

Raport z badania efektywności projektu (cz. I)

MAŁOPOLSKA STARTUP ROCKET



SPIS TREŚCI

1. Metodyka badania.....	3
2. Streszczenie.....	6
3. Charakterystyka badanych podmiotów.....	8
4. Ocena projektu Małopolska Startup Rocket.....	16
5. Cele badanych startupów związane z przystąpieniem do projektu Małopolska Startup Rocket i opinie nt. ich realizacji.....	22
6. Ocena Forum Innowacji w Tarnowie.....	27
7. Opinie nt konkursu Małopolska Startup Award.....	29
8. Ocena organizacji Startup Session Elite.....	33
9. Opinie nt rozwoju współpracy z badanymi startupami.....	35
10. Podsumowanie - wnioski.....	42
11. Spis wykresów i tabel.....	48
Kontakt.....	52

1. Metodyka badania

Cele i zakresy badania

Celem badania (etap I i II) jest ocena skuteczności podejmowanych działań w ramach Projektu „Małopolska Startup Rocket”. Ponadto celem jest ocena satysfakcji uczestników projektu oraz postrzeganej przez nich adekwatności, użyteczności i skuteczności działań projektowych.

Niniejszy raport stanowi podsumowanie wyników I etapu badania bezpośredniego (ilościowego).

Zakres podmiotowy: Podmioty uczestniczące w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” - małopolskie innowacyjne przedsiębiorstwa, pozycjonujące siebie jako startupy, działające w obszarach inteligentnych specjalizacji.

Zakres przedmiotowy (etap I i II):

- ocena skuteczności podejmowanych działań (założenia projektowe a ich realizacja),
- ocena jakości działań projektowych, w tym m.in. ocena ich trafności,
- opinie respondentów na temat organizacji wydarzeń w ramach projektu (Forum Innowacji w Tarnowie, Startup Session Elite),
- opinie respondentów na temat organizacji wyjazdów na targi innowacyjne do Japonii, Malezji, Niemiec, Włoch, Singapuru i Izraela,
- analiza efektów po stronie uczestników dzięki zaangażowaniu w Projekcie „Małopolska Startup Rocket”,
- satysfakcja uczestników Projektu oraz postrzeganej przez nich adekwatności, użyteczności, i skuteczności działań projektowych,
- identyfikacja działań podejmowanych przez badane startupy w zakresie rozwoju i promocji,
- identyfikacja potrzeb respondentów i ich pomysłów dotyczących wsparcia w przyszłości.

Zakres przestrzenny: Badanie o charakterze regionalnym (Małopolska)

Zakres czasowy: Badanie realizowane w latach 2019 – 2020, w dwóch etapach:

- **etap I: sierpień – październik 2019 roku (badanie ilościowe),**
- etap II: wrzesień – grudzień 2020 roku (badanie jakościowe).

Metoda i technika badania (etap I)

Metoda: Ankieta

Technika: CAWI (ang. Computer-Assisted Web Interview)
Przy realizacji badania wykorzystano aplikację internetową Webankieta.

Narzędzie badawcze: kwestionariusz ankiety

Kwestionariusz obejmował 25 pytań (20 pytań zamkniętych i 5 pytań otwartych) oraz 18 pytań metryczkowych (dotyczących badanych przedsiębiorstw i reprezentujących ich respondentów).

Wielkość próby: Do badania w I etapie zaproszono 30 podmiotów – wszystkie przedsiębiorstwa zrekrutowane do Projektu „Małopolska Startup Rocket”. Ostatecznie w analizowanym I etapie badania wzięło udział 24 przedsiębiorstwa (80%).

Przebieg realizacji badania (etap I)

1. **sierpień 2019:** opracowanie narzędzia badawczego (kwestionariusz ankiety),
2. **wrzesień 2019:** realizacja badania ilościowego CAWI,
3. **do 10 października 2019** opracowanie raportu częściowego podsumowującego wyniki badania ilościowego (I etap).

Przy realizacji badania ilościowego (I etap) wykorzystano dane teleadresowe badanych przedsiębiorstw udostępnione przez Fundację Instytut Studiów Wschodnich. Respondenci zostali poinformowani przez Instytut o niniejszym badaniu prowadzonym przez WINHILL Consulting.

Wszyscy respondenci otrzymali e-mail zapraszający do udziału w badaniu, informujący o celu badania, wraz linkiem do kwestionariusza ankiety on-line, oraz datą zakończenia badania. Omawiany mail zawierał również informacje o podmiocie prowadzącym badanie, wraz z danymi kontaktowymi, a także zapewnienie o anonimowości badania oraz zbiorczym przetwarzaniu zebranych informacji.

Ze względu na mały poziom wypełnionych kwestionariuszy w pierwszych dwóch tygodniach, ze strony WINHILL Consulting wysłano do respondentów stopniowo dwa maile przypominające o badaniu oraz przeprowadzono rozmowy telefoniczne z przedstawicielami wszystkich przedsiębiorstw zrekrutowanych do Projektu „Małopolska Startup Rocket” zapraszające do wypełnienia kwestionariusza. Wykorzystano dane kontaktowe respondentów udostępnione przez Fundację Instytut Studiów Wschodnich. Ostatecznie uzyskano wypełnione kwestionariusze przez 24 podmioty na 30 uczestniczących w projekcie (80%).

Założenia II etapu badania:

Badanie ilościowe i niniejszy raport stanowiący jego podsumowanie są I etapem badania efektywności Projektu „Małopolska Startup Rocket”. Zgodnie w planem w drugim etapie przeprowadzone zostaną indywidualne wywiady pogłębione (IDI) z sześcioma podmiotami w oparciu o scenariusze wywiadu. Respondentami będą właściciele lub menedżerowie zarządzający start-upami biorącymi udział w Projekcie „Małopolska Startup Rocket”, których przedstawiciele wzięli udział w targach innowacji (po jednym start-upie z każdej misji gospodarczej). Zebrane informacje analizowane będą w formie 6 studiów przypadków – start-upów. Badania bezpośrednie w tym etapie poprzedzone zostaną desk research (analiza informacji ze źródeł wtórnych m.in. analiza przekazanych dokumentów, stron internetowych). Drugi etap badania przeprowadzony zostanie w 2020 roku (wrzesień 2020 - opracowanie scenariusza wywiadu, listopad 2020 - realizacja 6 IDI, do 15 grudnia 2020 - opracowanie raportu końcowego obejmującego badania ilościowe i jakościowe (etap I i II).

Struktura raportu

Podsumowanie I etapu badania ujęto w niniejszym raporcie w sześciu rozdziałach (rozdziały 4-9), wraz z charakterystyką badanych podmiotów, streszczeniem oraz podsumowaniem (wnioskami). W pierwszej kolejności (**rozdział 4**) zaprezentowano ogólne oceny Projektu „Małopolska Startup Rocket” według wybranych kryteriów. Respondenci ocenili w jakim stopniu ich zdaniem dotychczasowa realizacja Projektu odpowiada zaprezentowanym na wstępie założeniom. Ponadto w rozdziale tym badani określili użyteczność dla ich przedsiębiorstwa zrealizowanych działań w ramach przedmiotowego Projektu i wskazali swój poziom satysfakcji z udziału w nim. Omawiany rozdział raportu prezentuje również preferencje respondentów dotyczące udziału w poszczególnych targach innowacji.

W rozdziale 5 respondenci wskazali cele reprezentowanych przez nich przedsiębiorstw przed przystąpieniem do Projektu „Małopolska Startup Rocket”. Oznaczyli również cele, jakie osiągnęły badane podmioty dzięki dotychczasowej realizacji Projektu oraz stopień w jakim dotychczasowe działania spełniły ich oczekiwania. W odpowiedzi na pytanie otwarte badani przedstawili propozycje działań jakie należałoby podjąć w omawianym Projekcie, aby w jeszcze większym stopniu wpisywały się one w oczekiwania ich przedsiębiorstw.

Rozdział 6 prezentuje oceny respondentów dotyczące Forum Innowacji w Tarnowie.

Rozdział 7 zawiera podsumowanie opinii badanych na temat Konkursu Małopolska Startup Award, w tym m.in. czynniki, które w największym stopniu zachęciły ich do udziału w w/w konkursie. Respondenci ocenili realizację Konkursu Małopolska Startup Award przez pryzmat wybranych kryteriów, a także zaproponowali modyfikacje jakie ich zdaniem należałoby wprowadzić, aby w przyszłości poprawić efektywność konkursu.

W rozdziale 8 badani wyrazili swoje opinie na temat organizacji Startup Session Elite podczas XIX Forum Ekonomicznego w Krynicy-Zdroju. Ponadto respondenci zaproponowali modyfikacje, jakie ich zdaniem należałoby wprowadzić do organizacji w/w wydarzenia.

Rozdział 9 podsumowuje deklaracje respondentów dotyczące rozwoju współpracy z innymi przedsiębiorstwami uczestniczącymi w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” oraz z Instytutem Studiów Wschodnich. Badani zaproponowali działania, jakie ich zdaniem należałoby wprowadzić w przyszłości w ramach podobnych projektów z obszaru innowacji. Niektórzy respondenci zaproponowali podmioty, jakie warto byłoby w przyszłości zaangażować do współpracy mającej na celu rozwój innowacji w Małopolsce, a także wydarzenia jakie warto byłoby w tym zakresie zorganizować.

Raport kończy podsumowanie wraz z ogólnymi wnioskami z badania.

Ze względu na specyfikę badania (niewielka liczba przebadanych podmiotów) w wielu przypadkach na wykresach oraz w tabelach zawartych w raporcie dane prezentowane są w formie liczby wskazań, zamiast w postaci procentowej.

2. Streszczenie

Badane podmioty zrekrutowane do Projektu „Małopolska Startup Rocket” (małopolskie innowacyjne przedsiębiorstwa MŚP, pozycjonujące siebie jako startupy, działające w obszarach inteligentnych specjalizacji) wysoko oceniają w/w Projekt. Spośród przedstawionych kryteriów relatywnie najwyżej oceniane są: dotychczasowa terminowość realizacji założeń projektu, zaproponowany harmonogram poszczególnych działań projektowych oraz profesjonalizm ze strony koordynatorów projektu. Wśród propozycji usprawnień przedstawiono m.in. potrzebę wyboru korzystniejszej lokalizacji na Strefę Startupów podczas Forum Ekonomicznego w Krynicy-Zdroju oraz jej efektywniejszą promocję. Respondenci przywiązywali dużą wagę do udziału ich przedsiębiorstwa w Startup Session Elite podczas XXIX Forum Ekonomicznego. Dlatego też wiele ocen dotyczących całej dotychczasowej realizacji Projektu „Małopolska Startup Rocket” sprowadzanych jest przez badanych do oceny organizacji Startup Session Elite. Respondenci relatywnie wysoko oceniają użyteczność dotychczas zrealizowanych działań w ramach Projektu „Małopolska Startup Rocket”. Najbardziej użyteczne zdaniem badanych są: organizacja Startup Session Elite podczas XXIX Forum Ekonomicznego w Krynicy Zdroju, a także nagranie i prezentacje filmu promocyjnego (którego celem jest m.in. promocja startupów i innowacji). Ponadto zgodnie z deklaracjami respondentów użyteczne jest opracowanie katalogu 30 małopolskich startupów i jego dystrybucja w kraju i za granicą (wersja elektroniczna i drukowana). Większość respondentów ocenia swój poziom satysfakcji z udziału w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” jako wysoki lub bardzo wysoki.

Bardzo ważnym elementem Projektu „Małopolska Startup Rocket” dla badanych przedsiębiorstw są wyjazdy na czołowe targi innowacji do Japonii, Malezji, Niemiec, Włoch, Singapuru oraz Izraela. Najwięcej badanych podmiotów deklaruje chęć udziału w targach nano.tech. Tokio w Japonii oraz w Malaysia Technology Expo, Kuala Lumpur, w Malezji. Mniejszym zainteresowaniem cieszą się targi Technology Hub, Mediolan, we Włoszech. Głównymi celami badanych podmiotów przystępujących do Projektu „Małopolska Startup Rocket” były: promocja oferty przedsiębiorstwa, udział w czołowych targach innowacji, a także ekspansja na rynki zagraniczne. Według deklaracji respondentów analizowanym startupom z listy przykładowych celów w największym stopniu udało się dotychczas promować ofertę firmy i wziąć udział w Startup Session Elite podczas Forum Ekonomicznego w Krynicy Zdroju, a także nawiązać (rozwinąć) współpracę z przedstawicielami innych innowacyjnych przedsiębiorstw w Małopolsce. Zdaniem większości respondentów udział reprezentowanego przez nich przedsiębiorstwa w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” w wysokim lub bardzo wysokim stopniu spełnia ich oczekiwania. Wśród zgłoszonych propozycji działań, które w jeszcze większym stopniu wpisywałyby się w oczekiwania startupów, pojawiały się sugestie dotyczące m.in. lepszej organizacji Strefy Startupów podczas Forum Ekonomicznego (m.in. korzystniejsza lokalizacja strefy, skuteczniejsza promocja), większe wsparcie w nawiązywaniu kontaktów z docelową grupą odbiorców rozwiązań jakie dopracowują poszczególne startupy, oraz z firmami zainteresowanymi współpracą ze startupami. W ramach organizacji Forum Innowacji w Tarnowie (15-16 kwietnia) najwyższe oceny respondentów otrzymały: organizacja Konkursu Małopolska Startup Award, Startups’ Pitches, oraz dyskusje panelowe.

Czynnikami, które zachęciły najwięcej badanych przedsiębiorstw do udziału w Konkursie Małopolska Startup Award były: możliwość wyjazdu na zagraniczne targi innowacji, możliwość zaprezentowania swojego startupu podczas Startup Session Elite na XXIX Forum Ekonomicznym w Krynicy Zdroju oraz możliwość nawiązania kontaktu z potencjalnymi partnerami biznesowymi. W ramach oceny Konkursu Startup Award najwyższe noty otrzymały: organizacja i przebieg konkursu, kwestie formalne związane z rejestracją udziału oraz realizacja celu konkursu (promowanie najlepszych praktyk z obszaru innowacji stosowanych przez polskich przedsiębiorców). Więcej uwagi należałoby poświęcić jakości komentarzy - feedbacku otrzymywanego przez uczestników konkursu od ekspertów, atrakcyjności nagród w konkursie oraz doborowi analityków i ekspertów do organów oceniających zgłoszone projekty konkursowe. Wszystkie badane przedsiębiorstwa były reprezentowane podczas Startup Session Elite w Krynicy-Zdroju (w trakcie XXIX Forum Ekonomicznego). W zakresie organizacji Startup Session Elite stosunkowo najkorzystniej oceniono integrację środowiska startupowego, wymianę kontaktów, networking oraz prezentacje startupów. Nieco gorsze oceny uzyskały stoiska startupowe i specjalna Strefa Startupowa oraz panele dyskusyjne o tematyce startupowej i nowych technologiach. Respondenci zaproponowali, aby w przyszłości poprawić lokalizację Strefy Startupów, skuteczniej wypromować Strefę i samo wydarzenie, a także ułatwić przedstawicielom startupów nawiązanie kontaktów z ekspertami i instytucjami (firmami) zainteresowanymi ich ofertą (współpraca). Nieco ponad połowę badanych przedsiębiorstw planuje zacieśnienie współpracy z innymi startupami uczestniczącymi w Projekcie „Małopolska Startup Rocket”. Według deklaracji respondentów planują oni zacieśniać współpracę szczególnie w zakresie promocji oraz wymiany doświadczeń i informacji rynkowych. Zaproponowali działania jakie ich zdaniem należałoby wprowadzić w przyszłości w ramach podobnych projektów z obszaru innowacji. Wśród propozycji znalazły się m.in.: pomoc we wdrażaniu gotowego rozwiązania do sprzedaży, mentoring, networking z doświadczonymi praktykami, bardziej bezpośrednią promocję startupów.

