraina, Niemcy, UK, Białoruś
----------------	--------------------------------------

☐ d) uzyskanie niezbędnych dokumentów uprawniających do wprowadzenia produktów lub usług przedsiębiorcy na wybrane rynki docelowe

Rynek docelowy	
----------------	--

☒ e) doradztwo w zakresie strategii finansowania przedsięwzięć eksportowych i działalności eksportowej

Rynek docelowy	Rosja, Ukraina, Niemcy, UK, Białoruś
----------------	--------------------------------------

☒ f) doradztwo w zakresie opracowania koncepcji wizerunku przedsiębiorcy na wybranych rynkach docelowych

Rynek docelowy	Rosja, Ukraina, Niemcy, UK, Białoruś
----------------	--------------------------------------

Zakres wskazanych wyżej działań jest zbieżny z zakresem działań wskazanych w Planie Rozwoju Eksportu	☒ Tak ☐ Nie
--	--

14. Lokalizacja projektu

Województwo	Powiat	Gmina	Miejscowość	Kod pocztowy
Wielkopolskie	Powiat m. Poznań	M. Poznań	Poznań	60-323
Projekt realizowany na terenie całego kraju			☐ Tak ☒ Nie	
Projekt realizowany poza terytorium RP			☒ Tak ☐ Nie	

15. Cel projektu**a) ogólny cel projektu i jego związek z celem Działania 6.1 PO IG**

Ogólnym celem projektu jest wdrożenie Planu Rozwoju Eksportu zatwierdzonego przez RIF. Wdrożenie Planu będzie realizowane poprzez wybrane działania w ramach Działania 6.1 rekomendowane w Planie Rozwoju Eksportu:

*Doradztwo w zakresie opracowania koncepcji wizerunku przedsiębiorcy na wybranych rynkach docelowych,

*Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych,

*Doradztwo w zakresie strategii finansowania przedsięwzięć eksportowych i działalności eksportowej.

*Organizacja i udział w misjach gospodarczych za granicą

Projekt będzie trwał 24 miesiące i został zaplanowany tak aby jak najlepiej wpłynąć na osiągnięcie celów ogólnych:

-zwiększenie udziału eksportu Wnioskodawcy w całkowitej sprzedaży,

-zwiększenie ogólnego poziomu sprzedaży (poprzez sprzedaż eksportową)-zintensyfikowanie powiązań

Wnioskodawcy z zagranicznymi partnerami,

-zwiększenie rozpoznawalności marki Wnioskodawcy na rynkach zagranicznych.

Projekt w pełnym zakresie odpowiada na potrzeby Wnioskodawcy w zakresie rozwoju poprzez eksport, gdyż jest spójny z przyjętym planem rozwoju opisanym w PRE. Obecnie firma ma dość silną pozycję w Polsce, a widząc konkurencję działa w dwóch podstawowych obszarach: rozszerzanie współpracy partnerskiej w Polsce, poszukiwania nowych rynków zbytu. Odpowiedzią na drugi cel działania jest planowana realizacja wnioskowanego projektu.

Celem jest rozszerzenie eksportu do 5 rynków docelowych: Rosja, Ukraina, Niemcy, UK, Białoruś a także promocja obecnych i nowych usług, w wyniku której wzrosną obroty firmy, przez co wzmocni się pozycja konkurencyjna przedsiębiorstwa. Dodatkowo projekt spowoduje, że usługi Wnioskodawcy będą rozpoznawane na opisanych rynkach docelowych i zgodnie z wytycznymi do działania 6.1. PO IG wpłynie to na wzmocnienie pozycji polskiej gospodarki poprzez promocję Polski jako atrakcyjnego partnera gospodarczego i miejsca nawiązywania wartościowych kontaktów handlowych, a także wpłynie na zwiększenie wielkości polskiego eksportu oraz zwiększenie liczby przedsiębiorców prowadzących działalność eksportową. Projekt Wnioskodawcy bezpośrednio realizuje cel działania - w ramach projektu nastąpi wdrożenie Planu Rozwoju Eksportu, przez co zwiększy się poziom eksportu w całkowitej sprzedaży przedsiębiorstwa Wnioskodawcy. Nastąpi również zintensyfikowanie powiązań z zagranicznymi partnerami oraz zwiększy się rozpoznawalność marki handlowej i firmowej Wnioskodawcy na rynkach zagranicznych.

b) cel projektu na poziomie produktu

Wdrożenie Planu Rozwoju Eksportu przez Wnioskodawcę doprowadzi do osiągnięcia następujących celów na poziomie produktu:

- Liczba zagranicznych imprez targowo-wystawienniczych, w których przedsiębiorca uczestniczył w charakterze wystawcy i/lub liczba misji gospodarczych za granicą, w których przedsiębiorca uczestniczył: 4.

- Liczba raportów opracowanych w ramach działania: wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych.

Miernikiem produktu będą raporty, które będą zawierały wyniki wyselekcjonowania i sprawdzenia wiarygodności grupy docelowej potencjalnych partnerów handlowych w poszczególnych krajach. A także będą opisywały ilość i zakres przygotowanych ofert współpracy oraz negocjacji handlowych z nowymi Partnerami

- Liczba dokumentów /strategii /opracowań koncepcji stworzonych w zakresie działań wskazanych w pkt. 13 lit.d i e niniejszego wniosku. Miernikiem produktu będą dokumenty wykonanych analiz i opracowań, umowa z wykonawcą, protokoły odbioru, faktury zakupu.

- dla działania: Doradztwo w zakresie opracowania koncepcji wizerunku przedsiębiorcy na wybranych rynkach docelowych. Miernikiem produktu będą raporty, gdzie wskazane zostaną wytyczne dla Wnioskodawcy w jaki sposób powinna być przedstawiana firma na danym rynku. Dodatkowymi miernikami będą protokoły odbioru, faktura zakupu.

- dla działania: Doradztwo w zakresie strategii finansowania przedsięwzięć eksportowych i działalności eksportowej.

Miernikiem produktu będą raporty, które będą zawierały wytyczne dla Wnioskodawcy w jaki sposób powinna być przedstawiana firma na danym rynku. Dodatkowymi miernikami będą protokoły odbioru, faktura zakupu.

- dla działania: Organizacja Misji Gospodarcze Miernikiem produktu będą raporty, dodatkowymi miernikami będą protokoły odbioru, faktura zakupu.

Wszystkie produkty (analizy) mają na celu opracowanie kompleksowej strategii wejścia na rynki docelowe, a kolejnym krokiem będą działania doradcze w zakresie wyszukiwania, doboru i nawiązywaniu kontaktów z potencjalnymi partnerami.

c) cel projektu na poziomie rezultatu

W wyniku realizacji projektu Wnioskodawca planuje wejść na rynki zagraniczne. Jako najbardziej efektywne rynki zostały wskazane w PRE Rosja, Ukraina, Niemcy, UK, Białoruś. Poniżej przedstawiono przyjęte założenia oraz sposoby weryfikacji osiągniętych celów. Założeniem podstawowym jest długofalowy proces nawiązywania kontaktów z klientem oraz długi proces decyzyjny odnośnie zakupu usług oferowanych przez Wnioskodawcę. Późniejsze utrzymanie klienta, dosprzedaż (upselling) w ramach kolejnych zamówień oraz rekomendacje dla firmy są szczególnie istotne w pierwszym okresie działalności. Z tego względu okres pierwszych kilku lat (wejście na nowy rynek) jest szczególnie kapitałochłonny z uwagi na brak obecności, a także konieczność wypracowania relacji firmy na rynkach docelowych. Wartości liczbowe zostały podane w pkt. 17 Wniosku.

