

**ST//RTUP
P//LAND**

POLSKIE
STARTUPY
2023



STARTUP POLAND

POLSKIE STARTUPY 2023

Startup Poland, Warszawa 2023

© Copyright

Fundacja Startup Poland, Warszawa 2023

ISBN: 978-83-968029-2-7

Autor

Wojciech Dziewit

Współpraca

Paulina Król

Projekt

Mariola Figura

DTP

Dariusz Matuszewski

Wydawca

Startup Poland

kontakt@startuppoland.org

**Publikacja bezpłatna
dostępna na stronie:**

www.startuppoland.org

Partnerzy

Google for Startups

 PFR Ventures



Bank Polski



Food

Co-funded by the
European Union



SPIS TREŚCI

Wstęp	4
TOP 10	6
1. Profil polskiego startupu	9
1.1. Czas prowadzenia działalności	10
1.2. Mapa polskich startupów. Który region Polski jest liderem?	11
2. W jakich branżach specjalizują się nadwiślańskie startupy?	17
2.1. AI bierze wszystko?	18
2.2. Foodtech i cleantech – „nie jest źle, ale potrzeba więcej rozwiązań” – wsparcie dla odporności ekonomicznej i promocja zrównoważonych praktyk	23
2.3. Czy medtech ma się faktycznie dobrze	31
2.4. W jakim modelu biznesowym funkcjonują startupy	34
2.5. Profil foundera – samotny wilk czy czarna owca?	36
3. Zespół, kompetencje i wellbeing pracowników (Siła tkwi w zespole)	51
3.1. Czy istnieje przepis na zespół idealny?	52
3.2. Podnoszenie kwalifikacji – jakie kompetencje są niezbędne w zespole?	62
4. Finansowanie	71
4.1. Przychód, kapitał i rundy	72
4.2. Exity	86
4.3. ESOP-y	90
5. Regulacje prawne	97
5.1. Status prawny spółki	98
5.2. Zmiany legislacyjne (źródła wiedzy o prawie; podejście do zmian; ich wpływ na biznes)	100
5.3. Zmiany prawne, w szczególności podatkowe, a funkcjonowanie startupów	106
6. Sprzyjający ekosystem	113
6.1. Bariery – gdzie są i jak je przełamać?	114
6.2. Standardy na rynku – jak się dostosować? Standaryzacja współpracy inwestor – startup	116
6.3. Konsekwencje nieznamomości praktyk rynkowych	123
6.4. Ocena relacji inwestor – startup	123
6.5. Focus na bezpieczeństwo	128
7. Konkurencyjność i możliwości dalszego rozwoju	139
7.1. Konkurencyjność – jak bardzo jest istotna?	140
7.2. Jakie zmiany na poziomie krajowym są niezbędne do przyspieszenia rozwoju?	147
Podsumowanie	151
Metodologia	153
Przypisy	154

Wstęp

Polska jest zaliczana do grona państw rozwiniętych, będąc już od niemal 20 lat beneficjentem członkostwa w Unii Europejskiej. Wciąż jednak dzieli nas spory dystans od czołowych europejskich gospodarek. Oczywiście zmniejszanie tego dystansu nie jest łatwe ani pewne. W tym procesie nie powinniśmy zapominać o potrzebie wspierania własnego potencjału, co pozwoli zachować pewną niezależność od nieprzewidywalnych czynników zewnętrznych. Jest to jeszcze bardziej istotne teraz, gdy po pandemii COVID-19 pozrywały się łańcuchy dostaw. Dużą zmianą mentalnościową była także pełnoskalowa wojna rozpęтана w Ukrainie przez Rosję, gdy stało się oczywiste, że tradycyjna gospodarka oparta na imporcie surowców musi się zmienić. Unaocznilo to wielu dotychczasowym zwolennikom maksymalnej globalizacji, że w sytuacjach kryzysowych niezbędna jest niezależność, dająca ekonomiczną odporność. Jednym z elementów tej odporności musi być sektor nowych technologii wspierający innowacyjną gospodarkę. Jako kraj nie możemy być skazani wyłącznie na import myśli technologicznej.

Istnieją państwa z teoretycznie znacznie mniejszym potencjałem, czy to wynikającym z uwarunkowań geopolitycznych, demograficznych czy historycznych, którym jednak udało się dokonać ogromnego postępu. Za przykład może tu posłużyć niewielka Estonia, której cała populacja jest mniejsza niż liczba mieszkańców Warszawy. Estończycy mieli jednak świetny plan i go zrealizowali, co już po kilku latach przyniosło niesamowite efekty. Postawili na wdrażanie nowych technologii i wspieranie innowacji. Nie bez powodu to właśnie tam narodziły się takie globalne marki jak Bolt czy Skype. To jaskrawy przykład pokazujący, że gospodarka, szczególnie taka jak nasza bardzo potrzebuje innowacji.

Tu właśnie swoją rolę ma do odegrania sektor startupów i cały ekosystem skupiony wokół nich. Jest to jednak na tyle specyficzny segment rynku, że aby się rozwijać, wymaga on wsparcia, realizowanego w sposób mądry i roztropny. Takie wsparcie, przede wszystkim finansowe (ale nie tylko), musi płynąć zarówno ze strony państwa – w którego interesie jest rozwój spółek technologicznych – jak i inwestorów prywatnych. Niestety od pewnego czasu nastroje w startupach nie są już tak dobre jak w latach poprzednich. Kryzys, który dotknął rozgrzany jeszcze niedawno do czerwoności sektor startupów najpierw w Stanach Zjednoczonych, a później także w pozostałych regionach świata – teraz odciska swoje piętno także na naszym krajowym rynku startupów.

Jako Fundacja Startup Poland jesteśmy głosem środowiska startupowego w Polsce, chcemy głośno mówić o potrzebach młodych firm technologicznych. Dlatego postanowiliśmy już po raz dziewiąty sprawdzić aktualną kondycję polskich startupów. W przeprowadzonym na potrzeby niniejszego raportu badaniu przyglądamy się czynnikom, które mogą mieć pozytywny wpływ na ich sukces, a także różnego typu bolączkom i barierom utrudniającym szybki rozwój. Tym razem, przy okazji diagnozowania profilu polskiego startupu, a także samych founderów, przyjrzelśmy się bliżej kilku ciekawym, perspektywicznym segmentom tego rynku. Jednym z nich jest AI – zdaniem wielu jesteśmy obecnie u progu rewolucji związanej z wykorzystaniem sztucznej inteligencji. W tej chwili trudno jeszcze powiedzieć, dokąd ta rewolucja nas zaprowadzi, ale jedno jest pewne – swój udział w niej będą miały startupy. Przyglądamy się także nieco bliżej trzem ważnym nie tylko gospodarczo, ale i społecznie branżom – foodtech, cleantech oraz medtech, starając się opisać ich obecną sytuację i perspektywę na przyszłość.

Tym razem sporo uwagi poświęciliśmy także tematom HR-owym. Sprawdzamy, jak startupy budują swój zespół, jak dbają o wellbeing pracowników, co robią, aby przyciągać najlepszych i podnosić kompetencje, zwiększając wydajność pracy. W naszej ocenie jest to kluczowy czynnik w obecnych czasach, kiedy konkurencja o specjalistów jest bardzo ostra – i to zarówno z dużymi firmami i korporacjami, jak i pomiędzy samymi startupami.

W tegorocznym raporcie staramy się również zdefiniować wynikające z badań bariery i problemy związane ze zmieniającą się legislacją i rozwiązaniami podatkowymi. Wyniki pokazują, że niestabilność prawa, niejasne, a czasem sprzeczne przepisy, czy wciąż zbyt duża biurokracja są kulą u nogi polskich startupów.

Wszystkie tak pozytywne, jak i negatywne informacje zawarte w niniejszym raporcie mają na celu nie tylko wskazywanie problemów i narzekanie na zastoń rzeczywistość. Niniejszy raport ma być przede wszystkim przyczynkiem do szerszej dyskusji, a w jej efekcie do wspólnego działania wszystkich stron zaangażowanych we wspieranie krajowego rynku startupów.

Zapraszamy do lektury!

Tomasz Snażyk
CEO
Startup Poland



TOP 10

1 AI jest najczęściej wskazywanym przez polskie startupy słowem kluczowym, najlepiej oddającym charakter ich głównego produktu lub usługi – co trzeci pytany startup (33 proc.) za słowo kluczowe uznaje AI, deeptech i IoT (internet rzeczy).

2 Nadal większość pracowników startupów to mężczyźni. Jest jednak także niewielka grupa firm, gdzie przeważają kobiety. 8 proc. badanych spółek deklaruje, że zatrudnia między 76 a 100 proc. kobiet. 14 proc. wskazuje, że w ich firmach odsetek kobiet wynosi 51-75 proc. Największy procentowo udział kobiet widoczny jest w startupach zajmujących się cyberbezpieczeństwem (zespoły złożone co najmniej w połowie z kobiet stanowią aż 75 proc. podmiotów tego sektora). Drugą najbardziej sfeminizowaną branżą okazuje się fintech/insurtech (46 proc. startupów działających w tym segmencie rynku deklaruje, że ponad połowę ich zespołu stanowią kobiety).

3 Na czele najbardziej aktywnych regionów kraju, jeśli chodzi o liczbę startupów znalazły się: Mazowsze (50 proc.) oraz Dolny Śląsk (46 proc.). Do pierwszej piątki tego rankingu należą obecnie także województwa: małopolskie, wielkopolskie, a także pomorskie oraz łódzkie (ex aequo).

4 Sytuacja przychodowa startupów jest w tej chwili lepsza niż przed rokiem. Ponad połowa (51 proc.) startupów generuje zdecydowanie większe przychody niż w ubiegłym roku, a 26 proc. osiąga przychody nieco lepsze niż przed rokiem. Dla 8 proc. sytuacja przychodowa jest taka sama jak w 2022 roku.

5 Jeśli chodzi o finansowanie zewnętrzne startupów, najczęściej wskazywane są krajowe fundusze VC, z których wsparcia skorzystało 25 proc. badanych. Z rynku VC, ale zagranicznego, finansowanie otrzymało 8 proc. z nich. W następnej kolejności startupowcy wskazują na aniołów biznesu – również częściej tych krajowych (24 proc.) niż zagranicznych (7 proc.).

6 Głównym źródłem wiedzy na temat zmian prawnych dla startupowców są branżowe portale – treści na nich publikowane trafiają do 65 proc. badanych. Artykuły z prasy i programy TV są źródłem wiedzy o zmianach w prawie dla 37 proc. badanych, a media społecznościowe dla 47 proc. Wiedzę bezpośrednio z oficjalnych stron unijnych czerpie co trzeci startup (34 proc.), natomiast co piąty, aby monitorować zmiany w prawie ich dotyczące, wchodzi na stronę Fundacji Startup Poland (20 proc.).

7 Wśród respondentów przeważają negatywne opinie na temat wprowadzanych zmian prawnych. Dla 42 proc. startupów zmiany prawne bywają problemem, ponieważ często nie wiedzą one, jak je poprawnie interpretować, a niemal identyczny odsetek (41 proc.) nie wie, które ze zmian dotyczą akurat ich. Niemal jedna trzecia (31 proc.) deklaruje, że zmian jest zbyt dużo, żeby mogli za nimi nadążyć.

8 Kluczową barierą dla rozwoju startupów są koszty zatrudnienia pracownika – na taką odpowiedź wskazuje najwięcej, bo aż 54 proc. badanych. Drugą najczęściej wymienianą barierą, sygnalizowaną przez niemal co drugi startup (49 proc.), jest problem z pozyskaniem finansowania w kolejnych fazach rozwoju. Podobnie jak w latach ubiegłych pojawiają się również narzekania na zbyt dużą biurokrację przy prowadzeniu działalności operacyjnej – to problem dla 37 proc. badanych. Do tego 4 proc. wskazuje na zbyt długi i kosztowny ich zdaniem proces zakładania startupu, co do pewnego stopnia również łączy się z nadmierną biurokracją.

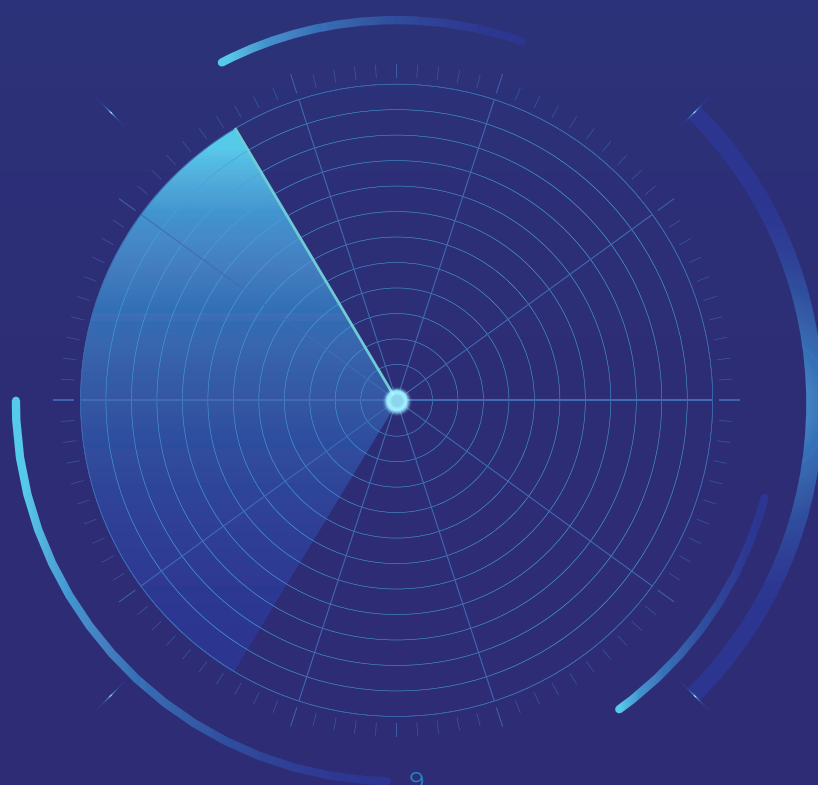
9 Wśród obszarów wymagających zdaniem startupów wsparcia na czoło wysuwają się kwestie finansowania. Aż 69 proc. pytanym oczekiwałoby wsparcia w obszarze szukania źródeł finansowania, a niemal połowa (48 proc.) w zakresie współpracy z inwestorami. Pomoc w zarządzaniu firmą byłaby przydatna dla 31 proc. startupów, a w zarządzaniu zespołem dla 23 proc. Na wsparciu w dostosowywaniu się do wymaganych zmian prawnych zależałoby 28 proc. ankietowanych. Kwestie związane z cyberbezpieczeństwem wymagają wsparcia według 18 proc. pytanym.

10 Co najbardziej doskwiera founderom, jeśli chodzi o zachowania inwestorów? Najczęściej startupy narzekają na brak feedbacku po spotkaniu z inwestorem. Na taką odpowiedź wskazuje niemal co drugi startup (45 proc.). Niemal identyczny odsetek badanych (44 proc.) krytykuje fakt, że inwestorzy wykorzystują niewiedzę foundera. Brak równości pomiędzy dwoma partnerami może prowadzić do nadużyć, a początkujący founder ma tu zazwyczaj znacznie słabszą pozycję przetargową. Łączy się z tym do pewnego stopnia kolejny wymieniany w badaniu problem – 42 proc. startupowców najbardziej razi zbyt agresywna polityka inwestora dotycząca warunków współpracy.



#01

Profil polskiego startupu



#01

Profil polskiego startupu

1.1. Czas prowadzenia działalności

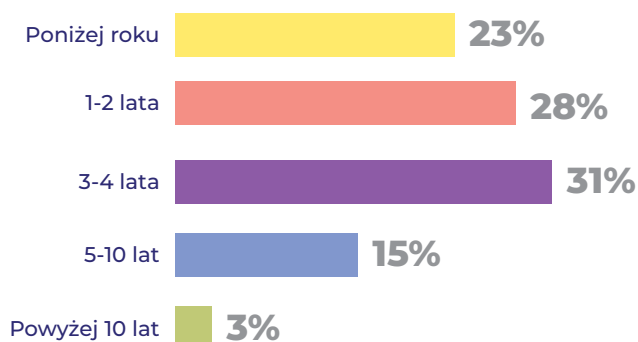
Polski rynek startupowy tworzą w znacznej mierze firmy bardzo młode stażem. Wydaje się to rzeczą oczywistą. Istnieje wiele definicji startupu, ale w zasadzie każda z nich wzmiankuje krótki okres działalności, dążenie do szybkiego wzrostu i... duże ryzyko niepowodzenia. Większość analiz rynkowych potwierdza ten obraz.

Według wyliczeń amerykańskiego portalu Failory aż 9 na 10 nowo tworzonych startupów upada, z czego 20 proc. kończy działalność w ciągu jednego roku, a kolejne 50 proc. nie przetrwa dłużej niż 5 lat!. Wśród najczęściej wymienianych powodów zamknięcia swojego biznesu startupy podają: brak finansowania, brak zapotrzebowania rynkowego na ich produkt lub usługę, działania konkurencji.

Mając na uwadze to szersze tło i specyfikę tego segmentu rynkowego, warto spojrzeć na strukturę uczestników tegorocznego badania przeprowadzonego przez Fundację Startup Poland.

Wśród ankietowanych niemal co czwarty podmiot prowadzi działalność krócej niż rok, nieco większy odsetek (28 proc.) między rok a dwa lata, ale największą część stanowią firmy o stażu wynoszącym między 3 a 4 lata. Tych działających dłużej – powyżej 5 lat – jest 15 proc. To, jak długo prowadzona jest działalność, miało kluczowe znaczenie dla doboru próby całego badania. Firmy z ponad 10-letnim doświadczeniem, zgodnie z przytoczoną wcześniej definicją startupu, nie mogły brać udziału w omawianej ankiecie. W efekcie uzyskaliśmy w pełni reprezentatywny przekrój polskiego środowiska startupowego, odzwierciedlający ich aktualną sytuację, potrzeby i obawy.

Od ilu lat działa Twój startup?



1.2 Mapa polskich startupów. Który region Polski jest liderem?

Mapa polskich startupów, oprócz bardzo drobnych fluktuacji w ciągu ostatnich lat, pozostaje niezmienna. To region dolnośląski wygrywa miano „polskiej Doliny Krzemowej”, ex aequo z Mazowszem, czyli przede wszystkim Warszawą. Wysoka pozycja regionu stołecznego nie dziwi – stolica każdego kraju przyciąga biznes i to nie tylko ten wielkoskalowy.

W czym jednak tkwi siła Dolnego Śląska, który każdego roku jest w czołówce rankingów pod kątem liczby tak powstających, jak i funkcjonujących na miejscu startupów? Ten region zawsze był silny gospodarczo na tle innych. Są to zatem m.in. czynniki historyczne. Do tego na Dolnym Śląsku prężne są środowiska akademickie i naukowe, a także istnieje lepsza niż w wielu pozostałych rejonach kraju infrastruktura. Te czynniki są filarami rozwoju przedsiębiorczości jako takiej. Do tego dochodzi korzystne położenie geograficzne – w tym przede wszystkim bliskość granicy z Niemcami. Wiele dolnośląskich firm ma możliwość włączenia się do łańcucha podwykonawców dla niemieckiego przemysłu, a to z kolei stymuluje dalszy rozwój i poniekąd może być impulsem do tworzenia innowacji i rozwoju technologii przez lokalne startupy.

W tegorocznym badaniu Fundacji Startup Poland postanowiliśmy sprawdzić jednak nie tylko to, gdzie powstaje najwięcej startupów, ale także w jakich regionach później one realnie działają. W tym pierwszym przypadku przewaga województwa dolnośląskiego (28 proc. wskazań) i mazowieckiego (19 proc.) jest wyraźniejsza – to tam powstaje zdecydowanie najwięcej młodych firm. Na podium znalazło się jeszcze województwo małopolskie, ale tu odsetek jest istotnie mniejszy (12 proc.).

Najlepszy moment był wczoraj...

Wezwanie do zaprzestania działalności to nie jest pismo, które chcesz otrzymać jako odnoszący pierwsze poważne sukcesy startup. Tak się składa, że właśnie takie pismo dostałem... To początek historii, którą dzisiaj, po wielu latach, opowiadam z rozbawieniem. Wręcz z nutką dumy z uwagi na to, jak cała sprawa się zakończyła. Wtedy, lata temu, do śmiechu mi nie było, wręcz załamałem się niczym rynek NFT. Ostoją rozsądku był za to mój wspólnik: „Spokojnie, do procesu długa droga, trzeba im odpisać, że się z nimi nie zgadzamy”. To przemówiło doświadczenie. Mój wspólnik, Marek, miał już za sobą kilka lat przygód jako przedsiębiorca, w tym potyczki prawne. Od dłuższego czasu rozwijał pasje i angażował się w liczne projekty i pomysły. I mimo że uważałem, że doświadczenia projektowego mi nie brakuje, tu poległem.

Znałem za to miejskie legendy, że 9 na 10 startupów upadnie; czy np. dane z CB Insights, że 70% startupów, które zdobyło finansowanie, upada. Jak jest naprawdę? Są rzadkie przypadki, że ten pierwszy projekt to jest właśnie to. Są przypadki, że pierwsza firma trwa, ale zakres jej działalności zmienia się kilka razy. Mnożyć można za to sytuacje, gdy projekty umierają w ciszy.

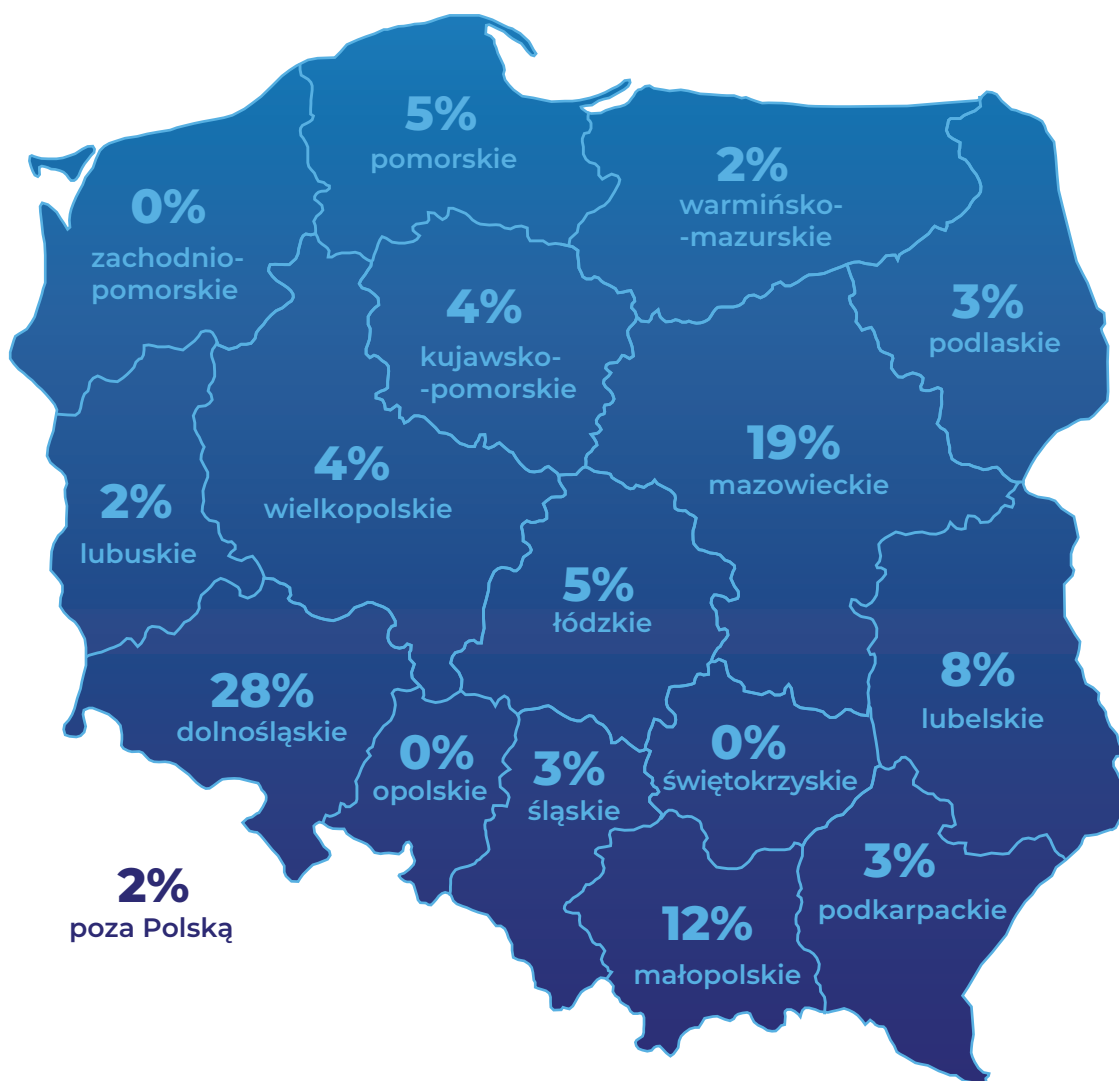
Ta cisza przekreśla cały misterny plan zostania milionerem... Dlatego warto pamiętać, że dużo bardziej prawdopodobne jest, że milionerem zostaniesz, pracując w korporacji. Po kilku latach inwestujesz sowite wynagrodzenie i żyjesz wygodnie. Jeśli otwierasz startup tylko dla kasy, to jest prostsza droga. Jeśli zaś szukasz rozwoju i przygody jednocześnie – załóż firmę. Jeśli chcesz jeszcze bardziej podnieść sobie poprzeczkę, to stwórz startup! Doświadczenia i pewności siebie, które zdobędziesz, nie porównasz z niczym innym. Być może ta przygoda zaprowadzi Cię do gabinetu prezesa wielkiej firmy na rozmowy o możliwości przejęcia Twojej firmy, tak jak mi się to przydarzyło. Bo tak właśnie zakończyła się moja sprawa z wezwaniem przedsądowym.

Dlatego pamiętaj. Pełny tytuł tego tekstu powinien brzmieć: Najlepszy moment, aby zacząć, był wczoraj, a drugi najlepszy jest dzisiaj. Jeśli jesteś w czymś dobry, to nie daj sobie wmówić, że na start firmy jest za późno czy za wcześnie. Działaj... i miej dobrego wspólnika!

