

Polskie Mosty Technologiczne. Jak zdobyć grant na wejście z innowacją na wymagające rynki?

Japonia, Chiny, Stany Zjednoczone i Wielka Brytania to cztery rynki objęte naborem 4N/2026 w projekcie Polskie Mosty Technologiczne. Dla polskich firm z sektora MŚP to nie tylko możliwość uzyskania do 150 tys. zł grantu. To przede wszystkim szansa na uporządkowanie i sfinansowanie procesu wejścia na jeden z najbardziej wymagających rynków poza Unią Europejską. O powodzeniu w konkursie zdecyduje jednak nie sama atrakcyjność produktu, lecz wiarygodność całej koncepcji ekspansji.

Nie jest to konkurs na „sam eksport”.

Polskie Mosty Technologiczne są instrumentem skierowanym do polskich mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, które chcą rozwijać działalność na wybranych rynkach pozaunijnych. Nabór umożliwia przedsiębiorcom realizację projektów ukierunkowanych na cztery rynki docelowe: Japonię, Chiny, USA oraz Wielką Brytanię.

Wnioski są przyjmowane od 15 września do 30 października 2026 r. i można je składać wyłącznie za pośrednictwem Systemu Obsługi Projektu SOP. To istotne rozróżnienie: PMT nie powinien być traktowany jako klasyczna dotacja na promocję przedsiębiorstwa za granicą. Istotą projektu jest **przygotowanie i realizacja strategii ekspansji oraz prowadzenie działań eksportowych na wybranym rynku.**

W praktyce nie chodzi o odpowiedź na pytanie, jak wydać dotację. Przedsiębiorca staje przed znacznie trudniejszym zadaniem: musi dowieść, że jego produkt, firma i moment wejścia na dany rynek tworzą idealną synergię, która gwarantuje realny sukces rynkowy.

Ta logika powinna być punktem wyjścia do budowy wniosku.

Cztery rynki, cztery różne strategie

Wybór rynku docelowego nie jest elementem technicznym wniosku. To jeden z jego najważniejszych elementów biznesowych. Japonia, Chiny, USA i Wielka Brytania różnią się skalą, sposobem prowadzenia biznesu, wymaganiami wobec dostawców, strukturą kanałów sprzedaży i charakterem relacji z partnerami. Dlatego strategia „wejścia na rynek zagraniczny” nie może być uniwersalnym opisem, który po zmianie nazwy państwa będzie pasował do każdego projektu. Dobry projekt powinien

pokazywać konkretny mechanizm wejścia: kto będzie klientem, kto może być partnerem, jaki problem przedsiębiorstwo rozwiązuje, czym jego oferta różni się od konkurencji i jak firma zamierza przejść od zainteresowania rynku do rzeczywistej sprzedaży.

To szczególnie ważne w przypadku produktów lub technologii innowacyjnych. Sama innowacyjność nie jest bowiem równoznaczna z sukcesem eksportowym. Produkt może być nowatorski w Polsce, ale niekoniecznie odpowiadać na potrzeby rynku amerykańskiego, japońskiego czy chińskiego. Dlatego we wniosku trzeba połączyć dwa światy: **technologię i rynek.**

Dla kogo są Polskie Mosty Technologiczne (PMT)?

Konkurs i cała inicjatywa są adresowane do przedsiębiorców sektora MŚP (mikro, małych i średnich przedsiębiorstw). Polska Agencja Inwestycji i Handlu S.A. (PAIH) wskazuje kilka podstawowych warunków, np.: co najmniej dwuletnią działalność firmy, posiadanie innowacyjnego produktu, usługi lub technologii oraz potencjał do wzrostu i utrzymania się na nowym rynku. Znaczenie ma również doświadczenie eksportowe oraz stabilność finansowa i organizacyjna przedsiębiorstwa.

