

MINISTERSTWO ROZWOJU

Program Operacyjny Inteligentny Rozwój

Wniosek o dofinansowanie realizacji projektu wybranego w trybie pozakonkursowym

3. Oś priorytetowa: WSPARCIE INNOWACJI W PRZEDSIĘBIORSTWACH

Działanie 3.3: Wsparcie promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych przedsiębiorstw

Poddziałanie 3.3.1: Polskie Mosty Technologiczne

Data wpłynięcia wniosku o dofinansowanie*	
Numer wniosku o dofinansowanie*	

**Rubryka wypełniana przez instytucję, do której przesyłany jest Wniosek o dofinansowanie.*

I. Informacje ogólne o projekcie

1. Tytuł Projektu		
Polskie Mosty Technologiczne		
2. Identyfikacja rodzaju interwencji		
Program Operacyjny	Inteligentny Rozwój	
Oś priorytetowa	3. Wsparcie innowacji w przedsiębiorstwach	
Działanie	3.3 Wsparcie promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych przedsiębiorstw	■
Poddziałanie	3.3.1 Polskie Mosty Technologiczne	■
3. Klasyfikacja Projektu	Kod	Nazwa
Zakres interwencji ¹	066	066 – zawansowane usługi wsparcia dla MŚP i grup MŚP (w tym usługi w zakresie zarządzania, marketingu i projektowania)
Forma finansowania	01	Pomoc bezzwrotna
Obszar realizacji	07	Nie dotyczy
Terytorialne mechanizmy wdrażania	07	Nie dotyczy
Cel tematyczny	03	Wzmacnianie konkurencyjności MŚP
Działalność gospodarcza	18	Administracja publiczna
Miejsce		Kod regionu lub obszaru, w którym zlokalizowane lub prowadzone są działania, zgodnie z Nomenklaturą Jednostek Terytorialnych do Celów Statystycznych (NUTS) zawartą w załączniku do rozporządzenia (WE) nr 1059/2003 Parlamentu Europejskiego i Rady
4. Typ Projektu		
Czy projekt stanowi duży projekt w rozumieniu rozporządzenia 1301/2013?	tak ☐	nie ☒
5. Skrócony opis Projektu		
W zglobalizowanym świecie polscy przedsiębiorcy z sektora MŚP, by sprostać rosnącej konkurencji ze strony krajów lepiej rozwiniętych, muszą dążyć do ekspansji eksportowej nie tylko na rynki Unii Europejskiej, ale również podjąć trud zdobycia rynków pozaeuropejskich. Wybrane instrumenty Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój (POIR) kierowane są do przedsiębiorstw planujących rozszerzyć swoją działalność poza granice kraju oraz współpracujących w zakresie transferu technologii, także z partnerami zagranicznymi. Celem realizacji Projektu jest wsparcie w procesie ekspansji polskich mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, które w szczególności: - posiadają duży potencjał do internacjonalizacji działalności, - posiadają duży potencjał rozwoju innowacyjnych produktów, usług lub technologii, w tym wpisujących się w Krajowe Inteligentne Specjalizacje (KIS), - dążą do zwiększenia wolumenu eksportu innowacyjnych produktów/usług, - rozważają podjęcie działań inwestycyjnych na rynkach zagranicznych, - poszukują partnerów zagranicznych do realizacji prac badawczo – rozwojowych (B+R) i zewnętrznych źródeł finansowania tej działalności. Przedsiębiorcy uzyskają w szczególności wsparcie w formie specjalistycznych usług/doradztwa przy tworzeniu struktury strategii dotyczącej ekspansji na dany rynek docelowy. Wsparcie oferowane będzie zarówno z wykorzystaniem kompetencji ekspertów Polskiej Agencji Handlu i Inwestycji (PAIH), jak również we współpracy z doświadczonymi ekspertami zewnętrznymi, specjalizującymi się w budowaniu		

¹ Zgodnie z załącznikiem nr 1 rozporządzenia wykonawczego Komisji (UE) nr 215/2014 z dnia 7 marca 2014 r.

strategii ekspansji. Celem takiej współpracy będzie wypracowanie standardu i jakości, które przełożą się na rozwój i zwiększenie międzynarodowej ekspansji MŚP poprzez wdrożenie strategii ekspansji. Współpraca z ekspertami przełoży się również na wsparcie przedsiębiorstw w nawiązywaniu kontaktów o charakterze gospodarczym lub technologicznym, których celem będzie wprowadzenie innowacyjnych produktów, usług lub technologii na rynki wybranych krajów. Umożliwi to przedsiębiorcom dywersyfikację kierunków wymiany handlowej. Zachęci też do poszukiwania partnerów gospodarczych nie tylko na terenie Unii Europejskiej, ale w szczególności na rynkach pozaunijnych.

Projekt będzie miał wpływ na zmianę wizerunku Polski jako kraju, w którym działalność prowadzą firmy o dużym potencjale innowacyjnych produktów, usług lub technologii, przygotowane do podjęcia działalności na rynku ogólnosiwiatowym.

Program wdrażania strategii ekspansji będzie realizowany w dwóch etapach, przy czym etap krajowy jest obowiązkowy:

- 1) Etap krajowy – ***krajowy warsztat przygotowawczy (stacjonarny lub zdalny)***,
- 2) Etap zagraniczny – ***zagraniczny program wdrażania strategii ekspansji***

Rozpoczęcie każdego programu wdrażania strategii ekspansji będzie poprzedzone seminarium otwierającym, w którym uczestniczyć będą mogli przedsiębiorcy zainteresowani danym rynkiem/grupą rynków. W jego trakcie przedsiębiorca pozyska informacje dotyczące rynku zagranicznego, będzie miał możliwość odbycia spotkań z ekspertami, a także pozyska wiedzę nt. warunków udziału w Programie i wynikających z tego korzyściach.

Następnie zostanie ogłoszony nabór uczestników do Programu, który będzie realizowany za pomocą 2-etapowych programów, na podstawie przyjętej przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu (dalej: Beneficjent) dokumentacji konkursowej, regulującej szczegóły każdego z naborów.

Pierwszy – tzw. etap krajowy – *krajowy warsztat przygotowawczy* – będzie miał charakter szkoleniowo-warsztatowy, mający na celu stworzenie indywidualnej strategii ekspansji dla grantobiorcy oraz przygotowujący do jej wdrożenia. Celem warsztatu jest wypracowanie strategii ekspansji i przygotowanie przedsiębiorcy do implementacji na danym rynku zagranicznym. Po zakończeniu tego etapu przedsiębiorca będzie mógł ocenić na ile jego plan ekspansji odpowiada wymogom rynku oraz czy jego strategia oraz oferowany produkt/usługa/technologia pozwalają na realizację działalności w wybranym kraju. Takie działanie umożliwi optymalizację procesu decyzyjnego przedsiębiorcy, a także zapewni efektywność wykorzystania wsparcia oferowanego w ramach Projektu. Po tym etapie przedsiębiorca otrzyma gotową strategię ekspansji zagranicznej. Na jej podstawie zostanie zakwalifikowany do etapu zagranicznego programu. W szczególnych przypadkach PAIH dopuszcza możliwość zakończenia projektu po etapie krajowym bez konieczności realizacji etapu zagranicznego.

Wprowadzenie powyższego rozwiązania oznaczałoby, że jeśli grantobiorca nie zdecyduje się na realizację etapu zagranicznego, to będzie mógł zakończyć projekt PMT po etapie krajowym po:

- przedstawieniu uzasadnienia rezygnacji z uczestnictwa w etapie zagranicznym,
- przygotowaniu i obronieniu strategii ekspansji,
- niewydatkowaniu otrzymanych środków grantu w formie gotówkowej oraz ich zwrocie,

W drugiej fazie Projektu – tzw. etapie zagranicznym - *zagraniczny program wdrażania strategii* - zakwalifikowani uczestnicy będą mieli możliwość weryfikacji i walidacji strategii na danym rynku. PAIH będzie dążyć do realizacji średnio co najmniej 3 naborów rocznie, średnio 50 przedsiębiorców w każdym, jednak liczbę tę, za zgodą IZ, można zwiększyć, w zależności od liczby złożonych wniosków o powierzenie grantu oraz od oceny przez PAIH projektów (uzyskaną punktacją złożonych wniosków) tak by zarządzać procesem ekspansji, zgodnie z założeniami i oczekiwaniami firm deklarujących wybór danego rynku docelowego. W przypadku zwiększonego zainteresowania przedsiębiorców dopuszcza się realizację większej liczby naborów. Proces internacjonalizacji firm, będzie realizowany w oparciu o kompetencje własne PAIH oraz we współpracy z ekspertami, którzy dostarczą usługi i zapewnią kompetencje w pozostałych obszarach.

Grantobiorcami będą przedsiębiorstwa z sektora MŚP, które znajdują się przynajmniej na etapie wykonania i posiadania pierwszej/podstawowej wersji produktu, usługi czy technologii gotowej do wprowadzenia na rynek

Sama usługa lub produkt powinna mieć charakter innowacyjny, tj. cechę unikalności, przede wszystkim na rynku docelowym. Na tym etapie przedsiębiorca będzie mógł zdobyć niezbędną wiedzę, kontakty, doświadczenie i umiejętności trudne do uzyskania na rynku krajowym. Okres realizacji Projektu/przedsięwzięcia zgłoszonego przez Wnioskodawcę w konkursie rozpoczyna się w następnym dniu po dniu złożenia wniosku o powierzenie grantu i kończy się po upływie 9 miesięcy, licząc od dnia zakończenia organizowanego przez Agencję specjalistycznego krajowego warsztatu. Przedsiębiorca do końca trwania okresu realizacji programu będzie mógł indywidualnie korzystać z usług ZBH/PAIH i ekspertów w celu np. dalszej implementacji strategii ekspansji, pozyskiwania wiedzy na potrzeby umacniania pozycji rynkowej, doradztwa w budowaniu kanałów dystrybucyjnych, poszukiwania inwestorów zewnętrznych, doradztwa w zakresie komercjalizacji wyników prac badawczych czy transferu technologii.

Udział przedsiębiorców (grantobiorców) w programach wdrażania strategii ekspansji będzie stanowił pomoc de minimis, udzielaną zgodnie z obowiązującymi regulacjami w tym zakresie, tj. rozporządzeniem Komisji (UE) 1407/2013 z dnia 18 grudnia 2013 r. w sprawie stosowania art. 107 i 108 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej.

Beneficjent odpowiada za: realizację Projektu grantowego zgodnie z założonym celem; przygotowanie i przekazanie właściwej instytucji propozycji kryteriów wyboru grantobiorców; dokonywanie, w oparciu o określone kryteria, wyboru grantobiorców; zawieranie z grantobiorcami umów o powierzenie grantu; rozliczanie wydatków poniesionych przez grantobiorców; monitorowanie realizacji zadań przez grantobiorców; kontrolę realizacji zadań przez grantobiorców; odzyskiwanie grantów w przypadku ich wykorzystania niezgodnie z celami Projektu.

Beneficjent jest odpowiedzialny za realizację umowy o powierzenie grantu zawieranej między grantobiorcą a Beneficjentem, która określa w szczególności: zadania grantobiorcy objęte grantem, kwotę grantu i wkładu własnego; warunki przekazania i rozliczenia grantu; zobowiązanie do zwrotu grantu w przypadku wykorzystania go niezgodnie z celami Projektu grantowego; zobowiązanie do poddania się kontroli przez Beneficjenta lub uprawnione podmioty.

Beneficjent będzie zapewniał nadzór nad dokumentowaniem realizacji Projektu, w tym wydatkowania środków finansowych, monitorowanie osiągania zakładanych wskaźników w ramach realizacji Projektu, merytoryczne wsparcie dla grantobiorców, efektywną komunikację z wyłonionymi wykonawcami, promocję Projektu oraz przeprowadzenie ewaluacji realizowanych programów wdrażania strategii ekspansji, nadzór i kontrolę prawidłowości jego realizacji, a także za wybór wykonawców w części zadań zleczanych w trybie ustawy Prawo zamówień publicznych i rozliczanie kosztów wykonania zadań zleczonych wykonawcom.

II. Identyfikacja Wnioskodawcy

6. Nazwa Wnioskodawcy	
Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.	
7. Typ Wnioskodawcy	
Beneficjent projektu wybieranego w trybie pozakonkursowym	☒
8. Forma prawna prowadzonej działalności	
Osoba prawna	☒
Jednostka organizacyjna nie posiadająca osobowości prawnej	☐
Forma organizacyjna osoby prawnej lub jednostki organizacyjnej nie posiadającej osobowości prawnej	Spółka akcyjna – jednoosobowa spółka Skarbu Państwa

Data rejestracji działalności Wnioskodawcy oraz nazwa organu rejestracyjnego	08.05.2002 roku - Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego	
9. Dane Wnioskodawcy		
Departament, dyrektor	Oskar Derych, Departament Strategii i Promocji Gospodarczej	
NIP	5260300167	
Numer REGON	012070669	
Numer w Krajowym Rejestrze Sądowym	0000109815	
Adres siedziby:		
Województwo	mazowieckie	
Powiat	warszawski	
Gmina	Warszawa	
Miejscowość	Warszawa	
Ulica	Krucza	
Nr domu	50	
Nr lokalu	-	
Kod pocztowy	00-025	
Numer telefonu	+48 22 334 98 00	
Numer faksu	+48 22 334 99 99	
Adres poczty elektronicznej	invest@paih.gov.pl	
Adres strony internetowej	http://www.paih.gov.pl	
10. Dane Kierownika Projektu		
Imię i nazwisko	Angelika Wójcik	
Stanowisko	Kierownik Projektu	
Numer telefonu	600 400 896	
Numer faksu	+48 22 334 99 99	
Adres poczty elektronicznej	angelika.wojcik@paih.gov.pl	
11. Dane osoby/osób upoważnionych przez Wnioskodawcę do podpisania wniosku dofinansowanie		
Imię i nazwisko	Krzysztof Drynda	
Telefon kontaktowy	+48 22 334 99 05	
Stanowisko	Prezes Zarządu	
Adres poczty elektronicznej	krzysztof.drynda@paih.gov.pl	
Imię i nazwisko	Grzegorz Słomkowski	
Telefon kontaktowy	+48 22 334 98 71	
Stanowisko	Członek Zarządu	
Adres poczty elektronicznej	grzegorz.slomkowski@paih.gov.pl	

III. Opis Projektu

12. Lokalizacja Projektu		
Województwo	Powiat	Gmina
Mazowieckie	Warszawa	-
Miejscowość	Kod pocztowy	
Warszawa	00-025	
Projekt realizowany na terenie całego kraju	tak ☒	nie ☐
Realizacja projektu wykracza poza terytorium RP	tak ☒	nie ☐
Uzasadnienie realizacji projektu poza terytorium RP		
W odniesieniu do art. 70 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) Nr 1303/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r., Projekt Polskie Mosty Technologiczne (PMT) wpisuje się w założenia kwalifikowalności operacji w zależności od lokalizacji ze względu na charakter Programu, tj. wsparcia promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych przedsiębiorstw. Działania promocyjne związane z procesem ekspansji produktów/usług/technologii przedsiębiorstw przyniosą korzyści dla obszaru objętego Programem, tj. na terenie Rzeczypospolitej Polskiej przede wszystkim pod względem: - wzrostu wolumenu sprzedaży eksportowej, będącego pochodną wielokierunkowego rozwoju przedsiębiorstwa. O ile bowiem rynek krajowy jest w pewien zasadniczy sposób ograniczony, a jego		

chłonność w pewnym momencie zostaje wyczerpana, o tyle wchodzenie na rynki zagraniczne daje szereg możliwości pozwalających na dalszą ekspansję. Oczywiście jest, że wejście na zagraniczne rynki to jednocześnie pozyskanie nowych odbiorców towarów i usług. To bezpośrednio przyczynia się do konieczności zwiększenia produkcji czy zwiększenia poziomu zatrudnienia, a ostatecznie przekłada się na większe przychody;

- wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstw, będącego niekwestionowaną korzyścią wypływającą z procesu internacjonalizacji. Przedsiębiorca posiadając odbiorców poza granicami, zwiększa poziom innowacyjności, nabywa istotną wiedzę oraz „know how” dotyczące działalności na rynkach odmiennych od krajowego. W perspektywie czasu pozwala to skuteczniej i bardziej efektywnie wchodzić na kolejne rynki zagraniczne. Każdy następny kraj, do którego zaczyna eksportować firma, zdobywany jest łatwiej i szybciej, dzięki przede wszystkim doświadczeniu uzyskanemu na wcześniejszych etapach procesu internacjonalizacji. Znacznie zwiększa się też konkurencyjność firmy na rynku lokalnym. Posiadanie klientów za granicą stanowi doskonały argument wizerunkowy, będący dowodem na to, iż przedsiębiorstwo jest dynamiczne, elastyczne i spełnia oczekiwania nawet najbardziej wymagających odbiorców;

- dywersyfikacji przychodów i możliwości bardziej swobodnego zarządzania strategią działania firmy;
- pozyskania nowych technologii czy kapitału na prowadzenie działań B+R;
- rozbudowy kadry, wykorzystywania nowych i alternatywnych źródeł finansowania, otwartości na nowe inicjatywy czy uatrakcyjniania oferty handlowej.

Działania związane z umiędzynarodowianiem przedsiębiorstw będą wspierane przez nasze Zagraniczne Biura powołane m.in. do:

- rozwoju eksportu polskich produktów i usług zaawansowanych technologicznie,
- rozwoju polskich inwestycji zagranicznych – głównie w kontekście doradztwa i przeprowadzania analiz lokalizacyjnych,
- badania potencjału rynkowego przed poniesieniem nakładów inwestycyjnych na danym rynku docelowym,
- przygotowywania agendy spotkań na potrzeby rozeznania rynku,
- pogłębionych analiz potencjału i oczekiwań polskich firm zainteresowanych ekspansją zagraniczną,
- przygotowywania „skrojonych na miarę” danych/analiz niezbędnych w procesie ekspansji zagranicznej,
- monitorowania przebiegu procesu ekspansji polskich innowacyjnych firm oraz wskaźników wynikających z realizacji Projektu PMT,
- budowania powiązań i sieci kontaktów w celu zbierania informacji o najważniejszych wydarzeniach sektorowych, zmianach uwarunkowań rynkowych i prawnych oraz aktualizacji wiedzy na temat gospodarki państwa działalności biura zagranicznego,
- budowania długofalowych relacji z przedsiębiorcami (wsparcie na każdym etapie procesu).

Specyfika Projektu warunkuje zatem, że jego przebieg odbywać się będzie zarówno na terytorium RP, jak i poza granicami kraju. Przeważająca część realizacji Projektu odbywać się będzie na rynkach zagranicznych, ponieważ tylko bezpośrednia obecność przedsiębiorców na rynku docelowym przyniesie wymierne efekty w procesie umiędzynarodowienia ich działalności. Głównym założeniem Projektu jest możliwość skorzystania przez przedsiębiorców z usług eksperckich bezpośrednio na rynku docelowym, ze względu na specyfikę, uwarunkowania formalno-prawne, a także sieć powiązań biznesowych oraz zaznajomienie z tamtejszymi instytucjami otoczenia biznesowego.

Udział w etapie Projektu realizowanym poza granicami kraju umożliwi grantobiorcom zdobycie kontaktów, doświadczeń i kompetencji, co przełoży się na znajomość globalnego rynku innowacyjnych rozwiązań oraz możliwość pozyskania kolejnych kontrahentów na rynkach zagranicznych.

Zwiększenie poziomu internacjonalizacji grantobiorców będzie oddziaływać bezpośrednio na obszar Polski. Grantobiorcy dzięki zdobytej wiedzy, umiejętnościom oraz pozyskanym kontaktom i partnerom biznesowym będą mogli rozwijać prowadzoną działalność gospodarczą na terenie Polski, zwiększając przy tym m.in. liczbę tworzonych miejsc pracy.

15. Cel, uzasadnienie opis poszczególnych etapów/komponentów

1. Cel Projektu

Głównym celem Projektu Polskie Mosty Technologiczne jest przyspieszenie rozwoju polskich mikro, małych i średnich przedsiębiorstw o dużym potencjale internacjonalizacji działalności i dużym potencjale rozwoju innowacyjnych produktów, usług lub technologii, zainteresowanych sprzedażą swoich innowacyjnych produktów, usług czy technologii, zorientowanych na inwestycje na rynkach zagranicznych i poszukujących tam partnerów handlowych czy kapitałowych.

Osiągnięcie celu głównego Projektu będzie możliwe poprzez zapewnienie grantobiorcom wyspecjalizowanych usług eksperckich w kompleksowym zakresie z obszaru m.in.: optymalizacji procesów zarządzania, weryfikacji stosowanych dotychczas modeli biznesowych, instrumentów prawnych, finansowo- księgowych, marketingowych i sposobu obsługi klientów w kontekście prowadzenia działalności na danym rynku, analizę rynku docelowego w odniesieniu do opłacalności wdrożenia strategii ekspansji, a także planowania dalszego rozwoju oferowanych produktów/usług/technologii m.in. w oparciu o modele biznesowe, uzyskania zleceń od miejscowych firm i/lub organizacji publicznych, transferu technologii lub know-how, nawiązania współpracy w zakresie badań i rozwoju, pozyskania inwestorów oraz w dalszej perspektywie przeprowadzenia bezpośredniej inwestycji na danym rynku docelowym, a także walidacji produktu, ochrony własności przemysłowej i intelektualnej, przygotowania oferty dla potencjalnych inwestorów, czy poszukiwania partnerów gospodarczych.

