

Strategia wdrażania projektu innowacyjnego testującego „Virtualny Inkubator Przedsiębiorczości”



VIRTUALNY INKUBATOR PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

Tytuł projektu	„Virtualny Inkubator Przedsiębiorczości”
Priorytet	VIII Regionalne kadry gospodarki
Działanie	8.1 Rozwój pracowników przedsiębiorstw w regionie
Poddziałanie	Wspieranie rozwoju kwalifikacji zawodowych i doradztwo dla przedsiębiorstw
Numer projektu	POKL.08.01.01-30-013/11
Nazwa projektodawcy	Fundacja ProRegio



Spis treści

I Uzasadnienie	2
II Cel wprowadzania innowacji	5
III Opis innowacji, w tym produktu finalnego	7
IV Plan działań w procesie testowania produktu finalnego	11
V Sposób sprawdzenia, czy innowacja działa	13
VI Strategia upowszechniania	15
VII Włączanie do głównego nurtu polityki	17
VIII Kamienie Milowe	19
IX Analiza Ryzyka	20

I Uzasadnienie

Potrzeba tworzenia i rozwijania jednostek wspierających osoby rozpoczynające działalność gospodarczą w regionie, została dostrzeżona już przez twórców „Strategii Rozwoju Województwa Wielkopolskiego do 2020 roku”. Mimo działań nakierowanych na tę grupę, wskaźnik przedsiębiorczości w części powiatów Wielkopolski nadal znajduje się na niskim poziomie. Dotyczy to powiatów: jarocińskiego, kaliskiego, krotoszyńskiego, ostrzeszowskiego, pleszewskiego, kolskiego, konińskiego, słupeckiego, tureckiego, gostyńskiego, grodzkiego, międzychodzkiego, rawickiego, chodzieskiego, czarnkowsko-trzcianeckiego, pilskiego, wągrowieckiego, złotowskiego, szamotulskiego oraz średzkiego. W powiatach tych zamieszkuje 1,5 mln Wielkopolan, czyli prawie połowa mieszkańców województwa.

Na etapie przygotowywania koncepcji projektu, Wnioskodawca przeprowadził konsultacje projektu (głównie wśród uczestników projektu 2. PATENT na innowacyjny biznes z ww. powiatów), które wskazały, że osoby planujące założyć działalność gospodarczą w ww. powiatach mają utrudniony dostęp do instytucji wsparcia, które mogłyby pomóc przezwyciężyć napotykaną przez nich bariery. Na podobne problemy wskazywały osoby korzystające ze wsparcia punktu informacyjnego KSU prowadzonego przez Fundację Kaliski Inkubator Przedsiębiorczości (KIP), partnera projektu.

W celu diagnozy i szczegółowej analizy grup docelowych w ramach pierwszego etapu realizacji projektu przeprowadzone zostało badanie wśród ODBIORCÓW (osoby zamierzające założyć działalność) i UŻYTKOWNIKÓW projektu (instytucje wsparcia i ich pracownicy). W pierwszej kolejności dokonano analizy dostępnych źródeł („desk research”). Samo badanie składało się z dwóch etapów. W ramach pierwszego przeprowadzono badanie ankietowe wśród 390 osób. Uzyskane wyniki zostały pogłębione podczas badania telefonicznego na wyselekcjonowanej grupie 30 potencjalnych odbiorców i 5 przedstawicieli użytkowników. Badania zostały przeprowadzone przez specjalistyczną pracownię badawczą, pod nadzorem Specjalisty ds. badań. W ramach opracowywania wstępnej wersji produktu zorganizowano także 2 spotkania konsultacyjne

1



z użytkownikami (na każdym spotkaniu po 5 osób). Wyniki badań zostały załączone do strategii. Przeprowadzono konsultacje z partnerem ponadnarodowym, który udostępnił także wyniki swoich badań, których przetłumaczone rezultaty zostaną umieszczone na stronie internetowej projektu. Na stronie Wnioskodawcy oraz Partnera dostępne były ankiety, poprzez które można było wyrazić opinie na temat wstępnej konstrukcji produktu.

Na tej podstawie zidentyfikowano główny problem jakim jest: **utrudniony dostęp do instytucji wspierających osoby zakładające działalność gospodarczą w ww. powiatach oraz brak instytucji, które świadczyłyby kompleksowe usługi informacyjne, doradcze i finansowe w jednym miejscu.**

W ramach projektu zaplanowano wypracowanie rozwiązania umożliwiającego świadczenie usług o takim charakterze w jednym miejscu, przy użyciu narzędzi informatycznych. Produkt finalny będzie innowacyjny w zakresie formy wsparcia, będąc alternatywą dla obecnie podejmowanych działań, które okazują się mniej skuteczne, co wykazały prowadzone badania.

Powiaty objęte wsparciem dotyka problem małej liczby powstających przedsiębiorstw. Dodatkowo, jak wskazują ogólnopolskie dane (m.in. Raport o stanie MŚP w Polsce 2011), młode firmy mają często problem z utrzymaniem się na rynku przez pierwszy rok. Chcąc poznać **przyczyny** tego zjawiska, Wnioskodawca w ramach przeprowadzonego pierwszego etapu badania, zapytał w ankietach o największe bariery, jakie napotykają młodzi przedsiębiorcy. Za bariery uznano brak środków finansowych na założenie firmy i wysokie koszty prowadzenia firmy (**skala zjawiska** - ocena 4,1 w 5 stopniowej skali), skomplikowane przepisy prawne, brak przygotowania księgowego (skala 3,6), brak wiedzy na temat prowadzenia działalności, brak przygotowania prawnego, oraz obawa przed nadmiernie rozbudowaną biurokracją (skala 3,5). Istnienie czego potwierdzają inne pytania zadawane w ankietach (załącznik nr 2 i 3).

Powyższe bariery mogą zostać przezwyciężone dzięki wsparciu instytucji świadczących usługi dla osób zakładających działalność gospodarczą, w szczególności preinkubatorów przedsiębiorczości. Podmioty te mogą świadczyć wsparcie doradcze, pomagać w obsłudze księgowo-prawnej. W ramach procesu preinkubacji osoba, która planuje założyć działalność gospodarczą, może rozwinąć swój pomysł biznesowy działając pod NIP-em preinkubatora, nie ponosząc wysokich kosztów np. ZUS. Gdy firma okrzepnie, przedsiębiorca opuszcza preinkubator.

Z przeprowadzonego badania wynika, że instytucje wsparcia są dobrze rozpoznawane wśród potencjalnych odbiorców. Aż 53% badanych słyszało o preinkubatorze lub inkubatorze przedsiębiorczości. **Problemem** jest tylko utrudniony dostęp do świadczonych przez nie usług, zarówno ze względu na ich rozdrobnienie (inkubatory nie zawsze mają kompleksowe usługi w swojej ofercie) jak i lokalizację (większe ośrodki miejskie).

Skalę problemu potwierdzają ogólnopolskie raporty, analizowane w „desk research”. Większość preinkubatorów ulokowana jest w dużych ośrodkach miejskich, co utrudnia korzystanie z ich usług osobom z oddalonych, mniejszych miejscowości. Raporty wskazują także na znaczną przewagę preinkubatorów, które skierowane są do studentów oraz szerzej do środowiska naukowego. Duża cześć preinkubatorów w kraju działa w ramach stowarzyszenia Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości (AIP). Z raportów wyłania się także obraz preinkubatorów, których oferta często nie jest kompleksowa. Mimo

iż większość deklaruje oferowanie usług doradczych i finansowych, to często są one niewykorzystywane. Jak wskazują opracowania SOOIPP 2010, wiele inkubatorów i preinkubatorów skupia się głównie na wynajmie powierzchni użytkowej, co nie do końca odpowiada oczekiwaniom preinkubowanych.

Analiza rynku regionalnego instytucji oferujących i zainteresowanych wspieraniem zakładania działalności gospodarczych

Analiza geograficzna ośrodków wspierających przedsiębiorczość w Wielkopolsce pokazuje, że większość z nich ulokowana jest w największym mieście - Poznaniu. Pozostałe jednostki ulokowane są w większych ośrodkach miejskich np. Kalisz, Ostrów Wielkopolski. To znacznie utrudnia dostęp do ich usług osobom z mniejszych miast oraz terenów wiejskich. Z danych Stowarzyszenia Organizatorów Ośrodków Innowacyjności i Przedsiębiorczości w Polsce (2012) wynika, że w Wielkopolsce działają 3 preinkubatory przedsiębiorczości (wszystkie w Poznaniu), 2 inkubatory przedsiębiorczości (w Ostrzeszowie i Ostrowie Wielkopolskim) oraz 2 inkubatory technologiczne (w Poznaniu i Kaliszu). Najwięcej jest instytucji, określanych jako ośrodki szkoleniowo – doradcze, trzeba jednak pamiętać, że są to podmioty których jakość i zakres wsparcia są bardzo zróżnicowane. Łącznie w województwie jest 25 takich podmiotów, z czego najwięcej, bo aż 5 ma swoją siedzibę w Poznaniu. Po 3 ośrodki znajdują się w Lesznie, Ostrowie i Pile. Wnioskodawca obserwuje także pewne zainteresowanie wspieraniem przedsiębiorczości wśród jednostek samorządowych, szczególnie w mniejszych ośrodkach miejskich. Jednostkom tym brakuje jednak środków na świadczenie usług wsparcia, stąd często aplikują one o dofinansowanie z funduszy unijnych (między innymi działanie 6.2 PO KL – dane na podstawie analizy list rankingowych w WUP Poznań). Usługi świadczone przez działające już w tym zakresie instytucje, skupiają się na wsparciu szkoleniowo-doradczym. Nieliczne instytucje prowadzą programy preinkubacji wzbogacone o obsługę finansową. Mimo, iż instytucje wykorzystują w swojej pracy internet (większość posiada strony internetowe) to żadna nie korzysta z niego w porównywalnej skali jak zaproponowana w projekcie.