To ważny sygnał dla potencjalnych wnioskodawców. Polskie Mosty Technologiczne nie są instrumentem przeznaczonym przede wszystkim dla firmy, która dopiero powstała i dopiero zastanawia się, czy kiedykolwiek będzie eksportować. Program jest skonstruowany raczej dla przedsiębiorstwa, które **ma już produkt, kompetencje i doświadczenie, ale potrzebuje wsparcia, aby wykonać kolejny krok i wejść na konkretny, wymagający rynek zagraniczny.** W konsekwencji wniosek powinien przedstawiać firmę jako organizację zdolną nie tylko do przeprowadzenia projektu, lecz także do wykorzystania jego rezultatów po zakończeniu finansowania.

Grant to nie wszystko.

W naborze 4N/2026 przedsiębiorcy mogą ubiegać się o dofinansowanie w formie pomocy de minimis o łącznej wartości do **180 tys. zł.** Wsparcie zostało podzielone na dwa komponenty:

- 30 tys. zł w formie bezgotówkowej – przeznaczone na finansowanie warsztatów oraz specjalistycznych usług doradczych świadczonych przez ekspertów rynkowych i branżowych,

- do 150 tys. zł w formie refundacji – z przeznaczeniem na pokrycie bezpośrednich kosztów związanych z ekspansją eksportową.

Udział w programie wymaga wniesienia przez firmę wkładu własnego na poziomie około 23%.

Wymiar finansowy to zaledwie jedna strona medalu. Równie ważna jest część strategiczna: praca z ekspertami, budowanie planu ekspansji i bezpośrednie działania na nowym rynku. PAIH celowo projektuje to wsparcie jako proces kompleksowy. Dzięki temu firma otrzymuje pomoc na każdym etapie internacjonalizacji: od pierwszych analiz i doradztwa, aż po debiut na rynku docelowym.

Dla przedsiębiorcy oznacza to możliwość ograniczenia kosztu wejścia na nowy rynek, ale również zmniejszenia ryzyka popełnienia typowych błędów. Przy ekspansji zagranicznej jest ich wiele, przykładowo od złego wyboru segmentu klientów, przez niedopasowanie modelu sprzedaży, po niewłaściwy dobór partnera lokalnego.

Wniosek musi być biznesowo wiarygodny.

Jedną z najważniejszych zmian w naborze 4N/2026 jest uproszczenie dokumentacji aplikacyjnej. PAIH ograniczył liczbę wymaganych załączników, a część danych została przeniesiona bezpośrednio do formularza wniosku. Wśród załączników pozostają m.in.: formularz dotyczący pomocy de minimis oraz formularz MŚP.

Uproszczenie formalności nie oznacza jednak uproszczenia samej oceny biznesowej projektu. Przeciwnie, skoro część informacji przedsiębiorca przedstawia bezpośrednio we wniosku, tym większego znaczenia nabiera sposób ich sformułowania. Wniosek powinien być spójny od pierwszego do ostatniego pola. Jeżeli przedsiębiorca deklaruje określoną grupę klientów, późniejszy budżet powinien odpowiadać działaniom skierowanym do tej grupy. Jeżeli wskazuje konkretny kanał sprzedaży, powinien umieć uzasadnić, dlaczego właśnie ten kanał jest właściwy. Jeżeli zakłada pozyskanie partnera, należy pokazać, jaką funkcję będzie on pełnił w modelu biznesowym.

Budżet pod lupą. Budżet nie może żyć własnym życiem, musi wynikać ze strategii.

W naborze 4N/2026 PAIH zwraca szczególną uwagę na racjonalność i realizm kalkulacji kosztów. Budżet powinien być oparty na szacunkach lub rozeznaniu rynku. Jest to jeden z obszarów, w których przedsiębiorcy powinni zachować szczególną ostrożność. Budżet nie powinien być listą wydatków, które firma chciałaby ponieść, gdyby otrzymała finansowanie. Powinien być **finansowym odzwierciedleniem strategii wejścia na rynek**.