W efekcie, grantobiorcy znajdą się na ścieżce szybkiego umiędzynarodowienia, co tym samym wpłynie na poprawę poziomu innowacyjności polskich MŚP w zakresie ich produktów, usług lub technologii oraz ich pozycji konkurencyjnej na rynku globalnym. Udział w programie może przyczynić się również do m.in:

- wytworzenia nowych, wysokiej jakości miejsc pracy,
- zwiększenia nakładów na m.in. na prace B+R prowadzące do stworzenia/udoskonalenia produktu/usługi/technologii tak aby spełniały one wymogi zagranicznych rynków,
- szybkiej absorpcji i dyfuzji polskich innowacji za granicą.

2. Uzasadnienie realizacji Projektu

Jednym z głównych wyznaczników pozycji kraju w globalizującej się gospodarce światowej jest poziom aktywności eksportowej przedsiębiorstw. Pozwala ona firmom na rozszerzanie skali produkcji oraz jest bodźcem do inwestowania, wdrażania innowacji produktowych i procesowych, a także innych działań sprzyjających podnoszeniu ich konkurencyjności.

Eksport bez wątpienia jest naturalnym narzędziem rozwoju małych i średnich przedsiębiorstw. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego w Polsce działalność prowadzi ok. 3,4 mln podmiotów gospodarczych z sektora MŚP zatrudniających 70% pracowników sektora prywatnego i generujących 2/3 PKB (źródło: *Roczne wskaźniki makroekonomiczne, GUS 2016*).

Jednym z priorytetów *Strategii Odpowiedzialnego Rozwoju* jest poszukiwanie nowych rynków zbytu dla polskich eksporterów oraz pomoc w ekspansji zagranicznej. Polskie firmy konkurują ceną, jakością oraz innowacyjnością z zagranicznymi podmiotami z powodzeniem zdobywając międzynarodowe rynki. Na koniec 2016 roku wartość polskiego eksportu wyniosła niemal 184 mld euro, co oznacza trzykrotny wzrost od momentu wejścia Polski do Unii Europejskiej. Głównym odbiorcą polskich towarów i usług są kraje Unii Europejskiej, jednak polskie firmy coraz śміielej wychodzą poza Stary Kontynent nie tylko sprzedając swoje produkty, ale i otwierając tam zakłady produkcyjne, tworząc zaplecza dystrybucyjne i uruchamiając centra wsparcia biznesu. Według szacunkowych danych GUS w pierwszym półroczu 2017 roku wartość polskiego eksportu na trzy obszary geograficzne – Afrykę, Azję oraz Amerykę Łacińską stanowiła jedną dziesiątą eksportu do państw Unii Europejskiej. Najszybszy wzrost obrotów Polska notuje z rynkami słabiej rozwiniętymi i rozwijającymi się – eksport w pierwszej połowie 2017 roku zwiększył się o 12%. Największy skok eksportu dotyczy Afryki – 18%, Chin – 19% oraz Meksyku – 22,7%

Ekspansja przedsiębiorstw w nowych kierunkach geograficznych ma być jednym z głównych czynników poprawiających wskaźniki eksportowe polskich producentów. Rynki krajów Unii Europejskiej dla polskich

przedsiębiorców, mimo wysokiej przewidywalności i bezpieczeństwa, stają się coraz bardziej „zatłoczone”. Z kolei rynki pozaeuropejskie charakteryzują się mniejszą konkurencyjnością oraz możliwością osiągnięcia wysokich zysków.

Jeszcze mniejszy odsetek stanowią przedsiębiorcy, którzy podejmują zaawansowane formy międzynarodowej współpracy gospodarczej, takie jak: transfer technologii, przedsięwzięcia typu joint venture czy wspólne projekty badawczo-rozwojowe. Na niskim poziomie pozostaje zaangażowanie polskich MŚP w projekty B+R finansowane ze środków zagranicznych, jak również udział polskich przedsiębiorców w zagranicznych zamówieniach publicznych, w tym zamówieniach składanych przez organizacje międzynarodowe i zamówieniach o charakterze komercyjnym.

Według danych WTO Polska zajęła w 2016 roku 23 miejsce na liście światowych eksporterów (24 w 2015 roku), dostarczając 1,2% światowego eksportu (wartość polskiego eksportu wyniosła 188 mld USD), a na liście światowych eksporterów usług znalazła się na 27 pozycji z wartością eksportu usług rzędu 43 mld USD (0,9% udziału w światowym eksporcie). Z kolei wartość polskiego eksportu do krajów Unii Europejskiej w I kwartale 2017 r. stanowiła 88,08% jego wartości ogółem. Powyższe wskazuje na silną koncentrację polskich przedsiębiorców na rynku europejskim, przez co nie wykorzystują oni w pełni szans rozwoju działalności eksportowej na rynkach pozaunijnych, w szczególności szybko rosnących rynkach pozaeuropejskich.

Jakkolwiek wartość polskiego eksportu wzrastała w ostatnich latach, a polscy przedsiębiorcy mają już silną, ugruntowaną pozycję na rynkach europejskich, to mając na względzie zmienność otoczenia, zarówno politycznego jak i makroekonomicznego, powinni oni poszukiwać nowych rynków, gdzie chłonność importowa jest znacznie większa, jak również podejmować działania służące pozyskiwaniu inwestorów i rozwojowi działalności B+R oraz angażować się w procesy transferu technologii.

Niezbędna jest zatem intensyfikacja pomocy dla sektora MŚP w zakresie wsparcia w nawiązywaniu współpracy handlowej i biznesowej polskich przedsiębiorstw na rynkach pozaunijnych, w tym w szczególności pozaeuropejskich. Wsparcie to powinno obejmować pomoc ekspercką w zakresie dostosowania zarówno modelu biznesowego firmy, produktu/usługi/technologii, jak i na dalszych etapach strategii ekspansji, do specyfiki nowych rynków, ale również powinno obejmować wsparcie doradcze w zakresie wprowadzenia w otoczenie biznesowo-inwestycyjne, charakterystyczne dla danego rynku.

W efekcie przedsiębiorcy otrzymają korzyści z dywersyfikacji źródeł przychodów, możliwość pozyskiwania najnowocześniejszych technologii i metod produkcji dzięki współpracy z zagranicznymi partnerami lub dzięki inwestycjom na rynkach zagranicznych, w celu dalszego rozwijania oferowanych produktów i usług.

3. Grantobiorcy

Zgodnie z przyjętymi założeniami III Osi priorytetowej PO IR, celem poddziałania 3.3.1 jest przyspieszenie rozwoju polskich mikro, małych i średnich przedsiębiorstw zainteresowanych sprzedażą swoich innowacyjnych produktów i usług lub inwestycjami na rynkach zagranicznych.

Grantobiorcami w ramach Projektu są polscy mikro, mali i średni przedsiębiorcy:

- niepodlegający wykluczeniu na podstawie odrębnych przepisów,
- prowadzący działalność gospodarczą na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej,,
- dużym potencjale internacjonalizacji działalności,
- znajdujących się przynajmniej na etapie wykonania i posiadania pierwszej/podstawowej wersji produktu, usługi czy technologii gotowej do wprowadzenia na rynek,
- zainteresowani ekspansją swoich innowacyjnych produktów, usług lub technologii na rynkach zagranicznych.

W trakcie naborów przedsiębiorców do udziału w programach stosowana będzie dodatkowa punktacja na etapie oceny wniosku dla przedsiębiorców działających w obszarze Krajowych Inteligentnych Specjalizacji oraz posiadających historię i doświadczenie w prowadzeniu działalności gospodarczej na rynkach zagranicznych (m.in. posiadanie udziału eksportu – rozumianego jako sprzedaż towarów i usług na rynkach zagranicznych – w całkowitej sprzedaży nie mniejszy niż 5%).

Kryteria formalne oraz punktacja, o których mowa powyżej zostaną zawarte i doprecyzowane przez Beneficjenta w dokumentacji konkursowej.

4. Dobór rynków na których będą realizowane programy wdrażania strategii ekspansji

Wybór rynków, na których będą realizowane programy wdrażania biznesowego strategii ekspansji, determinowany jest zainteresowaniem przedsiębiorców i listą rynków priorytetowych wskazanych m.in. w opracowywanych cyklicznie analizach jak: *Identyfikacji perspektywicznych rynków pozaunijnych wskazujących branże wiodące* oraz zgodnie ze *Strategią Odpowiedzialnego Rozwoju*. Dodatkowo uruchomienie programu wdrażania strategii ekspansji uwarunkowane będzie funkcjonowaniem Zagranicznego Biura Handlowego PAIH, na określonym rynku zagranicznym oraz analizą potrzeb i oczekiwań przedsiębiorców.

Projekt zakłada realizację programów wdrażania strategii ekspansji na co najmniej 20 rynkach zagranicznych. PAIH będzie dążyć do realizacji co najmniej 3 naborów rocznie (2-etapowych), tak by zarządzać procesem ekspansji, zgodnie z założeniami i oczekiwaniami firm deklarujących wybór danego rynku docelowego. Proces internacjonalizacji firm, będzie realizowany w oparciu o kompetencje własne (Centrala oraz ZBH) oraz we współpracy z ekspertami, którzy dostarczają usługi i zapewniają kompetencje w pozostałych obszarach, Beneficjent na bieżąco będzie weryfikował listę rynków docelowych zgodnie z zapotrzebowaniem i oczekiwaniami przedsiębiorców oraz branż, które reprezentują.

Dodatkowo oceniana i weryfikowana będzie realizacja poddziałania na wybranych rynkach zagranicznych, w celu utrzymania dotychczasowych, bądź wskazania nowych rynków, na których następnie realizowane będą programy wdrażania strategii ekspansji w kolejnych latach. Zakłada się, iż w przypadku powstania oszczędności Beneficjent będzie mógł zwiększyć liczbę rund, na których realizowane będą programy wdrażania strategii ekspansji.

Ponadto Beneficjent określi na każdy rok harmonogram uruchamiania naborów wdrażania strategii ekspansji na danym rynku/grupie rynków. W przypadku braku zainteresowania ze strony przedsiębiorców udziałem w programie wdrażania na danym rynku/grupie rynków, Beneficjent będzie mógł podjąć decyzję o przeprowadzeniu zastępczego programu wdrażania na innym rynku/grupie rynków, w stosunku do którego występuje wysokie zainteresowanie ze strony przedsiębiorców.

5. Etapy realizacji Projektu

Realizacja Projektu podzielona została na następujące zadania:

Zadanie 1 – Przygotowanie i uruchomienie niezbędnego narzędzia IT służącego do realizacji, zarządzania i monitorowania efektów - Systemu Obsługi Elektronicznej (SOE).

Wdrożenie Systemu ma usprawnić działania w kontekście informacji o poszczególnych programach wdrażania strategii ekspansji, aplikowania, wystawiania wniosków o płatność, grantów, ale również walidacji/oceny ekspertów, monitorowania efektów udziału przedsiębiorców w programach wdrażania biznesowego strategii ekspansji. Dodatkowym zadaniem uzupełniającym proces informatyczny będzie zarządzanie podstroną projektową na www.pmt.paih.gov.pl, która będzie stanowiła główne źródło dostępu do aktualnych informacji o programach wdrażania strategii ekspansji, a także przedsiębiorcach, którzy wzięli udział w Programie oraz korzyściach jakie osiągnęli.

W celu zapewnienia sprawnej realizacji programów niezbędnym jest stworzenie odpowiedniej infrastruktury zapewniającej realizację tych procesów.

W ramach realizowanego Projektu Beneficjent zleci wykonawcy zewnętrznemu wybranemu zgodnie z ustawą PZP wykonanie usługi informatycznej tj. zaprojektowanie systemu obsługi elektronicznej (SOE) wraz z udzieleniem stosownych praw/licencji na użytkowanie SOE oraz utrzymanie systemu na swoim serwerze.

Zgodnie z założeniami system (SOE) powinien składać się z 2 głównych segmentów i powinien spełniać następujące oczekiwania Beneficjenta:

A. Segment dla uczestników w Projekcie.

B. Segment dla administratora/Beneficjenta do zarządzania i rozliczania Projektu.

Ad. A. Segment dla uczestników w Projekcie powinien składać się z 4 głównych części:

1. nabór wniosków i ocena uczestników wg ustalonych kryteriów w tym generator wniosków w postaci aplikacji on-line wraz z załącznikami,
2. część dot. realizacji poszczególnych etapów - zawarcie umowy z grantobiorcą (uczestnikiem Projektu) - formularze on-line wraz załącznikami,
3. część dot. rozliczenia kosztów i wysokości pomocy de minimis,
4. część dot. sprawozdawczości i ewaluacji w Projekcie.

Ad. B. Segment dla administratora do zarządzania i rozliczania Projektu - najważniejsze informacje:

1. moduł dot. zarządzania Projektem (w tym statusy poszczególnych wniosków i moduł oceny),
2. moduł finansowy (dostęp do wniosków rozliczających składanych przez grantobiorców)
3. archiwum z podziałem na poszczególne rundy i nabory,
4. dane kontaktowe do osób i instytucji zaangażowanych w realizację Projektu (w tym: wnioskodawców i grantobiorców),
5. informacja i promocja (najczęściej zadawane pytania i odpowiedzi),
6. bazy danych, wskaźniki realizacji dla całego Projektu, statystyka, wykresy, (funkcje statystyczne w systemie takie jak: liczba firm w roku uczestniczących w Projekcie z podziałem na wielkość przedsiębiorstwa, województwa, branże, rynki, liczbę kontraktów, wolumen przychodów ze sprzedaży, etc.)

Zaplanowano, aby w ramach generatora wniosków o udział w programach wdrażania strategii ekspansji wbudowana została funkcjonalność, umożliwiająca ocenę efektów udziału przedsiębiorcy w programach wdrażania do 5 lat po zakończeniu programu.

Działanie to będzie zlecone wykonawcom zewnętrznym w ramach procedury przetargowej oraz zarządzane i monitorowane przez zespół Projektu.

Zadanie 2 – Działania informacyjno - promocyjne

W ramach realizowanego Programu PO IR Działania 3.3 *Wsparcie promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych przedsiębiorstw* poddziałania 3.3.1 *Polskie Mosty Technologiczne* Beneficjent planuje realizację działań informacyjno-promocyjnych. Aby skutecznie zrealizować kampanię Beneficjent część prac zleci wykonawcom wybranych w trybie ustawy Prawo Zamówień Publicznych. Kampania promocyjno-informacyjna prowadzona będzie na rynku krajowym.

Do zadań zleconych w trybie konkurencyjnym będzie należeć:

- przygotowanie spotu reklamowego (max. 40 sek.);
- opracowanie materiałów promocyjnych np. broszur reklamowych, propozycje gadżetów reklamowych, ulotek;
- przygotowanie bannerów elektronicznych z przeznaczeniem na stronę internetową oraz media społecznościowe;
- przygotowanie podstrony internetowej;
- produkcja gadżetów reklamowych np. kalendarze, wizytówki, notesy, torby oraz dodatkowy gadżet związany z hasłem Projektu;
- spot reklamowy (max. 40 sek.) z udziałem przedsiębiorców, którzy wzięli udział w programie.
- wybór lokalizacji oraz oprawy promocyjnej na coroczną imprezę organizowaną dla innowacyjnych mikro, małych i średnich przedsiębiorstw,
- organizacja spotkań w ramach tzw. roadshow, w zakresie m.in.: catering,

Każdorazowo wykonawca będzie zobowiązany do zapewnienia wyboru rozwiązań mających pozytywny wpływ na środowisko, np. mniejsza energochłonność, zużycie wody, materiałów pochodzących z recyklingu etc. Zamawiający będzie dokonywał „zielonych zamówień”.

Do zadań Beneficjenta należeć będzie:

- pełny nadzór nad realizowanymi przez wykonawcę zewnętrznego zadaniami;
- nadzór nad scenariuszem spotu reklamowego;
- nadzór nad kampanią promocyjną;
- zarządzanie treścią dostarczanych materiałów, grafiką;
- współpraca z partnerami zewnętrznymi Beneficjenta jak i partnerami regionalnymi, instytucjami branżowymi etc., którzy będą zaangażowani w działania promocyjno-informacyjne poprzez organizację spotkań w ramach tzw. Roadshow.

Celem działania informacyjno – promocyjnego będzie dotarcie do potencjalnych odbiorców programu z informacją o możliwości udziału w programach wdrażania strategii ekspansji, zwiększenie ich świadomości nt. korzyści wynikających z udziału w programie oraz promocja Projektu w mediach ogólnokrajowych, regionalnych, takich jak: media społecznościowe, prasa.

Beneficjent będzie informował opinię publiczną o otrzymanym dofinansowaniu oraz rezultatach realizacji Projektu poprzez:

1. Oznaczenie znakiem Unii Europejskiej i znakiem Funduszy Europejskich/ Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020
 - a. Wszystkich działań informacyjno-promocyjnych dotyczących Projektu np. ulotki, broszury, publikacje, notatki prasowe, strony internetowe, mailing, materiały filmowe, materiały promocyjne, seminaria na etapie krajowym i zagranicznym,
 - b. Wszystkich dokumentów związanych z realizacją Projektu, które będą podane do wiadomości publicznej np. dokumentacja przetargowa, ogłoszenia, analizy, raporty, wzory umów, wzory wniosków,
 - c. Dokumentów i materiałów dla osób i podmiotów uczestniczących w Projekcie np. referencje, zaproszenia, materiały informacyjne, programy seminariów, prezentacje multimedialne, umowy.
2. Umieszczenie opisu Projektu na stronie internetowej.
3. Przekazywanie osobom i podmiotom uczestniczącym w Projekcie informacji, iż Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej oraz zobowiązanie grantobiorców do przekazywania informacji w takim samym zakresie.

Beneficjent sprawuje nadzór nad realizacją działań informacyjno-promocyjnych dotyczących organizacji programów wdrażania strategii ekspansji na danych rynkach.

Zadanie 3 - Organizacja i realizacja seminariów otwierających (stacjonarnych lub zdalnych) dla potencjalnych grantobiorców programu wdrażania strategii ekspansji

Cel: dotarcie do potencjalnych odbiorców programu wdrażania strategii i zachęcenie ich do uczestnictwa w programach.

Jednodniowe seminarium otwierające (stacjonarne lub zdalne) będzie organizowane przed ogłoszeniem selekcji przedsiębiorców do programu wdrażania strategii ekspansji na danym rynku/grupie rynków.

Poprzez organizację seminarium otwierającego rozpoczynającego poszczególne programy w ramach Projektu, uczestnicy zainteresowani danym rynkiem/grupą rynków uzyskają kompleksową informację na temat programu, tj. założeń i zasad udziału oraz korzyści płynących z uczestnictwa w poszczególnych etapach. Na seminariach zostaną przedstawione podstawowe informacje na temat uwarunkowań i specyfiki prowadzenia działalności oraz podejmowania współpracy gospodarczej na rynkach docelowych poprzez: przedstawienie informacji o rynku, możliwościach ekspansji, wstępne konsultacje z ekspertami. Seminaria otwierające będą organizowane każdorazowo przed uruchamianiem każdego naboru.

Aby wziąć udział w seminarium, uczestnicy będą zobowiązani do zarejestrowania się na platformie SOE umożliwiającej uczestnictwo firmom spełniającym formalne kryteria udziału w Programie.

Przedsiębiorcy będą mogli wskazać swoje oczekiwania, przedstawiając obszary z zakresu umiędzynarodowienia na danym rynku docelowym, zakres pożądanych usług eksperckich oraz reprezentowane branże.

Przedsiębiorca, który weźmie udział w seminarium, nie musi decydować się na udział w programie

wdrażania strategii ekspansji.

Spełnienie kryteriów weryfikowane będzie poprzez odpowiednie zakładki w formularzu rejestracyjnym, zawartym w SOE. Niespełnienie któregośkolwiek z kryteriów uniemożliwi skuteczną rejestrację na seminarium otwierające. Zgodnie z założeniami, do udziału w seminarium zostanie zakwalifikowana grupa około 120 przedsiębiorców. Ze względu na ograniczoną liczbę miejsc o udziale decydować będzie kolejność zgłoszeń.

Uczestnictwo będzie dla przedsiębiorców nieodpłatne.

Zadanie 4 – Przygotowanie, realizacja i rozliczenie procesu naboru, selekcji i uczestnictwa przedsiębiorców w poszczególnych etapach Projektu.

I. Przygotowanie do realizacji poszczególnych etapów Projektu

W ramach realizowanego Projektu Beneficjent wykorzysta kompetencje Agencji, tj. doświadczenie i wiedzę ekspercką pracowników PAIH zarówno na etapie krajowym i zagranicznym Programu. **Dodatkowo, zleci część usług eksperckich wykonawcy zewnętrznemu w trybie konkurencyjnym.**

Niezbędnym elementem zapewniającym efektywność programów będzie zapewnienie ekspertów dla poszczególnych rynków zagranicznych lub grup rynków.

Beneficjent zleci, w trybach zgodnych z ustawą pzp, wykonawcy zewnętrznemu zapewnienie części usług eksperckich w następującym zakresie:

- na poziomie *oceny merytorycznej wniosków* grantobiorców aplikujących do programu, - na poziomie *bezpośredniego świadczenia usług eksperckich* w ramach poszczególnych obszarów podczas krajowego warsztatu przygotowawczego, - na poziomie *oceny przygotowanych strategii ekspansji i umiejętności przeprowadzenia prezentacji* (aplikacja do etapu zagranicznego).

Wybrani eksperci, w zakresie oceny merytorycznej wniosków, powinni posiadać m.in:

- doświadczenie w merytorycznej ocenie wniosków o dofinansowanie projektów o charakterze innowacyjnym, w tym m.in. o udział w programie we wskazanych rynkach i/lub branżach oraz określaniu potencjału rozwoju firm i innowacyjności produktu, usługi lub technologii, portfolio potwierdzające zakres specjalizacji rynkowej, w tym m.in. doświadczenie biznesowe w sprzedaży bezpośredniej produktów lub usług lub technologii na wymaganych rynkach zagranicznych, doświadczenie we współpracy z firmami/instytucjami/partnerami we wskazanym zakresie w kontekście innowacji oraz procesie ekspansji korespondujące z potrzebami przedsiębiorców biorących udział w krajowym warsztacie przygotowawczym.