Konrad Latkowski
prezes i współzałożyciel
RIFFSEC

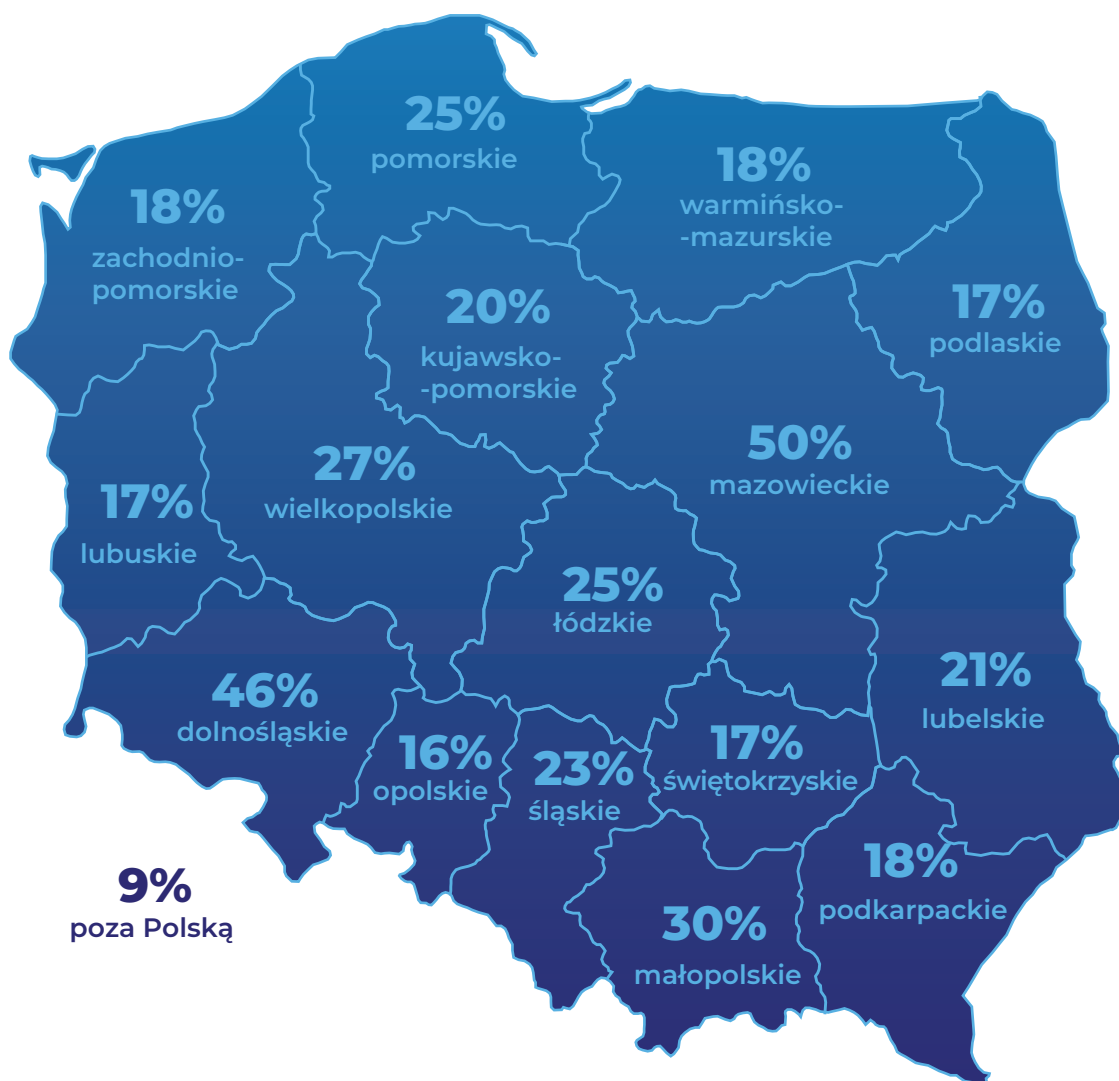


W jakim województwie zarejestrowany jest startup?



Natomiast pytanie o to, gdzie faktycznie dany startup funkcjonuje, a nie gdzie powstał, ukazuje nieco inny układ na mapie. W tym przypadku rozkład geograficzny jest bardziej równomierny, co wynika m.in. z tego, że ankietowani mogli wybrać więcej niż jedną odpowiedź, jeśli ich firma działa równocześnie w wielu regionach kraju lub na całym jego obszarze. Także i w tym ujęciu przewaga Mazowsza i Dolnego Śląska jest jednak bardzo wyraźna. Badanie pokazuje, że co drugi polski startup działa w województwie mazowieckim (50 proc.), a 46 proc. w województwie dolnośląskim. Małopolskie także tu zajmuje trzecie miejsce (30 proc. wskazań), jednak tuż za nim znalazły się województwa: wielkopolskie (27 proc.), pomorskie i łódzkie (w obu przypadkach po 25 proc.). Próg 20 proc. wskazań przekraczają jeszcze województwa: lubelskie i kujawsko-pomorskie. Wszystkie pozostałe regiony notują kilkunastoprocentowy odsetek wskazań, a 9 proc. badanych startupów prowadzi działalność także (lub tylko) poza Polską.

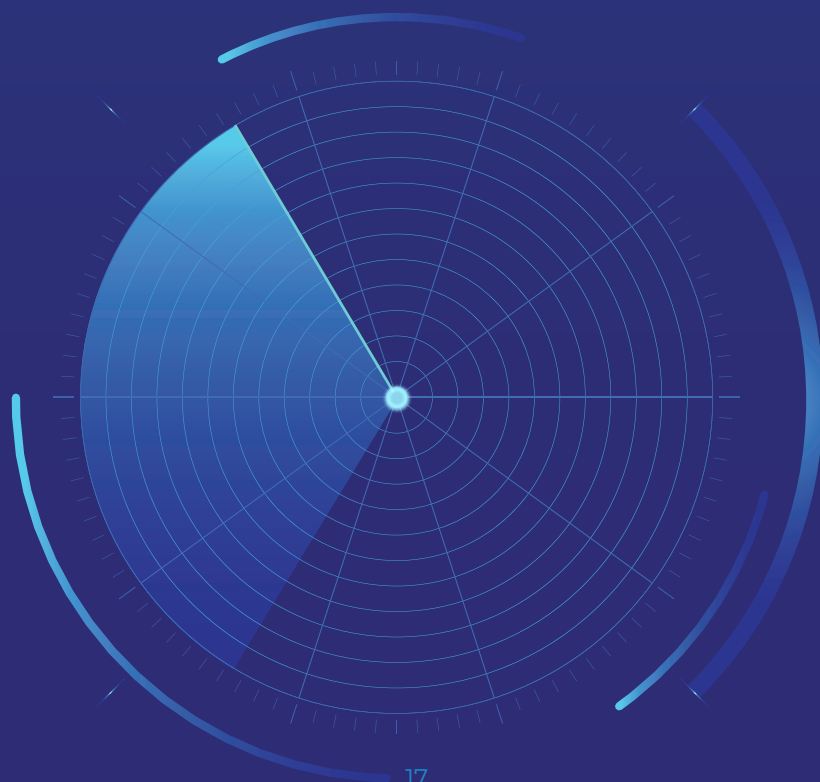
W jakim województwie / województwach faktycznie działa startup?



Najsłabsze regiony kraju pod kątem startupowym? Podobnie jak w latach poprzednich na niekorzyść odstają przede wszystkim najmniejsze województwa – lubuskie (2 proc.), świętokrzyskie i opolskie (po 1 proc.), a także zachodniopomorskie – nie powstał tu ani jeden startup uczestniczący w badaniu. A zatem to nie tzw. ściana wschodnia, ale regiony na zachodzie Polski odstają na minus, jeśli chodzi o startupy.

#02

W jakich branżach specjalizują się nadwiślańskie startupy?



#02

W jakich branżach specjalizują się nadwiślańskie startupy?

2.1 AI bierze wszystko?

Skrót AI (Artificial Intelligence) już od wielu lat jest odmieniany na różne sposoby – w końcu to algorytmy sztucznej inteligencji odpowiadają za funkcjonowanie wielu technologii, bez których nie wyobrażamy już sobie naszej codzienności. Począwszy od licznych aplikacji na smartfony, algorytmy „zaszyte” w social mediach, chatboty i voiceboty obsługujące infolinie i biura obsługi klienta, nawigacje GPS i wiele innych – wszystko to funkcjonuje właśnie dzięki AI.

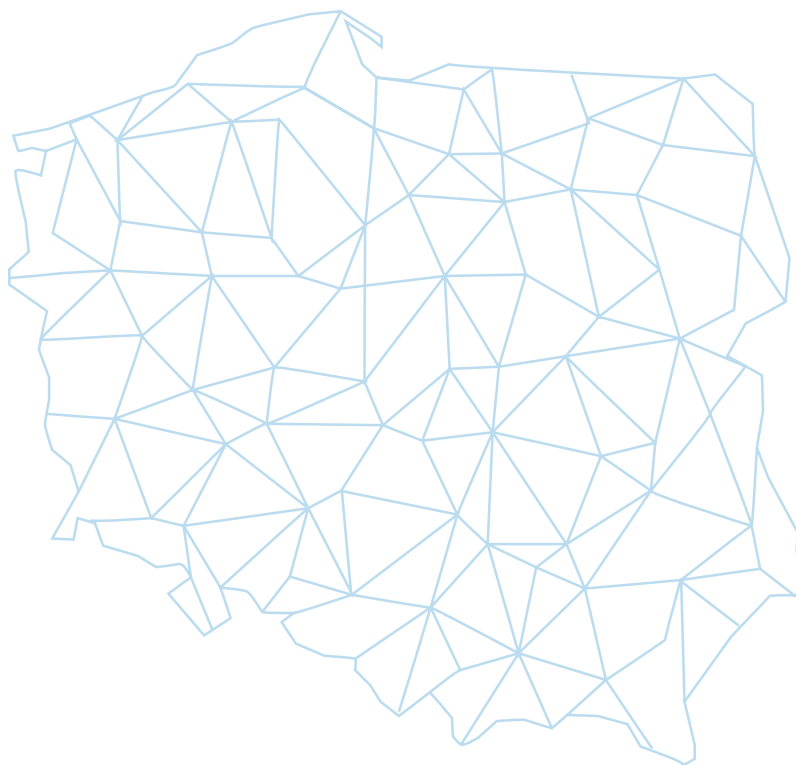
W ostatnim czasie mieliśmy jednak do czynienia z wydarzeniem, które wielu okrzyknęło prawdziwym technologicznym gamechangerem. Zaprezentowany i udostępniony użytkownikom przez amerykańską firmę OpenAI pod koniec ubiegłego roku ChatGPT spotkał się z zachwytem jednych, a przerażeniem innych osób na całym świecie. Liczni eksperci wskazywali, że tego typu narzędzie jest na tyle przełomowe i tak bardzo zmienia podejście do technologii, że może ono z powodzeniem zastąpić wiele dotychczasowych rozwiązań z różnorodnych obszarów. Ambiwalentne odczucia towarzyszą wielu ekspertom, a dalekosiężne skutki startu ChatGPT są jeszcze w tej chwili trudne do przewidzenia. Sam debiut narzędzia firmy OpenAI sprowokował przyspieszenie prac bigtechów nad konkurencyjnymi rozwiązaniami.

Polski sektor technologiczny jako taki nie jest w stanie nawiązać równorzędnej walki z przełomowymi rozwiązaniami oferowanymi przez globalnych gigantów, takich jak OpenAI, Google czy Microsoft. Nie oznacza to jednak, że nie mamy żadnych argumentów w kwestii opracowywania narzędzi na bazie zaawansowanych algorytmów. Naszą siłą są przede wszystkim cenieni w świecie programiści, z których część pracuje w polskich startupach lub sama je zakłada. Wiele firm poszukuje specjalistów tworzących oprogramowanie bazujące na algorytmach machine learning i sztucznej inteligencji. Na razie takie zapotrzebowanie najbardziej widoczne jest na rynku amerykańskim, ale z pewnością i do nas ten trend prędzej czy później zawita.

Pojawiają się już pierwsze polskie narzędzia podobne do ChatGPT. Warszawski startup SentiOne, zajmujący się na co dzień automatyzacją obsługi klienta w firmach, chwali się, że stworzył własną, autorską technologię konwersacyjnego AI². Czy będziemy mieli zatem wysyp tego typu usług oferowanych przez polskie startupy? Trzeba tu być ostrożnym w optymizmie, ponieważ tego typu technologie wymagają ogromnych nakładów finansowych, na które na naszym rynku nie ma szans.

Badanie Startup Poland pokazuje jednak, że to właśnie AI jest najczęściej wskazywanym przez polskie startupy słowem kluczowym, najlepiej oddającym charakter ich głównego produktu lub usługi. Co trzeci pytany startup (33 proc.) za słowo kluczowe uznaje AI, deeptech i IoT (internet rzeczy).

Oczywiście nie oznacza to, że firmy te tworzą własne rozwiązania AI, ale raczej to, że ich produkt lub usługa opiera się na działaniu algorytmów sztucznej inteligencji bądź AI tę usługę wspomaga lub optymalizuje jej funkcjonowanie. Pytanie zatem, do jakiego stopnia AI staje się po prostu modnym trendem, a nie realną potrzebą wynikającą z naturalnej ewolucji szeroko rozumianej technologii w biznesie.



Skąd się bierze sukces startupów deeptechowych?

W ostatnich latach scenę startupową zdominowały trzy sektory: medycyna, e-commerce oraz edukacja, które razem obejmują 43% rynku. Niemniej jednak zauważalne są subtelne zmiany. Sektor e-commerce traci na znaczeniu, pojawia się nowa fala innowacji w robotyce, energetyce i zrównoważonym rozwoju. Rok 2023 zaowocował interesującymi rundami inwestycyjnymi w startupy w tym obszarze, m.in. United Robots, Sunroof oraz Fresh Insert. Ta ewolucja rynku wskazuje na rozszerzanie horyzontów inwestycyjnych oraz otwiera perspektywy dla funduszy venture capital, które z zainteresowaniem obserwują rozwój tych branż.

Jak wynika z przeprowadzonego badania, w obliczu transformacji sektorowych firmy z coraz większym zapałem sięgają po nowe technologie. Startupy coraz chętniej budują autorski hardware, działają w obszarze deeptech lub korzystają z możliwości, jakie daje sztuczna inteligencja. Dotychczasowy wzrost zainteresowania AI został dodatkowo spotęgowany przez rewolucję OpenAI. W pierwszej połowie 2023 roku udział inwestycji w startupy AI na całym świecie wzrósł o imponujące 72% w porównaniu z rokiem 2022. Polska ze swoim bogatym zasobem ekspertów AI o międzynarodowej renomie nie pozostaje w tyle w tym wyścigu. Świadczy o tym sukces takich startupów jak Eleven Labs czy AI Clearing, które przyciągnęły inwestycje przekraczające 10 mln euro, podkreślając rosnący apetyt inwestorów na innowacyjne rozwiązania oparte na AI z Polski.

Choć często kojarzony ze sztuczną inteligencją, deeptech obejmuje więcej dziedzin z różnych domen technologicznych. Z perspektywy inwestora to branża, w której spółki nie tylko ponoszą ryzyko biznesowe (typowe dla startupów), ale również (głównie) ryzyko technologiczne. Liczne historie sukcesu zwiększają zainteresowanie inwestorów. W 2023 roku na polskiej scenie startupowej zaobserwowaliśmy inspirujące zespoły, które zdobyły finansowanie. Przykładowo startup Contec zbudował nowatorskie podejście do recyklingu zużytych opon, Inuru odkrywa na nowo potencjał

wyświetlaczy OLED. Nie można również pominąć inicjatywy Thorium Space, która kładzie solidne podwaliny pod przyszłe systemy przesyłu danych. Te projekty ilustrują spektrum możliwości oraz znaczący wkład Polski w rozwój globalnego ekosystemu deep techowego.

Zauważalna zmiana na rynku startupowym jest wspierana przez preferencje inwestorów, którzy z zapałem angażują się w pionierskie projekty technologiczne. W 2021 roku zaledwie jedna trzecia znaczących rund inwestycyjnych w polskie startupy koncentrowała się na AI lub deep techu, jednak trend się zmienił – w bieżącym roku inwestycje w startupy tworzące przełomowe rozwiązania osiągnęła wartość przekraczającą 120 mln euro, co stanowi prawie 70% puli wszystkich inwestycji. Ten kierunek wskazuje, że inwestorzy, oprócz doświadczonego zespołu założycieli, rosnącego rynku i solidnego produktu, coraz śmielej stawiają na technologiczną innowacyjność, dostrzegając w niej siłę napędową przyszłych sukcesów.

Rozwój innowacji w sferze deep tech to zadanie wymagające zaawansowanej wiedzy specjalistycznej i solidnego zabezpieczenia technologicznego. Jako inwestor z doświadczeniem w tym obszarze szukam startupów, które nie tylko tworzą autentyczną wartość, ale mają potencjał zrewolucjonizowania rynku. Kluczowe jest, aby proponowane rozwiązania były unikalne i trudne do zreplikowania, co powinno skłonić obecnych liderów na rynku do rozważania akwizycji, a nie kopiowania rozwiązań – jak miało to miejsce w fintechu czy e-commerce.

W Polsce tętni talent inżynierski. Lecz sukces startupu to nie tylko B+R. Trzy rady dla naszych ekspertów: 1) Wartość rynkowa na pierwszym miejscu – rozmawiajcie z potencjalnymi klientami i partnerami, zwłaszcza z zagranicy. 2) Zaplanujcie finansowanie projektu i nawiążcie relacje z inwestorami, którzy rozumieją Wasz produkt i będą stanowić wsparcie. 3) Budujcie interdyscyplinarny zespół zdolny do adaptacji – kompetencje biznesowe są niezbędne do udanej komercjalizacji.

Michał Lechowski

Associate
APER Ventures



2.2. Foodtech i cleantech – „nie jest źle, ale potrzeba więcej rozwiązań” – wsparcie dla odporności ekonomicznej i promocja zrównoważonych praktyk

Z każdą dekadą ludzkość zwiększa znacząco swoją liczebność. Na koniec listopada 2022 roku liczba ludzi na świecie przekroczyła 8 miliardów. Równocześnie zmiany klimatyczne powodują, że kurczą się dostępne zasoby, a produkcja rolna musi mierzyć się z wyzwaniami takimi jak susze czy powodzie w wielu regionach świata. Te pogarszające się warunki, przy równocześnie szybko rosnącym zapotrzebowaniu na tanią, łatwo dostępną żywność, zwiększają skalę przemysłowej produkcji spożywczej, co z kolei przyczynia się do pogłębiania problemów środowiskowych. Masowa produkcja wysoko przetworzonej żywności odpowiada bowiem za znaczną część emisji gazów cieplarnianych do atmosfery. Dodatkowo tego typu produkty są w dużej mierze szkodliwe dla konsumentów, przyczyniając się do wielu chorób cywilizacyjnych – cukrzycy, otyłości, nowotworów. Oczywiście nie jest możliwe, aby przemysłowa produkcja żywności została zatrzymana lub znacząco ograniczona w najbliższych latach. Nie oznacza to jednak, że nie ma tu żadnej dobrej alternatywy.

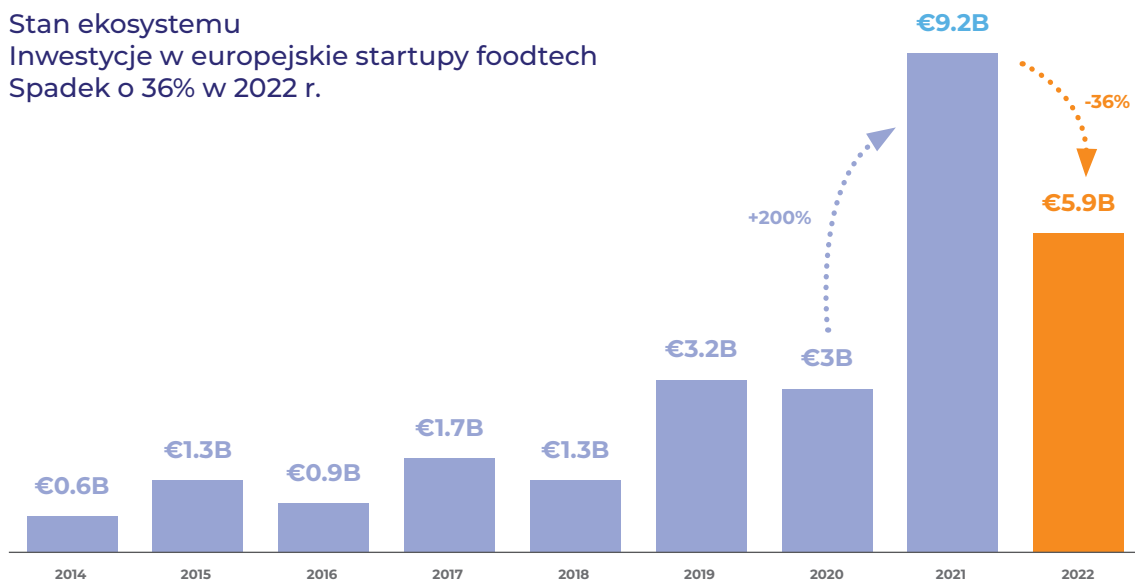
Zwiększanie skali produkcji przez gospodarstwa rolne nie zawsze jest możliwe. Niezbędną zmianą dotychczasowego modelu gospodarki rolnej powinno być zatem wdrażanie nowych, dostępnych już technologii w rolnictwie. Tzw. rolnictwo 4.0, sięgające po innowacyjne, skuteczne rozwiązania, ma szansę zmienić ten zarysowany w poprzednim akapicie negatywny scenariusz. Warto pamiętać, że to, czy i jakie innowacje wprowadzimy, może mieć znaczenie niemalże cywilizacyjne. Dotyczy to także naszego rodzimego rynku rolno-spożywczego. To, że również polskich rolników nie ominą problemy wynikające ze zmian klimatycznych, jest już w zasadzie pewne. Jak alarmują eksperci IMGW, obecna w Polsce tzw. susza rolnicza stała się już zjawiskiem długotrwałym – towarzyszy nam bowiem z krótkimi przerwami od 2014 roku. Tym samym nowoczesne rolnictwo powinno być priorytetem – w końcu zachowanie i rozwijanie rodzimej produkcji rolnej jako strategicznego sektora jest kluczowe, szczególnie teraz, kiedy powinniśmy budować odporność naszej gospodarki w odpowiedzi na liczne, czy to globalne, czy lokalne, zawirowania.

Finansowanie innowacji w przedsiębiorstwach sektora rolno-spożywczego realizowane jest poprzez środki unijne i krajowe. Na konieczność wdrażania nowych technologii w sektorze rolnym odpowiadają również startupy. Młode firmy z tzw. sektora agritech, czy szerzej rozumianego segmentu foodtech, mają szansę przyczynić się do tej rolno-technologicznej rewolucji. Wymagają one jednak silnego wsparcia ze strony państwa oraz przeznaczonych dla nich programów unijnych. Jednym z podstawowych źródeł finansowania tego sektora jest Program Operacyjny Inteligentny Rozwój, którego operatorem jest Narodowe Centrum Badań i Rozwoju. Ważne jest jednak także wsparcie kapitałowe udzielane przez inwestorów prywatnych.

Niestety dane dotyczące rozwoju branży foodtech zostały mocno zaburzone przez pandemię COVID-19. Widać to na poniższych wykresach – ze względu na fakt, że

w kategorię foodtech wpisują się także rozwiązania z zakresu dostaw żywności, to w pandemicznym okresie nastąpił tu skokowy wzrost inwestycji, a tym samym cała kategoria foodtech odnotowała rekordy. Wraz z końcem pandemii w 2022 roku zainteresowanie inwestorów mocno jednak osłabło, a to z kolei ciągnie w dół całą kategorię, mimo że jej poszczególne składowe w niektórych przypadkach nadal rosły.

Stan ekosystemu
Inwestycje w europejskie startupy foodtech
Spadek o 36% w 2022 r.



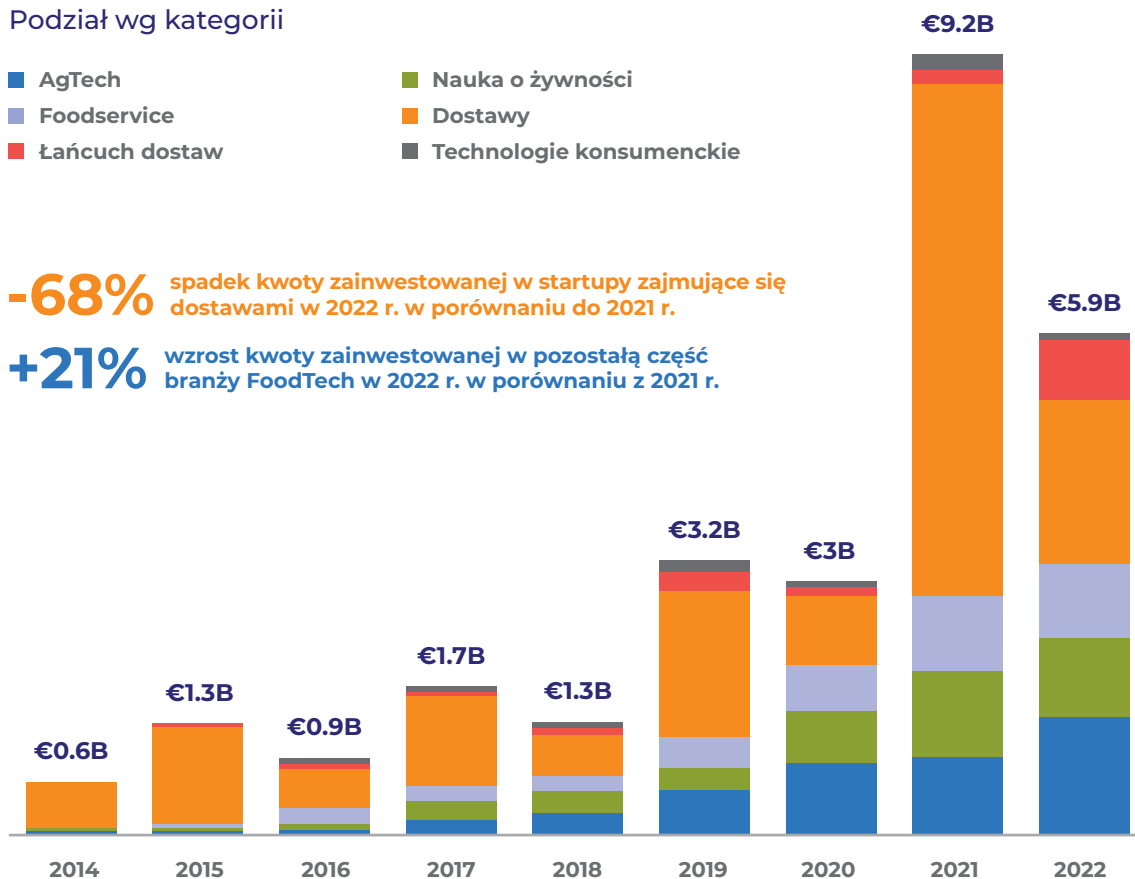
Źródło: DigitalFoodLab

Podział wg kategorii

- AgTech
- Foodservice
- Łączuch dostaw
- Nauka o żywności
- Dostawy
- Technologie konsumenckie

-68% spadek kwoty zainwestowanej w startupy zajmujące się dostawami w 2022 r. w porównaniu do 2021 r.

+21% wzrost kwoty zainwestowanej w pozostałą część branży FoodTech w 2022 r. w porównaniu z 2021 r.



Źródło: DigitalFoodLab

Według danych zebranych przez Dealroom rok 2022 dla polskiego foodtechu wciąż był całkiem dobry. Motorem dalszego rozwoju tego segmentu rynku jest m.in. rosnąca moda na wegańskie zamienniki mięsa czy walka z marnotrawieniem jedzenia. Wielu ekspertów wskazuje jednak, że to 2023 rok będzie kluczowy dla polskiego foodtechu – mniej przychylne nastroje globalnych inwestorów mogą przełożyć się również na spadki w tym sektorze.

Badania Fundacji Startup Poland prowadzone w kolejnych latach na razie pokazują wzrosty. W 2021 i w 2022 roku 3 proc. ankietowanych startupów określiło swój profil działalności jako agritech, a jako foodtech kolejne 4 proc. W najnowszym tegorocznym badaniu odsetek ten jest jeszcze wyższy – 5 proc. podmiotów wskazało na agritech, a aż 8 proc. na foodtech. Warto obserwować ten trend – jeśli w kolejnych latach liczba startupów działających w tym obszarze ponownie się zwiększy, zawirowania i negatywne tendencje mają szansę nasz rodzimy rynek ominąć. To jednak w dużej mierze zależy od zwiększenia nakładów finansowych ze środków krajowych na badania i rozwój technologii w tym obszarze, a następnie ich efektywne wdrażanie.

To ważne także dlatego, że produkcja żywności powinna być traktowana jako sektor strategiczny dla państwa. Umiejętne wykorzystywanie technologii w rolnictwie i w branży spożywczej to element szeroko rozumianej odporności ekonomicznej Polski, przy równoczesnym promowaniu zrównoważonej gospodarki.

Innowacje dla żywności przyszłości

W 2050 roku będzie nas na świecie 10 miliardów. Będziemy potrzebowali więcej żywności produkowanej w sposób bardziej przyjazny środowisku, niż miało to miejsce do tej pory. Obecnie produkcja żywności przyczynia się do emisji prawie 1/3 gazów cieplarnianych.