Jeżeli firma planuje udział w targach, trzeba wiedzieć, dlaczego właśnie te targi są istotne dla projektu. Jeżeli planuje działania promocyjne, powinny one wynikać ze sposobu dotarcia do klienta. Jeżeli potrzebuje lokalnego doradztwa, jego rola powinna być powiązana z konkretną barierą wejścia.

Optymalny budżet to taki, w którym każdą pozycję można uzasadnić jednym prostym stwierdzeniem: *„Ten koszt jest niezbędny, ponieważ bez niego realizacja konkretnego elementu strategii będzie niemożliwa”*.

Ważna zmiana dla firm realizujących więcej projektów.

W 4N/2026 zwiększono z dwóch do czterech limit równolegle realizowanych i nierozliczonych projektów PMT. Oznacza to większą elastyczność dla przedsiębiorców, którzy korzystają z programu w ramach kolejnych projektów. Przedsiębiorca może posiadać aktywne umowy, a jednocześnie złożyć kolejny wniosek. To zmiana istotna zwłaszcza dla firm rozwijających działalność na kilku rynkach lub prowadzących kolejne etapy internacjonalizacji.

PMT staje się w ten sposób narzędziem, które może wspierać nie pojedynczy epizod eksportowy, lecz **bardziej długofalową ścieżkę ekspansji zagranicznej**.

Mniej dokumentów na starcie, więcej odpowiedzialności za dane.

Kolejną zmianą jest uproszczenie dokumentacji finansowej. Na etapie składania wniosku przedsiębiorca podaje dane dotyczące sytuacji finansowej bez konieczności załączania sprawozdań finansowych. Dokumenty finansowe będą natomiast podlegały pogłębionej analizie przed podpisaniem umowy. To rozwiązanie przyspiesza przygotowanie aplikacji, ale jednocześnie oznacza, że dane wpisane we wniosku muszą być przygotowane z dużą starannością. Nie warto traktować tej części formularza jako formalności. Stabilność finansowa jest bowiem jednym z

elementów oceny zdolności przedsiębiorstwa do realizacji projektu i utrzymania się na nowym rynku.

PKD, ważny detal, który może mieć znaczenie.

W naborze 4N/2026 uelastyczniono również sposób potwierdzania właściwego kodu PKD. Jeżeli odpowiedni kod nie jest widoczny w dostępnej online dokumentacji rejestrowej, przedsiębiorca może potwierdzić go umową spółki lub innym dokumentem założycielskim dołączonym do wniosku. To niewielka zmiana, ale dobrze pokazuje kierunek tegorocznego naboru: mniej barier technicznych, przy jednoczesnym pozostawieniu odpowiedzialności przedsiębiorcy za kompletność i prawdziwość informacji.

Koniec z jednym z obowiązków analitycznych.

W 4N/2026 zrezygnowano z obowiązku określania możliwości pozyskania finansowania zewnętrznego na rynku docelowym. Jednocześnie doprecyzowano wymagania dotyczące uzasadnienia budżetu.

Z punktu widzenia wnioskodawcy jest to korzystna zmiana. Pozwala skoncentrować narrację projektu na tym, co dla ekspansji rzeczywiście najważniejsze: **rynku, kliencie, produkcji, przewadze konkurencyjnej, modelu wejścia i planowanych działaniach.**

Największy błąd?

W przypadku programów eksportowych istnieje pokusa odwrócenia kolejności myślenia. Najpierw pojawia się informacja o dostępnej dotacji, następnie lista możliwych wydatków, a dopiero później próba dopasowania do nich strategii.

W „Polskich Mostach Technologicznych” właściwa kolejność powinna być odwrotna. Najpierw firma powinna odpowiedzieć:

1. **Jaki rynek chcemy zdobyć?**
2. **Dlaczego właśnie ten rynek?**
3. **Dlaczego nasz produkt ma tam szansę?**
4. **Jak zamierzamy dotrzeć do klientów i partnerów?**
5. **Jakie koszty są konieczne, aby ten plan zrealizować?**

Tak zbudowany projekt jest znacznie bardziej przekonujący niż katalog kosztów ubrany w język ekspansji zagranicznej.