1. Wskaźniki rezultatu stałe:

- dla wartości przychodu pochodzącego z eksportu: deklaracje VAT z wykazaną sprzedażą eksportową
- dla udziału eksportu w sprzedaży ogółem: deklaracje VAT z wykazaną sprzedażą krajową i eksportową

2. Wskaźniki rezultatu Wnioskodawcy:

- Liczba pozyskanych nowych rynków zagranicznych w ramach projektu – mierniki: raporty z ankiet, wykonane przez firmy doradcze potwierdzające obecność Wnioskodawcy na opisanych rynkach.
- Liczba nawiązanych kontaktów gospodarczych z nowymi partnerami zagranicznymi – mierniki: raporty przygotowane w ramach działań firmy doradczej, w których zawarte będą informacje o nawiązanych kontaktach: telefonicznych, elektronicznych, osobistych.
- Liczba nowych ofert złożonych nowym partnerom zagranicznym - mierniki: raporty przygotowane w ramach działań firmy doradczej, w których będą potwierdzenia wysłania/otrzymania ofert

Wszystkie cele na poziomie rezultatu są mierzalne oraz w pełni identyfikowalne z poniesionymi wydatkami.

Cele jakościowe:

- wzrost rozpoznawalności marki Wnioskodawcy weryfikacja tego celu nastąpi poprzez porównanie wyników badań pierwotnych w postaci ankiet przeprowadzanych w ramach wyszukiwania partnerów biznesowych

16. Opis projektu

Projekt jest zgodny z zatwierdzonym PRE, polega na wdrożeniu Planu Rozwoju Eksportu na 5 rynkach docelowych określonych w PRE: Rosja, Ukraina, Niemcy, UK, Białoruś.

Działania zaplanowane są zgodnie z punktem 11 PRE i w ramach projektu zostaną wykonane: a) doradztwo w zakresie opracowania strategii wprowadzania nowych produktów na wybranych rynkach docelowych, b) doradztwo w zakresie strategii finansowania przedsięwzięć eksportowych i działalności eksportowej, c) wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych, d) udział w zagranicznych imprezach targowo-wystawienniczych w charakterze wystawcy. Budżet projektu jest zgodny z punktem 10 Planu Rozwoju Eksportu i wynosi: 400000 zł.

ETAP 1 od 2013-07-01 do 2013-12-31 Finansowanie: Zaliczka z PARP i/lub środki własne

1. Doradztwo w zakresie opracowania strategii wprowadzania nowych produktów na wybranych rynkach docelowych takich jak Rosja, Ukraina, Niemcy, UK, Białoruś
2. Doradztwo w zakresie strategii finansowania przedsięwzięć eksportowych i działalności eksportowej takich jak Rosja, Ukraina, Niemcy, UK, Białoruś
3. Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych – UK(Ukraina), Niemcy.

Doradztwo w zakresie opracowania strategii wprowadzenia nowych produktów Wnioskodawcy na rynkach docelowych - Oferta Przedsiębiorcy jest produktem dedykowanym do sektora biznesowego i konsumenckiego i ma charakter B2B oraz B2C. Należy dostosować strategię produktową Przedsiębiorcy do wymagań lokalnych danego rynku docelowego w tym celu należy opracować odpowiednie strategie produktowe. Analizę powodzenia sprzedaży strategicznych produktów przedsiębiorcy na wybranych rynkach docelowych. Bardzo istotne są elementy oznakowania (jak Logo firmy Wnioskodawcy, wzór pieczętki) i szaty graficznej materiałów informacyjnych, biur, przedstawicielstw na danym rynku docelowym, dlatego należy wykonać analizy wyglądu pod kątem potrzeb wybranych rynków docelowych,

odwołujących się do lokalnego wzornictwa i potrzeb odbiorców. W kosztach zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy).

Doradztwo w zakresie strategii finansowania przedsięwzięć eksportowych i działalności eksportowej - Planowane działania eksportowe wymagają bardzo dużych nakładów w zakresie samego wyszukania partnerów handlowych, a także przygotowania Przedsiębiorcy do późniejszej współpracy. Aby osiągnąć planowane cele eksportowe Przedsiębiorcy niezbędne jest opracowanie optymalnej strategii finansowania, która pozwoli zapewnić stabilność finansową Przedsiębiorcy przy wzroście działań eksportowych. Należy zwrócić uwagę na relatywnie długi czas tworzenia sieci dystrybucji i pozyskiwania nowych klientów, a także sam proces wdrożeniowy. Przedsiębiorca powinien przeanalizować potencjalne źródła finansowania, a następnie działać zgodnie z rekomendacją zawartą w usługach doradczych. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy).

Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych - Zgodnie z analizą 7P, której wnioski zostały zawarte w niniejszym opracowaniu, bardzo ważne jest znalezienie Partnerów biznesowych mogących dystrybuować produkty. Po określeniu listy partnerów na podstawie zakupionych baz danych oraz wykonanych badaniach marketingowych niezbędne będzie wyselekcjonowanie, sprawdzenie wiarygodności grupy docelowej potencjalnych partnerów handlowych. Kolejnym krokiem będzie organizacja spotkań z wyselekcjonowanymi potencjalnymi partnerami handlowymi, które pozwolą określić zakres współpracy, a także przygotować partnerów do wsparcia sprzedaży eksportowej przez Przedsiębiorcę. Warsztaty te powinny zawierać: metodykę sprzedaży, prezentacje firmy, prezentacja produktów, materiały marketingowe.

Dodatkowo bardzo ważnym elementem jest przygotowanie wzorców ofert i umów.

1. Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych – UK, Niemcy
2. Organizacja i udział w misjach gospodarczych za granicą – Białoruś

Kolejne 3 etapy będą obejmowały poszczególne półrocza i będą skupiało się na wyszukiwaniu partnerów biznesowych dla Wnioskodawcy. Ze względu na strategię sprzedaży eksportowej Wnioskodawcy o charakterze B2B to działanie będzie realizowano systematycznie przez poniższy okres projektu. Plan taki został pozytywnie zweryfikowany w PRE. Zgodnie z analizą 7P, której wnioski zostały zawarte w PRE, bardzo ważne jest znalezienie Partnerów biznesowych mogących dystrybuować produkty i usługi. W tym celu zostaną wybrane firmy doradcze, które będą posiadało odpowiednie zaplecze sprzętowe, techniczne, ludzkie jak i know-how, które pozwoli na stałe poszukiwanie i analizowanie poszczególnych firm, które mogą stać się partnerem Wnioskodawcy. Planuje się podpisanie umowy o charakterze ryczałtowym tak aby wybrane firmy, odpowiadały za całość prac oraz ponosiły wszelkie koszty związane z jego wykonaniem. Po określeniu listy partnerów na podstawie zakupionych baz danych oraz niezbędne będzie wyselekcjonowanie, sprawdzenia wiarygodności grupy docelowej potencjalnych partnerów handlowych. Firma doradcza na podstawie bazy danych firm będzie kontaktowała się z potencjalnymi klientami. Według szacunków baza danych klientów, dla których interesujące usługi i produkty Wnioskodawcy zawiera ponad 80 000 firm. Zostaną one podzielone, wspólnie z firmą doradcą, według ustalonych kryteriów na poszczególne miesiące tak aby dokładnie sprawdzić potencjał danego klienta. W tym celu wykonawca tego działania zapewni konsultantów w języku danego kraju docelowego. Prace zostaną podzielone na miesiące z których wykonawca będzie składał raporty weryfikujące wykonaną pracę. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy).

Oto opisane powyżej 3 etapy wraz z datami ich realizacji.

ETAP 2 od 2014-01-01 do 2014-06-31 Finansowanie: środki własne

1. Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych– UK, Niemcy, Ukraina, Białoruś, Rosja
2. Organizacja i udział w misjach gospodarczych za granicą - Białoruś

ETAP 3 od 2014-07-01 do 2014-12-31 Finansowanie: środki własne

1. Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych– UK, Niemcy, Ukraina, Białoruś, Rosja.
2. Organizacja i udział w misjach gospodarczych za granicą - Białoruś

ETAP 4 od 2015-01-01 do 2015-06-31 Finansowanie: środki własne

1. Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych– Białoruś, Ukraina, Rosja.

