



Regionální operační program regionu soudržnosti Střední Morava

Struktura dokumentace a informace o marketingové analýze

Ing. Zdeněk Bogoč

Vedoucí odboru metodiky a monitoringu



Obsah:

1. Struktura a představení dokumentace výzvy
2. Popis předkládaných dokumentů v jednotlivých etapách administrace projektových žádostí
3. Informace o marketingové analýze a nejčastější chyby



1. Struktura a představení dokumentace výzvy

Textace výzev k předkládání projektových žádostí

- V rámci textace výzev jsou zpřesněny a jasně vymezeny:
 - podporovatelné aktivity a k nim přiřazené způsobilé výdaje (vč. limitů výdajů),
 - relevantní monitorovací indikátory výzvy, které mají vazbu na podporovatelné aktivity,
 - relevantní socioekonomické přínosy, které mají vazbu na podporovatelné aktivity.
- Součástí textace výzvy jsou i podmínky pro zpracování, předložení projektové žádosti, dopracování projektu a následnou realizaci projektu
- V příloze č. 1 Výzvy k předkládání projektových žádostí jsou podrobně specifikovány nezbytné podmínky pro dopracování projektů v rámci Etapy č. 2



Dokumentace k Výzvě k předkládání projektových žádostí

- **Metodický pokyn Analýza a popis proveditelnosti projektu**
- **Metodický pokyn Způsobilé výdaje**
- **Metodický pokyn Pro zpracování a realizaci Konceptů**
- Metodický pokyn Zadávání zakázek a zadávání veřejných zakázek v programovém období 2007-13
- Metodický pokyn Publicita
- Metodický pokyn Veřejná podpora
- Metodický pokyn Vzor smlouvy o poskytnutí dotace na individuální projekt
- Metodický pokyn Projekty vytvářející příjmy
- **Instrukce pro práci s monitorovacími indikátory**
- **Instrukce k vyplnění webové aplikace BENEFIT7**
- **Instrukce k vyplnění webové aplikace Finanční a ekonomická analýza projektu**



2. Popis předkládaných dokumentů v jednotlivých etapách administrace projektových žádostí

Principy jednotlivých etap administrace projektových žádostí

Etapa 1 – předložení projektového záměru včetně definovaných příloh

V této etapě proběhne hodnocení v rozsahu kontroly přijatelnosti a kontroly formálních náležitostí a výběr projektů na základě volné soutěže

Etapa 2 – dopracování kompletní projektové dokumentace

V této etapě proběhne dopracování projektu především z pohledu jeho realizovatelnosti

Etapa 3 – doložení povinných příloh před podpisem Smlouvy o poskytnutí dotace

V této etapě proběhne analýza rizik, kontrola ex-ante a příprava smlouvy



Etapa 1

Předložení projektové žádosti v omezeném rozsahu

Obecné principy

Volná soutěž projektů v první etapě

Kladen důraz na potřebnost a přínos projektů pro region a jeho obyvatele

Logická a datová provázanost údajů v jednotlivých dokumentech

Rozsah předkládané dokumentace

- Webová žádost BENEFIT7 - obsahuje klíčové a zásadní informace a údaje o projektu, které jsou dále rozpracovány a vysvětleny v přílohách webové aplikace.
- Přílohy webové žádosti BENEFIT7
 - Doklady o právní subjektivitě žadatele (*beze změn*)
 - Marketingová analýza (*rozšířená kapitola původní Studie proveditelnosti*)
 - Finanční a ekonomická analýza projektu – 1. Etapa (*zjednodušená současná příloha - původní CBA*)
 - Popis investičního záměru - podklad pro hodnocení hospodárnosti projektu (*zjednodušená současná příloha*)
 - Čestné prohlášení (*beze změn*)

Žadatel nebude dokládat Studii proveditelnosti jako dosud, ale pouze omezený rozsah informací.