Dawniej tzw. zielona rewolucja zwiększyła produktywność. Dziś wiemy, że potrzebujemy kolejnej fali innowacji w sektorze produkcji żywności, aby działać efektywnie, ale z korzyścią długofalową dla planety i ludzi, w tym przyszłych pokoleń.

Poszukiwane są też rozwiązania zapobiegające i wspomagające leczenie tzw. chorób cywilizacyjnych. Zwiększa się popyt na ofertę dla osób dbających o dietę jako część zdrowego i sportowego stylu życia.

Wreszcie pandemia oraz wojna w Ukrainie wskazały, że bezpieczeństwo żywnościowe jest jednym z najważniejszych priorytetów, a współczesne skomplikowane łańcuchy wymagają nowych rozwiązań, transparentnych i zapewniających jakość żywności.

Dla większej odpowiedzialności środowiskowej, efektywności, dostępności, jakości, transparentności i odporności systemów produkcji żywności konieczne są i będą innowacje – nowe pomysły i technologie; a także udoskonalanie i skalowanie istniejących innowacyjnych rozwiązań.

Innowacje oparte na digitalizacji, AI, biotechnologii, biochemii, blockchain, health tech przyjęły się w sektorze rolno-spożywczym, ale będą coraz bardziej poszukiwane przez rolników i przedsiębiorców rolnych, producentów żywności, dystrybutorów, decydentów. To się przekłada na coraz większe zainteresowanie publicznych i prywatnych inwestorów innowacjami z tego sektora.

Jako EIT Food, wspierany przez Europejski Instytut Innowacji i Technologii (EIT) – organ Unii Europejskiej, my również inwestujemy w projekty, organizacje i osoby, które dzielą nasze cele dotyczące zdrowego i zrównoważonego systemu żywnościowego. Widzimy też, że startupów i zespołów pracujących nad innowacyjnymi rozwiązaniami z zakresu foodtech jest coraz więcej. Potrzebny jest też większy transfer innowacji z innych dziedzin. Rynek rolno-spożywczy potrzebuje i będzie poszukiwał w kolejnych latach rozwiązań z AI, blockchain, fintech, odnawialnych źródeł energii, efektywności energetycznej czy medycyny.

Te innowacje wymagają odpowiedniej ilości czasu, cierpliwości i specjalistycznej wiedzy do ich walidacji i wdrożenia na rynek, ale mają ogromny potencjał zarówno jeśli chodzi o zwrot z inwestycji, jak również wpływ na środowisko i społeczeństwo.

Ewa Karólewska

senior project manager on startup support
European Institute of Innovation & Technology (EIT) Food



Paweł Ciach

RIS project manager on business creation
European Institute of Innovation & Technology (EIT) Food



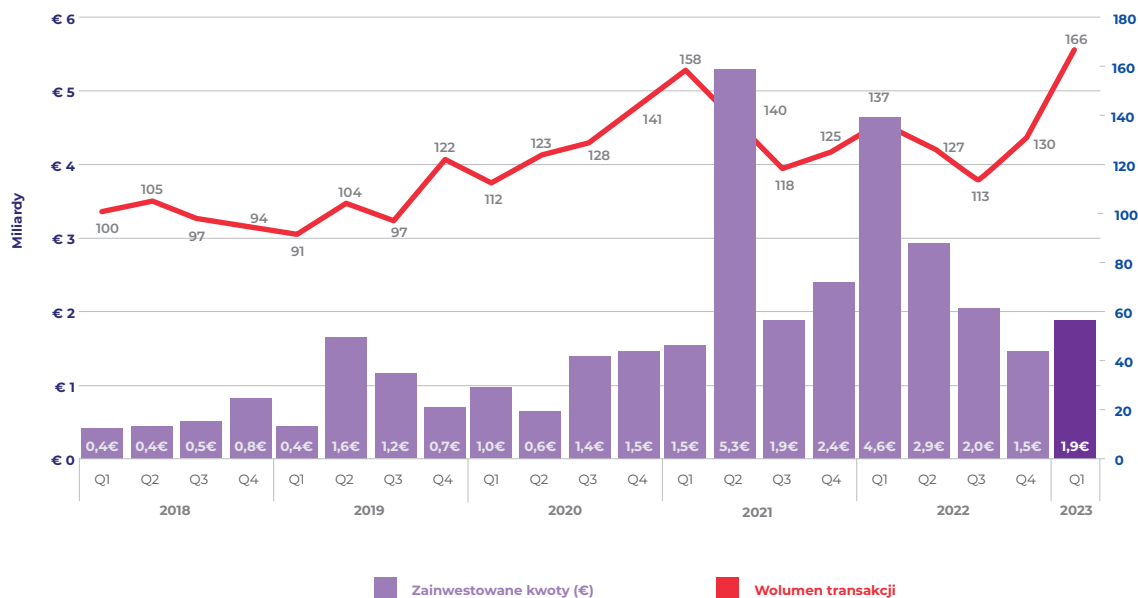
EIT Food jest największą na świecie i najbardziej dynamiczną społecznością w branży spożywczej, wspieraną przez Europejski Instytut Innowacji i Technologii (EIT), niezależny organ Unii Europejskiej.

Innym coraz istotniejszym segmentem rynku startupowego jest cleantech, czyli firmy zajmujące się rozwiązaniami z zakresu energii odnawialnej i zielonej transformacji. Wśród uczestników badania Fundacji Startup Poland 7 proc. wskazało właśnie na cleantech/ greentech jako terminy najlepiej oddające charakter ich działalności.

Temu właśnie sektorowi poświęcony został specjalny raport Fundacji Startup Poland „Technologie na rzecz energii”, opublikowany w 2022 roku. Zwracaliśmy w nim szczególną uwagę na rewolucję w obszarze ESG, która w dużej mierze musi napędzać rozwój technologii ograniczających emisję gazów cieplarnianych, wspierających energię odnawialną. Wskazywaliśmy jednak także na liczne problemy ograniczające postępy zmian – np. ograniczenia dla powstawania elektrowni wiatrowych onshore czy niekorzystne zmiany dotyczące opłacalności korzystania z fotowoltaiki. Niestety w ciągu ostatniego roku ta sytuacja wcale się nie polepszyła i to mimo znaczących wzrostów kosztów energii, tak dla biznesu, jak i odbiorców indywidualnych. Systemowe problemy, wymagające szybkich decyzji strategicznych, ale także dużych nakładów finansowych (brak pieniędzy z KPO), jakimi są przestarzała i niewydolna infrastruktura sieciowa czy brak możliwości efektywnego magazynowania energii, nie zostały również rozwiązane i nie widać większej aktywności decydentów w tej kwestii. Prawdziwą rewolucją może jednak okazać się wprowadzenie (na mocy przepisów unijnych) systemu kaucyjnego obsługiwane przez producentów napojów w plastikowych butelkach czy w puszkach. Możliwe, że także polskie cleantechy staną się elementem tego systemu.

Segment cleantech może zatem znaleźć tu dla siebie pole do ekspansji i poszukiwania źródeł finansowania, aby ten rozwój realizować. Dane Cleantech for Europe pokazują, że inwestycje VC w czyste technologie w Europie w ujęciu kwartalnym w dalszym ciągu rosną, mimo ogólnych spadków na rynku VC³. Sytuacja wygląda jednak dużo gorzej w Stanach Zjednoczonych i w Azji. Na razie pierwszy kwartał br. był w Europie rekordowy, jeśli chodzi o liczbę transakcji i ich wolumen. Wzrost dotyczy przede wszystkim inwestycji na późniejszym etapie (seria B), notując skok o 29 proc. kwartał do kwartału, z wolumenem zwiększonym o 35 proc. Inwestycje na wczesnym etapie wzrosły o 22 proc. w porównaniu z ostatnim kwartałem, podczas gdy wolumen transakcji zwiększył się o 26 proc. W pierwszych trzech miesiącach 2023 roku poziom inwestycji w europejski sektor cleantech wyniósł 1,9 mld euro. W ujęciu rok do roku mamy już jednak do czynienia ze znaczącym spadkiem wartości inwestycji (w q1 2022 roku wartość inwestycji wyniosła 4,6 mld euro).

EU27 Cleantech, Seed, Series A, Series Band Growth investment, 2018 – Q1 2023



Źródło: Cleantech for Europe

Polski sektor cleantech, choć cały czas się rozwija, to nie należy ani do światowej, ani nawet europejskiej czołówki. Znamienny może być fakt, że na uznanej liście Cleantech 100, pokazującej czołowe światowe cleantechy, nie znalazła się ani jedna polska firma. Szansa, jaką mogły być zmiany wywołane kryzysem energetycznym spowodowanym przez rosyjską pełnoskalową inwazję na Ukrainę, nie została w pełni wykorzystana. Tymczasem to właśnie te dramatyczne wydarzenia unaocznili wszystkim, jak ważna jest niezależność energetyczna, rozumiana również jako zwiększenie udziału energetyki odnawialnej w całym miksie energetycznym i stopniowe odchodzenie od paliw kopalnych, w dużej mierze importowanych z zagranicy. Nie widać jednak niestety w tej kwestii dużego przyspieszenia w naszym kraju. Tymczasem także i u nas pojawiają się innowacyjne rozwiązania problemów sektora energetycznego. Ich sukces zależy w dużej mierze od odpowiednich zmian prawnych, a także, co być może jest trudniejsze – zmiany mentalnościowej zarówno wśród decydentów, jak i inwestorów. To dosyć trudny inwestycyjnie sektor, choć większość cleantechowych founderów przekonuje, że zmiany są tu nieuniknione, a różnego typu zielone technologie będą wdrażane sukcesywnie także w Polsce. Zielona rewolucja już trwa. Nienadążanie za globalnymi trendami i wymogami w tym obszarze będzie coraz kosztowniejsze dla każdej krajowej gospodarki.

2.3. Czy medtech ma się faktycznie dobrze?

Startupy funkcjonujące w szeroko rozumianym sektorze medycznym cieszą się stosunkowo dobrą opinią wśród inwestorów. Z pewnością jest to jeden z sektorów mogących liczyć na szeroki strumień finansowania. Przyczyna wydaje się oczywista – opieka medyczna dotyczy każdego, a technologie ją wspierające notują w ostatnich latach znaczące postępy. Branża medyczna chętnie przyjmuje innowacyjne rozwiązania oferowane przez tzw. medtechy. Jest to jednak dosyć duży segment rynku, tworzony przez firmy działające w bardzo różnorodnych obszarach – od producentów sprzętu medycznego i diagnostycznego, przez nowatorskie wyroby medyczne i farmaceutyczne, po telemedycynę czy aplikacje do rezerwowania wizyt lekarskich. W medycynie coraz większą rolę odgrywają: robotyzacja, sztuczna inteligencja oraz nowatorskie techniki podawania leków.

Branża medtech wyraźnie rosła w ostatnich latach, a pandemia COVID-19 mocno ten trend wzrostowy przyspieszyła. Z danych dostępnych na platformie Statista wynika, że cały rynek medtech jest obecnie wart ok. 19,4 mld dolarów, a do 2028 roku ma się on zwiększyć do 23,2 mld dolarów (CAGR większy o 3,6 proc.)⁴. Perspektywy wydają się zatem całkiem dobre. Mimo to medtech w skali globalnej łąpie zadyszkę, jeśli chodzi o napływ kapitału od inwestorów.

Z analiz udostępnionych przez Pitchbook wynika bowiem, że w pierwszym kwartale br. aktywność inwestorów w tym sektorze spadła, choć w kolejnym (Q2) odnotowano już lekkie odbicie i zdaniem analityków ma ona powoli wzrastać. Autorzy raportu zwrócili również uwagę, że rośnie zróżnicowanie kategorii technologii medycznych zdobywających finansowanie. Rozwiązania z zakresu robotyki chirurgicznej, leczenia nowotworów czy neurostymulacja pozyskały od inwestorów VC ponad 100 mln dolarów w analizowanym okresie. Nie zmienia to jednak faktu, że innowacje w medycynie są stosunkowo kosztowne i czasochłonne, więc zwrot z takiej inwestycji nie jest szybki.

Medtechy muszą się mierzyć z szeregiem dodatkowych wyzwań – poczynając od skomplikowanego i specyficznego otoczenia prawnego (często bardzo zróżnicowanego w poszczególnych krajach), w tym tego dotyczącego ochrony wrażliwych danych medycznych, przez wymagane testy kliniczne, kończąc na trudności z pozyskaniem wysokiej klasy specjalistów i dużej konkurencji w tym obszarze. Wreszcie – ponieważ jest to branża bazująca w dużej mierze na badaniach i rozwoju – kluczowa jest również synergia ze środowiskiem naukowym i uczelniami wyższymi. Z drugiej strony, pogłębiające się dysproporcje społeczne, jeśli chodzi o dostęp do publicznej opieki zdrowotnej, mogą także spowodować rosnące zapotrzebowanie na innowacyjne rozwiązania oferowane przez medtechy.

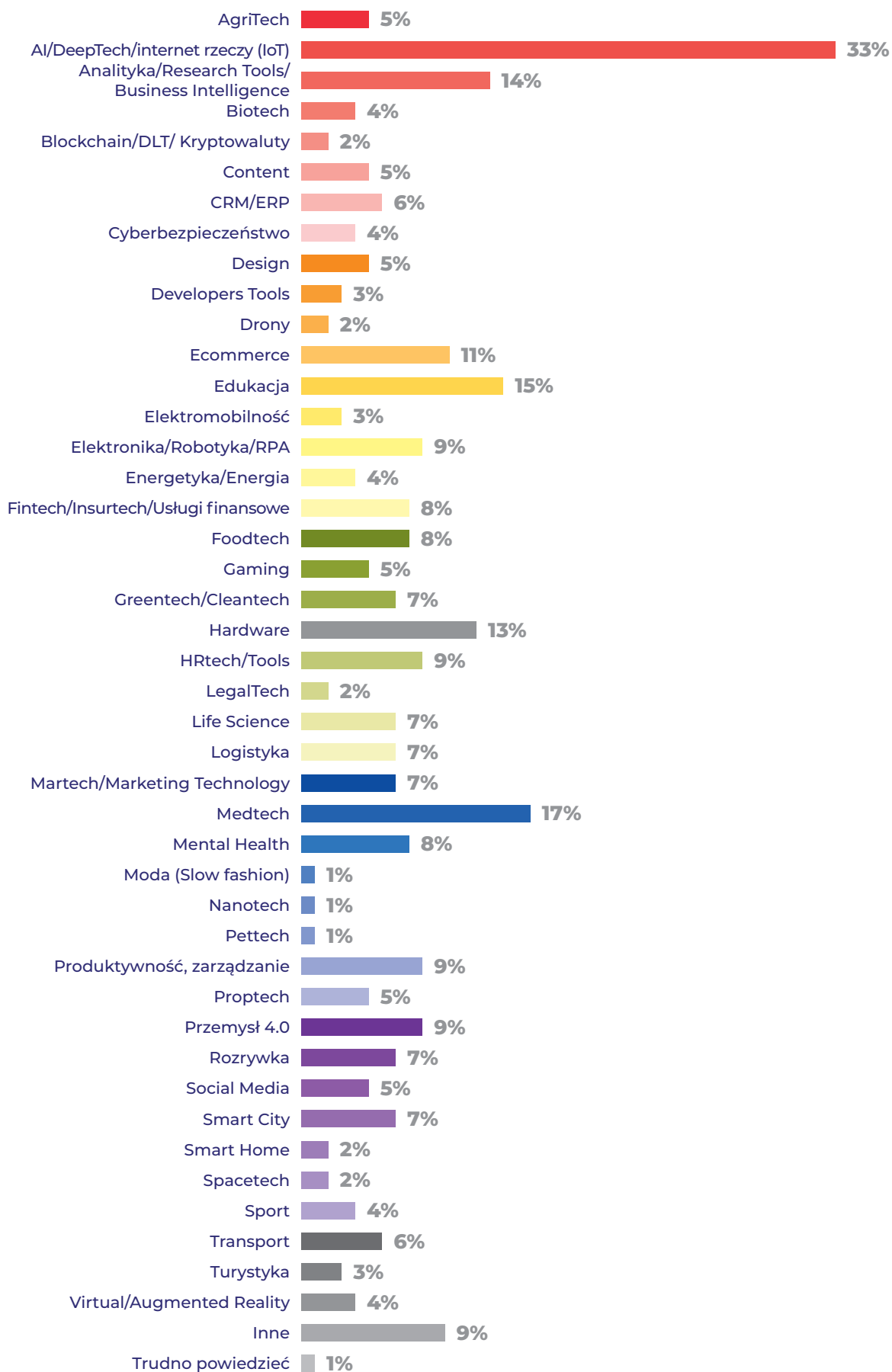
A jak kształtuje się sytuacja w naszym kraju? W badaniu Fundacji Startup Poland stosunkowo dużo – bo aż 17 proc. ankietowanych firm wskazało na termin „medtech” jakoten najlepiej opisujących działalność. To więcej niż w badaniach przeprowadzanych w latach poprzednich, kiedy odsetek ten wynosił 12 proc.

W połowie br. ukazała się kolejna edycja *Top Disruptors in Healthcare*⁵ analizującego dokładnie sytuację w polskim sektorze medtech. Podobnie jak w poprzednich edycjach, także i teraz największym problemem wskazywanym przez startupy medyczne jest trudność z pozyskaniem inwestora i finansowania – takiej odpowiedzi udziela aż 44 proc. medtechów.

W naszym raporcie znalazła się również analiza źródeł finansowania polskich medtechów. Okazuje się, że najczęściej (56 proc.) są to środki własne założycieli (bootstrapping). Na inwestorów prywatnych wskazało 41 proc. badanych, a na kapitał pochodzący z grantów funduszy europejskich wskazało 40 proc. Co trzeci medtech uczestniczący w badaniu pozyskał finansowanie z polskich funduszy VC, a 13 proc. z zagranicznych.



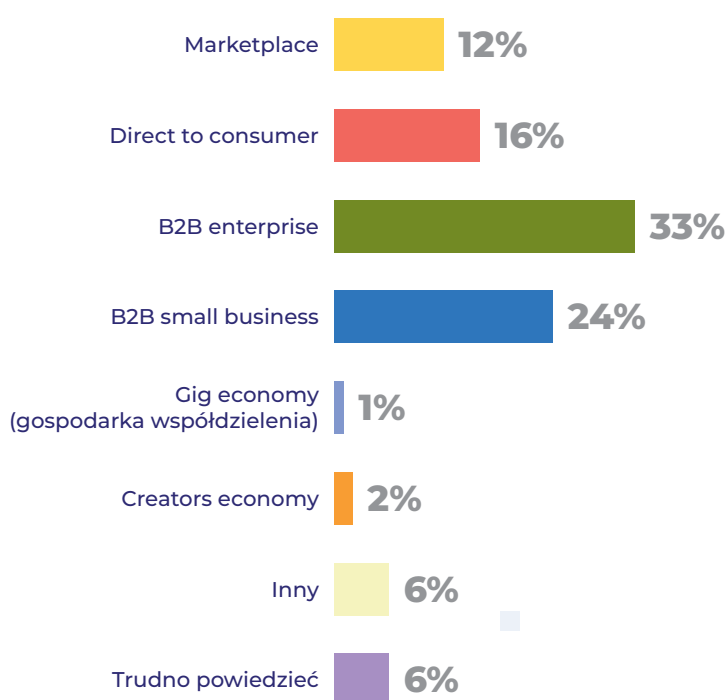
Wskaż słowa kluczowe, które najlepiej oddają charakter Waszego głównego produktu/usługi



2.4. W jakim modelu biznesowym funkcjonują startupy

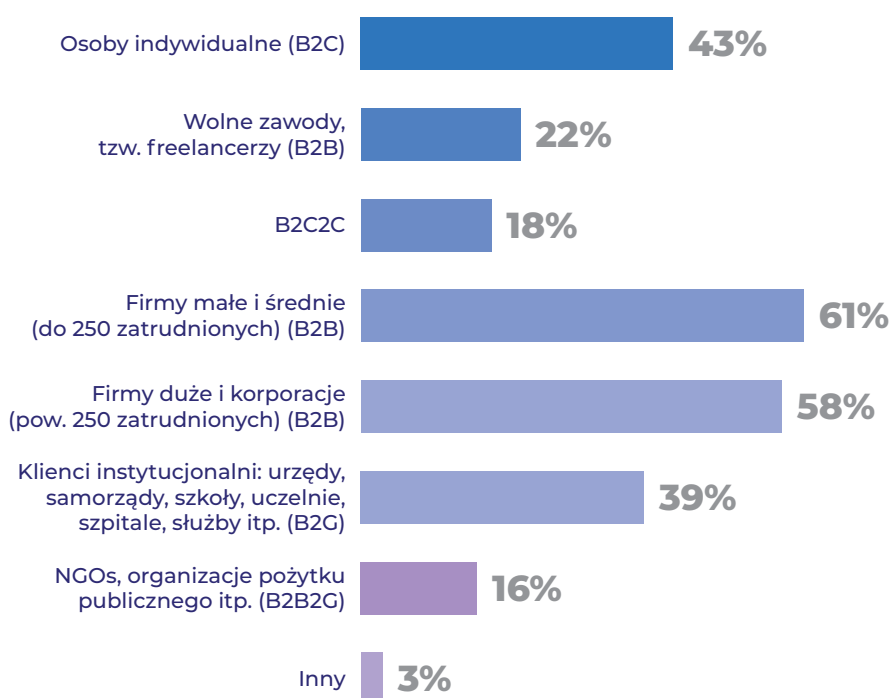
Badanie Fundacji Startup Poland cyklicznie sprawdza, w jakich modelach biznesowych funkcjonują młode technologiczne spółki. Odpowiedzi wskazują, że polskie startupy zdecydowanie częściej kierują swoją ofertą do firm – przede wszystkim tych dużych. Takiej odpowiedzi udzielił co trzeci badany podmiot (33 proc.). Kolejne 24 proc. również wskazuje na model B2B, skierowany jednak do małych firm. Jedynie 16 proc. startupów wskazało na model biznesowy skierowany bezpośrednio do klienta (B2C). Funkcjonowanie w modelu marketplace to domena 12 proc. pytanym. Inne, jednak znacznie rzadziej spotykane modele, to „creators economy”, czyli działanie w modelu wspierającym działalność influencerów (2 proc.) oraz „gig economy”, czyli praca od projektu do projektu (1 proc.). Struktura polskiego sektora startupów pod względem preferowanych modeli biznesowych nie zmienia się specjalnie w ciągu ostatnich lat.

W jakim modelu biznesowym funkcjonuje Twój startup?



Dodatkowe pytanie zadane w badaniu Startup Poland (z możliwością wyboru kilku odpowiedzi) dotyczyło typów klientów, którzy są zakładanymi grupami docelowymi oferowanego przez startup produktu lub usługi. W tym przypadku różnica pomiędzy B2B a B2C jest mniejsza, choć wciąż wyraźna. Najczęściej spotykany jest model B2B skierowany do firm małych i średnich (poniżej 250 pracowników), choć ten adresowany do firm dużych i do korporacji wskazywano nieco rzadziej (58 proc.). Kolejne 22 proc. wskazań to działania skierowane do profesjonalistów wykonujących wolne zawody, co także mieści się w modelu B2B. Dla 39 proc. pytanych docelowym odbiorcą usług są klienci instytucjonalni: urzędy, szpitale, samorządy, szkoły, uczelnie etc.

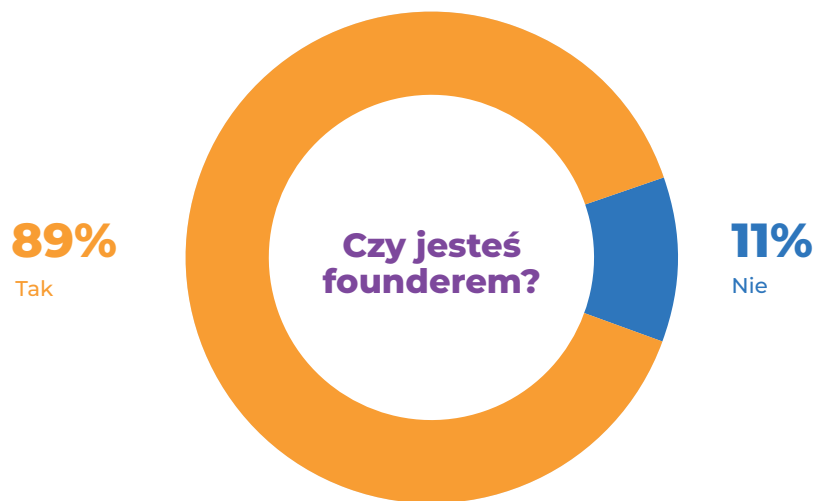
Jakie typy klientów są zakładanymi grupami docelowymi produktu/usługi startupu?



Na ofertę skierowaną bezpośrednio do klienta indywidualnego (B2C) wskazało 43 proc. badanych, a na działania w modelu B2C2C (18 proc.). To model, w którym firma może sprzedać jeden produkt konsumentowi, a ten może z kolei sprzedać lub udostępnić ten sam produkt innym konsumentom już bez udziału firmy. Ofertę do NGO's i organizacji pożytku publicznego (B2B2G) kieruje 16 proc. startupów.

2.5. Profil foundera – samotny wilk czy czarna owca?

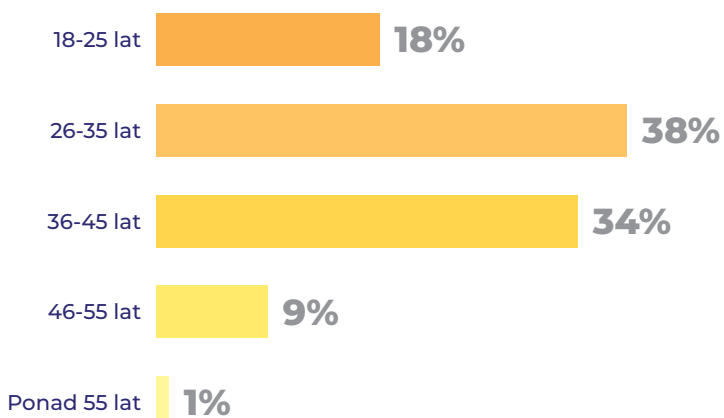
W tegorocznym badaniu ponownie przyjrzelśmy się sylwetkom samych founderów polskich startupów, którzy stanowili zdecydowaną większość całej próby (niemal 90 proc.). Pozwoliło to na dokładną analizę ich profilu, doświadczenia zawodowego czy wykształcenia.



Wyniki badania pokazują, że myśl o założeniu własnego startupu towarzyszy częściej nie tyle najmłodszym grupom wiekowym, ile raczej tym nieco starszym, a nawet osobom w wieku średnim. Może to zaskakiwać o tyle, że startup powszechnie kojarzy się ze środowiskiem bardzo młodym, niejako na przeciwnym biegunie tradycyjnie rozumianego biznesu, gdzie prezesi czy członkowie zarządu to najczęściej osoby po 40 roku życia. Tymczasem okazuje się, że wiek founderów startupów wcale tak bardzo nie odbiega od ogólnorynkowej średniej.