Badania realizowane w I etapie

Badanie prowadzone na grupie odbiorców i użytkowników miało na celu pokazanie skali tego zjawiska w wybranych powiatach Wielkopolski. Uczestnicy badania, którzy korzystali w przeszłości z usług preinkubatora/inkubatora przedsiębiorczości wskazywali na brak usług: doradczych (87,5%), pomocy prawnej (62,5%), szkoleń i pomocy finansowej (50%). Główne zastrzeżenia na jakie wskazywali badani to konieczność dojazdu w celu załatwienia/dopełnienia formalności (75%) oraz wysokie opłaty za uczestnictwo w inkubatorze/preinkubatorze (62,5%). Odpowiadając na pytanie dotyczące elementów zniechęcających do uczestnictwa w preinkubatorze, najczęściej wskazywali na niewystarczające informacje na temat preinkubatora/inkubatora (60,5%) oraz ponownie na problemy z dojazdem i wysokie koszty inkubacji.

Konsekwencją tego problemu jest mała liczba osób korzystających ze wsparcia preinkubatorów w ww. powiatach, a tym samym mniejsza liczba powstających firm, przejawiająca się niskim wskaźnikiem przedsiębiorczości. Z grupy osób badanych tylko 14% korzystało ze wsparcia inkubatora/preinkubatora. Chcąc przeciwdziałać temu problemowi, Wnioskodawca zaproponował stworzenie informatycznych narzędzi

ułatwiających korzystanie z usług doradczych, informacyjnych i finansowych oferowanych przez instytucję wsparcia, w szczególności preinkubator lub inkubator przedsiębiorczości oraz ograniczających koszty jego funkcjonowania.

Konsultacje prowadzone z użytkownikami wskazują, że instytucje wspierające przedsiębiorczość mają faktycznie większe trudności z dotarciem do osób zamieszkujących ww. powiaty, szczególnie tych z terenów wiejskich i mniejszych ośrodków miejskich. Badani użytkownicy, podobnie jak ci uczestniczący w spotkaniach konsultacyjnych, bardzo entuzjastycznie odnosili się do idei wykorzystania technologii informatycznych we wsparciu przedsiębiorczości. Część z instytucji w ograniczonym stopniu wykorzystuje internet, ograniczając się do prowadzenia swojej strony internetowej, kontaktu mailowego i ewentualnego e-learningu. Część rozważała usługi z zakresu tzw. wirtualnego biura, a produkt mający powstać w ramach przedmiotowego projektu oceniła jako efektywny. Uznali także, że byliby gotowi wdrożyć podobne narzędzia w swoich instytucjach. Wśród usług, które mogą być prowadzone przez internet wymieniali: dostęp do osobistego konta, szkolenia e-learningowe, możliwość kontaktu z innymi użytkownikami, obsługę księgową, konsultacje ze specjalistami. Rozważali oni kwestie związane z zainteresowaniem potencjalnych użytkowników taką formą wsparcia oraz ich dostępem do internetu. Badania przeprowadzone wśród potencjalnych odbiorców produktu dały odpowiedź na tę wątpliwość. Aż 96% badanych posiada dostęp do internetu w swoim domu, a 83% może korzystać z niego poza domem (np. poprzez internet mobilny). Natomiast 72% uznaje za bardziej efektywny kontakt z preinkubatorem/inkubatorem przez platformę internetową.

Żadna z instytucji, których pracownicy uczestniczyli w badaniu oraz spotkaniach konsultacyjnych, nie wykorzystuje narzędzi informatycznych na taką skalę jak przewidziana w projekcie. Wnioskodawca konsultował swój pomysł również z partnerem ponadnarodowym – inkubatorem Teknikdalen ze Szwecji. Z opracowań partnera, w których weryfikowane były modele funkcjonowania inkubatorów z całej Europy wynika, że niewielka liczba inkubatorów na szeroką skalę wykorzystuje technologie informatyczne, jednak większość jest nimi zainteresowana. Ciekawym przykładem jest niemiecki inkubator Innovations-Zentrum Berlin Management, któremu dzięki przeniesieniu części usług na platformę internetową, udało się znacznie ograniczyć koszty administracyjne. Opracowania partnera pokazały także przykłady dobrych praktyk korzyści, jakie daje szerokie korzystanie ze wsparcia przez osoby zamierzające założyć działalność gospodarczą.

W oparciu o wyniki badań oraz konsultacje z użytkownikami, a także informacje otrzymane poprzez ankiety dostępne na stronie Wnioskodawcy i Partnera krajowego opracowane zostały szczegółowe usługi dostępne w ramach Virtualnego Inkubatora Przedsiębiorczości.

II Cel wprowadzania innowacji

Celem innowacji jest poprawa jakości i zwiększenie dostępności usług wsparcia, świadczonych dla osób zamierzających założyć działalność gospodarczą z powiatów o najniższym wskaźniku przedsiębiorczości, a docelowo w całym kraju. Cel zostanie osiągnięty poprzez opracowanie i wdrożenie innowacyjnych narzędzi wsparcia osób

planujących założenie działalności gospodarczej w powiatach o najniższym wskaźniku przedsiębiorczości w Wielkopolsce. Narzędzia odpowiadają na problemy zidentyfikowane w trakcie etapu Diagnozy i analizy problemu, a ich opracowywaniu towarzyszyły konsultacje z potencjalnymi użytkownikami. **Pożądanym stanem docelowym** będzie sytuacja, w której opracowany produkt finalny pozwoli na poprawę efektywności świadczonego wsparcia, rozszerzy jego dostępność także dla osób z oddalonych ośrodków miejskich oraz pozwoli na zmniejszenie kosztów świadczenia wsparcia (głównie kosztów funkcjonowania instytucji wsparcia, ale także kosztów odbiorców np. dojazdu). To zostanie osiągnięte, gdy opracowane narzędzia zostaną dodane do oferty użytkowników, w pierwszej kolejności działających w województwie wielkopolskim, a następnie na terenie całego kraju. Weryfikacja celu odbywać się będzie w oparciu o określone wskaźniki. Do ich weryfikacji posłużą działania ewaluacyjne prowadzone w trakcie projektu.

Cel główny	Nazwa wskaźnika realizacji projektu	Metoda pomiaru wskaźnika	Wartość docelowa wskaźnika
Poprawa jakości świadczonego w regionie wsparcia dla osób zamierzających rozpocząć działalność gospodarczą poprzez opracowanie i przetestowanie na grupie 15 odbiorców, z powiatów o niższym od średniej wskaźniku przedsiębiorczości, innowacyjnej usługi kompleksowego wsparcia doradczo-informacyjnego i finansowego w oparciu o platformę internetową, do końca 2014 r.	Liczba odbiorców uczestniczących w testowaniu produktu	Podpisane umowy o objęcie wsparciem w ramach programu preinkubacji	15 (w tym 9 kobiet)
	Liczba odbiorców uczestniczących w testowaniu produktu, którzy oceniają, że wdrożenie produktu poprawi jakość wsparcia	Ankieta ewaluacyjna na początku i na zakończenie udziału w projekcie: 90% uczestników ocenia, że wdrożenie produktu pozwoli na poprawę jakości wsparcia dla osób zamierzających rozpocząć działalność gospodarczą w regionie.;	14
	Liczba użytkowników, których przedstawiciele uczestniczyli w testowaniu produktu	Lista obecności na spotkaniach konsultacyjnych	8
	Liczba przedstawicieli użytkowników uczestniczących w testowaniu produktu	Lista obecności na spotkaniach konsultacyjnych	10
	Liczba przedstawicieli użytkowników uczestniczących w testowaniu produktu którzy oceniają, że wdrożenie produktu poprawi jakość wsparcia	Ankieta ewaluacyjna na początku i na zakończenie udziału w projekcie: 90% uczestników ocenia, że wdrożenie produktu pozwoli na poprawę jakości wsparcia dla osób zamierzających rozpocząć działalność	9

		gospodarczą w regionie.;	
	Liczba użytkowników, niezaangażowanych w testowanie, którym produkt zostanie przedstawiony trakcie warsztatów	Lista obecności na warsztatach	15
	Liczba użytkowników, niezaangażowanych w testowanie, którym produkt zostanie przedstawiony trakcie warsztatów, którzy oceniają, że wdrożenie produktu poprawi jakość wsparcia	Ankieta ewaluacyjna na początku i na zakończenie udziału w projekcie: 90% uczestników ocenia, że wdrożenie produktu pozwoli na poprawę jakości wsparcia dla osób zamierzających rozpocząć działalność gospodarczą w regionie.;	14
	Liczba faktycznie wdrożonych Virtualnych Inkubatorów w regionie i w kraju	Umowa udzielenia bezpłatnej licencji na korzystanie z narzędzi, pomiędzy Wnioskodawcą a użytkownikiem	3
	Liczba użytkowników, nie uczestniczących w testowaniu, którzy wezmą udział w spotkaniu konsultacyjnym	Lista obecności na spotkaniu konsultacyjnym	5
	Liczba użytkowników, nie uczestniczących w testowaniu, którzy wezmą udział w spotkaniu konsultacyjnym, którzy oceniają, że wdrożenie produktu poprawi jakość wsparcia	Ankieta ewaluacyjna na początku i na zakończenie udziału w projekcie: 90% uczestników ocenia, że wdrożenie produktu pozwoli na poprawę jakości wsparcia dla osób zamierzających rozpocząć działalność gospodarczą w regionie.;	4
Cel szczegółowy	Nazwa wskaźnika realizacji projektu	Metoda pomiaru wskaźnika	Wartość docelowa wskaźnika
Diagnoza i analiza problemu poprzez zbadanie oczekiwań i potrzeb 30 odbiorców oraz 5 przedstawicieli	Liczba badań opracowanych w ramach projektu	Raport z badania – protokół odbioru	1

