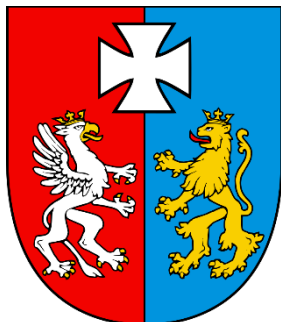




Grudzień 2023

Raport końcowy

Oferta Instytucji Otoczenia Biznesu dla przedsiębiorców województwa podkarpackiego



Zamawiający:

Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego

al. Łukasza Cieplińskiego 4

35-010 Rzeszów

Openfield

Wykonawca:

Openfield sp. z o.o.

ul. Tadeusza Kościuszki 29/4

45-062 Opole

Spis treści

Spis treści	3
Wykaz skrótów	5
1. Streszczenie	6
2. Wprowadzenie	10
3. Opis zastosowanej metodyki badania	12
3.1. Analiza desk research	12
3.2. Analiza statystyczna wraz z metodą kartograficzną	13
3.3. CAWI/CATI	14
3.3.1. Podkarpackie Instytucje Otoczenia Biznesu	14
3.3.2. Podkarpackie przedsiębiorstwa	15
3.4. IDI/TDI	17
3.5. Case study	18
3.6. Panel ekspertów	19
4. Kontekst teoretyczny	19
5. Opis wyników badania wraz z wnioskami	28
5.1. Kluczowe informacje o badanych IOB	28
5.2. Charakterystyka działalności podkarpackich IOB poddanych analizie	33
5.2.1. Podsumowanie	59
5.3. Ocena usług PIOB z perspektywy podkarpackich przedsiębiorstw	60
5.3.1. Ocena skutków korzystania z usług IOB w opinii przedsiębiorców	73
5.3.2. Podsumowanie	77
5.4. Zapotrzebowanie podkarpackich przedsiębiorstw na usługi PIOB – wskazanie luk pomiędzy podażą i popytem	78
5.4.1. Podział zapotrzebowania przedsiębiorców względem dużych ośrodków miejskich i terenów poza nimi	84
5.4.2. Podsumowanie	93
5.5. Potencjał rozwojowy podkarpackich IOB	94
5.5.1. Bariery wpływające na działalność podkarpackich IOB	100
5.5.2. Podsumowanie	101

5.6. Zewnętrzne sieci współpracy i jej skutki	102
5.6.1. Podsumowanie	109
6. Wnioski i rekomendacje	110
Bibliografia	119
Spis tabel, wykresów oraz rysunków	121
Spis wykresów	121
Spis tabel	122
Spis map	124
Aneks	124
Załącznik nr 1. Zestawienie poddanych analizie IOB	124
Załącznik nr 2. Zestawienie tabel z danymi opisanymi w raporcie	156
Załącznik nr 3. Tabele Case Study	161

Wykaz skrótów

Tabela 1. Wykaz skrótów

Skrót	Objaśnienie
CAWI	Computer-Assisted Web Interview – wspomagany komputerowo wywiad przy pomocy strony WWW
CATI	Computer-assisted telephone interviewing – wspomagany komputerowo wywiad telefoniczny
CP	Cel Polityki
IDI	Individual In-depth Interview – indywidualny wywiad pogłębiony
TDI	Telephone In-depth Interview – telefoniczny wywiad pogłębiony
IOB	Instytucje Otoczenia Biznesu
SOR	Strategia na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju
FEP 2021-2027	Fundusze Europejskie dla Podkarpacia 2021-2027
PKJPA	Program Kontroli Jakości Pracy Ankieterów
MŚP	Małe i średnie przedsiębiorstwa
PIOB	Podkarpackie Instytucje Otoczenia Biznesu
DOM	Duże Ośrodki Miejskie
LGD	Lokalne Grupy Działania
ICT	Branża teleinformatyczna
PFR	Podkarpacki Fundusz Rozwoju

1. Streszczenie

Celem głównym przeprowadzonego badania było określenie dostępności oferty IOB działających na obszarze województwa podkarpackiego dla regionalnych przedsiębiorstw z uwzględnieniem podziału na firmy zlokalizowane w dużych ośrodkach miejskich i poza nimi. Badanie przeprowadzono w okresie sierpnia-października 2023 roku na terenie województwa podkarpackiego pośród 29 Instytucji Otoczenia Biznesu oraz reprezentatywnej próby 383 przedsiębiorców, posiadających siedzibę swojej firmy w tym właśnie regionie. Warto nadmienić, iż zakładano kontakt z 45 zidentyfikowanymi Instytucjami Otoczenia Biznesu, jednak 16 z nich odmówiło udziału w badaniu lub kontakt okazał się utrudniony, wobec czego operat uległ zmianie w trakcie przebiegu badania.

Większość podkarpackich IOB, które wzięły udział w badaniu, ma swoją siedzibę w podregionie rzeszowskim – 58,6%. Podregion tarnobrzeski jest miejscem działalności 20,7% jednostek, z kolei krośnieński – 13,8%. Pozostałe 6,9% badanych to podmioty funkcjonujące w obrębie podregionu przemyskiego.

Analizy wykazały szczególnie niski poziom wiedzy przedsiębiorców na temat tych instytucji, zaledwie 20,9% badanych przedsiębiorców posiada jakąkolwiek wiedzę o IOB w regionie. Wskazane IOB to głównie Izba Rzemieślnicza, Agencja Rozwoju Regionalnego, Inkubatory Przedsiębiorczości, Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego (RARR), Dolina Lotnicza oraz Mielecka Agencja Rozwoju Regionalnego. Istnieją różnice regionalne w poziomie wiedzy o IOB, gdzie większa wiedza występuje wśród przedsiębiorców z większych ośrodków miejskich (30,9%). Około 18,5% przedsiębiorców zadeklarowało znajomość oferty usługowej IOB, gdzie dominujące usługi to informacje i doradztwo ogólne, szkolenia oraz pomoc w nawiązywaniu kontaktów z partnerami biznesowymi.

Wśród najczęściej świadczonych przez PIOB usług znalazły się informacje i doradztwo ogólne, wskazane przez 72,4% badanych oraz przeprowadzanie szkoleń (58,6%). Podkarpackie IOB świadczą także usługi pomocy w pozyskiwaniu finansowania (58,6%) oraz w nawiązywaniu kontaktów biznesowych – 44,8% badanych instytucji wskazało taką odpowiedź. Ponadto najrzadziej wykazywaną opcją okazało się przeprowadzanie diagnozy potencjału eksportowego oraz udzielanie ubezpieczeń, gdyż nie zajmuje się tym żaden z poddanych badaniu podmiotów.

Podkarpackie IOB stanęły przed wyzwaniami i potrzebami rozwojowymi, w tym uzyskaniem finansowania, doskonaleniem kadry, dostosowaniem oferty do potrzeb rynku, a także adaptacją regulacji prawnych. Najważniejszym źródłem finansowania są subwencje i dotacje, choć nieco ponad 62% IOB korzysta z tego źródła, a tylko 27,6% uważa, że ma to duży wpływ na finansowanie działalności.

Kluczowymi barierami wpływającymi na działalność IOB są ograniczone możliwości finansowe odbiorców usług (51,7%) oraz oczekiwanie nieodpłatnej pomocy przez przedsiębiorstwa (24,1%). Współpraca projektowa IOB z innymi podmiotami jest dominującą formą kooperacji, przynosząc korzyści w postaci wymiany wiedzy i doświadczeń (94,7%) oraz zwiększenia zasięgu i widoczności działań instytucji (89,5%). Współpraca ta wpływa na rozwijanie rynku w regionie i zwiększa konkurencyjność przedsiębiorstw. Istnieje jednak kilka barier w procesie nawiązywania kontaktów i współpracy, takich jak brak kultury współpracy, trudności komunikacyjne i ograniczona świadomość możliwości współpracy.

Przedsiębiorstwa wyrażają zapotrzebowanie na różnorodne usługi IOB, takie jak uzyskiwanie dofinansowań, doradztwo biznesowe, szkolenia i rozwój pracowników. Około 23,9% przedsiębiorstw uważa, że oferta IOB nie spełnia potrzeb przedsiębiorców z regionu. Propozycje rozwiązań obejmują budowę platformy wiedzy i wymiany doświadczeń oraz ułatwienie kontaktu z pracownikami IOB. Instytucje z reguły obsługują ponad 50 klientów rocznie, głównie małe i mikroprzedsiębiorstwa.

Tylko 8,1% przedsiębiorstw korzystało z usług IOB w ciągu ostatnich 4 lat, choć 19,8% wyraziło obecne zapotrzebowanie na te usługi. Istnieją różnice regionalne w ocenie adekwatności usług IOB do zapotrzebowania przedsiębiorców, gdzie 54,5% badanych firm uważa, że oferta IOB nie spełnia potrzeb w podregionie krośnieńskim, w porównaniu do 33,3% w podregionie tarnobrzeskim. Przedsiębiorcy niekorzystający lub nieplanujący korzystać z usług IOB wskazują przede wszystkim brak konkretnych problemów wymagających wsparcia, brak świadomości, brak czasu na szukanie nowych rozwiązań i ograniczone zasoby finansowe.

Wsparcie od IOB przyczynia się do różnorodnych korzyści dla przedsiębiorstw, takich jak podniesienie kwalifikacji pracowników, rozwijanie rynku w regionie, rozwijanie kontaktów biznesowych, zwiększanie innowacyjności i wiele innych. Współpraca z IOB wpływa na sukces przedsiębiorstw w regionie poprzez dostęp do nowych klientów i rozbudowę sieci kontaktów biznesowych. Niemniej jednak, pomimo tych korzyści, IOB często napotyka także wyzwania. Brak środków finansowych może ograniczać możliwość wykorzystania pełnego potencjału oferty IOB. Ponadto brak odpowiedniej kadry może utrudniać efektywne korzystanie z dostępnych wsparć, zwłaszcza jeśli wymagają one zaawansowanej wiedzy i doświadczenia.

Podsumowując całokształt uzyskanych wyników i ich interpretacji w ramach przeprowadzonego badania, należy podkreślić kilka kluczowych wniosków, które syntetycznie przedstawiono w poniższych punktach:

- identyfikuje się niski poziom wiedzy regionalnych przedsiębiorców o IOB działających na terenie województwa podkarpackiego, a także niska świadomość o oferowanych przez nie usługach;
- rozpowszechnienie informacji o możliwościach skorzystania z usług wspierających biznes w regionie jest niewystarczające;

- współpraca IOB z innymi podmiotami skupia się głównie na wspólnym prowadzeniu projektów oraz wymianie wiedzy i doświadczeń;
- korzyści z perspektywy przedsiębiorców, jakie płyną z korzystania z usług PIOB, są różnorodne – w tym przede wszystkim wymienić należy podnoszenie kwalifikacji pracowników czy też wzrost jakości obsługi klientów;
- w województwie podkarpackim obserwuje się ogólny niski stopień korzystania z usług PIOB oraz ich niezadowalające dopasowanie do potrzeb przedsiębiorców;
- w regionie panuje niska świadomość przedsiębiorców w zakresie działalności podejmowanej przez PIOB i korzyściach płynących ze współpracy z nimi, co przekłada się na niski stopień wskazywanego zapotrzebowania na usługi dla biznesu przez samych przedstawicieli sektora przedsiębiorstw w regionie; wskazuje to na dalszą potrzebę edukacji i prowadzenia konsultacji w tej kwestii;
- najważniejszą barierą dla rozwoju badanych IOB są ograniczone możliwości finansowe odbiorców usług;
- najważniejszym wyzwaniem dla PIOB, jeśli chodzi o umożliwienie świadczenia usług, jest brak wystarczającej ilości środków finansowych.

W związku z powyższymi kluczowymi wnioskami sformułowano kilka rekomendacji, które obejmują następujące obszary tematyczne poruszanych zagadnień:

- zwiększenie świadomości przedsiębiorców o IOB,
- networking,
- pomoc o charakterze kompleksowym.

Warto także podkreślić wagę rekomendacji powstałych w wyniku niniejszych badań. W celu efektywnego dostosowania usług Instytucji Otoczenia Biznesu do potrzeb przedsiębiorców w woj. podkarpackim, zaleca się strategię budowania relacji poprzez regularne spotkania z lokalnymi firmami. Bezpośrednie interakcje pomogą zidentyfikować obszary wsparcia, prowadząc do rozwijania skuteczniejszych programów. Wdrożenie tej strategii przyczyni się do lepszego dopasowania oferty IOB do realnych potrzeb rynku, zwiększenia korzyści dla klientów oraz wspierania rozwoju i innowacji w regionie. Dla mniejszych miejscowości proponuje się utworzenie punktów konsultacyjnych dla łatwiejszego dostępu do pomocy. W przypadku zwiększenia samej świadomości przedsiębiorców o IOB, rekomendacje obejmują wykorzystanie marketingu szeptanego, uczestnictwo w targach branżowych, aktywność na mediach społecznościowych i organizację webinarów. Współpraca z uczelniami i szkołami biznesowymi może także pomóc w kształtowaniu przyszłych pokoleń przedsiębiorców.

W zakresie networkingu sugeruje się skoncentrowanie się na budowaniu relacji poprzez regularne spotkania z przedstawicielami firm, co pozwoli lepiej zrozumieć ich potrzeby. Ta bliska współpraca może zwiększyć zaufanie do IOB jako partnera biznesowego. Dla mniejszych miejscowości proponuje się utworzenie punktów konsultacyjnych, aby przedsiębiorcy mieli łatwiejszy dostęp do pomocy.

W obszarze kompleksowego wsparcia dla przedsiębiorców, IOB powinny oferować szeroki zakres usług, takich jak doradztwo biznesowe, szkolenia, wsparcie finansowe, promocja i marketing, dostęp do sieci kontaktów, pomoc w ekspansji zagranicznej, rozwiązywanie problemów prawnych itp. Ważne jest także zacieśnienie współpracy między różnymi IOB, aby region rozwijał się kompleksowo. Na koniec, rekomenduje się, aby Samorząd Województwa (wraz z instytucjami wypełniającymi poszczególne jego zadania), który poprzez kształtowanie odpowiedniej polityki regionalnej pełni rolę lidera również w zakresie polityki innowacyjnej w regionie, w dalszym ciągu skupiał się na wzmacnianiu koordynacji działań rozwojowych i intensyfikował skutecznie wdrażane wsparcie dla podejmowania współpracy między IOB a przedsiębiorstwami w województwie podkarpackim. To może przyczynić się do zwiększenia efektywności IOB i ich wpływu na rozwijający się sektor przedsiębiorstw w regionie.

2. Wprowadzenie

Instytucjami otoczenia biznesu (IOB) określane są „bez względu na formę prawną, podmioty prowadzące działalność na rzecz rozwoju przedsiębiorczości i innowacyjności, nie działające dla zysku lub przeznaczające zysk na cele statutowe zgodnie z zapisami w statucie lub innym równoważnym dokumencie założycielskim, posiadające bazę materialną, techniczną i zasoby ludzkie oraz kompetencyjne niezbędne do świadczenia usług na rzecz sektora MŚP”¹. Jak wynika z powyższego, IOB pełnią istotną rolę w podnoszeniu poziomu innowacyjności i konkurencyjności regionu. Ważne jest zapewnianie odpowiednich warunków do ich rozwoju i systematycznego podnoszenia jakości świadczonych usług.

IOB zajmują ważne miejsce w układzie działań strategicznych podejmowanych w województwie podkarpackim. Świadczą o tym cele określone w dokumentach dotyczących kierunków rozwoju regionu zaplanowanych do roku 2020, ale również ich kontynuacja w obecnie obowiązujących zapisach. Uwzględnianie IOB w projektowaniu działań na rzecz rozwoju województwa jest istotne, ponieważ tworzą one część struktury regionalnego systemu innowacji, którego wzmocnienie stanowi jeden z kluczowych czynników wpływających na poziom innowacyjności regionu. IOB świadczą szeroki katalog usług, przede wszystkim kierowanych do przedsiębiorstw, których celem jest budowanie konkurencyjności i wspieranie działalności innowacyjnej firm – taka rola IOB akcentowana jest w dokumentach strategicznych dot. województwa podkarpackiego.²

Wskazuje się również na wyzwania w zakresie rozwoju IOB i środowiska umożliwiającego rozwój innowacyjnej gospodarki sformułowane też w zapisach *Strategii rozwoju województwa – Podkarpackie 2030*. Można w niej przeczytać, że rozwój IOB jest jednym z priorytetowych kierunków działań w ramach budowy „kultury innowacyjności” w gospodarce regionalnej, która składa się z kolei na realizację celu strategicznego związanego z konkurencyjnością gospodarki poprzez innowacje i nowoczesne technologie. Nacisk położony został na procesy synergiczne w sferze naukowo-badawczej oraz biznesu, w kontekście czego szczególną wagę przypisuje się działalności klastrów gospodarczych. Efektem działań podejmowanych zgodnie z założeniami strategicznymi ma być stworzenie płaszczyzny współpracy różnych segmentów (sektora biznesu, naukowo-badawczego oraz instytucji publicznych) pozwalającej na wymianę wiedzy i doświadczeń – centrów transferu technologii i ośrodków innowacyjności.³

¹ Jest to definicja IOB przyjęta na potrzeby badania.

² Regionalna Strategia Innowacji Województwa Podkarpackiego na lata 2021-2030, Regionalna Strategia Innowacji Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 na rzecz inteligentnej specjalizacji; Strategia rozwoju województwa – Podkarpackie 2030, Strategia Rozwoju Województwa – Podkarpackie 2020.

³ Strategia rozwoju województwa – Podkarpackie 2030, Rzeszów 2020, s. 71.

Kontynuacja podejmowania takich działań jest konieczna – choć inicjatywy w tym obszarze były wdrażane w ramach strategii z lat poprzednich i uzyskano w tym zakresie pozytywne efekty, ocenia się, że wymagają one dalszego wzmocnienia.⁴ O korzystnych aspektach rozbudowy sieci podmiotów tworzących otoczenie biznesu w regionie mówi się także w kontekście badań nad systemem innowacji w województwie podkarpackim – eksperci w ich ramach oceniają, że współpraca z IOB jest już znacznie rozbudowana, przedsiębiorcy mogą korzystać z szerokiego zakresu instrumentów wsparcia dla biznesu, jakie oferują ośrodki przedsiębiorczości, innowacyjności, samorządy gospodarcze oraz firmy kapitałowe.⁵

Celem głównym badania było określenie dostępności oferty IOB działających na obszarze województwa podkarpackiego dla regionalnych przedsiębiorstw⁶ z uwzględnieniem podziału na firmy zlokalizowane w dużych ośrodkach miejskich i poza nimi. Realizacja badania przyczyniła się więc do identyfikacji zapotrzebowania na usługi świadczone przez IOB na obszarze województwa podkarpackiego, pozwoliła wskazać ewentualne luki w istniejącej ofercie, tak, by w przyszłości zapewnić przedsiębiorstwom możliwość skorzystania z komplementarnego katalogu wysokiej jakości usług wspomagających rozwój biznesu.

Ponadto warto podkreślić, że wśród zagadnień szczegółowych badania, znalazły się: Instytucje Otoczenia Biznesu jako element systemu innowacji, charakterystyka Instytucji Otoczenia Biznesu prowadzących działalność na terenie województwa podkarpackiego, analiza zapotrzebowania podkarpackich przedsiębiorców na pozafinansowe usługi świadczone przez IOB, identyfikacja luk pomiędzy popytem a podażą usług proinnowacyjnych IOB, charakterystyka zaangażowania IOB woj. podkarpackiego w zewnętrzne sieci współpracy, a także ocena skutków współpracy i korzystania z usług IOB z perspektywy przedsiębiorców woj. podkarpackiego.

Podsumowując, raport stanowi kompleksową analizę roli, wyzwań i perspektyw rozwoju Instytucji Otoczenia Biznesu w województwie podkarpackim, będąc cennym źródłem informacji o przedsiębiorczości w tym obszarze, zwłaszcza odnosząc się także do zapotrzebowania przedsiębiorców na usługi PIOB.

⁴ Por.: Ewaluacja ex-post Strategii rozwoju województwa – Podkarpackie 2020. Raport końcowy, Rzeszów 2021, s. 234.

⁵ Dziemianowicz W., Jurkiewicz I., Cybulska M., Bafeltowski B., Belowski M., Goliński J., Płaczek D., Tomczak N., Tuross S., System innowacji w województwie podkarpackim, Warszawa 2020, s. 29.

⁶ Pod pojęciem regionalnych przedsiębiorstw rozumie się przedsiębiorstwa mające siedzibę na terenie województwa podkarpackiego.

3. Opis zastosowanej metodyki badania

W celu uzyskania wiarygodnych efektów ewaluacji, zastosowano triangulację metodologiczną na trzech poziomach (tj. źródła danych, metody badawcze oraz perspektywy badawcze). Niemniej, kluczową formą okazała się triangulacja metod badawczych, oznaczająca łączenie różnych metod i technik w badaniu tych samych zagadnień, np. badań kwestionariuszowych z wywiadami indywidualnymi, co pozwala na uchwycenie przedmiotu badania z różnych perspektyw, a także wykorzystanie mocnych stron stosowanych metod przy wzajemnej neutralizacji ich słabszych punktów i zwiększenie wiarygodności uzyskanych danych. Należy więc zapoznać się z zastosowanymi technikami badawczymi.

Ponadto warto podkreślić, iż przebieg prac terenowych odbywał się w okresie sierpnia - października 2023 roku i obejmował badanie pośród grup wymienionych w poniższym opracowaniu.

3.1. Analiza desk research

Technika analizy desk research polega na zbieraniu i analizie danych wtórnych, czyli takich, które już istnieją i zostały przygotowane przez inne podmioty. Nie są więc wytwarzane przez badacza i nie wymagają prac w terenie, a tym samym obecności ankieterów czy moderatorów. Zazwyczaj jest to analiza informacji pozyskanych z ogólnodostępnych źródeł (literatury, wyników badań naukowych i ewaluacyjnych, dokumentów, baz danych) już istniejących, wymagających jedynie scalenia i uporządkowania rozproszonego materiału informacyjnego. W pierwszych etapach analizy zebrany materiał jest sprawdzany pod kątem jakości i rzetelności. Dopiero po wyselekcjonowaniu wiarygodnych danych jest przeprowadzana właściwa analiza desk research.

Analiza desk research w ramach niniejszego badania objęła szereg dokumentów strategicznych różnych poziomów, analiz, raportów, a także innych danych powiązanych z badanym obszarem, w tym dot. działalności gospodarczej w regionie czy rozwoju systemu innowacji. Ważne w kontekście badania są też źródła internetowe związane z ofertą podkarpackich IOB. W szczególności analizie zostały poddane:

- *Strategia na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju do roku 2020 (z perspektywą do 2030 r.),*
- *Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2030,*
- *Strategia rozwoju województwa – Podkarpackie 2030,*
- *Regionalna Strategia Innowacji Województwa Podkarpackiego na lata 2021-2030,*
- *Fundusze Europejskie dla Podkarpacia 2021-2027,*
- *Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej 2021-2027,*
- *Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki 2021-2027,*

- *Potencjał i działalność instytucji otoczenia biznesu w województwie podkarpackim*, Danae, Rzeszów 2017,
- *System innowacji w województwie podkarpackim*, Geoprofit, Rzeszów-Warszawa 2020,
- *Ośrodki Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce. Raport z badania 2021*, red. M. Mażewska, A. Bąkowski, J. Rudawska / SOOIPP Poznań 2021,
- *Krajowa Inteligentna Specjalizacja (KIS)- aktualizacja 2022 r.*, Ministerstwo Rozwoju i Technologii, Warszawa 2022.

A także:

- Inne badania i ewaluacje PARP,
- Inne badania i ewaluacje Ministerstwa Rozwoju i Technologii,
- Strony internetowe zidentyfikowanych Instytucji Otoczenia Biznesu,
- Dane statystyczne GUS,
- Statuty IOB,
- *Efekty wsparcia przedsiębiorstw w ramach RPO WP 2014-2020*,
- Stowarzyszenie Organizatorów Ośrodków Innowacji w Przedsiębiorczości w Polsce: *Definicja Ośrodków Innowacji na posiedzeniu grupy KM FENG* oraz analiza treści znajdujących się na stronie internetowej Stowarzyszenia.

Ponadto realizacja analizy desk research w ramach niniejszego badania podzielona zostanie na dwie fazy: wstępną i właściwą (pogłębioną) analizę. Wstępna posłużyła przede wszystkim jako źródło wiedzy w fazie strukturalizacji procesu badawczego.

3.2. Analiza statystyczna wraz z metodą kartograficzną

Do przeprowadzenia badania wykorzystany został zróżnicowany zestaw metod i technik statystycznych pozwalających na poprawne merytorycznie wnioskowanie ze zbioru zgromadzonych danych. Analizy statystyczne zostały wykorzystane do przetwarzania i analizowania danych zebranych w trakcie realizacji badania. Co więcej, szczególną wagę przyłożono do ilustracji kartograficznej, wychodząc z założenia, że mapa stanowi bardzo dobre źródło opisu sytuacji w ujęciu diagnostycznym. Celem analizy przestrzennej jest wykrywanie wzajemnych powiązań zjawisk. Proces identyfikacji korelacji jest ważnym etapem analizy przestrzennej, często kluczowym do zrozumienia procesów zachodzących w regionie. Warto zauważyć, że metody analizy statystycznej pozwalają na ścisłe opisanie zależności, jednak to graficzna prezentacja danych na mapie jest podstawą oceny wizualnej, która umożliwia uwidocznienie zmienności przestrzennej.⁷

⁷ Leonowicz A., Kartogram jako forma prezentacji zależności zjawisk geograficznych, PAN IG i PZ, Warszawa 2006, s. 9.

3.3. CAWI/CATI

Wykorzystanie łącznie techniki CAWI oraz CATI wpływa w znaczny sposób na uzyskiwaną responsywność w badaniu. Podejście z wykorzystaniem łączonych technik pozyskiwania danych CAWI oraz CATI pozwoliło na dostosowanie sposobu przeprowadzenia badania do preferencji respondenta. To zapewniło niezależny i bezstronny przebieg czynności badawczych, a ponadto wysoką jakość procesu badawczego zapewnił również posiadany przez Openfield certyfikat Programu Kontroli Jakości Pracy Ankieterów (PKJPA) w kategoriach badań zarówno z wykorzystaniem technik CATI, jak i CAWI.

Badanie z wykorzystaniem wyżej opisywanej techniki zostało przeprowadzone wśród dwóch grup respondentów:

- IOB mające aktualnie siedzibę na terenie województwa podkarpackiego,
- Przedsiębiorcy z województwa podkarpackiego.

3.3.1. Podkarpackie Instytucje Otoczenia Biznesu

Dobór próby bazowano na danych zawartych w badaniu pn. Potencjał i działalność Instytucji Otoczenia Biznesu w województwie podkarpackim, przeprowadzonym na próbie 55 IOB województwa podkarpackiego w roku 2017. Dane te poddano weryfikacji w oparciu o wykazane w raporcie metodologicznym analizy gabinetowe (wykorzystano do tego różne publikacje, w tym opracowania PARP, publikacje i informacje zamieszczane na stronach Rzeszowskiej Agencji Rozwoju Regionalnego, Centrum Obsługi Inwestora, bazy internetowe NGO, strony internetowe JST i uczelni z obszaru regionu). Listę poddanych podczas wspomnianego badania analizie IOB zweryfikowano także pod względem informacji zawartych w Internecie, tj. aktywności na stronach internetowych oraz wpisu do KRS. Ponadto przeprowadzono proces rozpoznawania Instytucji Otoczenia Biznesu, które nie zostały uwzględnione we wspomnianym raporcie. Konkludując, na etapie raportu metodologicznego stworzono operat liczący 45 instytucji.

W toku realizacji badania oraz bezpośrednich kontaktów z IOB i weryfikacji bezpośredniego zakresu ich działalności, pojawiały się okoliczności, na podstawie których dochodziło do zmniejszenia pierwotnego operatu. Wśród powodów konieczności wyłączenia części instytucji z operatu badania znalazły się: nieidentyfikowanie się jako Instytucja Otoczenia Biznesu (przypadek dotyczył 2 podmiotów, które w 2017 roku brały udział w badaniu Potencjał i działalność Instytucji Otoczenia Biznesu w województwie podkarpackim), zaprzestanie odpowiadania na kontakt po rozmowie rekrutacyjnej oraz brak możliwości kontaktu z 9 IOB (z czego numery telefonów części z nich były nieaktywne, wobec czego założono, że działalność została zakończona). Pojawiły się również 4 przypadki IOB, które zobowiązały się do udziału w badaniu, jednak w rezultacie nie wywiązały się z deklaracji. Próby kontaktu z IOB podejmowane były zarówno przez Wykonawcę, jak i Zamawiającego, jako instytucję z dużym autorytetem w regionie. Ostatecznie w toku przeprowadzonej procedury

badawczej operat w badaniu wśród Instytucji Otoczenia Biznesu w województwie podkarpackim został zmniejszony do liczby 29 podmiotów, co przekłada się na liczbę zrealizowanych wywiadów.

3.3.2. Podkarpackie przedsiębiorstwa

Z kolei druga grupa stanowiła **MŚP – 383 przedsiębiorstwa** działające na terenie województwa podkarpackiego z warstwowaniem ze względu na:

- wielkość przedsiębiorstwa,
- lokalizację siedziby przedsiębiorstwa (lokalizacja w dużych ośrodkach miejskich i poza nimi),
- główne kategorie sekcji PKD.

Przedsiębiorcy do wywiadów CAWI/CATI zostali wyłonieni w drodze losowo-warstwowego doboru próby.

Jeśli mowa o podziale próby ze względu na sekcje PKD, zostały pokategoryzowane według bardziej ogólnych dziedzin działalności gospodarczej, w wyniku czego powstały grupy obejmujące następujące sekcje PKD.

Tabela 2. Podział sekcji PKD przedsiębiorstw poddanych analizie

	Udział w populacji generalnej ⁸	Liczba podmiotów w strukturze próby
Rolnictwo, leśnictwo, łowiectwo i rybactwo	1,56%	6
Przemysł i budownictwo	26,59%	102
Sektor Handlowo-Usługowy	40,03%	153
Sektor Usług Profesjonalnych	15,99%	61
Sektor Publiczny i Społeczny	10,67%	41
Sektor Finansowy	5,17%	20
Razem	100%	383

Źródło: Tablice GUS – Miesięczna informacja o podmiotach gospodarki narodowej w rejestrze REGON kwiecień 2023.

W strukturze próby, jednocześnie z powyższym podziałem, uwzględniony został również następujący podział na wielkość podmiotów, mierzony liczbą pracujących (założono, że w każdej warstwie pod tym względem musi zostać przebadany co najmniej jeden podmiot).

⁸ Na podstawie tablic GUS – Miesięczna informacja o podmiotach gospodarki narodowej w rejestrze REGON kwiecień 2023.

Tabela 3. Podział liczby zatrudnionych pracowników w przedsiębiorstwach poddanych analizie

Liczba pracowników	Udział w populacji generalnej ⁹	Liczba podmiotów w strukturze próby
0-9	96,62%	369
10-49	2,69%	10
50-249	0,60%	2
250 i więcej	0,08%	2

Źródło: Tablice GUS – Miesięczna informacja o podmiotach gospodarki narodowej w rejestrze REGON kwiecień 2023.

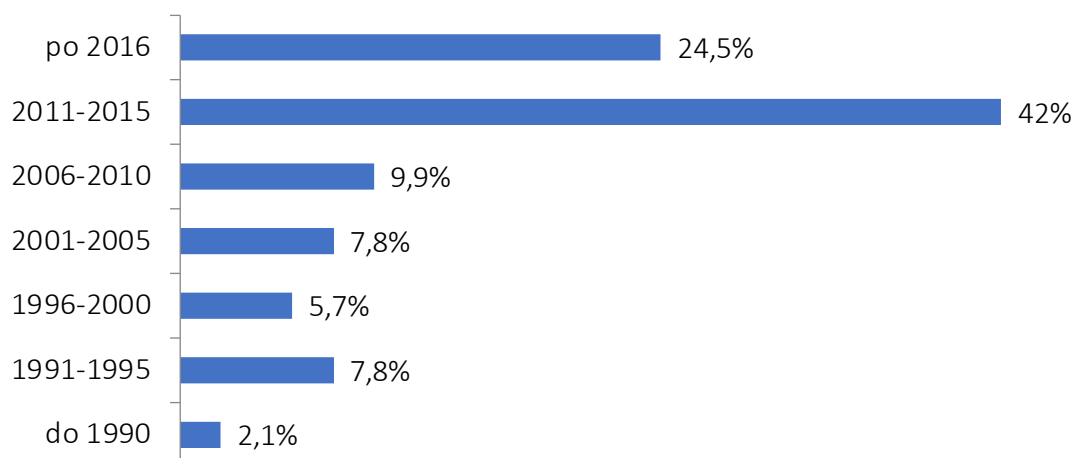
Aby uwzględnić także odpowiednie zróżnicowanie próby pod względem lokalizacji siedzib podmiotów, z wyróżnieniem dużych ośrodków miejskich i obszarów poza nimi, wzięto pod uwagę miasta, które wraz ze swoimi obszarami funkcjonalnymi, stanowią bieguny wzrostu o największym potencjale gospodarczym w województwie podkarpackim. Należą do nich wskazane w *Strategii rozwoju województwa – Podkarpackie 2030* ośrodki miejskie: Przemyśl, Krosno, Tarnobrzeg, Stalowa Wola, Mielec, Jasło, Lubaczów, Duopol Dębica - Ropczyce, Duopol Jarosław-Przeworsk, Duopol Sanok-Lesko oraz Rzeszów. Na podstawie danych GUS, podmioty gospodarcze zlokalizowane w wymienionych wyżej miastach stanowią 43% wszystkich podmiotów zlokalizowanych w regionie.

Ponadto, w celu zachowania ochrony danych osobowych respondentów, ale jednoczesnego zdobycia szerokiego zakresu danych i możliwości dalszej rekrutacji, podczas wywiadów CAWI/CATI z przedsiębiorcami użyte zostały tokeny. Jest to zasadne zarówno w badaniach CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing) i CATI (Computer-Assisted Telephone Interviewing) i przynosi szereg korzyści w obu przypadkach.

Warto jednak dodać również informację o jednym z wyników badania – 42% ankietowanych przedsiębiorstw powstało pomiędzy rokiem 2011 a 2015, stanowiąc tym samym największy odsetek wśród badanych. Relatywnie najmłodsze firmy, gdyż powstałe w lub po roku 2016, to 24,5%, podczas gdy najrzadziej wskazywana opcja to działalności założone przed rokiem 1990. Można więc zauważyć, że ponad 66% badanych przedsiębiorstw to firmy powstałe w ciągu ostatnich 12 lat.

⁹ Na podstawie tablic GUS – Miesięczna informacja o podmiotach gospodarki narodowej w rejestrze REGON kwiecień 2023.

Wykres 1. Rok założenia działalności podkarpackich przedsiębiorstw



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=383.

Z kolei, jeśli mowa o zróżnicowaniu respondentów ze względu na region, w którym stacjonuje siedziba ich firmy, należy podkreślić, że podregion rzeszowski okazał się najczęstszy – 36,6% badanych wskazywało miejscowość znajdującą się na jego terenie. 26,1% to firmy działające w obrębie podregionu tarnobrzeskiego, nieco mniej, gdyż 20,4% to odsetek wskazań na podregion krośnieński. Najmniejsza liczba firm pochodziła z podregionu przemyskiego – 17%.

3.4. IDI/TDI

Indywidualny wywiad pogłębiony (IDI/TDI) polega na prowadzeniu przez badacza indywidualnej rozmowy z respondentem, wybranym ze względu na jego powiązanie z tematyką badań. Celem wywiadu jest poznanie poglądów, opinii i oczekiwań jednostek oraz uzyskanie możliwie największej ilości ważnych dla badania szczegółów. Badania prowadzone technikami jakościowymi z założenia wykluczają losowy dobór respondentów, dlatego też osoby, z którymi przeprowadzone zostały indywidualne wywiady pogłębione, wybrano w sposób celowy.

Przeprowadzono wywiady jakościowe z przedsiębiorstwami działającymi na terenie województwa podkarpackiego w liczbie 8 – z zachowaniem podziału na przedstawicieli różnych większych ośrodków miejskich (4) oraz podmiotów funkcjonujących poza nimi (4). Ponadto podział ten zróżnicowany został także względem 4 subregionów województwa podkarpackiego, gdzie każdy z nich będzie miał 2 przedstawicieli wśród badanych.

Dodatkowo, przeprowadzono także cztery wywiady z przedstawicielami Instytucji Otoczenia Biznesu działającymi na obszarze województwa podkarpackiego. W tym kontekście, dołożono starań by zachować różnorodność położenia i działalności wybranych jednostek. Celem tego badania było opracowanie rozwiązań i udzielenie odpowiedzi na zidentyfikowane

potrzeby – perspektywa IOB stanowiła istotny krok w procesie doskonalenia funkcji i oferty Instytucji Otoczenia Biznesu na badanym obszarze.

3.5. Case study

Celem zastosowania metody case study w niniejszym badaniu jest przedstawienie pogłębionych opisów działalności prowadzonej przez przykładowe IOB w regionie podkarpackim, które podejmują działania prorozwojowe, efektywne pod względem promocyjnym, poszerzające ofertę IOB w województwie. Studia przypadków są źródłem informacji o zastosowanych przez te podmioty rozwiązaniach, które warto wdrażać w innych, podobnych instytucjach. Początkowo zakładano dobór na podstawie poniższego kryterium, jednakże w trakcie przebiegu badania niemożliwym okazało zastosowanie go w pełni, ponieważ ostatni ze wskazanych rodzajów IOB nie znalazł swoich odpowiedników wśród badanych jednostek. Istotne jest również to, że dobór IOB do poszczególnych kategorii poniższych rodzajów IOB był dokonywany na podstawie wskazań respondentów dotyczących typów działań IOB w badaniu CAWI.

Ponadto w związku ze znaczną aktywnością poszczególnych Instytucji Otoczenia Biznesu, zdecydowano się na rozszerzenie liczby Case Study do 6.

Tabela 4. Rodzaje IOB – podział przyjęty na potrzeby Case Study

Rodzaj IOB	Typ IOB
Instytucje wsparcia przedsiębiorczości	<ul style="list-style-type: none"> - Inkubatory przedsiębiorczości - Ośrodki szkoleniowo-doradcze (agencje rozwoju regionalnego i lokalnego, ośrodki wspierania przedsiębiorczości, centra wspierania biznesu, fundacje rozwoju, towarzystwa gospodarcze, kluby i centra przedsiębiorczości, organizacje samorządu gospodarczego, np. izby przemysłowe, gospodarcze, rzemieślnicze)
Instytucje wsparcia innowacji	<ul style="list-style-type: none"> - Akademickie inkubatory przedsiębiorczości - Centra innowacji - Centra transferu technologii - Inkubatory technologiczne - Parki technologiczne
Pozabankowe instytucje finansowe	<ul style="list-style-type: none"> - Fundusze pożyczkowe - Fundusze poręczeń kredytowych - Fundusze kapitału zaangażowanego
Firmy komercyjne świadczące usługi dla biznesu	<ul style="list-style-type: none"> - Informacja i komunikacja (sekcja J PKD 2007) - Działalność finansowa i ubezpieczeniowa (sekcja K PKD 2007) - Działalność związana z obsługą rynku nieruchomości (sekcja L PKD 2007) - Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna (sekcja M PKD 2007)

Rodzaj IOB	Typ IOB
	- Działalność w zakresie usług administrowania i działalność wspierająca (sekcja N PKD 2007)

Źródło: Świdurska A., Jagodziński W., Organizacja przestrzenna i funkcjonowanie instytucji otoczenia biznesu w województwie wielkopolskim, ekspertyza wykonana na zlecenie WROT, Poznań 2015, s. 12; za: J. Grabowski, R. Lisowska, Instytucje Otoczenia Biznesu w województwie wielkopolskim 2021, Poznań 2021.

Zgodnie z powyższym, w ramach badania przeprowadzone zostało 6 studiów przypadku – jednostki działające jako Instytucje wsparcia przedsiębiorczości oraz Instytucje wsparcia innowacji.

3.6. Panel ekspertów

Panel ekspertów służył wypracowaniu, w toku dyskusji, wniosków i rekomendacji – w szczególności w zakresie obecnego i przyszłego zapotrzebowania podkarpackich przedsiębiorstw zlokalizowanych poza dużymi ośrodkami miejskimi na pozafinansowe usługi proinnowacyjne oraz możliwości ich wsparcia w ramach FEP 2021-2027.

W panelu wzięli udział eksperci posiadający szeroką wiedzę i wieloletnie doświadczenie z obszarów związanych z rozwojem sektora IOB i przedsiębiorczości w województwie podkarpackim:

- osoby ze środowiska akademickiego zajmujące się tymi obszarami tematycznymi (2 respondentów),
- przedstawiciele instytucji zaangażowanych w planowanie, wdrażanie lub wspieranie strategicznych działań na rzecz rozwoju województwa, w szczególności rozwoju regionalnego systemu innowacji (1 respondent),
- przedstawiciele IOB działających na terenie woj. podkarpackiego (2 respondentów),
- przedstawiciele przedsiębiorstw działających na terenie woj. podkarpackiego (3 respondentów).

4. Kontekst teoretyczny

Rola, którą mają odgrywać Instytucje Otoczenia Biznesu, polega na zapewnianiu małym i średnim przedsiębiorstwom wsparcia w zakresie wprowadzania innowacji oraz usprawniania ich aktualnej działalności. Każda Instytucja Otoczenia Biznesu różni się od siebie w zakresie struktury oraz organizacji prowadzonych działań, niemniej jednak głównymi obszarami, w których starają się wspierać MŚP, są:

- usługi doradcze,

- usługi informacyjne,
- usługi szkoleniowe,
- usługi proinnowacyjne,
- wsparcie techniczne,
- usługi finansowe.

W literaturze funkcjonuje wiele definicji Instytucji Otoczenia Biznesu, zróżnicowanych co do zakresu. Sytuację komplikuje także obecna na rynku różnorodność IOB, powodując trudności w ujednoczeniu definicji. Jedną z definicji obejmujących najszerszy zakres podmiotowy, znaleźć można w raporcie opublikowanym przez PARP w 2006 roku. W definicji zastosowany został katalog otwarty, wymienione zostały jedynie przykładowe podmioty.

Do najważniejszych rodzajów Instytucji Otoczenia Biznesu zaliczono wówczas:

- Jednostki administracji centralnej (w tym przede wszystkim Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości – PARP),
- Jednostki samorządu terytorialnego,
- Agencje rozwoju regionalnego,
- Jednostki zaplecza badawczo-rozwojowego (w tym np. laboratoria, jednostki badawczo-rozwojowe, ośrodki badawczo-rozwojowe, jednostki Polskiej Akademii Nauk):
 - centra doskonałości (CD)
 - centra zaawansowanych technologii (CZT),
- Organizacje pracodawców i pracobiorców (w tym np. związki zawodowe),
- Izby i stowarzyszenia producenckie (w tym np. izby gospodarcze i handlowe),
- Instytucje szkoleniowo-doradcze,
- Sektor szkolnictwa wyższego,
- Instytucje wspierające przedsiębiorczość, do których zaliczyć należy przede wszystkim:
 - inkubatory przedsiębiorczości,
 - parki przemysłowe,
- Sieci wspierające przedsiębiorczość i innowacyjność.¹⁰

Definicje IOB przyjmowane na potrzeby działań ujętych w dokumentach strategicznych i planistycznych, prezentują różny przekrój pojemności. Można jednak zauważyć, że często nie są one już tak szerokie, wprowadzają one bowiem pewne ograniczenia zakresu podmiotowego. Sięgając już do wybranych definicji funkcjonalnych, w ramach *Krajowej Strategii Rozwoju Regionalnego 2030*, jako IOB zaklasyfikowano:

„Instytucje otoczenia biznesu – prywatne i publiczne (np. agencje rozwoju regionalnego czy lokalnego), partnerzy społeczni i gospodarczy – organizacje pracodawców, regionalne, subregionalne czy branżowe, ośrodki transferu technologii, parki i inkubatory, działające przy

¹⁰ Por. M. Górzyński, W. Pander, P. Koć, Tworzenie związków kooperacyjnych między MSP oraz MSP i instytucjami otoczenia biznesu, PARP, Warszawa 2006, str. 13-16

uczelniami, uczelnie, spółki zarządzające SSE, fundacje i stowarzyszenia działające na rzecz przedsiębiorczości, instytuty badawcze.”¹¹

Natomiast już w *Strategii rozwoju województwa – Podkarpackie 2030*, IOB zdefiniowano jako:

„Instytucje promocji i rozwoju przedsiębiorczości, inkubatory przedsiębiorczości, agencje rozwoju regionalnego i lokalnego, samorząd gospodarczy, izby gospodarcze oraz wszelkie inne instytucje o charakterze doradczym.”¹²

Na potrzeby uprzednio obowiązującej perspektywy finansowej, przyjęto natomiast następującą definicję:

„Podmiot, który bez względu na formę prawną, który nie działa dla zysku lub przeznaczając zysk na cele statutowe i prowadzi działalność służącą tworzeniu korzystnych warunków dla rozwoju przedsiębiorczości. Do instytucji otoczenia biznesu zaliczamy przede wszystkim: agencje rozwoju regionalnego i lokalnego, ośrodki wspierania przedsiębiorczości (biznesu), centra przedsiębiorczości, izby przemysłowo-handlowe, izby rzemieślnicze, fundusze, organizacje reprezentujące przedsiębiorców, klastry, instytucje proinnowacyjne działające na rzecz innowacyjności, centra transferu technologii, instytuty i ośrodki badawczo-rozwojowe, inkubatory przedsiębiorczości, inkubatory technologiczne, parki naukowo-technologiczne, parki przemysłowe.”¹³

Przy tworzeniu typologii, za pomocą której będzie można pogrupować wszystkie IOB do osobnych kategorii, należy zachować ostrożność przy wybieraniu definicji będącej kryterium podziału. Brak stałej definicji może tworzyć pewne komplikacje w wytyczaniu jasnej granicy między Instytucjami Otoczenia Biznesu a wszelkimi innymi małymi przedsiębiorstwami, które nie są całkowicie skupione na oferowaniu wsparcia, z racji na chęć generowania zysku.¹⁴ Choć z założenia IOB nie są tworzone w celu generowania zysku, nie zmienia to faktu, że na rynku istnieją podmioty komercyjne, oferujące przedsiębiorcom odpłatne usługi. Zatem kolejnym sposobem podziału Instytucji Otoczenia Biznesu jest wyróżnienie podmiotów komercyjnych i nie komercyjnych.¹⁵ Bazując na publikacjach Ministerstwa Rozwoju i Technologii oraz Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości, można

¹¹ Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2030; Rozwój społecznie wrażliwy i terytorialnie zrównoważony, s. 71.

¹² Strategia rozwoju województwa - Podkarpackie 2030, Samorząd Województwa Podkarpackiego, Rzeszów, wrzesień 2020 r., s. 156.

¹³ Szczegółowy Opis Osi Priorytetowych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020, Rzeszów, 19 września 2023 r., s. 651.

¹⁴ Instytucje Otoczenia Biznesu w Województwie Wielkopolskim 2021, dr hab. Renata Lisowska, prof. UŁ dr Jakub Grabowski. Publikacja na podstawie ekspertyzy wykonanej na zlecenie Wielkopolskiego Regionalnego Obserwatorium Terytorialnego, s. 8.

¹⁵ Ośrodki Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce. Raport z badania 2021, red. M. Mażewska, A. Bąkowski, J. Rudawska/ SOOIPP Poznań 2021, s. 16.

wskazać trzy najbardziej istotne cechy, którymi powinna charakteryzować się każda IOB, w tym właśnie niekomercyjność podmiotów:

1. działalność nie zakłada przynoszenia zysku lub zysk ten przeznaczany jest na cele statutowe,
2. głównym obszarem działalności jest rozwój przedsiębiorczości,
3. organizacja w ciągu ostatniego roku prowadziła projekty wspierające podmioty gospodarcze.

Należy podkreślić, że podmioty, nastawione na zysk, nie zostały objęte przedmiotowym badaniem. Instytucje Otoczenia Biznesu, na potrzeby badania zdefiniowane zostały jako:

„Podmioty, bez względu na formę prawną, prowadzące działalność na rzecz rozwoju przedsiębiorczości i innowacyjności, nie działające dla zysku lub przeznaczające zysk na cele statutowe zgodnie z zapisami w statucie lub innym równoważnym dokumencie założycielskim, posiadające bazę materialną, techniczną i zasoby ludzkie oraz kompetencyjne niezbędne do świadczenia usług na rzecz sektora MŚP.”¹⁶

Definicja ta zaczerpnięta została z w raporcie „Ocena systemu wsparcia instytucji otoczenia biznesu w regionalnych programach operacyjnych na lata 2014-2020”. Wyróżnia ją pewna cecha. Jej treść wskazuje bowiem, że należy uwzględnić czy dany podmiot rzeczywiście realizuje swoją misję tj. wspiera przedsiębiorczość.¹⁷

Kolejnym istotnym dla przedmiotu badania zagadnieniem, jest scharakteryzowanie głównych kategorii Instytucji Otoczenia Biznesu funkcjonujących w Polsce. Obecnie szeroko stosowany podział IOB, przedstawia się następująco: instytucje wsparcia przedsiębiorczości, instytucje wsparcia innowacji, pozabankowe instytucje finansowe oraz wcześniej wspomniane firmy komercyjne świadczące usługi dla biznesu (jednak ich charakterystyka w kontekście przedmiotu badania jest już znana). Każda z tych kategorii zaspokaja inne potrzeby polskich przedsiębiorców oraz różni się w kwestii charakterystyki podejmowanych działań.¹⁸

W Polsce instytucje wsparcia przedsiębiorczości skupiają się głównie na wspieraniu małych lub początkujących przedsiębiorców, oferując im szereg rozwiązań w zakresie nabywania doświadczenia poprzez organizowanie szkoleń dla personelu oraz udostępniając im większą ilość zasobów (tak samo ludzkich, jak i finansowych). Ten rodzaj instytucji ma ułatwić działalność gospodarczą przedsiębiorcy poprzez wprowadzenie go do tematyki wszystkich, niezbędnych dla odpowiedniego rozwoju jego firmy działań. Dobrymi przykładami

¹⁶ Założenia przyjęte na potrzeby badania; Opis przedmiotu zamówienia na przeprowadzenie badania i opracowanie raportu pn. „Oferta Instytucji Otoczenia Biznesu dla przedsiębiorców województwa podkarpackiego”, s.1.

¹⁷ Potencjał i działalność instytucji otoczenia biznesu w województwie podkarpackim, Danae, Rzeszów 2017, s. 30.

¹⁸ Instytucje Otoczenia Biznesu w Województwie Wielkopolskim 2021, dr hab. Renata Lisowska, prof. UŁ dr Jakub Grabowski. Publikacja na podstawie ekspertyzy wykonanej na zlecenie Wielkopolskiego Regionalnego Obserwatorium Terytorialnego, s. 8.

tego typu instytucji są np. inkubatory przedsiębiorczości, izby przemysłowe, gospodarcze, rzemieślnicze oraz ośrodki doradczo-szkoleniowe.

Głównym celem instytucji wsparcia innowacji jest zapewnienie przedsiębiorcy odpowiedniej pomocy przy wdrażaniu wszelkiego rodzaju modernizacji oraz przy pozyskiwaniu nowych partnerów do wspólnej realizacji przyszłych projektów. Ten typ instytucji stara się również poszerzyć zaplecze teoretyczne przedsiębiorcy w celu lepszego przygotowania go do zmieniającego się zapotrzebowania rynku. Wyraża się to w takich działaniach, jak pośredniczenie w nawiązywaniu kontaktów z placówkami badawczo-rozwojowymi oraz analiza potencjału wdrożeniowego wyników badań naukowych i prac rozwojowych. Instytucje wsparcia innowacji to między innymi: akademickie inkubatory przedsiębiorczości, centra transferu technologii, parki technologiczne.

Z kolei zadaniem pozabankowych instytucji finansowych, jest zapewnianie przedsiębiorstwom dodatkowych środków, które będą mogli przeznaczyć na realizację swoich działań. Ten typ wsparcia polega na pomaganiu przedsiębiorcom w pozyskiwaniu zewnętrznych finansowań dla ich firm takich jak np. granty europejskie lub dofinansowania państwowe. Dla dokładnego zobrazowania pozabankowych instytucji finansowych można wskazać na fundusze pożyczkowe, fundusze poręczeń kredytowych oraz fundusze kapitału zaangażowanego.

Istotne w kontekście badania jest także zagadnienie krajowego systemu akredytacji IOB – Akredytacja Ośrodków Innowacji przez Ministerstwo Rozwoju i Technologii. Akredytowane Ośrodki Innowacji, zajmują się obecnie transferem technologii i dostarczaniem usług proinnowacyjnych oraz współpracują z biznesem. Zakładanym efektem ich działalności jest rozwijanie innowacji w aspekcie produktowym i procesowym. Status ośrodka innowacji nadaje minister właściwy w sprawach gospodarki na wniosek spełniający kryteria formalne i merytoryczne. System akredytacji przygotowany został głównie na potrzeby Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020 dla poddziałania 2.3.1 *Proinnowacyjne usługi IOB dla MŚP*.¹⁹ W ramach ośrodków innowacji można wyróżnić określone co do sposobu i zakresu funkcjonowania instytucje wsparcia, tj.: parki technologiczne, naukowe, naukowo-technologiczne, przemysłowo-technologiczne, techno-parki, inkubatory technologiczne, centra transferu technologii, centra innowacji, huby innowacji cyfrowych. W związku z uruchomieniem programów z nowej perspektywy finansowej, kryteria systemu akredytacji ulegną zmianie.²⁰ Nowy model akredytacji koncentrować będzie się na identyfikowaniu potencjału ośrodków w faktycznie realizowanych przez nie obszarach aktywności (tzw. funkcjonalnościach), nie zaś na stosowanym dotychczas podmiotowym rozróżnieniu

¹⁹ Pierwsze ośrodki innowacji z akredytacją Ministerstwa Rozwoju, 11.02.2016, Portal Funduszy Europejskich, dostęp: [GOV – pierwsze ośrodki innowacji z akredytacją](#), dostęp na 16.11.2023

²⁰ Ośrodki Innowacji, Ministerstwo Rozwoju i Technologii, dostęp: [GOV – ośrodki innowacji](#), dostęp na 16.11.2023.

aktywności tzn. analizie usług prowadzonych przez określone typy podmiotów (np. inkubator, park technologiczny, centrum transferu technologii, itd.).²¹

Podjęmowane są obecnie także działania ukierunkowane na ujednoczenie definicji Ośrodka Innowacyjnego. W urzędowych regulacjach można obecnie spotkać rozbieżne treści. Kwestia ta została podjęta na posiedzeniu grupy roboczej Komitetu Monitorującego Programu Operacyjnego Fundusze dla Nowoczesnej Gospodarki. Dyskusja na ten temat będzie kontynuowana.²²

Dla prawidłowego funkcjonowania Instytucji Otoczenia Biznesu niezwykle istotne jest zapewnienie odpowiednich mechanizmów wsparcia, zarówno na poziomie międzynarodowym, krajowym jak i regionalnym. Zauważyć można, że coraz większy nacisk kładzie się na tworzenie w Unii Europejskiej sprzyjającego środowiska dla IOB. Stymulującym impulsem dla rozwoju w kraju sieci instytucji tego typu było przystąpienie Polski do Unii Europejskiej w 2004 roku. Po tym okresie ośrodki przedsiębiorczości zyskały dostęp do możliwości ubiegania się o dofinansowanie ze środków unijnych. Większość z tych instytucji korzysta z tak dostępnych możliwości.²³ Poniżej dokonano analizy dokumentów strategicznych krajowego i regionalnego szczebla, ważnych z perspektywy rozwoju Instytucji Otoczenia Biznesu.

Strategia na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju do roku 2020 (z perspektywą do 2030 r.)

W związku ze stałą potrzebą dostosowywania polskiej gospodarki do szybko zmieniających się warunków globalnych rynków ekonomicznych, Polska przyjęła strategię stawiania na odpowiedzialny i solidarny rozwój. Podejmowane działania mają na celu przynieść wartość dodaną dla wzrostu, ekspansji i konkurencyjności rodzimych podmiotów gospodarczych. W procesie stanowienia Strategii na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju zauważono, że jednym z zagadnień wymagającym konkretnej zmiany, jest niska innowacyjność gospodarki wynikająca przede wszystkim z: niewystarczających bodźców dla podejmowania działań innowacyjnych, niewielkiego popytu na nowe technologie wśród polskich firm, niskiej efektywności współpracy pomiędzy sektorem naukowo-badawczym, administracją i biznesem. Podkreślono także niską skuteczność państwa i instytucji gospodarczych w kreowaniu warunków dla rozwoju opartego na zaufaniu oraz dla wzrostu opartego na wiedzy i poszukiwaniu nowych nisz rynkowych w kraju i za granicą.

W dokumencie podkreślono znaczenie Instytucji Otoczenia Biznesu w rozwoju innowacyjnej gospodarki. Nie jest zaskoczeniem zatem, że jednymi z zaplanowanych działań, jest m.in. wspieranie sieciowej kooperacji pomiędzy IOB, przedsiębiorcami

²¹ Ośrodki Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce Ekspertyzy Raporty Opracowania; Raport z badania 2021, pod redakcją Marzeny Mażewskiej Aleksandra Bąkowskiego Joanny Rudawskiej, Poznań 2021, s. 13.

²² Definicja Ośrodków Innowacji na posiedzeniu grupy KM FENG; 12.10.2023, [Definicja ośrodków innowacji](#), dostęp na 16.11.2023.

²³ Ośrodki Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce. Raport z badania 2021, red. M. Mażewska, A. Bąkowski, J. Rudawska/ SOOIPP Poznań 2021, s. 16.

(w tym producentami rolno-spożywczymi) oraz Specjalnymi Strefami Ekonomicznymi, czy dostosowanie usług IOB do świadczenia nowych i precyzyjnie sprofilowanych usług w odpowiedzi na popyt zgłaszany przez przedsiębiorców oraz wypracowanie mechanizmu monitorowania IOB. Zaplanowano również działania edukacyjne na rzecz zmniejszenia awersji do ryzyka wśród osób prowadzących działalność gospodarczą i podmiotów działających w szeroko pojętym ekosystemie przedsiębiorczości, w tym IOB, w celu wzmocnienia inwestycji na szczeblu krajowym, by w dalszej perspektywie doprowadzić do wdrożenia instytucjonalnego systemu na rzecz rozwoju modeli działalności dla tradycyjnych sektorów gospodarki. System opierać miałby się na współpracy samorządu branżowego, IOB, uczelniach wyższych oraz administracji samorządowej i rządowej.²⁴

W celu rozwoju kompetencji zawodowych oraz wykorzystania potencjału polskich pracowników i kadry zarządzającej do wdrażania innowacji technicznych, organizacyjnych oraz marketingowych, przewidziano konkretny projekt strategiczny z udziałem IOB. Profesjonalne Instytucje Otoczenia Biznesu – mają zapewnić wsparcie procesu rozwoju przedsiębiorczości na obszarach wiejskich i w małych miastach poprzez integrację instytucji otoczenia biznesu posiadających ofertę dla klienta na obszarach wiejskich, ich promocję oraz podwyższenie jakości i efektywności świadczonych usług.

Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2030

Wzmocnienie konkurencyjności polskiej gospodarki, zaplanowano także w perspektywie regionalnej. Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2030 przewiduje podjęcie działań w celu wspierania przedsiębiorczości na szczeblu regionalnym i lokalnym. Podkreślono w tym celu, konieczność dalszego rozwijania potencjału IOB, a także profesjonalizację ich działalności realizowanej w systemie popytowym poprzez same zainteresowanie możliwością świadczenia takich usług. Jako przydatne narzędzie wskazano Bazę Usług Rozwojowych, która zapewni przedsiębiorcom dostęp do usług doradczych, szkoleniowych, dotyczących umiędzynarodowienia działalności, promocji gospodarczej, obsługi inwestora, czy transferu technologii. Rozwój Instytucji Otoczenia Biznesu w regionach wspierany będzie dzięki stosowaniu mechanizmów akredytacyjnych, monitorowaniu efektywności (w tym monitorowaniu wyników wspieranych firm), sieciowaniu oraz wspieraniu ich specjalizacji pod kątem specyfiki branżowej i potencjału innowacyjnego docelowej grupy przedsiębiorstw (segmentacja wsparcia).²⁵ Analizując krajową dokumentację strategiczną zauważyć można wzmocnienie znaczenia Instytucji Otoczenia Biznesu, w kontekście wypełniania założonych celów.

²⁴ Strategia na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju do roku 2020 (z perspektywą do 2030 r.); Warszawa 2017; s. 2-3, 23, 114-115, 205

²⁵ Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2030; Rozwój społecznie wrażliwy i terytorialnie zrównoważony, s. 71

Strategia rozwoju województwa – Podkarpackie 2030

Województwo podkarpackie za jeden z priorytetowych kierunków działań wyznaczyło rozwój oferowanych przez IOB usług wspierających konkurencyjność i innowacyjność przedsiębiorstw oraz wspieranie procesu synergii sfery naukowo-badawczej i biznesu w tym obszarze. Podkreślono, że budowanie „kultury innowacyjności” przyczyni się do poprawy efektywności funkcjonowania gospodarki regionalnej i podniesienia poziomu życia społeczeństwa. Wśród działań mających przybliżyć województwo do wyznaczonych w Strategii rozwoju województwa celów, wymieniono m.in.:

- wzmocnienie możliwości instytucjonalnych IOB w zakresie finansowego wsparcia przedsiębiorczości,
- kreowanie i wspieranie przez IOB przedsięwzięć proinnowacyjnych,
- rozwój i wzmocnienie Instytucji Otoczenia Biznesu i ich sieci, jako elementu budowy nowoczesnej, innowacyjnej i konkurencyjnej gospodarki regionu.²⁶

Fundusze Europejskie dla Podkarpacia 2021-2027

Pierwszy cel polityki nowej perspektywy finansowej dla województwa podkarpackiego zakłada dążenie do bardziej konkurencyjnej i inteligentnej Europy dzięki wspieraniu innowacyjnej i inteligentnej transformacji gospodarczej oraz regionalnej łączności cyfrowej. Jako jeden z celów szczegółowych dla omawianego CP wskazano rozwijanie i wzmocnianie zdolności badawczych i innowacyjnych oraz wykorzystywanie zaawansowanych technologii (CS 1 (i)). Podkreślono znaczenie wpływu na innowacyjność regionu prawidłowo rozwiniętej struktury regionalnego systemu innowacji, w tym obecność IOB, świadczących szeroki katalog usług. Konieczne jest wsparcie instytucji wzmacniających ekosystem innowacyjności. W aktualizowanym nadal Szczegółowym Opisie Priorytetów Programu Fundusze Europejskie dla Podkarpacia 2021-2027 zaplanowano działanie zmierzające do budowy potencjału ośrodków innowacji, w tym wsparcie funkcjonowania i rozwoju Podkarpackiego Centrum Innowacji – możliwe będzie między innymi: wsparcie rozwoju współpracy B+R przedsiębiorstw i ośrodków naukowych, kontynuacja realizacji programów grantowych oraz innych form wsparcia na rzecz wzrostu potencjału środowiska naukowego w regionie, zarządzanie wiedzą, badania i analizy, szkolenia, doradztwo i inne działania prowadzące do wzmocnienia lokalnego potencjału ekosystemu biznesu i innowacji.²⁷

Drugi istotny dla kontekstu badania cel szczegółowy (CS 1(iii)) zakłada wzmocnienie trwałego wzrostu i konkurencyjności MŚP oraz tworzenie miejsc pracy w MŚP, w tym poprzez inwestycje produkcyjne. W województwie podkarpackim wciąż zbyt mała jest świadomość w zakresie znaczenia innowacji dla rozwoju gospodarczego. Może to wynikać m. in. z nieznaności trendów dotyczących nowych technologii czy rozwoju polityk,

²⁶ Strategia rozwoju województwa - Podkarpackie 2030, Samorząd Województwa Podkarpackiego, Rzeszów, wrzesień 2020 r., s. 113.