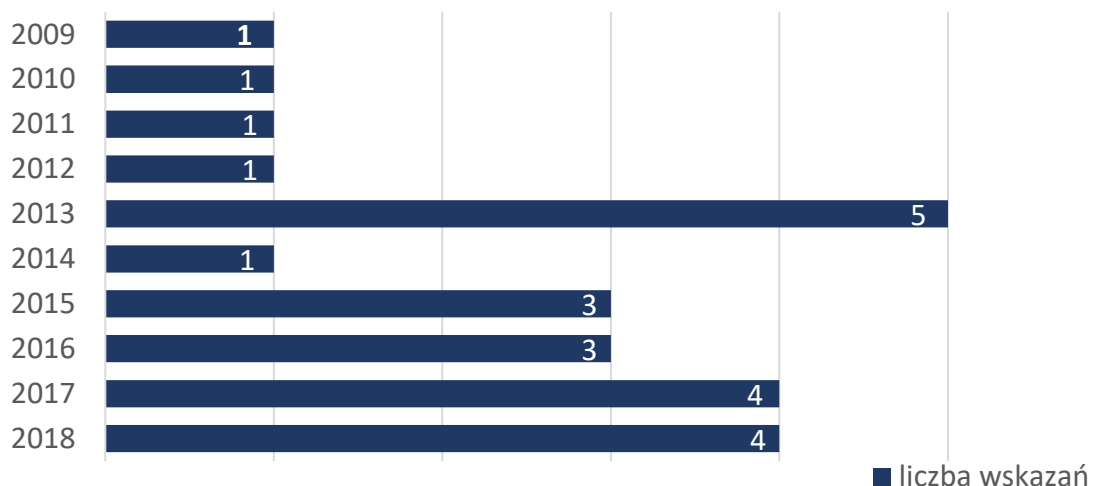
Według zebranych deklaracji badanych największą użytecznością dla ich przedsiębiorstw cieszyłoby się wsparcie w zakresie marketingu (w tym m.in. promocji, branding), wsparcie przy optymalizacji modelu biznesowego, oraz wsparcie przy poszukiwaniu inwestorów. Zaledwie pięciu przedstawicieli badanych startupów wskazało podmioty (ekspertów, ośrodki badawcze, firmy, itp.), które ich zdaniem warto byłoby w przyszłości zaangażować do współpracy mającej na celu rozwój innowacji w Małopolsce. Wśród propozycji znaleźli się: „Krzysztof Izdebski”, „Sulma & Sulma (www.SulmaiSulma.pl)”, „osoby decyzyjne, eksperci branżowi, realni inwestorzy”, „liderzy biznesowi - laureaci konkursów o podłożu biznesowym”, „duże firmy z sektora med-tech, bio-tech”. Respondenci zasugerowali, że warto byłoby w przyszłości zorganizować *spotkania z partnerami w zakresie wspólnych projektów (np. H2020 Artificial Intelligence & Health, Oslo, Norway)*, *wydarzenie w stylu corporations meet startups (np. <https://theheart.tech>)*, „Interspeech, SpeechTEK, Gamescom”. Badane podmioty zadeklarowały zakresy w jakich mogłyby się w przyszłości dodatkowo zaangażować w realizację projektów mających na celu rozwój innowacji w Małopolsce. Wśród spontanicznych propozycji respondentów pojawiły się m.in.: chęć dzielenia się swoimi doświadczeniami, chęć przygotowania filmu promocyjnego prezentującego „drogę do sukcesu”, chęć udziału w wydarzeniach i dzielenie know how.

3. Charakterystyka badanych podmiotów

Prezentacja badanych podmiotów obejmuje w pierwszej kolejności charakterystykę przedsiębiorstw, a drugiej profil reprezentujących ich właścicieli lub menedżerów.

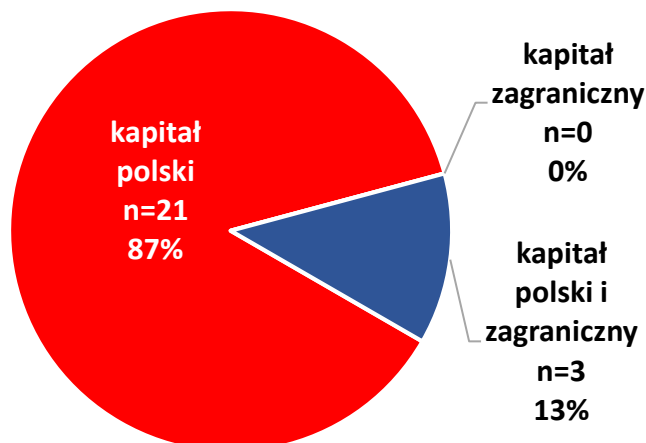
Do analizy zakwalifikowano informacje z kwestionariuszy wypełnionych przez przedstawicieli 24 przedsiębiorstw zrekrutowanych do Projektu „Małopolska Startup Rocket”. Połowa z badanych przedsiębiorstw działa na rynku 5 lat lub krócej (Mediana = 2015). Najwięcej badanych podmiotów powstało w 2013 roku (wykres 1). Zdecydowana większość analizowanych podmiotów opiera się na kapitale polskim (21). Zaledwie 3 przedsiębiorstwa korzystają z kapitału polskiego i zagranicznego (wykres 2).

Wykres 1. Rok powstania badanych przedsiębiorstw (n=24)



Źródło: badania własne

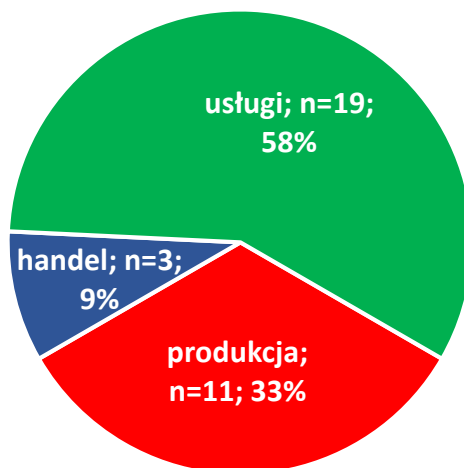
Wykres 2. Forma własności (n=24)



Źródło: badania własne

Przy określaniu rodzaju prowadzonej działalności respondenci mieli możliwość zaznaczenia więcej niż jednej odpowiedzi. Większość badanych przedsiębiorstw (19) świadczy między innymi usługi, a 11 analizowanych podmiotów prowadzi działalność produkcyjną (wykres 3).

Wykres 3. Rodzaj działalności prowadzony przez badane przedsiębiorstwa* (n=24)

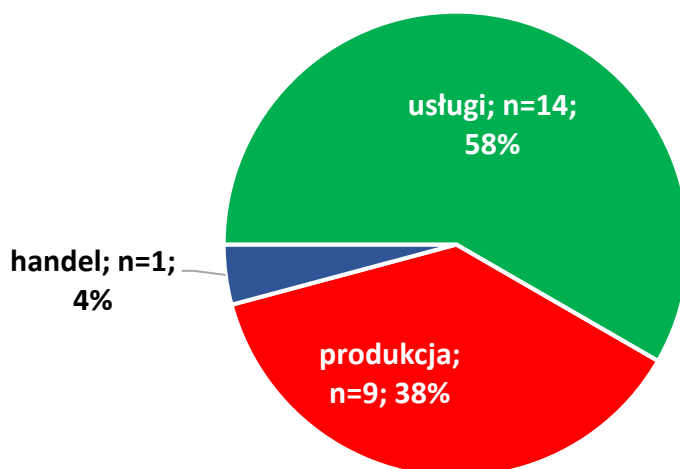


*respondenci mogli zaznaczyć dowolną liczbę obszarów

Źródło: badania własne

Dla 14 analizowanych przedsiębiorstw dominującym rodzajem działalności są usługi, a dla 9 firm – produkcja (wykres 4). Dominujący rodzaj działalności wyznaczano na podstawie wysokości przychodów w 2018 roku, generowanych w tych podmiotach przez określony rodzaj działalności.

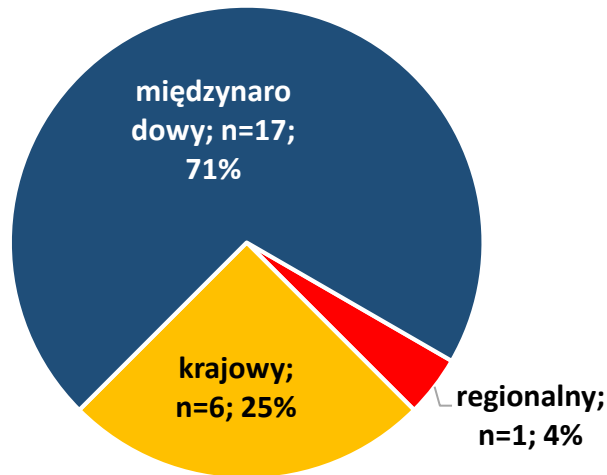
Wykres 4. Dominujący rodzaj działalności prowadzony przez badane przedsiębiorstwa (rodzaj działalności, z którego badane przedsiębiorstwo uzyskiwało największe obroty w 2018 roku), (n=24)



Źródło: badania własne

17 z 24 badanych przedsiębiorstw działa na rynku międzynarodowym. Dla co czwartego analizowanego podmiotu geograficzny obszar działalności ogranicza się do rynku krajowego (wykres 5).

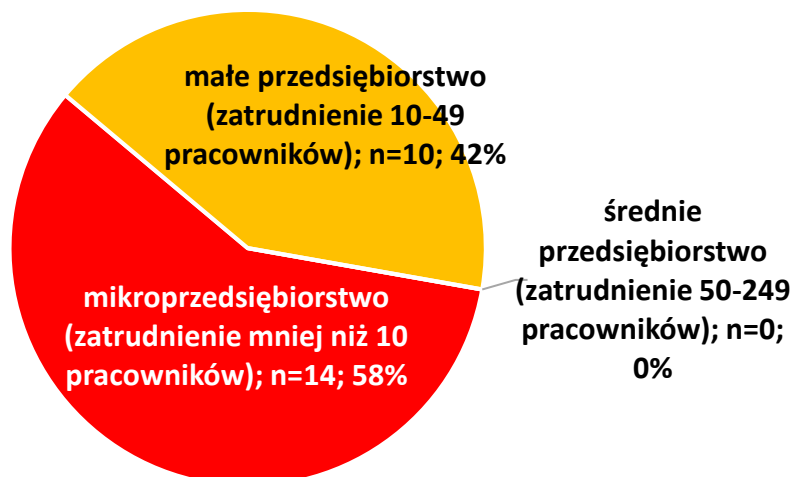
Wykres 5. Geograficzny obszar działalności badanych przedsiębiorstw (n=24)



Źródło: badania własne

Wszystkie badane przedsiębiorstwa wpisują się w kategorie mikro- i małych przedsiębiorstw. Nieco więcej w analizowanej próbie jest firm zatrudniających mniej niż 10 pracowników (wykres 6).

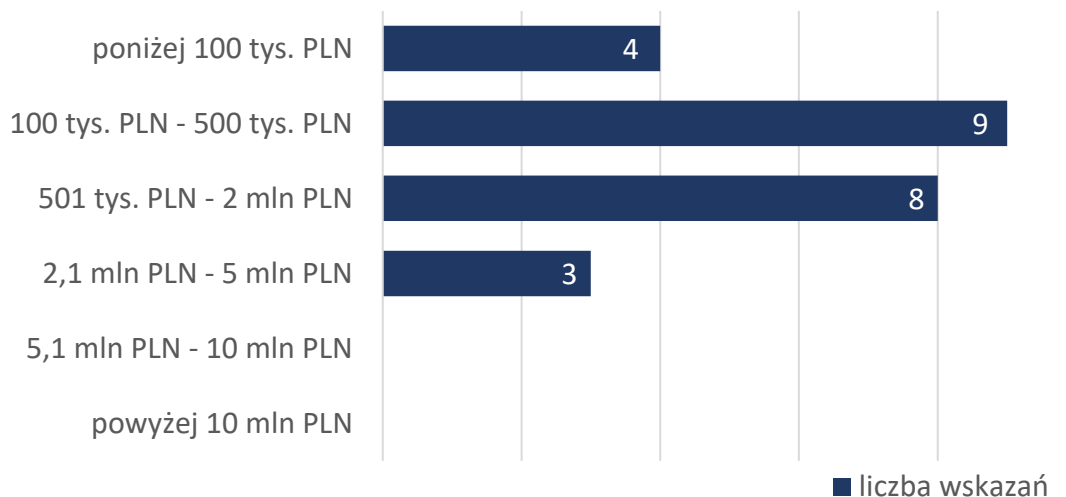
Wykres 6. Wielkość badanych przedsiębiorstw (n=24)



Źródło: badania własne

W 2018 roku wśród 24 badanych przedsiębiorstw 9 osiągnęło przychody w przedziale od 100 tys. do 500 tys. złotych. Żadna z badanych firm nie wypracowała w analizowanym okresie przychodów powyżej 5 mln złotych (wykres 7).

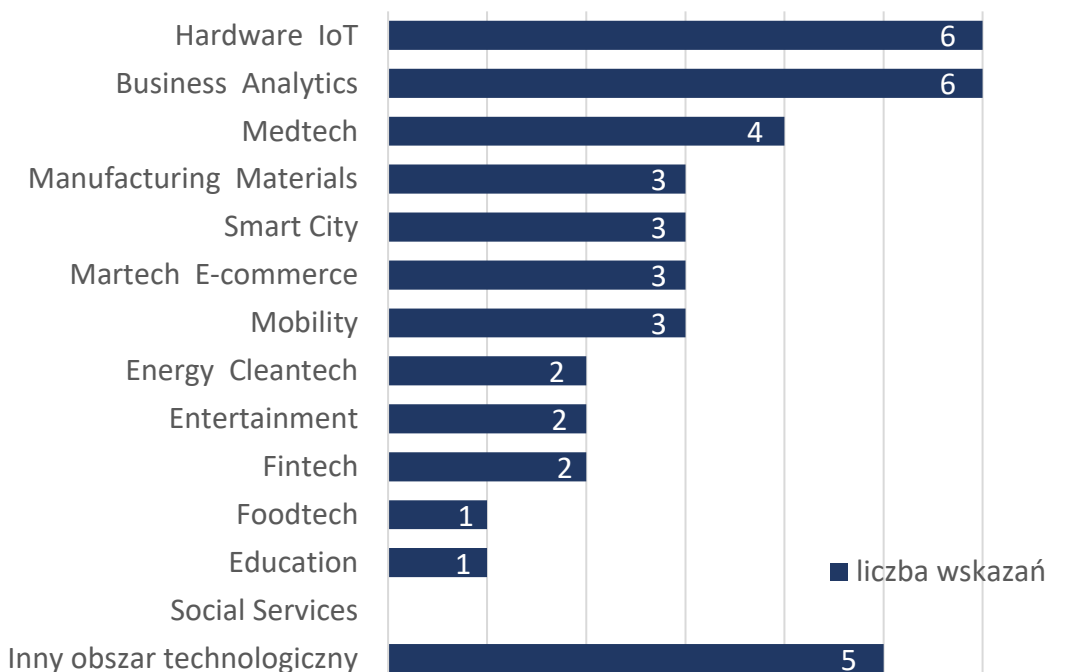
Wykres 7. Poziom przychodów badanych przedsiębiorstw w 2018 roku (n=24)



Źródło: badania własne

Obszarami technologicznymi, w których największa liczba badanych przedsiębiorstw realizuje swoje projekty są: Business Analytics oraz Hardware IoT (po 6 wskazań). Czterech respondentów wskazało Medtech. Ponadto wśród innych obszarów technologicznych wymieniano: cybersecurity, HR Tech, proptech, IT platforms, Human Cloud (wykres 8).