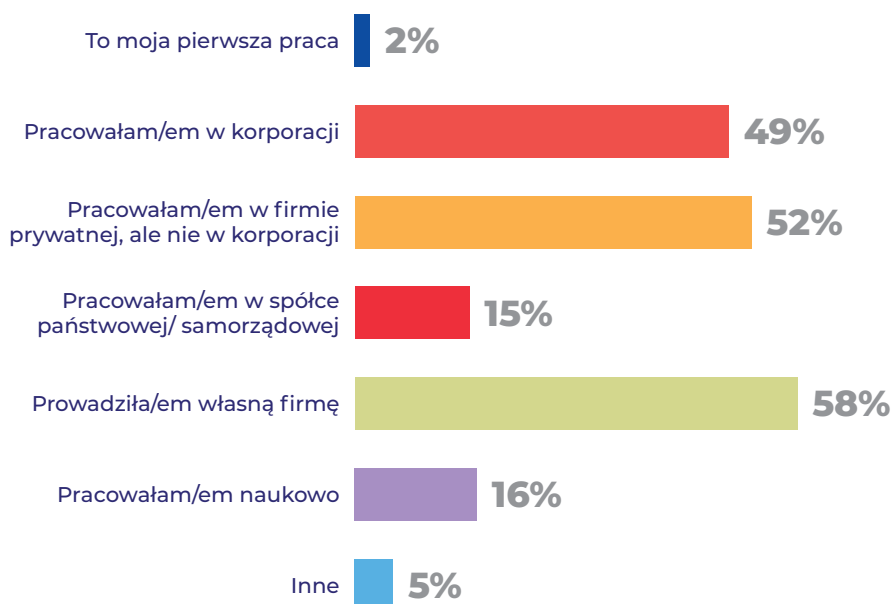
Najwięcej, bo aż 38 proc. founderów, zakładało swój startup w wieku między 26 a 35 lat, a kolejną największą grupą są founderzy w wieku 36-45 lat. Młodsza generacja (18-25 lat) to jedynie 18 proc. uczestników badania. Founderzy z pokolenia 46-55-latków są jeszcze mniej liczni – to 9 proc. pytanym. Najstarsi, powyżej 55 roku życia, to już w zasadzie margines – zaledwie 1 proc. founderów zakładało swój startup w takim właśnie wieku. Na stworzenie startupu decydują się raczej osoby, które miały już wcześniej inne doświadczenia zawodowe, co z pewnością ma znaczenie w momencie startu.

Ile miałaś/ miałeś lat, kiedy zakładałaś/zakładałeś startup, który obecnie prowadzisz?



Wiek foundera nie musi jednak wiązać się bezpośrednio z jego dotychczasowym doświadczeniem, choć jedynie dla 2 proc. z nich jest to pierwsza praca zawodowa. Founderami najczęściej są osoby, które miały już wcześniej okazję prowadzić własną firmę (58 proc.). Nieco mniej (52 proc.) pracowało wcześniej w mniejszej prywatnej firmie, a kolejne 49 proc. w korporacji. Całkiem pokaźną grupą founderów są byli pracownicy naukowcy (16 proc.). Doświadczenie pracy w spółce państwowej lub samorządowej deklaruje 15 proc. pytanych.

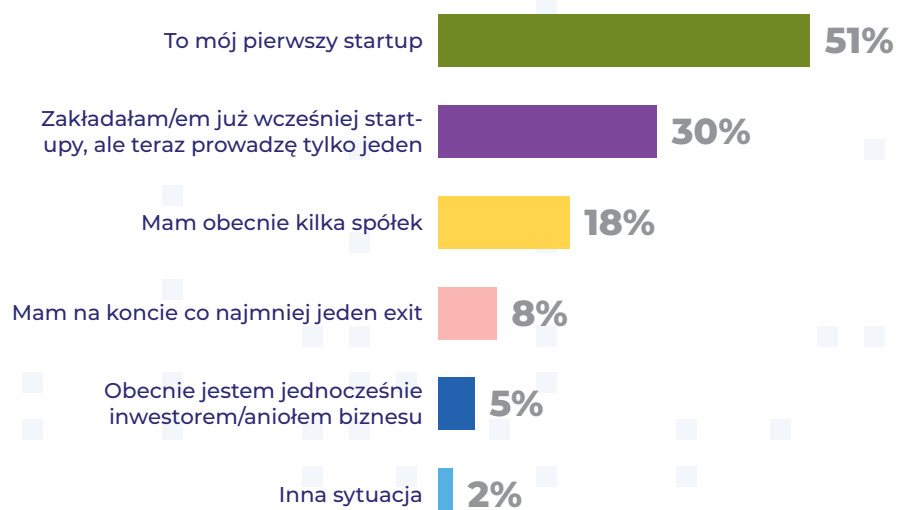
Jakie jest Twoje dotychczasowe doświadczenie zawodowe?



Dla ponad połowy respondentów (51 proc.) obecnie prowadzony startup jest pierwszym, jaki założyli. Zdecydowana większość z nich koncentruje się wyłącznie na tym jednym przedsięwzięciu – 30 proc. ankietyowanych zakładało już wcześniej startupy, jednak w tym momencie prowadzą już tylko jeden.

Możliwe, że znaczna część tych poprzednich firm po prostu nie przetrwała na rynku. Nie zniechęciło to jednak founderów, a może wręcz pomogło w uniknięciu podobnych błędów w aktualnie prowadzonym startupie.

Jakie jest Twoje dotychczasowe doświadczenie w zakładaniu startupów?





Co bym powiedział samemu sobie w wieku 25 lat?

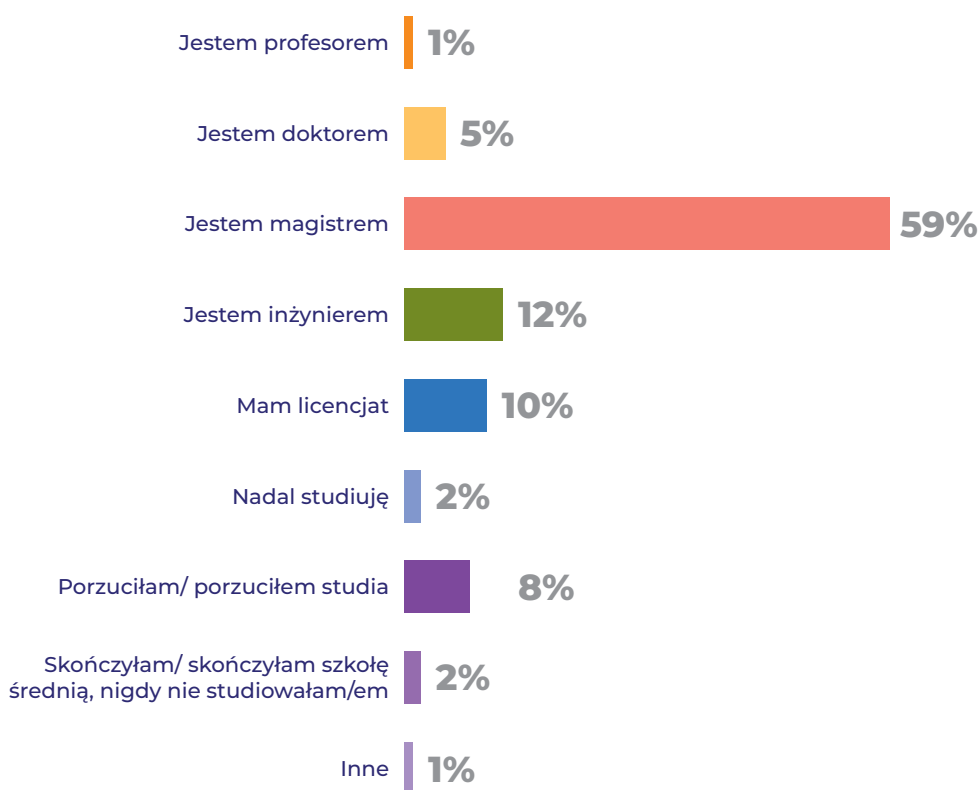
1. Mniej emocji – często kierowałem się emocjami, a nie twardymi danymi. Teraz wiedziałbym, że kluczem jest podejmowanie decyzji opartych na analizie, a nie emocjonalnej reakcji na chwilowe zmiany na rynku.
2. Patrz poza horyzont – filozofia hit & run, szybki zysk, myślenie kategoriami tu i teraz to pułapka. Wszystko, co robimy w życiu, ma konsekwencje, nasze znajomości, wyjazdy na wakacje, wybór pierwszej szkoły. Teraz wiem, że warto budować relacje, myśleć bez emocji i działać, bazując na danych, a nie odruchach.
3. Edukacja, głupcze! Spędziłbym więcej czasu na edukacji z zakresu finansów. Na pewno popełniłbym mniej błędów i nie musiał wydawać tylu pieniędzy na specjalistów i doradców :)
4. Długie wakacje – bardzo żałuję, że nie było mnie stać na 1–2 letnią przerwę na zwiedzanie świata, a przede wszystkim na pracowanie w Dolinie Krzemowej. Spędziłem tam łącznie kilka tygodni i kontakty, jakie nawiązałem, wypracowały zwrot x100 z inwestycji.
5. Network – jeszcze więcej bym zainwestował w nawiązywanie znajomości i sieci kontaktów. Jedną z moich supermocy obecnie jest możliwość skontaktowania się w zasadzie z każdą osobą w Polsce (pod kątem firm z ekosystemu startupowego). Nawet nie wyobrażam sobie, co mógłbym zrobić, gdyby mój network był większy tylko o 10%.
6. Czas dla siebie – w wieku 25 lat często robiłem wiele rzeczy niesamowicie głupio i wariacko, nie licząc się z długim zdrowotnym, jakim zaciągam – jednym słowem zapominałem, że jestem śmiertelny, a moje ciało nie jest niezniszczalne. Dopiero niedawno zacząłem zajmować się na poważnie swoim zdrowiem i dbać na przykład o czas na sen. O jakieś 25 lat za późno :)
7. Wartość edukacyjna porażki – wychowany w Polsce, gdzie porażka jest stygmatem, wielokrotnie uważałem, że nawet małe niepowodzenie jest ogromnym problemem i powodem do wstydu. Nie byłem w stanie zaakceptować i zrozumieć, jak wiele można nauczyć się na swoich błędach.

Artur Kurasiński
przedsiębiorca, inwestor, twórca



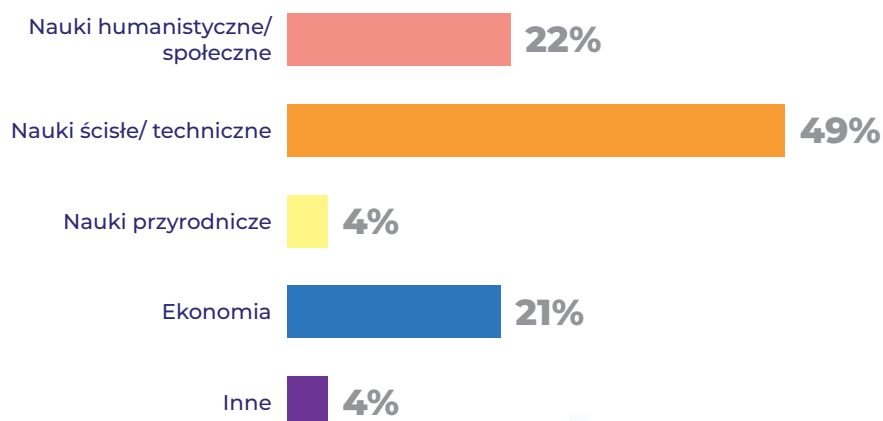
Polscy founderzy mogą poszczycić się wyższym poziomem wykształcenia niż średnia w społeczeństwie. Zdecydowana większość skończyła studia wyższe – magisterskie (59 proc.), a co 10. licencjackie (10 proc.). Tytuł inżyniera posiada z kolei 12 proc. z nich. Niewielką, ale dosyć istotną grupę stanowią osoby z tytułami doktorskimi (5 proc.) i profesorskimi (1 proc.). Część z nich prawdopodobnie tworzy startupy będące uczelnianymi spin-offami, przekładając na biznes rezultaty swoich badań naukowych. Część founderów zrezygnowała ze studiów, nie uzyskując dyplomu (8 proc.), a kolejne 2 proc. wciąż jeszcze studiuje. Identyczny odsetek zakończył swoją edukację na poziomie średnim i nigdy na studia nie poszedł.

Jaki jest Twój poziom wykształcenia?



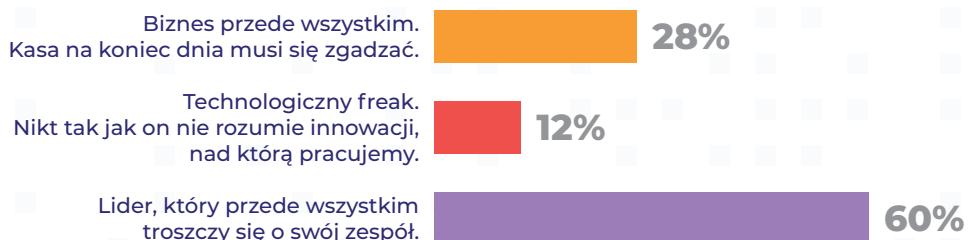
Skoro startup to z definicji młoda spółka technologiczna, nie powinno dziwić, że to przede wszystkim absolwenci kierunków ścisłych i technicznych stanowią większość founderów – niemal co drugi z nich ma właśnie tego typu wykształcenie (49 proc.). Co piąty z kolei (22 proc.) obszar swojego wykształcenia określa jako nauki humanistyczne lub społeczne. Trzecim najpopularniejszym obszarem wykształcenia wśród startupowców jest ekonomia – wskazuje na nią 21 proc. pytanych. Nauki przyrodnicze są domeną 4 proc. uczestników badania.

Jaki jest Twój obszar wykształcenia?



Ankietowani founderzy zostali również poproszeni o opinię dotyczącą cech idealnego założyciela startupu. Na czoło wybijają się przede wszystkim cechy przywódcze – dla 60 proc. badanych idealny founder to lider, który w pierwszej kolejności troszczy się o swój zespół. Inne podejście reprezentuje 28 proc. ankietowanych, dla których powinien się liczyć przede wszystkim biznes – w myśl zasady, że „na koniec dnia to właśnie kasa musi się zgadzać”. Na cechy „geekowskie” zwraca uwagę 12 proc. badanych. Dla nich idealny founder to „technologiczny freak” – nikt tak jak on nie rozumie technologii, nad którą pracuje startup.

Idealny founder według Ciebie?



Recepta na dobrego lidera

Rozwinięcie biznesu na skalę światową to proces, który wymaga starannego przygotowania i długofalowego planowania. Założyciel firmy powinien opierać swój biznes na inspirującym pomysle lub idei, która ma potencjał przyczynienia się do pozytywnych zmian na globalną skalę. Przykładem takiej podstawy może być innowacyjna technologia, zdolna do rozwiązywania istotnych problemów na całym świecie. Jako lider projektu założyciel musi tworzyć wizję długoterminową i równocześnie wcielać w życie strategię biznesową, opartą na gruntownym przygotowaniu merytorycznym. Pasja i motywacja stanowią napęd procesu tworzenia nowatorskich rozwiązań. Zaangażowanie i entuzjazm odgrywają kluczową rolę, szczególnie na wczesnym etapie rozwoju startupu i w kluczowych momentach rozwoju spółki.

Aby osiągnąć cele biznesowe, zarówno founder, jak i cały zespół, muszą być przygotowani pod względem technologicznym i merytorycznym. Jednak równie ważne są umiejętności zarządzania i rozwoju przedsiębiorstwa. Skuteczny lider inspirowuje i efektywnie kieruje zespołem, niezależnie od tego, czy to startup, czy dojrzała firma, przekształcając pomysły w konkretne produkty lub usługi. Istotnym elementem budowania trwałego biznesu jest znalezienie odpowiednich współpracowników – utalentowanych, ambitnych osób, gotowych do tworzenia efektywnego i elastycznego zespołu, odpornego na pierwsze niepowodzenia, które są nieodłączną częścią początkowego etapu rozwoju.

Budowanie i utrzymywanie relacji z innymi przedsiębiorcami, inwestorami i ekspertami w danej branży to kluczowy krok, który może otworzyć wiele drzwi. Założyciel powinien poświęcać czas na rozwijanie kontaktów zarówno na poziomie lokalnym, jak i międzynarodowym, co pozwoli na skalowanie biznesu. Kreatywne podejście do marketingu, wychodzenie poza utarte ścieżki stosowane przez duże korporacje, umożliwi zdobycie pozycji na rynku i dotarcie do klientów.

Świat technologii i biznesu ciągle się rozwija, a zmiany są nieuniknione. Elastyczność i zdolność do dostosowania się do zmieniających się warunków, nie tylko rynkowych, ale również społecznych i regulacyjnych, są kluczowe. Odporność na stres jest niezwykle ważna. Brzmi to trywialnie, ale founder nie może obawiać się porażek, ponieważ droga do sukcesu nie jest prostą linią od punktu A do punktu B, ale sinusoidą pełną wyzwań i niespodzianek. Umiejętność przekształcania trudnych doświadczeń biznesowych w pozytywne efekty twórcze jest niełatwa, ale niezbędna do osiągnięcia wyznaczonych celów w świecie biznesu. Integralność, stabilność i skupienie są cechami wielkich liderów, które pomagają utrzymać spójność w działaniach i podejmować mądre decyzje, nie tylko w biznesie, ale także w życiu osobistym, przyczyniając się do sukcesu na skalę światową.

dr Anna Ogar
CEO
Insignes Labs



Doświadczenie czy cechy charakteru? Z czym zacząć startup?

W zeszłym roku, realizując Google for Startups Ukraine Support Fund, przeprowadziłam 300 rozmów kwalifikacyjnych, z czego wybraliśmy 58 startupów. W tym roku do programu Growth Academy: AI for Health przeprowadziłam 80 rozmów, wybierając 30 startupów. Wiele z tych firm już odniosło sukces – startupy z Ukrainy w ciągu roku pozyskały 13 milionów dolarów dodatkowego finansowania. Te rozmowy oraz wiele lat pracy ze środowiskiem startupowym pokazały mi, że najważniejszym czynnikiem sukcesu jest zaangażowany, zgrany zespół, który nie boi się zadawać pytań i jest głodny wiedzy.

Jeśli chodzi o założycielki i założycieli, to według mnie powinno ich cechować kilka rzeczy.

Inspirowanie otoczenia

Konieczne jest ustalenie precyzyjnej wizji oraz sformułowanie celów i planów strategicznych.

Determinacja i wytrwałość

To chyba najważniejsze cechy – prowadzenie startupu wymaga dużej odporności psychicznej, pomagającej pokonywać trudności i przeszkody poprzez nieustanne dążenie do celu mimo niepowodzeń.

Zdolności przywódcze

To umiejętność skutecznego zarządzania zespołem, motywowania pracowników i tworzenia kultury pracy, która wspiera rozwój startupu. Relacje międzyludzkie w zespole są zawsze bardzo dynamiczne i mogą się zmieniać z dnia na dzień.

Przystosowywanie do zmieniających się warunków

Ta umiejętność wymaga również elastyczności w reagowaniu na zmiany na rynku. Z pomocą na pewno przyjdzie doświadczenie zawodowe, które może dać umiejętność rozpoznawania trendów i ryzyk.

Kreatywność

Dzięki niej rozwijamy innowacyjne myślenie i znajdujemy nowatorskie rozwiązania, które pozwalają startupowi wyróżnić się na tle konkurencji.

Komunikacja

Efektywne komunikowanie się zarówno z zespołem, jak i klientami oraz partnerami zdecydowanie pomaga w budowaniu relacji i pozyskiwaniu wsparcia. W szczególności startupy z naszego regionu muszą pracować nad umiejętnością prezentacji przed dużą publicznością oraz umiejętnością „zarażenia” swoją wizją na mniejszych spotkaniach. Często na rozmowach kwalifikacyjnych obserwuję, jak startupy z naszego regionu umniejszają sobie i nie są pewne swoich możliwości.

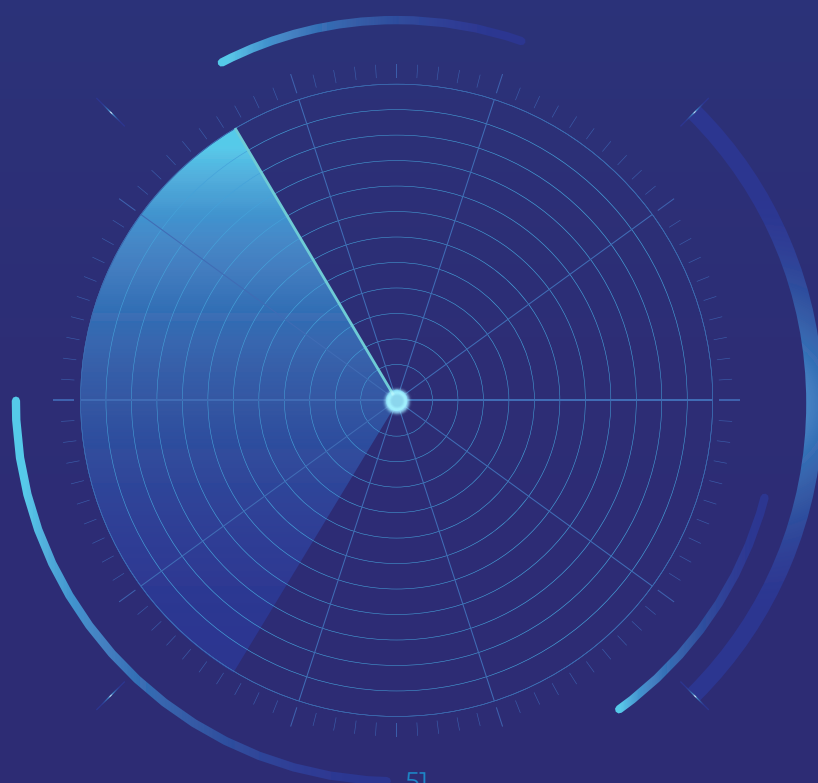
Gdy założycielki i założyciele dysponują tymi cechami charakteru i mogą pochwalić się doświadczeniem, mają dużą szansę na sukces. Oczywiście brak doświadczenia nie przekreśla szans na niego. To jedynie oznacza, że założyciele mogą popełnić więcej błędów. Z drugiej strony, mając mniej doświadczenia, nie widzimy wszystkich zagrożeń i jesteśmy w stanie podejmować większe ryzyko, co czasami może okazać się bardzo dobrą decyzją.

Magdalena Przelaskowska
Senior Startup Partner Manager, EMEA
Google for Startups



#03

Zespół, kompetencje i wellbeing pracowników (Siła tkwi w zespole)



#03

Zespół, kompetencje i wellbeing pracowników (Siła tkwi w zespole)

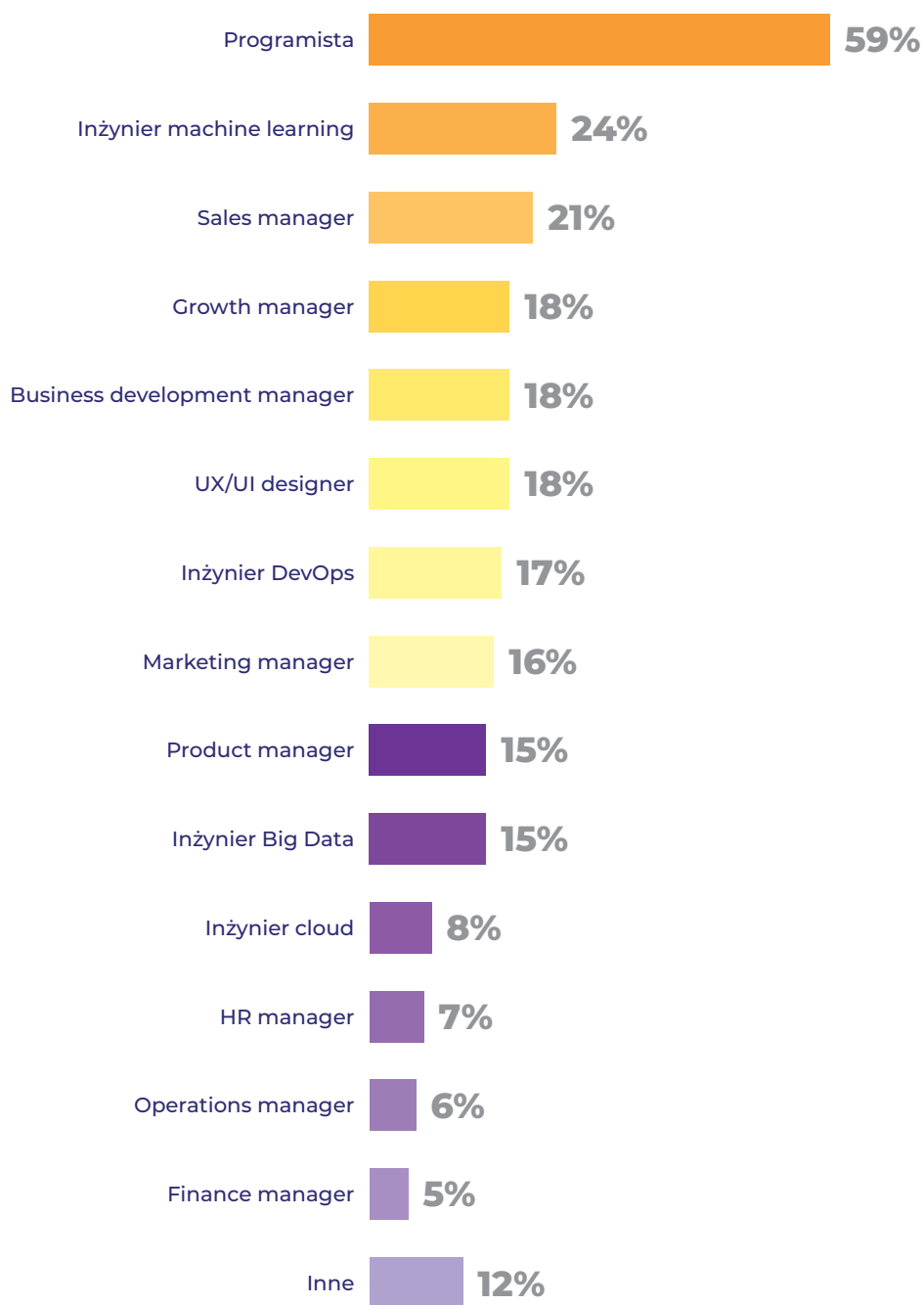
3.1 Czy istnieje przepis na zespół idealny?

Opinia mówiąca, że siła przedsiębiorstwa tkwi w zespole, wydaje się truizmem. Trudno jednak odmówić jej prawdziwości, przynajmniej do pewnego stopnia. O ile w dużych, funkcjonujących na rynku od wielu lat firmach rozbudowane działy HR, działania employer brandingowe czy benefity pracownicze są czymś powszechnym, to w przypadku startupów sytuacja jest trudniejsza. Zbudowanie dobrze funkcjonującego zespołu w startupie jest dużym wyzwaniem, ale dlatego właśnie wspomniana na początku tego akapitu opinia chyba jeszcze lepiej oddaje rzeczywistość.

Spowolnienie na globalnym rynku startupów i odwrót inwestorów od spółek technologicznych nie przekładają się na razie na liczbę ofert pracy i poziom wynagrodzeń w Polsce. Choć do polskiego sektora IT docierają już echa globalnych problemów – za oceanem przeszła już fala zwolnień w największych bigtechach, co może być zwiastunem także dla mniejszych firm technologicznych, to wciąż nasze rodzime startupy rekrutują coraz więcej pracowników IT.

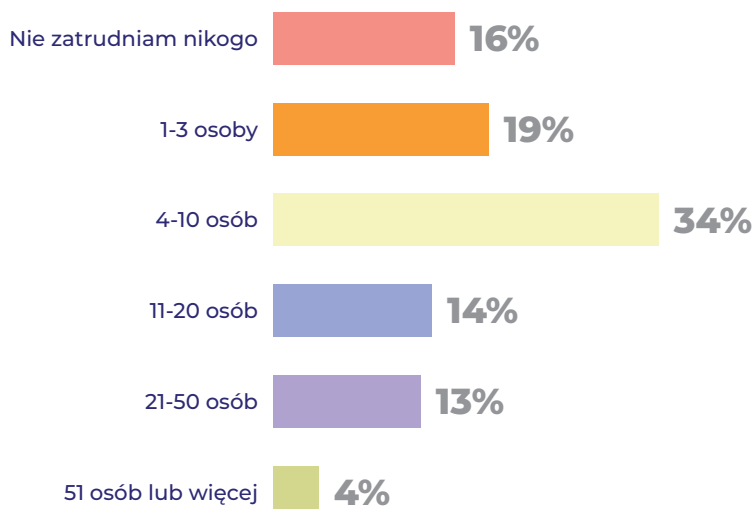
W badaniu przeprowadzonym w 2021 roku sprawdziliśmy, jakich kompetencji zawodowych najbardziej na tym rynku brakuje. Ankietowani wskazywali wówczas przede wszystkim na niedostępność programistów. Aż 59 proc. startupów wskazywało, że to jest właśnie ta grupa zawodowa, której brak najbardziej im doskwiera. Na drugim miejscu znalazł się inżynier specjalizujący się w tworzeniu algorytmów odpowiedzialnych za machine learning. Takich specjalistów poszukiwał wówczas co czwarty polski startup (24 proc.). W cenie są także sprzedawcy – jedna piąta pytanых wskazała, że trudno im zrekrutować sales managera. Generalnie z badania sprzed dwóch lat wyłaniał się obraz, w którym brak profesjonalistów w wielu dziedzinach, nie tylko związanych z IT, jest dla polskich startupów dużym problemem.