²⁷ Szczegółowy Opis Priorytetów Programu Fundusze Europejskie dla Podkarpacia 2021-2027, Wersja SZOP.FEPK.005, Obowiązuje od dnia 2023.11.07, s. 7.

np. ukierunkowanych na zagadnienia środowiskowe. Wdrożenie innowacji może się również wiązać z wyższym ryzykiem i kosztami początkowymi. W celu wzmocnienia pozycji województwa w obszarze innowacji wsparcie w obszarze MŚP ukierunkowane będzie również na wdrożenia prac B+R oraz innowacji, jak również inkubatory przedsiębiorczości. W ramach projektu będzie udzielane wsparcie w formie instrumentów finansowych dla sektora MŚP na terenie całego regionu, przy czym beneficjentem będą Instytucje wspierające biznes.²⁸

²⁸ Szczegółowy Opis Priorytetów Programu Fundusze Europejskie dla Podkarpacia 2021-2027, Wersja SZOP.FEPK.005, Obowiązuje od dnia 2023. 11. 07, s. 22.

5. Opis wyników badania wraz z wnioskami

5.1. Kluczowe informacje o badanych IOB

Warto na wstępie zająć się zapoznaniem z najważniejszymi danymi dotyczącymi grupy IOB poddanych badaniu. W tym dziale zaprezentowane zostały dane socjoekonomiczne oraz demograficzne na temat badanych instytucji. Wartość tego działu polega na zaprezentowaniu kontekstu oraz bazowej wiedzy o badanej grupie, która jest niezbędna do zrozumienia rezultatów przeprowadzonego badania.

IOB na terenie województwa podkarpackiego obejmują różnorodne organizacje, instytucje oraz agencje, które mają na celu dostarczanie kompleksowego wsparcia przedsiębiorcom na różnych etapach rozwoju działalności gospodarczej. Te instytucje otoczenia biznesu obejmują, między innymi, izby gospodarcze, stowarzyszenia branżowe, fundacje wspierające innowacje, oraz agencje rozwoju regionalnego. Instytucje te oferują różnorodne usługi, które mają na celu wspieranie przedsiębiorców. Wśród tych usług znajdują się doradztwo prawne i podatkowe, szkolenia i konsultacje z zakresu rozwoju biznesu, wsparcie w pozyskiwaniu funduszy unijnych oraz dofinansowań, informacje na temat rynku, pomoc w nawiązywaniu partnerstw biznesowych, i wiele innych.

Informacji na temat sytuacji PIOB, w ubiegłych latach dostarcza w szczególności raport z badania podkarpackich IOB, przeprowadzonego w 2017 roku, jak również dane pozyskiwane i udostępniane przez Stowarzyszenie Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce. Na podstawie przeprowadzonej kwerendy na początku 2021 roku stwierdzono, że w Polsce istnieje 280 instytucji, które spełniają kryteria definicji Instytucji Otoczenia Biznesu (IOB). Spośród nich 164 są uznawane za ośrodki innowacji, natomiast 116 funkcjonuje jako ośrodki przedsiębiorczości. Dane wskazały na zmniejszenie liczby podmiotów o 162 instytucje, w porównaniu z rokiem 2017.²⁹

Warto przy okazji zwrócić uwagę, jak istotne zmiany w liczebności IOB wprowadza brak konsekwencji w definiowaniu tych podmiotów. W części diagnostycznej do Strategii rozwoju województwa opublikowanej w 2020 roku zaznaczono natomiast, że na terenie województwa zidentyfikowano 62 IOB świadczące w większości usługi informacyjne, szkoleniowe i doradcze. Natomiast najważniejszą rolę z punktu widzenia podniesienia innowacyjności podkarpackich przedsiębiorstw pełnić mają centra transferu technologii, instytuty badawczo-rozwojowe oraz parki naukowe czy naukowo-techniczne, a także inkubatory przedsiębiorczości.³⁰

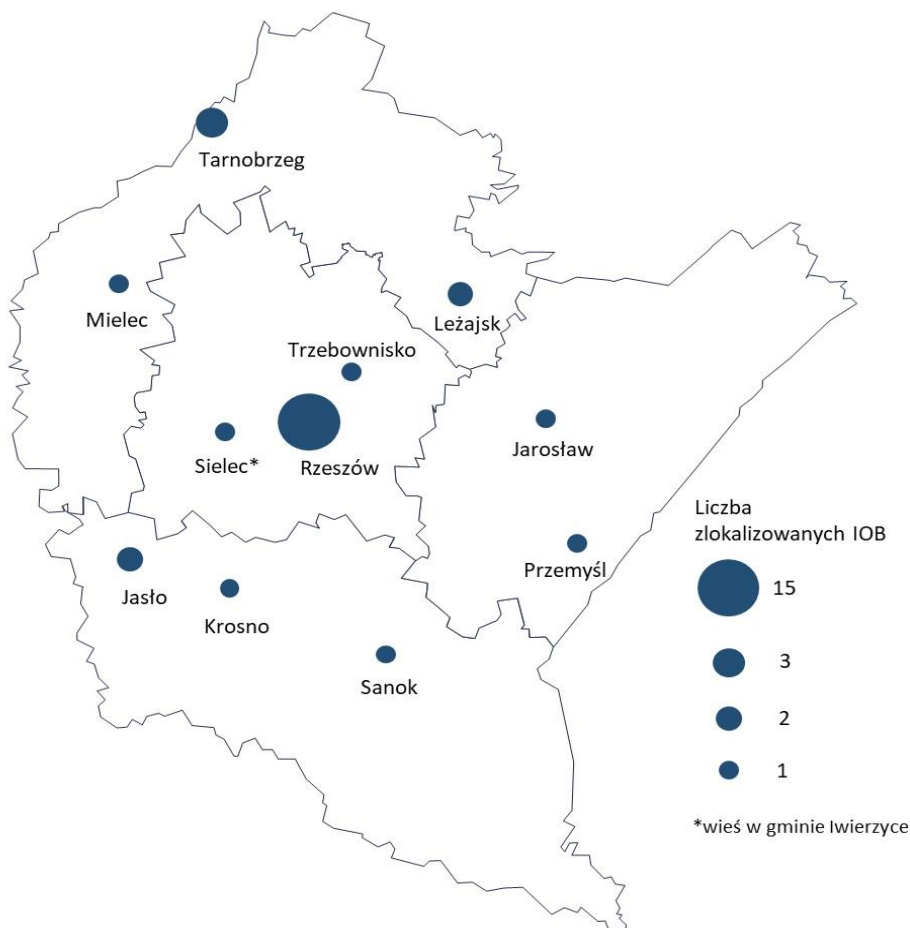
²⁹ Ośrodki Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce. Raport z badania 2021, red. M. Mażewska, A. Bąkowski, J. Rudawska/ SOOIPP Poznań 2021, s. 23-24.

³⁰ Strategia rozwoju województwa - Podkarpackie 2030, Samorząd Województwa Podkarpackiego, Rzeszów, wrzesień 2020 r., s. 52.

Natomiast dane Stowarzyszenia Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce z 2021 roku wskazują, że w województwie podkarpackim funkcjonowało już tylko 12 Ośrodków Innowacji oraz 7 ośrodków przedsiębiorczości, czyli łącznie 19 podmiotów. Podkarpacie zaliczono do grupy województw, na terenie których koncentracja IOB była mniejsza niż średnia krajowa. Wskaźnik centralizacji IOB wskazywał, że 40% z nich zlokalizowanych było w stolicy województwa podkarpackiego, a 60% poza nią.³¹

Przechodząc do wyników niniejszego badania terenowego, pierwszą z kluczowych informacji, jakich warto się dowiedzieć, jest geograficzne rozmieszczenie badanych IOB. Jak widoczne jest na poniższej mapie, największa liczba poddanych badaniu instytucji posiadała swoją siedzibę na terenie Rzeszowa – 15. 3 kolejne znajdowały się w Tarnobrzegu, podczas gdy po 2 pochodziły z Jasła i Leżajska. Pozostałe z wymienionych instytucji to pojedyncze przypadki, rozmieszczone w różnych częściach województwa.

Mapa 1. Lokalizacja IOB zidentyfikowanych w województwie podkarpackim



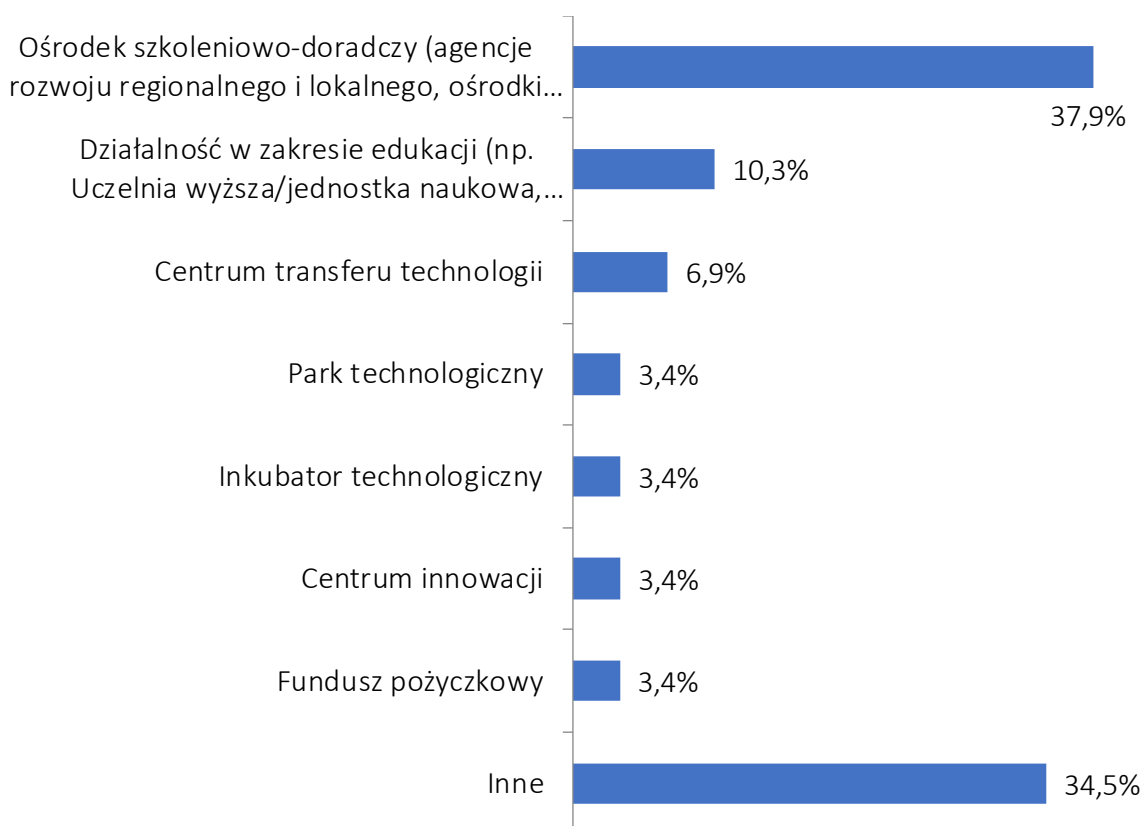
Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

³¹ Ośrodki Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce. Raport z badania 2021, red. M. Mażewska, A. Bąkowski, J. Rudawska/ SOOIPP Poznań 2021, s. 24.

Większość podkarpackich IOB, które wzięły udział w badaniu, ma swoją siedzibę w podregionie rzeszowskim – 58,6%. Podregion tarnobrzeski jest miejscem działalności 20,7% jednostek, z kolei krośnieński – 13,8%. Pozostałe 6,9% badanych to podmioty funkcjonujące w obrębie podregionu przemyskiego.

Jeśli mowa o typie działalności badanych podmiotów, najczęściej deklarowanym rodzajem IOB były ośrodki szkoleniowo-doradcze (agencje rozwoju regionalnego i lokalnego, ośrodki wspierania przedsiębiorczości, centra wspierania biznesu, fundacje rozwoju, towarzystwa gospodarcze, kluby i centra przedsiębiorczości, organizacje samorządu gospodarczego, np. izby przemysłowe, gospodarcze, rzemieślnicze), wskazane przez 37,9% podmiotów – co zresztą przekłada się również na wyniki analizy danych zastanych. Działalność w zakresie edukacji wykazało 10,3% badanych IOB, podczas gdy centra transferu technologii stanowiły 6,9%. Pod odpowiedzią „inne” wybraną przez 34,5% podmiotów, zawarto takie odpowiedzi, jak: Izba Przemysłowo-Handlowa, Jednostka Samorządu Rolniczego, Kłasty, NGO, Ośrodek Wsparcia Ekonomii Społecznej, Park Przemysłowy.

Wykres 2. Typy działalności podkarpackich IOB

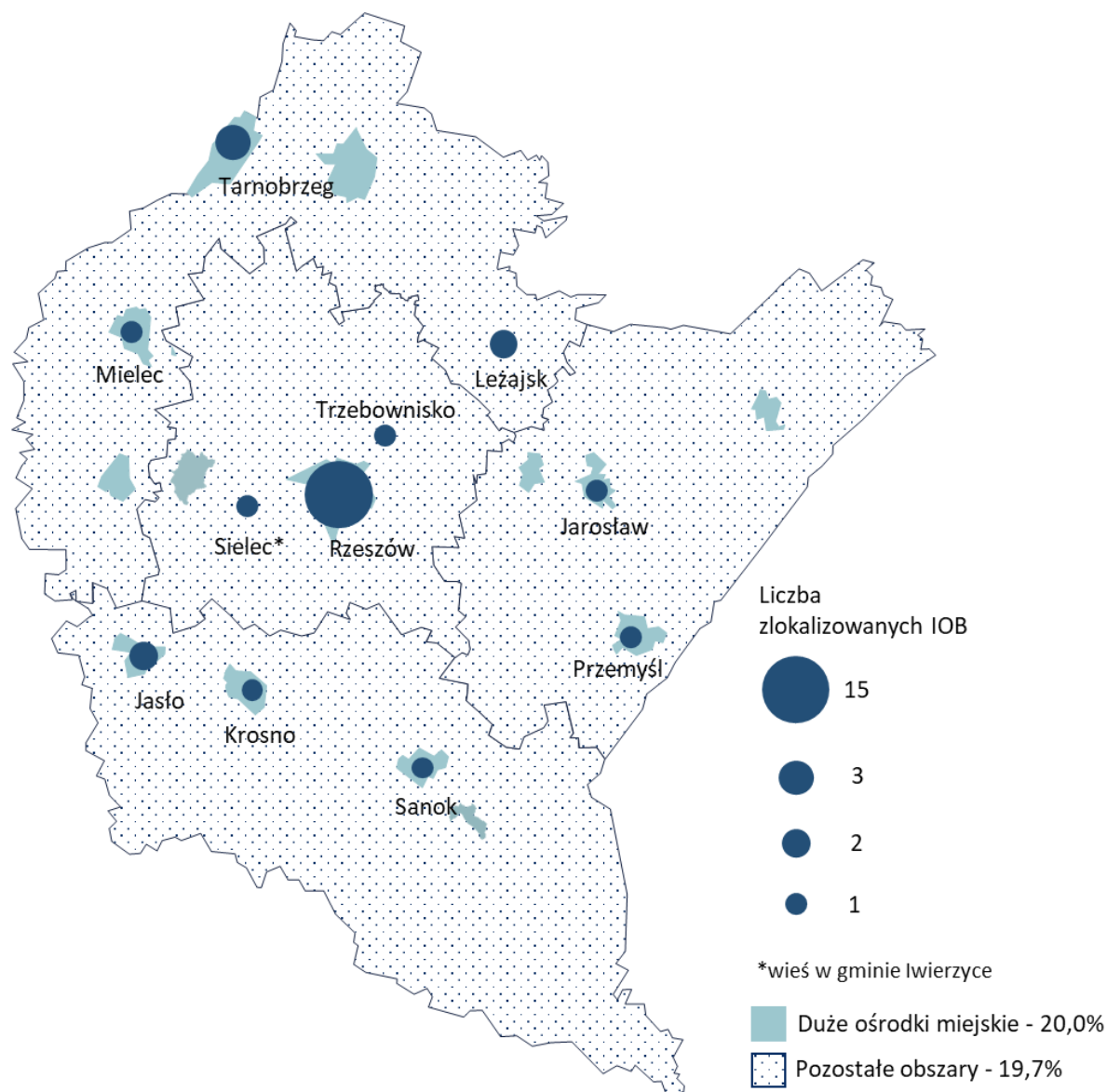


Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29³².

³² Ośrodek szkoleniowo-doradczy (agencje rozwoju regionalnego i lokalnego, ośrodki wspierania przedsiębiorczości, centra wspierania biznesu, fundacje rozwoju, towarzystwa gospodarcze, kluby i centra przedsiębiorczości, organizacje samorządu gospodarczego, np. izby przemysłowe, gospodarcze, rzemieślnicze).

Warto więc przyjrzeć się rozmieszczeniu IOB na terenie województwa podkarpackiego z wyszczególnieniem dużych ośrodków miejskich i pozostałych obszarów.

Mapa 2. Rozmieszczenie IOB względem DOM i obszarów poza nimi



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

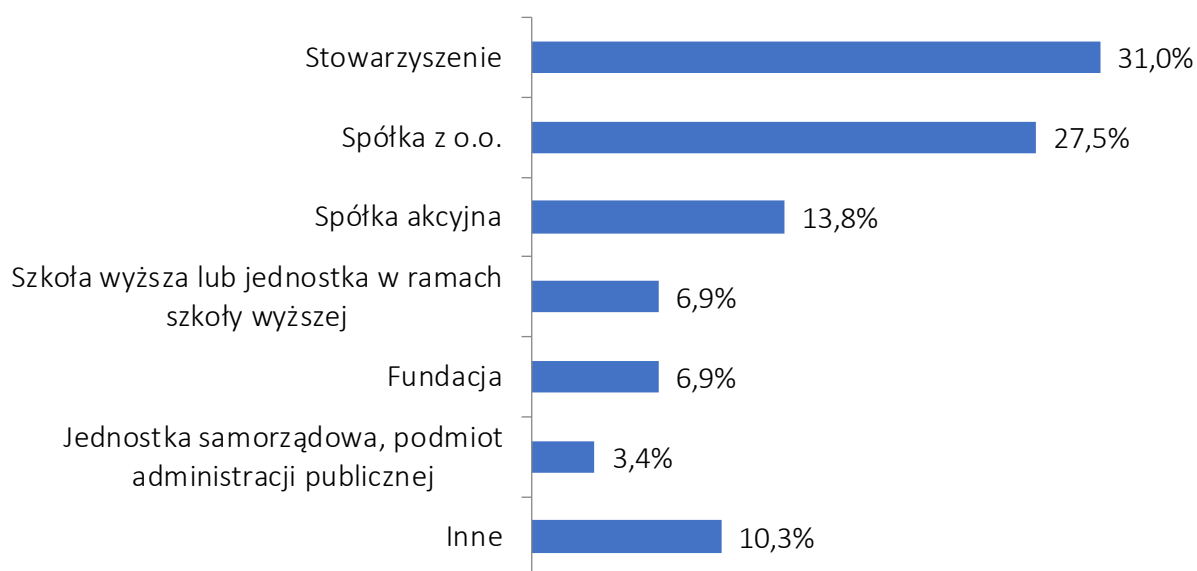
Łącząc więc ze sobą dwa zakresy powyższych informacji, warto zapoznać się z rozmieszczeniem PIOB na terenach DOM i poza, względem liczebności i rodzaju działalności. Na terenach zakwalifikowanych jako duże ośrodki miejskie w województwie podkarpackim znajduje się łącznie 25 PIOB. Wśród nich są np. ośrodki szkoleniowo-doradcze (w tym np. agencje rozwoju regionalnego i lokalnego, ośrodki wspierania przedsiębiorczości, centra wspierania biznesu, fundacje rozwoju, towarzystwa gospodarcze, kluby i centra przedsiębiorczości, organizacje samorządu gospodarczego, np. izby przemysłowe, gospodarcze, rzemieślnicze), inkubatory technologiczne, fundusz pożyczkowy, centrum transferu technologii, jednostka naukowa – w tym uczelnia wyższa lub podmiot działający

w jej ramach, park technologiczny i centrum innowacji. Jak zostało to już opisane powyżej, dominują głównie jednostki mające siedzibę w Rzeszowie, tj. 15 PIOB.

Na terenach nieobejmowanych przez duże ośrodki miejskie znajdują się 4 Instytucje Otoczenia Biznesu, wśród których są: ośrodek szkoleniowo-doradczy (agencje rozwoju regionalnego i lokalnego, ośrodki wspierania przedsiębiorczości, centra wspierania biznesu, fundacje rozwoju, towarzystwa gospodarcze, kluby i centra przedsiębiorczości, organizacje samorządu gospodarczego, np. izby przemysłowe, gospodarcze, rzemieślnicze), park przemysłowy, uczelnia wyższa/jednostka naukowa lub organ działający w ich ramach oraz jednostka samorządu rolniczego.

Kiedy mowa o formie prawnej badanych instytucji, należy podkreślić, że 31% z nich to stowarzyszenia, podczas gdy 27,5% spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. Z kolei spółki akcyjne stanowiły 13,8% wszystkich IOB. Najrzadziej wskazywaną odpowiedzią okazała się jednostka samorządowa i podmiot administracji publicznej, wskazany przez 3,4% podmiotów. Wśród odpowiedzi „inne”, znalazły się Izby Gospodarcze.

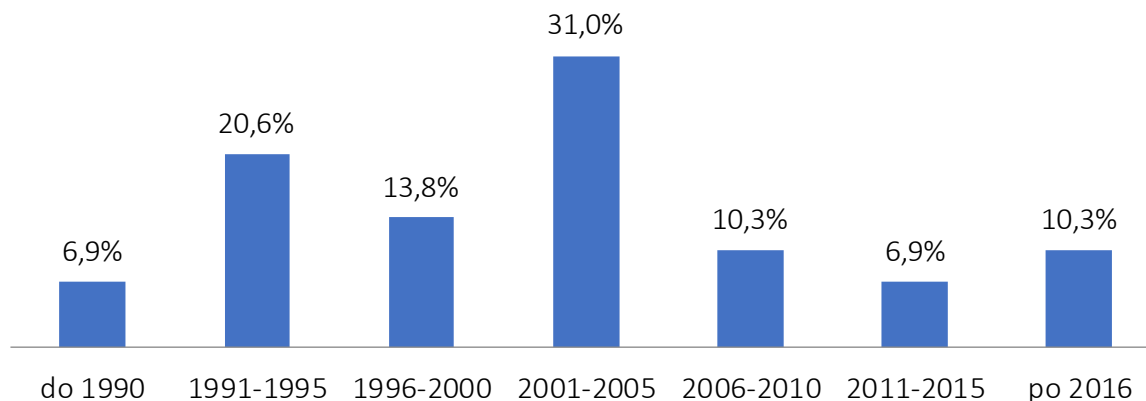
Wykres 3. Forma prawna podkarpackich IOB



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

48,3% badanych IOB zatrudnia mniej niż 10 osób. Kolejny przedział, obejmujący 11-49 pracowników, dotyczył 34,5% jednostek. Co więcej, 13,8% zatrudnia od 50 do 249 osób, a pozostałe 3,4% to podmioty posiadające ponad 250 pracowników. W przeciwieństwie do badanych przedsiębiorstw, największy odsetek przedziału lat założenia Instytucji Otoczenia Biznesu plasował się pomiędzy rokiem 2011 a 2005 (31%). Z kolei odsetek jednostek, które rozpoczęły swoją działalność w ciągu ostatnich 12 lat to jedynie nieco ponad 17%.

Wykres 4. Rok założenia podkarpackich IOB



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

5.2. Charakterystyka działalności podkarpackich IOB poddanych analizie

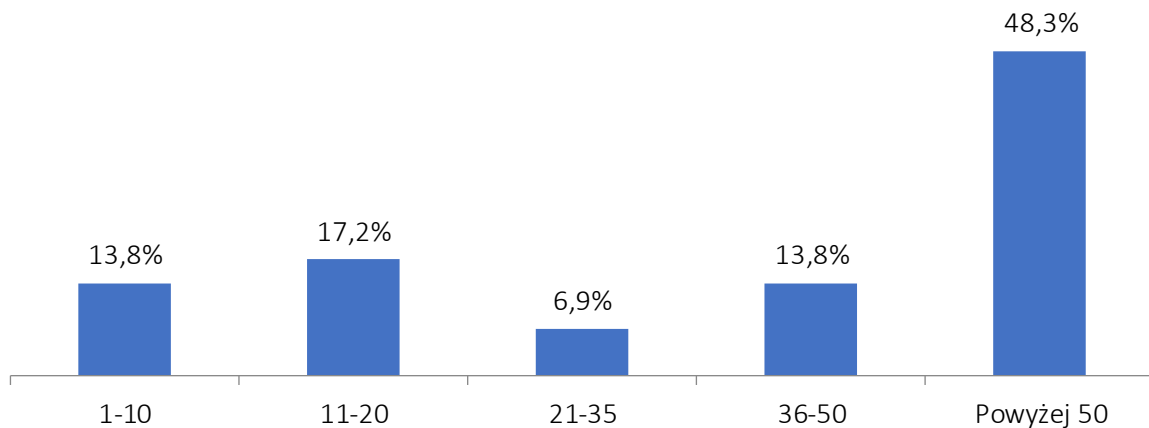
Rozważania na temat niniejszego badania należy rozpocząć od skupienia się na samych Instytucjach Otoczenia Biznesu oraz charakterystyce ich działalności w województwie podkarpackim, a także na poziomie wiedzy przedsiębiorców zarówno na temat ich funkcjonowania w regionie, jak i ich generalnej roli w procesie innowacji.

Warto rozpocząć od zakresu działalności podkarpackich IOB. Skupia się on głównie na Podkarpaciu, z naciskiem na następujące miejscowości: Przemyśl, Jarosław, Lubaczów, Przeworsk, Rzeszów, Leżajsk, Sanok oraz Tarnobrzeg. Warto więc podkreślić, iż jedynie miejscowość, jaką jest Leżajsk, nie jest częścią dużego obszaru miejskiego. Ponadto przekłada się to na zamknięcie zakresu terytorialnego działalności badanych IOB na powiaty: rzeszowski, jasielski, tarnobrzegi, leżajski, przeworski, łańcucki, nizański, przemyski, jarosławski, lubaczowski, sanocki, ale także leski, brzozowski i bieszczadzki. Natomiast w przypadku zasięgu wojewódzkiego, jedynie 17% badanych odpowiedziało, że wykracza on poza województwo podkarpackie. Wśród wymienianych województw były: lubelskie, małopolskie, świętokrzyskie, mazowieckie. Jedna z badanych Instytucji Otoczenia Biznesu podkreśliła, że zasięg ich działalności jest ogólnokrajowy, a nawet wykracza poza granice Polski.

W celu odpowiedniego zakresu analizy działalności IOB, należy odnieść się także do zakresu liczby klientów, jaką obsługują średnio badane Instytucje Otoczenia Biznesu w ciągu roku, w odniesieniu do informacji podsumowujących ich działalność z 2022 roku. Największy odsetek, gdyż aż 48,3% IOB, obsługuje ponad 50 klientów rocznie. To sugeruje, że wiele podmiotów ma rozwinięte bazy klientów lub świadczy usługi na większą skalę, co może być charakterystyczne dla dużych instytucji lub tych o szerokim zakresie działalności. 17,2% IOB obsługuje od 11 do 20 klientów rocznie, podczas gdy 13,8% przedsiębiorstw obsługuje od 36 do 50 klientów rocznie. Znaczący odsetek instytucji obsługuje mniejszą liczbę

klientów, co może wynikać z ich specyficznej działalności lub skoncentrowania na usługach o wyższej wartości dodanej.

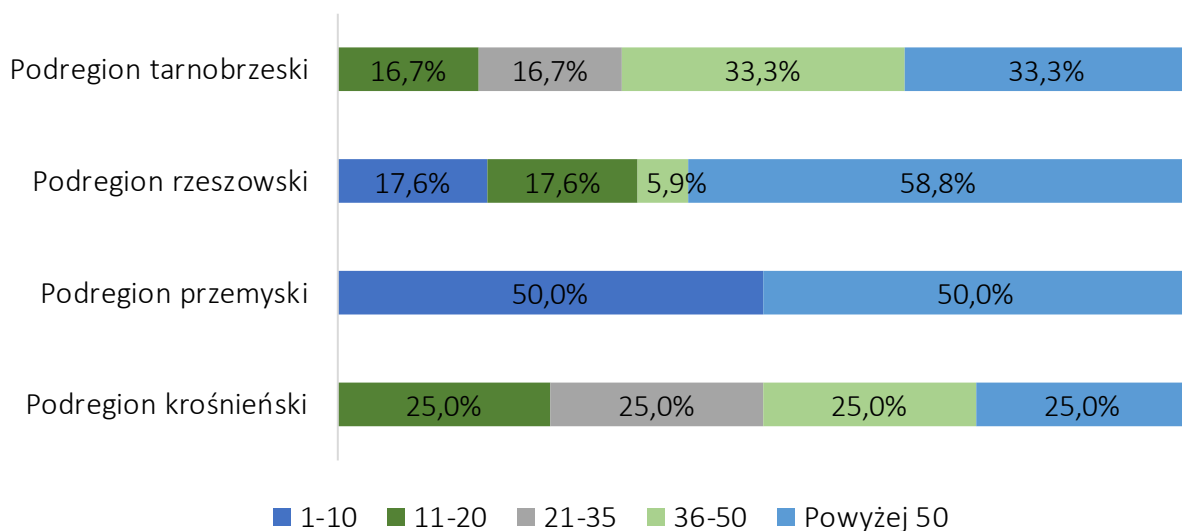
Wykres 5. Liczba klientów obsługiwana rocznie przez PIOB – 2022 rok



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

W podregionie przemyskim oraz rzeszowskim większość firm (50% i 58,8% odpowiednio) obsługuje powyżej 50 klientów rocznie. To znacznie więcej w porównaniu do podregionów krośnieńskiego i tarnobrzeskiego, gdzie udział firm obsługujących powyżej 50 klientów rocznie wynosi odpowiednio 25% i 33,3%. Warto również zauważyć, że zarówno w podregionie krośnieńskim, jak i tarnobrzeskim, nie ma firm obsługujących od 1 do 10 klientów, co odróżnia je od pozostałych obszarów.

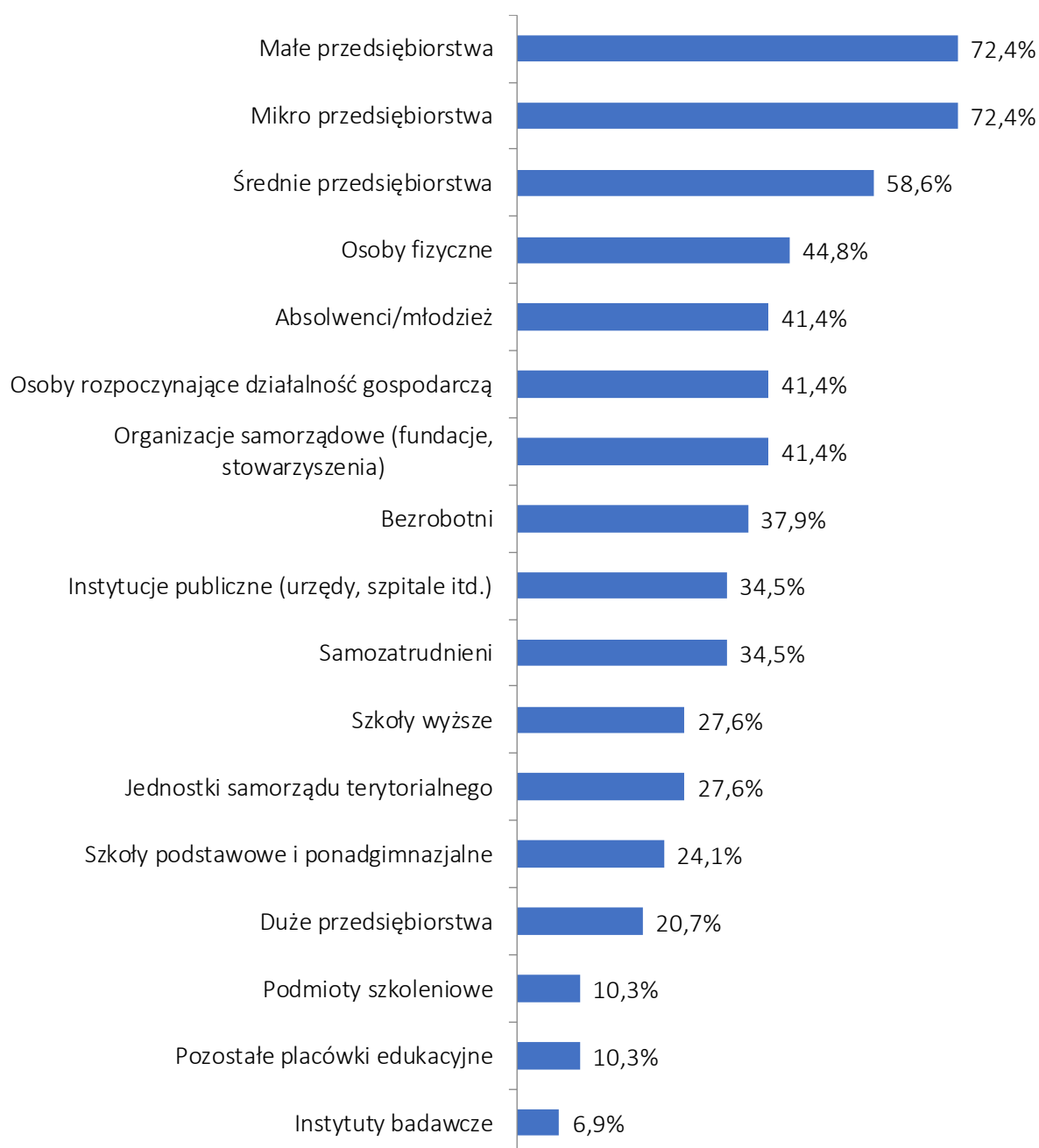
Wykres 6. Ilość obsługiwanych rocznie klientów wg podregionów



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Wyniki przedstawiają także, które typy podmiotów są najczęściej obsługiwane przez podkarpackie Instytucje Otoczenia Biznesu. Najczęściej wskazywane podmioty, na rzecz których badani świadczą usługi, to małe i mikro przedsiębiorstwa (72,4%). Sugeruje to, że zarówno instytucje te są najbardziej skupione na takich odbiorcach, jak i to, że właśnie MŚP najczęściej sięgają po pomoc. Co więcej, nieco mniejszy, lecz nadal znaczący odsetek instytucji obsługuje średnie przedsiębiorstwa (58,6%). Z kolei osoby fizyczne również stanowią istotną grupę klientów badanych IOB (44,8%). Interesujące również jest to, że 37,9% PIOB świadczy usługi także na rzecz osób bezrobotnych.

Wykres 7. Typy podmiotów obsługiwanych przez PIOB



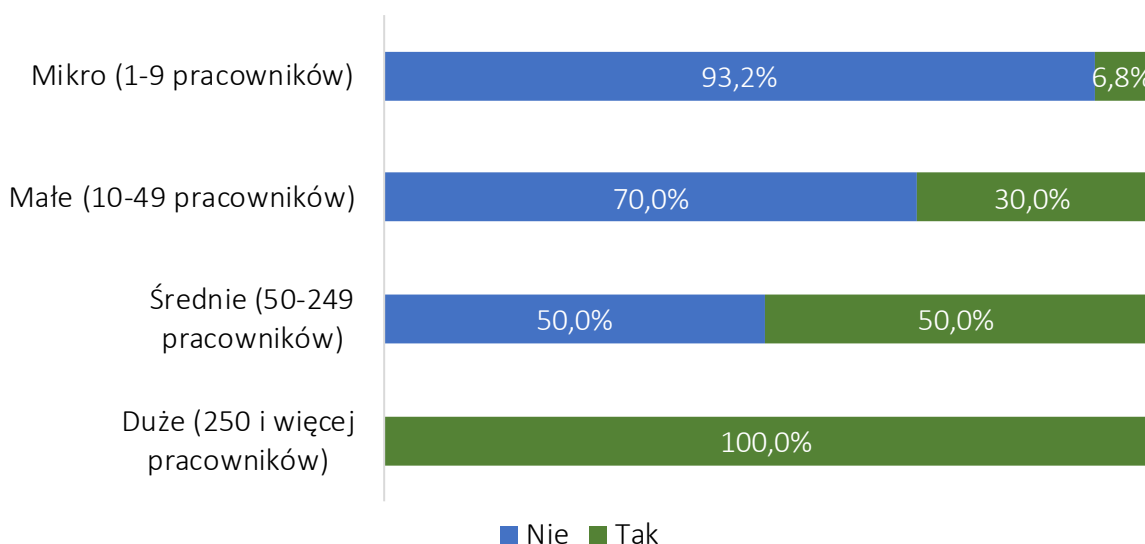
Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Z kolei najmniej wskazywane typy podmiotów obsługiwanych przez podkarpackie IOB to podmioty szkoleniowe i pozostałe placówki edukacyjne, wspierane przez 10,3% badanych, a także instytuty badawcze, na rzecz których usługi świadczy 6,9% respondentów.

Badanie wykazało, że zaledwie 8,1% badanych przedsiębiorstw korzystało z usług Instytucji Otoczenia Biznesu na terenie województwa podkarpackiego w ciągu ostatnich 4 lat, podczas gdy przeważająca większość, tj. 91,9%, nie korzystała z takich usług w tym okresie. To sugeruje, że udział przedsiębiorstw lub instytucji korzystających z IOB w ostatnich 4 latach jest stosunkowo niski.

Należy jednak podkreślić, że znacznie częściej z usług PIOB korzystają przedsiębiorstwa założone przed rokiem 2006 (np. przedziały 1991-1995 oraz 2011-2005 z wynikiem 13,3% dla każdego, a także firmy założone do 1990 roku z wynikiem 12,5%). Porównując dane te do przedsiębiorstw założonych w latach 2006-2010, gdzie odsetek korzystania z usług IOB wyniósł 7,9%, różnica ta jest znaczna (zwłaszcza w sytuacji, w której pozostałe przedziały „młodszych” firm osiągnęły jeszcze niższe wyniki). Co więcej, (wykluczając z tej analizy przedsiębiorstwa średnie i duże, których przedstawiciele stanowili bardzo mały odsetek próby, wobec czego widoczne poniżej 100% nie jest odpowiednio przekładalne na większą grupę) częściej z usług IOB korzystają małe firmy – 30%, aniżeli mikroprzedsiębiorstwa – 6,8%.

Wykres 8. Deklaracja korzystania z usług PIOB w ciągu ostatnich 4 lat ze względu na wielkość przedsiębiorstwa



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=383.

Analizując jednak aspekt PKD, które najczęściej deklarowały korzystanie z usług IOB, należy podkreślić kilka kluczowych wniosków. Istnieją zauważalne różnice w poziomie korzystania z usług IOB między sektorami. Sektory finansowy, publiczny i społeczny oraz sektor handlowo-usługowy wykazują niższe wskaźniki korzystania w porównaniu do sektorów przemysłowo-budowlanego, co może sugerować potencjalną potrzebę dostosowania oferty

IOB do specyficznych potrzeb tych sektorów lub zwiększenia świadomości o korzyściach wynikających z korzystania z tych usług.

Co więcej, z przedstawionych danych wynika, że procentowo najczęściej z usług Instytutu Obsługi Biznesu korzystały przede wszystkim przedsiębiorstwa z sektora rolnictwa, leśnictwa, łowiectwa i rybactwa, a także z sektora usług profesjonalnych. Mimo stosunkowo niskiego udziału w próbie, przedsiębiorstwa z sektora rolnictwa, leśnictwa, łowiectwa i rybactwa wykazują najwyższy odsetek korzystania z usług IOB w porównaniu do innych sektorów – 16,7%. Być może specyficzne potrzeby lub charakterystyka tych przedsiębiorstw skłaniają do korzystania z usług IOB, ale należy zachować ostrożność przy interpretacji tej danej ze względu na niski odsetek próby w tej kategorii.

Wykres 9. Branże PKD najczęściej korzystające z usług PIOB



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=383.

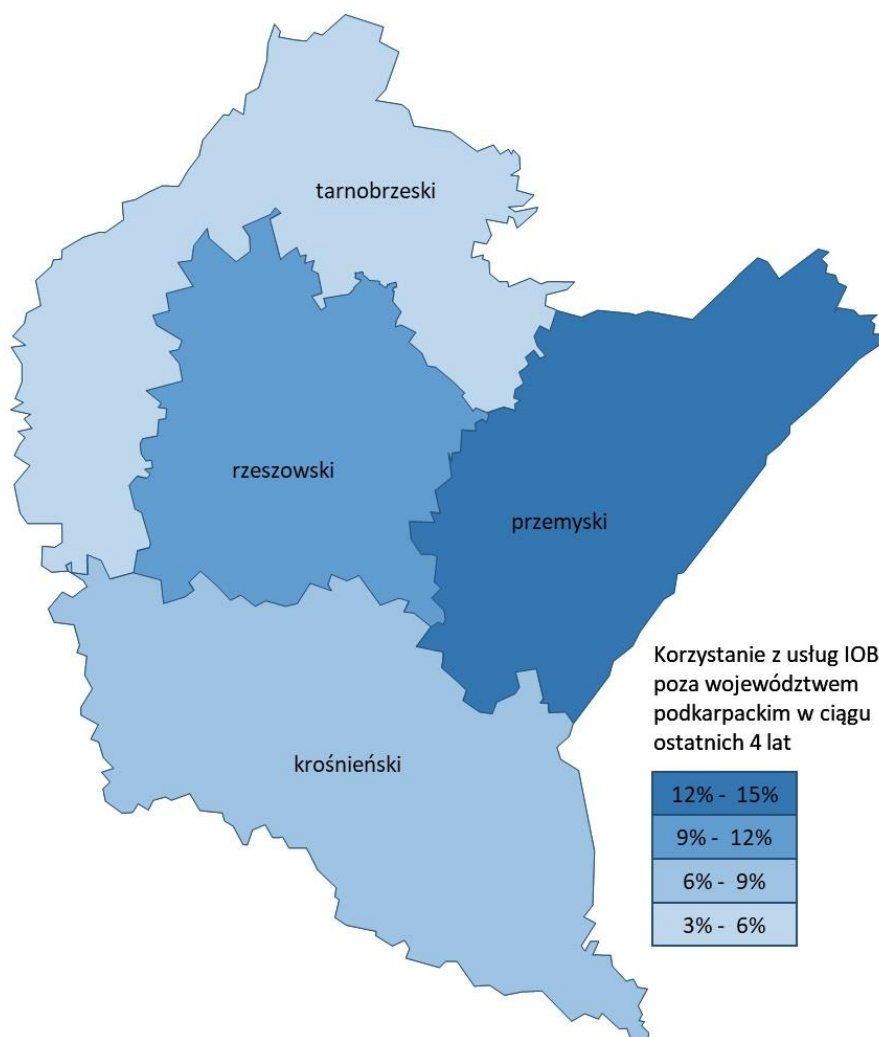
Warto podkreślić, że wśród wymienianych PIOB, z którymi przedsiębiorcy zadeklarowali styczność, były Izba Rzemieślnicza (wskazana przez 5 respondentów), Agencja Rozwoju Regionalnego (2 wskazania), Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego (RARR; 2 wskazania) oraz instytucje, które wskazywano jednostkowo: Cech Rzemiosł Różnych, Cech Rzemiosł w Przemysłu, Inkubator Przedsiębiorczości, Izba Przemysłowo-Handlowa, Krośnieński Inkubator Technologiczny, Mielecka Agencja Rozwoju Regionalnego (MARR), Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP), Podkarpackie Centrum Innowacji (PCI), Podkarpacka Izba Gospodarcza, Polska Fundacja Przedsiębiorczości – oddział, Przemysła Agencja Rozwoju Regionalnego, Przemyski Inkubator Przedsiębiorczości i Innowacji, Tarnobrzski Park Przemysłowo-Technologiczny, Stowarzyszenie Księgowych, Stowarzyszenie Producentów Żywności Ekologicznej.

Z kolei podczas wywiadów jakościowych z przedsiębiorcami, najczęściej wskazywaną instytucją są inkubatory przedsiębiorczości (postrzegane jako ogólne pojęcie) oraz RARR.

W ciągu tego okresu wielokrotnie mieliśmy okazję korzystać z różnych form wsparcia. W szczególności, skorzystaliśmy z usług Rzeszowskiej Agencji Rozwoju Regionalnego. Początki naszej firmy ściśle związane są z ową instytucją, bowiem w pierwszych latach funkcjonowania skorzystaliśmy z preferencyjnych warunków wynajmu powierzchni biurowych. (Źródło: *IDI_przedsiębiorstwo, rzeszowski, miasto*)

Ciekawe jest również to, że w okresie ostatnich czterech lat wyższy odsetek przedsiębiorstw z podregionu przemyskiego (12,3%) skorzystał z usług Instytucji Otoczenia Biznesu (IOB), w porównaniu do regionu tarnobrzeskiego, gdzie jedynie 5% badanych przedsiębiorstw skorzystało z pomocy tych instytucji.

Mapa 3. Korzystanie przez podkarpackich przedsiębiorców z usług IOB poza swoim województwem w ciągu ostatnich 4 lat

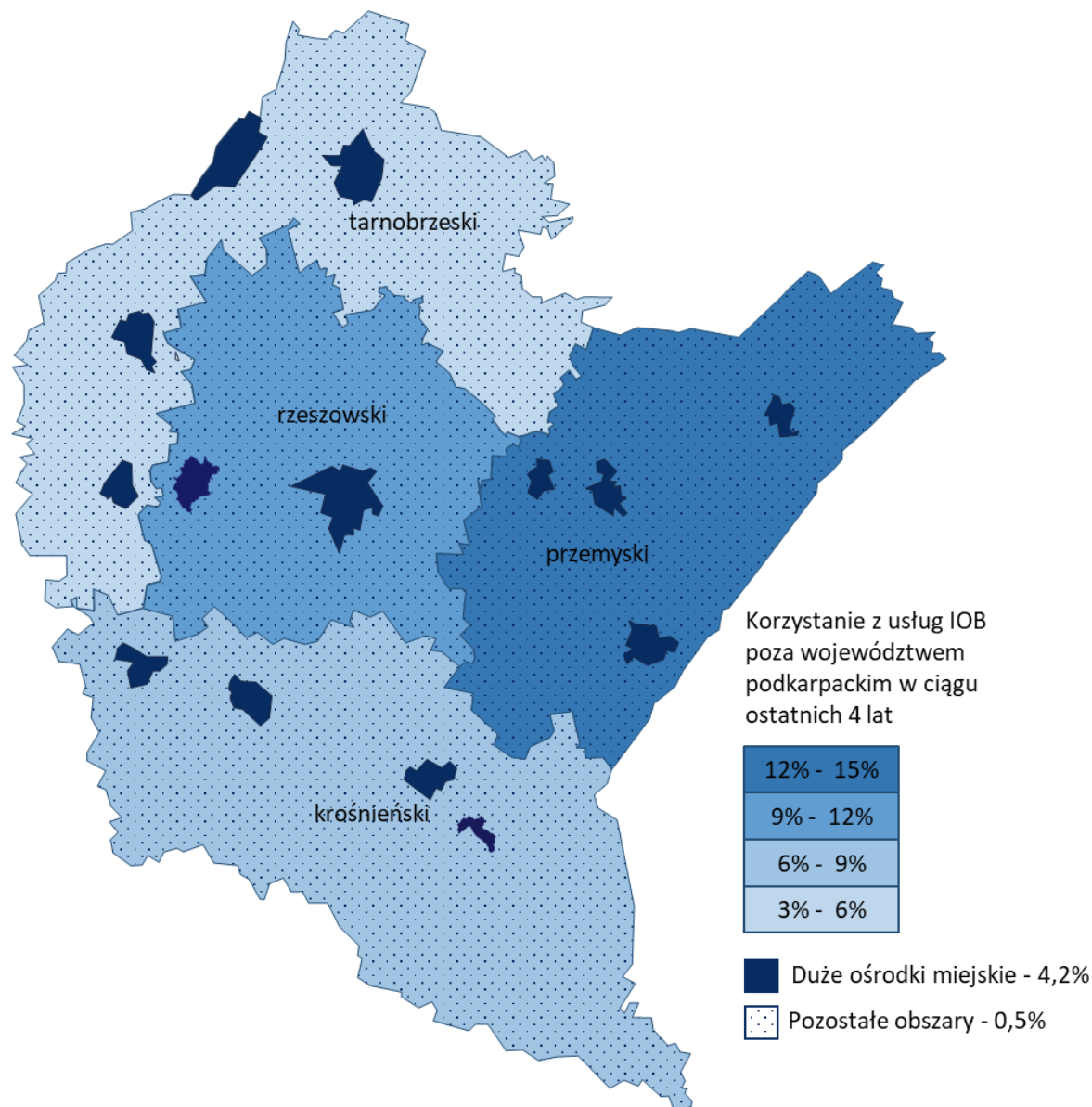


Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=383.

Ponadto, zaledwie 2,1% (8) ankietowanych przedsiębiorców skorzystało z usług Instytucji Otoczenia Biznesu (IOB) poza obszarem województwa podkarpackiego w ciągu ostatnich 4 lat. Takie wyniki sugerują ograniczony zasięg korzystania z usług IOB poza

lokalnym obszarem wśród badanych. Do wymienianych IOB należały: Konfederacja Pracodawców Polskich, Lewiatan, Narodowe Centrum Badań i Rozwoju (NCBR), Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP), Stowarzyszenie Księgowych, Stowarzyszenie Producentów Żywności Ekologicznej.

Mapa 4. Korzystanie z usług IOB poza województwem podkarpackim w ciągu ostatnich 4 lat w podziale na podregiony oraz duże ośrodki miejskie i obszary poza nimi



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=383.

Ponadto wyniki wskazują na kilka istotnych czynników, które mogą tłumaczyć fakt korzystania przez przedsiębiorstwa działające na terenie województwa podkarpackiego z usług IOB spoza tego regionu – przedstawiane są one z perspektywy IOB. Pierwszą z nich jest szerszy zakres proponowanych usług (66,7%). To oznacza, że w opinii PIOB przedsiębiorstwa mogą znaleźć w IOB spoza regionu bardziej wszechstronne usługi, które

spełniają ich różnorodne potrzeby (z kolei wśród przedsiębiorstw wskazał tę opcję 1 badany spośród 8, którzy wykazali korzystanie z usług IOB spoza województwa podkarpackiego).

Kolejnym powodem okazały się lepiej rozwinięte usługi IOB lub lepsza jakość usług IOB (54,2% IOB, ponownie – 1 przedsiębiorca, tj. 17%). Przedsiębiorstwa mogą preferować IOB spoza regionu, ponieważ oferują one wyższą jakość usług lub są lepiej przygotowane do udzielania pomocy firmom. To może oznaczać profesjonalne doradztwo, lepsze wsparcie czy bardziej zaawansowane narzędzia i rozwiązania.

Warto wskazać na usługi, jakimi charakteryzują się te IOB spoza województwa podkarpackiego, z których skorzystały badane przedsiębiorstwa. Z pewnością tym, co je wyróżnia, jest usługa o charakterze prawnym, świadczona przez Konfederację Lewiatan, która to na mocy ustawowych gwarancji może brać udział w procesie legislacyjnym działając w interesie przedsiębiorców – wśród badanych IOB znalazły się takie, które świadczyły usługi związane z prawem, ale żadna z instytucji nie wykazała, by zakres ich działalności obejmował tego typu ofertę, co jest warte podkreślenia.

Ponadto należy zwrócić uwagę na działania łączące działalności przedsiębiorców z funkcjonowaniem jednostek samorządowych oraz ogólne tworzenie sieci współpracy biznesowej. Interesujące jest również skupienie na usługach badawczych, obejmujących przeprowadzanie ewaluacji i badań w obszarze przedsiębiorczości, innowacyjności i kapitału ludzkiego oraz otoczenia biznesu, przy jednoczesnej działalności wydawniczej. Są to z pewnością zakresy usług, które wyróżniają się na tle innych IOB, należy jednak podkreślić, że nie oznacza to, że na terenie województwa podkarpackiego nie znajdują się żadne jednostki wspierające przedsiębiorstwa w tym zakresie – aspekt ten zostanie szczegółowo omówiony w dalszej części niniejszego raportu.

Tabela 5. Zakres usług świadczonych przez IOB spoza regionu, z których korzystali podkarpaccy przedsiębiorcy

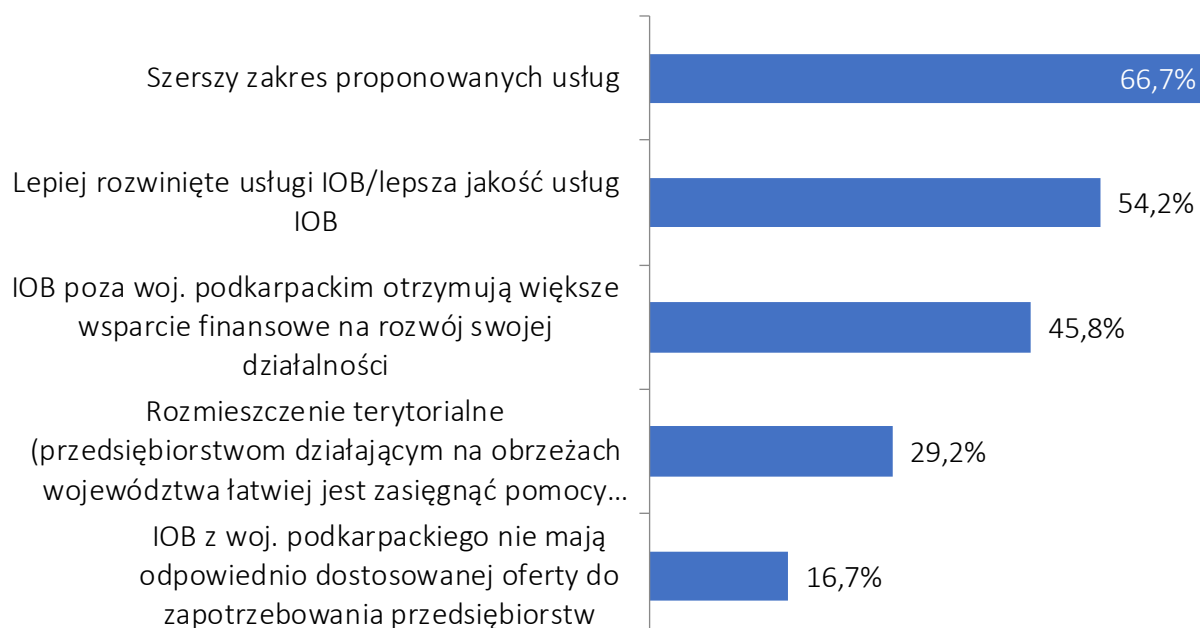
Nazwa instytucji	Zakres usług
Konfederacja Lewiatan	<ul style="list-style-type: none"> • Usługi o charakterze prawnym (na mocy ustawowych gwarancji konfederacja może brać udział w procesie legislacyjnym działając w interesie przedsiębiorców) • Łączenie działalności przedsiębiorców z działalnością jednostek samorządowych • Usługi szkoleniowe (warsztaty oraz webinaria dotyczące prawa pracy, podatków, ochrony danych osobowych, nowoczesnych technologii, cyberbezpieczeństwa) • Tworzenie sieci współpracy biznesowej • Usługi badawcze
Narodowe Centrum Badań i Rozwoju	<ul style="list-style-type: none"> • Usługi finansowe (dofinansowania ze środków europejskich) • Usługi badawcze • Usługi laboratoryjne (udostępnianie)

Nazwa instytucji	Zakres usług
	<ul style="list-style-type: none"> • Wynajem powierzchni biurowych • Realizacja projektów rozwojowych skierowanych do przedsiębiorców
Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości	<ul style="list-style-type: none"> • Usługi finansowe (dofinansowania sektora MŚP dzięki środkom otrzymanym w ramach projektów unijnych i krajowych) • Usługi badawcze (ewaluacje i badania w obszarze przedsiębiorczości, innowacyjności, kapitału ludzkiego i otoczenia biznesu) • Usługi szkoleniowo doradcze (organizowanie kursów rozwijających kompetencje kadr przedsiębiorców) • Realizacja projektów rozwojowych skierowanych do przedsiębiorców (duże skupienie na wdrażanie innowacji) • Działalność wydawnicza
Stowarzyszenie Księgowych	<ul style="list-style-type: none"> • Usługi szkoleniowe (komplementarna oferta podnoszenia kompetencji pracowników zajmujących się rachunkowością) • Działalność wydawnicza (upowszechnianie wiedzy w doskonaleniu kwalifikacji zawodowych w zawodzie księgowego i finansisty)
Stowarzyszenie Producentów Żywności Ekologicznej	<ul style="list-style-type: none"> • Usługi szkoleniowe dla rolników • Usługi wspierające rozwój procesu produkcji i przetwórstwa żywności ekologicznymi metodami

Źródło: analiza stron internetowych omawianych IOB.

Wracając jednak do powodów korzystania z IOB spoza regionu, wśród samych PIOB wskazano także, że IOB działające poza województwem podkarpackim otrzymują większe wsparcie finansowe na rozwój swojej działalności (45,8%), co z kolei wiąże się z lepszymi możliwościami rozwoju dla danych podmiotów. Ponadto 29,2% badanych IOB założyło, iż rozmieszczenie terytorialne jest istotnym czynnikiem dla przedsiębiorców korzystających z tych podmiotów spoza woj. podkarpackiego, podczas gdy spośród badanych firm odpowiedź tę wskazało, ponownie, 17% (co przy tak małym odsetku respondentów stanowi 1). Zakłada się więc, że przedsiębiorstwa na obrzeżach województwa mogą preferować korzystanie z usług IOB funkcjonujących w sąsiadujących województwach ze względu na łatwiejszy dostęp do tych instytucji. To może wynikać z geograficznego uwarunkowania i ułatwiać kontakt z IOB spoza regionu.

Wykres 10. Wskazywane przez PIOB powody korzystania przez podkarpackie przedsiębiorstwa z IOB spoza woj. podkarpackiego



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29³³.

Kolejnym aspektem, który warto omówić w kontekście charakterystyki działalności podkarpackich IOB jest znaczenie poszczególnych źródeł finansowania dla przebiegu funkcjonowania jednostek. Subwencje i dotacje okazały się źródłem finansowania, z którego korzysta najmniejsza liczba badanych, gdyż nieco ponad 62%. Jednocześnie jest to źródło, które najmniejszy odsetek respondentów określił jako posiadające co najmniej duży wpływ na działalność – 27,6%. Uczestnictwo w programach krajowych okazało się mieć co najmniej duże znaczenie dla 41,3% respondentów, podczas gdy odsetek ten wyniósł o 4,4 pp. więcej, niż w przypadku uczestnictwa w programach europejskich. Największy wpływ na działalność IOB mają środki z własnej działalności, istotne dla 55,1% badanych.

Tabela 6. Źródła finansowania PIOB a ich wpływ na funkcjonowanie

Rodzaj finansowania i wpływ	Bardzo małe	Małe	Średnie	Duże	Bardzo duże	Brak znaczenia, nie korzystamy z tego źródła
Subwencje, dotacje	20,7%	3,4%	10,3%	6,9%	20,7%	37,9%
Uczestnictwo w programach krajowych	10,3%	17,2%	10,3%	10,3%	31%	20,7%
Uczestnictwo w programach europejskich	13,8%	13,8%	17,2%	13,8%	24,1%	17,2%

³³ Rozmieszczenie terytorialne (przedsiębiorstwom działającym na obrzeżach województwa łatwiej jest zasięgnąć pomocy wśród IOB funkcjonujących w sąsiadujących województwach).

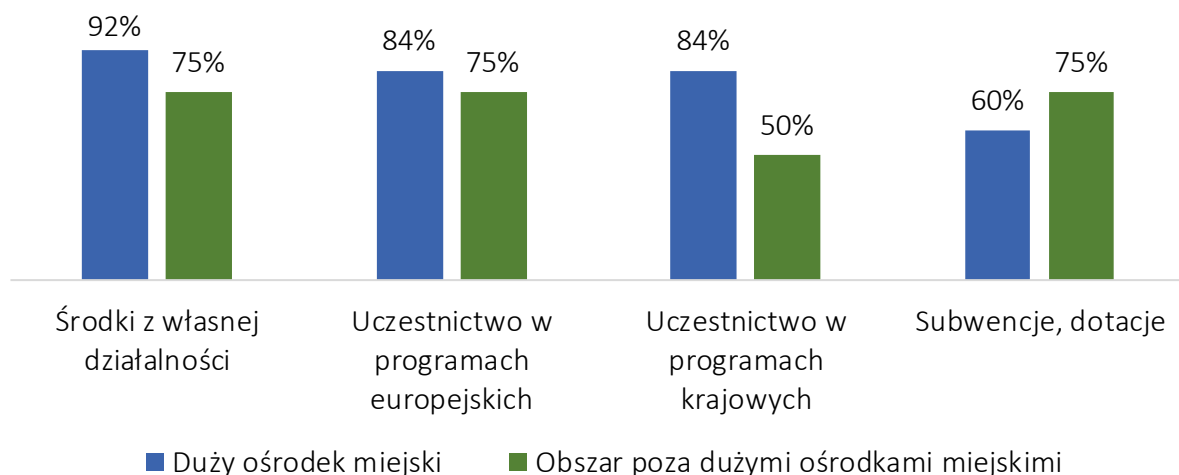
Rodzaj finansowania i wpływ	Bardzo małe	Małe	Średnie	Duże	Bardzo duże	Brak znaczenia, nie korzystamy z tego źródła
Środki z własnej działalności	13,8%	10,3%	10,3%	24,1%	31%	10,3%
Inne przychody, jakie?	3,4%	10,3%	3,4%	6,9%	6,9%	69%

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Ponadto wśród odpowiedzi „inne”, znalazły się takie źródła finansowania, jak: budżet miasta, czesne, działalność komercyjna, działalność gospodarcza, wynajem sal i pracowni, samorząd rolniczy, a także składki członkowskie.