użytkowników do końca 2012 r.	Liczba osób uczestniczących w badaniu (w tym przedstawicieli użytkowników)	Raport z badania – protokół odbioru, wyniki wywiadów wypełnione przez ankietera	35
Wykorzystanie modelu wsparcia osób zakładających działalność gospodarczą poprzez użycie badań, analiz oraz opracowań partnera ponadnarodowego do końca 2013 r.	Liczba badań/analiz upowszechnionych w ramach projektu	Protokół odbioru raportów	3
	Liczba użytkowników, którzy wzięli udział w warsztatach	Lista obecności z warsztatów	15
Stworzenie wersji testowej produktu poprzez uruchomienie platformy internetowej Virtualny Inkubator Przedsiębiorczości oraz dostępnych w jej obrębie usług informacyjno-doradczych i finansowych do końca 2012 r.	Liczba utworzonych platform internetowych	Protokół z wykonania, print screen	1
	Liczba przedstawicieli użytkowników mających wpływ na opracowanie wstępnej wersji produktu	Lista obecności ze spotkań konsultacyjnych, protokoły ze spotkań	10
Przetestowanie produktu poprzez umożliwienie uczestnictwa w programie preinkubacji 15 odbiorcom i umożliwienie korzystania z portalu 10 użytkownikom stanowiącym grupę docelową w Virtualnym Inkubatorze Przedsiębiorczości do końca 2014 r.	Liczba odbiorców, którzy zakończyli udział w fazie testowania	Podpisane umowy o objęcie wsparciem w ramach programu preinkubacji	15
	Liczba przedstawicieli użytkowników, którzy otrzymali do przetestowania nowe narzędzie wsparcia przedsiębiorczości	Potwierdzenie wysyłki mailowej, haseł i loginów, listy obecności ze spotkań konsultacyjnych, wyniki ewaluacji prowadzonej wśród pracowników użytkowników	10
Upowszechnienie informacji o gotowym produkcie finalnym wśród min. 100 pracowników 10 potencjalnych instytucji użytkowników oraz włączenie opracowanego produktu finalnego do praktyki funkcjonowania 5 instytucji użytkowników, w celu poprawy jakości i dostępności wsparcia świadczonego dla osób zamierzających założyć działalność gospodarczą do końca 2014 r.	Liczba uczestników spotkania konsultacyjnego	Lista obecności ze spotkania konsultacyjnego	30
	Liczba linków do portalu VIP zamieszczonych na stronach interesariuszy	Print screeny ze stron	5
	Liczba osób, które otrzymały informacje o produkcie finalnym	Pocztowe potwierdzenie wysłania podręcznika (100 sztuk), potwierdzenie przeprowadzenia wysyłki mailowej (600 maili).	700
	Liczba pracowników instytucji, zatrudnionych na	Pisemne oświadczenie przedstawiciela instytucji	5

	stanowiskach kierowniczych, którzy zadeklarowali realną gotowość do wykorzystania modelu VIP w działalności swojej jednostki		
	Liczba faktycznie wdrożonych Wirtualnych Inkubatorów w regionie i w kraju	Umowa udzielenia bezpłatnej licencji na korzystanie z narzędzi, pomiędzy Wnioskodawcą a użytkownikiem	3

III Opis innowacji, w tym produktu finalnego

Na czym polega innowacja? Innowacja będzie polegała na świadczeniu w jednym miejscu kompleksowych usług informacyjnych, doradczych i finansowych dla osób zamierzających rozpocząć prowadzenie działalności gospodarczej, bez konieczności fizycznego stawiania się w instytucji świadczącej takie wsparcie. Narzędzie umożliwiające dostęp do takich usług, zostanie opracowane, przetestowane i upowszechnione w ramach projektu. Innowacja wykorzystywać będzie internet, dzięki czemu dostęp do usługi preinkubacji będzie ułatwiony w szczególności dla osób, które mieszkają w odległych obszarach województwa. Jak wskazują przytoczone w punkcie I badania, jest to szczególnie przydatne dla osób zamieszkujących mniejsze miasta oraz tereny wiejskie, które mają utrudniony dostęp do usług świadczonych w „sposób tradycyjny”. Projekt jednocześnie wpisuje się w realizację polityki rozwoju społeczeństwa informacyjnego, będącej jedną z polityk horyzontalnych UE. Wpisuje się także w ogólną tendencję związaną z częściowym przenoszeniem biznesu do sieci oraz szerokim wykorzystaniem internetu w działalności. Innowacja ma służyć docelowo osobom zakładającym działalność gospodarczą. Efektywną formą wsparcia takich osób jest preinkubacja, a więc umożliwienie funkcjonowania młodego przedsiębiorstwa pod NIPem preinkubatora i korzystanie z obsługi prawno-księgowej oraz doradztwa. Wsparcie świadczone jest w czasie, kiedy firma dopiero wchodzi na rynek i daje jej szansę na przetrwanie najtrudniejszego okresu. Przedsiębiorca, który zdobędzie już odpowiednie miejsce na rynku, a także nabędzie doświadczenie, będzie mógł założyć właściwą firmę, bez ryzyka, że nie utrzyma się ona na rynku, np. zdobędzie klientów, sprawdzi zapotrzebowanie na usługi, dostosuje ofertę do potrzeb rynku i nawiąże kontakty z potencjalnymi dostawcami. Narzędzie opracowane w ramach projektu umożliwi prowadzenie preinkubacji poprzez portal internetowy, na którym dostępne będą szkolenia, możliwy będzie kontakt z doradcą, prawnikiem oraz księgowym. Poprzez portal prowadzone będą także wszystkie rozliczenia i wystawiane faktury. Forum internetowe umożliwi odbiorcom i użytkownikom wymianę informacji. Wykorzystanie internetu jest tylko narzędziem umożliwiającym wykorzystanie w pełni wszystkich dostępnych funkcji, ponieważ istotą wprowadzonej innowacji jest umożliwienie świadczenia powyższych usług w jednym miejscu i na odległość.

8



Wnioskodawca wychodzi dużo dalej poza próby przenoszenia do internetu usług przez niektóre instytucje wsparcia, gdyż jego celem jest stworzenie kompleksowego modelu wsparcia, który da się łatwo włączyć do praktyki.

Standardowe instytucje wspierające osoby planujące założyć działalność gospodarczą najczęściej wymagają fizycznej obecności osoby korzystającej ze wsparcia w celu skorzystania ze swoich usług. Jak pokazuje praktyka, takie instytucje głównie znajdują się w większych ośrodkach miejskich, np. większość wielkopolskich preinkubatorów przedsiębiorczości działa w Poznaniu. Nawet jeżeli część spraw można załatwić drogą telefoniczną lub mailowo, to i tak w przypadku doradztwa i obsługi finansowej w większości wymagany jest kontakt osobisty (czy to w siedzibie instytucji czy też jej pracownik dojeżdża do usługobiorcy), który może generować dodatkowe koszty związane z dojazdem. Funkcjonowanie instytucji wsparcia wymaga utrzymania odpowiednio dużej przestrzeni biurowej oraz zatrudniania na miejscu specjalistów, którzy mogliby świadczyć usługi doradcze oraz zajmować się obsługą finansową. Przekłada się to na wysokie koszty funkcjonowania takich jednostek, które mogą prowadzić do obniżenia jakości świadczonych usług w imię wprowadzania oszczędności. Tym bardziej ciężko utrzymać byłoby się takim instytucjom w mniejszych ośrodkach, więc nieefektywne jest tworzenie kolejnych tego typu podmiotów, korzystniejsze i tańsze będzie przekazanie narzędzia umożliwiającego większym jednostkom świadczenie usług dla osób mieszkających nawet bardzo daleko od ich siedziby.

Dodatkowo, jak wykazała analiza oferty instytucji wspierających osoby zakładające działalność gospodarczą w Wielkopolsce, deklaracja szerokiej oferty często rozmija się z rzeczywistością. Jak wskazywali uczestnicy spotkań konsultacyjnych zorganizowanych w ramach I etapu realizacji projektu, może to wynikać z braku środków finansowych na zatrudnienie na miejscu odpowiednich specjalistów. Osoby uczestniczące w konsultacjach produktu, mimo dużego zainteresowania, wskazywały, że instytucje, którymi kierują lub w których pracują nie wykorzystują na szerszą skalę narzędzi informatycznych do wspierania osób zakładających działalność gospodarczą.

Produkt opracowany w ramach projektu jest innowacyjny w wymiarze formy wsparcia. Jako pierwszy pozwala świadczyć usługi wsparcia dla osób planujących założenie działalności gospodarczej w pełni poprzez internet, dając możliwość łatwego dostępu do tych usług osobom zamieszkującym poza ośrodkami miejskimi, w których znajdują się takie instytucje. A także osobom mniej mobilnym, tj. osobom niepełnosprawnym oraz mającym pod swoją opieką osoby zależne.

Komu będzie służyła innowacja i kto będzie mógł ją wykorzystać w przyszłości (opis grup docelowych). ODBIORCY: Bezpośrednimi odbiorcami wsparcia świadczonego poprzez Virtualny Inkubator Przedsiębiorczości będą wszystkie osoby zamierzające założyć działalność gospodarczą zamieszkujące wielkopolskie powiaty, w których stopa przedsiębiorczości znajduje się poniżej średniej. Wsparcie nakierowane jest na osoby mieszkające poza dużymi ośrodkami miejskimi, mające utrudniony dostęp do instytucji wsparcia. Docelowo, po upowszechnieniu produktu finalnego, z usług będą mogły skorzystać wszystkie osoby, mające utrudniony dostęp do usług instytucji wsparcia. Produkt może być szczególnie przydatny dla osób wychowujących małe dzieci, gdyż będzie pozwalał na korzystanie ze wszystkich usług wsparcia poprzez komputer osobisty, bez konieczności wyjazdu i pozostawiania dziecka pod opieką. Dzięki temu projekt wpisuje

9



się w zasadę równości szans kobiet i mężczyzn. Produkt może być także przydatny dla osób niepełnosprawnych, które są mniej mobilne. Odbiorcy będą uczestniczyli przez określony czas (w zależności od decyzji użytkownika) w programie preinkubacji, a po jego zakończeniu będą zakładali własną działalność gospodarczą. Narzędzie zostanie przetestowane przez grupę 15 odbiorców, którzy poddani zostaną procesowi preinkubacji. W ramach upowszechniania Wnioskodawca chce poinformować możliwe największą grupę odbiorców, jednak faktyczna liczba odbiorców, którzy będą mogli skorzystać z innowacji zależna jest od profilu użytkowników którzy ją wykorzystają. Ze względu na szacowaną liczbę podmiotów, które wdrożą model, liczbę odbiorców można oszacować na ok. 15 – 80 w pierwszych 3 latach po wdrożeniu modelu (czyli ok. 3 do 16 odbiorców na jednego użytkownika – szacunki w oparciu o liczbę podmiotów preinkubowanych w największych inkubatorach w kraju). Liczba ta jest jednak zależna wyłącznie od woli użytkowników, którzy będą mieli pełen wpływ na realizowane przez siebie programy wirtualnej inkubacji.

