



NAVODILO ZA PRIPRAVO PROGRAMA POSPEŠEVANJA PRODAJE SKUPINE PROIZVAJALCEV

kot sestavni del vloge za pridobitev sredstev v okviru ukrepa št. 133

**Podpora skupinam proizvajalcev pri dejavnostih informiranja in
pospeševanja prodaje za proizvode, ki so vključeni v sheme kakovosti hrane**

Ljubljana, December 2012

NAPOTKI IN METODOLOŠKE PREDPOSTAVKE

Program pospeševanja prodaje skupin proizvajalcev, ki so vključeni v sheme kakovosti hrane je namenjena vlagateljem ukrepa: Podpora skupinam proizvajalcev pri dejavnostih informiranja in pospeševanja prodaje za proizvode, ki so vključeni v sheme kakovosti hrane, kot vodilo in osnovni pripomoček pri vodenju projekta in spremljanju njegove uspešnosti. Vlagatelji tega ukrepa so skupine proizvajalcev, ki združujejo proizvajalce vključene v eno od shem kakovosti za določen kmetijski proizvod ali živilo ter na proizvodih uporabljajo pripadajoč simbol kakovosti oziroma zaščitni znak.

Upravičene sheme kakovosti Skupnosti in/ali Republike Slovenije znotraj tega ukrepa so:

- a. ekološka pridelava in predelava,
- b. zaščiteni kmetijski pridelki oziroma živila (zaščiteni označba porekla oz. označba geografskega porekla, zaščiteni geografska označba oz. geografska označba, zajamčena tradicionalna posebnost oz. označba tradicionalnega ugleda),
- c. kakovostna vina, pridelana na določenem pridelovalnem območju (kakovostno vino ZGP, vrhunsko vino ZGP in vino PTP)
- d. integrirana pridelava in
- e. višja kakovost.

Vsebina programa pospeševanja prodaje predstavlja smernice skupini proizvajalcev glede:

- petletne vizije oglaševanja, informiranja in pospeševanja prodaje,
- predloženega projekta s predlaganimi aktivnostmi in posameznimi akcijami,
- ciljne javnosti in trgov,
- orodij komuniciranja za dosego zastavljenih ciljev,
- načina izvedbe petletne vizije in predloženega projekta,
- vrednotenja projekta.

Uspeh skupin proizvajalcev vključenih v sheme kakovosti je postavljanje strateških ciljev glede delovanja in trženja ter izvajanje teh ciljev. Za uresničevanje ciljev skupine proizvajalcev je potrebno določiti tudi vizijo in načrte glede promocije in pospeševanja prodaje proizvodov iz shem kakovosti. Uspeh skupine proizvajalcev in vseh zastavljenih projektov je odvisen od vseh udeleženi in v proizvodni verigi in od njihovega aktivnega sodelovanja.

Program pospeševanja prodaje skupine proizvajalcev mora biti potrjen s strani članov skupine proizvajalcev. Program pospeševanja prodaje mora vsebovati dva dela, in sicer:

- i. Vizijo razvoja pospeševanja prodaje, oglaševanja in informiranja za petletno obdobje razdeljeno po letih in po pričakovanih učinkih ter
- ii. Natančen načrt aktivnosti in posameznih akcij za predložen projekt glede informiranja, oglaševanja in pospeševanja prodaje za katere se skupina proizvajalcev javi na razpis. V projektu bodo podprte samo upravičene aktivnosti, ki so definirane v stroškovniku. Vsaka aktivnost mora biti natančno opisana in vsebovati opis posameznih akcij znotraj aktivnosti.

V okviru petega JR za ukrep 133 lahko en vlagatelj priloži samo en projekt oz. eno vlogo z najvišjim zneskom podpore, ki znaša 200.000,00 EUR.

Kaj vse zajema program pospeševanja prodaje?

V navodilih za izdelavo programa pospeševanja so nanizana poglavja. Podrobno je pojasnjeno, katere elemente/vsebine mora vsako poglavje zajemati.

Izdelovalcu je prepuščena odločitev, kateremu poglavju bo dal večjo in kateremu manjšo težo, zasledovati pa mora cilj, da bo program pospeševanja zajemal vse podatke in informacije, ki so potrebne za celovito podobo sedanjih in bodočih poslovnih dogajanj vlagatelja.

Program pospeševanja skupine proizvajalcev naj bo opisan na čim bolj jasnem in razumljivem načinu in naj vsebuje naslednje elemente. Osnovna struktura programa pospeševanja skupine proizvajalcev je sestavljena iz:

- **Uvodnega dela** (Naslovna stran, kazalo, povzetek vsebine)
- **Glavnega dela** (Podatki o vlagatelju, o proizvodu/ih, o viziji razvoja za petletno obdobje, o projektu za razpis, o Poslovni analizi in o finančni konstrukciji izvedbe projekta)

V nadaljevanju so opisana vsa priporočena poglavja, ki naj jih vsebuje program pospeševanja prodaje. Program pospeševanja prodaje naj bo vsebinsko sestavljen po enakih točkah, ki so navedeni v nadaljevanju tega navodila za pripravo programa.