Grantobiorcom w zakresie *bezpośredniego świadczenia usług eksperckich* biorącym udział w programie zostaną zapewnione usługi w celu stworzenia strategii ekspansji w obszarach tematycznych m.in. takich jak:

- weryfikacja stosowanych dotychczas modeli biznesowych,
- analizy rynku docelowego w odniesieniu do konkurencyjności czy analizy rynku konsumentów, opłacalności wdrożenia strategii ekspansji, a także planowanie dalszego rozwoju oferowanych produktów, usług lub technologii m.in. w oparciu o model Canvas czy inne modele biznesowe zaproponowane przez ekspertów,
- doradztwo w zakresie rozpoczęcia współpracy z miejscowymi firmami i/lub organizacjami publicznymi, transfer technologii lub know-how, nawiązanie współpracy w zakresie B+R,
- możliwości pozyskania potencjalnych klientów i inwestorów,
- zbadanie możliwości przeprowadzenia bezpośredniej inwestycji na danym rynku docelowym,
- marketing, prawo, księgowość, finanse, walidacja produktu, przygotowanie oferty, poszukiwanie partnerów gospodarczych,
- analiz SWOT dla danego rynku docelowego,
- ochrony własności intelektualnej,
- instrumentów marketingowych i sposobu docierania do klientów w kontekście prowadzenia działalności na danym rynku,
- kultura biznesu, uwarunkowania społeczne i geopolityczne.

Przykładowa metodologia mogąca być punktem wyjścia do zbudowania strategii ekspansji zawiera ogólne założenia takie jak:

1. Opis celów przedsiębiorstwa i zasobów niezbędnych do ich realizacji	• cele strategiczne przedsiębiorstwa • cele planowanej ekspansji zagranicznej • kluczowe zasoby i przewagi konkurencyjne przedsiębiorstwa • stopień umiędzynarodowienia • specyfika asortymentu przedsiębiorstwa • odpowiednie zasoby ludzkie
2. Opis produktu/usług/technologii, z którą firma planuje wejść na dany rynek zagraniczny	• wskazanie, jaką nową (innowacyjną) użyteczną wartość daje konsumentowi dany produkt/ usługa/technologia • pozycjonowanie produktu na danym rynku i regionie świata, kluczowe działania do wytworzenia i dostarczenia wartości • opis w jaki sposób dany produkt lub usługa odróżnia się od propozycji konkurencji i jakie są możliwości wdrożenia produktu/usługi/technologii • decyzje dotyczące produktu - określenie specyfiki produktu/usługi/technologii (czy ma być lokalny czy globalny; czy każdorazowo dostosowany do indywidualnych potrzeb nabywców danego rynku) • ustalenie cech opakowania produktu, jeśli dotyczy • kształtowanie znaku firmowego/marki lub współpraca pod tzw. „marką własną” (kreowanie marki) • usługi związane z produktem i gwarancje
3. Opis rynku docelowego i jego charakterystyka	• charakterystyka branży + ew. warunki polityczne i prawno-administracyjne + wyzwania i różnice kulturowe • analiza rynku konsumenckiego i potencjalnych konkurentów już działających na rynku oferujących podobny produkt/ usługę/technologię • wielkość, dynamika i potencjał rynku docelowego • przyszłość rynku, konkurencji oraz na tym tle rozwój produktu/ usługi / technologii • profil klienta(kupcy/nabywcy) oraz jaki problem rozwiązuje/co ułatwia wdrożenie produktu/ usługi/ technologii • sposoby budowania relacji z klientami (propozycje) • przewaga konkurencyjna przedsiębiorstwa wchodzącego na rynek oraz możliwości zdobycia tej przewagi • kluczowi partnerzy biznesowi
4. Określenie form wejścia na rynek zagraniczny i wybór formy odpowiedniej dla danego przedsiębiorstwa	• rodzaje kanałów dystrybucji (sposoby dotarcia i komunikacji) i metody ekspansji (np. bezpośrednia działalność z kraju, praca z agentem zagranicznym (trading company),

	licencjonowanie, produkcja na zamówienie (<i>Contract Manufacturing</i>), umowa o zarządzanie (<i>Management Contract</i>), wspólne przedsięwzięcie (<i>Joint Venture</i>), filia zagraniczna
5. Analiza kosztów i przychodów	• model uzyskiwania przychodów i rozliczeń (koszty) • realizacja planu finansowego i jego optymalizacja z uwzględnieniem kwoty grantu przeznaczonej na ekspansję
6. Plan wdrożenia	• harmonogram wdrażania
7. Ryzyka i szanse	• określenie ryzyk i szans ekspansji oraz jak skutecznie zarządzić tym procesem (np. z działań formalno-operacyjnych: wymagane pozwolenia, przepisy celne, przepisy lokalnego prawa podatkowego i VAT (i innych ważnych związanych z eksportem produktów bariery w obrocie międzynarodowym))

Za nawiązanie współpracy i wypracowanie listy ekspertów każdorazowo przydzielanych do oceny merytorycznej wniosków dla danego naboru, a także za zapewnienie odpowiedniej jakości usług eksperckich, odpowiedzialny będzie wykonawca zewnętrzny w porozumieniu z Beneficjentem. Wykonawca będzie również zobowiązany do zapewnienia udziału ekspertów na podstawie określonych potrzeb grantobiorców.

Każdorazowo wykonawca będzie zobowiązany do zapewnienia wyboru rozwiązań mających pozytywny wpływ na środowisko, np. mniejsza energochłonność, zużycie wody, materiałów pochodzących z recyklingu etc. Zamawiający będzie dokonywał „zielonych zamówień”.

II. Realizacja i rozliczenie procesu naboru, selekcji i uczestnictwa przedsiębiorców w poszczególnych etapach Projektu

Program ekspansji będzie realizowany w dwóch etapach:

1. tzw. Etap krajowy - **krajowy warsztat przygotowawczy (stacjonarny lub zdalny)** - trwający do 3 dni oraz pakiet indywidualnych konsultacji z ekspertem po zakończeniu warsztatu celem wypracowania strategii ekspansji na dany rynek,
2. tzw. Etap zagraniczny - **zagraniczny program wdrażania strategii ekspansji** – obejmuje weryfikację stworzonej strategii ekspansji dotyczącej rynku docelowego przy organizacyjnym i merytorycznym wsparciu ZBH/PAIH. Okres realizacji Projektu/przedsięwzięcia zgłoszonego przez Wnioskodawcę w konkursie rozpoczyna się w następnym dniu po dniu złożenia wniosku o powierzenie grantu i kończy się po upływie 9 miesięcy, licząc od dnia zakończenia organizowanego przez Agencję specjalistycznego krajowego warsztatu. Okres realizacji Projektu w uzasadnionych przypadkach, spowodowanych przez zdarzenia, które są nieprzewidywalne lub których nie można było uniknąć, może zostać wydłużony.

Ad. 1)

Po zakończeniu seminarium otwierającego nastąpi nabór przedsiębiorców (z wykorzystaniem SOE) do programu i selekcja grantobiorców.

Celem selekcji jest weryfikacja formalna dokonywana przez pracowników Beneficjenta oraz ocena merytoryczna zapewniona przez panel ekspertów. Obydwie oceny pozwolą zakwalifikować przedsiębiorców posiadających innowacyjne produkty/usługi/technologie do udziału w krajowym warsztacie przygotowawczym, jak również ocenić czy produkt, usługa, technologia może znaleźć kanały zbytu na danym rynku.

Przedsiębiorca otrzyma informację na temat zasad i terminów oceny wniosków oraz kryteriów formalnych i merytorycznych podczas seminarium otwierającego. Informacje w tym zakresie będą również znajdować się w dokumentacji konkursowej.

Przedsiębiorcy zainteresowani uczestnictwem w programie zostaną zobowiązani do składania na platformie/systemie SOE wniosków zawierających opis profilu działalności ze szczegółowym opisem produktu/usługi/technologii, które zamierzają rozwijać i /lub oferować na rynkach docelowych. Konieczne będzie również przedstawienie pomysłu (załączek biznes planu) i celu udziału w programie wraz ze wskazaniem kierunku ekspansji jak i oczekiwań odnośnie tematyki/obszarów niezbędnych w procesie internacjonalizacji oraz zakresu planowanej współpracy z partnerami/przedsiębiorcami zagranicznymi. Dodatkowo, przedsiębiorca określi zapotrzebowanie na środki finansowe w zakresie etapu zagranicznego. Beneficjent zakłada wypłacanie grantobiorcom grantów na etapie zagranicznym.

Pod uwagę będą również brane aspekty proponowanego sposobu wejścia na dany rynek, doświadczenia eksportowego oraz potencjału ludzkiego (zasób kadrowy) gotowego do realizacji procesu ekspansji.

Wnioski zostaną ocenione przez panel ekspertów, składający się z: przedstawicieli Beneficjenta, oraz ekspertów zapewnionych przez wykonawcę zewnętrznego wyłonionego przez Beneficjenta w trybie konkurencyjnym. Dopuszcza się możliwość udziału w roli obserwatora innych kluczowych interesariuszy. Zadaniem ekspertów będzie zakwalifikowanie przedsiębiorców do udziału w programie. Warunkiem dopuszczenia do udziału będzie uzyskanie wysokiej liczby punktów w procesie oceny złożonego przez uczestnika wniosku. Ocena wniosku warunkowana będzie spełnieniem kryteriów formalnych i merytorycznych.

Przedsiębiorstwa spełniające kryteria formalne to przede wszystkim:

- MŚP,
- nie podlegające wykluczeniu na podstawie odrębnych przepisów,
- zainteresowane sprzedażą swoich innowacyjnych produktów, usług lub technologii na rynkach zagranicznych lub inwestycją na danym rynku,
- kwalifikujące się do otrzymania pomocy de minimis zgodnie z przepisami rozporządzenia Komisji (WE) nr 1407/2013 z dnia 18 grudnia 2013 r. w sprawie stosowania art. 107 i 108 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej do pomocy de minimis.

Przedsiębiorstwa spełniające kryteria merytoryczne powinny wykazać m.in.:

- duży potencjał internacjonalizacji działalności,
- innowacyjność produktu/usługi/technologii,
- dostosowanie produktu do potrzeb rynku docelowego,
- potencjalne zapotrzebowanie na produkt/usługę/technologię na wybranym rynku, potencjał rynkowy i ryzyko biznesowe,
- potencjał wnioskodawcy do szybkiego wzrostu w zakresie wielkości: przychodów, zatrudnienia,
- działalność w obszarach Krajowych Inteligentnych Specjalizacji.

Beneficjent doprecyzuje odpowiednie zapisy dotyczące kryteriów i procesu oceny w dokumentacji konkursowej, w tym wagi kryteriów merytorycznych.

Zakłada się przeprowadzenie co najmniej 3 naborów rocznie, a w każdym z nich zakwalifikowanych zostanie średnio 50 przedsiębiorców, jednak liczbę tę, za zgodą IZ, można zwiększyć w zależności od liczby złożonych wniosków o powierzenie grantu oraz od oceny przez PAIH projektów (uzyskaną punktacją złożonych wniosków). W przypadku zwiększonego zainteresowania przedsiębiorców dopuszcza się również realizację większej liczby naborów.

Po zakończonej ocenie każdy wnioskodawca otrzyma informację dot. rekomendacji (lub jej braku) do otrzymania wsparcia w ramach Projektu.

Po zakwalifikowaniu się do udziału w programie, przedsiębiorcy wezmą udział w etapie krajowym: w grupowych panelach wykładowych pogłębiających wiedzę o danym rynku, jak i w indywidualnych konsultacjach z ekspertami. Celem organizacji warsztatów jest stworzenie przez każdego uczestnika

strategii ekspansji dla swojej firmy na wybrany rynek zagraniczny, a także przygotowanie się do etapu zagranicznego realizowanego w wybranym państwie, na terenie którego działa Zagraniczne Biuro Handlowe (ZBH) Agencji.

Tematyka warsztatów i – co za tym idzie – stworzona strategia ekspansji ma być punktem wyjścia dla grantobiorców i obejmować będzie szereg zagadnień zleconych wykonawcy w ramach *bezpośredniego świadczenia usług eksperckich*, wymienionych w części I Zadania 4.

Tzw. Etap krajowy zakończy się panelem ekspertów (stacjonarnym lub zdalnym), podczas którego dokonana zostanie weryfikacja stworzonych przez grantobiorców strategii ekspansji celem wzięcia udziału w etapie zagranicznym. Dodatkowo, będzie oceniana umiejętność przeprowadzenia prezentacji strategii ekspansji i planów jej wdrożenia na danym rynku.

Celem weryfikacji przed etapem zagranicznym jest przekonanie ekspertów, że zbudowana przez firmę strategia ekspansji na dany rynek uzasadnia obecność przedsiębiorcy na tym rynku. Uczestnicy zobowiązani będą do złożenia na platformie elektronicznej SOE zbudowanej strategii ekspansji. Co istotne, do etapu zagranicznego mogą zakwalifikować się wszyscy grantobiorcy biorący udział w etapie krajowym.

Grantobiorca otrzyma w etapie krajowym bezgotówkowe wsparcie w wysokości 100% kosztów organizacji etapu, w tym zakwaterowania oraz kosztów usług świadczonych przez ekspertów, w tym tłumaczy, ale nie więcej niż 50 tys. PLN. Koszty podróży każdy uczestnik krajowego warsztatu przygotowawczego pokrywa we własnym zakresie.

Szczegółowe zasady dotyczące rozliczenia etapu krajowego zostaną uregulowane w dokumentacji konkursowej oraz w umowach zawieranych z grantobiorcami. Beneficjent zakłada, że każdy z przedsiębiorców na tym etapie otrzyma wsparcie eksperckie do wartości nie większej niż 50 tys. PLN.

Ad. 2)

Tzw. Etap zagraniczny będzie polegał na wdrażaniu założeń strategii ekspansji. Przedsiębiorcy będą mieli możliwość indywidualnego korzystania w okresie realizacji Projektu z usług ekspertów w celu dalszego zweryfikowania i wdrażania strategii ekspansji, pozyskiwania wiedzy na potrzeby umacniania pozycji rynkowej, poszukiwania inwestorów zewnętrznych, komercjalizacji wyników prac badawczych, transferu technologii, etc. Okres realizacji Projektu/przedsięwzięcia zgłoszonego przez Wnioskodawcę w konkursie rozpoczyna się w następnym dniu po dniu złożenia wniosku o powierzenie grantu i kończy się po upływie 9 miesięcy, licząc od dnia zakończenia organizowanego przez Agencję specjalistycznego krajowego warsztatu.

Grantobiorcy będą realizowali program ze wsparciem merytorycznym pracowników Centrali oraz ZBH/PAIH. Przedsiębiorcy otrzymają grant na weryfikację i walidację zbudowanej strategii ekspansji na danym rynku, z przeznaczeniem m.in. na zakup usług: doradczych i eksperckich w oparciu o przygotowany przez Beneficjenta katalog wydatków kwalifikowanych.

Beneficjent wykorzysta kompetencje, tj. wiedzę ekspercką pracowników Centrali oraz ZBH/PAIH w ramach realizacji etapu zagranicznego. Planuje się, że gros usług, na które grantobiorca otrzyma grant, zostanie zapewniona przez zewnętrznych wykonawców wybranych w ramach trybu konkurencyjnego. Obowiązek dochowania ww. trybu będzie spoczywał na grantobiorcy.

Przedsiębiorcy podczas składania wniosku w SOE (procedura składania została opisana wcześniej) określą zapotrzebowanie na środki finansowe przekazywane grantem w ramach etapu zagranicznego do ustalonego odgórnie limitu. W trakcie trwania programu przedsiębiorcy ustalają, jaką część zadań wykonują podczas pobytu w kraju docelowym, a jaką część zdalnie przed i po jego zakończeniu. Do decyzji grantobiorcy pozostaje, czy ww. zadania zostaną zlecone podmiotowi zagranicznemu, czy krajowemu.

Zakłada się, że wybrani uczestnicy części zagranicznej otrzymają pakiet wsparcia merytorycznego od pracowników Centrali oraz ZBH/PAIH. Grantobiorcy będą mogli brać udział w zorganizowanych przez Centralę oraz ZBH/PAIH inicjatywach takich jak np.:

- sesje prezentacyjne (pitch sessions) dla potencjalnych partnerów biznesowych,
- spotkania biznesowe typu B2B i B2C (zarówno z potencjalnymi klientami, jak i inwestorami),
- spotkania networkingowe organizowane przez organizacje otoczenia biznesu,
- branżowe wizyty studyjne.

Grantobiorcy w ramach tego etapu będą mogli również korzystać z udostępnionej przez ZBH/PAIH przestrzeni biurowej, w tym z urządzeń biurowych (komputer, faks, drukarka, Internet), sali konferencyjnej, a także asysty i wsparcia merytorycznego pracownika Biura. Opiekę organizacyjną i merytoryczną nad przedsiębiorcami podczas ich pobytu zagranicznego sprawuje pracownik Centrali we współpracy z ZBH.

Beneficjent zakłada koszty usług eksperckich Centrali oraz ZBH/PAIH w wysokości 10 tys. PLN dla jednego grantobiorcy. Kwota ta zostanie rozliczona w formie bezgotówkowej.

W związku z powyższym, koszt całego etapu zagranicznego – łącznie z otrzymanym grantem w formie gotówkowej (120 tys. PLN) – wyniesie maksymalnie do 130 tys. PLN dla jednego grantobiorcy.

Wdrażanie przez Agencję Projektu Polskie Mosty Technologiczne, zakłada również budowę i rozwój kompetencji pracowników PAIH oraz zdolności administracyjnych samej Agencji na podstawie zdobytych doświadczeń. Celem tego przedsięwzięcia jest wypracowanie standardów dostarczania usług przez Agencję, które przełożą się na realizację statutowych zadań Agencji. Potrzeby kompetencyjne i administracyjne zostaną zidentyfikowane, a następnie zostanie to przełożone na szereg działań o charakterze miękkim (np. szkolenia profilowane, zyskanie certyfikatów i potwierdzeń kwalifikacji) oraz materialnym (np. uzyskanie dostępów do baz danych, zakup raportów i analiz). Docelowo w ramach Projektu zostanie pogłębiona i utrwalona kompetencja Agencji do świadczenia najwyższej jakości usług doradczych w obszarze wspierania eksportu i inwestycji.

Zadanie 5 - Koszty obsługi Projektu i koordynacji oraz nadzoru nad realizowanymi zadaniami ponoszone przez Beneficjenta.

Beneficjent w ramach Projektu będzie ponosił koszty obsługi oraz koordynacji i zapewnienia prawidłowości realizowanych w ramach Projektu zadań. Ww. koszty zostaną wyszczególnione w katalogu wypracowanym w porozumieniu z IZ, a ich wyliczenie stanowi załącznik nr 2 do niniejszego wniosku.

17. Wykorzystanie doświadczeń z realizacji pilotażu w PO IG

Projekt Polskie Mosty Technologiczne został opracowany na podstawie doświadczeń wynikających z realizacji pilotażowego programu Polski Most Krzemowy (Poddziałanie 6.2.1 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013). Działanie to było realizowane przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości w partnerstwie z Wydziałem Promocji Handlu i Inwestycji Ambasady Rzeczypospolitej Polskiej w Waszyngtonie.

Poniżej znajdują się wyniki monitoringu Polskiego Mostu Krzemowego, który został przeprowadzony wśród 31 przedsiębiorców.

W ramach Projektu:

1. Zawarto 37 umów gospodarczych o łącznej wartości ponad 4,5 mln zł, w tym 24 umowy z kontrahentami z rynku amerykańskiego;
2. Największą grupę umów stanowiły umowy sprzedaży i dystrybucji produktów/usług, umowy na prowadzenie prac badawczo-rozwojowych dla klientów zagranicznych.

Do kluczowych rezultatów osiągniętych w wyniku realizacji indywidualnych programów akceleracji w ramach Polskiego Mostu Krzemowego należały:

1. Nawiązanie 853 kontraktów z potencjalnymi klientami, 37 kontaktów z partnerami biznesowymi, 64 kontakty z inwestorami, 3 kontakty z doradcami clean tech;
2. Przygotowanie przedsiębiorców do pozyskania inwestora, w szczególności w zakresie wypracowania strategii pozyskiwania inwestora, prowadzenie rozmów z inwestorami, przygotowanie dokumentów dla inwestora;
3. Rozpoznanie rynku w tym: potencjalnych klientów oraz zidentyfikowanie konkurencji;

4. Weryfikacja całkowita lub częściowa zmiana strategii marketingowej;
5. Pomoc prawna w obszarze ochrony własności intelektualnej (w tym: certyfikacja, rejestracja patentu/znaku towarowego w USA).

Zindywidualizowany charakter usług niewątpliwie przełożył się na wyniki osiągnięte przez przedsiębiorców w ramach programu Polski Most Krzemowy. Zakres świadczonych usług obejmował wsparcie w zakresie pozyskiwania partnerów i budowania relacji z klientem i/lub inwestorem oraz budowania strategii wejścia na rynek USA (w tym: zmiana strategii marketingowej przedsiębiorstwa, dostosowanie modelu biznesowego do realiów rynku amerykańskiego, pozycjonowanie produktu, skalowanie firmy, dostosowanie produktu do potrzeb klienta).