UŻYTKOWNICY: Pierwszymi użytkownikami produktu mogą być wszystkie instytucje wspierające osoby zamierzające założyć działalność gospodarczą z powiatów o stopie przedsiębiorczości niższej od średniej (a także ich pracownicy), które wykorzystają go do świadczenia usług informacyjnych, doradczych i finansowych. Użytkownicy będą zaangażowani w proces tworzenia oraz testowania produktu. Docelowo po etapie upowszechnienia produktu finalnego, szansę na jego wykorzystanie otrzymają wszystkie zainteresowane instytucje. Produkt może być przydatny w szczególności dla jednostek świadczących usługi związane z preinkubacją, ale także dla tych zainteresowanych włączeniem takich usług do swojej oferty. Wnioskodawca zakłada zainteresowanie ze strony jednostek już aktywnie działających w zakresie wspierania przedsiębiorczości, takich jak preinkubatory i inkubatory przedsiębiorczości (np. Preinkubator UAM, PAIP, AIP przy Uniwersytecie Ekonomicznym oraz Kaliski Inkubator Przedsiębiorczości), instytucje szkoleniowo-doradcze (np. izby gospodarcze, parki technologiczne, stowarzyszenia i fundacje wspierające przedsiębiorczość oraz podmioty komercyjne), a także jednostek zainteresowanych świadczeniem takiego wsparcia (np. jednostki samorządowe, organizacje pozarządowe, przedsiębiorstwa a także szkoły średnie i wyższe). Na etapie testowania zaangażowanych zostanie 10 przedstawicieli 8 użytkowników, docelowo Wnioskodawca zakłada, że informacje o produkcie otrzyma grupa min. 100 użytkowników. Wnioskodawca zakłada, że faktyczne wdrożenie nastąpi min. w przypadku 3 użytkowników, którzy otrzymają bezpłatną licencję na korzystanie z narzędzi. Wnioskodawca dołoży wszelkich starań, aby liczba ta była wyższa.

Jakie warunki muszą być spełnione, by innowacja działała właściwie. Aby innowacyjny produkt mógł zostać wdrożony, wymagana jest integracja oprogramowania powstałego w ramach Virtualnego Inkubatora Przedsiębiorczości ze stroną internetową oraz systemem informatycznym stosowanym przez instytucje. Integracja będzie konieczna wyłącznie w przypadku, jeżeli użytkownik będzie chciał umieścić narzędzie na swojej stronie internetowej. Wtedy wymagane będzie wynajęcie programisty, który w oparciu o udostępniony przez Wnioskodawcę kod źródłowy, będzie mógł dostosować grafikę, wygląd menu oraz ewentualnie części funkcjonalności. Szacowany koszt pracy programisty, w zależności od stopnia wprowadzanych modyfikacji oraz zaawansowania strony z którą przeprowadzana będzie integracja waha się w przedziale od 3 do 10 tys.

złoty. Czas wdrożenia oprogramowania może wahać się w przedziale od 2 do 6 miesięcy. Jeżeli nie będzie przeprowadzana integracja i użytkownik będzie wykorzystywał narzędzie w niezmienionej formie, koszt ograniczy się do np. zmiany logo, wymianie pewnych treści lub zmianie kolorystyki i wyniesie ok. 2 do 5 tys. złotych. Czas wdrożenia skróci się do przedziału od 1 do 3 miesięcy. Tak niski koszt będzie można uzyskać dzięki przekazaniu zainteresowanym użytkownikom kodów źródłowych do portalu VIP. Jeśli chodzi o warunki prawne wdrożenia, wymagane będzie jedynie wystąpienia przez użytkownika o nieodpłatną licencję niewyłączną. Wnioskodawca zobowiązuje się udzielać takiej licencji wszystkim zainteresowanym podmiotom. Wdrożenie produktu nie niesie za sobą dodatkowych warunków prawnych. Ostateczna organizacja wirtualnej inkubacji, będzie każdorazowo zależała od użytkownika wdrażającego, jednak w podręczniku i instrukcji Wnioskodawca przedstawi swoje propozycje w tym zakresie.

Konieczne jest także zapoznanie się z tym, jak działa powstały produkt finalny przez pracowników potencjalnych użytkowników. W tym celu przygotowany zostanie podręcznik oraz instrukcja korzystania (z dołączoną płytą, na której będzie oprogramowanie z kodem źródłowym do wykorzystania). Bardzo ważne jest zapoznanie się grupy docelowej ze specyfiką prowadzenia i korzystania z usług bez konieczności fizycznego kontaktu. Znaczącym elementem jest czynnik mentalnościowy, związany z przywiązaniem do tradycyjnego sposobu świadczenia i korzystania z usług wsparcia. Jak wykazały spotkania konsultacyjne oraz ankiety przeprowadzane wśród użytkowników i odbiorców, bariery związane z wykorzystaniem technologii informatycznych nie powinny stanowić zasadniczego problemu. Pracownicy reprezentujący wybranych użytkowników wyrażali zainteresowanie pomysłem, uznali także za bardzo realną możliwość przeniesienia przynajmniej części świadczonych przez siebie usług do internetu. Również odbiorcy uczestniczący w badaniach entuzjastycznie odnosili do wykorzystania internetu w kontaktach z instytucją wsparcia.

Ze strony odbiorców, warunkiem wdrożenia jest uzyskanie niezbędnej wiedzy na temat możliwości korzystania z internetowego wsparcia dla osób zamierzających założyć działalność gospodarczą (w tym celu zostanie stworzony podręcznik i instrukcja, opisane w kolejnych punktach). Do korzystania z produktu niezbędne jest posiadanie dostępu do internetu, co jak pokazały badania jest wśród odbiorców powszechne.

Jakie efekty może przynieść zastosowanie innowacji? Innowacja w wymiarze formy wsparcia wpłynie dodatnio na proces wsparcia świadczonego osobom zamierzającym założyć działalność gospodarczą w Wielkopolsce, ale także w skali całego kraju. Dzięki innowacyjnym narzędziom ulokowanym w internecie, poszerzy się grupa osób korzystających ze wsparcia w ramach programu preinkubacji. Z tych usług będą mogli skorzystać mieszkańcy gmin i powiatów, które są znacznie oddalone od dużych ośrodków miejskich oraz osoby niepełnosprawne i wychowujące dzieci, które wcześniej miały utrudniony dostęp do usług wsparcia. Uczestnicy programów preinkubacji, którzy otrzymają kompleksowe wsparcie, po jej zakończeniu będą zakładali działalność gospodarczą, która nie będzie narażona na ryzyko zetknięcia się z trudną rynkową rzeczywistością. W efekcie doprowadzi to do wzrostu wskaźnika przedsiębiorczości oraz wpłynie dodatnio na poziom zatrudnienia, aktywizację zawodową i ogólny wzrost gospodarczy w regionach.

Wprowadzenie innowacji będzie miało także dodatni wpływ na funkcjonowanie jednostek wsparcia. Pozwoli im rozszerzyć ofertę, skupić się na wsparciu merytorycznym (a nie wynajmie lokali), ograniczyć koszty funkcjonowania oraz dotrzeć do większej grupy odbiorców. Instytucje będą mogły zacząć działać na szerszym obszarze geograficznym i pozwoli im dokonać przebudowy administracyjnej (np. skupienia się na jednej gałęzi gospodarki, a nie terytorium).

Jakie elementy obejmować będzie innowacja? Głównym narzędziem innowacji obejmującej kompleksowe wsparcie dla osób zakładających działalność gospodarczą, będzie produkt finalny pod nazwą Virtualny Inkubator Przedsiębiorczości (VIP). Innowacja dotyczy całej filozofii świadczenia usług wsparcia „na odległość”, natomiast VIP jest elementem, który pozwala wprowadzić ją w życie. Produkt finalny będzie zorganizowany wokół portalu internetowego. Każda z osób testujących produkt, a docelowo jego odbiorców, otrzyma indywidualne konto. Będzie możliwe także skorzystanie z usług informacyjnych (m.in. artykułów) bez posiadania konta (część dla „niezalogowanych”). Poprzez konto możliwy będzie dostęp do usług informacyjnych, doradczych i finansowych. Wcześniej każdy odbiorca podpisze odpowiednią umowę o świadczenie usług preinkubacji i będzie mógł działać pod NIP-em Preinkubatora. Preinkubowany będzie kontaktował się z VIP-em poprzez portal internetowy, telefonicznie oraz drogą pocztową (wymagane dokumenty będą przesyłane pocztą). Poprzez portal będzie miał dostęp do:

- Szkoleń e-learningowych z wiedzy niezbędnej osobom zaczynającym prowadzenie działalności gospodarczej. Ich tematyka została ustalona w oparciu o oczekiwania uczestników badań prowadzonych przez Wnioskodawcę. Tematyka szkoleń: podstawy księgowości, podstawowe strategie marketingowe, źródła finansowania działalności gospodarczej.
- Specjalistycznych artykułów pogłębiających wiedzę z zakresu najważniejszych aspektów prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Tematy artykułów: biznes plan, podstawy zakładania własnej działalności gospodarczej (aspekty prawne), prowadzenie księgowości, wybrane strategie marketingowe, skąd pozyskiwać środki finansowe na prowadzenie działalności.
- Wsparcia doradczego, poprzez możliwość zadawania pytań oraz kontakt telefoniczny lub przez komunikator Skype z doradcą.
- Wsparcie prawne, również świadczone drogą elektroniczną (poprzez specjalną zakładkę oraz komunikator Skype).
- Dostęp do specjalnego modułu księgowego, poprzez który będzie możliwość wystawiania faktur oraz kontrolowania swojego stanu konta w inkubatorze. Dostęp pozwoli do dokładnego analizowania obrotów swojej firmy, należności i zobowiązań oraz przychodów. Każdy odbiorca comiesięcznie otrzymywał będzie sprawozdanie ze swojej działalności od strony finansowej. Przystępna funkcjonalność oraz stały monitoring księgowego pozwoli w swobodny sposób poruszać się po świecie rachunkowości. Kontroli będą podlegały także wszystkie wystawione oraz przyjęte faktury.

IV Plan działań w procesie testowania produktu finalnego.