VSEBINA PROGRAMA POSPEŠEVANJA

1 NASLOVNA STRAN

2 KAZALO

3 POVZETEK VSEBINE PROJEKTA

4 PODATKI O VLAGATELJU in PROIZVODU

4.1 Podatki o vlagatelju

4.2 Podatki o proizvodu ali proizvodih

4.2.1 Kategorija proizvoda

4.2.2 Vrsta proizvodnje

4.2.3 Vrsta sheme kakovosti

4.2.4 Opis območja proizvoda oz. proizvodov iz sheme kakovosti

5 PETLETNA VIZIJA RAZVOJA

5.1 Petletna vizija vlagatelja

5.2 Terminski plan petletne vizije

5.2.1 Opis terminskega plana

5.2.2 Terminski plan razdeljen po letih in po pričakovanih učinkih

5.3 Pričakovani rezultati izvajanja petletne vizije

6 PREDLOŽEN PROJEKT ZA POVRAČILO STROŠKOV

6.1 Namen projekta

6.2 Cilji projekta

6.3 Projektne aktivnosti s posameznimi akcijamami za dobo trajanja projekta

6.4 Izvedba projekta

6.5 Pričakovani rezultati projekta

6.6 Interakcija z petletno vizijo

6.7 Terminski plan aktivnosti in posameznih akcij predlaganega projekta

7 POSLOVNA ANALIZA

7.1 Analiza trga

7.2 SWOT analiza

8 FINANČNA KONSTRUKCIJA IZVEDBE PROJEKTA

8.1 Predračunska vrednost projekta

8.2 Finančna konstrukcija celotnega projekta po letih

8.3 Produktivnost projekta

8.4 Ekonomski učinek

1 NASLOVNA STRAN

Naslovna stran vsebuje naslednje informacije:

- Grafični znak skupine proizvajalcev (v primeru skupne vloge se doda skupen grafični znak ustanovljen za ta projekt - v kolikor je znak ustanovljen). Grafični znak skupine je neobvezen.
- Naziv programa pospeševanja prodaje
- Naziv vlagatelja (Ime pravne osebe oz. v primeru skupne vloge se navede pravno ime vseh skupin proizvajalcev - na prvo mesto se navede pooblaščen skupino)
- Naslov in kontakt vlagatelja oz. v primeru skupne vloge naslov pooblaščen skupine proizvajalcev (Ulica, hišna številka, pošta, telefonska številka in kontaktna oseba)
- Naziv izvajalca programa pospeševanja (Priimek in ime fizične osebe oz. ime pravne osebe)
- Kraj, mesec in leto izdelave programa pospeševanja prodaje
- Podpis zakonitega zastopnika skupine proizvajalcev oz. v primeru skupne vloge, podpis vseh zakonitih zastopnikov vseh sodelujočih skupin proizvajalcev

Vzorčni primer uvodne strani:

(grafični znak vlagatelja – če obstaja)			
Naziv programa pospeševanja prodaje			
XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX			
Naziv vlagatelja: xxxxxxx			
Naslov vlagatelja: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX			
Naziv izvajalcaprograma pospeševanja: XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX			
Kraj, mesec, leto			
Pravni naziv skupine	Zakoniti zastopnik skupine	Podpis zak. zastopnika	Datum podpisa

2 KAZALO

Povzamejo se vsa poglavja in strani na katerih se poglavja nahajajo.

3 POVZETEK VSEBINE PROJEKTA

V povzetku jedrnato predstavimo celoten program pospeševanja prodaje skupine. Vsebuje naj informacijo o:

- (a) namenu programa - namenu petletne vizije in projekta,
- (b) trgu (ponudba in povpraševanje v povezavi s proizvodi iz shem kakovosti) ter o ciljni javnosti,
- (c) glavnih aktivnostih, ki se bodo izvajale v predloženem projektu,
- (d) ekonomskih učinkih ob koncu projekta.

4 PODATKI O VLAGATELJU IN PROIZVODU

Izdelovalec programa pospeševanja prodaje naj glede na vsebino vizije in predloženega projekta sam presodi prisotnost in obširnost posameznih točk.

4.1. Podatki o vlagatelju

- a) Naziv vlagatelja, status, naslov, telefonska in fax. številka, elektronska pošta. V primeru skupne vloge se natančno navedejo vsi podatki za vse skupine proizvajalcev. Poudari se katera skupina proizvajalcev je pooblaščen s strani vseh ostalih.
- b) Nosilec projekta oz. odgovorna oseba (priimek in ime, izobrazba, delovne izkušnje, trenutna zaposlitev, delovno mesto, direktna telefonska in elektronska pošta);
- c) Na kratko se opiše celotna veriga v kateri, se:
 - o navedejo in opišejo vsi člani skupine proizvajalcev in njihova vloga v verigi (veliki in mali proizvajalci, kmetje, predelovalni obrati, zadruga, obrtniki, trgovina, itd.) (tabela št. 1);

Tabela št. 1. podatki o članih skupine proizvajalcev (posameznih subjektih) (tabela po potrebi razširite)

Št.	Ime in priimek oz. Naziv pravne osebe	Naslov	Poštna številka	Kraj	KMG-MID	Davčna številka	Matična št.	Proizvod trži (da/ ne)
1								
2								
3								
...								

- o definira se organiziranost celotne verige (občni zbor, skupščina, ...),
- o opišejo se interesi znotraj verige, ki so lahko tudi različni; kako in kdo sprejema odločitve (upravni odbor, ...); ali je vsak člen verige aktivno vključen v delovanje skupine proizvajalcev in kako;
- o opiše se način določevanja cenovne politike skupine;
- o opiše se nadzor nad uporabo nacionalnih oz. evropskih zaščitnih znakov pri članih, ki so certificirani. Definira se število članov od vseh certificiranih, ki uporabljajo zaščitni znak oz. simbol kakovosti;
- o opišejo se trgi, kjer se proizvodi pojavljajo in tržijo (tržnica, trgovine, prodaja v predelavo, kmečki turizem, dopolnilna dejavnost, restavracije, itd.).
- o definira se število tržno usmerjenih članov skupine proizvajalcev od vseh včlanjenih v skupini proizvajalcev. Oцени se tudi trend interesa članov za tržno usmerjenost.

4.2 Podatki o proizvodu ali proizvodih

4.2.1 Kategorija proizvoda

- Skupina navede kategorijo(e) proizvoda(ov), ki je (so) v shemi kakovosti ter navede še vrsto proizvoda oz. ime (npr.: kategorija je SADJE, vrsta proizvoda je JABOLKA oz. kategorija je SIRI, ime proizvoda je NANOŠKI SIR, itd.).
- V primeru večjega števila proizvodov, ki so vključeni v sheme kakovosti se najprej navede število proizvodov, ki je v določenih upravičenih shemah in kasneje se za vsak proizvod navede kategorijo in vrsto oz. ime.