Jakich kompetencji brakuje teraz w startupach? Kogo najtrudniej zrekrutować?



Z najnowszego badania Fundacji Startup Poland wynika, że polskie startupy tworzą raczej niewielkie – najczęściej kilku lub kilkunastoosobowe zespoły. Więcej niż co trzeci z nich zatrudnia na stałe od 4 do 10 osób (34 proc.), a niemal co piąty maksymalnie trzy osoby. Jest także niemała grupa podmiotów niezatrudniających na stałe ani jednego pracownika. To zapewne podmioty we wczesnej fazie rozwoju, finansowane z oszczędności founderów.

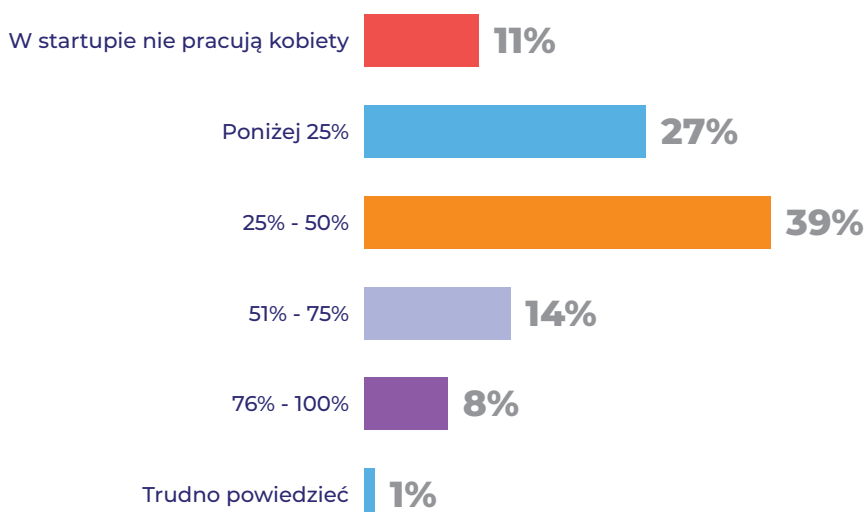
Ile osób zatrudnionych jest obecnie w startupie? Chodzi o stałą, wynagradzaną współpracę, bez względu na formę prawną zatrudnienia.



Większe, kilkunastoosobowe zespoły (od 11 do 20 pracowników) zatrudnia 14 proc. uczestniczących w badaniu firm. Niemal identyczny odsetek (13 proc.) zatrudnia między 21 a 50 osób, a 4 proc. to zespoły już całkiem duże – większe niż 51 pracowników.

Wyniki badania pokazują ponadto, jaka jest struktura płci w startupowych zespołach. Nadal widoczna jest tu pewna dysproporcja – większość pracowników startupów to mężczyźni, działa jednak także grupa firm, gdzie większość zespołu to kobiety. Podmioty, w których pracuje między 76–100 proc. kobiet, stanowią 8 proc. badanych, a takie, gdzie ta proporcja wynosi 51–15 proc., kolejne 14 proc.

Jaki odsetek kobiet pracuje w Twoim startupie?



Największy odsetek w badaniu to firmy, w których kobiety stanowią między 25 a 50 proc. zespołu – na taką odpowiedź wskazuje 39 proc. startupów. Mniejszy udział kobiet (poniżej 25 proc.) deklaruje kolejne 27 proc. Startupy niezatrudniające ani jednej kobiety stanowią 11 proc. całej próby badania. To całkiem duża grupa, trzeba jednak mieć na uwadze, że znaczna jej część może po prostu zatrudniać pojedyncze osoby bądź nikogo i dopiero czeka je rozbudowa zespołu.

Sytuacja z pewnością mogłaby być lepsza, a całe środowisko startupowe ma pod względem parytetu płci jeszcze sporo do nadrobienia. Nie jest to jednak problem wyłącznie polski – w globalnym ekosystemie startupów widoczne są dysproporcje. Kwestia ta wydaje się złożona i niełatwa do zmiany w krótkim terminie. Globalnie zaledwie 15 proc. startupów ma wśród founderów chociaż jedną kobietę. Z kolei według raportu PSIK, Abris Capital Partners i Level20 z 2021 roku⁶ kobiety stanowią tylko 9 proc. kadry zarządzającej w funduszach VC i PE w Polsce. Natomiast aż 21 proc. przebadanych funduszy nie miało w zespole ani jednej kobiety. W całej Europie ten poziom wynosi 16 proc., a w Stanach Zjednoczonych – 15 proc. „Kobiece” VC mają też dostęp do mniejszych funduszy – 4–6 proc. z całościowej kwoty europejskich inwestycji⁷.

Jaki zatem powinien być idealny zespół dobrze prosperującego startupu? Przede wszystkim różnorodny – wykorzystujący potencjał płynący z tej różnorodności, zatrudniający możliwie najlepszych, ale równocześnie zaangażowanych w swoją pracę ludzi. Tu kluczowy jest odpowiedni balans pomiędzy wysokimi kwalifikacjami i co za tym idzie większymi kosztami zatrudnienia a specyficznym podejściem startupów. Tu ważny jest nacisk na innowacje, rozwój, pomysłowość – to wszystko może wspierać zaangażowanie i „zarażać” entuzjazmem do działania.

Oczywiście wiele zależy od etapu rozwoju – z pewnością kolejne rundy finansowania zwiększają znacząco pulę dostępnych talentów. W obliczu zaostrzającej się konkurencji o pracownika pomiędzy startupami a korporacjami wydaje się, że konkurowanie na płace czy benefity ma już drugorzędne znaczenie. To przede wszystkim entuzjazm i wiara w rozwój, którego zespół jest zasadniczą częścią, mogą być kluczem do sukcesu. Przy równoczesnej świadomości, że sam entuzjazm to na dłuższą metę za mało. Tu dużą rolę mogą odegrać np. udziały pracownicze (ESOP). Pracownik udziałowiec będzie identyfikował się ze swoim startupem zdecydowanie mocniej. To jedna z kluczowych przewag startupów nad korporacjami w konkurencji o pracownika. (Szerzej o temacie ESOP-ów piszemy w rozdziale trzecim).

Zespół idealny

Bankowość, jako jeden z najbardziej regulowanych sektorów polskiej gospodarki, bywa trudnym i wymagającym partnerem dla innowacyjnych firm. Nasze oczekiwania względem kompetencji posiadanych przez zespół mogą różnić się w zależności od konkretnego startupu, jego branży i celów biznesowych. Jednak niezmiennie kluczowym elementem udanej współpracy pozostaje zrozumienie i jasne określenie oczekiwań i korzyści dla obu stron. Jest to szczególnie ważne, jeśli mówimy o współpracy o charakterze partnerskim.

Jeśli miałbym wskazać kilka konkretnych umiejętności, które w procesie adaptacji nowej technologii w dużej organizacji mogą sprawić, że proces ten będzie odbywał się płynnie, na pewno byłyby to:

- rozumienie biznesu – zarówno pod względem własnego market fit, jak i pozycji, potrzeb i możliwości swojego partnera;
- bycie gotowym na rozwiązywanie nieprzewidzianych problemów – startup powinien być otwarty na sugestie i feedback ze strony partnera oraz gotowy do dostosowywania swoich rozwiązań, co ma znaczący związek z punktem trzecim;
- dbałość o jakość i bezpieczeństwo – PKO Bank Polski, będący największą instytucją finansową Europy Środkowo-Wschodniej z portfelem 11 milionów klientów, stawia jakość i bezpieczeństwo na pierwszym miejscu. Każdy z zespołów, którego rozwiązanie dotyczy przetwarzania danych, musi być w pełni gotowy na współpracę z wewnętrznym Departamentem Bezpieczeństwa oraz dostosowanie się do ogólnych zasad krajowego regulatora;
- skuteczne zarządzanie projektem – powodzenie pilotaży; choć są one realizowane na małej grupie klientów, są kluczem do podpisania właściwej umowy na szerokie wdrożenie. Jeśli na wczesnym etapie współpracy zespół nie będzie wykazywał odpowiedniego zaangażowania w projekt, efektem może być zerwanie współpracy.

Karol Szymański
Innovative Projects Manager
PKO Bank Polski



Najwięcej zyskują ci, którzy potrafią ze sobą rozmawiać

Aby zespół mógł działać skutecznie, potrzebne są różnorakie czynniki. Technologia, wdrażanie metodyk czy oddolne inicjatywy to tylko część z nich. Osobiście jednak uważam, że najważniejsze są: człowiek, autonomiczność i komunikacja. W jednym z badań (Zippia) na pytanie: „Jaka jest najważniejsza rzecz, która skłoniłaby cię do wykonania lepszej pracy?” – 37% respondentów odpowiedziało, że chciałoby być zauważonym. Aby zauważać ludzi w naszych organizacjach, warto zacząć od zbudowania z nimi autentycznych relacji. Te prowadzą do zaufania, które z kolei jest gwarancją bezpieczeństwa i podstawą biznesu.

Wedle „Harvard Business Review” 79% członków zespołów jest bardziej zaangażowanych, gdy posiadają możliwość samodzielnego podejmowania decyzji. Dlatego kolejnym krokiem, po zbudowaniu zaufania, powinny być transparentność i otwartość. To one są przyczyną zwiększonej autonomiczności, która cechuje zespoły o produktywności większej średnio o 5,2%.

Kolejną rzeczą, potrzebną do dobrej współpracy, jest komunikacja. Dzięki umiejętnościom werbalizowania swoich myśli i ich prezentacji zespoły są w stanie lepiej pracować, komunikować się między sobą, a także oznajmiać o potrzebach czy rozwiązaniach. Jest to szczególnie ważna, ale też wyjątkowo trudna umiejętność w dobie pracy zdalnej czy hybrydowej. 86% pracowników i kadry kierowniczej podaje brak efektywnej współpracy i komunikacji jako główne przyczyny niepowodzeń pracy w zespołach. 28% pracowników uważa, że słaba komunikacja jest przyczyną niemożności wykonywania pracy w określonym terminie. Sztuka komunikacji pomaga w logicznym, ustrukturyzowanym i jasnym przekazywaniu wyników prac swoich lub zespołu. Dzięki temu wizualizacja pomysłów, rozwiązań czy danych nabiera innego wymiaru.

Adam Trojańczyk
CEO
Inwedo



Organizacja jest tak silna, jak jej najstabsze ogniwo

W świecie startupów tempo zmian jest zawrotne, a podnoszenie kwalifikacji to kluczowy element sukcesu – również z punktu widzenia inwestorów. Technologiczne przełomy, rosnąca konkurencja, pożary w firmie, wpływ rewolucji technologicznej na otoczenie biznesowe – przedsiębiorcy muszą cały czas podnosić swoje kwalifikacje, ale czy każdy jest gotów?

Bez wątpienia, aby osiągnąć sukces, niezbędne są odpowiednie umiejętności. Ale nie chodzi tylko o indywidualne zdolności założycieli, ale również o te, które drzeią w zespole. Wartość startupu często wynika z synergii różnych kompetencji, dlatego mówi się, że organizacja jest tak silna, jak jej najstabsze ogniwo. W RKKVC, inwestując w spółki technologiczne, zawsze chcemy widzieć w zespole CTO, chcemy również zobaczyć, że CEO doskonale rozumie rynek i z sukcesem sprzedaje swoje usługi, a klienci regularnie wracają. Natomiast wierzymy, że sukces nie zależy tylko od twardych kompetencji. Jest to kwestia tzw. mindsetu założycieli i ambicji pracowników.

Wiele razy widzieliśmy, że prędzej czy później spółki osiągają swój sufit, który tak naprawdę jest związany z blokadami w głowie foundera. Dlatego doradzamy, aby founderzy mieli swoich coachów, którzy pomagają w doskonaleniu umiejętności zawodowych i wspierają rozwijanie świadomości emocjonalnej.

Tutaj dochodzimy do niezwykle istotnego tematu w kontekście pracowników firm technologicznych – przyciąganie i zatrzymywanie najlepszych talentów. Aby startup osiągnął sukces, musi posiadać zespół wykwalifikowanych, pełnych pasji i zmotywowanych jednostek, które są gotowe ciężko pracować, by zrobić tzw. extra mile.

Jednak na dzisiejszym konkurencyjnym rynku pracy przyciąganie talentów może być wyzwaniem, zwłaszcza dla startujących firm. Spółki we współpracy z funduszami mogą oferować program rozwoju pracowników, co powinno pomóc startupom wyróżnić się i ułatwić pozyskiwanie najlepszych pracowników. Poprzez oferowanie możliwości rozwoju, nauki i doskonalenia startupy mogą pokazać potencjalnym pracownikom, że inwestują w ich karierę i pomagają im w osiągnięciu celów zawodowych. Może to być istotnym argumentem przekonującym dla kandydatów szukających firmy, która może zaoferować im więcej niż tylko pracę.

Podsumowując, podnoszenie kwalifikacji jest nieodzowne. Kompetencje w zespole to klucz, ale rozwijanie potencjału ludzkiego to także priorytet. Ważne jest nie tylko zdobywanie wiedzy i umiejętności, ale także rozwijanie świadomości i elastyczności, które pozwalają sprostać wyzwaniom, jakie niesie ze sobą życie w świecie startupów.

Mateusz Bodio
founder & managing director
RKKVC

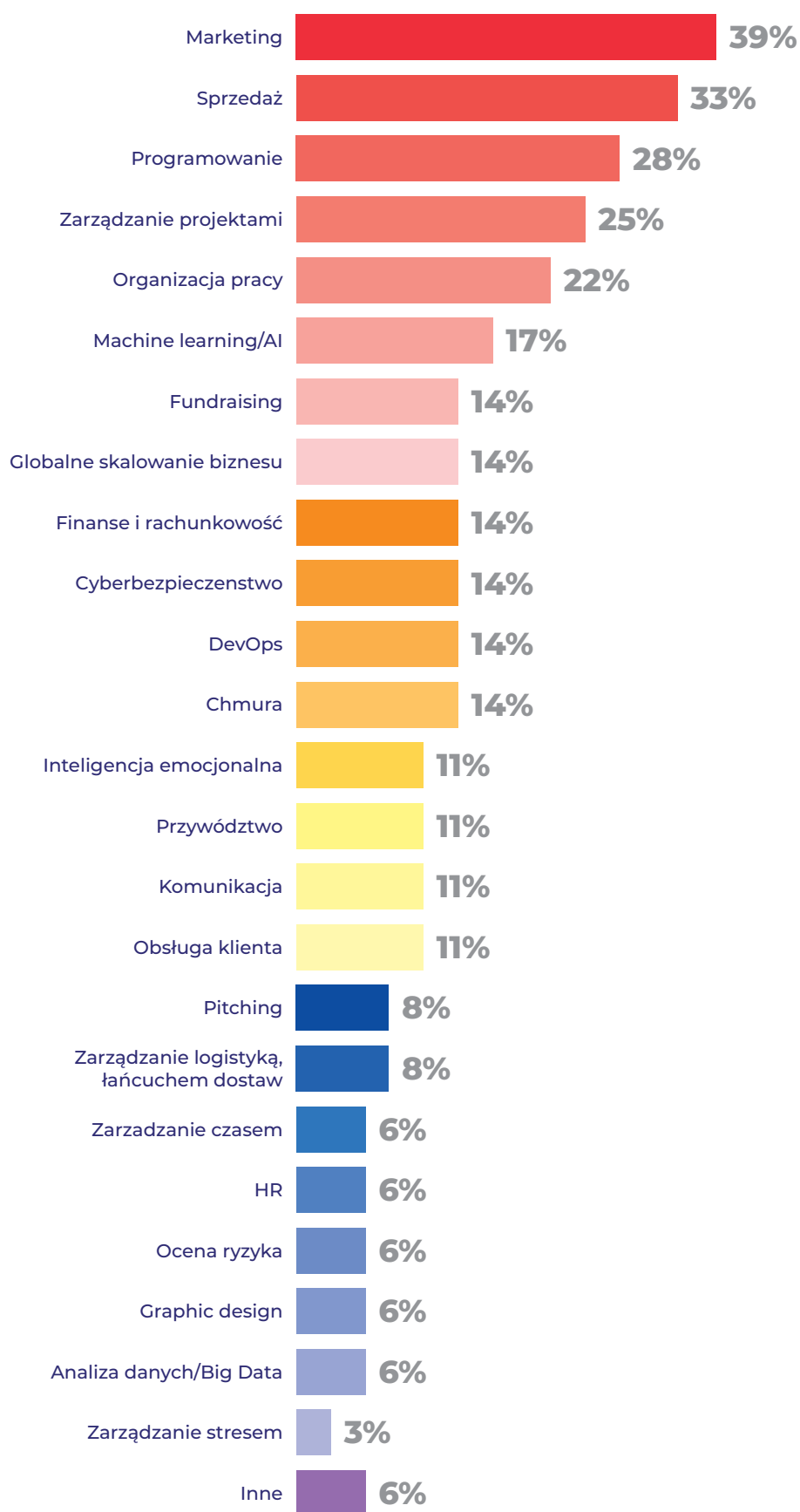


3.2 Podnoszenie kwalifikacji – jakie kompetencje są niezbędne w zespole?

Aby utrzymać zespół i zapobiec przechodzeniu pracowników do konkurencji, warto również zadbać o ich rozwój osobisty. Oferty różnego rodzaju szkoleń skierowanych bezpośrednio do startupów są powszechnie dostępne. Z badania przeprowadzonego przez GoodHabitZ w 2021 roku wynika, że aż 64 proc. polskich pracowników chciałoby podnosić swoje kompetencje. Według badania pracownicy najbardziej chcieliby rozwijać swoje umiejętności językowe — aż 31 proc. wybrało ten obszar rozwoju jako najbardziej pożądany. Eksperti GoodHabitZ zwracają również uwagę na rosnące wyzwanie, z jakim polskie firmy mierzą się od kilku lat. Polskie startupy zatrudniają coraz więcej obcokrajowców, którzy z kolei chcą się uczyć języka polskiego, dzięki czemu łatwiej im zintegrować się z całym zespołem⁸.

Na potrzeby raportu „Polskie Startupy 2021” przebadaliśmy dokładnie kwestie szkoleń i podnoszenia kompetencji w startupach. Wśród pracowników startupów korzystających ze szkoleń najbardziej popularne były te z obszaru marketingu (39 proc.) i sprzedaży (33 proc.). Nieco mniejszy odsetek szkolił się z zakresu programowania (28 proc.). Jedna czwarta z nich wskazała na szkolenia związane z zarządzaniem projektami, a 22 proc. z organizacją pracy w firmie. Kolejne 17 proc. startupów szkoliło swoich pracowników w obszarze programowania i obsługi algorytmów machine learning i AI.

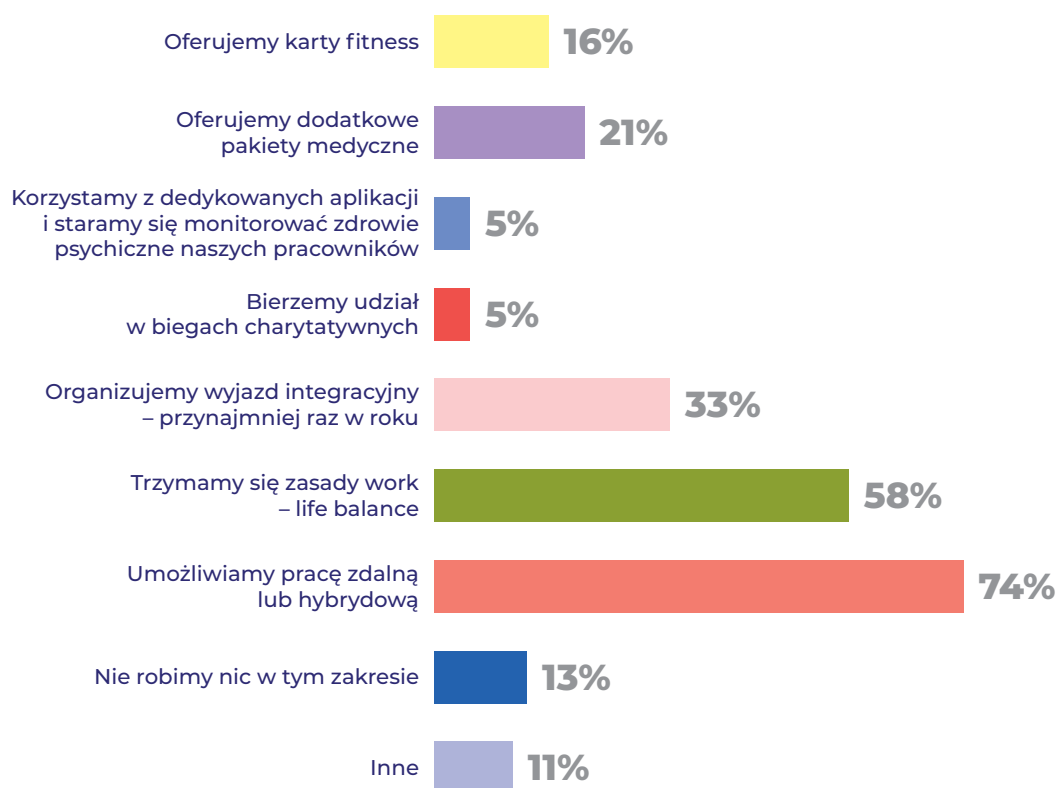
Z jakich szkoleń korzystacie?



Jeśli chodzi o kompetencje związane z zarządzaniem firmą i jej rozwojem, to startupy wskazywały jeszcze naszkolenia związane z globalnym skalowaniem biznesu, finansami i rachunkowością (po 14 proc.), obsługą klienta (11 proc.), pitchingiem, zarządzaniem logistyką, łańcuchem dostaw i dystrybucją (po 8 proc. wskazań), HR, oraz oceną ryzyka (po 6 proc.). Wśród szkoleń, z których korzystają polscy startupowcy, znalazły się również te uczące kompetencji miękkich – także niezbędnych w nowoczesnym biznesie. Więcej niż co 10. ankietowany ćwiczył podczas szkolenia inteligencję emocjonalną, a także przywództwo i komunikację (po 11 proc.). Kolejne 6 proc. wskazało na szkolenia z zakresu zarządzania czasem, a 3 proc. z zarządzania stresem.

Same szkolenia i możliwość podnoszenia kwalifikacji nie wystarczą jednak, aby w obecnych warunkach rynkowych być spokojnym o stabilność zespołu. Startupy starają się więc w większości zaoferować narzędzia wspierające dobre samopoczucie pracowników (wellbeing). Wśród zapytanych o tę kwestię startupów większość – aż 58 proc. – deklaruje, że trzyma się zasady work-life balance, co w dużej mierze oznacza brak nadmiernego obciążania pracą, prawo do bycia offline, elastyczność godzin pracy etc. Dziedzictwem okresu pandemii okazuje się także praca zdalna lub hybrydowa. Taki tryb pracy umożliwia swoim pracownikom aż trzy czwarte startupów (74 proc.).

Jak startup dba o dobre samopoczucie (wellbeing) pracowników?



Co trzeci badany startup (33 proc.) organizuje przynajmniej raz w roku wyjazd integracyjny. Typowe pracownicze benefity, takie jak dodatkowe pakiety medyczne czy karty fitness, oferuje swoim pracownikom odpowiednio 21 proc. i 16 proc. Rzadziej spotykane propozycje to specjalne aplikacje monitorujące zdrowie pracowników (5 proc.), a także udział w biegach charytatywnych (5 proc.). Żadnej tego typu aktywności przeznaczonej dla pracowników nie deklaruje 13 proc. badanych firm.

Wydaje się zatem, że startupy nie odstają specjalnie na plus, jeśli chodzi o dbanie o wellbeing pracowników. Wiele wskazuje na to, że w walce o pracownika benefity będą musiały być w coraz większym stopniu zindywidualizowane i dostosowane do potrzeb mniej oczywistych niż anegdotyczne i prześmiewczo traktowane „owocowe czwartki” czy opieka medyczna, przez wielu kandydatów traktowana jako standard. Nimb „fajności” pracy w startupie to zdecydowanie za mało, aby przyciągnąć najlepsze talenty. Pytanie, jak dalece może się to zmienić, teraz kiedy źródło finansowania zdecydowanie przysycha. To trudny dylemat, z którym będzie się trzeba zmierzyć w najbliższych miesiącach, a może i latach.

Elastyczność za cenę stabilności – jak w startupach wygląda wellbeing

W przytoczonym badaniu widzimy, że gdy rozmawiamy na temat wellbeingu w startupie, to wybija się możliwość pracy zdalnej/hybrdowej. Elastyczność i niehołdowanie sztywnym zasadom pracy znanym z korporacji jest tym, co pociąga wiele osób do obrania startupowej ścieżki. Nie mam tutaj na myśli tylko founderów, ale też zatrudnionych pracowników, którzy piszą się na tę przygodę.

W startupie nie ma czasu na micromanagement – nikt nie stoi nad pracownikami z zegarkiem i nie rozlicza z każdego tasku. Liczy się efekt, a nie wysiedziane godziny. To daje pracownikom większą swobodę w organizacji własnego czasu, a to z kolei przekłada się na możliwość zadbania o swój work-life balance, który w badaniu zajmuje drugą pozycję. W takim porządku mogę rano iść do lekarza lub na jogę, a potem posiedzieć dłużej przy mailach i nie muszę pytać moich przełożonych o „pozwolenie”. To dla wielu niezależnych, a zarazem pracowitych dusz idealny układ.

Natomiast temat, który jest rzadko poruszany, a ma ogromny wpływ na wellbeing startupowców, to brak stabilności. Od lat wspieramy w HearMe startupy i firmy technologiczne. W ostatnich kwartałach szczególnie zauważamy wzrost wyzwań takich jak niepewność o przyszłość, stany lękowe czy wzmożony i długotrwały stres.

Ten trend jest odzwierciedleniem niełatwej sytuacji na rynku vc i startupów – spadły wyceny, coraz trudniej o finansowanie, a fala zwolnień i walka o break-even tylko potęgują poczucie braku stabilności, które nawet w czasach prosperity (czyt. dostępności kapitału) było silnie odczuwalne. Te czynniki mają bezpośredni wpływ na wellbeing naszych ludzi i nas samych.

W rzeczywistości ciągłej zmiany i cotygodniowego aktualizowania budżetu nie możemy zapomnieć o jednej niebotycznie ważnej rzeczy – dbania o siebie. Tak jak w samolocie najpierw osoba dorosła zakłada sobie maskę tlenową, a potem pomaga dziecku, tak founderzy i leadership muszą zadbać o siebie w trudnych czasach, by móc wspierać swój zespół.

W natłoku codziennych zadań i surfowania na fali ciągłej zmiany nie zapominajmy o tym, że nie jesteśmy robotami – mamy prawo do odpoczynku, stawiania granic, dbania o spokój głowy, dzielenia się troskami z innymi oraz bycia czasem na 70%, a nawet 51%. Bo przecież nie da się być ciągle na 120%.

