

RAPORT

Realizacja projektu w latach 2014-2015.

Ewaluacja ex-post projektu pn.:
„*Ekosystem Polska Przedsiębiorcza*”

Data opracowania raportu: 30 stycznia 2015 r.



IBC GROUP Central Europe Holding
Spółka Akcyjna
Mokotowska 1, 00-640 Warszawa
tel. +48 (22) 250 18 39, fax +48 (22) 201 21 40
Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy
XII Wydział Gospodarczy KRS 0000331161
NIP: 7010131084

PREZES ZARZĄDU

Emilia Kowalczyk

Zamawiający:

Fundacja Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości
ul. Piękna 68; 00-672 Warszawa
www.inkubatory.pl

Wykonawca:

IBC GROUP Central Europe Holding S.A.
ul. Mokotowska 1, 00-640 Warszawa
www.abc-group.pl

Projekt współfinansowany ze środków Fundacji Bankowej
im. L. Kronenberga przy Citi Handlowy.



Spis treści

1. Akronimy i skróty stosowane w tekście	3
2. Wprowadzenie	4
METODOLOGIA BADANIA	5
3. Cele i zakres badania ewaluacyjnego	5
3.1. Cele badania	5
3.2. Zakres czasowy i terytorialny badania	5
3.3. Zakres tematyczny badania (zakres przedmiotowy)	5
4. Kryteria ewaluacyjne i główny przedmiot badania	5
5. Metody i techniki badawcze	6
6. Wyniki badania	7
6.1. Czy cele projektu (główny i szczegółowe) zostały osiągnięte?	7
6.2. Jakie czynniki sprzyjały, a jakie występowały bariery związane z osiągnięciem celów (głównego i szczegółowych)?	11
6.3. Jakie czynniki wpływały na podjęcie uczestnictwa w projekcie?	12
6.4. Czy zakładane wskaźniki produktów i rezultatów (ilościowych i jakościowych) zostały osiągnięte?	12
6.5. Jakie czynniki utrudniały osiągnięcie produktów i rezultatów?	13
6.6. Jakie doświadczenia z realizacji projektu powinny być uwzględnione przy realizacji podobnych działań w przyszłości?	14
7. Wyniki badania	14
8. Wnioski i podsumowanie	24

1. Akronimy i skróty stosowane w tekście

Skrót / Oznaczenie	Znaczenie
Projekt	„Ekosystem Polska Przedsiębiorcza”
SOPZ	Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia
CITI	CITI Bank Handlowy
Zamawiający	Fundacja Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości
Wykonawca	IBC GROUP Central Europe Holding S.A.
Desk Research	Analiza danych zastanych
IDI (ang. <i>Individual In-Depth Interview</i>)	Indywidualny wywiad pogłębiony
PAPI (ang. <i>Paper Interview</i>)	Wywiady kwestionariuszowe wypełniane przez uczestników szkoleń i seminariów oraz spotkań
Fieldwork	Faza operacyjno-terenowa badania
Operat badania	Zamknięty zakresowo zbiór kwalifikowanych badawczo podmiotów umożliwiający zastosowanie schematu doboru próby
Beneficjenci/Uczestnicy	Osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą i osoby prawne (spółki prawa handlowego), ogółem rozumiane jako firmy biorące udział w Projekcie

2. Wprowadzenie

Istotne znaczenie dla rynku pracy oraz rozwoju społeczno-gospodarczego w Polsce mają przemiany i motywowanie młodego społeczeństwa, a w szczególności budowanie warunków sprzyjających dla rozwoju przedsiębiorczości. Odpowiedzią na te potrzeby jest projekt realizowany przez Fundację Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości **Ekosystem Polska Przedsiębiorcza** – ogólnopolski program doradczy, składający się z dwóch ścieżek wsparcia Programu AIP StarUp i Programu AIP Business. Z uwagi na różnorodność działań, program skierowany był do dwóch podstawowych grup odbiorców:

- w zakresie wydarzeń organizowanych na uczelniach wyższych w Inkubatorach AIP - były to osoby fizyczne w tym przede wszystkim studenci, absolwenci, doktoranci;
- w zakresie wydarzeń organizowanych w centrach przedsiębiorczości AIP Business Link - były to przede wszystkim startupy, czyli przedsiębiorstwa we wstępnej fazie rozwoju, a przede wszystkim firmy innowacyjne, nastawione na dalszy rozwój przy wykorzystaniu nowych technologii oraz nowoczesnych narzędzi wspierania biznesu.

Projekt i działania w nim określone realizowane były przez 12 miesięcy, w okresie 01.02.2014 r. – 31.01.2015 r. Wsparciem doradczym w ramach realizacji Projektu objęto łącznie 450 osób. Na zakończenie realizacji Projektu, zaplanowane zostało niniejsze badanie ewaluacyjne o charakterze podsumowującym ex-post, zgodnie z którym powstał niniejszy raport z badania.

Raport prezentowany, przedstawia ocenę realizacji Projektu w latach 2014-2015 zgodnie z przekazaną Wykonawcy kompletną dokumentacją Projektu oraz wykonanymi badaniami.

METODOLOGIA BADANIA

3. Cele i zakres badania ewaluacyjnego

3.1. Cele badania

Głównym celem badania była ocena przebiegu oraz produktów, rezultatów i oddziaływania Projektu **Ekosystem Polska Przedsiębiorcza** w oparciu o sformułowane kryteria. Osiągnięcie celu głównego było możliwe poprzez zrealizowanie następujących **celów szczegółowych**:

1. Ocena skuteczności działań prowadzonych w ramach projektu.
2. Ocena stopnia, w jakim cele Projektu i działania realizowane w jego ramach odpowiadały potrzebom grupy docelowej.
3. Ocena stopnia osiągnięcia zakładanych rezultatów i produktów Projektu.
4. Ocena stopnia osiągnięcia zakładanych celów projektu.
5. Identyfikacja barier i problemów związanych z realizacją projektu.
6. Ocena jakości wypracowanych w trakcie trwania projektu materiałów.

3.2. Zakres czasowy i terytorialny badania

Badanie (w wyniku którego, powstał niniejszy raport) zostało zrealizowane od dnia 1 grudnia 2014 roku do dnia 15 stycznia 2015 roku we wszystkich placówkach biorących udział w Projekcie.

3.3. Zakres tematyczny badania (zakres przedmiotowy)

Zakres przedmiotowy badania ewaluacyjnego objął Projekt **Ekosystem Polska Przedsiębiorcza**. Ewaluacja projektu obejmowała ocenę realizacji wszystkich zadań przewidzianych w Projekcie w latach 2014-2015.