Realizacja projektu zakończyła się przeprowadzeniem badania ewaluacyjnego ex-post w grudniu 2015. Wnioski badania zostały uwzględnione w Projekcie Polskie Mosty Technologiczne. Oba projekty w swoich założeniach oraz strukturze są podobne. Pod względem zasięgu geograficznego Projekt Polskie Mosty Technologiczne został rozszerzony o rynki pozaunijne, istotne z punktu widzenia małych i średnich przedsiębiorstw, o zasięg branżowy, w którym nie wprowadzono listy sektorów, z których przedsiębiorcy będą mogli wziąć udział w Projekcie oraz o zintensyfikowane wsparcie eksperckie świadczone przez Zagraniczne Biura Handlowe Agencji.

W porównaniu z projektem pilotażowym PO IG, w PMT wprowadzono następujące zmiany:

1. szkolenie wprowadzające o charakterze obowiązkowym zastąpiono seminarium otwierającym, mającym na celu wprowadzenie przedsiębiorców do założeń realizacji Projektu oraz korzyści wynikających z uczestnictwa. Charakter organizacji części krajowej został zmieniony poprzez wydłużenie jego czasu trwania na indywidualne/warsztatowe prace przedsiębiorców z ekspertami,
2. zwiększono kwotę udzielanego wsparcia jako pomoc de minimis,
3. zrezygnowano z kryterium ograniczającego dostęp do udziału w Projekcie dla firm prowadzących działalność dłużej niż 10 lat. Kryterium to ograniczało dostęp do projektu firmom o dużym potencjale,
4. w odniesieniu do procesu ubiegania się o udział w Projekcie oraz zakwalifikowania do udziału zastosowane zostały kryteria selekcji mające na celu wybór najlepiej przygotowanych do ekspansji zagranicznej firm. Odbiorcami ostatecznymi procesu będą przedsiębiorstwa z sektora MŚP znajdujące się przynajmniej na etapie wykonania produktu lub usługi,
5. wnioskodawcy będą oceniani na podstawie wypracowanej podczas etapu krajowego strategii ekspansji. Strategia powinna zawierać informacje dotyczące m.in: potencjalnych odbiorców, promocji oraz wyceny produktu/usługi/technologii. Plan ekspansji przedsiębiorstwa opierać się będzie m.in. na modelu Canvas.

Zainteresowanie wśród przedsiębiorców pilotażowym programem Polski Most Krzemowy wskazuje na zasadność kontynuowania takiego modelu wsparcia polskich przedsiębiorców.

Słuszność w realizacji programów skierowanych do mikro, małych i średnich przedsiębiorstw wskazuje również program GO_GLOBAL.PL, realizowany przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju, którego celem było wsparcie i zwiększenie skali komercjalizacji wyników badań i prac rozwojowych realizowanych przez innowacyjne mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa działające w sektorze wysokiej i średnio-wysokiej technologii. Program GO_GLOBAL.PL zakładał wsparcie na poziomie opracowania i wstępnej weryfikacji strategii przejścia z rynku lokalnego na rynki światowe, w szczególności na działania z zakresu:

1. opracowania strategii internacjonalizacji, biznesplanu lub programu rozwoju innowacyjnej firmy, analizy rynków międzynarodowych, w tym zakupów specjalistycznych raportów badania rynków;
2. wymogów prawnych i kulturowych rynku, zarządzania własnością intelektualną, przygotowania oferty do negocjacji,
3. identyfikacji kluczowych klientów/partnerów biznesowych,

4. współpracy z zagranicznymi doradcami biznesowymi ds. rozwoju rynków innowacyjnych w zakresie nawiązywania kontaktów, fine-tuningu strategii rynkowej oraz przygotowywaniu taktyki wejścia na rynek,
5. warsztatów z udziałem potencjalnych inwestorów finansowych,
6. profesjonalnej wyceny oferty przez VC,
7. rozpoczęcia współpracy z partnerami zagranicznymi w zakresie B+R lub produkcji.

Innowacyjny instrument wsparcia młodych i ambitnych polskich firm komercjalizujących wyniki prac B+R w zakresie zaawansowanych technologii w różnych sektorach gospodarki spotkał się z bardzo dobrym przyjęciem. Ponadto sygnały płynące od zagranicznych instytucji tworzących międzynarodowe ekosystemy wspierania innowacyjnych firm z sektora wysokiej i średniowysokiej techniki skłaniają do uznania, że zaproponowane przedsięwzięcie GO_GLOBAL.PL pozytywnie wpłynęło na szanse osiągnięcia sukcesu przez polskie firmy w ich dalszym rozwoju poprzez otwarcie się na rynki globalne.

Poniżej przedstawione zostały wyniki analizy realizacji projektu pilotażowego GO_GLOBAL.PL:

1. ponad 80% beneficjentów udało się znaleźć przynajmniej jednego partnera biznesowego na rynkach zagranicznych,
2. co piąty beneficjent otworzył biuro lub przedstawicielstwo na rynku zagranicznym w wyniku realizacji projektu,
3. co czwarty beneficjent odnotował bezpośredni wpływ realizowanego projektu na wzrost sprzedaży oferowanych produktów lub usług,
4. 15% beneficjentów udało się w ramach trwającego projektu pozyskać inwestora finansowego.

Pozytywne efekty przedsięwzięcia GO_GLOBAL.PL motywują do dalszych działań ukierunkowanych na budowanie przez polskich innowatorów potrzebnych im kompetencji oraz umożliwienie lepszego przygotowania do ekspansji globalnej.

Biorąc pod uwagę powyższe, zasadnym jest, aby realizacja Projektu PMT bazowała na metodach i doświadczeniu wypracowanego modelu działania w procesie wspierania ekspansji zagranicznej przedsiębiorstw. Projekt PMT będzie się różnił od programu GO_GLOBAL.PL przede wszystkim zaangażowaniem zarówno pracowników Centrali Agencji jak i Zagranicznych Biur w proces wsparcia wejścia na dany rynek.

18. Projekt odpowiada na zidentyfikowane potrzeby/ problemy przedsiębiorców

Polska gospodarka wyróżnia się na tle innych krajów europejskich wyjątkową dynamiką wzrostu, oraz stabilnością. Jako jedyna uniknęła recesji, a średni dochód na mieszkańca ulega systematycznemu zwiększeniu. Według Międzynarodowego Funduszu Walutowego polska gospodarka rozwijała się w 2016 roku w tempie 2,8% tj. znacznie szybciej niż wyniosło średnie tempo wzrostu w strefie euro i całej Unii Europejskiej (odpowiednio 1,7 i 1,9%). Prognoza wzrostu polskiego PKB na 2017 rok wynosi 3,4% wobec 1,5% w strefie euro.

Jedną z cech charakterystycznych dla współczesnych gospodarek, w tym także gospodarki polskiej, jest szybko rozwijający się proces ich umiędzynarodowienia. Główne motywy umiędzynarodowienia podmiotów gospodarczych to poszukiwanie nowych rynków zbytu oraz zasobów, chęć zwiększenia swojej efektywności, a także pozyskiwanie aktywów lub zdolności, które będą strategiczne dla dalszej działalności podmiotów. Poziom umiędzynarodowienia polskiej gospodarki zgodnie z danymi Eurostatu przewyższa już średnią dla krajów Unii Europejskiej. Umiędzynarodowienie polskich firm rośnie powoli, ale stabilnie. Odsetek firm prowadzących działalność eksportową w zakresie wyrobów na przestrzeni lat 2008-2015 wykazuje - pomimo wahań - trend wzrostowy (z 3,3% do 4,4%). W latach 2010-2015 eksport przeciętnego polskiego eksportera wyrobów rósł dynamicznie, podobnie jak eksportera usług. od momentu wejścia Polski do Unii Europejskiej polski eksport zwiększył się ponad trzykrotnie z niespełna 60 mld EUR (2004 rok) do 185 mld EUR (2016 r.). Według najnowszych danych GUS: w okresie styczeń – wrzesień 2017 roku nadwyżka w handlu zagranicznym w 2017 roku wyniosła 1.860,6 mln euro (eksport 149.633,8 mln EUR). Analitycy z PKO Banku Polskiego przewidują, że w 2017 roku polski eksport wzrośnie do rekordowych

200 mld EUR, a do 2020 roku wolumen eksportu zwiększy się o 29% wobec 2016 roku i osiągnie prawie 293 mld EUR.

Rozwój polskiej gospodarki w tak dynamicznym tempie, korzystne warunki geopolityczne, ciągły napływ inwestycji do naszego kraju, coraz większe otwarcie się na rynki zagraniczne, nie tylko europejskie, ale także pozostałe rynki światowe (głównie azjatyckie, amerykańskie, afrykańskie) oraz większa rozpoznawalność Polski i polskich produktów stawia przed polskimi przedsiębiorcami nowe możliwości i ścieżki rozwoju.

Konsekwencją takiego stanu rzeczy jest zmiana podejścia i myślenia polskich przedsiębiorców o biznesie. Zaczęli oni dostrzegać nowe możliwości, jakie stoją przed nimi i jakie stwarzają im światowe rynki, ale też coraz dojrzalej i wnikliwiej zaczęli zdawać sobie sprawę, iż bez własnego wysiłku i pracy, a także inwestycji we własne przedsiębiorstwo, za kilka lat mogą stanąć przed zagrożeniem utraty pozycji, jaką wypracowali. Projekt Polskie Mosty Technologiczne wychodzi naprzeciw oczekiwaniom i potrzebom polskich przedsiębiorców, którzy są coraz bardziej świadomi zapotrzebowania i wyzwań, jakie nakreśla im rozwijający się rynek europejski i światowy.

Nieuniknionym krokiem dla polskich firm, a zarazem wymaganiami jakie stawiają przed polską gospodarką zagraniczne rynki, jest inwestycja w innowacyjność, świadomość zapotrzebowania na nią, a także nakłady pracy, jakie należy pokryć, aby ją uzyskać. Aktywne wdrażanie innowacji w kraju, czy to na poziomie samodzielnego przedsiębiorcy, czy też na szerszym poziomie współpracy z instytucjami czy partnerami, jest przyszłością i kluczem do utrzymania obecnej pozycji polskiej gospodarki, polepszenia kondycji polskich przedsiębiorstw i wzrostu konkurencyjności wyrobów, produktów czy usług krajowych w stosunku do konkurentów z innych krajów.

Polskie przedsiębiorstwa radzą sobie coraz lepiej na arenie międzynarodowej. W tegorocznej 18. edycji rankingu najszybciej rozwijających się firm technologicznie innowacyjnych w Europie Środkowej Deloitte Technology Fast 50 Central Europe znalazły się 22 spółki z Polski. Zwycięzcą rankingu została czeska spółka Kiwi.com. Spośród polskich firm najwyżej, bo na czwartym miejscu, znalazł się Tooploox.

Także polskie produkty stają się coraz bardziej rozpoznawalne na arenie międzynarodowej, konkurując nie tylko ceną, ale również jakością i innowacyjnością. Polskie firmy, w szczególności te z sektora MŚP coraz częściej budują swoją strategię w oparciu o rynki zagraniczne. Często barierą napotykaną w rozwoju jest niewystarczająca wiedza na temat danego rynku, brak odbiorcy oraz wsparcia analitycznego – stąd potrzeba realizowania programów wspierania polskich przedsiębiorców na rynkach zagranicznych.

Przenikanie się rynków, ogromna konkurencja, a także coraz bardziej rygorystyczne wymagania rynków stawiają przedsiębiorcę przed wyborem: pomiędzy funkcjonowaniem we wciąż identycznym systemie, w jakim firma dotychczas istnieje lub podjęcie świadomych decyzji dotyczących istotnych zmian w biznesie z perspektywą ich długofalowych konsekwencji, ryzyka i możliwości rozwoju. Mówimy tu o wprowadzaniu różnego rodzaju zmian czy udogodnień - mogą to być zmiany związane ze zmianą struktury firmy wychodząc naprzeciw nowym oczekiwaniom i wyzwaniom, mogą być to zmiany wizerunkowe czy marketingowe, mogą to być także zmiany związane z oferowanymi produktami, usługami czy technologiami.

Inwestycje w nowe technologie czy też inwestycje w ulepszanie produktu lub usług to przyszłość dla polskich przedsiębiorców i główna szansa dla polskiej gospodarki. Trzeba jednak sobie zdawać sprawę, iż wzrost innowacyjności będzie wymagał m.in. stopniowego odchodzenia od dominacji importu gotowych technologii i innowacyjnych technik produkcji, organizacji pracy i zarządzania na rzecz aktywnego kreowania i wdrażania innowacji w kraju - zarówno samodzielnie, jak i we współpracy z partnerami zagranicznymi.

Projekt Polskie Mosty Technologiczne będzie wspierał polskich przedsiębiorców w rozwoju swoich innowacyjnych produktów, usług czy technologii poprzez ich wsparcie w procesie ekspansji. Przedsiębiorcy o największym potencjale eksportowym i inwestycyjnym otrzymają kompleksową usługę doradczą z polskimi i zagranicznymi ekspertami, a także pomoc w przygotowaniu i wdrażaniu planu ekspansji na dany rynek zagraniczny. Proponowany w ramach Projektu Polskie Mosty Technologiczne instrument wsparcia odzwierciedla oczekiwania przedsiębiorców z sektora MŚP w zakresie narzędzi doradczych wspierających umiędzynarodowienie polskich firm. Mając na względzie potrzebę zachęcania

przedsiębiorców do podjęcia działalności innowacyjnej, Projekt zakłada premiowanie przedsiębiorców prowadzących działalność w obszarach Krajowych Inteligentnych Specjalizacji.

Na przestrzeni lat 2011-2015 widać wyraźny trend wzrostowy nakładów na B+R w sektorze przedsiębiorstw w Polsce. Nakłady firm na działalność B+R w relacji do PKB zwiększyły się ponad dwukrotnie w tym okresie - z 0,22% w 2011 r. do 0,47% w 2015 r., a w ujęciu bezwzględny - o 3,5 mld PLN. W 2015 r. w porównaniu z 2014 r. nakłady przedsiębiorstw na B+R wzrosły o 11,7%, a średniorocznie w ostatnich pięciu latach o 24,3%. Należy przy tym pamiętać, iż nadal Polska w światowych statystykach dotyczących innowacyjności oraz wykorzystania środków na działalność B+R lokuje się nisko - w uniijnym rankingu „European Innovation Scoreboard” w 2016 roku Polska znalazła się dopiero na 23. miejscu. Kraj notuje relatywnie słabe wyniki w wielu wymiarach innowacyjności, a najnowszy raport specjalny Polskiego Funduszu Rozwoju pt.: „Poziom rozwoju Polski na tle gospodarki światowej w ujęciu długoterminowym” wskazuje, że przez lata nie udaje się Polsce wejść do grona najbogatszych i najbardziej zaawansowanych technologicznie krajów, utrzymując stały dystans do lidera technologicznego pomiędzy 20% a 40% PKB per capita. Wszystkie te czynniki przekładają się bezpośrednio na atrakcyjność naszego kraju w oczach potencjalnych inwestorów, innowatorów czy firm, które chcą rozpocząć dystrybucję swoich produktów na nowych rynkach zbytu.

Barierami w polskim ekosystemie innowacji są czasochłonne procedury zarówno prawne jak i regulacyjne stanowiące jeden z kluczowych warunków rozwoju przedsiębiorczości w danym ekosystemie gospodarczym. Brak wsparcia i zrozumienia tematyki ze strony instytucji sektora publicznego wpływa m.in. na spowolnienie zakładania działalności gospodarczej. Uwarunkowania te są istotne dla wszystkich uczestników ekosystemu gospodarczego, jednak ich wysoka jakość i niski stopień skomplikowania są szczególnie istotne na początkowych etapach rozwoju firmy. Regulacje instytucjonalne są również niezbędne w kontekście zapewnienia ochrony własności intelektualnej. Sprawny system ochrony pozwala innowatorom czerpać zyski ze swoich dokonań. Posiadanie patentu lub innego skutecznego środka ochrony własności intelektualnych jest często bardzo ważną kartą przetargową przy poszukiwaniu inwestorów i finansowania biznesu. Kolejną istotną barierą jest brak wyspecjalizowanych ekosystemów - w kontekście braku podejścia systemowego i strukturalnego, tj. m.in. wypracowanej strategii spójnego działania i wsparcia dla środowiska innowatorów skupiającego się np. na konkretnych specjalizacjach sektorowych.

W środowisku inwestorów oraz przedsiębiorstw dominuje opinia, iż najsłabszymi ogniwami w rodzimym ekosystemie innowacji są biurokracja w pozyskiwaniu środków finansowych, brak elastyczności w systemie finansowania projektów z różnych budżetów (w tym EU), brak umiejętności w zarządzaniu funduszami inwestycyjnymi. Ponadto problemem jest również brak umiejętności budowania platform powiązań pomiędzy firmami z sektora wysokich technologii z dużymi korporacjami zarówno o kapitale państwowym jak i zagranicznym. Z drugiej strony jednak podejmowane są obecnie na gruncie krajowym działania takie jak: wysokie nakłady na startupy i innowacje, alokacja znaczących środków w skali narodowej na budowę oraz wsparcie firm oraz inicjatyw o charakterze innowacyjnym oraz nowa architektura instytucji rozwojowych, określona w Strategii na Rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju wskazująca dynamikę rozwoju Państwa w kierunku innowacyjności, wysokich technologii oraz dążącego do stania się pewnego rodzaju magnesem - hubem dla firm innowacyjnych z regionu oraz świata, które pragną rozwinąć swoją działalność na terenie Polski, a także dla polskich innowacyjnych firm pragnących zaistnieć zagranicą i dążących do ekspansji swojej działalności.

Wspomniana ekspansja jest zresztą jednym z ważnych warunków przyspieszenia rozwoju przedsiębiorstw. W trakcie procesu internacjonalizacji przedsiębiorstwa kierują się bardzo różnymi motywami, do których należą między innymi poprawa konkurencyjności, zwiększenie wartości przedsiębiorstwa czy dostęp do tańszych zasobów. Wiadomą kwestią pozostaje także fakt, że głównym celem działalności przedsiębiorstw jest chęć ciągłego zwiększania zysku. Wyjście ze swoją działalnością poza granice macierzystego kraju jest jednym ze sposobów jego realizacji. Poprzez ekspansję zagraniczną przedsiębiorstwa mogą zwiększać swoje zyski w sposób nieosiągalny lub bardzo trudny do realizacji na rynku krajowym. Sama decyzja o podjęciu ekspansji zagranicznej to bardzo złożony proces.

W całym procesie internacjonalizacji MŚP można napotkać wiele barier zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych, które stanowią o tym, jak duże jest zagrożenie niepowodzenia całego procesu. Wśród podstawowych barier wewnętrznych należy wymienić:

- Niewystarczające środki finansowe. Internacjonalizacja jest niemożliwa bez odpowiednich funduszy, których może zabraknąć z różnych powodów. Jednym z nich jest niewłaściwe szacowanie kosztów całego przedsięwzięcia. Niedooszacowanie wydatków może spowodować, że będą one wyższe niż przeznaczone na ich pokrycie środki, co znacznie utrudni przeprowadzenie całego procesu. Niedobory finansowe mogą też powstać na skutek innych czynników, jak np. inflacji czy ryzyka kursowego, a brak możliwości uzupełnienia tych niedoborów może mieć kluczowe znaczenie dla zaniechania procesu internacjonalizacji.
- Kwestie kadrowe. Brak osób przygotowanych do przeprowadzenia internacjonalizacji stanowi zagrożenie dla całości procesu. Firma może rozwijać się tak długo, jak długo dysponuje pracownikami, którzy będą w stanie ją prowadzić w wyznaczonym kierunku. Obejście tej bariery jest możliwe jedynie dzięki solidnemu przygotowaniu do całego procesu i posiadaniu rezerw kadrowych.
- Integralność procesu. Może okazać się, że z jakiegoś powodu nie są realizowane jego założenia. Stan taki może doprowadzić do zaprzestania tworzenia internacjonalizacji zgodnie z wcześniej przyjętą strategią, a zacznie się działanie nieskoordynowane i niezaplanowane.

Natomiast wśród barier zewnętrznych należy wyszczególnić:

- Bariery polityczne, które mają miejsce w przypadku niestabilności rządów w danym kraju docelowym.
- Brak stabilności politycznej ma negatywny wpływ na całą ekonomię państwa i regionu.
- Bariery finansowe dotyczące różnic kursowych.
- Bariery komercyjne, czyli np. brak akceptacji towaru czy usługi w momencie wejścia na nowy rynek oraz brak możliwości magazynowania większej ilości produktów, czy też niezdolność do zapłaty za zamówiony przez pośredników towar.
- Bariery prawne dotyczą zwłaszcza państw zbiurokratyzowanych, które celowo wprowadzają ograniczenia dotyczące importu i eksportu. Problem ten jest dość mocno odczuwalny w krajach, które są na etapie tworzenia prawa.
- Wysokie koszty działalności (np. innowacyjnej) i trudności w pozyskaniu dodatkowego (np. zewnętrznego) finansowania niezbędnego do ekspansji.

Jak wskazują statystyki, polscy przedsiębiorcy zdecydowanie chętniej angażują się w prowadzenie działalności importowej niż eksportowej, co wynika z różnic w obu formach handlu zagranicznego. Wiązący się z mniejszymi trudnościami oraz niższym poziomem ryzyka import jest obecnie formą chętniej wybieraną. Również wielkość przedsiębiorstwa ma znaczenie, gdyż największy udział firm prowadzących handel zagraniczny znajduje się wśród przedsiębiorstw dużych. Z uwagi na liczebność grupy mikro i małych przedsiębiorstw w rynku znaczenia nabierają więc działania zmierzające do podniesienia odsetka eksporterów oraz importerów właśnie w tych dwóch grupach. Ponadto należy pamiętać, iż nowe technologie i inwestycje w innowacyjność w przedsiębiorstwach, realnie wpływają na zwiększenie wydajności i konkurencyjności przedsiębiorstwa, a co za tym idzie na zwiększenie skali produkcji, ekspansję na nowe, wcześniej nieznanne rynki, a także zmianę ciężaru współpracy zagranicą – z importu na eksport i inwestycje. Dzięki udziałowi w Projekcie i współpracy z ekspertami podczas warsztatów, przedsiębiorca będzie miał możliwość nie tylko otrzymania specjalistycznej wiedzy o danym rynku i wypracuje strategię ekspansji zagranicznej, ale także będzie mógł zweryfikować formę planowanej ekspansji.

