



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
Operační program Podnikání
a inovace pro konkurenceschopnost



Příloha č. 3

**Ministerstvo průmyslu a obchodu
České republiky
Sekce fondů EU, VaVal a investičních pobídek
– Řídící orgán OP PIK**

**DOPORUČENÁ OSNOVA PODNIKATELSKÉHO
ZÁMĚRU**

**PROGRAM PODPORY MARKETING – VÝZVA III
Individuální účasti MSP na výstavách a veletrzích**

Platnost od:	20. 12. 2017
Č. j.	MPO 81015/2017
Verze	1.0

Praha – prosinec 2017



Osnova Podnikatelského záměru projektu v rámci Výzvy III programu podpory MARKETING – Individuální účasti MSP na výstavách a veletrzích

Podnikatelský záměr (PZ) je klíčovou částí předkládaného projektu – musí popisovat s dostatečnou přesvědčivostí všechny významné body projektu. PZ bude tedy hlavním vodítkem pro hodnocení projektu.

Osnova podnikatelského záměru je navržena tak, aby tento uvedený požadavek splňovala a aby v PZ našel hodnotitel odpověď na všechny otázky, které jsou z pohledu hodnocení projektu relevantní. Doporučený rozsah je max. **30** obsahových stran textu.

1. Popis projektu a jeho soulad s programem

- Charakteristika projektu a jeho soulad s podmínkami programu, soulad s Národní Strategíí inteligentní specializace České republiky (Národní RIS 3)
- Vliv projektu na životní prostředí a na zdraví lidí, na udržitelný rozvoj a zaměstnanost, dodržení zásad rovných příležitostí (horizontální ukazatele)
- Zdůvodnění potřebnosti a přínosu z realizace celého projektu (motivace k realizaci)

2. Současná charakteristika žadatele o podporu

- Stručná charakteristika žadatele o podporu
- Obchodní jméno, sídlo, IČO/DIČ, ne/plátce DPH, osoba oprávněná jednat jménem či za žadatele, kontaktní údaje žadatele (telefon, e-mail, adresa pro doručování, ID datové schránky)
- Místo realizace projektu
- Hlavní (relevantní) předmět podnikání - řešení projektu CZ-NACE (na základě OR nebo živnostenského rejstříku)
- Aktuální počet zaměstnanců ke dni podání plné žádosti o dotaci
- Vize, strategie, hlavní cíle žadatele o podporu
- Popis aktuálně nabízené produkce/služeb, pro které hledá firma v dané zemi odbyt
- Popis současné pozice společnosti na trhu ČR (vč. uvedení konkurence, předpokládaných konkurenčních výhod, hlavních dodavatelů)
- Seznam nejvýznamnějších zahraničních odběratelů
- Popis obchodní strategie žadatele (má vlastní prodejní síť – obchoduje prostřednictvím zástupců – dodává výlučně jednomu odběrateli)
- Prokázání znalosti trhu, popis průzkumů trhu a zjišťování potřeb zákazníků (např. uvedení informací o provedených průzkumech trhů a prezentace jejich výsledků, vč. potřeb zákazníků a způsob jejich zjišťování apod.)

3. Dosavadní zkušenosti se vstupem na zahraniční trhy

- Popis dosavadních exportních zkušeností
- Dosavadní zkušenosti na veletrzích a výstavách:
Popis výsledků úspěšné účasti na výstavě/veletrhu v uplynulých 5 letech (2013-2017) v roli vystavovatele nebo spoluvystavovatele. Za úspěšnou účast na zahraničním veletrhu či výstavě se považuje ten veletrh či výstava, na základě které byl uzavřen obchod, navázané spolupráce, prodej zboží atd. Žadatel uvede konkrétní jména společností, se kterými byla navázána úspěšná spolupráce. Z PZ musí být zřejmé, na kterém veletrhu (žadatel uvede jeho název a rok konání) ke spolupráci s konkrétní společností došlo.



	Název veletrhu	Rok konání veletrhu	Místo konání	Konkrétní název firmy, se kterou byla navázána spolupráce
1.				
2.				
3.				
...				

- Uvedení podílu exportu na obratu společnosti v posledním účetně uzavřeném roce před podáním žádosti.