4. Kryteria ewaluacyjne i główny przedmiot badania

Proces badawczy, jak również odpowiedzi na wszystkie pytania zostały przeprowadzone w oparciu o następujące kryteria ewaluacyjne:

- **adekwatność/trafność** w odniesieniu do potrzeb określonych w ramach projektu – do zapotrzebowania uczestników projektu,
- **skuteczność** w odniesieniu do zakładanych celów i rezultatów projektu – pomocy przekazanej uczestnikom projektu,

- **użyteczność** realizowanych działań w kontekście poprawy efektywności realizacji zadań Projektu oraz możliwości udoskonalenia pomocy przekazanej uczestnikom projektu,
- **efektywność** realizowanych działań w kontekście optymalnego wykorzystania zasobów – wpływ skorzystania z pomocy w ramach projektu na rozwój osobisty i zawodowy uczestników projektu oraz elementów organizacyjnych szkoleń realizowanych w ramach projektu.

5. Metody i techniki badawcze

Ewaluacja ex-post jest społeczno-ekonomicznym badaniem oceniającym znaczenie przeprowadzonej interwencji w zakresie realizacji potrzeb, na które miała odpowiadać, jak również oceniającym jej niezamierzone efekty. Tego typu badanie dokonywane jest po zakończeniu realizowanej interwencji. W odniesieniu do praktyk przyjętych w UE ewaluacja ex-post powinna być realizowana nie później niż trzy lata po zakończeniu działań. Podejmując się tego typu badania, ewaluator jest zainteresowany całościową oceną interwencji, dlatego też ewaluację ex-post często określa się mianem ewaluacji podsumowującej (summative evaluation).¹

W ramach badań przeprowadzonych w celu opracowania niniejszego raportu oceniającego realizację Projektu przeprowadzono analizę dokumentów udostępnionych przez Zamawiającego, a zawierających m.in. umowę o dofinansowanie, dokumenty osobowe, kwestionariusze ankietowe w liczbie 900² ankiet oraz inne dokumenty, w tym: wniosek o dofinansowanie, opracowania powstałe w ramach realizacji projektu, i in. Jednocześnie przeprowadzono badania o charakterze jakościowym (10 wywiadów IDI z osobami zaangażowanymi w czasie objętym badaniem w realizację projektu w Fundacji Akademickie Inkubatory Przedsiębiorczości).

¹ http://www.ewaluacja.gov.pl/Poradnik_ewaluacji/Documents/Poradnik_ewaluacji.pdf

² Projekt objął swoim zakresem 450 uczestników, z których wszyscy aktywni uczestnicy wypełniali kwestionariusze ewaluacyjne oceniające Projekt z ich perspektywy. Ankiety były wypełniane zarówno na początku okresu realizacji Projektu, a później na jego zakończenie.

6. Wyniki badania

Wykonawca przedstawia wyniki przeprowadzonych badań poprzez udzielenie odpowiedzi na pytania badawcze.

6.1. Czy cele projektu (główny i szczegółowe) zostały osiągnięte?

AIP to największa w Europie sieć 40 inkubatorów stanowiąca unikalny w skali globalnej - system do testowania pomysłów biznesowych.

Działania w ramach AIP:

- **AIP StartUP Kick-off** – indywidualne spotkania startupu z dyrektorem inkubatora, których celem jest pomoc w ukształtowaniu wizji i modelu biznesowego początkującego przedsiębiorcy. Kick-offy trwają ok. 60 minut, a ich ilość i częstotliwość dostosowana jest do potrzeb i oczekiwań startupów.

- **AIP StartUP Mentoring** – indywidualne spotkania z doświadczonymi przedsiębiorcami i praktykami z różnych branż. Mentoringi odbywają się w formie bezpośrednich spotkań lub w formie wideokonferencji. Dzięki przekazaniu przed sesją mentoringową informacji jakie są oczekiwania początkującego przedsiębiorcy wobec mentora oraz jakie ma do niego pytania poprawia efektywność spotkania.

- **AIP StartUp Training** – kameralne, warsztatowe odbywające się cyklicznie spotkania o charakterze moderowanej rozmowy, w której uczestnicy kierują pytania (na bazie własnych problemów biznesowych) do eksperta zaproszonego na dane spotkanie. Każde ze szkoleń dotyczy innego tematu.

- **AIP Startup Mixer** – celem wydarzenia jest pobudzenie w uczestnikach programu chęci rywalizacji. Startup Mixer to konkurs połączony z elementami mentoringu i networkingu. Wydarzenie koordynowane i prowadzone przez dyrektora inkubatora, który zaprasza do uczestnictwa ekspertów biznesowych. Rola gościa specjalnego polega na dzieleniu się wiedzą podczas dyskusji oraz wyborze najlepszej firmy spośród 3, które zaprezentują swój pomysł biznesowy podczas 3-minutowych prezentacji. Po części oficjalnej, uczestnicy spotkania dostają szansę, by poznać się nawzajem, zadać pytania ekspertowi i nawiązać nowe kontakty biznesowe.

Zgodnie z przeanalizowaną w ramach badania Desk Research udostępnioną Wykonawcy dokumentacją Projektu, stwierdza się, że wykonane zostały w ramach Projektu następujące działania:

Tabela 1: Stopień realizacji zaplanowanych w harmonogramie Projektu cyklicznych spotkań dla StartUpów.

	Planowana w harmonogramie liczba spotkań	Liczba zrealizowanych spotkań	Procent realizacji
AIP StartUP Kick-off	250	250	100%
AIP StartUP Mentoring	250	250	100%
AIP StartUP Training	175	161	92%
AIP Startup Mixer	12	12	100%

Źródło: opracowanie własne na podstawie cyklicznych raportów z realizacji Projektu

Planowane w harmonogramie spotkania dla AIP StartUp zostały zrealizowane średnio w 98%. Najslabiej poszło z realizacją AIP StartUp Training (stopień realizacji – 92%).

AIP BUSINESS LINK – to innowacyjny akcelerator biznesu, który opiera się na zrównoważonym programie rozwoju w dążeniu do sukcesu globalnego. Business Link posiada lokalizacje w najważniejszych biznesowo miastach Polski: Warszawie, Krakowie, Gdańsku, Poznaniu, Wrocławiu, Toruniu, Katowicach i Szczecinie. Celem platformy rozwoju biznesu jest zapewnienie rozwijającym się firmom możliwości i narzędzi do globalnego rozwoju. BL oferuje członkom swojej społeczności wsparcie administracyjne, prawne i księgowe, dostęp do najlepszych mentorów i trenerów w Polsce, wspiera także relacje B2B i networking. Pakiet BL pozwala na skupienie się wyłącznie na rozwoju działalności oraz prowadzenie firmy online z dowolnego miejsca na świecie. Program AIP Business Link Go Global pozwala najbardziej innowacyjnym firmom na spróbowanie swoich sił na rynkach zagranicznych, szczególnie w Dolinie Krzemowej.