2. Organizacja i udział w misjach gospodarczych za granicą – Białoruś.

Zgodnie z pkt.22 wniosku Wnioskodawca posiada zagwarantowane źródła finansowania projektu do momentu uzyskania dofinansowania w formie refundacji projekt będzie realizowany ze środków własnych Wnioskodawcy. Okres realizacji projektu, który obejmuje 24 miesiące nie wymaga od Wnioskodawcy zaangażowania jednorazowo całkowitej kwoty przewidzianej na realizację projektu.

17. Skwantyfikowane wskaźniki realizacji celów projektu								
Wskaźnik produktu	j. m.	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Razem
Liczba zagranicznych imprez targowo-wystawienniczych, w których przedsiębiorca uczestniczył w charakterze wystawcy i/lub liczba misji gospodarczych za granicą, w których przedsiębiorca uczestniczył	szt.	0	0	0	1	2	1	4
Liczba raportów opracowanych w ramach działania: wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych	szt.	0	0	0	10	20	10	40
Liczba dokumentów /strategii / opracowań koncepcji stworzonych w zakresie działań wskazanych w pkt 13 lit. d - f niniejszego wniosku	szt.	0	0	0	10	0	0	10
Zakupione usługi doradcze w zakresie przygotowania Planu rozwoju eksportu	szt.	0	0	0	0	0	0	0

Wskaźnik rezultatu	j. m.	Wartość bazowa	n-2	n-1	n	n+1	n+2	n+3
Wartość przychodów pochodzących z eksportu	PLN	0,00	0,00	0,00	82 000,00	92 000,00	108 000,00	114 000,00
Udział eksportu w sprzedaży ogółem	%	0,00	0,00	0,00	3,00	3,50	4,00	4,50
Wskaźnik rezultatu	j.m.	rok						
-liczba pozyskanych nowych rynków zagranicznych	szt	2012	Wartość bazowa			0,00		
		2015	Wartość docelowa			5,00		
-liczba nawiązanych kontaktów gospodarczych z nowymi partnerami zagranicznymi	szt	2012	Wartość bazowa			0,00		
		2015	Wartość docelowa			300,00		
-liczba nowych ofert złożonych nowym partnerom zagranicznym	szt	2012	Wartość bazowa			0,00		
		2015	Wartość docelowa			150,00		

18. Uzasadnienie projektu

a) uzasadnienie wyboru rynków docelowych

W wyniku przeprowadzonych rozmów Wykonawcy PRE z Wnioskodawcą oraz w oparciu o analizę konkurencji oraz harmonogramu działań i narzędzi do realizacji PRE wybrano 5 rynków docelowych, na których będą promowane usługi Wnioskodawcy

Kryteria brane pod uwagę przy wyborze produktów do oferty eksportowej (eksport tłumaczeń przysięgłych i technicznych oraz pośrednictwa sprzedaży maszyn)

- Usługi są sprzedawane z sukcesem na rynku krajowym
- Usługi uzyskały akceptację ze strony potencjalnego odbiorcy – pośrednika
- Usługi są porównywalne pod względem jakości z usługami dostępnymi na rynku zagranicznym
- Cena tłumaczeń w stosunku do pozyskanej jakości marki jest konkurencyjna

Powyższe kryteria jednoznacznie wskazują, że istnieje duża szansa, że oferowane usługi znajdą odbiorców na rynku zagranicznym.

UK, Ukraina, Białoruś, Rosja, Niemcy są państwami będącymi w zainteresowaniu Firmy związanym z rozszerzeniem sprzedaży usług na ich obszarze. Kraje te posiadają wyraźne atuty przemawiające za skierowaniem tam głównej uwagi eksportowej:

- w każdym z wymienionych krajów są potencjalni klienci
- przynależność Wielkiej Brytanii i Niemiec do UE, co upraszcza procedury eksportowe,
- duży rynek konsumentów, szczególnie rynki Wielkiej Brytanii, Niemiec i Rosji,
- siła nabywcza na dużo wyższym poziomie niż w Polsce w Niemczech i Wielkiej Brytanii
- rozwijający się sektor Małych i Średnich Przedsiębiorstw szczególnie w Rosji i na Ukrainie,
- wysoko zaawansowana architektura sieci internetowej ułatwiająca reklamę usług oferowanych przez Beneficjenta oraz komunikację z partnerami biznesowymi (tak naprawdę odległość do kraju docelowego nie ma znaczenia) Niemcy, Wielka Brytania

Przedsiębiorstwa zagraniczne coraz częściej wprowadzają w życie system oszczędności i minimalizacji ponoszonych kosztów, poprzez zlecenie firmom zewnętrznym m.in. tłumaczeń językowych i pośrednictwa sprzedaży maszyn. Ze względu na fakt, iż polscy specjaliści należą nadal do najtańszych i najlepszych pracowników na rynku europejskim, zagraniczne przedsiębiorstwa coraz chętniej korzystają z usług oferowanych przez polskie biura tłumaczeniowe.

Siła nabywcza na wyższym poziomie niż w Polsce we wszystkich wybranych państwach docelowych.

b) uzasadnienie wyboru działań do realizacji w ramach projektu

Wdrożenie Planu Rozwoju Eksportu będzie dokonane poprzez realizację wskazanych w PRE działań

- Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych
- Doradztwo w zakresie strategii finansowania przedsięwzięć eksportowych i działalności eksportowej
- Doradztwo w zakresie opracowania koncepcji wizerunku przedsiębiorcy na wybranych rynkach docelowych.
- Działania promocyjne

Uzasadnienie wyboru poszczególnych działań wynika bezpośrednio z rekomendacji rozwoju Wnioskodawcy poprzez eksport zawartej w PRE, co też wynika z analizy SWOT usług, analizy 7P oraz podsumowania zawartego w pkt. 9 PRE (Wskazanie i uzasadnienie wyboru działań do realizacji przez przedsiębiorcę) zatwierdzonym przez RIF.

Działanie związane z wyszukiwaniem i doбором partnerów na rynkach docelowych jest działaniem podstawowym.

Mają one być skierowane do odpowiednio dobranej grupy pod względem charakteru produktów oferowanych na rynkach docelowych. Wynikiem wyszukiwania i doboru partnerów na rynkach docelowych będą serie spotkań bilateralnych z poszczególnymi kontrahentami. Ma to szczególnie duże znaczenie z uwagi na konieczność znalezienia oraz wstępnej weryfikacji kontrahentów na nowym rynku

Działanie w zakresie opracowania koncepcji wizerunku przedsiębiorcy na wybranych rynkach docelowych ma także za zadanie wspierać dwa podstawowe działania. Dzięki polepszeniu wizerunku na wybranych rynkach docelowych możliwe będzie osiągnięcie skutecznego efektu promocji i sprzedaży usług Wnioskodawcy na rynkach docelowych..

Doradztwo w zakresie strategii finansowania przedsięwzięć eksportowych i działalności eksportowej - Planowane działania eksportowe wymagają bardzo dużych nakładów w zakresie samego wyszukania partnerów handlowych a także przygotowania Wnioskodawcy do późniejszej współpracy. Aby osiągnąć planowane cele eksportowe Firmy niezbędne jest opracowanie optymalnej strategii finansowania, która pozwoli zapewnić stabilność finansową y przy wzroście działań eksportowych.

Działanie Organizacja Misji - wybrano ze względu na konieczność spotkania się Wnioskodawcy z preselekcjonowanymi Partnerami biznesowymi

Działania promocyjne mają na celu opracowanie wstępnych materiałów promocyjnych Firmy.

Szersze uzasadnienie zostało zawarte w PRE.

c) uzasadnienie wysokości przewidywanego budżetu projektu / uzasadnienie kalkulacji dla kosztów zaplanowanych w ramach projektu

Wnioskodawca przyjął zasadę aby wydatki związane z wdrożeniem PRE były zgodne z zasadami gospodarki finansowej opartej na najkorzystniejszej relacji nakładów do rezultatów. Kwoty podano w PLN. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy, w tym między innymi koszt pracy, telefonów, materiałów wewnętrznych, tłumaczeń i innych materiałów. Średnie stawki przyjęto zgodnie z analizami wstępnymi, rozmowami z innymi Beneficjentami oraz potencjalnymi wykonawcami. W ramach poszczególnych poddziałań przewidziano następujące budżety na wybrane rynki docelowe:

Zakup usługi polegającej na zorganizowaniu misji: Białoruś- 40 000. Całość kosztów obejmuje 4 wyjazdy na misje do Białorusi.

