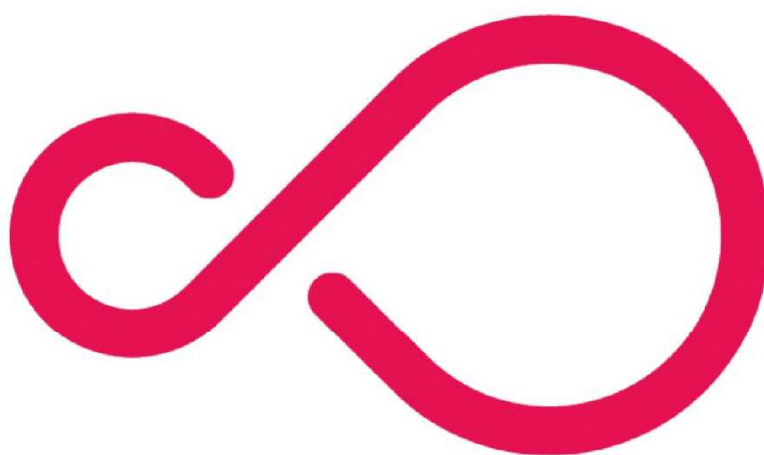




EWALUACJA EFEKTÓW WDRAŻANIA PROJEKTU

**SPIN - Małopolskie Centra Transferu Wiedzy
wsparciem dla przedsiębiorców**

RAPORT KOŃCOWY



spin



Zamawiający:

Województwo Małopolskie

ul. Basztowa 22
31-156 Kraków
www.malopolska.pl



Wykonawca:

EU-Consult sp. z o.o.

ul. Toruńska 18C, lokal D
80-747 Gdańsk
www.eu-consult.pl



SPIS TREŚCI

1. Wykaz skrótów.....	5
2. Streszczenie.....	6
3. Skrócony opis zastosowanej metodologii.....	11
4. Opis wyników badań.....	12
4.1. Ocena relacji nauka-biznes przez pryzmat SPIN.....	12
4.2. Usługi świadczone przez CTW.....	15
4.3. Stopień zainteresowania obszarami/dziedzinami RIS w kontekście świadczonych usług.....	19
4.4. Ocena współpracy przedsiębiorstw z CTW.....	22
4.5. Ocena usług świadczonych przez CTW.....	25
4.6. Charakterystyka wspartych przedsiębiorstw.....	25
4.6.1. Innowacyjność w rozumieniu przedsiębiorców.....	25
4.6.2. Motywacje przedsiębiorców decydujących się na wsparcie.....	27
4.6.3. Rodzaje innowacji wprowadzonych przez przedsiębiorców.....	31
4.7. Znaczenie usług proinnowacyjnych dla rozwoju przedsiębiorstw.....	32
4.8. Ocena osiągniętych rezultatów.....	34
4.8.1. Wdrożenie usługi uzyskanej w projekcie SPIN.....	34
4.9. Ocena sytuacji ekonomicznej przedsiębiorstw po wdrożeniu usług.....	37
4.9.1. Ocena stosunku poniesionych nakładów do osiągniętych rezultatów.....	38
4.10. Potencjalne ryzyka dla kolejnych edycji SPIN.....	39
4.11. Ocena sposobu informowania o projekcie SPIN.....	43
5. Podsumowanie.....	48
6. Tabela wniosków i rekomendacji.....	52
7. Załączniki.....	59
7.1. Spis tabel i rysunków.....	59
7.2. Narzędzia badawcze.....	60
7.2.1. Kwestionariusz ankiety CATI z przedsiębiorcami wspartymi w ramach projektu SPIN.....	60
7.2.2. Scenariusz pogłębionego wywiadu TDI z przedstawicielami CTW.....	68
7.2.3. Scenariusz pogłębionego wywiadu TDI z przedstawicielem Lidera projektu.....	71

7.2.4.	Scenariusz wywiadu FGI z przedstawicielami CTW, przedstawicielem Lidera projektu i przedsiębiorcami wspartymi w ramach projektu SPIN.....	73
7.2.5.	Scenariusz panelu delfickiego z ekspertami z zakresu relacji nauka-biznes.....	73
7.3.	Bibliografia.....	75
7.4.	Analiza case study.....	76

1. WYKAZ SKRÓTÓW

Tabela 1. Wykaz skrótów wykorzystanych w raporcie

Skrót	Wyjaśnienie
B+R	Działalność badawczo-rozwojowa
CATI	Ankiety telefoniczne z użyciem komputera
CTW	Centrum Transferu Wiedzy
FGI	Zogniskowany wywiad grupowy
RIS	Regionalne inteligentne specjalizacje
RPO WM	Regionalny Program Operacyjny Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020
SPIN	Projekt SPIN Małopolskie Centra Transferu Wiedzy
TDI	Telefoniczne wywiady pogłębione

2. STRESZCZENIE

Celem projektu SPIN było wspieranie małopolskich przedsiębiorców za pośrednictwem Centrów Transferu Wiedzy, realizujących usługi o charakterze doradczym dotyczącym transferu wiedzy w ramach inteligentnych specjalizacji Małopolski. Wśród oferowanych usług proinnowacyjnych znalazły się takie działania, jak:

- audyt technologiczny – wstępny (zerowy) oraz technologiczny pogłębiony;
- transfer technologii – usługi doradcze:
 - kompleksowa analiza profili wykonawców i nabywców prac B+R z uwzględnieniem analizy dotyczącej innowacyjności dotychczasowych produktów (opinia o innowacyjności produktu);
 - nawiązywanie kontaktów pomiędzy wykonawcami i nabywcami wyników prac B+R, w tym przygotowanie ofert i zapytań w zakresie prac B+R;
 - doradztwo w procesie ubiegania się o wsparcie na finansowanie wprowadzania rozwiązań innowacyjnych, w tym w formie bonów na innowacje w ramach Poddziałania 1.2.3;
 - doradztwo w procesie negocjacji i zawierania umów pomiędzy wykonawcami i nabywcami wyników – konsultacje branżowe indywidualne i zbiorowe.

Realizacja projektu *SPIN Małopolskie Centra Transferu Wiedzy* umożliwiła rozwój relacji pomiędzy sferą nauki a biznesem, co potwierdziły wyniki badania ankietowego przeprowadzonego ze wspartymi przedsiębiorcami. Aż 74% z nich oceniło bowiem ww. relację w sposób pozytywny (przy czym kolejne 20% badanych oceniło ten aspekt w sposób neutralny). Przeprowadzona analiza i wyniki badań pozwalają jednocześnie stwierdzić, że projekt stanowi jeden z kluczowych czynników wspierających rozwój innowacji na obszarze Małopolski. Jednocześnie w tym zakresie niezwykle istotny jest wpływ samorządu województwa, począwszy od inicjatyw podejmowanych w związku z identyfikacją i wsparciem rozwoju inteligentnych specjalizacji regionu, poprzez realizację projektów wspierających rozwój ekosystemu innowacji, w tym właśnie analizowany projekt SPIN.

Zgodnie ze zaktualizowanymi założeniami projektu, interwencja umożliwić ma docelowo wsparcie 453 przedsiębiorstw, przy czym, osiągnięcie tej wartości nie jest zagrożone, co

pozwala na pozytywną ocenę zarówno skuteczności analizowanej inicjatywy, jak i jej wpływu na rozwój relacji na linii nauka-biznes.

Warto podkreślić, że samo założenie projektu zakładało „zderzenie” dwóch światów. Z jednej strony biznesu, nastawionego stricte na działanie i osiągnięte efekty, a z drugiej jednostek naukowych, skupiających się w większym stopniu na kwestiach naukowych i teoretycznych. Możliwość podjęcia wspólnych działań stanowiła jednak wystarczającą zachętę dla małopolskich przedsiębiorców – w szczególności wskazać tu należy na sam efekt współpracy, szczególnie cenny dla wspieranych podmiotów – zrealizowana usługa umożliwiała uzyskanie cennego wkładu merytorycznego do ubiegania się w przyszłości o wsparcie zewnętrzne na prace B+R i wdrożenie wypracowanej innowacji.

Jak wynika z danych monitoringowych oraz przeprowadzonych wywiadów pogłębionych, zainteresowanie usługami w ramach projektu nie przebiegało równomiernie. Spadki zainteresowania udziałem w projekcie odnotowywano w okresie silnego wpływu czynników zewnętrznych, takich jak pandemia COVID-19 czy wybuch wojny w Ukrainie. Zgodnie z wypowiedziami respondentów, zjawiska te istotnie niwelowały nastroje proinwestycyjne wśród lokalnych przedsiębiorstw, wpływając jednocześnie negatywnie na chęć opracowywania innowacji. Podejmowane działania informacyjno-promocyjne pozwalały jednak skutecznie przeciwdziałać napotykanym trudnościom i realizować założenia interwencji.

Największym zainteresowaniem przedsiębiorców cieszyły się usługi skutkujące otrzymaniem namacalnych efektów, stąd popularność pogłębionego audytu technologicznego. Przedsiębiorcy bowiem w głównej mierze pozyskać chcieli wsparcie, które dawało im konkretny, możliwy do wykorzystania wynik.

Badanie potwierdziło występowanie sytuacji, gdzie przedsiębiorcy występowali do CTW z potrzebą zrealizowania innych usług, niż te oferowane. Zjawisko to jednak nie było powszechne (wystąpiły w przypadku co dziesiątego badanego przedsiębiorstwa), a analiza usług, których oczekiwały te podmioty, świadczy o pewnym niezrozumieniu zakresu możliwego do uzyskania w projekcie wsparcia.

Biorąc pod uwagę stopień zainteresowania poszczególnymi obszarami/dziedzinami RIS, zauważyć można dominację specjalizacji w zakresie energii zrównoważonej, która objęta

ponad połowę (56%) usług udzielonych w ramach projektu. Pozostałe specjalizacje były zdecydowanie mniej popularne, przy czym na drugim miejscu w poniższym zestawieniu znalazła się produkcja metali (z udziałem przekraczającym 15%). Struktura zainteresowania poszczególnymi obszarami w dużej mierze wynika z charakteru działalności prowadzonej przez znaczną liczbę podmiotów z terenu Małopolski (szczególnie w przypadku specjalizacji Life-science, w ramach której liczba podmiotów działających w Małopolsce jest stosunkowo niska) oraz samej charakterystyki poszczególnych specjalizacji. Ponadto, zainteresowanie skorelowane jest również z obecnie dynamicznymi zmianami zachodzącymi w obszarze danej specjalizacji, w tym głównie energii zrównoważonej.

Analiza wyników ankiet potwierdziła wysokie zadowolenie wspartych podmiotów ze współpracy z CTW. Udział badanych (w ramach przeprowadzonego w niniejszej ewaluacji telefonicznego badania ankietowego) którzy ocenili współpracę z CTW w sposób pozytywny wyniósł 78% (przy czym niemal cały pozostały udział przypadł na ocenę neutralną).

Przeprowadzone badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorstwami pozwoliło również potwierdzić wysoką jakość i przydatność uzyskanych usług - na oceny pozytywne przypadło aż 81%.

O sukcesie projektu świadczyć może fakt bardzo wysokiego udziału (88%) wspartych przedsiębiorstw, które wdrożyły bądź planują wdrożenie rozwiązań wypracowanych w ramach usług uzyskanych w projekcie. Co istotne, podmioty które nie mają takich planów argumentowali to głównie brakiem dofinansowań, zmianą profilu działalności czy z negatywnym wpływem pandemii COVID-19 i wojny w Ukrainie na działalność przedsiębiorstw. Ponadto, aż 65% wspartych przedsiębiorstw (które wdrożyły usługę) podkreśliło pozytywny wpływ na rozwój ich przedsiębiorstwa.

Istotnym wnioskiem płynącym z badania jest fakt, że konieczność opłacenia podatku VAT nie stanowiła istotnego ograniczenia dla podmiotów korzystających już ze wsparcia (jedynie 15% badanych wskazało ten element jako przeszkodę). Większą trudność konieczność ta generowała jednak na etapie samego poszukiwania przedsiębiorstw chętnych do udziału w projekcie, gdy prowadziła niekiedy do rezygnacji wstępnie zainteresowanych podmiotów. Konieczność opłacenia podatku determinowała ponadto inne trudności, tj. związane z koniecznością prowadzenia odpowiednich rozliczeń - przeprowadzone wywiady pogłębione wskazują na to, że skutkuje to zwiększeniem nakładów pracy po stronie CTW.

Za kluczowe bariery we wdrażaniu innowacji uznać należy z kolei wysoki poziom inflacji (wskazany przez ponad 46% badanych) oraz ryzyko finansowe (niemal 42%). Na trzeciej pozycji znalazła się biurokracja, lecz udział wskazań był już w tym przypadku znacznie niższy (nieco ponad 22%). Pewnych ograniczeń upatrywać należy również w obszarze prawnym (20%), wysokich stóp procentowych (17%), braku odpowiednich zasobów, w tym ludzkich (13%) oraz wojnie w Ukrainie (12%).

Przeprowadzone badania pozwoliły na sformułowanie szeregu rekomendacji:

- Za prawidłową uznać należy decyzję o kontynuacji projektu w ramach kolejnej jego edycji (perspektywa 2021-2027). Ze względu na wciąż występujące i rosnące zainteresowanie potencjalnych beneficjentów wskazane jest jak najszybsze uruchomienie realizacji kolejnej edycji projektu.
- Rekomenduje się położenie szczególnego nacisku na kwestie możliwych do uwzględnienia w przyszłej edycji projektu uproszczeń formalnych – w tym zakresie wymaganej dokumentacji i możliwych ułatwień w zakresie rozliczania projektu (w tym ograniczenie dokumentacji wymaganych w formie tradycyjnej, np. poprzez wykorzystanie dedykowanego narzędzia online, systematyzującego postęp prac i prowadzonej korespondencji czy też możliwości uzyskania elektronicznego (mailowego) potwierdzenia realizacji usługi).
- Rekomenduje się dalszy monitoring zmian prawnych w obszarze ograniczeń wynikających z interpretacji dotyczących podatku vat.
- Rekomenduje się uwzględnienie w przyszłej edycji projektu możliwości brania udziału w szkoleniach przez pracowników CTW, w tym głównie brokerów zachęcających do udziału w projekcie potencjalnie zainteresowane podmioty.
- Rekomenduje się rozważenie możliwości rozszerzenia przyszłego wsparcia o dodatkowe elementy związane z możliwością uczestniczenia CTW w procesie aplikowania o dofinansowanie ze źródeł zewnętrznych przez wspierane przedsiębiorstwa (przy czym ze względu na pracochłonność tego elementu, zaleca się wyłącznie uwzględnienie w tym obszarze elementów doradczych, a nie faktycznego opracowywania dokumentacji aplikacyjnej). Wartym rozważenia elementem jest upowszechnienie możliwości przetestowania projektowanych rozwiązań w ramach

pogłębionego audytu technologicznego (z powodzeniem stosowanej przez część z CTW w ramach dotychczasowej edycji projektu).

- Rekomenduje się uwzględnienie w zakresie założeń przyszłego wsparcia zarówno możliwości kontaktów w formule zdalnej (spotkania online oraz komunikacja elektroniczna), jak i spotkań bezpośrednich (w tym wizytacje we wspieranych podmiotach) – w zależności od preferencji wspieranego podmiotu.
- Rekomenduje się zwiększenie środków przeznaczonych na działania informacyjno-promocyjne (w stosunku do obecnej edycji) oraz rozszerzenie ich zakresu. Zaleca się uwzględnienie w ich ramach pozytywnych efektów dotychczasowego wsparcia (na zasadzie opracowań case study). Ponadto zaleca się wykorzystanie w ramach działań promocyjnych mailingu – jako formy uzupełniającej stosowane formy promocji. Metoda ta sprawdzi się w odniesieniu do dotychczas wspieranych podmiotów, jak i sugeruje się możliwość nawiązania współpracy z organizacjami zrzeszającymi regionalnych przedsiębiorców oraz samymi jednostkami naukowymi w celu możliwości wykorzystania posiadanych przez nich baz adresowych (z odpowiednimi zgodami marketingowymi) i przesłania przygotowanych uprzednio materiałów promocyjnych na adresy mailowe przedsiębiorstw.
- Zaleca się położenie nacisku na przedstawienie poszczególnym jednostkom naukowym zaangażowanym w projekt, możliwości w zakresie kontynuowania kontaktu z wybranymi przedsiębiorcami i nawiązania faktycznej, długookresowej współpracy (w rozumieniu modelu przynoszącego obopólne korzyści).
- Zaleca się uzupełnienie zapisów umów pomiędzy przedsiębiorstwami a CTW o element związany z przysługującą gwarancją (wraz z terminem jej obowiązywania), która umożliwiłaby wprowadzanie korekt do opracowanych produktów wsparcia.

3. SKRÓCONY OPIS ZASTOSOWANEJ METODOLOGII

Istotnym aspektem, który wpłynął na przydatność wyników ewaluacji, było uwzględnienie triangulacji. Plan badawczy uwzględnił przestrzeganie m.in. takich zasad jak: triangulacja metodologiczna, podejście eksperckie, kontekstowość wyjaśniania. W trakcie realizowania niniejszej ewaluacji wykorzystano szereg metod i technik badawczych¹, które pozwoliły na udzielenie odpowiedzi na wszystkie pytania badawcze. Wyniki studium przypadku uwzględnione zostały zarówno w treści odpowiedzi na poszczególne pytania badawcze, jak i w ramach tabeli znajdującej się w załączniku do opracowania.



Analiza danych zastanych (bibliografia umieszczona została w końcowej części dokumentu)



Ankiety CATI z przedsiębiorcami (197 ankiet)



Wywiady pogłębione (TDI) z przedstawicielami CTW oraz Liderem projektu (9 wywiadów)



Zogniskowany wywiad grupowy (FGI) z przedstawicielami CTW, Liderem projektu, przedsiębiorcami (1 wywiad)



Studium przypadku (desk research oraz 4 wywiady)



Warsztat ewaluacyjny (1 warsztat)



Panel delficki z ekspertami z zakresu relacji nauka-biznes (1 panel, 4 ekspertów)

¹ W odniesieniu do badania ankietowego CATI udało się zrealizować 197 ankiet, co (przy liczebności populacji (unikatowych podmiotów) na poziomie 403 przedsiębiorstw) pozwoliło na spełnienie wymogów dla próby reprezentatywnej (błąd maksymalny 5%, poziom ufności 95%).

4. OPIS WYNIKÓW BADAŃ

4.1. OCENA RELACJI NAUKA-BIZNES PRZEZ PRYZMAT SPIN

Pytanie badawcze: Jak oceniana jest dotychczasowa relacja nauka-biznes przez pryzmat projektu SPIN? W jaki sposób można ją zoptymalizować w ramach dalszych edycji projektu SPIN w latach 2023-2029?

Celem projektu SPIN było wspieranie małopolskich przedsiębiorców za pośrednictwem Centrów Transferu Wiedzy, realizujących usługi o charakterze doradczym dotyczącym transferu wiedzy w ramach inteligentnych specjalizacji Małopolski. Wśród oferowanych usług proinnowacyjnych znalazły się takie działania, jak:

- audyt technologiczny – wstępny (zerowy) oraz technologiczny pogłębiony;
- transfer technologii – usługi doradcze:
 - kompleksowa analiza profili wykonawców i nabywców prac B+R z uwzględnieniem analizy dotyczącej innowacyjności dotychczasowych produktów (opinia o innowacyjności produktu);
 - nawiązywanie kontaktów pomiędzy wykonawcami i nabywcami wyników prac B+R, w tym przygotowanie ofert i zapytań w zakresie prac B+R;
 - doradztwo w procesie ubiegania się o wsparcie na finansowanie wprowadzania rozwiązań innowacyjnych, w tym w formie bonów na innowacje w ramach Poddziałania 1.2.3;
 - doradztwo w procesie negocjacji i zawierania umów pomiędzy wykonawcami i nabywcami wyników – konsultacje branżowe indywidualne i zbiorowe.

Realizacja projektu umożliwiła rozwój w relacji na poziomie nauka-biznes, co potwierdziły wyniki badania ankietowego przeprowadzonego ze wspartymi przedsiębiorcami. Aż 74% z nich oceniło bowiem ww. relację w sposób pozytywny (kolejne 20% wskazań przypadło zaś na oceny neutralne). Warto zauważyć, że oceny negatywne argumentowane były trudnościami w komunikacji na ww. linii oraz odmiennym



**Udział podmiotów
oceniających relację nauka-
biznes w sposób pozytywny**

*Źródło: Badanie ankietowe ze
wspartymi przedsiębiorcami, n=197*

nastawieniu: wskazywano bowiem na konfrontację podejścia mocno teoretycznego, cechującego środowisko naukowe, z biznesowym – czysto praktycznym.

Uczestnicy panelu delfickiego ocenili relacje nauka-biznes jako umiarkowanie intensywne. Jak wskazali badani eksperci, Małopolska posiada odpowiednie zaplecze (zarówno po stronie renomowanych uczelni, jak i licznych przedsiębiorstw), co generuje sprzyjające warunki do rozwoju kooperacji. Projekty wspierające tę kooperację, w tym właśnie SPIN, uważane są za istotny czynnik rozwoju innowacyjności regionu.