Działania w ramach AIP Business Link:

- **AIP Business Kick-off** – celem spotkań jest diagnozowanie potrzeb firmy biorącej w nim udział oraz odpowiednie dobranie narzędzi pomagających między innymi w promocji, pozyskaniu nowych klientów lub inwestorów. Podejmowane są na nich starania, aby wskazać partnerów biznesowych ze społeczności AIP BL, z którymi potencjalnie nowa firma może nawiązać współpracę lub uzyskać od nich wsparcie. Każda firma jest inna i ma inne potrzeby, wiedząc o tym wskazujemy im, z jakich narzędzi oferowanych w ramach pakietu AIP BL może skorzystać szczególnie intensywnie, aby zwiększyć efektywność rozwoju swojej firmy.

- **AIP Business Mentoring** – celem tych spotkań jest osobisty kontakt firm funkcjonujących w ramach AIP BL z przedsiębiorcą, który odniósł sukces biznesowy.

Podczas tych spotkań firmy mają szansę uzyskać cenne wskazówki dotyczące skutecznej strategii na sukces. Business Mentoringi dają olbrzymią wartość zarówno pod kątem nawiązania relacji z guru biznesu, również tych z zagranicy, ustawienia procesów biznesowych, jak i dotarcia do potencjalnych inwestorów. AIP BL stale poszerza bazę mentorów z wielu dziedzin, aby firmy działające w różnych sektorach gospodarki, miały możliwość skorzystania z doświadczeń mentorów związanych z daną branżą.

- **AIP Business Training** – warsztatowe spotkania dla min. 15 osób, poruszające tematy z różnych dziedzin biznesu, na których przedsiębiorcy, którzy osiągnęli sukces przekazują specjalistyczną wiedzę dotyczącą tematu. Założeniem jest, aby prezentowana wiedza dotyczyła różnych dziedzin tak, by firmy miały możliwość rozwijania się w różnych kierunkach. Spotkania podzielone są na bloki tematyczne: od szkoleń związanych z finansami, prawem i rachunkowością, po szkolenia z zakresu umiejętności prezentowania się firmy przed inwestorami, czy pozyskiwania klientów i partnerów biznesowych. Nie zapominamy również o komunikacji i promocji, które są istotną częścią funkcjonowania firmy. W spotkaniach brały udział zarówno osoby zainteresowane funkcjonowaniem w ramach AIP BL, aktualni klienci AIP BL oraz zaproszeni goście - eksperci biznesowi, również z zagranicy. Oprócz stacjonarnych Business Trainingów odbywają się też szkolenia stremowane pomiędzy wszystkimi lokalizacjami BL.

- **Business Mixer** – cykl wydarzeń dla min. 120 osób każde, których celem jest wyłonienie ze społeczności Polski Przedsiębiorczej Startupu Roku, dlatego za każdym razem spośród prezentujących się przed guru biznesu młodych firm wybieramy najlepszą, która otrzymuje tytuł Startup Miesiąca wraz z nominacją do tytułu Startup Roku, aby w finale rywalizować o wygraną oraz wyjazd do jednej z międzynarodowych ambasad AIP BL – w Chinach, Dolinie Krzemowej lub Wielkiej Brytanii. Na wydarzenia zapraszane są startupy ze społeczności PP oraz goście specjalni – guru biznesu, odnoszący sukcesy przedsiębiorcy, innowatorzy, prezesi międzynarodowych firm, osoby, które postawą i działaniem reprezentują pasję i niekonwencjonalne podejście do prowadzenia swoich biznesów. Guru biznesu dzieli się z zebranymi swoimi doświadczeniami, zdradzając sekret odniesionego sukcesu, a następnie spośród trzech prezentujących się firm, dokonuje wyboru Startupu Miesiąca, który zyskuje możliwość wzięcia udziału w rywalizacji o tytuł Startup Roku. Każde wydarzenie kończy się networkingowym afterparty, które pozwala poznać się nawzajem, zadać pytania ekspertowi i nawiązać nowe kontakty biznesowe.

Tabela 2: Stopień realizacji zaplanowanych w harmonogramie Projektu cyklicznych spotkań dla AIP Business Link.

	Planowana w harmonogramie liczba spotkań	Liczba zrealizowanych spotkań	Procent realizacji
AIP Business Kick-off	80	80	100%
AIP Business Mentoring	100	100	100%
AIP Business Training	60	60	100%
Business Mixer	6	6	100%

Źródło: opracowanie własne na podstawie cyklicznych raportów z realizacji Projektu

Rezultaty twarde projektu AIP Business Link zostały zrealizowane w 100%.

GLOBALIZACJA

W programie na 2014 r. nowymi elementami była edukacja firm działających w ekosystemie PP (głównie BL i Seed) na rynkach międzynarodowych. Poprzez program globalizacji chcemy przygotować firmy działające w Polsce na rozwój swoich produktów na arenie międzynarodowej poprzez szkolenia związane z aspektami prowadzenia działalności za granicą, wyjazdy studyjne, program wsparcia dla najlepszego Startupa 2014.

Globalizacja skierowana była do wszystkich uczestników projektu, czyli łącznie 450. Każdy miał możliwość wzięcia udziału w programie, a po przejściu poszczególnych etapów jedna najlepsza firma wyjechała na program akcelacyjny do USA.

Tabela 3: Stopień realizacji zaplanowanych w harmonogramie Projektu cyklicznych spotkań Globalizacji.

	Planowana w harmonogramie liczba spotkań	Liczba zrealizowanych spotkań	Procent realizacji
Globalizacja - 1 raz na kwartał	4	4	100%

Źródło: opracowanie własne na podstawie cyklicznych raportów z realizacji Projektu

Przeprowadzona analiza Desk Research pozwoliła ustalić, że zgodnie z założeniami programu:

- 450 osób skorzystało z programu, w tym 350 studentów w AIP StartUp i 100 młodych firm w AIP Business;
- 350 osób nabyło umiejętności niezbędne do znalezienia inwestorów i zapewnienia finansowania swoim firmom;
- 125 osób założyło firmę w preinkubacji AIP;
- 1 startup wziął udział w programie akcelacyjnym w Dolinie Krzemowej;

- 50 firm w AIP Business rozpoczęło generowanie dochodów w ciągu roku
- Istnieje podstawa, aby sądzić, że 350 osób zaczęło wykorzystywać zdobyte umiejętności w prowadzeniu działalności.
- Poprzez zatrudnienie w firmie i współpracę z podwykonawcami uzyskano zatrudnienie 400 osób.
- 225 osób (125 w AIP Startup oraz 100 w AIP Business) zmieniło swoje zachowania – wykorzystało nabyte podczas programu umiejętności w praktyce, co przełożyło się na powstanie nowych miejsc pracy, zwiększenie ilości zleceń, poprawę finansów firmy,
- 112 osób (62 w AIP Startup oraz 50 w AIP Business) jest w stanie efektywniej świadczyć usługi/dostarczać produkty dla swoich klientów, co przełożyło się na zwiększenie bazy klientów i zleceń, poprawę finansów firmy.