Zakup baz danych: Rosja-4000, UK-4000, Niemcy-4000, Ukraina-4000, Białoruś-4000. Średnia stawka takiej firmy to 100 zł/h, a całkowita ilość roboczogodzin to 200.

Zakup usług doradczych w zakresie określenia, wyselekcjonowania, sprawdzenia wiarygodności grupy docelowej potencjalnych partnerów handlowych, przygotowania ofert współpracy oraz negocjacji handlowych: Rosja-55000, UK-47000, Niemcy-55000, Ukraina-46000, Białoruś-47000. Średnia stawka takiej firmy to 100 zł/h, a całkowita ilość roboczogodzin to 2500.

Działania promocyjne i informacyjne: Rosja-4000, UK-4000, Niemcy-4000, Ukraina-4000, Białoruś-4000.

Zaplanowano w tym pozycjonowanie (zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia wynagrodzenie za takie usługi 1000 PLN miesięcznie)

Opracowanie optymalnej strategii finansowania: Rosja-7000, UK-7000, Niemcy-7000, Ukraina-7000, Białoruś-7000. Średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł/h, a usługę oszacowano na 350 roboczogodzin.

Opracowanie strategii wprowadzenia nowych produktów na rynki docelowe: Rosja-7000, UK-7000, Niemcy-7000, Ukraina-7000, Białoruś-7000. Średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł/h, a usługę oszacowano na 350 roboczogodzin.

19. Harmonogram realizacji projektu

Planowany termin rozpoczęcia realizacji projektu	2013-07-01
Planowany termin zakończenia realizacji projektu	2015-06-30
Data zakupu usługi doradczej w zakresie przygotowania Planu rozwoju eksportu ²	

² Należy wypełnić w przypadku, gdy w ramach projektu przewidziano dofinansowanie zakupu usług doradczych w zakresie przygotowania Planu rozwoju eksportu. Koszty związane z zakupem ww. usług nie mogą zostać poniesione wcześniej niż 12 miesięcy przed dniem złożenia wniosku o dofinansowanie i nie mogą dotyczyć przygotowania Planu rozwoju eksportu w ramach umowy o dofinansowanie I etapu Działania 6.1 POIG.

20. Przebieg rzeczowo-finansowy realizacji projektu		☒ netto ☐ brutto	
Lp.	Planowane wydatki w ramach projektu wg podziału na rodzaje wydatków	Wydatki całkowite (w PLN)	Wydatki kwalifikowane (w PLN)
1.	Udział w zagranicznych imprezach targowo-wystawienniczych w charakterze wystawcy		
Razem:		0,00	0,00
2.	Organizacja i udział w misjach gospodarczych za granicą		
	zakup usługi polegającej na zorganizowaniu misji	40 000,00	40 000,00
2.1.	Zakup usługi polegającej na zorganizowaniu misji: BIAŁORUŚ. Według rozpoznania wnioskodawcy oraz na podstawie wstępnych ofert firm doradczych przewidziano 10000 jako całość kosztów obejmujących wyjazdy na misje do Niemiec. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy, w tym między innymi koszt pracy, telefonów, materiałów wewnętrznych, tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania: np. przygotowanie planu misji, organizacja transportu uczestników misji, zaplanowanie zakwaterowania i nadzorowanie przebiegu misji przez konsultanta.	10 000,00	10 000,00
2.2.	Zakup usługi polegającej na zorganizowaniu misji: BIAŁORUŚ. Według rozpoznania wnioskodawcy oraz na podstawie wstępnych ofert firm doradczych przewidziano 10000 jako całość kosztów obejmujących wyjazdy na misje do Niemiec. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy, w tym między innymi koszt pracy, telefonów, materiałów wewnętrznych, tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania: np. przygotowanie planu misji, organizacja transportu uczestników misji, zaplanowanie zakwaterowania i nadzorowanie przebiegu misji przez konsultanta.	10 000,00	10 000,00
2.3.	Zakup usługi polegającej na zorganizowaniu misji: BIAŁORUŚ. Według rozpoznania wnioskodawcy oraz na podstawie wstępnych ofert firm doradczych przewidziano 10000 jako całość kosztów obejmujących wyjazdy na misje do Niemiec. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy, w tym między innymi koszt pracy, telefonów, materiałów wewnętrznych, tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania: np. przygotowanie planu misji, organizacja transportu uczestników misji, zaplanowanie zakwaterowania i nadzorowanie przebiegu misji przez konsultanta.	10 000,00	10 000,00
2.4.	Zakup usługi polegającej na zorganizowaniu misji: BIAŁORUŚ. Według rozpoznania wnioskodawcy oraz na podstawie wstępnych ofert firm doradczych przewidziano 10000 jako całość kosztów obejmujących wyjazdy na misje do Niemiec. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy, w tym między innymi koszt pracy, telefonów, materiałów wewnętrznych, tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania: np. przygotowanie planu misji, organizacja transportu uczestników misji, zaplanowanie zakwaterowania i nadzorowanie przebiegu misji przez konsultanta.	10 000,00	10 000,00
Razem:		40 000,00	40 000,00
3.	Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych		
	zakup baz danych	20 000,00	20 000,00
3.1.	Zakup baz danych na rynku: UKRAINA. Całkowity koszt usługi wyniesie 4 000. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy, w tym między innymi koszt pracy, telefonów, materiałów wewnętrznych, tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi, rozmowami z innymi Wnioskodawcami oraz potencjalnymi wykonawcami przyjęto, że średnia stawka takiej firmy to 100 zł za godz. a całościowa ilość roboczogodzin to 40.	4 000,00	4 000,00

3.2.	Zakup baz danych na rynku: BIAŁORUŚ. Całkowity koszt usługi wyniesie 4 000. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy, w tym między innymi koszt pracy, telefonów, materiałów wewnętrznych, tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi, rozmowami z innymi Wnioskodawcami oraz potencjalnymi wykonawcami przyjęto, że średnia stawka takiej firmy to 100 zł za godz. a całościowa ilość roboczogodzin to 40.	4 000,00	4 000,00
3.3.	Zakup baz danych na rynku: ROSJA. Całkowity koszt usługi wyniesie 4 000. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy, w tym między innymi koszt pracy, telefonów, materiałów wewnętrznych, tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi, rozmowami z innymi Wnioskodawcami oraz potencjalnymi wykonawcami przyjęto, że średnia stawka takiej firmy to 100 zł za godz. a całościowa ilość roboczogodzin to 40.	4 000,00	4 000,00
3.4.	Zakup baz danych na rynku: UK. Całkowity koszt usługi wyniesie 4 000. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy, w tym między innymi koszt pracy, telefonów, materiałów wewnętrznych, tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi, rozmowami z innymi Wnioskodawcami oraz potencjalnymi wykonawcami przyjęto, że średnia stawka takiej firmy to 100 zł za godz. a całościowa ilość roboczogodzin to 40.	4 000,00	4 000,00
3.5.	Zakup baz danych na rynku: NIEMCY. Całkowity koszt usługi wyniesie 4 000. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy, w tym między innymi koszt pracy, telefonów, materiałów wewnętrznych, tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi, rozmowami z innymi Wnioskodawcami oraz potencjalnymi wykonawcami przyjęto, że średnia stawka takiej firmy to 100 zł za godz. a całościowa ilość roboczogodzin to 40.	4 000,00	4 000,00
zakup usług doradczych w zakresie określenia, wyselekcjonowania, sprawdzenia wiarygodności grupy docelowej potencjalnych partnerów handlowych, przygotowania ofert współpracy oraz negocjacji handlowych		250 000,00	250 000,00
3.6.	Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynku: NIEMCY. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy) a usługę oszacowano na 550 roboczogodzin. Realizowana w sposób ciągły przez 24 miesiące. Prace zostaną potwierdzone 8 raportami kwartalnymi z wykonanych usług.	55 000,00	55 000,00
3.7.	Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynku: UK. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy) a usługę oszacowano na 470 roboczogodzin. Realizowana w sposób ciągły przez 24 miesiące. Prace zostaną potwierdzone 8 raportami kwartalnymi z wykonanych usług.	47 000,00	47 000,00
3.8.	Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynku: ROSJA. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy) a usługę oszacowano na 550 roboczogodzin. Realizowana w sposób ciągły przez 24 miesiące. Prace zostaną potwierdzone 8 raportami kwartalnymi z wykonanych usług.	55 000,00	55 000,00