4.2.2 Vrsta proizvodnje

- Skupina navede vrsto proizvodnje s katero se člani skupine ukvarjajo. Navede se ali gre zgolj za pridelavo ali predelavo ali pridelavo in predelavo.
- V primeru skupne vloge večjega števila skupin proizvajalcev se za vsako skupino proizvajalcev in za vsak proizvod navede vrsta proizvodnje (npr.: pridelava, predelava ali pridelava in predelava).

4.2.3 Vrsta sheme kakovosti kmetijskega pridelka oz. živila in opis proizvoda

- Navede se vrsto sheme kakovosti oz. v primeru skupne vloge se za vsak proizvod navedejo posamezne sheme kakovosti, ki je (so) osnova za pripravo vizije in projekta in pridobitev sredstev znotraj tega ukrepa. Upravičene sheme kakovosti so:
 - Zaščiteni kmetijski pridelki oz. živila:
 - Zaščiten oznaka porekla oz. geografsko poreklo
 - Zaščiten geografska oznaka oz. geografska oznaka
 - Zajamčena tradicionalna posebnost oz. tradicionalen ugled
 - Ekološka pridelava in predelava
 - Višja kakovost
 - Integrirana pridelava
 - Kakovostna vina ZGP. Vrhunska vina ZGP oz. vino PTP
- Na kratko se opišejo glavne lastnosti proizvoda iz sheme kakovosti oz. proizvodov iz shem kakovosti in njegove oz. njihove povezave z omenjeno shemo kakovosti.

4.2.4 Opis območja proizvoda iz sheme kakovosti oz. proizvodov iz shem kakovosti

Na tem mestu se naj definira iz vidika proizvodnje proizvodov iz shem kakovosti:

- območje kjer se proizvod iz sheme kakovosti oz. proizvodi iz shem kakovosti proizvajajo;
- opišejo se osnovne značilnosti območja - natančno se določi tip območja kjer se proizvodi pridelajo oz. predelajo (normalna območja, gorska območja, druga območja z omejenimi možnostmi, območja s posebnimi ovirami) in vpliv tradicije, podnebja na proizvodnjo.

5 PETLETNA VIZIJA RAZVOJA

Vlagatelj pred opisom vizije priloži spremno stran, ki jasno opredeljuje petletno vizijo. Spremna stran mora vsebovati vsaj spodnje podatke. V kolikor je potreba se spremna stran dodela

PETLETNA VIZIJA RAZVOJA POSPEŠEVANJA PRODAJE

Skupine proizvajalcev (Ime): _____

Za kmetijski pridelek oz. živilo (ime proizvoda): _____, **ki je**
Vključen v shemo kakovosti (navedite ime sheme): _____.

Predviden začetek izvajanja petletne vizije (mesec, leto): _____

Predviden zaključek izvajanja petletne vizije (mesec, leto): _____

Zakoniti zastopnik skupine proizvajalcev (ime in priimek): _____

Nosilec izvajanja petletne vizije (ime in priimek): _____

5.1 Petletna vizija vlagatelja

Pri opisu petletne vizije se osredotočite na vizijo pospeševanja prodaje in informiranja o kakovostnih proizvodih za petletno obdobje. Petletna vizija je vlagatelju osnova za pripravo projekta, za katerega se prosijo nepovratna sredstva. Petletna vizija skupine proizvajalcev mora slediti ciljem javnega razpisa in mora biti strukturirana tako, da se deli vizije lahko izvajajo z predloženimi projekti skupine proizvajalcev. Iz petletne vizije morajo jasno biti razvidni cilji in faze, ki so osnova za izvajanje predloženih projektov.

V okviru te točke se pri opisu vizije in ciljev osredotočite na realne potrebe in zahteve trga in potrošnikov in opišite naslednje zahteve:

- **Namen vizije** vlagatelja za petletno obdobje glede informiranja in pospeševanja prodaje kakovostnih proizvodov in kakšen učinek se od izvajanja vizije pričakuje. Navedite glavne elemente vizije skupine v zvezi z pospeševanjem prodaje in informiranje - osnovno sporočilo vizije. Vizija mora temeljiti na realnih zahtevah in potrebah trga, potrošnika in proizvajalcev.
- **Glavne cilje** petletne vizije opišete na osnovi realnih zahtev in potreb na trgu in kaj skupina proizvajalcev želi doseči z uresničitvijo zastavljenih glavnih ciljev. Cilji morajo temeljiti na realnih zahtevah in potrebah trga, potrošnika in proizvajalcev. Vsak cilj bo uresničen z izvajanjem določenih faz .
- Na kratko se opišejo **faze vlagatelja**, ki se bodo izvajale v petletnem obdobju in bodo uresničevale cilje petletne vizije. Pri opisu faz morate upoštevati vse projekte, ki jih boste izvajali, da uresničite zastavljene cilje petletne vizije. Faze opišite ter njihove osnovne usmeritve in učinek na izpolnjevanje petletne vizije. Navedene faze morajo biti strukturirane tako, da se jih lahko izvaja v predloženih projektih in jih vlagatelj in ARSKTRP lahko jasno poveže s predloženimi projekti. Ta podatek je pomemben pri ocenjevanju izvajanja petletne vizije s predloženimi projekti vlagatelja.

Faze izvajanja aktivnosti informiranja in pospeševanja prodaje so npr.:

- medijsko oglaševanje
- informiranje in oglaševanje na mestih prodaje
- Izvajanje javnih nastopov (oddaje, tematske tržnice, razstave, delavnice...)
- Udeležba na dogodkih (sejmi in drugi definirani dogodki,...)
- Priprava in distribucija informacijskega in promocijskega materiala
- Organizacija raznih dogodkov
- Itd.