Marketingová analýza

- popisuje nulovou a investiční variantu projektu z pohledu cílových skupin a přínosů,
- pomáhá určit, poznat a charakterizovat trh, na kterém budou výsledné služby či výrobky nabízeny,
- definuje konečné uživatele produktů a služeb,
- zkoumá současnou a odhaduje budoucí poptávku po produktech a službách,
- identifikuje vlivy, které budou působit na poptávku,
- analyzuje konkurenční produkty a služby v daném tržním prostředí,
- definuje nástroje, díky nimž bude udržována a zajišťována poptávka po produktech a službách.



Finanční a ekonomická analýza projektu 1. Etapa

Analýza projektu je zpracována pomocí webové aplikace, která je k dispozici na adrese www.rr-strednimorava.cz.

V rámci hodnocení budou chybné, nevhodné či nadhodnocené údaje finanční a ekonomické analýzy upraveny.

Žadatel vyplňuje obecné informace o projektu, strukturu výdajů rozpočtu projektu, celkovou výši investice (v členění nulové a investiční varianty), provozní výdaje a příjmy. Dále provádí ocenění socioekonomických přínosů a nákladů projektu.

Do komentáře bude uvedena metodologie a odborný výpočet hodnoty



Popis investičního záměru

Popis Investičního záměru obsahuje:

- Komentář k rozpočtu projektu a k členění projektu – zde je uveden popis stavební části a stavební technologie. Tyto informace musí být uvedeny dle struktury rozpočtu ve webové aplikaci BENEFIT7. Dále zde bude uveden popis nezpůsobilých výdajů projektu a současně zde bude uveden popis nulové a investiční varianty projektu z pohledu technologického řešení.
- Jméno odpovědného zpracovatele nákladů investičního záměru a jeho rozpočtu
- Stručný popis majetkoprávních vztahů

Územně plánovací informace a další přílohy

Žadatel doloží:

- územně plánovací informaci vydanou příslušným úřadem dle vyhlášky Ministerstva pro místní rozvoj ČR č. 503/2006 Sb., o podrobnější úpravě územního řízení, veřejnoprávní smlouvy a územního opatření. Tuto informaci lze nahradit jinou listinou, vydanou příslušným stavebním úřadem (např. územní souhlas, územní rozhodnutí, ohlášení stavby, stavební povolení aj.).
- snímek katastrální mapy, příp. geometrický plán se zřetelným vyznačením dotčených parcel, půdorysy, resp. grafické vyjádření projektové žádosti,
- situaci širších vztahů s identifikací záměru v příslušné lokalitě,
- bude-li akce realizována částečně nebo celkově na cizím majetku, bude zde uveden navrhovaný způsob budoucího užívání stavby (jak bude zajištěno provozování investice), včetně popisu navrhovaného způsobu řešení majetkových vztahů,
- fotodokumentaci současného stavu.

Provázanost dokumentace

- Klíčovým dokumentem nového modelu administrace je webová žádost BENEFIT7
- Údaje v ní obsažené jsou dále zpřesňovány v přílohách.
- Nejdůležitější vazby webové žádosti BENEFIT7 na přílohy:
 - Rozpočet projektu ↔ Popis investičního záměru (komentář k rozpočtu a jeho členění)
 - Monitorovací indikátory ↔ Marketingová analýza (kap. 5)
↔ Finanční a ekonomická analýza (socio-ekonomické přínosy)
 - Popis projektu ↔ Marketingová analýza (kap. 1, 2)
- Další vazby:
 - Finanční a ekonomická analýza ↔ Marketingová analýza (odhad poptávky)
 - Marketingová analýza (kap. 1.2 Popis nulové a investiční varianty)
↔ Popis investičního záměru ↔ Finanční a ekonomická analýza (zál.3)



Etapa 2

Dopracování projektové žádosti

Obecné principy

Jedná se o princip dopracování projektu v součinnosti s žadatelem

Komunikace s žadatelem v Etapě 2 by měla být založena na stejném principu jako je dnešní komunikace před přípravou Smlouvy o poskytnutí dotace



Rozsah předkládané dokumentace

- Finanční a ekonomická analýza projektu – 2. etapa
- Doklady o zajištění financování realizace projektu
- Popis proveditelnosti projektu
- Projektová dokumentace včetně rozpočtu projektu



Finanční a ekonomická analýza projektu – 2. Etapa

V této fázi žadatel uvádí informace o cashflow přípravy a realizace projektu, informace o udržitelnosti projektu, finančním zdraví a ekonomické pozici z hlediska úvěrů a závazků krytých zástavním právem, největších úvěrech, které žadatel v současné době čerpá a údaje o aktuálně čerpaných podporách.