Należy również zwrócić uwagę na to, że IOB działające na terenie dużych ośrodków miejskich wykazują wyższy poziom korzystania ze środków z własnej działalności, osiągając 92%, w porównaniu do obszarów poza dużymi ośrodkami miejskimi, gdzie wynosi to 75%. Z kolei PIOB działające poza DOM są bardziej skłonne do pozyskiwania wsparcia finansowego w formie subwencji czy dotacji – różnica w tym przypadku wynosi 15 pp.

Wykres 11. Deklaracja korzystania z konkretnych źródeł finansowania w podziale na IOB funkcjonujące w DOM oraz poza nimi



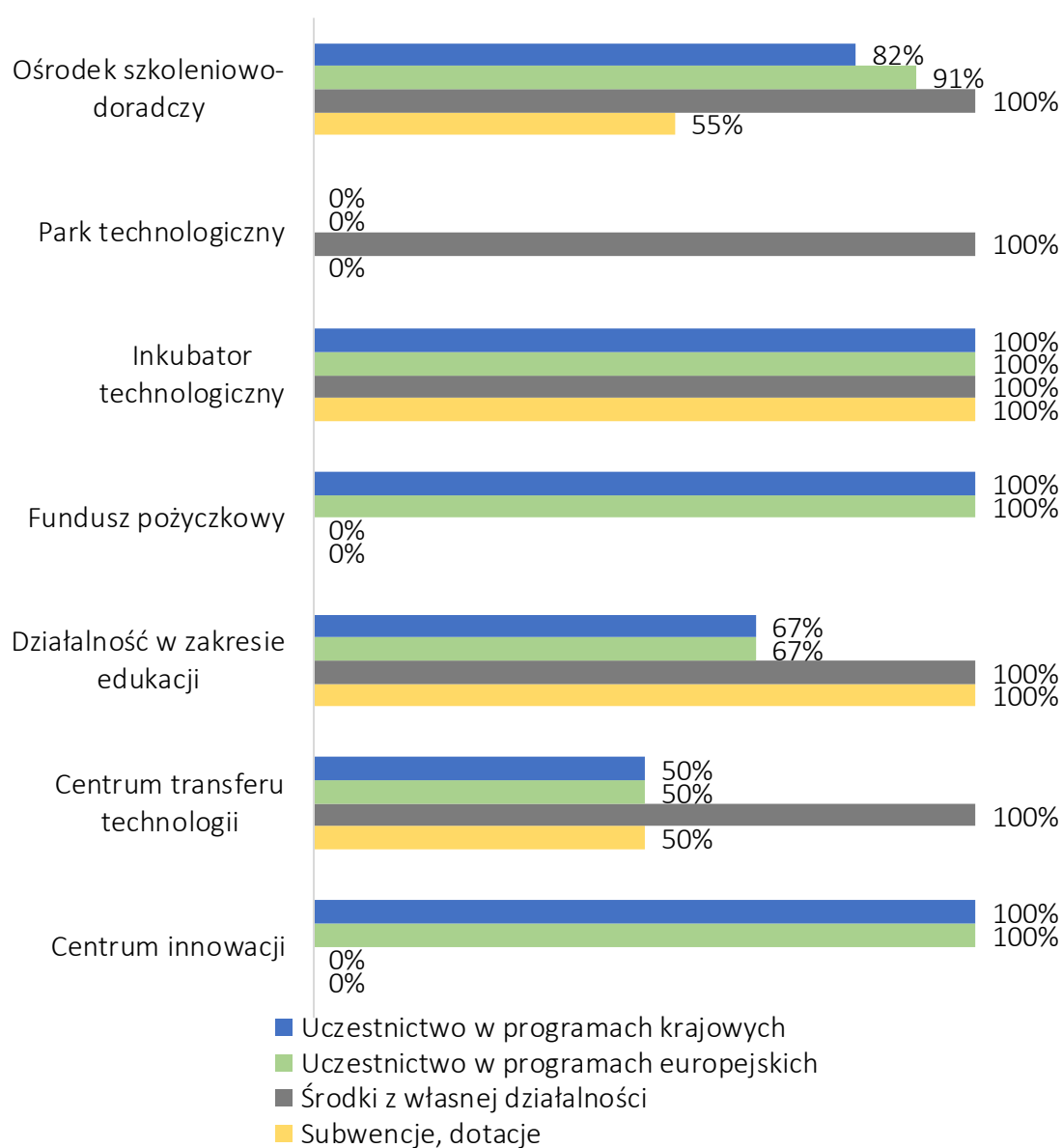
Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Warto także podkreślić, jak różni się zakres korzystania z konkretnych źródeł finansowania w zależności od rodzaju lub typu działalności badanych Instytucji Otoczenia Biznesu. Centrum innowacji, inkubator technologiczny i fundusz pożyczkowy (choć te wystąpiły w badaniu jedynie jednokrotnie, co należy mieć na uwadze zapoznając się z wynikami) wykazują znaczne korzystanie z programów europejskich – instytucje aktywnie uczestniczą w programach współfinansowanych przez Unię Europejską, co może przyczynić się do rozwoju innowacyjności i konkurencyjności. Odsetek ten jest

znaczny także wśród ośrodków szkoleniowych, wśród których wyniósł on 91%. Z kolei subwencje i dotacje okazały się istotnym źródłem finansowania dla 55% instytucji szkoleniowych oraz dla 50% centrum transferu technologii (co daje w tym przypadku 1 IOB).

Ważnym źródłem finansowym jest także własna działalność. Instytucje takie, jak centra transferu technologii, centrum innowacji, inkubator technologiczny, park technologiczny oraz ośrodki szkoleniowo-doradcze, wykazują fakt korzystania ze środków z własnej działalności. To sugeruje zdolność tych instytucji do generowania dochodów z własnej działalności, co może być kluczowe dla ich stabilności finansowej.

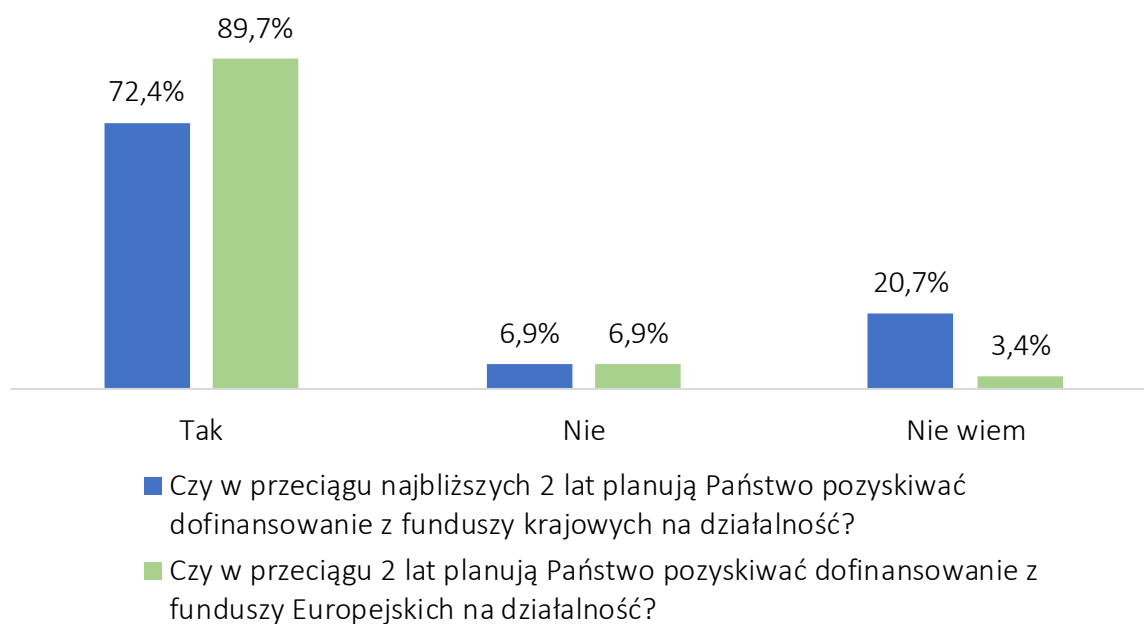
Wykres 12. Deklaracja korzystania z konkretnych źródeł finansowania w podziale na rodzaje/typy działalności PIOB



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Należy również zwrócić uwagę na to, że większy odsetek badanych IOB zamierza w ciągu kolejnych dwóch lat skorzystać z dofinansowania z funduszy europejskich (89,7%), aniżeli krajowych (72,4%).

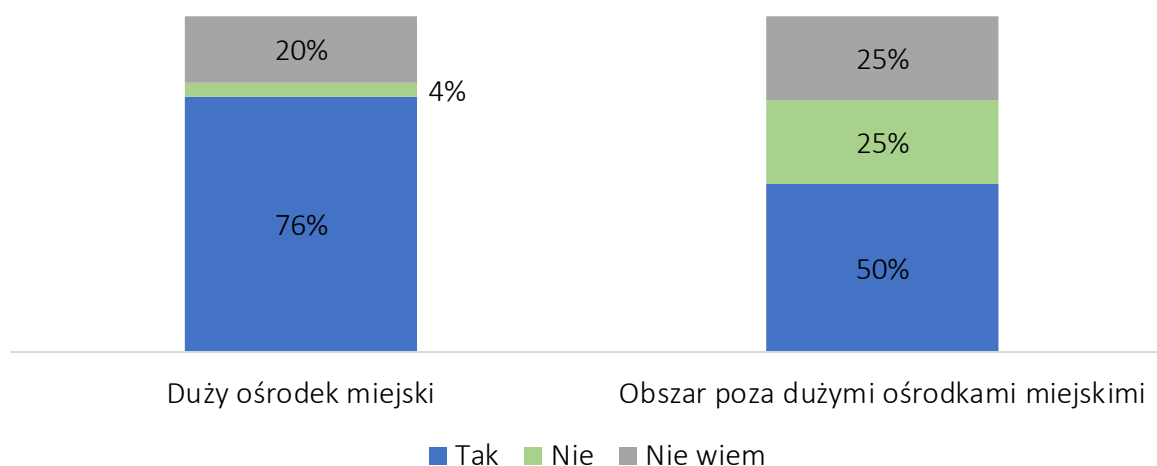
Wykres 13. Stosunek do różnych rodzajów finansowania – plany PIOB



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Wyniki wskazują również na różnice w podejściu do planów pozyskiwania dofinansowania z funduszy krajowych między dużymi ośrodkami miejskimi a obszarami poza nimi. Duże ośrodki miejskie są bardziej skłonne do zainteresowania tym źródłem finansowania, podczas gdy obszary poza dużymi ośrodkami miejskimi wykazują mniejsze zainteresowanie tym podejściem – stosunek 76% do 50%. Warto jednak analizować niniejsze dane z uwzględnieniem rozkładu liczebności IOB z DOM (tj. 25) oraz spoza tych obszarów (tj. 4).

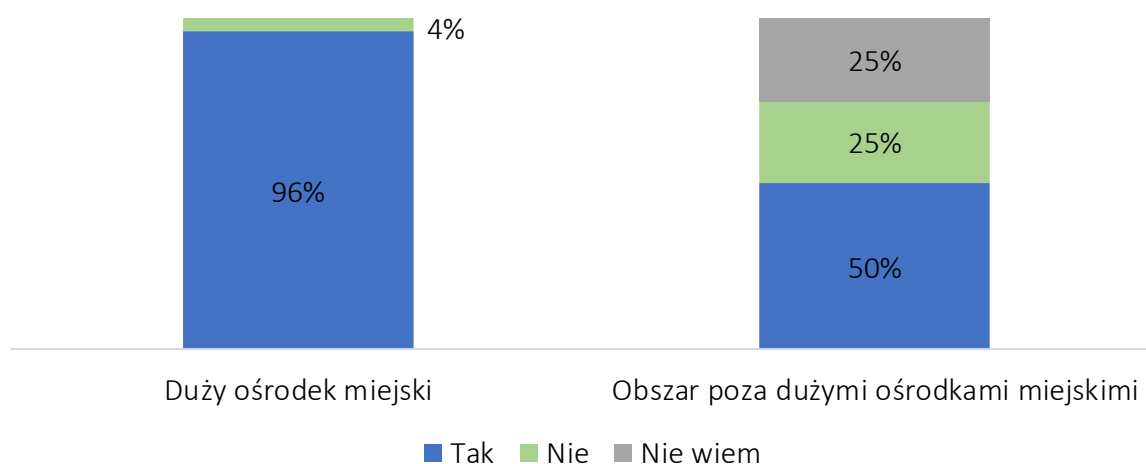
Wykres 14. Stosunek do finansowania z funduszy krajowych – plany PIOB – podział według DOM i obszarów poza nimi



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Wyniki wskazują na wysokie zainteresowanie pozyskiwaniem dofinansowania z funduszy europejskich wśród dużych ośrodków miejskich, a także umiarkowane (50%) zainteresowanie w obszarach poza dużymi ośrodkami miejskimi – rozkład wyników dotyczących grupy IOB zlokalizowanej poza DOM jest zresztą taki sam, jak w przypadku funduszy krajowych. Brak pewności co do planów korzystania z funduszy europejskich nie występuje w ogóle w przypadku dużych ośrodków miejskich.

Wykres 15. Stosunek do finansowania z funduszy europejskich – plany PIOB – podział według DOM i obszarów poza nimi



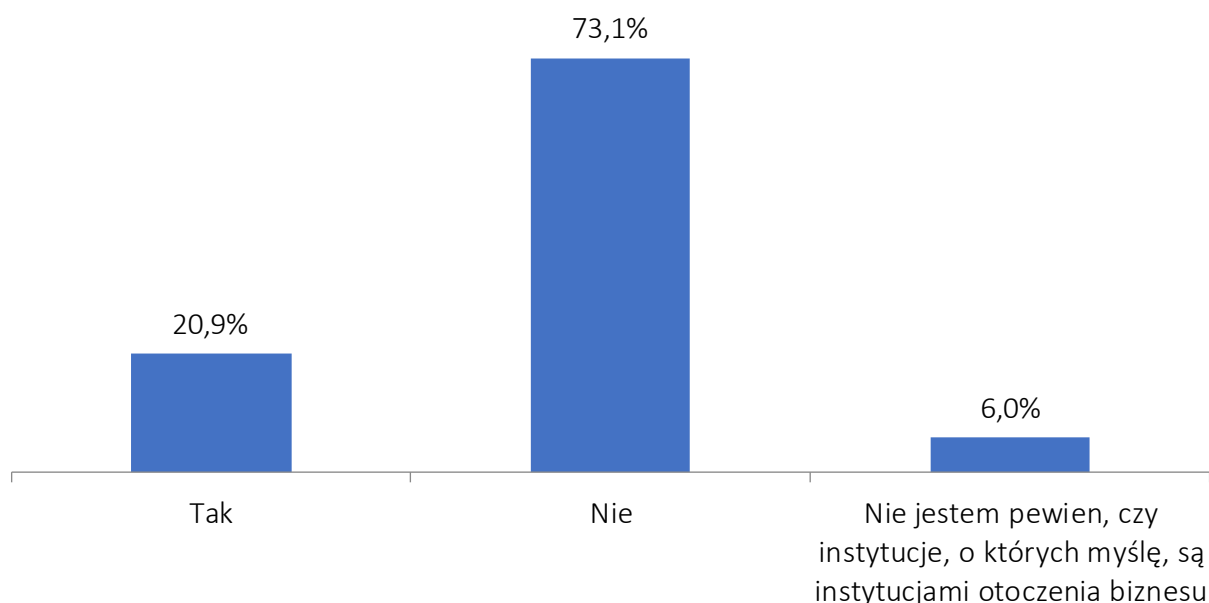
Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Należy również odnieść się usług świadczonych przez podkarpackie Instytucje Otoczenia Biznesu oraz wiedzy przedsiębiorców na ich temat – jest to istotne, ponieważ

pozwała dokładniej zrozumieć wpływ tych instytucji na rozwój regionalnej przedsiębiorczości. Analiza oferty usługowej IOB pozwala na ocenę konkretnego wsparcia, jakie jest dostępne dla przedsiębiorstw w regionie, identyfikację ewentualnych luk czy obszarów wymagających wzmocnienia (a w związku z tym, iż temu poświęcony jest kolejny dział, warto najpierw poznać ogólny zarys usług IOB i ich znajomości wśród przedsiębiorców). Równoczesne uwzględnienie wiedzy podkarpackich firm na temat IOB pozwala na pełniejsze zrozumienie efektywności tych instytucji oraz identyfikację obszarów, w których możliwe są dalsze doskonalenia i dostosowania do realnych potrzeb przedsiębiorców.

Przed wszystkim badanie przeprowadzone wśród przedsiębiorców wykazało, iż bardzo niewielki odsetek podkarpackich firm posiada jakąkolwiek wiedzę na temat IOB znajdujących się w ich regionie – zaledwie 20,9% respondentów wskazało odpowiedź świadczącą o znajomości tych podmiotów, podczas gdy aż 73,1% nie ma o nich pojęcia.

Wykres 16. Deklaracja posiadania wiedzy o PIOB przez przedsiębiorców



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=383.

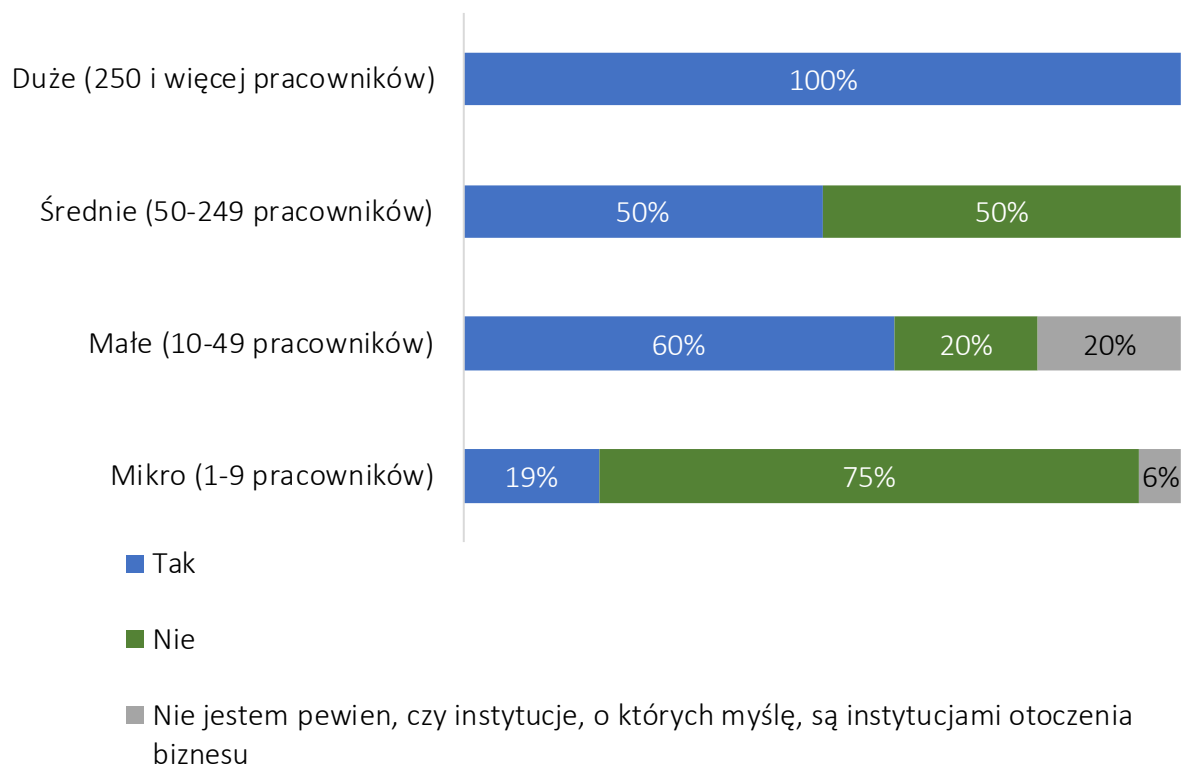
Ponadto wśród odpowiedzi w badaniu CAWI pojawiały się również głosy świadczące o tym, iż przedsiębiorcy słyszeli określenie *Instytucje Otoczenia Biznesu*, jednak nie potrafili wskazać żadnej konkretnej instytucji z nazwy. Co więcej, część respondentów wskazała także na to, iż są zaznajomieni z konceptem firm, które świadczą odpłatne usługi pomocowe w tworzeniu wniosków o dotacje unijne – żaden z nich jednak nie potrafił wskazać konkretnej nazwy takiej instytucji.

Warto zaznaczyć, że różnice w deklaracjach dotyczących wiedzy o PIOB dotyczą także przedziału lat, w których powstały badane przedsiębiorstwa. Najczęściej odpowiedź potwierdzającą znajomość wskazywały firmy założone w latach od 2001-2005 (30%) oraz

2006-2010 (niemalże 26,5%). Z kolei najniższym stopniem znajomości takich informacji wykazały się najmłodsze przedsiębiorstwa, które powstały po roku 2016 – niemalże 80% nie miało pojęcia o istnieniu IOB, a kolejnych 8,5% nie miało pewności, czy znane instytucje to IOB.

Wśród małych przedsiębiorstw (10-49 pracowników) 60% respondentów posiada wiedzę o PIOB, ale jednocześnie 20% nie jest pewnych. Warto zauważyć, że w kategorii mikroprzedsiębiorstw istnieje 6% respondentów, którzy nie są pewni, czy instytucje, o których myślą, są Instytucjami Otoczenia Biznesu. W przypadku średnich przedsiębiorstw (50-249 pracowników) jest równomierny podział – 50% wiedzy i 50% jej braku (choć należy pamiętać o niewielkiej liczbie respondentów w tej grupie). To sugeruje, że wiedza wśród tych grup przedsiębiorstw może być bardziej zróżnicowana i wymagać dodatkowych działań informacyjnych.

Wykres 17. Deklaracja posiadania wiedzy o PIOB przez przedsiębiorców a wielkość przedsiębiorstwa



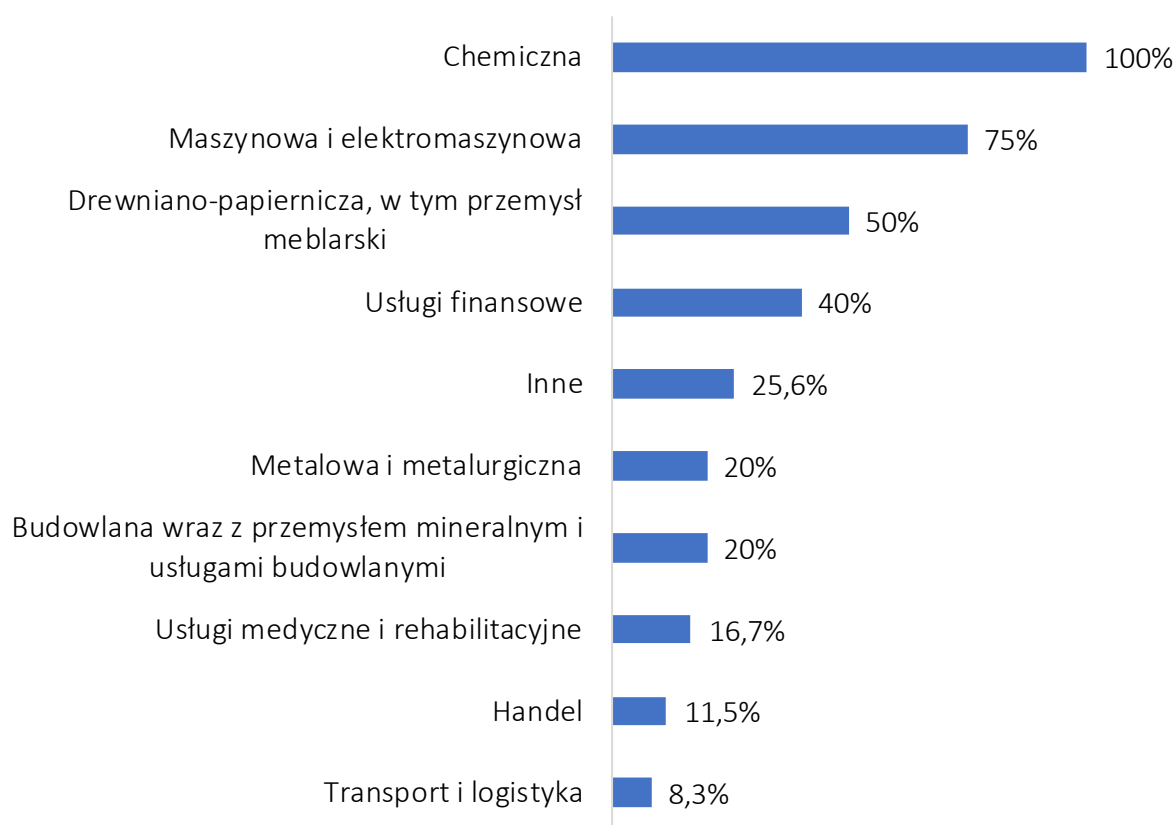
Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=383.

Należy również rozważyć niniejszy aspekt ze względu na branże, w jakich działają podkarpacki przedsiębiorcy. W sektorach chemicznym oraz maszynowym i elektromaszynowym odnotowano wysoki odsetek świadomości na temat IOB (odpowiednio 100% i 75% firm określających swoją działalność jako należącą do wymienionych, wykazało wiedzę na temat Instytucji Otoczenia Biznesu – niemniej jednak na te dwa rekordy należy

patrzeć przez pryzmat ich niskiej frekwencji w badaniu, tj. odpowiednio 1 i 4 przedsiębiorstwa).

Warto więc skupić się na analizie pozostałych branż, mających większy odsetek przedstawicieli w badaniu. W sektorze usług finansowych 40% respondentów posiada wiedzę na temat IOB, podczas gdy pośród firm o działalności metalowej i metalurgicznej, 20% respondentów zadeklarowało ten zakres informacji. Choć to stosunkowo pozytywny wynik jak na ogólny odsetek wskazań znajomości IOB, nadal istnieje potencjał do zwiększenia świadomości i promocji usług dostępnych dla firm z tej branży. Ponadto wśród badanych firm działających w zakresie transportu i logistyki zaledwie 8,3% posiada wiedzę o IOB.

Wykres 18. Deklaracja posiadania wiedzy na temat PIOB – podział według branż działalności przedsiębiorców



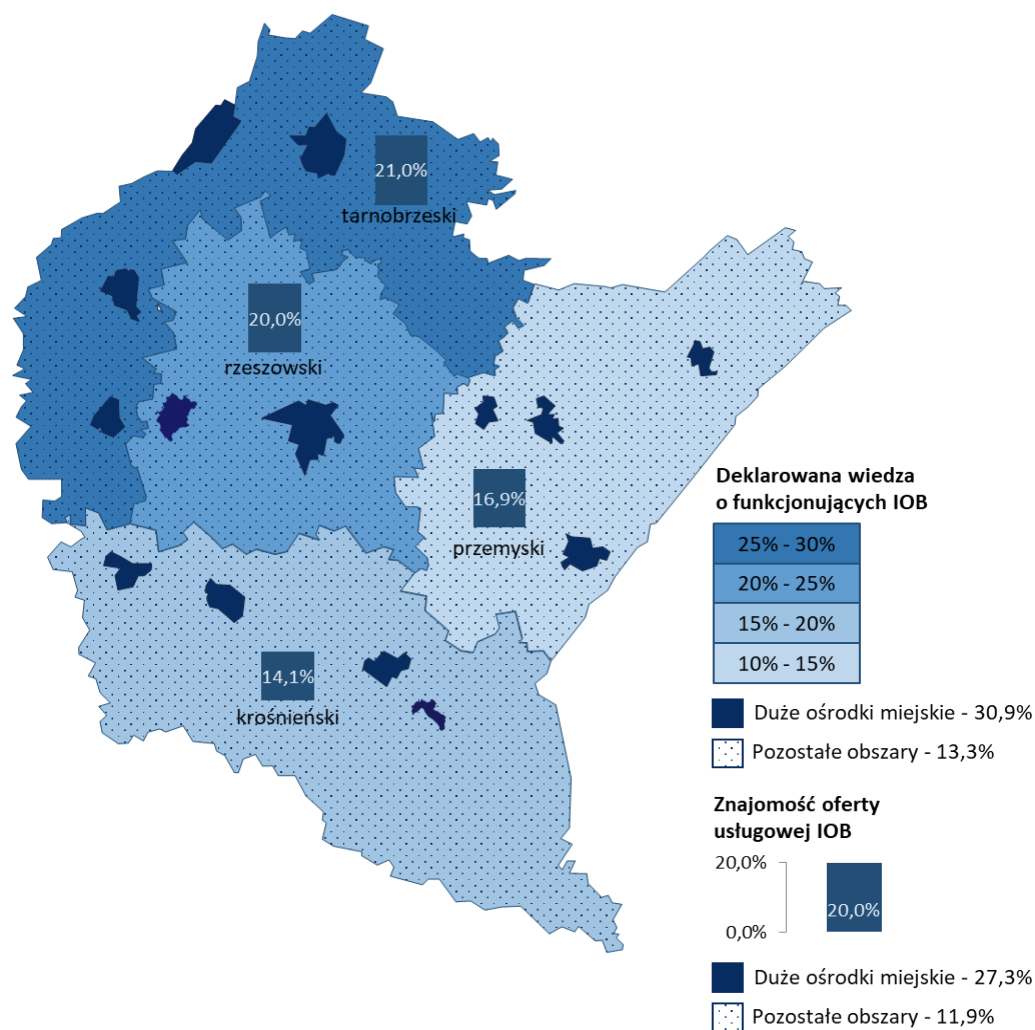
Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=80 (wyniki dotyczą tylko odpowiedzi „tak” na pytanie o znajomość PIOB, wobec czego widoczne na wykresie procenty nie sumują się do 100%).

Co ciekawe, zestawiając te odpowiedzi z regionem, z jakiego pochodzili przedsiębiorcy, można zauważyć, iż to w podregionie tarnobrzesckim odsetek jednostek posiadających wiedzę o IOB działających na terenie województwa podkarpackiego był największy – 28%. Z kolei najmniejszy odsetek przedsiębiorców znających jakiegokolwiek IOB znajdował się w podregionie przemyskim – 13,8%.

Wynik ten przekłada się także na rozkład znajomości IOB względem dużych ośrodków miejskich i terenów poza nimi, gdyż jedynie 13,3% badanych pochodzących z obszarów poza DOM znało jakiegokolwiek IOB. Odsetek ten w przypadku przedsiębiorców funkcjonujących w większych ośrodkach miejskich wyniósł 30,9%, wobec czego należy podkreślić, iż różnica ta jest znacząca i może mieć na to wpływ niska dostępność IOB poza DOM.

Z kolei na pytanie dotyczące znajomości oferty usługowej IOB działających na terenie województwa podkarpackiego 18,5% respondentów odpowiedziało twierdząco. Sama znajomość oferty usługowej wśród przedsiębiorców okazała się najwyższa również pośród podmiotów funkcjonujących w podregionie tarnobrzeskim – 21% odpowiedzi twierdzących, podczas gdy w tym przypadku najmniejszy wynik osiągnęły firmy z podregionu krośnieńskiego – 14,1%. W tym przypadku wynik różnicy odpowiedzi twierdzących występujących pomiędzy dużymi ośrodkami miejskimi wynosił 15,4 pp., tj. 27,3% w DOM oraz 11,9% poza nimi.

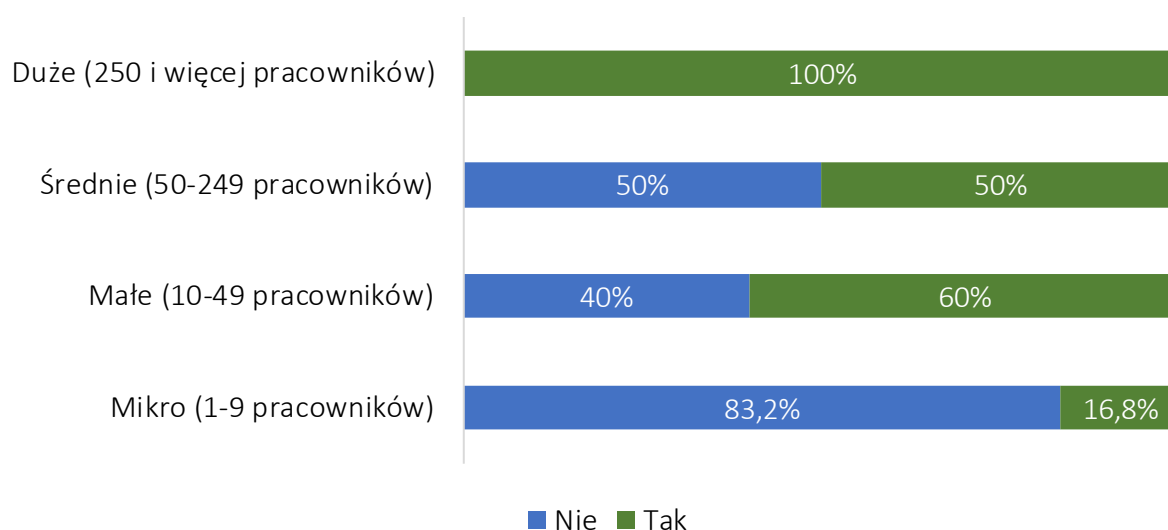
Mapa 5. Deklarowana wiedza o funkcjonujących IOB i znajomość oferty usługowej IOB w województwie podkarpackim – podział według podregionów i wielkości ośrodków



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=383.

Mikroprzedsiębiorstwa, które zatrudniają od 1 do 9 pracowników, wykazują wysoki odsetek (83,2%) braku znajomości oferty usługowej IOB. W przeciwieństwie do mikroprzedsiębiorstw, małe i średnie przedsiębiorstwa (od 10 do 249 pracowników) wykazują znacznie wyższy poziom znajomości oferty IOB. W szczególności, przedsiębiorstwa z kategorii małych wykazują stosunkowo wysoki odsetek (60%) znajomości usług IOB. 100% dużych przedsiębiorstw, zatrudniających 250 lub więcej pracowników, wykazało znajomość oferty usługowej IOB. To może wskazywać na to, że duże firmy są lepiej poinformowane i bardziej zainteresowane usługami IOB niż mniejsze przedsiębiorstwa, ale również może to być wynikiem małej liczebności takich firm w próbie.

Wykres 19. Deklaracja znajomości oferty usługowej PIOB przez przedsiębiorców a wielkość przedsiębiorstwa



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=383.

Różnice występujące pomiędzy firmami pod względem lat ich powstania nie są w tym przypadku aż tak różne, choć należy przyznać, że najczęściej znajomością oferty PIOB wykazywały się firmy założone w latach 2001-2005, a najrzadziej – powstałe do 1990 roku.

Istotne w tym przypadku jest również to, jakie IOB są najbardziej znane wśród regionalnych przedsiębiorców. Badani, poproszeni o wymienienie nazw IOB działających na terenie województwa podkarpackiego, wskazali poniższe podmioty. Tabela numer 7 zawiera nazwy wraz z częstością ich wskazań, wśród których znalazły się m.in. Izba Rzemieślnicza, Agencje Rozwoju Regionalnego (jako ogół) oraz Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego. Interesujące jest również to, iż jako Instytucję Otoczenia Biznesu respondenci wskazywali również takie jednostki, jak Politechnika Rzeszowska.

Warto również odnieść się do tego, iż 2 respondentów wskazało Lokalną Grupę Działania Nasze Bieszczady, które jest dobrowolnym, autonomicznym i trwałym zrzeszeniem osób fizycznych i prawnych, w tym jednostek samorządu terytorialnego, które działa w celu

wspierania rozwoju obszarów wiejskich. Stanowi organizację pozarządową, realizującą swoje statutowe cele jako stowarzyszenie „specjalne”, posiadające osobowość prawną, nadzorowaną przez Marszałka Województwa Podkarpackiego.³⁴

Co istotne, mimo że LGD i Instytucje Otoczenia Biznesu mogą współpracować i ich cele mogą się częściowo pokrywać, to badanie traktuje je odrębnie ze względu na ich specyficzne funkcje, cele oraz zakres działalności. LGD często angażują się w różnorodne obszary życia społeczności lokalnej, niekoniecznie związane tylko z biznesem. Mogą to być projekty z dziedziny kultury, środowiska, turystyki czy edukacji. Instytucje Otoczenia Biznesu z reguły skupiają się głównie na kwestiach związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstw i przedsiębiorczości, takich jak ułatwianie rozwoju firm, eliminowanie barier dla biznesu czy reprezentowanie interesów przedsiębiorców.

Tabela 7. 5 najczęściej wskazywanych IOB znanych podkarpackim przedsiębiorcom

Nazwa IOB	Liczba wskazań
Izba Rzemieślnicza	17
Agencja Rozwoju Regionalnego (jako ogół)	16
Inkubator Przedsiębiorczości (jako ogół)	12
Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego (RARR)	11
Dolina Lotnicza	8
Mielecka Agencja Rozwoju Regionalnego	8

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=80 (tylko te przedsiębiorstwa, które wskazały znajomość IOB).

Warto również podkreślić, że IOB zaproszone do badania jakościowego podkreślały, że problem niskiego stopnia zaznajomienia przedsiębiorstw z Instytucjami Otoczenia Biznesu w regionie może być związany z terminologią dotyczącą instytucji wspierających biznes – jest ona czasem zbyt skomplikowana dla osób spoza tego środowiska. Zaproponowano także, że istnieje potrzeba lepszej edukacji i jasności w tym zakresie, aby pomóc przedsiębiorcom i osobom prowadzącym działalność gospodarczą zrozumieć, jakie instytucje i usługi są dostępne w otoczeniu biznesowym.

Wnioskuje, że zjawisko to może wynikać z samej terminologii. Gdyby nie moje wieloletnie doświadczenie na rynku oraz realizacja projektów unijnych, prawdopodobnie, gdyby ktoś przedstawił mi taką definicję „instytucji otoczenia biznesu”, z pewnością zastanawiałabym się nad jej znaczeniem. Przypuszczam, że przeciętny przedsiębiorca zajmujący się produkcją lub sprzedażą własnych produktów może nie zastanawiać się nad tym pojęciem, gdyż może nie być mu ono w pełni znane. Wydaje się, że to określenie jest stosunkowo mało popularne. Dla wielu osób, być może pierwszym skojarzeniem będzie Urząd Skarbowy,

³⁴ Lokalna Grupa Działania Nasze Bieszczady. Charakterystyka LGD, str. 1. [Nasze Bieszczady](#) (dostęp: 16.11.2023 r.)

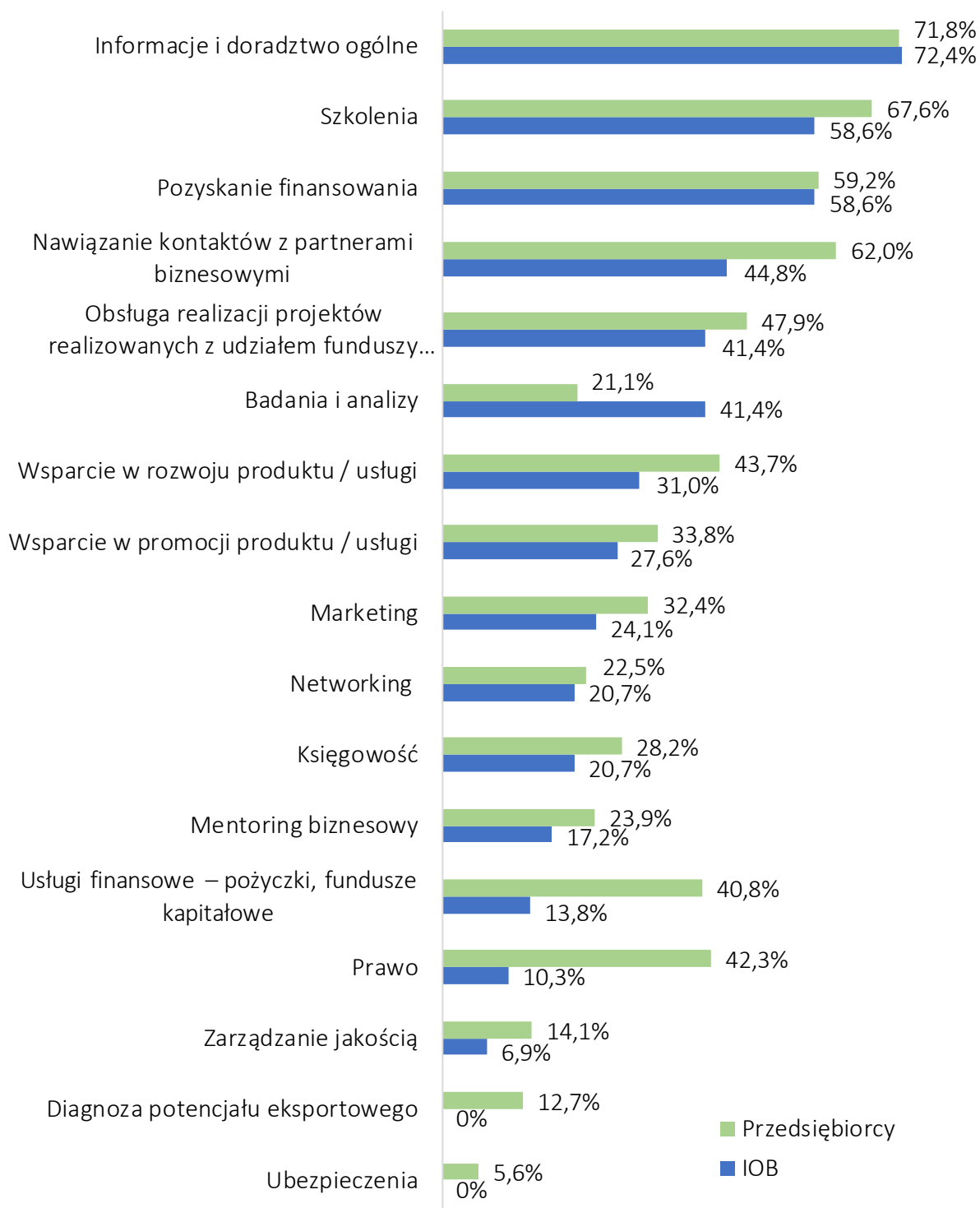
choć nie jest on instytucją otoczenia biznesu, lecz pewną instytucją związaną z biznesem, pobierającą podatki. Sugeruję, że sama struktura tej nazwy, która opisuje otoczenie biznesu, mogłaby być bardziej precyzyjna, zwłaszcza gdyby miała na celu wskazanie instytucji wspierającej biznes. Pojęcie „otoczenie biznesu” jest bardzo ogólne, obejmujące zarówno otoczenie mikroekonomiczne, jak i makroekonomiczne. Wydaje mi się, że sama ta nazwa może być myląca, a osoba, która nie miała z nią wcześniej do czynienia lub nie została wcześniej poinformowana, może mieć trudności z właściwym zrozumieniem jej znaczenia. (Źródło: IDI, IOB)

Ponadto podkreślono sytuację rolników na Podkarpaciu, gdzie, w opinii jednego z IOB, istnieje znaczne rozdrobnienie w przedsiębiorstwach prowadzących działalność z zakresu rolnictwa. Autor podkreśla, że rolnicy na Podkarpaciu, zwłaszcza ci prowadzący mniejsze gospodarstwa, są zajęci własną pracą na roli i nie mają czasu na szeroką analizę różnych usług związaną z biznesem. Dla tych mniejszych rolników priorytetem jest produkcja i zysk, a nie inwestycja czasu w poszukiwanie dróg rozwoju. Wspomniano również o konieczności spełnienia wielu przepisów i wymogów regulacyjnych, które mogą być zbyt skomplikowane i kosztowne dla małych firm.

To zjawisko wynika z obecnej sytuacji na Podkarpaciu, gdzie obserwujemy rozdrobnienie gospodarstw rolnych. Rolnicy są zajęci prowadzeniem własnych gospodarstw, co sprawia, że mają ograniczony czas na kompleksową analizę różnorodnych usług związanych z aspektami biznesowymi. Dla tych drobnych i małych rolników priorytetem jest produkcja zdrowej żywności i skuteczna sprzedaż, aby osiągać zyski umożliwiające utrzymanie rodzin. W przypadku większych gospodarstw rolnych istnieje możliwość zainteresowania się ofertą Państwa, jednak mniejsze gospodarstwa, mimo że teoretycznie również mogą korzystać z informacji, często tego nie czynią. Chociaż przekazujemy informacje poprzez gazety, publikacje internetowe oraz podczas spotkań, takich jak szkolenia czy rady powiatowe, niestety, nie wszyscy rolnicy korzystają z tych źródeł wiedzy. (Źródło: IDI, IOB)

Wracając jednak do samej wiedzy podkarpackich przedsiębiorstw, najczęściej wskazywaną usługą były informacje i doradztwo ogólne, znane przez 71,8% badanych, którzy znajdowali się wśród tych 18,5%, które wykazały się zaznajomieniem z usługami PIOB. Istotne okazały się również szkolenia (67,6%) oraz pomoc w nawiązywaniu kontaktów z partnerami biznesowymi (62%). Pozyskanie finansowania stanowiło 59,2%, podczas gdy najrzadziej wskazywanymi usługami okazały się diagnoza potencjału eksportowego (12,7%) oraz ubezpieczenia, wybrane przez 5,6% badanych w tej grupie.

Wykres 20. Zestawienie usług PIOB wskazanych przez przedsiębiorców oraz wykaz usług wskazanych bezpośrednio przez PIOB



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=71 (respondenci deklarujący znajomość oferty usługowej PIOB) oraz CAWI/CATI z IOB, n=29. Wyniki nie sumują się do 100%, bo pytanie umożliwiło wielokrotną odpowiedź.

Chcąc jednak scharakteryzować zakres oferty zapewnionej przez PIOB, należy zacząć od najczęściej wskazywanych odpowiedzi, tj. informacji i doradztwa ogólnego, zadeklarowanego przez 72,4% badanych jednostek a także usług szkoleniowych oraz finansowych, podkreślonych przez 58,6% z nich. Interesującym aspektem jest to, iż odsetki te nie odbiegają znacznie od usług deklarowanych przez przedsiębiorców jako znane.

Ponadto nawiązywanie kontaktów z partnerami biznesowymi okazało się usługą, którą świadczy niemal połowa, gdyż 48% przebadanych podkarpackich IOB. Jest to szczególnie istotna informacja, gdyż zapewnienie powiązań i znajomości biznesowych okazuje się ważne dla rozwoju z perspektywy przedsiębiorców.

Należy jednak zwrócić uwagę również na to, jak duża różnica występuje we wskazaniach usług dotyczących badań i analiz, w których rozbieżność wskazań wynosi ponad 20 pp. Może to więc świadczyć o niskiej wiedzy na temat tego typu usług świadczonych przez IOB, co w konsekwencji prowadzi do tego, iż warto skupić się na lepszym promowaniu tychże usług.

W przeprowadzonym badaniu, 40,8% przedsiębiorców zgłosiło, że Instytucje Otoczenia Biznesu oferują usługi finansowe (pożyczki i fundusze kapitałowe). Jednakże rzeczywiste świadczenie tych usług przez IOB wyniosło jedynie 13,8%. Podobna rozbieżność wystąpiła w przypadku informacji dotyczących prawa, gdzie 42,3% firm wskazało, że IOB dostarcza usługi związane z doradztwem prawnym, ale faktycznie tylko 10,3% IOB je oferuje.

Rozbieżność między założeniami przedsiębiorców a rzeczywistym zakresem usług świadczonych przez Instytucje Otoczenia Biznesu może sugerować potencjalną lukę w dostępie do określonych usług. Warto zauważyć, że taka luka może wynikać nie tylko z faktycznego braku oferty ze strony IOB, ale także z innych czynników, takich jak braki w komunikacji, trudności w dostępie czy niewystarczające zrozumienie przedsiębiorców dotyczące dostępnych świadczeń. Rozwiązanie tej sytuacji może wymagać zarówno dostosowania oferty usługowej IOB do rzeczywistych potrzeb lokalnych przedsiębiorców, jak i zwiększenia wysiłków w zakresie informowania i edukowania społeczności biznesowej na temat dostępnych wsparć. Szczegółowe informacje dotyczące zidentyfikowanych luk w popycie i podaży usług IOB znajdują się w dalszej części raportu.

W badaniu z 2017 roku ustalono, że Podkarpackie Instytucje Otoczenia Biznesu świadczyły usługi proinnowacyjne³⁵ w ramach następujących branż: lotnictwo, kosmonautyka, jakość życia, motoryzacja, sektor ICT (m.in. telekomunikacja). Warto jednakże zaznaczyć, że część IOB funkcjonujących na terenie województwa podkarpackiego nie posiadało w swojej ofercie usług proinnowacyjnych mogących wesprzeć rozwój inteligentnych specjalizacji

³⁵ Usługi proinnowacyjne odnoszą się do usług, które są skoncentrowane na stymulowaniu rozwoju przedsiębiorstwa poprzez innowacje. Obejmują one pomoc w implementacji i rozwijaniu innowacyjnych procesów lub produktów, skupiając się na aspektach technologicznych.

w regionie. W 2017 roku jedynie około 1/3 wszystkich Instytucji Otoczenia Biznesu na Podkarpaciu była w stanie zapewnić przedsiębiorcom dedykowane specjalistyczne usługi. Stanowiło to dużą słabość w ofercie IOB, mocno ograniczającą ich możliwości w zakresie wspierania innowacyjnego rozwoju w regionie.³⁶

W 2017 roku firmy deklarowały, że w ciągu ostatnich trzech lat, w ramach współpracy z IOB, najczęściej korzystały z:

- usług szkoleniowych (50% badanych przedsiębiorców),
- usług informacyjnych (29% badanych przedsiębiorców),
- usług finansowych (28% badanych przedsiębiorców),
- usług doradczych (24% badanych przedsiębiorców),
- usług proinnowacyjnych (7% badanych przedsiębiorców),
- wsparcia technicznego (5% badanych przedsiębiorców).³⁷

Oferta Instytucji Otoczenia Biznesu w branży ICT była bardzo uboga. Opracowywanie nowych technologii z obszaru ICT wymaga dużych kompetencji zarówno od kadry przedsiębiorców jak i IOB. Konsekwencją tego jest bardzo mała ilość Instytucji Otoczenia Biznesu, które mogłyby wesprzeć przedsiębiorców zajmujących się ich rozwojem. Badanie z roku 2017 wykazało, że zdaniem przedstawicieli firm pracujących w branży ICT, podkarpackie Instytucje Otoczenia Biznesu nie są zbyt skuteczne we wspieraniu ich działalności.³⁸

Wracając do analizy danych wywołanych, badane przedsiębiorstwa zapytano o to, w jakie grupy usług doradczych³⁹ wpisują się rodzaje działalności znanych im IOB (dostęp do niniejszego pytania otrzymały jedynie osoby wskazujące na usługi doradztwa w pytaniu poprzednim).

Najczęstszą odpowiedzią wśród ankietowanych były usługi w zakresie rozwoju zasobów ludzkich, wskazane przez 78,4%. Zagadnienia prawne okazały się także jedną z bardziej dominujących odpowiedzi – 60,8%. Ponad połowa respondentów wskazała również takie usługi, jak marketing i promocję, zagadnienia finansowe, organizację i zarządzanie, a także transfer, wdrażanie i rozwój innowacji.

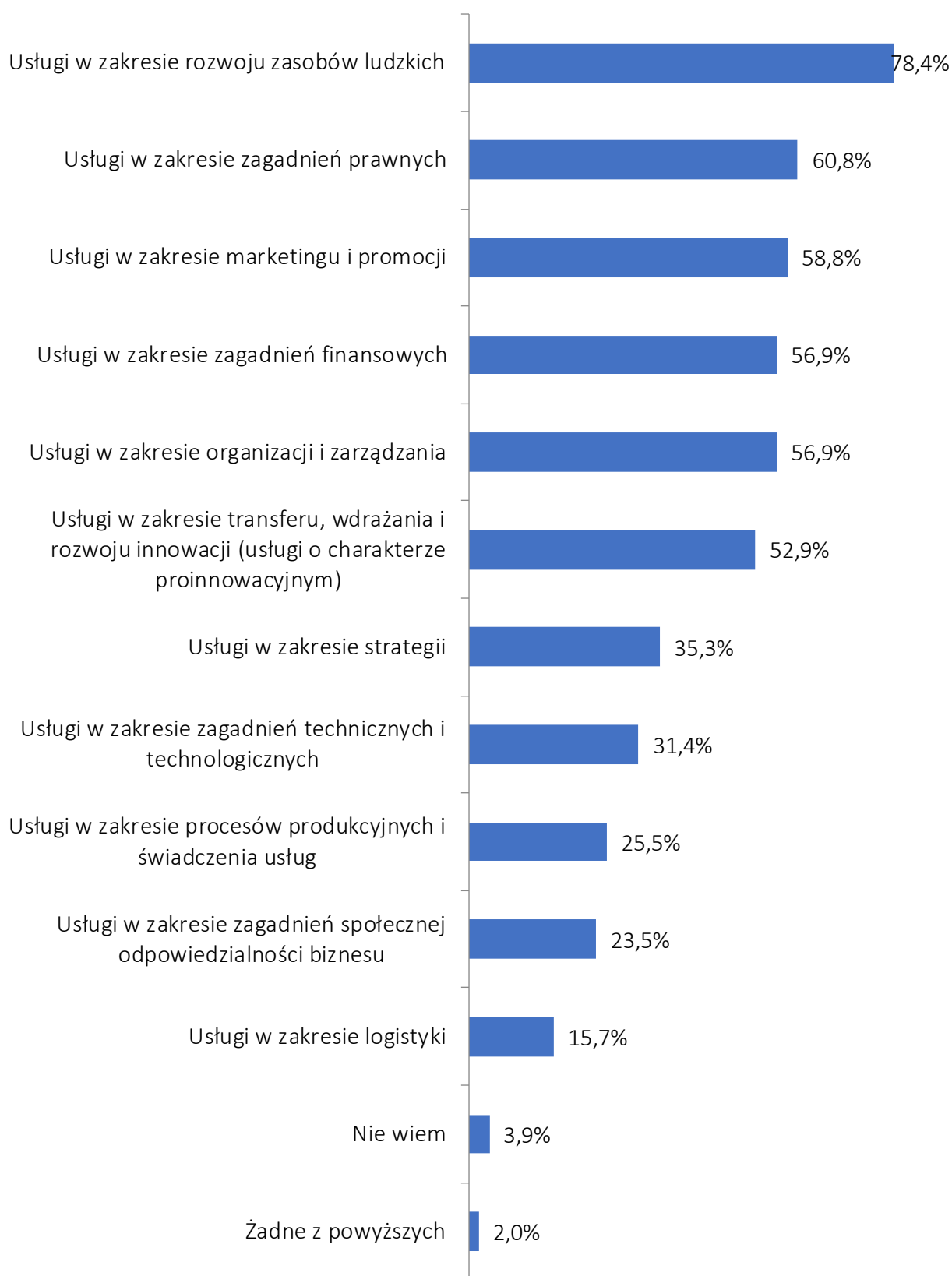
³⁶ Potencjał i działalność instytucji otoczenia biznesu w województwie podkarpackim, Danae, Rzeszów 2017, s. 145.

³⁷ Tamże, s. 103.

³⁸ Tamże, s. 147.

³⁹ Prorozwojowa usługa doradcza to usługa doradcza mająca na celu zwiększenie konkurencyjności i efektywności ekonomicznej przedsiębiorstwa zarówno na poziomie operacyjnym, jak i strategicznym.

Wykres 21. Prorozwojowe usługi doradcze w ofercie PIOB wg badanych przedsiębiorców



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=51 (pytanie skierowano jedynie do respondentów, którzy wskazali, że odp. „informacje i doradztwo ogólne”). Wyniki nie sumują się do 100%, bo pytanie umożliwiło wielokrotną odpowiedź.

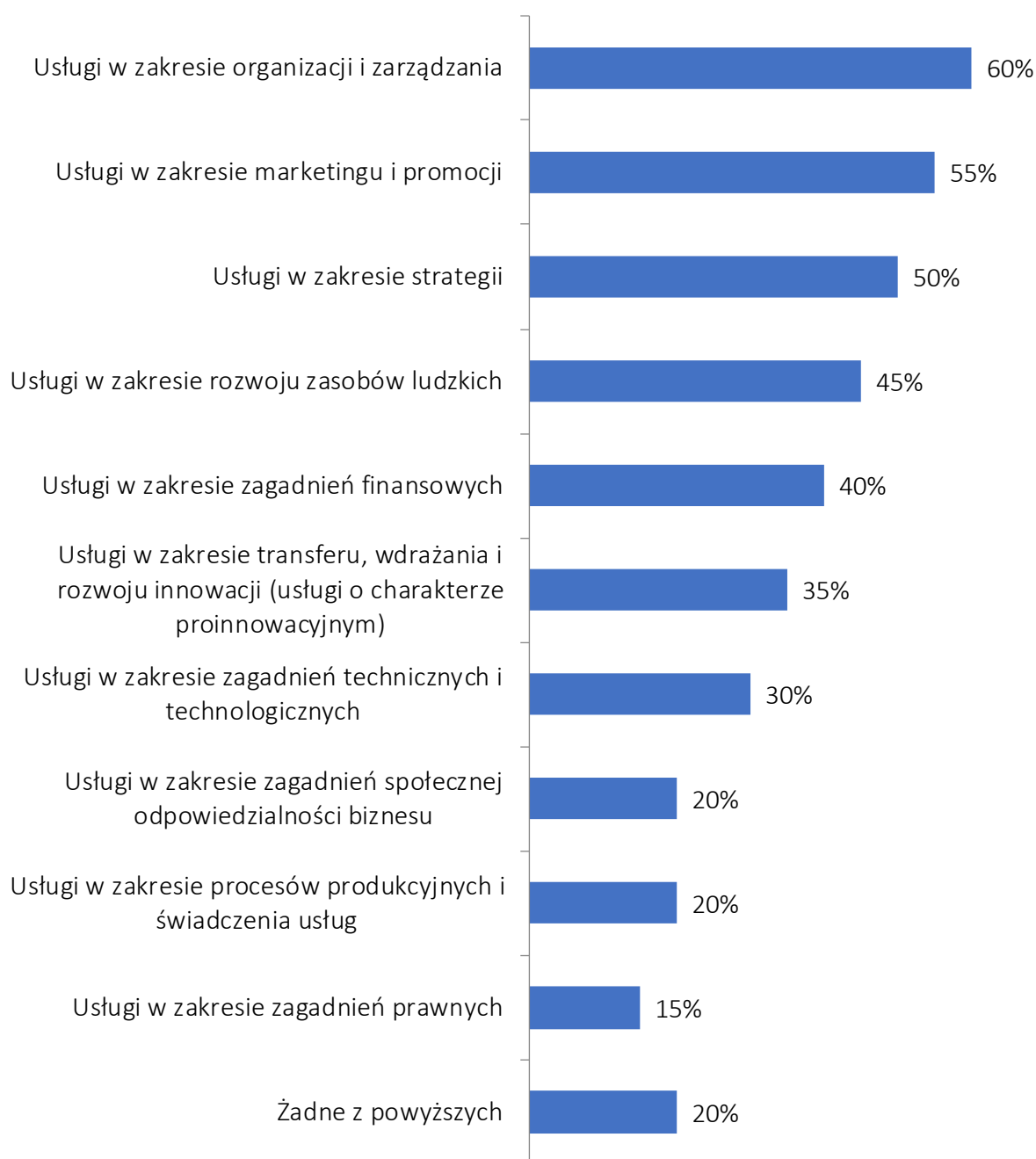
Przechodząc do tematyki prorozwojowych usług doradczych z perspektywy IOB, w opinii 60% jednostek poddanych badaniu, prowadzone przez nich usługi informacyjno-doradcze wpisują się w zakres, jakim jest organizacja i zarządzanie. Niewiele mniej, gdyż 55% respondentów wskazało, że ich działalność informacyjna plasuje się w ramach tematyki marketingu i promocji usług, z kolei 5% mniej zadeklarowało usługi doradcze w zakresie strategii.

Ponadto wśród badanych podkarpackich IOB najmniej jest takich, które świadczyłyby usługi doradcze w zakresie zagadnień prawnych (15% badanych, co zgadza się z odsetkiem Instytucji Otoczenia Biznesu ogólnie świadczących tego typu usługi).

Warto jednak zauważyć również różnice, jakie nastąpiły we wskazaniach IOB oraz przedsiębiorców – badane firmy znacznie częściej wskazywały doradztwo z zakresu rozwoju zasobów ludzkich, aniżeli same IOB, rzeczywiście świadczące te usługi (33,4 pp. więcej). W tym przypadku ponownie usługi dotyczące porad prawnych także były wskazywane przez większy odsetek przedsiębiorstw, wskazując na pewną lukę informacyjno-usługową (45,8 pp.).

Interesującą różnicą jest także zakres oferty związanej z transferem, wdrażaniem rozwoju i innowacji (usługi o charakterze proinnowacyjnym) – 52,9% badanych przedsiębiorstw wskazało, że podkarpackie IOB świadczą takie usługi, podczas gdy pośród badanych jednostek odsetek ten wyniósł jedynie 35%. Warto zaznaczyć, iż usługi proinnowacyjne stanowią obszar wsparcia dla przedsiębiorstw, który koncentruje się na ich rozwoju poprzez wykorzystanie innowacji. Termin ten odnosi się do różnorodnych usług, których celem jest wspieranie przedsiębiorstw we wdrażaniu oraz rozwoju nowatorskich rozwiązań technologicznych, zarówno w obszarze procesów jak i produktów. Usługi proinnowacyjne łączą się z procesami transferu, wdrażania rozwoju i innowacji w przedsiębiorstwach. Pojęcie usług proinnowacyjnych odnosi się do szerokiego spektrum wsparcia, którego celem jest pobudzanie postępu przedsiębiorstw poprzez wykorzystanie innowacyjnych rozwiązań. W kontekście transferu technologicznego, usługi proinnowacyjne mogą obejmować przekazywanie najnowszych technologii, know-how i praktyk biznesowych, umożliwiając firmom korzystanie z najnowszych osiągnięć w dziedzinie innowacji. W kontekście wdrażania rozwoju, usługi proinnowacyjne wspierają przedsiębiorstwa w praktycznym stosowaniu nowoczesnych metod i narzędzi, zarówno w obszarze procesów, jak i produktów. Mogą one obejmować szkolenia pracowników, konsultacje specjalistyczne, a także pomoc w dostosowywaniu struktur organizacyjnych do potrzeb innowacyjnego rozwoju. Co więcej, usługi proinnowacyjne odnoszą się do procesów innowacyjnych, zarówno w zakresie produktów, jak i procesów, dzięki czemu przedsiębiorstwa mogą efektywnie wdrażać zmiany i dostosowywać się do dynamicznie zmieniającego się otoczenia biznesowego.