Przeprowadzona analiza i wyniki panelu delfickiego pozwalają jednocześnie stwierdzić, że projekt stanowi jeden z kluczowych czynników wspierających rozwój innowacji na obszarze Małopolski. Na obszarze innych regionów (oraz biorąc pod uwagę wsparcie zagraniczne, z którego skorzystać można na obszarze Polski) zidentyfikować można inne prowadzone dotychczas projekty, realizujące zbliżone cele. Wśród nich wymienić można m.in.:

- innoSHARE Network - projekt prowadzony przez Fundację Polska Innowacyjna;
- Connect & Scale Up - projekt prowadzony przez PFR na rzecz polskich naukowców;
- projekty realizowane w Górnośląskim Akceleratorze Przedsiębiorczości Rynkowej w Gliwicach, w tym m.in. projekty Chain Reactions, Audyt strategiczny przedsiębiorstwa, Doradztwo KSI KSU dla innowacyjnych, Regionalna sieć promocji i transferu technologii.

Jak wskazują jednak sami badani (zarówno przedsiębiorcy, jak i respondenci panelu delfickiego) to właśnie projekt SPIN stanowi istotną zachętę do prowadzenia działalności innowacyjnej dla małopolskich przedsiębiorców. Podkreśla się w tym kontekście odpowiednie podejście (w tym w szczególności rozpoznanie indywidualnych potrzeb podmiotu i realizację usługi szytej na miarę), jak i atrakcyjne i przyjazne warunki udziału w projekcie.

Jako kluczowe wyzwanie dla dalszego rozwoju analizowanej relacji badani uznają znalezienie wspólnych i wymiernych korzyści, które dzięki współpracy osiągałyby obie strony.

Jednocześnie, w celu upowszechniania współpracy na linii nauka-biznes badani eksperci rekomendują postawienie nacisku w prowadzonych działaniach informacyjno-promocyjnych na wątek aspektów prawnych. Podejście to ograniczyłoby negatywny wpływ trudności w

zakresie odczuwanych obaw, związanych z zaufaniem (zagadnienia związane m.in. z podejściem do prawa patentowego).

Badani uczestnicy panelu delfickiego odnieśli się również do oceny roli samorządu województwa w kreowaniu współpracy na tej linii. Zdaniem respondentów wpływ samorządu jest w tym zakresie niezwykle istotny, począwszy od inicjatyw podejmowanych w związku z identyfikacją i wsparciem rozwoju inteligentnych specjalizacji regionu, poprzez realizację projektów wspierających rozwój ekosystemu innowacji.

Ocena relacji nauka-biznes podjęta została również podczas prowadzonych wywiadów pogłębionych z przedstawicielami CTW oraz Liderem projektu. Zgodnie z aktualnymi założeniami projektu, interwencja umożliwić ma docelowo wsparcie 453 przedsiębiorstw. Zgodnie z wywiadem przeprowadzonym z Liderem projektu, osiągnięcie tej wartości nie jest zagrożone, co pozwala na pozytywną ocenę zarówno skuteczności analizowanej inicjatywy, jak i jej wpływu na rozwój relacji na linii nauka-biznes.

Jak podkreślali badani w trakcie prowadzonych wywiadów pogłębionych, już etap założeń projektu zakładał poniekąd „zderzenie” dwóch światów. Z jednej strony biznesu, nastawionego stricte na działanie i osiągnięte efekty, a z drugiej jednostek naukowych, skupiających się w większym stopniu na kwestiach naukowych i teoretycznych. Możliwość podjęcia wspólnych działań stanowiła jednak wystarczającą zachętę dla małopolskich przedsiębiorców – w szczególności wskazać tu należy na sam efekt współpracy, szczególnie cenny dla wspieranych podmiotów – zrealizowana usługa umożliwiała uzyskanie cennego wkładu merytorycznego do ubiegania się w przyszłości o wsparcie zewnętrzne na prace B+R i wdrożenie wypracowanej innowacji. Zdaniem respondentów, nie bez znaczenia był również pewien „prestizż” wynikający z podjęcia współpracy z jednostką naukową przy jednoczesnej koordynacji ze strony samorządu województwa. O pozytywnym wpływie projektu na relacje pomiędzy nauką i biznesem świadczą również polecenia dotychczas wspartych podmiotów, które zachęcały do udziału zaprzyjaźnione podmioty (czego efekt odnotowano w ramach zidentyfikowanych obecnie źródeł informacji o projekcie – wyniki badania ankietowego przedstawiono w dalszej części opracowania).

Warto jednocześnie zaznaczyć, że zdaniem respondentów wywiadów pogłębionych bez możliwości wdrażania analizowanego projektu współpraca między biznesem a nauką uległaby znacznemu pogorszeniu, opierać się może wówczas w głównej mierze na

organizacji praktyk studenckich czy wymiany kadry pracowniczej w ramach organizowanych staży. Wniosek ten znajduje swoje potwierdzenie również w ramach Regionalnej Strategii Innowacji Województwa Małopolskiego 2030, zgodnie z którą projekt SPIN ma właśnie za zadanie niwelowanie szeregu identyfikowanych dotychczas barier w obszarze współpracy na linii nauka-biznes².

Zjawisko to potwierdzili również beneficjenci biorący udział w wywiadach pogłębionych w ramach case study. Ich zdaniem projekt znacznie przyspieszył integrację obu środowisk i pozwolił również bardziej poznać jednostkom naukowym punkt widzenia przedsiębiorców. Co więcej, zdaniem badanych przedstawicieli CTW, projekt często stanowił możliwość uświadomienia przedsiębiorcy o istnieniu możliwości podjęcia współpracy z jednostką naukową – zjawisko to było typowe zwłaszcza dla mniejszych podmiotów, nieposiadających dotychczasowych doświadczeń w badaniach przemysłowych.

4.2. USŁUGI ŚWIADCZONE PRZEZ CTW

Pytanie badawcze: Jaki jest stopień zainteresowania poszczególnymi rodzajami usług świadczonymi przez poszczególne CWT i możliwymi do realizacji w ramach SPIN? Z czego wynika taki stopień zainteresowania poszczególnymi usługami?

Pytanie badawcze: Czy były usługi, o które występowali przedsiębiorcy do CTW, a które CTW nie były w stanie zrealizować? Jeżeli tak to, z czego to wynikało? Co w takiej sytuacji zrobić przedsiębiorca?

Jak wynika z danych monitoringowych (dotyczących wskaźników osiągniętych w poszczególnych latach wdrażania projektu) oraz przeprowadzonych wywiadów pogłębionych, zainteresowanie usługami w ramach projektu nie przebiegało równomiernie. Spadki zainteresowania udziałem w projekcie odnotowywano w okresie silnego wpływu czynników zewnętrznych, takich jak pandemia COVID-19 czy wybuch wojny w Ukrainie. Zgodnie z wypowiedziami respondentów, zjawiska te istotnie niwelowały nastroje proinwestycyjne wśród lokalnych przedsiębiorstw, wpływając jednocześnie negatywnie na chęć opracowywania innowacji. Podejmowane działania informacyjno-promocyjne pozwalały jednak skutecznie przeciwdziałać napotykanym trudnościom i realizować założenia interwencji.

² Regionalna Strategia Innowacji Województwa Małopolskiego 2030, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Kraków 2021 r. s. 44.

Stopień zainteresowania poszczególnymi usługami świadczonymi przez CTW przeanalizować można w oparciu o wyniki przeprowadzonego badania ankietowego. Jak wskazują ww. wyniki, usługą z której najczęściej korzystali wsparci przedsiębiorcy był **audyt wstępny**, na który to wskazało aż 64% wspartych podmiotów. Dużym zainteresowaniem cieszył się również **audyt pogłębiony**, z którego skorzystała niemal połowa badanych (48%). Warto w tym miejscu zaznaczyć, że audyt wstępny był obowiązkowym elementem wsparcia, wobec czego wnioskować można o pewnym myleniu pojęć przez respondentów badania ankietowego (uznać można, że prawdopodobnie część z nich identyfikowała audyt wstępny jako element audytu pogłębionego, z którego skorzystali w ramach projektu). Powody dla których występowało tak istotne zainteresowanie właśnie tymi usługami poznać można dzięki analizie wywiadów pogłębionych. Badani przedstawiciele CTW wskazywali bowiem, że zainteresowanie to wynika bezpośrednio z podejścia sfery biznesu, skupionej na namacalnych efektach. Przedsiębiorcy bowiem w głównej mierze pozyskać chcieli wsparcie, dające im konkretny wynik, który będą mogli w jakiś sposób dalej wykorzystać.

Usługi te uznać można więc za kluczowe w ramach analizowanej interwencji. Za stosunkowo istotne uznać również należy wsparcie w obszarze doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie w formie bonów na innowacje, z którego skorzystało ponad 17% badanych oraz doradztwo w zakresie analizy konkurencyjności wykonawców i nabywców prac B+R (ponad 11%). Pozostałe rodzaje usług wskazywane były zdecydowanie rzadziej (poniżej 10% ogółu). Co ciekawe, najrzadziej korzystano z doradztwa w procesie negocjacji i zawierania umów (zaledwie 7% wskazań). Warto zaznaczyć, że odpowiedź „inne” zebrała stosunkowo duży odsetek wskazań, przy czym badani zwykle uszczegóławiali, że korzystali z ogólnego doradztwa – nie potrafiąc tym samym dopasować go do konkretnych rodzajów usług świadczonych przez CTW.

Wykres 1. Z których usług skorzystali Państwo w ramach projektu?³

Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorcami, $n=197$

Kwestia dotychczasowego zapotrzebowania przedsiębiorstw w zakresie usług oferowanych w projekcie podjęta została również podczas przeprowadzonego panelu delfickiego, kiedy to oceniona została w większości przypadków jako umiarkowana bądź wysoka. Zdaniem badanych, najistotniejszym elementem dla przedsiębiorców są usługi w zakresie audytu wstępnego i pogłębionego audytu technologicznego (co jednocześnie pokrywa się z przedstawionymi powyżej wynikami badań). Jednocześnie wszyscy eksperci zgodnie zauważyli jednak, że spodziewać się należy wzrostu poziomu zainteresowania w kolejnych latach, tj. wraz z kurczeniem się przestrzeni na rynku (z tytułu większej liczby podmiotów i rozwoju prowadzonej działalności), wzrostem kosztów pracy, które to wymuszać będą na przedsiębiorstwach innowacyjność oraz pojawieniem się możliwości uzyskania dofinansowań w obszarze wdrożeniowym. Badani zaznaczyli jednak, że jednocześnie spodziewać się można większej konkurencji wśród podmiotów świadczących tego typu usługi – wraz ze wzrostem

³ Możliwość wielokrotnego wyboru, wynikająca z możliwości skorzystania z kilku usług – w związku z tym wyniki nie sumują się do 100%.

zapotrzebowania na nie można bowiem oczekiwać pojawienia się firm (również zagranicznych) świadczących takie usługi na warunkach komercyjnych.

Istotną kwestią zidentyfikowaną w drodze badania ankietowego jest występowanie sytuacji, w których przedsiębiorcy występowali do CTW z potrzebą zrealizowania usług, których centra zaangażowane w projekt nie oferowały.

Sytuacje te nie były powszechne - wystąpiły w przypadku jedynie 10% badanych przedsiębiorstw. Analizując jednak zakres wskazywanych w tym zakresie usług, należy zauważyć, że z jednej strony prawdopodobnie przedsiębiorstwa nie wskazywały CTW swoich dokładnych oczekiwań, gdyż część z tych kwestii wchodziła w zakres oferowanych audytów (w których mogli brać udział również eksperci zewnętrzni). Z drugiej strony niektóre wskazania wykaczały poza wsparcie doradcze, stanowiące przedmiot dotychczasowego wsparcia. Można więc ocenić, że w dużej mierze sytuacje, w których podmiot nie otrzymał interesującej go usługi wynikały jednak z pewnego niezrozumienia idei projektu i zakresu możliwego do otrzymania wsparcia.



**Udział wspartych
podmiotów, które
występowaly o usługi
niebędące częścią oferty
CTW**

*Źródło: Badanie ankietowe ze
wspartymi przedsiębiorstwami,
n=197*

Poniżej wskazano rodzaje wymienianych w badaniu ankietowym usług, których nie udało się uzyskać respondentom:

- Kwestie analityczne - modele ekonomiczne;
- Pozyskanie informacji na temat współfinansowania komercjalizacji produktów stworzonych w ramach bonów na innowacje;
- Usługa tworzenia prototypu;
- Usługa wdrożenia innowacji;
- Zabezpieczenie praw patentowych;
- Aktualizacja strony internetowej.

Jednocześnie, biorąc pod uwagę wyłącznie badanych, którzy potwierdzili zapotrzebowanie na usługi niestanowiące oferty CTW, 15% z nich zmieniło swoje oczekiwania w wyniku rozeznania potrzeb przeprowadzonego przez CTW i zaoferowania innych usług. W pozostałych przypadkach badani sami realizowali te usługi bądź też z nich rezygnowali.

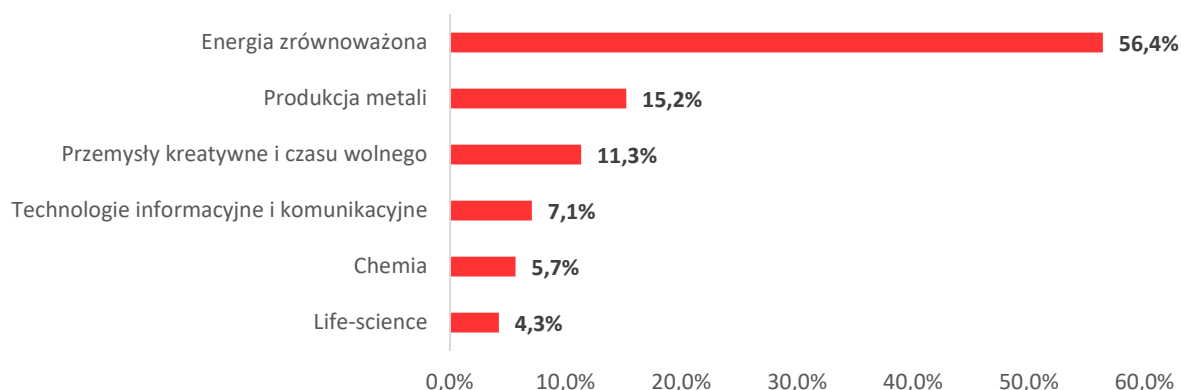
4.3. STOPIEŃ ZAINTERESOWANIA OBSZARAMI/DZIEDZINAMI RIS W KONTEKŚCIE ŚWIADCZONYCH USŁUG

Pytanie badawcze: Z jakich obszarów/dziedzin Regionalnych Inteligentnych Specjalizacji świadczone były usługi dla wspartych przedsiębiorców (Wykaz obszarów/dziedzin RIS stanowi zał. nr 1 do SOPZ)? Z czego wynika taki stopień zainteresowania poszczególnymi obszarami/dziedzinami Regionalnych Inteligentnych Specjalizacji? Czy należy dokonać jakichś zmian w kolejnych edycjach projektu SPIN biorąc pod uwagę stopień zainteresowania poszczególnymi obszarami/dziedzinami RIS?

Wyniki ankiet satysfakcji⁴ w przełamaniu na CTW, w ramach których przedsiębiorcy korzystali z usług w ramach projektu, pozwalają na zaobserwowanie stopnia zainteresowania poszczególnymi obszarami/dziedzinami RIS. Pod tym kątem zauważyć można dominację specjalizacji w zakresie energii zrównoważonej, która objęła ponad połowę (56%) usług udzielonych w ramach projektu. Pozostałe specjalizacje były zdecydowanie mniej popularne, przy czym na drugim miejscu w poniższym zestawieniu znalazła się produkcja metali (z udziałem przekraczającym 15%). Trzecia pozycja przypadła przemysłowi kreatywnemu i czasu wolnego (11%). Pozostałe specjalizacje nie przekroczyły progu 10% ogółu udzielonych usług. Jak jednocześnie wynika z przeprowadzonych badań ankietowych, struktura zainteresowania poszczególnymi obszarami w dużej mierze wynika z charakteru działalności prowadzonej przez znaczną liczbę podmiotów z terenu Małopolski (szczególnie w przypadku specjalizacji Life-science, w ramach której liczba podmiotów działających w Małopolsce jest stosunkowo niska) oraz samej charakterystyki poszczególnych specjalizacji, w które wchodzi niekiedy bardzo szeroki zakres obszarów. Ponadto zainteresowanie wynika również z obecnych dynamicznych zmian zachodzących w obszarze danej specjalizacji, w tym głównie energii zrównoważonej (w tym np. elementów związanych z budownictwem). W pewnym zakresie zainteresowanie poszczególnymi obszarami wynikało również z czynników zewnętrznych. Pandemia COVID-19 znacznie wpłynęła bowiem na możliwość prowadzenia działalności w sektorze przemysłu kreatywnego, determinując również niski stopień zainteresowania wprowadzaniem innowacji.

⁴ Badanie prowadzone na przestrzeni lat 2021-2023 wśród wspartych przedsiębiorstw, dotyczące m.in. współpracy z CTW i satysfakcji z uzyskanych usług.

Wykres 2. Udział podmiotów korzystających ze wsparcia w podziale na RIS

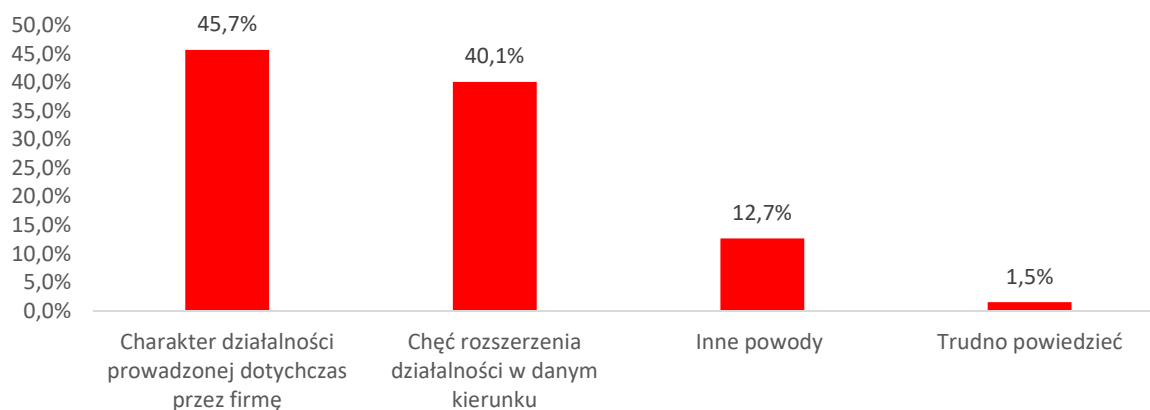


Źródło: Ankieta satysfakcji, n= 282, lata 2021-2023

Powyższe wyniki warto uzupełnić o wnioski z obecnie przeprowadzonego badania ankietowego. Stopień zainteresowania obszarem/dziedziną wynikał z dwóch kluczowych przyczyn- charakteru działalności poszczególnych firm oraz chęci rozszerzenia działalności w danym kierunku (tj. zbieżnym z wybraną dziedziną) – warianty te wskazało kolejno 46% i 40% badanych. Inne powody wskazywane były przez badanych zdecydowanie rzadziej i odnosiły się głównie do:

- Dużej liczby pomysłów na innowacje i braku środków na ich realizację;
- Potrzeby dostosowania się do nowych wytycznych środowiskowych;
- Polecenia zaprzyjaźnionej firmy;
- Przystępnego regulaminu dostępności środków (w przeciwieństwie do innych programów);
- Chęci dostarczenia produktu o bardzo wysokiej jakości.

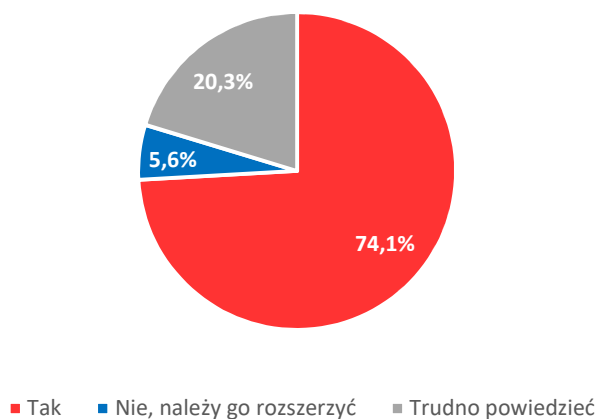
Wykres 3. Z czego wynikał wybór wskazanego obszaru/dziedziny?



Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorcami, n=197

Powyższa kwestia uzupełniona została o kolejne pytanie, dotyczące oceny zakresu dotychczasowych obszarów/dziedzin objętych wsparciem w projekcie. Większość badanych (ponad 74%) potwierdziła, że zakres ten był wystarczający, a nieco ponad 20% nie miało zdania w tym temacie. Tym samym, tylko niecałe 6% badanych było zdania, że zakres ten należy rozszerzyć (wskazywano na sferę gospodarki o obiegu zamkniętym oraz szersze ujęcie zakresu termomodernizacji).

Wykres 4. Czy Pana/Pani zdaniem zakres obszarów/dziedzin w ramach których można było ubiegać się o wsparcie był wystarczający?



Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorcami, $n=197$

4.4. OCENA WSPÓŁPRACY PRZEDSIĘBIORSTW Z CTW

Pytanie badawcze: Jak oceniana jest współpraca z poszczególnymi CTW? Jakiej można zidentyfikować czynniki negatywne wpływające na współpracę z CTW, np. kłopoty z zaufaniem i obawą o ujawnienie tajemnicy przedsiębiorstwa? Jakiej można zidentyfikować czynniki pozytywne wpływające na poziom współpracy z CTW? Co można zmienić we współpracy z CTW? W jaki sposób i dlaczego?

Pytanie badawcze: Czy zdarzały się przypadki rezygnacji ze współpracy z poszczególnymi CTW? Czy zdarzały się przypadki rezygnacji ze współpracy z przedsiębiorcami? Jeżeli tak, to dlaczego?

Udział badanych (w ramach obecnie przeprowadzonego badania ankietowego), którzy ocenili **współpracę z CTW w sposób pozytywny wyniósł 78%** (a kolejne 21% badanych oceniło ten aspekt w sposób neutralny).

Ponadto, badani ocenili również **zakres formalności** wymaganych w ramach projektów. Oceny o charakterze pozytywnym objęły aż 64% ogółu wskazań (kolejne 31% wskazań przypadło na oceny neutralne). Wśród ocen negatywnych pojawiły się natomiast odpowiedzi sugerujące potrzebę uproszczenia formalności, w tym głównie po stronie rozliczenia projektu (wskazywano na skomplikowanie tego procesu i potrzebę prowadzenia korespondencji w formie papierowej z zaangażowaną w projekt jednostką naukową). Jak wynika z wywiadów pogłębionych z przedstawicielami CTW, problemy związane z formalnościami występowały najczęściej w przypadku współpracy z mniejszymi podmiotami, w których nie było możliwości oddelegowania osoby do realizacji zobowiązań formalnych. W takich sytuacjach najczęściej dokumentacją zajmował się właściciel podmiotu, nieposiadający często wystarczającego czasu na te aspekty.

Również wyniki ankiet satysfakcji potwierdzają zdecydowanie pozytywny odbiór samej jakości usług, kompetencji i profesjonalizmu zespołu ekspertów, zaangażowania, dostępności i profesjonalizmu opiekuna, jak i przydatność rozwiązań zaproponowanych firmom przez poszczególne CTW (udział ocen pozytywnych wyniósł odpowiednio 94% i 98%). Jedynie formalności związane z usługą uzyskały niższy udział ocen pozytywnych (79%), przy czym pozostałe wskazania przypadły głównie na oceny „średnie”. Biorąc pod uwagę



**Udział podmiotów
pozytywnie oceniających
współpracę z CTW**

*Źródło: Badanie ankietowe ze
wspartymi przedsiębiorstwami,
n=197*

doświadczenie ewaluatora, taką strukturę odpowiedzi w zakresie oceny poziomu formalności uznać należy za pozytywną. Wszelkie formalności związane z uczestnictwem w projektach wspartych ze środków unijnych zwyczajowo oceniane są przez wsparte podmioty negatywnie – w tym przypadku natomiast udział wskazań jednoznacznie negatywnych wyniósł zaledwie 4%. Wracając do wyników ankiet satysfakcji, warto również zaznaczyć, że struktura ocen w ramach poszczególnych aspektów nie różniła się istotnie w podziale na poszczególne CTW.

Udział ocen pozytywnych w ramach poszczególnych aspektów współpracy z CTW



Źródło: Ankiety satysfakcji, n= 282, lata 2021-2023

Biorąc pod uwagę wyniki wywiadów pogłębionych z przedstawicielami CTW, niemal nie zdarzały się sytuacje rezygnacji ze współpracy z poszczególnymi centrami. Ewentualne rezygnacje (których skala określana była przez badane CTW jako pojedyncze przypadki) miały natomiast miejsce na etapie wstępnych rozmów z poszczególnymi przedsiębiorstwami, tj. jeszcze przed pojęciem faktycznej współpracy. Zwykle rezygnacje te dotyczyły konieczności opłacenia podatku VAT, zakresu wymaganych formalności oraz ograniczonego zakresu projektu (tj. braku możliwości finansowania badań czy pomocy w opracowaniu wniosku aplikacyjnego w zakresie wdrożenia innowacji).

Należy również zaznaczyć, że **zdaniem 16% badanych** (w ramach przeprowadzonej ankietyzacji wspartych przedsiębiorstw) **konieczne jest wprowadzenie pewnych zmian w obszarze współpracy z CTW**. W tym zakresie wymieniano:

- Zwiększenie indywidualności w podejściu do przedsiębiorców;
- Polepszenie komunikacji, w tym używanie nienaukowego języka i wykorzystanie elektronicznego przepływu dokumentacji i korespondencji (wskazywano w tym

zakresie również na możliwość wykorzystania dedykowanego narzędzia online, systematyzującego postęp prac i prowadzonej korespondencji);

- Rozszerzenie kierunków doradztwa;
- Mniej "teoretyczny" i „naukowy” charakter opracowywanych dokumentów;
- Zaangażowanie uczelni w proces wdrażania innowacji;
- Możliwość zaangażowania dodatkowej osoby związanej na co dzień z sektorem przemysłowym, który uzupełniałby teoretyczne elementy wsparcia;
- Możliwość odbywania fizycznych wizytacji w siedzibach wspieranych podmiotów.

Wśród odnotowanych odpowiedzi pojawił się również pomysł na zmniejszenie liczby projektów, nad którymi pracują osoby z Centrów Transferu Wiedzy, w celu zmniejszenia obciążenia ich obowiązkami. Należy jednak zaznaczyć, że wariant ten stanowił jedynie pojedyncze wskazanie, a pozostałe wyniki badań nie pozwoliły na zidentyfikowanie tego typu problemu.

W kontekście oceny współpracy z CTW warto również zwrócić uwagę na wyniki wywiadów pogłębionych z przedsiębiorstwami (na potrzeby badania case study). Badani pozytywnie ocenili współpracę z CTW, zarówno biorąc pod uwagę komunikację, kontakt, uzyskane wsparcie, jak i samo rozliczenie usługi. Badani zwracali uwagę na wysoki poziom profesjonalizacji w zakresie współpracy z jednostkami naukowymi, wskazując, że od początku odczuwali to, że jednostki te świadczą tego typu wsparcie od dłuższego czasu i potrafią odpowiedzieć na wszelkie pytania przedsiębiorców. Badani zostali również poproszeni o identyfikację dobrych praktyk, które odnotowali w obszarze współpracy z CTW. Wskazywano w tym obszarze na kontakt z opiekunem po stronie CTW, w tym szczególnie cenne spotkania online – których terminy ustalane były stale przez cały okres trwania wsparcia, co umożliwiało bieżące rozwiązywanie trudności i omawianie stanu prac. Skutecznym rozwiązaniem, zdaniem badanych, było również ustalanie wewnętrznych deadline'ów, które przyspieszały i systematyzowały działania projektowe. Wśród dobrych praktyk wskazano również elementy wykraczające poza sam projekt – badani nawiązywali bowiem niekiedy dalszą współpracę z daną jednostką naukową (np. w zakresie uczestniczenia w szkoleniach współorganizowanych przez daną jednostkę), poprzez co efekty wsparcia (w postaci nawiązanych kooperacji) mają szansę utrzymywać się w dłuższym okresie i pozytywnie wpływać na możliwość tworzenia kolejnych innowacji. Aspekt ten

podjęty został również w ramach przeprowadzonego zogniskowanego wywiadu grupowego (FGI), podczas którego również potwierdzono występowanie sytuacji, w których dotychczas wsparte przedsiębiorstwa zwracały się do uczelni z kolejnymi zapytaniami dotyczącymi możliwości prowadzenia współpracy pozaprojektowej.

4.5. OCENA USŁUG ŚWIADCZONYCH PRZEZ CTW

Pytanie badawcze: Jak przedsiębiorcy oceniają jakość i przydatność uzyskanej usługi?

Przeprowadzone badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorstwami pozwoliło potwierdzić **wysoką jakość i przydatność uzyskanych usług**. Na oceny pozytywne i neutralne przypadło bowiem 81% ogółu wskazań (a kolejne 17% przypadło na oceny neutralne). Pojedyncze oceny negatywne odnosiły się do zbyt wysokiego poziomu ogólności uzyskanych usług.

Pozytywne oceny w badanym obszarze odnotowano również w ramach badania case study, gdzie w ramach wywiadów pogłębionych z przedstawicielami wspartych przedsiębiorstw odnotowano wyłącznie oceny pozytywne.

Z kolei uczestnicy panelu delfickiego pozytywnie ocenili zbieżność usług oferowanych w ramach projektu z rzeczywistymi potrzebami przedsiębiorców. Badani eksperci wskazali jednak na możliwość uzupełnienia oferowanego wsparcia o takie elementy, jak: wsparcie z zakresu zawierania umów międzynarodowych, zarządzania zespołem badawczym (bądź własnym działem B+R), czy możliwości komercjalizacji innowacji.



**Udział podmiotów
pozytywnie oceniających
jakość i przydatność
uzyskanej usługi**

*Źródło: Badanie ankietowe ze
wspartymi przedsiębiorstwami,
n=197*

4.6. CHARAKTERYSTYKA WSPARTYCH PRZEDSIĘBIORSTW

4.6.1. Innowacyjność w rozumieniu przedsiębiorców

Pytanie badawcze: W jaki sposób przedsiębiorcy rozumieją innowacyjność?

Na potrzeby niniejszego pytania badawczego poproszono wsparte podmioty o przedstawienie (swoimi słowami, tj. w oparciu o otwarte pytanie ankietowe) czym dla nich jest innowacja. Wśród udzielonych odpowiedzi dominowały stwierdzenia odnoszące się do nowych rozwiązań, nowych technologii i nowości (elementy wskazane przez ok. 40%

4.6.2. Motywacje przedsiębiorców decydujących się na wsparcie

Pytanie badawcze: Jakie były motywacje, którymi kierowali się przedsiębiorcy decydując się na wykorzystanie wsparcia w postaci usług świadczonych przez CTW (podział na: czynniki zewnętrzne i/lub czynniki wewnętrzne)? Czy wsparci przedsiębiorcy szukali alternatywnych rozwiązań przed skorzystaniem z usług/usługi?

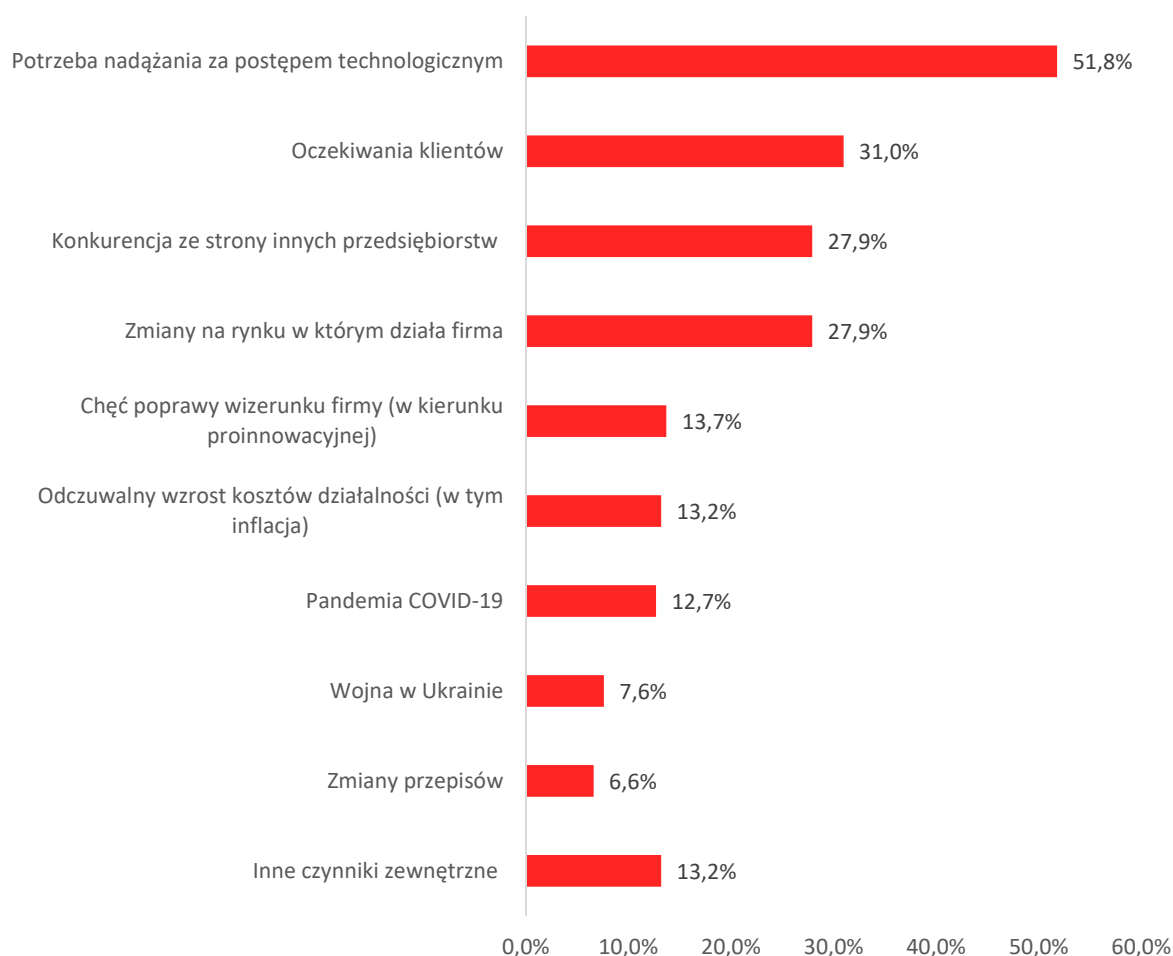
Pytanie badawcze: Czy motywacja wprowadzenia innowacyjnych zmian wynikała z czynników wewnętrznych? Jeżeli tak, to z jakich? Jakie były inne przyczyny, które wpłynęły na decyzję o rozpoczęciu innowacyjnej inwestycji?

Pytanie badawcze: Co zdecydowało o wyborze przez przedsiębiorcę konkretnej usługi?

Pytanie badawcze: Czy w wyniku usługi przedsiębiorcy zmieniali koncepcję rozwoju własnej firmy?

Pytanie badawcze: Jakie były czynniki zewnętrzne, które wpłynęły na decyzję o opracowaniu innowacji (np. konkurencyjne przedsiębiorstwa, oczekiwania klientów, wzrost kosztów działalności)?

Kwestia czynników wpływających na wybór usług przez wspartych przedsiębiorców podjęta została podczas badania ankietowego. Głównym czynnikiem o charakterze zewnętrznym, który miał wpływ na wybór usługi była potrzeba nadążania przez przedsiębiorstwo za postępem technologicznym – czynnik ten wskazała ponad połowa ogółu badanych. Za istotne uznać należy również takie czynniki zewnętrzne, jak oczekiwania klientów, konkurencję ze strony innych przedsiębiorstw oraz zmiany na rynku, w którym działa firma (udział wskazań w granicach 28-31%). Co ciekawe, rosnące koszty działalności, które powszechnie rozpatruje się w kategoriach negatywnych, stanowiły motywację do opracowania innowacji dla 13% badanych. Należy również dodać, że w zakresie „innych” czynników zewnętrznych badani wymieniali bardzo zróżnicowane powody, np. wymogi w zakresie ochrony środowiska, konieczność wprowadzenia oszczędności czy brak oferty dofinansowań w zakresie rozwoju dotychczasowej działalności.

Wykres 5. Jakie czynniki zewnętrzne wpłynęły na skorzystanie z tej usługi/usług?

Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorcami, $n=197$

Analogicznie, w kontekście czynników wewnętrznych, za kluczową należy uznać **chęć rozwoju firmy** (czynnik wskazany został przez ponad 78% badanych). Pozostałe czynniki uzyskały zdecydowanie niższe udziały wskazań, niemniej na drugiej pozycji znalazł się **brak wystarczających środków**, które firma mogłaby zaangażować w uzyskanie podobnej usługi na warunkach komercyjnych (blisko 25%). Warto dodać, że w ramach „innych” czynników badania, przedsiębiorcy wymieniali głównie strategię działania firmy, chęć obniżenia kosztów działalności czy potrzebę wprowadzenia nowych produktów.

Wykres 6. Jakie czynniki wewnętrzne wpłynęły na skorzystanie z tej usługi/usług?



Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorcami, $n=197$

Przeprowadzone badanie pozwoliło jednocześnie stwierdzić, że **1/3 wspartych przedsiębiorstw przed skorzystaniem z usługi poszukiwało alternatywnych rozwiązań** w tym zakresie (np. skorzystanie z komercyjnej oferty jednostki naukowej/institucji otoczenia biznesu).

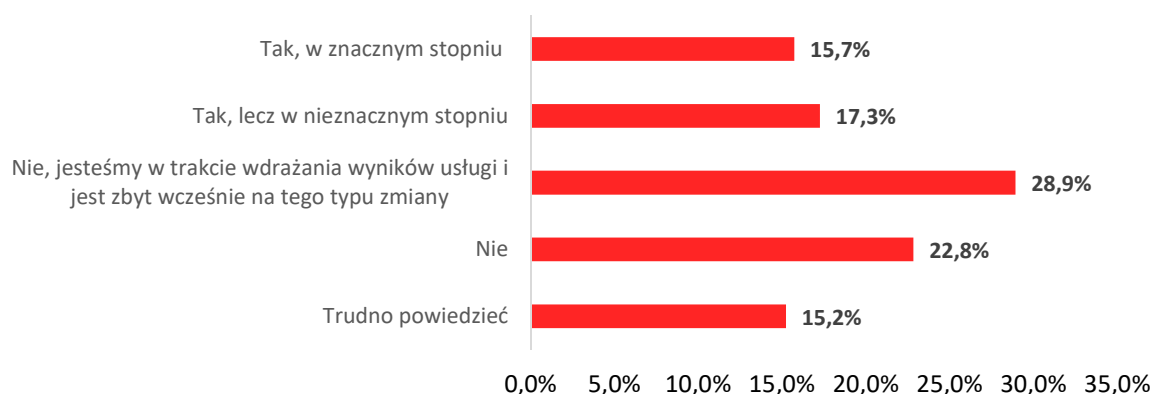
Co istotne, dla **33% wspartych przedsiębiorstw, skorzystanie z usług wpłynęło na zmianę koncepcji rozwoju firmy**. Ważne jest jednak, że analogiczny udział przypadł na badanych, którzy nie odnotowali takiej zmiany, lecz przyznają, że są na etapie wdrażania wyników usługi, wobec czego jest zbyt wcześnie na zaobserwowanie tego typu zmian. Wskazać należy, że jedynie niecałe 23% badanych przyznało jednoznacznie, że usługa nie miała wpływu w tym zakresie (argumentowano to głównie tym, że usługa była elementem dotychczasowej strategii firmy, wobec czego nie mogła wpłynąć na jej zmianę).



Udział podmiotów, które przed skorzystaniem z usługi poszukiwali alternatywnych rozwiązań w tym zakresie

Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorstwami, $n=197$

Wykres 7. Czy skorzystanie ze wskazanych usług wpłynęło na zmianę koncepcji rozwoju reprezentowanej przez Pana/Panią firmy?



Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorcami, $n=197$

Zdaniem ewaluatora, warto w tym miejscu zaznaczyć, że ze względu na charakter działań podejmowanych w projekcie, nie można odnosić się do przedstawionych powyżej wyników badań w sposób bezkrytyczny. Należy bowiem wziąć pod uwagę, że udzielone wsparcie w postaci usług CTW niejednokrotnie prowadziło do identyfikacji błędów w podejściu samych przedsiębiorstw. Jak wskazują bowiem wyniki wywiadów pogłębionych z CTW, niejednokrotnie przedsiębiorcy wypracowywali w zakresie swojej działalności pewne potencjalnie innowacyjne rozwiązania, które to (w wyniku przeprowadzonej usługi) okazały się nie posiadać zakładanych przez nich właściwości. W wyniku tego z jednej strony podmioty te unikały ryzyka na polu biznesowym (wprowadzając niespełniający wymogów produkt/rozwiązanie), z drugiej jednak łączyli niepowodzenie wdrożeniowe z uzyskanym wsparciem.

Biorąc z kolei pod uwagę wyniki badania case study (w tym wywiadów prowadzonych z wspartymi przedsiębiorcami) należy również uwzględnić to, że firmy aplikujące o wsparcie w ramach projektu często mają już sprecyzowane plany rozwoju, a same usługi mają im przynieść jedynie odpowiedzi na temat właściwości podjętych kierunków rozwoju. Tym samym, niekiedy mimo sukcesu zrealizowanych usług, nie wpływa to na faktyczną zmianę w obranym już kierunku rozwoju przedsiębiorstwa.

4.6.3. Rodzaje innowacji wprowadzonych przez przedsiębiorców

Pytanie badawcze: Jakiego rodzaju innowacje wprowadziły wsparte przedsiębiorstwa?

Pytanie badawcze: W jakim stopniu świadczenie usługi przez poszczególne CTW przełożyło się na jej dalsze wdrożenie?

