



Raport z badania ankietowego Członków Śląskiego Klastra Nano

z dnia 29.07.2025

Wprowadzenie

Koordynator Śląskiego Klastra Nano (Fundacja Wspierania Nanonauk i Nanotechnologii NANONET) w lipcu 2025 roku zrealizował badanie ankietowe wśród swoich członków, mające na celu szczegółowe zdiagnozowanie ich bieżących potrzeb i oczekiwań. Kwestionariusz składał się z 35 pytań o charakterze zarówno zamkniętym, jak i otwartym, dzięki czemu możliwe było zebranie nie tylko danych liczbowych, lecz także pogłębionych sugestii i komentarzy.

Ankietowani proszeni byli o ocenę atrakcyjności i przydatności czterech obszarów:

1. Usługi i szkolenia wspierające rozwój
2. Internacjonalizacja i udział w wydarzeniach branżowych
3. Formy współpracy i komunikacji wewnątrz Klastra

Wyniki ankiety stanowią podstawę do opracowania wniosku o dofinansowanie w ramach działania FENG 02.17. Rozwój oferty klastrów dla firm - nabór dla koordynatorów Krajowych Klastrów Kluczowych.

Badanie ankietowe skierowano do wszystkich 98 aktywnych członków klastra. Udział w nim wzięło 14 firm reprezentujących główne branże funkcjonujące w ramach klastra: materiałową, chemiczną, inżynierijską oraz badawczo-rozwojową. Choć odsetek zwrotu ankiet nie był wysoki, uzyskane odpowiedzi uznano za wartościowe i reprezentatywne – wśród uczestników znalazły się bowiem przedsiębiorstwa o największym potencjale eksportowym oraz aktywnie zaangażowane w projekty międzynarodowe. Ankiety wśród Członków Klastra były rozsyłane drogą elektroniczną, została opublikowana w specjalnej dla Członków Klastra podstronie „Strefa Członka Klastra”. Ponadto zostały przeprowadzone rozmowy telefoniczne i konsultacje.

Usługi i szkolenia

Wyniki ankiety wskazały, że Członkowie Klastra są szczególnie zainteresowani usługami wspierającymi rozwój innowacji, technologii oraz zrównoważonym rozwojem. Spośród proponowanych usług ankietowani wykazali największe zainteresowanie usługami:

- InnoPath Accelerator - zintegrowana, ekspercka usługa wspierająca rozwój innowacji technologicznych. Jej celem jest kompleksowe wsparcie podmiotu w rozwoju innowacji technologicznych, od pomysłu do wdrożenia i pozyskania finansowania.
- TechMap Navigator – weryfikacja technologii i IP we wsparciu AI
- EcoLCA Navigator - specjalistyczna usługa doradcza z zakresu gospodarki o obiegu zamkniętym (GOZ),

Inne usługi, które spotkały się z zainteresowaniem ankietowanych były organizacja wizyt studyjnych i misji gospodarczych, monitoring dotacji, szkolenia oraz ocena dojrzałości cyfrowej. W ramach dodatkowych potrzeb wskazywano zwiększenie ilości spotkań networkingowe, doradztwo w pozyskiwaniu kontaktów biznesowych oraz pomoc w ekspansji zagranicznej.

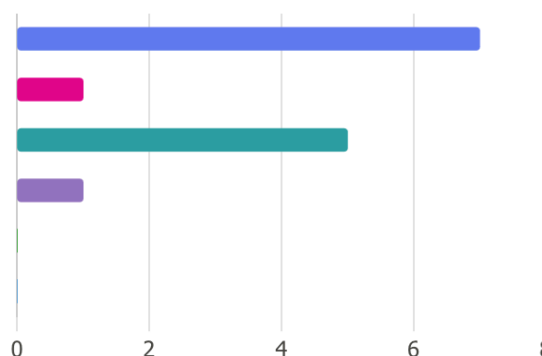
Co do form i tematów szkoleń, ankietowani preferują tryb hybrydowy i online ze względu na brak kosztów dojazdów, nieco rzadziej stacjonarny. Największe zainteresowanie było tematami: przemysł 4.0, komercjalizacji innowacji, zarządzania projektem B+R, ekoprojektowania oraz internacjonalizacji i cyberbezpieczeństwa. Usługi niszowe, jak GOZ czy normalizacja nanotechnologii, wymagają wzmocnionej promocji poprzez praktyczne studia przypadków.