Doklady o zajištění financování realizace projektu

Pokud hodnocení finančního zdraví žadatele je na rizikové úrovni a nebo je nedostatečné (hodnoty E a F) musí žadatel doložit zdůvodnění této situace.

V případě, že žadatel bude financovat realizaci projektu prostřednictvím bankovního úvěru, musí žadatel doložit úvěrový příslib vystavený bankou.



Popis proveditelnosti projektu

Tento dokument v rámci 2. Etapy hodnocení doplňuje informace o projektu a to v těchto oblastech:

- Organizaci a řízení – zde budou uvedeny informace o managementu projektu, jeho řízení, partnerech projektu a další významně zapojených subjektů
- Technické a technologické řešení projektu – zde budou uvedeny informace o alternativách řešení projektu, připravenosti projektu pro realizaci, harmonogramu realizace aktivit projektu a majetkoprávních vztazích
- Analýzy citlivosti a řízení rizik a jejich předcházení
- Horizontální témata – zde budou informace uvedeny ve vazbě na rovné příležitosti a udržitelný rozvoj.



Projektová dokumentace včetně rozpočtu projektu

Pokud ještě nebylo vydáno stavební povolení, dokládá se projektová dokumentace ke stavebnímu řízení.

V případě že je již vydáno stavební povolení či jiné opatření je třeba předložit ověřenou projektovou dokumentací stavebním úřadem.

Dále se předkládá rozpočet projektu, který je tvořen těmito částmi:

- Krycí list
- Rekapitulace rozpočtu
- Položkový výkaz výměr
- Položkový rozpočet

Rozpočet projektu bude při zpracování vycházet ze struktury uvedené ve webové žádosti BENEFIT7 a musí být zpracován oprávněnou osobou (projektantem).

V případě, že již bylo ukončeno zadávací řízení, předkládá se rozpočet projektu aktualizovaný v rámci zadávacího řízení.



Etapa 3

Příprava smlouvy o poskytnutí dotace

Rozsah předkládané dokumentace

- Územní rozhodnutí a jeho možné nahrazení
- Stavební povolení a jeho možné nahrazení
- Rozpočet projektu na základě ukončeného zadávacího řízení
- Kompletní dokumentace po ukončení zadávacího řízení
- Doklad o posouzení vlivu projektu na životní prostředí (EIA a NATURA 2000)
- Doklady o způsobu zajištění financování projektu



3. Informace o marketingové analýze a nejčastější chyby



OSNOVA MARKETINGOVÉ ANALÝZY

1. Stručné shrnutí podstaty projektu
2. Odhad poptávky
3. Analýza konkurence a substitutů
4. Marketingový mix
5. Vazby vyplývající z marketingové analýzy na navazující dokumentaci



Proč zpracovávat marketingovou analýzu?

1. Zdůvodnění potřebnosti projektu
2. Zájem cílových skupin o výstupy projektu
3. Zjištění mezer na trhu
4. Životaschopnost projektu z pohledu poptávky
5. Zorientování se na trhu v dané oblasti

Marketingová analýza nutí zamyslet se nad smyslem a životaschopností projektu dřív, než na něj budou nenávratně vynaloženy finanční prostředky.