Na potrzeby Projektu Polska Agencja Inwestycji i Handlu przeprowadziła ankietę wśród kilkudziesięciu przedsiębiorców MŚP (z bazy własnej przedsiębiorców) prowadzących działalność w obszarze nowoczesnych technologii. Celem przeprowadzonej ankiety była analiza zapotrzebowania ze strony przedsiębiorców na usługi doradcze w ramach realizowanego programu Polskie Mosty Technologiczne – na tzw. etap krajowy i zagraniczny.

Ankieta podzielona została na 4 główne obszary tematyczne:

- I. Analiza rynku docelowego - 13 zagadnień,
- II. Potencjał firmy/opis produktu/usługi/technologii - 7 zagadnień,
- III. Oracowanie modelu biznesowego i strategii wejścia na rynek zagraniczny - 16 zagadnień,
- IV. Aspekty formalno-prawne w planowaniu ekspansji zagranicznej - 16 zagadnień.

Z pierwszego obszaru tematycznego najbardziej istotne kwestie wskazane przez przedsiębiorców to:

- Badanie rynku docelowego pod kątem popytu na dany produkt/usługę/ technologię - 31 firm,
- Analiza rynku docelowego i jego potencjału nabywczego dla podobnych towarów /usług oraz konkurencja w wybranej branży na danym rynku docelowym - 29 wskazań,
- Informacja o inwestorach np. funduszach albo firmach zagranicznych na danym rynku docelowym, gotowych do podjęcia współpracy i szukających innowacji - 28 wskazań,
- Imprezy branżowe na danym rynku docelowym - 20 wskazań.

W drugim obszarze tematycznym zostały wskazane poniższe najistotniejsze aspekty:

- Możliwości dostosowania produktu/usługi/technologii do potrzeb nowego rynku – 28 wskazań,
- Analiza/ rekomendacja dotychczasowych kanałów dystrybucji i eksportu – 26 wskazań,
- Analiza/ rekomendacja gotowości przedsiębiorstwa do wejścia na nowe rynki zbytu, analiza pozycji przedsiębiorstwa i jego produktów – 25 odpowiedzi,
- Analiza/rekomendacja atrakcyjności i innowacyjności produktu/usługi/technologii - 23 odpowiedzi.

W trzecim bloku tematycznym największym zainteresowaniem cieszyły się poniższe tematy:

- Wskazanie rynków docelowych oraz ich uhierarchizowanie wraz z projekcją możliwości sprzedaży na tych rynkach zagranicznych, a także identyfikację potencjalnych kontrahentów na rynku – 32 wskazania,
- Sposoby nawiązania kontaktów z partnerami zagranicznymi i doprowadzenie zainteresowanego podmiotu do etapu negocjacji handlowych – 29 wskazań,
- Opracowanie koncepcji wejścia na rynek zagraniczny wraz ze szczegółowym planem niezbędnym do przeprowadzenia działań – 28 wskazań,
- Możliwości eksportowe poprzez zmierzenie zapotrzebowania danego rynku docelowego na produkty/ usługi/ technologię danego przedsiębiorstwa oraz ocenę konkurencyjnej pozycji przedsiębiorstwa na wybranym rynku - 28 wskazań,
- Opracowanie planu kosztów ekspansji – 24 wskazania,
- Wybór najefektywniejszych narzędzi i metod marketingowych i promocyjnych (w tym wskazanie wydarzeń targowych czy kierunków misji gospodarczych) – 23 wskazania,
- Opracowanie strategii marketingowej – 23 wskazania.

Z kolei zaś IV obszar tematyczny był dla przedsiębiorców najistotniejszy w następujących kwestiach:

- Uzyskanie certyfikacji, akredytacji, koncesji lub innego typu dokumentów i praw niezbędnych do prowadzenia działalności gospodarczej, sprzedaży produktów na docelowym rynku zagranicznym – 27 wskazań
- Partnerzy handlowi oraz pośrednicy występujący w obrocie międzynarodowym – 22 wskazania
- Sztuka negocjacji umów, strategia i taktyki oraz perswazja w negocjacjach międzynarodowych - 22 wskazania
- Partnerzy handlowi oraz pośrednicy występujący w obrocie międzynarodowym – 22 wskazania
- Kontrola eksportu – procedur systemowych w zakresie bezpieczeństwa – 19 wskazań

Przedsiębiorcy uczestniczący w programie Polskie Mosty Technologiczne uzyskają wsparcie w formie specjalistycznego doradztwa z wyżej wymienionych obszarów przy tworzeniu strategii ekspansji oraz wsparcie w procesie nawiązywania kontaktów o charakterze gospodarczym lub technologicznym, których celem będzie wprowadzenie innowacyjnych produktów, usług lub technologii na wybrany rynek zagraniczny.

Wsparcie w takiej formie umożliwi przełamanie barier wejścia na zagraniczne rynki i ułatwi dostęp do pożądanego doradztwa skupionego na branżach o wysokim potencjale innowacyjnym celem ich wejścia na rynek światowy.

Źródła informacji i statystyk:

- 1) Potencjał innowacyjny gospodarki: uwarunkowania, determinanty, perspektywy. Narodowy Bank Polski, Warszawa 2016

- 2) Działalność innowacyjna przedsiębiorstw w latach 2013-2015. GUS, Warszawa 2016
- 3) Badania i rozwój w przedsiębiorstwach. Deloitte Polska, 2015
- 4) Innowacyjna przedsiębiorczość w Polsce. Odkryty i ukryty potencjał polskiej innowacyjności. Zadura-Lichota P. (red.), PARP, Warszawa 2015
- 5) Raport Innowacje MŚP. Pod lupą. Instytut Keralla Research, 2015
- 6) Polskie przedsiębiorstwa na rynku międzynarodowym. Wybrane problemy. Gostkowska-Dźwig S., Mrozik M., Sekcja Wydawnictw Wydziału Zarządzania Politechniki Częstochowskiej, Częstochowa 2016
- 7) Innowacje w sektorze usług – motywy, bariery oraz wsparcie działalności innowacyjnej, Kłosiewicz-Górecka U., Instytut Badań Rynku, Konsumpcji i Koniunktur, Warszawa 2016
- 8) Raport Polskie Startupy 2017, Fundacja Startup Poland, 2017
- 9) Raport Ekosystem startupów, Deloitte, 2016
- 10) European Innovation Scoreboard, Komisja Europejska, 2016
- 11) Raport specjalny Poziom rozwoju Polski na tle gospodarki światowej w ujęciu długoterminowym, Polski Funduszu Rozwoju, 2017

19. Monitoring i ewaluacja

W ramach Projektu Polskie Mosty Technologiczne przewiduje się prowadzenie bieżącego monitoringu i ewaluacji postępu jego realizacji.

W ramach platformy SOE, poprzez którą przedsiębiorcy będą składać aplikacje na uczestnictwo w procesie ekspansji na dany rynek, zostanie przygotowana dodatkowa funkcja, dzięki której będzie istniała możliwość oceny efektów udziału przedsiębiorcy w Programie zarówno po części krajowej jak i po etapie zagranicznym.

Co do zasady grantobiorca jest zobowiązany do składania ankiet ewaluacyjnych za pośrednictwem SOE po zakończeniu etapu I, po zakończeniu etapu II, 6 miesięcy po zakończeniu Projektu oraz 12 miesięcy po zakończeniu Projektu. Terminy składania ankiet mogą ulec zmianie, jeżeli okres realizacji Projektu zostanie w uzasadnionych przypadkach wydłużony. Dodatkowa funkcjonalność na platformie będzie jednak umożliwiać powtórne ankietowanie uczestników oraz dawać możliwość zmieniania lub zawężenia kręgu tematyki danej ankiety - w zależności od stosownego zapotrzebowania. Jednym z najistotniejszych elementów ankiet będzie lista wskaźników rezultatu, w ramach których grantobiorca zadeklaruje:

- liczbę podpisanych zagranicznych kontraktów handlowych,
- osiągnięte przychody ze sprzedaży produktów na eksport w każdym z okresów sprawozdawczych.

Ogólny monitoring Projektu planowany jest raz do roku celem oceny efektów uczestnictwa w Programie, przygotowania okresowych sprawozdań oraz monitorowania poziomu wskaźników Projektu.

W ramach badań ewaluacyjnych przewiduje się przeprowadzenie ewaluacji częściowej w 2020 roku. Przedmiotem częściowych badań ewaluacyjnych będzie ocena: efektywności wdrożonego instrumentu w okresie 3-letnim, stopnia osiągania wskaźników Projektu i zasadności ewentualnego rozszerzania lub zawężania Projektu na inne rynki lub zmiany dotychczasowych. Wyniki przeprowadzonego badania pozwolą na podjęcie odpowiednich modyfikacji w realizacji Projektu w drugiej części jego realizacji (lata 2020-2023).

Niezależnie od częściowego badania ewaluacyjnego, na zakończenie realizacji Projektu w 2023 roku przeprowadzone zostanie badanie ewaluacyjne końcowe.

Zaplanowane w ramach Projektu badania ewaluacyjne prowadzone będą pod kątem spełnienia następujących kryteriów:

1. skuteczności, czyli stopnia realizacji celów - w zależności od rodzaju badania,
2. efektywności, w kontekście oceny w jakim stopniu poniesione wydatki pozwoliły osiągnąć zamierzone efekty Projektu,
3. trafności, czyli stopnia dopasowania rynków do potrzeb przedsiębiorców,
4. użyteczności, czyli oceny stopnia realizacji potrzeb grupy docelowej,

5. trwałości, czyli oceny na ile pozytywne zmiany wywołane oddziaływaniem programu bądź Projektu będą trwać po jego zakończeniu.

Przedmiotem badania ewaluacyjnego na zakończenie realizacji Projektu będzie ocena stopnia osiągnięcia wskaźników realizacji Projektu na poziomie produktu, jak i rezultatu.

Wnioski i rekomendacje uzyskane w trakcie badania ewaluacyjnego zaplanowanego na zakończenie realizacji Projektu posłużą instytucjom działającym w kraju na rzecz internacjonalizacji przedsiębiorstw do tworzenia nowych programów wsparcia.

Dodatkowo, stosując zasadę rzetelnego monitoringu, Beneficjent w ramach zaplanowanych działań zleci firmie zewnętrznej – o ile będzie to zasadne - kontrolę wybranej próby grantobiorców.

Ponadto, Beneficjent dokonał wstępnej analizy ryzyk, która została przedstawiona w poniższej tabeli. Wskazano przyczyny ryzyk, ich skutek, prawdopodobieństwo wystąpienia oraz istotność. Zawarto także propozycję reakcji (mechanizm kontrolny), pozwalający zminimalizować każde z nich.

Ryzyko	Przyczyna ryzyka	Skutek ryzyka	Prawdopodobieństwo wystąpienia ryzyka	Istotność ryzyka	Reakcja na ryzyko
Brak zgłoszeń podmiotów zapewniających usługi eksperckie	Beneficjent planuje uruchomienie przetargu nieograniczonego na usługi eksperckie. Każda z części będzie obejmować konkretny rynek zagraniczny. Ryzyko wynika z niebezpieczeństwa niewpłynięcia ofert dla mniej popularnych rynków (np. Kenia, Iran)	Nieemożność pozyskania ekspertów na etapie krajowym, niezrealizowanie wskaźników projektowych	Średnie	Wysoka	Bieżący monitoring firm obecnych na rynku, mogących zagwarantować usługi eksperckie dla poszczególnych rynków. Możliwość składania ofert częściowych – dla każdego z docelowych rynków (zwiększy to prawdopodobieństwo wyboru wykonawcy)
Nieemożliwość uruchomienia całości SOE w planowanym terminie	Z uwagi na planowaną realizację seminariów otwierających już na początku I kwartału 2018, wykonawca może nie zdążyć z dostarczeniem modułu służącego do zapisywania się na seminarium. Ryzyko w mniejszym stopniu dotyczy etapów dla naboru wniosków (generator wniosków – planowane wdrożenie w marcu 2018) oraz kolejnych modułów (np. oceny – planowane wdrożenie w maju 2018).	Brak możliwości zapisania się na seminarium otwierające poprzez SOE. W sytuacji krytycznej – brak możliwości złożenia wniosku o powierzenie grantu w zakładanym terminie i opóźnienie realizacji Projektu.	Średnie	Średnie	Uruchomienie naboru na pierwsze seminarium otwierające, korzystając z zasobów własnych PAIH (poza SOE, przy użyciu formularzy znajdujących się na stronie internetowej Agencji). W sytuacji krytycznej – uruchomienie możliwości składania wniosków później i skrócenie okresu naboru.
Brak zainteresowania przedsiębiorców (potencjalnych grantobiorców) lub niewystarczająca jakość ich produktów, usług, technologii	Brak MŚP chętnych do aplikowania do programu lub zbyt niski poziom wnioskujących przedstawiany w ramach oceny merytorycznej, skutkujący odrzuceniem dużej liczby wniosków	Niezrealizowanie wskaźników projektowych, ograniczone przełożenie Projektu na ekspansję zagraniczną MŚP	Niskie	Wysoka	Promocja Projektu, m.in. na roadshow oraz poprzez stworzenie kampanii internetowej; mocna ekspozycja w socjal media. Uproszczona procedura aplikowania (on-line poprzez SOE; dokumenty papierowe dopiero w momencie podpisywania umowy). Panelowy system oceny; zakładany success rate na poziomie ok. 35% (zdaniem PAIH możliwy do osiągnięcia – w programie GO_GLOBAL.PL odsetek wynosił ok. 30%)

Wydłużająca się procedura PZP	Błędy techniczne wykonawców, wynikające z ustawowego wdrożenia elektronicznej, procedura PZP	Powtórzenie procedury PZP, co wydłuża proces realizacji etapów projektu, procedura PZP, która zgodnie z ustawą trwa min. 75 dni, środki ochrony prawnej Wykonawców-odwołania od decyzji Zamawiającego dotyczące wyłonionej oferty	Wysokie	Wysoka	Analiza procesu i wdrożenie alternatywnego rozwiązania, optymalnego dla realizacji projektu.
Zbyt wielu zainteresowanych przedsiębiorców (potencjalnych grantobiorców)	Duża podaż wniosków, przekraczająca zakładane w kalkulacjach 140 sztuk na jeden nabór	Ilość wniosków przewyższająca zdolności organizacyjne PAIH do przeprowadzenia oceny i podpisania umów – opóźnienia względem przyjętego harmonogramu.	Niskie	Średnie	Aktywne zarządzanie zadaniami personelu Projektu, przesunięcie akcentów na ocenę wniosków zgodnie z bieżącym zapotrzebowaniem
Epidemia/pandemia	Siła wyższa	Zamknięcie granic, trudna sytuacja gospodarcza na świecie, niepewna sytuacja finansowa przedsiębiorców	Wysokie	Wysoka	Poszerzenie katalogu wydatków, podział wypłaty grantu z jednej zaliczki na 3 mniejsze; wydłużenie realizacji projektów i kwalifikowalności wydatków o 3 miesiące, a wskaźników o 10 miesięcy
Zmiany gospodarcze po pandemii	Zmiany gospodarcze po pandemii wpłynęły na dostępność rynków	Długi powrót do stabilizacji gospodarek	wysokie	wysokie	Poszerzenie katalogu wydatków, wprowadzenie refundacji wydatków, wprowadzenie możliwości zakończenia projektu na etapie krajowym

20. Informacja i promocja

Działania informacyjno-promocyjne w ramach działania 3.3 *Wsparcie promocji oraz internacjonalizacji innowacyjnych przedsiębiorstw*, poddziałanie 3.3.1 Polskie Mosty Technologiczne, POIR, będą realizowane poprzez długoterminowe i spójne działania komunikacyjne. Głównym celem tych działań jest zachęcenie mikro, małych i średnich przedsiębiorstw do udziału w Projekcie oraz przedstawienie korzyści wynikających z udziału.

Działania te będą miały charakter marketingowy oraz promocyjno-informacyjny. Współpraca w zakresie promocji i informacji zostanie zachowana dzięki kooperacji Beneficjenta z partnerami regionalnymi, takimi jak np.: Specjalne Strefy Ekonomiczne, Urzędy Miast, Urzędy Marszałkowskie oraz partnerami otoczenia biznesu m.in.: parki przemysłowo-technologiczne, klastry, akceleratory i inkubatory przedsiębiorczości, fundusze inwestycyjne, stowarzyszenia i izby branżowe, think tanki czy instytucje zrzeszające firmy wysokotechnologiczne.

Głównym kanałem komunikacyjnym kampanii informacyjno-promocyjnej będzie Internet, w szczególności media społecznościowe, strony internetowe partnerów regionalnych i instytucjonalnych.

Założenia do kampanii informacyjno-promocyjnej

Ideą kampanii promocyjno-informacyjnej jest zwiększenie świadomości wśród polskich przedsiębiorstw o ofercie Projektu Polskie Mosty Technologiczne – jego założeniach i celach. Projekt skierowany jest do polskich mikro, małych i średnich przedsiębiorstw działających w obszarze wpisującym się w Krajowe Inteligentne Specjalizacje.

Ze względu na szeroki zakres planowanych działań informacyjno-promocyjnych wyróżnić należy kilka obszarów realizacji zadań.

1. Inaugurująca konferencja prasowa

Beneficjent planuje zorganizowanie konferencji prasowej inaugurującej Projekt, z udziałem dziennikarzy, liderów branżowych oraz instytucji otoczenia biznesu, której głównym celem będzie przekazanie informacji o założeniach programu, a także następującej po inauguracji kampanii promocyjnej w największych miastach Polski tzw. Roadshow (nazwa robocza).

2. Roadshow

Roadshow planowany jest m.in. w: Gdańsku, Poznaniu, Krakowie, Wrocławiu, Łodzi, Rzeszowie, Warszawie. Działanie realizowane będzie we współpracy z partnerami regionalnymi, instytucjami branżowymi, etc. Założeniem Roadshow jest bezpośrednie dotarcie do potencjalnych odbiorców Projektu. Spotkania realizowane będą z udziałem eksperta PAIH i/lub np. ambasadora branżowego oraz partnera regionalnego.

3. Seminarium otwierające

Seminarium otwierające przede wszystkim stanowić będzie część wprowadzającą przedsiębiorców do tzw. Etapu krajowego (prowadzone stacjonarnie lub zdalnie). Uczestnicy seminarium otrzymają szczegółowe informacje dotyczące realizacji programu Polskie Mosty Technologiczne na etapie krajowym.

4. Kampania internetowa

Uzupełnieniem działań kampanii Informacyjnej, czyli konferencji prasowej oraz tzw. Roadshow będzie prowadzona równocześnie kampania internetowa. Na wybór tego rodzaju narzędzi promocyjnych złożyła się skuteczność oddziaływania komunikatów oraz relatywnie niskie koszty, a także grupa docelowa do której Projekt jest skierowany.

Ze względu na różnorodny profil odbiorców kampania przeprowadzona zostanie w wyselekcjonowanych mediach i w określonym czasie. Kampania prowadzona będzie z wykorzystaniem wszystkich przekazów medialnych, w tym podstrony do portalu internetowego, stworzonej na potrzeby realizacji Projektu. Główną częścią startowej strony internetowej będzie informacja o Projekcie Polskie Mosty Technologiczne. Ponadto znajdować się tam będą formularze do rejestracji (generator wniosków), informacje o naborach i rynkach zagranicznych, na których realizowany będzie Projekt oraz planowanych wydarzeniach z nim związanych. Dodatkowo przedsiębiorcy znajdą tam przydatne materiały np. o tym jak prowadzić biznes w danym kraju.

W celu przeprowadzenia skutecznej kampanii informacyjno-promocyjnej konieczne jest wyprodukowanie spotu reklamowego zawierającego informację na temat Projektu, a także opracowanie Projektu graficznego reklamy oraz wzorów materiałów promocyjnych.

Opracowana strategia komunikacji i promocji będzie uwzględniać specyfikę i założenia programu i wykorzystywać stworzoną spójną identyfikację wizualną, co pozwoli na zwiększenie skuteczności działań promocyjno-informacyjnych.

Opis wybranych narzędzi

- Spot reklamowy – czas trwania max. 40 sekund, uwzględniający główne informacje na temat Projektu, do realizacji którego Beneficjent planuje zaprosić np. ambasadorów branżowych, partnerów instytucjonalnych oraz medialnych,
- Reklama graficzna, skierowana do konkretnej grupy odbiorców,
- Podstrona Polskie Mosty Technologiczne.

Kanały promocji

- Działania informacyjne bezpośrednie,
- Internet, Social media,
- Partnerzy instytucjonalni oraz medialni,
- Wydarzenia organizowane przez Beneficjenta (np. PAIH Expo)

5. Działalność proaktywna zespołu PAIH

Działania analityczne zespołu realizującego Projekt, mające na celu zebranie i usystematyzowanie wiedzy na temat istniejących na rynku firm technologicznych – potencjalnych uczestników programu – i dotarcie do nich z komunikatem dotyczącym Projektu.

Dodatkowo planowany jest udział w konferencjach, seminariach i innych wydarzeniach i imprezach biznesowych organizowanych przez instytucje zewnętrzne, których głównymi odbiorcami będą polskie firmy, celem dotarcia do jak największej liczby mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.

Wyżej wymienione działania realizowane będą przez ekspertów PAIH przy współpracy z wykonawcą.

Aby skutecznie zrealizować kampanię informacyjno-promocyjną i stworzyć spójny system identyfikacji wizualnej programu Polskie Mosty Technologiczne, Beneficjent planuje zlecenie części prac wykonawcom zewnętrznym, wybranym w trybie konkurencyjnym.