Internacjonalizacja

Internacjonalizacja działalności stanowi jedno z kluczowych wyzwań rozwojowych dla członków klastra. Z przeprowadzonego badania wynika, że zdecydowana większość firm jest już aktywna na rynkach zagranicznych bądź planuje rozpoczęcie ekspansji w ciągu najbliższych 12 miesięcy.

Zainteresowanie firm działalnością internacjonalizacji

Nasza firma już jest na rynkach zagranicznych	7
Tak, planujemy wejście na rynki zagraniczne w ciągu najbliższych 12 miesięcy	1
Tak, ale bez konkretnego harmonogramu	5
Nie, na razie skupiamy się na rynku krajowym	1
Nie jesteśmy zainteresowani	0
Inne	0

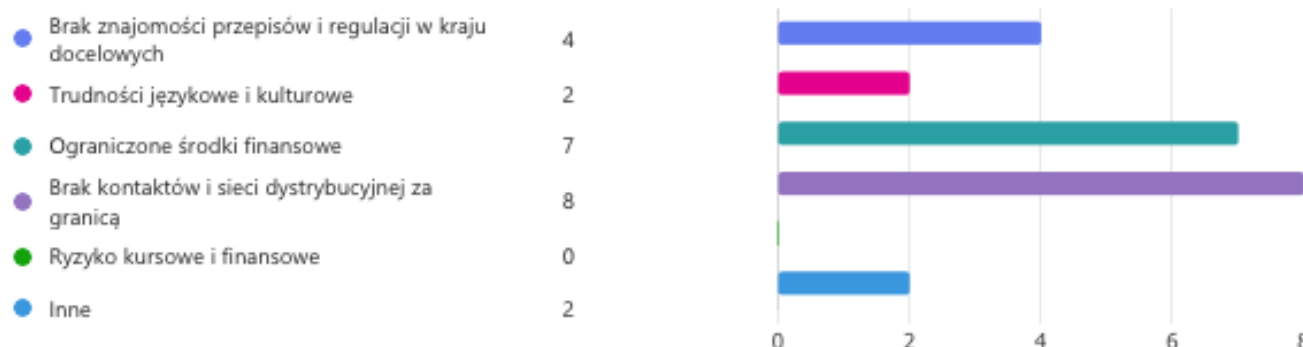


Internacjonalizacja działalności stanowi jedno z kluczowych wyzwań rozwojowych dla członków klastra. Z przeprowadzonego badania wynika, że większość firm postrzega umiędzynarodowienie jako istotny czynnik zwiększenia konkurencyjności, dywersyfikacji przychodów oraz rozwoju kompetencji technologicznych i organizacyjnych. Jednocześnie część przedsiębiorstw wstrzymuje

się przed podjęciem działań w tym obszarze z powodu występowania licznych barier, wśród których najczęściej wskazywano:

- brak kontaktów dystrybucyjnych i partnerów zagranicznych,
- ograniczone środki finansowe na rozpoczęcie ekspansji,
- nieznajomość przepisów i regulacji obowiązujących w krajach docelowych,
- trudności językowe oraz bariery kulturowe.