O sukcesie projektu świadczyć może fakt bardzo wysokiego udziału (88%) wspartych przedsiębiorstw, które **wdrożyły bądź planują wdrożenie** rozwiązań wypracowanych w ramach usług uzyskanych w projekcie (przy czym 53 p.p. przypadło na podmioty, które wdrożyły innowację). Co istotne, podmioty które nie mają takich planów (12%) argumentowały to głównie brakiem dofinansowań w tym zakresie, zmianą profilu działalności czy zawirowaniami związanymi z negatywnym wpływem pandemii COVID-19 i wojny w Ukrainie. Można więc wnioskować, że wraz z pojawieniem się nowych możliwości uzyskania dofinansowania w obszarze prac B+R (perspektywa 2021-2027) część z tych podmiotów będzie zainteresowana wdrożeniem wypracowanych rozwiązań.

Wśród wprowadzonych przez przedsiębiorstwa innowacji znalazł się szeroki i zróżnicowany zakres rozwiązań (co wynika ze zróżnicowanych obszarów RIS). Wymieniano w tym zakresie m.in:

- badania pyłów i substancji powietrza;
- rozwiązania w zakresie instalacji grzewczych;
- hodowla komórek w zakresie onkologii;
- odnawialne źródła energii;
- innowacyjny układ chłodzenia;
- optymalizowanie czasu pracy;
- rozwiązania w zakresie paneli akustycznych;
- nowe wyroby kosmetyczne;
- zabiegi z użyciem materiałów stymulujących twarz;
- zmiana magazynowego systemu informatycznego;



Udział podmiotów, które wdrożyły lub planują wdrożyć rozwiązania wypracowane w ramach usługi

Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorstwami, n=197

- zarządzanie projektami i badaniami;
- badanie zastępowalności materiałów.

Kwestia wdrożeń innowacji podjęta została również w trakcie prowadzonych wywiadów pogłębionych, jednak badani często nie posiadali wiedzy w tym zakresie (współpraca z CTW kończyła się bowiem przed wdrożeniem/aplikowaniem o wsparcie na pozyskanie środków potrzebnych na ten cel). Niemniej przedstawiciele CTW wskazywali, że poznanie faktycznej skali wdrożeń możliwe będzie dopiero w najbliższym czasie, kiedy to wystartują konkursy w zakresie dofinansowań na wdrożenie wypracowanych rozwiązań (właściwe dla perspektywy 2021-2027). Respondenci podkreślali również, że dotychczas na możliwość faktycznego wdrażania innowacji negatywnie wpływała pandemia COVID-19 i wojna w Ukrainie, które to determinowały spadek zainteresowania przedsiębiorców działalnością innowacyjną i inwestycjami rozwojowymi.

4.7. ZNACZENIE USŁUG PROINNOWACYJNYCH DLA ROZWOJU PRZEDSIĘBIORSTW

Pytanie badawcze: Czy w ocenie przedsiębiorców zrealizowanie usługi proinnowacyjnej z udziałem CTW przyczyniło się do rozwoju przedsiębiorstwa? Jeśli tak, to w jaki sposób?

Pytanie badawcze: W jakim stopniu konieczność zapłaty VAT stanowiła przeszkodę dla przedsiębiorcy?

Badanie ankietowe pozwoliło stwierdzić, że aż 65% wspartych przedsiębiorstw (które wdrożyły usługę) jest zdania, że **wpłynęło to pozytywnie na rozwój ich przedsiębiorstwa**. Należy przy tym zwrócić uwagę, że spośród pozostałych badanych znaczna część nie miała zdania na ten temat (gdyż byli dopiero na etapie wdrażania innowacji), wobec czego odnotowano w tym obszarze jedynie 7% ocen negatywnych. Również wyniki wywiadów z przedsiębiorcami na potrzeby badania case study dostarczają w tym obszarze pozytywnych informacji. Zdaniem badanych, udział w projekcie umożliwił im weryfikację ich pomysłu biznesowego w obszarze zapotrzebowania rynku, możliwości znalezienia odpowiednich surowców i rzeczywistego opracowania np. surowca biotechnologicznego.



Udział podmiotów, które potwierdziły, że zrealizowanie usługi przyczyniło się do rozwoju ich przedsiębiorstwa

Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorcami, n=104

Działania te w konsekwencji umożliwiają np. rozszerzenie działalności o nowy produkt, prowadząc do rozwoju przedsiębiorstwa.

Ponadto, jak wynika z przeprowadzonego badania ankietowego, aż **41% wspartych przedsiębiorstw nie skorzystałoby z tego typu usług na zasadzie pełnej odpłatności** (tj. bez udziału w projekcie). Mamy więc do czynienia w przypadku tych podmiotów z istotnym efektem dodatkowości (warunkującym realizację usług z możliwością otrzymania wsparcia ze strony projektu). Wartość ta świadczy o istotnej potrzebie prowadzenia tego typu inicjatyw i znaczeniu projektu dla wsparcia innowacyjności regionu.

Istotnym wnioskiem płynącym z badania jest fakt, że **konieczność opłacenia podatku VAT nie stanowiła istotnego ograniczenia** dla podmiotów korzystających ze wsparcia. Konieczność ta stanowiła przeszkodę jedynie dla 15% badanych (z czego tylko 5 p.p. przypadło na respondentów, dla których był to istotny problem).

Należy jednak pod tym względem brać pod uwagę również grupę docelową, do której skierowane jest wsparcie.

Obecnie bowiem skupiło się ono na średnich podmiotach, dla których (jak udowadniają przeprowadzone badania)

opłacenie podatku nie stanowiło istotnej trudności. Jak

wynika jednak z przeprowadzonych wywiadów pogłębionych, w poprzedniej edycji projektu występowało większe zainteresowanie ze strony mikroprzedsiębiorstw, dla których już taka konieczność stanowiła istotny czynnik ograniczający możliwość udziału we wsparciu (zdarzały się dotychczas nieliczne sytuacje, w których mikroprzedsiębiorstwo nie wypracowało zysku (np. ze względu na krótki okres działalności, typowy dla startupów), umożliwiającego uzyskanie zwrotu z poniesionego podatku).



Udział podmiotów które bez wsparcia ze strony projektu nie skorzystałoby z podobnej usługi

Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorcami, n=197



Udział podmiotów, dla których konieczność opłacenia podatku VAT stanowiła przeszkodę

Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorcami, n=197

Co więcej, powyższe wyniki badania wskazują na stosunek do konieczności opłacenia podatku przez wsparte podmioty. Należy jednak brać pod uwagę również potencjalnych odbiorców usług, którzy zrezygnowali z udziału w projekcie już na etapie wstępnych rozmów z CTW, kiedy to właśnie kwestia opłacenia podatku VAT prowadziła do rezygnacji części z wstępnie zainteresowanych podmiotów (zjawisko to potwierdzone zostało w drodze wywiadów pogłębionych z CTW).

Konieczność opłacenia podatku determinuje również inne trudności, tj. związane z koniecznością prowadzenia odpowiednich rozliczeń. Przeprowadzone wywiady pogłębione oraz wnioski z warsztatu ewaluacyjnego wskazują na to, że konieczność ta prowadzi do zwiększenia nakładów pracy zarówno po stronie CTW, jak i Lidera projektu. Potencjalnie więc, może stanowić to przeszkodę do podjęcia decyzji o ubieganiu się o kontynuowanie udziału w przyszłej edycji projektu przez dotychczas zaangażowane centra. Jak wskazuje jednak wywiad przeprowadzony z przedstawicielem Projektu, były podejmowane liczne działania ukierunkowane na wyeliminowanie tego problemu, lecz ostatecznie aspekt ten uznać należy za ograniczenie prawne – niemożliwe do rozwiązania po stronie instytucji zaangażowanych w projektowanie i wdrażanie tej inicjatywy. Tym samym, rekomenduje się dalszy monitoring zmian prawnych w obszarze ograniczeń wynikających z interpretacji dotyczących podatku vat i ewentualnej możliwości rezygnacji z konieczności jego opłacania przez wsparte podmioty w ramach przyszłej edycji projektu.

4.8. OCENA OSIĄGNIĘTYCH REZULTATÓW

4.8.1. Wdrożenie usługi uzyskanej w projekcie SPIN

Pytanie badawcze: Ilu przedsiębiorców skorzystało ze wsparcia w ramach RPO WM 2014-2020 na wdrożenie wyników usługi uzyskanej w projekcie SPIN? Z jakiego wsparcia? Jeżeli nie, to z jakiej formy finansowania spoza RPO WM 2014-2020 skorzystali, np. kredyt bankowy, inny program unijny?

Pytanie badawcze: Jakie są zdaniem przedsiębiorcy największe bariery w wprowadzeniu innowacji do swojego przedsiębiorstwa? W jakim stopniu czynniki zewnętrzne, np. wysoka inflacja, wojna w Ukrainie, pandemia COVID-19, miały wpływ na decyzję o implementacji wyników usługi?

Zgodnie z wynikami przeprowadzonego badania ankietowego przedstawionymi już w jednym z poprzednich podrozdziałów, **aż 88% wspartych przedsiębiorców wdrożyło (53 p.p.) bądź planuje wdrożyć (35 p.p.) efekty współpracy z CTW**. Warto dodać, że jednocześnie jedynie 12% ogółu wspartych podmiotów stwierdziło, że nie wdrożyli i nie mają w planach wdrożenia

innowacji - należy jednak zaznaczyć, że na ogół nie była to deklaracja ostateczna - argumentowano bowiem ten stan oczekiwaniem na ogłoszenie właściwych konkursów w perspektywie 2021-2027, kiedy to podejmą właściwą decyzję w tym zakresie.

Co istotne, jedynie **12% badanych (spośród tych, którzy wdrożyli innowacje) potwierdziło ubieganie się środki zewnętrzne**, potrzebne na ten proces.

Jak więc wynika z przeprowadzonego badania ankietowego, **czynnik finansowy nie był szczególnie istotny względem**

możliwości wdrożenia wypracowanych rozwiązań. Spośród podmiotów, które zdecydowały się na wdrożenie innowacji aż **88% przypadło na firmy, które dokonały tego wyłącznie przy pomocy środków własnych**. Co ciekawe, spośród

pozostałych 12% podmiotów (finansujących wdrożenie przy pomocy środków zewnętrznych) **jedynie 3 p.p. (trzy podmioty) przypadły na badanych, którzy wskazali w tym zakresie wsparcie oferowane w ramach RPO WM 2014-**

2020 (Bony na innowacje). Warto w tym miejscu

zaznaczyć, że (jak wynika z przedstawionych już we

wcześniejszym fragmencie wyników badań), aż 17% ogółu badanych skorzystało jednak z doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie w formie bonów na innowacje. Można tym samym spodziewać się wystąpienia zainteresowania w aplikowaniu o tego typu wsparcie w ramach przyszłej edycji Bonów na innowacje.

Jednocześnie 6% przypadło na podmioty, które wdrożenie sfinansowały przy pomocy innego programu/źródła zewnętrznego (przy czym badani nie potrafili dokładnie sprecyzować o jaki program/źródło chodzi, bądź wskazywali na wsparcie Małopolskiego Centrum Przedsiębiorczości bądź Programu Operacyjnego Innowacyjny Rozwój). Co istotne, jedynie jeden podmiot potwierdził, że wdrożenia dokonał przy wykorzystaniu kredytu bankowego.

Poniżej przedstawiono zestawienie prezentujące kluczowe bariery we wdrażaniu innowacji, identyfikowane przez wsparte podmioty. Za kluczowe bariery uznać należy wysoki poziom inflacji (wskazany przez ponad 46% badanych) oraz ryzyko finansowe (blisko 42%). Na trzeciej pozycji znalazła się biurokracja, lecz udział wskazań był już w tym przypadku znacznie niższy (nieco ponad 22%). Pewnych ograniczeń upatrywać należy również w obszarze prawnym

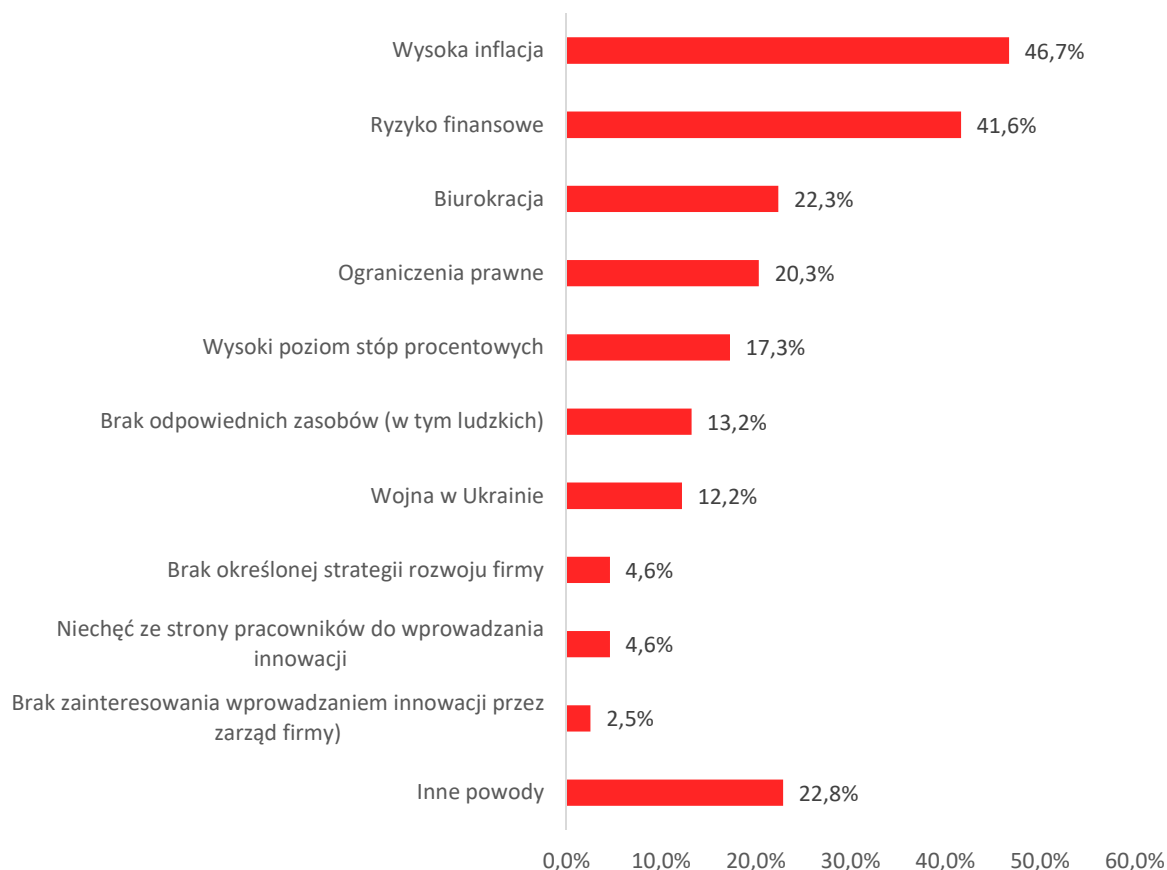


Udział podmiotów, które wdrożyły innowacje korzystając wyłącznie ze środków własnych

Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorstwami, n=104

(20%), wysokich stóp procentowych (17%), braku odpowiednich zasobów, w tym ludzkich (13%) oraz wojnie w Ukrainie (12%). Pozostałe warianty nie przekroczyły progu 10% wskazań. Warto dodać, że w obszarze „innych” powodów badani wskazywali głównie na negatywne skutki pandemii COVID-19, ograniczenia finansowe oraz niewystarczający poziom wiedzy na temat wdrażania innowacji.

Wykres 8. Bariery we wdrażaniu innowacji



Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorcami, $n=197$

4.9. OCENA SYTUACJI EKONOMICZNEJ PRZEDSIĘBIORSTW PO WDROŻENIU USŁUG

Pytanie badawcze: Jak przedsiębiorcy oceniają sytuację ekonomiczną ich przedsiębiorstw po wdrożeniu wyników usługi? Czy w ocenie przedsiębiorców wdrożenie to wpłynęło na sytuację ekonomiczną firmy i/lub ich konkurencyjność na rynku? W jakim stopniu?

Badani przedsiębiorcy, którzy wdrożyli innowacje wypracowane w ramach projektu **w większości przypadków (84%) uważali, że ich sytuacja ekonomiczna poprawiła się bądź nie uległa zmianie**. Co istotne, 29% badanych stwierdziło, że **sytuacja ich firm się poprawiła** i wpływ na to miało właśnie wdrożenie wyników usługi. Należy jednak brać uwagę okres, w którym nastąpiła ocena – prawdopodobnie na zauważenie efektów wsparcia w tym zakresie wymagany jest bowiem dłuższy horyzont czasowy.

Wśród badanych znalazły się dwa podmioty, które stwierdziły z kolei, że sytuacja finansowa firmy pogorszyła się poprzez wdrożenie innowacji, niemniej nie potrafili uargumentować tej odpowiedzi. Należy jednak w tym miejscu zwrócić uwagę na wywiady pogłębione prowadzone w ramach case study. Jeden z badanych przedsiębiorców również wskazał na chwilowe pogorszenie sytuacji finansowej firmy, co wiąże się jednak z procesem inwestycyjnym i koniecznością zakupu materiałów i opłacenia działań marketingowych związanych z wdrożeniem nowego produktu. Tym samym, ocena sytuacji finansowej w dużej mierze zależy od etapu, na którym znajduje się przedsiębiorca wdrażający innowacje.

Warto również zauważyć, że wśród podmiotów które dotychczas nie wdrożyły innowacji (lecz planują to zrobić w najbliższej przyszłości) panuje bardziej optymistyczne nastawienie – aż 76% z nich uważa, że wpłynie to bowiem korzystnie na sytuację finansową przedsiębiorstwa.

Analogiczne pytania postawiono respondentom w odniesieniu do wpływu na **poziom konkurencyjności** ich



Udział podmiotów, które wdrożyły innowacje i uważają, że wpłynęło to korzystnie na ich sytuację ekonomiczną

Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorstwami, n=56



Udział podmiotów, które planują wdrożyć innowacje i uważają, że wpłynie to korzystnie na ich sytuację ekonomiczną

Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorstwami, n=70

przedsiębiorstw. Wyniki nie odbiegały w istotny sposób od poprzednio udzielonych ocen. Aż 82% podmiotów, które wdrożyły usługę, oceniły ten wpływ jako pozytywny bądź neutralny (39% badanych stwierdziło, że sytuacja ich firm się poprawiła w tym zakresie i wpływ na to miało właśnie wdrożenie wyników usługi). Jednocześnie aż 87% podmiotów, które dopiero zamierzają wdrożyć innowację, uważa że wpłynie to pozytywnie na poziom konkurencyjności ich podmiotu.

4.9.1. Ocena stosunku poniesionych nakładów do osiągniętych rezultatów

Pytanie badawcze: Jaki był stosunek nakładów poniesionych na realizację projektu SPIN w stosunku do rezultatów (planowanych i osiągniętych)?

Jak wskazano już we wcześniejszym fragmencie opracowania, zarówno dane monitoringowe jak i wyniki wywiadu z Liderem projektu wskazują na pozytywne efekty wsparcia i możliwość osiągnięcia zakładanych pierwotnie założeń. Nawiązując jednak do tych założeń oraz przeprowadzonych wywiadów pogłębionych wskazać należy, że projekt wymagał zaangażowania stosunkowo istotnych zasobów kadrowych. Szczególnie istotny był udział odpowiednich zespołów po stronie CTW, co w sytuacjach pojawiających się niekiedy wakatów (w szczególności na stanowiskach brokerskich) generowało trudności w realizacji projektu. Niemniej, jak pokazują dotychczasowe doświadczenia, w sytuacji zapewnienia właściwego obsadzenia wszystkich stanowisk przewidzianych w projekcie (wśród wszystkich partnerów projektowych), jego wdrażanie przebiegało właściwie, wobec czego sugeruje się wykorzystanie dotychczas przyjętych rozwiązań również w ramach kolejnej edycji projektu.

Na potrzeby badania przeanalizowane zostały zapisy wniosku o dofinansowanie projektu, w tym cenniki poszczególnych usług przewidzianych w projekcie. Pozytywnie ocenić należy sam zakres kosztów (ograniczony do elementów niezbędnych do uzyskania zakładanych efektów projektu), jak i sam poziom średnich kosztów. Analiza nie wykazała istotnego ich zróżnicowania pomiędzy poszczególnymi CTW, a same wartości (w tym głównie koszty osobowe, w ramach których wyszczególniono zarówno liczby roboczogodzin, jak i stawki godzinowe) ocenia się jako racjonalne i nieodbiegające od stawek rynkowych.

Analiza pozwala tym samym na **pozytywną ocenę stosunku nakładów poniesionych na realizację projektu SPIN w stosunku do jego rezultatów** (zarówno planowanych, jak i osiągniętych).

Jednocześnie, zdaniem ewaluatora, w ramach przyszłych działań warto przeznaczyć większy udział środków przewidzianych na informację i promocję. Jak przedstawiono w jednym z kolejnych rozdziałów, nawet zdaniem dotychczas wspartych podmiotów działania informacyjno-promocyjne powinny zostać rozszerzone (w tym głównie o aspekty związane z prezentowaniem pozytywnych aspektów wsparcia i budowania zaufania przedsiębiorców). Jednocześnie, jak wynika z samego charakteru wsparcia, podejmowanie cyklicznych działań promocyjnych jest konieczne ze względu na konieczność zapewnienia ciągłości działań i osiągnięcie założonych wartości wskaźników.