2. Odhad poptávky – nejčastější chyby

2.1 Analýza prostředí (makro prostředí)

- Údaje se nevztahují k projektu
- Z analýzy makroprostředí nevyplývají argumenty pro realizaci projektu

2.2 Segmentace (členění) trhu a definování cílových skupin

- Obecná specifikace cílové skupiny (obyvatelé Olomouckého kraje)
- Chybí uvedení velikosti cílové skupiny
- Chybí provázanost s produktem

2.3 Odhad poptávky na základě primárních a sekundárních dat

- Údaje použité pro odhad poptávky nejsou dostatečně podloženy
- Není uvedena metodika primárního výzkumu nebo je špatně zvolená



3. Analýza konkurence a substitutů – nejčastější chyby

- Je uváděn pouze výčet konkurenčních subjektů
- Analýza konkurence by měla opět předkládat argumenty pro opodstatnění projektu.
- Analýza konkurence by se měla především zabývat přímou konkurencí, ne analyzovat všechna obdobná zařízení v neopodstatněně široké spádové oblasti
- U přímé konkurence chybí analýza nabízených produktů, cen a místa

4. Marketingový mix - nejčastější chyby (1)

➤ Produkt

- Produkt není jasně specifikován (např. při výstavbě kulturního centra není z marketingového hlediska produktem samotné centrum, ale program, který centrum nabízí)
- Chybí uvedení doplňkových služeb

➤ Cena

- Ceny nejsou přesně definovány
- Chybí časová jednotka nebo přesná definice služby, která bude za danou cenu poskytována
- Není podloženo, z čeho vychází stanovení cen

4. Marketingový mix – nejčastější chyby (2)

- Místo (distribuce)
 - Distribuce neřeší dostupnost služby pro zákazníky (např. z hlediska individuální či hromadné dopravy)
 - Je vhodné uvést výhody, které z daného místa vyplývají
 - Do distribuce patří také provozní doba, rezervační systém atd.

- Propagace
 - Marketingová propagace je zaměřována s povinnou publicitou
 - Propagace je definována jen obecně, chybí uvedení konkrétních komunikačních nástrojů (neuvádět jen obecně, např. tisk, ale i konkrétní název tiskoviny, formu propagace (inzerát, článek) a frekvenci



5. Vazba marketingové analýzy na Finanční a ekonomickou analýzu projektu

➤ MARKETING - Finanční analýza

výstupy marketingové analýzy = vstupy při kalkulaci finančního plánu (provozních příjmů) projektu

Provozní příjmy = odhad poptávky x cena produktu

➤ MARKETING - Ekonomická analýza

kvantifikace výstupů z marketingové analýzy = počtům pro výpočet jednotlivých socioekonomických přínosů

Přínosy projektu = odhad poptávky x standardizované ocenění dle FEA



5. Vazba marketingové analýzy na monitorovací indikátory

➤ MARKETING – Počty uživatelů, návštěvníků
výstupy marketingové analýzy = vstupy do webové aplikace
BENEFIT7

➤ MARKETING – Zvýšení atraktivity
Komentář k provedenému dotazníkovému šetření v
marketingové analýze, kap. 1.2

Další možné vazby viz. příloha Instrukcí pro vyplnění webové aplikace FEA, verze 2.0

5) Nepřímé vazby marketingové analýzy

- **MARKETING - Organizační zajištění - Finanční analýza**
Výstupy marketingové analýzy => potřeba personálu provozu => kalkulace osobních výdajů projektu
- **MARKETING - Organizační zajištění - Ekonomická analýza**
Výstupy marketingové analýzy => potřeba personálu provozu => kalkulace přínosu zvýšení zaměstnanosti projektu
- **MARKETING - Technické řešení - Finanční analýza**
Výstupy marketingové analýzy => parametry a kapacita provozu => kalkulace výdajů na energie projektu
- **MARKETING - Technické řešení - Ekonomická analýza**
Výstupy marketingové analýzy => parametry a tech. řešení stavby => kalkulace přínosu bezbariérové úpravy projektu



Základní principy zpracování projektu

Konzistentnost dat

- stejné hodnoty - výstup marketingu x vstup do FEA
- stejné varianty - investiční x nulová alternativa záměru

Je nutné často:

- přepočítat na stejné jednotky
- sladit strukturu odhadu poptávky a cenového mixu x kalkulaci příjmů/přínosů