Główne wyzwania w procesie internacjonalizacji



Wnioski te pozostają w zgodzie z obserwacjami przedstawionymi w dokumentach „Raportie o stanie sektora MŚP w Polsce 2022” Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP), w którym cały rozdział poświęcono zagadnieniu internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw. W raporcie wskazano, że mimo rosnącej liczby firm prowadzących działalność eksportową, wciąż utrzymują się istotne bariery ograniczające proces umiędzynarodowienia, takie jak: ograniczony dostęp do informacji o rynkach zagranicznych, niedostatek zasobów finansowych i kadrowych, brak doświadczenia w zakresie procedur eksportowych oraz złożone wymogi formalne i regulacyjne w handlu międzynarodowym.

Zbieżność wniosków z raportu PARP z wynikami ankiety przeprowadzonej wśród członków klastra potwierdza, że zidentyfikowane potrzeby i problemy mają charakter systemowy i wpisują się w ogólnokrajowe wyzwania sektora MŚP w obszarze internacjonalizacji. W konsekwencji uzasadnia to konieczność wdrożenia ukierunkowanych działań doradczych i szkoleniowych wspierających rozwój kompetencji eksportowych, pozyskiwanie partnerów zagranicznych oraz budowanie trwałej obecności firm klastra na rynkach międzynarodowych.

Ankietowani przede wszystkim zainteresowani są ekspansją na rynki UE (11 wskazań), następnie USA (8 wskazań) oraz Azja – Japonia (4 wskazania). Członkowie Klastra wskazali, że w ramach tych rynków oczekują wsparcia i szkoleń. Z analizy wyników ankiety wynika, że członkowie klastra preferują przede wszystkim działania o charakterze praktycznym, umożliwiające bezpośredni kontakt z partnerami zagranicznymi i klientami. Największym zainteresowaniem cieszyły się misje gospodarcze i spotkania B2B (10 wskazań), które przedsiębiorstwa postrzegają jako najskuteczniejszy sposób nawiązywania relacji handlowych i budowania sieci międzynarodowej współpracy.

Wysoką popularnością cieszyły się również targi i wystawy międzynarodowe (8 wskazań), co potwierdza, że firmy widzą w nich efektywną formę promocji oferty oraz możliwość bezpośredniej prezentacji produktów i usług na rynkach zagranicznych. Nieco mniejsze, ale nadal istotne

zainteresowanie odnotowano w przypadku konferencji naukowych i branżowych (6 wskazań), które stanowią ważną platformę wymiany wiedzy, doświadczeń i nawiązywania kontaktów między sferą biznesu a nauką.

Członkowie Klastra wykazali się dużym zainteresowaniem wydarzeniami:

- Hannover Messe (Niemcy) – wydarzenie gromadzące przedstawicieli różnych sektorów przemysłu materiałowego i technologicznego.
- Materials Week Europe - wydarzenie połączone z konferencją i expo poświęcone tematyce zaawansowanych materiałów gromadzące liderów obszaru z Europy, Azji i reszty świata.
- International Nanotechnology Exhibition&Conference nano tech – wydarzenie poświęcone tematyce szeroko pojętej nanotechnologii gromadzące najważniejsze podmioty z Azji.

Średnim zainteresowaniem ankietowanym spotkały się wydarzenia takie jak Graphene Week, Advanced Materials Show UK, Advanced Materials Show USA, czy FORMNEXT USA.

W ramach badania ankietowego członkowie klastra zostali poproszeni o wskazanie obszarów tematycznych, które uznają za najistotniejsze w kontekście planowanych działań związanych z internacjonalizacją działalności i rozwojem eksportu. Największym zainteresowaniem cieszyły się zagadnienia związane z finansowaniem i dotacjami na internacjonalizację. Wynik ten wskazuje, że przedsiębiorstwa poszukują przede wszystkim praktycznych informacji dotyczących możliwości pozyskania środków zewnętrznych na ekspansję zagraniczną, w tym finansowania udziału w targach, misjach gospodarczych, certyfikacji produktów oraz budowy sieci dystrybucyjnych.