5.2 Terminski plan petletne vizije

5.2.1 *Opis terminskega plana*

Na kratko opišite terminski načrt izvedbe petletne vizije. Opišite faze s katerimi boste najprej začeli in nadaljujte z naslednjimi fazami. Prosim, da upoštevate korelacijo med fazami in povezavo z možnimi projekti. V kolikor mora določena faza biti izvedena pred drugo fazo, to jasno opišite in navedite razloge. Pri opisu na splošno opišite po letih kako se bodo izvajale faze.

5.2.2 *Terminski plan razdeljen po letih in po pričakovanih učinkih*

Izpolnite priloženo tabelo št.2 z okvirno terminsko oceno izvedbe določenih faz in ciljev petletne vizije. Vizija je splošna ocena in se z leti lahko tudi prilagaja in spreminja v povezavi z zahtevami trga in potrošnikov. Izpolnjen terminski plan, bo osnova vlagateljem in ARSKTRP za uresničevanje ciljev petletne vizije in ugotavljanje usklajenosti s predloženim projektom skupine, za katerega vlagajo vlogo.

5.3 Pričakovani rezultati izvajanja petletne vizije

Vlagatelj oceni učinek in rezultate, ki se bodo dosegli pri izvajanju petletne vizije ob zaključku petletnega obdobja. Oceni se:

- razlika med sedanjim stanjem na trgu in pričakovanim stanjem po petletnem obdobju
- razlika v percepciji potrošnika glede kakovostnih proizvodov
- porast povpraševanja po kakovostnih proizvodih, itd.

Tabela št.2: terminski plan petletne vizije razdeljen po letih, fazah in pričakovanih učinkih

Cilji	Projekti	Faze	1. leto				2. leto				3. leto				4. leto				5. leto			
			1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4

(Tabelo po potrebi razširite)

Definirajte začetek petletne vizije (mesec in leto): _____ in konec (mesec, leto): _____

6 PREDLOŽEN PROJEKT ZA POVRAČILO STROŠKOV

Vlagatelj pred opisom projekta priloži spremno stran, ki jasno opredeljuje projekt s katerim se kandidira na razpis. Spremna stran mora vsebovati vsaj spodnje podatke. V kolikor je potreba se spremna stran dodela.

PROJEKT ŠT.: _____ **ZA KANDIDIRANJE NA RAZPIS UKREPA 133**

Naziv projekta: _____

Skupina proizvajalcev (ime skupine): _____

Za kmetijski pridelek oz. živilo (ime proizvoda): _____, **ki je**
Vključen v shemo kakovosti (navedite ime sheme): _____.

Predviden začetek izvajanja projekta (mesec, leto): _____

Predviden zaključek izvajanja projekta (mesec, leto): _____

Zakoniti zastopnik skupine proizvajalcev (ime in priimek): _____

Nosilec predloženega projekta (ime in priimek): _____

6.1 Namen projekta

Opiše se namen projekta in kaj želi s projektom vlagatelj doseči. Pri opisu namena se osredotočite na proizvod in shemo kakovosti.

6.2 Cilji projekta

Opredelijo se naslednje zahteve:

- **dolgoročni in specifični cilji** načrtovanega projekta, ki se morajo skladati s cilji ukrepa, za katerega se kandidira na razpisu. Cilje je treba jasno opredeliti in obrazložiti. ;
- **ciljna javnost** - jasno navedite in utemeljite katero javnost boste s svojim projektom informirali in s kakšnim razlogom.
- **način spremljanja** izvajanja in dosego zastavljenih ciljev projekta.

6.3 Projektne aktivnosti s posameznimi akcijami za dobo trajanja projekta

Natančno se opiše vsaka posamezna aktivnost predloženega projekta, ki se bodo izvajale v okviru tega projekta. Pri opisu posameznih aktivnosti je potrebno natančno opredeliti predvidene posamezne akcije (ime akcije, namen posamezne akcije, predvideno obdobje trajanja posamezne akcije, itd). Posamezne aktivnosti je potrebno uvrstiti v kategorij, ki so definirane v RD. Opišite kakšen je namen predlaganih aktivnosti in posameznih akcij v povezavi z zahtevami trga in potrošnika ter način kako bodo prispevale k uresničitvi zastavljenih ciljev.

Navedite naziv in podroben opis vseh načrtovanih projektih aktivnosti in posameznih akcij ter uresničevanje zastavljenih ciljev. Vsako aktivnost jasno razčlenite po predvidenih akcijah. Aktivnosti in posamezne akcije naj bodo zapisane v logičnem zaporedju po kategorijah iz RD:

- a. 1.kategorija: Organizacija, sodelovanje in priprava javnih nastopov, delavnic in dogodkov
 - i. Aktivnost (opis aktivnosti, način izvajanja te aktivnosti, obdobje izvajanja aktivnosti in name aktivnosti):
 1. Akcija (opis posamezne akcije, način izvajanja te akcije, obdobje izvajanja akcije in namen akcije – npr.: predstavitev Nanoškega sira na sejmu Gornja Radgona),...
- b. 2. kategorija: Oglaševanje in informiranje na prodajnih mestih in po drugih kanalih komunikacije.
 - i. Aktivnost (opis aktivnosti, način izvajanja te aktivnosti, obdobje izvajanja aktivnosti in name aktivnosti):
 1. Akcija,...
- c. 3. kategorija: Priprava, izdaja in distribucija informacijskega in promocijskega materiala
 - i. Aktivnost (opis aktivnosti, način izvajanja te aktivnosti, obdobje izvajanja aktivnosti in name aktivnosti):
 1. Akcija,...
- d. 4. kategorija: Organizacija in izvedba drugih ustreznih oblik oglaševanja
 - i. Aktivnost (opis aktivnosti, način izvajanja te aktivnosti, obdobje izvajanja aktivnosti in name aktivnosti):
 1. Akcija,....