3.9.	Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynku: UKRAINA. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy) a usługę oszacowano na 460 roboczogodzin. Realizowana w sposób ciągły przez 24 miesiące. Prace zostaną potwierdzone 8 raportami kwartalnymi z wykonanych usług.	46 000,00	46 000,00
3.10.	Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynku: BIAŁORUŚ. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy) a usługę oszacowano na 470 roboczogodzin. Realizowana w sposób ciągły przez 24 miesiące. Prace zostaną potwierdzone 8 raportami kwartalnymi z wykonanych usług.	47 000,00	47 000,00
na działania promocyjne i informacyjne pod warunkiem, że przekazywana jest informacja, iż projekt realizowany jest z udziałem wsparcia pochodzącego z budżetu Unii Europejskiej oraz tłumaczenia niezbędne do realizacji działań		20 000,00	20 000,00
3.11.	Przygotowanie materiałów promocyjnych niezbędnych do: Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynku docelowym: UKRAINA obejmować będą: pozycjonowanie (zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia wynagrodzenie za takie usługi 1000 PLN miesięcznie); 4 mc = 4000 PLN. Materiały będą posiadać oznaczenia zgodnie z zaleceniami PARP informującymi o wsparciu ze środków UE.	4 000,00	4 000,00
3.12.	Przygotowanie materiałów promocyjnych niezbędnych do: Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynku docelowym: NIEMCY obejmować będą: pozycjonowanie (zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia wynagrodzenie za takie usługi 1000 PLN miesięcznie); 4 mc = 4000 PLN. Materiały będą posiadać oznaczenia zgodnie z zaleceniami PARP informującymi o wsparciu ze środków UE.	4 000,00	4 000,00
3.13.	Przygotowanie materiałów promocyjnych niezbędnych do: Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynku docelowym: UK obejmować będą: pozycjonowanie (zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia wynagrodzenie za takie usługi 1000 PLN miesięcznie); 4 mc = 4000 PLN. Materiały będą posiadać oznaczenia zgodnie z zaleceniami PARP informującymi o wsparciu ze środków UE.	4 000,00	4 000,00
3.14.	Przygotowanie materiałów promocyjnych niezbędnych do: Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynku docelowym: ROSJA obejmować będą: pozycjonowanie (zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia wynagrodzenie za takie usługi 1000 PLN miesięcznie); 4 mc = 4000 PLN. Materiały będą posiadać oznaczenia zgodnie z zaleceniami PARP informującymi o wsparciu ze środków UE.	4 000,00	4 000,00
3.15.	Przygotowanie materiałów promocyjnych niezbędnych do: Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynku docelowym: BIAŁORUŚ obejmować będą: pozycjonowanie (zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia wynagrodzenie za takie usługi 1000 PLN miesięcznie); 4 mc = 4000 PLN. Materiały będą posiadać oznaczenia zgodnie z zaleceniami PARP informującymi o wsparciu ze środków UE.	4 000,00	4 000,00
Razem:		290 000,00	290 000,00
4.	Uzyskanie niezbędnych dokumentów uprawniających do wprowadzenia produktów lub usług przedsiębiorcy na wybrane rynki docelowe		
Razem:		0,00	0,00

5.	Doradztwo w zakresie strategii finansowania przedsięwzięć eksportowych i działalności eksportowej		
opracowanie optymalnej strategii finansowania		35 000,00	35 000,00
5.1.	Opracowanie optymalnej strategii finansowania, która pozwoli zapewnić stabilność finansową Przedsiębiorcy przy wzroście działań eksportowych wprowadzania produktów Beneficjenta na rynek docelowy: ROSJA. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy a usługę oszacowano na 70 roboczogodzin.	7 000,00	7 000,00
5.2.	Opracowanie optymalnej strategii finansowania, która pozwoli zapewnić stabilność finansową Przedsiębiorcy przy wzroście działań eksportowych wprowadzania produktów Beneficjenta na rynek docelowy: NIEMCY. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy a usługę oszacowano na 70 roboczogodzin.	7 000,00	7 000,00
5.3.	Opracowanie optymalnej strategii finansowania, która pozwoli zapewnić stabilność finansową Przedsiębiorcy przy wzroście działań eksportowych wprowadzania produktów Beneficjenta na rynek docelowy: UK. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy a usługę oszacowano na 70 roboczogodzin.	7 000,00	7 000,00
5.4.	Opracowanie optymalnej strategii finansowania, która pozwoli zapewnić stabilność finansową Przedsiębiorcy przy wzroście działań eksportowych wprowadzania produktów Beneficjenta na rynek docelowy: UKRAINA. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy a usługę oszacowano na 70 roboczogodzin.	7 000,00	7 000,00
5.5.	Opracowanie optymalnej strategii finansowania, która pozwoli zapewnić stabilność finansową Przedsiębiorcy przy wzroście działań eksportowych wprowadzania produktów Beneficjenta na rynek docelowy: BIAŁORUŚ. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy a usługę oszacowano na 70 roboczogodzin.	7 000,00	7 000,00
Razem:		35 000,00	35 000,00
6.	Doradztwo w zakresie opracowania koncepcji wizerunku przedsiębiorcy na wybranych rynkach docelowych		
opracowanie strategii wprowadzenia nowych produktów na rynki docelowe, w tym: analizę cyklu życia produktu na wybranych rynkach docelowych, analizę wyglądu produktu pod kątem potrzeb wybranych rynków docelowych, analizę wyglądu i bezpieczeństwa produktu oraz opakowania		35 000,00	35 000,00

6.1.	Usługa będzie dotyczyła opracowania strategii wprowadzenia nowych produktów na rynku: ROSJA. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy a usługę oszacowano na 70 roboczogodzin.	7 000,00	7 000,00
6.2.	Usługa będzie dotyczyła opracowania strategii wprowadzenia nowych produktów na rynku: NIEMCY. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy a usługę oszacowano na 70 roboczogodzin.	7 000,00	7 000,00
6.3.	Usługa będzie dotyczyła opracowania strategii wprowadzenia nowych produktów na rynku: UK. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy a usługę oszacowano na 70 roboczogodzin.	7 000,00	7 000,00
6.4.	Usługa będzie dotyczyła opracowania strategii wprowadzenia nowych produktów na rynku: UKRAINA. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy a usługę oszacowano na 70 roboczogodzin.	7 000,00	7 000,00
6.5.	Usługa będzie dotyczyła opracowania strategii wprowadzenia nowych produktów na rynku: BIAŁORUŚ. W koszcie zawarto wszelkie koszty wykonawcy w tym między innymi koszt pracy pracowników wykonawcy, telefonów, materiałów wewnętrznych, oraz niezbędnych tłumaczeń i innych materiałów niezbędnych do wykonania tego zadania. Zgodnie z analizami wstępnymi oraz rozmowami z innymi Beneficjentami przyjęto, że średnia stawka prac takiej firmy to 100 zł za godz. pracy a usługę oszacowano na 70 roboczogodzin.	7 000,00	7 000,00
Razem:		35 000,00	35 000,00
7.	Działania promocyjne i informacyjne		
Razem:		0,00	0,00
8.	Ustanowienie lub utrzymanie zabezpieczenia należytego wykonania zobowiązań wynikających z umowy o udzielenie wsparcia		
Razem:		0,00	0,00
9.	Pokrycie kosztów związanych z otwarciem i prowadzeniem przez przedsiębiorcę odrębnego rachunku bankowego lub subkonta na rachunku bankowym, przeznaczonym do obsługi projektu lub płatności zaliczkowych		
Razem:		0,00	0,00
Razem dla wydatków z grup od 1 do 9:		400 000,00	400 000,00
Procent dofinansowania dla wydatków z grup od 1 do 9		50,00%	Kwota dofinansowania dla wydatków z grup od 1 do 9
			200 000,00
10.	Projekt uwzględnia wydatki związane z zakupem usług doradczych w zakresie przygotowania planu rozwoju eksportu, poniesione nie wcześniej niż 12 miesięcy przed dniem złożenia wniosku o udzielenie wsparcia.	☐ TAK	☒ NIE
Razem:		0,00	0,00
Procent dofinansowania		0,00%	Kwota dofinansowania
			0,00
Całkowite wydatki na realizację projektu (w PLN)			400 000,00