Dla potrzeb etapu testowania powstanie Virtualny Inkubator Przedsiębiorczości, który będzie dysponował wszystkimi narzędziami składającymi się na wstępną wersję produktu. Dzięki temu możliwe będzie przetestowanie innowacji przez odbiorców i użytkowników w warunkach rzeczywistych, odpowiadających docelowemu świadczeniu usług informacyjnych, doradczych oraz finansowych. Użytkownicy zaangażowani w testowanie, będą na bieżąco obserwować proces świadczenia usług w ramach VIP w warunkach rzeczywistych. Dzięki temu będą mogli odnieść go do systemu organizacyjnego jednostki, w której pracują. Do obsługi preinkubowanych zostaną zaangażowane zewnętrzne firmy, które zajmą się obsługą prawną i księgową (w ramach outsourcingu), bez konieczności zatrudniania na stałe prawnika oraz księgowego (ograniczenie kosztów).

Kryteria doboru grup użytkowników i odbiorców. W testowaniu będzie uczestniczyła grupa 15 odbiorców, którzy bezpośrednio będą uczestniczyli w programie preinkubacji oraz otrzymają wsparcie informacyjne, doradcze i finansowe w ramach portalu internetowego. Wielkość grupy została dostosowana do specyfiki projektów innowacyjnych oraz rekomendacji Krajowej Instytucji Wsparcia, aby grupa była nieduża, co umożliwi maksymalnie efektywną obserwację efektów testowania. Wnioskodawca chce zapewnić reprezentację możliwie największej liczby powiatów, w których stopa przedsiębiorczości jest niższa od średniej województwa. Ponadto w oparciu o rekomendacje z etapu badań i diagnozy, Wnioskodawca będzie preferował udział osób z terenów wiejskich (najbardziej oddalonych od siedzib inkubatorów) oraz udział osób niepełnosprawnych i tych, pod opieką których znajdują się osoby zależne. Przedmiotowe kryteria wynikają z uszczegółowienia grupy docelowej, którego dokonano na etapie badań i diagnozy problemu. Wprowadzenie kryterium wynika z zapisów wniosku o dofinansowanie, w którym zapisano, że rekrutacja odbywać się będzie w oparciu o wyniki badań. Ponieważ uczestnicy testowania będą w warunkach rzeczywistych prowadzili działalność biznesową pod NIPem preinkubatora, ich rekrutacja będzie odbywać się w oparciu o szczegółowy regulamin. Z każdym z uczestników zostanie podpisana umowa zabezpieczająca interesy obu stron. Rekrutacji towarzyszyć będzie promocja, której celem będzie zachęcenie potencjalnych odbiorców do uczestnictwa w testowaniu, a także upowszechnianie innowacji.

W testowaniu weźmie także udział grupa 10 przedstawicieli 8 użytkowników, uczestników spotkań konsultacyjnych. Wyrażali oni bardzo duże zainteresowanie aktywnym uczestnictwem w projekcie, w związku z tym, po konsultacjach z partnerami Wnioskodawca uznał, że ich udział w testowaniu może znacznie zwiększyć jego efektywność. Stąd wprowadzona została przedmiotowa zmiana w stosunku do treści pierwotnego wniosku o dofinansowanie. Aby testowanie było możliwie najbardziej efektywne będzie ono odbywało się w warunkach rzeczywistego świadczenia usługi przez użytkowników, którzy będą uczestniczyli w obsłudze finansowej i doradczej preinkubowanych. Będą także obserwowali ich wyniki, wyniki ankiet ewaluacyjnych oraz testów po zakończeniu każdego szkolenia e-learningowego.

Opis przebiegu testowania. Po podpisaniu umów o preinkubacji, odbiorcy będą mogli rozpocząć prowadzenie działalności biznesowej w ramach preinkubatora. Wszystkie kwestie związane zarówno z rekrutacją jak i przyjęciem odbiorcy na testowanie, będą załatwiane w sposób zdalny (drogą pocztową lub mailową). Każdy otrzyma indywidualny login i hasło na platformę internetową oraz instruktaż do korzystania z niej. Odbiorcy

uzyskają dostęp do materiałów informacyjnych w postaci artykułów i szkoleń e-learningowych (szczegółowa tematyka odpowiada oczekiwaniom odbiorców i zawarta jest w załączniku 1), każde szkolenie będzie kończyło się testem sprawdzającym. Odbiorcy będą mieli możliwość kontaktu z doradcą, poprzez darmowy komunikator internetowy np. Skype (wprowadzone do strategii w oparciu o sugestie uczestników etapu badań i diagnozy problemu). Wszystkie techniczne kwestie będzie wyjaśniał administrator portalu oraz opiekun preinkubowanych przedsiębiorców – kontakt mailowy, Skype. Poprzez specjalny formularz uczestnicy będą mogli zadawać pytania prawnikowi oraz księgowemu. Będą mieli także dostęp do forum będącego platformą wymiany informacji pomiędzy odbiorcami, użytkownikami oraz zespołem projektowym. W ramach obsługi finansowej, każdy z uczestników będzie miał dostęp do swoich wyników finansowych, będzie mógł także tworzyć faktury. Dodatkowo, dzięki udziałowi w projekcie partnera krajowego, po założeniu własnej działalności gospodarczej, osoby te będą mogły otrzymać pożyczkę z Funduszu Pożyczkowego, działającego przy KIP. Preinkubowani będą prowadzili działalność w ramach preinkubatora bezpłatnie, a wszelkie zyski będą przekazywane na ich konto (po odjęciu podatków). Najaktywniejsi odbiorcy będą mogli także otrzymać nagrody w wysokości 10 tys. zł. Nagrody będzie przyznawać niezależna Komisja w oparciu o takie kryteria jak, m.in. aktywność na portalu, obroty, perspektywy rozwoju firmy. Obroty firmy nie będą najważniejszym kryterium, tak aby na nagrodę mieli szansę przede wszystkim najaktywniejsi użytkownicy portalu, którzy przetestują dokładnie wszystkie jego funkcjonalności.

Podobnie jak odbiorcy, użytkownicy uczestniczący w testowaniu otrzymają dostęp do indywidualnych kont na portalu przez co będą mogli zapoznać się ze wszystkimi jego funkcjonalnościami. Ponadto w trakcie testowania, Wnioskodawca zaplanował dwa kolejne spotkania konsultacyjne, na których będą omawiane bieżące wyniki testowania. Użytkownicy będą kwartalnie otrzymywać ogólne raporty z bieżącej ewaluacji projektu (wyniki ankiet wypełnianych przez odbiorców – opisane poniżej). Użytkownicy będą prowadzili testowanie w warunkach rzeczywistych odpowiadających docelowemu świadczeniu przez nich usług w oparciu o produkt. Będą włączani przez zespół projektowy w obsługę informacyjną, doradczą i finansową preinkubowanych. W siedzibie wnioskodawcy zostanie zorganizowane stanowisko pracy, przy którym, każdy z użytkowników, wspólnie z zespołem projektowym, będzie mógł włączyć się w obsługę preinkubowanych w warunkach rzeczywistych.

Dodatkowo, w ramach testowania, zorganizowane zostaną warsztaty z partnerem ponadnarodowym, na których omawiana będzie wstępna wersja produktu finalnego oraz bieżący przebieg testowania. W warsztatach weźmie udział 15 użytkowników, nie będą to jednak osoby bezpośrednio zaangażowane w testowanie. Dzięki organizacji warsztatów możliwe będzie większe zaangażowanie partnera ponadnarodowego w proces testowania.

Charakterystyka materiałów, które otrzymają uczestnicy. Uczestnicy, poprzez indywidualne konta dostępu, otrzymają dostęp do portalu, na którym znajdą się wszystkie narzędzia, szczegółowo opisane w załączniku 1. Każdy otrzyma także instrukcję użytkowania.

Planowany sposób monitorowania przebiegu testowania. Każdy odbiorca uczestniczący w procesie preinkubacji zobligowany będzie do wypełniania comiesięcznej

ankiety ewaluacyjnej, gdzie oceniać będzie przydatność oraz funkcjonalność narzędzi, a także całościowo metodę. Pytania w ankiecie będą dotyczyły m.in. poziomu merytorycznego narzędzia, jego przydatności w rozwiązywaniu problemów odbiorców, obciążenia w stosowaniu dla użytkowników, szybkości i jakości doradztwa, jakości szkoleń a także oceny funkcjonalności oraz jakości technicznej narzędzia. Każdy odbiorca będzie mógł wyrazić swoją opinię o portalu na forum internetowym. Wyniki będą analizowane przez zespół projektowy (pod nadzorem koordynatora projektu), który będzie na bieżąco monitorował postęp testowania oraz postępy odbiorców (m.in. wyniki testów na koniec szkoleń, wyniki finansowe, szybkość reagowania na pytania zadawane przez odbiorców). Bieżące wyniki ewaluacji będą przesyłane do użytkowników uczestniczących w testowaniu, aby mogli również zapoznawać się z opiniami odbiorców. Użytkownicy wezmą także udział w dwóch spotkaniach konsultacyjnych, na których będą dzielili się swoimi spostrzeżeniami, a także omawiali wyniki ankiet wypełnianych przez odbiorców. Tak prowadzony monitoring pozwoli na pełną realizację zasady empowermentu, gdyż da możliwość wpływania na wyniki testowania przedstawicielom grupy docelowej.

V Sposób sprawdzenia czy innowacja działa

Przez cały okres testowania zespół projektowy będzie zbierał opinie przedstawicieli grupy docelowej, a także analizował funkcjonowanie portalu. Źródłem danych będą ankiety ewaluacyjne, wypełniane co miesiąc przez 15 odbiorców uczestniczących w testowaniu produktu oraz ich opinie wyrażane na forum i ewentualne sygnały przekazywane drogą telefoniczną, poprzez komunikatory internetowe lub mailowo. Pytania zawarte w ankiecie będą na bieżąco analizowane przez zespół projektowy, a ich treść będzie mogła ulegać modyfikacjom. Pierwsza wersja ankiety zawarta została w załączniku 1 do strategii. Drugą grupą danych będą informacje od 10 przedstawicieli użytkowników, którzy będą mogli w przyszłości korzystać z wypracowanego narzędzia. Dane będą zbierane w trakcie dwóch spotkań konsultacyjnych, a także na bieżąco poprzez kontakt telefoniczny lub mailowy zespołu projektowego z użytkownikami. Poza grupami docelowymi, uwzględnione zostaną opinie zespołu projektowego, wszelkie problemy oraz potencjalne możliwości wprowadzenia ulepszeń, które zostały dostrzeżone na etapie testowania. Przedstawiciele zespołu projektowego, pod nadzorem koordynatora, będą także odpowiedzialni za zbieranie danych z testowania.