Wykres 22. Prorozwojowe usługi doradcze w ofercie PIOB wg badanych PIOB



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29. Wyniki nie sumują się do 100%, bo pytanie umożliwiło wielokrotną odpowiedź.

5.2.1. Podsumowanie

Podsumowując analizę dotyczącą podstawowych aspektów działalności Instytucji Otoczenia Biznesu województwa podkarpackiego, kluczowe wnioski ukazują różnorodność i istotne aspekty funkcjonowania tych instytucji. Pierwszym z nich jest zasięg terytorialny, gdzie większość IOB skupia się głównie na obszarze województwa podkarpackiego, choć niektóre podmioty poszerzają swoją działalność na poziom krajowy i międzynarodowy. Warto

zauważyć, że podregiony przemyski i rzeszowski wykazują większą aktywność w obszarze obsługi firm, zwłaszcza tych obsługujących ponad 50 klientów rocznie. Następnie, jeśli chodzi o obsługiwane podmioty, IOB skoncentrowane są głównie na wsparciu dla małych i mikro przedsiębiorstw, co może sugerować ich istotną rolę w wspieraniu sektora MŚP.

W kwestii finansowania IOB, własne środki finansowe mają duży wpływ na ich funkcjonowanie, podczas gdy subwencje i dotacje, choć mniej powszechne, odgrywają istotną rolę, zwłaszcza dla instytucji spoza dużych ośrodków miejskich. Różnice w zainteresowaniach funduszami między DOM a obszarami spoza tych terenów podkreślają potrzebę uwzględnienia specyfiki różnych regionów przy planowaniu wsparcia.

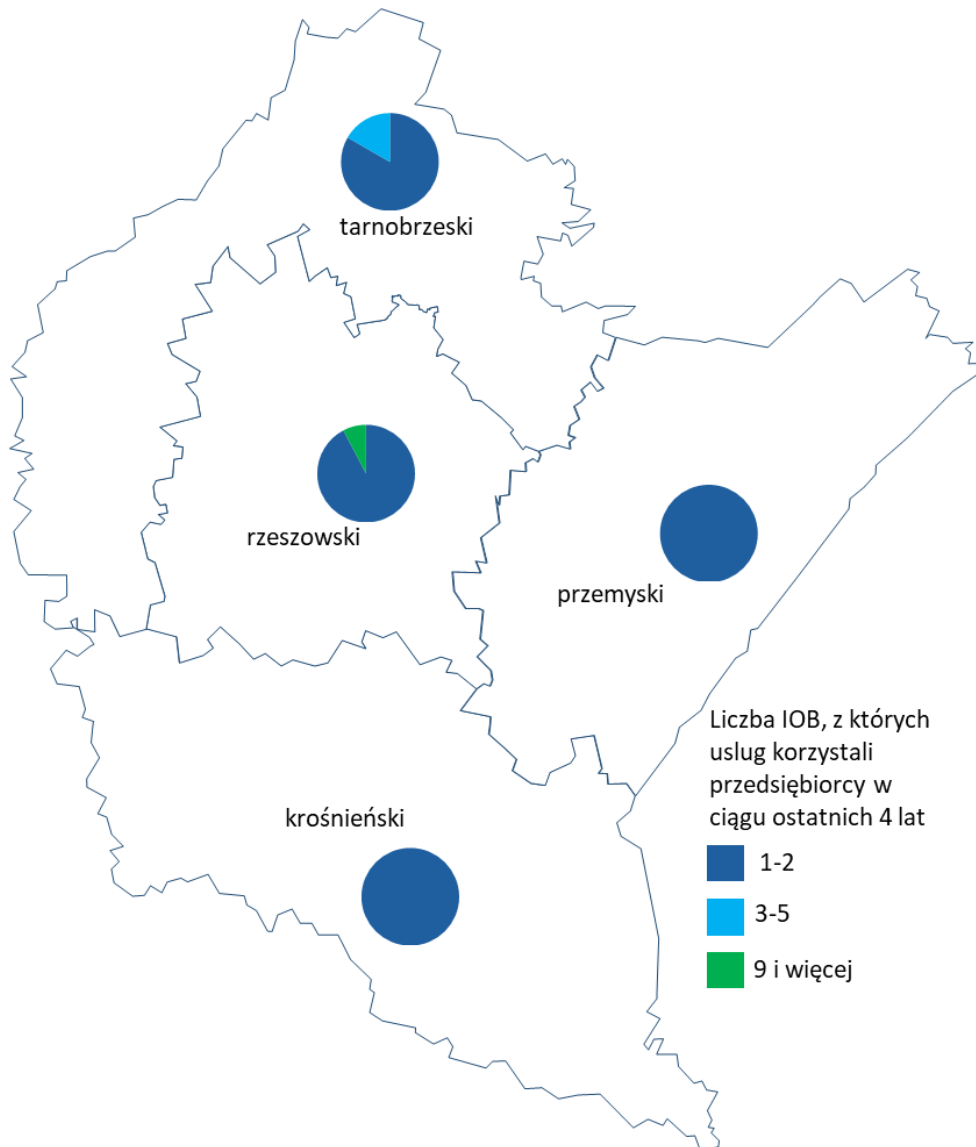
Ponadto przedsiębiorcy województwa podkarpackiego mają niski poziom wiedzy dotyczący Instytucji Otoczenia Biznesu działających w regionie. Tylko niewielki odsetek respondentów (20,9%) posiada informacje na temat IOB, podczas gdy większość (73,1%) nie jest świadoma istnienia tych instytucji. Badani przedsiębiorcy, którzy byli w stanie wymienić IOB, najczęściej wskazywali na instytucje takie jak Izba Rzemieślnicza, Agencja Rozwoju Regionalnego, Inkubatory Przedsiębiorczości czy Rzeszowską Agencję Rozwoju Regionalnego (RARR). Warto również przypomnieć, iż analizując różnice regionalne należy mieć na uwadze, że odsetek przedsiębiorców z wiedzą na temat IOB był najwyższy w podregionie tarnobrzeskim (28%) i niższy w podregionie przemyskim (13,8%). Dodatkowo, przedsiębiorcy z większych ośrodków miejskich (DOM) wykazali znacznie większą wiedzę o IOB (30,9%) niż ci spoza tych obszarów (13,3%). Jeśli chodzi o znajomość oferty usługowej IOB, jedynie 18,5% przedsiębiorców zadeklarowało taką wiedzę. Najczęściej wymieniane usługi to informacje i doradztwo ogólne (71,8%), szkolenia (67,6%) oraz pomoc w nawiązywaniu kontaktów z partnerami biznesowymi (62%). Warto zwrócić uwagę na potrzebę skuteczniejszej komunikacji i edukacji przedsiębiorców dotyczącej dostępnych usług IOB w regionie.

5.3. Ocena usług PIOB z perspektywy podkarpackich przedsiębiorstw

W niniejszej analizie, istotnym aspektem, który przyciąga uwagę, jest zagadnienie dotyczące poziomu dopasowania oraz ogólnego zadowolenia przedsiębiorców z usług oferowanych przez Instytucje Otoczenia Biznesu. Badając tę kwestię, należy mieć na uwadze nie tylko poziom świadomości przedsiębiorców na temat istnienia IOB, jak to przedstawiono w poprzednich ustępach, ale również ocenę, jak efektywnie i zadowalająco te instytucje spełniają potrzeby lokalnych przedsiębiorstw. Warto więc zapoznać się ze stopniem satysfakcji przedsiębiorców z dostępnych usług IOB oraz ich ogólnymi odczuciami związane z współpracą z tymi instytucjami. Ta perspektywa pozwoli lepiej zrozumieć w późniejszych działach niniejszego opracowania, jakie korzyści przedsiębiorcy czerpią z IOB i jakie wyzwania mogą napotykać w trakcie współpracy.

Należy więc rozpocząć od aspektu oceny bezpośredniej styczności przedsiębiorców z IOB. Warto podkreślić, iż respondenci biorący udział w badaniu CAWI/CATI pytani o to, z pomocy ilu podmiotów korzystali w ciągu ostatnich 4 lat, w zdecydowanej większości (93,9%) wskazywali na 1-2 IOB. U większej liczby IOB, bo u 3-5 oraz u 9 i więcej, pomocy szukało po 3% podkarpackich przedsiębiorstw.

Mapa 6. Liczba IOB, z których usług korzystali przedsiębiorcy w ciągu ostatnich 4 lat

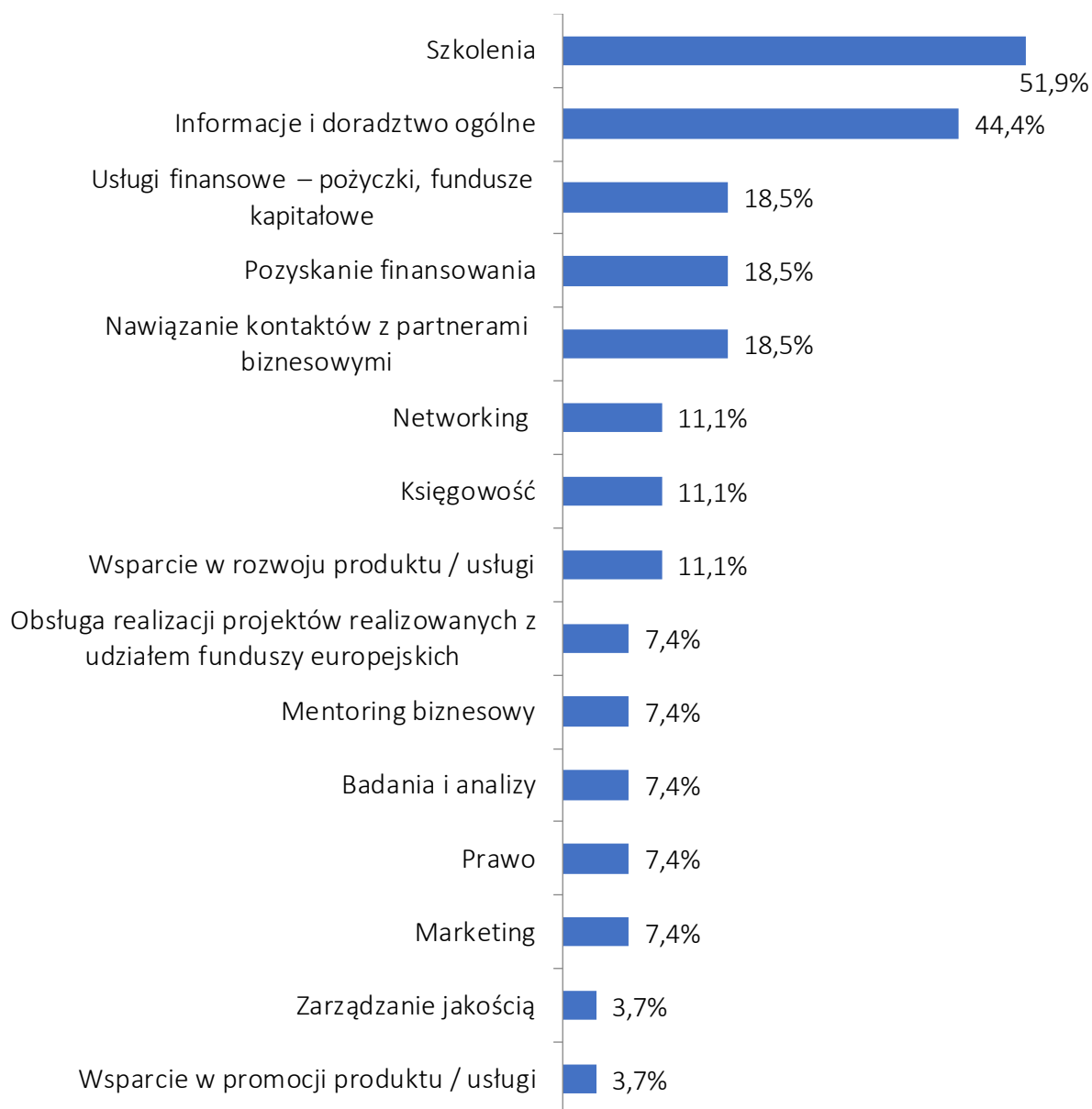


Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=31 (badani, którzy wykazali, że korzystali z usług PIOB).

Badane przedsiębiorstwa, pytane o rodzaj usług, z jakich korzystały, przede wszystkim wskazywały na szkolenia (51,9%) oraz informacje i doradztwo ogólne (44,4%). Często wybierane były także trzy kategorie, o których wspomniało 18,5% respondentów: usługi finansowe – pożyczki, fundusze kapitałowe; pozyskanie finansowania oraz nawiązanie kontaktów z partnerami biznesowymi.

Najbardziej natomiast podkreślano potrzebę korzystania ze wsparcia w promocji produktu lub usługi oraz zarządzania jakością (po 3,7% odpowiedzi). Warto podkreślić, że przedsiębiorstwa wskazywały także na istotność innych usług, które nie pojawiły się wcześniej w kafeterii, takie jak np. egzaminy, staże, pozyskiwanie uczniów-praktykantów i przygotowanie do zawodu przyszłego pracownika, wynajem biura, a także konferencje i spotkania branżowe. Zwrócono również uwagę na zapotrzebowanie pomocy w zakresie pozycjonowania sklepów online.

Wykres 23. Usługi PIOB, z jakich korzystały podkarpackie przedsiębiorstwa

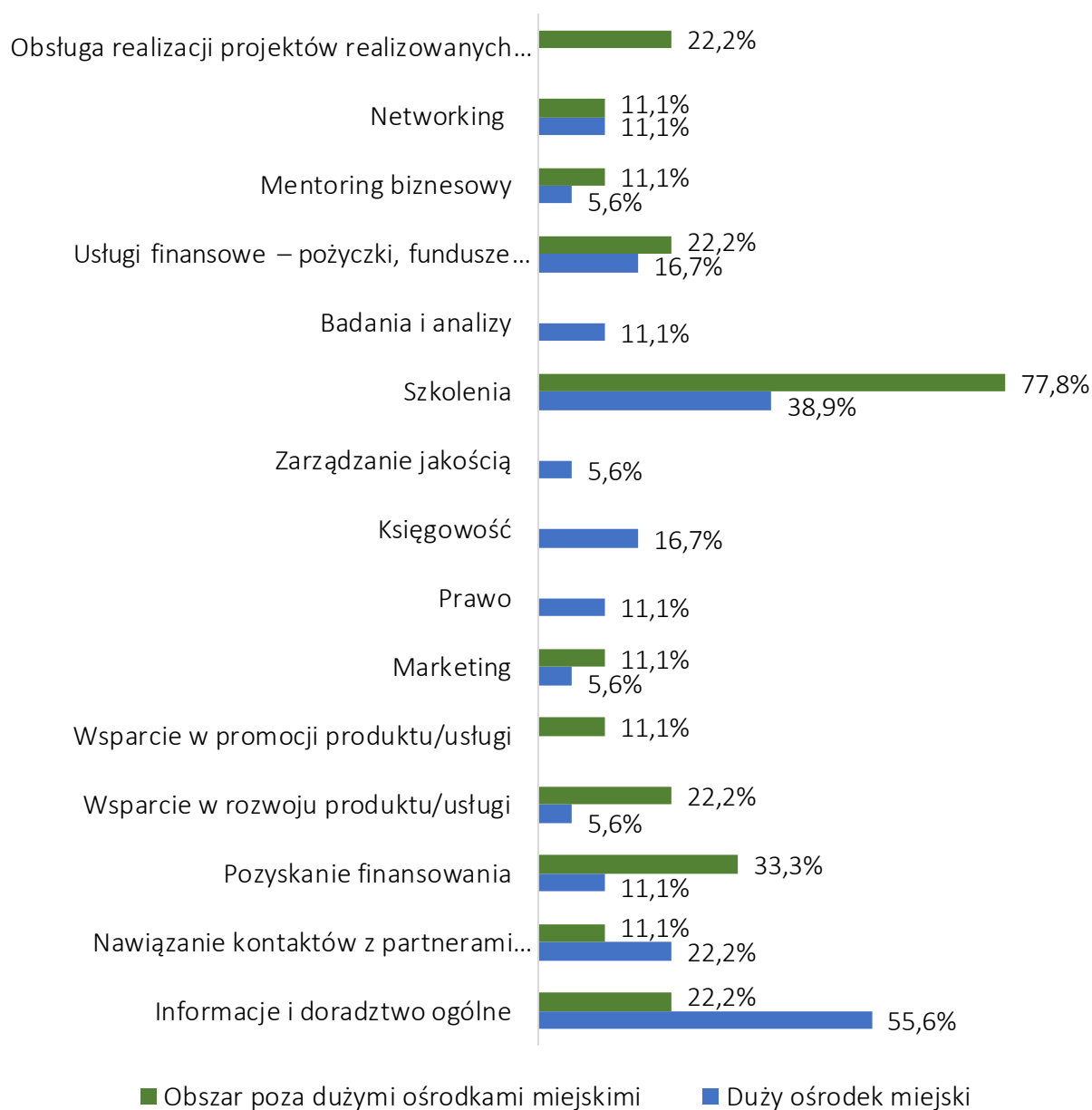


Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=31 (badani, którzy wykazali, że korzystali z usług PIOB).

Warto również zwrócić uwagę na kilka istotnych aspektów. Przedsiębiorcy w dużych ośrodkach miejskich bardziej intensywnie korzystają z usługi, jaką są ogólne informacje i doradztwo (55,6% w porównaniu do 22,2% w obszarze poza dużymi obszarami miejskimi).

To może wynikać z większej dostępności instytucji otoczenia biznesu w dużych miastach i ich okolicach. Przedsiębiorcy spoza DOM częściej szukają wsparcia w pozyskiwaniu finansowania (33,3% w porównaniu do 11,1% w DOM). Może to wynikać z mniejszej dostępności lokalnych źródeł finansowania w obszarach wiejskich lub mniejszych miejscowościach. Szkolenia są bardziej popularne i częściej wykorzystywane przez przedsiębiorców spoza dużych ośrodków miejskich (77,8% w porównaniu do 38,9% w dużych miastach).

Wykres 24. Usługi PIOB, z jakich korzystały podkarpackie przedsiębiorstwa w podziale na duże ośrodki miejskie i obszary poza nimi



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=31 (badani, którzy wykazali, że korzystali z usług PIOB).

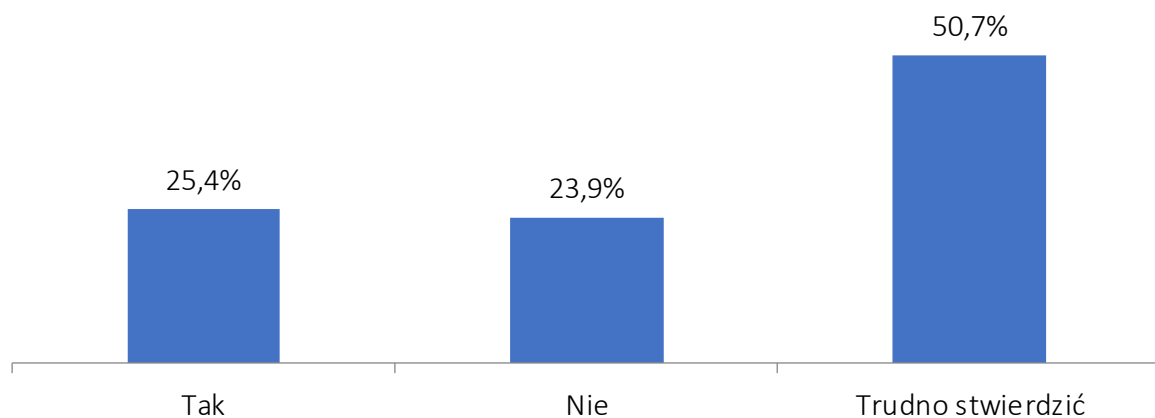
Interesujący również jest fakt, że zarówno usługi informacyjne, jak i szkolenia najczęściej wskazywane były przez respondentów prowadzących mikroprzedsiębiorstwa – odpowiednio 75% oraz 71,4%. Warto podkreślić, że jedyną usługą, z jakiej skorzystały średnie przedsiębiorstwa, było pozyskiwanie finansowania, podczas gdy zarządzanie jakością wskazało tylko duże przedsiębiorstwo. Największe firmy korzystały głównie z takich usług, jak pozyskiwanie finansowania, wsparcie w rozwoju produktu lub usługi, szkolenia, a także badania i analizy. Widoczne jest więc to, że omawiane przedsiębiorstwo kładło nacisk na usługi związane z rozwojem innowacyjności.

Badani zostali również poproszeni o to, aby dokonać oceny usług, z których skorzystali – w skali od 1 do 5, gdzie 1 była najniższą oceną, a 5 najwyższą. Warto więc podkreślić, że zdecydowana większość tych usług otrzymała ocenę najwyższą z możliwych od 100% respondentów, jednak były od tego wyjątki.

Warto zwrócić uwagę na to, że najniższą z przyznanych ocen była 4, którą wskazało np. 8% badanych, którzy korzystali z takich usług, jak informacje i doradztwo ogólne lub networking. Z kolei 20% przedsiębiorców, którzy korzystali z badań i analiz oraz z pomocy w uzyskiwaniu finansowania także oceniły te usługi na 4 (przy czym 33% wskazało tę ocenę w kontekście oferty dotyczącej pożyczek i funduszy kapitałowych). Najsłabiej wypadły usługi szkoleniowe (choć nadal najniższym stopniem było 4), ocenione na tyle przez 50% korzystających z nich respondentów. Widoczny jest więc potencjał na dopracowanie jakości niniejszych usług – w największym stopniu wymagają tego usługi dotyczące finansowania oraz szkoleń.

Według 23,9% badanych przedsiębiorstw, oferta podkarpackich IOB nie jest dobrze dostosowana do potrzeb firm funkcjonujących w regionie. Jednocześnie 50,7% badanych miało problem z określeniem swojego zdania na ten temat, co z kolei mogłoby wiązać się z niskim poziomem styczności i znajomości IOB wśród przedsiębiorstw.

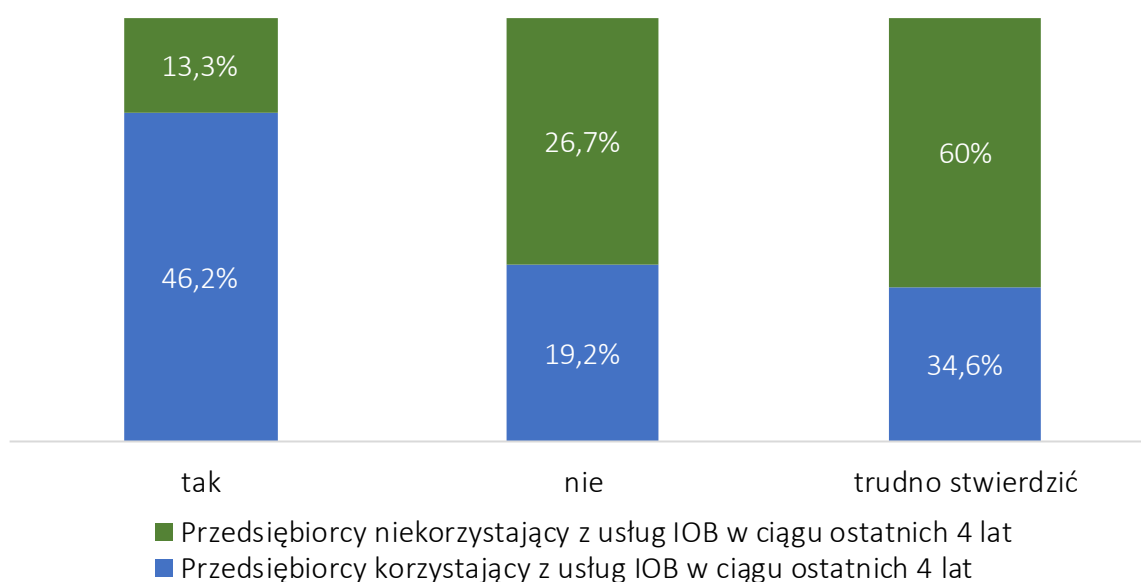
Wykres 25. Ocena adekwatności dostosowania usług PIOB do zapotrzebowania przedsiębiorców z regionu podkarpackiego



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=71 (respondenci deklarujący znajomość oferty usługowej PIOB).

Warto również zwrócić uwagę na wyniki dotyczące korzystania z usług Instytucji Otoczenia Biznesu oraz oceny adekwatności dostosowania tych usług do potrzeb przedsiębiorców z regionu podkarpackiego. Można zauważyć, że niemal połowa przedsiębiorców korzystających z usług IOB uznaje, że te usługi są dostosowane do ich potrzeb. Natomiast wśród przedsiębiorców, którzy nie korzystali z usług IOB, większości trudno jednoznacznie ocenić, czy usługi te byłyby adekwatne.

Wykres 26. Korzystanie z usług IOB a ocena adekwatności dostosowania usług PIOB do zapotrzebowania przedsiębiorców z regionu podkarpackiego

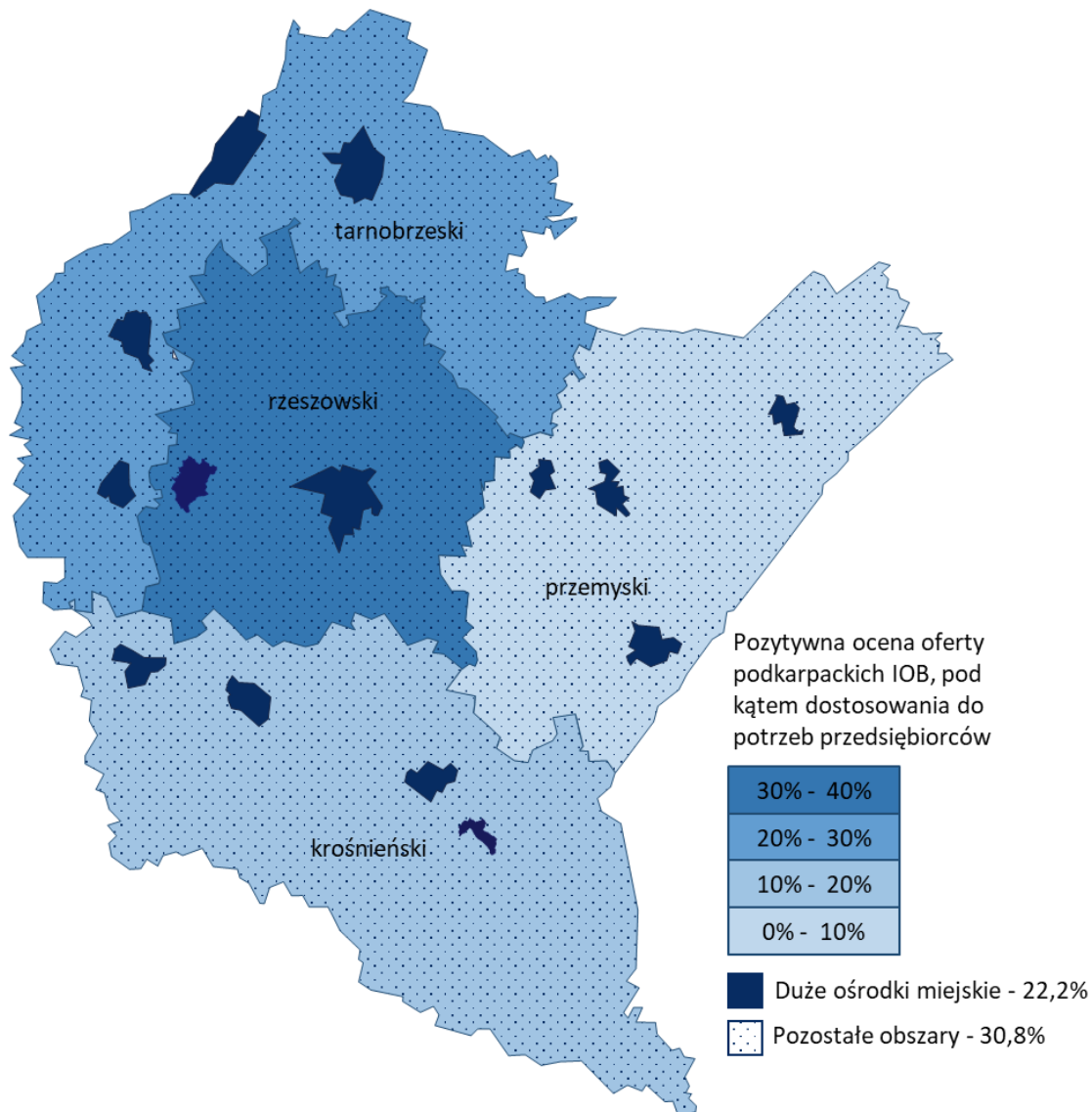


Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=71 (respondenci deklarujący znajomość oferty usługowej PIOB).

Ponadto z perspektywy dużych ośrodków miejskich, jedynie 22,2% respondentów określiło ofertę IOB jako odpowiednią. Spośród regionów poza DOM zadowolenie okazało 30,8% badanych. Interesujące jest jednak to, że 57,8% badanych pochodzących z DOM miało trudności w określeniu swojego stanowiska, podczas gdy druga grupa wyróżniła się odsetkiem wskazań tej wiadomości na poziomie 38,5%.

Co ciekawe, aż 54,5% respondentów posiadających własną działalność na terenie podregionu krośnieńskiego uznało, że oferta podkarpackich IOB nie jest odpowiednia do zapotrzebowania, jakie mają przedsiębiorcy w ich branżach. Tak samo stwierdziło 33,3% badanych z podregionu tarnobrzeskiego, podczas gdy 81,8% badanych z okolic Przemyśla nie umiało określić swojego zdania na ten temat, co również może wskazywać na niedostateczne rozeznanie w ofercie lub potrzebach innych firm w tej grupie respondentów (patrz: mapa na kolejnej stronie, tj. *Pozytywna ocena oferty podkarpackich IOB pod kątem dostosowania do potrzeb przedsiębiorców*).

Mapa 7. Pozytywna ocena oferty podkarpackich IOB pod kątem dostosowania do potrzeb przedsiębiorców

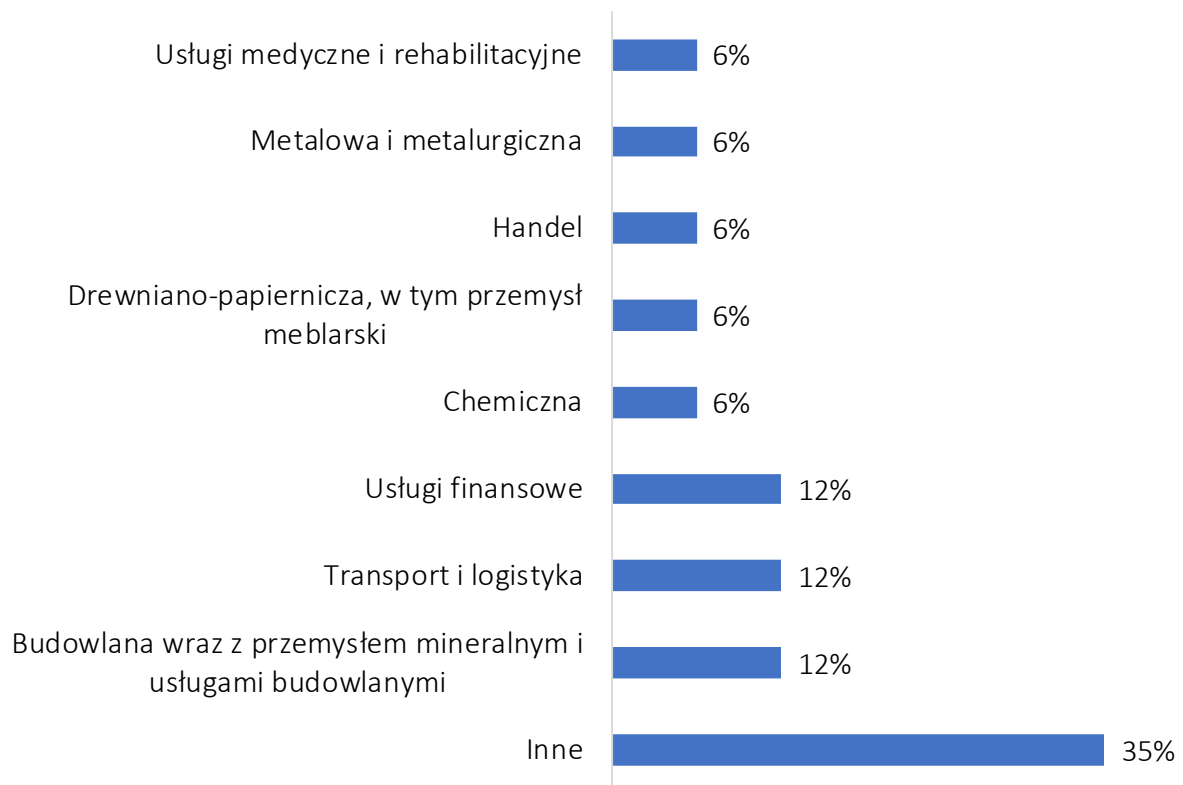


Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=383.

Wyniki analizy wskazujące na istnienie grupy przedsiębiorców, którzy uważają ofertę PIOB za nieadekwatną do ich zapotrzebowania, należy rozpatrzyć także ze względu na branże, które najczęściej wskazywały te braki. Wśród nich były branża budowlana wraz z przemysłem mineralnym i usługami budowlanymi (12%), transport i logistyka oraz usługi finansowe (obie także z 12% wskazań). Przedstawiciele tych rodzajów usług zgłaszają niezadowolenie z dostępnych usług IOB, co może wynikać z unikalnych wyzwań i oczekiwań związanych z tymi sektorami. Ponadto pozostałe kategorie branż, takie jak chemiczna, drewniano-papiernicza, handel, metalowa i metalurgiczna, oraz usługi medyczne i rehabilitacyjne, również zgłosiły nieadekwatność oferty IOB, jednak w mniejszym stopniu (6% każda).

Z kolei wśród firm, które wskazały niskie dostosowanie usług do zapotrzebowania, jednocześnie wykazując usługi inne, aniżeli przewidywała kategoria, znalazły się działalność agencji reklamowych i marketingowych, usługi BHP, działalność związana z przewozem indywidualnych pasażerów, usługi ogrodnicze oraz górnictwo i wydobywanie. To sugeruje, że istnieje zróżnicowany zakres obszarów, w których przedsiębiorcy odczuwają potrzebę lepszej dostosowania usług IOB do ich specyficznych wymagań.

Wykres 27. Zestawienie branż, które określiły ofertę PIOB jako nieadekwatną do zapotrzebowania przedsiębiorców

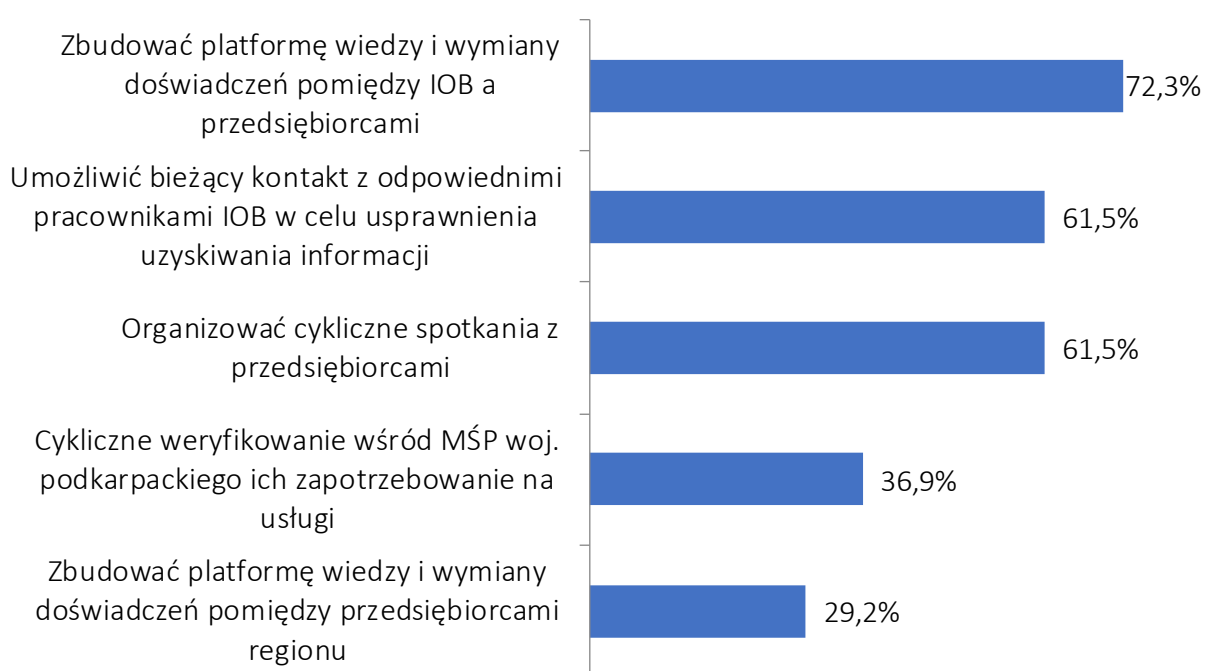


Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=17 (przedsiębiorcy, którzy zadeklarowali nieadekwatność oferty PIOB do potrzeb).

Warto odnieść się do działalności Podkarpackiego Centrum Innowacji, które jako niewątpliwie główny czynnik sukcesu swojej działalności uważa zdywersyfikowane podejście przy opracowywaniu nowych zagadnień oraz tworzeniu innowacji. Dzięki prowadzeniu współpracy zarówno z placówkami badawczymi, jak i przedsiębiorcami czy studentami, PCI posiada bardzo dobre zrozumienie najpilniejszych potrzeb przedsiębiorców oraz opracowywanych przez naukowców najnowszych rozwiązań. Dzięki temu, jako IOB mogą korzystać z najnowszych informacji dotyczących zarówno świata nauki jak i biznesu, co pozwala im brać aktywny udział w kierowaniu rozwojem innowacji w regionie. Pozwala im to również budować kompetencje naukowców i uczniów w obszarze przedsiębiorczości, kształtując przy tym proinnowacyjną postawę. Widoczne jest więc istotne powiązanie świata IOB z nauką na różnych etapach.

Respondenci, którzy wykazali znajomość oferty IOB, zostali zapytani o to, jakie kroki powinny podjąć IOB, aby lepiej dopasować swoją ofertę do zapotrzebowania podkarpackich firm. Najczęściej wskazywali na zbudowanie platformy wiedzy i wymiany doświadczeń pomiędzy IOB a przedsiębiorcami – 72,3%. Co ciekawe, samo zbudowanie takiej platformy bez włączania w nią czynnika wiedzy pochodzącej od IOB nie było aż tak atrakcyjne dla badanych (29,2%), co wskazuje na potrzebę zaangażowania IOB w działalność podkarpackich przedsiębiorstw. Kolejnymi propozycjami były: umożliwienie bieżącego kontaktu z odpowiednimi pracownikami IOB w celu usprawnienia uzyskiwania informacji, a także organizacja cyklicznych spotkań z przedsiębiorcami, wskazane przez 61,5%.

Wykres 28. Wskazania przedsiębiorców odnośnie zmian, jakie muszą wprowadzić IOB, aby dostosować swoją ofertę do potrzeb przedsiębiorców



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=71 (respondenci deklarujący znajomość oferty usługowej PIOB).

Pytanie to jednak nie było w pełni zamknięte, dzięki czemu można było poznać indywidualne pomysły respondentów, wśród których znalazły się, takie aspekty, jak:

- Cykliczne spotkania z osobami bezrobotnymi bądź tymi, które chcą założyć własną działalność,
- Cykliczne spotkania, ale w formie innej niż multi-level marketing,
- Dotarcie do przedsiębiorców konkretnymi kanałami, np. infolinia z pełną informacją dla przedsiębiorców, Internet i maile z informacjami,
- Kampania reklamowa w mediach społecznościowych,
- Spersonalizowanie wysyłanych informacji pod specyfikę przedsiębiorców,
- Uproszczenie procedur formalnych,

- Zwiększenie dofinansowań dla dłużej istniejących firm (wskazano, że istnieje zbyt wiele form wsparcia dla młodych firm, a tym samym starsze przedsiębiorstwa nie mają aż tylu możliwości),
- Rozszerzenie zakresu ofert dla branży transportowej.

Również podczas wywiadów jakościowych poruszony został ten temat. Znaczna część respondentów stwierdziła, że dobrą praktyką byłoby poprawienie komunikacji między przedsiębiorstwami a IOB. W ten sposób, IOB mogłyby otrzymać bardzo dokładne informacje odnośnie tego, na jakie usługi panuje aktualnie największe zapotrzebowanie i w jaki sposób mogą oni pomóc przedsiębiorcom.

Uważam, że kluczowe jest nawiązywanie kontaktu z przedsiębiorstwami i systematyczne zadawanie pytań o to, w celu zrozumienia ich bieżących potrzeb. Podobnie jak w przypadku mojej działalności handlowej, gdzie posiadam świadomość tego, co jest na bieżąco sprzedawane poprzez aktywną komunikację z klientem, instytucja również powinna utrzymywać dialog z przedsiębiorstwami, swoimi klientami, aby być dobrze poinformowaną o ich potrzebach. (Źródło: IDI_przedsiębiorca, łańcucki, wieś)

Co więcej, w kwestii dopasowania usług oferowanych przez PIOB, warto przytoczyć dobre praktyki zaprezentowane przez INNpuls podczas wywiadu do studium przypadku. IOB wskazało, że pracownicy stale monitorują obecną sytuację w wielu branżach, w celu uzyskania jak najbardziej aktualnych informacji dotyczących potrzeb przedsiębiorców. Jej przedstawiciele starają się stale uaktualniać swoją ofertę, aby była ona jak najbardziej elastyczna i adekwatna do rozwoju regionu. Wszelkie informacje wymagane do zrealizowania tego celu są pozyskiwane dzięki dobrej komunikacji z klientami, która opiera się na partnerskim podejściu do drugiego podmiotu. Wykorzystywane są również opinie ekspertów z różnych branż w celu weryfikowania zdobytych informacji.

Zdaniem badanych przedsiębiorców ważne jest również „konkretyzowanie” informacji podczas prezentowania swojej oferty przez IOB w celu uniknięcia nieudomówień oraz szumu komunikacyjnego. Należy zwrócić również uwagę na tworzenie dedykowanych specjalistycznych usług, które będą kierowane do konkretnych odbiorców. Ponadto przedsiębiorcy proponowali także podjęcie większej ilości działań mających na celu połączenie przedsiębiorców z uczelniami i placówkami badawczymi.

Według respondentów dobrze byłoby również zacząć organizować specjalne konferencje, na których przedstawiciele różnych branż i samorządów, prawnicy oraz inni eksperci, mogliby się spotkać w celu omówienia najpilniejszych spraw swoich instytucji oraz zaplanowania przyszłych działań. W ten sposób utworzyłaby się bardzo silna sieć współpracy wewnątrz każdej z branż, która w znaczący sposób pomogłaby w rozwoju i działalności każdego z zaangażowanych podmiotów.

W moim przekonaniu, należałoby organizować okresowe spotkania branżowe, na których przedstawiciele różnych sektorów mieliby możliwość śledzenia na bieżąco ofert Instytucji Otoczenia Biznesu Tego rodzaju inicjatywy umożliwiłyby aktywny dialog z przedstawicielami IOB, co byłoby istotne dla rozwoju naszych firm. Dzięki takim spotkaniom istniałaby możliwość bezpośredniego kontaktu z doradcami, prawnikami oraz przedstawicielami różnych instytucji samorządowych. Możliwość przeprowadzenia analizy sytuacji i umówienia się na indywidualne konsultacje byłaby wartościowym elementem wspierającym rozwój przedsiębiorstw. (Źródło: IDI_przedsiębiorca, krośnieński, wieś)

Ponadto wyniki badania przeprowadzonego wśród przedsiębiorców sugerują, że osobiste rekomendacje i polecenia z branży odgrywają kluczową rolę w przekazywaniu informacji o usługach IOB (91,7%), a strona internetowa IOB również stanowi istotne źródło informacji, chociaż mniej popularne (25%). 8,3% badanych korzystało z innych stron internetowych, aby dowiedzieć się czegoś o podkarpackich IOB.

Należy także podkreślić, iż badane przedsiębiorstwa również wymieniły inne formy zdobywania wiedzy na temat PIOB, które pokrywają się także z bezpośrednimi doświadczeniami samych Instytucji Otoczenia Biznesu. Wśród przykładów wymieniono:

- Dotychczasowa działalność – odpowiednio prowadzona działalność IOB sama w sobie jest pewnego rodzaju reklamą i często przedsiębiorstwa komunikują się między sobą odnośnie możliwości, jakie daje dane IOB, zazwyczaj dzieje się to w oparciu o już posiadane kontakty z IOB któregoś z przedsiębiorstw;
- Mail z ofertą otrzymany od IOB,
- Szkoła – choć respondenci nie wskazali konkretnej formy styczności z wiedzą o IOB na poziomie szkoły, warto wspomnieć, że możliwym jest np. poszukiwanie praktykantów wśród uczniów ze strony przedsiębiorców zgłaszających się do danego IOB; współpraca samego IOB ze szkołami i placówkami edukacyjnymi (co zresztą jest istotną formą dostosowywania swojej oferty do zapotrzebowania, jak wskazano poniżej) oraz przekazywanie treści związanych z IOB i biznesem na przedmiotach dotyczących podstaw przedsiębiorczości,
- Telefon ze strony IOB,
- Telewizja,
- Urząd miasta.

Warto również podkreślić wagę tzw. marketingu szeptanego na przykładzie reklamowania swoich usług i nawiązywania współpracy przez INNpuls, co szczegółowo opisane zostało w zamieszczonych w aneksie Case Study. Duża część nowych klientów decydujących się na nawiązanie współpracy z INNpuls, dowiaduje się o świadczonych przez nich usługach poprzez polecenia od podmiotów uprzednio współpracujących z tą instytucją. Ponadto badanie wykazało, że spora część klientów, którzy korzystają z usługi opisywanej Instytucji Otoczenia Biznesu, to klienci „stali”. Z racji na poprzednio nawiązane współprace,

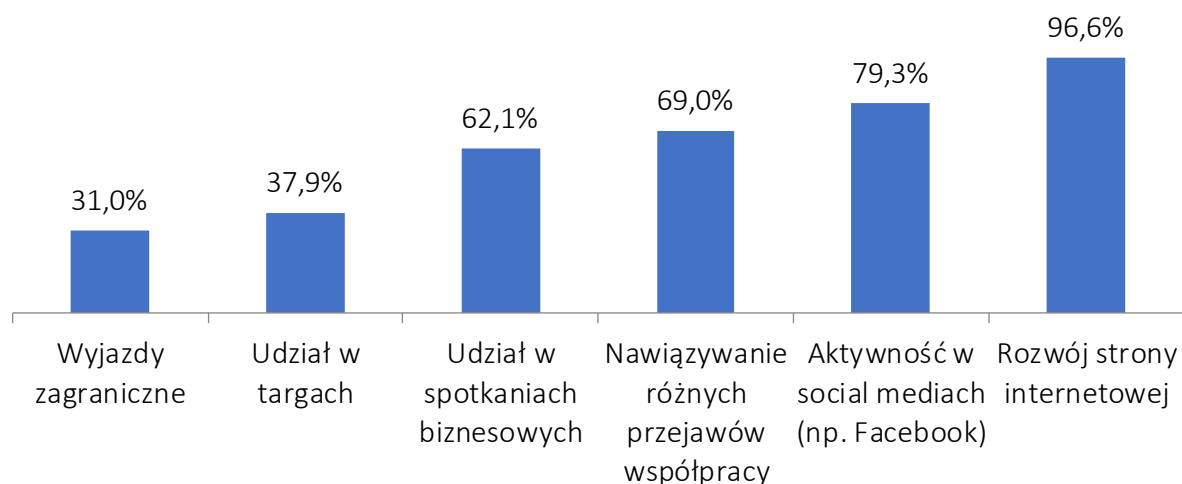
wspomniana w tym opracowaniu dobra reputacja INNpuls sprawia, że wielu klientów decyduje się na ponowne skorzystanie z oferty tej instytucji. Świadczy to nie tylko o bardzo dobrej opinii, ale również o wysokiej jakości świadczonych usług – należy więc skupić się na odpowiednim marketingu szeptanym.

Nawiązując więc do tematyki promowania swoich usług, należy podkreślić, iż marketing generalnie stanowi istotny element działalności IOB w przekazywaniu informacji lokalnym przedsiębiorcom o oferowanych usługach. Badanie przeprowadzone w roku 2017 pozwoliło zauważyć, że najczęściej przedsiębiorcy czerpią swoją wiedzę o dostępnych usługach otoczenia biznesu z różnych stron internetowych. Wskazano jednak problematyczny fakt, że jedynie nieliczne IOB posiadają taką promocyjną domenę internetową. Przedsiębiorcy pozyskują informacje dotyczące usług IOB również od przedstawicieli działalności gospodarczych, z którymi współpracują. O wiele rzadziej propozycje realizacji wspólnych projektów docierają do przedsiębiorców drogą mailową lub są pozyskiwane poprzez kontakt z innymi instytucjami takimi jak np. urząd pracy, uczelnie wyższe lub władze samorządowe. Kolejną przeszkodą w kwestii promocji usług IOB jest fakt, że zdecydowana większość przedsiębiorców, którzy do tej pory nie mieli okazji skorzystać z oferty Instytucji Otoczenia Biznesu, nie otrzymuje informacji o możliwości podjęcia współpracy. Jest to duży problem, ponieważ ten rodzaj bariery komunikacyjnej w znacznym stopniu utrudnia pozyskiwanie nowych klientów do współpracy.⁴⁰

Z kolei wśród najważniejszych sposobów promocji działalności podkarpackich Instytucji Otoczenia Biznesu w obecnym badaniu znalazły się rozwój strony internetowej, wskazany przez 96,6%, oraz generalnie określana aktywność w social mediach (np. Facebook), zadeklarowana przez 79,3% badanych. Z kolei nawiązywanie różnych przejawów współpracy okazało się istotnym sposobem na reklamę swoich usług dla 69% IOB.

⁴⁰ Potencjał i działalność instytucji otoczenia biznesu w województwie podkarpackim, Danae, Rzeszów 2017, s. 161.

Wykres 29. Sposoby promowania usług PIOB



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Co więcej, badani biorący udział w jakościowej części badania zwrócili uwagę na to, że usługi IOB nie są wystarczająco dobrze promowane wśród przedsiębiorców. Wielu przedstawicieli różnych branż nie wie o działalności prowadzonej przez IOB, co może znacznie utrudnić tym instytucjom docieranie do nowych klientów i rozwój zarówno samych instytucji, jak i całego regionu.

Ponadto respondenci podkreślali, że najlepszą formą nawiązywania komunikacji są spotkania face to face i to właśnie na nie powinno się stawiać, aby rozpromować skutecznie działalność podkarpackich IOB. Należy także wspomnieć, że podczas wywiadów indywidualnych wskazano na to, że bardzo dobrym rozwiązaniem jest kontakt nawiązany ze strony IOB – wykonanie telefonu okazało się skuteczną formą zachęcenia do skorzystania z ich usług.

Szeroko omówionym sposobem kontaktu jest również Internet, gdyż większość instytucji, które wspierają przedsiębiorców, funkcjonuje aktualnie w różnego rodzaju social mediach oraz na własnych stronach www. Dzięki temu każdą ofertę można porównać z innymi, które są dostępne na rynku a następnie upewnić się czy instytucja jest faktycznie rzetelna i ma powiązania np. z Urzędem Miasta. Dobrą praktyką w nawiązywaniu kontaktu jest zaangażowanie Urzędu Miasta i instytucji samorządowych, gdyż ich autorytet podnosi wiarygodność informacji.

Należy sprawdzić wiarygodność tej instytucji – zweryfikować, czy nie jest to tylko zewnętrzna firma, prywatna. Ważne jest, aby była to również instytucja państwowa lub jakkolwiek powiązana z samorządami. (Źródło: IDI_przedsiębiorca, krośnieński, wieś)

Z drugiej jednak strony podkreślano, że informacje znalezione na stronach internetowych często są zbyt rozległe, niezrozumiałe i trudno się w nich odnaleźć. W takiej sytuacji może dojść do zwiększonej ilości rezygnacji z podjęcia się współpracy lub chociaż podjęcia kontaktu z danym IOB. Ponadto istotne byłoby zebranie informacji o regionalnych IOB w jednym miejscu, aby zbyt duża ilość wyników wyszukiwania nie wprowadzała w błąd i nie komplikowała procesu dowiadywania się o PIOB. Wskazano, że np. próba znalezienia informacji na temat dotacji na terenie określonego województwa jest często zbyt skomplikowana, gdyż wyniki wyszukiwania nie ograniczają się właśnie do danego regionu, a często dla całej Polski, dodatkowo niestety łączy się to często z brakiem zamieszczania informacji o samych IOB.

Zwrócono uwagę również na to, że w trakcie promowania swoich ofert przez IOB, warto skorzystać z różnych autorytetów biznesowych bądź państwowych w celu zwiększenia swojej wiarygodności. Zdaniem jednego z respondentów warto jest rozważyć wykorzystanie Internetu w celu promocji usług świadczonych przez IOB, ale zabieg ten powinien skupić się bardziej na platformie LinkedIn, aniżeli innych social mediach.

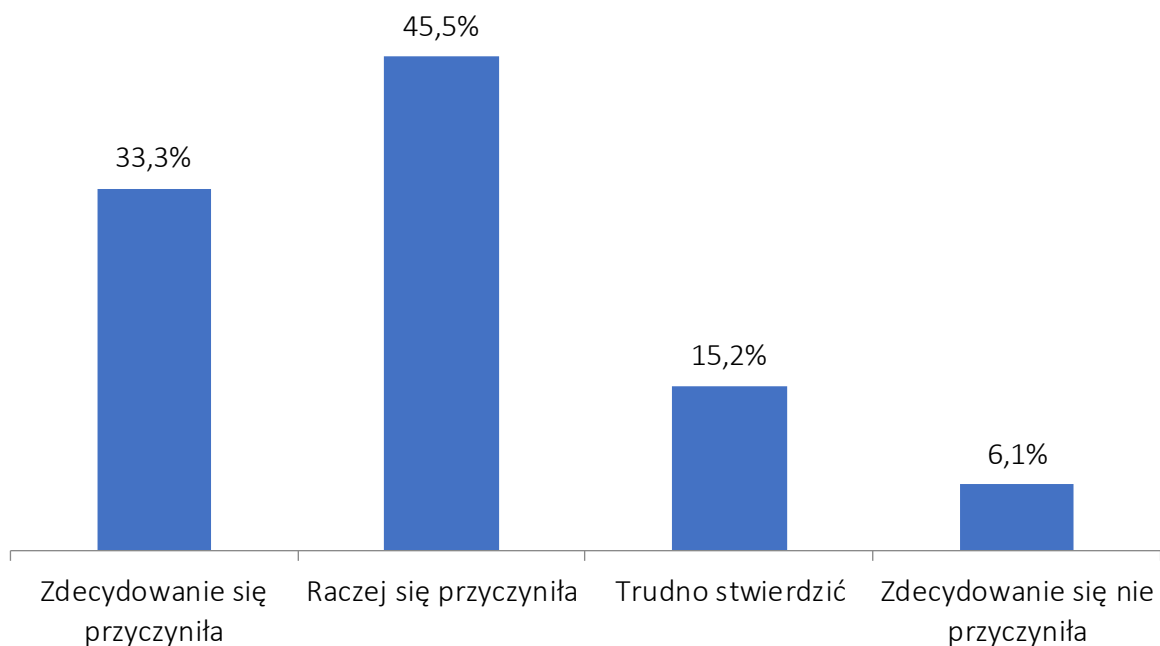
Zdaje się, że w kontekście aktywności w mediach społecznościowych, szczególnie w odniesieniu do prezentacji dla osób decyzyjnych, platforma LinkedIn wydaje się być bardziej adekwatna. Stanowi ona wirtualne miejsce, gdzie decydenci oraz właściciele firm mają okazję przedstawić się, nawiązać interakcje oraz budować relacje z innymi profesjonalistami. W związku z tym, platforma ta pełni istotną rolę jako źródło informacji, umożliwiając przedsiębiorcom uzyskiwanie kluczowych treści w krótkim czasie. (Źródło: IDI_przedsiębiorstwo, rzeszowski, miasto)

Co więcej, wykorzystywanie mailowych newsletterów nie jest złą metodą udostępniania informacji, tak długo, jak promowana w ten sposób oferta jest dopasowana do działalności konkretnych firm.

5.3.1. Ocena skutków korzystania z usług IOB w opinii przedsiębiorców

Warto przedstawić również perspektywę przedsiębiorców dotyczącą doświadczenia względem współpracy z IOB. Według zebranych wśród firm danych, usługa Instytucji Otoczenia Biznesu, z której skorzystały przedsiębiorstwa, przeważnie przyczynia się do rozwoju ich działalności. Dla jednej trzeciej respondentów usługa IOB miała wyraźny pozytywny wpływ na rozwój ich firmy, co sugeruje, że korzystanie z tych usług było bardzo skuteczne. Dla znacznej większości (45,5%) usługa IOB miała pozytywny wpływ na rozwój firmy, choć może nie tak wyraźny, jak w przypadku pierwszej grupy. Tylko niewielki odsetek respondentów (6,1%) stwierdza z kolei, że usługa IOB zdecydowanie się nie przyczyniła do rozwoju firmy.

Wykres 30. Stopień, w jakim skorzystanie z usług IOB przyczyniło się do rozwoju podkarpackich przedsiębiorstw



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=31 (przedsiębiorcy, którzy skorzystali z usług IOB).

Ponadto większość przedsiębiorstw korzystających z usług IOB wydaje się zadowolona z wyników, choć istnieje pewien odsetek, który ma inny punkt widzenia. Dla znaczącej większości respondentów (78,8%) skorzystanie z usługi IOB przyniosło oczekiwane korzyści, co sugeruje, że usługi te były efektywne i spełniły oczekiwania przedsiębiorstw. Jedynie niewielki odsetek respondentów (6,1%) stwierdził, że nie odnieśli oczekiwanych korzyści w wyniku korzystania z oferty podkarpackich IOB.

Odpowiedzi na pytanie dotyczące spodziewanych korzyści odniesionych przez przedsiębiorstwa w wyniku skorzystania z usług podkarpackich Instytucji Otoczenia Biznesu (PIOB) zawierają różnorodne benefity. Oto podsumowanie tych korzyści:

- Podniesienie kwalifikacji: Przedsiębiorstwa uzyskały zarówno wiedzę, jak i dokumenty potwierdzające kwalifikacje swoich pracowników, co może wpłynąć na ich profesjonalizm i jakość usług. Ponadto dzięki usługom IOB można było szkolić większą liczbę pracowników, co może przyczynić się do poprawy kompetencji zespołu.
- Szybsze wykonywanie usług i podniesienie jakości obsługi: Dzięki uzyskaniu wsparcia od IOB, przedsiębiorstwa mogą skracać czas wykonywania usług, co wpływa na efektywność działania, jak również jakości obsługi klientów, co może przekładać się na zadowolenie klientów i ich lojalność wobec marki.

- **Rozwój firmy:** Wielu respondentów zauważyło, że skorzystanie z usług IOB przyczyniło się do ogólnie pojmowanego rozwoju ich firm i stworzyło perspektywy na dalszy wzrost.
- **Wsparcie administracyjne i biurokratyczne:** Współpraca pod względem administracyjnym stanowi ważny element pomocy przedsiębiorstwom, które często nie wiedzą, jak poradzić sobie z różnorodną dokumentacją.
- **Rozwój kontaktów biznesowych i dostęp do doświadczeń innych producentów:** Poprzez współpracę z IOB, przedsiębiorstwa miały okazję nawiązać nowe kontakty z innymi firmami, instytucjami lub partnerami branżowymi. To może przekładać się na szereg nowych możliwości współpracy, które przynoszą liczne korzyści. Przedsiębiorstwa mogły korzystać z doświadczeń innych firm, co może przyspieszyć proces rozwoju i innowacji.
- **Rozwój i wdrożenie nowych rozwiązań technologicznych, a także zwiększenie innowacyjności:** Przedsiębiorstwa uzyskały wsparcie w rozwijaniu i wdrażaniu nowych rozwiązań technologicznych, co może zwiększyć ich innowacyjność. Zwiększenie innowacyjności jest jednym z kluczowych efektów korzystania z usług Instytucji Otoczenia Biznesu (IOB) przez przedsiębiorstwa. To zjawisko wiąże się z wprowadzaniem nowych pomysłów, technologii, produktów i procesów do działalności firmy.
- **Utrzymanie zatrudnienia:** Pomoc od IOB przyczyniła się do braku zwolnień pracowników, co jest istotne dla stabilności przedsiębiorstw.
- **Wzrost sprzedaży:** Wiele firm zanotowało wzrost sprzedaży jako korzyść wynikającą ze współpracy z IOB.
- **Zakup nowych maszyn:** Dzięki wsparciu IOB, przedsiębiorstwa mogły zakupić nowe maszyny, co zwiększyło ich moce przerobowe.

Warto zauważyć, że usługi IOB miały różnorodne pozytywne skutki dla przedsiębiorstw, od kształcenia pracowników po rozwój technologiczny i innowacyjność. Należy jednak zwrócić uwagę również na to, że współprace te przyniosły także korzyści, których przedsiębiorcy nie oczekiwali – dotyczyło to 16% badanych. Wśród wymienianych odpowiedzi były:

- Duże zainteresowanie po zakończeniu naboru do projektu – zadeklarowano, że często wśród przedsiębiorców po zakończeniu wspólnego projektu z IOB, występuje chęć kontynuowania współpracy,
- Nawiązanie stałej współpracy i poznanie interesujących osób z branży,
- Nowe perspektywy, nowe możliwości rozwoju.

Co więcej, interesującym wnioskiem jest to, iż pośród respondentów, którzy korzystali z usług IOB, żaden nie wskazał, aby wystąpiły jakiegokolwiek negatywne skutki niniejszej kooperacji.