Wysokie wyniki realizacji twardych wskaźników zostały osiągnięte między innymi dzięki dobrze prowadzonej komunikacji medialnej. Promocja programu odbywała się poprzez publikację plakatów/zaproszeń z logotypem Fundacji. Począwszy od lutego 2014 do dnia dzisiejszego ukazało się łącznie ponad 470 razy.

Należy przede wszystkim podkreślić, że zdefiniowane we wniosku o dofinansowanie zadania były zgodne z celami Projektu, a ich realizacja przyczyniła się do osiągnięcia tych celów. Oznacza to, że zgodna z założeniami projektu realizacja poszczególnych zadań powodowała postęp w osiąganiu określonych dla projektu celów szczegółowych i celu głównego. Opinie ewaluatorów, wskazane wyżej, zostały przygotowane i wydane na podstawie analizy dokumentacji w tym wyników zgromadzonych ankiet.

6.2. Jakie czynniki sprzyjały, a jakie występowały bariery związane z osiągnięciem celów (głównego i szczegółowych)?

Sprawnej realizacji Projektu sprzyjała baza ekspertów sieci Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości i łatwość pozyskiwania dzięki temu, trenerów na treningi. Rozproszona sieć organizacyjna – inkubatorów przedsiębiorczości, dzięki ulokowaniu w różnych miastach, sprzyjała wdrażaniu Projektu. Istotna była też, rozwinięta sieć kanałów dystrybucji w tym również, komunikacji społecznościowej AIP, która wspomagała dotarcie z informacjami o Projekcie do odbiorców (każdy inkubator posiada m.in. własne profile w portalach społecznościowych). Osiągnięcie celów szczegółowych wspierały z kolei bezpośrednie kontakty dyrektorów poszczególnych inkubatorów oraz Business Linków z firmami, które w poszczególnych regionach prowadzą działalność. Ułatwiały one pozyskiwanie mentorów oraz transfer wiedzy praktycznej i biznesu do Projektu. Sprawna koordynacja działań terenowych, dobrze przygotowany plan realizacji projektu, systematyczne terminy organizacji wydarzeń (np. czwartki ustalone jako stały dzień organizacji Business Mixerów) zwiększały

dostępność wydarzeń, które odbyły się w ramach Projektu i wspierały ich jakość.

Do podstawowych czynników sprzyjających osiągnięciu celów Projektu, które wystąpiły w okresie objętym badaniem, należy – w świetle przeprowadzonych w ramach niniejszej ewaluacji badań – zaliczyć:

- Doświadczenie i wiedzę realizatora Partnera projektu dotyczącą zakresu zagadnień objętych projektem;
- Budowanie – w toku realizacji projektu – sprawnego i kompetentnego zespołu projektowego;
- Zaangażowanie osób uczestniczących w procesie wdrażania projektu – w problematykę objętą projektem;
- Trafne zdiagnozowanie problemów i dopasowanie do nich działań realizowanych w ramach projektu;
- Wsparcie dla projektu udzielane przez czynniki polityczne, stawiające problematykę objętą projektem wysoko na agendzie.

6.3. Jakie czynniki wpływały na podjęcie uczestnictwa w projekcie?

Uczestnicy decydowali się na udział w Projekcie głównie z uwagi na chęć pozyskania wiedzy, uczestnictwa w spotkaniach z przedsiębiorcami działającymi w podobnych lub interesujących ich branżach, jak również kierowała nimi chęć kontaktu z mentorami, doskonalenia wiedzy i poznania nowoczesnych przywódców. O uczestnictwie, decydował też starannie przygotowany program treningów, mixerów, mentoringów oraz spotkań kick-off.

6.4. Czy zakładane wskaźniki produktów i rezultatów (ilościowych i jakościowych) zostały osiągnięte?

Przewidziane w harmonogramie realizacji Projektu – zamieszczonym opisie Projektu – wskaźniki produktów i rezultatów w okresie objętym badaniem – tj. w roku 2014 oraz 2015 – zostały osiągnięte. Szczegółowe podsumowanie twardych efektów przedstawiono w odpowiedzi na pyt. Badawcze nr 6.1.

6.5. Jakie czynniki utrudniały osiągnięcie produktów i rezultatów?

W analizowanym okresie realizacji Projektu, czynnikiem utrudniającym jego realizację był brak nagród w tym materialnych, które mogłyby skutecznie motywować firmy do udziału i aktywizować je w Projekcie. Wśród czynników stanowiących bariery do osiągania celów projektu, należy wymienić:

- Brak dedykowanego do projektu i posiadającego wszystkie wymagane kompetencje oraz pełnego składu osobowego Zespołu projektowego po stronie realizatora Projektu, który mógłby zajmować się wyłącznie zarządzaniem Projektem;
- Rozproszony skład osobowy w regionach;
- Zbyt mało wydarzeń odbywało się w Warszawie, gdzie jest lepszy dostęp do osób z dużym doświadczeniem oraz charakteryzujących się wysokim prestiżem. W Warszawie łatwiej jest zmotywować duże firmy lub korporacje do udziału w wydarzeniach organizowanych w AIP;
- Słaba opinia uczestników o menadżerze jednego z Business Linków doprowadziła do szybkiej reakcji, w wyniku której wybrano osobę bardziej odpowiednią na to stanowisko³.

W roku 2014 w procesie realizacji projektu nie stwierdzono innych, niż wskazane wyżej, czynników mających negatywny wpływ na stopień osiągnięcia celów projektu. Warto przy tym także zauważyć, że część spośród tych czynników, które były wskazywane przez osoby objęte badaniem, dotyczyła nie tyle wpływu na stopień osiągnięcia celów projektu, lecz oddziałujących na proces wdrażania projektu na poziomie wytwarzania produktów projektu, a co za tym idzie, także na poziomie rezultatów.

Ogólna intensywność realizowanych działań była bardzo wysoka, przy czym działania o charakterze merytorycznym stanowiły bardzo istotną część wdrażanych w ramach Projektu działań. Taka charakterystyka podejmowanych w tym okresie działań była zgodna z zaplanowanym harmonogramem realizacji Projektu.

³ W przypadku pozostałych Business Linków nie stwierdzono podobnych problemów.