Wykres 8. Obszary technologiczne, w których realizowane są projekty badanych przedsiębiorstw* (n=24)

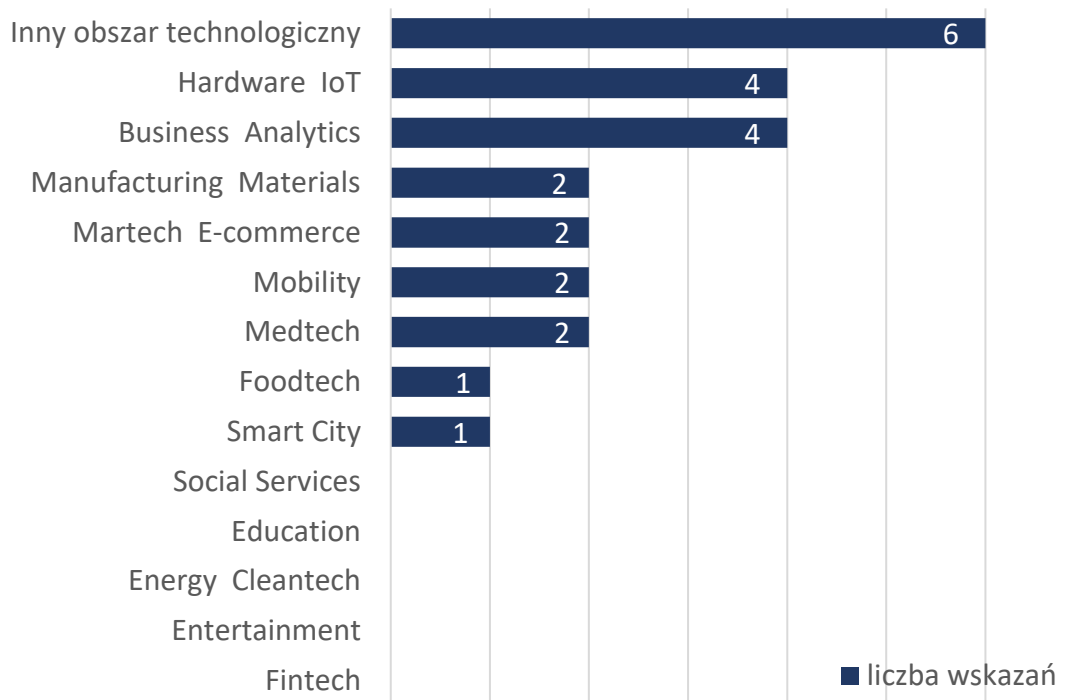


*respondenci mogli zaznaczyć dowolną liczbę obszarów

Źródło: badania własne

Najwięcej analizowanych podmiotów zgłosiło swoje projekty do Konkursu Startup Award w zakresie Hardware IoT oraz Business Analytics. Wśród innych obszarów technologicznych, w których realizowane są w/w projekty respondenci wymieniali m.in. HR Tech, proptech IT services, Human Cloud, cybersecurity promocja (wykres 9).

Wykres 9. Obszary technologiczne, w których realizowane są projekty zgłoszone przez badane przedsiębiorstwa do Konkursu Startup Award (n=24)

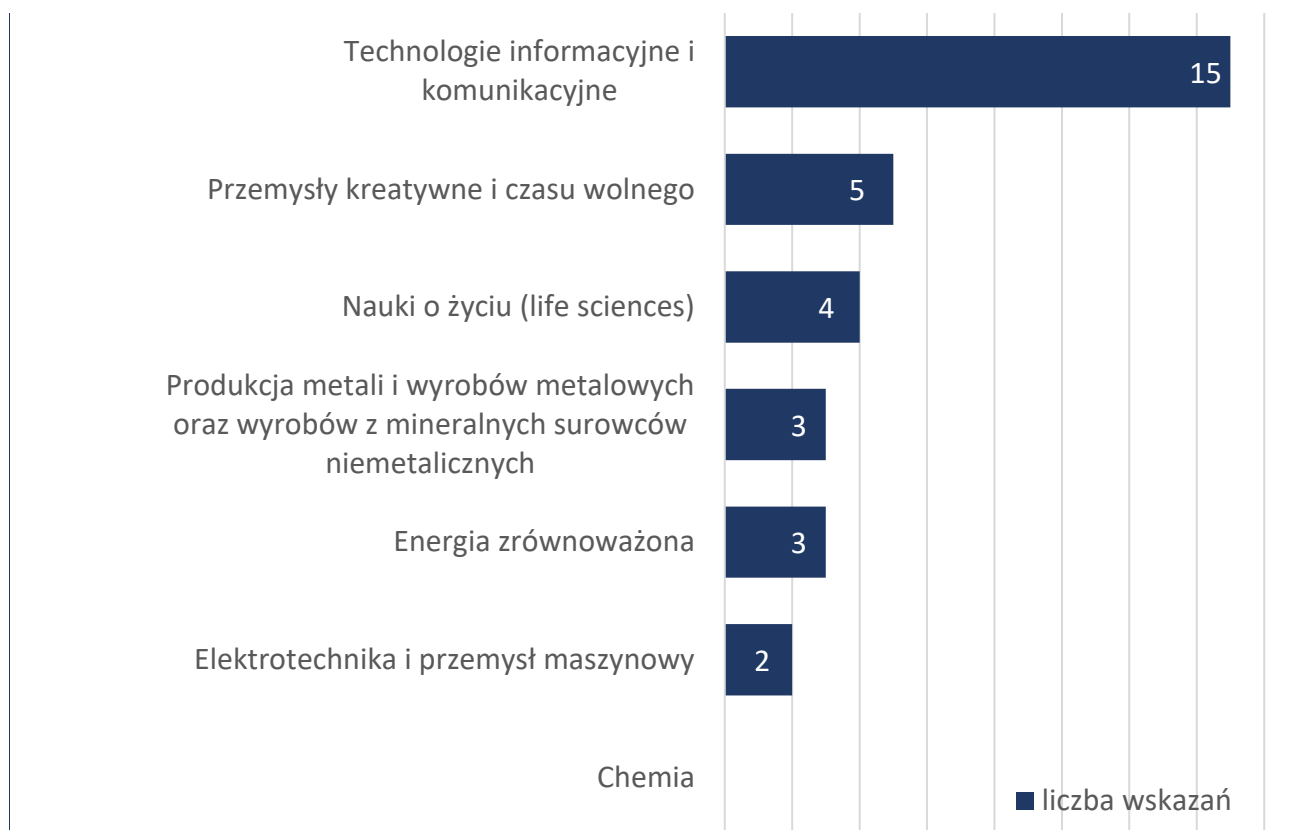


Źródło: badania własne

Biorąc pod uwagę inteligentne specjalizacje Małopolski, najwięcej badanych przedsiębiorstw wpisuje się w technologie informacyjne i komunikacyjne ICT (15 podmiotów). Kategoria ta obejmuje w szczególności wszelkie działania obejmujące produkcję i wykorzystanie urządzeń telekomunikacyjnych i informatycznych oraz usług im towarzyszących, a także gromadzenie, przetwarzanie, udostępnianie informacji w formie elektronicznej z wykorzystaniem technik cyfrowych i wszelkich narzędzi komunikacji elektronicznej (wykres 10).

Pięć badanych przedsiębiorstw specjalizuje się w przemysłach kreatywnych i czasu wolnego. Kategoria ta obejmuje aktywności, które mają swoje źródło w indywidualnej kreacji, zdolnościach i talencie, mające potencjał tworzenia dobrobytu i miejsc pracy przez produkcję i eksploatację własności intelektualnej. W specjalizację tę wpisują się 4 dziedziny: przemysły kreatywne, projektowanie graficzne i wzornictwo przemysłowe (design), gry komputerowe i oprogramowanie (Interactive Leisure Software) oraz przemysły czasu wolnego.

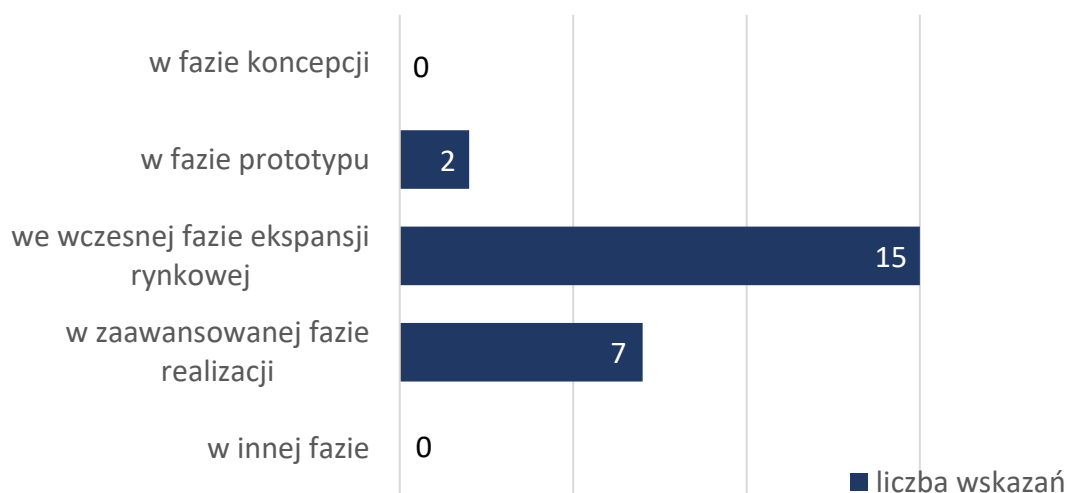
Dla trzech analizowanych podmiotów specjalizacją są nauki o życiu obejmujące dwa łańcuchy wartości opisujące procesy rozwoju oparte na wiedzy innowacji z dziedziny biotechnologii i life science (zdrowie i jakość życia: produkty i technologie stosowane w profilaktyce, diagnostyce, leczeniu i rehabilitacji chorób ludzi i zwierząt, a także bio-gospodarka: półprodukty i produkty wykorzystywane do produkcji farmaceutyków, kosmetyków, żywności, materiałów i energii).

Wykres 10. Inteligentne specjalizacje Małopolski, w których specjalizują się badane przedsiębiorstwa* (n=24)

*respondenci mogli zaznaczyć dowolną liczbę specjalizacji

Źródło: badania własne

W przypadku większości analizowanych przedsiębiorstw (15) projekty zgłoszone do Konkursu Startup Award znajdują się we wczesnej fazie ekspansji rynkowej (wykres 11). Zdecydowanie najwięcej badanych podmiotów (18) wdraża innowacje produktowe (tabela 1).

Wykres 11. Fazy, w jakich znajdują się realizowane projekty, zgłoszone do Konkursu Startup Award (n=24)

Źródło: badania własne

Tabela 1. Kategorie innowacji wdrażane przez badane przedsiębiorstwa* (n=24)

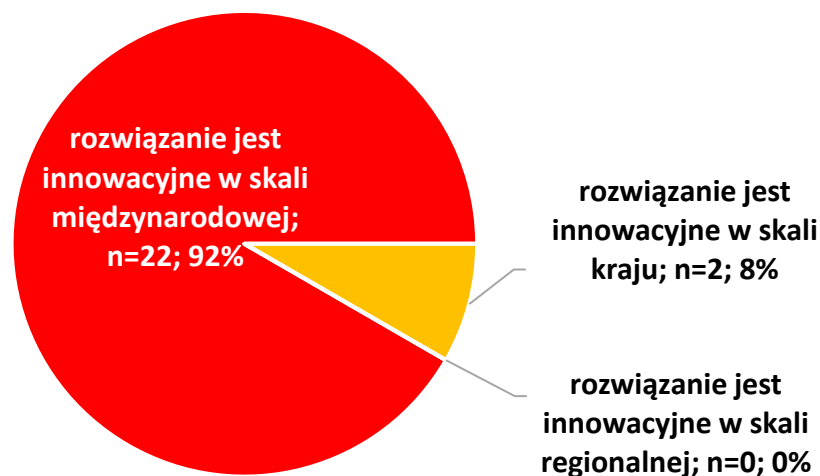
Kategoria innowacji	Liczba wskazań
Innowacje produktowe (nowe lub znacząco udoskonalone wyroby lub usługi, w zakresie swoich cech lub zastosowań - pod względem specyfikacji technicznych, komponentów i materiałów, wbudowanego oprogramowania, łatwości obsługi lub innych cech funkcjonalnych)	18
Innowacje procesowe (nowe lub istotnie ulepszone metody: wytwarzania produktów, z zakresu logistyki i dystrybucji, wspierające procesy w przedsiębiorstwie)	5
Innowacje marketingowe (znaczące zmiany w projekcie/ konstrukcji lub opakowaniu wyrobów lub usług, nowe media lub techniki promocji produktów, nowe metody w zakresie dystrybucji produktów lub kanałów sprzedaży, nowe metody kształtowania cen wyrobów i usług)	5
Innowacje organizacyjne (nowe metody: w zasadach działania, podziału zadań i uprawnień decyzyjnych, w zakresie relacji z otoczeniem)	1
inne innowacje	1

*respondenci mogli wskazać dowolną liczbę odpowiedzi

Źródło: badania własne

Według deklaracji respondentów prawie wszystkie badane przedsiębiorstwa wdrażają rozwiązania innowacyjne w skali międzynarodowej (wykres 12). Zaledwie 2 na 24 firmy oferują rozwiązanie innowacyjne w skali kraju.

Wykres 12. Skala innowacji wdrażanych przez badane przedsiębiorstwa (n=24)



Źródło: badania własne

PROFIL RESPONDENTÓW

Trzech na czterech respondentów to mężczyźni. 80 % badanych ma nie więcej niż 39 lat. W próbie dominują osoby w przedziale wiekowym 30-39 lat. Wszyscy respondenci ukończyli studia wyższe. Staż zawodowy większości badanych osób wynosi ponad 10 lat. Profil respondentów według wybranych kryteriów prezentuje tabela 2. Dziesięć przedsiębiorstw reprezentowali w badaniu prezesi zarządu, dyrektorzy generalni (tabela 3).

Tabela 2. Charakterystyka respondentów (n=24)

Wyszczególnienie		Liczba wskazań	%
Płeć respondentów (n=24)	kobieta	6	25%
	mężczyzna	18	75%
Wiek respondentów (n=24)	poniżej 20 lat	0	0%
	20 - 29 lat	6	25%
	30 - 39 lat	14	58%
	40 - 49 lat	3	13%
	50 - 59 lat	1	4%
	60 - 69 lat	0	0%
	powyżej 69 lat	0	0%
Wykształcenie respondentów (n=24)	podstawowe/ zawodowe	0	0%
	średnie	0	0%
	wyższe	24	100%
Staż zawodowy respondentów (n=24)	do 3 lat	1	4%
	4 - 6 lat	4	17%
	7 - 9 lat	3	13%
	10 - 12 lat	6	25%
	13 - 15 lat	5	21%
	powyżej 15 lat	5	21%

Źródło: badania własne

Tabela 3. Obecne stanowiska pracy respondentów (n=24)

Wyszczególnienie	Liczba wskazań
CEO, Prezes Zarządu	10
Dyrektor handlowy, Dyrektor sprzedaży	2
COO (Chief Operating Officer)	1
Właściciel, dietetyk	1
Founder	1
Członek Zarządu	1
Dyrektor Produktu	1
Specjalista ds. sprzedaży	1
Master Brick Builder	1
Mechatronik	1
Head of growth	1
Szef komunikacji	1
Konsultant ds. rozwoju	1
Inżynier	1

Źródło: badania własne

4. Ocena projektu Małopolska Startup Rocket

Zgodnie z założeniami celem Projektu „Małopolska Startup Rocket¹” jest wzmocnienie pozycji gospodarczej Małopolski jako regionu prężnego rozwoju środowiska startupowego oraz lidera innowacji, jak również wsparcie innowacyjnych małych i średnich przedsiębiorców z regionu w ekspansji na rynki zagraniczne. Działania realizowane w ramach Projektu skierowane są do małopolskich innowacyjnych przedsiębiorstw, pozycjonujących się jako startupy, działających w obszarach inteligentnych specjalizacji regionu.

W ramach projektu podejmowanych jest szereg działań:

- Kampania informacyjno-promocyjna dotycząca małopolskich startupów (m.in. stworzenie podstron internetowych, kanałów w mediach społecznościowych, publikacja artykułów promocyjnych w mediach zagranicznych oraz materiałów promocyjnych);
- Organizacja Forum Innowacji w Tarnowie;
- Organizacja Konkursu Małopolska Startup Award (konkurs na najlepszy startup regionu);
- Przygotowanie, wydanie i dystrybucja w Polsce i za granicą katalogu małopolskich startupów;
- Organizacja Startup Session Elite podczas Forum Ekonomicznego w Krynicy-Zdroju (z udziałem zaproszonych przedstawicieli 30 startupów wyłonionych podczas Małopolska Startup Award);
- Organizacja wyjazdów na czołowe targi innowacji do Japonii, Malezji, Niemiec, Włoch, Singapuru oraz Izraela.