Dane zbierane od odbiorców oraz użytkowników będą szły w kierunku informacji na temat napotkanych problemów, a także sugestii, co do potencjalnych zmian już istniejących narzędzi (w tym wyglądu graficznego) oraz ich potencjalnej rozbudowy. Szczególnie odbiorcy będą wskazywali na przydatność testowanych narzędzi. Bardzo ważna będzie kwestia komfortu odbiorców korzystających ze wsparcia wyłącznie przez internet. Testowanie pozwoli zidentyfikować potencjalne ryzyka z tym związane, a także wypracować metody właściwej kontroli.

Najważniejszym elementem analizy rzeczywistych efektów testowanego produktu, będzie przeprowadzenie ewaluacji zewnętrznej. Dla tych potrzeb zaangażowana zostanie zewnętrzna pracownia badawcza, jej wybór dokonany zostanie zgodnie z zasadą efektywnego zarządzania finansami. Przy wyborze Wnioskodawca będzie kierował się

doświadczeniem oraz potencjałem kadrowym firmy. Wymagane doświadczenie to realizacja min. trzech badań ewaluacyjnych z tematyki przedsiębiorczości oraz w ramach potencjału kadrowego oddelegowanie do badania min. jednej osoby prowadzącej wcześniej min. dwa badania ewaluacyjne z tematyki przedsiębiorczości. Ewaluacja będzie prowadzona zgodnie z zaleceniami KIW zawartymi w „Miniprzewodniku po ewaluacji projektów innowacyjnych PO KL”.

Firma zostanie wybrana jeszcze w trakcie trwania testowania, tak aby mieć duży wpływ na prowadzone badania oraz odpowiednio przygotować się do ewaluacji po zakończeniu testowania. Od razu po zakończeniu testowania, ewaluator zewnętrzny otrzyma wszystkie wyniki ankiet oraz konsultacji produktu z odbiorcami i użytkownikami. Pracownia badawcza otrzyma wszystkie protokoły ze spotkań z użytkownikami, a także protokół z warsztatów z partnerem ponadnarodowym – Teknisdalen Foundation. Będzie mogła wykorzystać również raporty opracowane na etapie badań i diagnozy problemu. Zadaniem pracowni badawczej będzie przeprowadzenie pogłębionych wywiadów ze wszystkimi uczestnikami testowania. Najpierw opracowane zostaną potrzebne narzędzia, a więc pytania kluczowe, kryteria ich wartościowania oraz metody pracy ewaluatorów. Następnie przeprowadzone zostaną pogłębione wywiady, które pozwolą na właściwe przeanalizowanie przydatności opracowanej metody w procesie świadczenia usług dla osób zamierzających założyć działalność gospodarczą. Zidentyfikowane zostaną także rekomendacje grupy docelowej, dotyczące zmian, jakie należałoby wprowadzić do produktu finalnego, w celu zwiększenia jego efektywności. Ewaluator zewnętrzny będzie odnosił się także do pytania, czy wypracowany produkt jest lepszy, skuteczniejszy i bardziej efektywny kosztowo od praktyki stosowanej dotychczas. Dla tych potrzeb będzie mógł również wykorzystywać dane zewnętrzne. Całość analizy przeprowadzonej przez pracownię badawczą zostanie opisana w obszernym raporcie. Raport będzie uwzględniał wszystkie powyżej wymienione źródła pozyskiwania badań oraz wnioski związane z ich analizą. Całość ewaluacji zewnętrznej ma posłużyć odpowiedzi na następujące pytania:

- 1) Czy model VIP jest adekwatny do potrzeb grupy docelowej?
- 2) Czy jest szansa na implementację rozwiązania do oferty potencjalnych użytkowników?
- 3) Czy i w jakich elementach testowany produkt powinien zostać zmodyfikowany, aby w pełni odpowiadać na potrzeby grupy docelowej i dawać szansę na realne wdrożenie do oferty użytkowników?
- 4) Jakie warunki muszą zostać spełnione, by model mógł być włączony do praktyki?
- 5) Czy proponowane rozwiązanie jest efektywniejsze (w tym kosztowo) i skuteczniejsze niż obecnie realizowane wsparcie dla osób zamierzających założyć działalność gospodarczą w województwie?

Sukcesem testowania będą pozytywne odpowiedzi na pytania 1, 2 oraz 5. Ewaluacja zewnętrzna może pozwolić także na rozwinięcie innowacji w kierunkach, które wcześniej nie były brane pod uwagę (m.in. pytanie 3). W przypadku potwierdzenia skuteczności proponowanego rozwiązania oraz pozytywnych opinii na temat użyteczności wobec grupy docelowej oraz możliwości wykorzystania go przez użytkowników, Wnioskodawca skupi się na wprowadzeniu rekomendowanych korekt i zmian (o ile takie zaistnieją). Dopracowany w oparciu o wyniki ewaluacji zewnętrznej produkt, będzie przedmiotem upowszechniania i włączania do głównego nurtu polityki. Materialnym efektem tej pracy

będzie podręcznik opisujący cały proces tworzenia innowacji, od etapu badań i diagnozy problemu, przez opracowywanie wstępnej wersji produktu, jej testowanie, aż po etap ewaluacji oraz kształt dostosowanego do jej wyników wyglądu produktu finalnego. Powstanie także szczegółowa instrukcja opisująca produkt finalny pod kątem jego włączenia do praktyki.

VI Strategia upowszechniania

Celem działań upowszechniających jest dotarcie z informacją na temat innowacyjnego modelu VIP do jak najszerszej grupy odbiorców i użytkowników w Wielkopolsce, a także poinformowanie o nim interesariuszy. Efektem ma być wzrost ich wiedzy na temat możliwości, jakie daje nowe rozwiązanie, jak można je wykorzystywać (użytkownicy) oraz jak z niego korzystać (odbiorcy). Przyjęta strategia upowszechniania zakłada realizację działań upowszechniających już od początku realizacji projektu, z tym że ich intensyfikacja będzie następowała z czasem. Ważnymi punktami będą: moment rozpoczęcia testowania, gdy już możliwa będzie prezentacja wstępnej wersji produktu finalnego oraz etap jego intensywnego upowszechniania i włączania do głównego nurtu polityki.

Działania upowszechniające będą skierowane przede wszystkim do przedstawicieli grupy docelowej, ale także interesariuszy, takich jak media, przedstawiciele administracji publicznej (np. Urzędy Pracy) oraz podmioty zrzeszające użytkowników lub działające dla ich potrzeb. W procesie upowszechniania aktywnie będzie uczestniczył partner krajowy – Fundacja Kaliski Inkubator Przedsiębiorczości, która podejmie się upowszechniania informacji o projekcie wśród instytucji z południowej Wielkopolski, z którymi na bieżąco współpracuje. Ważnym elementem upowszechniania po stronie partnera będą warsztaty z partnerem ponadnarodowym.

Działania upowszechniające rozpoczęły się już na etapie badań i diagnozy problemu. Wnioskodawca już zachęcając potencjalnych odbiorców i użytkowników do udziału w badaniu, wstępnie informował ich o inicjatywie. Osoby, które wzięły udział w badaniu ilościowym, łącznie 390 potencjalnych użytkowników, mogły bezpośrednio zapoznać się ze wstępną koncepcją modelu VIP. Bardziej szczegółowo był on prezentowany 30 odbiorcom oraz 5 użytkownikom uczestniczącym w badaniach pogłębionych. Upowszechnianie odbywało się również w trakcie dwóch spotkań konsultacyjnych (każde z 5 użytkownikami), z których jedno zostało zorganizowane w Kaliszu, a drugie w Poznaniu. Przedstawiciele zespołu projektowego prezentowali uczestnikom koncepcję projektu innowacyjnego oraz narzędzia, które mają zostać udostępnione w ramach produktu finalnego.

Kolejnym etapem upowszechniania będzie proces rekrutacji odbiorców, którzy otrzymają do testowania wstępną wersję produktu. Jest to bardzo ważny moment, ponieważ gotowy będzie już materialny wygląd innowacji, którą łatwiej będzie można upowszechniać wśród szerszego grona odbiorców i użytkowników. Upowszechnianie związane z rekrutacją odbywać się będzie poprzez wysyłkę mailową (wykorzystane zostaną bazy danych potencjalnych odbiorców, którymi dysponuje Wnioskodawca), informacje w prasie lokalnej (w tym płatne ogłoszenia) oraz na stronach internetowych związanych tematycznie z projektem. Łącznie do etapu testowania zostanie zakwalifikowanych 15 odbiorców,

jednak Wnioskodawca planuje rozesłać wiadomości do min. 500 osób, przy czym z informacjami na stronach internetowych i w prasie może zetknąć się dużo większa liczba odbiorców. W strategii upowszechniania skierowanej do odbiorców (zarówno w momencie rekrutacji jak i w kolejnych etapach) wykorzystane zostaną wyniki badań z I etapu. Z badań wynika, że w przekazie marketingowym korzystne będzie pokazanie pozytywnych cech bycia przedsiębiorczym jak: niezależność, realizacja własnych pomysłów i perspektywa wyższych dochodów.

W trakcie testowania zostaną zorganizowane warsztaty z partnerem ponadnarodowym, za które odpowiedzialny będzie partner projektu – Kaliski Inkubator Przedsiębiorczości. W warsztatach weźmie udział 15 użytkowników, którym zaprezentowana zostanie koncepcja projektu oraz wstępna wersja produktu finalnego.

Od tego momentu na bieżąco będzie prowadzona kampania informacyjna na temat projektu. Na stronach branżowych i w prasie na bieżąco będą ukazywały się informacje o projekcie (Wnioskodawca wstępnie rozmawiał z mediami, które wyraziły zainteresowanie umieszczaniem takich informacji). Wnioskodawca wstępnie rozmawiał także z autorami programu radiowego nt. przedsiębiorczości w jednej z poznańskich rozgłośni radiowych, którzy wyrazili wstępne zainteresowanie ideą projektu. Na tym etapie Wnioskodawca będzie starał się o uzyskanie patronów medialnych (interesariuszy), którzy pomogą w dalszym upowszechnianiu informacji o projekcie. Wnioskodawca planuje uzyskać min. dwóch patronów reprezentujących dwa różne media. Wnioskodawca podejmie także starania o patronat honorowy ze strony Ministra Gospodarki (pismo z prośbą zostało wysłane jeszcze przed złożeniem strategii). Starania o patronaty w tym momencie, a nie na początku projektu, uzasadnione są potrzebą przedstawienia potencjalnym patronom, chociaż wstępnej wersji produktu, który powstanie w ramach projektu. Zdaniem Wnioskodawcy takie postępowanie jest efektywniejsze z punktu widzenia procesu upowszechniania.