POMEMBNO!!!!

Pri izvajanju vseh oblik informiranja, promocije in pospeševanja prodaje mora biti v ospredju sporočila:

- kakovost proizvoda (shema kakovosti)
- ime kakovostnega proizvoda oz. vinorodni okoliš,
- pripadajoči zaščitni znaki oz. simboli kakovosti oz. navedba kategorije za vina.

Iz glavnih sporočil vseh podprtih aktivnosti mora biti jasno razvidno, da se navezuje na kakovost proizvodov, ki je odraz proizvodnih, tradicionalnih, tehničnih, zgodovinskih in geografskih vplivov. Pri izvajanju aktivnosti se lahko v ozadju sporočila pojavijo tudi druge informacije glede označevanja, ki se navezujejo na skupino proizvajalcev in posamezne proizvajalce, vendar **ne sme** biti **glavno sporočilo aktivnosti**, kot tudi v samem ospredju sporočila. Blagovne znamke ne smejo biti predmet promocije.

6.4 Izvedba projekta

Pri izvedbi projekta vlagatelj navede:

- **Orodja komuniciranja**, ki jih boste uporabljali pri izvajanju aktivnosti projekta (npr.: oglaševanje v medijih, direktna predstavitev, anketiranje,...);
- **Osebo, ki bo odgovorna za vodenje celotnega projekta** - jasno opredelite ali je ta oseba zaposlena v skupini proizvajalcev oz. ali je samo član skupine proizvajalcev in ni zaposlena s strani skupine proizvajalcev;
- **Zunanje izvajalce** - jasno se opredelite v katerih delih boste potrebovali zunanje izvajalce in za katere aktivnosti. V kolikor je skupina proizvajalcev za izvedbo celega projekta pooblastila usposobljenega zunanjega izvajalca mora to jasno navesti (naziv zunanjega izvajalca, reference, itd.);
- **Vrednotenje projekta** - kdaj, kolikokrat boste ovrednotili izvajanje projekta.

6.5 Pričakovani rezultati projekta (letna proizvodnja, tržna proizvodnja, donos in cena)

Podrobno se opiše in izrazi v številkah rezultate in vplive projekta – povprečna letna proizvodnja (tabela št. 3), povprečni donos od prodaje (tabela 3.1, Tabela 3.2) in cen (tabela 3.3); predvideti je potrebno kako bo projekt izboljšal stanje na trgu.

Če skupina proizvajalcev zastopa več različnih proizvodov je potrebno za vse glavne proizvode izpolniti spodnje tabele. Za količinsko manj pomembne proizvode jih je potrebno združiti po kategorijah in za vsako kategorijo izpolniti tabele. Iz tega se lahko potem določi skupna letna proizvodnja proizvodov in skupna tržna proizvodnja vseh članov skupine proizvajalcev. Potrebno je upoštevati podatke samo za tiste člane skupine proizvajalcev, ki izkazujejo, da svoje proizvode tudi tržijo. Pred vsako tabelo navedite za katere proizvode so podatki.

6.5.1 **Letna in tržna proizvodnja, donos in cena za proizvod:** _____ (po potrebi to točko izpolnite za vsak proizvod)

Tabela št. 3: povprečna letna proizvodnja na dan 31.12. za preteklo leto na proizvajalca (v tonah oz. tisoč hektolitrih) za proizvod : _____

Proizvajalci kmetijskega pridelka oz. živila iz upravičene sheme kakovosti	Povprečna letna proizvodnja pridelka oz. živila v preteklem letu iz sheme kakovosti (v tonah oz. tisoč hektolitrih)	Načrtovana letna proizvodnja kmetijskega pridelka oz. živila iz sheme kakovosti ob zaključku projekta (v tonah oz. tisoč hektolitrih)	Razlika
1.			
2.			
3.			
SKUPAJ			

Pod zaporednimi številkami se navajajo podatki za posamezne člane združenja (tabelo po potrebi razširite)

Tabela št. 3.1: Tržna proizvodnja (prihodek) in povprečni donos na proizvajalca pred izvajanjem aktivnosti

Proizvajalci kmetijskega pridelka oz. živila iz upravičene sheme kakovosti	Prihodki od kmetijskega pridelka oz. živila iz sheme kakovosti v na dan 31.12. v preteklem letu (v EUR)			Stroški kmetijskega pridelka oz. živila iz sheme kakovosti na dan 31.12. v preteklem letu (v EUR)	Razlika - donos
	Prodana količina	Povprečna cena	Prihodek - tržna proizvodnja		
.					
1					
2.					
3.					
SKUPAJ					

Pod zaporednimi številkami se navajajo podatki za posamezne člane združenja (tabelo po potrebi razširite)
 Obrazložite stroške po naslednji strukturi:

Stroški:

- materiala (v skladu s specifikacijo proizvoda); izračun (porabljen material * cena)
- dela
- storitev (elektrika, plin, prevoz, pošta, zavarovanje, svetovanje, ...)
- amortizacija

Tabela št. 3.2: Načrtovana tržna proizvodnja (prihodek) in donos po izvajanju aktivnosti

Proizvajalci kmetijskega pridelka oz. živila iz sheme kakovosti	Načrtovani prihodki od kmetijskega pridelka oz. živila iz sheme kakovosti na dan 31.12. v preteklem letu ob zaključku projekta (v EUR)			Načrtovani stroški od kmetijskega pridelka oz. živila iz sheme kakovosti na dan 31.12. v preteklem letu ob zaključku projekta (v EUR)	Razlika donos
	Prodana količina	Povprečna cena	Prihodek - tržna proizvodnja		
.					
1					
2.					
SKUPAJ					

Pod zaporednimi številkami se navajajo podatki za posamezne člane združenja (tabelo po potrebi razširite)
 Obrazložite stroške po naslednji strukturi:

Stroški:

- materiala (v skladu s specifikacijo proizvoda); izračun (porabljen material * cena)
- dela
- storitev (elektrika, plin, prevoz, pošta, zavarovanje, svetovanje, ...)
- amortizacija

Tabela št. 3.3: načrtovana cena posameznega proizvoda: _____

Proizvajalci kmetijskega pridelka oz. živila iz sheme kakovosti	Povprečna cena na enoto prodanega proizvoda pred izvedbo aktivnosti	Povprečna cena na enoto prodanega proizvoda po izvedbi aktivnosti	Razlika
1.			
2.			
3.			
SKUPAJ ((1+2+...+n)/n)			

Pod zaporednimi številkami se navajajo podatki za posamezne člane združenja (tabelo po potrebi razširite)
 Obrazložite način izračunavanja povprečne cene na enoto prodanega proizvoda .