Biorąc pod uwagę uzyskane efekty wsparcia i poziom środków zaangażowanych w jego realizację, zdaniem ewaluatora **wypracowany model projektu uznać można za modelowy, możliwy do implementacji w pozostałych regionach Polski**. Szczególnie cenne w tym obszarze są zdobyte dotychczas doświadczenia (w tym z poprzedniej edycji projektu) oraz wypracowane obecnie rekomendacje, prowadzące do uzyskania modelu wsparcia istotnie wspierającego poziom innowacyjności regionu, pozbawionego słabych stron zidentyfikowanych na przestrzeni lat.

4.10. POTENCJALNE RYZYKA DLA KOLEJNYCH EDYCJI SPIN

Pytanie badawcze: Jakie można zdiagnozować potencjalne ryzyka i zaproponować środki zaradcze dla kolejnych edycji projektu SPIN w latach 2023-2029?

Zdaniem 26% przedsiębiorstw wspartych w ramach projektu, w ramach przyszłego wsparcia (dalsze edycje projektu w latach 2023-2029) należałoby wprowadzić zmiany. Wymieniano w tym zakresie głównie:

- Przedstawianie dotychczasowym beneficjentom kolejnych ofert współpracy;
- Osobisty kontakt reprezentantów CTW przeprowadzających audyt;
- Rozszerzenie zakresu udzielanego wsparcia;
- Polepszenie sposobu komunikacji na linii przedsiębiorstwo-CTW;
- Zwiększenie zakresu promocji projektu;



Udział podmiotów, które uważają że należy wprowadzić zmiany w przyszłej edycji projektu

Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorstwami, n=197

- Rozszerzenie wsparcia o pomoc w kontakcie z administracją (uzyskiwanie pozwoleń, koncesji);
- Skrócenie czasu między aplikowaniem o wsparcie a decyzją o jego udzieleniu;
- Wydłużenie realizacji projektu;
- Uwzględnienie możliwości wdrożeniowa wypracowanych w ramach projektu rozwiązań;
- Zaprojektowanie założeń przyszłego wsparcia w oparciu o badania z przedsiębiorstwami;
- Uproszczenie w zakresie realizacji projektu (w tym jego rozliczenia);
- Rozszerzenie zakresu działań promocyjnych o aspekt związany z ukazywaniem pozytywnych efektów dotychczasowego wsparcia.

Również uczestnicy panelu ekspertów sugerowali możliwość wprowadzenia w przyszłej edycji projektu pewnych zmian, w tym m.in.:

- uwzględnienie możliwości partnerstwa z reprezentacją samorządu gospodarczego Małopolski (izby/konfederacje) w kontekście promowania współpracy na linii nauka-biznes;
- rozszerzenie zakresu wsparcia (o elementy wskazane w poprzednim fragmencie);
- uwzględnienie w działaniach informacyjno-promocyjnych aspektów prawnych związanych z podejściem do prawa patentowego (zwiększając tym samym zaufanie przedsiębiorców);
- rozszerzenie zakresu działań informacyjno-promocyjnych o publikacje o charakterze studium przypadku, prezentujące pozytywne efekty dotychczasowego wsparcia.

Warto w tym miejscu wrócić jeszcze do przedstawionej we wcześniejszych podrozdziałach oceny wsparcia przez badanych przedsiębiorców. Jak bowiem wynikało z ocen, jedynym aspektem uzyskującym stosunkowo niższe oceny była kwestia formalności związanych z udziałem we wsparciu. Wątek ten podjęto również w trakcie prowadzonych wywiadów pogłębionych, kiedy to również Lider projektu zwrócił uwagę na potrzebę wprowadzenia dalszych uproszczeń w stosowanej dokumentacji. Współpraca projektowa w dotychczasowym założeniu wymaga bowiem korzystania ze stosunkowo dużej liczby dokumentów, co stanowić może utrudnienie w szczególności po stronie sektora biznesu.

Biorąc pod uwagę wyniki przeprowadzonych badań, w tym wyniki przeprowadzonych wywiadów pogłębionych, znaczna część wspartych przedsiębiorstw zainteresowana byłaby wydłużeniem wsparcia o dodatkowe aspekty. W wyniku udziału w projekcie podmioty otrzymywały bowiem raport stanowiący istotny wkład merytoryczny w zakresie wnioskowania o dofinansowanie na wdrożenie wypracowanych rozwiązań, lecz ze względu na kończenie wsparcia na tym etapie istnieje realne ryzyko poprzestania przedsiębiorstw na tym etapie. W tym zakresie wydaje się zasadne rozszerzenie przyszłego wsparcia o możliwość doradztwa na etapie aplikowania o dofinansowanie na wdrożenia – zgodnie z wynikami wywiadów pogłębionych, istnieje wysokie zapotrzebowanie na tego typu pomoc. Warto bowiem zauważyć, że to właśnie perspektywa możliwości aplikowania o dalsze wsparcie stanowiła dotychczas jeden z fundamentalnych argumentów wykorzystywanych przez CTW w zakresie zachęcania przedsiębiorców do udziału w projekcie. O potrzebie uzupełnienia wsparcia o ten aspekt świadczą również sytuacje (odnotowywane przez CTW), w których po wstępnych rozmowach przedsiębiorcy rezygnowali z przystąpienia do projektu, oczekując właśnie pomocy w opracowaniu wniosku o dofinansowanie.

Pozostając przy przeprowadzonych wywiadach z CTW warto również zwrócić uwagę na sugerowaną potrzebę wprowadzenia szkoleń dla brokerów działających po stronie poszczególnych centrów. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że zgodnie z założeniami przyszłej edycji projektu, możliwe będzie realizowanie szkoleń dla przedsiębiorców (świadczonych przez poszczególne CTW) oraz (podobnie jak w dotychczasowej edycji projektu) szkoleń wysokospecjalistycznych dla pracowników CTW. Jak jednak wskazywali respondenci, przydatne byłoby rozszerzenie przyszłego wsparcia o możliwość udziału w szkoleniach dla zatrudnionych brokerów w zakresie technik pozyskiwania przedsiębiorstw do udziału w projekcie czy w obszarze dostępnych funduszy unijnych, o które ubiegać mogłyby się potencjalnie wsparte przedsiębiorstwa. Zdaniem ewaluatora, takie szkolenia jednocześnie zmniejszyłyby skalę rotacji na tych stanowiskach, co (jak już wspomniano we wcześniejszym fragmencie opracowania) prowadziło niekiedy do trudności w sprawnym wdrażaniu projektu.

Wśród pomysłów rozszerzenia zakresu przyszłego wsparcia badani przedstawiciele CTW wskazali również na możliwość uwzględnienia w ramach projektów części badawczej, dotyczącej testowania wstępnie zidentyfikowanych rozwiązań. Biorąc pod uwagę wyniki FGI,

tego typu rozszerzenie mogłoby zostać oferowane np. w ramach wybranych projektów, które charakteryzują się wysokim prawdopodobieństwem wdrożenia wypracowanych innowacji.

Wśród opinii CTW pojawiły się również zdania na temat znacznego ożywienia zainteresowania przedsiębiorstw skorzystaniem ze wsparcia w końcowym okresie projektu. Zjawisko to wynika z pojawiających się możliwości uzyskania dalszych dofinansowań w ramach perspektywy 2021-2027. Z tego względu rekomenduje się niezwłoczne opracowanie założeń przyszłej edycji projektu, w celu możliwości jego uruchomienia w związku z występującym i rosnącym zainteresowaniem potencjalnych beneficjentów.

W kontekście ewentualnych ryzyk związanych z organizacją przyszłego wsparcia warto również zwrócić uwagę na wyniki wywiadów pogłębionych z przedsiębiorcami (badanie case study). Wskazano bowiem w tym zakresie na pewne ukierunkowanie we współpracy na kontakty zdalne (online). Sytuacja ta wynika z doświadczeń z okresu pandemii, kiedy to ta forma kontaktu sprawdziła się i przyniosła wymierne rezultaty. Badani wskazywali jednak na pewne ograniczenia tej formy komunikacji, sugerując rozszerzenie możliwych form kontaktu o spotkania i wizytacje osobiste. Zdaniem ewaluatora warto uwzględnić ten element w ramach przyszłej edycji wsparcia – oczywiście w formie fakultatywnej, dostosowanej do preferencji wspieranego podmiotu.

Istotnych wniosków dostarczył również zogniskowany wywiad pogłębiony (FGI), w trakcie którego zidentyfikowano problem zbyt krótkiego czasu, zakładanego przez przedsiębiorstwa na wykonanie usługi przez CTW. Zdarzały się bowiem sytuacje, w których podmioty przystępowały do projektu i oczekiwały efektów w czasie, w którym fizycznie niemożliwe było solidne i profesjonalne przeprowadzenie danej usługi. Wydaje się więc zasadne uzupełnienie przyszłych działań informacyjnych (np. na etapie pierwszego kontaktu z przedsiębiorstwem) o przedstawienie poglądowych czasów potrzebnych na przeprowadzenie usług (na podstawie dotychczasowych doświadczeń).

Przeprowadzone badania (w tym FGI) pozwoliło ponadto zidentyfikować zjawisko „transakcyjności” w kontaktach pomiędzy sferą nauki i biznesu, w ramach analizowanego projektu (Instytut/uczelnia świadczą usługę zaś przedsiębiorca tą usługę nabywa). Tym samym, często kontakty ograniczały się stricte do usług przewidzianych w projekcie i kończyły wraz z jego zakończeniem. Wydaje się więc istotne, aby położyć nacisk na przedstawienie poszczególnym jednostkom naukowym zaangażowanym w projekt, możliwości w zakresie

kontynuowania kontaktu z wybranymi przedsiębiorcami i nawiązania faktycznej, długookresowej współpracy. Zespół uczelni współpracujący przy wypracowaniu określonego rozwiązania z przedsiębiorcą mógłby, pracując dalej i partycypując we wdrożeniu tego przedsięwzięcia na rynek posiadać udziały i osiągać z tego tytułu zyski (możliwe jest w tym podejściu również podzielenie się ryzykiem związanym z wdrożeniem danego rozwiązania).

Jednocześnie, badanie FGI pozwoliło zidentyfikować problem braku świadomości przedsiębiorców na temat gwarancji z tytułu zrealizowanej usługi. Z tego tytułu zaleca się uzupełnienie zapisów umów pomiędzy przedsiębiorstwami a CTW o element związany z przysługującą gwarancją (wraz z terminem jej obowiązywania), która umożliwiłaby wprowadzenie korekt do opracowanych produktów wsparcia.

4.11. OCENA SPOSOBU INFORMOWANIA O PROJEKCIE SPIN

Pytanie badawcze: Skąd przedsiębiorcy dowiedzieli się o CTW i możliwości skorzystania z usług w ramach projektu SPIN?

Pytanie badawcze: Czy informacja o projekcie zaktywizowała przedsiębiorcę do chęci opracowania innowacji w firmie?

Pytanie badawcze: W jaki sposób przedsiębiorcy chcieliby być poinformowani o możliwości udziału w projekcie SPIN?

Pytanie badawcze: Czy przedsiębiorcy widzą potrzebę szerszego informowania o projekcie SPIN w swojej branży, jeśli tak w jaki sposób?

Identyfikację źródeł informacji o projekcie można przeprowadzić z wykorzystaniem zarówno analizy desk research (wyniki ankiet satysfakcji), jak i obecnie przeprowadzonego badania ankietowego. Jak się oczywiście można było spodziewać, uzyskane wyniki w ramach obu ww. metod pozostają bardzo zbliżone. **Najczęściej wsparte podmioty dowiadywały się o projekcie od znajomych** (wariant wskazany przez ponad połowę badanych - zarówno w ramach ankiet satysfakcji, jak i przeprowadzonego obecnie badania ankietowego). Badanie ankietowe dostarcza ponadto informacji, że drugim w kolejności źródłem był **internet** (13%), a ankietę satysfakcji uzupełnia tę kwestię, wskazując na kluczową rolę stron www.malopolska.pl oraz www.spin.malopolska.pl (po ok. 11% wskazań). Jednocześnie obie wykorzystane metody badawcze wskazują na stosunkowo istotne znaczenie informowania o projekcie podczas wydarzeń branżowych, w tym w ramach spotkania Spin Camp (7%). Pozostałe formy wsparcia (prasa, plakaty, ulotki) uznać można za marginalne.

Zdaniem ewaluatora, biorąc pod uwagę rosnącą renomę i poziom rozpoznawalności projektu, przy jednoczesnej kluczowej roli „poczty pantoflowej” (55% wskazań dla polecenia znajomych osób) spodziewać się można **rosnącego zainteresowania projektem w przypadku jego kontynuowania w przyszłości**. Wniosek ten potwierdza również inne z pytań zadanych w ramach ankiet satysfakcji – niemal wszyscy wsparci przedsiębiorcy (99%) poleciliby możliwość uzyskania tego typu usług innym przedsiębiorcom. Samo znaczenie „poczty pantoflowej” wskazywane było również przez respondentów wywiadów pogłębionych (CTW), którzy również dostrzegli zjawisko polecenia udziału w projekcie innym firmom przez podmioty, które już z tych usług skorzystały. Potwierdzeniem tego zjawiska są również wyniki wywiadów pogłębionych z wybranymi przedsiębiorcami (badanie case study), którzy to wskazywali, że są bardzo zadowoleni z udziału we wsparciu i polecili już udział w nim kolejnym, znajomym podmiotom. Zjawisko to samo w sobie, zdaniem ewaluatora, świadczy o niewątpliwym sukcesie projektu.

Badanie ankietowe pozwala jednocześnie stwierdzić, że dotychczasowe informacje dotyczące możliwości udziału w projekcie były zrozumiałe dla ich odbiorców – fakt ten potwierdziło aż 91% wspartych przedsiębiorców. Pozostali ankietowani wskazywali na pewne zmiany, które ich zdaniem powinny zajść w tym zakresie – podkreślano głównie potrzebę uproszczenia języka stosowanego w komunikatach i wypuklenie niektórych informacji, np. dotyczących sposobu finansowania.

Należy w tym miejscu zaznaczyć, że zdaniem blisko 21% ankietowanych przedsiębiorców, **dostęp do informacji o projekcie powinien zostać rozszerzony**. Wskazywano w tym zakresie głównie na takie rozwiązania, jak:



Udział podmiotów które polecilyby innym przedsiębiorcom możliwość uzyskania tego typu usług

Źródło: Ankiety satysfakcji, n= 282, lata 2021-2023



Udział podmiotów które oceniły informacje dotyczące możliwości wzięcia udziału w projekcie jako zrozumiałe

Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorcami, n=197

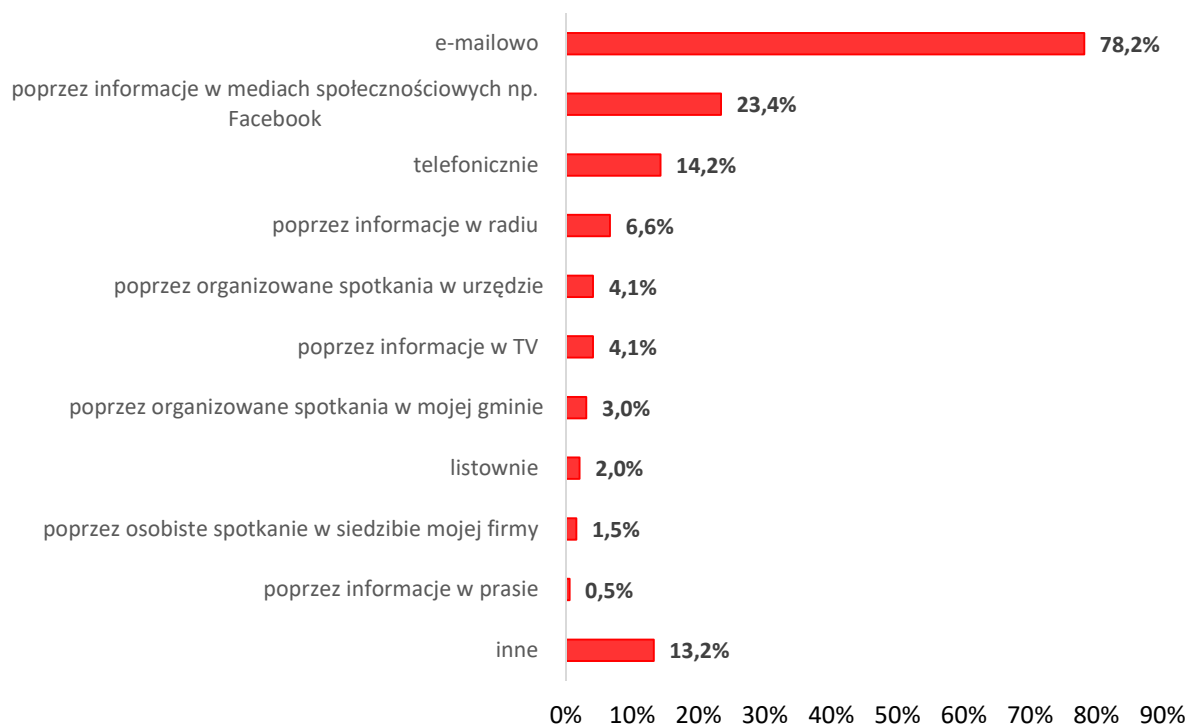
- Uwzględnienie w przekazie promocyjnym aspektów związanych z korzyściami z uczestnictwa w projekcie;
- Promocja poprzez organizacje branżowe;
- Promocja poprzez mailing;
- Wypozycjonowanie strony projektu względem szerszego zakresu słów kluczowych;
- Rozszerzenie promocji w internecie, w tym poprzez większą liczbę reklam na portalach, w tym branżowych oraz poprzez social media;
- Skrócenie przekazu reklamowego – skupienie się na konkretach, w tym na warunkach udziału.

Kwestia ta została pogłębiona poprzez kolejne z pytań postawionych respondentom, których to poproszono o wskazanie, **w jaki sposób chcieliby być informowani** o możliwości udziału w projekcie. Wyniki wskazują jednoznacznie na bardzo wysokie zapotrzebowanie na **informacje otrzymywane drogą mailową** (wariant ten wskazało aż 78% ogółu badanych przedsiębiorstw). Zdaniem ewaluatora, w ramach przyszłych działań informacyjno-promocyjnych należy priorytetowo uwzględnić tę formę promocji. Oczywiście istotne jest dalsze promowanie projektu poprzez strony internetowe, w tym social media, lecz tego typu promocja z założenia wymaga natrafienia przedsiębiorcy na taką reklamę, podczas gdy informacja mailowa mogłaby zostać precyzyjnie adresowana do potencjalnie zainteresowanych podmiotów. Sugeruje się jednocześnie możliwość nawiązania współpracy z organizacjami zrzeszającymi regionalnych przedsiębiorców oraz samymi jednostkami naukowymi w celu możliwości wykorzystania posiadanych przez nich baz adresowych (z odpowiednimi zgodami marketingowymi) i przesłania przygotowanych uprzednio materiałów promocyjnych na adresy mailowe przedsiębiorstw.

Warto zauważyć, że stosunkowo wysoki udział wskazań przypadł na promocję telefoniczną (ponad 14%). Taka forma informowania spotyka się jednocześnie z oczekiwaniami przedsiębiorstw odnoszącymi się do potrzeby zindywidualizowania kontaktu i możliwości dopytania o poszczególne, interesujące ich kwestie. W tym zakresie niezwykle istotne byłoby uzupełnienie wsparcia o możliwość szkoleń dla brokerów pracujących po stronie CTW, z zakresu skutecznych metod pozyskiwania chętnych do współpracy przedsiębiorstw (wątek ten podjęty został również w poprzednim podrozdziale). Pozostałe warianty odpowiedzi

uzyskały stosunkowo niski udział wskazań, a w ramach wariantu „inne” badani wskazywali głównie na kontynuowanie promocji prowadzonej w internecie oraz organizację spotkań branżowych.

Wykres 9. Jak Pan/Pani chciałby być informowany o możliwości udziału w tego typu projekcie?



Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorcami, n=197

Przeprowadzone badanie ankietowe pozwoliło jednocześnie zweryfikować, czy informacja o projekcie zaktywizowała przedsiębiorcę do chęci opracowania innowacji w firmie.

Jak się okazuje, **możliwość wzięcia udziału w projekcie stanowiła bezpośrednią przyczynę opracowania innowacji dla 28% badanych przedsiębiorstw**. Mamy więc do czynienia w przypadku tych innowacji z efektem dodatkowości (warunkującym ich realizację z możliwością otrzymania wsparcia ze strony środków unijnych).

Kwestia rozpoznawalności projektu podjęta została również w trakcie panelu delfickiego. Sami uczestnicy panelu ekspertów czerpali wiedzę na temat



Udział podmiotów dla których możliwość wzięcia udziału w projekcie stanowiła bezpośrednią motywację do opracowania innowacji

Źródło: Badanie ankietowe ze wspartymi przedsiębiorcami, n=197

projektu ze zróżnicowanych źródeł. Wskazywano w tym zakresie na prowadzone przez nich dotychczas badania związane z realizowanymi projektami oraz zainteresowania naukowe związane z funkcjonowaniem inteligentnych specjalizacji. Należy jednak zauważyć, że wiedza na temat projektu nie była powszechna – niektórzy eksperci przyznali, że o projekcie jedynie słyszeli (przy okazji kontaktów na linii nauka-biznes).