Całkowita kwota wydatków kwalifikujących się do objęcia wsparciem w ramach projektu (w PLN)	400 000,00
---	------------

21. Źródła finansowania projektu	
Środki gwarantowane przez Wnioskodawcę, w tym:	400 000,00
- Własne	400 000,00
- Współinwestora	0,00
- Kredyt ze środków EBI ³	0,00
- Inne	0,00
Inne podać jakie	

22. Całkowite wydatki na realizację projektu (w PLN):	400 000,00
Wydatki kwalifikowalne (w PLN)	400 000,00
- w tym podatek VAT	0,00
Wydatki niekwalifikowalne (w PLN)	0,00
- w tym podatek VAT	0,00
Wnioskowana kwota dofinansowania (w PLN)	200 000,00
Dofinansowanie ze środków publicznych w ramach działania 6.1 PO IG jako % wydatków kwalifikowalnych (wnioskowany udział dofinansowania w %)	50,00%

23. Powiązanie projektu z innymi projektami realizowanymi przez Wnioskodawcę w ramach NSRO 2007-2013⁴	
	☐ Dotyczy ☒ Nie dotyczy
Opis	

24. Pomoc publiczna uzyskana przez Wnioskodawcę	☒ TAK ☐ NIE
Kwota pomocy de minimis otrzymana w odniesieniu do tych samych wydatków kwalifikowalnych związanych z projektem, którego dotyczy wniosek (w PLN)	0,00
Kwota pomocy publicznej innej niż de minimis otrzymana w odniesieniu do tych samych wydatków kwalifikowalnych związanych z projektem, którego dotyczy wniosek (w PLN)	0,00
Łączna kwota brutto pomocy de minimis uzyskana przez Wnioskodawcę w okresie bieżącego roku i dwóch poprzednich lat podatkowych (w EUR)	2 511,11

25. Zakres merytoryczny Planu rozwoju eksportu	
1. Analiza pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa pod kątem produktów lub usług przedsiębiorcy.	
Rozszerzenie poniższych opisów znajduje się w rozdziale 2 na stronach 6-25 PRE. Kancelaria Maxima świadczy usługi na rzecz wymiaru sprawiedliwości, innych organów i instytucji państwowych, stowarzyszeń naukowo-technicznych, przedsiębiorstw oraz osób fizycznych. Ze względu na charakter działalności nie można określić jednego konkurenta, którego ma Wnioskodawca. Oto przykłady wybranych firm krajowych o podobnym profilu działalności. Fatiix biuro tłumaczeń, Szkoła Języków Obcych LEKTOR ul. Oławska 25 50-123 Wrocław, ALI&T. Tłumaczenia dla Biznesu. Niezaprzeczalnym atutem na rynku jest oferta firmy MAXIMA, jej świeże spojrzenie na usługi w zakresie tłumaczeń językowych. Konkurencja na rynku usług Beneficjenta jest umiarkowana, to w dużej mierze od doboru pracowników i współpracowników zależy powodzenie na rynku. Firma MAXIMA stara się docierać do jak największej liczby klientów ze swoją ofertą, a realizację zdobytej już oferty wykonuje w sposób profesjonalny i co jest bardzo istotne na rynku po atrakcyjnych cenach.	
2. Wybór rynków docelowych działalności eksportowej.	
Rozszerzenie poniższych opisów znajduje się w rozdziale 3 na stronach 26-29 PRE. Za główne kryteria wyboru rynków docelowych uznano: koszty dojazdu, potencjał rynku, rynek konsumentów, siła nabywczą, łatwość założenia działalności gospodarczej, korzystne stawki podatkowe, potrzeby firm lokalnych w zakresie usług Wnioskodawcy rozwijających eksport i import, dynamiczny rozwój sektora Małych i Średnich Przedsiębiorstw, przewaga konkurencyjna w zakresie cen oferowanych usług, Niemcy i UK to kraje wysoko rozwinięte, na rynku tłumaczeń językowych funkcjonuje w tych krajach wiele stabilnych firm. Firma MAXIMA zdaje sobie z tego sprawę, jednak głównym atutem konkurencyjnym jest dwukrotnie niższa cena za wykonywane usługi przy zachowaniu podobnych standardów i jakości oferowanych usług.	

³ Europejski Bank Inwestycyjny⁴ Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia

3. Badanie wybranych rynków docelowych.

Rozszerzenie poniższych opisów znajduje się w rozdziale 4 na stronach 30-117 PRE.

Każdy rynek docelowy to inny system podatkowy, to inne zasady prowadzenia działalności gospodarczej a przed wszystkim inny rynek potencjalnych klientów z zróżnicowanymi potrzebami. Do każdego z rynków docelowych należy podejść indywidualnie tak aby nie popełnić błędu w działaniach zmierzających do zdobycia nowych klientów – poszerzenie rynku usług Wnioskodawcy.

UK, Niemcy, Rosja, Białoruś i Ukraina są państwami będącymi w zainteresowaniu Wnioskodawcy związanym z rozszerzeniem sprzedaży usług na ich obszarze. Kraje te posiadają wyraźne atuty przemawiające za skierowaniem tam głównej uwagi eksportowej: w każdym z wymienionych krajów są potencjalni klienci, przynależność Wielkiej Brytanii i Niemiec do UE, co upraszcza procedury eksportowe, duży rynek konsumentów, szczególnie rynki Wielkiej Brytanii, Niemiec i Rosji, siła nabywcza na dużo wyższym poziomie niż w Polsce w Niemczech i Wielkiej Brytanii, rozwijający się sektor Małych i Średnich Przedsiębiorstw szczególnie w Rosji i na Ukrainie, wysoko zaawansowana architektura sieci internetowej ułatwiająca reklamę usług oferowanych przez Beneficjenta oraz komunikację z partnerami biznesowymi (tak naprawdę odległość do kraju docelowego nie ma znaczenia) Niemcy, Wielka Brytania.

4. Opis bieżącej sytuacji przedsiębiorstwa w najważniejszych obszarach funkcjonowania i prognozy rozszerzenia działalności przedsiębiorcy ze szczególnym uwzględnieniem rozwoju poprzez eksport.

Rozszerzenie poniższych opisów znajduje się w rozdziale 5 na stronach 118-135 PRE.

Firma rozpoczęła działalność w 2003 roku. Kancelaria Tłumaczy Przysięgłych i Technicznych z siedzibą w Poznaniu skupia doświadczonych specjalistów w zakresie przekładu, wpisanych na listę tłumaczy przysięgłych prowadzoną przez Ministra Sprawiedliwości oraz tłumaczy technicznych posiadających uprawnienia Naczelnej Organizacji Technicznej NOT. Kancelaria świadczy usługi na rzecz wymiaru sprawiedliwości, innych organów i instytucji państwowych, stowarzyszeń naukowo-technicznych, przedsiębiorstw. Bardzo dużą szansą na rozwój sprzedaży usług Przedsiębiorcy jest eksport na wybrane rynki docelowe.