Celem analizowanego badania jest m.in. ocena satysfakcji uczestników z udziału w Projekcie „Małopolska Startup Rocket”, a także ocena postrzeganej przez nich adekwatności, użyteczności i skuteczności działań projektowych. Dlatego też w jednym z pytań poproszono respondentów o ogólną ocenę Projektu przy uwzględnieniu dziewięciu zaproponowanych kryteriów oceny. Respondenci dokonywali oceny poprzez wybór właściwej odpowiedzi na skali porządkowej jednobiegunowej („bardzo dobry”, „dobry”, „dostateczny”, „niedostateczny”, „nie mam zdania”).

Respondenci wysoko oceniają Projekt „Małopolska Startup Rocket”. Spośród przedstawionych kryteriów relatywnie najwyżej oceniane są: dotychczasowa terminowość realizacji założeń projektu, zaproponowany harmonogram poszczególnych działań projektowych oraz profesjonalizm ze strony koordynatorów projektu. Nieco niższe oceny przypisano następującym kryteriom: adekwatność działań projektowych do sytuacji rynkowej (obecnej i przewidywanej), dobór ekspertów zapraszanych na wydarzenia projektowe, a także poziom

¹ Projekt „Małopolska Startup Rocket” jest realizowany w ramach 3 Osi Priorytetowej Przedsiębiorcza Małopolska, Działanie 3.3 „Umiędzynarodowienie małopolskiej Gospodarki”, Poddziałanie 3.3.1 „Promocja gospodarcza Małopolski” (nr konkursu – RPMP.03.03.01-IP.01-12-029/18) w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020.

merytoryczny wydarzeń organizowanych w ramach projektu. Szczegółowy rozkład odpowiedzi prezentuje tabela 4.

Tabela 4. Ocena Projektu „Małopolska Startup Rocket” wg wybranych kryteriów (n=24)

Kryteria oceny	Ocena (liczba wskazań)				Nie mam zdania
	Bardzo dobry	Dobry	Dostateczny	Niedostateczny	
Adekwatność działań projektowych do potrzeb Pani/Pana przedsiębiorstwa	5	10	6	3	
Adekwatność działań projektowych do sytuacji rynkowej (obecnej i przewidywanej)	5	9	4	4	2
Adekwatność doboru uczestników projektu do jego założeń	6	11	3	2	2
Zaproponowany harmonogram poszczególnych działań projektowych	12	6	3	2	1
Poziom merytoryczny wydarzeń organizowanych w ramach projektu	7	8	4	4	1
Dobór ekspertów zapraszanych na wydarzenia projektowe	5	8	7	3	1
Dobór miejsc w jakich organizowane są wydarzenia projektowe	8	8	4	4	
Dotychczasowa terminowość realizacji założeń projektu	11	9	2	1	1
Profesjonalizm ze strony koordynatorów projektu	10	7	3	4	

Źródło: badania własne

Badanych poproszono o ocenę w jakim stopniu ich zdaniem dotychczasowa realizacja odpowiada zaprezentowanym na wstępie założeniom projektowym. Zdaniem trzech na czterech respondentów dotychczasowa realizacja Projektu „Małopolska Startup Rocket” w pełni lub w wysokim stopniu pokrywa się z jego założeniami (tabela 5).

Tabela 5. W jakim stopniu Pani/ Pana zdaniem dotychczasowa realizacja odpowiada zaprezentowanym na wstępie założeniom Projektu „Małopolska Startup Rocket”? (n=24)

Odpowiedź	%	Liczba wskazań
<u>dotychczasowa realizacja w pełni pokrywa się z prezentowanymi założeniami projektu</u>	16,7%	4
<u>dotychczasowa realizacja w wysokim stopniu pokrywa się z prezentowanymi założeniami projektu</u>	58,3%	14
<u>dotychczasowa realizacja w niskim stopniu pokrywa się z prezentowanymi założeniami projektu</u>	16,7%	4
<u>dotychczasowa realizacja w pełni odbiega od założeń projektu</u>	8,3%	2

Źródło: badania własne

Respondenci relatywnie wysoko oceniają użyteczność dotychczas zrealizowanych działań w ramach Projektu „Małopolska Startup Rocket”. Rozkład ocen użyteczności poszczególnych działań prezentuje tabela 6.

Tabela 6. Ocena użyteczności dla badanych przedsiębiorstw dotychczas zrealizowanych działań w ramach Projektu „Małopolska Startup Rocket” (n=24)

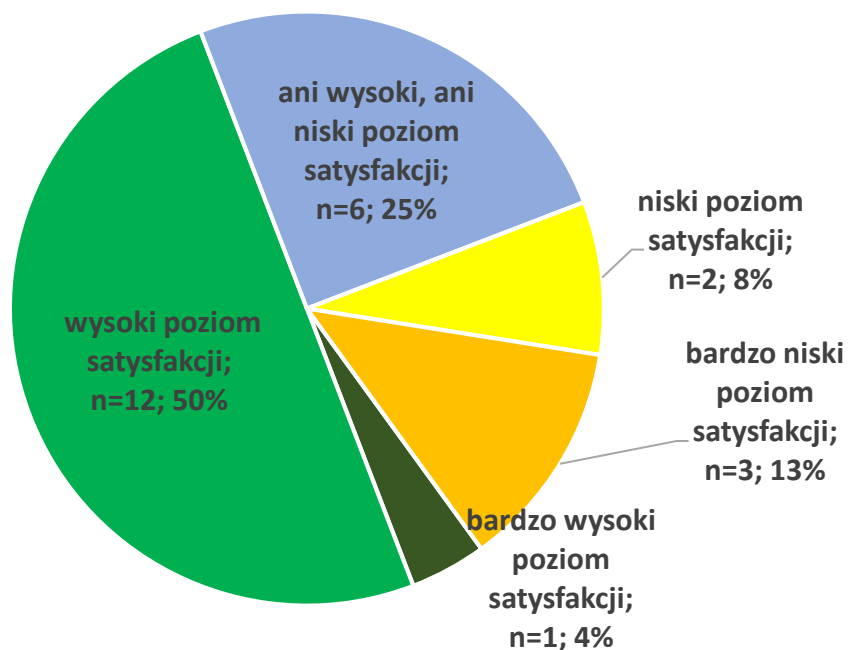
Wyszczególnienie	Ocena (liczba wskazań)				Nie mam zdania
	Bardzo użyteczne	Średnio użyteczne	Mało użyteczne	Zbędne	
Organizacja Forum Innowacji w Tarnowie	9	4		1	10
Utworzenie podstron internetowych dotyczących małopolskich startupów i innowacji	8	5	5		6
Utworzenie i moderowanie kanałów w mediach społecznościowych poświęconych małopolskim startupom i innowacji (m.in. promocja startupów i innowacji)	7	7	3	1	6
Organizacja konkursu Małopolska Startup Award podczas Forum Innowacji w Tarnowie - konkurs na najlepszy startup regionu (<i>dotyczy przedsiębiorstw uczestniczących w ww konkursie</i>)	9	5	2	2	6
Organizacja Startup Session Elite podczas Forum Ekonomicznego w Krynicy Zdroju (<i>dotyczy przedsiębiorstw uczestniczących w ww wydarzeniu</i>)	12	4	4	2	2
Opracowanie katalogu 30 małopolskich startupów i jego dystrybucja w kraju i za granicą (wersja elektroniczna i drukowana), którego celem jest m.in. promocja startupów i innowacji	11	4	3	1	5
Przygotowanie i dystrybucja materiałów promocyjnych (ulotki, foldery), których celem jest m.in. promocja startupów i innowacji	9	6	3	2	4
Nagranie i prezentacje filmu promocyjnego (którego celem jest m.in. promocja startupów i innowacji)	11	4	4	1	4

Źródło: badania własne

Najbardziej użyteczne zdaniem badanych są: organizacja Startup Session Elite podczas Forum Ekonomicznego w Krynicy Zdroju, a także nagranie i prezentacje filmu promocyjnego (którego celem jest m.in. promocja startupów i innowacji). Ponadto zgodnie z deklaracjami respondentów użyteczne jest opracowanie katalogu 30 małopolskich startupów i jego dystrybucja w kraju i za granicą (wersja elektroniczna i drukowana). Na uwagę zasługuje duże znaczenie jakie przypisują respondenci udziałowi ich przedsiębiorstwa w Startup Session Elite. Nie dziwi więc, że część z badanych ocenia poziom dotychczasowej realizacji Projektu przez pryzmat właśnie tego wydarzenia. Relatywnie duża liczba respondentów nie posiadająca zdania na temat użyteczności organizacji Forum Innowacji w Tarnowie, może wynikać z tego że podmioty te nie uczestniczyły w w/w wydarzeniu (tabela 6).

Większość respondentów ocenia swój poziom satysfakcji z udziału w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” jako wysoki lub bardzo wysoki (wykres 13).

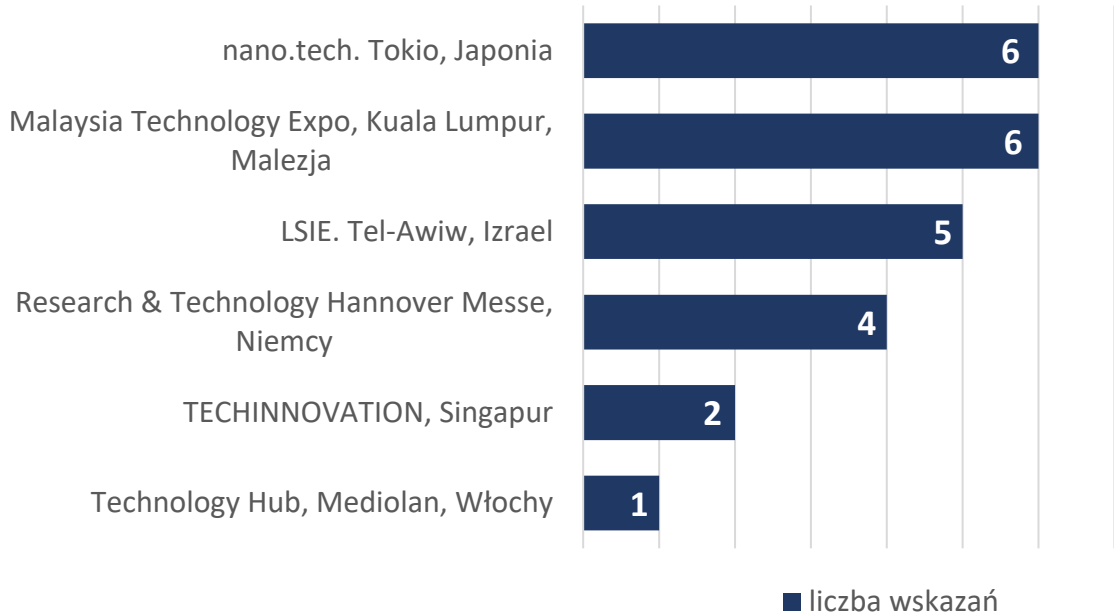
Wykres 13. Poziom satysfakcji respondentów z udziału w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” (n=24),



Źródło: badania własne

Bardzo ważnym elementem Projektu „Małopolska Startup Rocket” dla badanych przedsiębiorstw są wyjazdy na czołowe targi innowacji do Japonii, Malezji, Niemiec, Włoch, Singapuru oraz Izraela. Poproszono respondentów, aby wskazali w której z sześciu wymienionych imprez branżowych chcieliby uczestniczyć w ramach Projektu. Najwięcej badanych przedsiębiorstw deklaruje chęć udziału w targach nano.tech. Tokio w Japonii (6 startupów) oraz w Malaysia Technology Expo, Kuala Lumpur, w Malezji (6 startupów). Mniejszym zainteresowaniem cieszą się targi Technology Hub, Mediolan, we Włoszech (wykres 14).

Wykres 14. Deklarowana chęć uczestnictwa badanych startupów w poszczególnych targach innowacji (n=24)



Źródło: badania własne

5. Cele badanych startupów związane z przystąpieniem do projektu Małopolska Startup Rocket i opinie nt ich realizacji

Jednym z celów analizowanego badania jest ocena skuteczności podejmowanych działań w ramach Projektu „Małopolska Startup Rocket” oraz stopnia spełnienia oczekiwań badanych podmiotów z udziału w Projekcie. Dlatego też w jednym z pytań poproszono respondentów o wskazanie jakie były cele reprezentowanych przez nich przedsiębiorstw przed przystąpieniem do Projektu „Małopolska Startup Rocket”. W pytaniu zaprezentowano listę przykładowych celów uwzględniających założenia Projektu (cele i zakresy). Respondenci mogli się odnieść do każdego z przykładowych celów wybierając właściwą odpowiedź na skali porządkowej dwubiegunowej („zdecydowanie tak”, „raczej tak”, „raczej nie”, „zdecydowanie nie” oraz „trudno powiedzieć”). Ponadto każdy z badanych mógł dodatkowo wskazać spontanicznie inny cel związany z udziałem reprezentowanego przedsiębiorstwa w Projekcie. Szczegółowy rozkład odpowiedzi prezentuje tabela 7.

Głównymi celami badanych podmiotów przystępujących do Projektu „Małopolska Startup Rocket” były: promocja oferty przedsiębiorstwa, udział w czołowych targach innowacji (w Japonii, Malezji, Niemiec, Włoch, Singapuru, lub w Izraelu), a także ekspansja na rynki zagraniczne. Relatywnie mniejsze znaczenie wśród wymienionych celów miały m.in.: pozyskanie współpracowników, oraz nawiązanie/ rozwój współpracy ze środowiskiem naukowym (tabela 7). Wśród innych celów respondenci wskazywali m.in.: „promocja marki startupu”, „cel wizerunkowy”, „poznanie innych startupów”, „pozyskanie wiedzy na temat sprzedaży swoich produktów przez innych”, „nowe wyzwania”, „nawiązanie kontaktów biznesowych”, „pozyskanie klientów/ kontrahentów”, „zaprezentowanie firmy dzisiejszym klientom”.

Respondenci zostali poproszeni o określenie jakie cele osiągnęły reprezentowane przez nich przedsiębiorstwa dzięki uczestnictwu w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” (na dotychczasowym poziomie realizacji). Badanym zaprezentowano zestaw przykładowych celów (podobny do tego, który służył do identyfikacji celów przed przystąpieniem do Projektu). Według deklaracji respondentów analizowanym przedsiębiorstwom z listy przykładowych celów w największym stopniu udało się dotychczas promować ofertę startupu i wziąć udział w Startup Session Elite podczas Forum Ekonomicznego w Krynicy Zdroju, a także nawiązać/ rozwinąć współpracę z przedstawicielami innych innowacyjnych przedsiębiorstw w Małopolsce. Dotychczas w najmniejszym stopniu udało się zrealizować takie cele jak: pozyskanie inwestora, pozyskanie źródła finansowania oraz nawiązanie (rozwińcie) współpracy ze środowiskiem naukowym (tabela 8). Ponadto w opinii badanych dotychczasowe działania projektowe ułatwiły m.in. „dopracowanie materiałów marketingowych”, „poznanie innych startupów”, „pozyskanie klientów/ kontrahentów”.