Uczestnicy panelu delfickiego potwierdzili, że na rynku funkcjonuje sporo projektów i organizacji wspierających środowiska innowacyjne, wobec czego sam proces budowania marki wymaga czasu. Zgodnie jednak przyznano, że projekt ma predyspozycje do stania się powszechnie rozpoznawalną inicjatywą. W tym celu prowadzić jednak należy dalsze działania informacyjno-promocyjne. Szczególnie przydatnym rozwiązaniem w tym obszarze byłoby, zdaniem badanych ekspertów, opracowanie i rozpowszechnienie studiów przypadków, prezentujących sukcesy zarówno samego projektu, jak i poszczególnych wspartych w jego ramach przedsiębiorstw. Podkreślono istotną rolę promocji prowadzonej podczas konferencji tematycznych i wydarzeń branżowych (w tym miejscu doceniono organizowane dotychczas SPIN Campy) czy wykorzystanie internetu (w tym portalu LinkedIn, np. poprzez prowadzenie dyskusji tematycznych). W odniesieniu do potencjału wydarzeń branżowych, eksperci wskazywali na możliwość inspiracji w obszarze działań podejmowanych na potrzeby promocji Bazy Usług Rozwojowych, która to jest z powodzeniem szeroko promowana przez PARP na wielu konferencjach i spotkaniach branżowych. Ponadto, eksperci wskazywali na możliwość podjęcia próby w kierunku nawiązania współpracy z innymi, zbliżonymi tematycznie inicjatywami. Ich zdaniem, możliwe byłoby realizowanie wspólnej promocji np. z takimi projektami jak innoSHARE Network czy Connect & ScaleUp.

5. PODSUMOWANIE

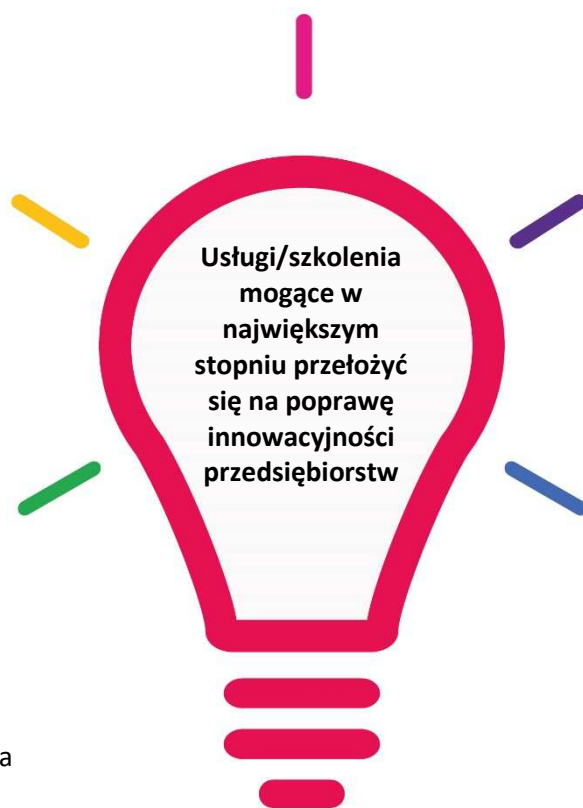
Celem podsumowania przeprowadzonej analizy poniżej przedstawiono **kluczowe wnioski w podziale na 4 cele** przyświecające niniejszemu badaniu.



Poziom zainteresowania usługami wynikał z podejścia sfery biznesu, skupionej na namacalnych efektach. Przedsiębiorcy bowiem w głównej mierze pozyskać chcieli wsparcie, które dawało im konkretny wynik, który będą mogli w jakiś sposób dalej wykorzystać.

Prócz obowiązkowego audytu wstępnego, największym zainteresowaniem cieszył się technologiczny audyt pogłębiony. Usługa ta w decydującej mierze przekładała się na możliwość poprawy innowacyjności przedsiębiorstw.

Rekomenduje się rozważenie możliwości rozszerzenia przyszłego wsparcia o dodatkowe elementy związane z możliwością uczestniczenia CTW w procesie aplikowania o dofinansowanie ze źródeł zewnętrznych przez wspierane przedsiębiorstwa.



Za stosunkowo istotne uznać również należy wsparcie w obszarze doradztwa w zakresie ubiegania się o wsparcie w formie bonów na innowacje, z którego skorzystało niemal 18% badanych.

Wartym rozważenia elementem jest upowszechnienie możliwości przetestowania projektowanych rozwiązań w ramach pogłębionego audytu technologicznego (z powodzeniem stosowanej przez część z CTW w ramach dotychczasowej edycji projektu).


Rekomenduje się położenie szczególnego nacisku na kwestie możliwych do uwzględnienia w przyszłej edycji projektu uproszczeń formalnych – w tym zakresie wymaganej dokumentacji i możliwych ułatwień w zakresie rozliczania projektu (w tym ograniczenie dokumentacji wymaganych w formie tradycyjnej, np. poprzez wykorzystanie dedykowanego narzędzia online, systematyzującego postęp prac i prowadzonej korespondencji czy też możliwości uzyskania elektronicznego (mailowego) potwierdzenia realizacji usługi).

Rekomenduje się dalszy monitoring zmian prawnych w obszarze ograniczeń wynikających z interpretacji dotyczących podatku vat.

Rekomenduje się uwzględnienie w przyszłej edycji projektu możliwości brania udziału w szkoleniach przez pracowników CTW, w tym głównie brokerów zachęcających do udziału w projekcie potencjalnie zainteresowane podmioty.

Zaleca się uzupełnienie zapisów umów pomiędzy przedsiębiorstwami a CTW o element związany z przysługującą gwarancją (wraz z terminem jej obowiązywania), która umożliwiłaby wprowadzanie korekt do opracowanych produktów wsparcia.

Istotnym uzupełnieniem w planowanej edycji wsparcia będzie możliwość realizowania szkoleń przez CTW skierowanych ku wspieranym przedsiębiorcom.



**Propozycja
działań
podnoszących
efekty wsparcia
SPIN**

Niemal wszyscy wsparci przedsiębiorcy (99%) poleciliby możliwość uzyskania tego typu usług innym przedsiębiorcom - spodziewać się więc można dalszego istotnego znaczenia „poczty pantoflowej” w promocji założeń projektu.

Jedną z preferowanych form informowania o projekcie jest promocja telefoniczna. Taka forma informowania spotyka się jednocześnie z oczekiwaniami przedsiębiorstw odnoszącymi się do potrzeby zindywidualizowania kontaktu i możliwości dopytania o poszczególne, interesujące ich kwestie. W badaniu podkreślono również istotną rolę internetu oraz promocji prowadzonej podczas konferencji tematycznych i wydarzeń branżowych.

Dotychczasowe informacje dotyczące możliwości udziału w projekcie były zrozumiałe dla ich odbiorców – fakt ten potwierdziło aż 91% wspartych przedsiębiorców.



**Propozycja
optymalnego
mechanizmu
informacji
i promocji**

Rekomenduje się zwiększenie środków przeznaczonych na działania informacyjno-promocyjne (w stosunku do obecnej edycji) oraz rozszerzenie ich zakresu. Zaleca się uwzględnienie w ich ramach pozytywnych efektów dotychczasowego wsparcia (na zasadzie opracowań case study).

Zaleca się wykorzystanie w ramach działań promocyjnych mailingu – jako formy uzupełniającej stosowane formy promocji. Metoda ta sprawdzi się w odniesieniu do dotychczas wspieranych podmiotów, jak i sugeruje się możliwość nawiązania współpracy z organizacjami zrzeszającymi regionalnych przedsiębiorców oraz samymi jednostkami naukowymi w celu możliwości wykorzystania posiadanych przez nich baz adresowych (z odpowiednimi zgodami marketingowymi) i przesłania przygotowanych uprzednio materiałów promocyjnych na adresy mailowe przedsiębiorstw.

6. TABELA WNIOSKÓW I REKOMENDACJI

Tabela 2. Wnioski i rekomendacje z badania

L.p.	Wniosek	Rekomendacja	Adresat	Sposób wdrożenia	Termin wdrożenia
1.	Przeprowadzona analiza pozwoliła pozytywnie ocenić efekty dotychczasowego wsparcia i zidentyfikować wciąż występujące (rosnące) zainteresowanie dalszym wsparciem. Szczególne ożywienie zainteresowania przedsiębiorstw skorzystaniem ze wsparcia odnotowano w końcowym okresie wdrażania projektu. Zjawisko to wynika z jednej strony z malejącego, negatywnego wpływu pandemii COVID-19 i wojny w Ukrainie na podejmowanie działań inwestycyjnych i innowacyjnych, a z drugiej strony wynika z pojawiających się możliwości uzyskania dofinansowań w ramach perspektywy 2021-2027, które przeznaczone mogą zostać na wdrożenie wypracowanych rozwiązań.	Za prawidłową uznać należy decyzję o kontynuacji projektu w ramach kolejnej jego edycji (perspektywa 2021-2027). Ze względu na wciąż występujące i rosnące zainteresowanie potencjalnych beneficjentów wskazane jest jak najszybsze uruchomienie realizacji kolejnej edycji projektu.	IZ programu Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021-2027	Niezwłoczne przystąpienie do realizacji kolejnej edycji projektu (perspektywa 2021-2027).	I kwartał 2024 r.

L.p.	Wniosek	Rekomendacja	Adresat	Sposób wdrożenia	Termin wdrożenia
2.	Z analizy udzielonych ocen wspartych podmiotów wynika, że jedynym aspektem uzyskującym stosunkowo niższe oceny była kwestia formalności związanych z udziałem we wsparciu. Również Lider projektu zwrócił uwagę na potrzebę wprowadzenia dalszych uproszczeń w stosowanej dokumentacji. Racjonalność tej zmiany potwierdzili również przedstawiciele CTW, wskazując, że zakres wymaganej dokumentacji niejednokrotnie przeważał o nieprzystąpieniu danego podmiotu do projektu.	Rekomenduje się położenie szczególnego nacisku na kwestie możliwych do uwzględnienia w przyszłej edycji projektu uproszczeń formalnych – w tym zakresu wymaganej dokumentacji i możliwych ułatwień w zakresie rozliczania projektu (w tym ograniczenie dokumentacji wymaganych w formie tradycyjnej, np. poprzez wykorzystanie dedykowanego narzędzia online, systematyzującego postęp prac i prowadzonej korespondencji czy też możliwości uzyskania elektronicznego (mailowego) potwierdzenia realizacji usługi).	IZ programu Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021-2027	Opracowanie zakresu i założeń projektu oraz niezbędnej w tym zakresie dokumentacji, z uwzględnieniem dążenia do maksymalnego uproszczenia sfery formalnej wsparcia oraz bieżące konsultacje z Instytucją Wdrażającą w trakcie realizacji kolejnej edycji projektu, w celu zidentyfikowania dodatkowych, możliwych do wprowadzenia uproszczeń.	IV kwartał 2024 r.
3.	Analiza wykazała, że konieczność opłacenia podatku determinowała szereg trudności, w tym zarówno dla wstępnie zainteresowanych podmiotów (którzy z tego względu rezygnowali z udziału w projekcie już na etapie wstępnych rozmów z CTW) jak i samych CTW (trudności	Rekomenduje się dalszy monitoring zmian prawnych w obszarze ograniczeń wynikających z interpretacji dotyczących podatku vat.	IZ programu Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021-2027	Dalszy monitoring zmian prawnych w obszarze ograniczeń wynikających z interpretacji dot. vat i możliwości przeciwdziałania im.	IV kwartał 2024 r.

L.p.	Wniosek	Rekomendacja	Adresat	Sposób wdrożenia	Termin wdrożenia
	związane z koniecznością prowadzenia odpowiednich rozliczeń, prowadzące do zwiększenia nakładów pracy) oraz Lidera projektu.				
4.	Badanie pozwoliło zidentyfikować występowanie potrzeb szkoleniowych po stronie pracowników CTW, zaangażowanych w działania projektowe. W tym zakresie przydatne byłoby rozszerzenie przyszłego wsparcia o możliwość udziału w szkoleniach dla zatrudnionych brokerów – w zakresie technik pozyskiwania przedsiębiorstw do udziału w projekcie czy w obszarze dostępnych funduszy unijnych, o które potencjalnie ubiegać mogłyby się wsparte przedsiębiorstwa.	Rekomenduje się uwzględnienie w przyszłej edycji projektu możliwości brania udziału w szkoleniach przez pracowników CTW, w tym głównie brokerów zachęcających do udziału w projekcie potencjalnie zainteresowane podmioty.	IZ programu Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021-2027	Uzupełnienie wysokospecjalistycznych szkoleń dla pracowników CTW poprzez rozszerzenie katalogu szkoleń o możliwość wsparcia dla pracowników CTW w zakresie technik pozyskiwania przedsiębiorstw do udziału w projekcie oraz w obszarze dostępnych funduszy unijnych, o które potencjalnie ubiegać mogłyby się wsparte przedsiębiorstwa.	IV kwartał 2024 r.
5.	Znaczna część wspartych przedsiębiorstw zainteresowana byłaby wydłużeniem wsparcia o	Rekomenduje się rozważenie możliwości rozszerzenia przyszłego wsparcia o dodatkowe elementy	IZ programu Fundusze Europejskie	Rozważenie rozszerzenia założeń projektowanego wsparcia o dodatkowe elementy związane z	IV kwartał 2024 r.

L.p.	Wniosek	Rekomendacja	Adresat	Sposób wdrożenia	Termin wdrożenia
	<p>dodatkowe aspekty. W tym zakresie wydaje się zasadne rozszerzenie przyszłego wsparcia o możliwość doradztwa na etapie aplikowania o dofinansowanie na wdrożenia oraz o wybrane elementy części badawczej, pozwalając na wstępne przetestowanie wypracowanych rozwiązań.</p>	<p>związane z możliwością uczestniczenia CTW w procesie aplikowania o dofinansowanie ze źródeł zewnętrznych przez wspierane przedsiębiorstwa (przy czym ze względu na pracochłonność tego elementu, zaleca się wyłącznie uwzględnienie w tym obszarze elementów doradczych, a nie faktycznego opracowywania dokumentacji aplikacyjnej). Wartym rozważenia elementem jest upowszechnienie możliwości przetestowania projektowanych rozwiązań w ramach pogłębionego audytu technologicznego (z powodzeniem stosowanej przez część z CTW w ramach dotychczasowej edycji projektu).</p>	<p>dla Małopolski 2021-2027</p>	<p>możliwością uczestniczenia CTW w procesie aplikowania o dofinansowanie ze źródeł zewnętrznych przez wspierane przedsiębiorstwa oraz o aspekty związane z możliwością przetestowania projektowanych rozwiązań w ramach pogłębionego audytu technologicznego.</p>	
6.	<p>Badanie wykazało pewne ukierunkowanie we współpracy pomiędzy CTW a przedsiębiorstwami na kontakty o charakterze zdalnym (online). Sytuacja ta wynika z doświadczeń z okresu pandemii, kiedy to ta forma</p>	<p>Rekomenduje się uwzględnienie w zakresie założeń przyszłego wsparcia zarówno możliwości kontaktów w formule zdalnej (spotkania online oraz komunikacja elektroniczna), jak i spotkań bezpośrednich (w tym wizytacje we</p>	<p>IZ programu Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021-2027</p>	<p>Uwzględnienie odpowiednich zapisów w dokumentacji dotyczącej przyszłej edycji projektu dotyczącej elastycznego podejścia do kwestii formy kontaktu ze wspieranymi podmiotami.</p>	<p>IV kwartał 2024 r.</p>

L.p.	Wniosek	Rekomendacja	Adresat	Sposób wdrożenia	Termin wdrożenia
	<p>kontaktu sprawdziła się i przyniosła wymierne rezultaty. Badani wskazywali jednak na pewne ograniczenia tej formy komunikacji, sugerując rozszerzenie możliwych form kontaktu o spotkania i wizytacje osobiste.</p>	<p>wspieranych podmiotach) – w zależności od preferencji wspieranego podmiotu.</p>			
7.	<p>Badanie pozwoliło zidentyfikować istotną rolę działań informacyjno-promocyjnych w sprawnym wdrażaniu projektu. Sugeruje się rozszerzenie tychże działań o aspekty związane z prezentowaniem pozytywnych aspektów wsparcia. Ponadto, badanie wykazało potrzebę stosowania mailingu, który to jest pożądaną formą informowania o projekcie z punktu widzenia dotychczas wspieranych przedsiębiorców.</p>	<p>Rekomenduje się zwiększenie środków przeznaczonych na działania informacyjno-promocyjne (w stosunku do obecnej edycji) oraz rozszerzenie ich zakresu. Zaleca się uwzględnienie w ich ramach pozytywnych efektów dotychczasowego wsparcia (na zasadzie opracowań case study). Ponadto zaleca się wykorzystanie w ramach działań promocyjnych mailingu – jako formy uzupełniającej stosowane formy promocji. Metoda ta sprawdzi się w odniesieniu do dotychczas wspieranych podmiotów, jak i sugeruje się możliwość nawiązania współpracy z organizacjami</p>	<p>IZ programu Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021-2027</p>	<p>Uwzględnienie odpowiednich zapisów w dokumentacji dotyczącej przyszłej edycji projektu, w tym w obszarze budżetu projektu.</p>	<p>IV kwartał 2024 r.</p>

L.p.	Wniosek	Rekomendacja	Adresat	Sposób wdrożenia	Termin wdrożenia
		zrzeszającymi regionalnych przedsiębiorców oraz samymi jednostkami naukowymi w celu możliwości wykorzystania posiadanych przez nich baz adresowych (z odpowiednimi zgodami marketingowymi) i przesłania przygotowanych uprzednio materiałów promocyjnych na adresy mailowe przedsiębiorstw.			
8.	Przeprowadzone badania (w tym FGI) pozwoliło zidentyfikować zjawisko „transakcyjności” w kontaktach pomiędzy sferą nauki i biznesu, w ramach analizowanego projektu (Instytut/uczelnia świadczą usługę zaś przedsiębiorca tą usługę nabywa). Tym samym, często kontakty ograniczały się stricte do usług przewidzianych w projekcie i kończyły wraz z jego zakończeniem.	Zaleca się położenie nacisku na przedstawienie poszczególnym jednostkom naukowym zaangażowanym w projekt, możliwości w zakresie kontynuowania kontaktu z wybranymi przedsiębiorcami i nawiązania faktycznej, długookresowej współpracy (w rozumieniu modelu przynoszącego obopólne korzyści).	IZ programu Fundusze Europejskie dla Małopolski 2021-2027	Uzupełnienie materiałów informacyjnych związanych z naborem partnerów do przyszłej edycji projektu o elementy związane z możliwością podejmowania długofalowej, pozaprojektowej współpracy ze wspartymi przedsiębiorcami.	IV kwartał 2024 r.
9.	Przeprowadzone badania, w tym FGI, pozwoliło zidentyfikować	Zaleca się uzupełnienie zapisów umów pomiędzy	IZ programu Fundusze	Uwzględnienie odpowiednich zapisów w dokumentacji dotyczącej	IV kwartał 2024 r.

L.p.	Wniosek	Rekomendacja	Adresat	Sposób wdrożenia	Termin wdrożenia
	problem braku świadomości wspartych przedsiębiorców na temat gwarancji z tytułu zrealizowanej usługi i możliwości wprowadzania zmian w uzyskanych produktach (analizach, raportach).	przedsiębiorstwami a CTW o element związany z przysługującą gwarancją (wraz z terminem jej obowiązywania), która umożliwiłaby wprowadzanie korekt do opracowanych produktów wsparcia.	Europejskie dla Małopolski 2021-2027	przyszłej edycji projektu, w tym w obszarze budżetu projektu.	

7. ZAŁĄCZNIKI

7.1. SPIS TABEL I RYSUNKÓW

Tabela 1. Wykaz skrótów wykorzystanych w raporcie	5
Tabela 2. Wnioski i rekomendacje z badania	52
Tabela 3. Analiza case study	76
Wykres 1. Z których usług skorzystali Państwo w ramach projektu?	17
Wykres 2. Udział podmiotów korzystających ze wsparcia w podziale na RIS.....	20
Wykres 3. Z czego wynikał wybór wskazanego obszaru/dziedziny?.....	20
Wykres 4. Czy Pana/Pani zdaniem zakres obszarów/dziedzin w ramach których można było ubiegać się o wsparcie był wystarczający?.....	21
Wykres 5. Jakie czynniki zewnętrzne wpłynęły na skorzystanie z tej usługi/usług?.....	28
Wykres 6. Jakie czynniki wewnętrzne wpłynęły na skorzystanie z tej usługi/usług?	29
Wykres 7. Czy skorzystanie ze wskazanych usług wpłynęło na zmianę koncepcji rozwoju reprezentowanej przez Pana/Panią firmy?	30
Wykres 8. Bariery we wdrażaniu innowacji	36
Wykres 9. Jak Pan/Pani chciałby być informowany o możliwości udziału w tego typu projekcie?	46

7.2. NARZĘDZIA BADAWCZE

7.2.1. Kwestionariusz ankiety CATI z przedsiębiorcami wspartymi w ramach projektu SPIN

Szanowni Państwo,

reprezentuję firmę EU-Consult sp. z o.o., która na zlecenie województwa małopolskiego realizuje badanie pn. *Ewaluacja efektów wdrażania projektu SPIN Małopolskie Centra Transferu Wiedzy wsparciem dla przedsiębiorców*. Elementem badania jest przeprowadzenie ankietyzacji wśród przedsiębiorców, którzy skorzystali ze wsparcia realizowanego w ramach projektu *SPIN Małopolskie Centra Transferu Wiedzy*.