Drugim najczęściej wskazywanym obszarem były studia przypadków i wymiana doświadczeń co świadczy o dużej potrzebie poznania dobrych praktyk i przykładów skutecznych strategii wejścia na rynki zagraniczne przez inne podmioty z podobnych branż. Wysokie zainteresowanie dotyczyło także tematów marketingu i sprzedaży międzynarodowej oraz logistyki i zarządzania łańcuchem dostaw co odzwierciedla praktyczne podejście przedsiębiorstw do planowania ekspansji eksportowej i konieczności dostosowania procesów operacyjnych do specyfiki rynków zagranicznych.

Nieco mniejszym, lecz wciąż istotnym zainteresowaniem cieszyły się tematy związane z aspektami prawnymi i celnymi oraz strategią internacjonalizacji i planowaniem rozwoju eksportu. Wyniki te sugerują, że część przedsiębiorstw potrzebuje wsparcia w zakresie tworzenia kompleksowych strategii wejścia na nowe rynki, obejmujących zarówno kwestie formalne, jak i planowanie długoterminowe.

Najmniej wskazań uzyskał obszar zarządzania międzykulturowego i negocjacji (3 wskazania), co może wynikać z faktu, że przedsiębiorstwa w pierwszej kolejności koncentrują się na aspektach finansowych i operacyjnych internacjonalizacji. Brak wskazań w kategorii „inne” potwierdza, że zaproponowane w ankiecie obszary tematyczne trafnie odzwierciedlały rzeczywiste potrzeby członków klastra.

Obszary tematyczne szkoleń i doradztwa z zakresu internacjonalizacji



Wyniki ankiety przeprowadzonej wśród członków klastra pozostają w pełnej zgodności z obserwacjami przedstawionymi w „Raporcie o stanie sektora MŚP w Polsce 2022” Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP), w którym analizowano poziom i uwarunkowania internacjonalizacji polskich przedsiębiorstw. Podobne wnioski zostały opisane w raporcie „Ocena internacjonalizacji krajowych przedsiębiorstw z obszaru specjalizacji KIS” Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) z roku 2019.

W raportach PARP wskazano, że największymi wyzwaniami dla firm planujących ekspansję zagraniczną są ograniczone zasoby finansowe, niedostateczna wiedza o rynkach docelowych, brak kontaktów handlowych i sieci dystrybucyjnych, a także trudności w dostosowaniu oferty do wymogów formalnych i kulturowych nowych rynków. Jednocześnie autorzy raportów podkreślają, że przedsiębiorstwa coraz częściej dostrzegają konieczność opracowania kompleksowych strategii eksportowych, budowania kompetencji w zakresie marketingu międzynarodowego oraz poszukiwania zewnętrznego wsparcia doradczego i finansowego.

Zasady przyszłej rekrutacji

Dostęp do działań internacjonalizacyjnych będzie zapewniony możliwie jak największej liczbie członków klastra, na zasadach przejrzystych i niedyskryminacyjnych. Proces rekrutacji będzie prowadzony z wykorzystaniem stworzonej dedykowanej rejestracji oraz ogłoszeń na stronie internetowej. W odniesieniu do działań wymagających kosztów rezerwacyjnych przed złożeniem wniosku o dofinansowanie, ankieta może być wykorzystana jako narzędzie rekrutacji. Należy zaznaczyć, że:

- Planowane działania nie będą dotyczyć wsparcia bezpośrednio związanego z ilością wywożonych produktów ani działalności eksportowej, np. tworzenia sieci dystrybucyjnych.
- Wszystkie działania obejmują obligatoryjny komponent szkoleniowy realizujący cele podnoszenia kompetencji w zakresie innowacyjności i obejmującym prezentację najnowszych rozwiązań, produktów i technologii w obszarze kompozytów w trakcie działania

* Najważniejsze informacje dotyczące udziału w projekcie w zakresie internacjonalizacji oraz szacunkowe koszty udziału 1 osoby w wybranych wydarzeniach znajdują się w załączniku do raportu