Elementem zarówno upowszechniania jak i włączania do polityki (punkt VII) będzie podręcznik opisujący założenia projektowe, kolejne etapy realizacji projektu, a więc etap badań i opracowywania wstępnej wersji produktu finalnego, etap testowania produktu oraz jego ostateczną wersję stworzoną w oparciu o wyniki ewaluacji zewnętrznej. Podręcznik zostanie przygotowany w wersji papierowej (100 szt.) oraz elektronicznej, wersja papierowa będzie wykorzystywana w trakcie spotkań z użytkownikami, których celem będzie włączanie do polityki, natomiast wersja elektroniczna, w ramach upowszechniania, zostanie rozesłana drogą mailową po bazie potencjalnych użytkowników oraz odbiorców i interesariuszy z całego kraju. Wnioskodawca planuje rozesłanie min. 600 maili. Wnioskodawca będzie także prosił patronów medialnych oraz patrona honorowego o rozpowszechnianie podręcznika. Informacje o projekcie będą pojawiały się na stronie Wnioskodawcy i partnera krajowego.

Ważnym elementem zarówno upowszechniania jak i włączania do polityki (punkt VII strategii) będą spotkania z użytkownikami. Na każdym ze spotkań będzie znajdował się roll – up projektowy. Spotkania z użytkownikami zostaną szerzej opisane w kolejnym punkcie. Uzupełnieniem upowszechniania, będą informacje na temat bieżącego postępu projektu, które będą zamieszczane na stronie internetowej Wnioskodawcy, partnera Fundacji Kaliski Inkubator Przedsiębiorczości oraz na stronie internetowej preinkubatora.

Wnioskodawca aktywnie reagując na wyniki badań oraz otrzymywane opinie od przedstawicieli grupy docelowej, dostosował etap upowszechniania do jej oczekiwań. Po konsultacjach z partnerami wprowadzone zostały zmiany, takie jak zwiększenie roli podręcznika na etapie upowszechniania, dodatkowe spotkania z użytkownikami (punkt VII). Zmiany te jednak w sposób zasadniczy nie zmieniają koncepcji zawartej we wniosku o dofinansowanie. Ich celem jest natomiast zwiększenie efektów procesu upowszechniania.

VII Włączanie do głównego nurtu polityki

Wnioskodawca opracowując strategię upowszechniania starał się, aby służyła ona jako uzupełnienie dla strategii włączania do głównego nurtu polityki. Stąd część działań upowszechniających przenika się z działaniami związanymi z włączaniem do polityki. Celem działań włączających jest przeniesienie na grunt praktycznego wykorzystania modelu inkubacji „na odległość” i włączenie go do usług oferowanych przez instytucje wsparcia dla osób zamierzających założyć działalność gospodarczą. Materialnym efektem będzie wdrożenie modelu VIP do potrzeb danych jednostek, poprzez skorelowanie opracowanego oprogramowania z systemem użytkownika (np. stroną internetową). Operacja ta stanowi stosunkowo nieduży koszt w porównaniu z efektami, jakie może uzyskać użytkownik oraz jego klienci (odbiorcy) – szczegóły opisane w punkcie III.

Działania włączające będą w pierwszej kolejności skierowane do przedstawicieli grupy docelowej - użytkowników i odbiorców z województwa wielkopolskiego. Najpierw te grupy otrzymają opracowany model do wykorzystania, ponieważ będzie on najlepiej dopasowany do ich potrzeb i oczekiwań (w efekcie prowadzonego w projekcie empowermentu). Wnioskodawca dostrzega jednak podobne problemy oraz oczekiwania wobec systemu wsparcia osób zamierzających założyć działalność gospodarczą w całym kraju. W związku z tym w dalszej kolejności zamierza inicjować działania zmierzające do włączenia innowacji do głównego nurtu polityki wspierania osób zamierzających założyć działalność gospodarczą w całym kraju. Ponieważ włączenie do polityki wypracowanej w ramach projektu innowacji nie wymaga zmiany uwarunkowań prawnych, prowadzone działania będą skupiały się na stworzeniu warunków, w których potencjalni użytkownicy będą chcieli wykorzystać model w swojej działalności, natomiast odbiorcy będą zainteresowani skorzystaniem z niego.

Wnioskodawca, w oparciu o opinie przedstawicieli grupy docelowej oraz dyskusje z partnerami, postanowił rozszerzyć strategię włączania w stosunku do założeń zawartych we wniosku o dofinansowanie. Zmianie nie ulega zasadniczo forma prowadzenia działań włączających (spotkania oraz konsultacje z użytkownikami), natomiast ich intensywność. Wnioskodawca planuje przeprowadzić większą liczbę spotkań z użytkownikami.

Podstawowymi narzędziami wspierającymi działania włączające będą podręcznik informacyjny oraz instrukcja opisująca produkt finalny (wersja elektroniczna z możliwością wydruku). Mimo, iż podręcznik będzie głównie wykorzystywany w ramach działań upowszechniających, jeden z jego rozdziałów będzie dotyczył bezpośrednio włączania modelu do oferty użytkownika. Instrukcja będzie natomiast w pełni poświęcona tym zagadnieniom. Będzie opisywała jak odpowiednio dobrać grupę docelową, jak działać

poszczególne funkcje w ramach produktu finalnego VIP, jakie powinny być reguły korzystania z produktu finalnego (w tym aspekty prawne) oraz warunki wdrożenia modelu do praktyki działalności instytucji wspierającej osoby zamierzające założyć działalność gospodarczą. Załącznikiem do instrukcji będzie płyta CD z kodem źródłowym, umożliwiającym łatwe wykorzystanie powstałego oprogramowania. Obie publikacje zostaną napisane z myślą zarówno o odbiorcach jak i użytkownikach produktu. Podręcznik ukaże się w liczbie 100 egzemplarzy wydrukowanych oraz w wersji elektronicznej, natomiast instrukcja wyłącznie w wersji elektronicznej.

Działania włączające, podobnie jak te związane z upowszechnianiem, będą prowadzone już od momentu prac nad opracowaniem wstępnej wersji produktu finalnego. Wnioskodawca, każdorazowo prowadząc konsultacje z odbiorcami i użytkownikami, będzie namawiał ich do korzystania z modelu. W tym celu diagnozowane będą ich oczekiwania wobec wypracowanego modelu. Włączanie będzie ważne na etapie testowania, kiedy to przedstawiciele grupy docelowej testujący produkt, będą mogli bezpośrednio przeanalizować jego użyteczność, a tym samym przekonać się do jego wykorzystania w przyszłości. Użytkownikom zostaną udostępnione raporty badań prowadzonych w I etapie. Ich wyniki zostały zobrazowane poprzez podział tendencji występujących w poszczególnych powiatach. Dzięki temu potencjalny użytkownik będzie znał oczekiwania poszczególnych grup odbiorców zgodnie z miejscem zamieszkania.

Intensyfikacja działań włączających nastąpi po zakończeniu etapu analizy rzeczywistych efektów testowania. Wnioskodawca planuje zaprezentować dopracowany produkt podczas spotkania konsultacyjnego. W spotkaniu wezmą udział odbiorcy oraz użytkownicy uczestniczący w testowaniu oraz dodatkowo 5 przedstawicieli użytkowników (łącznie 30 osób). Na spotkaniu wspólnie dopracowane zostaną dalsze działania związane z włączaniem do polityki. Możliwe będzie wystosowanie wspólnego stanowiska i rozesłanie pism z prośbą o wsparcie do władz lokalnych. Wsparcie może dotyczyć pomocy finansowej na wdrożenie modelu (np. w ramach prac nad nowymi NSRO) lub tworzenia mechanizmów zachęty dla instytucji, które go zaimplikują oraz odbiorców, którzy będą z niego korzystali (np. wyodrębnienie środków na dotacje dla takich osób). Aby umożliwić wsparcie osób, które nie posiadają dostępu do internetu, Wnioskodawca chce zachęcać urzędy miejskie, urzędy gminne oraz sołectwa do udostępnienia w ramach swoich struktur komputera z dostępem do Internetu dla takich osób (mogą to być np. miejsca w publicznych szkołach).

Najważniejszym elementem upowszechniania będą bezpośrednie spotkania z użytkownikami. Wnioskodawca zaplanował odbycie 10 spotkań w siedzibach 10 użytkowników, mogących potencjalnie wdrożyć model VIP w swoje struktury. Na indywidualnych spotkaniach przedstawiciele zespołu projektowego przedstawią korzyści, jakie daje korzystanie z modelu VIP oraz przedstawią krok po kroku sposób jego wdrożenia do jednostki (szczególna będzie tutaj rola administratora portalu). Użytkownicy otrzymają także podręcznik informacyjny oraz instrukcję opisującą produkt finalny na płycie CD. Zdaniem Wnioskodawcy jest to najefektywniejsza, zarówno kosztowo jak i pod względem możliwego wdrożenia, forma działań włączających dla tej grupy użytkowników. Sukcesem działań włączających będzie deklaracja min. połowy przedstawicieli instytucji zajmujących kierownicze stanowiska, z którymi spotkali się przedstawiciele zespołu projektowego (tj. 5 instytucji), dotycząca realnej chęci wdrożenia modelu VIP. Będą to

20



pierwsze podmioty, poprzez które możliwe będzie włączenie do polityki wypracowanej innowacji. Wnioskodawca zakłada, że spośród tych podmiotów min. 3 na pewno wdrożą model VIP. Uzyskają one nieodpłatną licencję na korzystanie z narzędzi od Wnioskodawcy.

Uzupełnieniem wszystkich powyższych działań włączających będzie wysyłka mailowa instrukcji i podręcznika po bazie użytkowników i odbiorców, zarówno z Wielkopolski, jak i z całego kraju. Dodatkowo po bazie użytkowników i odbiorców, którzy wyrażą takie zainteresowanie, zostanie rozesłana papierowa wersja podręcznika (list polecony). Na zakończenie projektu planowany jest także artykuł podsumowujący opublikowany w ogólnopolskim kwartalniku branżowym, wydawanym przez Wnioskodawcę.