Cztery rynki i cztery szanse.

Wybór dokonany przez PAIH w naborze 4N/2026 jest biznesowo znaczący, a mianowicie, mamy do wyboru cztery rynki, każdy o swojej niepowtarzalnej specyfice:

USA to rynek o ogromnej skali i dużym potencjale dla technologii, produktów przemysłowych i rozwiązań specjalistycznych. Jednocześnie jest to rynek wymagający bardzo precyzyjnego określenia segmentu klienta i sposobu wejścia.

Japonia wymaga szczególnego podejścia do relacji biznesowych, jakości i wiarygodności partnera. W tym przypadku strategia nie powinna sprowadzać się do samej obecności handlowej.

Chiny oferują skalę, ale wymagają bardzo świadomego podejścia do modelu biznesowego, partnerstwa i ochrony interesów przedsiębiorstwa.

Wielka Brytania jest rynkiem geograficznie bliskim, ale po Brexicie funkcjonującym poza jednolitym rynkiem UE, co powoduje konieczność odpowiedniego przygotowania modelu eksportowego.

Chyba nie trzeba nikogo przekonywać, że **sam dobry produkt nie wystarczy, to za mało.**

PMT jako test gotowości przedsiębiorstwa.

Najciekawszym aspektem konkursu jest to, że przygotowanie wniosku może być dla firmy czymś więcej niż drogą do pozyskania finansowania. Może być testem jej gotowości do ekspansji. Jeżeli przedsiębiorstwo nie potrafi jasno wskazać klienta, przewagi konkurencyjnej, modelu sprzedaży, partnera, sposobu wejścia i mierzalnego efektu, problem prawdopodobnie nie leży w samym formularzu. Może oznaczać, że strategia zagraniczna nie jest jeszcze wystarczająco dojrzała. Właśnie dlatego PMT warto traktować nie jako konkurs „na wydatki”, lecz jako **projekt strategiczny**.

Co przedsiębiorca powinien zrobić przed wysłaniem wniosku?

Przede wszystkim zweryfikować pięć elementów:

Po pierwsze: rynek. Czy firma rzeczywiście zna potrzeby wybranego rynku i konkretny segment odbiorców?

Po drugie: produkt. Czy potrafi jasno wyjaśnić, dlaczego zagraniczny klient powinien wybrać właśnie jej rozwiązanie?

Po trzecie: proces wejścia. Czy określono realistyczny sposób dotarcia do klientów i partnerów?

Po czwarte: budżet. Czy każda pozycja kosztowa wynika z konkretnego działania i ma racjonalne uzasadnienie?

Po piąte: zdolność realizacji zadania. Czy firma ma ludzi, zasoby finansowe i kompetencje, aby po zakończeniu projektu rzeczywiście rozwijać sprzedaż na nowym rynku?

Jeżeli na każde z tych pytań można udzielić konkretnej odpowiedzi, przedsiębiorstwo jest znacznie bliżej przygotowania mocnego projektu.

Czas na działanie.

Nabór 4N/2026 trwa od **15 września do 30 października 2026 r.** Wnioski są przyjmowane wyłącznie poprzez System Obsługi Projektu. PAIH prowadzi również warsztaty dotyczące technicznego przygotowania i składania wniosków.

Dla firm zainteresowanych Japonią, Chinami, USA lub Wielką Brytanią najważniejsze jest jednak nie samo zdążenie przed terminem. Najważniejsze jest przygotowanie projektu, który będzie miał biznesowy sens również wtedy, gdy z tekstu wniosku usunięte zostanie słowo „grant”, gdyż ostatecznie Polskie Mosty Technologiczne nie finansują samego marzenia o ekspansji.

PMT mają pomóc przedsiębiorstwu zbudować most między polskim produktem a realnym klientem na wymagającym zagranicznym rynku.

Źródło: <https://pmt.paih.gov.pl/>