4. Strategie vstupu na nové zahraniční trhy

- Popis a specifikace cílových zahraničních trhů, které firmu zajímají, včetně uvedení důvodu, vč. souladu s dosavadním vývojem společnosti a její strategií rozvoje
- Popis pozice společnosti na zahraničních trzích
- Popis exportní strategie na jednotlivých trzích, strategie vstupu na nové trhy (vč. uvedení distribučních kanálů využívaných na zahraničních trzích)
- Popis propagace produktu v zahraničí (např. webové stránky v jazykových mutacích, eshop apod.)
- Exportní záměr – zhodnocení potenciálu firmy vstoupit na nový trh v souladu s podnikatelskou strategií firmy, uplatitelnost nového produktu na zahraničních trzích (uvedení konkurenčních výhod produktů/služeb)

5. Předpokládané cíle projektu

- Vliv realizace projektu na pozici žadatele na trhu, resp. v daném segmentu trhu
- Časový předpoklad přínosů pro žadatele
- Dopad realizace projektu na hospodářskou situaci žadatele - popis plánovaných přínosů celého projektu, uváděný prostřednictvím ekonomických ukazatelů (viz tabulka níže). Porovnávají jsou hodnoty za poslední účetně uzavřený rok před rokem podání žádosti o podporu s rokem následujícím po ukončení projektu
- Udržitelnost projektu – schopnost zajistit udržitelnost výsledků projektu po ukončení jeho realizace po dobu 5 let

Tabulka ekonomických ukazatelů v letech 2016-2020

	2016	2017	2018	2019	2020
Obrat	Kč	Kč	Kč	Kč	Kč
Růst obratu k výchozímu roku	%	%	%	%	%
Export	Kč	Kč	Kč	Kč	Kč
Podíl exportu na obratu	%	%	%	%	%
Růst podílu exportu na obratu k výchozímu roku	%	%	%	%	%
Výkony	Kč	Kč	Kč	Kč	Kč



6. Seznam plánovaných veletrhů

- Seznam plánovaných veletrhů/výstav v rámci projektu a jejich stručná charakteristika (vč. uvedení, zda se jedná o veletrh konaný v EU/mimo EU), zdůvodnění výběru veletrhu z hlediska zaměření veletrhu a CZ-NACE projektu, termín konání veletrhu a celkový rozpočet, charakteristika exportních možností, seřazeno dle jednotlivých výstav a veletrhů v čase od časově nejbližšího veletrhu (výstavy) po poslední podpořený veletrh (výstavu) – zajištění souladu s tiskovou verzí žádosti/s daty v MS2014+

Seznam veletrhů

	Název veletrhu	Webová stránka veletrhu	Místo konání	Datum konání	Celkové náklady	EU/mimo EU
1.						
2.						
3.						
...						

- Harmonogram realizace projektu (zahájení a ukončení projektu)
- Zdroje financování (vlastní, cizí, kombinace)

7. Rozpočet

- Náklady na účast na veletrhu – uvedení všech plánovaných nákladů (plocha – cena za m², registrační poplatek a další, náklady na pronájem a provoz stánku, grafický návrh stánku apod.)
- Plán dopravy exponátů, stánku a jeho vybavení – uvedení konkrétních veletrhů, na které bude požadována dotace na dopravu
- Plánovaná výroba propagačních materiálů pro účely veletrhu: rozpočet, druh propagačních materiálů, termíny výroby (materiály musí být vyrobeny před konáním veletrhu) a plán inzerce
- Veškeré výdaje musí být uvedeny po položkách, musí být uvedeny jednotkové náklady, počet ks, cena za ks, cena za km apod.)**
- Rozlišení výdajů projektu na způsobilé a nezpůsobilé výdaje
- Součástí PZ musí být doložení jednotlivých nákladů prostřednictvím objednávek, cenových nabídek, registračních formulářů, faktur z minulosti, emailové komunikace s dodavatelem apod.
- Pozn.: Způsobilé výdaje vč. dalších podmínek jsou uvedeny v příloze č. 1 Výzvy – Vymezení způsobilých výdajů

Rozpočet projektu

	Název veletrhu	Účast na veletrhu		Doprava	Propagační materiály
		Plocha	Stánek		
1.					
2.					
3.					
...					
Celkem					