Jeśli mowa o opiniach, które udało się uzyskać podczas wywiadów indywidualnych, zdecydowana większość respondentów, ocenia współpracę z IOB bardzo pozytywnie. Badani

podkreślili, że podczas współpracy mieli z IOB bardzo dobrą komunikację a oferowane przez nich rozwiązania były z reguły bardzo pomocne. Zwracali również uwagę na elastyczność, jaką cechowało się podejście IOB do prowadzonej współpracy.

Korzystałam z oprocentowanej pożyczki, która wtedy była pożyczką na zakup naczepy i ciągnika siodłowego. Była to bardzo korzystna oferta, o wiele lepsza aniżeli w bankach. Oprocentowanie było niskie, kontakt był bardzo dobry, rzeczywiście wykazali się pomocą. Pamiętam, że wniosek ten uzupełniałam z ich (IOB) pomocą, wobec czego nie musiałam nawet za to gdzieś dodatkowo płacić. (Źródło: IDI_przedsiębiorstwo, krośnieński, wieś)

Co więcej, wykazano również chęć kontynuacji współpracy, co spowodowane było bardzo pozytywnymi doświadczeniami z IOB.

U nas (współpraca przebiega) w stu procentach jak najlepiej, żadnych problemów nie mamy, także będziemy chcieli, jeżeli będzie to możliwe, przedłużyć tę współpracę. Jesteśmy bardzo zadowoleni. (Źródło: IDI_przedsiębiorstwo, jarosławski, miasto)

Bardzo istotną częścią analizy jest także to, w jaki sposób, według badanych metodą jakościową respondentów, można byłoby usprawnić przebieg współpracy z Instytucjami Otoczenia Biznesu. Po zakończeniu współpracy, zdaniem respondentów, warto jest utrzymywać kontakt między IOB a przedsiębiorcą poprzez newslettery wysyłane mailowo. Takie rozwiązanie ułatwiłoby nawiązanie nowej współpracy.

Myślę, że sfera informacyjna – ktoś dedykowany do firmy, cały czas „w” tych firmach będący. Nie fizycznie, ale (przychodzący) z informacją, że jest nowy program – firmy muszą się o tym dowiedzieć, że nowy program rusza, czy też, że jest nowe szkolenie. Ja pracuję w sprzedaży, więc wiem, że jeśli do klienta nie dotrę, to ja tej usługi, tego produktu, nie sprzedam. Dla mnie jest to bardzo prosta zależność, wręcz zero-jedynkowa, albo coś jest, albo tego nie ma. (Źródło: IDI_przedsiębiorstwo, tańcucki, wieś)

Zdaniem niektórych badanych, dobrą praktyką byłoby wykorzystanie swego rodzaju „ambasadorów” IOB, którzy byliby odpowiedzialni za utrzymywanie stałego kontaktu z przedsiębiorcami. Owi ambasadorzy informowaliby przypisane do nich przedsiębiorstwa o nowych usługach świadczonych przez ich instytucje oraz pomagali w realizacji wspólnych projektów z IOB.

Myślę, że po takim czasie, kiedy ja to wszystko spłaciłam, fajnie byłoby, żeby pojawił się telefon lub informacja na mailu, co jest aktualnie, z czego mogłabym skorzystać, jaką mają dla mnie propozycję – tak, żeby mogła

*kontynuować tę współpracę i do nich wrócić. (Źródło:
IDI_przedsiębiorstwo, krośnieński, wieś)*

Zdaniem przedstawiciela Przemyskiej Agencji Rozwoju Regionalnego, który brał udział w niniejszym badaniu Case Study, najbardziej efektywnym sposobem nawiązywania nowych współpracy z przedsiębiorcami, jest rzeczywiście bezpośrednia rozmowa z klientem. Udzielający wywiadu przedstawiciel PARR podkreślał, że pomimo wszystkich metod promowania swojej działalności przez jego IOB, to właśnie personalny kontakt z klientem przynosi najlepsze rezultaty. Badany tłumaczył, że w wielu przypadkach przedsiębiorcy nie mają czasu, bądź nie są wystarczająco zainteresowani poszukiwaniem źródeł wsparcia dla swojej działalności, aby skrupulatnie przeglądać strony internetowe lub wczytywać się w różnego rodzaju ulotki informacyjne. Podkreślono, że podczas pierwszej rozmowy z klientem należy wykorzystać wszystkie dostępne instrumenty, w celu zachęcenia, a następnie przekonania przedsiębiorcy do nawiązania współpracy.

5.3.2. Podsumowanie

Podsumowując więc powyższe kluczowe dane, należy podkreślić, iż analiza ukierunkowująca uwagę na stopień zadowolenia przedsiębiorców z usług PIOB jest szczególnie ważny, gdyż może być podstawą do rozpoczęcia dyskusji o polu i możliwościach wprowadzenia zmian, a także samym zapotrzebowaniu na dane usługi, czego dotyczy kolejny dział.

Spśród badanych przedsiębiorców, 23,9% uważało, że oferta PIOB nie spełnia oczekiwań, a 50,7% miało trudności z oceną. Jednocześnie niemal połowa korzystających z usług PIOB przedsiębiorców uznaje, że są one dostosowane do ich potrzeb. Analiza wg branż wskazała, że budownictwo, transport, logistyka i usługi finansowe częściej niż inne branże zgłaszały niezadowolenie z zakresu oferty PIOB.

Wielu respondentów uważa, że istotne jest ulepszenie komunikacji między przedsiębiorstwami a IOB. Taki dialog pozwoliłby IOB uzyskać dokładne informacje na temat bieżących potrzeb przedsiębiorców i lepiej dostosować swoją ofertę do realnych wymagań. IOB powinny monitorować bieżącą sytuację w różnych branżach, aby aktualizować swoją ofertę, zapewniając elastyczność i adekwatność do rozwoju regionu. Propozycje poprawy obejmują budowę platformy wymiany doświadczeń i organizację spotkań z przedsiębiorcami. Marketing szeptany, osobiste rekomendacje oraz strona internetowa PIOB są kluczowymi źródłami informacji o usługach, które należy rozwijać podczas promocji usług IOB.

Należy podkreślić też kluczowe korzyści płynące ze współpracy z Instytucjami Otoczenia Biznesu. Przedsiębiorstwa, korzystając z usług IOB, doświadczają podniesienia kwalifikacji pracowników, możliwości szkolenia większej liczby osób, szybszego wykonywania usług, podniesienia jakości obsługi klientów, rozwoju firmy, wsparcia administracyjnego

i biurokratycznego, czy też zwiększenia innowacyjności. To jednoznacznie pokazuje, że współpraca z IOB przyczynia się do wieloaspektowego rozwoju przedsiębiorstw.

5.4. Zapotrzebowanie podkarpackich przedsiębiorstw na usługi PIOB – wskazanie luk pomiędzy podażą i popytem

Na podstawie przeprowadzanych dotychczas w regionie badań i analiz⁴¹, zauważa się, że usługi, jakie oferują IOB na rzecz przedsiębiorstw, mają przede wszystkim charakter podstawowy, natomiast usługi specjalistyczne, proinnowacyjne świadczone są przez połowę z identyfikowanych IOB. Na tej podstawie, na etapie konstruowania kierunków działań strategicznych diagnozowano, że jest to obszar wymagający dodatkowego wsparcia, zmierzającego do rozszerzenia oferty i profesjonalizacji podkarpackich IOB, a także do większego stopnia ich wyspecjalizowania oraz zaspokojenia potrzeb regionalnych przedsiębiorców na usługi.⁴² Należy więc zapoznać się z lukami w podaży usług IOB.

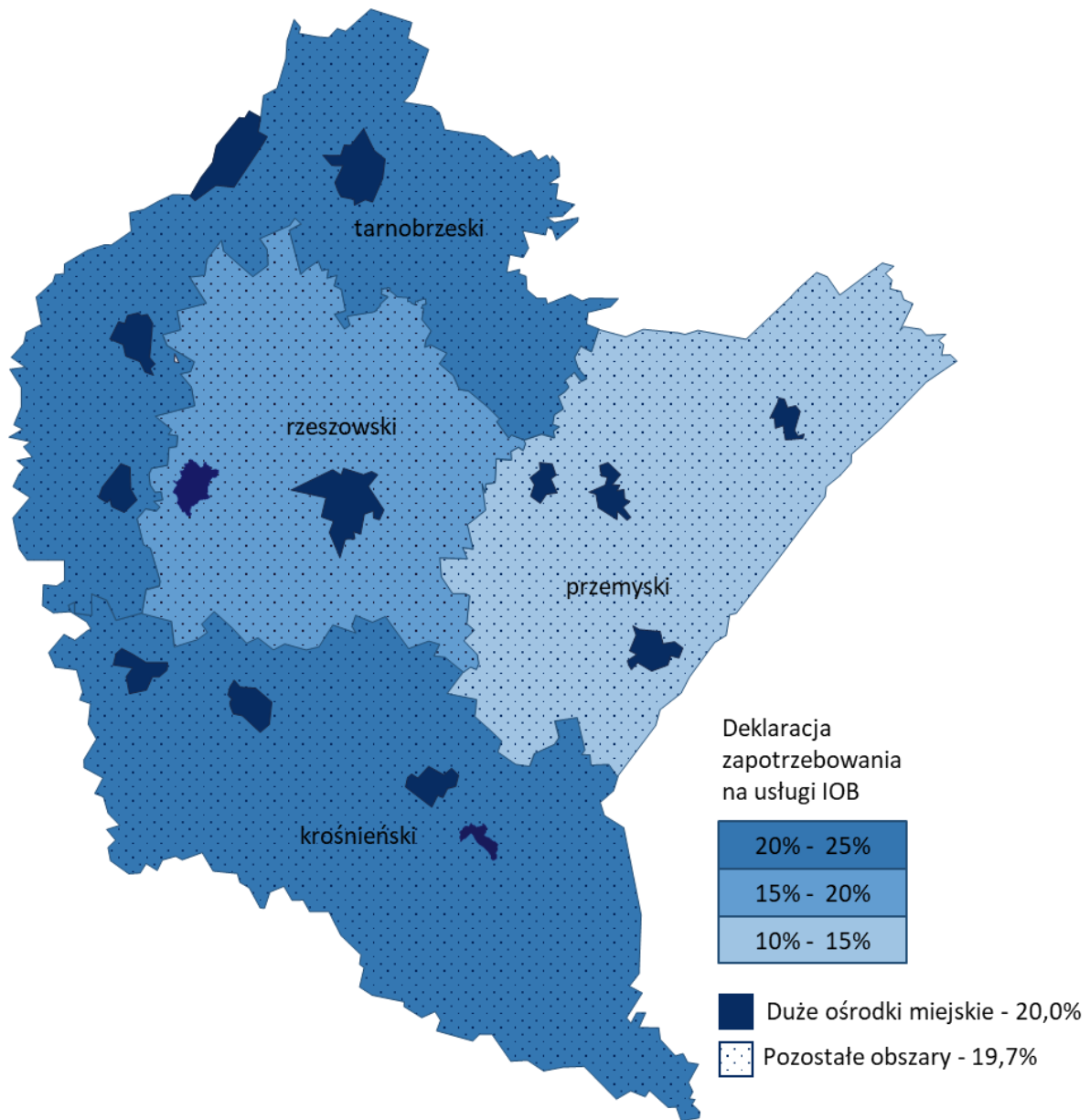
Według zebranych danych, 19,8% przedsiębiorstw zgłasza aktualne zapotrzebowanie na usługi Instytucji Otoczenia Biznesu (IOB). Jednak większość, a mianowicie 69,5%, nie wyraża obecnie takiej potrzeby. Dodatkowo, 10,7% respondentów nie jest pewnych, czy ich przedsiębiorstwo potrzebuje usług IOB, co może sugerować potrzebę dalszej analizy i konsultacji w tej kwestii. To pokazuje, że choć istnieje pewne zapotrzebowanie na usługi IOB, nadal istnieje duża grupa przedsiębiorstw, które mogą albo nie widzieć takiej potrzeby w danym momencie, albo nadal nie rozumieć działania IOB.

Warto jednak podkreślić, iż częściej zapotrzebowanie na usługi IOB wskazywały przedsiębiorstwa, które działają na terenie podregionu tarnobrzeskiego – 25%. Niewiele mniejszy odsetek wskazań, gdyż 24,4%, dotyczył podregionu krośnieńskiego. Z kolei dominującą liczbę przeczących odpowiedzi wskazano w podregionie przemyskim (75,4%). Pośród dużych ośrodków miejskich odsetek ten wynosił równych 20%, jednak – co ciekawe – obszary poza DOM wykazały się wynikiem na poziomie niewiele niższym, gdyż 19,7%.

⁴¹ Por.: Dziemianowicz W., Jurkiewicz I., Cybulska M., Bafeltowski B., Belowski M., Goliński J., Płaczek D., Tomczak N., Turosz S., System innowacji w województwie podkarpackim, Warszawa 2020; Raport z badania: Potencjał i działalność Instytucji Otoczenia Biznesu w województwie podkarpackim, Danae, Rzeszów 2017.

⁴² Regionalna Strategia Innowacji Województwa Podkarpackiego na lata 2021-2030, Rzeszów 2022, s. 41.

Mapa 8. Aktualne zapotrzebowanie na usługi IOB deklarowane przez podkarpackich przedsiębiorców



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=383.

Interesujące jest również to, że spośród przedsiębiorstw wykazujących zainteresowanie skorzystaniem z usług IOB, 51,3% to przedsiębiorstwa założone pomiędzy 2011 a 2015 rokiem (który zresztą dominował wśród respondentów). Generalnie młodsze firmy w większym stopniu wykazywały potrzebę skorzystania z tych usług, gdyż firmy założone do 1990 roku stanowiły zaledwie 3,9% badanych.

Z ankietyzacji wyniknęło, że wiele przedsiębiorstw nie zadeklarowało potrzeby korzystania z usług IOB przez brak czasu na zapoznawanie się z ofertą usługową IOB oraz przez to, że nie wiedzą, jak taka pomoc mogłaby w ogóle wyglądać. Podczas rozmów z przedsiębiorcami zapytano również, z czego w ich opinii wynika taki fakt. Jeden

z respondentów zauważył, że brak czasu na korzystanie z oferty IOB jest szczególnie dużym problemem dla małych firm składających się zaledwie kilku pracowników. Wynika to z faktu, iż rozpoczęcie takiej współpracy wiąże się z koniecznością sporządzenia dużej ilości dokumentów, co często okazuje się bardzo czasochłonne. W takiej sytuacji 1 z 3 lub 4 pracowników tworzących całą firmę jest odciążony od swoich obowiązków na rzecz składania dokumentów do IOB.

Przed wszystkim, przeszkodą jest ograniczony nakład czasu. Kiedy przedsiębiorca decyduje się skorzystać z dotacji, zobowiązany jest poświęcić na to swój czas, pozbawiając się możliwości zajmowania się innymi sprawami. Warto zaznaczyć, że proces uzyskania dotacji obejmuje obszerną dokumentację, którą trzeba wypełnić, dostarczyć osobiście, a także podpisać. Tego typu zadania są szczególnie uciążliwe dla małych przedsiębiorstw z ograniczoną liczbą pracowników, często składających się z dwóch lub trzech osób. W sytuacji, gdy jedna osoba musi poświęcić czas na procedury związane z dotacją, firma traci potencjalne dochody, które ta osoba mogłaby generować na co dzień. (Źródło: IDI_przedsiębiorca, tańcucki, wieś)

Warto zaznaczyć, że nawet przedsiębiorstwa, które skorzystały z usług IOB i są zadowolone ze współpracy, stwierdzają, że jest to bardzo czasochłonne przedsięwzięcie. Zdaniem respondentów niewiedza przedsiębiorców w zakresie ofert IOB i korzyści płynących ze współpracy z nimi może być zniwelowana przez bardziej bezpośrednie podejście do klienta i tworzenie spersonalizowanych ofert.

Jak wskazano w badaniu przeprowadzonym w roku 2017, głównym problemem wśród przedsiębiorstw na Podkarpaciu w kwestii korzystania z usług Instytucji Otoczenia Biznesu (IOB) był ograniczony dostęp do informacji. Przedstawiciele firm często nie odczuwali potrzeby skorzystania z oferty IOB, być może z powodu nieświadomości co do dostępnych usług lub braku zrozumienia, jakie korzyści mogą wynikać z współpracy. Te dwie kwestie wskazywały na istniejący problem dotarcia z informacją o dostosowanej ofercie do przedsiębiorców.⁴³ Podobnie aspekt ten pojawił się w opisywanym badaniu – wiele przedsiębiorstw (40%) zauważyło, że przez brak świadomości tego, jak taka pomoc miałaby wyglądać, nie są w stanie ocenić, czy w ogóle jej potrzebują. Widoczne jest więc to, iż problem ten trwa wśród podkarpackich firm od lat.

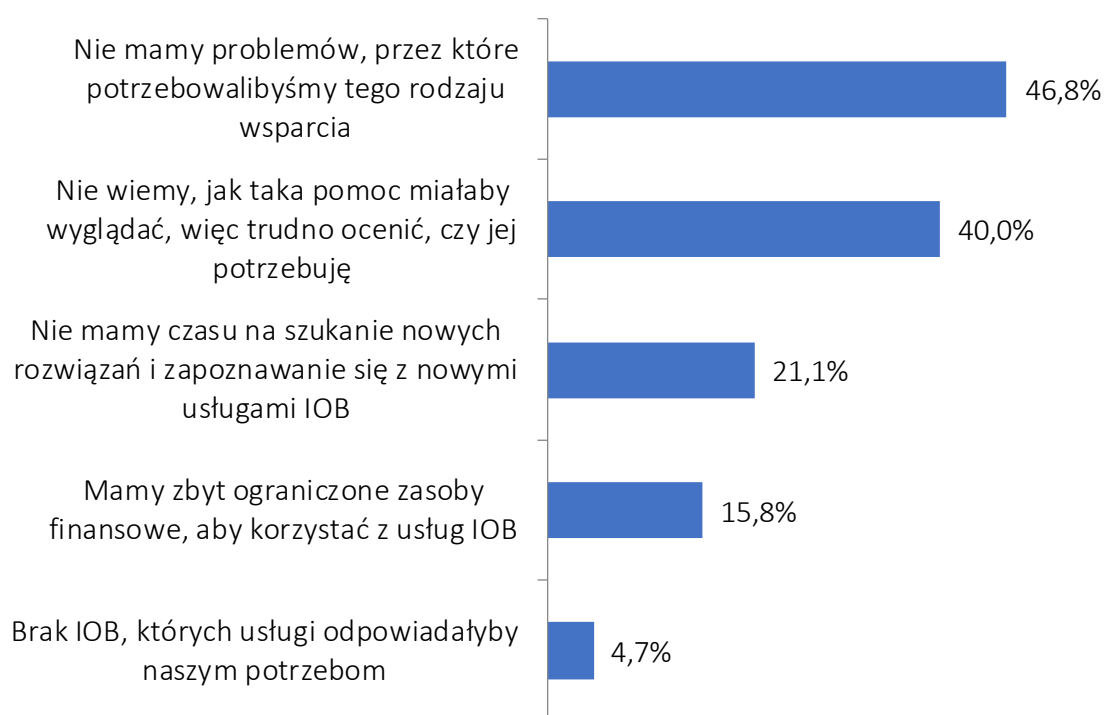
Dodatkowym utrudnieniem dla firm w skorzystaniu z usług IOB 6 lat temu były biurokratyzacja i zbyt skomplikowane procedury działania IOB. Realizacja zadań wspierających przedsiębiorstwa, często finansowanych ze środków unijnych, wiązała się z licznymi formalnościami. To utrudniało zarówno Instytucjom Otoczenia Biznesu, jak i przedsiębiorcom, swobodne działania. Zarówno przedstawiciele przedsiębiorców, jak i Instytucji Otoczenia

⁴³ Potencjał i działalność instytucji otoczenia biznesu w województwie podkarpackim, Danae, Rzeszów 2017, s. 165.

Biznesu, stwierdzili, że należy wprowadzić szereg zmian modyfikujących proces zawierania współpracy w taki sposób, aby był on mniej skomplikowany i nie wymagał tak dużych nakładów czasu od obydwu podmiotów. Raczej nie deklarowano problemów finansowych, ponieważ IOB oferowało usługi bezpłatnie lub z dofinansowaniem. Niemniej jednak, gdy przedsiębiorcy musieli ponieść większą część kosztów usługi, często rezygnowali z korzystania z wsparcia IOB.⁴⁴

Należy więc podkreślić również kolejne spośród aktualnych powodów, dla których część respondentów nie odczuwa potrzeby korzystania z usług IOB. Dominującą odpowiedzią, wskazaną przez niemal połowę respondentów (46,8%), był brak problemów, przez które potrzebowałyby tego rodzaju wsparcia. Wskazywano także na brak czasu na szukanie nowych rozwiązań i zapoznawanie się z nowymi usługami IOB (21,1%) oraz zbyt ograniczone zasoby finansowe, które uniemożliwiają korzystanie z usług IOB (15,8%). Najrzadziej ankietowani stwierdzali brak IOB, których usługi odpowiadałyby ich potrzebom – 4,7% respondentów.

Wykres 31. Powody braku potrzeby korzystania z usług PIOB



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=266 (pytanie skierowane do przedsiębiorstw, które nie widzą potrzeby korzystania z usług IOB).

Niemniej, zapytani o zakres zapotrzebowania na pomoc płynącą ze strony IOB przedsiębiorcy, obszernie wskazywali przykłady. Dogłębna analiza tych odpowiedzi pozwoliła na wyodrębnienie następujących kategorii:

- 1) Dofinansowanie i finansowanie:
 - Rozbudowa/rozwój firmy i zakup sprzętu (w tym również maszyn i technologii),

⁴⁴ Tamże.

- Dofinansowanie do wdrożenia nowych pomysłów i uzyskanie patentu,
- Dofinansowanie do zakupu sprzętu specjalistycznego,
- Dofinansowanie kursów i szkoleń,
- Dofinansowanie platformy e-learningowej,
- Dofinansowanie nowych inwestycji.

2) Doradztwo:

- Doradztwo prawne i podatkowe,
- Doradztwo w zakresie instrumentów finansowania i innowacji,
- Doradztwo w pozyskiwaniu funduszy europejskich,
- Doradztwo w pozyskiwaniu partnerów biznesowych,
- Doradztwo w marketingu firmy.

3) Szkolenia i rozwój pracowników:

- Szkolenia branżowe i zawodowe,
- Szkolenia techniczne i informatyczne,
- Szkolenia z obsługi klienta,
- Szkolenia z automatyzacji i technologii,
- Szkolenia BHP i pierwszej pomocy,
- Szkolenia z języków obcych.

4) Pozostałe formy wsparcia:

- Pozyskanie pracowników i stażystów,
- Wsparcie w uzyskiwaniu dostępu do giełdy transportowej,
- Współpraca z uczelniami w obszarze badawczo-rozwojowym.

Należy zwrócić uwagę na charakter części z powyższych usług, na które przedsiębiorcy w sposób spontaniczny wykazali zapotrzebowanie (ww. elementy są wynikiem analizy odpowiedzi udzielonych na pytanie o charakterze otwartym). Widoczne jest to, że nawet, jeśli respondenci w małym stopniu wykazywali wprost potrzeby związane z proinnowacyjnością, wiele ze wskazanych przez nich usług charakteryzuje się nią. Przede wszystkim, nie wolno zapomnieć o doradztwie w zakresie instrumentów finansowania i innowacji. Doradztwo w tym obszarze stanowi istotną usługę proinnowacyjną, skupiającą się na dostarczaniu przedsiębiorstwom specjalistycznej wiedzy dotyczącej dostępnych instrumentów finansowania oraz innowacyjnych rozwiązań. Ekspertyza w obszarze finansowania pozwala firmom na skuteczne pozyskiwanie środków na innowacyjne projekty, co może obejmować zarówno dotacje, kredyty preferencyjne, jak i udział inwestorów. Doradztwo dotyczące innowacji może skupiać się natomiast na identyfikowaniu możliwości wprowadzenia nowatorskich rozwiązań w procesach produkcyjnych czy ofercie produktowej. Dzięki temu przedsiębiorstwa będą w stanie skorzystać z różnorodnych instrumentów wspierających innowacyjność, co przyczyni się do ich rozwoju i konkurencyjności na rynku.

Będąc w tematyce zapotrzebowania na różnego rodzaju pomoc finansową, warto skupić się na tym, dlaczego jest ona istotnie związana ze wskazanymi usługami natury prorozwojowej i innowacyjnej. Dofinansowanie do wdrożenia nowych pomysłów i uzyskanie

patentu jest jednym z kluczowych przykładów. Jest to usługa bezpośrednio proinnowacyjna, ponieważ skupia się na wspieraniu przedsiębiorstw w wprowadzaniu innowacyjnych pomysłów na rynek. Aspekt uzyskiwania patentu podkreśla znaczenie ochrony intelektualnej dla innowacyjnych rozwiązań. Uzyskanie patentu stanowi nie tylko potwierdzenie oryginalności danego pomysłu, ale także przyczynia się do budowania przewagi konkurencyjnej na rynku.

Dofinansowanie do zakupu sprzętu specjalistycznego może być usługą wspierającą innowacyjność przedsiębiorstw poprzez umożliwienie im nabycia dóbr niezbędnych do rozwoju. Posiadanie nowoczesnych narzędzi i technologii jest kluczowe dla firm, które chcą wprowadzać innowacyjne rozwiązania. Dofinansowanie do zakupu sprzętu specjalistycznego może obejmować maszyny, urządzenia laboratoryjne czy nowoczesne technologie, co z kolei umożliwi przedsiębiorstwom skuteczne konkurowanie na rynku innowacji.

Istotnym aspektem jest także potrzeba podejmowania nowych inwestycji, jaka pojawiła się wśród podkarpackich przedsiębiorców. Dofinansowanie w tym zakresie bezpośrednio wsparłoby przedsiębiorstwa w rozwoju – może to być kluczowy element wspierający rozwój właśnie innowacyjny, umożliwiając firmom kreowanie nowych rozwiązań i podnoszenie poziomu technologicznego.

Warto jednak odnieść się także do kilku kluczowych faktów pochodzących z analizy różnic pomiędzy zapotrzebowaniem na usługi IOB pośród 4 głównych podregionów województwa podkarpackiego. Odpowiedzi dotyczące podregionu krośnieńskiego wyraźnie skupiają się na możliwości rozwoju, zdobycia finansowania, poprawy efektywności i pozyskiwania partnerów biznesowych, a IOB mogą odegrać kluczową rolę w spełnieniu tych oczekiwań – w tym przypadku występuje taka możliwość, gdyż znajdujące się na tym terenie IOB zadeklarowały oferowanie usług takich, jak informacje i doradztwo ogólne, nawiązywanie kontaktów z partnerami biznesowymi, pozyskiwanie finansowania (choć nie jest to udzielanie pożyczek i funduszy kapitałowych, 2 z 4 IOB zadeklarowały również obsługę realizacji projektów realizowanych w udziale funduszy europejskich), wsparcie w rozwoju i promocji produktu lub usługi (w tym także ogólnie pojęty marketing), porady prawne i księgowość, a także zarządzanie jakością, zapewnianie ubezpieczeń, mentoring biznesowy, networking i szkolenia oraz badania i analizy. Widoczny jest więc potencjał na zaspokojenie występujących wśród przedsiębiorców potrzeb, jednak podregion ten nie posiada IOB, które wspierałoby w formie udzielania pożyczek i innych bezzwrotnych form pomocy finansowej na rozwój firmy.

Z kolei dla podregionu przemyskiego kluczowe jest, aby zapewnić pomoc polegającą głównie na wsparciu finansowym, kadrowym (w tym także typowo szkoleniowym) oraz doradztwie. Wśród IOB zapewniających pomoc w tym podregionie, znalazły się instytucje, które świadczą usługi z zakresu informacji i doradztwa ogólnego, nawiązywania kontaktów z partnerami biznesowymi, badaniami i analizami, a także pozyskaniem finansowania, w tym obsługę realizacji projektów realizowanych w udziale funduszy europejskich. Brakującymi

elementami wsparcia na tym obszarze wydają się więc być takie aspekty, jak rozwój personelu i szkolenia z wymienionych zakresów oraz pomoc w działaniach marketingowych i obsłudze prawnej.

Podregion tarnobrzecki ukazał różne aspekty zapotrzebowania, takie jak doradztwo, szkolenia, finansowanie i dotacje, oraz ogólną potrzebę wsparcia w rozwoju firm. Interesujące w przypadku podregionu tarnowskiego jest to, że świadczące w jego obrębie usługi IOB mają stosunkowo ograniczony zakres usług w porównaniu do poprzednich obszarów, które charakteryzowały się mniejszą ilością podmiotów. Wśród zakresu usług świadczonych przez PIOB z tego obszaru, znalazły się informacje i doradztwo ogólne, nawiązanie kontaktów z partnerami biznesowymi, wsparcie promocji produktu, księgowość, szkolenia, badania i analizy, a także networking i obsługę realizacji projektów bazujących na funduszach europejskich. IOB działające na tym terenie świadczą także usługi z zakresu pozyskiwania finansowania oraz udzielania pożyczek i funduszy kapitałowych. Interesujące jest jednak to, że zaledwie jedna instytucja na 6 pomaga przedsiębiorcom w zakresie rozwoju produktu lub usługi, doradztwa biznesowego i mentoringu, a także marketingu. Obszar ten ma więc potencjał rozwoju tych usług, zwłaszcza gdy zauważalne jest zapotrzebowanie na nie. Należy zwrócić uwagę na usługi z zakresu doradztwa i pomocy prawnej, na które widoczne jest duże zapotrzebowanie, przy jednoczesnym braku posiadania takich usług w zasobach IOB.

Odpowiedzi dotyczące przedsiębiorstw działających na terenie podregionu rzeszowskiego ukazują różne aspekty potrzeb, takie jak doradztwo, szkolenia, finansowanie, rozwijanie kapitału ludzkiego i wsparcie w zakresie innowacji i technologii. Obszar ten obfituje w największą liczbę Instytucji Otoczenia Biznesu, jednak nie przekłada się to na pełny wachlarz usług możliwych do świadczenia. Wśród usług świadczonych przez niewiele IOB w tym regionie są wsparcie w zakresie marketingu i promocji usług i produktów, a także networking, mentoring biznesowy i usługi finansowe w postaci udzielania pożyczek. Przy tym część usług nie jest pokryta w ogóle lub zaspokaja je jedynie jedna z ujętych w badaniu jednostek – wśród nich są udzielanie ubezpieczeń, prawo i księgowość oraz zarządzanie jakością, a także diagnoza potencjału eksportowego. Widoczne jest więc to, że zwłaszcza potrzeby dotyczące pierwszego z wyszczególnionych punktów (tj. doradztwa prawnego i networkingu) nie mają swojego odpowiednika w usługach świadczonych przez Instytucje Otoczenia Biznesu.

5.4.1. Podział zapotrzebowania przedsiębiorców względem dużych ośrodków miejskich i terenów poza nimi

Analizę dotyczącą zakresu zapotrzebowania podkarpackich przedsiębiorców na usługi świadczone przez regionalne Instytucje Otoczenia Biznesu należy rozpatrywać przede wszystkim w kontekście dwóch kluczowych kategorii przedsiębiorstw: firm funkcjonujących na terenie dużych ośrodków miejskich oraz tych działających poza nimi.

Rozpoczynając od wskazania aspektów, które są istotne dla przedsiębiorstw prowadzących swoją działalność na obszarze dużych ośrodków miejskich, trzeba podkreślić następujące kategorie:

- 1) Doradztwo prawne:
 - Doradztwo prawne, podatkowe.
- 2) Szkolenia i rozwój:
 - Rozwój innowacji,
 - Dostęp do dofinansowanych szkoleń – szkolenia kadry i projekty związane z kapitałem ludzkim.
- 3) Dofinansowania i fundusze:
 - Pomoc w pozyskaniu dotacji (zwłaszcza unijnych, dot. branży innowacyjnych)
 - Wsparcie dotacyjne na rozwój, w tym marketing i nowy produkt,
 - Dofinansowanie platformy e-learningowej,
 - Dofinansowanie do sprzętu i komputerów,
 - Wsparcie finansowe związane z innowacyjnymi technologiami.
- 4) Wsparcie w rekrutacji i zatrudnianiu pracowników:
 - Pomoc w poszukiwaniu nowych pracowników,
 - Pomoc w pozyskaniu stażystów,
 - Usługi doradcze w zakresie rozwoju i tworzenia miejsc pracy.
- 5) Wsparcie biznesowe:
 - Współpraca z uczelniami w obszarze B+R,
 - Nawiązanie współpracy biznesowej,
 - Działania badawczo-rozwojowe i innowacje.

Aby odpowiednio zrozumieć zakres wskazywanych przez badanych potrzeb i usług, należy rozpatrzyć je pod kątem potencjalnej proinnowacyjności, jaką mogłyby zapewnić im podkarpackie IOB. Warto wspomnieć, że wiele aspektów może być związanych właśnie z innowacyjnością.

Skupić się należy jednak na dwóch aspektach: dofinansowaniu oraz wsparciu biznesowemu. Oczywistym jest, że z odpowiednią pulą funduszy, podejmowanie decyzji kierujących przedsiębiorstwa ku większej innowacyjności, jest łatwiejsze. W tym przypadku wiązać się to może z finansowaniem projektów związanych z wprowadzaniem nowatorskich produktów na rynek (także w kontekście innowacyjnych technologii, o których wspomnieli przedsiębiorcy działający na terenie dużych ośrodków miejskich), jak również finansowaniem projektów z obszaru e-learningu, co może być związane z innowacyjnym podejściem do edukacji.

Z drugiej strony należy pamiętać, że wsparcie biznesowe związane ze współpracą w obszarze B+R stanowi istotny element usług proinnowacyjnych oferowanych przez Instytucje Otoczenia Biznesu. Współpraca z uczelniami umożliwia przedsiębiorstwom korzystanie z wiedzy i doświadczenia naukowców, a ponadto IOB mogą oferować

przedsiębiorstwom finansowanie na prowadzenie badań nad nowymi technologiami, produktami czy procesami, co może być kluczowe dla rozwoju innowacyjnych rozwiązań.

Takie usługi z kolei są świadczone przez podkarpackie IOB – ponad 70% badanych instytucji świadczy usługi z zakresu doradztwa, podczas gdy 35% z nich zajmuje się pomocą w zakresie transferu, wdrażania i rozwoju samej innowacji. Badania i analizy także stanowią fundament innowacyjnych działań. Pomagają przedsiębiorstwom zrozumieć obecne trendy rynkowe, potrzeby klientów, a także ocenić potencjał sukcesu innowacyjnych projektów. Informacje te są niezbędne do podejmowania trafnych decyzji – a takie działania zapewniane są przez ponad 40% PIOB.

Z drugiej strony, w celu podsumowania powyższych danych dotyczących zapotrzebowania na usługi IOB, należy skupić się bezpośrednio na usługach, jakie świadczą IOB działające na terenie dużych ośrodków miejskich, a w szczególności na braku poszczególnych elementów w ofercie. Zaledwie 12% spośród funkcjonujących PIOB świadczą usługi dotyczące poradnictwa prawniczego, wobec czego możliwość zaspokojenia tej potrzeby jest zdecydowanie niższa niż w przypadku np. doradztwa, czy szkoleń. Podobnie sprawa ma się z usługą pomocy w zarządzaniu jakością, którą świadczy zaledwie 8%. Z kolei usługi takie, jak ubezpieczenia i diagnoza potencjału eksportowego nie są pokrywane przez żadną IOB, jednakże należy podkreślić, iż przedsiębiorcy nie wskazywali zapotrzebowania na ten zakres oferty.

Ważnym aspektem, który wybrzmiał mocno podczas wypowiedzi przedsiębiorców była także potrzeba wsparcia procesu rekrutacji nowych pracowników i rozwój już istniejących miejsc pracy – pośród PIOB kwestia usług szkoleniowych mogących zapewnić rozwój jest dostępna, jednak wsparcie w poszukiwaniu potencjalnych pracowników nie zostało podkreślone przez żadną z instytucji, wobec czego może to wskazywać na lukę w ofercie podkarpackich IOB.

Należy także poddać analizie zapotrzebowanie występujące wśród przedsiębiorców funkcjonujących na terenie znajdującym się poza dużymi ośrodkami miejskimi.

Poniżej znajduje się skategoryzowana i podsumowana lista potrzeb dotyczących usług Instytucji Otoczenia Biznesu (PIOB):

- 1) Doradztwo prawne:
 - Doradztwo prawne, obsługa prawna i ubezpieczenia.
- 2) Szkolenia i rozwój pracowników:
 - Szkolenia branżowe i techniczne,
 - Szkolenia BHP i pierwszej pomocy,
 - Szkolenia językowe,
 - Szkolenia na konkretne stanowiska pracy.
- 3) Dofinansowania i dotacje:
 - Dofinansowanie rozwoju firmy,
 - Dotacje na zakup sprzętu specjalistycznego,

- Dofinansowanie do szkoleń,
 - Dofinansowanie do inwestycji i rozwoju,
 - Bezpośrednie wsparcie finansowe,
 - Kredyty i pożyczki,
 - Uzyskiwanie środków finansowych z funduszy europejskich.
- 4) Wsparcie rozwoju i innowacji:
- Dostęp do nowości technologicznych,
 - Transfer wiedzy i technologii,
 - Wsparcie w wdrożeniu nowych pomysłów i innowacji,
 - Pomoc w pozyskaniu nowych partnerów biznesowych,
 - Ekspansja usług na rynki zagraniczne,
 - Informacje o nowych technologiach i rynkach – pomoc w znalezieniu sposobów na rozwój,
 - Pomoc w zakresie marketingu.
- 1) Rekrutacja i zatrudnienie:
- Pomoc w poszukiwaniu pracowników,
 - Dopłaty do wynagrodzeń pracowników,
 - Dofinansowanie szkoleń dla kierowców.

Tu z kolei należy podkreślić wagę punktu 4, jakim jest wsparcie rozwoju i innowacji. Wsparcie rozwoju i innowacji, skupiające się na dostępie do nowości technologicznych, transferze wiedzy i technologii, wprowadzaniu nowych pomysłów oraz innowacji, ma kluczowe znaczenie dla proinnowacyjności przedsiębiorstw. Udostępnienie firmie najnowszych technologii lub nawet samo doradztwo w kontekście aktualnych rozwiązań umożliwia efektywne korzystanie z nowoczesnych narzędzi, co wpływa na poprawę produktywności i konkurencyjności. Transfer wiedzy oraz technologii z kolei umożliwiają firmom korzystanie z doświadczenia i know-how ekspertów, przyspieszając procesy innowacyjne. Informacje o nowych technologiach i rynkach, dostarczane w ramach wsparcia, mogą pełnić rolę kluczowego źródła inspiracji, pomagając przedsiębiorstwom znaleźć nowe sposoby na rozwój.

Aby podkreślić więc główne różnice pomiędzy tymi dwiema grupami, należy skupić się na tym, że respondenci, których firmy stacjonują na obszarze dużych ośrodków miejskich, kładły nacisk na ogólne doradztwo prawno-finansowe, bez wyszczególniania konkretnych potrzeb, z kolei druga grupa uwzględniała różne formy finansowania, w tym kredyty i pożyczki, a także często wspomniano fundusze europejskie. W przypadku DOM wskazywano również szkolenia związane z rozwojem i innowacjami, dostępem do dofinansowanych szkoleń, współpracy z uczelniami oraz badaniach i innowacjach.

Druga grupa skupiała się bardziej na konkretnych usługach, takich jak specjalistyczne szkolenia branżowe, szkolenia techniczne i BHP, oraz na zagadnieniach związanych z rozwojem firmy, innowacjami, marketingiem, dostępem do nowości technologicznych,

i ekspansją na rynki zagraniczne. Podsumowując, potrzeby pierwszej grupy badanych miały ogólny charakter i skupiały się na ogólnym wsparciu biznesowym, podczas gdy badani spoza DOM potrzebowaliby bardziej szczegółowych form wsparcia, uwzględniając specjalistyczne szkolenia i konkretne usługi związane z rozwojem firmy i innowacjami.

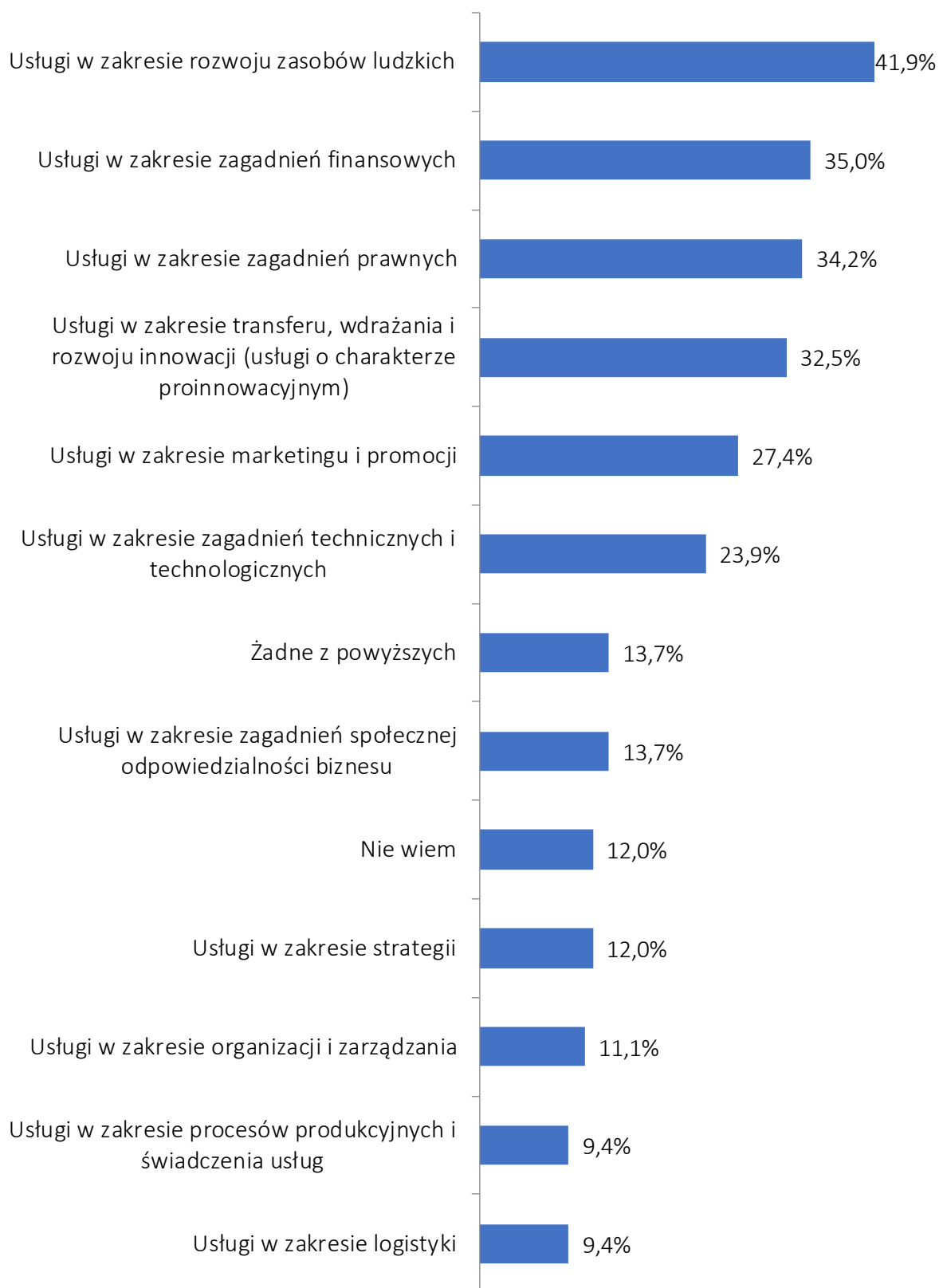
Pośród 4 IOB świadczących usługi na obszarze poza dużymi ośrodkami miejskimi zdecydowanie widoczna jest duża luka w usługach i popycie na nie. Przede wszystkim warto podkreślić, że odnotowano zapotrzebowanie na pomoc w pozyskaniu nowych partnerów biznesowych, podczas gdy żadna z IOB nie wskazała tego w swojej ofercie. Z kolei możliwość pozyskania finansowania oferowana jest jedynie przez jedną instytucję. Żadna z jednostek nie zadeklarowała również pomocy w rozwoju produktów, jak również w samej ich promocji i marketingu, co wskazano jako potrzebę ze strony przedsiębiorców. Ponadto ponownie doradztwo prawne jest jedną z usług najbardziej potrzebnych, przy jednoczesnym najmniejszym zakresie oferowania jej przez IOB. Wśród ważnych luk w tym przypadku znajdują się także potrzeba pomocy w przejściu przez proces ekspansji usług i jednoczesna diagnoza możliwości eksportowych przedsiębiorstw, podczas gdy żadna z IOB działająca poza obszarami DOM nie oferuje tej usługi. Ponownie istotną różnicą pomiędzy ofertą a zapotrzebowaniem za usługi jest pomoc w rekrutacji pracowników i rozwoju kadrowym przedsiębiorstw.

Z kolei przytaczając wypowiedzi respondentów zaproszonych do badania jakościowego, należy podkreślić, iż szczególnie istotne dla rozwoju ich firm okazały się usługi doradczo-szkoleniowe oraz doradczo-prawne. Generalnie wskazano również na pozytywny wpływ analiz inwestycyjnych na rozwój danego przedsiębiorstwa.

Co więcej, istotne są także usługi polegające na dofinansowywaniu realizowanych projektów na preferencyjnych warunkach. Dla niektórych przedsiębiorców ważne jest również ulepszenie organizacyjnych aspektów swojej działalności poprzez np. konsultację z ekspertami w sprawie tworzenia biznesplanów.

Ponadto przedsiębiorstwa podkarpackie zapytano o to, na jakie z prorozwojowych usług doradczych zauważają największe zapotrzebowanie w swojej firmie. Najczęściej, bo aż w 41,9% przypadków, wskazywano na usługi w zakresie rozwoju zasobów ludzkich. Drugi najwyższy wynik otrzymały usługi w zakresie zagadnień finansowych – 35%. Niemal równie często, bo kolejno 34,2% oraz 32,5%, wskazywano na zapotrzebowanie w kwestiach zagadnień prawnych i na usługi w zakresie transferu, wdrażania i rozwoju innowacji (usługi o charakterze proinnowacyjnym). Najrzadziej podkreślano natomiast zapotrzebowanie na usługi w zakresie logistyki (9,4%) oraz procesów produkcyjnych i świadczenia usług (9,4%).

Wykres 32. Doradcze usługi prorozwojowe, na które występuje zapotrzebowanie wśród podkarpackich przedsiębiorstw



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=76 (respondenci, którzy wskazali zapotrzebowanie na usługi IOB).

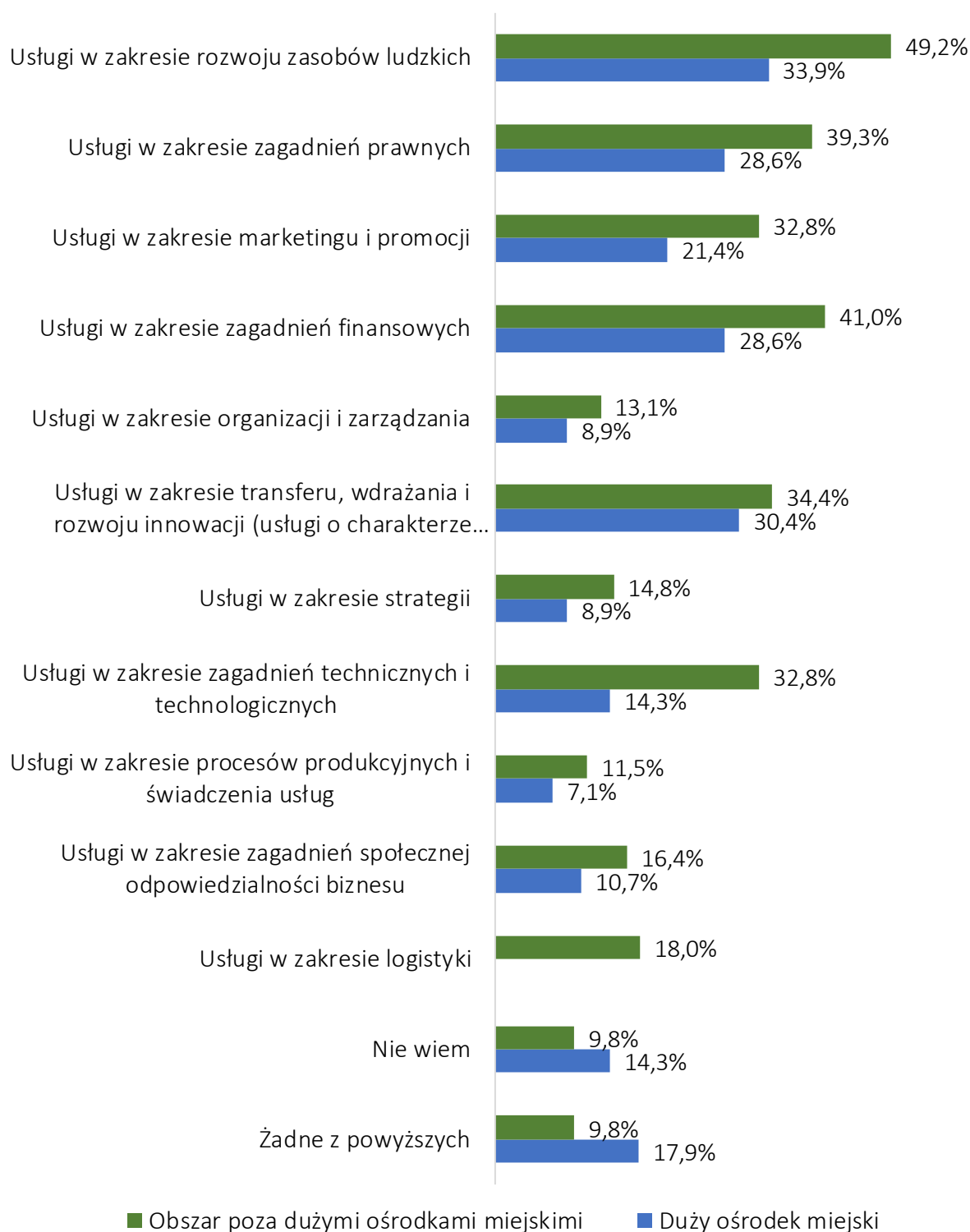
Obszar finansowy jest istotny zarówno w dużych ośrodkach miejskich (28,6%) jak i poza nimi (41,%), choć warto odnotować różnicę. Firmy poszukują wsparcia w planowaniu finansowym, pozyskiwaniu funduszy i optymalizacji działań związanych z finansami. Usługi w zakresie rozwoju zasobów ludzkich wydają się być szczególnie ważne dla przedsiębiorstw poza dużymi ośrodkami miejskimi, gdzie aż 49,2% respondentów zdecydowało się na tę kategorię. Zarządzanie i rozwój zasobów ludzkich stanowią kluczowy element efektywnego funkcjonowania firm.

W obszarze poza dużymi ośrodkami miejskimi (32,8%) większe znaczenie przypisuje się usługom technicznym i technologicznym niż w dużych ośrodkach miejskich (14,3%). To może wynikać z rosnącej roli technologii w rozwoju przedsiębiorstw poza głównymi centrami miejskimi.

Rola proinnowacyjności wśród Instytucji Otoczenia Biznesu (IOB) jest niezwykle istotna, zarówno w dużych ośrodkach miejskich, jak i poza nimi, co wynika z wysokiego popytu na usługi proinnowacyjne, wynoszące odpowiednio 30,4% i 34,4%. Proinnowacyjność w kontekście IOB odnosi się do dostarczania usług, które wspierają przedsiębiorstwa w procesie wprowadzania innowacji, zarówno technologicznych, jak i organizacyjnych.

W obu przypadkach, zarówno w dużych ośrodkach miejskich, jak i poza nimi, zainteresowanie usługami proinnowacyjnymi odzwierciedla rosnące zrozumienie przedsiębiorstw co do kluczowej roli innowacji w ich długoterminowym sukcesie. IOB, dostarczając wysokiej jakości doradztwa, dostępu do zasobów finansowych i innowacyjnych rozwiązań, stają się kluczowym partnerem dla przedsiębiorstw pragnących skutecznie rozwijać się w dynamicznym otoczeniu biznesowym. W ten sposób proinnowacyjność staje się fundamentem, na którym opiera się zrównoważony rozwój przedsiębiorstw, a także całych regionów.

Wykres 33. Doradcze usługi prorozwojowe, na które występuje zapotrzebowanie wśród podkarpackich przedsiębiorstw względem dużych ośrodków miejskich i obszarów poza nimi



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=76 (respondenci, którzy wskazali zapotrzebowanie na usługi IOB).

Część IOB wskazuje na to, że przedsiębiorstwa zwróciły się do podkarpackich IOB w celu skorzystania z usług, ale instytucje te nie były w stanie pomóc – 34,5% IOB doświadczyło takich sytuacji. Niemal dwukrotnie większy odsetek wynoszący 65,5% wykazuje instytucje, które nie doświadczyły takiej sytuacji, co sugeruje, że ponad połowa z nich jest w stanie skutecznie obsługiwać swoich klientów i sprostać ich potrzebom.

Niemniej, wśród aspektów, jakich dotyczył ten brak możliwości udzielenia pomocy, przedstawiciele IOB wskazywali najczęściej:

- Brak możliwości udzielenia mikropożyczki na rozwój działalności,
- Brak wiarygodnej oferty szkoleniowej wobec „niestabilizowanej zmiany przepisów” prawnych,
- Brak projektów wdrożeniowych związanych z opracowaniem innowacyjnych produktów, usług lub technologii,
- Brak wystarczającej powierzchni do prowadzenia działalności,
- Brak możliwości świadczenia usług wysoko wyspecjalizowanych,
- Brak możliwości pomocy w uzyskaniu dofinansowania,
- Brak możliwości świadczenia audytu technologicznego,
- Brak specjalistycznych usług podatkowych,
- Brak propozycji kadry naukowej z danej dziedziny,
- Brak możliwości wsparcia rozwoju przedsiębiorstwa poprzez usługę doradczą.

Ponadto, analizując wskazane luki i zakres usług świadczonych przez podkarpackie Instytucje Otoczenia Biznesu, należy podjąć próbę określenia przyszłego zapotrzebowania wśród przedsiębiorców oraz ewentualnych braków w ofercie IOB. Na podstawie aktualnych trendów i sytuacji zarówno ekonomicznej, jak i społeczno-gospodarczej, można zidentyfikować potencjalne obszary, w których mogą pojawić się luki w usługach Instytucji Otoczenia Biznesu w najbliższych latach.

- Globalizacja rynków – zwiększona integracja rynków globalnych może prowadzić do większej potrzeby wsparcia dla przedsiębiorstw w ekspansji na rynki zagraniczne. Luki mogą się pojawić, jeśli IOB nie będą świadczyć usług związanych z międzynarodowym biznesem, negocjacjami międzykulturowymi czy diagnozą potencjału eksportowego (które to nie są szeroko zaspokojonymi potrzebami przedsiębiorców w województwie podkarpackim).
- Edukacja i rozwój kompetencji – w kontekście szybko zmieniającego się środowiska biznesowego istotne będą usługi związane z edukacją i rozwojem kompetencji pracowników. Luki mogą się pojawić, jeśli IOB nie dostosują swojej oferty do rosnącej potrzeby szkoleń z zakresu umiejętności cyfrowych, nowoczesnego zarządzania czy komunikacji interpersonalnej.
- Innowacje – rosnące zainteresowanie innowacjami i społecznie odpowiedzialnym biznesem może stworzyć nowe zapotrzebowanie na usługi związane z tym obszarem.

Luki mogą się pogłębić, jeśli IOB nie będą dostarczać wsparcia dla przedsiębiorstw dążących do większej innowacyjności swojej działalności, a pomimo świadczenia usług związanych z tym zakresem, IOB wskazały na doświadczenia sytuacji, w których nie były w stanie zaspokoić potrzeby związanej właśnie z opracowaniem innowacyjnych usług, produktów lub technologii.

Instytucje Otoczenia Biznesu muszą elastycznie dostosowywać swoje usługi do zmieniających się potrzeb przedsiębiorstw, aby unikać pojawiania się luk w ofercie. Odpowiednie monitorowanie rynku i dostosowywanie się do nowych wyzwań będzie kluczowe dla utrzymania efektywności i skuteczności działania IOB. To zresztą potwierdza także przypadek jednego z przeprowadzonych Case Study – Podkarpacki Fundusz Rozwoju, specjalizujący się w świadczeniu usług finansowych, podczas udzielania wywiadu polecił szereg dobrych praktyk, które mogą okazać się pomocne dla innych IOB. Zachowanie otwartości na zmiany i innowacje w swojej instytucji jest kluczowe dla sukcesu dopasowania oferty do zapotrzebowania. Jak tłumaczył respondent, rynek zmienia się w bardzo dynamiczny sposób, co tworzy konieczność wypracowania elastycznego podejścia do kwestii świadczenia usług oraz ciągłego uaktualniania oferty. Zamknięcie się na zmiany i rozwój, zdaniem PFP, może nieść za sobą bardzo negatywne skutki dla instytucji.

5.4.2. Podsumowanie

Podsumowując więc najważniejsze informacje zawarte w niniejszym dziale, należy podkreślić, iż respondenci z firm działających w dużych ośrodkach miejskich kładli nacisk na ogólne doradztwo prawno-finansowe, podczas gdy druga grupa, spoza tych obszarów, skupiała się na konkretnych usługach, takich jak specjalistyczne szkolenia i wsparcie rozwoju. Warto zauważyć, że usługi takie jak usługi związane z rozwojem, innowacjami, marketingiem, dostępem do technologii i ekspansją zagraniczną były istotniejsze dla drugiej grupy.

Istnieją także różnice w ofercie PIOB działających w dużych miastach i poza nimi, z niewystarczającym pokryciem potrzeb, takich jak poradnictwo prawne czy pomoc w zarządzaniu jakością. Wsparcie w rekrutacji pracowników i rozwoju miejsc pracy było istotnym aspektem, szczególnie dla firm spoza dużych ośrodków miejskich. Ostatecznie istnieją widoczne luki pomiędzy ofertą a zapotrzebowaniem na usługi IOB, zarówno w obszarze dużych miast, jak i poza nimi.

Co więcej, część IOB doświadczyło sytuacji, w której przedsiębiorstwa zwróciły się do nich w celu skorzystania z usług, ale jednostki te nie były w stanie pomóc (34,5%). IOB napotykają różnorodne przeszkody w udzielaniu pomocy przedsiębiorstwom, takie jak brak możliwości udzielania mikropożyczek, trudności w dostępie do środków wsparcia finansowego, a także zapewnienie szkoleń w związku z ciągłymi zmianami przepisów prawnych. Dodatkowo, IOB stają przed wyzwaniami związanymi z oferowaniem usług specjalistycznych, innowacyjnymi projektami, ograniczeniami w dostępnej przestrzeni oraz potrzebą zapewnienia wsparcia w pozyskiwaniu dofinansowania. Wskazano przez 100% ankietowanych, że kluczowym

wyzwaniem, jeśli chodzi o umożliwienie świadczenia usług będących lukami w ich ofercie, jest brak wystarczającej ilości środków finansowych. Warto więc zapoznać się z treściami dotyczącymi potencjału rozwojowego podkarpackich IOB, określonego w szczegółowo w kolejnym dziale.

5.5. Potencjał rozwojowy podkarpackich IOB

Dział ten skupia się na potencjale rozwojowym podkarpackich Instytucji Otoczenia Biznesu pod względem zauważanych przez nich możliwości rozwoju, oceny własnych zasobów, ale także wskazania konkretnych barier, które uniemożliwiają odpowiedni rozwój PIOB.

Aby odpowiednio przeanalizować i zrozumieć specyfikę tematyki zakresu oferty IOB dla podkarpackich przedsiębiorstw, należy skupić się na tym, w jakim stopniu badane podmioty zauważały przestrzeń do poszerzania zakresu świadczonych usług. Taką możliwość wykazało 41,4% respondentów. Wśród usług, jakie podkarpackie IOB chciałyby wprowadzić w ciągu najbliższych dwóch lat, znalazły się:

- Audyt technologiczny,
- Doradztwo biznesowe i mentoring,
- Marketing,
- Segment pozyskiwania funduszy zewnętrznych wspomagający proces nauczania akademickiego,
- Strategie automatyzacji i cyfryzacji,
- Strategie Gospodarki Obiegu Zamkniętego,
- Projektowanie produktów i usług,
- Dostosowanie usług do potrzeb JST, NGO, szkół,
- Usługi w zakresie zagadnień technicznych i technologicznych,
- Usługi w zakresie zagadnień społecznej odpowiedzialności biznesu,
- Usługi w zakresie procesów produkcyjnych i świadczenia usług,
- Usługi akceleracji przedsiębiorstw,
- Usługi wsparcia przedsiębiorstw w związku z wejściem na rynki zagraniczne,
- Partnerstwo w realizacji projektów systemowych,
- Prawo własności intelektualnej,
- Realizacja projektów finansowanych z poziomu krajowego i UE,
- Wsparcie eksportu
- Badania i analizy,
- Usługi brokerskie,
- Ocena innowacji technologicznych,
- Doradztwo w zakresie rozwoju projektów.

Wskazanie potrzeb podkarpackich Instytucji Otoczenia Biznesu stanowi istotny element analizy i oceny możliwości rozwojowych tych instytucji w regionie podkarpackim. Celem tej analizy jest dokładne zidentyfikowanie wyzwań i deficytów, z jakimi borykają się te podmioty. Należy rozpocząć od podkreślenia, że przedstawiciele IOB zapytani o to, czego (jakich zasobów lub kompetencji) potrzebuje ich instytucja do tego, aby umożliwić jej świadczenie usług będących lukami w ich ofercie, odpowiadali (100%), iż najważniejszym wyzwaniem jest brak odpowiedniej ilości środków finansowych. Wynik ten wskazuje, że brak wystarczającego zakresu dostępnych funduszy jest głównym czynnikiem utrudniającym świadczenie usług. Ponadto brak wystarczająco dużej kadry jest drugim z kolejności wskazań problemem. To sugeruje, że brak odpowiedniego personelu stanowi istotną barierę w zapewnieniu usług dla aż 75% badanych. Jest to niezmiernie interesujące, gdyż pomimo tego odsetka wskazań, ilość jednostek planujących rozszerzyć zakres swojej kadry nie wynosił aż tyle – o czym można przeczytać w dalszej części działu. W tym przypadku istotny jest także czynnik, jakim jest brak odpowiednio wykwalifikowanej lub doświadczonej kadry, który został wskazany przez 25% badanych. Tyle samo spośród nich podkreśliło, iż ich instytucja po prostu zajmuje się innym rodzajem usług, co oznacza, że niekoniecznie mają odpowiednie zasoby i doświadczenie do świadczenia tego konkretnego rodzaju usług, a tym samym niekoniecznie chcą ten zakres zmieniać. Istotnie, 4 spośród omawianej grupy badanych IOB potwierdziły, iż nie są zainteresowane świadczeniem usług, w ramach których nie byli w stanie udzielić pomocy.