W związku z tym uprzejmie prosimy o udział w ankiecie. Udział w badaniu zajmie ok. 20 minut.

Z góry dziękujemy za poświęcony czas.

Panel pytań

1. Na początek proszę o krótkie sformułowanie, czym w Pana/Pani rozumieniu jest „*innowacja*” (*pytanie otwarte*) Zaznaczam, że nie ma tu dobrych czy złych odpowiedzi – chcemy poznać pogląd wspartych podmiotów na ten aspekt, aby móc lepiej dostosować przyszłe wsparcie

.....

2. Skąd dowiedzieli się Państwo o możliwości skorzystania z usług Centrów Transferu wiedzy w ramach projektu SPIN?

- a) Polecenie znajomego/współpracownika
- b) Informacja z Internetu
- c) Informacja z ulotki/plakatu
- d) Informacja z prasy
- e) Informacja z wydarzenia branżowego
- f) Informacja ze spotkania dla przedsiębiorców
- g) Inne źródło (jakie?)....

3. Czy Pana/Pani zdaniem dostęp do informacji o możliwości wzięcia udziału w projekcie był wystarczający?

- a) Tak, była wystarczająca
- b) Nie, należałoby rozszerzyć zakres informowania o projekcie (w jaki sposób?)....
- c) Trudno powiedzieć

4. Jak Pan/Pani chciałby być informowany o możliwości udziału w tego typu projekcie? (*możliwość zaznaczenia więcej niż jednej odpowiedzi*)

Panel pytań

- a) telefonicznie
- b) poprzez organizowane spotkania w urzędzie
- c) poprzez organizowane spotkania w mojej gminie
- d) e-mailowo
- e) poprzez informacje w mediach społecznościowych np. Facebook
- f) poprzez informacje w TV
- g) poprzez informacje w radiu
- h) poprzez informacje w prasie
- i) listownie
- j) poprzez osobiste spotkanie w siedzibie mojej firmy
- k) inne (jakie?)...

5. Jak Pan/Pani ocenia zrozumiałość informacji dotyczących możliwości wzięcia udziału w projekcie?

- a) Były dla mnie w pełni zrozumiałe
- b) Były dla mnie zrozumiałe, lecz wymagają pewnych zmian w tym zakresie (jakich?)....
- c) Były dla mnie niezrozumiałe (jakie zmiany należałoby Pana/Pani zdaniem wprowadzić w tym zakresie?)....
- d) Trudno powiedzieć/nie pamiętam

6. Czy planowali Państwo opracowanie innowacji w firmie zanim dowiedzieli się Państwo o projekcie czy dopiero projekt SPIN zmotywował Państwa do działania?

- a) Tak, już wcześniej planowaliśmy opracować innowacje w ramach naszego podmiotu
- b) Nie, dopiero możliwość wzięcia udziału w projekcie wpłynęła na pojawienie się takiej potrzeby
- c) Trudno powiedzieć/nie pamiętam

7. Z czego wynikał wybór wskazanego obszaru/dziedziny?

- a) Charakter działalności prowadzonej dotychczas przez firmę
- b) Chęć rozszerzenia działalności w danym kierunku
- c) Inne powody (jakie?)...
- d) Trudno powiedzieć

8. Czy Pana/Pani zdaniem zakres obszarów/dziedzin w ramach których można było ubiegać się o wsparcie był wystarczający?

- a) Tak
- b) Nie, należy go rozszerzyć (jakie obszary ma Pan/Pani na myśli?)...
- c) Trudno powiedzieć

9. Z których usług skorzystali Państwo w ramach projektu? *(możliwość zaznaczenia więcej niż jednej odpowiedzi)*

- a) audyt wstępny (zerowy), który określi m.in: ogólną sytuację firmy oraz sytuację branży

Panel pytań

- b) audyt technologiczny pogłębiony; który skupi się przede wszystkim na obszarze „do poprawy” wskazanym w audycie wstępnym, zaproponuje rozwiązanie technologiczne, wzmacniające konkurencyjność firmy
- c) doradztwo z zakresie ubiegania się o wsparcie w formie bonów na innowacje (pomoc w procedurze naboru oraz wyszukanie realizatora bonu)
- d) doradztwo w zakresie analizy konkurencyjności wykonawców i nabywców prac B+R
- e) doradztwo w zakresie przygotowywania dokumentacji, czy wyszukania zespołu badawczego do wykonania prac B+R
- f) doradztwo z sprawie potencjalnych kanałów transferu technologii ze wskazaniem zewnętrznych źródeł finansowania (m.in. bon na innowacje, doradztwo w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego)
- g) doradztwo w procesie negocjacji i zawierania umów w zakresie prac B+R

10. Jakie czynniki wewnętrzne i zewnętrzne wpłynęły na skorzystanie z tej usługi/usług?

Czynniki zewnętrzne	Czynniki wewnętrzne
<ul style="list-style-type: none"> a) Konkurencja ze strony innych przedsiębiorstw b) Oczekiwania klientów c) Zmiany na rynku w którym działa firma d) Potrzeba nadążania za postępem technologicznym e) Zmiany przepisów f) Chęć poprawy wizerunku firmy (w kierunku proinnowacyjnej) g) Odczuwalny wzrost kosztów działalności (w tym inflacja) h) Pandemia COVID-19 i) Wojna w Ukrainie j) Inne czynniki zewnętrzne (jakie?)... 	<ul style="list-style-type: none"> a) Chęć rozwoju firmy b) Chęć dywersyfikacji dotychczasowej działalności c) Brak specjalistów ds. innowacji w zasobach kadrowych firmy d) Potrzeba skorzystania ze wsparcia specjalistów z ramienia Centrum Transferu Wiedzy e) Dotychczasowy brak doświadczenia w samodzielnym opracowaniu i wprowadzaniu innowacji f) Brak wystarczających środków, które firma mogłaby zaangażować w uzyskanie takiej usługi bez udziału w projekcie g) Inne czynniki wewnętrzne (jakie?)...

11. Czy przed skorzystaniem z usługi w ramach projektu poszukiwali Państwo alternatywnych rozwiązań w tym zakresie (np. skorzystanie z komercyjnej oferty jednostki naukowej/institucji otoczenia biznesu)?

- a) Tak (jakie rozwiązania Państwo rozważali?)...
- b) Nie
- c) Trudno powiedzieć

Panel pytań

12. Jak Pan/Pani ocenia jakość i przydatność uzyskanej usługi?

- a) Bardzo pozytywnie (jakie główne czynniki sprawiły, że pozytywnie ocenia Pan/Pani uzyskaną usługę?)...
- b) Raczej pozytywnie (jakie główne czynniki sprawiły, że pozytywnie ocenia Pan/Pani uzyskaną usługę?)...
- c) Neutralnie
- d) Raczej negatywnie (Dlaczego?)...
- e) Bardzo negatywnie (Dlaczego?)...

13. Czy bez wsparcia udziału w projekcie również skorzystaliby Państwo z podobnej usługi (tj. na zasadzie pełnej odpłatności)?

- a) Tak
- b) Nie (Dlaczego?)...
- c) Trudno powiedzieć

14. Jak Pan/Pani ocenia współpracę z Centrum Transferu Wiedzy?

- a) Bardzo pozytywnie (jakie główne czynniki sprawiły, że pozytywnie ocenia Pan/Pani tę współpracę?)...
- b) Raczej pozytywnie (jakie główne czynniki sprawiły, że pozytywnie ocenia Pan/Pani tę współpracę?)...
- c) Neutralnie
- d) Raczej negatywnie (Dlaczego?)...
- e) Bardzo negatywnie (Dlaczego?)...

15. Czy Pana/Pani zdaniem należałoby wprowadzić jakieś zmiany w obszarze współpracy z Centrum Transferu wiedzy w ramach projektu?

- a) Tak (jakie?)....
- b) Nie
- c) Trudno powiedzieć

16. Czy wdrożyli Państwo rozwiązania wypracowane w ramach usług Centrum Transferu Wiedzy?

- a) Tak, w pełnym zakresie
- b) Tak, lecz w niepełnym zakresie
- c) Nie, ale zamierzamy je wdrożyć
- d) Nie (Dlaczego?)...

17. Jakiego rodzaju innowacyjne rozwiązania udało się Państwu wprowadzić w ramach udziału w projekcie? (pytanie otwarte, wyświetli się w przypadku zaznaczenia wariantu „a” lub „b” w pytaniu nr 16)

.....

18. Czy na potrzeby wdrożenia wyników usługi zrealizowanej w projekcie SPIN korzystali Państwo ze wsparcia ze źródeł zewnętrznych? (pytanie otwarte, wyświetli się w przypadku zaznaczenia wariantu „a” lub „b” w pytaniu nr 16)

Panel pytań

- a) Tak, w ramach RPO WM 2014-2020
- b) Tak, ze środków innych programów wsparcia niż RPO WM 2014-2020 (jaki to program?)....
- c) Tak, ze środków pochodzących z kredytu bankowego
- d) Tak, z innego źródła zewnętrznego (jakiego?)...
- e) Nie, wdrożyliśmy wyniki usługi w oparciu o środki własne

19. Czy korzystali Państwo ze wsparcia w ramach Poddziałania 1.2.3 Bony na innowacje w ramach RPO WM 2014-2020? (pytanie otwarte, wyświetli się w przypadku zaznaczenia wariantu „a” w pytaniu nr 18)

- a) Tak
- b) Nie

20. Czy skorzystanie ze wskazanych usług wpłynęło na zmianę koncepcji rozwoju reprezentowanej przez Pana/Panią firmy?

- a) Tak, w znacznym stopniu (na czym ta zmiana polegała?)....
- b) Tak, lecz w nieznacznym stopniu (na czym ta zmiana polegała?)....
- c) Nie, jesteśmy w trakcie wdrażania wyników usługi i jest zbyt wcześnie na tego typu zmiany
- d) Nie (Dlaczego?)....
- e) Trudno powiedzieć

21. Czy uważa Pan/Pani, że wdrożenie wyników usługi wpłynie na sytuację ekonomiczną Pana/Pani przedsiębiorstwa? (pytanie wyświetli się w przypadku zaznaczenia wariantu „c” w pytaniu nr 16)

- a) Tak
- b) Nie (Dlaczego?)...
- c) Trudno powiedzieć

22. Jak Pan/Pani ocenia sytuację ekonomiczną przedsiębiorstwa po wdrożeniu wyników usługi? (pytanie wyświetli się w przypadku zaznaczenia wariantu „a” lub „b” w pytaniu nr 16)

- a) Poprawiła się i miało na to wpływ wdrożenie wyników usługi (jak ocenia Pan/Pani skalę tej poprawy?)...
- b) Poprawiła się, lecz nie miało na to wpływu wdrożenie wyników usługi
- c) Nie uległa zmianie
- d) Pogorszyła się, lecz nie miało na to wpływu wdrożenie wyników usługi
- e) Pogorszyła się i miało na to wpływ wdrożenie wyników usługi (Dlaczego?)...
- f) Trudno powiedzieć/ jesteśmy w trakcie wdrażania wyników usługi i jest zbyt wcześnie na tego typu efekty

23. Czy uważa Pan/Pani, że wdrożenie wyników usługi wpłynie na poprawę poziomu konkurencyjności Pana/Pani przedsiębiorstwa? (pytanie wyświetli się w przypadku zaznaczenia wariantu „c” w pytaniu nr 16)

Panel pytań

- a) Tak
- b) Nie (Dlaczego?)...
- c) Trudno powiedzieć

24. Jak Pan/Pani ocenia poziom konkurencyjności przedsiębiorstwa po wdrożeniu wyników usługi? (pytanie wyświetli się w przypadku zaznaczenia wariantu „a” lub „b” w pytaniu nr 16)

- a) Poprawił się i miało na to wpływ wdrożenie wyników usługi (jak ocenia Pan/Pani skalę tej poprawy?)...
- b) Poprawił się, lecz nie miało na to wpływu wdrożenie wyników usługi
- c) Nie uległ zmianie
- g) Pogorszył się, lecz nie miało na to wpływu wdrożenie wyników usługi
- d) Pogorszył się i miało na to wpływ wdrożenie wyników usługi (Dlaczego?)...
- e) Trudno powiedzieć/ jesteśmy w trakcie wdrażania wyników usługi i jest zbyt wcześnie na tego typu efekty

25. Czy uważa Pan/Pani, że wdrożenie wyników usługi wpłynie na rozwój Pana/Pani przedsiębiorstwa? (pytanie wyświetli się w przypadku zaznaczenia wariantu „c” w pytaniu nr 16)

- a) Tak
- b) Nie (Dlaczego?)...
- c) Trudno powiedzieć

26. Czy Pana/Pani zdaniem zrealizowanie usługi proinnowacyjnej z udziałem Centrum Transferu Wiedzy przyczyniło się do rozwoju przedsiębiorstwa? (pytanie wyświetli się w przypadku zaznaczenia wariantu „a” lub „b” w pytaniu nr 16)

- a) Tak, w istotnym stopniu (w jakim aspekcie Pana/Pani zdaniem nastąpił ten rozwój?)...
- b) Tak, lecz w niewielkim stopniu (w jakim aspekcie Pana/Pani zdaniem nastąpił ten rozwój?)...
- c) Nie
- d) Trudno powiedzieć/ jesteśmy w trakcie wdrażania wyników usługi i jest zbyt wcześnie na tego typu efekty

27. Czy mieli Państwo potrzebę skorzystania z jakiejś usługi, która nie była dostępna w ramach projektu?

- a) Tak (jaka to usługa/usługi?)...
- b) Nie
- c) Trudno powiedzieć

28. Co przesądziło o tym, że mimo to skorzystali Państwo ze wsparcia w ramach projektu? (pytanie wyświetli się w przypadku zaznaczenia wariantu „a” w poprzednim pytaniu, możliwość zaznaczenia więcej niż jednej odpowiedzi)

Panel pytań

- a) Centrum Transferu Wiedzy w wyniku rozeznania sytuacji firmy zaproponowało nam inne, przydatne usługi
- b) Samodzielnie zmieniliśmy zakres naszych oczekiwań
- c) Postanowiliśmy zrealizować niedostępną usługę poza projektem
- d) Inne powody (jakie?)...

29. Czy Pana/Pani konieczność opłacenia podatku VAT stanowiła istotną przeszkodę dla Pana/Pani przedsiębiorstwa w kontekście możliwości skorzystania ze wsparcia w ramach projektu?

- a) Tak, w znacznym stopniu
- b) Tak, lecz w nieznacznym stopniu
- c) Nie
- d) Trudno powiedzieć

30. Jak Pan/Pani ocenia zakres formalności wymaganych w ramach projektu?

- a) Zdecydowanie pozytywnie
- b) Raczej pozytywnie
- c) Neutralnie
- d) Raczej negatywnie (Dlaczego?)....
- e) Zdecydowanie negatywnie (Dlaczego?)....

31. Jak ocenia Pan/Pani dotychczasową relację na linii nauka-biznes przez pryzmat analizowanego projektu?

- a) Bardzo pozytywnie
- b) Raczej pozytywnie
- c) Neutralnie
- d) Raczej negatywnie (Dlaczego?)...
- e) Bardzo negatywnie (Dlaczego?)...

32. Jakie dostrzega Pan/Pani główne bariery we wprowadzaniu innowacji w działalność przedsiębiorstwa? *(możliwość zaznaczenia więcej niż jednej odpowiedzi)*

- a) Wysoka inflacja
- b) Wysoki poziom stóp procentowych
- c) Wojna w Ukrainie
- d) Brak zainteresowania wprowadzaniem innowacji przez zarząd firmy)
- e) Brak określonej strategii rozwoju firmy
- f) Ryzyko finansowe
- g) Niechęć ze strony pracowników do wprowadzania innowacji
- h) Brak odpowiednich zasobów (w tym ludzkich)
- i) Biurokracja
- j) Ograniczenia prawne
- k) Inne powody (jakie?)...

Panel pytań

33. Czy w ramach przyszłego wsparcia (dalsze edycje projektu w latach 2023-2029) należałoby Pana/Pani zdaniem wprowadzić jakieś zmiany (ponad te, które już ewentualnie wskazane zostały podczas rozmowy)?

- a) Tak (jakie?)...
- b) Nie
- c) Trudno powiedzieć

Dziękujemy za udział w badaniu

7.2.2. Scenariusz pogłębionego wywiadu TDI z przedstawicielami CTW

Szanowny(a) Panie(i),

reprezentuję firmę EU-Consult sp. z o.o., która na zlecenie województwa małopolskiego realizuje badanie pn. *Ewaluacja efektów wdrażania projektu SPIN Małopolskie Centra Transferu Wiedzy wsparciem dla przedsiębiorców*. Elementem badania jest przeprowadzenie wywiadów pogłębionych z przedstawicielami Centrów Transferu Wiedzy.

W związku z tym, uprzejmie prosimy o udział w badaniu. Pana(i) wypowiedzi są całkowicie poufne i będą prezentowane jedynie w formie zanonimizowanej. Udział w badaniu zajmie nie więcej niż 50 minut.

Z góry dziękujemy za poświęcony czas.

Panel pytań

1. Zaczniemy od krótkiego omówienia relacji nauka-biznes. Jak ją Pan/Pani ocenia? Czy udział w projekcie miał wpływ na zintensyfikowanie współpracy na tej linii?
2. Jak Pan/Pani ocenia stopień zainteresowania przedsiębiorstw poszczególnymi rodzajami usług świadczonymi przez Państwa w ramach SPIN? Z czego Pana/Pani zdaniem wynika taki stopień zainteresowania poszczególnymi usługami?
3. Z jakich głównie obszarów/dziedzin Regionalnych Inteligentnych Specjalizacji świadczone były usługi dla wspartych przedsiębiorców? Skąd Pana/Pani zdaniem wynika takie zainteresowanie właśnie tymi obszarami/dziedzinami? Czy Pana/Pani zdaniem, biorąc pod uwagę stopień zainteresowania poszczególnymi obszarami/dziedzinami RIS, należy dokonać jakichś zmian w kolejnych edycjach projektu SPIN? Jeśli tak, jakich?

Informacja dla moderatora – poniżej zawarta została pełna lista możliwych do wskazania obszarów/dziedzin. Respondent musi odnieść się nie tylko do obszaru, lecz konkretnych dziedzin w jego ramach:

1. Nauki o życiu (life sciences)

- 1.1 Aktywne i zdrowe życie
- 1.2 Produkty lecznicze i wyroby medyczne
- 1.3 Nowoczesna diagnostyka i terapia, Digital Health
- 1.4 Nowe technologie terapeutyczne i wspomagające urządzenia medyczne
- 1.5 Innowacyjne Centrum Medyczne (Innowacyjny szpital)
- 1.6 Zdrowa żywność i żywienie
- 1.7 Nowoczesne, zrównoważone rolnictwo
- 1.8 Środowisko – środowiskowe czynniki zdrowia
- 1.9 Biogospodarka

2. Energia zrównoważona

- 2.1 Inteligentne sieci i magazynowanie energii
- 2.2 Czyste technologie przetwarzania i konwersji paliw kopalnych
- 2.3 Efektywność energetyczna
- 2.4 Energia z odpadów oraz chemiczne nośniki energii

Panel pytań

- 2.5 Odnawialne źródła energii
- 2.6 Energooszczędne inteligentne budynki i miasta
- 3. Technologie informacyjne i komunikacyjne**
- 3.1 Technologie inżynierii medycznej, w tym biotechnologie medyczne
- 3.2 Diagnostyka i terapia chorób cywilizacyjnych oraz w medycynie spersonalizowanej
- 3.3 Innowacyjne technologie, procesy i produkty sektora rolno-spożywczego i leśno-drzewnego
- 3.4 Technologie informatyczne wspomagające produkcję żywności wysokiej jakości
- 3.5 Wysokosprawne, niskoemisyjne i zintegrowane układy wytwarzania, magazynowania, przesyłu i dystrybucji energii
- 3.6 Systemy Inteligentnego projektowania i zarządzania budynkami
- 3.7 Rozwiązania transportowe przyjazne środowisku
- 3.8 Nowoczesne technologie gospodarowania zasobami i surowcami naturalnymi oraz wytwarzanie ich substytutów
- 3.9 Wielofunkcyjne materiały i kompozyty o zaawansowanych właściwościach, w tym nanoprocesy i nanoproducty
- 3.10 Sensory (w tym biosensory) i inteligentne sieci sensorowe
- 3.11 Inteligentne sieci, integracja systemów i technologie geoinformacyjne
- 3.12 Elektronika oparta na polimerach przewodzących
- 3.13 Automatyzacja i robotyzacja procesów technologicznych
- 3.14 Optoelektroniczne systemy i materiały
- 3.15 Inteligentne technologie kreatywne
- 4. Chemia**
- 4.1 Chemia w ochronie zdrowia
- 4.2 Chemia w rolnictwie oraz przemyśle rolno-spożywczym, drzewnym i celulozowo-papierniczym
- 4.3 Chemia biologiczna i środowiskowa
- 4.4 Chemia w energetyce
- 4.5 Surowce naturalne
- 4.6 Gospodarka odpadami
- 4.7 Materiały dla potrzeb budownictwa i transportu
- 4.8 Zaawansowane materiały i nanotechnologie
- 4.9 Sensory
- 5. Produkcja metali i wyrobów metalowych oraz wyrobów z mineralnych surowców niemetalicznych**
- 5.1 Innowacyjne proekologiczne rozwiązania konstrukcyjne i komponenty w maszynach, urządzeniach i środkach transportu
- 5.2 Innowacyjne proekologiczne technologie ograniczania i zagospodarowania odpadów
- 5.3 Innowacyjne technologie i procesy przemysłowe
- 5.4 Materiały o podwyższonych właściwościach użytkowych
- 5.5 Pozyskiwanie i przetwórstwo surowców
- 7. Przemysły kreatywne i czasu wolnego**
- 7.1 Przemysły kreatywne
- 7.2 Projektowanie graficzne i wzornictwo przemysłowe (design)
- 7.3 Gry komputerowe i oprogramowanie (Interactive Leisure Software)
- 7.4 Przemysły czasu wolnego

4. Czy występowały sytuacje, w których przedsiębiorcy chcieli korzystać z usług, których Państwa podmiot nie posiadał w ofercie? Jeśli tak, czego dotyczyły? Jaka była tego skala? Z czego wynikał brak możliwości świadczenia tego typu usług? Czy przedsiębiorcy w takich sytuacjach rezygnowali z udziału w projekcie, czy jednak korzystali z dostępnych usług? Czy wg Pana/Pani wiedzy zniechęcało to przedsiębiorców do udziału w projekcie?