Formy współpracy i komunikacji wewnątrz Klastra

Wewnętrzna współpraca w ramach klastra wymaga wzmocnienia narzędzi komunikacji i wymiany informacji pomiędzy członkami. W przeprowadzonej ankiecie członkowie klastra wskazali na potrzebę rozbudowy i modernizacji istniejącej platformy internetowej, która pełni funkcję głównego kanału informacyjnego i koordynacyjnego. Najczęściej zgłaszane postulaty dotyczyły ulepszenia narzędzi matchmakingowych, umożliwiających łatwiejsze wyszukiwanie potencjalnych partnerów biznesowych i projektowych, a także rozszerzenia profili firm o informacje dotyczące specjalizacji, posiadanych technologii, produktów oraz obszarów współpracy międzynarodowej.

Dodatkowo ankietowani zwracali uwagę na potrzebę utworzenia interaktywnej tablicy ogłoszeń (marketplace klastra), która pozwalałaby publikować zapytania ofertowe, propozycje wspólnych projektów badawczo-rozwojowych czy informacje o planowanych wyjazdach targowych i misjach gospodarczych.

Podsumowanie

Badanie ankietowe zostało przeprowadzone przez Fundację NANONET – koordynatora Śląskiego Klastra Nano – w lipcu 2025 roku. Ankieta została skierowana do wszystkich 98 aktywnych członków klastra, a odpowiedzi udzieliło 14 przedsiębiorstw reprezentujących branże: materiałową, chemiczną, inżynierię oraz badawczo-rozwojową.

Celem badania było zidentyfikowanie potrzeb członków klastra w obszarze internacjonalizacji, w tym oczekiwanych kierunków ekspansji, preferowanych form wsparcia i tematów szkoleniowo-doradczych. Uzyskane dane uznano za jakościowo reprezentatywne, ponieważ w badaniu uczestniczyły firmy o najwyższym potencjale eksportowym oraz aktywni uczestnicy międzynarodowych projektów badawczych.

Podsumowując, uzyskane wyniki wskazują, że działania wspierające internacjonalizację powinny koncentrować się w szczególności na: dostępie do finansowania, wymianie doświadczeń, marketingu zagranicznym oraz logistyce eksportu, przy jednoczesnym uzupełnieniu oferty o elementy doradztwa strategicznego i szkolenia z zakresu aspektów prawnych i celnych.

Główne wnioski z badania wskazują na wysokie zapotrzebowanie na:

- Internacjonalizacja - Większość firm planuje ekspansję na rynki zagraniczne (głównie UE, USA, Azja), napotykając na bariery w postaci braku kontaktów, finansowania i znajomości przepisów. Największe zainteresowanie dotyczy udziału w misjach gospodarczych, spotkaniach B2B i targach (m.in. Hannover Messe, Materials Week Europe, nano tech).
- Szkolenia - ankietowani preferują elastyczne formy (hybrydowe i online) oraz tematykę związaną z przemysłem 4.0, komercjalizacją innowacji i zarządzaniem projektami B+R. Zwrócono również uwagę na potrzebę promocji niszowych tematów, takich jak normalizacja nanotechnologii i GOZ.
- Zintegrowane usługi wsparcia innowacji - Największym zainteresowaniem cieszą się usługi takie jak InnoPath Accelerator, TechMap Navigator oraz EcoLCA Navigator. Firmy oczekują również wsparcia w postaci monitoringu dotacji, szkoleń oraz wizyt studyjnych. Świadczy to o potrzebie wsparcia członków Klastra w ocenie innowacyjności pomysłów. Takie usługi mogą podnieść atrakcyjność Klastra oraz wyróżniać go na tle innych organizacji

- Współpraca wewnętrzna - Istnieje wyraźna potrzeba rozbudowy platformy internetowej Klastra, która umożliwi matchmaking, udostępni profile firm i tablice ogłoszeń, co usprawni komunikację i networking.