6.6. Jakie doświadczenia z realizacji projektu powinny być uwzględnione przy realizacji podobnych działań w przyszłości?

W niniejszym raporcie wskazano na elementy, które w sposób negatywny oddziaływały na realizację, produkty i osiągnięte rezultaty projektu systemowego Projektu w roku 2014. Niektórych spośród tych problemów można było uniknąć. Możliwość ta dotyczy przede wszystkim tych czynników negatywnie wpływających na proces wdrażania projektu, które swoje źródło mają w czynniku ludzkim lub finansowym.

- Elementem kluczowym dla prawidłowej, sprawnej i terminowej realizacji każdego projektu jest zbudowanie zespołu osób odpowiedzialnych za realizację projektu, które łącznie dysponują wszystkimi wymaganymi kompetencjami. Jest przy tym niezwykle ważne, aby zespół ten funkcjonował od samego początku procesu wdrażania projektu, nie zaś aby w miarę narastania potrzeb podejmowano próby zatrudnienia osób posiadających konkretne kompetencje, wiedzę, umiejętności.
- Dobrą praktyką jest zaplanowanie nagród za udział w Projekcie i promowanie ich – jako elementu motywującego i zwiększającego zaangażowanie uczestników Projektu.
- Uwzględniając opinie badanych osób, powinno się realizować większą ilość tematycznych Mixerów, dedykowanych pod konkretne obszary. Więcej tego typu spotkań powinno być organizowanych w Warszawie, głównie ze względu na znacznie większą bazę potencjalnych mentorów, osób z bardzo dużym doświadczeniem oraz firm chętnych do udziału w tego rodzaju spotkaniach.

7. Wyniki badania

Na przełomie grudnia i stycznia 2014/2015 zrealizowano 450 ankiet (350 wśród Startupów i 100 wśród uczestników Business Link).

Poniżej zostały przedstawione wyniki tych ankiet.

Tabela 4: Rozkład odpowiedzi na pytanie: W jakiej branży działa Pana/Pani firma?

Branża	Udział procentowy (AIP) ⁴	Udział procentowy (BL)
usługi ⁵	18%	22%
edukacja/szkolenia	18%	13%
handel	21%	11%
reklama i marketing	21%	9%

⁴ Niektóre firmy wskazywały działalność w więcej niż jednej branży.

⁵ Usługi są bardzo szeroką kategorią. Na potrzeby badania jako usługi określono również eventy, tłumaczenia, usługi pralnicze i doradztwo.

informatyka/elektronika	32%	18%
inne	18%	9%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, tabela nie uwzględnia braków danych

W przypadku Startupów dominującą branżą były informatyka/elektronika (32%). Sporo z nich wskazywało działalność w branży handlowej (21%) oraz w reklamie i marketingu (21%). Pozostałe firmy zajmowały się głównie usługami, a także edukacją/szkoleniami (po 18%). W przypadku programu AIP Business najczęściej wskazywanymi branżami były szeroko pojęte usługi (22%) oraz informatyka/elektronika (18%). Pozostałe firmy zajmowały się przede wszystkim edukacją/szkoleniami (13%) oraz handlem (11%). Innymi wskazywanymi branżami były odzieżowa, artystyczno-rzemieślnicza, inżynieria i nowe technologie, design, grafika i energetyczna.

Tabela 5: Długość funkcjonowania firmy w Business Link i Startup w AIP.

Długość funkcjonowania	firma w AIP Business Link	Startup w AIP
0-6 miesięcy	27%	13%
7-12 miesięcy	36%	17%
1-2 lat	9%	41%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, tabela nie uwzględnia braków danych

Większość Startupów funkcjonowała w AIP od roku do 2 lat (41%). Ponad dwukrotnie mniejsza część tychże firm działała tam 7-12 miesięcy (17%). 13% Startupów to były firmy dopiero rozpoczynające swoją działalność w inkubatorze (poniżej pół roku). W przypadku AIP Business Link były to najczęściej firmy działające znacznie krócej w ekosystemie AIP. 36% firm funkcjonowało tam 7-12 miesięcy, kolejne 27% funkcjonowało tam zaledwie niecałe pół roku. Dominującą grupą w programie AIP Startup były firmy działające tam powyżej roku (41%). Natomiast w programie AIP Business Link dominowały z kolei firmy działające krócej niż rok (63%).

Tabela 6: Procent osób, które skorzystały z cyklicznych spotkań oferowanych przez AIP i AIP Business Link

spotkania oferowane przez AIP	procent osób, które skorzystały	spotkania oferowane przez AIP Business Link	procent osób, które skorzystały
Startup Kick – off	50%	Business Kick – off	73%
Startup Mentoring	68%	Business Mentoring	73%
Startup Training	59%	Business Training	91%
Startup Mixer	71%	Business Mixer	91%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego

Największym powodzeniem wśród Startupów cieszyły się Startup Mixery i Startup Mentoringi. Skorzystało z nich odpowiednio 71% i 68% osób. Nieco mniejszym zainteresowaniem cieszyły się Startup Trainingi (59%). Ze spotkań typu Startup Kick-off skorzystało 50% uczestników. W ramach programu AIP Business ze spotkań typu Training oraz Mixer skorzystało po 91% uczestników, natomiast ze spotkań Kick-off oraz Mentoring skorzystało po 73% osób.

Ocena ogólna świadczonych usług

Tabela 7: Przygotowanie merytoryczne doradcy/prowadzącego/mentora/eksperta

Startup Kick – off	AIP	Business Kick – off	BL
bardzo słabo	0%	bardzo słabo	1%
słabo	1%	słabo	2%
umiarkowanie	18%	umiarkowanie	40%
dobrze	21%	dobrze	35%
bardzo dobrze	30%	bardzo dobrze	3%

Startup Mentoring	AIP	Business Mentoring	BL
bardzo słabo	3%	bardzo słabo	0%
słabo	3%	słabo	3%
umiarkowanie	13%	umiarkowanie	12%
dobrze	20%	dobrze	27%
bardzo dobrze	31%	bardzo dobrze	36%

Startup Training	AIP	Business Training	BL
bardzo słabo	0%	bardzo słabo	0%
słabo	0%	słabo	2%
umiarkowanie	21%	umiarkowanie	12%
dobrze	29%	dobrze	64%
bardzo dobrze	24%	bardzo dobrze	9%

Startup Mixer	AIP	Business Mixer	BL
bardzo słabo	0%	bardzo słabo	0%
słabo	0%	słabo	3%
umiarkowanie	9%	umiarkowanie	18%
dobrze	26%	dobrze	36%
bardzo dobrze	35%	bardzo dobrze	27%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, tabela nie uwzględnia braków danych

W przypadku Startupów najlepiej zostały ocenione Startup Mixery. 35% uczestników oceniło, że były one bardzo dobrze prowadzone, a mentorzy byli bardzo dobrze przygotowani merytorycznie. 26% osób ocenia to przygotowanie jako dobre. Spotkania typu Startup Kick-Off oraz Startup Training również były ocenione dość wysoko. W każdym z nich ponad 50% badanych wskazało, że ocenia je dobrze i bardzo dobrze. Jedynie w spotkaniach typu

Mentoring pojawiły się negatywne oceny. Po 3% uczestników słabo i bardzo słabo oceniło przygotowanie merytoryczne prowadzącego. W przypadku spotkań w programie AIP Business najlepiej zostały ocenione Mixery. 36% uczestników ocenia je dobrze, a 27% bardzo dobrze. 64% uczestników Business Training oceniło jako dobre. Spotkania Business Kick-Off zostały ocenione raczej średnio. Dobrze oceniło je 35% uczestników, natomiast aż 40% oceniło je umiarkowanie. Jedynie 3% osób uznało, że były one prowadzone bardzo dobrze.