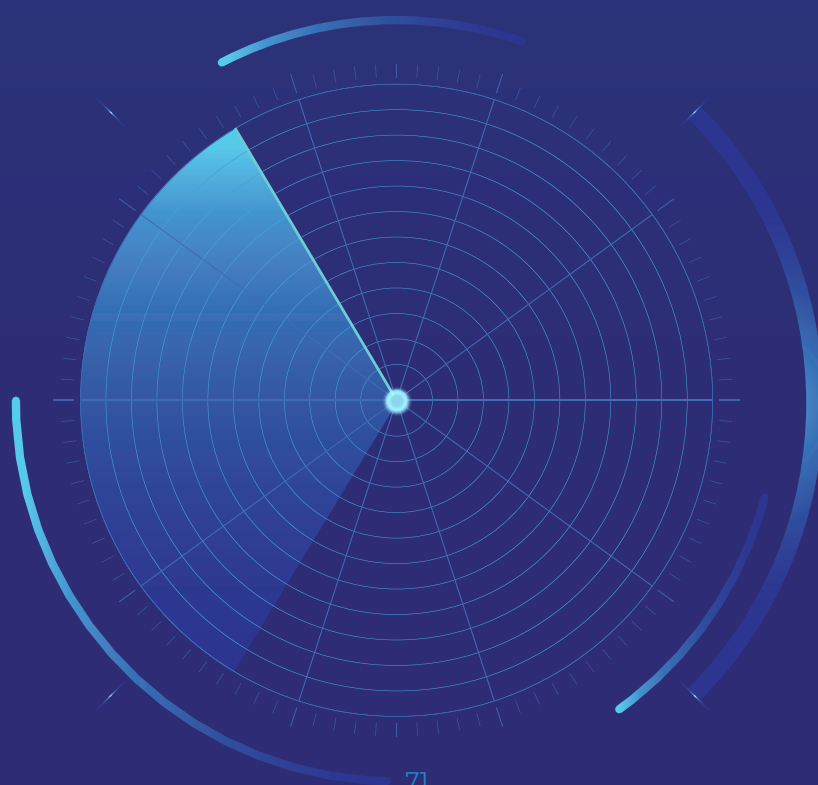
Kasia Gryzłó
CEO
HearMe/Emplomind





#04

Finansowanie



#04

Finansowanie

4.1. Przychód, kapitał i rundy

W poprzedniej opublikowanej pod koniec 2022 roku edycji raportu „Polskie Startupy” zastanawialiśmy się nad zjawiskiem rynkowej bańki i tym, czy jesteśmy w przeddzień jej pęknięcia. Sytuacja na rynkach zagranicznych, w szczególności w Stanach Zjednoczonych, już wtedy zmieniała się mocno na niekorzyść, ale w Polsce ten negatywny trend jeszcze się nie pojawiał. Jedynie 7 proc. startupów w momencie realizacji ubiegłorocznego badania odczuwało spadek zainteresowania inwestorów zagranicznych polskim rynkiem.

Znacznie większa część (38 proc.) tego negatywnego trendu jeszcze nie odczuwała. Więcej niż co drugi startup udzielił jednak odpowiedzi „trudno powiedzieć”, co interpretowaliśmy jako potencjalny zwiastun spowolnienia. Analitycy PFR Ventures obliczyli wówczas, że wartość naszego rynku startupów w porównaniu z 2021 rokiem pozostała bez zmian, co na tle globalnych trendów spadkowych było pozytywnym sygnałem.

Dziś, po roku, wiemy, że co prawda nie mieliśmy do czynienia ze spektakularnym pęknięciem startupowej bańki, ale pogorszenie i u nas w końcu nadeszło. Choć przypomina to raczej powoli wysychający strumień z coraz mniej wartkim nurtem. Faktycznie inwestorzy zdecydowanie mniej entuzjastycznie patrzą na startupy niż w latach poprzednich.

Rzućmy jednak w pierw okiem na sytuację na innych rynkach VC, gdzie obecnie panują iście minorowe nastroje. W 2023 roku inwestorzy w dalszym ciągu ograniczali finansowanie startupów. Wielu miało nadzieję, że pojawienie się takich rozwiązań jak ChatGPT i pokrewnych na nowo wskrzesi zainteresowanie i chęci inwestorów, przynajmniej jeśli chodzi o podmioty zajmujące się rozwijaniem rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji. Niestety nadzieje te okazały się płonne.

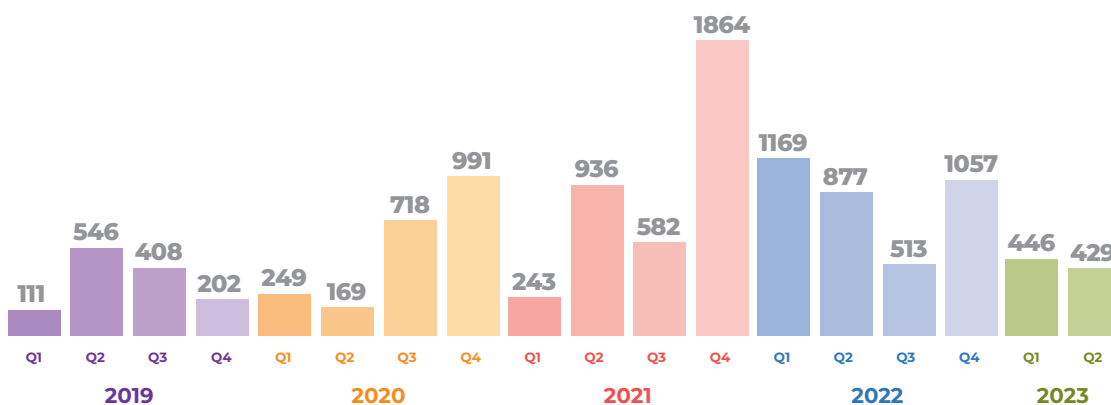
Z danych Crunchbase⁹ wynika, że finansowanie venture capital w drugim kwartale 2023 roku spadło o 18 proc. (kwartał do kwartału) i wyniosło 65 mld dolarów. W ujęciu rocznym spadek ten jest jeszcze większy i to znacznie – aż o 49 proc. w porównaniu z drugim kwartałem 2022 roku, kiedy inwestorzy startupowi wydali 127 mld dol.

Dane okazują się jeszcze gorsze, jeśli spojrzymy na pierwsze półrocze 2023 roku jako całość. W tym czasie kapitał VC zainwestowany w startupy wyniósł jedynie 144 mld dol. w porównaniu z 293 mld dol. zainwestowanymi w pierwszej połowie 2022 roku. To oznacza spadek aż o 51 proc.

Według wyliczeń analityków Crunchbase prawie jedna piąta całkowitego globalnego finansowania przedsięwzięć w tym roku pochodziła wyłącznie z sektora sztucznej inteligencji. Zatem bez tej chwili entuzjazmu wywołanej przez uruchomienie ChatGPT od firmy OpenAI w listopadzie 2022 roku dotychczasowe finansowanie przedsięwzięć w 2023 roku byłoby jeszcze mniejsze.

A jak wygląda sytuacja w Polsce? Niestety tym razem nie odróżniamy się już na plus na tle pozostałych rynków. W ostatnim raporcie PFR Ventures i Inovo VC podsumowującym transakcje na polskim rynku venture capital (VC) w drugim kwartale 2023 roku czytamy, że w tym okresie 116 spółek pozyskało 429 mln zł od 69 funduszy. Patrząc na dane w ujęciu półrocznym, odnotowano spadek o 70 proc. r./r.

Dane o polskim rynku VC. Drugi kwartał 2023 (mln PLN)

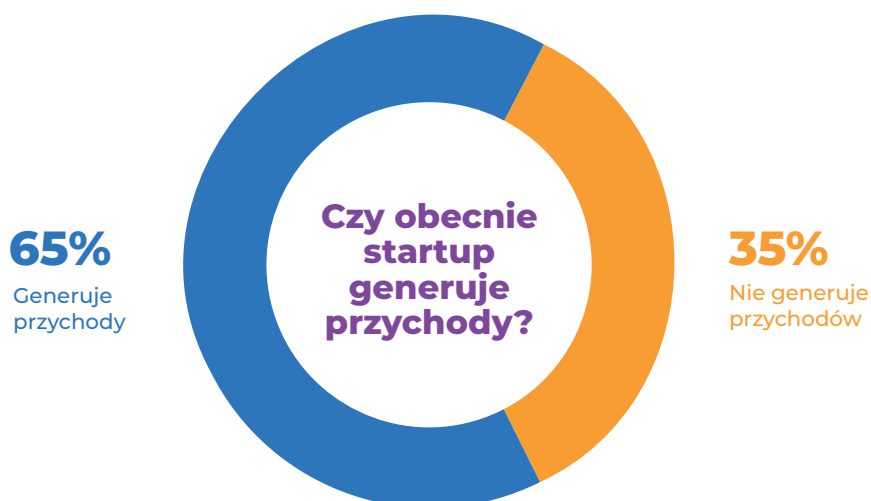


Źródło: PFR Ventures, Inovo VC

O aktualną sytuację finansową zapytaliśmy startupy w naszym najnowszym badaniu. Większość badanych zadeklarowała, że ich firma generuje przychody – takiej odpowiedzi udzieliło 65 proc. z nich.

Pomimo fatalnych wieści z rynku kapitałowego coraz mniej chętnie finansującego startupy sytuacja w większości polskich firm technologicznych jest w tej chwili lepsza niż przed rokiem. Być może jest to właśnie odsunięty w czasie efekt wcześniejszych rund i umiejętnego wykorzystania pieniędzy pozyskanych już wcześniej od inwestorów.

Okazuje się bowiem, że ponad połowa (51 proc.) startupów generuje zdecydowanie większe przychody niż ubiegłym roku, a 26 proc. osiąga przychody nieco lepsze niż przed rokiem. Dla 8 proc. sytuacja przychodowa jest taka sama jak w 2022 roku.



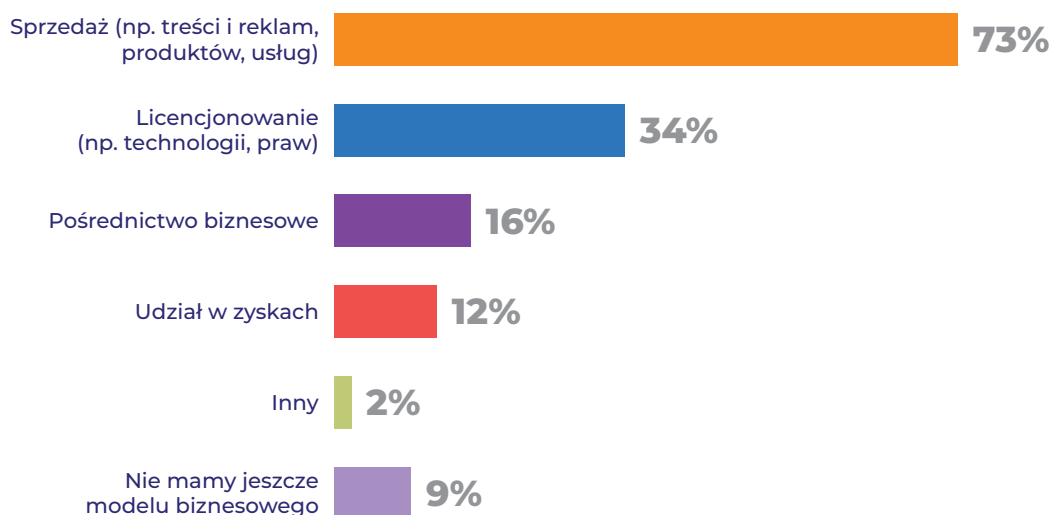
Na lekkie pogorszenie swojej sytuacji narzeka 7 proc. pytanym. Zdecydowanie gorsze nastroje widać u 4 proc. badanych firm. Z pewnością warto śledzić, czy i jak ten trend będzie się kształtował w najbliższej przyszłości i czy słaba kondycja całego rynku przełoży się w większym stopniu na przychody generowane przez startupy.

Porównując obecne przychody startupu za pierwsze półrocze z analogicznym okresem ubiegłego roku, jak oceniasz zmianę?



Jeśli chodzi o modele przychodowe, zdecydowana większość startupów zarabia dzięki sprzedaży, np. treści i reklam, produktów lub usług (73 proc. odpowiedzi). Inną stosunkowo popularną formą generowania przychodów jest licencjonowanie, np. technologii lub praw do korzystania z produktu. Tak działa więcej niż co trzeci startup (34 proc.). Kolejne 16 proc. zarabia na pośrednictwie biznesowym (B2B), a 12 proc. poprzez udziały w zyskach. Prawie co dziesiąty badany podmiot (9 proc.) nie ma jeszcze własnego modelu przychodowego.

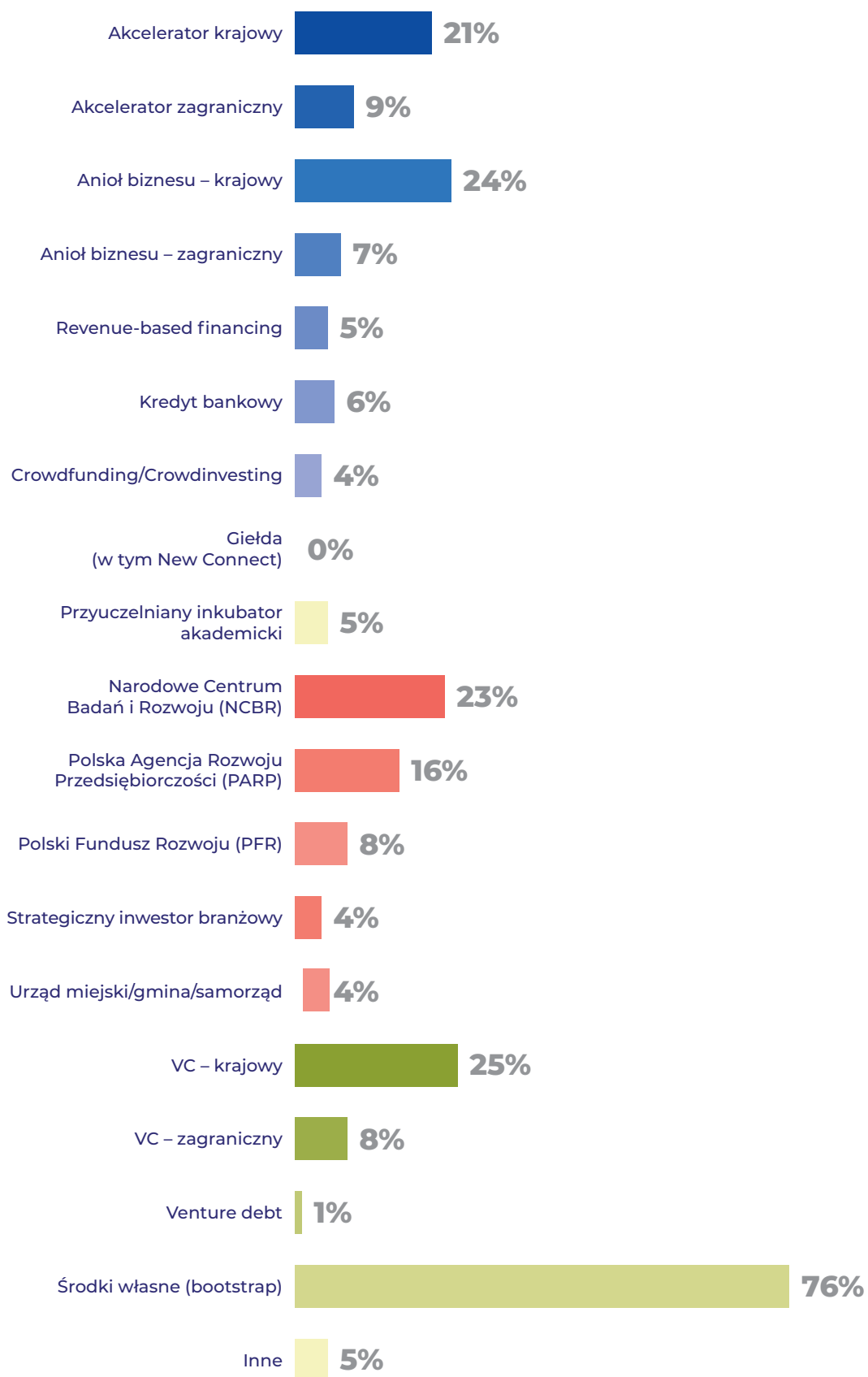
Z jakich modeli przychodowych korzysta startup?



W zasadzie niemal każdy startup zaczyna swoją działalność, korzystając z własnych pieniędzy – najczęściej oszczędności samych founderów. Tzw. bootstrapping to chrzest bojowy każdego startupowca, zanim jego spółka będzie mogła liczyć na pozyskanie zewnętrznego kapitału. W badaniu Fundacji Startup Poland aż 76 proc. ankietowanych wskazuje, że zainwestowali w startup swoje własne środki.

Jeśli chodzi o finansowanie zewnętrzne, najczęściej wskazywane są krajowe fundusze VC, z których wsparcia skorzystało 25 proc. badanych. Z rynku VC, ale zagranicznego, finansowanie otrzymało 8 proc. z nich. W następnej kolejności startupowcy wskazują na aniołów biznesu – również częściej tych krajowych (24 proc.) niż zagranicznych (7 proc.).

Z jakich źródeł kapitału do tej pory korzystaliście?



Po raz kolejny widać, jak kluczową rolę na naszym rynku odgrywają podmioty państwowe – z finansowania z Narodowego Centrum Badań i Rozwoju skorzystało 23 proc. startupów, z PARP 16 proc., a z PFR 8 proc. Należy w tym miejscu zaznaczyć, że chodzi o wszystkie źródła finansowania z jakich startup korzystał od początku swojego funkcjonowania na rynku. Dosyć wysoko plasują się także akceleratory – tu znów przede wszystkim te krajowe. Wskazał na nie co piąty startup (21 proc.). Ze wsparcia zagranicznego akceleratora skorzystało 9 proc. firm. Finansowanie bazujące na przychodach własnych startupu (revenue-based financing) udało się wygenerować 5 proc. ankietowanych.

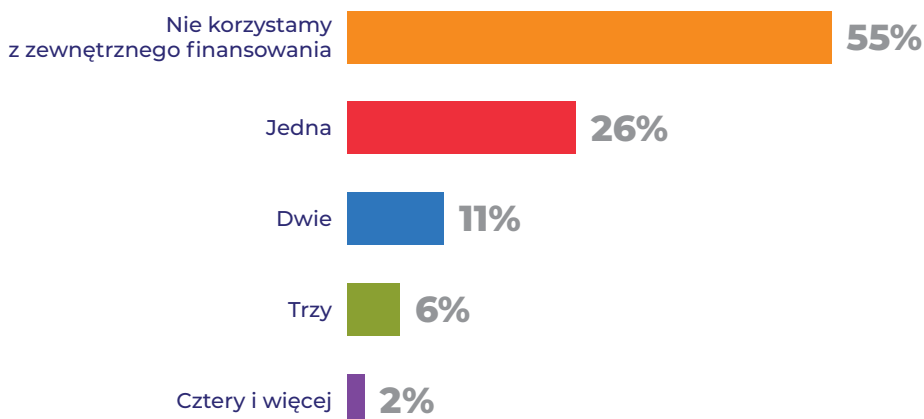
Wymienione powyżej źródła finansowania to te najbardziej popularne. Jest jednak również cały wachlarz innych rodzajów wsparcia, też ważnych, choć wykorzystywanych w zdecydowanie mniejszej skali. Z kredytu bankowego skorzystało 6 proc. badanych, a ze wsparcia inwestora branżowego jedynie 5 proc.

Stosunkowo mała wydaje się aktywność uczelni wyższych – z przyuczelnianego inkubatora skorzystało tylko 5 proc. startupów. Nieco mniej jeszcze pozyskało wsparcie z programów samorządowych (4 proc.). Wciąż niewiele jest w Polsce projektów finansowanych za pomocą crowdfundingu (tylko 4 proc.).

Natomiast zupełnie niszowa okazuje się giełda, w tym teoretycznie idealna dla startupu na pewnym etapie rozwoju opcja wejścia na rynek New Connect. Marginalne jest również tzw. venture debt – narzędzie popularne na rynkach zachodnich, u nas jeszcze bardzo mało obecne w świadomości startupów.

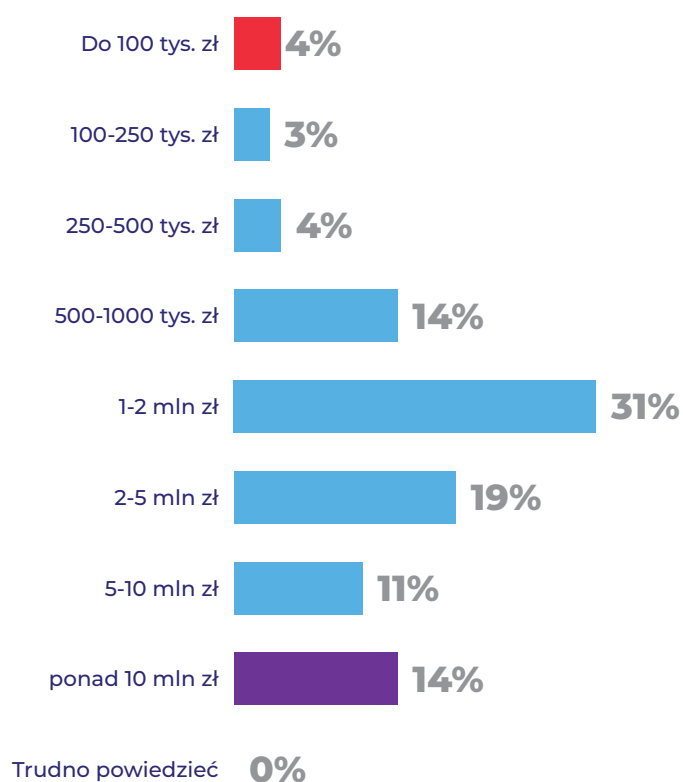
Wśród badanych startupów, którym udało się już pozyskać zewnętrzne finansowanie, największy odsetek (26 proc.) ma za sobą jedynie jedną rundę. Nieco więcej niż co 10. startup zebrał do tej pory dwie rundy finansowania, a trzy rundy zadeklarowało 6 proc. z nich. Podmioty z czterema lub więcej rundami za sobą stanowią 2 proc. uczestników badania.

Jeżeli korzystacie z zewnętrznego finansowania, ile rund finansowania było do tej pory?



Jakie kwoty udało się zebrać polskim startupom w ramach wszystkich dotychczasowych rund? Największą grupą są firmy, które zebrały w ten sposób kapitał w wysokości od 1 do 2 mln zł – na taką odpowiedź wskazało 31 proc. startupów. Kolejne 19 proc. deklaruje sumę w wysokości 2–5 mln zł, w przypadku 11 proc. wyniosła ona między 5 a 10 mln zł. Startupy mające za sobą rundy, dzięki którym zebrały kwotę przekraczającą 10 mln zł, stanowią 14 proc. ogółu badanych.

Jaka jest suma finansowania ze wszystkich dotychczasowych rund?



Nie wszyscy jednak byli w stanie zebrać kapitał liczony w milionach zł – 14 proc. badanych deklaruje kwotę pomiędzy 500 tys. a 1 mln zł, kolejne 4 proc. od 300 tys. do 500 tys., a 7 proc. zebrało w ramach dotychczasowych rund maksymalnie 300 tys. zł.

Stabilność polskiego rynku venture capital w 2023 roku

Rok 2023 na polskim rynku venture capital okazuje się być zaskakująco stabilny. Łączna wartość inwestycji w każdym z trzech pełnych kwartałów wyniosła ok. 420–450 mln zł. Jak dotąd nie odnotowaliśmy też tzw. outliers, czyli transakcji, których wartość przekraczała 10% wartości całego rynku.

Patrząc z innej perspektywy, od początku roku do końca września do polskich innowacyjnych spółek popłynęło blisko 1,3 mld zł. To więcej niż w całym roku 2019, który otworzył nowy etap w rozwoju polskiego rynku VC. I więcej niż w roku 2020, jeśli odejmiemy zaburzające obraz rundy Booksy, Brainly i ICEYE. To dobra wiadomość, bo oznacza, że nawet w okresie globalnego spowolnienia i spadku wycen nie cofnęliśmy się zbyt daleko.

W drugiej połowie roku zaczęliśmy odnotowywać istotny spadek liczby rund załączkowych. Przyczyną są dwa nakładające się zjawiska: globalny spadek wycen i liczby transakcji, ale też zakończenie horyzontu programu POIR, w ramach którego zapewniliśmy kapitał na inwestycje ponad 40 polskim zespołom VC. W większości debiutującym.

Równolegle wzrosła liczba rund A i B. To oznacza, że polskie innowacyjne spółki się rozwijają i pozyskują kapitał – już nie na budowę produktu czy jego weryfikację na rynku, ale na ekspansję. To dobry prognostyk dla całego ekosystemu i sygnał dla świata, że polskie startupy wychodzą poza fazę załączkową.

W przyszłym roku spodziewamy się odwrócenia trendu. Pracujemy nad wdrożeniem środków z programu Fundusze Europejskie dla Nowej Gospodarki (FENG). Pozwolą na zasilenie ok. 50 funduszy VC, których wkład publiczny wyniesie 1,9 mld zł, a dodatkowo 1,3 mld zł dołożą inwestorzy prywatni. Spodziewamy się, że pierwsze startupy otrzymają finansowanie od nowych funduszy już w połowie roku. Na rynku cały czas dostępny jest też kapitał od prywatnych funduszy lub pochodzący z międzynarodowych instytucji finansowych.

W nadchodzących miesiącach powinniśmy usłyszeć o rundach startupów, które finansowanie pozyskały poprzednio w latach 2021–2022. Najlepsi założyciele innowacyjnych firm będą w stanie przekonać do siebie inwestorów i pozyskać kapitał na rozwój. Warunki transakcji mogą być dla nich mniej satysfakcjonujące niż 2–3 lata temu, ale z całą pewnością nie będą mogli narzekać na brak kapitału.

Maciej Ćwikiewicz
prezes zarządu
PFR Ventures



Controlling w startupie – jak to zrobić dobrze? Czy startup potrzebuje CFO?

Zastanawialiście się kiedyś, dlaczego tak wiele startupów upada? Gdy wpisujemy w wyszukiwarce Google „top 10 reasons for startup failure”, niemal każda lista zawiera punkt „run out of cash” lub inną kwestię związaną z finansami. Oczywiście jest więc, że finanse są nieodzownym elementem sukcesu startupu.

Kluczem do prawidłowego zarządzania finansami w startupie jest uwzględnienie trzech fundamentalnych obszarów: procesów wewnętrznych, księgowości i controllingu. Nie da się skutecznie prowadzić controllingu, ignorując pierwsze dwa kroki. Luki w procesach wewnętrznych lub niskiej jakości księgowość będą bezpośrednio wpływać na jakość raportów, prowadząc do błędnych wniosków.

Z mojego doświadczenia często niedocenianą, ale odgrywającą istotną rolę w firmie, jest osoba która zajmuje się zbieraniem dokumentów, wystawianiem faktur czy płatnościami. To od niej wszystko się zaczyna! Do tego dobre, responsywne biuro księgowe wykorzystujące nowoczesne narzędzia IT i dbające o bezpieczeństwo danych. Mamy wtedy solidne finansowe filary.

Następnie nawyki founderów. Bieżąca aktualizacja budżetu, kontrola płynności i runway, regularne analizy raportów i podejmowanie dobrych decyzji inwestycyjnych – to niezbędne działania. Tylko czy zajmując się tym wszystkim, przedsiębiorcy znajdą czas na rozwój biznesu?

Prowadzenie startupu przypomina balansowanie na linie. Nawet jeśli wiele rzeczy idzie dobrze, potknięcie w finansach może sprawić, że wszystko runie. Jednak finanse same w sobie nie zrobią za Ciebie innowacyjnej usługi / produktu, nie dotrą do nowych klientów. Moje obserwacje rynku pokazują, że dopiero z czasem, kiedy firma rośnie, finanse zaczynają odgrywać coraz większą rolę. W fazie początkowej (preseed, seed) trzeba po prostu kontrolować, kiedy skończy się cash!