Do zadań zleconych w trybie konkurencyjnym należeć będzie:

- przygotowanie promocyjnego spotu reklamowego (max. 40 sek.),
- opracowanie materiałów promocyjnych np. broszur reklamowych, propozycje gadżetów reklamowych, zaproszeń, ulotek),
- przygotowanie bannerów elektronicznych z przeznaczeniem na stronę internetową oraz media społecznościowe,
- przygotowanie podstrony internetowej,
- produkcja gadżetów reklamowych np. kalendarze, wizytówki, notesy, torby oraz dodatkowy gadżet związany z hasłem Projektu,
- spot reklamowy (max. 40 sek.) z udziałem przedsiębiorców, którzy wzięli udział w programie. Realizowany corocznie po zakończeniu 3 rund,
- coroczna impreza organizowana dla innowacyjnych mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.

Do zadań Beneficjenta należeć będzie:

- pełny nadzór nad realizowanymi przez wykonawcę zewnętrznego zadaniami,
- nadzór nad scenariuszem spotu reklamowego,
- nadzór nad kampanią promocyjną,
- zarządzanie treścią dostarczanych materiałów, grafiką,
- współpraca z partnerami zewnętrznymi Beneficjenta jak i partnerami regionalnymi, instytucjami branżowymi etc., którzy będą zaangażowani w działania promocyjno-informacyjne poprzez organizację spotkań w ramach tzw. Roadshow.

Beneficjent będzie informował opinię publiczną o otrzymanym dofinansowaniu oraz rezultatach realizacji Projektu poprzez:

- Oznaczenie znakiem Unii Europejskiej i znakiem Funduszy Europejskich/Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020:
 - Wszystkich działań informacyjno-promocyjnych dotyczących Projektu np. ulotki, broszury, publikacje, notatki prasowe, strony internetowe, mailing, materiały filmowe, materiały promocyjne, seminaria na etapie krajowym i zagranicznym,
 - Wszystkich dokumentów związanych z realizacją Projektu, które będą podane do wiadomości publicznej np. dokumentacja przetargowa, ogłoszenia, analizy, raporty, wzory umów, wzory wniosków,
 - Dokumentów i materiałów dla osób i podmiotów uczestniczących w projekcie np. referencje, zaproszenia, materiały informacyjne, programy seminariów, prezentacje multimedialne, umowy.
- Przekazywanie osobom i podmiotom uczestniczącym w projekcie informacji, że Projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej oraz zobowiązanie grantobiorców do przekazywania informacji w takim samym zakresie.

21. Skwantyfikowane wskaźniki realizacji celów Projektu						
Wskaźnik produktu	Kategoria regionu	Jedn. miary	2017-2018	2019	2023	RAZEM
Liczba przedsiębiorstw otrzymujących wsparcie (CI 1)	słabiej rozwinięty	szt.	23	127	500	500
Liczba przedsiębiorstw otrzymujących wsparcie (CI 1)	lepiej rozwinięty	szt.	8	66	150	150
Liczba przedsiębiorstw otrzymujących wsparcie niefinansowe (CI 4)	słabiej rozwinięty	szt.	23	127	500	500
Liczba przedsiębiorstw otrzymujących wsparcie niefinansowe (CI 4)	lepiej rozwinięty	szt.	8	66	150	150
Liczba przedsiębiorstw wspartych w zakresie internacjonalizacji działalności	słabiej rozwinięty	szt.	23	127	500	500
Liczba przedsiębiorstw wspartych w zakresie internacjonalizacji działalności	lepiej rozwinięty	szt.	8	66	150	150
Liczba przedsiębiorstw wspartych w zakresie internacjonalizacji działających w obszarze KIS	słabiej rozwinięty	szt.	22	111	350	350
Liczba przedsiębiorstw wspartych w zakresie internacjonalizacji działających w obszarze KIS	lepiej rozwinięty	szt.	8	59	150	150
opracowana i pozytywnie oceniona strategia ekspansji	słabiej rozwinięty	szt.	23	127	500	500
opracowana i pozytywnie oceniona strategia ekspansji	lepiej rozwinięty	szt.	8	66	150	150
Liczba rozdystrybuowanych ekologicznych materiałów informacyjno-promocyjnych (np. produkty biodegradowalne, drewniane, pochodzące z recyklingu)	słabiej rozwinięty	szt.	0	0	2 813	2 813
Liczba rozdystrybuowanych ekologicznych materiałów informacyjno-promocyjnych (np. produkty biodegradowalne, drewniane, pochodzące z recyklingu)	lepiej rozwinięty	szt.	0	0	187	187
Wskaźnik rezultatu bezpośredniego	Kategoria regionu	Jedn. Miary	Wartość bazowa		Wartość docelowa	
Liczba kontraktów handlowych zagranicznych podpisanych przez przedsiębiorstwa wsparte w zakresie internacjonalizacji	słabiej rozwinięty	szt.	0		37	
Liczba kontraktów handlowych zagranicznych podpisanych przez przedsiębiorstwa wsparte w zakresie internacjonalizacji	lepiej rozwinięty	szt.	0		3	
Przychody ze sprzedaży produktów na eksport	słabiej rozwinięty	PLN	0		1 875 000	

Przychody ze sprzedaży produktów na eksport	lepiej rozwinięty	PLN	0	125 000
22. Harmonogram realizacji Projektu				
Planowany termin rozpoczęcia realizacji Projektu	02.01.2018 r.			
Planowany termin zakończenia realizacji Projektu	31.12.2023 r.			
23. Harmonogram realizacji zadań w Projekcie				
Realizacja Projektu Polskie Mosty Technologiczne przewidziana jest na okres 2 stycznia 2018 r. - 31 grudnia 2023 r. Załączony harmonogram realizacji zadań oraz tabela kamieni milowych Projektu mają charakter szacunkowy i stanowią punkt wyjścia na dzień złożenia wniosku o dofinansowanie realizacji Projektu. Niektóre zadania o charakterze przygotowawczym zostały zaplanowane już w IV kwartale 2017 r. Ocena sytuacji makroekonomicznej/gospodarczej w perspektywie 6-letniej, zarówno w kraju, jak i na poszczególnych rynkach docelowych jest trudna do oszacowania, niezależnie jednak od zaplanowanej ewaluacji Programu, zakłada się monitorowanie i analizowanie zmieniających się uwarunkowań, oczekiwań i potrzeb przedsiębiorców tak aby stosować elastyczne podejście w celu zapewnienia najbardziej efektywnej formuły realizacji Projektu. Po roku trwania Projektu, zakłada się zweryfikowanie i walidację założeń. W sytuacjach wymagających dostosowań, w szczególności wynikających ze zmiany warunków gospodarczych, sytuacji politycznej, nieprzewidzianych wydarzeń kryzysowych, Beneficjent będzie wnioskować o wprowadzanie zmian w harmonogramie realizacji Projektu, budżecie oraz tabeli kamieni milowych. Beneficjent bierze również pod uwagę konieczność zmiany warunków lub zasad realizacji Projektu w przypadku zagrożenia dla osiągnięcia jego celów, wynikających z sytuacji na rynku międzynarodowym, których na dzień obecny nie można przewidzieć. Do wniosku Beneficjent załącza wykres Gantta z wyszczególnionymi szesnastoma naborami grantobiorców oraz harmonogram finansowy, przedstawiający wydatkowanie środków na określonych etapach Projektu.				
24. Potencjał ludzki i organizacyjny Wnioskodawcy oraz podmioty zaangażowane w realizację Projektu				
Beneficjent Projektu pozakonkursowego – Polska Agencja Inwestycji i Handlu zatrudnia 248 osób, co stanowi 241,7 etatu (dane na dzień 1 października 2018). . Pracownicy zaangażowani w zarządzanie i realizację Projektu posiadają odpowiednie kompetencje i doświadczenie w zakresie pomocy publicznej, rozliczania i budżetowania projektów sfinansowanych ze źródeł europejskich, projektowania i monitorowania projektów finansowanych ze źródeł europejskich (realizacja projektu „Program Promocji Gospodarczej Polski Wschodniej” w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej 2007-2013, Działanie I.4 Promocja i Współpraca, komponent Promocja, na podstawie umowy zawartej pomiędzy Polską Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości a PAIiIZ o dofinansowanie projektu Nr POPW.01.04.01-00-001/09). Dodatkowo, pracownicy posiadają doświadczenie rynkowe i branżowe dostosowane do natury projektu. Uzupełnieniem operacyjnym do realizacji projektu będą kompetencje pracowników PAIH w ZBH. Przepływ dokumentów finansowych będzie zgodny z procedurami wewnętrznymi PAIH z zachowaniem pełnej ścieżki audytu. PAIH przewiduje, że w ogólną realizację Projektu zaangażowanych zostanie co najmniej 13 etatów, które zostaną rozdzielone pomiędzy pracowników.				
Schemat zespołu zaangażowanego w realizację Projektu PMT będzie się prezentował następująco:				
I. Zespół zarządzający – pracownicy odpowiedzialni za realizację zadań wynikających z koncepcji Projektu (m.in. zarządzanie procedurą przetargową, nabór, ocenę, zawieranie umów i aneksów do umów, jak monitorowanie procesu oraz przygotowanie sprawozdań z bieżącej realizacji Projektu pozakonkursowego etc.)				
II. Zespół operacyjny – pracownicy odpowiedzialni za realizację zadań wynikających z koncepcji Projektu w obszarze przygotowywania i budowania procesu wdrażania strategii ekspansji firm biorących udział w programie, mający kompetencje w promocji gospodarczej polskiej				

przedsiębiorczości, budowaniu przyjaznego klimatu inwestycyjnego, a także w kreowaniu pozytywnego wizerunku Polski w świecie poprzez propagowanie podstaw przedsiębiorczości i promocji polskich produktów, usług i technologii, doskonale wpisujących się w założenia realizacji Projektu.

Prace Zespołu zarządzającego i operacyjnego koordynowane będą przez:

1. *Kierownika Projektu*, odpowiedzialnego za zapewnienie prawidłowej realizacji Projektu, koordynację wdrażania poszczególnych zadań, a także planowanie, monitorowanie, motywowanie i ukierunkowywanie zespołu projektowego, w celu osiągnięcia zamierzonych celów, w szczególności w ramach:
 - planowania zadań w ramach Projektu oraz zapewnienie zasobów ludzkich, finansowych dla ich realizacji,
 - dokonywania oceny stopnia wdrażania Projektu oraz inicjowanie działań naprawczych w przypadku powstałych zagrożeń realizacji harmonogramu rzeczowo-finansowego Projektu,
 - bieżących kontaktów z przedstawicielami Ministerstwa oraz innych instytucji zaangażowanych w realizację Projektu,
 - przygotowywania dokumentacji na potrzeby spotkań,
 - koordynacji współpracy z wyłoniionymi w trybie konkurencyjnym wykonawcami w ramach poszczególnych programów,
 - monitorowania i koordynowania prac Zespołu operacyjnego w kontekście realizacji zadań wynikających z koncepcji Projektu,
 - nadzorowania nad prawidłową i terminową realizacją umów z wykonawcami,
 - nadzorowania nad realizacją Projektu zgodnie z zapisami umowy,
 - koordynacji realizacji Projektu zgodnie z wypracowaną koncepcją, przyjętymi założeniami,
 - zarządzania strategicznego Projektem, w tym w zakresie proponowania rynków zagranicznych oraz uruchamiania naborów na poszczególnych rynkach, analizowanie efektywności zaprojektowanych rozwiązań i wprowadzanie odpowiednich dostosowań w odpowiedzi na zidentyfikowane kwestie wymagające poprawy, itp., jak również zmieniające się zainteresowanie przedsiębiorców poszczególnymi rynkami zagranicznymi oraz na światową sytuację polityczną i gospodarczą,
 - monitorowania zagadnień związanych z krajową i unijną polityką regionalną oraz z programami pomocowymi UE związanymi z zakresem realizacji Projektu.

Ad. I. Zespół zarządzający składający się z grupy specjalistów odpowiedzialnych za:

- realizację i monitorowanie stanu realizowanych zadań i ich zgodności z harmonogramem rzeczowo-finansowym,
- realizację i koordynację przygotowywania okresowych sprawozdań merytorycznych o stanie realizacji Projektu,
- realizację i koordynację sprawozdawczości finansowej w ramach Projektu,
- przygotowywanie dokumentacji przetargowej od strony merytorycznej,
- realizację i koordynację prawidłowej i terminowej realizacji umów z wykonawcami,
- realizację Projektu zgodnie z zapisami umowy,
- koordynację realizacji Projektu zgodnie z wypracowaną koncepcją, przyjętymi założeniami,
- realizację strategicznych założeń Projektu,
- realizację zadań wynikających z koncepcji Projektu, w szczególności zadań dotyczących Oceny Formalnej i Oceny Merytorycznej Wnioskodawców, Oceny Strategii oraz sprawozdawczości i rozliczeń Grantobiorców,
- monitoring zagadnień związanych z krajową i unijną polityką regionalną oraz z programami pomocowymi UE związanymi z zakresem realizacji Projektu.

1. *Głównego specjalistę ds. finansowych, odpowiedzialnego za:*

- a) przygotowywanie budżetu Projektu, prowadzenie sprawozdawczości finansowej, w szczególności:
 - monitorowanie przebiegu realizacji Projektu pod względem finansowym oraz niezwłoczne informowanie osób nadzorujących realizację Projektu o zmianach w realizacji Projektu, zaistniałych nieprawidłowościach lub o opóźnieniach w przepływie dokumentów,
 - przygotowywanie dokumentów finansowo-księgowych i rozliczanie środków finansowych w ramach Projektu, uzgadnianie rozliczeń z jednostkami zaangażowanymi w realizację Projektu,
 - prowadzenie rozliczeń we współpracy z pracownikiem merytorycznym zaangażowanym do realizacji zadań w ramach Projektu w zakresie wsparcia udzielanego przedsiębiorcom na podstawie zaświadczeń o pomocy de minimis/informacji przekazywanych przez osoby realizujące poszczególne programy grantobiorców,
 - przygotowywanie zmian w budżecie Projektu,
 - przygotowywanie dokumentacji finansowej do zmian umowy,
 - przygotowywanie pism zgodnie z upoważnieniem do Instytucji Zarządzającej/Beneficjenta w zakresie przekazania rozliczenia i wyjaśnień do rozliczenia,
 - współpraca z partnerami zewnętrznymi i wewnętrznymi w zakresie rozliczania Projektu,
- b) monitorowanie płatności oraz rozliczeń w ramach Projektu, w szczególności:
 - bieżący nadzór nad wydatkowaniem budżetu Projektu,
 - konsultowanie dokumentów finansowo-księgowych oraz w zakresie pzp, np. specyfikacje istotnych warunków zamówienia, umowy z dostawcami usług,
 - monitorowanie terminowego dokonywania płatności wydatków związanych z Projektem,
 - monitorowanie bieżących rozliczeń z przedsiębiorcami otrzymującymi wsparcie w ramach Projektu,
 - udział w planowaniu i budżetowaniu finansowym Agencji w zakresie funduszy europejskich,
 - monitorowanie stanu środków finansowych zgromadzonych na rachunku bankowym dot. Projektu,
- c) monitoring zmian w prawie krajowym i unijnym związanych z realizacją Projektu.

2. *Głównego specjalistę ds. sprawozdawczości i rozliczeń, odpowiedzialnego za:*

- przygotowywanie i rozliczanie budżetu w ramach Projektu oraz harmonogramu rzeczowo-finansowego,
- przygotowywania okresowych sprawozdań merytorycznych o stanie realizacji Projektu,
- sprawozdawczość finansową w ramach Projektu,
- współpracę z Wydziałem Finansowo-Księgowym w zakresie rozliczania pomocy de minimis udzielanej w ramach Projektu,
- sprawozdawczość z udzielonej pomocy de minimis udzielanej w ramach Projektu,
- realizację zadań wynikających z koncepcji Projektu, w szczególności zadań dotyczących OF i OM Wnioskodawców, OS oraz sprawozdawczości i rozliczeń Grantobiorców.

2. *Głównego specjalistę ds. zamówień publicznych, odpowiedzialnego za:*

- dbałość o staranne przestrzeganie prawa we wszystkich procedurach dotyczących zamówień publicznych dokonywanych w ramach realizacji Projektu związanego z internacjonalizacją polskich przedsiębiorstw,
- przygotowywanie i prowadzenie postępowań o udzielenie zamówienia publicznego oraz zamówień centralnych realizowanych dla PAIH SA w ramach Projektu,
- prowadzenie korespondencji związanej z realizowanymi postępowaniami o udzielenie zamówień publicznych zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa oraz regulacjami wewnętrznymi,
- opracowywanie Projektów regulaminów i innych przepisów wewnętrznych dotyczących zamówień publicznych uwzględniających specyfikę Projektu oraz zmieniający się stan prawny,

- opracowywanie wzorów dokumentacji przetargowej we współpracy z radcą prawnym i komórkami merytorycznymi,
- sporządzanie wystąpień do Prezesa Urzędu Zamówień Publicznych,
- archiwizowanie sporządzonych dokumentów przetargowych,
- udział w rozprawach prowadzonych przed KIO,
- wsparcie prawno-merytoryczne i ścisła współpraca w ramach zespołu realizującego Projekt PMT w szczególności w obszarze kompleksowej informacji na temat formalno-prawnych aspektów dotyczących ekspansji polskich firm na wybrane rynki zagraniczne,
- wsparcie prawno-merytoryczne i ścisła współpraca w ramach zespołu realizującego Projekt w zakresie przygotowywania dokumentacji postępowań o udzielenie zamówienia zgodnie z zasadą konkurencyjności w Projektach finansowanych ze środków Unii Europejskiej, uczestniczenie w procesie oceny ofert zgodnie z zasadą konkurencyjności,
- przygotowywanie wzorów dokumentów zgodnie z Wytocznymi Projektów finansowanych ze środków Unii,
- udział w kontrolach prowadzonych przez IZ,
- monitorowanie zachęt inwestycyjnych w krajach docelowych,
- monitorowanie zamówień publicznych w danych krajach.

4. Radcę Prawnego, odpowiedzialnego za:

- dbałość o staranne przestrzeganie prawa we wszystkich procedurach dotyczących zamówień publicznych dokonywanych w ramach realizacji Projektu związanego z internacjonalizacją polskich przedsiębiorstw,
- wsparcie formalnoprawne i ścisła współpraca w ramach zespołu realizującego Projekt PMT w szczególności w obszarze kompleksowej informacji na temat formalno-prawnych aspektów dotyczących ekspansji polskich firm na wybrane rynki zagraniczne,
- pomoc formalnoprawna przy tworzeniu Projektów regulaminów i innych przepisów wewnętrznych dotyczących zamówień publicznych uwzględniających specyfikę Projektu oraz zmieniający się stan prawny we współudziale z komórką ds. zamówień publicznych w PAIH,
- pomoc formalnoprawna przy tworzeniu wzorów dokumentacji przetargowej przy współudziale specjalisty ds. zamówień publicznych oraz komórek merytorycznych w tym w szczególności przygotowywanie umów o udzielenie zamówień publicznych,
- reprezentacja Zamawiającego w rozprawach prowadzonych przed KIO oraz sądami powszechnymi,
- wsparcie prawno-merytoryczne i ścisła współpraca w ramach zespołu realizującego Projekt w zakresie przygotowywania dokumentacji postępowań o udzielenie zamówienia zgodnie z zasadą konkurencyjności w Projektach finansowanych ze środków Unii Europejskiej, uczestniczenie w procesie oceny ofert zgodnie z zasadą konkurencyjności,
- analizy przepisów prawnych krajowych i unijnych dotyczących obszarów wskazanych w realizowanych Projektach finansowanych ze środków unijnych ze szczególnym uwzględnieniem PO IR,
- przygotowywanie wzorów dokumentów zgodnie z Wytocznymi Projektów finansowanych ze środków Unii we współpracy z komórkami merytorycznymi oraz specjalistą ds. zamówień publicznych,
- udział w kontrolach prowadzonych przez IZ oraz wsparcie formalno-prawne PAIH w tym zakresie.

Ad. II. Zespół operacyjny składający się z grupy specjalistów odpowiedzialnych za:

- realizację zadań wynikających z koncepcji Projektu, w szczególności zadań dotyczących OF i OM Wnioskodawców, OS oraz sprawozdawczości i rozliczeń Grantobiorców,
- rozwój eksportu polskich produktów i usług zaawansowanych technologicznie,
- rozwój polskich inwestycji zagranicznych – głównie w kontekście doradztwa i przeprowadzania analiz lokalizacyjnych, badania potencjału rynkowego w celu

- poniesienia nakładów inwestycyjnych na danym rynku docelowym, przygotowywania agendy spotkań na potrzeby rozeznania rynku,
- pogłębione analizy potencjału i oczekiwań polskich firm zainteresowanych ekspansją zagraniczną,
 - przygotowywanie „skrojonych na miarę” danych/analiz niezbędnych w procesie ekspansji zagranicznej,
 - monitorowanie przebiegu procesu ekspansji polskich innowacyjnych firm oraz wskaźników wynikających z realizacji Projektu,
 - budowanie powiązań i sieci kontaktów w celu zbierania informacji o najważniejszych wydarzeniach sektorowych, zmianach uwarunkowań rynkowych i prawnych oraz aktualizacji wiedzy na temat gospodarki państwa działalności biura zagranicznego,
 - identyfikację potrzeb przedsiębiorców oraz budowanie długofalowych relacji z przedsiębiorcami (wsparcie na każdym etapie procesu),
 - aktywne tworzenie zakresu merytorycznego programu będącego częścią procesu,
 - budowę nowej jakości i standardów procesu internacjonalizacji,
 - analizę strategii ekspansji firm biorących udział w programie internacjonalizacji,
 - prowadzenie i realizację programów, w szczególności: określanie sektorów i rynków, identyfikacja, selekcja i ocena potencjalnych uczestników programów oraz wykonawców zewnętrznych (np. w zakresie usług eksperckich) w ramach programu, współpracy z Zagranicznymi Biurami Handlowymi, w kontekście opieki i nadzoru merytorycznego nad przedsiębiorcami podczas etapu zagranicznego, koordynacji procesu związanego z udzieleniem pomocy de minimis (współpraca z pracownikiem odpowiedzialnym za ten obszar), nadzór nad przebiegiem realizacji programu w ramach Systemu Obsługi Elektronicznej.