Ponadto wskazano również finansowanie. Respondenci podkreślili potrzebę „uruchomienia środków na działalność okołobiznesową” oraz generalnie zdobycia większej ilości środków finansowych. Rozszerzenie oferty usług często wiąże się z kosztami, takimi jak zakup nowego sprzętu, zatrudnienie specjalistów czy rozwijanie infrastruktury. Dlatego dostęp do dodatkowych finansowych środków jest kluczowy.

Współpraca z innymi podmiotami to dodatkowy czynnik, który może znacząco pomóc w poszerzeniu oferty usług. Współpraca może umożliwić dostęp do nowych zasobów i klientów. Co więcej, badani wspomnieli o potrzebie wydzielenia części spółki lub utworzenia odrębnego podmiotu. Jest to związane z organizacją i strukturą działania. Rozszerzenie oferty usług może wiązać się z koniecznością zmiany struktury organizacyjnej, aby skoncentrować się na nowych działaniach.

Warto również podkreślić, że zasugerowano także potrzebę zmian w ustawie o izbach rolniczych, co może wpłynąć na regulacje i warunki funkcjonowania instytucji. W przypadku instytucji związanej z rolnictwem podkreślono, że ze względu na brak wystarczających środków, działalność do dostarczania usług z zakresu organizacji i doradztwa dla członków Izby została zawężona.

Pozostała grupa IOB wymieniła następujące aspekty, potrzebne do tego, aby być w stanie rozszerzyć zakres świadczonych usług:

- Stabilne źródło współfinansowania,

- Dodatkowa przestrzeń i infrastruktura (tj. budynek),
- Zwiększenie dostępu do naborów,
- Analitycy finansowi,
- Wyspecjalizowana kadra,
- Zwiększenie pokładów środków na zatrudnienie personelu obsługującego administracyjny proces współpracy,
- Rozszerzenie profilu działalności z uwzględnieniem pomocy publicznej.

Z kolei IOB zapytane o to, co jest im potrzebne do generalnie pojętego usprawnienia funkcjonowania i umożliwienia rozwoju ich działalności, skupiały się na wielu istotnych aspektach.

- 1) Nowa strategia i większa współpraca: Instytucje potrzebują nowej strategii, która umożliwi lepszą koordynację i współpracę z innymi organizacjami.
- 2) Dofinansowanie unowocześnienia bazy lokalowej, sprzętowej oraz oprogramowania: Instytucje potrzebują wsparcia finansowego, aby zaktualizować swoją infrastrukturę, co może obejmować remonty, zakup nowego sprzętu komputerowego i oprogramowania oraz organizację szkoleń dla personelu. Ponadto wskazano na potrzebę doposażenia w nowoczesną infrastrukturę IT i wyposażenie biurowe, a także inwestycji w marketing podmiotu.
- 3) Dokapitalizowanie spółki i możliwość świadczenia pomocy publicznej: Istnieje potrzeba kapitałowego wzmocnienia, a także zapewnienia możliwości świadczenia pomocy publicznej w celu wsparcia działań.
- 4) Dostępność funduszy przyjaznych i mniej biurokratyzowanych: Instytucje potrzebują łatwego dostępu do funduszy, które są dostosowane do potrzeb małych organizacji wspierających rozwój mikro-przedsiębiorczości i samozatrudnienia.
- 5) Kompetencje: Organizacje podkreślają potrzebę zwiększenia kompetencji personelu w postaci szkoleń.
- 6) Ogólne uproszczenie przepisów i procedur: Instytucje zwracają uwagę na zapotrzebowanie na mniej skomplikowane przepisy i procedury, co może ułatwić zarządzanie i działanie.

Podsumowując, aby poszerzyć ofertę o nowe usługi, podmioty potrzebują nie tylko woli i perspektyw dochodu, ale także doksztalcenia kadry, wsparcia finansowego, współpracy z innymi podmiotami, zmiany struktury organizacyjnej oraz ewentualnej adaptacji regulacji prawnych. Wszystkie te czynniki są istotne dla sukcesu procesu rozwoju i rozszerzenia oferty usług. Należy również przeprowadzić analizę i ocenę dostępnych zasobów kadrowych i organizacyjno-technicznych wśród Instytucji Otoczenia Biznesu działających na terenie Podkarpacia. Przysłuży się to m.in. dokładniejszemu zrozumieniu potencjału i możliwości IOB w tym obszarze, co pozwoli na dalsze doskonalenie i efektywne ich wykorzystanie.

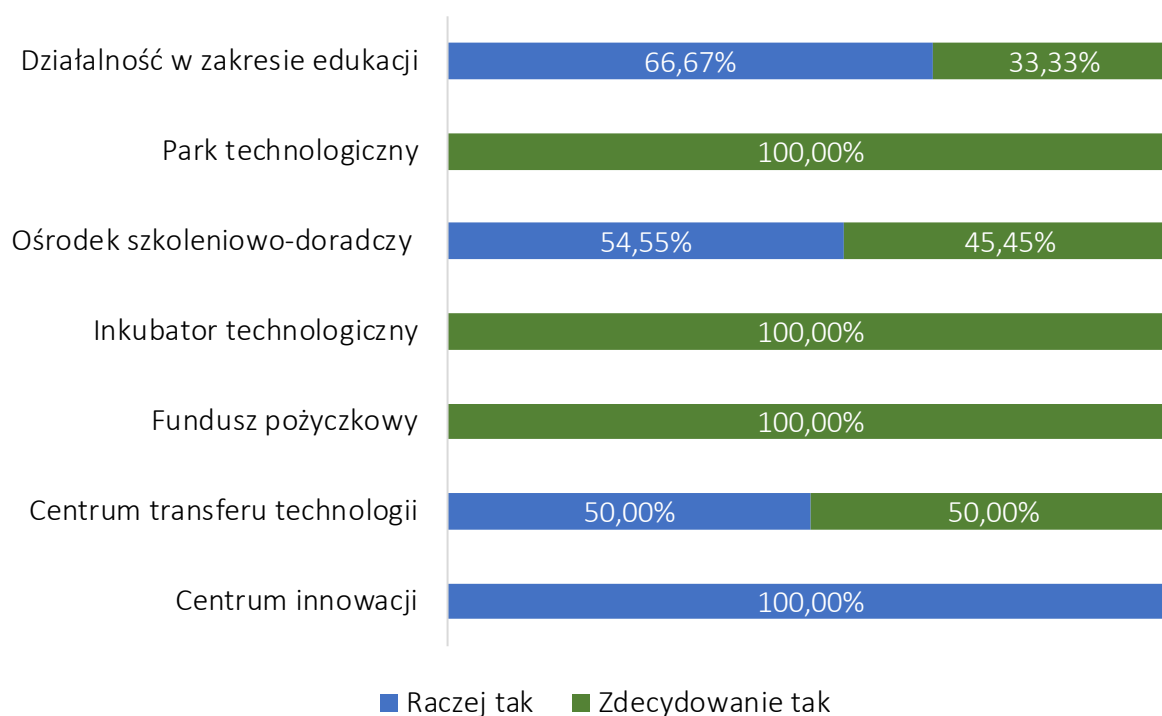
W celu identyfikacji oceny zasobów, jakie posiadają IOB w województwie podkarpackim, zastosowano 5-stopniową skalę, odnoszącą się do zagadnień dotyczących zatrudnianej kadry oraz potencjału organizacyjnego i technicznego. Zamieszczone w tabeli

pn. *Samoocena potencjału kadrowego i organizacyjno-technicznego PIOB* (umieszczonej w aneksie) stwierdzenia służyły także określeniu kierunku ewentualnych ścieżek rozwoju i zmian, jakie mogą zostać wprowadzone.

Badanie pozwoliło na wyszczególnienie kilku kluczowych wniosków dotyczących potencjału zasobów kadrowych IOB w województwie podkarpackim. Przede wszystkim należy rozpocząć od podkreślenia, iż 100% poddanych badaniu jednostek określiło aspekty takie, jak zakres posiadanej wiedzy, stosunek poziomu wykształcenia do zajmowanego stanowiska, fakt posiadania umiejętności praktycznych oraz samo doświadczenie zawodowe wśród pracowników na poziomie co najmniej raczej odpowiednim – warto jednak podkreślić, iż zakres tych zasobów był oceną subiektywną badanych IOB. Widoczne są jednakże luki w podaży usług IOB, gdzie same podmioty wskazały na to, iż jednym ze sposobów uzupełnienia tych luk byłoby zwiększenie kompetencji kadrowych, wobec czego można podać w wątpliwość tak wysoki odsetek zadowolenia z tych zasobów.

Interesujące jest także to, że spośród wszystkich rodzajów IOB biorących udział w badaniu, dwie kategorie, tj. centra transferu technologii oraz ośrodki szkoleniowo-doradcze były jedynymi, które nie były pewne co do zasadności kompetencji swoich pracowników (wyłączając z tego kategorię „inne”). Ponadto, jeśli chodzi o określenie adekwatności poziomu wykształcenia, do wspomnianych podmiotów dołączyła również IOB specjalizująca się w innej działalności w zakresie edukacji. Jest to szczególnie ważne, gdy rozważymy to, że występuje duży stopień zapotrzebowania na szkolenia i podnoszenie kompetencji wśród przedsiębiorców – widoczna jest więc możliwość rozwoju tego aspektu. Z kolei w przypadku oceny poziomu umiejętności praktycznych, rozkład odpowiedzi uległ zmianie. 100% badanych świadczących usługi w centrum innowacji określiło poziom tych umiejętności jako raczej odpowiedni do wykonywanych obowiązków.

Wykres 34. Ocena poziomu umiejętności praktycznych pracowników poszczególnych typów IOB



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Aspekty kadrowe są jednak niezmiernie ważnym czynnikiem rozwoju i prosperowania IOB, czego idealnym przykładem jest INNPuls, określające swoich pracowników jako wysoko wykwalifikowaną kadrę, specjalizującą się w różnych polach. Dobrze zbudowany zespół pozwala na zaspokojenie zróżnicowanych potrzeb przedsiębiorców z sektora MŚP oraz świadczenie im rzetelnego wsparcia w prowadzeniu swojej działalności gospodarczej. Innym elementem pomagającym w osiągnięciu sukcesów, jest stały napływ nowych pracowników. Poprzez rekrutacje instytucja może pokazać swoim klientom, że bez przerwy dba o swój rozwój i nie zamierza zaprzestać swojej działalności w najbliższych latach. Jak zostało wskazane przez przedstawiciela IOB, zmiany kadrowe pomagają instytucji uniknąć stagnacji oraz zapewnić ciągły napływ nowych pomysłów, oraz innowacji.

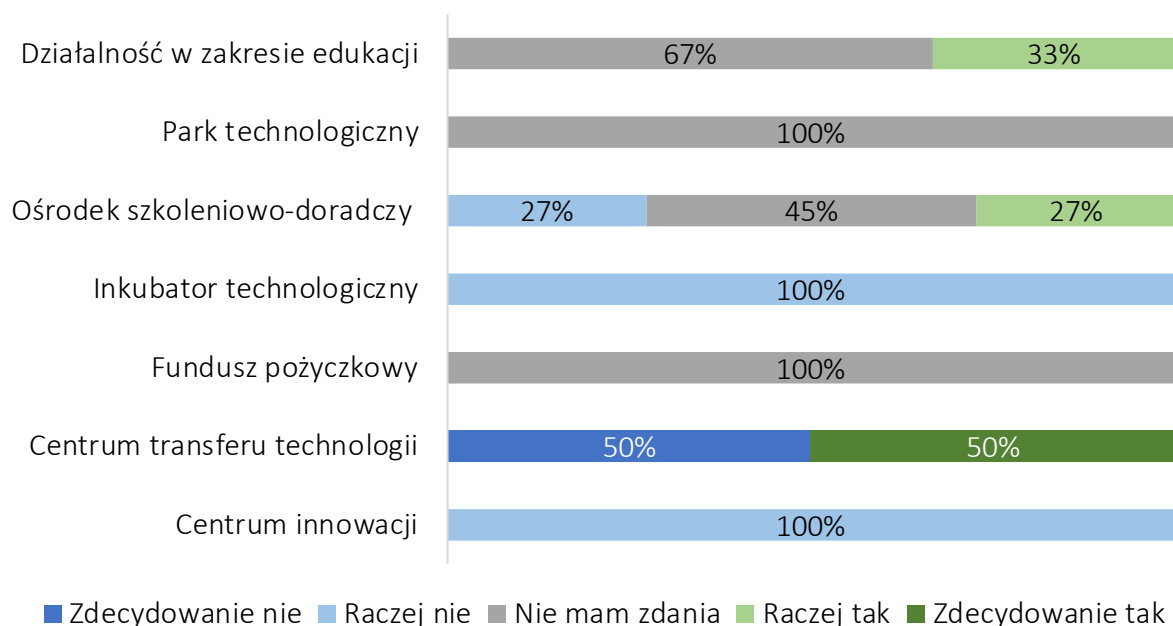
Ponadto 72,4% respondentów nie ma w planie zastosowania wobec swoich pracowników zwolnień w przeciągu najbliższych 2 lat, niemniej jednak 24,1% IOB wykazało brak zdefiniowanej opinii na ten temat. Jednocześnie kwestia zatrudnienia również wydaje się interesująca – 37,9% respondentów IOB planuje przyjąć nowych pracowników, a z drugiej strony podobny odsetek (34,5%) takim planom zaprzecza, jednocześnie przy wskazaniu braków kadrowych ze strony 27,5% ankietowanych podmiotów, co może jednak wskazywać na potencjalną okazję do rozwoju.

Omawiając zasoby organizacyjno-techniczne, warto zwrócić uwagę na to, że 79,3% Instytucji Otoczenia Biznesu podkreśliło, że przy aktualnym zakresie świadczonych usług liczba

pracowników jest wystarczająca. Nie zmienia to jednak faktu, iż przy ewentualnej chęci poszerzenia swojej oferty, może wystąpić potrzeba zwiększenia zatrudnionych w instytucji osób. Ponadto 31% badanych wskazało na potrzebę utworzenia kolejnych stanowisk do pracy (zapewnienie miejsca, sprzętu itd.), jednocześnie taki sam odsetek podkreślił brak odpowiednich do prawidłowego funkcjonowania jednostki środków finansowych.

27,6% badanych Instytucji Otoczenia Biznesu zadeklarowało również, że nie dysponuje niezbędnymi zasobami do świadczenia usług specjalistycznych. Interesujące jest to, że 100% zarówno centrów innowacji, jak i inkubatorów w technologicznych, według ich własnych ocen, raczej nie jest odpowiednio przygotowane do świadczenia usług specjalistycznych. Jednocześnie ośrodki szkoleniowo-doradcze oraz świadczące inne działania w zakresie edukacji wskazały odpowiedź „raczej tak” odpowiednio w 27% i 33%.

Wykres 35. Deklaracja dysponowania zasobami odpowiednimi do świadczenia usług specjalistycznych



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Wśród potrzeb, jakie nie są zaspokojone, aby podkarpackie IOB mogły sprawnie realizować usługi specjalistyczne, wymieniano:

- Laboratoria badawcze,
- Zwiększenie liczby pracowników,
- Bezpośrednie (stacjonarne) szkolenia dla pracowników IOB (podatkowe, ZUS) – podkreślano, że ważnym aspektem jest możliwość zadawania pytań, gdyż aktualna forma szkoleń, tj. online, uniemożliwia ten zabieg,
- Wyposażenie i sprzęt,
- Środki finansowe,

- Pomoc strategiczna w promocji usług.

Z drugiej strony, identyczny odsetek respondentów zadeklarował posiadanie odpowiedniej jakości zasobów, które pozwalają na świadczenie usług specjalistycznych, a pośród nich znalazły się:

- Biuro, sala szkoleniowa z osprzętem,
- Doradcy specjalistyczni z różnych dziedzin, zatrudniani w miarę potrzeb zgłaszanych przez przedsiębiorstwa,
- Zatrudnienie osób mających wiedzę i doświadczenie w pisaniu i rozliczaniu wniosków dotacyjnych,
- Wysoko wykwalifikowana kadra naukowa pracowników Uniwersytetu.

5.5.1. Bariery wpływające na działalność podkarpackich IOB

Badanie wykazało, iż 17,2% instytucji w ogóle nie zauważa w swojej działalności problemów dotyczących płynności finansowej, podczas gdy 27,4% wskazuje na co najmniej duży wpływ bariery na funkcjonowanie.

W przypadku 27,6% instytucji z kolei nie występują w żadnym stopniu takie trudności, jak brak pracowników o odpowiednich kwalifikacjach czy też niewystarczająco rozwinięta infrastruktura i baza lokalowa. Z drugiej strony warto wspomnieć, iż dla połowy centrów transferu technologii brak wystarczającej liczby pracowników stanowi bardzo dużą barierę w rozwoju działalności. Podobnie sprawa wygląda w przypadku ośrodków szkoleniowo-doradczych, na działalność których w przypadku 54,5% stanowi to co najmniej duży wpływ.

Istotne okazało się również to, iż dla 100% badanych inkubatorów technologicznych brak rozwiązań prawnych promujących współpracę instytucji otoczenia biznesu z otoczeniem (np. zachęt podatkowych) jest dużą barierą w funkcjonowaniu. Z kolei na brak zainteresowania swoją ofertą wśród podkarpackich przedsiębiorców wskazały ośrodki szkoleniowo-doradcze oraz jednostki działające w zakresie innych typów edukacji. Co więcej, generalne problemy z dotarciem z ofertą do potencjalnych odbiorców usług okazały się mieć duży wpływ na 100% centrów innowacji oraz transferu technologii oraz na 18% ośrodków szkoleniowo-doradczych.

Jak wykazano, zarówno najistotniejszą, jak i najczęściej wskazywaną barierą w przypadku badanych IOB okazały się ograniczone możliwości finansowe odbiorców usług (51,7% odpowiedziało, że ma co najmniej duży wpływ). Głównie wskazywały na tę barierę centra transferu technologii, inkubatory technologiczne, ośrodki działające w zakresie edukacji oraz szkoleniowo-doradcze. Ponadto aspektem mocno związanym z tym problemem jest oczekiwanie nieodpłatnej formy wsparcia wśród przedsiębiorstw potrzebujących pomocy, co zostało wskazane przez 24,1% badanych IOB.

Badanie wskazało, że trudności związane z dostępem do kapitału również są jednymi z większych wyzwań dla IOB. Mają one co najmniej duży wpływ na 50% centrum transferu technologii, 33% podmiotów edukacyjnych oraz 72% ośrodków szkoleniowo-doradczych.

Wiele jednostek napotyka również problem z dużą konkurencją ze strony innych instytucji, realizujących podobne działania – 34,4%. Najczęściej wskazywały tę odpowiedź centrum innowacji, jednostki działające w zakresie edukacji oraz ośrodki szkoleniowo-doradcze.

Wywiady jakościowe z kolei podkreśliły, że zdecydowanie aspekty finansowe są jednymi z najbardziej komplikujących ich rozwój. Jak wskazano, wiele działań musi być realizowanych odpłatnie przez brak zewnętrznego finansowania, co oznacza, że IOB muszą samodzielnie pokrywać koszty projektów z opłat od swoich klientów. W odniesieniu do przedsiębiorców, autor zaznacza, że również ciągle rosnące koszty działalności, obciążenia związane z zatrudnieniem i rosnące trudności związane z przepisami podatkowymi i formalnymi mogą stanowić znaczące bariery w prowadzeniu biznesu, co z kolei przekłada się na brak możliwości korzystania z usług instytucji, które nie świadczą darmowych usług.

Jeśli chodzi o ograniczenia, przede wszystkim identyfikuję barierę finansową jako najistotniejszą. Oznacza to, że dostępność środków na wdrożenie projektów jest coraz bardziej ograniczona. Większość tych zadań musi odbywać się odpłatnie, ponieważ nie posiadamy zewnętrznego finansowania, co wymusza konieczność finansowania tych działań z opłat ze strony naszych klientów. Ta sytuacja stanowi główną przeszkodę. W kontekście przedsiębiorców, można zaobserwować pogarszającą się sytuację finansową, rosnące obciążenia kosztami zatrudnienia oraz kosztami działalności, a także coraz bardziej skomplikowane przepisy formalne, podatkowe i ubezpieczeniowe. Wszystko to sprawia, że te aspekty stanowią główne bariery w prowadzeniu działalności gospodarczej.. (Źródło: IDI, IOB)

5.5.2. Podsumowanie

Podsumowując dział dotyczący potencjału rozwojowego podkarpackich Instytucji Otoczenia Biznesu, należy wskazać kilka kluczowych obszarów, które mogą wpłynąć na rozwój tych instytucji. Wykazano, że, aby poszerzyć swoją ofertę usług, IOB potrzebują nie tylko środków finansowych, ale również wsparcia w postaci doskonalenia kadry, współpracy z innymi podmiotami, zmiany struktury organizacyjnej, zdobycia nowych kompetencji i dostosowania się do zmieniających się regulacji prawnych.

Wartościowy potencjał kadrowy podkarpackich IOB został pozytywnie oceniony, obejmując wiedzę, wykształcenie, umiejętności praktyczne i doświadczenie zawodowe pracowników. Stabilność zatrudnienia jest widoczna, gdyż 72,4% instytucji nie planuje

zwolnień w najbliższych dwóch latach. Jednak istnieje potencjał do rozwoju, ponieważ 37,9% z tych IOB planuje zatrudnienie nowych pracowników.

Najważniejszymi barierami dla badanych IOB są ograniczone możliwości finansowe odbiorców usług, oznaczające duży wpływ na 51,7% respondentów. Oczekiwanie nieodpłatnej formy wsparcia przez przedsiębiorstwa oraz dostęp do kapitału i konkurencja z innymi instytucjami stanowią kolejne istotne wyzwania. Te wyniki podkreślają istotę dostępu do środków finansowych i zdolności dostosowania się IOB do potrzeb rynku i regulacji.

5.6. Zewnętrzne sieci współpracy i jej skutki

Przeprowadzona w 2020 roku analiza *Systemu innowacji w województwie podkarpackim*, dostarcza informacji na temat powiązań między IOB, a biznesem. Najkorzystniej w zestawieniu wypadły ośrodki przedsiębiorczości, które utrzymywały silne powiązania z firmami i startupami. Nieco gorzej wypadły ośrodki innowacji, których relacje z firmami były rozwinięte, ale słabiej, niż w przypadku instytucji wspierających przedsiębiorczość. Silne powiązania natomiast łączyły środki innowacji i startupy.⁴⁵

Institucje Otoczenia Biznesu w trakcie prowadzenia swoich działań niejednokrotnie nawiązywały współpracę z różnymi rodzajami instytucji zewnętrznych lub też z podobnymi sobie podmiotami wspierającymi MŚP. Pomijając główny cel IOB, jakim jest wspieranie przedsiębiorców w prowadzeniu działalności gospodarczej oraz wdrażania innowacji, bardzo istotne dla tych instytucji jest również branie udziału w zbliżaniu świata nauki i biznesu.⁴⁶ Dlatego też każde prawidłowo funkcjonujące IOB powinno stale podejmować działania mające na celu zacieśnienie współpracy między uczelniami i placówkami badawczymi a przedsiębiorcami i samorządami terytorialnymi.⁴⁷

W 2017 roku wśród podmiotów, z którymi IOB współpracowały najczęściej, można było wskazać instytucje samorządowe oraz regionalne. Taki stan rzeczy nie był przypadkowy, ponieważ duża część środków finansowych, którymi dysponują IOB to pozyskane środki publiczne. Z uwagi na to, że utrzymywanie oraz ciągłe zacieśnianie współpracy z instytucjami państwowymi jest dla Instytucji Otoczenia Biznesu niezwykle ważne, taka współpraca pozwala również na zwiększenie możliwości w zakresie planowania rozwoju regionalnych działalności gospodarczych.⁴⁸

Innym rodzajem instytucji, z którymi IOB współpracowały szczególnie często, były szkoły wyższe. Współprace te w dużej mierze opierały się na wspólnej realizacji projektów

⁴⁵ System innowacji w województwie podkarpackim, Geoprofit, Rzeszów-Warszawa 2020, s. 65.

⁴⁶ Potencjał i działalność instytucji otoczenia biznesu w województwie podkarpackim, Danae, Rzeszów 2017, s. 131.

⁴⁷ Tamże, s. 139.

⁴⁸ Potencjał i działalność instytucji otoczenia biznesu w województwie podkarpackim, Danae, Rzeszów 2017, s. 139.

badawczych oraz prowadzeniu różnego rodzaju szkoleń i seminariów skierowanych do studentów. Tematyka wymienionych szkoleń i seminariów dotyczyła szeroko rozumianej przedsiębiorczości i była nastawiona na przekazywanie praktycznej wiedzy, która w przyszłości będzie mogła posłużyć studentom do zwiększenia swojej aktywności gospodarczej.⁴⁹

Kolejną często podejmowaną przez IOB współpracą jest ta nawiązywana z różnymi firmami szkoleniowo-doradczymi. W tym przypadku, w odróżnieniu od wyżej opisanej współpracy o charakterze szkoleniowym, to pracownicy IOB, a nie ich klienci, poszerzali swoje kompetencje. Warto zaznaczyć, że w większości przypadków tego rodzaju wspólne projekty były wykorzystywane do wzmacniania kompetencji kadry Instytucji Otoczenia Biznesu pod okiem doświadczonych ekspertów.⁵⁰

Inną wartą odnotowania współpracą, na którą często decydują się Instytucje Otoczenia Biznesu, jest ta nawiązywana z innymi instytucjami tego samego typu w swoim regionie. Wbrew pozorom, pomimo iż tego rodzaju kooperacja występuje dosyć często, nie jest ona na wystarczająco wysokim poziomie. Konsekwencją tego jest bardzo niekorzystne dla lokalnej gospodarki powielenie ofert IOB, co tworzy sztuczną konkurencję i nie pozwala w pełni odpowiedzieć na potrzeby przedsiębiorców.⁵¹ Dodatkowo powoduje brak możliwości stworzenia spójnego systemu, który mógłby w rzetelny i konsekwentny sposób wspierać regionalną przedsiębiorczość.

Zewnętrzne sieci współpracy Instytucji Otoczenia Biznesu są kluczowe dla efektywności ich działań, umożliwiając wymianę zasobów, doświadczeń i wsparcie między uczestnikami. Współpraca w sieciach może pozwolić instytucjom lepiej radzić sobie z wyzwaniami, a także skuteczniej reprezentować interesy przedsiębiorców. Dostęp do informacji, skala działań oraz wspólne promocje przyczyniają się do zwiększenia widoczności i atrakcyjności regionu dla potencjalnych inwestorów. Współpraca w sieciach może również przynosić korzyści w postaci efektywności operacyjnej i redukcji kosztów. Należy się więc przyjrzeć temu, jakie doświadczenia ze współpracami mają PIOB.

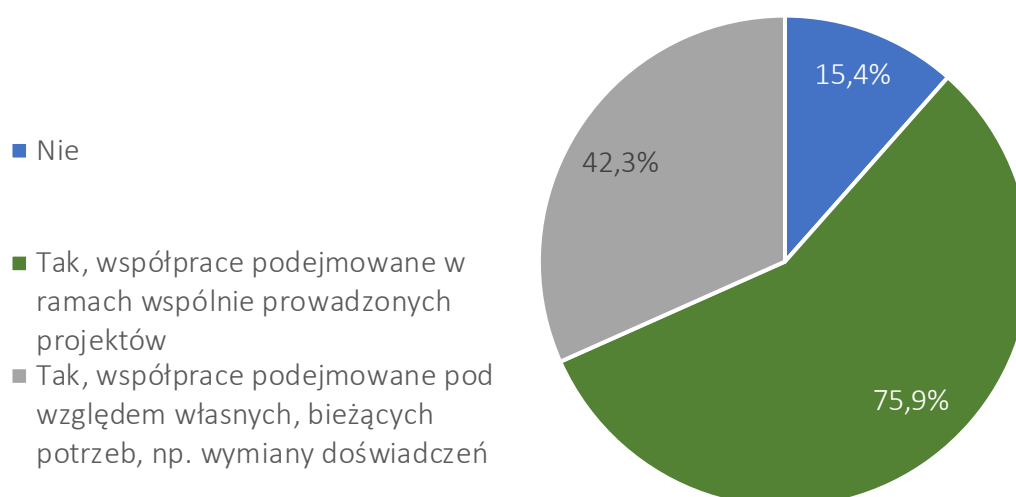
Współpraca w ramach wspólnie prowadzonych projektów jest dominującą formą kooperacji wśród podkarpackich IOB – wskazało tę odpowiedź prawie 76% respondentów. Jest to zrozumiałe, gdyż projekty pozwalają na osiągnięcie określonych celów i wyników, co jest często istotne dla instytucji. Jednak współpraca oparta na bieżących potrzebach i wymianie doświadczeń także ma swoje miejsce w działalności IOB w regionie i jest stosowana przez znaczący odsetek badanych, tj. 42,3%. Tylko 15,4% respondentów wskazuje, że ich instytucja nie współpracuje z innymi podmiotami. Oznacza to, że niewielki odsetek instytucji nie prowadzi żadnej współpracy z innymi jednostkami.

⁴⁹ Tamże, s. 139.

⁵⁰ Tamże, s. 132-134.

⁵¹ Tamże, s. 139, 136

Wykres 36. Fakt współpracy PIOB z innymi podmiotami

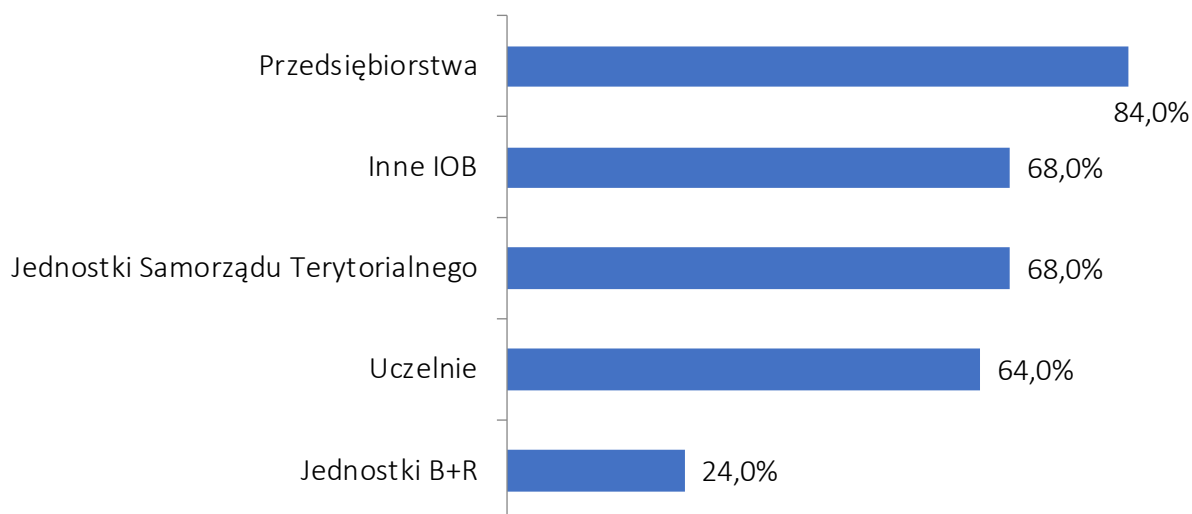


Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Wyniki badania odnoszą się również do sposobów, jakie podkarpackie Instytucje Otoczenia Biznesu stosują w celu nawiązywania współpracy z innymi podmiotami. Wyszukiwanie informacji w Internecie i kontakt osobisty to najczęściej wskazywana metoda nawiązywania współpracy (68%). Wynik ten sugeruje, że korzystanie z Internetu w celu znalezienia informacji i nawiązania kontaktów osobistych odgrywa kluczową rolę w tym procesie. Z kolei koneksje, czyli korzystanie z istniejących relacji i kontaktów, również okazało się stosunkowo często wskazywaną metodą wśród tej grupy respondentów – 44%. Wyjazdy na targi również są nierzadko podkreślaną techniką – 36%. Targi stanowią miejsce spotkań i wymiany informacji dla wielu branż.

Jeśli mowa o podmiotach włączonych we współpracę, to właśnie przedsiębiorstwa stanowią najczęściej współpracujące z podkarpackimi IOB jednostki – 84%. To może wynikać z faktu, że wielu klientów i partnerów instytucji to firmy i przedsiębiorstwa. Jednostki samorządu terytorialnego oraz inne IOB również stanowią duży odsetek podmiotów zaangażowanych we współpracę z IOB – 68%. To może być związane z obszarami działalności instytucji, które mają wpływ na samorząd terytorialny, jak również z kwestią wymiany wspólnych doświadczeń z innymi IOB. Co więcej, współpraca z sektorem B+R jest stosunkowo mniej rozpowszechniona – 24% wskazało tę odpowiedź.

Wykres 37. Podmioty włączone we współpracę z PIOB



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=25 (wykluczono respondentów, którzy nie podejmują żadnych współprac).

Analiza wykazała również, że współprace te odbywają się w ramach 3 głównych obszarów:

1) Projekty i finanse:

- Wspólna realizacja projektów EFS,
- Dotacje,
- Rozwój produktów,
- Realizacja wspólnych przedsięwzięć – partnerstwa w projektach,
- Projekty międzynarodowe i krajowe, przygotowywanie dokumentacji projektowej.

2) Współpraca biznesowa:

- Współpraca w ramach klastra,
- Targi, misje, networking,
- Opracowanie strategii rozwoju przedsiębiorstw (doradztwo, stymulowanie rozwoju gospodarczego regionu),
- Działania marketingowe i PR.

3) Edukacja i szkolenia:

- Organizowanie konferencji,
- Współpraca na poziomie organizowania obowiązkowych praktyk studenckich i uczniowskich,
- Współpraca badawcza i naukowa (w tym opracowywanie i wdrażanie projektów B+R realizowanych przez kadrę akademicką).

Ponadto w opinii podkarpackich IOB, nawiązywane współprace, które nie dotyczą realizacji projektów, ale wynikają z bieżących potrzeb, mają istotny wpływ na funkcjonowanie ich instytucji. Większość respondentów (76,0%) wskazało, że tego rodzaju współprace

są bardzo istotne. To oznacza, że instytucje widzą wartość w nawiązywaniu współpracy w odpowiedzi na bieżące potrzeby i korzystają z niej w swojej działalności. Z drugiej strony, mniej niż jedna czwarta respondentów (24,0%) zadeklarowała, że tego rodzaju współprace nie mają wpływu na funkcjonowanie ich instytucji.

Badani zapytani zostali podczas wywiadów jakościowych o to, na ile istotna jest bieżąca wymiana informacji z innymi podmiotami – wspólne realizowanie projektów, czerpanie korzyści z dzielenia się doświadczeniami i wiedzą. Podkreśla się wartość klastrów i związków jako skuteczny sposób na rozwiązywanie problemów i ułatwianie wymiany informacji oraz doświadczeń. Jeden z respondentów wskazał, iż obserwuje to zwłaszcza w kontekście związków małych miasteczek i gmin wiejskich oraz związków powiatów. Poprzez takie współprace, jest łatwiej osiągnąć cele i prowadzić działalność efektywnie, bez niepotrzebnych problemów.

Obserwuję takie podejście na polu klastrów i związków samorządów. Widzę, że to faktycznie jest efektywne. Przykładowo, związki mniejszych miasteczek, gmin wiejskich i powiatów sprzyjają wspólnemu rozwiązywaniu problemów oraz sprawnemu przepływowi informacji. Wymiana doświadczeń istotnie ułatwia realizację wielu działań, umożliwiając efektywne działanie bez nadmiernych trudności. Chociaż moje doświadczenie w dziedzinie sieciowania organizacji pozarządowych, instytucji otoczenia biznesu czy samych przedsiębiorców jest ograniczone, wydaje mi się, że taka strategia jest właściwym kierunkiem. Tworzenie klastrów, skupianie podobnych podmiotów i instytucji oraz przedsiębiorstw wydaje się być efektywnym środkiem ułatwiającym realizację działań.
(Źródło: IDI, IOB)

Wyniki niniejszego badania wskazują również na to, że instytucje widzą wiele korzyści wynikających z nawiązywania współpracy z innymi podmiotami, takie, jak wymiana wiedzy, zwiększenie widoczności działań, możliwość realizacji wspólnych projektów i wiele innych. Współpraca wydaje się kluczowym narzędziem w rozwoju i osiągnięciu celów instytucji.

Najczęściej wskazywanym efektem nawiązywania współpracy z innymi podmiotami jest wymiana wiedzy i doświadczeń (94,7%). Kolejnymi ważnymi efektami jest zwiększenie zasięgu i widoczności działań instytucji (89,5%) oraz możliwość realizacji wspólnych działań (78,9%). Z kolei zwiększenie rentowności jest najrzadziej wskazywanym efektem współpracy, ale nadal jest ważnym celem (31,6%).

Wykres 38. Wpływ nawiązywania współprac na funkcjonowanie PIOB



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=25 (wykluczono respondentów, którzy nie podejmują żadnych współprac).

Badanych zapytano także o to, czy nawiązywanie przez IOB współprac ma wpływ na podkarpackie przedsiębiorstwa. Wyniki sugerują, że według badanych przedstawicieli IOB współprace, które nie dotyczą realizacji projektów, ale wynikają z bieżących potrzeb, mają istotny wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstw działających na terenie województwa podkarpackiego. Duża większość respondentów (89,5%) wskazało odpowiedź potwierdzającą.

Nawiązywanie współpracy przez IOB z innymi podmiotami może mieć znaczący wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstw, przede wszystkim poprzez zwiększenie szans na rozwijanie rynku, dostęp do nowych klientów, zwiększenie konkurencyjności i rozbudowę sieci kontaktów biznesowych. To wyraźnie pokazuje, że współpraca jest ważnym czynnikiem wpływającym na sukces przedsiębiorstw w regionie. Najczęściej wskazywanym sposobem oddziaływania nawiązywania wspólnych działań jest zwiększenie szans na rozwijanie rynku w regionie – 88,2%.

Ponadto współpraca przyczynia się do zwiększenia dostępu przedsiębiorstw do nowych klientów, co może prowadzić do wzrostu ich działalności, jak wskazało 76,5% badanych IOB. Istotne dla 70,6% ankietowanych okazało się również zwiększenie konkurencyjności przedsiębiorstwa. Z kolei w przypadku zwiększenia miejsc pracy w przedsiębiorstwie (29,4%) – mimo że to jest najrzadziej wskazywany efekt współpracy, nadal jest istotny, ponieważ współpraca może wpłynąć na tworzenie nowych miejsc pracy w przedsiębiorstwach.

Wykres 39. Sposób oddziaływania współprac PIOB na funkcjonowanie podkarpackich przedsiębiorstw



Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=25 (IOB, które wskazały, że nawiązywane współpracy z innymi podmiotami mają wpływ na rozwój regionalnych przedsiębiorstw).

Warto również zwrócić uwagę na to, iż badane IOB wskazały, jakie w ich opinii występują kluczowe bariery w procesie nawiązywania kontaktów i współpracy. Można wyróżnić 6 głównych kategorii:

1) Bariera kultury współpracy:

- Niedostateczna kultura współpracy – brak wspólnego zrozumienia dla istoty współpracy, niejasne oczekiwania wobec partnerów biznesowych, trudności w dostosowaniu się do wspólnych standardów i procedur.
- Odmienne postrzeganie rzeczywistości – trudności w zrozumieniu perspektyw różnych stron,
- Nadmiar emocji, brak zaufania – trudności w podejmowaniu racjonalnych decyzji,
- Nadmiar informacji – może powodować zamieszanie i utrudniać skoncentrowanie się na istotnych kwestiach.

2) Bariera komunikacyjna:

- Mało okazji do spotkań inicjowanych przez regionalne i lokalne instytucje,
- Inercja przedsiębiorców, nieodczytywanie maili, trudny kontakt z przedsiębiorcami,
- Różnice w oczekiwaniach,
- Problemy z nawiązaniem współpracy bez wcześniejszych kontaktów osobistych.

3) Brak informacji i świadomości:

- Brak informacji i świadomości o możliwościach współpracy,
- Brak wiedzy o możliwych formach wspólnych działań.

4) Bariera finansowa:

- Brak środków na współpracę,
- Brak inwestycji rozwojowych.

5) Konkurencja i stereotypy:

- Postrzeganie potencjalnych partnerów jako konkurencji, stereotypowe traktowanie.
- Poglądy polityczne.

6) Inne:

- Konieczność stosowania Ustawy Wdrożeniowej przy wyborze Partnerów.
- Brak możliwości świadczenia pomocy publicznej.

5.6.1. Podsumowanie

Podsumowując, w ramach współpracy IOB zewnętrznymi podmiotami, instytucje nawiązywały współpracę z instytucjami samorządowymi, regionalnymi oraz szkołami wyższymi. Współpraca z firmami szkoleniowo-doradczymi pozwalała na rozwijanie kompetencji kadry IOB, a współpraca między IOB a przedsiębiorstwami miała istotny wpływ na rozwój regionu, przyczyniając się m.in. do zwiększenia zasięgu, widoczności, konkurencyjności i tworzenia nowych miejsc pracy.

Co więcej, proces nawiązywania współpracy w ramach zewnętrznych sieci biznesowych napotyka na różnorodne bariery, takie jak brak kultury współpracy, trudności komunikacyjne, ograniczona świadomość możliwości współpracy, bariera finansowa oraz konkurencyjne podejście i stereotypy. Te wyzwania mogą stanowić przeszkodę w efektywnym nawiązywaniu kontaktów i współpracy między różnymi podmiotami. Aby przezwyciężyć te bariery, kluczowe jest podejmowanie odpowiednich działań, takich jak budowanie zaufania, promowanie otwartej komunikacji i wzmacnianie świadomości możliwości współpracy.

6. Wnioski i rekomendacje

Tabela 8. Wnioski i rekomendacje

Kluczowe wnioski	Rekomendacje	Odbiorca rekomendacji
<p>Wiedza przedsiębiorców o IOB</p> <p>Z badania wynika, że wśród podkarpackich przedsiębiorców stopień wiedzy o IOB działających w regionie jest bardzo niski. Większość z badanych nie posiada informacji na temat funkcjonowania IOB w województwie.</p> <p>Największą świadomość o PIOB zaobserwowano w podregionie tarnobrzeskim, natomiast najniższą – w przemyskim. Wyniki badania pozwalają też wyciągnąć wnioski o większej znacząco większej wiedzy na ten temat wśród przedsiębiorców z dużych ośrodków miejskich.</p> <p>Niska jest także świadomość o usługach, jakie oferują PIOB. Do najczęściej znanych wśród regionalnych przedsiębiorców należą oferowane doradztwo ogólne i informacja, szkolenia oraz pomoc w nawiązywaniu kontaktów z partnerami biznesowymi.</p> <p>Całokształt wniosków z zakresu badanego poziomu wiedzy podkarpackich przedsiębiorców na temat</p>	<p>Zwiększenie świadomości przedsiębiorców o Instytucjach Otoczenia Biznesu</p> <p>Aby zwiększyć świadomość przedsiębiorców o Instytucjach Otoczenia Biznesu (IOB), istnieje kilka ogólnych koncepcji i strategii, które rekomenduje się zastosować. Warto skupić się na prezentowaniu korzyści wynikających z współpracy z IOB, a także na promowaniu konkretnych sukcesów firm, które już korzystają z ich wsparcia.</p> <p>Jednym z podejść może być wykorzystanie marketingu szeptanego, w którym zadowoleni przedsiębiorcy, którzy mieli pozytywne doświadczenia z IOB, udzielają rekomendacji i polecają te instytucje swoim partnerom biznesowym i znajomym. To może być niezwykle przekonujące, ponieważ rekomendacje od osób, które osobiście korzystały z usług IOB, mogą być bardziej wiarygodne.</p> <p>Ponadto, warto brać udział w targach branżowych, gdzie można promować swoje usługi i spotykać się z przedsiębiorcami osobiście. Organizacja stoisk na takich wydarzeniach może pomóc</p>	<p>Instytucje Otoczenia Biznesu</p>

Kluczowe wnioski	Rekomendacje	Odbiorca rekomendacji
<p>funkcjonujących w regionie IOB wskazuje na zdecydowanie niewystarczające rozpowszechnienie informacji o możliwościach skorzystania z usług wspierających biznes.</p>	<p>w dostarczeniu informacji na temat usług IOB oraz w nawiązywaniu kontaktów z potencjalnymi klientami.</p> <p>Media społecznościowe, mogą stanowić doskonałą platformę do promocji IOB. Przy założeniu oficjalnego profilu IOB (np. Facebook lub LinkedIn) i regularnym publikowaniu treści związanych z korzyściami współpracy z IOB, można dotrzeć do szerokiego grona przedsiębiorców.</p> <p>Webinaria stanowią doskonałe narzędzie do prezentacji korzyści i sukcesów firm współpracujących z IOB. Organizacja regularnych webinarów, na których przedstawiciele IOB mogą opowiadać o konkretnych sukcesach lub przypadkach studyjnych, może przyciągnąć uwagę przedsiębiorców i dostarczyć im cennej wiedzy.</p> <p>Współpraca z uczelniami i szkołami biznesowymi w celu wprowadzenia przedmiotu na temat Instytucji Otoczenia Biznesu może pomóc w kształtowaniu przyszłych pokoleń przedsiębiorców i podkreślić znaczenie IOB w regionie.</p> <p>Najważniejsze jest, aby w procesie propagowania wiedzy o IOB odnosić się do konkretnych sukcesów przedsiębiorstw, które już korzystały z usług tych instytucji. Przygotowanie studiów przypadków lub raportów opisujących te sukcesy i ich konkretny wpływ na firmy może być niezwykle przekonujące i inspirujące dla innych przedsiębiorców, zachęcając ich do korzystania z usług IOB.</p>	

Kluczowe wnioski	Rekomendacje	Odbiorca rekomendacji
<p>Współpraca IOB z innymi podmiotami</p> <p>Przedmiotem współpracy PIOB z innymi podmiotami jest najczęściej kooperacja w ramach wspólnie prowadzonych projektów. Przy tej współpracy dochodzi do cennej wymiany wiedzy i doświadczeń, co jest zdecydowanie najbardziej odczuwalnym pozytywnym efektem wspólnych działań. Ponadto, badania wskazują też na istotność takich korzyści, jak zwiększenie zasięgu i widoczności działań instytucji.</p> <p>PIOB cenią sobie samą możliwość realizacji wspólnych działań z innymi podmiotami. Jednocześnie, współpraca ta ma znaczący wpływ na funkcjonowanie przedsiębiorstw w regionie. Oddziaływanie nawiązywania wspólnych działań może zwiększyć szanse na rozwijanie regionalnego rynku.</p> <p>Korzyści przedsiębiorców z korzystania z usług IOB</p> <p>Przedsiębiorstwa, korzystając z usług podkarpackich Instytucji Otoczenia Biznesu (IOB), odnoszą różnorodne korzyści, takie jak podniesienie kwalifikacji pracowników, możliwość szkolenia większej liczby osób, szybsze wykonywanie usług i podniesienie jakości obsługi klientów, rozwój firmy, wsparcie administracyjne i biurokratyczne, dostęp do doświadczeń innych producentów, rozwój i wdrożenie nowych rozwiązań</p>	<p>Networking</p> <p>Zaleca się skoncentrowanie się na strategii budowania relacji oraz regularnych spotkaniach z przedstawicielami podkarpackich firm. Wdrażając działania związane z networkingiem i bezpośrednimi spotkaniami, IOB będą miały okazję do bezpośredniej identyfikacji konkretnych obszarów, w których firmy potrzebują wsparcia. Odpowiednio zrozumiane oczekiwania przedsiębiorców mogą przekładać się na rozwijanie bardziej efektywnych programów i projektów. Regularne spotkania i networking pozwalają na budowanie trwałych relacji z przedsiębiorcami. Ta bliska współpraca z klientami może przyczynić się do wzrostu zaufania do IOB jako partnera biznesowego, co z kolei zwiększa lojalność klientów.</p> <p>Wdrożenie strategii networkingowej i organizacja regularnych spotkań z przedsiębiorcami mogą skutkować lepszym dopasowaniem oferty IOB do realnych potrzeb rynku, zwiększeniem korzyści dla klientów i poprawą efektywności działalności tych instytucji. Warto także brać pod uwagę, że ostatecznym celem tych działań jest wspieranie rozwoju i innowacji w regionie, co przyniesie korzyści zarówno przedsiębiorcom, jak i lokalnej społeczności.</p> <p>Z kolei w przypadku mniejszych miejscowości, dobrym rozwiązaniem mogłoby być utworzenie punktów konsultacyjnych, aby przedsiębiorcy mieli dostęp do pomocy bliżej siebie. Punkty</p>	<p>Instytucje Otoczenia Biznesu</p>

Kluczowe wnioski	Rekomendacje	Odbiorca rekomendacji
<p>technologicznych, utrzymanie zatrudnienia, rozwój kontaktów biznesowych, wzrost sprzedaży, zwiększenie innowacyjności oraz zakup nowych maszyn.</p>	<p>otwarte mogłyby być w formie konsultacji w konkretnych godzinach.</p>	
<p>Zakres korzystania z usług PIOB Przeprowadzone badania wskazują na ogólny niski stopień korzystania podkarpackich przedsiębiorców z usług regionalnych IOB. Usługi IOB świadczone względem podkarpackich przedsiębiorców to przede wszystkim te związane ze szkoleniami i ogólnym doradztwem. Jednocześnie jednak, na podstawie zgromadzonych wyników badań, można wnioskować, że właśnie w ramach świadczenia tego rodzaju usług przez PIOB identyfikuje się potencjał do poprawy ich jakości.</p> <p>Dopasowanie usług PIOB do zapotrzebowania przedsiębiorstw Interpretując wyniki dotyczące oceny przedsiębiorców w zakresie dopasowania oferty PIOB do potrzeb występujących w regionie, ogółem należy wyciągnąć wnioski o negatywnym wydźwięku. Przy czym, trzeba podkreślić, że duża część przedsiębiorców korzystających ze wsparcia PIOB, nie do końca wie jak ocenić świadczone przez nie usługi pod tym kątem. Zauważa się jednocześnie znaczne różnice między</p>	<p>Pomoc o charakterze kompleksowym Instytucje Otoczenia Biznesu (IOB) powinny oferować przedsiębiorcom kompleksowy zakres usług, obejmujący szeroki wachlarz obszarów wsparcia. Oznacza to dostarczanie doradztwa biznesowego, szkoleń i rozwoju kompetencji, wsparcia finansowego, promocji i marketingu, dostępu do sieci kontaktów i partnerstw, pomoc w ekspansji na rynki zagraniczne, rozwiązywanie problemów regulacyjnych i prawnych, oraz dostarczanie badań i analiz rynkowych – zakres ten powinien być kompleksowy i wyczerpujący, a w sytuacji, w której warunek ten nie został spełniony, warto wykorzystać koneksje i sieci partnerów, aby można było skierować danego przedsiębiorcę do innego podmiotu. Stawianie na kompleksowość oznacza więc także zacieśnienie współprac pomiędzy Instytucjami Otoczenia Biznesu, co jest kluczowe do tego, aby region podkarpacki odpowiednio i prężnie rozwijał się pod względem gospodarczym. Na poziomie regulaminu i kryteriów w ramach Programu FEP 2021-2027 zasadne jest zdefiniowanie reguł, które pozwolą na zapewnienie kompleksowego wsparcia świadczonego przez Instytucje Otoczenia Biznesu wyłonione w ramach Działania</p>	<p>Instytucje Otoczenia Biznesu oraz UMWP</p>

Kluczowe wnioski	Rekomendacje	Odbiorca rekomendacji
<p>podregionami województwa podkarpackiego, które jednak wynikać mogą z przestrzennego rozmieszczenia IOB działających w regionie – niższe oceny omawianego dopasowania oferty do potrzeb odnotowano w regionie krośnieńskim, w którym jednocześnie zidentyfikowano najmniejszą liczbę aktywnych IOB.</p> <p>W związku z powyższym pojawia się wniosek o konieczności rozwijania platformy wiedzy i wymiany doświadczeń między PIOB a przedsiębiorcami oraz potrzebie wdrażania rozwiązań ułatwiających przedsiębiorcom nawiązaniu kontaktu i utrzymywanie dobrej komunikacji z pracownikami PIOB. Dobrą praktyką byłaby organizacja regularnych spotkań z przedsiębiorcami.</p> <p>Zapotrzebowanie na usługi PIOB</p> <p>Z badania płyną wnioski o niskiej świadomości podkarpackich przedsiębiorców w zakresie działalności podejmowanej przez PIOB i korzyściach płynących ze współpracy z nimi, co przekłada się na niski stopień wskazywanego zapotrzebowania na usługi dla biznesu przez samych przedstawicieli sektora przedsiębiorstw w regionie. Wnioski te wskazują na dalszą potrzebę edukacji i konsultacji w tej kwestii.</p>	<p>FEPK.01.01 Badania i rozwój (gdzie uwaga skupiona jest m.in. na ośrodkach innowacji) oraz Działania FEPK.01.03 Wsparcie MŚP – dotacja (gdzie wsparcie skupia się na wzmocnieniu trwałego wzrostu i konkurencyjności MŚP, również poprzez inkubatory przedsiębiorczości). Można rozważyć w ramach wyżej wspomnianych typów projektów wprowadzenie punktowania takich założeń wpisanych w projekt jak: zapisy dotyczące planowanej współpracy z innymi jednostkami, które mogą włączyć się w prace nad rozwojem kompleksowego wsparcia dla przedsiębiorców (np. wykorzystanie zaplecza jednostek naukowo-badawczych, kooperacja z uczelniami, sieciowanie z innymi IOB, organizacjami pozarządowymi, sektorem publicznym); zapisy o zaplanowanym zakresie wsparcia, które obejmie różnorodne i komplementarne względem siebie działania kierowane do przedsiębiorców – różne usługi wsparcia doradczego obok odpowiednio profilowanego wsparcia dotyczącego wyposażenia i dostępu do technologii, zaprojektowanie dodatkowych działań edukacyjnych, promocyjnych, informacyjnych (lub np. w przypadku pomocy dla biznesu ukierunkowanej na rozwój innowacji, zaplanowanie zarówno działań wspomagających wypracowanie innowacyjnego produktu/usługi, ale też pozyskanie klientów na powstały innowacyjny produkt/usługę, komercjalizację produktu/usługi).</p>	

Kluczowe wnioski	Rekomendacje	Odbiorca rekomendacji
<p>Firmy wyrażają zapotrzebowanie na dofinansowanie i finansowanie, w tym na rozwój, zakup sprzętu i technologii, inwestycje oraz szkolenia. Wskazane jest zapotrzebowanie na doradztwo biznesowe, w tym w zakresie zmian w przepisach, kwestiach prawnych, podatkowych, finansowania i innowacji, a także pozyskiwaniu partnerów biznesowych i dziedzinie marketingu. Szkolenia i rozwój pracowników są również istotnym elementem, obejmujące m.in. szkolenia branżowe, techniczne, obsługi klienta, BHP, języków obcych oraz technologii. Pozostałe formy wsparcia to pozyskiwanie pracowników i stażystów, wsparcie w dostępie do giełdy transportowej oraz współpracę z uczelniami w obszarze badawczo-rozwojowym.</p> <p>Wielu przedsiębiorców nie korzysta i nie planuje korzystać z usług Instytucji Otoczenia Biznesu (IOB) z powodu braku konkretnych problemów wymagających wsparcia, braku świadomości, braku czasu na szukanie nowych rozwiązań oraz ograniczonych zasobów finansowych.</p>		
<p>Barьеры wpływające na działalność podkarpackich IOB Najważniejszą i najczęściej wskazywaną barierą dla badanych IOB są ograniczone możliwości finansowe</p>	<p>Samorząd Województwa Podkarpackiego jako lider polityki innowacyjnej w regionie</p>	<p>Samorząd Województwa Podkarpackiego</p>

Kluczowe wnioski	Rekomendacje	Odbiorca rekomendacji
<p>odbiorców usług. Ponadto, na podstawie przeprowadzonego badania można wnioskować, że pewnego rodzaju problemem jest też to, że część przedsiębiorstw oczekuje nieodpłatnej formy wsparcia. W kontekście czynników negatywnie wpływających na działalność PIOB ważna jest też konkurencja ze strony innych instytucji, realizujących podobne działania. Wyzwaniem dla tych instytucji jest też dostęp do kapitału, którego brak lub niski stopień w oczywisty sposób może działać ograniczająco na działalność IOB.</p> <p>Główne wyzwania dla IOB w świadczeniu usług Badania potwierdziły, że kluczowym wyzwaniem, jeśli chodzi o umożliwienie świadczenia takich usług przez instytucję, jest brak wystarczającej ilości środków finansowych. Drugą najbardziej istotną przeszkodą stanowi brak odpowiedniego personelu do zapewnienia świadczenia usług przez IOB.</p>	<p>W kontekście wsparcia współpracy Instytucji Otoczenia Biznesu oraz przedsiębiorstw, w wyniku niniejszych analiz wybrzmiało, iż ważna jest rola koordynacyjna Zarządu Województwa Podkarpackiego – UMWP. Należy skupić się na działaniach rozwojowych i wsparciu działalności Instytucji Otoczenia Biznesu, a ponadto wspomagać podjęcie kontaktu przedsiębiorców i IOB – jak wykazały badania, zweryfikowanie prawdziwości działań IOB w podmiocie państwowym znacznie zwiększa zaufanie firm do tego rodzaju pomocy. Celem takiej inicjatywy byłoby zwiększenie efektywności i wpływu IOB na rozwijający się sektor przedsiębiorstw.</p> <p>UMWP powinien wzmocnić aktywne angażowanie się w organizację wydarzeń branżowych i konferencji poświęconych innowacjom, aby umożliwić przedsiębiorcom i IOB bezpośredni kontakt, wymianę pomysłów oraz nawiązywanie partnerstw. Wskazana jest intensyfikacja i większy stopień skutecznie podejmowanych działań promujących takie wydarzenia, jak dotychczas prowadzone panele dotyczące inteligentnych specjalizacji, meta-paneli, forów innowacji. Działania te wzmocnią zaufanie przedsiębiorców do IOB i zwiększą efektywność inicjatyw innowacyjnych.</p> <p>Jak pokazują wyniki badania i przeprowadzonych konsultacji dotyczących kształtu rekomendacji, wskazane byłoby utworzenie (i utrzymanie użyteczności funkcjonowania) odpowiedniej</p>	

Kluczowe wnioski	Rekomendacje	Odbiorca rekomendacji
	<p>platformy, która umożliwi transparentne dzielenie się informacjami i współpracę pomiędzy IOB, przedsiębiorstwami a administracją. Mimo utworzenia platformy, która mogła spełniać taką funkcję w regionie (Podkarpacka Platforma Wsparcia Biznesu), nie uzyskano pożądanego efektu, ze względu na niewielkie zainteresowanie wśród grupy docelowej. Zwraca się więc uwagę na konieczność podjęcia podobnych działań z większym naciskiem na równoległe prowadzone skuteczne działania informacyjne, promujące, uświadamiające wśród zainteresowanych grup podmiotów (przedsiębiorców, IOB, sektora publicznego) – ponieważ niniejsze badania, w tym wypowiedzi ekspertów, wskazują na potrzebę zaistnienia takiej platformy oraz korzyści, jakie jej funkcjonowanie może przynieść dla rozwoju regionu (ułatwienie śledzenie postępów projektów innowacyjnych, wymiana doświadczeń oraz skoordynowane podejście do promocji innowacji w regionie). Jednocześnie, aby zyskać zainteresowanie taką platformą wśród samych podmiotów, które miałyby z niej korzystać, aby tworzyć za jej pośrednictwem swojego rodzaju sieć, należałoby zaprojektować wzmożone działania w celu uwypuklenia (i rzeczywistego proponowania) korzyści płynących z aktywnie prowadzonej platformy dla poszczególnych grup podmiotów. System innowacji w województwie podkarpackim zakłada kształtowanie regionalnej polityki innowacyjności, która odpowiadać ma na zidentyfikowane potrzeby w tym zakresie.</p>	

Kluczowe wnioski	Rekomendacje	Odbiorca rekomendacji
	<p>Jednak wyniki niniejszego badania wskazują, że rzeczywisty wpływ na poprawę w tym zakresie wymaga wzmocnienia i kontynuowania bieżących działań. W związku z tym, podkreśla się konieczność dalszego podejmowania działań koordynacyjnych skupionych w szczególności na usługach prorozwojowych dotyczących rozwoju zasobów ludzkich, zagadnień finansowych oraz prawnych, gdyż te aspekty okazały się dla podkarpackich przedsiębiorstw kluczowymi potrzebami. Potrzebne jest wzmocnienie działań, zmierzających do skutecznego zapewnienia kompleksowego wsparcia również Instytucjom Otoczenia Biznesu, aby ułatwić im spełnianie swojej głównej roli, jaką jest pomoc rozwojowi przedsiębiorstw w regionie.</p> <p>Działania koordynacyjne mogłyby pełnić kluczową rolę w tworzeniu synergii pomiędzy IOB a administracją publiczną – i choć są już podejmowane w regionie, należy je utrzymywać i w dalszym ciągu dążyć do intensyfikacji uzyskiwanych, pożądaných rezultatów, szczególnie w zakresie promowania innowacji, rozwoju gospodarczego i wspierania przedsiębiorczości na poziomie regionalnym.</p>	

Bibliografia

Definicja Ośrodków Innowacji na posiedzeniu grupy KM FENG. [Definicja ośrodków innowacji](#) (dostęp na 16.11.2023).

Dziemianowicz W., Jurkiewicz I., Cybulska M., Bafeltowski B., Belowski M., Goliński J., Płaczek D., Tomczak N., Turosz S., System innowacji w województwie podkarpackim, Warszawa 2020.

Ewaluacja ex-post Strategii rozwoju województwa – Podkarpackie 2020. Raport końcowy, Rzeszów 2021.

Fundusze Europejskie dla Podkarpacia 2021-2027.

GUS, Miesięczna informacja o podmiotach gospodarki narodowej w rejestrze REGON kwiecień 2023.

Instytucje Otoczenia Biznesu w Województwie Wielkopolskim 2021, dr hab. Renata Lisowska, prof. Uł dr Jakub Grabowski.

Instytucje Otoczenia Biznesu w Województwie Wielkopolskim 2021, dr hab. Renata Lisowska, prof. Uł dr Jakub Grabowski. Publikacja na podstawie ekspertyzy wykonanej na zlecenie Wielkopolskiego Regionalnego Obserwatorium Terytorialnego.

Krajowa Strategia Rozwoju Regionalnego 2030; Rozwój społecznie wrażliwy i terytorialnie zrównoważony.