Czy w takiej sytuacji startup potrzebuje doświadczonego CFO? Moim zdaniem nie. Zwłaszcza że wielu CFO zdobywało doświadczenie w dużych strukturach, co nie sprawdzi się w dynamicznym świecie startupów. Zatrudnienie pełnoetatowego CFO to spory wydatek i inwestycja, która staje się opłacalna dopiero, gdy mówimy o większej skali działalności lub znaczących finansowaniach.

Do tego czasu złotym środkiem między kompetencjami a kosztami może okazać się analityk finansowy lub skorzystanie z usługi zewnętrznego dyrektora finansowego.

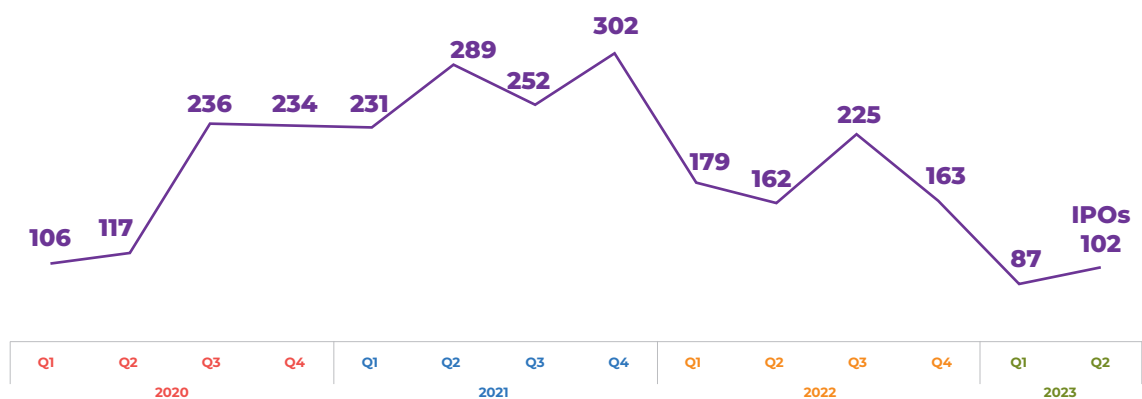
Adam Zagała
partner zarządzający
Value Finance



4.2. Exity

Słaba kondycja globalnego sektora startupów przejawia się nie tylko w spadku liczby inwestycji, ale także w exitach. Z danych CB Insights wynika, że liczba startupów o wartości przekraczającej 50 mln dolarów spadła w 2023 roku do zaledwie 7 proc. wartości notowanej w 2021 roku. Z kolei kwota transakcji w przypadku wyjść powyżej 1 mld dolarów spadła o ponad 90 proc. już w roku 2022. Dane pokazują ponadto, że najgorszym rokiem dla startupów, które chciały wejść na giełdę, był rok ubiegły, kiedy globalnie liczba IPO spadła o 31 proc., do 716. Od drugiego kwartału 2023 roku notowany jest wzrost o 17 proc.¹⁰

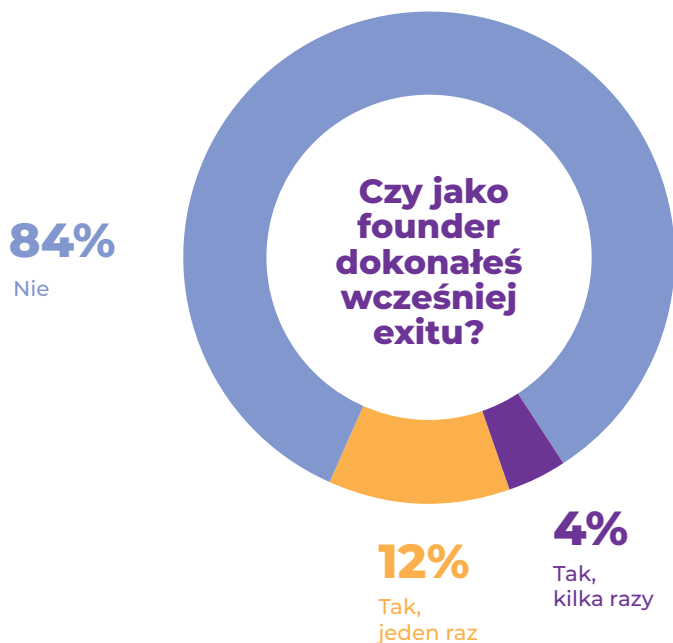
IPO market sees an upswing in Q2'23 but hasn't thawed yet



Źródło: CBInsights

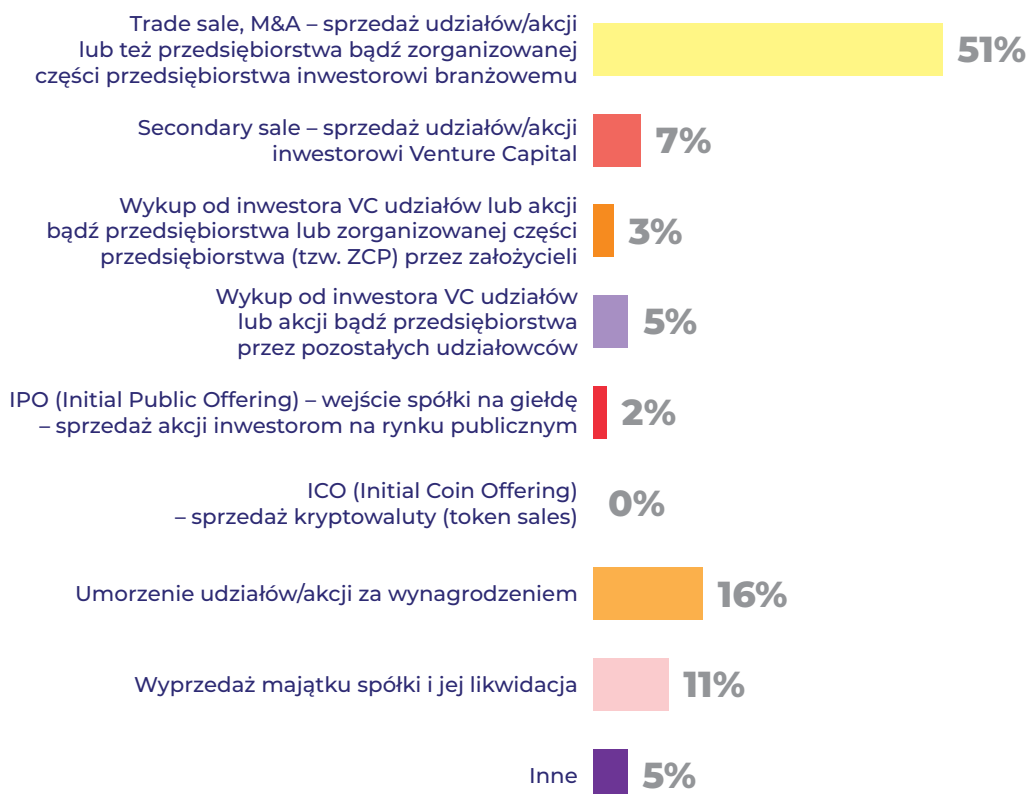
Polskie startupy w zdecydowanej większości są jeszcze na stosunkowo wczesnym etapie rozwoju, stąd statystyki dotyczące exitów trudno uznawać za imponujące, ale podobnie było także w czasach większej prosperity. Po prostu nasz rodzimy rynek startupów na tyle się jeszcze nie rozwinął, choć obecna sytuacja z pewnością temu rozwojowi nie sprzyja.

Ankietowani w badaniu Startup Poland founderzy w zdecydowanej większości nie dokonali do tej pory ani jednego exitu – 84 proc. pytanych nie ma za sobą takiego doświadczenia. Tych założycieli startupów, którzy zadeklarowali, że już kiedyś exitu dokonali, jest 16 proc., w tym 12 proc. przeprowadziło exit jeden raz, a 4 proc. zrobiło to już kilkakrotnie.



Dla tych, którzy dokonali już choć raz wyjścia z inwestycji, najchętniej wybieraną metodą jest trade sale / M&A, czyli sprzedaż udziałów lub akcji albo całej firmy lub części przedsiębiorstwa inwestorowi branżowemu. Na tego typu transakcję wskazuje ponad połowa badanych mających za sobą exit (51 proc.).

Jak zakończyło się wyjście z inwestycji?



Exity nie powinny już być tematem tabu

Przy tworzeniu startupów kluczowe jest pamiętanie o dwóch kwestiach. Po pierwsze, o tworzeniu nowych, innowacyjnych rozwiązań, które zmieniają nasz świat i otoczenie na lepsze. Po drugie, w bardzo dużym skrócie, o zwrotach i exitach. Jeśli chodzi o pierwsze zagadnienie, to oczywiście w naszym ekosystemie jest wiele dyskusji i pomysłów na to, jak tworzyć innowacje. Niestety, jeśli chodzi o samo wyjście ze startupu, to obserwuję, że nadal jest to swego rodzaju temat tabu.

W Polsce startupy są często traktowane przez founderów jak własne dzieci. Decyzja o exicie, czyli wyjściu z biznesu, wywołuje bardzo silne emocje lub niestety często nawet nie jest brana pod uwagę. Pamiętam, że sam również kiedyś podzielałem te rozterki i miałem duże obawy związane z oddaniem własnego dziecka w cudze ręce. Ciężko mi było sobie wyobrazić, że firmę, nad rozwojem której bardzo ciężko pracowałem, miałbym sprzedać. Sieć business.link zdecydowanie traktowałem jako własne dziecko. Niemniej jednak, po przełamaniu się i podjęciu decyzji o exicie, w żadnym wypadku nie żałuję tego kroku. Nadal mam ogromny sentyment do tej marki i utożsamiam się z nią, lecz widzę również, jak duże możliwości otworzyły się przed tym biznesem po tym, gdy udziały zostały sprzedane Skanskiej, a więc globalnemu brandowi. To doświadczenie nauczyło mnie na własnym przykładzie, że exit to nie koniec, ale nowy rozdział w historii rozwoju firmy.

Decyzja o założeniu startupu to tylko początek drogi przedsiębiorcy. Równie istotną jest decyzja o exicie. To nie tylko kierunek dla nas samych jako przedsiębiorców, ale także szansa dla firmy na dalszy rozwój i zwroty dla inwestorów i founderów. Warto czasami podjąć, być może ciężką dla nas jako przedsiębiorców, decyzję o exicie, aby pozwolić firmie i obecnym udziałowcom rozwijać się jeszcze szybciej.

Dariusz Żuk
CEO & Founder
AIP Seed



Pozostałe metody wyjścia z inwestycji są zdecydowanie rzadsze w dotychczasowej historii founderów i nie zawsze były one działaniem pozytywnym. Dla 16 proc. badanych exit oznaczał umorzenie udziałów lub akcji za wynagrodzeniem, a w przypadku 11 proc. wyprzedaż majątku spółki i jej likwidację.

Tzw. secondary sale – sprzedaż udziałów lub akcji inwestorowi VC – wybrało 7 proc. founderów dokonujących exitu, a kolejne 5 proc. założycieli miało możliwość samodzielnego wykupienia od takiego inwestora udziałów, akcji lub całej firmy. Wykup od inwestora VC dokonany przez pozostałych udziałowców ma za sobą 3 proc. badanych. Zaledwie 2 proc. uczestników badania deklaruje wyjście w postaci IPO, czyli wejście spółki na giełdę i sprzedaż akcji inwestorom giełdowym. Tak niska pozycja giełdy nie powinna dziwić szczególnie teraz, kiedy globalny rynek IPO jest w bardzo złej sytuacji. Na polskim parkiecie liczba debiutów jest dosłownie śladowa.

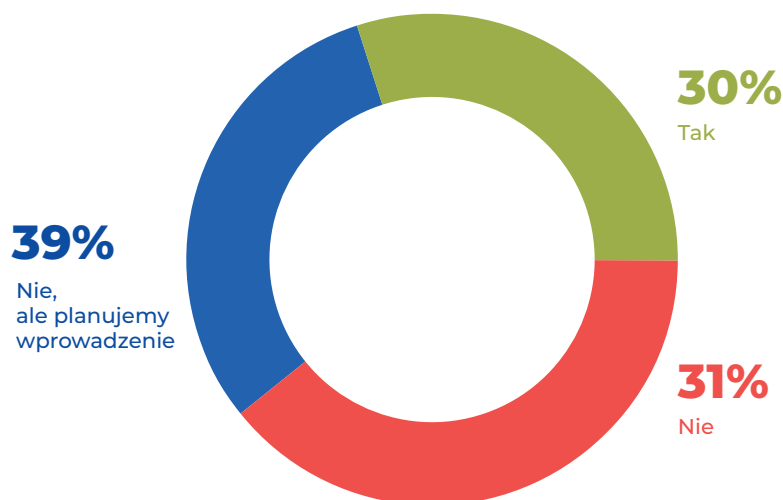
4.3. ESOP-y

Temat ESOP-ów jest już od kilku lat mocno podnoszony przez Fundację Startup Poland. W badaniach przeprowadzanych w kolejnych latach każdorazowo sprawdzane jest podejście polskich startupów do tej kwestii. O ile bowiem ESOP to bardzo popularne rozwiązanie w startupach na Zachodzie (przede wszystkim w Stanach Zjednoczonych), to u nas nadal nie jest to domyślna propozycja dla części bądź całego zespołu pracującego w startupie.

W tym miejscu warto przypomnieć, czym jest ESOP. To skrót terminu employee stock ownership plan. Jest to swego rodzaju program akcjonariatu pracowniczego, gdzie zwiększa się zaangażowanie pracowników dzięki przekazaniu im praw udziałowych w startupie. Niestety ta akurat kwestia jest czymś, co zdecydowanie odróżnia nasz sektor startupowy od tych bardziej rozwiniętych. Jest to jednak efekt specyficznych polskich uwarunkowań, a nie braku woli founderów do dzielenia się wartością spółki z zespołem. Choć jak pokazują badania Startup Poland, także i u nas klimat dla ESOP-ów powoli się zmienia. (Mimo że przed rokiem dane były korzystniejsze niż w bieżącym, to wieloletni trend jest zdecydowanie na plus).

W 2019 roku tylko 22 proc. badanych startupów zadeklarowało, że stosują program ESOP. Dziś takich startupów jest już 30 proc., a kolejne 39 proc. co prawda nie wprowadziło tego rozwiązania do tej pory, ale ma to w swoich planach. Z badania wynika, że 31 proc. founderów nie korzysta ani nie planuje skorzystania z programu ESOP.

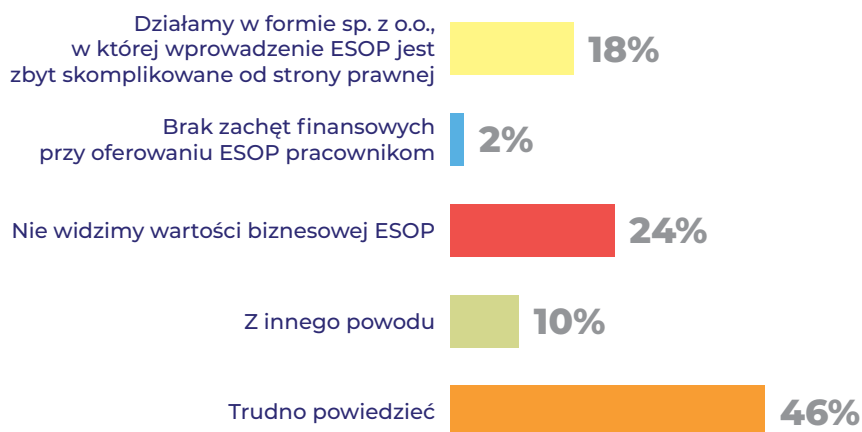
Czy w startupie jest wprowadzony ESOP?



W celu lepszego zrozumienia, dlaczego startupowcy nie chcą takiego rozwiązania w swojej firmie, w ankiecie dopytano również o ten aspekt. Największa grupa (46 proc.) nie była jednak w stanie podać konkretnego powodu. Może to oznaczać, że po prostu nie znają tego rozwiązania albo wiedzą o nim zbyt mało. Jest to zatem szansa na przełamanie tej niechęci. Zdecydowanie niechętny ESOP-om jest co czwarty pytany (24 proc.) – nie widzą oni wartości biznesowej płynącej z wprowadzenia tego rozwiązania.

Innym wskazywanym w badaniu powodem jest nie tyle niechęć, co obiektywne aspekty prawne. Problemy wynikają tu z samej struktury spółek z o.o. – a w tej właśnie formie działa znaczący odsetek polskich startupów. Dlatego właśnie 18 proc. deklaruje, że działają oni w formie spółek z o.o., gdzie wprowadzenie ESOP-ów jest zbyt skomplikowane prawnie. Mniejsza grupa (2 proc.) narzeka na brak zachęt finansowych przy oferowaniu ESOP-ów swoim pracownikom.

Z jakiego powodu?



ESOP: Wyzwanie czy skuteczne narzędzie motywacji pracowników?

Pracownicze plany akcjonariatu (ESOP) mogą być potężnym narzędziem w budowaniu lojalności nie tylko w świecie startupów, ale również w każdej firmie. Przekonało się o tym wielu przedsiębiorców i przedsiębiorczyń budujących swoje organizacje na rozwiniętych rynkach i jeszcze więcej pracowników, którzy dołączyli do nich na wczesnym etapie. W momencie osiągnięcia sukcesu przez firmy, zatrudnieni eksperci i ekspertki zwielokrotnili swój majątek właśnie dzięki ESOP.

Coraz popularniejszy trend wykorzystania przez spółki ESOP-ów w Polsce jest bardzo ważny i potrzebny do budowania ekosystemu startupowego. Pracownicy korzystający z ESOP-ów mogą zostać kolejną grupą inwestorów, uzyskać stabilność finansową, a także środki na inwestowanie w kolejne projekty, co napędza rozwój rynku i jeszcze bardziej przyspiesza rozwój rynku startupowego.

30% startupów już stosuje ESOP. Jednak aż 24% nie widzi wartości biznesowej w tym systemie, a kolejne 46% nie potrafi odpowiedzieć, dlaczego tego rozwiązania nie stosuje.

Aby te proporcje uległy zmianie, warto postawić na edukację i przedstawić – zarówno firmom, jak i pracownikom – wartości i korzyści wynikające ze stosowania ESOP-ów.

Dając pracownikom udziały w firmie, ESOP może pomóc w dostosowaniu ich interesów do długoterminowego sukcesu firmy. Może to prowadzić do zwiększenia zaangażowania, produktywności i retencji pracowników. Uczestnicy pracowniczego planu akcjonariatu posiadający udziały w firmie są bardziej zmotywowani do pracy i podejmowania decyzji, które pomagają firmie się rozwijać i odnosić sukcesy. Ta zbieżność interesów może być szczególnie ważna w przypadku startupów, gdzie zespół jest bardziej skłonny do poświęceń i podejmowania ryzyka kiedy wie, że będzie partycypować w nagrodach czy zyskach firmy.

Pracownicy posiadający akcje firmy czują się częścią większej organizacji. Poczucie budowania czegoś, w czym ma się udziały i interes ekonomiczny motywuje do działania. ESOP-y mogą być również cennym narzędziem przyciągania i zatrzymywania najlepszych talentów, co jest szczególnie ważne na konkurencyjnym rynku pracy. Oferując udziały oraz potencjał na powiększenie majątku szczególnie doświadczonym specjalistom możemy zdywersyfikować ich wynagrodzenie i kosztem wygórowanej pensji zaproponować zdrowy mix wynagrodzenia. Dobrze skonstruowany system ESOP pomaga również ograniczyć rotację pracowników – prawdopodobieństwo ich odejścia jest mniejsze, jeśli mają długofalowy interes w jej sukcesie.

Oczywiście istnieją również wyzwania związane z wdrażaniem ESOP. Przygotowanie dobrego planu akcjonariatu wymaga odpowiedniego zaprojektowania go już na wczesnym etapie i korzystania z najlepszych standardów rynkowych. Pomimo tych wyzwań jest to bardzo cenne narzędzie w budowaniu i rozwijaniu startupów.

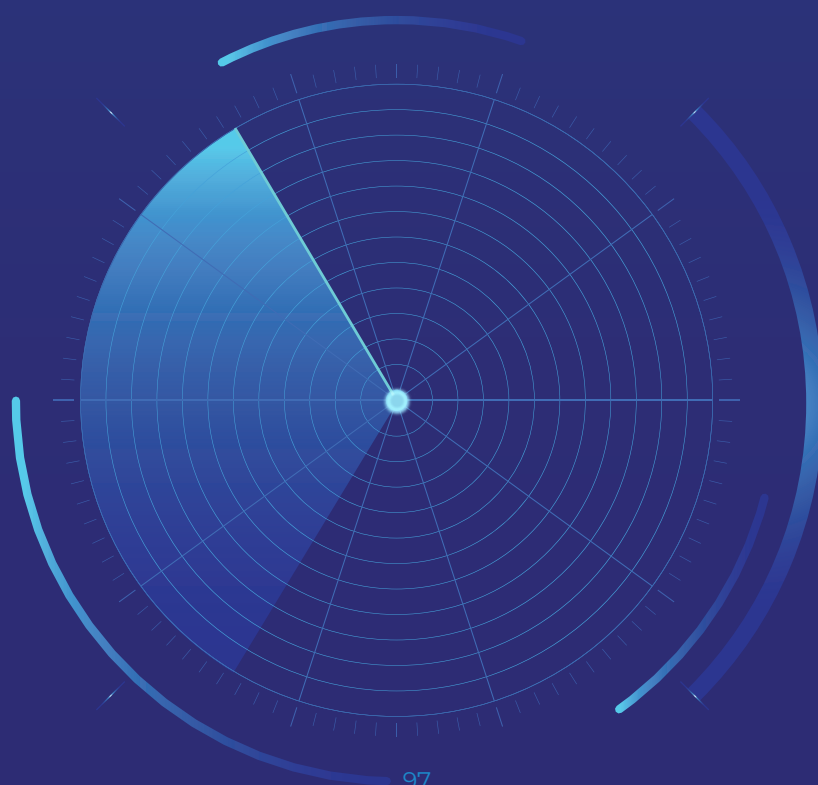
Michał Kramarz
Head of Google for Startups,
Central Europe





#05

Regulacje prawne



#05

Regulacje prawne

5.1. Status prawny spółki

Ramy prawne, w jakich funkcjonują startupy, mają duży wpływ na ich bieżącą działalność. Wiele zależy od fazy rozwoju startupu, a wybór optymalnej ścieżki wcale nie należy do łatwych decyzji. Każdy typ działalności wiąże się bowiem z nieco innymi możliwościami, ale i obowiązkami, czy to w zakresie przepisów prawa, czy kwestii podatkowych.

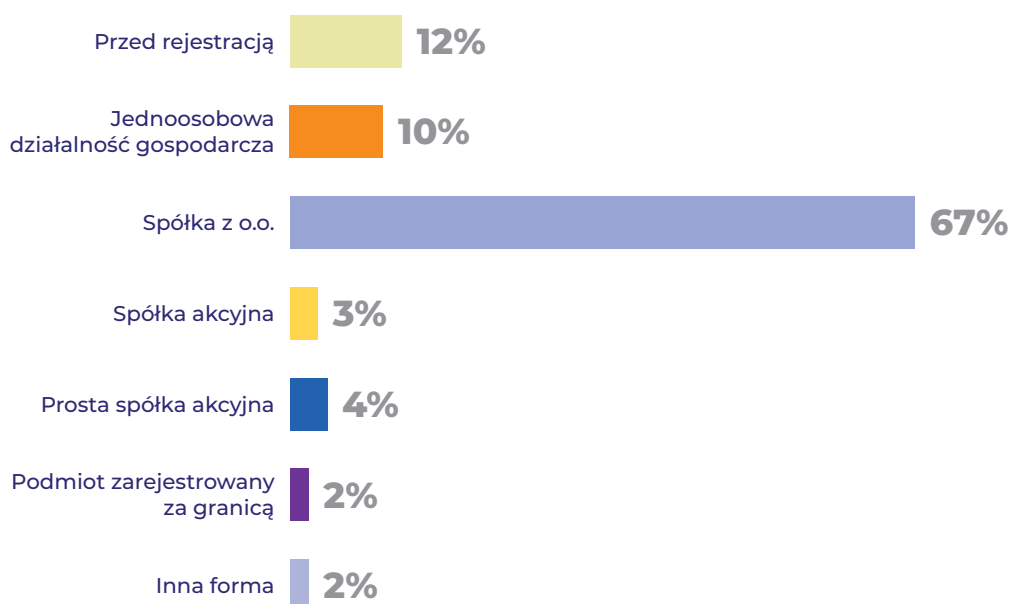
Co piąty startup biorący udział w tegorocznym badaniu Fundacji Startup Poland jest jeszcze przed rejestracją swojej działalności. Zatem spora część, bo 12 proc. na razie, porusza się raczej w obszarze planowania, myślenia koncepcyjnego, badania rynku, a nie koncentrowania się na działalności biznesowej. Skoro startup na razie nie zarabia, nie ma też potrzeby jego urzędowej rejestracji. Z kolei niewielki odsetek badanych to podmioty zarejestrowane za granicą (2 proc.), więc ich status prawny jest niezależny od polskich przepisów.

W każdym badaniu potwierdza się, że zdecydowanie najczęściej wybieraną przez polskie startupy formą działalności jest spółka z ograniczoną odpowiedzialnością – taki status prawny zadeklarowały dwa na trzy pytane podmioty (67 proc.). Z czego wynika popularność tego akurat rozwiązania? Spółka z o.o. jest stosunkowo łatwa do założenia, nie wymaga dużego kapitału zakładowego. To, co odróżnia tę formę od np. jednoosobowej działalności gospodarczej, to fakt, że w razie problemów właściciele spółki ryzykują tylko do wysokości kapitału zakładowego. W przypadku dosyć trudnych do przewidzenia rezultatów biznesowych i pewnego ryzyka wpisanego wręcz w samą istotę startupu wydaje się to wielu founderom najbardziej korzystnym wyborem. Choć jest także niemała grupa startupów działających w formule jednoosobowej działalności – na taką opcję wskazał co dziesiąty pytany.

Zdecydowanie mniej popularnym wyborem są spółki akcyjne – na taki ruch zdecydowało się tylko 3 proc. ankietowanych. Należy jednak zaznaczyć, że kolejne 4 proc. to firmy założone w ramach prostej spółki akcyjnej (PSA). Tradycyjnie rozumiana spółka akcyjna z jednej strony ułatwia funkcjonowanie startupu w wielu obszarach (np. w kontekście wspomnianego już w raporcie programu ESOP), wymaga jednak znacznie większych nakładów na start – kapitał zakładowy musi w takim przypadku wynosić co najmniej 100 tys. zł. Dla początkującego startupu to raczej suma nie do osiągnięcia, dlatego większość startupów dopiero na późniejszym etapie – po kolejnych rundach finansowania – zmienia status ze spółki z o.o. na SA – co z kolei otwiera drogę do ewentualnego giełdowego IPO.

Postulowane przez środowisko startupowe wprowadzenie tzw. prostej spółki akcyjnej (2 lipca 2021) jest próbą zwiększenia zainteresowania founderów spółkami – tu kapitał zakładowy ogranicza się jedynie do symbolicznej złotówki. Do tego dochodzi bardziej elastyczna struktura organów spółki (rada dyrektorów w miejsce zarządu i rady nadzorczej), możliwość podejmowania uchwał zdalnie, ułatwienia – tak przy zakładaniu, jak i ewentualnej likwidacji spółki. Mimo to jak na razie PSA nie zyskuje specjalnie na popularności i nie spełnia pokładanych w tym rozwiązaniu nadziei. Z czego to może wynikać? Wydaje się, że wielu founderów ma obawy przed stawianiem na nowe, nierozpoznane jeszcze dobrze rozwiązania, czując się bezpieczniej w utartej formule. Pojawiały się również opinie niektórych doradców przestrzegających founderów, że potencjalni inwestorzy mogą mniej przychylnie patrzeć na startupy działające na zasadach PSA. Być może potrzeba jeszcze czasu i zapewne odpowiednich zachęt podatkowych na osadzenie się tego typu spółek w powszechnej świadomości, a w kolejnych latach także osoby nieufnie podchodzące do tego rozwiązania przekonają się do jego zalet.