5. Jak ocenia Pan/Pani współpracę z przedsiębiorstwami w ramach analizowanego projektu? Czy występowały jakieś istotne trudności? Jeśli tak, czego dotyczyły? Czy

Panel pytań

należałoby Pana/Pani zdaniem wprowadzić jakieś zmiany w zakresie zasad współpracy z przedsiębiorstwami? Jeśli tak, jakie?

6. Czy w Pana/Pani opinii przedsiębiorcy byli zadowoleni z otrzymywanych usług? Czy w ich wyniku zmieniali koncepcję rozwoju swoich firm? Jeśli tak, jaka może być tego skala?
7. Czy zdarzały się przypadki rezygnacji przedsiębiorstw ze współpracy z Państwa podmiotem? Jeśli tak, jakie były tego powody? Czy skala tego zjawiska był wysoka?
8. Czy w Pana/Pani opinii konieczność opłacenia podatku VAT za uzyskane usługi stanowiła istotną trudność dla wspartych przedsiębiorców?
9. Czy Pana/Pani zdaniem w ramach przyszłego wsparcia (dalsze edycje projektu w latach 2023-2029) należałoby wprowadzić jeszcze jakieś zmiany (ponad te, które już wskazane zostały podczas rozmowy)? Jeśli tak, jakie? Dlaczego tak Pan/Pani uważa?

Dziękujemy za udział w badaniu

7.2.3. Scenariusz pogłębionego wywiadu TDI z przedstawicielem Lidera projektu

Szanowny(a) Panie(i),

reprezentuję firmę EU-Consult sp. z o.o., która na zlecenie województwa małopolskiego realizuje badanie pn. *Ewaluacja efektów wdrażania projektu SPIN Małopolskie Centra Transferu Wiedzy wsparciem dla przedsiębiorców*. Elementem badania jest przeprowadzenie wywiadu pogłębionego z przedstawicielem Lidera projektu.

W związku z tym, uprzejmie prosimy o udział w badaniu. Pana(i) wypowiedzi są całkowicie poufne i będą prezentowane jedynie w formie zanonimizowanej. Udział w badaniu zajmie nie więcej niż 45 minut.

Z góry dziękujemy za poświęcony czas.

Panel pytań

1. **Zacznijmy od krótkiego omówienia relacji nauka-biznes-samorząd. Jak ją Pan/Pani ocenia z punktu widzenia lidera projektu? Jak istotną rolę w rozwijaniu takiej współpracy, z Pana/Pani punktu widzenia, odgrywać może samorząd? Czy realizacja projektu miała Pana/Pani zdaniem wpływ na zintensyfikowanie współpracy na linii nauka-biznes?**
2. **Jak Pan/Pani ocenia stopień zainteresowania przedsiębiorstw udziałem w projekcie? Czy poziom ten był zgodny z pierwotnymi założeniami, czy przeciwnie – był wyższy bądź niższy niż przewidywano?**
3. **Czy realizacja projektu wiązała się z istotnym nakładem prac po Państwa stronie? Jak ocenia Pan/Pani zasoby kadrowe Państwa instytucji w kontekście realizacji projektu? Czy były one wystarczające? Czy na potrzeby realizacji kolejnych edycji projektu zasoby kadrowo-organizacyjne powinny zostać Pana/Pani zdaniem zwiększone?**
4. **Czy podczas realizacji projektu napotkano na jakieś istotne trudności? Jeśli tak, jakie? Jak im przeciwdziałano? Czy pandemia COVID-19 istotnie wpłynęła na możliwość realizacji projektu bądź osiągnięte efekty?**
5. **Jak ocenia Pan/Pani osiągnięte rezultaty projektu? Czy projekt spełnił swoje założenia? Jak ocenia Pan/Pani stosunek poniesionych w tym celu nakładów? Czy były one wystarczające w celu osiągnięcia zakładanych celów?**
6. **Jak Pan/Pani ocenia potrzebę kontynuowania tego rodzaju wsparcia? Czy zainteresowanie nim będzie Pana/Pani zdaniem będzie się zmieniać? Jeśli tak, w jaki sposób?**
7. **Czy Pana/Pani zdaniem w ramach przyszłego wsparcia (dalsze edycje projektu w latach 2023-2029) należałoby wprowadzić jeszcze jakieś zmiany? Jeśli tak, jakie? Dlaczego tak Pan/Pani uważa?**

Panel pytań

Dziękujemy za udział w badaniu

7.2.4. Scenariusz wywiadu FGI z przedstawicielami CTW, przedstawicielem Lidera projektu i przedsiębiorcami wspartymi w ramach projektu SPIN

Ze względu na charakter wywiadu (mającego za zadanie przedyskutowanie wstępnie wypracowanych wniosków z badań przeprowadzonych pozostałymi metodami) nie opracowano ogólnego scenariusza tego badania. Pytania zostaną sformułowane bezpośrednio przed terminem przeprowadzenia badania FGI.

7.2.5. Scenariusz panelu delfickiego z ekspertami z zakresu relacji nauka-biznes

Panel pytań

1. Na początek proszę odnieść się do rozpoznawalności samego projektu SPIN. Czy słyszał/a Pan/Pani o tym projekcie wcześniej? Jeśli tak, w jakim kontekście? Jak ocenia Pan/Pani rozpoznawalność tego projektu w środowisku naukowo-biznesowym?
2. Biorąc pod uwagę Pana/Pani doświadczenie, czy potrafi Pan/Pani wskazać inne programy wsparcia (w tym również zagraniczne), zbliżone tematycznie do projektu SPIN? Jeśli tak, jak na ich tle prezentuje się analizowany obecnie projekt? Czy można na podstawie innych, zbliżonych programów wyszczególnić jakieś rozwiązania, które można by wykorzystać w przyszłych edycjach projektu SPIN? Jeśli tak, jakie?
3. Planowane są kolejne edycje projektu, czy Pana/Pani zdaniem ma on szansę stać się (w perspektywie długookresowej) przedsięwzięciem powszechnie rozpoznawalnym wśród przedsiębiorstw, jak i jednostek naukowych/institucji otoczenia biznesu? W jaki sposób można Pana/Pani zdaniem zadbać o dalsze zwiększanie rozpoznawalności projektu SPIN?
4. Proszę odnieść się do relacji nauka-biznes na obszarze Małopolski. Jak ją Pan/Pani ocenia z perspektywy swojego doświadczenia? Czy sytuacja uległa zmianie na przestrzeni ostatnich lat? Czy realizacja analizowanego projektu mogła mieć Pana/Pani zdaniem wpływ na zintensyfikowanie współpracy na tej linii? Czy wciąż identyfikuje się Pana/Pani zdaniem jakieś istotne trudności we współpracy na tej linii? Czy można Pana/Pani zdaniem mówić o występowaniu np. kłopotów z zaufaniem czy obaw o ujawnienie tajemnicy przedsiębiorstwa? Jeśli tak, w jaki sposób można by Pana/Pani zdaniem wpłynąć na zoptymalizowanie tej współpracy w perspektywie dalszych edycji projektu w latach 2023-2029?
5. Jaka ocenia Pan/Pani rolę samorządu w możliwości wspierania współpracy na linii nauka-biznes? Czy samorządy w wystarczający sposób wpływają na rozwój tejże współpracy? Jeśli nie, w jaki sposób mogłyby Pana/Pani zdaniem przyczynić się do takiego rozwoju? Na jakim poziomie (gmina/powiat/województwo) takie działania powinny być Pana/Pani zdaniem podejmowane?

Panel pytań

6. Poniżej przedstawiono usługi, z których skorzystać mogli przedsiębiorcy w ramach projektu. Czy Pana/Pani zdaniem zakres ten jest zbieżny z potrzebami przedsiębiorstw z rejonu Małopolski? Czy w Pana/Pani opinii należy w tym zakresie dokonać jakichś zmian w kolejnych edycjach projektu SPIN? Jeśli tak, jakich?

- audyt wstępny (zerowy), który określi m.in: ogólną sytuację firmy oraz sytuację branży
- audyt technologiczny pogłębiony; który skupi się przede wszystkim na obszarze „do poprawy” wskazanym w audycie wstępnym, zaproponuje rozwiązanie technologiczne, wzmacniające konkurencyjność firmy
- doradztwo z zakresie ubiegania się o wsparcie w formie bonów na innowacje (pomoc w procedurze naboru oraz wyszukanie realizatora bonu)
- doradztwo w zakresie analizy konkurencyjności wykonawców i nabywców prac B+R
- doradztwo w zakresie przygotowywania dokumentacji, czy wyszukania zespołu badawczego do wykonania prac B+R
- doradztwo z sprawie potencjalnych kanałów transferu technologii ze wskazaniem zewnętrznych źródeł finansowania (m.in. bon na innowacje, doradztwo w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego)
- doradztwo w procesie negocjacji i zawierania umów w zakresie prac B+R

7. Jak ocenia Pan/Pani poziom zapotrzebowania na tego typu usługi wśród małopolskich przedsiębiorstw? Czy Pana/Pani zdaniem popyt na takie usługi będzie rosnąć?

8. Czy Pana/Pani zdaniem w ramach przyszłego wsparcia (dalsze edycje projektu w latach 2023-2029) należałoby wprowadzić jeszcze jakieś zmiany (ponad te, które już wskazane zostały podczas rozmowy)? Jeśli tak, jakie? Dlaczego tak Pan/Pani uważa?

Dziękujemy za udział w badaniu

7.3. BIBLIOGRAFIA

- Prawodawstwo unijne i krajowe dla perspektyw: 2014-2020 i 2021-2027;
- Strategia Rozwoju Województwa Małopolskiego na lata 2011-2020 oraz Strategia Rozwoju Województwa Małopolskiego „Małopolska 2030”;
- Regionalna Strategia Innowacji 2014-2020 oraz Regionalna Strategia Innowacji 2030;
- RPO WM 2014-2020 oraz FEM 2021-2027;
- Wniosek o dofinansowanie projektu SPIN na lata 2019-2023;
- Inne dokumenty/raporty etc., niezbędne z punktu widzenia realizacji celów ewaluacji;
- Wyniki Ankiety Satysfakcji Klienta, uzupełnianej przez wsparte w ramach projektu przedsiębiorstwa;
- Dane pochodzące ze statystyki publicznej (m.in. GUS, BAEL, STRATEG);
- Dane sprawozdawcze z realizacji projektu SPIN, w tym dane teleadresowe przedsiębiorców korzystających z usług CTW;
- Raporty i opracowania zagraniczne, dotyczące zbliżonych tematycznie programów realizowanych w innych krajach.

7.4. ANALIZA CASE STUDY

Poniżej zaprezentowano główne wnioski z analizy case study – wnioski odnoszące się do poszczególnych pytań badawczych uwzględnione zostały w treści raportu. Ze względu na anonimowy charakter badania, wyniki nie zostały przyporządkowane do poszczególnych badanych podmiotów.

Tabela 3. Analiza case study

Wyniki badania
Beneficjent 1
<p>Wsparcie dotyczyło kwestii rozwojowych związanych z innowacyjnymi rozwiązaniami z obszaru budownictwa. Uzyskane wsparcie stanowiło element szerszej koncepcji rozwojowej przedsiębiorstwa – projekt SPIN umożliwił bowiem opracowanie dokumentacji potrzebnej do ubiegania się o wsparcie z ramienia NCBiR. Oba (ściśle ze sobą powiązane) przedsięwzięcia zakończyły się sukcesem. W efekcie uzyskanego wsparcia udało się wdrożyć wypracowane rozwiązania (w 2019 r.), a efekty wdrożenia wykorzystywane są jeszcze w obecnie prowadzonej działalności (działalność będąca podstawą wypracowanego rozwiązania została wydzielona do osobnej spółki). Zdaniem badanego przedstawiciela wspartego podmiotu, bez możliwości udziału w projekcie SPIN prawdopodobnie nie udało by się uzyskać wsparcia wymaganego na wdrożenie tej koncepcji, co uniemożliwiłoby wprowadzenie jej w życie.</p> <p>W wyniku usług prowadzonych w ramach projektu SPIN udało się wypracować i opatentować założenia dotyczące technologii budownictwa energooszczędnego. W wyniku wdrożenia innowacji (w ramach projektu NCBiR) podmiot zaczął oferować rozwiązania w zakresie technologii drewnianego, modułowego budownictwa prefabrykowanego. Wypracowane rozwiązania umożliwiają z jednej strony wykorzystanie stabilności i trwałości zaprojektowanych konstrukcji, z drugiej zaś zapewniają energooszczędność (wykraczającą poza przyjęte w budownictwie normy), przy jednoczesnej redukcji czasu realizacji budowy.</p> <p>Należy zaznaczyć, że opracowana technologia w pełni sprawdziła się w rynkowym jej wykorzystaniu – jednym z dotychczasowych efektów wypracowanej technologii jest wybudowanie nowoczesnego osiedla ekologicznych domów (jednorodzinnych oraz w zabudowie bliźniaczej). W wyniku prowadzonej działalności beneficjent uzyskał już szereg nagród i wyróżnień za działalność badawczo-rozwojową (w tym Polska Nagroda Inteligentnego Rozwoju, Lider Małopolski oraz Certyfikat Jakości Stowarzyszenie Energooszczędnych Domów Gotowych).</p> <p>Udział w projekcie SPIN oceniony został w sposób zdecydowanie pozytywny, a beneficjent podkreślił przydatność i jakość uzyskanego wsparcia, w tym jego dopasowanie do rzeczywistych potrzeb podmiotu. Jak podkreślał przedstawiciel badanego przedsiębiorstwa, w wyniku długoletniego doświadczenia w zakresie współpracy na linii</p>

Wyniki badania

biznes-nauka, zidentyfikowali trudność w zakresie komunikacji na tejże linii. Podkreślano odmiennosc celów i języka, którym posługują się naukowcy. Jak wskazano, to właśnie udział w projekcie SPIN pozwolił zniwelować ten problem i doprowadzić do pełnego zrozumienia potrzeb podmiotu (wsparcie CTW stanowiło, zdaniem badanego, pewnego rodzaju platformę komunikacji ze światem nauki).

Zdaniem respondenta, kluczowym wyzwaniem dla dalszego rozwoju projektu SPIN jest jego odpowiednia promocja, która powinna być prowadzona na szerszą skalę.

Beneficjent 2

Działania realizowane w ramach projektu SPIN dotyczyły innowacyjnych metod czyszczenia, serwisowania i badania użyteczności pomp ciepła. W efekcie wsparcia powstała już pierwsza partia płynów służących do czyszczenia lameli jednostek zewnętrznych klimatyzatorów i pom ciepła (z zabrudzeń powstałych podczas wciągania powietrza), co pozwoliło badanemu beneficjentowi na całkowite przebranzowanie dotychczas prowadzonej działalności (która ucierpiała ze względu na czynniki zewnętrzne, tj. pandemię COVID-19 oraz wojnę w Ukrainie). Wypracowane rozwiązanie, dzięki wielokrotnie udoskonalanej procedurze, uznać obecnie można za gotowy, profesjonalny produkt, rekomendowany przez jednostkę naukową do czyszczenia tego typu elementów. W chwili prowadzenia badania beneficjent opracowywał założenia dotyczące marketingu i sprzedaży wyprodukowanych płynów.

Beneficjent (działający w obszarze energii odnawialnej) stwierdził, że udział w projekcie był kluczowy dla prowadzonej działalności. Jak przyznał, korzystał ze wsparcia w ramach projektu już kilka razy, co umożliwiło wykreowanie obecnego kształtu prowadzonej działalności.

Badany zauważył, że udział w projekcie (w momencie prowadzenia badania) wpłynął negatywnie na jego sytuację finansową. Wynika to jednak z konieczności zrealizowania zakupów inwestycyjnych, które jednak (jak zakłada badany) przyniosą wymierne rezultaty w przyszłości (co jednocześnie umożliwi odzyskanie wату zapłaconego w związku z udziałem we wsparciu).

Doświadczenia z realizacji projektu zostały ocenione jako zdecydowanie pozytywne, respondent podkreślił fachowość i kompleksowość uzyskanego wsparcia.

Beneficjent 3

Działalność beneficjenta dotyczy kompleksowej produkcji opakowań z kartonu – od projektu, po prototyp i gotowe opakowania. Wsparcie dotyczyło przeprowadzenia badania śladu węglowego produkowanych opakowań oraz opracowania założeń marketingowych dla opracowywanego rozwiązania. Udział w projekcie umożliwił badanemu podmiotowi położenie nacisku na kwestie środowiskowe, w prowadzonej komunikacji zewnętrznej. Należy zaznaczyć, że ze względu na charakter działalności kwestie związane z innowacyjnym podejściem do ochrony środowiska są bardzo istotne. Przeprowadzone badania umożliwiły tym samym potwierdzenie świadomości podmiotu nt. potrzeb środowiskowych i wykorzystywanie tego elementu w zakresie promocji prowadzonej

Wyniki badania

działalności (jako element komunikacji marketingowej). Podmiot wykorzystuje wyniki uzyskanej usługi m.in. w ramach działu dotyczącego ekologii i rozwiązań z tym związanych umieszczonego na firmowej stronie internetowej. Podejście to pozwala wyróżnić się badanemu podmiotowi na tle firm konkurencyjnych.

Respondent zwrócił uwagę na fakt bezpośredniego kontaktu z przedstawialem CTW (wizyta w siedzibie podmiotu) i przeprowadzenie audytu przy jednoczesnym zebraniu potrzebnych w tym celu dokumentów i danych. Respondent potwierdził prawidłowość przeprowadzonych działań, przy czym zwrócił jednocześnie uwagę na zbyt wysoki poziom ogólności opracowanych założeń marketingowych.

Zdaniem badanego idea projektu jest słuszna i w dalszym ciągu potrzebna, co potwierdza konieczność kontynuowania podobnego wsparcia w przyszłości.

Beneficjent 4

W ramach projektu zrealizowano pogłębiony audyt technologiczny, który umożliwił ostatecznie opracowanie założeń dla nowej linii kosmetyków (wykorzystujących surowce biotechnologiczne, stanowiących innowacyjny i złożony produkt mający na celu przeciwdziałanie określonym problemom skórnym). Wyzwaniem w tym obszarze była głównie potrzeba zagwarantowania bezpieczeństwa i skuteczności projektowanych produktów (w tym możliwych do wykorzystania surowców), jednak uzyskane usługi pozwoliły na wypracowanie odpowiednich rozwiązań w tym obszarze. Udział we wsparciu pozwolił sprecyzować pomysł, ustalić kolejność działań i harmonogram osiągnięcia kamieni milowych. Dzięki wsparciu możliwe było również zidentyfikowanie charakterystyki rynku dla opracowywanego produktu, poznanie zarówno konkurencji, jak i ustalenie jego wartości i potrzebę wprowadzenia odpowiednich cech wyróżniających nowo tworzony produkt. W efekcie potwierdzono występowanie zapotrzebowania rynkowego na projektowaną innowację. W momencie prowadzenia badania projekt znajdował się w fazie wstępnej, tj. przygotowywaniu linii kosmetycznej i wyborze właściwych surowców. Ze względu na sprecyzowane dalsze kroki (z uwzględnieniem zakładanych terminów ich realizacji) badany pozytywnie odnosi się do możliwości wdrożenia wypracowanych rozwiązań, a sama współpraca i uzyskane usługi ocenione zostały zdecydowanie pozytywnie. Zgodnie z założeniami, przewiduje się wdrożenie innowacji w okresie do 3 lat (co jednocześnie zwraca uwagę na horyzont czasowy, w którym można badać rzeczywiste efekty wsparcia udzielanego w ramach projektu SPIN). Za jeden z istotniejszych elementów wpływających na sukces wsparcia uznano bezpośredni kontakt z opiekunem po stronie CTW – wskazywano w tym zakresie na potrzebę organizowania spotkań osobistych, które w większym stopniu umożliwiają poznanie potrzeb podmiotu i przedyskutowanie pomysłów na rozwój działalności, niż ma to miejsce w przypadku komunikacji online.