Tabela 7. Cele badanych przedsiębiorstw przed przystąpieniem do Projektu „Małopolska Startup Rocket” (n=24)

Wyszczególnienie	Liczba wskazań				
	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Trudno powiedzieć
Nawiązanie/ rozwój współpracy z przedstawicielami innych innowacyjnych przedsiębiorstw w Małopolsce	9	7	5	3	
Pozyskanie inwestora /ów	6	6	7	4	1
Ekspansja na rynki zagraniczne	13	10			1
Promocja oferty przedsiębiorstwa	20	3			1
Pozyskanie źródeł finansowania	3	8	9	3	1
Nawiązanie/ rozwój współpracy ze środowiskiem naukowym	3	7	7	6	1
Pozyskanie współpracowników	4	3	10	5	2
Wymiana know how z czołowymi przedstawicielami świata startupowego, ekspertami	5	7	9	3	
Zawiązanie współpracy i partnerstw w zakresie nowych technologii	3	9	8	4	
Udział w Startup Session Elite podczas Forum Ekonomicznego w Krynicy Zdroju	10	9	3	1	1
Udział w czołowych targach innowacji (w Japonii, Malezji, Niemiec, Włoch, Singapuru, lub w Izraelu)	18	5	1		
Zdobycie nagrody w ramach organizowanych konkursów	4	9	4	5	2
Inny cel	7	1	3	1	12

Źródło: badania własne

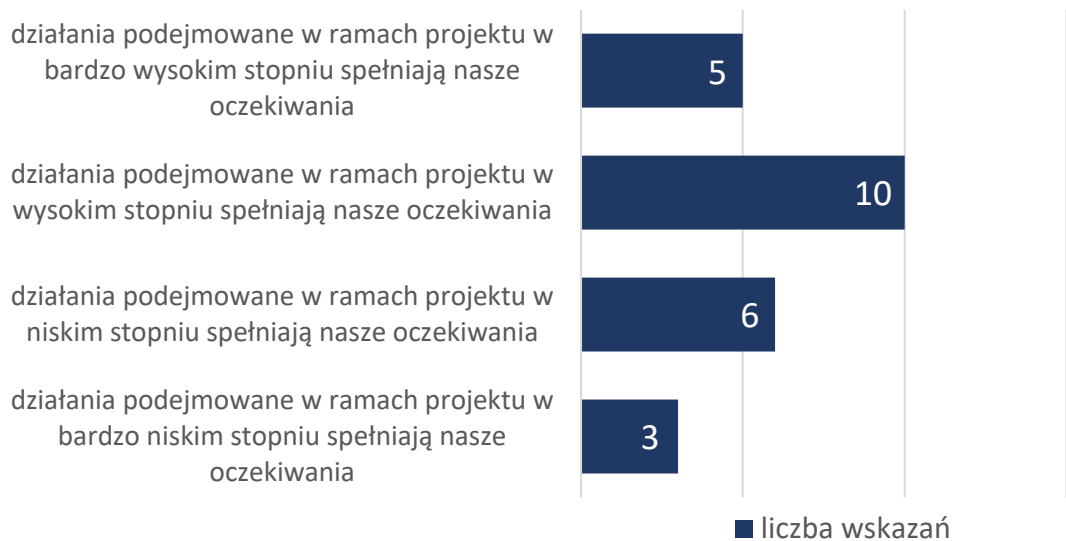
Tabela 8. Cele jakie osiągnęły badane przedsiębiorstwa dzięki uczestnictwu w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” (na dotychczasowym etapie realizacji projektu) (n=24)

Wyszczególnienie	Liczba wskazań				
	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Raczej nie	Zdecydowanie nie	Trudno powiedzieć
Nawiązanie/ rozwój współpracy z przedstawicielami innych innowacyjnych przedsiębiorstw w Małopolsce	3	12	2	5	2
Pozyskanie inwestora /ów			6	13	5
Ekspansja na rynki zagraniczne		6	8	6	3
Promocja oferty przedsiębiorstwa	10	9	2	2	1
Pozyskanie źródeł finansowania		1	3	15	5
Nawiązanie/ rozwój współpracy ze środowiskiem naukowym	1	3	4	12	4
Pozyskanie współpracowników	1	5	6	9	3
Wymiana know how z czołowymi przedstawicielami świata startupowego, ekspertami	4	6	5	7	2
Zawiązanie współpracy i partnerstw w zakresie nowych technologii	2	5	11	5	1
Udział w Startup Session Elite podczas Forum Ekonomicznego w Krynicy Zdroju	16	7	1		
Zdobycie nagrody w ramach organizowanych konkursów	2	8	1	9	4
Inny cel	4	1	2	4	13

Źródło: badania własne

Zdaniem piętnastu respondentów udział reprezentowanego przez nich przedsiębiorstwa w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” w wysokim lub bardzo wysokim stopniu spełnia ich oczekiwania (wykres 15).

Wykres 15. W jakim stopniu udział reprezentowanego przez Panią/ Pana przedsiębiorstwa w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” spełnia Państwa oczekiwania (biorąc pod uwagę harmonogram dotychczasowych działań)? (n=24)



Źródło: badania własne

W odpowiedzi na kolejne pytanie (otwarte) respondenci mogli zaproponować działania, jakie ich zdaniem należałoby podjąć w Projekcie „Małopolska Startup Rocket”, aby w jeszcze większym stopniu wpisywały się w oczekiwania badanych przedsiębiorstw. Spontaniczne odpowiedzi respondentów prezentuje tabela 9. Wielu badanych nie zaproponowało żadnych działań mogących poprawić użyteczność działań projektowych.

Tabela 9. Propozycje działań, które zdaniem respondentów należałoby podjąć w Projekcie „Małopolska Startup Rocket”, aby w jeszcze większym stopniu wpisywały się w oczekiwania badanych przedsiębiorstw

Spontaniczne odpowiedzi respondentów*
„Networking mentoring z osobami z praktycznym doświadczeniem”
„Akceleracja i wsparcie”
„Zaproszenie na stoiska startupów branżowych ekspertów, influencerów, opinii leaderów, potencjalnych klientów, osoby decyzyjne. Promowanie systemu match-makingowego”
„Konkurs dla startupów powinien być konkursem dla wszystkich”
„Intensywniejsze wyeksponowanie startupów w skali całego przedsięwzięcia”
„Organizowanie spotkań biznesowych z docelową grupą odbiorców danego rozwiązania jakie start up dopracowuje. Pomoc w sprzedaży rozwiązania większym Klientom”
„Podjęcie współpracy z mentorami/ firmami partnerskimi, które zgłaszały zapotrzebowanie do start-upów na technologie, co za skutkowałoby dedykowaną współpracą”
„Zweryfikować, czy branża, w której działa dane przedsiębiorstwo będzie również reprezentowana przez odpowiednich branżowych przedstawicieli. Weryfikacja poprzez wcześniejszy kontakt z przedsiębiorstwem i pozyskanie informacji o interesujących dla przedsiębiorcy firmach/ kontaktach”
„Wszystko przebiegło zgodnie z oczekiwaniami”
„Umożliwić nam bezpośredni kontakt z firmami zainteresowanymi współpracą ze startupami”
„Pokrycie kosztów udziału w wydarzeniach”

* Respondenci mogli wpisać dowolną liczbę odpowiedzi. W tabeli zaprezentowano odpowiedzi respondentów w oryginalnej pisowni i losowej kolejności.

Źródło: badania własne

6. Ocena Forum Innowacji w Tarnowie

Formuła Forum Innowacji w Tarnowie (15-16 kwietnia) obejmowała m.in. dyskusje panelowe z udziałem przedstawicieli świata nauki, biznesu, polityki oraz prezentacje praktycznego zastosowania rozwiązań innowacyjnych w biznesie. Rozwiązania te zaprezentowały zarówno startupy, jak i przedstawiciele innych przedsiębiorstw reprezentujących różne branże. W ramach Forum Innowacji w Tarnowie zorganizowano:

- konkurs dla młodych konstruktorów Robot Show, którego celem jest chęć promowania zamiłowania do nowych technologii i robotyki wśród uczniów i studentów;
- Hackathon Zaprogramuj Tarnów – zadania dla programistów i innowatorów, którzy przygotowywali inteligentne rozwiązania dla Tarnowa;
- konkurs Małopolska Startup Award, którego celem jest promowanie najlepszych praktyk z dziedziny innowacji stosowanych przez polskich przedsiębiorców;
- STARTUPS' PITCHES 7-minutowe prezentacje startupów zgłoszonych do konkursu Startup Award, po których nastąpiła 3 minutowa ocena oraz pytania Komisji Ekspertkiej;
- STARTUP STORIES - historie sukcesów startupów, które do tej pory były laureatami Startup Award oraz Startup Session podczas konferencji Instytutu Studiów Wschodnich;
- INSPIRING TALKS - wystąpienia motywująco-inspirujące w formie TED Talks;
- warsztaty dla startupów prowadzone przez Partnerów Economic Acceleratora;
- dyskusje panelowe z udziałem przedstawicieli świata nauki, biznesu, polityki na tematy związane z nowymi technologiami, innowacjami, startupami oraz gospodarką cyfrową;
- krótkie rozmowy z przedstawicielami dojrzałego biznesu na temat rozwijania własnej działalności gospodarczej.

W omawianym badaniu poproszono respondentów o ocenę poszczególnych działań podjętych w ramach Forum Innowacji w Tarnowie. Wykorzystano do tego skalę porządkową jednobiegunową (oceny: „bardzo dobry”, „dobry”, „dostateczny”, „niedostateczny”, oraz „nie mam zdania”). Rozkład odpowiedzi prezentuje tabela 10.

Relatywnie najwyższe oceny respondentów otrzymały: organizacja Konkursu Małopolska Startup Award, Startups' Pitches, oraz dyskusje panelowe. Nieco słabiej oceniono organizację Hackathon Zaprogramuj Tarnów, a także konkurs dla młodych konstruktorów Robot Show (tabela 10).

Tabela 10. Ocena poszczególnych działań podejmowanych w ramach Forum Innowacji w Tarnowie (15-16 kwietnia 2019 roku)

Kryteria oceny	Ocena (liczba wskazań)				Nie mam zdania
	Bardzo dobry	Dobry	Dostateczny	Niedostateczny	
Organizacja konkursu dla młodych konstruktorów Robot Show, którego celem jest chęć promowania zaimplementowania do nowych technologii i robotyki wśród uczniów i studentów	2	5			6
Organizacja Hackathon Zaprogramuj Tarnów – zadania dla programistów i innowatorów, którzy przygotowują inteligentne rozwiązanie dla miasta Tarnowa	2	5			6
Organizacja konkursu Małopolska Startup Award, którego celem jest promowanie najlepszych praktyk z dziedziny innowacji stosowanych przez polskich przedsiębiorców	5	7	1		
STARTUPS' PITCHES 7-minutowe prezentacje startupów zgłoszonych do konkursu Startup Award, po których nastąpiła 3 minutowa ocena oraz pytania Komisji Ekspertskiej	5	5		2	1
STARTUP STORIES - Historie sukcesów startupów, które do tej pory były laureatami Startup Award oraz Startup Session podczas konferencji Instytutu Studiów Wschodnich	1	7			5
INSPIRING TALKS - Wystąpienia motywująco-inspirujące w formie TED Talks	2	6			5
Krótkie rozmowy z przedstawicielami dojrzałego biznesu na temat rozwijania własnej działalności gospodarczej	2	6	1		4
Dyskusje panelowe z udziałem przedstawicieli świata nauki, biznesu, polityki na tematy związane z nowymi technologiami, innowacjami, startupami oraz gospodarką cyfrową	2	9			2
Warsztaty dla startupów prowadzone przez Partnerów Economic Acceleratora	1	6	2		4

Źródło: badania własne

7. Opinie nt Konkursu Małopolska Startup Award

Celem Konkursu jest promocja innowacyjnych rozwiązań oraz najnowszych zdobyczy technologii. W ramach Konkursu wyłoniony został najlepszy pomysł biznesowy w obszarze najnowszych technologii i innowacyjnych rozwiązań.

Dzięki udziałowi w Konkursie Małopolska Startup Award jego uczestnicy mogli m.in.:

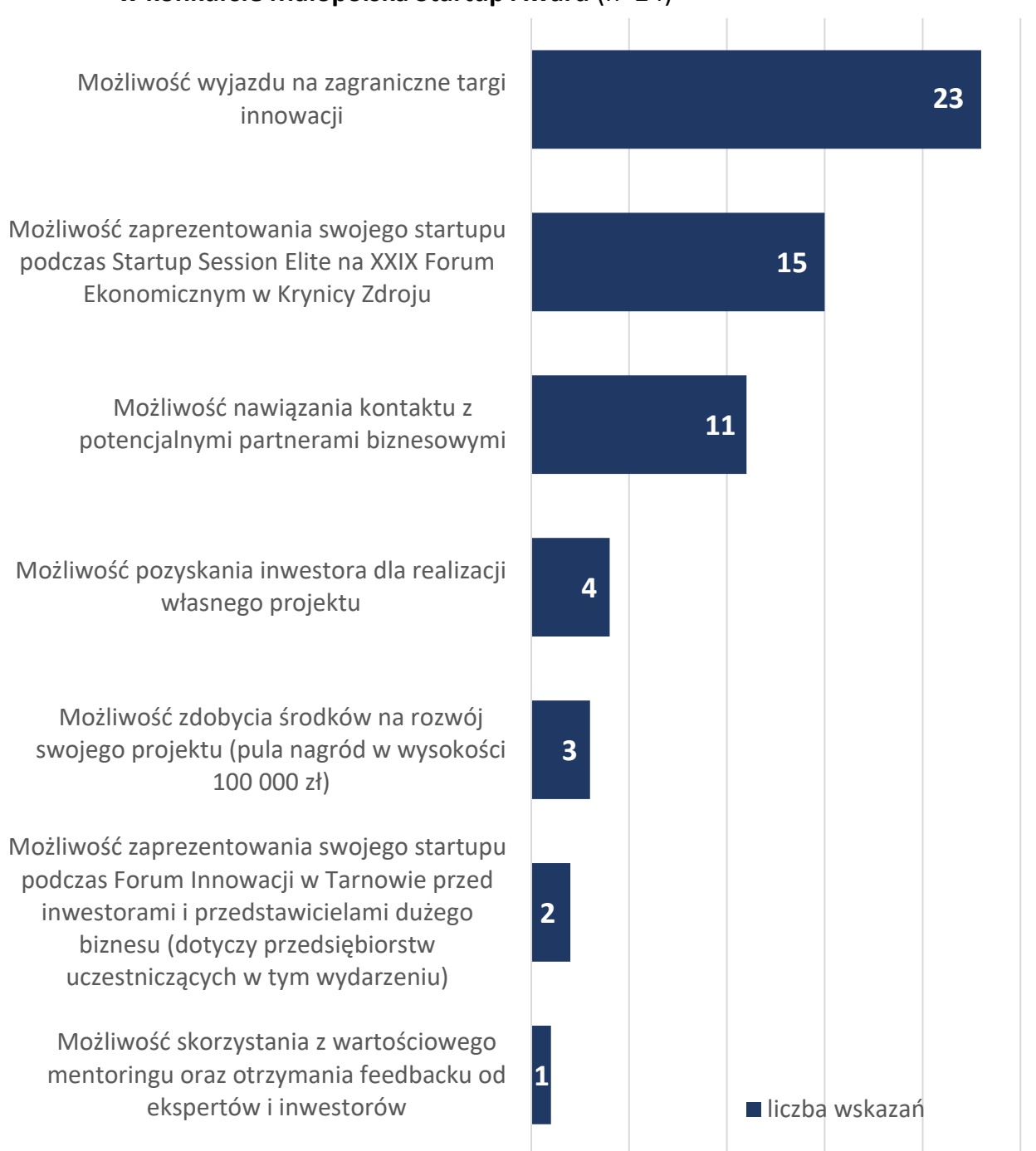
- zaprezentować swój startup podczas Forum Innowacji w Tarnowie,
- zdobyć środki na rozwój swojego projektu – pula nagród w sumie 100 000 zł,
- pozyskać inwestora dla realizacji własnego projektu,
- nawiązać kontakt z potencjalnymi partnerami biznesowymi,
- skorzystać z wartościowego mentoringu oraz otrzymać feedback od ekspertów i inwestorów,
- zaprezentować swój startup podczas Startup Session Elite na XXIX Forum Ekonomicznym w Krynicy.

W omawianym badaniu poproszono respondentów o określenie czynników, które w największym stopniu zachęciły reprezentowane przez nich przedsiębiorstwa do udziału w Konkursie Małopolska Startup Award. Badani mogli wskazać maksymalnie trzy czynniki. Rozkład odpowiedzi prezentuje wykres 16.