Tabela 8: Spełnienie oczekiwań uczestników spotkań.

Startup Kick – off	AIP	Business Kick – off	BL
nie spełniły	0%	nie spełniły	4%
spełniły w niewielkim stopniu	8%	spełniły w niewielkim stopniu	8%
umiarkowanie spełniły	17%	umiarkowanie spełniły	27%
dobrze spełniły	25%	dobrze spełniły	19%
bardzo dobrze spełniły	20%	bardzo dobrze spełniły	14%

Startup Mentoring	AIP	Business Mentoring	BL
nie spełniły	6%	nie spełniły	5%
spełniły w niewielkim stopniu	2%	spełniły w niewielkim stopniu	6%
umiarkowanie spełniły	15%	umiarkowanie spełniły	27%
dobrze spełniły	26%	dobrze spełniły	27%
bardzo dobrze spełniły	21%	bardzo dobrze spełniły	9%

Startup Training	AIP	Business Training	BL
nie spełniły	0%	nie spełniły	9%
spełniły w niewielkim stopniu	0%	spełniły w niewielkim stopniu	0%
umiarkowanie spełniły	21%	umiarkowanie spełniły	27%
dobrze spełniły	32%	dobrze spełniły	45%
bardzo dobrze spełniły	18%	bardzo dobrze spełniły	9%

Startup Mixer	AIP	Business Mixer	BL
nie spełniły	0%	nie spełniły	0%
spełniły w niewielkim stopniu	3%	spełniły w niewielkim stopniu	9%
umiarkowanie spełniły	9%	umiarkowanie spełniły	23%
dobrze spełniły	24%	dobrze spełniły	40%
bardzo dobrze spełniły	33%	bardzo dobrze spełniły	18%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, tabela nie uwzględnia braków danych

W przypadku Startupów można uznać, że w większości organizowane cyklicznie spotkania spełniły oczekiwania ich uczestników. Najlepiej ocenione zostało spełnienie oczekiwań w przypadku Mixerów (57% ocenia jest dobrze i bardzo dobrze) oraz Trainingów (50% ocenia je dobrze i bardzo dobrze). Najsłabiej wypadają w tym porównaniu spotkania Startup Kick-off (aż 8% osób ocenia, że ich oczekiwania zostały spełnione w niewielkim stopniu) oraz

Startup Mentoringi (aż 6% stwierdziło, że spotkania nie spełniły ich oczekiwań). Nieco gorzej ocenione zostały spotkania w Business Link. 58% uczestników uważa, że Business Mixery spełniły ich oczekiwania dobrze i bardzo dobrze. 9% uczestników jest zdania, że Mixery spełniły ich oczekiwania w niewielkim stopniu.

Tabela 9: Przydatność poniższych spotkań w prowadzonej działalności gospodarczej.

Startup Mentoring	przydatne	53%
	nieprzydatne	9%
Startup Training	przydatne	65%
	nieprzydatne	3%
Startup Mixer	przydatne	68%
	nieprzydatne	6%
Business Mentoring	przydatne	64%
	nieprzydatne	18%
Business Training	przydatne	82%
	nieprzydatne	11%
Business Mixer	przydatne	73%
	nieprzydatne	8%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, tabela nie uwzględnia braków danych

Wszystkie spotkania dla Startupów oraz Business zostały ocenione jako przydatne w prowadzonej działalności gospodarczej (ponad 50%). Jednakże Startupy były mniej krytyczne. Średnio 6% Startupowców uznało spotkania za nieprzydatne. W przypadku Business Link odsetek ten wyniósł 12,3%. Spośród osób, które uznały Startup Mentoring jako przydatny, pojawiały się ponadto opinie, że tego rodzaju spotkanie „Mobilizuje do pracy i pomaga w rozwoju przez pokazanie firmy z innej perspektywy”. Inna osoba stwierdziła, że „warto to robić bo bardziej doświadczone osoby od nas mogą nam wskazać drogę”. Niestety pojawiła się także wypowiedź osoby: „Nie uzyskałam żadnych informacji od dyrektora, które mogłabym uznać za przydatne”. Trainingi dla Startupów były dobrze postrzegane przez uczestników. Pojawiały się opinie, że jest „to przydatna porcja wiedzy, dobra na początek”, „kilka ciekawych informacji, parę ciekawych ćwiczeń, możliwość poznania nowych osób i budowania networkingu”. Główną ich zaletą był sposób prowadzenia „treść treningu przedstawiona w sposób skuteczny i łatwy”, aczkolwiek było „trochę ich za mało”. Startup Mixery zostały docenione głównie ze względu na luźną atmosferę, a także „najbardziej przydatna część z możliwością autoprezentacji oraz część networkingowa”. W przypadku spotkań typu Business były raczej uwagi co do sposobu organizacji tych spotkań. Spotkania były w miarę dobrane tematycznie, jednakże brakowało wcześniejszego

zgłoszenia listy tematów, aby zainteresowani mogli zapisywać się na Business Training. W przypadku Business Mixera największą niedogodnością jest rozproszenie osób biorących w nim udział po całym obszarze Business Linka.

Tabela 10: Czy udział w spotkaniach umożliwił Pani/Panu podwyższenie wiedzy i umiejętności (kompetencji) w ramach omawianego zakresu?

Startup Mentoring	tak	50%	Business Mentoring	tak	64%
	nie	9%		nie	18%
Startup Training	tak	62%	Business Training	tak	82%
	nie	6%		nie	9%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, tabela nie uwzględnia braków danych

Udział w Business Trainingu w największym stopniu umożliwił uczestnikom podwyższenie wiedzy i umiejętności w ramach omawianego zakresu (uznało tak 82% uczestników). Jeden z uczestników stwierdził, że „Dzięki treningom nawiązałem ciekawe kontakty i poznałem prowadzących, do których mogę się zgłosić po dodatkowe usługi”. Nieco mniejszym uznaniem cieszył się Business Mentoring. Również w przypadku Startupów bardziej przydatny był Startup Training.