VIII Kamienie Milowe

- Rekrutacja uczestników testowania – styczeń – luty 2013.
- Rozpoczęcie procesu testowania – luty – marzec 2013.
- Organizacja warsztatów z partnerem ponadnarodowym – grudzień 2012.
- I spotkanie konsultacyjne z użytkownikami uczestniczącymi w testowaniu – kwiecień 2013.
- Wybór ewaluatora zewnętrznego i rozpoczęcie ewaluacji zewnętrznej – maj 2013.
- II spotkanie konsultacyjne z użytkownikami uczestniczącymi w testowaniu – październik 2013.
- Zakończenie fazy testowania produktu – grudzień 2013.
- Spotkanie konsultacyjne na zakończenie etapu testowania – styczeń 2014.
- Przygotowanie raportu z ewaluacji zewnętrznej – marzec 2014.
- Wprowadzanie poprawek do produktu finalnego w oparciu o raport z ewaluacji zewnętrznej – marzec – czerwiec 2014.
- Przygotowywanie instrukcji obsługi produktu finalnego – lipiec 2014.
- Wydanie podręcznika informacyjnego – sierpień 2014.
- Walidacja produktu finalnego – wrzesień 2014.
- 10 spotkań konsultacyjnych z użytkownikami potencjalnie zainteresowanymi wdrożeniem modelu – październik – grudzień 2014.

IX Analiza ryzyka

Wnioskodawca, rozumiejąc wagę analizy ryzyka związanego z realizacją projektu innowacyjnego, uznaje ją za jedną z kluczowych kwestii dla powodzenia realizacji projektu. Diagnoza ryzyka prowadzona będzie przez cały okres realizacji projektu (rozpoczęła się już w trakcie realizacji I etapu). Możliwość wystąpienia ryzyka będzie na bieżąco analizowana przez członków zespołu projektowego. W celu przeciwdziałania, Wnioskodawca, zgodnie z zaleceniami Instytucji Zarządzającej PO KL, zaplanował przyjęcie połączonych strategii unikania (zapobieganie wystąpieniu ryzyka) oraz łagodzenia (minimalizowanie ewentualnych skutków wystąpienia ryzyka). Analiza ryzyka została przedstawiona w tabeli. Poszczególne symbole oznaczają:

- „p” - prawdopodobieństwo wystąpienia zagrożenia. Skala od 1 do 3, gdzie 1 oznacza niskie prawdopodobieństwo, a 3 wysokie prawdopodobieństwo.
- „w” – wpływ wystąpienia ryzyka na realizację projektu. Skala od 1 do 3, gdzie 1 oznacza niskie prawdopodobieństwo, a 3 wysokie prawdopodobieństwo.
- „i” – identyfikacja najważniejszych zagrożeń polegająca na przemnożeniu wartości przyporządkowanych do prawdopodobieństwa („p”) oraz wpływu („w”) w skali od 1 do 9. Za znaczące ryzyka uznawane są zagrożenia, które uzyskały co najmniej 4 punkty. Zostały one dokładniej opisane pod tabelą. W tabeli nie zostały uwzględnione ryzyka związane z realizacją I etapu, gdyż został on zakończony.

Zidentyfikowane ryzyko/zagrożenie	P	W	I	Sposób łagodzenia oraz minimalizowania ryzyka
Brak zainteresowania potencjalnych odbiorców uczestnictwem w testowaniu produktu	2	3	6	<p>Unikanie ryzyka - na etapie rekrutowania uczestników testowania zaplanowana została intensywna kampania promocyjna, której celem jest pozyskanie odpowiedniej liczby uczestników. W ramach systemu zachęty każdy uczestnik będzie miał możliwość zdobycia nagrody finansowej dla swojej firmy.</p> <p>Łagodzenie ryzyka - gdyby zaistniało przedmiotowe ryzyko, zaplanowane jest zorganizowanie rekrutacji uzupełniającej. Możliwe będzie przeniesienie części środków z innych zadań na intensyfikację działań promocyjnych oraz inne mechanizmy zachęty.</p>
Problemy techniczne z portalem w trakcie etapu testowania, związane z błędami w działaniu niektórych narzędzi	2	2	4	Unikanie ryzyka - do stworzenia portalu zaangażowana została doświadczona firma informatyczna. Każde z narzędzi było z nią szczegółowo konsultowane, dodatkowo przedstawiciele zespołu projektowego dokładnie sprawdzali wszystkie narzędzia, które zostały opracowane w trakcie projektu.

				Łagodzenie ryzyka - zgodnie z umową, wszelkie usterki związane z funkcjonowaniem portalu wynikające z winy firmy informatycznej powinny zostać przez nią naprawione. Dodatkowo w budżecie projektu przewidziano dodatkowe środki na dalszą modyfikację i ulepszanie działania portalu i narzędzi informatycznych. W przypadku bardzo dużych problemów możliwe jest rozwiązanie umowy z firmą informatyczną oraz zaangażowanie innej.
Niechęć użytkowników oraz odbiorców w uczestnictwie w ewaluacji projektu	1	3	3	<p>Unikanie ryzyka - na każdym etapie realizacji projektu, Wnioskodawca będzie starał się uświadomić uczestnikom wagę procesu ewaluacji. Będzie podkreślał korzyści, jakie daje właściwe jej przeprowadzenie, tak aby każdy z uczestników świadomie chciał wziąć w niej udział. Dodatkowo odbiorcy uczestniczący w testowaniu będą zobligowani do comiesięcznego wypełniania ankiet ewaluacyjnych.</p> <p>Łagodzenie ryzyka - w przypadku dużej niechęci w uczestniczeniu w ewaluacji, wnioskodawca gotów jest zmienić częściowo jej formę. Np. konieczność spotkania z ewaluatorem zostanie zamieniona na wizytę ewaluatora w miejscu wyznaczonym przez uczestnika.</p>
Brak zainteresowania potencjalnych użytkowników wykorzystaniem produktu	1	3	3	Unikanie ryzyka - zgodnie z zasadą empowermentu, użytkownicy będą aktywizowani już na etapie testowania. Będą uczestniczyli w badaniach,

<p>finalnego.</p>			<p>konsultacjach oraz przygotowaniu wstępnej i ostatecznej wersji produktu. Zaangażowanie to powinno się przełożyć na zainteresowanie wykorzystaniem produktu finalnego. W tym celu Wnioskodawca przewidział także szeroki zakres działań upowszechniających i włączających (punkt VI i VII).</p> <p>Łagodzenie ryzyka – intensyfikacja promocja oraz prowadzenie dodatkowych spotkań konsultacyjnych, podczas których identyfikowane będą źródła przedmiotowej niechęci. W trakcie spotkań członkowie zespołu projektowego będą dodatkowo zwracali uwagę na korzyści oraz starali się rozwiewać wątpliwości związane z włączeniem produktu finalnego. Możliwe będzie także wprowadzenie zmian w budżecie, tak aby istniała możliwość sfinansowania wdrożenia modelu dla potrzeb indywidualnego użytkownika.</p>
<p>Odbiorcy uczestniczący w programie preinkubacji popełnią błędy finansowe np. zaciągną zobowiązania w imieniu preinkubatora, wystawia niewłaściwą fakturę</p>	1	2	<p>2 Unikanie ryzyka - z każdym odbiorcą uczestniczącym w testowaniu zostanie podpisana umowa, która będzie dokładnie określała jego obowiązki oraz prawa. Przedstawiciele zespołu projektowego będą kontrolowali wszelkie zobowiązania, które odbiorcy będą chcieli zaciągać w imieniu preinkubatora. Każdy dokument wystawiany przez odbiorcę będzie musiał zostać skontrolowany przez księgowego.</p> <p>Łagodzenie ryzyka - Wnioskodawca zgodnie z umową, będzie mógł wyciągnąć konsekwencje wobec</p>

			odbiorców. W przypadku wykrycia złej woli odbiorcy, zostanie on usunięty z preinkubatora, a jego miejsce zajmie osoba z listy rezerwowej.
--	--	--	---

Największe zagrożenie Wnioskodawca widzi w rekrutacji odbiorców mających uczestniczyć w testowaniu produktu. Obawa wynika z prognozowanej niechęci do uczestniczenia w procesie preinkubacji w ramach niesprawdzonego jeszcze produktu. Potencjalni odbiorcy mogą nie chcieć także uczestniczyć w procesie ewaluacji, do którego będą zobowiązani jako „testujący”. W związku z wagą, jaką ma testowanie w znaczeniu dla całości projektu, Wnioskodawca zaplanował prowadzenie intensywnej rekrutacji popartej promocją. W przekazach marketingowych zostaną wykorzystane informacje z badania przeprowadzonego w ramach I etapu. Wynika z niego, że w promocji projektu powinno się zwrócić uwagę na takie korzyści płynące z prowadzenia działalności gospodarczej jak: niezależność, realizacja własnych pomysłów i perspektywa wyższych dochodów. Aby jeszcze bardziej zachęcić uczestników testowania, przewidziane zostały nagrody dla części preinkubowanych, którzy będą najbardziej aktywnie korzystali z portalu. Gdyby jednak zaistniało powyższe ryzyko, Wnioskodawca zaplanował przeprowadzenie rekrutacji uzupełniającej oraz intensyfikację działań promocyjnych. Możliwe będzie przeniesienie części środków na wykorzystanie nowych narzędzi oraz kanałów promocyjnych. Zagrożeniem mogą być także problemy techniczne związane z funkcjonowaniem narzędzi internetowych. Wnioskodawca poczynił wiele działań, mających na celu uniknięcie tego ryzyka, takich jak zaangażowanie doświadczonej firmy informatycznej oraz szczegółowe konsultowanie z nią wszystkich funkcjonalności narzędzi internetowych. Przewidziano także środki w budżecie projektu na minimalizowanie ryzyka, poprzez dopracowanie i uaktualnienie narzędzi po ewentualnej akceptacji strategii i rozpoczęciu etapu testowania.

Podpisy partnerów:

1. Fundacja ProRegio

.....
Imię, nazwisko, funkcja i podpis osoby składającej strategię

2. Fundacja Kaliski Inkubator Przedsiębiorczości

.....
Imię, nazwisko, funkcja i podpis osoby składającej strategię