Jednym z głównych czynników motywujących prawie wszystkie badane przedsiębiorstwa do udziału w Konkursie Małopolska Startup Award jest możliwość wyjazdu na zagraniczne targi innowacji. Ważne były także możliwość zaprezentowania swojego startupu podczas Startup Session Elite na XXIX Forum Ekonomicznym w Krynicy Zdroju oraz możliwość nawiązania kontaktu z potencjalnymi partnerami biznesowymi (wykres 16).

Respondenci ocenili Konkurs Startup Award realizowany w ramach Projektu „Małopolska Startup Rocket”. Wykorzystano do tego zestaw siedmiu wybranych kryteriów oraz skalę porządkową jednobiegunową. Badani relatywnie najwyżej oceniają organizację i przebieg konkursu, kwestie formalne związane z rejestracją udziału w konkursie oraz realizację celu konkursu (promowanie najlepszych praktyk z obszaru innowacji stosowanych przez polskich przedsiębiorców). Nieco słabiej oceniono jakość komentarzy - feedbacku otrzymywanego przez uczestników konkursu od ekspertów, atrakcyjność nagród w konkursie oraz dobór analityków i ekspertów do organów oceniających zgłoszone projekty konkursowe. Rozkład ocen według poszczególnych kryteriów prezentuje tabela 11.

Wykres 16. Czynniki, które w największym stopniu zachęciły badane startupy do udziału w konkursie Małopolska Startup Award (n=24) *



* Respondenci mogli wskazać maksymalnie 3 czynniki

Źródło: badania własne

Tabela 11. Ocena Konkursu Małopolska Startup Award realizowanego w ramach Projektu „Małopolska Startup Rocket” wg wybranych kryteriów (n=24)

Kryteria oceny	Ocena (liczba wskazań)				Nie mam zdania
	Bardzo dobry	Dobry	Dostateczny	Niedostateczny	
Realizacja celu konkursu, jakim jest promowanie najlepszych praktyk z dziedziny innowacji stosowanych przez polskich przedsiębiorców (indywidualnych przedsiębiorców oraz zespołów projektowych)	8	10		4	2
Przejrzystość zasad konkursu	7	6	6	3	2
Dobór analityków i ekspertów do organów oceniających zgłoszone projekty konkursowe	5	4	8	4	3
Jakość komentarzy/ feedbacku otrzymywanego przez uczestników konkursu od ekspertów	3	5	6	6	4
Atrakcyjność nagród w konkursie	3	7	5	3	6
Kwestie formalne związane z rejestracją udziału w konkursie	9	7	5		3
Organizacja i przebieg konkursu	12	4	3	3	2

Źródło: badania własne

W odpowiedzi na kolejne pytanie respondenci mogli zaproponować modyfikacje, które ich zdaniem należałyby wprowadzić do Konkursu Małopolska Startup Award, aby w przyszłości poprawić jego efektywność. Spontaniczne propozycje badanych prezentuje tabela 12. Prawie połowa respondentów nie zgłosiła żadnych propozycji.

Tabela 12. Propozycje modyfikacji, jakie zdaniem respondentów należałoby wprowadzić do konkursu Małopolska Startup Award, aby w przyszłości poprawić jego efektywność

Spontaniczne odpowiedzi respondentów*, prezentujące propozycje modyfikacji do konkursu Małopolska Startup Award
<i>„Prawdopodobnie szersze nagłośnienie rekrutacji”</i>
<i>„Bardziej adekwatny dobór nagród”</i>
<i>„Wcześniej zacząć promocję konkursu”</i>
<i>„Eksperci bezpośrednio związani z funduszami VC oraz o potencjale inwestora strategicznego, aby zwiększyć potencjał do znalezienia inwestora”</i>
<i>„Lepszy feedback od ekspertów”</i>
<i>„Konkurs bardziej nagłośniony, aby poza uczestnikami i jury zachęcić do odwiedzenia wydarzenia przez inne osoby obecne na forum”</i>
<i>„Wygrana nie była moim celem. Więc niech inni się wypowiedzą”</i>
<i>„Lepszy kontakt z firmami”</i>
<i>„Realna współpraca z dużymi partnerami, którzy są zainteresowani zleceniem prac do start-upów biorących udział w projekcie”</i>
<i>„Nagrody finansowe”</i>
<i>„Więcej inwestorów”</i>
<i>„Udostępnienie listy uczestników Startup Award pozostałym funduszom VC, nie biorącym udziału w panelu eksperckim, aby zwiększyć potencjał do znalezienia inwestora”</i>

* Respondenci mogli wpisać dowolną liczbę odpowiedzi. W tabeli zaprezentowano odpowiedzi respondentów w oryginalnej pisowni i losowej kolejności.

Źródło: badania własne

8. Ocena organizacji Startup Session Elite

Wszystkie badane przedsiębiorstwa były reprezentowane podczas Startup Session Elite w Krynicy-Zdroju (w trakcie XIX Forum Ekonomicznego). Respondentów poproszono o ocenę organizacji wydarzenia z uwzględnieniem pięciu kryteriów. Rozkład ocen prezentuje tabela 13.

W zakresie organizacji Startup Session Elite stosunkowo najkorzystniej oceniono integrację środowiska startupowego, wymianę kontaktów, networking oraz prezentacje startupów. Nieco gorsze oceny uzyskały stoiska startupowe i specjalna strefa startupowa oraz panele dyskusyjne o tematyce startupowej i nowych technologiach (tabela 13).

Tabela 13. Ocena organizacji Startup Session Elite podczas XXIX Forum Ekonomicznego w Krynicy Zdroju (n=24)

Kryteria oceny	Ocena (liczba wskazań)				Nie mam zdania
	Bardzo dobry	Dobry	Dostateczny	Niedostateczny	
Integracja środowiska startupowego, wymiana kontaktów, networking	8	5	9	2	
Panele dyskusyjne o tematyce startupowej i nowych technologiach	5	6	5	6	2
Prezentacje startupów	5	9	8	2	
Spotkania z przedstawicielami dużego biznesu, administracji rządowej oraz nauki	7	8	3	6	
Stoiska startupowe i specjalna strefa startupowa	2	9	6	7	

Źródło: badania własne

Wśród propozycji modyfikacji, jakie zdaniem respondentów należałoby wprowadzić do organizacji Startup Session Elite podczas Forum Ekonomicznego w Krynicy Zdroju część dotyczyła lokalizacji strefy startupowej i jej promocji oraz networkingu. Wszystkie sugestie badanych zostały ujęte w tabeli 14. Wielu respondentów nie zgłosiło żadnych propozycji w omawianym zakresie.

Tabela 14. Propozycje modyfikacji, jakie zdaniem respondentów należałoby wprowadzić do organizacji Startup Session Elite podczas Forum Ekonomicznego w Krynicy Zdroju (n=24)

Spontaniczne odpowiedzi respondentów*, prezentujące uwagi do organizacji Startup Session Elite
<i>„Większa przestrzeń ekspozycyjna podczas Forum w Krynicy”</i>
<i>„Więcej małych prywatnych przedsiębiorców, którzy potrzebują elastycznych firm dopasowujących rozwiązania do ich potrzeb”</i>
<i>„Większe nagłośnienie wydarzenia”</i>
<i>„Większa ekspozycja Startupów, na tej scenie co panele dyskusyjne”</i>
<i>„Gra networkingowa, speed meeting uczestników Startup Session Elite oraz przedstawicieli biznesu”</i>
<i>„Spotkania 1:1 z przedstawicielami dużych firm”</i>
<i>„Proponowałabym wyeksponować widoczność stoisk startupowych w stosunku do całokształtu imprezy”</i>
<i>„Zaproszenie ekspertów, opinion leaderów, osoby decyzyjne do strefy. Np. startupy medyczne, niech stoją w miejscu gdzie mają miejsce panele nt ochrony zdrowia, środowiskowe tam, gdzie są panele dot. ochrony środowiska etc. Konkurs niech kusi nagrodami dla wszystkich”</i>

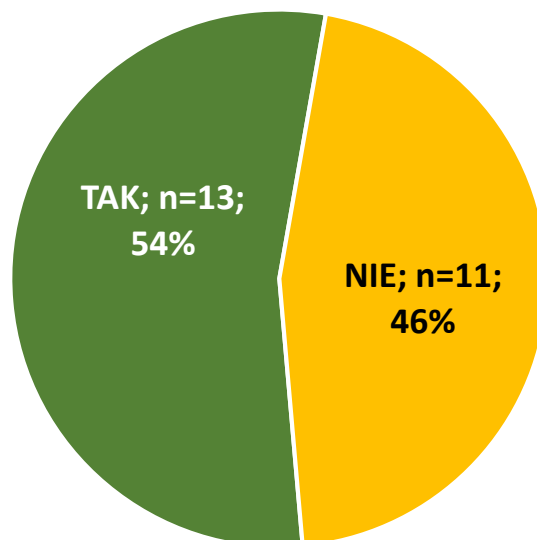
* Respondenci mogli wpisać dowolną liczbę odpowiedzi. W tabeli zaprezentowano odpowiedzi respondentów w oryginalnej pisowni i losowej kolejności.

Źródło: badania własne

9. Opinie nt rozwoju współpracy z badanymi startupami

Nieco ponad połowę badanych przedsiębiorstw planuje zacieśnienie współpracy z innymi startupami uczestniczącymi w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” (wykres 17). Podmioty te zapytano o zakresy w jakich zamierzają rozwijać współpracę z innymi firmami uczestniczącymi w Projekcie. W pytaniu przedstawiono siedem przykładowych zakresów współpracy oraz możliwość uzupełnienia zestawienia o inny dodatkowy zakres. Respondenci mogli wskazać dowolną liczbę odpowiedzi. Według deklaracji badanych planują oni zacieśniać współpracę szczególnie w zakresie promocji oraz wymiany doświadczeń i informacji rynkowych. Rozkład odpowiedzi na omawiane pytanie prezentuje wykres 18.

Wykres 17. Czy reprezentowane przez Panią/ Pana przedsiębiorstwo planuje zacieśnienie współpracy z innymi przedsiębiorstwami uczestniczącymi w Projekcie „Małopolska Startup Rocket”? (n=24)



Źródło: badania własne

Wykres 18. Zakresy w jakich badane startupy zamierzają rozwijać współpracę z innymi firmami uczestniczącymi w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” (n=13)

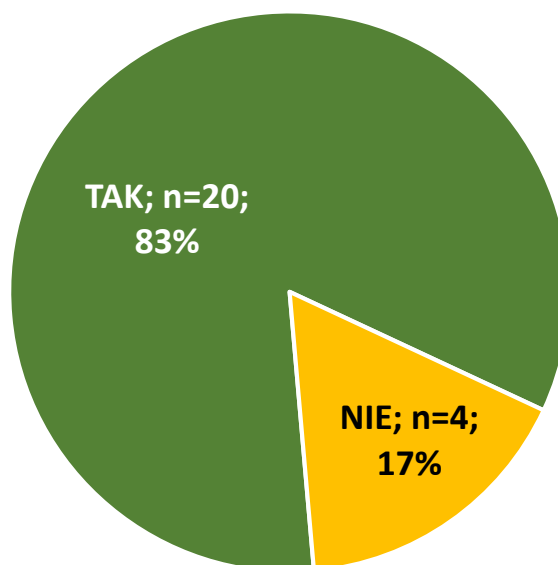


* Respondenci mogli wskazać dowolną liczbę odpowiedzi.

Źródło: badania własne

Cztery na pięć badanych przedsiębiorstw wyraża zainteresowanie współpracą z Instytutem Studiów Wschodnich w ramach innych projektów z obszaru innowacji (wykres 19).

Wykres 19. Czy reprezentowane przez Panią/ Pana przedsiębiorstwo jest zainteresowane w przyszłości współpracą z Fundacją Instytut Studiów Wschodnich w ramach innych projektów z obszaru innowacji? (n=24)



Źródło: badania własne

Respondenci deklarujący również w przyszłości współpracę z Instytutem Studiów Wschodnich przedstawili propozycje dodatkowych działań, jakie ich zdaniem należałoby wprowadzić w przyszłości w ramach podobnych projektów z obszaru innowacji (tabela 15). Wielu badanych nie zaproponowało żadnych dodatkowych działań.

Tabela 15. Propozycje dodatkowych działań jakie zdaniem respondentów należałoby wprowadzić w przyszłości w ramach podobnych projektów z obszaru innowacji

Spontaniczne odpowiedzi respondentów*, prezentujące propozycje dodatkowych działań
<i>„Mentoring, networking z doświadczonymi praktykami”</i>
<i>„Lepszą opiekę nad startupami i bardziej bezpośrednią promocję startupów”</i>
<i>„Kwestia do omówienia w większym gronie”</i>
<i>„Promocja branżowa na istotnych imprezach zagranicznych. W Polsce nie ma doświadczonych inwestorów w niektórych branżach, lub ich środki są mocno ograniczone, lub mają niską skłonność do inwestycji długoterminowych np. w branży medycznej, gdzie efekty przychodzą po latach. Dotychczas nie spotkałem w Polsce na żadnym konkursie kogokolwiek sensownego w tym zakresie. Dotarcie do kogoś za granicą mogło by zmienić sytuację i być realną pomocą”</i>
<i>„Uważam, że wszystkie działania zmierzające do promowania nowych idei są bardzo cenne dla środowiska startupów”</i>
<i>„Pomoc we wdrażaniu gotowego rozwiązania do sprzedaży. Doradztwo w zakresie dostosowania produktu do rynku (opracowanie skalowalnego modelu produkcji). Finansowanie certyfikacji”</i>
<i>„Pozyskanie dużych partnerów branżowych, np. partnerów forum do programu”</i>
<i>„Zgłoszenie przez partnerów zapotrzebowania na technologie, które mogą być wykonane przez start-upy”</i>
<i>„Lista uczestników to bardzo duży plus. Warto zadbać o wygodniejszą możliwość przeglądania listy zarejestrowanych uczestników, filtrowanie po branży, itp. oraz bezpośredni odnośnik do profilu na LinkedIn”</i>
<i>„Możliwość spotkania z firmami zainteresowanymi współpracą ze startupami”</i>
<i>„Promocja lokalnych marek/startupów w sposób bezpośredni dla potencjalnych klientów poza granicami”</i>

* Respondenci mogli wpisać dowolną liczbę odpowiedzi. W tabeli zaprezentowano odpowiedzi respondentów w oryginalnej pisowni i losowej kolejności.

Źródło: badania własne

Przedstawiciele badanych przedsiębiorstw mogli również ocenić użyteczność przykładowych działań (wymienionych w kafeterii pytania), mających na celu rozwój innowacji. Niezależnie od tego respondenci mogli zaproponować inny zakres wsparcia, jaki byłby użyteczny dla ich firmy. Według zebranych deklaracji badanych największą użytecznością cieszyłoby się wsparcie

w zakresie marketingu (w tym m.in. promocji, brandingu). Rozkład wszystkich odpowiedzi prezentuje tabela 16.