Dzięki nowym rynkom zbytu firma będzie mogła wypracować większy zysk. Poprzez zdobywanie nowych rynków zbytu firma poszerzy zdolności dostrzegania potrzeb klientów, co dodatnio wpłynie na rozwój i jakość produktów. Dla tak dynamicznie rozwijającej się firmy jak MAXIMA eksport będzie szansą jeszcze bardziej dynamicznego rozwoju dla firmy. Prowadząc działalność eksportową firma rozkłada ryzyko sprzedaży usług na wiele rynków.

5. Analiza SWOT dla eksportu każdego rodzaju produktu/usługi na każdym z planowanych rynków docelowych.

Rozszerzenie poniższych opisów znajduje się w rozdziale 6 na stronach 136-171 PRE.

Dla poszczególnych rynków scharakteryzowano podobne czynniki świadczące o możliwościach eksportowych Wnioskodawcy. W dużym uogólnieniu można przydzielić następujące cechy do poszczególnych kategorii:

Silne strony: doświadczenie w świadczeniu usług, wysoko wykwalifikowany zespół pracowników, elastyczność cenowa, szeroki i kompleksowy zakres usług, zrozumienie potrzeb klientów – zapewnienie poufności i wysokiej jakości usług, szybkość realizacji zadań, oferta tłumaczenia w ponad 15 językach, profesjonalna strona WWW, czytelne i przejrzyste zasady współpracy, oferowanie nagradzanych produktów, szeroka oferta maszyn

Słabe strony: małe zasoby finansowe, słaba rozpoznawalność marki, brak pracowników do obsługi klienta zagranicznego,

Szanse: niższe koszty świadczenia usług, łatwość założenia działalności gospodarczej, współpraca z lokalną firmą świadczącą podobne usługi, otwarty rynek pracy, ugruntowana pozycja w eksporcie, możliwość pozyskania dodatkowych funduszy – dotacje unijne (dotyczy państw członkowskich UE)

Zagrożenia: kryzys ekonomiczny, wzrost konkurencji, wzrost kursu złotych do Euro, globalizacja i konsolidacja rynku

6. Opis celów i strategii eksportowej.

Rozszerzenie poniższych opisów znajduje się w rozdziale 7 na stronach 172-179 PRE.

Celem odniesienia specyfiki działań marketingowych zostanie scharakteryzowane w oparciu o model marketingu marketing-mix dla usług (7P):

- product (produkt) – zostanie omówiona strategia w zakresie produktów które oferuje Firma MAXIMA
- price (cena) – zostanie omówiona strategia w zakresie polityki cenowej dla oferowanych produktów
- place (strategia dystrybucji) – zostanie omówiona strategia w zakresie dostarczania produktów i usług do klientów
- promotion (promocja, promotion mix) – zostanie określona strategia w zakresie promowania firmy,
- people (ludzie) – zostanie omówiona strategia w zakresie elementów związanych z personelem obsługującym klientów
- process (proces) - zostanie przedstawiona strategia w zakresie świadczenia usługi od zainteresowania klienta, poprzez informację, sprzedaż i obsługę posprzedażową
- physical evidence (świadectwo materialne) – zostaną omówione strategię związaną z budowaniem marki dostarczanych

usług
7. Rekomendacja rozwoju działalności eksportowej.
Rozszerzenie poniższych opisów znajduje się w rozdziale 8 na stronach 180-184 PRE. Ze względu na charakter projektów należy rozwój eksportu oprzeć na silnej współpracy z partnerami biznesowymi na danym rynku lokalnym. Takie relacje pomogą w wypracowaniu najbardziej efektywnej metody sprzedaży usług i produktów. W tym zakresie stosowane będą zasady określone w odpowiednich umowach. Kryteria brane pod uwagę przy wyborze produktów do oferty eksportowej: usługi sprzedawane są z sukcesem na rynku krajowym, usługa – produkt uzyskała akceptację ze strony potencjalnego odbiorcy – pośrednika, usługa – produkt uzyskała akceptację ze strony potencjalnego nabywcy ostatecznego, usługa - produkt jest porównywalna pod względem jakości z usługami dostępnymi na rynku zagranicznym, usługa - produkt spełnia wszystkie wymagania techniczne, normy bezpieczeństwa, itp. (charakterystyczne dla danego rynku), cena danej usługi - produktu jest konkurencyjna, firma posiada wolne zasoby (lub jest w stanie je w krótkim czasie powiększyć). Istnieje duża szansa, że oferowane usługi znajdą odbiorców na rynku zagranicznym.
8. Wskazanie i uzasadnienie wyboru działań do realizacji przez przedsiębiorcę spośród wymienionych w § 45 Rozporządzenia.
Rozszerzenie poniższych opisów znajduje się w rozdziale 9 na stronach 185-188 PRE. Na podstawie analizy rynków jak i produktów i usług Przedsiębiorcy można zarekomendować działania najlepiej służące rozwojowi eksportu Przedsiębiorcy: Organizacja i udział w misjach gospodarczych za granicą. Spotkania z potencjalnym partnerem biznesowym jest bardzo ważne w nawiązywaniu długotrwałych relacji handlowych, a na niektórych rynkach wprost niezbędne do zawarcia umowy. Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych - zgodnie z analizą 7P ważne jest znalezienie Partnerów biznesowych dedykowanych do poszczególnych rynków . Po określeniu listy partnerów na podstawie zakupionych baz danych, oraz wykonanych badaniach marketingowych niezbędne będzie wyselekcjonowanie, sprawdzenie wiarygodności grupy docelowej potencjalnych partnerów handlowych. Doradztwo w zakresie opracowania koncepcji wizerunku przedsiębiorcy na wybranych rynkach docelowych - należy dostosować strategię wizerunkową Przedsiębiorcy do wymagań lokalnych danego rynku docelowego w tym celu należy opracować odpowiednie strategie wizerunkowe. Doradztwo w zakresie strategii finansowania przedsięwzięć eksportowych i działalności eksportowej- planowane działania eksportowe wymagają bardzo dużych nakładów w zakresie samego wyszukania partnerów handlowych, a także przygotowania Przedsiębiorcy do późniejszej współpracy.
9. Szacowana wielkość kosztów niezbędnych do sfinansowania działań koniecznych do zrealizowania opracowanej strategii.
Rozszerzenie poniższych opisów znajduje się w rozdziale 10 na stronie 189 - 190 Planu rozwoju eksportu. Wnioskodawca przyjął zasadę aby wydatki związane z wdrożeniem PRE były zgodne z zasadami gospodarki finansowej opartej na najkorzystniejszej relacji nakładów do rezultatów. Kwoty podano w PLN. W ramach poszczególnych pod działań przewidziano następujące budżety na wybrane rynki docelowe: Opracowanie strategii wprowadzenia nowych produktów na rynki docelowe: UK-7000, Rosja-7000, Niemcy- 7000, Ukraina-7000, Białoruś-7000. Całkowity Koszt usługi wyniesie 35000. Opracowanie optymalnej strategii finansowania: UK-7000, Rosja-7000, Niemcy- 7000, Ukraina- 7000, Białoruś-7000.Całkowity koszt usługi wyniesie 35000.
10. Wstępny harmonogram wdrażania strategii eksportowej.
Rozszerzenie poniższych opisów znajduje się w rozdziale 11 na stronie 191 - 193 Planu rozwoju eksportu. ETAP 1 od 2012-01-01 do 2012-03-31 Finansowanie: Zaliczka z PARP i/lub środki własne Doradztwo w zakresie strategii finansowania przedsięwzięć eksportowych i działalności eksportowej - UK, Rosja, Niemcy, Ukraina, Białoruś Doradztwo w zakresie opracowania koncepcji wizerunku przedsiębiorcy na wszystkich rynkach docelowych. Wyszukiwanie i dobór partnerów - UK, Niemcy. ETAP 2 od 2012-04-01 do 2012-06-30 Wyszukiwanie i dobór partnerów - Niemcy, UK. Organizacja i udział w misjach gospodarczych za granicą - Białoruś. ETAP 3 od 2012-07-01 do 2012-09-30 Wyszukiwanie i dobór partnerów na rynkach docelowych – Niemcy, UK.