Leonowicz A., Kartogram jako forma prezentacji zależności zjawisk geograficznych, PAN IG i PZ, Warszawa 2006.

Lokalna Grupa Działania Nasze Bieszczady. Charakterystyka LGD, [Nasze Bieszczady](#) (dostęp: 16.11.2023 r.).

Ośrodki Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce. Raport z badania 2021, red. M. Mażewska, A. Bąkowski, J. Rudawska / SOOIPP Poznań 2021.

Ośrodki Innowacji, Ministerstwo Rozwoju i Technologii. [GOV – ośrodki innowacji](#) (dostęp na 16.11.2023).

Pierwsze ośrodki innowacji z akredytacją Ministerstwa Rozwoju. Portal Funduszy Europejskich, [GOV – pierwsze ośrodki innowacji z akredytacją](#) (dostęp na 16.11.2023).

Potencjał i działalność instytucji otoczenia biznesu w województwie podkarpackim, Danae, Rzeszów 2017.

Regionalna Strategia Innowacji Województwa Podkarpackiego na lata 2021-2030.

Regionalna Strategia Innowacji Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 na rzecz inteligentnej specjalizacji, Strategia rozwoju województwa – Podkarpackie 2030, Strategia Rozwoju Województwa – Podkarpackie 2020.

Regionalna Strategia Innowacji Województwa Podkarpackiego na lata 2021-2030, Rzeszów.

Regionalna Strategia Innowacji Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 na rzecz inteligentnej specjalizacji.

Regionalna Strategia Innowacji Województwa Podkarpackiego na lata 2021-2030.

Strategia na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju do roku 2020 (z perspektywą do 2030 r.); Warszawa 2017.

Strategia Rozwoju Województwa – Podkarpackie 2020.

Strategia rozwoju województwa – Podkarpackie 2030.

Strategia rozwoju województwa – Podkarpackie 2030, Rzeszów 2020.

System innowacji w województwie podkarpackim, Geoprofit, Rzeszów-Warszawa 2020.

Szczegółowy Opis Osi Priorytetowych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020, Rzeszów, 19 września 2023 r.

Szczegółowy Opis Priorytetów Programu Fundusze Europejskie dla Podkarpacia 2021-2027, Wersja SZOP.FEPK.005, Obowiązuje od dnia 2023.11.07.

Tablice GUS.

Spis tabel, wykresów oraz rysunków

Spis wykresów

Wykres 1. Rok założenia działalności podkarpackich przedsiębiorstw	17
Wykres 2. Typy działalności podkarpackich IOB	30
Wykres 3. Forma prawna podkarpackich IOB	32
Wykres 4. Rok założenia podkarpackich IOB	33
Wykres 5. Liczba klientów obsługiwana rocznie przez PIOB – 2022 rok	34
Wykres 6. Ilość obsługiwanych rocznie klientów wg podregionów	34
Wykres 7. Typy podmiotów obsługiwanych przez PIOB	35
Wykres 8. Deklaracja korzystania z usług PIOB w ciągu ostatnich 4 lat ze względu na wielkość przedsiębiorstwa	36
Wykres 9. Branże PKD najczęściej korzystające z usług PIOB	37
Wykres 10. Wskazywane przez PIOB powody korzystania przez podkarpackie przedsiębiorstwa z IOB spoza woj. podkarpackiego	42
Wykres 11. Deklaracja korzystania z konkretnych źródeł finansowania w podziale na IOB funkcjonujące w DOM oraz poza nimi	43
Wykres 12. Deklaracja korzystania z konkretnych źródeł finansowania w podziale na rodzaje/typy działalności PIOB	44
Wykres 13. Stosunek do różnych rodzajów finansowania – plany PIOB	45
Wykres 14. Stosunek do finansowania z funduszy krajowych – plany PIOB – podział według DOM i obszarów poza nimi	46
Wykres 15. Stosunek do finansowania z funduszy europejskich – plany PIOB – podział według DOM i obszarów poza nimi	46
Wykres 16. Deklaracja posiadania wiedzy o PIOB przez przedsiębiorców	47
Wykres 17. Deklaracja posiadania wiedzy o PIOB przez przedsiębiorców a wielkość przedsiębiorstwa	48
Wykres 18. Deklaracja posiadania wiedzy na temat PIOB – podział według branż działalności przedsiębiorców	49
Wykres 19. Deklaracja znajomości oferty usługowej PIOB przez przedsiębiorców a wielkość przedsiębiorstwa	51
Wykres 20. Zestawienie usług PIOB wskazanych przez przedsiębiorców oraz wykaz usług wskazanych bezpośrednio przez PIOB	54
Wykres 21. Prorozwojowe usługi doradcze w ofercie PIOB wg badanych przedsiębiorców	57
Wykres 22. Prorozwojowe usługi doradcze w ofercie PIOB wg badanych PIOB	59
Wykres 23. Usługi PIOB, z jakich korzystały podkarpackie przedsiębiorstwa	62

Wykres 24. Usługi PIOB, z jakich korzystały podkarpackie przedsiębiorstwa w podziale na duże ośrodki miejskie i obszary poza nimi	63
Wykres 25. Ocena adekwatności dostosowania usług PIOB do zapotrzebowania przedsiębiorców z regionu podkarpackiego	64
Wykres 26. Korzystanie z usług IOB a ocena adekwatności dostosowania usług PIOB do zapotrzebowania przedsiębiorców z regionu podkarpackiego	65
Wykres 27. Zestawienie branż, które określiły ofertę PIOB jako nieadekwatną do zapotrzebowania przedsiębiorców	67
Wykres 28. Wskazania przedsiębiorców odnośnie zmian, jakie muszą wprowadzić IOB, aby dostosować swoją ofertę do potrzeb przedsiębiorców	68
Wykres 29. Sposoby promowania usług PIOB	72
Wykres 30. Stopień, w jakim skorzystanie z usług IOB przyczyniło się do rozwoju podkarpackich przedsiębiorstw	74
Wykres 31. Powody braku potrzeby korzystania z usług PIOB	81
Wykres 32. Doradcze usługi prorozwojowe, na które występuje zapotrzebowanie wśród podkarpackich przedsiębiorstw	89
Wykres 33. Doradcze usługi prorozwojowe, na które występuje zapotrzebowanie wśród podkarpackich przedsiębiorstw względem dużych ośrodków miejskich i obszarów poza nimi	91
Wykres 34. Ocena poziomu umiejętności praktycznych pracowników poszczególnych typów IOB	98
Wykres 35. Deklaracja dysponowania zasobami odpowiednimi do świadczenia usług specjalistycznych	99
Wykres 36. Fakt współpracy PIOB z innymi podmiotami	104
Wykres 37. Podmioty włączone we współpracę z PIOB	105
Wykres 38. Wpływ nawiązywania współprac na funkcjonowanie PIOB	107
Wykres 39. Sposób oddziaływania współprac PIOB na funkcjonowanie podkarpackich przedsiębiorstw	108

Spis tabel

Tabela 1. Wykaz skrótów	5
Tabela 2. Podział sekcji PKD przedsiębiorstw poddanych analizie	15
Tabela 3. Podział liczby zatrudnionych pracowników w przedsiębiorstwach poddanych analizie	16
Tabela 4. Rodzaje IOB – podział przyjęty na potrzeby Case Study	18
Tabela 5. Zakres usług świadczonych przez IOB spoza regionu, z których korzystali podkarpacki przedsiębiorcy	40
Tabela 6. Źródła finansowania PIOB a ich wpływ na funkcjonowanie	42
Tabela 7. 5 najczęściej wskazywanych IOB znanych podkarpackim przedsiębiorcom	52

Tabela 8. Wnioski i rekomendacje	110
Tabela 9. Leżajskie Stowarzyszenie Rozwoju	124
Tabela 10. Przemyska Agencja Rozwoju Regionalnego	125
Tabela 11. Krośnieński Inkubator Technologiczny KRINTECH sp. z o.o.	126
Tabela 12. Stowarzyszenie Centrum Wspierania Edukacji i Przedsiębiorczości	128
Tabela 13. Regionalna Izba Gospodarcza w Sanoku	129
Tabela 14. Stowarzyszenie na rzecz Innowacyjności i Transferu Technologii „Horyzonty”	130
Tabela 15. Towarzystwo ALTUM w Rzeszowie	131
Tabela 16. Innovo Innowacje w Biznesie sp. z o.o.	132
Tabela 17. Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju i Promocji Podkarpacia „Pro Carpathia”	133
Tabela 18. Park Przemysłowy Gminy Leżajsk	134
Tabela 19. Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania	135
Tabela 20. Podkarpacka Agencja Konsultingowo Doradcza sp. z o.o. w Jaśle	136
Tabela 21. Centrum Rozwoju Społeczno-Ekonomicznego	137
Tabela 22. Stowarzyszenie Informatyka Podkarpacka	138
Tabela 23. INNpuls sp. z o.o.	139
Tabela 24. Tarnobrzaska Agencja Rozwoju Regionalnego	140
Tabela 25. Tarnobrzeski Park Przemysłowo-Technologiczny	142
Tabela 26. Stowarzyszenie Wschodni Sojusz Motoryzacyjny	143
Tabela 27. Akademickie Biuro Karier z Inkubatorem Przedsiębiorczości przy PWSTE	144
Tabela 28. Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej im. Jerzego Regulskiego	145
Tabela 29. Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.	146
Tabela 30. Instytut Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego	148
Tabela 31. Izba Przemysłowo-Handlowa w Rzeszowie.....	149
Tabela 32. Małopolski Instytut Gospodarczy	150
Tabela 33. Podkarpacka Izba Rolnicza	151
Tabela 34. Agencja Rozwoju Regionalnego "MARR" S.A.	152
Tabela 35. Inventur sp z o.o.	153
Tabela 36. Podkarpackie Centrum Innowacji	154
Tabela 37. Podkarpacki Fundusz Pożyczkowy	155
Tabela 38. IOB znane podkarpackim przedsiębiorcom	156
Tabela 39. Ocena usług, z których skorzystali przedsiębiorcy	157
Tabela 40. Samoocena potencjału kadrowego i organizacyjno-technicznego PIOB	158
Tabela 41. Ocena barier utrudniających rozwój PIOB	160
Tabela 42. Case Study – Regionalna Izba Gospodarcza w Sanoku	161
Tabela 43. Case Study – Podkarpackie Centrum Innowacji.....	162
Tabela 44. Case Study – INNpuls.....	164
Tabela 45. Case Study – Przemyska Agencja Rozwoju Regionalnego	168
Tabela 46. Case Study – Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego	170
Tabela 47. Case Study – Podkarpacki Fundusz Rozwoju	174

Spis map

Mapa 1. Lokalizacja IOB zidentyfikowanych w województwie podkarpackim	29
Mapa 2. Rozmieszczenie IOB względem DOM i obszarów poza nimi	31
Mapa 3. Korzystanie przez podkarpackich przedsiębiorców z usług IOB poza swoim województwem w ciągu ostatnich 4 lat	38
Mapa 4. Korzystanie z usług IOB poza województwem podkarpackim w ciągu ostatnich 4 lat w podziale na podregiony oraz duże ośrodki miejskie i obszary poza nimi	39
Mapa 5. Deklarowana wiedza o funkcjonujących IOB i znajomość oferty usługowej IOB w województwie podkarpackim – podział według podregionów i wielkości ośrodków	50
Mapa 6. Liczba IOB, z których usług korzystali przedsiębiorcy w ciągu ostatnich 4 lat	61
Mapa 7. Pozytywna ocena oferty podkarpackich IOB pod kątem dostosowania do potrzeb przedsiębiorców	66
Mapa 8. Aktualne zapotrzebowanie na usługi IOB deklarowane przez podkarpackich przedsiębiorców	79

Aneks

Załącznik nr 1. Zestawienie poddanych analizie IOB

Tabela 9. Leżajskie Stowarzyszenie Rozwoju

Leżajskie Stowarzyszenie Rozwoju	
Głównym celem LSR jest prowadzenie różnego rodzaju działań społecznych i gospodarczych, które mają wspierać i rozwijać społeczność lokalną. Najważniejsze dziedziny, w obrębie których LSR prowadzi swoją działalność to m.in. sprawy obywatelskie, pomoc społeczna, rehabilitacja zawodowa i społeczna osób niepełnosprawnych. Leżajskie Stowarzyszenie Rozwoju prowadzi również działalność charytatywną polegającą na wspieraniu różnych organizacji pozarządowych oraz udzielaniu stypendiów młodzieży poprzez fundację Fundusz Lokalny. Fundusz ten klasyfikuje się prawnie jako organizacja pożytku publicznego i w latach 1999-2012 skumulowała kwotę około 1 miliona złotych, które zostały przekazane lokalnej społeczności w postaci grantów oraz stypendiów dla młodzieży odnoszącej sukcesy w nauce.	
Typ instytucji	Ośrodek szkoleniowo doradczy
Forma prawna	Stowarzyszenie
Rok założenia	1993

Leżajskie Stowarzyszenie Rozwoju	
Siedziba	Leżajsk
Liczba pracowników	Mniej niż 10
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Księgowość Szkolenia
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Brak
Zakres terytorialny świadczonych usług	Miejscowości (Leżajsk) Powiaty (Leżajski, przeworski, łańcucki, niżański)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Środki z własnej działalności Uczestnictwo w programach europejskich
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w mediach społecznościowych
Liczba klientów w skali roku	21-35
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Samozatrudnieni Mikro przedsiębiorstwa Osoby fizyczne Osoby bezrobotne Absolwenci/młodzież

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 10. Przemyska Agencja Rozwoju Regionalnego

Przemyska Agencja Rozwoju Regionalnego	
<p>PARR w swoich działaniach stara się pozytywnie wpłynąć na rozwój gospodarczy swojego regionu ze szczególnym uwzględnieniem miasta Przemyśla oraz powiatu przemyskiego. Działania PARR finansowane w dużej mierze przez środki zewnętrzne zapewniane przez Unię Europejską, skupiają się na prowadzeniu różnego rodzaju szkoleń dla przedsiębiorców, jak i dla zwykłych osób pracujących lub bezrobotnych. Przemyska Agencja Rozwoju Regionalnego ma również w swojej ofercie szereg instrumentów wsparcia, skierowanych do osób chcących rozpocząć swoją działalność gospodarczą lub będących na jej początkowych etapach. W ramach wspierania początkujących przedsiębiorców PARR udzielił im 530 dotacji, których łączna kwota wynosiła około 23 miliony złotych.</p>	
Typ instytucji	Ośrodek szkoleniowo doradczy
Forma prawna	Spółka akcyjna
Rok założenia	2004
Siedziba	Przemyśl

Przemyska Agencja Rozwoju Regionalnego	
Liczba pracowników	Mniej niż 10
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Pozyskiwanie dofinansowania
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Brak
Zakres terytorialny świadczonych usług	Miejscowości (Przemysł, Jarosław, Lubaczów, Przeworsk) Powiaty (Przemyski, jarosławski, lubaczowski, przeworski)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Subwencje i dotacje Uczestnictwo w programach krajowych Uczestnictwo w programach europejskich Środki z własnej działalności
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w mediach społecznościowych Udział w spotkaniach biznesowych Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	Powyżej 50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Samozatrudnieni Mikro przedsiębiorstwa Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa Duże przedsiębiorstwa Organizacje samorządowe (fundusze, stowarzyszenia) Jednostki samorządu terytorialnego Instytucje publiczne (urzędy, szpitale itd.) Osoby rozpoczynające działalność gospodarczą Osoby fizyczne Osoby bezrobotne

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 11. Krośnieński Inkubator Technologiczny KRINTECH sp. z o.o.

Krośnieński Inkubator Technologiczny KRINTECH sp. z o.o.
Wspierający charakter działalności KRINTECH wyraża się w nawiązywaniu nowych kontaktów z początkującymi przedsiębiorcami oraz zapewnianiu im wszelkiego możliwego wsparcia w kontynuowaniu swojej działalności. Działania KRINTECH mają również na celu

Krośnieński Inkubator Technologiczny KRINTECH sp. z o.o.

wprowadzanie obsługiwanych przez siebie podmiotów w sieci współpracy wiążących ze sobą duże grupy przedsiębiorców. W znacznym stopniu ułatwia to zdobywanie kontaktów biznesowych nowym przedsiębiorcom oraz pozytywnie wpływa na zwiększanie poziomu kooperacji pomiędzy podmiotami w sektorze MŚP.

Typ instytucji	Inkubator technologiczny
Forma prawna	Spółka z o.o.
Rok założenia	2005
Siedziba	Krosno
Liczba pracowników	Mniej niż 10
Rodzaj świadczonych usług	Nawiązanie kontaktów z partnerami biznesowymi Informacje i doradztwo ogólne Marketing Usługi prawne Księgowość Szkolenia Networking
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Usługi w zakresie organizacji i zarządzania Usługi w zakresie marketingu i promocji
Zakres terytorialny świadczonych usług	Miejski obszar funkcjonalny
Najbardziej istotne źródła finansowania	Środki z własnej działalności
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w mediach społecznościowych Udział w spotkaniach biznesowych Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	11-20
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Osoby rozpoczynające działalność gospodarczą Osoby fizyczne Osoby bezrobotne Absolwenci/młodzież Mikro przedsiębiorstwa Szkoły wyższe Szkoły podstawowe i ponadgimnazjalne

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 12. Stowarzyszenie Centrum Wspierania Edukacji i Przedsiębiorczości

Stowarzyszenie Centrum Wspierania Edukacji i Przedsiębiorczości	
<p>Działalność tejże instytucji opiera się na wspieraniu oraz promowaniu współczesnej edukacji oraz szeroko rozumianej przedsiębiorczości. W ramach realizacji swoich celów statutowych stowarzyszenie brało udział w programach międzynarodowych, których celem było wspieranie młodzieży poprzez organizację różnego rodzaju szkoleń. Oprócz wyżej wymienionych działań instytucja jest zaangażowana w prowadzenie działalności wydawniczej, badawczej oraz doradczej. Centrum Wspierania Edukacji i Przedsiębiorczości utrzymuje również stałą współpracę z wieloma zagranicznymi partnerami (m.in. Słowenia, Wielka Brytania, Włochy), w ramach której doświadczenie zebrane przez tamtejszych przedsiębiorców jest wykorzystywane do rozwoju podkarpackich działalności gospodarczych.</p>	
Typ instytucji	Ośrodek szkoleniowo-doradczy
Forma prawna	Stowarzyszenie
Rok założenia	2004
Siedziba	Rzeszów
Liczba pracowników	10-49
Rodzaj świadczonych usług	Szkolenia Wspieranie przedsiębiorców przy składaniu wniosków o dotacje
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Brak
Zakres terytorialny świadczonych usług	Województwa (Podkarpackie)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Subwencje i dotacje Uczestnictwo w programach krajowych Uczestnictwo w programach europejskich Środki z własnej działalności
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w mediach społecznościowych Udział w spotkaniach biznesowych Udział w targach Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	Powyżej 50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Mikro przedsiębiorstwa Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 13. Regionalna Izba Gospodarcza w Sanoku

Regionalna Izba Gospodarcza w Sanoku	
W czasie realizacji badania informację uzupełniające zakres działalności Regionalnej Izby Gospodarczej w Sanoku okazały się trudno dostępne. Instytucja ta nie prowadzi żadnej dedykowanej strony internetowej i nie jest ona aktywna na żadnych mediach społecznościowych.	
Typ instytucji	Ośrodek szkoleniowo doradczy
Forma prawna	Izba gospodarcza
Rok założenia	1993
Siedziba	Sanok
Liczba pracowników	Mniej niż 10
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Nawiązanie kontaktów z partnerami biznesowymi Pozyskanie finansowania Wsparcie w rozwoju produktu / usługi Marketing Zarządzanie jakością Szkolenia Badania i analizy Mentoring biznesowy Obsługa realizacji projektów realizowanych z udziałem funduszy europejskich
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Usługi w zakresie organizacji i zarządzania Usługi w zakresie marketingu i promocji Usługi w zakresie procesów produkcyjnych i świadczenia usług Usługi w zakresie rozwoju zasobów ludzkich Usługi w zakresie zagadnień finansowych Usługi w zakresie zagadnień społecznej odpowiedzialności biznesu
Zakres terytorialny świadczonych usług	Miejscowości (Sanok) Powiaty (Sanocki, Leski, Brzozowski, Bieszczadzki) Województwa (Podkarpackie) Kraje (Polska)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Składki Środki z własnej działalności
Sposoby promowania działalności	Nawiązywanie różnych przejawów współpracy

Regionalna Izba Gospodarcza w Sanoku	
	Udział w spotkaniach biznesowych
Liczba klientów w skali roku	Powyżej 50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Mikro przedsiębiorstwa Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa Osoby rozpoczynające działalność gospodarczą Absolwenci/młodzież

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 14. Stowarzyszenie na rzecz Innowacyjności i Transferu Technologii „Horyzonty”

Stowarzyszenie na rzecz Innowacyjności i Transferu Technologii „Horyzonty”	
Głównymi celami utworzonego w 2001 roku Stowarzyszenia na rzecz Innowacyjności i Transferu Technologii „Horyzonty”, jest rozwój oraz wdrażanie innowacji w południowo-wschodnich regionach Polski. Cele statutowe realizowane są poprzez realizację licznych projektów krajowych i międzynarodowych, jak i prowadzenie współpracy z lokalnymi szkołami wyższymi, w ramach której organizowane są różnego rodzaju szkolenia i warsztaty promujące kulturę innowacyjności. Najbardziej istotnymi zagadnieniami, nad którymi pracuje obecnie instytucja, są m.in. wspieranie demokracji, efektywność energetyczna oraz zwalczanie zanieczyszczenia sztucznym światłem w celu poprawienia jakości życia.	
Typ instytucji	Centrum transferu technologii
Forma prawna	Stowarzyszenie
Rok założenia	2001
Siedziba	Rzeszów
Liczba pracowników	Mniej niż 10
Rodzaj świadczonych usług	Pozyskanie finansowania Obsługa realizacji projektów realizowanych z udziałem funduszy europejskich
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Brak
Zakres terytorialny świadczonych usług	Województwo (Podkarpackie)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Subwencje, dotacje Uczestnictwo w programach krajowych Uczestnictwo w programach europejskich Środki z własnej działalności
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej
Liczba klientów w skali roku	1-10

Stowarzyszenie na rzecz Innowacyjności i Transferu Technologii „Horyzonty”	
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Mikro przedsiębiorstwa Absolwenci/młodzież

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 15. Towarzystwo ALTUM w Rzeszowie

Towarzystwo ALTUM w Rzeszowie	
Instytucja ta jest fundacją znajdującą się pod zwierzchnictwem opisanego już w tym opracowaniu stowarzyszenia „Towarzystwo ALTUM Programy Społeczno-Gospodarcze”. Fundacja zajmuje się oferowaniem swoim klientom różnego rodzaju porad z zakresu wiedzy prawnej, prowadzeniem działań użyteczności publicznej oraz prowadzi projekty edukacyjne skierowane do młodzieży.	
Typ instytucji	Organizacja pozarządowa
Forma prawna	Fundacja
Rok założenia	1994
Siedziba	Rzeszów
Liczba pracowników	10-49
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Pozyskanie finansowania Szkolenia
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Usługi w zakresie rozwoju zasobów ludzkich
Zakres terytorialny świadczonych usług	Województwa (Podkarpackie)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Uczestnictwo w programach krajowych Uczestnictwo w programach europejskich Subwencje, dotacje
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w mediach społecznościowych Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	Powyżej 50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Samozatrudnieni Mikro przedsiębiorstwa Małe przedsiębiorstwa Osoby fizyczne Bezrobotni Absolwenci/młodzież

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 16. Innovo Innowacje w Biznesie sp. z o.o.

Innovo Innowacje w Biznesie sp. z o.o.	
Spółka Innovo prowadzi wiele działań mających na celu rozwijanie oraz promowanie przedsiębiorczości zarówno wśród początkujących jak i doświadczonych przedsiębiorców. Prowadzone przez tą instytucję szkolenia mają wyposażyć jej klientów we wszelką wiedzę oraz umiejętności wymagane do osiągnięcia wytyczanych przez siebie celów. Prowadzone działania mają również na celu wdrażanie nowych technologii oraz ułatwianie jej transferu. Działalność Innovo cechuje się bardzo dużą elastycznością oraz partnerskim podejściem, co pozwala na świadczenie odpowiednio dostosowanych do potrzeb swoich klientów usług.	
Typ instytucji	Ośrodek szkoleniowo-doradczy
Forma prawna	Spółka z o.o.
Rok założenia	2008
Siedziba	Jasło
Liczba pracowników	Mniej niż 10 osób
Rodzaj świadczonych usług	Pozyskanie finansowania Szkolenia Obsługa realizacji projektów realizowanych z udziałem funduszy europejskich
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Brak
Zakres terytorialny świadczonych usług	Powiaty (Jasielski)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Uczestnictwo w programach krajowych Uczestnictwo w programach europejskich Środki z własnej działalności
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w social mediach Udział w targach Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	21-35
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Samozatrudnieni Mikro przedsiębiorstwa Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa Osoby fizyczne

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 17. Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju i Promocji Podkarpacia „Pro Carpathia”

Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju i Promocji Podkarpacia „Pro Carpathia”	
Cele statutowe stowarzyszenia Pro Carpathia skupiają się na realizowaniu działań dążących do aktywizacji lokalnych instytucji oraz przedsiębiorców. Owe działania cechują się proinnowacyjnym oraz rozwojowym charakterem, a ich głównym założeniem jest usprawnianie aktualnie funkcjonujących mechanizmów społecznych i gospodarczych. Na ten moment Pro Carpathia prowadzi działalność badawczą, wydawniczą oraz gospodarczą, nakierowaną na wspomaganie wyżej wskazanych lokalnych podmiotów. Do swoich sukcesów instytucja ta zalicza pomyślną realizację licznych programów pomocowych.	
Typ instytucji	Ośrodek szkoleniowo-doradczy
Forma prawna	Stowarzyszenie
Rok założenia	2004
Siedziba	Rzeszów
Liczba pracowników	10-49
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Nawiązanie kontaktów z partnerami biznesowymi Pozyskanie finansowania Wsparcie w rozwoju produktu / usługi Wsparcie w promocji produktu / usługi Marketing Szkolenia Badania i analizy
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Usługi w zakresie organizacji i zarządzania Usługi w zakresie marketingu i promocji Usługi w zakresie zagadnień finansowych
Zakres terytorialny świadczonych usług	Województwa (Podkarpackie)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Uczestnictwo w programach krajowych Subwencje, dotacje Uczestnictwo w programach europejskich
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w social mediach Udział w spotkaniach biznesowych Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	Powyżej 50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Samozatrudnieni Mikro przedsiębiorstwa

Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju i Promocji Podkarpacia „Pro Carpathia”	
	Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa Organizacje samorządowe (fundacje, stowarzyszenia) Jednostki samorządu terytorialnego Instytucje publiczne (urzędy, szpitale itd.) Szkoły wyższe Osoby fizyczne Bezrobotni Osoby rozpoczynające działalność gospodarczą

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 18. Park Przemysłowy Gminy Leżajsk

Park Przemysłowy Gminy Leżajsk	
<p>Park Przemysłowy Gminy Leżajsk pozwala przedsiębiorcom na skorzystanie z w pełni wyposażonej infrastruktury, która zajmuje łącznie przestrzeń 36 hektarów. W skład owej infrastruktury wchodzi hale produkcyjno-magazynowe z zapleczem biurowo-socjalnym oraz szereg innych biur do wynajęcia. Warto zaznaczyć, że na mocy ustawy Rady Gminy Leżajsk przedsiębiorcy korzystający z terenów parku przemysłowego mają możliwość uzyskania zwolnień podatkowych (zwolnienie od podatku od nieruchomości).</p>	
Typ instytucji	Park Przemysłowy
Forma prawna	Spółka z o.o.
Rok założenia	2001-2005
Siedziba	Wierzawice
Liczba pracowników	50 – 249 osób
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Obrót nieruchomościami
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Brak
Zakres terytorialny świadczonych usług	Powiaty (Leżajski)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Środki z własnej działalności Uczestnictwo w programach europejskich Uczestnictwo w programach krajowych
Sposoby promowania działalności	Nawiązywanie różnych przejawów współpracy Rozwój strony internetowej
Liczba klientów w skali roku	11-20
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Mikro przedsiębiorstwa Małe przedsiębiorstwa

Park Przemysłowy Gminy Leżajsk	
	Osoby rozpoczynające działalność gospodarczą

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 19. Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania	
<p>Priorytetem Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania jest wysokiej jakości edukacja, która jest aktualnie dostępna na 16 różnych kierunkach studiów prowadzonych w dwóch językach (Polski, angielski). Oprócz tego WSiIZ zajmują się nawiązywaniem licznych współpracy z lokalnymi przedsiębiorcami oraz jednostkami samorządowymi w celu rozwijania i łączenia świata biznesu ze światem nauki. Istotnym celem jest również wspieranie regionu podkarpacia poprzez prowadzenie działalności badawczej.</p>	
Typ instytucji	Działalność w zakresie edukacji (Uczelnia wyższa/jednostka naukowa, sekcja P PKD 2007)
Forma prawna	Szkoła wyższa lub jednostka w ramach szkoły wyższej
Rok założenia	1996
Siedziba	Rzeszów
Liczba pracowników	250 osób i więcej
Rodzaj świadczonych usług	Nawiązanie kontaktów z partnerami biznesowymi Pozyskanie finansowania Badania i analizy Obsługa realizacji projektów realizowanych z udziałem funduszy europejskich
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Brak
Zakres terytorialny świadczonych usług	Instytucja działa na rynku regionalnym, krajowym i światowym Współprace z zagranicznymi uczelniami są traktowane priorytetowo
Najbardziej istotne źródła finansowania	Subwencje, dotacje Uczestnictwo w programach krajowych Uczestnictwo w programach europejskich
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Udział w targach Udział w spotkaniach biznesowych
Liczba klientów w skali roku	36-50

Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania	
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa Organizacje samorządowe (fundacje, stowarzyszenia) Jednostki samorządu terytorialnego Instytucje publiczne (urzędy, szpitale itd.) Szkoły podstawowe i ponadgimnazjalne

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 20. Podkarpacka Agencja Konsultingowo Doradcza sp. z o.o. w Jaśle

Podkarpacka Agencja Konsultingowo Doradcza sp. z o.o. w Jaśle	
Głównymi celami tejże instytucji jest m.in. świadczenie usług na rzecz rozwoju regionalnego oraz przedsiębiorczego. Istotnymi działaniami są również realizowane projekty mające na celu zwalczanie bezrobocia oraz podnoszenie poziomu zatrudnienia na podkarpaciu poprzez organizowanie szkoleń i warsztatów dla osób potrzebujących podnieść swoje kompetencje zawodowe. Część działań prowadzonych przez PAKD dedykowana jest dla sektora MŚP i polega na świadczeniu usług finansowych, szkoleniowych oraz doradczych.	
Typ instytucji	Ośrodek wsparcia ekonomii społecznej
Forma prawna	Spółka z o.o.
Rok założenia	2002
Siedziba	Jaśło
Liczba pracowników	10-49
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Nawiązanie kontaktów z partnerami biznesowymi Pozyskanie finansowania Wsparcie w rozwoju produktu / usługi Wsparcie w promocji produktu / usługi Marketing Usługi prawne Księgowość Szkolenia Mentoring biznesowy
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Usługi w zakresie organizacji i zarządzania Usługi w zakresie marketingu i promocji Usługi w zakresie rozwoju zasobów ludzkich Usługi w zakresie zagadnień finansowych Usługi w zakresie zagadnień prawnych

Podkarpacka Agencja Konsultingowo Doradcza sp. z o.o. w Jaśle	
	Usługi w zakresie zagadnień społecznej odpowiedzialności biznesu
Zakres terytorialny świadczonych usług	Województwa (podkarpackie, świętokrzyskie, małopolskie)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Uczestnictwo w programach krajowych
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w social mediach Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	36-50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Mikro przedsiębiorstwa Małe przedsiębiorstwa Organizacje samorządowe (fundacje, stowarzyszenia) Osoby fizyczne Bezrobotni Osoby rozpoczynające działalność gospodarczą

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 21. Centrum Rozwoju Społeczno-Ekonomicznego

Centrum Rozwoju Społeczno-Ekonomicznego	
CRSE funkcjonuje aktualnie na dwóch różnych płaszczyznach, społecznej i gospodarczej. Społeczna działalność tejże instytucji polega na świadczeniu doradztwa zawodowego oraz organizowaniu szkoleń skierowanych do dzieci, młodzieży, jak i osób bezrobotnych i biernych zawodowo. Gospodarcza działalność CRSE polega z kolei na organizowaniu szkoleń dla przedsiębiorców, na których to mogą oni nabyć potrzebną do pozyskania dofinansowań unijnych wiedzę oraz kompetencje w zakresie pisania wniosków. Instytucja świadczy również usługi doradcze skierowane do sektora MŚP.	
Typ instytucji	Działalność w zakresie edukacji
Forma prawna	Stowarzyszenie
Rok założenia	2001
Siedziba	Sielec
Liczba pracowników	10 – 49 osób
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Pozyskanie finansowania Szkolenia Obsługa realizacji projektów realizowanych z udziałem funduszy europejskich

Centrum Rozwoju Społeczno-Ekonomicznego	
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Brak
Zakres terytorialny świadczonych usług	Województwa Kraj (Polska)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Środki z własnej działalności Subwencje, dotacje
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w social mediach Udział w spotkaniach biznesowych
Liczba klientów w skali roku	11-20
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa Duże przedsiębiorstwa Osoby fizyczne

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 22. Stowarzyszenie Informatyka Podkarpacka

Stowarzyszenie Informatyka Podkarpacka	
<p>Założenia statutowe Stowarzyszenia Informatyka Podkarpacka zakładają świadczenie różnego rodzaju usług na rzecz rozwoju branży IT, przedsiębiorczości oraz edukacji w regionie podkarpacia. Świadczone usługi obejmują również nawiązywanie nowych sieci współpracy oraz realizację projektów z innymi podmiotami. SIP jest również odpowiedzialne za koordynowanie działań inicjatywy klastrowej klasterIT.pl, która zajmuje się wspieraniem przedsiębiorców z branży IT poprzez przeprowadzanie różnego rodzaju analiz oraz prowadzeniem działań wizerunkowych.</p>	
Typ instytucji	Koordinator klastra IT
Forma prawna	Stowarzyszenie
Rok założenia	2006
Siedziba	Rzeszów
Liczba pracowników	Mniej niż 10 osób
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Nawiązanie kontaktów z partnerami biznesowymi Wsparcie w rozwoju produktu / usługi Marketing Networking

Stowarzyszenie Informatyka Podkarpacka	
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Usługi w zakresie strategii Usługi w zakresie organizacji i zarządzania Usługi w zakresie marketingu i promocji Usługi w zakresie procesów produkcyjnych i świadczenia usług Usługi w zakresie zagadnień technicznych i technologicznych Usługi w zakresie transferu, wdrażania i rozwoju innowacji (usługi o charakterze proinnowacyjnym)
Zakres terytorialny świadczonych usług	Kraj (Polska)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Środki z własnej działalności
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w social mediach Udział w targach Wyjazdy zagraniczne Udział w spotkaniach biznesowych
Liczba klientów w skali roku	Powyżej 50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Mikro przedsiębiorstwa Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 23. INNpuls sp. z o.o.

INNpuls sp. z o.o.	
Działalność INNpuls zakłada wspieranie wszelkiego rodzaju podmiotów takich jak przedsiębiorstwa, jednostki samorządowe czy placówki rozwojowo-badawcze. Celem tej instytucji jest wspieranie rozwoju podkarpacia poprzez świadczenie usług z zakresu doradztwa, tworzenia i rozwijania innowacyjnych produktów oraz usług. INNpuls prowadzi również działania mające na celu tworzenie nowych sieci współpracy między różnymi podmiotami oraz wspieranie procesów inwestycyjnych. Wszystkie wyżej wymienione działania skoncentrowane są na województwie podkarpackim, jednakże instytucja otwarta jest również na współpracę z innymi częściami kraju, jak i z partnerami z zagranicy.	
Typ instytucji	Ośrodek szkoleniowo-doradczy
Forma prawna	Spółka z o.o.
Rok założenia	2008
Siedziba	Rzeszów
Liczba pracowników	Mniej niż 10 osób
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne

INNpuls sp. z o.o.	
	Pozyskanie finansowania Wsparcie w rozwoju produktu / usługi Szkolenia Badania i analizy Obsługa realizacji projektów realizowanych z udziałem funduszy europejskich
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Usługi w zakresie strategii Usługi w zakresie marketingu i promocji Usługi w zakresie procesów produkcyjnych i świadczenia usług Usługi w zakresie rozwoju zasobów ludzkich Usługi w zakresie zagadnień finansowych Usługi w zakresie zagadnień technicznych i technologicznych Usługi w zakresie transferu, wdrażania i rozwoju innowacji] Usługi w zakresie wdrażania idei wzornictwa
Zakres terytorialny świadczonych usług	Województwa (Podkarpackie, Lubelskie, Małopolskie, Świętokrzyskie, Mazowieckie)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Środki z własnej działalności Uczestnictwo w programach europejskich
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	11-20
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Mikro przedsiębiorstwa Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa Duże przedsiębiorstwa Organizacje samorządowe (fundacje, stowarzyszenia) Jednostki samorządu terytorialnego Instytucje publiczne (urzędy, szpitale itd.)

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 24. Tarnobrzaska Agencja Rozwoju Regionalnego

Tarnobrzaska Agencja Rozwoju Regionalnego
TARR S.A oferuje swoim klientom wiele usług, w skład których zalicza się m.in. wynajem powierzchni biurowych, szkolenia z zakresu pozyskiwania środków unijnych, wsparcie eksportu i internacjonalizacji oraz prowadzeniem szkoleń o różnej tematyce. Głównym

Tarnobrzaska Agencja Rozwoju Regionalnego	
celem tej instytucji jest rozwijanie sektora MŚP poprzez świadczenie komplementarnych, wyżej wymienionych, usług wspierających Polskich przedsiębiorców.	
Typ instytucji	Ośrodek szkoleniowo-doradczy
Forma prawna	Spółka akcyjna
Rok założenia	1993
Siedziba	Tarnobrzeg
Liczba pracowników	10 – 49 osób
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Pozyskanie finansowania Księgowość Szkolenia Badania i analizy Usługi finansowe – pożyczki, fundusze kapitałowe Mentoring biznesowy Networking Obsługa realizacji projektów realizowanych z udziałem funduszy europejskich
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Usługi w zakresie strategii Usługi w zakresie organizacji i zarządzania Usługi w zakresie marketingu i promocji Usługi w zakresie rozwoju zasobów ludzkich Usługi w zakresie zagadnień finansowych
Zakres terytorialny świadczonych usług	Województwa (Podkarpackie, świętokrzyskie)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Uczestnictwo w programach europejskich
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w social mediach Udział w targach Wyjazdy zagraniczne Udział w spotkaniach biznesowych Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	Powyżej 50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Samozatrudnieni Mikro przedsiębiorstwa Organizacje samorządowe (fundacje, stowarzyszenia) Jednostki samorządu terytorialnego Instytucje publiczne (urzędy, szpitale itd.) Szkoły wyższe

Tarnobrzaska Agencja Rozwoju Regionalnego	
	Szkoły podstawowe i ponadgimnazjalne Pozostałe placówki edukacyjne Podmioty szkoleniowe Osoby fizyczne Bezrobotni Osoby rozpoczynające działalność gospodarczą Absolwenci/młodzież

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 25. Tarnobrzski Park Przemysłowo-Technologiczny

Tarnobrzski Park Przemysłowo-Technologiczny	
<p>Tarnobrzski Park Przemysłowo-Technologiczny w głównej mierze zajmuje się udostępnianiem różnego rodzaju infrastruktury swoim klientom. TPPT w swojej ofercie posiada w swojej ofercie dużą powierzchnię produkcyjną liczącą ponad 5300 m² powierzchni hal produkcyjnych wraz z ponad 500 m² zaplecza socjalnego. Instytucja dysponuje również powierzchniami biurowymi, które zajmują prawie 2000 m² oraz znajdującą się na terenie parku działką, przeznaczoną na cele inwestycyjne.</p>	
Typ instytucji	Park technologiczny
Forma prawna	Obiekt należący do UM Tarnobrzeg
Rok założenia	2013
Siedziba	Tarnobrzeg
Liczba pracowników	Mniej niż 10 osób
Rodzaj świadczonych usług	Nawiązanie kontaktów z partnerami biznesowymi Wsparcie w promocji produktu / usługi
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Brak
Zakres terytorialny świadczonych usług	Miejscowość (Tarnobrzeg) Powiat (Tarnobrzski) Województwo (Podkarpackie)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Środki z własnej działalności Budżet miasta
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w social mediach Udział w targach Wyjazdy zagraniczne Udział w spotkaniach biznesowych

Tarnobrzeski Park Przemysłowo-Technologiczny	
	Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	36-50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Samozatrudnieni Mikro przedsiębiorstwa Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa Organizacje samorządowe (fundacje, stowarzyszenia)

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 26. Stowarzyszenie Wschodni Sojusz Motoryzacyjny

Stowarzyszenie Wschodni Sojusz Motoryzacyjny	
<p>Inicjatywa klastra Wschodni Sojusz Motoryzacyjny prowadzi działania mające na celu wspieranie oraz reprezentowanie branży motoryzacyjnej, oraz wszelkich podmiotów bezpośrednio z nią powiązanych. Istotne dla WSM jest również stymulowanie wszystkich czynników wpływających na rozwój branży motoryzacyjnej, ze szczególnym uwzględnieniem wschodniego regionu Polski. Prowadzone są również działania o charakterze edukacyjnym mające na celu propagowanie wiedzy motoryzacyjnej, wśród kadr przedsiębiorców.</p>	
Typ instytucji	Klaster Motoryzacyjny
Forma prawna	Stowarzyszenie
Rok założenia	2011
Siedziba	Tarnobrzeg
Liczba pracowników	Mniej niż 10 osób
Rodzaj świadczonych usług	Nawiązanie kontaktów z partnerami biznesowymi Szkolenia Networking Obsługa realizacji projektów realizowanych z udziałem funduszy europejskich
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Brak
Zakres terytorialny świadczonych usług	Kraje (Polska, Czechy)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Subwencje, dotacje Uczestnictwo w programach europejskich Środki z własnej działalności
Sposoby promowania działalności	Aktywność w social mediach Rozwój strony internetowej

Stowarzyszenie Wschodni Sojusz Motoryzacyjny	
	Udział w targach Wyjazdy zagraniczne Udział w spotkaniach biznesowych Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	36-50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Mikro przedsiębiorstwa Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa Duże przedsiębiorstwa Organizacje samorządowe (fundacje, stowarzyszenia) Szkoły wyższe Szkoły podstawowe i ponadgimnazjalne

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 27. Akademickie Biuro Karier z Inkubatorem Przedsiębiorczości przy PWSTE

Akademickie Biuro Karier z Inkubatorem Przedsiębiorczości przy PWSTE	
Podlegające Państwowej Akademii Nauk Stosowanych w Jarosławiu biuro karier zajmuje się organizacją warsztatów, spotkań i szkoleń, dotyczących różnych branż. Owe wydarzenia skierowane są w głównej mierze do studentów uczęszczających na wyżej wskazaną uczelnię i mają zapewnić im dodatkową wiedzę dotyczącą wielu zagadnień związanych z wybieraniem swojej ścieżki kariery. W ramach działalności przylegającego do biura karier inkubatora przedsiębiorczości, organizowane są liczne warsztaty z przedstawicielami biznesu, mające na celu przygotowanie młodzieży do prowadzenia swojej własnej działalności gospodarczej oraz poszerzenia wiedzy tym zakresie.	
Typ instytucji	Działalność w zakresie edukacji (np. Uczelnia wyższa/jednostka naukowa, sekcja P PKD 2007)
Forma prawna	Szkoła wyższa lub jednostka w ramach szkoły wyższej
Rok założenia	PWSTE – 1998, Biuro – 2009
Siedziba	Jarosław
Liczba pracowników	50 – 249 osób
Rodzaj świadczonych usług	Nawiązanie kontaktów z partnerami biznesowymi Pozyskanie finansowania Badania i analizy Obsługa realizacji projektów realizowanych z udziałem funduszy europejskich

Akademickie Biuro Karier z Inkubatorem Przedsiębiorczości przy PWSTE	
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Brak
Zakres terytorialny świadczonych usług	Miejscowości (Jarosław)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Subwencje, dotacje
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w social mediach Udział w targach Wyjazdy zagraniczne Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	1-10
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Małe przedsiębiorstwa Szkoły wyższe Szkoły podstawowe i ponadgimnazjalne Pozostałe placówki edukacyjne Absolwenci/młodzież

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 28. Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej im. Jerzego Regulskiego

Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej im. Jerzego Regulskiego	
<p>Założona w 1989 roku Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej im. Jerzego Regulskiego, przez wiele lat swojej działalności skupiała się na realizowaniu swoich założeń statutowych, jakimi m.in. jest działanie na rzecz zwiększania sprawności i efektywności funkcjonowania administracji samorządowej, wzmacnianie poczucia sprawstwa wśród obywateli oraz budowanie lokalnego kapitału społecznego w Polsce. W trakcie realizacji tychże celów instytucja współpracuje z wieloma podmiotami samorządu terytorialnego oraz przedsiębiorcami. FRDL prowadzi również działalność o charakterze szkoleniowo-doradczym na terenie całej Polski.</p>	
Typ instytucji	Ośrodek szkoleniowo-doradczy
Forma prawna	Fundacja
Rok założenia	1989
Siedziba	Warszawa
Liczba pracowników	50 – 249 osób
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Szkolenia
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Usługi w zakresie strategii Usługi w zakresie organizacji i zarządzania Usługi w zakresie marketingu i promocji Usługi w zakresie rozwoju zasobów ludzkich

Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej im. Jerzego Regulskiego	
	Usługi w zakresie zagadnień finansowych Usługi w zakresie zagadnień prawnych
Zakres terytorialny świadczonych usług	Kraje (Polska)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Środki z własnej działalności
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w social mediach Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	Powyżej 50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa Organizacje samorządowe (fundacje, stowarzyszenia) Jednostki samorządu terytorialnego Instytucje publiczne (urzędy, szpitale itd.) Szkoły podstawowe i ponadgimnazjalne

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 29. Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.

Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.	
<p>Głównym założeniem RARR jest wspieranie oraz maksymalizacja potencjału lokalnych środowisk w województwie podkarpackim, poprzez prowadzenie działań doradczych, świadczenie usług wzmacniających realizowane przedsięwzięcia gospodarcze oraz pozyskiwanie zagranicznych źródeł wsparcia finansowego. Wszystkie swoje osiągnięcia RARR zawdzięcza wyspecjalizowanej, liczącej aktualnie 180 pracowników, kadrze o wieloletnim doświadczeniu oraz zróżnicowanych specjalizacjach.</p>	
Typ instytucji	Ośrodek szkoleniowo-doradczy
Forma prawna	Spółka akcyjna
Rok założenia	1993
Siedziba	Rzeszów
Liczba pracowników	50 – 249 osób
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Nawiązanie kontaktów z partnerami biznesowymi Pozyskanie finansowania Wsparcie w rozwoju produktu / usługi Wsparcie w promocji produktu / usługi Szkolenia Badania i analizy

Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego S.A.	
	<p>Usługi finansowe – pożyczki, fundusze kapitałowe</p> <p>Mentoring biznesowy</p> <p>Networking</p> <p>Obsługa realizacji projektów realizowanych z udziałem funduszy europejskich</p>
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	<p>Usługi w zakresie strategii</p> <p>Usługi w zakresie marketingu i promocji</p> <p>Usługi w zakresie rozwoju zasobów ludzkich</p> <p>Usługi w zakresie transferu, wdrażania i rozwoju innowacji</p>
Zakres terytorialny świadczonych usług	<p>Województwa (Podkarpackie)</p> <p>Kraje (Polska)</p>
Najbardziej istotne źródła finansowania	<p>Uczestnictwo w programach krajowych</p> <p>Środki z własnej działalności</p> <p>Działalność komercyjna</p>
Sposoby promowania działalności	<p>Rozwój strony internetowej</p> <p>Aktywność w social mediach</p> <p>Wyjazdy zagraniczne</p> <p>Udział w spotkaniach biznesowych</p> <p>Nawiązywanie różnych przejawów współpracy</p>
Liczba klientów w skali roku	Powyżej 50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	<p>Samozatrudnieni</p> <p>Mikro przedsiębiorstwa</p> <p>Małe przedsiębiorstwa</p> <p>Średnie przedsiębiorstwa</p> <p>Duże przedsiębiorstwa</p> <p>Organizacje samorządowe (fundacje, stowarzyszenia)</p> <p>Jednostki samorządu terytorialnego</p> <p>Instytucje publiczne (urzędy, szpitale itd.)</p> <p>Instytuty badawcze</p> <p>Szkoły podstawowe i ponadgimnazjalne</p> <p>Pozostałe placówki edukacyjne</p> <p>Podmioty szkoleniowe</p> <p>Osoby fizyczne</p> <p>Bezrobotni</p> <p>Osoby rozpoczynające działalność gospodarczą</p> <p>Absolwenci/młodzież</p>

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 30. Instytut Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego

Instytut Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego	
Instytut Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego zajmuje się wdrażaniem innowacji oraz rozwijaniem edukacji, poprzez prowadzenie działalności badawczo-naukowej. Realizowane przez tę instytucję projekty nastawione są na tworzenie innowacyjnych rozwiązań w wielu branżach oraz sferach życia. W zakres działalności tejże instytucji wlicza się również przeprowadzanie analiz rynków, mediów społecznościowych oraz public relations.	
Typ instytucji	70.22.Z (Pozostałe doradztwo w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej i zarządzania)
Forma prawna	Stowarzyszenie
Rok założenia	2006
Siedziba	Rzeszów
Liczba pracowników	Mniej niż 10 osób
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Marketing Badania i analizy
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Usługi w zakresie strategii Usługi w zakresie organizacji i zarządzania Usługi w zakresie marketingu i promocji Usługi w zakresie rozwoju zasobów ludzkich Usługi w zakresie zagadnień technicznych i technologicznych Usługi w zakresie transferu, wdrażania i rozwoju innowacji Usługi w zakresie zagadnień społecznej odpowiedzialności biznesu
Zakres terytorialny świadczonych usług	Kraje (Polska)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Środki z własnej działalności
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej
Liczba klientów w skali roku	1-10
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Organizacje samorządowe (fundacje, stowarzyszenia) Instytucje publiczne (urzędy, szpitale itd.)

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 31. Izba Przemysłowo-Handlowa w Rzeszowie

Izba Przemysłowo-Handlowa w Rzeszowie	
Główne zadania Izby Przemysłowo-Handlowej w Rzeszowie określone w jej statucie to m.in. promowanie inicjatyw gospodarczych poprzez doradztwo organizacyjne i ekonomiczne oraz poszerzanie kompetencji pracowników podkarpackich przedsiębiorstw. Prowadzona jest również działalność o charakterze wydawniczym i szkoleniowym. Dodatkowo Izba utrzymuje stałą współpracę z takimi podmiotami jak instytucje administracji państwowej, szkoły wyższe oraz instytucje finansowe.	
Typ instytucji	Izba Przemysłowo-Handlowa
Forma prawna	Izba Gospodarcza
Rok założenia	1990
Siedziba	Rzeszów
Liczba pracowników	Mniej niż 10 osób
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Nawiązanie kontaktów z partnerami biznesowymi Pozyskanie finansowania Wsparcie w promocji produktu / usługi Usługi prawne Księgowość Zarządzanie jakością Obsługa realizacji projektów realizowanych z udziałem funduszy europejskich
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Usługi w zakresie strategii Usługi w zakresie organizacji i zarządzania Usługi w zakresie rozwoju zasobów ludzkich Usługi w zakresie zagadnień finansowych Usługi w zakresie zagadnień prawnych Usługi w zakresie zagadnień społecznej odpowiedzialności biznesu
Zakres terytorialny świadczonych usług	Województwo (Podkarpackie) Kraje (Kraje Unii Europejskiej, Ukraina, Gruzja)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Środki z własnej działalności Uczestnictwo w programach krajowych
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w social mediach Udział w targach Wyjazdy zagraniczne

Izba Przemysłowo-Handlowa w Rzeszowie	
	Udział w spotkaniach biznesowych Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	Powyżej 50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Mikro przedsiębiorstwa Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa Jednostki samorządu terytorialnego Instytucje publiczne (urzędy, szpitale itd.) Szkoły wyższe Osoby rozpoczynające działalność gospodarczą Absolwenci/młodzież

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 32. Małopolski Instytut Gospodarczy

Małopolski Instytut Gospodarczy	
<p>Założenie Małopolskiego Instytutu Gospodarczego w 1992 roku, było działaniem kontynuującym realizację Amerykańskiego projektu rozwojowego USAID. Od tamtego momentu instytut zajmuje się świadczeniem usług szkoleniowo badawczych na rzecz Polskich szkół wyższych i przedsiębiorców. Instytucja ta prowadzi również szereg działań finansowych oraz doradczych, które skierowane są do początkujących przedsiębiorców z sektora MŚP, rozpoczynających swoją działalność w regionie podkarpacia. MIG jest w stanie udzielić swoim klientom wielu rad dotyczących procesu rozpoczynania nowych przedsięwzięć</p>	
Typ instytucji	Ośrodek szkoleniowo-doradczy
Forma prawna	Stowarzyszenie
Rok założenia	1992
Siedziba	Rzeszów
Liczba pracowników	Mniej niż 10 osób
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Pozyskanie finansowania Badania i analizy Usługi finansowe – pożyczki, fundusze kapitałowe
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Usługi w zakresie strategii Usługi w zakresie organizacji i zarządzania Usługi w zakresie zagadnień finansowych
Zakres terytorialny świadczonych usług	Województwa (Podkarpackie)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Subwencje, dotacje Uczestnictwo w programach krajowych

Małopolski Instytut Gospodarczy	
	Uczestnictwo w programach europejskich Środki z własnej działalności
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w social mediach Udział w spotkaniach biznesowych
Liczba klientów w skali roku	1-10
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Samozatrudnieni Mikro przedsiębiorstwa Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa Osoby fizyczne Bezrobotni Osoby rozpoczynające działalność gospodarczą Absolwenci/młodzież

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 33. Podkarpacka Izba Rolnicza

Podkarpacka Izba Rolnicza	
Główne cele Podkarpackiej Izby Rolniczej określone w jej statucie to m.in. rozwiązywanie wszelkich problemów Polskiego rolnictwa oraz reprezentowanie interesów podmiotów bezpośrednio z nią powiązanych. PIR uczestniczy również w kształtowaniu Polskiej polityki rolnej oraz aktywnie ją realizuje. Kolejnym istotnym działaniem podejmowanym przez izbę jest tworzenie oraz rozwijanie infrastruktury rolniczej na terenie podkarpacia, oraz podnoszenie kompetencji osób zajmujących się rolnictwem.	
Typ instytucji	Jednostka samorządu rolniczego
Forma prawna	Jednostka samorządowa, podmiot administracji publicznej
Rok założenia	1996
Siedziba	Trzebownisko
Liczba pracowników	10 – 49 osób
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Szkolenia
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Usługi w zakresie doradztwa
Zakres terytorialny świadczonych usług	Województwa (Podkarpackie)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Finansowanie z 2% odpisu podatku rolnego
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w social mediach

Podkarpacka Izba Rolnicza	
	Udział w targach Wyjazdy zagraniczne Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	Powyżej 50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Osoby fizyczne

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 34. Agencja Rozwoju Regionalnego "MARR" S.A.

Agencja Rozwoju Regionalnego "MARR" S.A.	
<p>Agencja Rozwoju Regionalnego "MARR" S.A. podejmuje wiele działań mających na celu wspieranie sektora MŚP oraz przyspieszanie rozwoju ekonomicznego regionów, w których realizuje swoje założenia statutowe. Przedsiębiorcy będący klientami agencji mają okazję skorzystać z komplementarnej oferty usług szkoleniowych, doradczych oraz finansowych. Dla agencji szczególnie ważne jest zachęcanie nowych przedsiębiorców do zakładania swoich własnych działalności gospodarczych, dlatego też w ich ofertę wpisują się specjalne programy pożyczkowe skierowane do nowo powstałych firm.</p>	
Typ instytucji	Ośrodek szkoleniowo-doradczy
Forma prawna	Spółka akcyjna
Rok założenia	1991
Siedziba	Mielec
Liczba pracowników	10 – 49 osób
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Nawiązanie kontaktów z partnerami biznesowymi Pozyskanie finansowania Wsparcie w rozwoju produktu / usługi Wsparcie w promocji produktu / usługi Marketing Księgowość Szkolenia Badania i analizy Usługi finansowe – pożyczki, fundusze kapitałowe
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Usługi w zakresie strategii Usługi w zakresie organizacji i zarządzania Usługi w zakresie marketingu i promocji Usługi w zakresie zagadnień technicznych i technologicznych

Agencja Rozwoju Regionalnego "MARR" S.A.	
	Usługi w zakresie transferu, wdrażania i rozwoju innowacji
Zakres terytorialny świadczonych usług	Województwa (Podkarpackie, Lubelskie, Świętokrzyskie)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Uczestnictwo w programach krajowych Uczestnictwo w programach europejskich Środki z własnej działalności
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w social mediach Udział w spotkaniach biznesowych Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	Powyżej 50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Samozatrudnieni Mikro przedsiębiorstwa Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa Organizacje samorządowe (fundacje, stowarzyszenia) Bezrobotni Osoby rozpoczynające działalność gospodarczą

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 35. Inventur sp z o.o.

Inventur sp z o.o.	
Instytucja Inventur funkcjonuje jako podmiot pomocniczy Uniwersytetu Rzeszowskiego. Jego głównymi celami jest komercjalizacja wyników prac badawczych oraz nowych technologii wypracowanych na uniwersytecie. Od momentu swojego założenia w 2018 roku Inventur prowadzi również działania mające na celu zbliżanie świata nauki ze światem biznesu poprzez nawiązywanie licznych współprac oraz realizowanie wspólnych projektów z przedsiębiorcami. Instytucja ta zajmuje się również prowadzeniem prac badawczych oraz świadczeniem usług laboratoryjnych dla chętnych do współpracy podmiotów.	
Typ instytucji	Centrum transferu technologii
Forma prawna	Spółka z o.o.
Rok założenia	2017
Siedziba	Rzeszów
Liczba pracowników	Mniej niż 10 osób
Rodzaj świadczonych usług	Informacje i doradztwo ogólne Wsparcie w rozwoju produktu / usługi Badania i analizy

Inventur sp z o.o.	
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Usługi w zakresie procesów produkcyjnych i świadczenia usług Usługi w zakresie zagadnień technicznych i technologicznych Usługi w zakresie transferu, wdrażania i rozwoju innowacji
Zakres terytorialny świadczonych usług	Kraje (Polska)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Środki z własnej działalności
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w social mediach Udział w spotkaniach biznesowych
Liczba klientów w skali roku	11-20
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Mikro przedsiębiorstwa Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa Duże przedsiębiorstwa Instytucje publiczne (urzędy, szpitale itd.) Podmioty szkoleniowe

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 36. Podkarpackie Centrum Innowacji

Podkarpackie Centrum Innowacji	
<p>Podkarpackie Centrum Innowacji zostało stworzone w ramach projektu Catchin-up Regions realizowanego przez organy państwowe i samorządowe, jak i komisję europejską. Powodem utworzenia tejże instytucji było znaczny potencjał podkarpacia na wprowadzenie innowacyjnych rozwiązań przyspieszających rozwój tego regionu. W tym momencie PCI prowadzi różnego rodzaju działania wspierające, które mają na celu wzmocnienie gospodarki podkarpacia poprzez realizację projektów skierowanych do lokalnych przedsiębiorców, szkół wyższych oraz innych placówek badawczych. Dla PCI istotne jest również podnoszenie kompetencji podkarpackich naukowców oraz usprawnienie procesu komercjalizacji wypracowanych przez nich rozwiązań. Oferta Podkarpackiego Centrum Innowacji zakłada również świadczenie usług szkoleniowych dla studentów oraz ludzi młodych, którzy zainteresowani są przedsiębiorczością oraz prowadzeniem własnej działalności gospodarczej.</p>	
Typ instytucji	Centrum innowacji
Forma prawna	Spółka z o.o.
Rok założenia	2017
Siedziba	Rzeszów
Liczba pracowników	10 – 49 osób

Podkarpackie Centrum Innowacji	
Rodzaj świadczonych usług	<p>Informacje i doradztwo ogólne</p> <p>Nawiązanie kontaktów z partnerami biznesowymi</p> <p>Pozyskanie finansowania</p> <p>Wsparcie w rozwoju produktu / usługi</p> <p>Wsparcie w promocji produktu / usługi</p> <p>Szkolenia</p> <p>Badania i analizy</p> <p>Mentoring biznesowy</p> <p>Networking</p> <p>Obsługa realizacji projektów realizowanych z udziałem funduszy europejskich</p>
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	<p>Usługi w zakresie strategii</p> <p>Usługi w zakresie organizacji i zarządzania</p> <p>Usługi w zakresie zagadnień technicznych i technologicznych</p> <p>Usługi w zakresie transferu, wdrażania i rozwoju innowacji</p>
Zakres terytorialny świadczonych usług	Województwa (Podkarpackie)
Najbardziej istotne źródła finansowania	<p>Uczestnictwo w programach krajowych</p> <p>Uczestnictwo w programach europejskich</p>
Sposoby promowania działalności	<p>Rozwój strony internetowej</p> <p>Aktywność w social mediach</p> <p>Udział w targach</p> <p>Wyjazdy zagraniczne</p> <p>Udział w spotkaniach biznesowych</p> <p>Nawiązywanie różnych przejawów współpracy</p>
Liczba klientów w skali roku	Powyżej 50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	<p>Instytuty badawcze</p> <p>Szkoły wyższe</p> <p>Osoby fizyczne</p> <p>Absolwenci/młodzież</p>

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 37. Podkarpacki Fundusz Pożyczkowy

Podkarpacki Fundusz Pożyczkowy
Głównym zadaniem Podkarpackiego Funduszu Pożyczkowego jest świadczenie usług finansowych podkarpackim przedsiębiorcom z sektora MŚP. Szczególną uwagę instytucja zwraca na mikro przedsiębiorstwa, które bardzo często mają największe problemy z

Podkarpacki Fundusz Pożyczkowy	
pozyskiwaniem zewnętrznych źródeł wsparcia finansowego. Pożyczki udzielane przez PFP w założeniu mają mieć preferencyjne warunki dla wszystkich klientów, aby w jak największym stopniu ułatwić im proces jej spłacania. Głównym warunkiem, który muszą spełnić przedsiębiorcy, aby otrzymać pożyczkę od PFP, jest prowadzenie swojej działalności na terenie podkarpacia. Warunek ten wynika z faktu, iż jednym z głównych celów funduszu jest wspieranie oraz przyspieszanie rozwoju gospodarczego swojego regionu.	
Typ instytucji	Fundusz pożyczkowy
Forma prawna	Spółka z o.o.
Rok założenia	2017
Siedziba	Rzeszów
Liczba pracowników	10 – 49 osób
Rodzaj świadczonych usług	Pozyskanie finansowania Usługi finansowe – pożyczki, fundusze kapitałowe
Grupy prorozwojowych usług doradczych wpisujące się w działalność instytucji	Brak
Zakres terytorialny świadczonych usług	Województwa (Podkarpackie)
Najbardziej istotne źródła finansowania	Uczestnictwo w programach krajowych
Sposoby promowania działalności	Rozwój strony internetowej Aktywność w social mediach Udział w spotkaniach biznesowych Nawiązywanie różnych przejawów współpracy
Liczba klientów w skali roku	Powyżej 50
Typy podmiotów obsługiwanych przez instytucje	Małe przedsiębiorstwa Średnie przedsiębiorstwa

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Załącznik nr 2. Zestawienie tabel z danymi opisanymi w raporcie

Tabela 38. IOB znane podkarpackim przedsiębiorcom

Nazwa IOB	Liczba wskazań	Nazwa IOB	Liczba wskazań
Izba Rzemieślnicza	17	Stowarzyszenie Księgowych	1
Agencja Rozwoju Regionalnego (jako ogół)	16	Europejskie Centrum Szkoleń	1
Inkubator Przedsiębiorczości (jako ogół)	12	Inkubator Przedsiębiorczości w Krośnie	1

Nazwa IOB	Liczba wskazań	Nazwa IOB	Liczba wskazań
Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego (RARR)	11	Inkubator Przedsiębiorczości w Jaśle	1
Dolina Lotnicza	8	Izba Gospodarcza (jako ogół)	1
Mielecka Agencja Rozwoju Regionalnego	8	Regionalna Izba Gospodarcza w Sanoku	1
Park Naukowo-Technologiczny (jako ogół)	7	Cech Rzemiosł Wielobranżowych	1
Cech Rzemiosł (jako ogół)	7	Krośnieński Inkubator Technologiczny	1
Izba Przemysłowo-Handlowa	5	Leżajskie Stowarzyszenie Rozwoju	1
Inkubator Przedsiębiorczości w Mielcu	3	Lubelska Fundacja Rozwoju (oddział)	1
Inkubator Przedsiębiorczości w Rzeszowie	3	Stowarzyszenie NIL Kolbuszowa	1
Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP)	3	Park Naukowo-Technologiczny w Rzeszowie	1
Agencja Rozwoju Przemysłu	2	Podkarpacka Izba Gospodarcza	1
Cech Rzemiosł Różnych w Krośnie	2	Podkarpacka Platforma Wsparcia Biznesu	1
Lokalna Grupa Działania Nasze Bieszczady	2	Podkarpacki Klub Biznesu	1
Politechnika Rzeszowska	2	Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju i Promocji Podkarpacia Pro Carpathia	1
Przedsiębiorstwo Obsługi Inwestycji INTECH I i II	2	Fundacja Akademia Obywatelska	1
Inkubator Przedsiębiorczości i Innowacji w Przemysłu	2	Podkarpacki Park Naukowo-Technologiczny Aeropolis	1
Inkubator Technologiczny w Stalowej Woli	2	Regionalna Izba Gospodarcza	1
Podkarpackie Centrum Innowacji	2	Tarnobrzeski Park Przemysłowo-Technologiczny	1
Izba Rzemieślnicza w Rzeszowie	1	Tarnobrzeska Agencja Rozwoju Regionalnego	1
Cech Rzemiosł Różnych w Przemysłu	1		

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=383.