Wnioski z badania są spójne z obserwacjami zawartymi w dokumentach PARP „Raport o stanie sektora MŚP w Polsce 2022” (PARP) oraz „Ocena internacjonalizacji krajowych przedsiębiorstw z obszaru specjalizacji KIS”, w których podkreślono, że polskie przedsiębiorstwa napotykają podobne bariery w procesie internacjonalizacji – m.in. ograniczony dostęp do informacji o rynkach zagranicznych, brak doświadczenia w eksporcie i niedostateczne zasoby finansowe.

Zbieżność wyników potwierdza, że potrzeby członków Śląskiego Klastra Nano wpisują się w ogólnokrajowe trendy sektora MŚP i uzasadniają podjęcie kompleksowych działań wspierających internacjonalizację oferty klastra i jego członków.

Rekomendacja końcowa: Klaster powinien skoncentrować się na dostarczaniu wartościowych i innowacyjnych rozwiązań, które będą wspierać jego członków w budowaniu przewagi konkurencyjnej, szczególnie na rynkach międzynarodowych, a także w zwiększaniu dojrzałości technologicznej i cyfrowej.

Działania obligatoryjne:

- organizacja praktycznych szkoleń i doradztwie z zakresu eksportu,
- budowie sieci kontaktów międzynarodowych,
- udział w misjach gospodarczych i spotkaniach B2B na rynkach UE, USA i Azji.
- rozwoju narzędzi komunikacji i wymiany wiedzy w ramach klastra.
- opracowanie i wprowadzenie do oferty Klastra usług wsparcia innowacji - InnoPath Accelerator, TechMap Navigator oraz EcoLCA Navigator

Działania fakultatywne obejmująca wybranych członków chcących

- udział firm w misjach gospodarczych i spotkaniach B2B na rynkach UE, USA i Azji,
- wspólna obecność na targach branżowych w kraju i za granicą (np. Hannover Messe, Materials Week Europe, nano tech Japan
- organizacja warsztatów i studiów przypadków prezentujących dobre praktyki ekspansji zagranicznej.

Działania wspierające rozwój Klastra:

- spotkanie networkingowe wspierające przepływ wiedzy i informacji
- rozbudowa platformy internetowej

Odnosiniki

[1] https://www.parp.gov.pl/storage/publications/pdf/Raport-o-stanie-sektora-maych-i-rednich-przedsiębiorstw_13_10_2022.pdf

Załącznik do Raportu

Najważniejsze informacje dotyczące udziału w projekcie w zakresie internacjonalizacji

Na podstawie dokumentacji do działania FENG.02.17 "Rozwój oferty klastrów dla firm" opublikowanej na stronie Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP).

Każdy członek klastra ma prawo do wyrażenia swoich indywidualnych potrzeb i pomysłów.

Członkowie klastra obowiązkowo partycypują w kosztach świadczonych na ich rzecz usług z zakresu internacjonalizacji, poprzez wniesienie wkładu własnego (dofinansowanie wynosi do 70% kosztów kwalifikowalnych), a zatem wkład własny członka klastra wynosi 30 % kosztów kwalifikowanych.

Działania w zakresie internacjonalizacji muszą obligatoryjnie obejmować dedykowany komponent (element) doradczy lub szkoleniowy. Kosztami koordynatora klastra, które są transferowane na członków klastra w powiązaniu z udzieleniem im **pomocy de minimis** są koszty z kategorii 5.4.1 Usługi zewnętrzne (pomoc niestanowiąca pomocy publicznej) tj.