6.6 Interakcija s petletno vizijo

Natančno se navede katere dele petletne vizije predložen projekt izpolnjuje in katere cilje in faze petletne vizije se bodo z izvedbo projekta dosegli oz. izvajali.

Iz te povezave mora biti JASNO kateri deli petletne vizije se s projektom izvajajo in izpolnjujejo.

6.7 Terminski plan predlaganega projekta

Pri pripravi terminskega plana načrta aktivnosti se upošteva, da lahko projekt traja največ do 30.6.2015 od izdaje odločbe o pravici do sredstev.

Opomba: V načrtu aktivnosti se ne navaja dejanskih datumov, ampak označi izvajanje aktivnosti po mesecih (jan, feb, mar, apr, itd). Prijaviteljem svetujemo, da v načrtu za vsak primer predvidijo tudi rezervni čas.. Prav tako je potrebno vključiti tudi mesece brez projektnih aktivnosti, tako v načrt aktivnosti, kakor jih treba vključiti tudi v trajanje projekta.

Načrt aktivnosti za izvedbo mora biti dovolj podroben, da omogoča pregled nad pripravo in izvedbo vsake aktivnosti in posameznih akcij. Načrt aktivnosti in posameznih akcij je treba pripraviti po naslednjem modelu:

Začetek aktivnosti: _____

Zaključek aktivnosti: _____

Projekt bo trajal ___ mesecev.

7 POSLOVNA ANALIZA

7.1 Analiza trga - Opis ciljnega trga oz. ciljnih trgov za proizvode iz shem kakovosti ter opis ciljne javnosti

- Opiše se ciljne trge, kjer se pojavlja(jo) proizvod(i) iz shem(e) kakovosti. Definirati je treba:
 - o Ciljne prodajne trge,
 - o Oceniti velikost/obseg prodajnih trgov (količinsko in vrednostno),
 - o Oceniti trende razvoja trga(ov),
 - o Opisati obstoječe prodajne poti in opredeliti ključne značilnosti,
 - o Oceniti in opisati nabavne trge (npr.: ali obstaja zadostna količina osnovnih surovin predpisane kakovosti).
 - o Oceniti obseg ciljnega trga po zaključenem projektu
- Opiše se potencialne konkurente in osnovne razlike med konkurenti in vašimi proizvodi (ponudba in povpraševanje konkurenčnih proizvodov v korelaciji z vašimi proizvodi iz shem kakovosti).
- Opiše se ciljno javnost-ciljne kupce, kateri so potencialni ciljni kupci vaših proizvodov. Definirati je treba:
 - o Ciljno javnost in njihove zahteve (Ali so to končni potrošniki - posamezniki, gospodinjstva; ali so to organizacije kot kupci - podjetja, trgovska podjetja),
 - o Oceniti parametre kakovosti oz. druge elemente, ki bi ciljno javnost zanimali pri vaših proizvodih (prehranske in nakupne navade v povezavi s zgoraj opisanimi ciljnim trgi, preference kupcev, nakupna moč, itd.).

7.2 SWOT analiza (Analiza prednosti, slabosti, priložnosti in nevarnosti)

SWOT analiza je analiza prednosti in slabosti vlagatelja v primerjavi s konkurenco ter priložnosti in nevarnosti vlagatelja glede na zunanje okolje v katerem deluje katero vpliva na vlagatelja. SWOT analiza se uporablja za namene načrtovanja strategije poslovanja in kot lastna samo analiza pred začetkom izvajanja projekta. Gre za metodo kjer preverimo, kje smo dobri in slabi, kaj lahko izboljšamo in kaj nam grozi. Tako se lahko podjetje pripravi na nevarnosti in izkoristi priložnosti, ki jih trg ponuja.

- *Prednosti in slabosti*

Z analizo prednosti in slabosti primerjamo konkurenčni položaj vlagatelja s ključnimi konkurenti na trgu. Potrebno je opraviti primerjavo s točno določenimi konkurenti. Pri tem se primerja proizvodni/storitveni program, stroške, promocijo, distribucijske poti, prodajno mrežo, cene, kadre, izkušnje, sposobnosti, ipd.

Z določitvijo prednosti, se navede vse notranje prednosti za katere se smatra da izboljšujejo oz. bi lahko izboljšale njegov konkurenčen položaj na trgu.

Z določitvijo slabosti, se navede vse notranje slabosti za katere se smatra da škodujejo oz. bi lahko škodovale njegovemu konkurenčnemu položaju na trgu.