Tabela 16. Ocena użyteczności dla badanych przedsiębiorstw przykładowych (wymienionych) działań mających na celu rozwój innowacji (n=24)

Wyszczególnienie	Ocena (liczba wskazań)				Nie mam zdania
	Bardzo użyteczne	Średnio użyteczne	Mało użyteczne	Zbędne	
Wsparcie w zakresie analiz rynku i badań marketingowych	6	6	4	4	4
Wsparcie przy optymalizacji modelu biznesowego	6	7	6	2	3
Wsparcie w zakresie marketingu (w tym m.in. promocji, brandingu)	12	5	3	2	2
Wsparcie w poszukiwaniu inwestorów	8	5	3	5	3
Wsparcie w poszukiwaniu pracowników, specjalistów	6	2	6	8	2
Wsparcie w zakresie prawa	3	6	7	6	2
Wsparcie w zakresie finansów	8	3	6	5	2
Inne działania	4	1		2	17

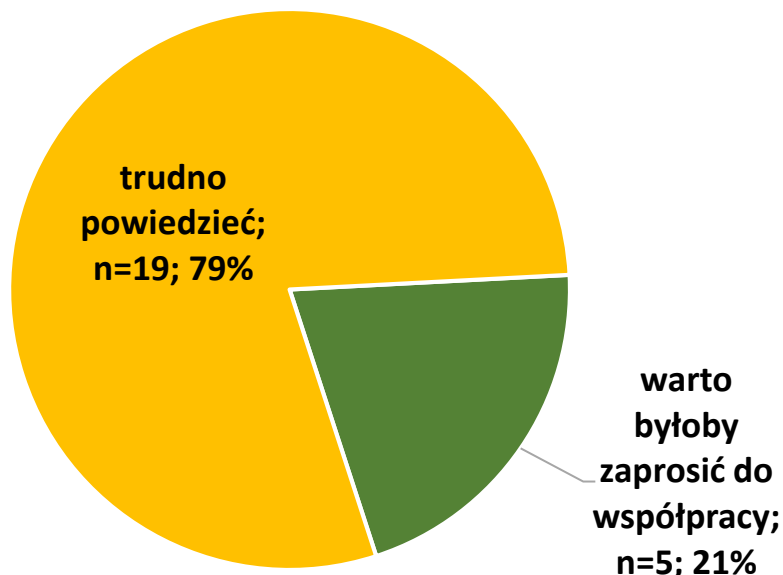
Źródło: badania własne

Wśród innych działań mających na celu rozwój innowacji użytecznych dla badanych przedsiębiorstw wymieniano m.in.: „R & D”, „poszukiwanie partnerów biznesowych”, „wszystkie działania promocyjne za granicą docierające bezpośrednio do potencjalnie zainteresowanych firm”, „feedback od ekspertów”.

Przedstawiciele badanych podmiotów mieli również możliwość wskazania podmiotów (ekspertów, ośrodków badawczych, firm, itp.), które ich zdaniem warto byłoby w przyszłości zaangażować do współpracy mającej na celu rozwój innowacji w Małopolsce (wykres 20).

Zaledwie 5 respondentów zgłosiło swoje propozycje (tabela 17).

Wykres 20. Podmioty (eksperci, ośrodki badawcze, firmy, itp.), które zdaniem respondentów warto byłoby w przyszłości zaangażować do współpracy mającej na celu rozwój innowacji w Małopolsce (n=24)



Źródło: badania własne



Tabela 17. Propozycje osób i instytucji, które zdaniem respondentów warto byłoby w przyszłości zaangażować do współpracy mającej na celu rozwój innowacji w Małopolsce (n=5)

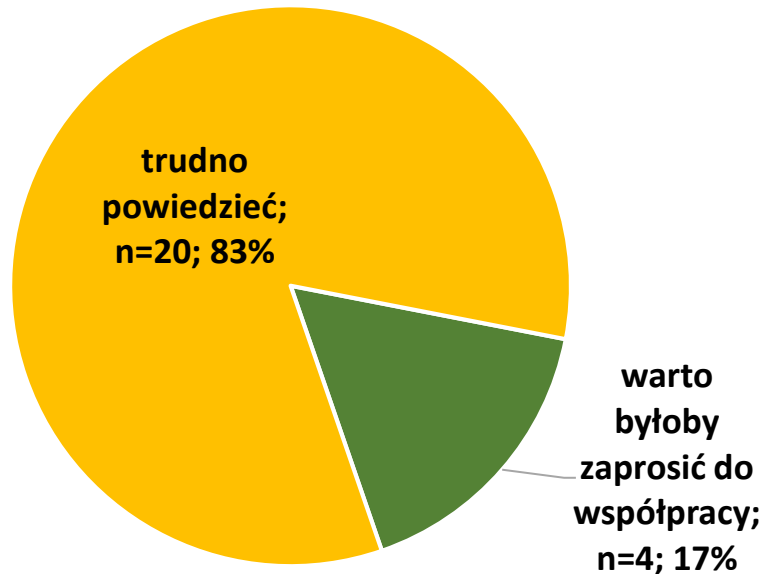
Spontaniczne propozycje respondentów*
„Krzysztof Izdebski”
„Sulma & Sulma (www.SulmaiSulma.pl)”
„osoby decyzyjne, ekspertów branżowych, realnych inwestorów”
„Liderów biznesowych - laureaci konkursów o podłożu biznesowym”
„duże firmy z sektora med-tech, bio-tech”

* Respondenci mogli wpisać dowolną liczbę odpowiedzi. W tabeli zaprezentowano propozycje respondentów w oryginalnej pisowni i losowej kolejności.

Źródło: badania własne

W badaniu zwrócono się także do respondentów z prośbą o wskazanie wydarzeń (konferencji, szkoleń, wyjazdów studyjnych, konkursów, spotkań itp.), które ich zdaniem warto byłoby zorganizować w przyszłości w ramach projektu mającego na celu rozwój innowacji w Małopolsce (wykres 21). Jedynie co szósty badany przedstawił swoje propozycje w tym zakresie (tabela 18).

Wykres 21. Wydarzenia (konferencje, szkolenia, wyjazdy studyjne, konkursy, spotkania itp.), które zdaniem respondentów warto byłoby zorganizować w przyszłości w ramach projektu mającego na celu rozwój innowacji w Małopolsce (n=24)



Źródło: badania własne



Tabela 18. Propozycje wydarzeń, które zdaniem respondentów warto byłoby zorganizować w przyszłości w ramach projektu mającego na celu rozwój innowacji w Małopolsce (n=4)

Spontaniczne propozycje respondentów*
„Interspeech, SpeechTEK, Gamescom”
„podjąć współpracę z bardzo dobrymi imprezami za granicą i organizować misje na takie wydarzenia”
„spotkania z partnerami w zakresie wspólnych projektów. Przykład dobrego spotkania H2020 Artificial Intelligence & Health 16 – 17. September 2019 / Oslo, Norway”
„wydarzenie w stylu corporations meet startups, gdzie startupy mogą pitchować dla korporacji. Coś jak tu: https://theheart.tech/ ”

* Respondenci mogli wpisać dowolną liczbę odpowiedzi. W tabeli zaprezentowano propozycje respondentów w oryginalnej pisowni i losowej kolejności.

Źródło: badania własne

Badane podmioty zadeklarowały zakresy w jakich mogłyby się w przyszłości dodatkowo zaangażować w realizację projektów mających na celu rozwój innowacji w Małopolsce. Spontaniczne odpowiedzi respondentów prezentuje tabela 19.

Tabela 19. W jakim zakresie reprezentowane przez Panią/ Pana przedsiębiorstwo mogłoby się w przyszłości dodatkowo zaangażować w realizację projektów mających na celu rozwój innowacji w Małopolsce)?

Spontaniczne odpowiedzi respondentów*
<i>„Możemy podzielić się swoimi spostrzeżeniami na temat udziału w programach innowacyjnych, opowiedzieć o przygotowaniu i realizacji projektów B+R”</i>
<i>„Rozważamy dzierżawę jednego z Fortów Krakowskich i adaptację go jako inteligentnego nowoczesnego budynku”</i>
<i>„Rozwój wartościowych startup’ów na skalę międzynarodową”</i>
<i>„Trudno powiedzieć. Jesteśmy otwarci, ale mamy ograniczone zasoby”</i>
<i>„Służymy pomocą w opisanii swojej ścieżki działań”</i>
<i>„Stworzenie filmu prezentującego prawdziwą historię o ile obecne działania zakończą się sukcesem”</i>
<i>„Konsultacje w zakresie projektów b+r, zastosowanie sztucznej inteligencji, technologie blockchain”</i>
<i>„Dzielenie się wiedzą, udział w panelach dyskusyjnych”</i>
<i>„Budujemy rozwiązania technologiczne, na których zapotrzebowanie wykracza poza granice Polski. Jeśli rozwiązanie zdobędzie 'product market fit' firma może rozwinąć się znacznie zatrudniając wielu pracowników na rynku małopolskim jak również know-how i intellectual intelligence”</i>
<i>„Promocja własnej oferty”</i>
<i>„Dialog merytoryczny ze specjalistami z branży security”</i>
<i>„Nie mam zdania a ankieta jest bardzo długa. Nie mam tyle czasu”</i>

* Respondenci mogli wpisać dowolną liczbę odpowiedzi. W tabeli zaprezentowano odpowiedzi respondentów w oryginalnej pisowni i losowej kolejności.

Źródło: badania własne

10. Podsumowanie - wnioski

Realizacja badania

Niniejszy raport stanowi podsumowanie pierwszego etapu badania efektywności Projektu „Małopolska Startup Rocket”. Zgodnie z planem w drugim etapie przeprowadzone zostaną indywidualne wywiady pogłębione (IDI) z właścicielami lub menedżerami zarządzającymi sześcioma podmiotami w oparciu o scenariusze wywiadu. Drugi etap badania zostanie zrealizowany od września do grudnia 2020 roku, a zebrane informacje analizowane będą w formie 6 studiów przypadków – startupów.

Celem badania (etap I i II) jest ocena skuteczności podejmowanych działań w ramach Projektu „Małopolska Startup Rocket”. Ponadto celem jest ocena satysfakcji uczestników projektu oraz postrzeganej przez nich adekwatności, użyteczności i skuteczności działań projektowych. Podsumowywane badanie ma charakter regionalny (Małopolska), a uczestniczą w nim podmioty zrekrutowane do Projektu „Małopolska Startup Rocket” - małopolskie innowacyjne przedsiębiorstwa, pozycjonujące siebie jako startupy, działające w obszarach inteligentnych specjalizacji.

Badanie (I etap) przeprowadzono we wrześniu 2019 roku. Wykorzystano metodę ankiety, technikę CAWI (ang. Computer-Assisted Web Interview). Realizacja badania odbyła się za pomocą aplikacji internetowej Webankieta. Za narzędzie badawcze posłużył kwestionariusz ankiety. Do badania w I etapie zaproszono 30 podmiotów – wszystkie przedsiębiorstwa zrekrutowane do Projektu „Małopolska Startup Rocket”. Ostatecznie w podsumowywanym I etapie badania wzięło udział 24 przedsiębiorstwa (80%). Ze względu na specyfikę badania (niewielka liczba przebadanych podmiotów) w wielu przypadkach na wykresach oraz w tabelach zawartych w raporcie dane zaprezentowano są w formie liczby wskazań, zamiast wartości procentowej.

Badane podmioty

Do analizy zakwalifikowano informacje z kwestionariuszy wypełnionych przez przedstawicieli 24 przedsiębiorstw zrekrutowanych do Projektu „Małopolska Startup Rocket”. Połowa z badanych przedsiębiorstw działa na rynku 5 lat lub krócej (Mediana = 2015). Najwięcej badanych firm powstało w 2013 roku. Zdecydowana większość analizowanych podmiotów opiera się na kapitale polskim (21 startupy). Zaledwie 3 przedsiębiorstwa korzystają z kapitału polskiego i zagranicznego.

Część omawianych firm prowadzi więcej niż jeden rodzaj działalności. Większość badanych (19 podmiotów) świadczy między innymi usługi, a 11 analizowanych przedsiębiorstw prowadzi działalność produkcyjną. Dla 14 badanych startupów dominującym rodzajem

działalności są usługi, a dla 9 firm – produkcja. Dominujący rodzaj działalności wyznaczano na podstawie wysokości przychodów w 2018 roku, generowanych w tych podmiotach przez określony rodzaj działalności. 17 z 24 badanych przedsiębiorstw działa na rynku międzynarodowym. Dla co czwartej firmy geograficzny obszar działalności ogranicza się do rynku krajowego.

Wszystkie badane przedsiębiorstwa wpisują się w kategorię mikro- i małych przedsiębiorstw. Nieco więcej w analizowanej próbie jest firm zatrudniających mniej niż 10 pracowników. W 2018 roku wśród 24 badanych przedsiębiorstw 9 osiągnęło przychody w przedziale od 100 tys. do 500 tys. złotych. Żadna z badanych firm nie wypracowała w analizowanym okresie przychodów powyżej 5 mln złotych. Obszarami technologicznymi, w których największa liczba badanych realizuje swoje projekty są: Business Analytics oraz Hardware IoT (po 6 wskazań). Czterech respondentów wskazało Medtech. W obszary te wpisuje się także najwięcej projektów zgłoszonych do Konkursu Startup Award.

Biorąc pod uwagę inteligentne specjalizacje Małopolski, najwięcej badanych przedsiębiorstw wpisuje się w technologie informacyjne i komunikacyjne ICT (15 podmiotów). Pięć badanych startupów specjalizuje się w przemysłach kreatywnych i czasu wolnego, a trzy w naukach o życiu. W przypadku większości analizowanych przedsiębiorstw (15) projekty zgłoszone do Konkursu Startup Award znajdują się we wczesnej fazie ekspansji rynkowej. Zdecydowanie najwięcej respondentów (18) zadeklarowało, że ich przedsiębiorstwo wdraża innowacje produktowe. Prawie wszystkie analizowane podmioty wdrażają rozwiązania innowacyjne w skali międzynarodowej. Zaledwie 2 na 24 firmy oferują rozwiązanie innowacyjne w skali kraju.

Trzech na czterech respondentów to mężczyźni. 80 % badanych ma nie więcej niż 39 lat. W próbie dominują osoby w przedziale wiekowym 30-39 lat. Wszyscy respondenci ukończyli studia wyższe. Staż zawodowy większości badanych osób wynosi ponad 10 lat. Większość przedsiębiorstw reprezentowali w badaniu prezesi zarządu, dyrektorzy, właściciele, członkowie zarządu lub założyciele startupów.

Wyniki badania

Respondenci wysoko oceniają Projekt „Małopolska Startup Rocket”. Spośród przedstawionych kryteriów relatywnie najwyżej oceniane są: dotychczasowa terminowość realizacji założeń projektu, zaproponowany harmonogram poszczególnych działań projektowych oraz profesjonalizm ze strony koordynatorów projektu. Nieco niższe oceny przypisano następującym kryteriom: adekwatność działań projektowych do sytuacji rynkowej (obecnej i przewidywanej), dobór ekspertów zapraszanych na wydarzenia projektowe, a także poziom merytoryczny wydarzeń organizowanych w ramach projektu. Zdaniem trzech na czterech respondentów dotychczasowa realizacja Projektu „Małopolska Startup Rocket” w pełni lub w wysokim stopniu pokrywa się z jego założeniami.

Respondenci relatywnie wysoko oceniają użyteczność dotychczas zrealizowanych działań w ramach Projektu „Małopolska Startup Rocket”. Najbardziej użyteczne zdaniem badanych są: organizacja Startup Session Elite podczas XXIX Forum Ekonomicznego w Krynicy Zdroju,

a także nagranie i prezentacje filmu promocyjnego (którego celem jest m.in. promocja startupów i innowacji). Ponadto zgodnie z deklaracjami respondentów użyteczne jest opracowanie katalogu 30 małopolskich startupów i jego dystrybucja w kraju i za granicą (wersja elektroniczna i drukowana). Na uwagę zasługuje duże znaczenie jakie przypisują respondenci udziałowi ich przedsiębiorstwa w Startup Session Elite. Nie dziwi więc, że część z badanych ocenia poziom dotychczasowej realizacji Projektu przez pryzmat właśnie tego wydarzenia. Relatywnie duża liczba respondentów nie posiadająca zdania na temat użyteczności organizacji Forum Innowacji w Tarnowie, może wynikać z tego, że podmioty te nie uczestniczyły w w/w wydarzeniu. Większość respondentów ocenia swój poziom satysfakcji z udziału w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” jako wysoki lub bardzo wysoki.

Bardzo ważnym elementem Projektu „Małopolska Startup Rocket” dla badanych przedsiębiorstw są wyjazdy na czołowe targi innowacji do Japonii, Malezji, Niemiec, Włoch, Singapuru oraz Izraela. Najwięcej badanych podmiotów deklaruje chęć udziału w targach nano.tech. Tokio w Japonii (6 startupów) oraz w Malaysia Technology Expo, Kuala Lumpur, w Malezji (6 startupów). Mniejszym zainteresowaniem cieszą się targi Technology Hub, Mediolan, we Włoszech.