Tabela 39. Ocena usług, z których skorzystali przedsiębiorcy

Rodzaj usługi	Ocena				
	1	2	3	4	5
Informacje i doradztwo ogólne	0%	0%	0%	8%	92%

Rodzaj usługi	Ocena				
	1	2	3	4	5
Nawiązanie kontaktów z partnerami biznesowymi	0%	0%	0%	0%	100%
Pozyskanie finansowania	0%	0%	0%	20%	80%
Wsparcie w rozwoju produktu / usługi	0%	0%	0%	0%	100%
Wsparcie w promocji produktu / usługi	0%	0%	0%	0%	100%
Marketing	0%	0%	0%	0%	100%
Prawo	0%	0%	0%	0%	100%
Księgowość	0%	0%	0%	0%	100%
Zarządzanie jakością	0%	0%	0%	0%	100%
Ubezpieczenia	0%	0%	0%	0%	100%
Szkolenia	0%	0%	0%	50%	50%
Badania i analizy	0%	0%	0%	20%	80%
Diagnoza potencjału eksportowego	0%	0%	0%	0%	100%
Usługi finansowe – pożyczki, fundusze kapitałowe	0%	0%	0%	33%	67%
Mentoring biznesowy	0%	0%	0%	0%	100%
Networking	0%	0%	0%	8%	92%
Obsługa realizacji projektów realizowanych z udziałem funduszy europejskich	0%	0%	0%	0%	100%

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z przedsiębiorcami, n=31.

Tabela 40. Samoocena potencjału kadrowego i organizacyjno-technicznego PIOB

POTENCJAŁ KADROWY	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Nie mam zdania	Raczej nie	Zdecydowanie nie
Czy zatrudnieni pracownicy posiadają odpowiednią wiedzę do wykonywania swoich obowiązków?	75,9%	24,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Czy zatrudnieni pracownicy posiadają odpowiednie wykształcenie do zajmowanego stanowiska?	75,9%	24,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Czy zatrudnieni pracownicy posiadają odpowiednie umiejętności praktyczne do wykonywania swoich obowiązków?	62,1%	37,9%	0,0%	0,0%	0,0%
Czy zatrudnieni pracownicy posiadają odpowiednie doświadczenie zawodowe do wykonywania swoich obowiązków?	72,4%	27,6%	0,0%	0,0%	0,0%

Czy zatrudnieni pracownicy na bieżąco doszkalają się i poszerzają swoją wiedzę i umiejętności?	31,0%	55,2%	13,8%	0,0%	0,0%
Czy w instytucji występują braki kadrowe?	10,3%	17,2%	20,7%	41,4%	10,3%
Czy jednostka ma w planie w przeciągu najbliższych 2 lat zatrudnić kolejnych pracowników?	6,9%	31,0%	27,6%	34,5%	0,0%
Czy jednostka ma w planie w przeciągu najbliższych 2 lat zwolnić zatrudnionych pracowników?	3,4%	0,0%	24,1%	58,6%	13,8%
POTENCJAŁ ORGANIZACYJNY i TECHNICZNY	Zdecydowanie tak	Raczej tak	Nie mam zdania	Raczej nie	Zdecydowanie nie
Czy Państwa instytucja dysponuje wystarczającą liczbą stanowisk pracy odpowiadających liczbie zatrudnionych pracowników?	44,8%	34,5%	13,8%	6,9%	0,0%
Czy istnieje potrzeba utworzenia kolejnych stanowisk do pracy (zapewnienie miejsca, sprzętu itd.)?	10,3%	20,7%	27,6%	34,5%	6,9%
Czy Państwa instytucja dysponuje wydzielonym pomieszczeniem przeznaczonym do prowadzenia indywidualnych spotkań?	75,9%	17,2%	3,4%	0,0%	3,4%
Czy instytucja posiada urządzenia techniczne zapewniające właściwą obsługę podmiotów korzystających z usług – sprzęt komputerowy wraz z oprogramowaniem biurowym?	69,0%	24,1%	3,4%	3,4%	0,0%
Czy liczba komputerów jest wystarczająca?	44,8%	44,8%	3,4%	6,9%	0,0%
Czy jakość zapewnionych komputerów jest wystarczająca?	34,5%	37,9%	20,7%	0,0%	6,9%
Czy instytucja posiada urządzenia techniczne zapewniające właściwą obsługę podmiotów korzystających z usług – sprzęt zapewniający możliwość niezależnego korzystania z usług telefonicznych i usług dostępu do Internetu (stały dostęp do Internetu)?	37,9%	51,7%	6,9%	3,4%	0,0%
Czy instytucja posiada wystarczającą ilość środków finansowych?	6,9%	41,4%	20,7%	17,2%	13,8%
Czy dysponują Państwo niezbędnymi zasobami do świadczenia usług specjalistycznych?	6,9%	20,7%	44,8%	20,7%	6,9%

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Tabela 41. Ocena barier utrudniających rozwój PIOB

Bariera	Bardzo duży wpływ	Duży wpływ	Trudno powiedzieć	Mały wpływ	Bardzo mały wpływ	Nie dotyczy, bariera w ogóle nie występuje w przypadku u naszej instytucji
Zbyt mała liczba pracowników	6,9%	17,2%	13,8%	17,2%	10,3%	34,5%
Brak pracowników o odpowiednich kwalifikacjach	3,4%	17,2%	17,2%	13,8%	20,7%	27,6%
Brak rozwiązań prawnych promujących współpracę instytucji otoczenia biznesu z otoczeniem (np. zachęt podatkowych)	6,9%	27,6%	31,0%	13,8%	6,9%	13,8%
Brak zainteresowania ze strony odbiorców usług	0,0%	17,2%	27,6%	27,6%	13,8%	13,8%
Duża konkurencja ze strony innych instytucji otoczenia biznesu realizujących podobne zadania	3,4%	31,0%	13,8%	13,8%	24,1%	13,8%
Ograniczone możliwości finansowe odbiorców usług	10,3%	41,4%	24,1%	3,4%	10,3%	10,3%
Problemy z dotarciem z ofertą do potencjalnych odbiorców usług	0,0%	24,1%	20,7%	24,1%	17,2%	13,8%
Problemy z płynnością finansową naszej instytucji	3,4%	24,1%	27,6%	17,2%	10,3%	17,2%
Trudności w dostępie do kapitału	17,2%	31,0%	27,6%	3,4%	6,9%	13,8%
Trudności w komunikacji z władzami samorządowymi	6,9%	13,8%	31,0%	20,7%	3,4%	24,1%

Bariera	Bardzo duży wpływ	Duży wpływ	Trudno powiedzieć	Mały wpływ	Bardzo mały wpływ	Nie dotyczy, bariera w ogóle nie występuje w przypadku u naszej instytucji
(lokalnymi, regionalnymi)						
Niewystarczająco rozwinięta infrastruktura i baza lokalowa	0,0%	13,8%	31,0%	13,8%	13,8%	27,6%
Oczekiwanie nieodpłatnej formy wsparcia wśród przedsiębiorstw potrzebujących pomocy	0,0%	24,1%	20,7%	31,0%	10,3%	13,8%
Inne, jakie?	3,7%	0,0%	11,1%	3,7%	7,4%	74,1%

Źródło: Badanie własne, CAWI/CATI z IOB, n=29.

Załącznik nr 3. Tabele Case Study

Tabela 42. Case Study – Regionalna Izba Gospodarcza w Sanoku

Nazwa instytucji: Regionalna Izba Gospodarcza w Sanoku
Forma prawna instytucji: Samorządowa jednostka gospodarcza
Rok założenia: 1993
Siedziba: Sanok
Główne obszary działania Instytucji
W przeszłości Regionalna Izba Gospodarcza w Sanoku organizowała szkolenia oraz tak, jak większość podkarpackich IOB dbała o poszerzenie kompetencji kadry pracowniczej lokalnych przedsiębiorców. W wywiadzie respondent stwierdził, że aktualnie instytucja nie jest w stanie prowadzić żadnych regularnych działań lub realizować nowych projektów z racji ciężkiej sytuacji finansowej Izby. Badany tłumaczył zaistniałą w IOB sytuację mówiąc, że nie posiada ona stałego dofinansowania zewnętrznego, które pozwoliłoby na wznowienie działań i wprowadzenie potrzebnych zmian. Respondent wspominał także, że w przeszłości instytucja koordynowała działania w jednym z inkubatorów przedsiębiorczości, jednakże projekt ten został anulowany. W ciągu ostatnich 8 lat IOB, nie wygrało żadnego konkursu pozwalającego na zrealizowanie jakiegokolwiek projektu. Z racji na wyżej opisaną sytuację nie sposób jest wskazać żadnych sukcesów

Nazwa instytucji: Regionalna Izba Gospodarcza w Sanoku
odniesionych przez tę instytucję w ostatnich latach, ani żadnych innowacyjnych rozwiązań, które mogłyby w wyraźny sposób zmodernizować działalność przedsiębiorców.
Strategia współpracy
W kwestii współprac, jakie utrzymuje Regionalna Izba Gospodarcza w Sanoku z innymi podmiotami, sytuacja jest równie trudna. Przedstawiciel omawianego IOB tłumaczy, że z racji na skomplikowaną sytuację finansową, w której znajduje się instytucja, nie jest ona w stanie uczestniczyć w działaniach o charakterze współpracy.
Wyzwania stojące przed instytucją
Sytuacja Regionalnej Izby Gospodarczej w Sanoku wydaje się być najbardziej skomplikowana, w porównaniu z innymi instytucjami uczestniczącymi w badaniu. Tak jak stwierdził to przedstawiciel wyżej wskazanego podmiotu, w aktualnej sytuacji jego instytucja nie jest w stanie realizować misji postawionej przed Instytucjami Otoczenia Biznesu tj. wspierania przedsiębiorców. Brak stałego finansowania oraz innych źródeł zewnętrznego wsparcia w znacznym stopniu osłabiły RIGS oraz niemalże doprowadził do jego rozwiązania. W kwestii perspektyw na przyszłość oraz planów na wznowienie swojej działalności przedstawiciel Regionalnej Izby Gospodarczej w Sanoku wyraża swoją nadzieję, że nadchodzące zmiany polityczne stworzą dla jego instytucji nowe możliwości w ramach wprowadzania potrzebnych zmian.

Źródło: Badanie własne, Case Study z IOB.

Tabela 43. Case Study – Podkarpackie Centrum Innowacji

Nazwa instytucji: Podkarpackie Centrum Innowacji
Forma prawna instytucji: Sp. z o.o
Rok założenia: 2016
Siedziba: Rzeszów
Główne obszary działania instytucji
Podkarpackie Centrum Innowacji opiera swoją działalność na trzech filarach, każda z nich realizuje inne cele oraz zajmuje się różnymi potrzebami przedsiębiorców. Pierwsza z nich to program grantowy, którego celem jest finansowanie prac badawczo-rozwojowych cechujących się wysokim wskaźnikiem wdrażania i komercjalizacji. Drugi filar stanowi sieć laboratoriów badawczych i wzorujących, działania w tym zakresie wspierają interakcje świata nauki ze światem przemysłu oraz brokerów innowacji, którzy również skupiają się na tworzeniu nowych połączeń między nauką a biznesem. Ostatnim filarem jest program edukacyjny ProtoLab, który skierowany jest do studentów oraz początkujących naukowców, potrzebujących wsparcia przedsiębiorców przy tworzeniu innowacyjnych rozwiązań oraz przy prowadzeniu projektów studenckich.
Przydatność usług i narzędzi
Wyżej wskazana Instytucja Otoczenia Biznesu skupia się na wspieraniu podkarpackich uczelni oraz naukowców w realizacji nowych projektów, oraz wdrażaniu

Nazwa instytucji: Podkarpackie Centrum Innowacji

i komercjalizowaniu innowacyjnych rozwiązań. Niemniej jednak, również przedsiębiorcy mogą skorzystać na ich działalności – wypracowane innowacje mogą posłużyć im w modernizowaniu swoich przedsiębiorstw oraz podnoszeniu jakości swojej marki. Jednym z przykładowych sukcesów PCI jest założenie start-up'u przez zespół studencki wspierany przez program ProtoLab, który końcowo doprowadził do założenia nowej spółki akcyjnej. Przedstawiciel Podkarpackiego Centrum Innowacji, który brał udział w badaniu, podkreślił, że jego instytucja nie może świadczyć bezpośredniej pomocy publicznej, dlatego też stara się konsekwentnie wspierać pracę naukową, której końcowe efekty mogą pomóc w rozwoju podkarpackich przedsiębiorstw. Konkretnie działania podejmowane w tym celu to między innymi: pomoc w doborze strategii komercjalizacji, organizacja pomocy prawnej i patentowej, poszukiwanie dalszego finansowania dla projektów poprzez dostępne programy, szacowanie potencjału komercjalizacyjnego dla rozwiązań naukowych.

Strategia współpracy

PCI swoje działania w dużej mierze opiera na współpracy z podmiotami zajmującymi się prowadzeniem działalności naukowej jak np. szkoły wyższe oraz placówki badawcze. Przedstawiciel Podkarpackiego Centrum Innowacji podkreśla, że podmioty najbardziej zaangażowane we współpracę z instytucją to między innymi: Uniwersytet Rzeszowski, Politechnika Rzeszowska, Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania. W ramach drugiego filaru działań PCI, stworzony został portal internetowy, za pomocą którego podmioty świadczące usługi laboratoryjne mogą promować swoje oferty. Celem tego portalu jest zwiększenie dostępności innowacyjnych rozwiązań, zarówno w zakresie lokalnym jak i ogólnokrajowym. Rola PCI w tego typu promocjach polega na pośredniczeniu w sprzedaży usług lub przekierowywaniu przedsiębiorców do odpowiedniej placówki badawczej, której oferta najlepiej odpowiada na ich potrzeby. W kwestii zewnętrznego wsparcia, z którego korzysta Podkarpackie Centrum Innowacji, należy podkreślić, że wszystkie działania realizowane przez tę instytucję od momentu jej założenia są finansowane przez Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego.

Główne czynniki sukcesu instytucji

Jako główny czynnik wpływający na sukces Podkarpackiego Centrum Innowacji, jego przedstawiciele uważają swoje zdywersyfikowane podejście przy opracowywaniu nowych zagadnień oraz tworzeniu innowacji. Dzięki prowadzeniu współpracy zarówno z placówkami badawczymi jak i przedsiębiorcami czy studentami, PCI posiada bardzo dobre zrozumienie najpilniejszych potrzeb przedsiębiorców oraz opracowywanych przez naukowców najnowszych rozwiązań. Dzięki temu, jako IOB mogą korzystać z najnowszych informacji dotyczących zarówno świata nauki jak i biznesu, co pozwala im brać aktywny udział w kierowaniu rozwojem innowacji w regionie. Pozwala im to również budować kompetencje naukowców i uczniów w obszarze przedsiębiorczości, kształtując przy tym proinnowacyjną postawę. Warto również zaznaczyć, że działania realizowane przez PCI wpływają zarówno na rozwój lokalny jak i na rozwój całego województwa. Wynika to z faktu, iż w ramach działalności trzeciego filaru PCI (program ProtoLab opisany

Nazwa instytucji: Podkarpackie Centrum Innowacji
w pierwszym segmencie), oferta wsparcia dla projektów i prototypów z wysokim potencjałem komercjalizacyjnym powstających na uczelniach, skierowana jest stricte do podkarpackich szkół wyższych. W ten sposób lokalni pracownicy naukowcy nie muszą konkurować z dużymi ośrodkami akademickimi i przy okazji pracy w ramach programu ProtoLab nawiązać współpracę z lokalnymi przedsiębiorcami.
Dopasowanie usług do potrzeb przedsiębiorców
Tak jak już wspomniano, Podkarpackie Centrum Innowacji w swoich działaniach nie skupia się na przedsiębiorcach, jako że nie mogą w stosunku do nich świadczyć bezpośredniej pomocy publicznej. Dlatego też w kwestii dopasowywania swoich usług do potrzeb przedsiębiorców, zmuszeni są do ograniczenia swoich działań w tym zakresie do wspierania projektów badawczo-rozwojowych, które cechują się największą szansą na wdrożenie i ewentualną komercjalizację. W ten sposób mogą przyczynić się do zapewnienia przedsiębiorcom nowych rozwiązań. Niemniej jednak PCI planuje zwiększyć swoje możliwości w zakresie świadczenia spersonalizowanych usług, korzystając ze swojego członkostwa w Europejskiej Radzie do Spraw Innowacji. Pozwoli im to w przyszłości na realizowanie bardziej bezpośrednich działań, które będą wspierały także przedsiębiorców.
Proces nawiązywania współpracy
W większości przypadków proces nawiązywania współpracy odbywa się za pomocą portalu internetowego, gdzie w ramach większej sieci laboratoriów naukowcy mogą kontaktować się między sobą. Często zdarza się również, że PCI korzystając ze swoich baz danych zawierających listy firm i pracowników naukowych, jest w stanie pośredniczyć przy nawiązywaniu kontaktu pomiędzy przedsiębiorcą a naukowcem. Pozyskiwanie przez PCI nowych partnerów do współpracy z reguły odbywa się za pomocą szeroko rozumianej promocji swojej oferty. Zamieszczanie stosownych materiałów merytorycznych na swojej stronie internetowej w celu zareklamowania swoich usług oraz uczęszczanie na różnego rodzaju konferencje to dwa najczęściej wykorzystywane sposoby pozyskiwania partnerów.

Źródło: Badanie własne, Case Study z IOB.

Tabela 44. Case Study – INNpuls

Nazwa instytucji: INNpuls
Forma prawna: Sp. z o.o
Rok założenia: 2008
Siedziba: Rzeszów
Główne obszary działania instytucji
INNpuls specjalizuje się w świadczeniu usług doradczo-szkoleniowych. W kwestii doradztwa IOB przede wszystkim skupia się na oferowaniu swoim klientom (zarówno przedsiębiorstwom jak i jednostkom naukowym i samorządowym), pomocy w zakresie

Nazwa instytucji: INNpuls

pozyskiwania zewnętrznych źródeł finansowania dla różnych projektów oraz pisaniem unijnych wniosków dotacyjnych. Zakres oferowanych usług doradczych obejmuje również zakres zarządzania projektami, tworzeniem biznesplanów oraz innych dokumentów strategicznych dla przedsiębiorstw. Przedstawiciel INNpuls podkreślił, że szkoleniowy aspekt ich działalności nie funkcjonuje aktualnie na najwyższym poziomie, jednakże większość oferty skupia się na umiejętnościach technicznych i jest zorientowana na branżę wysokotechnologiczną. Szkolenia są świadczone w zakresie metrologii, obsługi maszyn sterowanych numerycznie oraz języka angielskiego technicznego. Spadek wydajności usług szkoleniowych, w dużej mierze spowodowany był przez okres pandemiczny. Oprócz tego INNpuls zajmuje się promowaniem wzornictwa w rozwoju nowych produktów oraz bierze udział w zarządzaniu klastrem tworzyw sztucznych Poligen.

Przydatność usług i narzędzi

Pomimo tego, że INNpuls oferuje wiele usług dla swoich klientów, najbardziej przydatne i najczęściej wykorzystywane przez przedsiębiorców jest doradztwo w zakresie dofinansowania projektów z funduszy Unii Europejskiej. W ostatnich trzech latach działalność spółki INNpuls pozwoliła na stworzenie 40 strategii wzorniczych. Prace nad tymi strategiami nadal trwają, jednakże do tego momentu, na ich podstawie opracowano i wdrożono 12 innowacji produktowych, co jest uważane za duży sukces.

Strategie współpracy

Podmioty, z którymi INNpuls zdołał nawiązać współpracę to nie tylko przedsiębiorcy, ale również szkoły wyższe i jednostki samorządowe. Przykładami współpracy są porozumienia podpisane z Politechniką Rzeszowską, Uniwersytetem Rzeszowskim oraz Urzędem Marszałkowskim. INNpuls współpracuje również w ramach klastra tworzyw sztucznych Poligen, w którego skład wchodzi szereg przedsiębiorstw oraz szkół wyższych. Przedstawiciel INNpuls deklaruje również współpracę z innymi IOB, z którymi stale prowadzona jest wymiana informacji. Na ten moment INNpuls nie korzysta z żadnych zewnętrznych źródeł finansowania, jednak w przeszłości korzystano z tego rodzaju wsparcia przy kilku okazjach. W tej kwestii możemy wskazać między innymi dofinansowania unijne (głównie FEP oraz EFS), których celem było rozbudowanie infrastruktury Instytucji Otoczenia Biznesu na terenie Podkarpacia oraz z innych projektów finansujących działania doradczo-szkoleniowe.

Główne czynniki sukcesu instytucji

Głównymi czynnikami sukcesu instytucji jest fakt, iż na przestrzeni około kilkunastu lat działalności, udało jej się wypracować renomę dla swojej marki. Udałe współprace z wieloma klientami przełożyły się na stworzenie bardzo dobrej reputacji wśród klientów, którzy kojarzą INNpuls z wysokiej jakości usługami i rzetelnym wsparciem. Tego typu wizerunek zapewnia instytucji stały napływ nowych klientów, którzy chętnie podchodzą do nawiązania współpracy. Kolejnym ważnym czynnikiem sukcesów INNpuls, jest wykwalifikowana kadra specjalizująca się w różnych polach. Dobrze zbudowany zespół pozwala na zaspokojenie zróżnicowanych potrzeb przedsiębiorców z sektora MŚP

Nazwa instytucji: INNpuls

oraz świadczenie im rzetelnego wsparcia w prowadzeniu swojej działalności gospodarczej. Innym elementem pomagającym w osiąganiu sukcesów, jest stały napływ nowych pracowników. Poprzez rekrutacje „świeżej krwi”, instytucja może pokazać swoim klientom, że bez przerwy dba o swój rozwój i nie zamierza zaprzestać swojej działalności w najbliższych latach. Jak zostało wskazane przez przedstawiciela IOB, zmiany kadrowe pomagają instytucji uniknąć stagnacji oraz zapewnić ciągły napływ nowych pomysłów, oraz innowacji. Bardzo istotny jest również fakt, iż INNpuls jest przystosowany do wprowadzania szybkich zmian w swojej działalności oraz elastycznego podejścia do dynamicznie zmieniającego się zapotrzebowania na nowe usługi. W kontekście wyżej opisanych czynników badany przedstawiciel INNpuls został zapytany, czy działalność IOB, które reprezentuje wpływa również na sukcesy odnoszone przez przedsiębiorców.

Z naszej perspektywy, uzasadniamy znaczenie naszych usług doradczych poprzez fakt, że nasi klienci dzięki nim są w stanie efektywnie realizować różnorodne projekty, takie jak inwestycyjne, badawczo-rozwojowe czy szkoleniowe. Te projekty przyczyniają się do rozwoju infrastruktury, zwiększają konkurencyjność naszych klientów oraz generują znaczące zyski. Nasze usługi doradcze stanowią kluczowy element sukcesu w tych przedsięwzięciach. Dodatkowo projekty, które realizujemy dla jednostek samorządu terytorialnego, obejmują pomoc w opracowaniu studiów wykonalności. Dotyczą one różnorodnych obszarów, takich jak rewitalizacja obiektów kultury, budowa centrów nauki czy doposażenie ochotniczej straży pożarnej. Jesteśmy partnerem tych jednostek w procesie planowania i realizacji takich projektów, pomagając im w pozyskaniu finansowania i efektywnej realizacji zamierzeń. (Źródło: CS_INNpuls)

Dopasowanie usług do potrzeb przedsiębiorców

W kwestii dopasowania usług oferowanych przez INNpuls do potrzeb swoich klientów, pracownicy IOB stale monitorują obecną sytuację w wielu branżach, w celu uzyskania jak najbardziej aktualnych informacji dotyczących potrzeb przedsiębiorców. W kontekście opisanej w poprzednim segmencie „elastyczności”, jego przedstawiciele starają się stale uaktualniać swoją ofertę. Wszelkie informacje wymagane do zrealizowania tego celu są pozyskiwane dzięki dobrej komunikacji z klientami, która opiera się na partnerskim podejściu do drugiego podmiotu. Wykorzystywane są również opinie ekspertów z różnych branż, w celu weryfikowania zdobytych informacji. Kolejnym krokiem w procesie uaktualniania swojej oferty, jest upewnienie się, że kadra INNpuls posiada odpowiednie kompetencje potrzebne do świadczenia nowo opracowanej oferty.

Proces nawiązywania współpracy

Duża część nowych klientów decydujących się na nawiązanie współpracy z INNpuls, dowiaduje się o świadczonych przez nich usługach poprzez polecenia od podmiotów uprzednio współpracujących z tą instytucją. Przedstawiciel INNpuls nazwał ten proces jako

Nazwa instytucji: INNPuls

„marketing szeptany”. Badanie wykazało, że spora część klientów, którzy korzystają z usługi opisywanej Instytucji Otoczenia Biznesu, to klienci „stali”. Z racji na poprzednio nawiązane współpracy, wcześniej wspomniana w tym opracowaniu dobra reputacja INNPuls, sprawia, że wielu klientów decyduje się na ponowne skorzystanie z oferty tej instytucji. Świadczy to nie tylko o bardzo dobrej opinii, ale również o wysokiej jakości świadczonych usług. Innymi sposobami pozyskiwania klientów przez INNPuls, jest zamieszczanie swojej oferty oraz informacji o swojej działalności na własnej stronie internetowej oraz organizowanie konkursów dla przedsiębiorców. Pomocna w nawiązywaniu współpracy jest również działalność w ramach klastrów. Jak opisuje to respondent, firmy będące częścią klastra mają bardzo łatwy dostęp do oferowanych przez nich usług, co również może przełożyć się na zdobycie nowego klienta.

Rady dla innych IOB

Główną radą przedstawiciela INNPuls dla innych Instytucji Otoczenia Biznesu, jest wyspecjalizowanie się w świadczeniu usług w konkretnej branży, a następnie podnoszenie poziomu ich jakości. Ważne jest również, aby pozyskać zewnętrzne źródła finansowania dla świadczonych usług w celu zdjęcia dodatkowych obciążeń finansowych ze swoich klientów. Jak tłumaczy respondent, nie wszyscy przedsiębiorcy są gotowi, aby płacić wygórowane ceny za realizację projektów. Ostatnią radą jest kompleksowe podejście do realizowanych działań. Zdaniem przedstawiciela INNPuls dobrą praktyką dla każdego IOB jest wspieranie swoich klientów od początku realizacji projektu, aż do jego zakończenia. Gdy IOB świadczy swoje wsparcie w danym obszarze, nie powinno ono zostawiać klienta na etapie zakończenia pisania wniosku, lecz zadbać o to, aby został on prawidłowo zrealizowany i rozliczony. Ten rodzaj prowadzenia współpracy jest szczególnie mile widziany przez przedsiębiorców.

Wyzwania stojące przed instytucją

Podczas wywiadu indywidualnego przedstawiciel INNPuls zwrócił uwagę na piętno, jakie zostawiła na jego instytucji pandemia COVID-19. Badany zwrócił uwagę, że dostosowanie działalności całej instytucji do trybu zdalnego, zmodernizowanie zaplecza informatycznego oraz zadbanie o odpowiednie zabezpieczenia, zajęło im dużo czasu i kosztowało sporo wysiłku. Respondent stwierdził, że zdecydowanie był to trudny okres dla działalności INNPuls i w największym stopniu ucierpiały na nim usługi szkoleniowe. Nie wszystkie szkolenia mogą być prowadzone w trybie zdalnym, szczególnie te polegające na nabywaniu kompetencji w obsłudze specjalistycznych narzędzi, bądź programów. Dlatego też brak możliwości przeprowadzenia spotkań w znacznym stopniu obniżył poziom merytoryczny znacznej części oferty INNPuls. Innym wyzwaniem, z którym często musi radzić sobie instytucja, jest nieadekwatna zapłata za zrealizowane usługi. Niektóre formy wsparcia oferowane przez tę instytucję są mocno wyspecjalizowane, co sprawia, że ich realizacja niesie ze sobą o wiele większe koszty, niż usługi standardowe. Tak jak zostało już wspomniane w poprzednich segmentach tego opracowania, nie wszyscy przedsiębiorcy są w stanie zapłacić za realizację niektórych projektów. Dlatego

Nazwa instytucji: INNpuls

też pozyskiwanie zewnętrznych źródeł finansowania jest stale pojawiającym się problemem, z którym INNpuls musi sobie każdorazowo radzić. Plan rozwoju INNpuls polega na stworzeniu komplementarnej infrastruktury programowej, za pomocą której instytucja ta będzie mogła prowadzić swoje szkolenia w trybie zdalnym. Za pomocą tej platformy prowadzone byłyby szkolenia, których poziom merytoryczny nie ucierpiałyby w znacznym stopniu przez fakt, iż są prowadzone zdalnie. Głównym problemem w realizacji tego planu są ograniczenia finansowe instytucji. Stworzenie zaawansowanej platformy szkoleniowej wymaga dużych nakładów finansowych, a także po jej powstaniu INNpuls będzie musiał się liczyć z kolejnymi kosztami związanymi z utrzymaniem strony.

Źródło: Badanie własne, Case Study z IOB.

Tabela 45. Case Study – Przemyska Agencja Rozwoju Regionalnego

Nazwa instytucji: Przemyska Agencja Rozwoju Regionalnego
Forma prawna instytucji: Spółka akcyjna
Rok założenia instytucji: 2004
Siedziba: Przemyśl
Główne obszary działania instytucji
Główne cele, wpisane w statut Przemyskiej Agencji Rozwoju Regionalnego, to świadczenie wsparcia dla rozwoju społeczno-gospodarczego Przemyśla oraz całego jego regionu, promowanie przedsiębiorczości oraz inicjatyw gospodarczych, wspieranie sektora MŚP. Wyżej wymienione cele są realizowane dzięki prowadzeniu szkoleń oraz świadczenia różnego rodzaju usług doradczych. W zakres tematyczny szkoleń wchodzi przygotowanie klientów w zakresie pisania wniosków o pozyskanie zewnętrznych źródeł finansowania (w tym dotacji unijnych, pożyczek). Organizowane są również specjalne spotkania skierowane do przedsiębiorców, których celem jest umożliwienie przedstawicielom różnych firm wymiany swoich doświadczeń oraz nawiązanie nowych kontaktów. Prowadzone są również punkty konsultacyjne, które pomagają aspirującym przedsiębiorcom założyć swoją własną działalność gospodarczą. Sukcesy odniesione przez PARR w ostatnich latach działalności miały miejsce głównie w branży gastronomicznej i turystycznej, a także w branżach inwestycyjnych (zakup sprzętu dotyczący nowych linii technologicznych).
Strategia współpracy
PARR współpracę prowadzi głównie z przedsiębiorcami oraz szkołami ponadpodstawowymi. W przypadku przedsiębiorców organizowane są dla nich liczne szkolenia, których celem jest podniesienie kwalifikacji ich pracowników oraz prowadzony jest projekt oferujący dotacje dla zupełnie nowych przedsiębiorców, którzy chcą założyć swoją pierwszą działalność. Z kolei w przypadku szkół ponadpodstawowych, realizowane są konkursy, które w założeniu mają nauczyć młodzież najważniejszych informacji o działalności gospodarczej oraz zachęcić ją do jej prowadzenia. Celem pobocznym obydwu tych współprac, jest promowanie swojej marki wśród jak najszerszego grona odbiorców, przy jednoczesnym

Nazwa instytucji: Przemyska Agencja Rozwoju Regionalnego

realizowaniu swojej misji, jaką jest wspieranie sektora MŚP. Przemyska Agencja Rozwoju Regionalnego nie korzysta z żadnego zewnętrznego wsparcia finansowego, wszelkie środki potrzebne do realizacji swoich celów, pozyskują we własnym zakresie.

Główne czynniki sukcesu

Wszystkie sukcesy odniesione przez Przemyską Agencję Rozwoju Regionalnego, zdaniem jej przedstawiciela, osiągnięto dzięki udziałowi wykwalifikowanej kadry. Długoletnie doświadczenie w świadczeniu usług wspierających przedsiębiorców pozwoliło instytucji na wyrobienie bardzo dobrej reputacji wśród swoich klientów. Przechodząc do drugiego czynnika, który zbudował sukces PARR tj. długiej listy stałych klientów, którzy w razie potrzeby chętnie kontaktują się z instytucją w celu uzyskania wsparcia. Wszyscy stali beneficjenci instytucji darzą ją dużym zaufaniem. Zdaniem przedstawiciela PARR, pozytywny wpływ instytucji na przedsiębiorczość w regionie, jest niepodważalny. Dowodem na to, jest szereg działalności gospodarczych, które dzięki wsparciu PARR w znacznym stopniu się rozwinęły i zwiększyły swoje dochody. Istotny jest również wzrost kwalifikacji ich kadry pracowniczej, na co również miały wpływ działania prowadzone przez Przemyską Agencję Rozwoju Regionalnego.

Dopasowanie usług do potrzeb przedsiębiorców

PARR w celu jak najlepszego dopasowania swojej oferty do potrzeb przedsiębiorców, stale monitoruje sytuację na rynku. Dzięki temu są w stanie pozyskać dużą ilość ważnych informacji, potrzebnych do realizacji swoich celów statutowych. Sprawdzane są również dostępne w danym momencie dotacje i pożyczki dla klientów w celu realizacji bardziej ambitnych, wymagających finansowo projektów. Dzięki tym dwóm instrumentom analizy, PARR jest w stanie uzyskać stosunkowo klarowny obraz sytuacji i dowiedzieć się czego najbardziej będą potrzebowali ich klienci, w najbliższym czasie. Po aktualizacji oferty informują swoich beneficjentów o naniesionych poprawkach i w wypadku zainteresowania jednego z podmiotów, przechodzą do realizacji kolejnego projektu.

Proces nawiązywania współpracy

Proces nawiązywania nowych współprac opiera się na wykorzystywaniu mediów społecznościowych oraz innych kanałów komunikacji, w celu dotarcia do nowych odbiorców. Bardzo przydatna jest również wypracowywana na przestrzeni 20 lat działania instytucji baza podmiotów, które mogą być potencjalnie zainteresowane współpracą z PARR. Pomimo skuteczności wyżej opisanych metod, badany przedstawiciel PARR stwierdza, że najlepsze wyniki i tak przynosi bezpośrednia rozmowa face to face z nowym klientem:

W dzisiejszym kontekście społecznym i biznesowym, uważam, że spotkanie twarzą w twarz oraz prowadzenie rozmowy są kluczowymi elementami. Pragnę podać konkretny przykład, ilustrujący tę tezę. Jeżeli umieszczę informacje o planowanym szkoleniu na stronie internetowej, jest mało prawdopodobne, że przedsiębiorcy zareagują. Ograniczony czas oraz ilość informacji dostępnych online sprawiają, że przedsiębiorcy

Nazwa instytucji: Przemyska Agencja Rozwoju Regionalnego
<i>nie mają ochoty ani czasu na przeglądanie różnorodnych treści. Skutecznym narzędziem w tym kontekście jest bezpośredni kontakt telefoniczny oraz rozmowa, w ramach której można przekazać istotne informacje. Ja z kolei muszę skorzystać ze wszelkich dostępnych narzędzi, aby przekonać ją do korzyści płynących z naszych usług. Z własnego doświadczenia wiemy, że żadna inna opcja się nie sprawdzi tak dobrze.</i> (Źródło: CS_Przemyska Agencja Rozwoju Regionalnego)
Wyzwania stojące przed instytucją
Główne problemy, z którymi musi sobie radzić Przemyska Agencja Rozwoju Regionalnego to przede wszystkim niechęć przedsiębiorców do wdrażania innowacji i inwestowania w swoją działalność. Przedstawiciel PARR tłumaczy, że z racji na aktualną niepewność rynku i trudną sytuację finansową wielu działalności, przedsiębiorcy boją się realizować ambitne projekty proponowane przez instytucję. Ten problem jest szczególnie odczuwalny w przypadku młodych przedsiębiorców, którzy chcą rozpocząć swoją własną działalność. Taki stan rzeczy w perspektywie czasu, może wprowadzić stagnację, negatywnie wpływającą na funkcjonowanie PARR. Przykładem pierwszych oznak stagnacji jest skierowany do początkujących przedsiębiorców konkurs, niedawno realizowany przez instytucję, do którego pierwszy raz w historii działalności PARR trzeba było dwukrotnie przedłużyć okres rekrutacji, z racji na brak chętnych do wzięcia udziału. Na ten moment Przemyska Agencja Rozwoju Regionalnego nie jest w stanie stwierdzić, w jaki sposób rozwiążą wyżej opisany problem.

Źródło: Badanie własne, Case Study z IOB.

Tabela 46. Case Study – Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego

Nazwa instytucji: Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego
Forma prawna instytucji: Spółka akcyjna
Rok założenia instytucji: 1993
Siedziba: Rzeszów
Główne obszary działania instytucji
Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego specjalizuje się w pozyskiwaniu środków finansowych dla swoich klientów tj. lokalnych przedsiębiorców. Zakres ich wsparcia nie kończy się tylko na pisaniu wniosków dotacyjnych, lecz rozciąga się także na końcowe etapy rozliczania dofinansowań. Swoją działalność RARR prowadzi również na korzyść szkół wyższych, poprzez tworzenie dla nich specjalnych projektów. Efektem realizacji tych projektów jest rozwój infrastruktury badawczej i badawczo-rozwojowej dla Politechniki Rzeszowskiej i Uniwersytetu Rzeszowskiego. Podczas swojej działalności instytucja przekazała również jeden ze swoich zasobów, którym był pre-inkubator akademicki obecnie wpisujący się w infrastrukturę Politechniki Rzeszowskiej. Probiznesowe podejście Rzeszowskiej Agencji Rozwoju Regionalnego do realizacji swoich celów statutowych, wyraża

Nazwa instytucji: Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego
<p>się nie tylko poprzez realizację różnego rodzaju inicjatyw oraz projektów, lecz także przez świadczenie wielu usług pomocniczych. W ofercie RARR znajduje się szereg usług umożliwiających klientom instytucji wynajęcie sal konferencyjnych znajdujących się na terenie Rzeszowa i Jasionka. W ramach tej samej kategorii usług RARR oferuje swoim klientom wynajęcie powierzchni biurowej znajdującej w Rzeszowie. Kolejnym elementem oferty Rzeszowskiej Agencji Rozwoju Regionalnego, są usługi laboratoryjne pozwalające klientom agencji na m.in. przeprowadzenie testów starzeniowych, badania procesów technologicznych oraz szybkie prototypowanie.</p>
Przydatność usług i narzędzi
<p>Działalność, którą prowadzi RARR nie polega stricte na tworzeniu nowych usług czy produktów dla swoich klientów. Instytucja ta skupia się bardziej na oferowaniu merytorycznego wsparcia dla swoich beneficjentów, aby ci mogli łatwiej uzyskać potrzebne do realizacji swoich celów zasoby (głównie dotacje unijne). Warty odnotowania sukcesami, które udało się odnieść tej instytucji to między innymi utworzenie Podkarpackiego Parku Naukowo-Technologicznego Aeropolis oraz spieniężenie kilkudziesięciu hektarów ziemi przekazanych agencji przez władze wojewódzkie. Drugi wskazany przed chwilą sukces jest szczególnie istotny, jako że ziemia została sprzedana lokalnym i zagranicznym przedsiębiorcom, którzy rozpoczęli swoją działalność na tym terenie, tworząc przy tym przeszło 6 tysięcy miejsc pracy. Kapitał zaangażowany w rozwoju tych przedsiębiorstw zdołał znacznie przekroczyć kwotę 6 miliardów złotych.</p>
Strategie współpracy
<p>Pomijając podmioty wskazane w poprzednim segmencie (szkoły wyższe i przedsiębiorcy), RARR jest bardzo otwarty na współpracę z dowolnym podmiotem tak długo, jak tematyka tej współpracy wpisuje się w zakres kompetencji instytucji. Dobrym przykładem kolejnego rodzaju podmiotu, który skorzystał z pomocy RARR, jest jedna z gmin znajdujących się na terenie województwa podkarpackiego. Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego przygotowała dla tej gminy specjalny program dotacyjny, którego celem jest wsparcie szkolnictwa. Niemniej, najczęstszymi klientami RARR, są lokalne jak i międzynarodowe firmy, prowadzące swoją działalność na terenie województwa podkarpackiego. W kwestii korzystania z zewnętrznych źródeł finansowania, należy zwrócić uwagę, że podczas realizacji różnych projektów krajowych lub międzynarodowych, pomijając wymagany wkład własny, instytucja korzysta ze środków zewnętrznych najczęściej zapewnianych przez Unię Europejską.</p>
Główne czynniki sukcesu
<p>Wskazany przez przedstawiciela RARR, głównym czynnikiem sukcesu instytucji jest bardzo dobra reputacja i wysoka wiarygodność. Na przestrzeni lat działalności, agencja zdołała zdobyć zaufanie wielu zadowolonych klientów, co sprawiło, że dziś instytucja ta nie musi udowadniać swojej wartości na każdym kroku. Korzyści płynące z bardzo dobrej reputacji na rynku, przedstawiciel RARR opisał w następujący sposób:</p>

Nazwa instytucji: Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego

*Dążymy do kontynuowania dobrych tradycji, które odznaczały współpracę przedsiębiorstw zarówno w przeszłości, jak i obecnie. Nasza solidność na rynku stanowi podstawę tego, że wiele podmiotów zwraca się do nas o wsparcie. Jesteśmy coraz częściej wybierani w ramach konkursów, zapytań ofertowych oraz przetargów dotyczących przygotowania dokumentacji w celu pozyskania środków finansowych.
(Źródło: CS_RARR)*

Dobrym przykładem rozwoju regionalnego, który został zainicjowany przez działalność Rzeszowskiej Agencji Rozwoju Regionalnego, jest już wcześniej wspomniane przekazanie terenów w ręce lokalnych przedsiębiorców. Dzięki tej operacji, na terenie województwa utworzono ponad 6,5 tysiąca miejsc pracy w ciągu ostatnich 12 lat. Pokazuje to jak skuteczny jest RARR w zachęcaniu przedsiębiorców do rozpoczynania swojej działalności w ich regionie. Kolejnym przykładem sukcesów odniesionych przez RARR, jest uruchomienie nowych zakładów przemysłowych przez firmę BorgWarner na terenie Podkarpacia. Dzięki konsultacjom z Rzeszowską Agencją Rozwoju Regionalnego, wyżej wskazany przedsiębiorca zdecydował się rozszerzyć swoją działalność na terenie Podkarpacia, zamiast przenosić swoje zakłady na Węgry.

Dopasowanie usług do potrzeb przedsiębiorców

Z racji na doświadczenie nabyte przez długie lata działalności, RARR jest przygotowany na ewentualność wprowadzania nagłych zmian w swojej ofercie, w sytuacji, gdy zauważona zostanie taka potrzeba. Każdy konkurs i projekt realizowany przez agencję różni się od siebie, co pokazuje łatwość z jaką RARR jest w stanie zaadaptować swoje działania do zmieniających się potrzeb klientów. Duża część współpracy, które podejmuje RARR rozpoczyna się od niezbyt klarownych planów przedsiębiorców, którzy mają konkretną wizję efektów końcowych nowego projektu, lecz nie są pewni jak do owych efektów dotrzeć. W takiej sytuacji RARR jest przygotowany, aby przejąć inicjatywę i zaproponować najlepsze dostępne rozwiązania, które dadzą ich klientom największe szansę na udaną realizację wyznaczonych celów.

Proces nawiązywania współpracy

W odróżnieniu od innych Instytucji Otoczenia Biznesu, które zostały opisane w tym studium przypadku, RARR opiera swoją politykę zdobywania nowych klientów nie na kampaniach reklamowych lub konferencjach promocyjnych, lecz na wypracowanym kapitale społecznym. Przedstawiciel agencji tłumaczył, że głównym sposobem pozyskiwania nowych klientów jest wykorzystywanie swojej reputacji. Dzięki wielu odniesionym sukcesom oraz bardzo silnej marce, nowi klienci sami zgłaszają się do Rzeszowskiej Agencji Rozwoju Regionalnego, zachęceni do tego przez pozytywne relacje innych przedsiębiorców. Respondent nazwał to zjawisko „marketingiem szeptanym”. Zaufanie jakim przedsiębiorcy darzą RARR jest tak duże, że w większości przypadków sami pojawiają się w instytucji z zapytaniem o rozpoczęcie współpracy. Tworzy to pewien efekt kuli śnieżnej, dzięki

Nazwa instytucji: Rzeszowska Agencja Rozwoju Regionalnego

któremu jeden zadowolony klient doprowadza do pojawienia się dwóch nowych. Oczywiście media społecznościowe oraz inne kanały komunikacji są również wykorzystywane, jednakże nie są one główną metodą pozyskiwania nowych klientów przez agencję. Realizacja współpracy przebiega według dwóch możliwych ścieżek. Przedsiębiorca podczas podpisywania porozumienia może zdecydować się na zakończenie współpracy, od razu po zakończeniu pisania wniosku o pozyskanie danych zasobów, bądź też przedłużyć ją aż do momentu finalizacji rozliczenia. RARR otwarty jest na obydwie te możliwości.

Rady dla innych IOB

Zdaniem przedstawiciela Rzeszowskiej Agencji Rozwoju Regionalnego absolutnie najważniejszym zasobem, który powinna pozyskać w pierwszej kolejności każda IOB, jest wykwalifikowana kadra. Badany podkreśla, że jeśli zespół pracujący w instytucji nie będzie zbudowany z ludzi mających praktyczne i wieloletnie doświadczenie w świecie biznesu, IOB będzie skazane na porażkę. Jak tłumaczył respondent, zawiła specyfika świata biznesu sprawia, że rozpoznanie osoby nieposiadającej odpowiednich kompetencji w zakresie świadczenia usług biznesowych, jest bardzo łatwa do wykrycia. Zatrudnienie takich osób w swojej instytucji bardzo mocno zniechęci przedsiębiorców do prowadzenia z nią jakiegokolwiek współpracy. W rozumieniu przedstawiciela RARR, „ludzie biznesu” to osoby dobrze zaznajomione z działalnością gospodarczą, które nabyły swoje doświadczenie pracując w korporacjach, wyspecjalizowanych branżach oraz innych wymagających środowiskach. Kolejną radą dla innych IOB, jest dopilnowanie, aby kadra posiadała zaawansowane umiejętności językowe, jako że jest to drugi najważniejszy zasób dla każdego IOB. Badany argumentował swoje stanowisko mówiąc, że duża część negocjacji odbywa się w środowisku nieformalnym, w którym trzeba być przygotowanym do samodzielnej komunikacji bez wsparcia tłumacza.

Wyzwania stojące przed instytucją

Główne wyzwania stojące przed Rzeszowską Agencją Rozwoju Regionalnego, prezentują się następująco. Po pierwsze pracownicy instytucji zauważyli pewien powtarzający się schemat działania przedsiębiorców, który polega na chęci realizowania bardzo ambitnych projektów, które realnie nie mają wystarczających szans powodzenia. Dobrym przykładem takiego projektu jest oferta jednego z klientów RARR, który planuje rozpocząć internacjonalizację swojej działalności na dużą skalę. Jednakże z racji na charakter jego działalności (rolnictwo i budownictwo), aktualnie rynek nie wykazuje zapotrzebowania na rozwój takich działalności, co może przełożyć się na brak przedsiębiorców chętnych do współpracy w ramach internacjonalizacji. Drugim problemem jest bardzo szybkie tempo wydawania dużych kwot pieniężnych na realizowane przez RARR projekty. Może to doprowadzić do sytuacji, w której instytucji zabraknie środków na realizację zamierzonych celów.

Źródło: Badanie własne, Case Study z IOB.

Tabela 47. Case Study – Podkarpacki Fundusz Rozwoju

Nazwa instytucji: Podkarpacki Fundusz Rozwoju
Forma prawna instytucji: Sp. z o.o
Rok założenia: 2017
Siedziba: Rzeszów
Główne obszary działania
Działania prowadzone przez Podkarpacki Fundusz Rozwoju w głównej mierze opierają się na udzielaniu oprocentowanych pożyczek przedsiębiorcom z sektora MŚP. Spółka dysponuje kwotą 120 milionów złotych pochodzących z funduszy gminy. Najbardziej przydatnym narzędziem wsparcia dla lokalnych przedsiębiorców są oczywiście udzielane przez PFR pożyczki. W kwestii działań proinnowacyjnych podejmowanych przez instytucje, respondent podkreśla, że PFR skupia się również na inwestowaniu w usługowość oraz na kierowaniu pożyczek do przedsiębiorstw, które mają wysoki potencjał innowacyjny. Badany zaznacza również, że w przypadku udzielania pożyczek na cele związane ze zwiększaniem innowacyjności podkarpackiego sektora MŚP, umowa podpisywana z klientem charakteryzuje się preferencyjnymi warunkami, aby dodatkowo ułatwić rozwój klienta. Minimalny próg miesięcznego oprocentowania tego typu pożyczek jest odgórnie ustalany przez Unię Europejską, co zdaniem badanego w pewnym stopniu ogranicza możliwości PFR, nie mniej stopy procentowe i tak okazują się stosunkowo niskie.
Przydatność usług i narzędzi
W trakcie realizacji wywiadu przedstawiciel PFR biorący udział w badaniu tłumaczył, dlaczego świadczenie usług finansowych polegających na udzielaniu pożyczek przedsiębiorcom na preferencyjnych warunkach jest tak ważne. Jak mówi respondent w większości przypadków, gdy przedsiębiorcy decydują się na rozwój swojej działalności, pobierając pożyczkę ze zwykłego banku, muszą liczyć się z dużym obciążeniem finansowym, jakie niesie ze sobą spłata kredytu. Badany podkreśla, że zwykłe stopy procentowe nakładane przez banki zmuszają przedsiębiorców do szybkiego zwiększenia swoich przychodów w celu spłacenia kredytu. Wywiera to na przedsiębiorców dużą presję finansową, jako że w regionie Podkarpacia szybki rozwój często nie jest możliwy, z racji na ogólną sytuację gospodarczą tego województwa. Opierając swoje stanowisko na wyżej opisanej sytuacji, badany podkreśla, że kierowanie pożyczek o preferencyjnych warunkach do podkarpackich przedsiębiorców z sektora MŚP jest szczególnie ważne z perspektywy rozwoju gospodarczego całego regionu.
Strategia współpracy oraz wsparcie zewnętrzne
Podmioty, z którymi współpracuje Podkarpacki Fundusz Rozwoju to m.in. agencje rozwoju, grupy przedsiębiorców, izby handlowe oraz szkoły wyższe i inne placówki edukacyjne. W ramach tychże współprac przedstawiciele PFR uczestniczą w różnego rodzaju konferencjach oraz spotkaniach biznesowych, których celem jest promowanie

Nazwa instytucji: Podkarpacki Fundusz Rozwoju

oraz rozwijanie kultury innowacyjności. Badany podkreśla jednak, że w ostatnim czasie motywacja przedstawicieli sektora MŚP do inwestowania oraz realizowania ambitnych projektów, w znacznym stopniu zmalała i nie wykazują oni zbyt dużego zainteresowania kwestiami związanymi z wprowadzaniem innowacji do swoich działalności. Zdaniem respondenta może to być spowodowane ciężką sytuacją finansową, która panuje obecnie w Polsce. Podczas realizacji wywiadu poruszona została również kwestia zewnętrznych źródeł wsparcia, z których korzysta PFR. Badany stwierdził, że oprócz cyklicznego otrzymywania dużej ilości środków finansowych z funduszy gminnych, instytucja korzysta również z różnych form wsparcia merytorycznego zapewnianego przez podmioty zewnętrzne oraz z informacji uzyskanych poprzez kontaktowanie się z zaprzyjaźnionymi podmiotami. Instytucja przy wielu okazjach korzysta z różnego rodzaju analiz kondycji i możliwości poszczególnych branż w sektorze MŚP na Podkarpaciu. Udzielanie pożyczek wiąże się z dosyć dużym ryzykiem poniesienia strat, dlatego też głębokie zrozumienie aktualnej sytuacji rynkowej jest dla PFR niezwykle ważne, co sprawia, że tworzone przez podmioty zewnętrzne analizy oraz udzielane przez inne podmioty porady, są dla instytucji niezwykle pomocne.

Główne czynniki sukcesu

Przedstawiciel PFR podkreślał, że istotnym czynnikiem sukcesu instytucji, jest odpowiednie dostosowanie swojej oferty do zapotrzebowania na rynku. Zrozumienie potrzeb swoich klientów oraz zapewnienie im jak najlepszych warunków do ich spełniania, jest dla PFR absolutnie kluczowe. Respondent tłumaczy, że z racji na fakt, iż większość klientów jego instytucji to mikroprzedsiębiorstwa, oferta podmiotu musi brać pod uwagę wszelkie ograniczenia tego rodzaju działalności gospodarczych (np. brak możliwości płaćenia zbyt wysokich stawek procentowych). Ważne jest również partnerskie podejście do każdego z klientów i gotowość do wprowadzenia potrzebnych zmian do swojej oferty w dowolnym momencie. Istotnym czynnikiem sukcesu jest też komplementarność świadczonych usług. Badany tłumaczy, że dobrą praktyką jest zadbanie o to, aby instytucja była w stanie udzielić pożyczki na każdą z potrzeb klienta (w przypadku pożyczki na budowę hali, zapewnić klientowi możliwość pobrania dodatkowych środków na zakup maszyn oraz wyposażenia). To, co odróżnia PFR od innych instytucji tego typu, jest fakt, iż swoje działania prowadzą dzięki stałemu dofinansowaniu, co zupełnie eliminuje potrzebę rywalizacji w różnego rodzaju konkursach w celu pozyskania środków. Jest to bardzo silna strona tejże instytucji, jako że jej przedstawiciele nie muszą się przejmować potencjalnym brakiem środków, które ograniczyłyby ich możliwości prowadzenia działań wspierających MŚP. Zdaniem respondenta przeprowadzone przez jego instytucje działania, w istotny sposób przyczyniły się do rozwoju podkarpackich przedsiębiorców w sektorze MŚP. Od momentu rozpoczęcia swojej działalności PFR zapewnił wsparcie około 500 różnym przedsiębiorcom. Wielu z nich dzięki współpracy z Podkarpackim Funduszem Rozwoju miało możliwość rozwinięcia swojej działalności, m.in. poprzez tworzenie nowej infrastruktury dzięki środkom zapewnionym przez PFR.

Nazwa instytucji: Podkarpacki Fundusz Rozwoju

Dopasowanie usług do potrzeb przedsiębiorców

Tak jak zostało to już wspomniane w poprzedniej części tego opracowania pracownicy Podkarpackiego Funduszu Rozwoju, starają się na bieżąco pozyskiwać najnowsze informacje dotyczące sytuacji na rynku, aby jak najlepiej przystosować swoją ofertę do potrzeb swoich klientów. Przedstawiciel PFR biorący udział w badaniu zaznaczył również, że dużą rolę w procesie zdobywania ważnych informacji, odgrywa dialog prowadzony między instytucją a jej klientami. Jak tłumaczy respondent utrzymywanie stałego kontaktu oraz dbanie o skuteczną komunikację pomiędzy podmiotami jest kluczowe dla odpowiedniego dostosowania swojej oferty. PFR stara się również o utrzymanie stóp procentowych swoich pożyczek na jak najniższym poziomie, aby maksymalnie zwiększyć konkurencyjność swojej oferty i dodatkowo zachęcić potencjalnych klientów do nawiązania współpracy.

Proces nawiązywania współpracy

Pozyskiwanie nowych klientów do współpracy przez PFR, odbywa się na zasadzie nawiązywania bezpośredniego kontaktu z jak największą liczbą przedsiębiorców, którzy potencjalnie byłiby chętni do zawarcia porozumienia. Spotkania face to face, na których przedstawiciel PFR przedstawia ofertę swojej instytucji nowej firmie, organizowane są regularnie i pozwalają na zwiększenie swojej rozpoznawalności w wielu branżach. Inną metodą nawiązywania nowych współpracy jest szeroko rozumiana promocja prowadzona za pomocą mediów społecznościowych, lokalnych gazet, reklam telewizyjnych i radiowych. Badany podkreśla, że dobrze przeprowadzona kampania reklamowa niejednokrotnie może zapewnić instytucji wielu nowych klientów. Część nowych klientów, którzy rozpoczynają swoją współpracę z PFR, trafia do instytucji z polecenia innych przedsiębiorców, którzy mieli okazję skorzystać z oferty instytucji w przeszłości. Świadczy to zarówno o poziomie zaufania, jakim podkarpacki przedsiębiorcy darzą PFR, jak i o poziomie świadczonych przez nich usług. Po nawiązaniu porozumienia z przedsiębiorcą współpraca między dwoma podmiotami wygląda następująco. Po złożeniu wniosku o udzielenie pożyczki grupa analityków zaliczająca się do kadry PFR analizuje przedstawiony im dokument, aby upewnić się, że wszystkie dane są należycie wypełnione. W zależności od kompetencji przedsiębiorcy, proces prawidłowego składania stosownych dokumentów może trwać od kilku dni aż do kilku miesięcy, nie mniej nie jest to proces, który powinien być w jakikolwiek sposób lekceważony. Badany tłumaczy, że z racji na wielkość przekazywanych poprzez pożyczki kwot, każdy klient instytucji musi spełnić pewne podstawowe kryteria, aby zapewnić instytucje o swojej wypłacalności. Tego typu procedury minimalizują ryzyko poniesienia strat przez instytucję.

Rady dla innych IOB

Zdaniem biorącego udział w badaniu przedstawiciela PFR bardzo istotne jest nabycie odpowiedniej ilości doświadczenia jako instytucja. Aby móc świadczyć rzetelne usługi finansowe wysokiej jakości, kadra pracownicza potrzebuje lat doświadczenia w swojej branży, które najlepiej jest zdobyć, pracując na wielu różnych rynkach. Kolejną radą badanego jest zadbanie o doświadczenie praktyczne. Stworzenie odpowiedniego zaplecza

Nazwa instytucji: Podkarpacki Fundusz Rozwoju

merytorycznego jest dla tego typu instytucji bardzo istotne, jednakże bez możliwości zastosowania zdobytej wiedzy w praktyce, działalność instytucji jest skazana na porażkę. Ostatnią radą jest otwartość na zmiany i innowacje w swojej instytucji. Jak tłumaczy respondent, rynek zmienia się w bardzo dynamiczny sposób, co tworzy konieczność wypracowania elastycznego podejścia do kwestii świadczenia swoich usług oraz ciągłego uaktualniania oferty. Zamknięcie się na zmiany, zdaniem badanego, jest gwarancją porażki.

Wyzwania stojące przed instytucją

Mówiąc o planach na przyszłość i potencjalnych wyzwaniach, które instytucja może napotkać w trakcie ich realizacji, badany mówi o chęci uproszczenia procesu udzielania pożyczek, oraz szeregu ograniczeń prawnych, które krępują niektóre działania podejmowane przez PFR. Jak tłumaczy badany w niektórych bardziej rozwiniętych gospodarczo krajach, procedury prawne dotyczące udzielania pożyczek oraz innych wsparć finansowych są o wiele mniej restrykcyjne, co pozwala tamtejszym IOB na płynniejszą realizację zamierzonych celów. Badany uważa, że w perspektywie kilku najbliższych lat podobne regulacje prawne powinny zostać wprowadzone również w Polsce.

Źródło: Badanie własne, Case Study z IOB.