Predlagamo, da se analiza prednosti in slabosti opravi (izpolni) v obliki tabele, kot jo prikazujemo v nadaljevanju:

Tabela št. 5: shema za opis prednosti in slabosti v primerjavi s konkurenti

Navedite primerjavo na naslednjih področjih	Opis možnih	
	PREDNOSTI	SLABOSTI
Izdelek/storitev	- - -	- - -
Nabavni in prodajni trg	- - -	- - -
Promocija	- - -	- - -
Cena	- - -	- - -
Kadri	- - -	- - -

(Po potrebi razširi tabelo)

- **Priložnosti in nevarnosti**

Z analizo poslovnega okolja se opredeli *priložnosti*, ki se odpirajo glede na številne spremembe v okolju, kot tudi *nevarnosti*, ki prete vlagatelju.. Pri analizi se osredotočite na priložnosti in nevarnosti na naslednjih področjih:

a) *Ekološko področje*

Gre za ekološko proučitev obstoječih in predvidenih učinkov (proizvodov, učinkov, odpadkov, tudi ukrepov, informacij, ipd) podjetja na okolje, za ekološko proučitev obstoječih in predvidenih resursov in struktur podjetja ter za ekološko proučitev sedanjih in predvidenih vhodnih resursov podjetja, kot npr: surovin in materialov, energije, ipd. Pomemben je tudi vidik novih razvojnih možnosti za podjetje, kot je npr: razvoj novih, okolju prijaznih proizvodov.

b) *Družbeno področje*

Gre za proučitev okolja na področju družbenega življenja in dejavnikov kot so: vpliv politike, zakonodaje, izobraževalnega sistema, vere, kulture in način življenja ljudi na območju, ipd.

c) *Tehnološko področje*

Tehnološko področje je pomembna sestavina napredka vsake družbe. Tukaj gre za proučitev tehnologije na področju: opreme in naprav, ki je uporabna za proizvodnjo ali izvedbo storitev, ipd.

d) *Ekonomsko področje*

Gre za proučitev dejavnikov na področju: oskrbnega trga (priskrba surovin in materialov, delovne sile, kapitala, ipd) in prodajnega trga (cene na trgu, stroški, demografija - število prebivalcev na območju ter rast, zaposlitvene razmere in plače, ipd)

Pri določanju *priložnosti*, je potrebno analizirati svoje prednosti in ugotoviti ali se lahko na podlagi definiranih prednosti izkoristijo priložnosti. Prav tako je potrebno analizirati svoje slabosti in ugotoviti ali lahko z izkoriščanjem priložnosti izničijo svoje slabosti.

Pri določanju *nevarnosti* je potrebno definirati dejavnike, ki lahko v sedanjosti in prihodnosti pomembno vplivajo na vlagatelja. Nevarnosti za vlagatelja lahko imajo osnovo v boljši tehnologiji,

uvajanju nadomestnih proizvodov, neugodnih ekonomskih trendih, restriktivni vladni politiki, drugih zunanjih dejavnikov. Zunanje nevarnosti vplivajo na bodoči položaj vlagatelja.

Predlagamo, da se analiza priložnosti in nevarnosti opravi (izpolni) v obliki tabele, kot jo prikazujemo v nadaljevanju:

Tabela št. 6: shema za opis priložnosti in nevarnosti

Navedite primerjavo na naslednjih področjih	Opis možnih	
	PRILOŽNOSTI	NEVARNOSTI
Ekološko področje	- - -	- - -
Družbeno področje	- - -	- - -
Tehnološko področje	- - -	- - -
Ekonomsko področje	- - -	- - -

(Po potrebi razširi tabelo)

8 FINANČNA KONSTRUKCIJA IZVEDBE PROJEKTA

8.1 Predračunska vrednost projekta

Glede na spodaj pripravljeno tabelo se opredeli predračunska vrednost projekta. Oцени se vsak upravičeni strošek in navede njegovo celotno vrednost z DDV, vrednost brez DDV, upravičene stroške, in zaproseno vrednost.

- celotna vrednost z DDV-jem predstavlja celotno vrednost projekta s katerim kandidirate na javni razpis, stroški pa so v skladu z upravičenimi stroški, navedenimi v javnem razpisu;
- vrednost brez DDV-ja predstavlja celotno vrednost z DDV-jem zmanjšano za vrednost DDV-ja;
- upravičeni stroški oz. zgornja priznana vrednost so stroški navedeni v razpisni dokumentaciji
- zaprošena vrednost predstavlja vrednost, ki jo dobimo, ko *Vrednost brez DDV* pomnožimo s *stopnjo pomoči* posameznega upravičenega stroška.

Tabela št. 7: opredelitev stroškov projekta (dopolniti v skladu z opravičljivimi stroški)

Kategorije in aktivnosti	Imenska navedba posamezne promocijske akcije	Vrednost z DDV	Vrednost brez DDV	Zaprošena sredstva
		A	B	C
1. Kategorija: Organizacija, sodelovanje in priprava javnih nastopov, delavnic in dogodkov.		€		€
-		€	€	€
		€	€	€
		€	€	€
SKUPAJ 1. kategorija				
2. Kategorija: Oglaševanje in informiranje na prodajnih mestih in po drugih kanalih komunikacije		€	€	€
-		€	€	€
		€	€	€
-		€	€	€
		€	€	€
SKUPAJ 2. kategorija				
3. Kategorija: Priprava, izdaja in distribucija informacijskega in promocijskega materiala		€	€	€
-		€	€	€
		€	€	€
-		€	€	€
		€	€	€
SKUPAJ 3. kategorija				
4. Kategorija: Organizacija in izvedba drugih ustreznih oblik oglaševanja		€	€	€
-		€	€	€
		€	€	€
-		€	€	€
		€	€	€
SKUPAJ 4. kategorija				
5. Splošni stroški				
		€	€	€
		€	€	€
-		€	€	€
		€	€	€
SKUPAJ 5. kategorija				
SKUPAJ (1+2+3+4+5)		€	€	€

Zaprošena sredstva (c) = odstotek sofinanciranja (70%) X vrednost brez DDV. Pri pripravi stroškov upoštevajte maksimalne dovoljene vrednosti, ki so določene v točki VII te razpisne dokumentacije in točki VI Javnega razpisa.

8.2 Finančna konstrukcija projekta

Glede na terminski plan in predračunsko vrednost projekta se prikaže vire financiranja in dinamiko zagotavljanja sredstev.