Tabela 11: Czy wykorzystuje Pan/Pani w praktyce zdobytą na spotkaniach wiedzę i umiejętności?

Startup Mentoring	tak	50%	Business Mentoring	tak	55%
	nie	9%		nie	27%
Startup Training	tak	56%	Business Training	tak	64%
	nie	9%		nie	18%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, tabela nie uwzględnia braków danych

W przypadku każdego z rodzajów spotkań (Mentoring, Training) ponad 50% uczestników deklarowało wykorzystywanie w praktyce zdobytej na spotkaniach wiedzy i umiejętności.

Tabela 12: Jak ocenia Pan/Pani wydarzenie typu Startup/Business Mixer?

	Startup Mixer	Business Mixer
dobrze - pozyskałem(am) kontakty, zlecenia	50%	55%
spotkałem(am) inspirującego gościa specjalnego	35%	64%
wydarzenie nie spełniło mojego oczekiwania	9%	18%
nie interesuje mnie ten typ wydarzeń	0%	0%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, tabela nie uwzględnia braków danych

50% uczestników Startup Mixer oraz 55% uczestników Business Mixer ocenia spotkanie dobrze, ze względu na pozyskane dzięki niemu kontakty, zlecenia. Dla uczestników Business Mixera bardzo ważne było to, że spotkali inspirującego gościa specjalnego (uważa tak 64% uczestników). W przypadku Startup Mixera odpowiedź taka padła ze strony 35% osób. 9% uczestników Startup Mixera oraz 18% uczestników Business Mixera wyraziło opinię, że spotkanie nie spełniło ich oczekiwań. „[...] Najbardziej wartościową częścią wydarzenia [Startup Mixera] były pytania od komisji oceniającej oraz od publiczności (to z publiczności miałem najwięcej trudnych pytań). [...]”

Tabela 13: Z jakich źródeł czerpali Państwo informacje na temat projektu i wydarzeń organizowanych przez AIP/AIP BL?

	AIP	BL
Facebook	59%	73%
Internet	21%	36%
Newsletter	26%	27%
Mailing	59%	45%
Prasa	3%	0%
od znajomych	21%	9%
inne	15%	9%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, tabela nie uwzględnia braków danych

Większość osób czerpało informacje na temat projektu i wydarzeń organizowanych przez AIP/AIP BL z profili na Facebook'u (59% - AIP, 73% - BL) oraz z mailingu (59% - AIP, 45% - BL). Kolejnym ważnym źródłem informacji był Internet (21% - AIP, 36% - BL) oraz newsletter (26% - AIP, 27% - BL). Duża część Startupowców wymieniała takie informacje między sobą (AIP – 21%, BL – 9%). Prasa nie odegrała w informowaniu praktycznie żadnego znaczenia (AIP – 3%, BL – 0%).

Tabela 14: Proszę ocenić, czy skorzystanie z programu AIP Business Link/AIP Startup wpłynęło na rozwój Pana/Pani firmy?

	AIP	BL
tak	79%	71%
nie	12%	23%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, tabela nie uwzględnia braków danych

79% uczestników programu AIP Startup jest zdania, że skorzystanie z programu wpłynęło na rozwój ich firmy. Zaznaczają oni, że „gdyby nie program AIP, to zarabiałbym zbyt mało żeby na tym etapie utrzymać się na rynku”. Pozwoliło to Startupom na nawiązanie kontaktów i nie tylko: „Zbudowałam stronę, nawiązałam różne kontakty, a poza tym (...) gdyby nie AIP - nie byłoby w ogóle żadnej firmy”. Kwintesencją jest opinia jednego z uczestników „Bez niego

bym nie istniał. Szkoda że tylko przez dwa lata”. 12% uważa przeciwnie, że nie miało to znaczenia dla rozwoju ich firmy. W przypadku programu AIP Business Link 71% uczestników twierdzi, że udział w programie miał wpływ na rozwój ich firmy. Spośród nich pojawił się komentarz: „Świetna lokalizacja, fajne biuro i możliwość poznania ciekawych osób”. Przeciwnego zdania jest 23%.

Tabela 15: Jak oceniają Państwo program preinkubacji i ekosystem AIP? (Poziom satysfakcji w porządku rosnącym od 1 do 5, gdzie 1 oznacza poziom najniższy, a 5 poziom najwyższy)

1 (najniższy)	3%
2	6%
3	21%
4	29%
5 (najwyższy)	32%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, tabela nie uwzględnia braków danych

Niemal $\frac{1}{3}$ uczestników oceniła program preinkubacji i ekosystem AIP najwyżej (32% przyznało ocenę 5). „W moim inkubatorze jest wszystko w porządku. Ludzie są mili, pomagają, organizują te wszystkie spotkania, na które właściwie nie mam za bardzo czasu chodzić.” 29% przyznało ocenę 4, a 21 ocenę 3. Średnia ocena programu wynosi więc 3,54. Ekosystem AIP dał szansę młodym ludziom na podjęcie działań, na które nie zdecydowaliby się poza inkubatorem: „AIP to dla mnie synonim bezpieczeństwa, ale też ogromna nauka przed usamodzielnieniem, do którego mam nadzieję kiedyś dojdę.” Głównym problem, który powoduje problemy jest nierówne zarządzanie inkubatorami w różnych miastach. Wiele zarzutów dotyczy trudności ze sprawami papierkowymi, problemy z komunikacją z działem prawnym.

Tabela 16: Jak oceniają Państwo program AIP Business Link? Poziom satysfakcji w porządku rosnącym od 1 do 5, gdzie 1 oznacza poziom najniższy, a 5 poziom najwyższy.

1 (najniższy)	3%
2	5%
3	42%
4	37%
5 (najwyższy)	6%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, tabela nie uwzględnia braków danych

Największy odsetek osób ocenił program AIP Business Link średnio (ocena – 42%). Nieco mniej osób przyznało ocenę 4 (37%). Najwyższą ocenę 5 przyznało jednakże tylko 6% osób. Oceny najniższe 1 i 2 dało odpowiednio po 3% i 5% uczestników. Średnia ocena programu

wynosi więc 3,17.

Tabela 17: W jaki sposób doszło do rozwoju Pana/Pani firmy dzięki skorzystaniu z programu AIP Business Link?

wzrosły zyski	27%
zwiększyła się baza klientów	64%
zwiększyła się liczba zleceń	45%
wzrosło zatrudnienie	40%
inne	18%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, tabela nie uwzględnia braków danych

Większość uczestników jest zdania, że dzięki skorzystaniu z programu AIP Business Link, najwięcej przyczyniło się do rozwoju ich firmy zwiększenie bazy klientów (64%), wzrost liczby zleceń (45%) i wzrost zatrudnienia (40%). Wzrost zysków zadeklarowało 27% osób biorących udział w badaniu.