Minimalne kryteria określające kompetencje ww. pracowników są następujące:

Dla zespołu zarządzającego i operacyjnego

1. Kierownik Projektu:

- wykształcenie wyższe magisterskie – preferowane ekonomiczne, prawnicze,
- minimum 5-letnie doświadczenia w zarządzaniu projektami finansowanymi ze środków publicznych,
- komunikatywna znajomość języka obcego,
- doświadczenie w zarządzaniu zespołem,
- doświadczenie w tworzeniu dokumentów związanych z szeroko rozumianą internacjonalizacją przedsiębiorstw,
- doświadczenie w pracy z polskimi przedsiębiorstwami w zakresie ubiegania się o pomoc publiczną,
- rozwinięte umiejętności komunikacyjnych oraz łatwość nawiązywania i podtrzymywania kontaktów,
- umiejętności organizacyjne i efektywne planowanie pracy,
- umiejętności strategicznego i analitycznego myślenia,
- umiejętności podejmowania decyzji w sytuacjach zmiany,
- umiejętność oceny ryzyka w Projekcie,
- bardzo dobra organizacja pracy własnej i zespołu oraz umiejętność pracy pod presją czasu,
- znajomość zasad udzielania pomocy de minimis,
- gotowość do wystąpień publicznych, również w języku obcym, rozwinięte umiejętności prezentacji oraz obsługi najnowszych programów służących do uatrakcyjnienia prezentacji,
- znajomość środowiska Microsoft Windows wraz z pakietem Office,
- gotowość do podróży służbowych krajowych i zagranicznych,
- budowanie relacji biznesowych z wykonawcami i przedsiębiorcami.

Ad. I. Dla Zespołu zarządzającego:

1. *Kompetencje Zespołu Zarządzającego:*

- ukończone studia wyższe,
- co najmniej 3-letnie doświadczenie na podobnym stanowisku,
- znajomość zasad funkcjonowania projektów finansowanych ze środków EFS bądź EFRR,
- praktyczna wiedza na temat finansowania innowacji ze środków publicznych,
- znajomość zagadnień prawnych, m.in. prawa gospodarczego (w tym KSH) i/lub kwestii dotyczących pomocy publicznej oraz zamówień publicznych,
- komunikatywna znajomość języka obcego,
- znajomość środowiska Microsoft Windows wraz z pakietem Office,
- umiejętność analitycznego myślenia i wyciągania syntetycznych wniosków,
- orientacja w międzynarodowej sytuacji gospodarczej,
- bardzo dobra organizacja pracy,
- podejście pro biznesowe i nastawienie na efekt,
- gotowość do podróży służbowych krajowych i zagranicznych,
- znajomość zasad udzielania pomocy de minimis.

2. *Główny specjalista ds. finansowych:*

- wykształcenie wyższe magisterskie; preferowane kierunki: rachunkowość, ekonomia, administracja lub kierunki pokrewne,
- znajomość zagadnień związanych z realizacją projektów współfinansowanych ze środków UE,
- minimum 5-letnie doświadczenie na stanowiskach związanych z finansami,
- minimum 2 lata stażu pracy w zakresie pozyskiwania i realizacji projektów współfinansowanych ze środków UE,
- wiedza z zakresu zasad kwalifikowalności wydatków i rozliczeń projektów finansowanych ze środków Unii Europejskiej,
- znajomość zagadnień z zakresu ustawy o rachunkowości oraz ustawy o finansach publicznych,
- znajomość środowiska Microsoft Windows wraz z pakietem Office,
- wysoki standard etyki zawodowej,
- umiejętność organizacji czasu pracy, samodzielność,
- umiejętność współpracy, zdolności organizacyjne, komunikatywność, asertywność, obowiązkowość.

3. *Główny specjalista ds. sprawozdawczości i rozliczeń:*

- wykształcenie wyższe magisterskie,
- znajomość zagadnień związanych z realizacją projektów współfinansowanych ze środków UE,
- wiedza z zakresu zasad kwalifikowalności wydatków i rozliczeń projektów finansowanych ze środków Unii Europejskiej,
- doświadczenie w realizacji i rozliczaniu projektów współfinansowanych ze środków Unii Europejskiej - minimum 3 lata,
- komunikatywna znajomość języka obcego,
- znajomość zagadnień z zakresu ustawy o rachunkowości oraz ustawy o finansach publicznych,
- umiejętność biegłego posługiwania się pakietem Microsoft Office,
- bardzo dobra organizacja pracy,
- samodzielność, odpowiedzialność, operatywność, umiejętność pracy w zespole,
- zdolności analityczne.

4. *Główny specjalista ds. zamówień publicznych :*

- wykształcenie wyższe,
- min. 2-letnie doświadczenie w pracy na podobnym stanowisku związanym z realizacją projektów unijnych, w tym przede wszystkim ze stosowaniem w praktyce PZP oraz zasady

- konkurencyjności w projektach finansowanych ze środków UE (doświadczenie w środowisku międzynarodowym będzie dodatkowym atutem),
- wysoki poziom wiedzy praktycznej na temat specyfiki realizacji postępowań o udzielanie zamówień zgodnie z zasadą konkurencyjności w projektach finansowanych ze środków UE,
- umiejętność stosowania przepisów ustawy Prawo zamówień publicznych w praktyce,
- bardzo dobra znajomość przepisów z zakresu: ustawy prawo zamówień publicznych i aktów wykonawczych do ustawy, kodeksu cywilnego, finansów publicznych, Kodeks Postępowania Administracyjnego, ustawy o ochronie danych osobowych,
- doświadczenie w tworzeniu dokumentacji, wzorów umów, pism dotyczących odwołań, sporządzania protokołów,
- znajomość środowiska Microsoft Windows wraz z pakietem Office,
- dokładność, skrupulatność, dbałość o szczegóły,
- komunikatywna znajomość języka obcego.

5. *Radca Prawny:*

- wykształcenie wyższe prawnicze,
- posiadany tytuł zawodowy radcy prawnego,
- min. 2-letnie doświadczenie jako prawnik, posiadający doświadczenie w doradztwie prawnym przy realizacji projektów unijnych oraz doradztwie w zakresie stosowania w praktyce ustawy Prawo zamówień publicznych po stronie Zamawiającego oraz zasady konkurencyjności w projektach finansowanych ze środków UE (doświadczenie w środowisku międzynarodowym będzie dodatkowym atutem),
- wysoki poziom wiedzy praktycznej na temat specyfiki realizacji postępowań o udzielanie zamówień zgodnie z zasadą konkurencyjności w projektach finansowanych ze środków UE,
- umiejętność stosowania przepisów ustawy Prawo zamówień publicznych w praktyce,
- bardzo dobra znajomość przepisów z zakresu: ustawy prawo zamówień publicznych i aktów wykonawczych do ustawy, kodeksu cywilnego, prawa handlowego, finansów publicznych, Kodeks Postępowania Administracyjnego, ustawy o ochronie danych osobowych,
- doświadczenie w tworzeniu dokumentacji, wzorów umów, kompleksowej reprezentacji Zamawiającego przed Krajową Izbą Odwoławczą w tym przygotowaniu odpowiedzi na odwołania,
- znajomość środowiska Microsoft Windows wraz z pakietem Office, programów prawniczych typu Lex, Legalis,
- dokładność, skrupulatność, dbałość o szczegóły,
- komunikatywna znajomość języka obcego.

Ad. II. Dla Zespołu operacyjnego:

- ukończone studia wyższe, preferowane kierunki: prawo, ekonomia, handel zagraniczny,
- co najmniej 3-letnie doświadczenie na podobnym stanowisku,
- doświadczenie w pracy z przedsiębiorcami (w tym szukających nowych rynków zbytu),
- praktyczna wiedza na temat finansowania innowacji ze środków publicznych,
- znajomość zagadnień prawnych, m.in. prawa gospodarczego (w tym KSH) i/lub kwestii dotyczących pomocy publicznej oraz zamówień publicznych,
- komunikatywna znajomość języka obcego,
- gotowość do wystąpień publicznych, również w języku obcym, rozwinięte umiejętności prezentacji oraz obsługi najnowszych programów służących do uatrakcyjnienia prezentacji,
- znajomość środowiska Microsoft Windows wraz z pakietem Office,
- umiejętność analitycznego myślenia i wyciągania syntetycznych wniosków,
- dobre rozeznanie w geografii gospodarczej świata,
- bardzo dobra organizacja pracy,
- umiejętności analityczne i koordynacyjne realizowanych zadań,
- podejście pro biznesowe i nastawienie na efekt,

- kompetencje interpersonalne,
- gotowość do podróży służbowych krajowych i zagranicznych.

25. Zdolność instytucjonalna, techniczna i ekonomiczna Wnioskodawcy

Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A. (PAIH) posiada zdolność instytucjonalną, techniczną i ekonomiczną adekwatną do realizacji Projektu, zgodnie z przyjętymi celami.

Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A. (obecnie Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A.) działa od blisko 15 lat w obszarze aktywnego przyciągania i zwiększania napływu bezpośrednich inwestycji zagranicznych do Polski oraz wspiera rozwój gospodarczy kraju poprzez promocję eksportu

polskich przedsiębiorców, branż oraz inwestycji polskich za granicą. Obowiązująca od niedawna ustawa z dnia 7 lipca 2017 r. o wykonywaniu zadań z zakresu promocji polskiej gospodarki przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu Spółka Akcyjna umożliwiła skupienie działań promocji polskiej gospodarki, w tym działań proeksportowych i proinwestycyjnych, w jednej instytucji. Agencja wspiera: promocję polskiego eksportu oraz branż, napływ bezpośrednich inwestycji zagranicznych do Polski oraz polskie inwestycje zagranicą. PAIH, zgodnie z założeniami ustawy, stał się punktem pierwszego kontaktu oraz kompleksowym źródłem wiedzy zarówno dla inwestora, jak i dla eksportera. Uporządkowanie całego systemu promocji polskiej gospodarki zapewni efektywniejsze niż do tej pory działania na rynkach zagranicznych oraz bardziej racjonalne wykorzystanie środków finansowych.

Powyższe stanowi urzeczywistnienie jednego z działań zapisanych w *Planie na rzecz odpowiedzialnego rozwoju* w obszarze ekspansji zagranicznej. Jedną ze wskazanych tam słabości systemowych w procesie promocji i wspierania polskich eksporterów, są aspekty instytucjonalne, takie jak rozproszenie lub nakładanie się zadań instytucji oraz brak wspierającego eksport podmiotu realizującego zadania we współpracy z innymi instytucjami i siecią placówek zagranicznych. Odpowiedzią na to było jednoznaczne ustawowe umocowanie Agencji jako centralnej instytucji odpowiedzialnej za przyciąganie inwestycji zagranicznych oraz wspieranie eksportu i polskich inwestycji zagranicą.

Doświadczenie Agencji w budowaniu przyjaznego klimatu inwestycyjnego, a także misja związana z kreowaniem pozytywnego wizerunku Polski w świecie poprzez propagowanie podstaw przedsiębiorczości i promocji polskich produktów i usług, doskonale wpisują się w założenia realizacji Projektu *Polskie Mosty Technologiczne*. Kompetencje Agencji skupiają się zatem na działaniach nie tylko proinwestycyjnych czy proeksportowych, jak realizacja programów np. Go China, Go ASEAN, Go India, które mają na celu zobrazowanie polskim firmom atrakcyjności inwestycyjnej, możliwości ekonomicznych i gospodarczych danego obszaru, ale również proinnowacyjnych - zmierzających ku zwiększeniu potencjału innowacyjnego przedsiębiorstw w Polsce i poza granicami kraju.

Agencja w chwili obecnej jest jedyną instytucją w Polsce, która kompleksowo diagnozuje przepływ inwestycji oraz kapitału w kraju, analizując ich charakter oraz strukturę. PAIH posiada doskonałą perspektywę do oceny trendów i dynamik związanych z kierunkami rozwoju sektorów gospodarki, w tym technologii oraz innowacji z racji codziennej obsługi przedsiębiorców z kapitałem zagranicznym, jak i krajowym. PAIH jest instytucją bardzo dobrze rozpoznawalną w środowisku biznesowym z wypracowanym zbiorem najlepszych praktyk, norm i standardów oraz odpowiednim przygotowaniem do wykonywania zadań nowego Projektu.

Zadania Agencji są realizowane przy pomocy zagranicznych biur. Zagraniczne Biura Handlowe (ZBH) Agencji to sieć przedstawicielstw, których zadaniem jest wspieranie eksportu oraz inwestycji polskich przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych, jak również przyciąganie inwestorów do Polski. Docelowo powstać ma 70 biur, w krajach o największym potencjale rozwojowym dla polskich firm. Biura charakteryzują się elastyczną strukturą dopasowaną do potrzeb i wyzwań na danym rynku oraz szerokim wachlarzem usług świadczonych na miejscu.

PAIH dysponuje siedzibą, która znajduje się w Warszawie, oraz odpowiednimi zasobami lokalowymi takimi jak: sale konferencyjne do organizacji szkoleń, spotkań biznesowych, wydarzeń i konferencji o charakterze marketingowych czy promocyjnym.

Agencja posiada ponadto oprogramowanie serwerowe, platformę systemową do obiegu dokumentów i prowadzenia projektów, program do obsługi systemu finansowo-księgowego, system obsługi poczty elektronicznej oparty na oprogramowaniu, komputery, urządzenia biurowe oraz telefony stacjonarne i komórkowe.

PAIH oprócz macierzystej strony www.paih.gov.pl również umieszcza materiały na stronie www.trade.gov.pl stanowiące źródło informacji dla polskich firm chcących inwestować za granicą. Ponadto w ramach założenia przeprowadzania analiz rynkowych, PAIH dysponuje dostępem do następujących baz: Euromonitor i EMIS, Bisnode, Kompas.

Zgodnie z Ustawą z dnia 7 lipca 2017 r. o wykonywaniu zadań z zakresu promocji polskiej gospodarki przez PAIH, Agencja może udzielać pomocy finansowej związanej z programami finansowanymi z budżetu Unii Europejskiej, o których mowa w ustawie z dnia 11 lipca 2014 r. o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014–2020 (Dz. U. z 2017 r. poz. 1460 i 1475), oraz innymi programami finansowanymi ze źródeł zagranicznych niepodlegających zwrotowi, do której zastosowanie znajdą szczegółowe warunki i tryb właściwe dla udzielania tej pomocy. Ponadto może także udzielać pomocy finansowej spełniającej przesłanki pomocy de minimis, dotyczącej promocji eksportu polskich przedsiębiorców, do której zastosowanie znajdą szczegółowe warunki i tryb właściwe dla udzielania tej pomocy.

Agencja utrzymuje funkcjonalność na bazie:

- 1) dotacji podmiotowej z budżetu państwa na dofinansowanie działalności bieżącej związanej z realizacją zadań,
- 2) dotacji celowej przeznaczonej na realizację zadań, finansowanie lub dofinansowanie kosztów realizacji inwestycji, współfinansowanie realizacji programów finansowanych z udziałem środków europejskich;
- 3) płatności z budżetu środków europejskich przeznaczone na realizację projektów finansowanych z udziałem środków europejskich, dla których Beneficjentem jest Agencja;
- 4) środków pochodzących ze źródeł zagranicznych niepodlegających zwrotowi oraz z budżetu Unii Europejskiej.

26. Sposób wyboru beneficjentów ostatecznych, z uwzględnieniem powiązania z KIS

Beneficjent pozakonkursowy samodzielnie będzie zachęcał potencjalnych odbiorców do udziału w Projekcie, poprzez szeroko zakrojone akcje promocyjne, marketing bezpośredni oraz organizowane seminaria poprzedzające aplikowanie do programu. Beneficjent programu dokona i określi szczegółowe kryteria wejścia do programu jak i wymogi dotyczące wyboru grantobiorców (odbiorców/uczestników programu). Beneficjent będzie również odpowiedzialny za koordynację i zarządzanie programem budowania i wdrażania strategii ekspansji (tzw. etap krajowy i zagraniczny) pod kątem wypracowanych procedur wyboru grantobiorców, ich uczestnictwa w programie oraz udzielania i rozliczania pomocy de minimis.

Grantobiorca będzie zobowiązany do złożenia wniosku o udział w programie w SOE stworzonym m.in. na potrzeby naboru i selekcji. Złożone wnioski będą oceniane (formalnie i merytorycznie) przez panel ekspertów. Szczegółowy opis procesu naboru i oceny znajduje się w punkcie 15 – Zadanie 4. niniejszego wniosku o dofinansowanie.

Jednym z kryteriów merytorycznych oceny wniosków Grantobiorców, będzie fakt wpisywania się ich działalności w Krajowe Inteligentne Specjalizacje. Grantobiorca będzie miał możliwość wykazania powiązania z KIS na podstawie deklaracji (wyboru KIS z listy uwzględnionej we wniosku o powierzenie grantu) oraz opisu działalności przedsiębiorstwa w SOE.

Fakt wpisywania się przez przedsiębiorcę w KIS zostanie oceniony przez panel ekspertów na podstawie kryteriów merytorycznych. Zbadana zostanie także korelacja pomiędzy wybranym KIS a zapotrzebowaniem na konkretnym rynku (kryterium dotyczące dostosowania produktu/usługi/technologii do potrzeb rynku docelowego).

Lista KIS stosowana w tym celu przez Beneficjenta będzie zbieżna ze Szczegółowym Opiskiem Krajowych Inteligentnych Specjalizacji, obowiązującym na dzień ogłoszenia naboru. Grantobiorca, zgodnie z obowiązującymi przepisami, będzie również zobowiązany do złożenia deklaracji o braku wykluczenia z działalności z możliwości uzyskania wsparcia w formie pomocy de minimis.

Planowane terminy naborów

Beneficjent będzie dążyć do realizacji co najmniej trzech naborów rocznie zgodnie z załączonym wykresem Gantta tak, by zarządzać procesem budowania i wdrażania strategii ekspansji, zgodnie z założeniami i oczekiwaniami firm deklarującymi wybór danego rynku docelowego.

Wybór rynków na kolejne lata będzie podlegać weryfikacji zgodnie z zapotrzebowaniem i oczekiwaniami przedsiębiorców, biorących udział w Programie.

Beneficjent zakłada realizację naborów w kolejnych latach w oparciu o kolejność i dojrzałość tworzonych ZBH. **Udział i zaangażowanie ZBH/PAIH będzie kluczowe w budowaniu jakości świadczonych usług.** Od początku 2018 – do maja 2021 r. zostało przeprowadzonych 10 naborów (29 rynków). Z uwagi na pandemię covid-19 realizacja projektów eksportowych w obecnych czasach jest niezwykle trudna. Mimo, że przedsiębiorcy nadal wykazują duże zainteresowanie kolejnymi naborami w PMT, należy na bieżąco dostosowywać założenia realizacji projektu do zmieniających się uwarunkowań. W związku z aktualną sytuacją wywołaną covidem-19 od maja 2021 – do 2022 r. planowane jest uruchomienie kolejnych 4 naborów w celu realizacji założeń projektu. Natomiast w zależności od zmieniającej się sytuacji pandemicznej na świecie, występującego zainteresowania przedsiębiorców oraz dostępności środków (np. wynikających z rozliczenia pomocy de minimis udzielanej przedsiębiorcom w tym organizacji webinarium zamiast warsztatów), Beneficjent - za zgodą IZ - będzie mógł podjąć decyzję o uruchamianiu dodatkowych naborów. Bieżący monitoring dostępności budżetu, sytuacji na świecie oraz zainteresowania przedsiębiorców udziałem w programach w ramach poszczególnych rynków pozwoli na elastyczne planowanie kolejnych naborów, aby zapewnić najbardziej efektywną formułę wdrażania Projektu.

Metodologia oceny wniosków w ramach selekcji do programów

Szczegółowe zasady dotyczące składania oraz oceny wniosków o udział w Programie zostaną określone w dokumentacji konkursowej, w tym w regulaminie naboru wniosków, podlegającej zatwierdzeniu przez IZ.

Program będzie realizowany w dwóch etapach: tzw. krajowym oraz tzw. zagranicznym. Szczegółowy opis poszczególnych etapów oraz sposób ich realizacji został zawarty w punkcie 15 – Zadanie 4. niniejszego wniosku o dofinansowanie.

Zakładana wysokość wsparcia otrzymywanego przez przedsiębiorcę łącznie w ramach jednego programu (w etapie krajowym i zagranicznym) nie będzie większa niż 180 000,00 PLN. Całość wsparcia, zgodnie z wcześniejszym opisem zawartym w niniejszym wniosku o dofinansowanie, będzie stanowić pomoc de minimis.

27. Wpływ projektu na realizację polityki zrównoważonego rozwoju

Projekt będzie mieć pozytywny wpływ na politykę zrównoważonego rozwoju. Jego realizacja przyczyni się do osiągnięcia celu, jakim jest ochrona i poprawa jakości środowiska przyrodniczego, o którym mowa w art. 2 Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską. Przy naborach do udziału w Projekcie dodatkową punktację będą otrzymywać przedsiębiorcy, których produkt lub usługa wpisuje się w Krajowe Inteligentne Specjalizacje, co w konsekwencji będzie mogło prowadzić w dalszej perspektywie do zmniejszenia energo- i materiałochłonności polskiej gospodarki.