V tabeli se prikaže, kateri so poleg podpore še preostali viri financiranja:

- lastna sredstva;(navedite vire in dokazila o višini lastnega deleža sredstev);
- komercialna posojila (banke, oz. ostale finančne institucije, dobaviteljev...)

Za posojila se navede pogoje, pod katerimi bo posojilo najeto: realna obrestna mera, nominalna obrestna mera, način odplačevanja, obdobje odplačevanja, dolžina moratorija, način in stroški zavarovanja posojila, ipd. Priložite amortizacijski načrt odplačevanja posojila (zadošča izpis amortizacijskega načrta odplačevanja iz spletne strani kreditodajalca), ker so podatki o odplačilu glavnice in obresti vhodni podatki za bilanco uspeha in finančni tok.

Tabela št. 8: finančna konstrukcija celotnega projekta z DDV v Eur

	Celotna vrednost projekta z DDV	Struktura %	Dinamika financiranja po letih		
			2013	2014	2015 (do 3 let od izdaje odločbe o pravici do sredstev oz. najkasenje do 30.6.2015)
Celotna vrednost projekta (z DDV) (a)					
Lastna udeležba: (b) b=a-c					
- posojilo					
- lastna sredstva					
- ostalo					
Zaprošena sredstva (c)					
Vračilo vstopnega DDV					
SKUPAJ		100%			

V tabeli 9 se navede podatke o tem kdaj se bodo izstavili zahtevki Agenciji RS za kmetijske trge in razvoj podeželja. Dinamika se uskladi z nazivi aktivnosti iz točke 6.3.

Tabela št. 9: dinamika izstavitve zahtevkov za izplačilo po letih in vrednostih

Št. zahtevka	Datum zahtevka	Vrednost zahtevka
1. leto		
2. leto		
3. leto		

(Tabelo po potrebi razširite)

Potrebno je upoštevati zahtevo JR in RD, da mora prejemnik sredstev k posameznemu zahtevku priložiti dokazila, ki za vsako aktivnost dokazuje pravilno izvajanje aktivnosti (informacijska, promocijska in oglaševalska gradiva oz. druga gradiva). Iz teh dokazil mora biti razvidno, da je v ospredju sporočilo promocije sheme kakovosti, ime proizvoda(ov) oz. vinorodni okoliš ter pripadajoči zaščitni znak oz. simbol kakovosti oz. kategorija kakovosti.

8.3 Produktivnost projekta

Produktivnost projekta pokaže za koliko % se je povečala proizvodnja pridelka/živila/vmesnih proizvodov/ipd na koncu projekta glede na podatke pred začetkom projekta. V nadaljevanju se izpolni le tabelo, ki se nanaša na vaš status (status vlagatelja).

Tabela št. 10: produktivnost projekta

a) Izpolni skupina proizvajalcev za proizvajalce končnega kmetijskega pridelka oz. živila iz sheme kakovosti

		v tonah oz. tisoč hekto litrih
1.	Povprečna letna proizvodnja končnega proizvoda iz sheme kakovosti na dan 31.12. v preteklem letu	
2.	Načrtovana letna proizvodnja končnega proizvoda iz sheme kakovosti ob koncu projekta	
3.	Razlika v proizvodnji (2-1)	
4.	Produktivnost (3/1*100)	

(Povzemite podatke iz Tabele št. 3 Povprečna letna proizvodnja na proizvajalca, vrstica »skupaj«)

b) Izpolni skupina proizvajalcev za proizvajalce vmesnih proizvodov iz sheme kakovosti

		v kosih brez izvajanja aktivnosti projekta
1.	Povprečna letna proizvodnja vmesnega pridelka na dan 31.12., ki je bil namenjen za proizvodnjo kmetijskega pridelka oz. živila iz sheme kakovosti, v preteklem letu	
2.	Načrtovana letna proizvodnja vmesnega pridelka, ki je bil namenjen za proizvodnjo kmetijskega pridelka oz. živila iz sheme kakovosti, ob koncu projekta	
3.	Razlika v proizvodnji (2-1)	
4.	Produktivnost (3/1*100)	

8.4 Ekonomski učinek

Ekonomski učinek projekta pokaže koliko % predstavlja dobiček glede na prihodke od prodaje v obdobju projekta. Medtem, ko produktivnost prikazuje le količinsko vrednost proizvodnje, nam ekonomski učinek prikazuje ovrednoteno uspešnost prodaje.

Tabela št. 11: izračun ekonomskega učinka:

IZRAČUN EKONOMSKEGA UČINKA	Preteklo leto - na dan 31.12 za preteklo leto	Načrt ob zaključku projektnega obdobja	Učinek projekta	Učinek v %
1	2	3	4 (3-2)	5 (4/2)*100
<i>Povprečna letna PROIZVODNJA kmetijskega proizvoda iz sheme kakovosti na dan 31.12. v preteklem letu(a)</i>				
<i>Povprečna letna PRODAJA (prodana količina) kmetijskega proizvoda iz sheme kakovosti na dan 31.12. v preteklem letu(b)</i>				
<i>Prodajna cena kmetijskega proizvoda (c)</i>				
<i>Letna tržna proizvodnja na dan 31.12. za preteklo leto - Prihodek od prodaje kmetijskega proizvoda (d = b*c)</i>				
<i>SKUPNI STROŠKI na leto (e)</i>				
<i>Skupni donos (g = d-e)</i>				

Razlaga - povzemite podatke iz spodnjih tabel (podatki se morajo skladati z podatki ostalih tabel):

Povprečna letna PROIZVODNJA (tabela 3 – skupaj):

Povprečna letna PRODAJA (tabela 3.1, 3.2 - skupaj)

Prodajna cena kmetijskega izdelka (tabela 3.3 – skupaj)

Stroški na leto (tabela 3.1 in 3.2 – skupaj)