1. usługi doradczej dotyczącej umiędzynarodowienia przedsiębiorcy w związku z udziałem w działaniach z zakresu internacjonalizacji;
2. zaprojektowania i wykonania indywidualnych materiałów promocyjnych w związku z udziałem w targach i misjach gospodarczych;
3. transportu i ubezpieczenia eksponatów i materiałów promocyjnych w związku z udziałem w targach i misjach gospodarczych tj. koszty: zakupu usług w zakresie transportu i ubezpieczenia za granicą oraz na terytorium RP eksponatów i materiałów promocyjnych, odprawy celnej i spedycji;
4. opłaty (opłaty rejestracyjne, bilety wstępu, itp.) za uczestnictwo personelu członka klastra w targach, seminariach, kongresach i konferencjach oraz w związku z udziałem w wyjazdowych misjach gospodarczych;
5. organizacji pokazów, prezentacji i degustacji produktów w zakresie promocji marki produktowej, w tym zakup usług w zakresie wynajmu niezbędnych pomieszczeń oraz sprzętu, zakup usług tłumaczenia, zakup usług cateringowych, w związku z udziałem w targach i misjach gospodarczych, w seminariach, kongresach i konferencjach;
6. organizacji spotkań biznesowych z potencjalnymi kontrahentami, w tym zakup usług w zakresie selekcji i nawiązania kontaktu z potencjalnymi kontrahentami (zaproszenie na spotkanie), wynajmu niezbędnych pomieszczeń oraz sprzętu, zakup usług tłumaczenia, zakup usług cateringowych, w związku z udziałem w targach i misjach gospodarczych;
7. składki/opłaty związane z nabyciem lub utrzymaniem członkostwa w międzynarodowych sieciach współpracy gospodarczej (klastrowych, branżowych),
8. reklama w mediach targowych.

Członkowie klastra, biorący udział w projekcie, uzyskują pomoc de minimis na podstawie Rozporządzenia 2023/2831. Jest to pomoc niefinansowa (tj. udzielana w formie usług świadczonych przez koordynatora klastra).

Ponadto, w ramach kategorii kosztów 5.4.2 Koszty wsparcia uczestników projektu (pomoc niestanowiąca pomocy publicznej) kwalifikowane są następujące koszty. 1. Podróży służbowych pracowników członka klastra uczestniczącego w targach, misjach gospodarczych, seminariach, kongresach i konferencjach w zakresie i według stawek określonych w przewodniku, tj. koszty:

- diet, ubezpieczenia uczestników podróży na czas wyjazdu służbowego, uzyskania niezbędnych wiz - koszty:

a) zakupu noclegów

b) transportu, w tym zakupu biletów lotniczych, kolejowych, autobusowych, promowych lub wynajem lub wykorzystanie samochodu jako środka umożliwiającego dojazd na miejsce docelowe, oraz wymagane opłaty dodatkowe, w tym za bagaż i nadbagaż, wybór miejsca w samolocie, parking, winiety, przejazd autostradą lub inną płatną drogą lub wynajmu lub wykorzystania samochodu jako środka umożliwiającego komunikację miejscową,

c) dojazdów środkami komunikacji miejscowej lub wynajmu lub wykorzystania samochodu, jako środka umożliwiającego komunikację.

Koszty kwalifikowalne tej kategorii (jeśli nie są rozliczane w oparciu o koszty rzeczywiście ponoszone) rozliczane są na podstawie następujących stawek jednostkowych:

Polska -> 1 171,00 zł

Europa -> 5 298,00 zł

USA -> 10 768,00 zł

Świat -> 8 394,00 zł

Pomoc finansowa niestanowiąca pomocy publicznej może zostać udzielona na realizację projektów w obszarze podnoszenia kompetencji w zakresie innowacyjności i przedsiębiorczości. W związku z tym, proponowane działania w zakresie internacjonalizacji muszą obligatoryjnie obejmować dedykowany komponent (element) doradczy lub szkoleniowy. Poziom dofinansowania działań: 70 % kosztów kwalifikowanych. Propozycje działań w zakresie internacjonalizacji formułowane przez członków klastra powinny zawierać komponent doradczy lub szkoleniowy mający na celu podnoszenie kompetencji w zakresie innowacyjności i przedsiębiorczości.