Beneficjent i wykonawcy Programów dołożą wszelkich starań w celu zminimalizowania jego negatywnych skutków dla środowiska poprzez ograniczenie wykorzystania surowców i energii elektrycznej w trakcie realizacji działań. Realizując zadania polegające na zakupie materiałów informacyjno-promocyjnych w miarę możliwości zamawiane będą materiały ekologiczne przygotowywane z surowców biodegradowalnych, pochodzących z recyklingu. W ramach Projektu przewiduje się zakup przynajmniej jednego rodzaju materiału promocyjnego wykonanego z surowców ekologicznych - biodegradowalnych lub

pochodzących z recyklingu. Dodatkowo, Beneficjent zakłada stosować „zielone zamówienia” oraz wykorzystywać część materiałów szkoleniowych oraz informacyjno - promocyjnych w formie elektronicznej zamiast papierowej (np. nie będą drukowane programy szkoleń i inne materiały, które mogą być wykorzystywane w wersji elektronicznej). Dodatkowo Beneficjent będzie informować personel projektu o konieczności ograniczenia do niezbędnego minimum wydruków komputerowych.

W kwestii polityki równości szans, o której mowa w art. 7 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady UE nr 1303/2013, Beneficjent zapewni zgodność realizacji Projektu z ww. polityką poprzez:

- uwzględnienie zasady równości szans kobiet i mężczyzn i niedyskryminacji, w szczególności mając na uwadze niepełnosprawność, co przyczyni się do zmniejszenia nierówności społecznych (np. poprzez zastosowanie wytycznych WCAG 2.0, przy tworzeniu SOE),
- wpływ na rozwój spójności międzypokoleniowej – poprzez obejmowanie wsparciem osób w różnych grupach wiekowych.

Projekt nie będzie wymagał oceny oddziaływania na środowisko zgodnie z przepisami ustawy z dnia 3 października 2008r. o udostępnianiu informacji o środowisku i jego ochronie, udziale społeczeństwa w ochronie środowiska oraz o ocenach oddziaływania na środowisko (Dz.U. z 2013 r. poz. 1235 z późn. zm. – tekst jednolity).

28. Całkowite wydatki na realizację Projektu ²

Całkowite wydatki na realizację Projektu (w PLN)	114 500 000,00
Wydatki kwalifikowane (w PLN)	114 500 000,00
Kwota dofinansowania (w PLN)	114 500 000,00
Dofinansowanie ze środków publicznych w ramach działania jako % wydatków kwalifikowanych	100%
Wysokość wydatków związanych z cross-finansowaniem (w PLN) ³	Nie dotyczy
- w tym jako % wydatków kwalifikowanych	-

29. Planowane wydatki w ramach Projektu według podziału na kategorie wydatków⁴

Informacje zawarte w tym oraz powyższym punkcie wniosku będą brane pod uwagę podczas oceny w ramach kryterium merytorycznego nr 5 „Planowane wydatki są uzasadnione, racjonalne i adekwatne do zakresu i celów projektu oraz celów działania POIR.”

Lp.	Kategorie wydatków	Wydatki całkowite (w PLN)	Wydatki kwalifikowane (w PLN)	Uzasadnienie zakładanej wysokości wydatków
1.	Koszty przygotowania, uruchomienia i wdrożenia narzędzia IT służącego do realizacji, zarządzania i monitorowania efektów w tym: stworzenie i utrzymanie systemu w segmentach:	763 000,00	763 000,00	Wycenienie zostało przeprowadzone na podstawie wstępnego rozeznania rynkowego, w oparciu o średnią kwotę zaproponowanych przez czterech potencjalnych wykonawców. Całość wynagrodzenia dla wykonawcy zostanie przekazane w formie kolejnych transz, korespondujących z etapami wdrażania narzędzia IT – Systemu Obsługi Elektronicznej (SOE)

²Przez całkowite wydatki na realizację projektu należy rozumieć wydatki finansowane ze środków III osi priorytetowej – Działania 3.3.1 POIR.

³ Zgodnie z SZOOP POIR w działaniu 3.3.1 nie przewiduje się cross financingu

⁴ W ramach kategorii wydatków (przewidywanych w zatwierdzonym przez IZ POIR katalogu wydatków dla działania 3.3.1 POIR)

	A. dla uczestników w Projekcie, B. dla administratora do zarządzania i rozliczania Projektu			
2.	Koszty związane z działaniami informacyjno – promocyjnymi, w tym, m.in.: przygotowanie materiałów promocyjnych (ulotki, publikacje, broszury, notatki prasowe), materiały filmowe (w tym: spot reklamowy), kampanie internetowe, stworzenie podstrony internetowej, koszty organizacji spotkań i konferencji podmiotów zaangażowanych w realizację Projektu	813 495,67	813 495,67	Wyliczenie zostało przeprowadzone na podstawie wstępnego rozeznania rynkowego dla następujących podkategorii: - Działania promocyjno-informacyjne: - materiały promocyjne - wydatki związane z opracowaniem, wykonaniem i dystrybucją gadżetów reklamowych oraz zakupem praw autorskich - spot reklamowy - wydatki związane z realizacją kampanii informacyjno-promocyjnej; narzędzie będzie niezbędne do przeprowadzenia skutecznej kampanii - kampania internetowa - wydatek związany z działaniami public relations w oparciu o sieć reklamową ogólnodostępnego serwisu internetowego; niezbędny w realizacji kampanii informacyjno-promocyjnej - kampania w mediach społecznościowych - wydatki związane z kompleksową obsługą działań public relations w popularnych kanałach social media - podstrona internetowa – koszty stworzenia podstrony internetowej w ramach www.paih.gov.pl/pmt i/lub www.trade.gov.pl, przeznaczonej na cele Projektu. Całkowity koszt powyższych działań – 526 371,63 - Konferencja inauguracyjna Projekt, roadshow oraz coroczna impreza organizowana dla innowacyjnych mikro, małych i średnich przedsiębiorstw - wydatki związane z organizacją i obsługą ww. imprez konferencyjno-seminaryjnych (np.: koszt obsługi technicznej, catering, koszty związane z angażowaniem prelegentów, koszt materiałów promocyjnych dedykowanych) – 287 124,04
3.	Koszty związane z organizacją i realizacją seminariów otwierających dla potencjalnych uczestników programu, w tym m.in: catering, obsługa seminarium	75 247,10	75 247,10	Wyliczenie zostało przeprowadzone na podstawie wstępnego rozeznania rynkowego dla następujących podkategorii: - Catering – zlecona podmiotowi trzeciemu obsługa cateringowa - Obsługa seminarium/techniczna – w tym wydatki dotyczące: zapewnienie powierzchni, obsługi multimedialnej seminariów (np. transmisji on-line), zaangażowania prelegentów. Beneficjent zakłada co najmniej 16 seminariów w trakcie trwania Projektu, zgodnie z harmonogramem Gantta. Całkowity koszt powyższych działań – 75 247,10
4.	Koszty przygotowania, realizacji i rozliczenia procesu naboru, selekcji i uczestnictwa przedsiębiorców	98 372 594,18	98 372 594,18	Wyliczenie zostało przeprowadzone na podstawie założeń finansowych dla Projektu oraz wstępnego rozeznania rynkowego dla następujących działań: Zapewnienie obsługi logistycznej na potrzeby oceny eksperckiej oraz logistyka warsztatów w ramach etapu krajowego (wyżywienie, sale konferencyjne, noclegi) – Beneficjent planuje przeprowadzenie ocen eksperckich przy zleceniu

	w poszczególnych etapach Projektu			usług cateringowych na zewnątrz. Kompleksowa obsługa logistyczna krajowych warsztatów przygotowawczych zostanie z kolei zlecona w całości firmie zewnętrznej • Usługi eksperckie do oceny wniosków przedsiębiorców aplikujących do etapu krajowego – kompleksowa ocena merytoryczna wniosków o powierzenie grantu przez ekspertów rynkowych/branżowych. Wyliczenia przy założeniu wpłynięcia 140 wniosków w każdym z naborów • Przygotowanie i merytoryczne przeprowadzenie warsztatów oraz usługi eksperckie w ramach etapu krajowego – koszt będzie obejmował zbudowanie kompletnej strategii ekspansji, przy założeniu obsłużenia średnio 50 grantobiorców na jeden nabór oraz przeznaczaniu na każdą strategię ok. 40 godzin pracy eksperckiej • Usługi eksperckie do oceny przygotowanych strategii ekspansji i umiejętności przeprowadzenia prezentacji (aplikacja do etapu zagranicznego) – celem wydatku jest wstępna weryfikacja zbudowanej przez grantobiorcę strategii oraz przekonanie panelu ekspertów, że obecność przedsiębiorcy na rynku docelowym jest uzasadniona (przy założeniu średnio 50 grantobiorców na jeden nabór) Całkowity koszt powyższych działań – 18 772 594,18 • Usługi eksperckie w trakcie etapu zagranicznego, przekazywane w formie grantu – zgodnie z założeniami projektowymi przedstawionymi m.in. w pkt. 15 (Zadanie 4.), każdy z grantobiorców otrzyma grant w wysokości maksymalnie do 90-120 tys. PLN. Wyliczenie dla średnio 50 grantobiorców na jeden nabór – 74 400 000,00 • Pakiet wsparcia świadczonego przez Zagraniczne Biura Handlowe (PAIH) w etapie zagranicznym – Beneficjent wyliczył, że na jednego grantobiorcę przypada 10 tys. PLN w ramach zapewnienia wsparcia świadczonego przez ZBH. Wyliczenie dla średnio 50 grantobiorców na jeden nabór – 5 200 000,00
5.	Koszty obsługi Projektu, koordynacji i nadzoru nad realizowanymi zadaniami ponoszone przez Beneficjenta	14 475 663,05	14 475 663,05	Wyliczenie zostało przeprowadzone na podstawie następujących danych wejściowych dla poszczególnych kategorii: • Wynagrodzenie osób zaangażowanych w realizację Projektu (zespół zarządzający + operacyjny) – na potrzeby wyliczenia kosztu przyjęto medianę miesięcznego rynkowego wynagrodzenia na stanowisku project manager wraz ze wszystkimi kosztami pracodawcy. Zastosowano dodatkowo 20 -procentową korektę na poczet ewentualnych awansów, dodatków i premii (zgodnych z obowiązującym regulaminem wynagradzania jednostki). Całość otrzymanej kwoty Beneficjent wyliczył dla 13 etatu przypadających na zespół zarządzający i operacyjny – 8 421 852,45 • Usługi eksperckie - ewaluacja Projektu – przyjęto koszt dla projektu realizowanego

				w ramach Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa o zbliżonej wartości wydatków kwalifikowanych (wynik postępowania jest dostępny publicznie). Planowana jest ewaluacja częściowa w 2020 oraz końcowa w 2023 roku – 300 000,00 • Delegacje służbowe pracowników zaangażowanych w Projekt – koszt będzie obejmował zarówno delegacje krajowe (np. w ramach roadshow) jak i zagraniczne (w celu m.in. zapewnienia opieki merytorycznej nad grantobiorcami przez project managerów do momentu przejęcia ich przez pracowników ZBH). Przyjęto średni koszt podróży do każdej z początkowych dziewięciu destynacji wraz z zakwaterowaniem oraz dietami zgodnymi z Rozporządzeniem Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 29.01.2013 r. w sprawie należności przysługujących pracownikowi zatrudnionemu w państwowej lub samorządowej jednostce sfery budżetowej z tytułu podróży służbowej. Beneficjent zakłada, że w każdą podróż służbową oddelegowanych zostanie co najmniej dwóch Specjalistów – 180 000,00 • Usługi eksperckie - doradztwo prawne w zakresie przygotowania i prowadzenia postępowań przetargowych, ekspertyzy i analizy na potrzeby realizacji Projektu. Beneficjent zakłada także możliwość skorzystania z wiedzy eksperckiej (np. kancelarii prawnych) związanych z opiniami dotyczącymi m.in. pomocy de minimis w konkretnych, problematycznych przypadkach. Koszt zakłada również zewnętrzne wsparcie w zakresie postępowań przetargowych, kwestii związanych z PZP, rozliczeń finansowych oraz weryfikacji formalno-prawnej przedkładanych wniosków o powierzenie grantu oraz umów z grantobiorcami - 270 000,00 • Usługi eksperckie - kontrola Projektów grantobiorców - przyjęto koszt dla Projektu realizowanego w ramach Programu Operacyjnego Rozwój Polski Wschodniej dla jednej z agencji rządowych (wynik postępowania jest dostępny publicznie), przy odpowiednich korektach związanych z wielkością Projektu PMT. Beneficjent planuje, że kontrola próby grantobiorców odbędzie się co najmniej raz do roku – 1 170 000,00 • Szkolenia specjalistyczne – Beneficjent zaplanował szereg szkoleń dla personelu Projektu, zarówno zespołu zarządzającego jak i operacyjnego. Wyliczono wartości dla obszarów takich jak: - kaskadowe, zwinne i pozostałe metodyki zarządzania projektami, - kwestie finansowe (sprawozdania i analizy finansowe, analiza projektów inwestycyjnych, rachunkowość zarządcza), - design thinking, - kompetencje menadżerskie, - pomoc de minimis, Prawo Zamówień Publicznych, Kodeks Spółek Handlowych – 360 000,00 • Koszty wniesienia dodatkowego zabezpieczenia – Beneficjent oszacował, iż
--	--	--	--	---

				koszt wniesienia dodatkowego zabezpieczenia wyniesie 481 793,32 Koszty ogólne niezbędne do realizacji Projektu – Beneficjent wyliczył wartość kosztów na podstawie kosztów ogólnych ponoszonych w trzech następujących po sobie latach (2014 – 2016). Zastosowano stawkę ryczałtową wynikającą z przewidywanego zaangażowania etatowego przeznaczonego na Projekt (wzięto pod uwagę 10,4 etatu kwalifikowanego w kosztach bezpośrednich + 2 etaty przewidziane w kosztach ogólnych oraz średnioroczną liczbę 103,31 etatów będących do dyspozycji Beneficjenta). Część kosztów stanowić będzie m.in. amortyzacja zakupionego sprzętu oraz wynagrodzenia personelu stricte obsługowego; niezaangażowanego w ramach kosztów pośrednich (główna księgowa, obsługa płac, obsługa techniczna budynku, koszty kierownika jednostki, etc.) – 3 292 017,28 3
RAZEM (CAŁKOWITY KOSZT PROJEKTU)				114 500 000,00
30. Powiązanie Projektu z innymi projektami realizowanymi w ramach programów operacyjnych				Dotyczy ☒ Nie dotyczy ☐
Projekt Polskie Mosty Technologiczne jest komplementarny z następującymi działaniami PO IR: 1. Programem Operacyjnym Inteligentny Rozwój 2014 – 2020, Oś priorytetowa I Wsparcie prowadzenia prac B+R przez przedsiębiorstwa, Działanie 1.1 Projekty B+R przedsiębiorstw, w zakresie wsparcia doradczego dla firm mających zamiar rozwijać i komercjalizować innowacyjne produkty, usługi i technologie w procesie internacjonalizacji. Komplementarność na etapie zapewnienia kompleksowej obsługi MŚP w procesie umiędzynarodowienia działalności – od udzielenia podstawowych informacji dotyczących konkretnych rynków, poprzez wsparcie w nawiązaniu i rozwoju kooperacji z partnerami zagranicznymi, aż po merytoryczne wsparcie na rynku zagranicznym. 2. Programem Operacyjnym Polska Wschodnia 2014-2020, Oś priorytetowa I Przedsiębiorcza Polska Wschodnia, Działanie 1.2 Internacjonalizacja MŚP, na poziomie zwiększenie aktywności gospodarczej MŚP na rynkach międzynarodowych, w obszarze opracowania i wdrożenia modelu biznesowego internacjonalizacji (strategii ekspansji wejścia na dany rynek zagraniczny). 3. Regionalnymi Programami Operacyjnymi, w obszarach umiędzynaradawiania działalności firm w kontekście budowania strategii ekspansji, modeli biznesowych, nawiązywaniu kontaktów przez innowacyjne przedsiębiorstwa z zagranicznymi kontrahentami i inwestorami oraz poszerzenie rynków zbytu dla innowacyjnych produktów i usług. 4. Programem Operacyjnym Inteligentny Rozwój 2014 – 2020, Oś priorytetowa II, Działanie 2.3., poddziałanie 2.3.3 Umiędzynarodowienie Krajowych Klastrow Kluczowych, w obszarze wzrostu internacjonalizacji przedsiębiorstw działających w ramach Krajowych Klastrow Kluczowych. Działanie koncentruje się i jest komplementarne ze wspieraniem ekspansji międzynarodowej produktów zaawansowanych technologicznie, w powiązaniu z działalnością badawczo-rozwojową i innowacyjną zrzeszonych w klastrach przedsiębiorstw. Dodatkowo działanie przyczyni się do podniesienia zdolności klastra do trwałej współpracy z podmiotami zagranicznymi czy zwiększeniem widoczności klastra na rynkach międzynarodowych.				
31. Powiązanie Projektu z innymi projektami realizowanymi w ramach innych instrumentów finansowania przeznaczonych ze środków publicznych				Dotyczy ☐ Nie dotyczy ☒
32. Zapewnienie trwałości Projektu				

Beneficjent zachowa w niezmienionej formie i wymiarze efekty Projektu, których osiągnięcie zostało zadeklarowane we wniosku o dofinansowanie.

Beneficjent nie będzie w ramach Projektu dokonywał operacji obejmujących inwestycje w infrastrukturę lub inwestycje produkcyjne.

DEKLARACJA WNIOSKODAWCY

1. Oświadczam, że jestem świadomy odpowiedzialności karnej⁵ za przedkładanie podrobionych, przerobionych, poświadczających nieprawdę albo nierzetelnych dokumentów oraz za składanie nierzetelnych, pisemnych oświadczeń co do okoliczności o istotnym znaczeniu dla uzyskania wsparcia.
2. Nie pozostaję w stanie upadłości, pod zarządem komisarycznym, nie znajduję się w toku likwidacji, postępowania upadłościowego lub postępowania układowego z wierzycielami.
3. Oświadczam, iż Wniosek o dofinansowanie realizacji Projektu jest zgodny z dyrektywami dotyczącymi bezpieczeństwa i higieny pracy w zakresie, w jakim zostały wdrożone do polskiego systemu prawa, wskazanymi w rozporządzeniu Ministra Pracy i Polityki Socjalnej z dnia 26 września 1997 r. w sprawie ogólnych przepisów bezpieczeństwa i higieny pracy (Dz. U. z 2003 r. Nr 169, poz. 1650, z 2007 r. Nr 49, poz. 330).
4. 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 (unijnych lub krajowych).
5. Oświadczam, że nie będę mógł w żaden sposób odzyskać poniesionego ostatecznie kosztu podatku VAT⁶. Jednocześnie zobowiązuję się do zwrotu zrefundowanej w ramach Projektu części poniesionego podatku VAT, jeżeli zaistnieją przesłanki umożliwiające odzyskanie lub odliczenie tego podatku.
6. Oświadczam, że Projekt jest zgodny z właściwymi przepisami prawa unijnego i krajowego, w szczególności dotyczącymi zamówień publicznych oraz pomocy publicznej.
7. Oświadczam, że Projekt jest zgodny z polityką równości szans, o której mowa w art. 7 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013.
8. Oświadczam, że zobowiązania wobec Urzędu Skarbowego i Zakładu Ubezpieczeń Społecznych reguluję w terminie oraz nie zalegam w opłacaniu składek na ubezpieczenie społeczne, ubezpieczenie zdrowotne, Fundusz Pracy i Fundusz Gwarantowanych Świadczeń Pracowniczych oraz podatków i innych należności publicznoprawnych.
9. 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. 1240 z późn.zm.), ani na podstawie art. 12 ustawy z dnia 15 czerwca 2012 r. o skutkach powierzania wykonywania pracy cudzoziemcom przebywającym wbrew przepisom na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej (Dz. U. z 2012 r., poz. 769).
10. Wyrażam zgodę na udzielanie informacji na potrzeby ewaluacji (ocen) przeprowadzanych przez Instytucję Zarządzającą lub inną uprawnioną instytucję lub jednostkę organizacyjną.
11. Oświadczam, że jestem uprawniony do reprezentowania Wnioskodawcy w zakresie objętym niniejszym Wnioskiem.

⁵ Zgodnie z art. 297 § 1 kodeksu karnego, „Kto, w celu uzyskania dla siebie lub kogo innego, od banku lub jednostki organizacyjnej prowadzącej podobną działalność gospodarczą na podstawie ustawy albo od organu lub instytucji dysponujących środkami publicznymi - kredytu, pożyczki pieniężnej, poręczenia, gwarancji, akredytywy, dotacji, subwencji, potwierdzenia przez bank zobowiązania wynikającego z poręczenia lub z gwarancji lub podobnego świadczenia pieniężnego na określony cel gospodarczy, elektronicznego instrumentu płatniczego lub zamówienia publicznego, przedkłada podrobiony, przerobiony, poświadczający nieprawdę albo nierzetelny dokument albo nierzetelne, pisemne oświadczenie dotyczące okoliczności o istotnym znaczeniu dla uzyskania wymienionego wsparcia finansowego, instrumentu płatniczego lub zamówienia, podlega karze pozbawienia wolności od 3 miesięcy do lat 5”.

⁶ Jeżeli nie dotyczy Wnioskodawcy, zapis należy skreślić.

Wniosek sporządzono w Warszawie, dnia 2020 r.

Pieczęć jednostki

Podpis Wnioskodawcy

podpis i pieczęć

ZAŁĄCZNIKI:

1. Wykres Gantta – Harmonogram realizacji Projektu.
2. Harmonogram rzeczowo-finansowy.
3. Tabela kamieni milowych w projekcie.