Tabela 18: Czy udział w programie AIP Startup pozwolił Państwu na:

zmianę postawy/zachowań biznesowych	71%
zdobycie i podniesienie kompetencji biznesowych	64%
poprawienie finansów	29%
zwiększenie bazy klientów	38%
zwiększenie zatrudnienia	63%
zwiększenie efektywności i świadczenia usług/dostarczania produktów klientom	26%
inne	12%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, tabela nie uwzględnia braków danych

Większość uczestników programu AIP dla Startupów (71%) uważa, że program ten pozwolił im na zmianę postawy i zachowań biznesowych, a 64% osób twierdzi, że pomogło im to zdobyć i podnieść kompetencje biznesowe. 38% uczestników programu AIP zwiększyło bazę klientów dzięki uczestnictwie w programie, a kolejne 29% zwiększyło swoje wyniki finansowe. Udział w programie AIP Startup umożliwił 63% osób zwiększenie zatrudnienia w swojej firmie, także poprzez zatrudnianie podwykonawców.

Tabela 19: Udział w projekcie spowodował...

Udział w projekcie	AIP		BL	
	tak	nie	tak	nie
spowodował chęć zmiany zachowania / postawy	61%	32%	52%	39%
pozwolił na umocnienie się w postanowieniu zmian	49%	41%	40%	51%
spowodował podjęcie konkretnych kroków prowadzących do zmiany zachowania/postawy	73%	14%	71%	21%
pozwolił na identyfikację swojej drogi rozwoju	19%	74%	30%	65%
pozwolił na podjęcie aktywnych kroków prowadzących do zaspokojenia potrzeby własnego rozwoju	41%	50%	44%	47%
wpłynął na rozwój umiejętności w określonej dziedzinie	50%	34%	51%	59%
wpłynął na poprawę jakości życia	48%	37%	32%	57%
poprawa jakości życia była	krótkoter- minowa	długoter- minowa	krótkoter- minowa	długoter- minowa
	61%	22%	66%	23%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, tabela nie uwzględnia braków danych

Tabela 20: Czy poleca Pan/Pani innym program AIP/AIP Business Link?

	AIP	BL
tak	82%	65%
nie	9%	18%

Źródło: opracowanie własne na podstawie badania ankietowego, tabela nie uwzględnia braków danych

Większość uczestników programu dla Startupów (82%) poleciłaby go innym osobom. W ramach programu Business widać mniejsze zadowolenie. Nieznacznie ponad połowa uczestników poleciłaby go innym osobom, a 18% nie poleciłaby go nikomu.

Udział w programie AIP Business Link pozwolił niemal 80% uczestników na zmianę postawy i zachowań biznesowych. 68% osób podniosło swoje kwalifikacje i urzeczywistniło swoje pomysły biznesowe. Ponad połowa uczestników jest zdania, że udział w projekcie przyczynił się do zwiększenia efektywności świadczenia usług/dostarczania produktów klientom.

Zestawienie metryczkowe uczestników Projektu

Startupy cieszyły się znacznie większym powodzeniem wśród mężczyzn (65%) niż wśród kobiet (35%). Bardziej równomierne rozłożenie miało miejsce w ramach projektu AIP BL. Mężczyźni stanowili tam 55% uczestników projektu, natomiast kobiety stanowiły 45%.

W Startupach przeważały osoby w wieku 25-34 lata (43%)⁶. Sporą grupę stanowili również młodzi ludzie, w wieku 18-24 lata (34%). Osób w wieku 35-44 lata było 12%, natomiast te w wieku 45-54 stanowiły zaledwie 3%. W AIP Business Link największą grupę stanowili uczestnicy w wieku 25-29 lat (82%). Pozostałe osoby były w wieku 30-34 lata (18%).

8. Wnioski i podsumowanie

W objętym niniejszą ewaluacją okresie Projekt realizowany był w sposób nie budzący wątpliwości, jeżeli chodzi o efektywność i skuteczność realizacji projektu. Nie występowały opóźnienia w rozpoczęciu realizacji poszczególnych zadań. Także produkty i rezultaty zostały osiągnięte w terminie. Dzięki temu, w całym okresie w ramach projektu udało się wytworzyć planowane produkty oraz osiągnąć zakładane rezultaty. Przebieg Projektu i jego realizację, ocenić należy jako prawidłową. Głównymi źródłami informacji na temat projektu wskazywanymi przez uczestników był mailing, informacje na fanpage'ach, a także newsletter i informacje na stronach internetowych. Sporo informacji uczestnicy wymieniali również między sobą podczas spotkań w biurach AIP i BL. Społeczność, którą tworzy AIP sprzyjała realizacji Projektu.

Wyniki badań potwierdziły, że 78% uczestników badania uznało, że poleciłoby udział w projekcie innym osobom. 77,2% jest zdania, że udział w projekcie wpłynął na rozwój ich firmy. Tak wysokie oceny pokazują wysoką użyteczność przekazanych uczestnikom projektu działań.

Program AIP StartUp

Ponad połowa uczestników deklarowała, podwyższenie wiedzy i umiejętności (kompetencji) oraz to, że wykorzysta wiedzę zdobytą w trakcie realizacji projektu w praktyce. Większość uczestników była zadowolona z organizowanych cyklicznie spotkań. Uznali je oni za przydatne i kształcące. 71% osób uznało, że dzięki udziałowi w programie zmieniła się ich postawa, a 64%, że udało im się podnieść kompetencje biznesowe.

Wskazany przez respondentów elementem, na który należałoby położyć większy nacisk była organizacja większej ilości spotkań w warszawskich inkubatorach.

⁶ Większość osób w przedziale wiekowym 25-34 lata deklarowało, że kontynuuje naukę na studiach podyplomowych lub doktoranckich.

Program AIP Business

Większość uczestników badania uznało, że spotkania spełniły ich oczekiwania. Ponad 70% uczestników wskazało, że udział w programie AIP Business korzystnie wpłynął na rozwój ich firmy. Uczestnicy badania podkreślali, że dzięki programowi będą dalej rozwijać swoją firmę. Powyższa ocena pokazuje wysoką użyteczność przekazanych w ramach zajęć informacji oraz świadczy o wysokiej skuteczności zrealizowanego programu.

Najczęściej wskazywanymi przez respondentów elementami, o które należałoby wzbogacić spotkania albo położyć na nie większy nacisk były: networking pomiędzy firmami, wymiana doświadczeń z mentorami, zwiększenie liczby ćwiczeń praktycznych, organizowanie większej ilości spotkań w warszawskim Business Linku.

* * *