Głównymi celami badanych podmiotów przystępujących do Projektu „Małopolska Startup Rocket” były: promocja oferty przedsiębiorstwa, udział w czołowych targach innowacji (w Japonii, Malezji, Niemiec, Włoch, Singapuru, lub w Izraelu), a także ekspansja na rynki zagraniczne. Relatywnie mniejsze znaczenie wśród wymienionych celów miały m.in.: pozyskanie współpracowników, oraz nawiązanie/ rozwój współpracy ze środowiskiem naukowym. Respondenci zostali poproszeni o określenie jakie cele osiągnęły reprezentowane przez nich przedsiębiorstwa dzięki uczestnictwu w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” (na dotychczasowym poziomie realizacji). Według deklaracji respondentów analizowanym startupom z listy przykładowych celów w największym stopniu udało się dotychczas promować ofertę firmy i wziąć udział w Startup Session Elite podczas Forum Ekonomicznego w Krynicy Zdroju, a także nawiązać (rozwinąć) współpracę z przedstawicielami innych innowacyjnych przedsiębiorstw w Małopolsce. Dotychczas w najmniejszym stopniu udało się zrealizować takie cele jak: pozyskanie inwestora, pozyskanie źródła finansowania oraz nawiązanie (rozwińcie) współpracy ze środowiskiem naukowym.

Zdaniem piętnastu respondentów udział reprezentowanego przez nich przedsiębiorstwa w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” w wysokim lub bardzo wysokim stopniu spełnia ich oczekiwania. W odpowiedzi na kolejne pytanie (otwarte) respondenci mogli zaproponować działania, jakie ich zdaniem należałoby podjąć w Projekcie „Małopolska Startup Rocket”, aby w jeszcze większym stopniu wpisywały się w oczekiwania badanych przedsiębiorstw. Prawie połowa badanych nie zaproponowała żadnych działań mogących poprawić użyteczność działań projektowych. Wśród zgłoszonych propozycji pojawiały się sugestie dotyczące m.in. lepszej organizacji Strefy Startupów podczas Forum Ekonomicznego w Krynicy-Zdroju (m.in. korzystniejsza lokalizacja strefy, skuteczniejsza promocja), większego wsparcia w nawiązywaniu kontaktów z docelową grupą odbiorców danego rozwiązania jakie startup opracowuje, z firmami zainteresowanymi współpracą ze startupami.

Badani ocenili również organizację Forum Innowacji w Tarnowie (15-16 kwietnia). Relatywnie najwyższe oceny respondentów otrzymały: organizacja Konkursu Małopolska Startup Award, Startups' Pitches, oraz dyskusje panelowe. Nieco słabiej oceniono organizację Hackathon Zaprogramuj Tarnów, a także konkurs dla młodych konstruktorów Robot Show.

Przedstawiciele badanych startupów wskazali czynniki, które w największym stopniu zachęciły reprezentowane przez nich przedsiębiorstwa do udziału w Konkursie Małopolska Startup Award. Badani mogli wskazać maksymalnie trzy odpowiedzi. Jednym z głównych czynników motywujących prawie wszystkie badane przedsiębiorstwa do udziału w Konkursie Małopolska Startup Award jest możliwość wyjazdu na zagraniczne targi innowacji. Ważne były także możliwość zaprezentowania swojego startupu podczas Startup Session Elite na XXIX Forum Ekonomicznym w Krynicy Zdroju oraz możliwość nawiązania kontaktu z potencjalnymi partnerami biznesowymi.

Respondenci ocenili Konkurs Startup Award realizowany w ramach Projektu „Małopolska Startup Rocket”. Wykorzystano do tego zestaw siedmiu kryteriów. Badani relatywnie najwyższej oceniają organizację i przebieg konkursu, kwestie formalne związane z rejestracją udziału w konkursie oraz realizację celu konkursu (promowanie najlepszych praktyk z obszaru innowacji stosowanych przez polskich przedsiębiorców). Nieco słabiej oceniono jakość komentarzy - feedbacku otrzymywanego przez uczestników konkursu od ekspertów, atrakcyjność nagród w konkursie oraz dobór analityków i ekspertów do organów oceniających zgłoszone projekty konkursowe. Wśród zaproponowanych modyfikacji poprawiających efektywność Konkursu, respondenci wymieniali m.in. bardziej adekwatny dobór nagród, skuteczniejszą promocję konkursu, lepszy feedback od ekspertów, zapraszanie większej liczby inwestorów.

Wszystkie badane przedsiębiorstwa były reprezentowane podczas Startup Session Elite w Krynicy-Zdroju (w trakcie XXIX Forum Ekonomicznego). W zakresie organizacji Startup Session Elite stosunkowo najkorzystniej oceniono integrację środowiska startupowego, wymianę kontaktów, networking oraz prezentacje startupów. Nieco gorsze oceny uzyskały stoiska startupowe i specjalna strefa startupowa oraz panele dyskusyjne o tematyce startupowej i nowych technologiach. Respondenci zaproponowali, aby w przyszłości poprawić lokalizację Strefy Startupów, skuteczniej wypromować Strefę i samo wydarzenie, a także ułatwić przedstawicielom startupów nawiązanie kontaktów z ekspertami i instytucjami (firmami) zainteresowanymi ich ofertą (współpracą). Dziewięciu respondentów nie zgłosiło żadnych propozycji w omawianym zakresie.

Nieco ponad połowę badanych przedsiębiorstw planuje zacieśnienie współpracy z innymi startupami uczestniczącymi w Projekcie „Małopolska Startup Rocket”. Według deklaracji respondentów planują oni zacieśniać współpracę szczególnie w zakresie promocji oraz wymiany doświadczeń i informacji rynkowych. Cztery na pięć badanych podmiotów wyraża zainteresowanie współpracą z Instytutem Studiów Wschodnich w ramach innych projektów z obszaru innowacji. Zaproponowali oni działania jakie ich zdaniem należałoby wprowadzić w przyszłości w ramach podobnych projektów z obszaru innowacji.

Wśród propozycji znalazły się m.in.:

- „Pomoc we wdrażaniu gotowego rozwiązania do sprzedaży. Doradztwo w zakresie dostosowania produktu do rynku (opracowanie skalowalnego modelu produkcji). Finansowanie certyfikacji”;
- „Mentoring, networking z doświadczonymi praktykami”;
- „Lepszą opiekę nad startupami i bardziej bezpośrednią promocję startupów”;
- „Promocja branżowa na istotnych imprezach zagranicznych. W Polsce nie ma doświadczonych inwestorów w niektórych branżach, lub ich środki są mocno ograniczone, lub mają niską skłonność do inwestycji długoterminowych np. w branży medyczną, gdzie efekty przychodzą po latach. (...)”;
- „Promocja lokalnych marek/startupów w sposób bezpośredni dla potencjalnych klientów poza granicami”;
- „Zgłoszenie przez partnerów zapotrzebowania na technologie, które mogą być wykonane przez start-upy”.

Według zebranych deklaracji badanych największą użytecznością dla ich przedsiębiorstw cieszyłoby się wsparcie w zakresie marketingu (w tym m.in. promocji, branding), wsparcie przy optymalizacji modelu biznesowego, oraz wsparcie przy poszukiwaniu inwestorów. Zaledwie pięciu przedstawicieli badanych startupów wskazało podmioty (ekspertów, ośrodki badawcze, firmy, itp.), które ich zdaniem warto byłoby w przyszłości zaangażować do współpracy mającej na celu rozwój innowacji w Małopolsce. Wśród propozycji znaleźli się: „Krzysztof Izdebski”, „Sulma & Sulma (www.SulmaiSulma.pl)”, „osoby decyzyjne, eksperci branżowi, realni inwestorzy”, „liderzy biznesowi - laureaci konkursów o podłożu biznesowym”, „duże firmy z sektora med-tech, bio-tech”. Ponadto czterej respondenci wskazali wydarzenia, które ich zdaniem warto byłoby w przyszłości zorganizować w ramach projektu mającego na celu rozwój innowacji w Małopolsce. Propozycje te obejmują:

- „spotkania z partnerami w zakresie wspólnych projektów. Przykład dobrego spotkania H2020 Artificial Intelligence & Health 16 – 17. September 2019 / Oslo, Norway;
- „wydarzenie w stylu corporations meet startups, gdzie startupy mogą pitchować dla korporacji. Coś jak tu: <https://theheart.tech/>”;
- „Interspeech, SpeechTEK, Gamescom”;
- „podjąć współpracę z bardzo dobrymi imprezami za granicą i organizować misje na takie wydarzenia”.

Badane podmioty zadeklarowały zakresy w jakich mogłyby się w przyszłości dodatkowo zaangażować w realizację projektów mających na celu rozwój innowacji w Małopolsce. Wśród spontanicznych propozycji trzynastu respondentów pojawiły się m.in.:

- „stworzenie filmu prezentującego prawdziwą historię o ile obecne działania zakończą się sukcesem”;
- „dzielenie się wiedzą, udział w panelach dyskusyjnych”;
- „możemy podzielić się swoimi spostrzeżeniami na temat udziału w programach innowacyjnych, opowiedzieć o przygotowaniu i realizacji projektów B+R”;

- „konsultacje w zakresie projektów b+r, zastosowanie sztucznej inteligencji, technologie blockchain”;
- „budujemy rozwiązania technologiczne, na których zapotrzebowanie wykracza poza granice Polski. Jeśli rozwiązanie zdobędzie 'product market fit' firma może rozwinąć się znacznie zatrudniając wielu pracowników na rynku małopolskim jak również know-how i intellectual intelligence”;
- „dialog merytoryczny ze specjalistami z branży security”;
- „służymy pomocą w opisanu swojej ścieżki działań”.

11. Spis wykresów i tabel

Spis wykresów

Wykres 1. Rok powstania badanych przedsiębiorstw.....	8
Wykres 2. Forma własności.....	8
Wykres 3. Rodzaj działalności prowadzony przez badane przedsiębiorstwa.....	9
Wykres 4. Dominujący rodzaj działalności prowadzony przez badane przedsiębiorstwa (rodzaj działalności, z którego badane przedsiębiorstwo uzyskiwało największe obroty w 2018 roku).....	9
Wykres 5. Geograficzny obszar działalności badanych przedsiębiorstw.....	10
Wykres 6. Wielkość badanych przedsiębiorstw.....	10
Wykres 7. Poziom przychodów badanych przedsiębiorstw w 2018 roku.....	11
Wykres 8. Obszary technologiczne, w których realizowane są projekty badanych przedsiębiorstw.....	11
Wykres 9. Obszary technologiczne, w których realizowane są projekty zgłoszone przez badane przedsiębiorstwa do Konkursu Startup Award.....	12
Wykres 10. Inteligentne specjalizacje Małopolski, w których specjalizują się badane przedsiębiorstwa.....	13
Wykres 11. Fazy, w jakich znajdują się realizowane projekty, zgłoszone do Konkursu Startup Award.....	13
Wykres 12. Skala innowacji wdrażanych przez badane przedsiębiorstwa.....	14
Wykres 13. Poziom satysfakcji respondentów z udziału w Projekcie „Małopolska Startup Rocket”.....	20
Wykres 14. Deklarowana chęć uczestnictwa badanych startupów w poszczególnych targach innowacji.....	21
Wykres 15. W jakim stopniu udział reprezentowanego przez Panią/ Pana przedsiębiorstwa w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” spełnia Państwa oczekiwania (biorąc pod uwagę harmonogram dotychczasowych działań)?.....	25
Wykres 16. Czynniki, które w największym stopniu zachęciły badane startupy do udziału w konkursie Małopolska Startup Award.....	30
Wykres 17. Czy reprezentowane przez Panią/ Pana przedsiębiorstwo planuje zacieśnienie współpracy z innymi przedsiębiorstwami uczestniczącymi w Projekcie „Małopolska Startup Rocket”?.....	35

Wykres 18. Zakresy w jakich badane startupy zamierzają rozwijać współpracę z innymi firmami uczestniczącymi w Projekcie „Małopolska Startup Rocket”	36
Wykres 19. Czy reprezentowane przez Panią/ Pana przedsiębiorstwo jest zainteresowane w przyszłości współpracą z Fundacją Instytut Studiów Wschodnich w ramach innych projektów z obszaru innowacji?	36
Wykres 20. Podmioty (eksperti, ośrodki badawcze, firmy, itp.), które zdaniem respondentów warto byłoby w przyszłości zaangażować do współpracy mającej na celu rozwój innowacji w Małopolsce	39
Wykres 21. Wydarzenia (konferencje, szkolenia, wyjazdy studyjne, konkursy, spotkania itp.), które zdaniem respondentów warto byłoby zorganizować w przyszłości w ramach projektu mającego na celu rozwój innowacji w Małopolsce	40

Spis tabel

Tabela 1.	Kategorie innowacji wdrażane przez badane przedsiębiorstwa.....	14
Tabela 2.	Charakterystyka respondentów.....	15
Tabela 3.	Obecne stanowiska pracy respondentów.....	15
Tabela 4.	Ocena Projektu „Małopolska Startup Rocket” wg wybranych kryteriów.....	17
Tabela 5.	W jakim stopniu Pani/ Pana zdaniem dotychczasowa realizacja odpowiada zaprezentowanym na wstępie założeniom Projektu „Małopolska Startup Rocket”?.....	18
Tabela 6.	Ocena użyteczności dla badanych przedsiębiorstw dotychczas zrealizowanych działań w ramach Projektu „Małopolska Startup Rocket”.....	19
Tabela 7.	Cele badanych przedsiębiorstw przed przystąpieniem do Projektu „Małopolska Startup Rocket”.....	23
Tabela 8.	Cele jakie osiągnęły badane przedsiębiorstwa dzięki uczestnictwu w Projekcie „Małopolska Startup Rocket” (na dotychczasowym etapie realizacji projektu).....	24
Tabela 9.	Propozycje działań, które zdaniem respondentów należałoby podjąć w Projekcie „Małopolska Startup Rocket”, aby w jeszcze większym stopniu wpisywały się w oczekiwania badanych przedsiębiorstw.....	26
Tabela 10.	Ocena poszczególnych działań podejmowanych w ramach Forum Innowacji w Tarnowie (15-16 kwietnia 2019 roku).....	28
Tabela 11.	Ocena Konkursu Małopolska Startup Award realizowanego w ramach Projektu „Małopolska Startup Rocket” wg wybranych kryteriów.....	31
Tabela 12.	Propozycje modyfikacji, jakie zdaniem respondentów należałoby wprowadzić do konkursu Małopolska Startup Award, aby w przyszłości poprawić jego efektywność.....	32
Tabela 13.	Ocena organizacji Startup Session Elite podczas XXIX Forum Ekonomicznego w Krynicy Zdroju.....	33
Tabela 14.	Propozycje modyfikacji, jakie zdaniem respondentów należałoby wprowadzić do organizacji Startup Session Elite podczas Forum Ekonomicznego w Krynicy Zdroju.....	34
Tabela 15.	Propozycje dodatkowych działań jakie zdaniem respondentów należałoby wprowadzić w przyszłości w ramach podobnych projektów z obszaru innowacji.....	37
Tabela 16.	Ocena użyteczności dla badanych przedsiębiorstw przykładowych (wymienionych) działań mających na celu rozwój innowacji.....	38

Tabela 17. Propozycje osób i instytucji, które zdaniem respondentów warto byłoby w przyszłości zaangażować do współpracy mającej na celu rozwój innowacji w Małopolsce.....	39
Tabela 18. Propozycje wydarzeń, które zdaniem respondentów warto byłoby zorganizować w przyszłości w ramach projektu mającego na celu rozwój innowacji w Małopolsce.....	40
Tabela 19. W jakim zakresie reprezentowane przez Panią/ Pana przedsiębiorstwo mogłoby się w przyszłości dodatkowo zaangażować w realizację projektów mających na celu rozwój innowacji w Małopolsce)?.....	41

KONTAKT

Firma: WINHILL Consulting

Osoba do kontaktu: dr Marek Rutkowski

Adres: ul. Lwowska 135, 33-300 Nowy Sącz

Telefon: +48 697 72 55 77

Mail: marekrutkowski@winhill.pl

Www: www.winhill.pl