ETAP 4 od 2012-10-01 do 2012-12-31

Wyszukiwanie i dobór partnerów - Niemcy, UK, Rosja, Ukraina, Białoruś.

Organizacja i udział w misjach gospodarczych za granicą - Białoruś.

ETAP 5 od 2013-01-01 do 2013-03-31

Wyszukiwanie i dobór partnerów – Niemcy, UK, Rosja, Ukraina.

ETAP 6 od 2013-04-01 do 2013-06-30

Wyszukiwanie i dobór partnerów - Rosja, Ukraina, Białoruś.

Organizacja i udział w misjach gospodarczych za granicą - Białoruś.

ETAP 7 od 2013-07-01 do 2013-09-30

Wyszukiwanie i dobór partnerów - Rosja, Ukraina, Białoruś.

ETAP 8 od 2013-10-01 do 2013-12-31

Wyszukiwanie i dobór partnerów - Rosja, Ukraina, Białoruś.

Organizacja i udział w misjach gospodarczych za granicą - Białoruś.

V. ZAŁĄCZNIKI

1. Plan rozwoju eksportu sporządzony nie wcześniej niż 12 miesięcy przed dniem złożenia wniosku o udzielenie wsparcia lub opracowany oraz pozytywnie zweryfikowany przez Regionalną Instytucję Finansującą na zasadach określonych w rozporządzeniu Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 7 kwietnia 2008 r. w sprawie udzielania przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości pomocy finansowej w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013 (Dz. U. Nr 68, poz. 414 z późn. zm);
2. Kopia dokumentu rejestrowego (odpis z KRS lub EDG) zawierającego dane aktualne na dzień złożenia wniosku o dofinansowanie w RIF, a w przypadku, gdy Wnioskodawcą jest spółka cywilna kopie dokumentów rejestrowych (odpisów z EDG lub KRS), zawierających dane aktualne na dzień złożenia wniosku o dofinansowanie w RIF, dla wszystkich wspólników. W przypadku, gdy Wnioskodawcą jest spółka kapitałowa w organizacji, należy załączyć kopię umowy spółki z ograniczoną odpowiedzialnością albo kopię statutu spółki akcyjnej (treść umowy/statutu musi być aktualna na dzień złożenia wniosku o dofinansowanie w RIF; dokumenty te muszą być sporządzone w formie notarialnej, zgodnie z wymogami stawianymi przez Kodeks Spółek Handlowych). W każdym z opisanych wariantów, obowiązuje potwierdzenie kopii dokumentu „za zgodność z oryginałem i stanem faktycznym”; nie dotyczy przedsiębiorców zarejestrowanych w Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej (CEIDG);
3. Oświadczenie wnioskodawcy dotyczące podatku VAT zgodne z odpowiednim wzorem wynikającym z Zaleceń Instytucji Zarządzającej PO IG, dostępnym na stronie internetowej Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości - obligatoryjne jedynie w przypadku, gdy wnioskodawca występuje o refundację części poniesionego w ramach projektu podatku VAT.

VI. DEKLARACJA WNIOSKODAWCY

1. Oświadczam, iż informacje zawarte we wniosku i załącznikach są zgodne ze stanem faktycznym i jestem świadomy odpowiedzialności karnej wynikającej z art. 297 kodeksu karnego.
2. Oświadczam, iż w przypadku otrzymania dofinansowania na realizację projektu nie naruszę zasady zakazu podwójnego finansowania, oznaczającej niedozwolone zrefundowanie całkowite lub częściowe danego wydatku dwa razy ze środków publicznych (wspólnotowych lub krajowych).
3. Oświadczam, że posiadam wystarczające środki finansowe gwarantujące płynną i terminową realizację projektu przedstawionego w niniejszym wniosku.
4. Oświadczam, że nie pozostaję pod zarządem komisyjnym, nie znajduję się w toku likwidacji, postępowania upadłościowego.
5. Oświadczam, że:⁵
 - ☐ nie mam prawnej możliwości odzyskania lub odliczenia poniesionego ostatecznie kosztu podatku VAT i w związku z tym wnioskuję o refundację części poniesionego w ramach projektu podatku VAT. Jednocześnie zobowiązuję się do zwrotu zrefundowanej w ramach projektu części poniesionego podatku VAT, jeżeli zaistnieją przesłanki umożliwiające odzyskanie lub odliczenie tego podatku.
 - ☐ nie mam prawnej możliwości odzyskania lub odliczenia poniesionego ostatecznie kosztu podatku VAT, jednak nie wnioskuję oraz nie będę w przyszłości wnioskować o refundację jakiegokolwiek części poniesionego w ramach projektu podatku VAT.
 - ☒ będę mógł odzyskać lub odliczyć koszt podatku VAT poniesionego w związku z realizacją działań objętych wnioskiem.

⁵ Zaznaczyć właściwy kwadrat.

6. Oświadczam, że projekt jest zgodny z właściwymi przepisami prawa wspólnotowego i krajowego, w szczególności dotyczącymi zamówień publicznych oraz pomocy publicznej.
7. Oświadczam, że nie zalegam w opłacaniu składek na ubezpieczenia społeczne, ubezpieczenie zdrowotne, Fundusz Pracy i Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych oraz podatków i innych należności publicznoprawnych.
8. Oświadczam, że nie podlegam wykluczeniu z ubiegania się o dofinansowanie na podstawie art. 207 ustawy z dnia 27 sierpnia 2009 r. o finansach publicznych (Dz. U. Nr 157, poz. 1241, z późn. zm.).
9. Oświadczam, że nie otrzymałem dofinansowania w ramach działania 6.1 „Paszport do eksportu” na wdrożenie Planu rozwoju eksportu.
10. Oświadczam, że nie podlegam wykluczeniu z ubiegania się o dofinansowanie na podstawie ustawy z dnia 9 listopada 2000 r. o utworzeniu Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (Dz. U. z 2007 r., Nr 42, poz. 275, z późn. zm.).
11. Zobowiązuję się do zapewnienia trwałości i utrzymania własności rezultatów projektu przez okres minimum 3 lat od zakończenia jego realizacji.
12. Wyrażam zgodę na udzielanie informacji na potrzeby ewaluacji (ocen), przeprowadzanych przez Instytucję Zarządzającą, Instytucję Pośredniczącą, lub Instytucję Wdrażającą lub inną uprawnioną instytucję lub jednostkę organizacyjną.
13. Wyrażam zgodę na wizytę w miejscu realizacji projektu na potrzeby oceny, przeprowadzanej przez Instytucję Zarządzającą, Instytucję Pośredniczącą, Instytucję Wdrażającą lub inną uprawnioną instytucję lub jednostkę organizacyjną.
14. Oświadczam, że projekt jest zgodny z politykami horyzontalnymi wymienionymi w art. 16 i 17 Rozporządzenia Rady (WE) nr 1083/2006.
15. Oświadczam, że załączony do wniosku Plan rozwoju eksportu jest aktualny.
16. Oświadczam, że dane ujawnione w CEIDG są aktualne i zgodne z rzeczywistym stanem faktycznym (dotyczy jedynie Wnioskodawców zarejestrowanych w CEIDG).
17. Dane zawarte we wniosku o dofinansowanie będą przetwarzane przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości z siedzibą w Warszawie przy ul. Pańskiej 81/83, w celu oceny wniosku o dofinansowanie, udzielenia i realizacji wsparcia, w tym w celu monitoringu, kontroli, sprawozdawczości i ewaluacji. Dane zostaną udostępnione Instytucji Zarządzającej, Instytucji Pośredniczącej, Instytucji Wdrażającej, Regionalnym Instytucjom Finansującym oraz innym uprawnionym do ww. celów instytucjom lub jednostkom organizacyjnym. Zostałem poinformowany o prawie dostępu do treści moich danych osobowych i ich poprawiania. Podanie danych jest dobrowolne, ale ich niepodanie w wymaganym zakresie uniemożliwi dokonanie oceny wniosku o dofinansowanie lub udzielenie dofinansowania.

.....
data

.....
Podpisy i pieczętki Wnioskodawcy