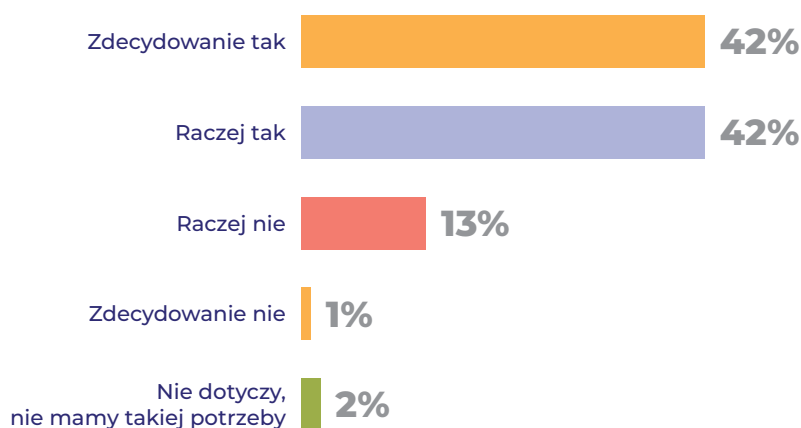
Jaki jest status prawny startupu?



5.2. Zmiany legislacyjne (źródła wiedzy o prawie; podejście do zmian; ich wpływ na biznes)

Polskie startupy, także już po rejestracji, trzymają rękę na pulsie, jeśli chodzi o zmiany legislacyjne – czy to na rynku krajowym, czy unijnym. Przeważająca większość pytanym (84 proc.) monitoruje zmiany prawne, z czego dokładnie połowa (42 proc.) wybrała odpowiedź „zdecydowanie tak”, a drugie tyle „raczej tak”. Tylko 14 proc. badanych nie śledzi zmian w prawie na bieżąco, kolejne 2 proc. wskazało, że nie widzą takiej potrzeby.

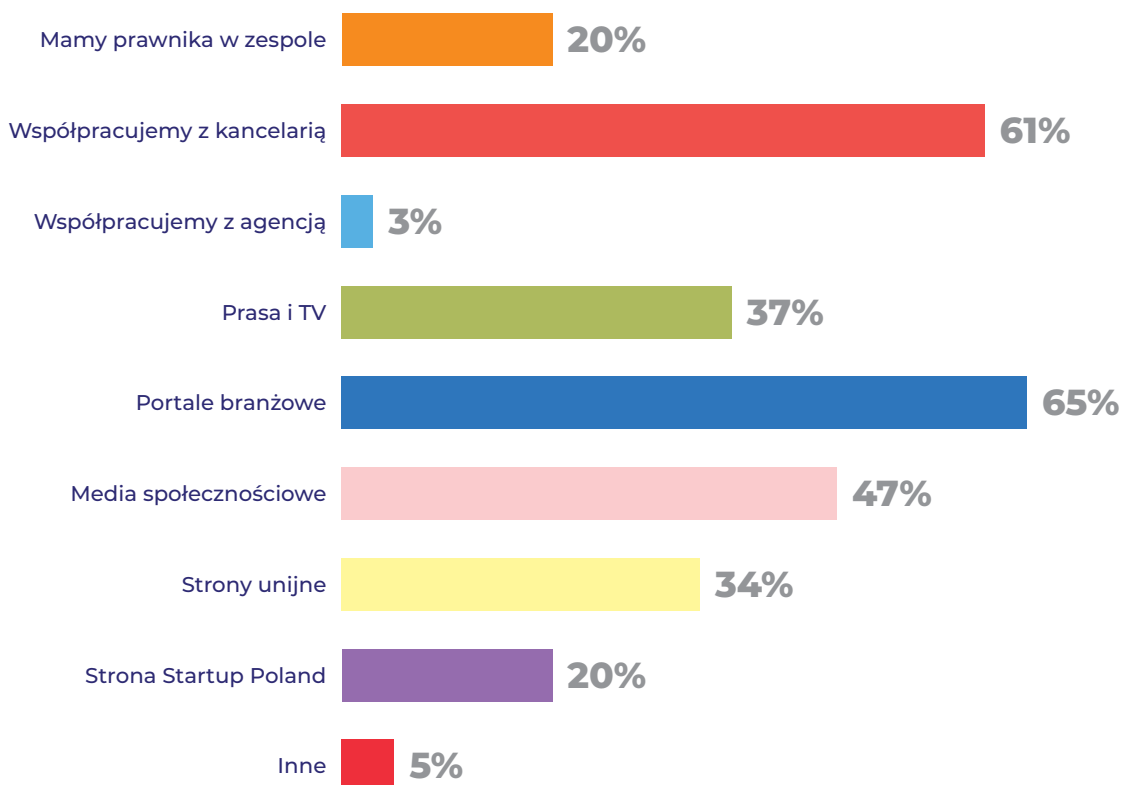
Czy monitorujecie zmiany legislacyjne na rynku polskim i UE?



Głównym źródłem wiedzy na temat zmian prawnych dla startupowców są branżowe portale – treści na nich publikowane trafiają do 65 proc. badanych. Artykuły z prasy i programy TV są źródłem wiedzy o zmianach w prawie dla 37 proc. badanych, a media społecznościowe dla 47 proc. Wiedzę bezpośrednio z oficjalnych stron unijnych czerpie co trzeci startup (34 proc.), natomiast co piąty, aby monitorować zmiany w prawie ich dotyczące, wchodzi na stronę Fundacji Startup Poland (20 proc.).

Jeśli chodzi o wsparcie prawników, to większość startupów korzysta z usług kancelarii prawnej, informującej founderów o nowo wprowadzanych przepisach i wynikających z nich obowiązkach (61 proc.). Zdecydowanie mniej (20 proc.) startupów zatrudnia prawnika jako członka zespołu. Dodatkowo 3 proc. deklaruje, że o zmianach prawnych dostaje informacje od agencji, z którą współpracuje.

Z jakich źródeł korzystacie, aby monitorować zmiany w prawie, które potencjalnie mogłyby Was dotyczyć?

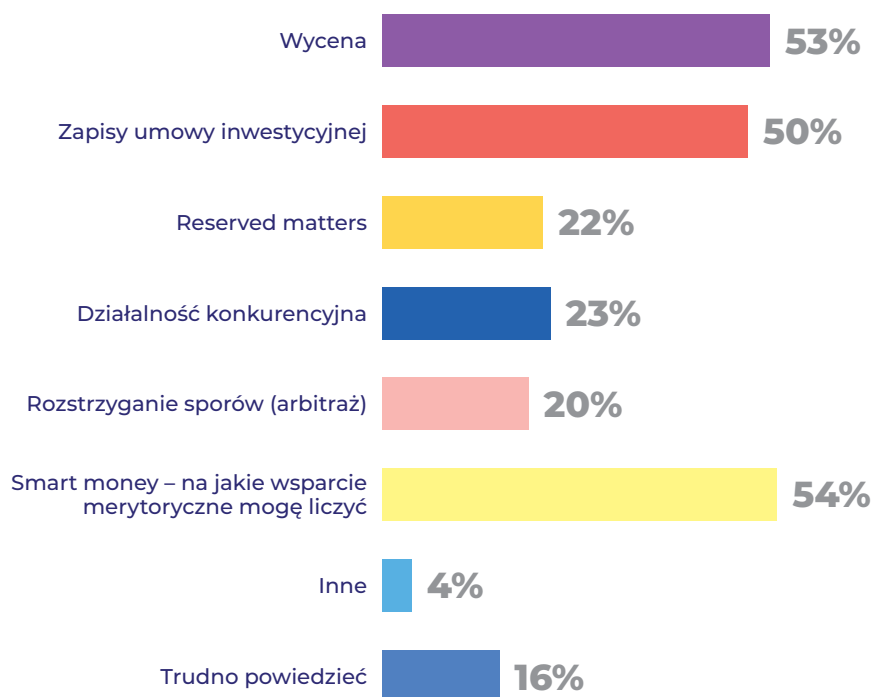


W badaniu Fundacji pojawiła się również prośba o wskazanie, w jakich obszarach startupy chciałyby pogłębić swoją aktualną wiedzę, jeśli chodzi o współpracę z funduszami VC. Największy odsetek (54 proc.) wskazał na wsparcie merytoryczne w zakresie tzw. smart money – czyli nie tylko pozyskania kapitału na rozwój, lecz także wsparcia merytorycznego, praktycznego dla rozwoju biznesu i udostępniania kontaktów.

Niemal identyczny odsetek badanych wskazał na potrzebę poszerzenia wiedzy związanej z wyceną (53 proc.), a 50 proc. w zakresie zapisów umowy inwestycyjnej.

Rzadziej wskazywano na pogłębianie wiedzy na temat działalności konkurencji (23 proc.), a 22 proc. na reversed matters, czyli podejmowanie decyzji dotyczących spółki, gdzie wymagana jest zgoda inwestora. Co piąty badany (20 proc.) chciałby dowiedzieć się więcej na temat procesów arbitrażowych (rozstrzygnięcie sporów biznesowych).

W jakich obszarach chcielibyście zgłębić wiedzę, jeśli chodzi o współpracę z funduszami VC?



Ludzie – największa bariera w prowadzeniu startupu

Dostęp do talentów, przekonanie ich, że warto dołączyć do startupu – wybrać ryzykowne przedsięwzięcie zamiast bardziej stabilnej pracy w dużej korporacji – stanowi od lat jedno z głównych wyzwań założycieli startupów. Szczególnie trudno jest na początku, kiedy nie mamy jeszcze „product-market fit”, a szanse na jego odnalezienie, a następnie zdobycie kawałka rynku nie są wysokie.

Co może nam tutaj pomóc od samego początku? Na pewno zaoferowanie udziałów lub opcji na udziały (program ESOP). To sprawia, że pracownik/menadżer dołączający do zespołu czuje, że pracuje nie tylko na sukces firmy, ale także swój jako współwłaściciel. Na rynkach dojrzałych, szczególnie amerykańskim, praktyka ESOP jest bardzo powszechna, u nas już także pojawiają się ogłoszenia o pracę w startupie z podanymi wprost warunkami objęcia udziałów.

Drugim elementem, o który warto zadbać, to budowa atrakcyjnej kultury organizacyjnej opartej na zaufaniu, otwartości i sprawczości. Budowa środowiska, w którym praca każdej osoby ma znaczenie. Niewielkie, zwinne zespoły startupowe mają w tym względzie dużą przewagę nad firmami średnimi czy korporacjami i mogą w ten sposób przyciągać osoby ceniące sobie możliwość aktywnego działania bez wielu proceduralnych ograniczeń.

Trzeci element to efektywna komunikacja możliwości szybkiego rozwoju (i awansu) wraz ze wzrostem organizacji (który jest właściwie wpisany w samą definicję startupu).

Finalnie dużo łatwiej jest także w przypadku zapewnionego źródła finansowania (i oczywiście innowacyjnego produktu rozwiązującego realny problem). A z drugiej strony dobry, doświadczony team z dobrym produktem ma też największe szanse przekonać inwestorów. Dlatego trzeba pamiętać o każdym elemencie tej triady, a pozostałe wyzwania staną się nieistotne.

Na koniec polecam słowa Ernesta Shackletona – słynnego polarnika angielskiego, który, werbując ludzi na nową ekspedycję, w krótkim ogłoszeniu prasowym użył słów: *„Men wanted for hazardous journey, small wages, bitter cold, long months of complete darkness, constant danger, safe return doubtful, HONOR AND RECOGNITION IN CASE OF SUCCESS”*.

Wszystkim startupowcom tego właśnie sukcesu gorąco życzę!

Grzegorz Borowski
Co-Founder & CEO
Infoshare



5.3. Zmiany prawne, w szczególności podatkowe, a funkcjonowanie startupów

Odpowiedzi na kolejne pytanie zadane startupom w ankiecie pokazują, że dla większości krajowych startupów dynamicznie zmieniające się prawo, czy to na europejskim, czy państwowym poziomie, jest realnym problemem w codziennym funkcjonowaniu biznesowym i wywołuje negatywne emocje. Co prawda co trzeci startup deklaruje, że reorganizacja związana ze zmianami w prawie nie stanowi większego problemu (32 proc.), a 16 proc., że wdrożenie tych zmian w firmie nie jest dla nich kłopotliwe, jednocześnie jednak negatywne opinie na temat zmian prawnych przeważają wśród respondentów. Dla 42 proc. startupów zmiany prawne bywają problemem, ponieważ często nie wiedzą one, jak je poprawnie interpretować, a niemal identyczny odsetek (41 proc.) nie wie, które ze zmian dotyczą akurat ich. Niemal jedna trzecia (31 proc.) deklaruje, że zmian jest zbyt dużo, żeby mogli nad nimi nadążyć i być z nimi na bieżąco. Więcej niż co czwarty startup wskazuje, że wprowadzane przepisy bywają ze sobą sprzeczne (26 proc.). Bardziej jednoznacznie negatywnie wypowiedziało się 20 proc. ankietowanych – w ich ocenie wszelkie zmiany utrudniają prowadzenie biznesu. Podobną, choć nieco złagodzoną, opinię deklaruje 16 proc. pytanym. Dla tej grupy wprowadzanie zmian w firmie jest kłopotliwe. Warto również podkreślić, że 13 proc. startupów odczuwa irytację, ponieważ w ich ocenie nie słucho ich głosu w konsultacjach społecznych – ergo – głosy środowiska startupowego nie przebijają się do świadomości decydentów lub są przez nich odrzucane.

Jak postrzegacie w startupie dynamicznie zmieniające się prawo na poziomie europejskim i państwowym?



Nie mniej ważne od aspektów prawnych są kwestie podatkowe. Tylko 31 proc. odnosi się do nich neutralnie, deklarując, że nie mają one wpływu na ich działalność. Pozostałe opinie są zdecydowanie negatywne, a odsetek dla poszczególnych odpowiedzi rozkłada się dosyć równomiernie. Co trzeci startup (33 proc.) uważa, że zmiany podatkowe destabilizują ich biznes oraz wymuszają na nich modyfikację dotychczasowych planów.

Tego typu zmiany dla 30 proc. pytanych oznaczają zwiększenie kosztów, ponieważ muszą oni specjalnie zatrudniać ekspertów do procesowania wymuszonych przez decydentów zmian. Więcej niż co piąty startup narzeka na to, że zmiany podatkowe uniemożliwiają im planowanie biznesowe, ponieważ nie wiedzą, kiedy i jakie kolejne zmiany będą wprowadzane.

Część ankietowanych zwraca również uwagę na to, że zmiany podatkowe mają wpływ na zatrudnienie w firmie. Niemal co czwarty uważa, że wymuszają one zmianę formy zatrudnienia pracowników, a 9 proc., że utrudniają ściąganie talentów z zagranicy.

Jak zmiany podatkowe wpływają na Twój biznes?



Stabilność regulacyjna: Podstawa zdrowego ekosystemu startupów

Przedsiębiorczość jest z definicji wysoce ryzykownym i niepewnym przedsięwzięciem. Rynki mogą się załamać, dyrektor operacyjny może odejść, może wystąpić brak dopasowania do rynku, pojawić się silna konkurencja lub brak finansowania. W tym bardzo ryzykownym środowisku regulacja nie powinna być czynnikiem ryzyka. Powinna być przewidywalnym i stabilnym fundamentem, na którym startupy mogą się rozwijać.

Możliwości przedsiębiorców są w dużym stopniu zależne od ram prawnych i regulacyjnych, w których działają. To nie przypadek, że niektóre kraje i jurysdykcje są znane jako hodowcy startupów. Jeśli przyjrzymy się im bliżej, prawie na pewno natkniemy się na środowisko regulacyjne, które jest nie tylko stabilne, ale także przyjazne startupom. Weźmy na przykład Estonię, często wymienianą jako kraj, który wykorzystał stabilność regulacyjną i tworzenie startupów. Zaawansowana infrastruktura zarządzania cyfrowego w Estonii, program e-rezydencji oraz spójna i zryczałtowana stawka podatku dochodowego od osób prawnych odegrały znaczącą rolę w jej pojawieniu się jako centrum startupów.

Obecnie przechodzimy przez okres niestabilności regulacyjnej w Unii Europejskiej. W ciągu ostatnich pięciu lat startupy w UE były świadkami lawiny regulacyjnej polityki cyfrowej, zakłócającej stabilność na wszystkich poziomach. Widzieliśmy wszystko, od regulacji platform i usług internetowych, rynków, moderacji treści, ochrony danych

i prywatności, po regulację konkurencji, opodatkowania usług cyfrowych, sztucznej inteligencji, cyberbezpieczeństwa oraz bezpieczeństwa i rozwoju sieci. Dla mniejszych graczy, dysponujących z natury mniejszymi zasobami, zjawisko to może stanowić barierę wejścia na rynek. Gdy tak się nie dzieje, powoduje to zamieszanie, ponieważ przepisy te kolidują ze sobą i nakładają się na siebie, uniemożliwiając przedsiębiorcom dostosowanie się do nich. Ta forma asymetrycznych regulacji zakłóca łańcuch wartości i podważa konkurencyjność.

Ta lawina regulacyjna wpłynie na istniejące startupy, które zbudowały swoje przedsięwzięcia, ufając innym, mniej uciążliwym ramom regulacyjnym. Być może bardziej niepokojące jest to, że nie możemy nie zadać sobie pytania o długoterminowe skutki tej lawiny regulacyjnej dla szerszego ekosystemu. W perspektywie krótkoterminowej złożoność regulacyjna zniechęca firmy do skalowania, jeśli będzie kontynuowana przez lata, ekosystemy startupów staną w obliczu wrogości regulacyjnej, zniechęcając do jakiegokolwiek formy tworzenia przedsiębiorstw.

Ponieważ wybory europejskie są tuż za rogiem, przyszli i obecni decydenci polityczni powinni zadać sobie pytanie: „Czy to prawo lub ten zestaw przepisów wzmocni innowacje i tworzenie startupów, czy wręcz przeciwnie?”. Zharmonizowane, pewne i proste ramy prawne pozwolą przedsiębiorcom startupowym wykorzystać regulacje jako platformę startową.

Inés Moreno-Alonso

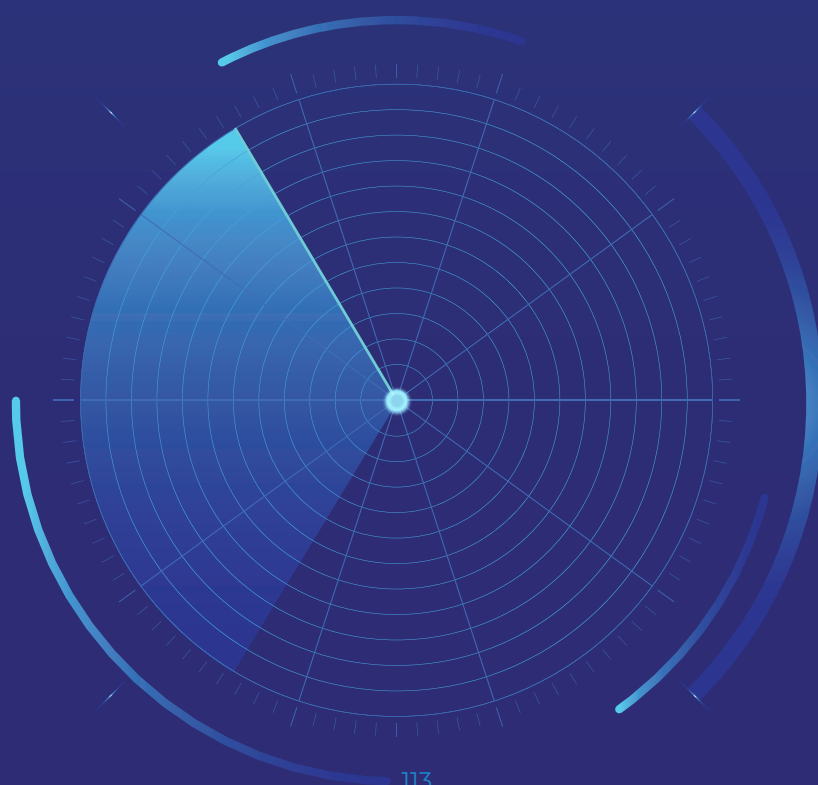
dyrektor na UE
Allied for Startups





#06

Sprzyjający ekosystem



#06

Sprzyjający ekosystem

6.1. Bariery – gdzie są i jak je przełamać?

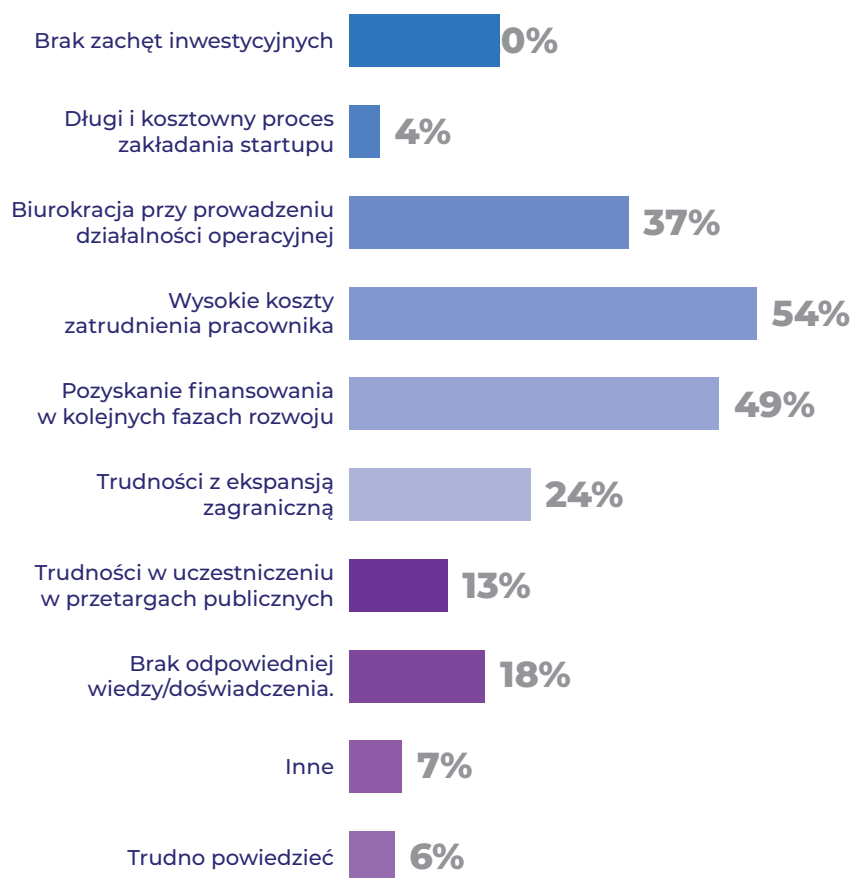
Założenie startupu i przechodzenie przez kolejne etapy jego rozwoju nie jest łatwe. Szczególnie teraz, kiedy koniunktura na rynku firm technologicznych spada, a inwestorzy coraz mniej chętnie decydują się na tego typu zaangażowanie. Jak co roku Fundacja Startup Poland zapytała startupy o najbardziej doskwierające im kwestie w prowadzeniu działalności. Obecnie kluczową barierą stały się koszty zatrudnienia pracownika – na taką odpowiedź wskazuje najwięcej, bo aż 54 proc. badanych. Nie powinno to dziwić – w dobie wciąż wysokiej inflacji presja płacowa rośnie w całej gospodarce. Nie inaczej jest w startupach. Do tego dochodzą wysokie i nadal rosnące składki ZUS, w tym w zasadzie nowy podatek, jakim jest składka zdrowotna bez możliwości jej odliczania od podatku. Wzrost kosztów zatrudniania ma więc charakter samonapędzającego się mechanizmu.

Drugą najczęściej wymienianą barierą, sygnalizowaną przez niemal co drugi startup (49 proc.), jest problem z pozyskaniem finansowania w kolejnych fazach rozwoju. Jak już szerzej pisaliśmy w rozdziale czwartym raportu, inwestorzy na całym świecie o wiele mniej chętnie sięgają do kieszeni niż jeszcze dwa lata temu. Co prawda również w poprzednich latach pytane startupy narzekały na brak finansowania, jednak obecnie sytuacja jest z pewnością znacznie trudniejsza.

Nie od dziś pojawiają się również narzekania na zbyt dużą biurokrację przy prowadzeniu działalności operacyjnej – to problem dla 37 proc. badanych. Do tego 4 proc. wskazuje na zbyt długi i kosztowny proces zakładania startupu, co do pewnego stopnia również łączy się z nadmierną biurokracją.

Dla co czwartego startupu istotną barierą blokującą rozwój są trudności w ekspansji zagranicznej (24 proc.), a co piąty uważa, że brakuje w Polsce zachęt inwestycyjnych (20 proc.). Część z nich (13 proc.) odczuwa trudności związane z uczestniczeniem w przetargach publicznych. Na brak odpowiedniej wiedzy i doświadczenia zwraca uwagę 18 proc. z nich.

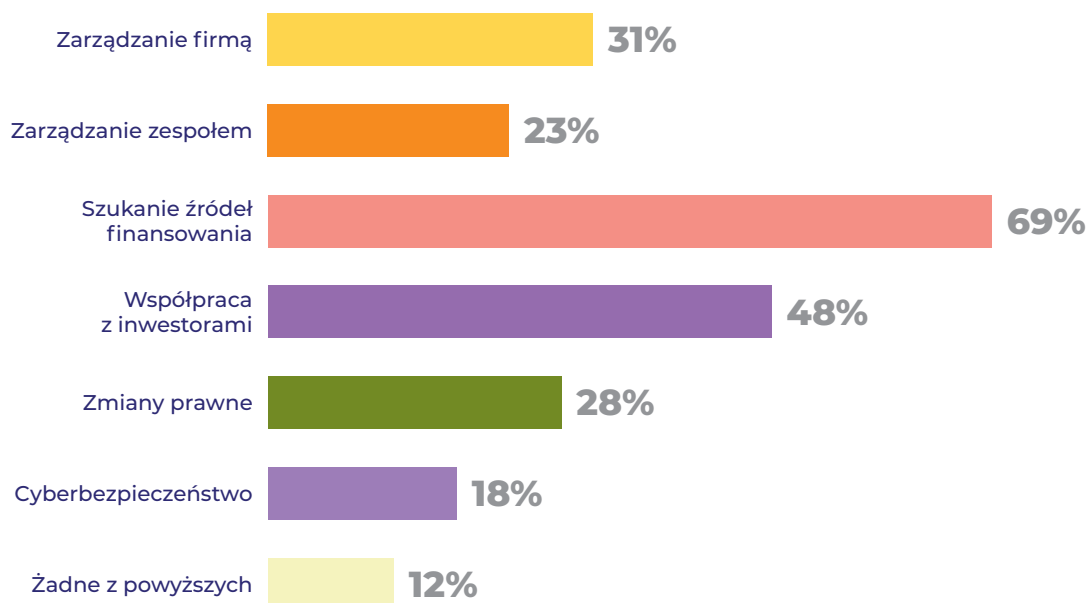
Jakie bariery działania startupu są dla Was najtrudniejsze do pokonania?



Identyfikacja barier jest ważna, jednak sama w sobie nie rozwiązuje problemów. W ankiecie Fundacji Startup Poland padło więc pytanie o to, w jakich obszarach startupy potrzebują wsparcia. I tu ponownie na czoło wysuwają się kwestie finansowania. Aż 69 proc. pytanych oczekiwałoby wsparcia w obszarze szukania źródeł finansowania, a niemal połowa (48 proc.) w zakresie współpracy z inwestorami.

Pomoc w zarządzaniu firmą byłaby przydatna dla 31 proc. startupów, a w zarządzaniu zespołem dla 23 proc. Na wskazówkach w dostosowywaniu się do wymaganych zmian prawnych zależałoby 28 proc. ankietowanych. Kwestie związane z cyberbezpieczeństwem wymagają wsparcia według 18 proc. pytanych.

W których obszarach działania startupu potrzebujesz wsparcia?



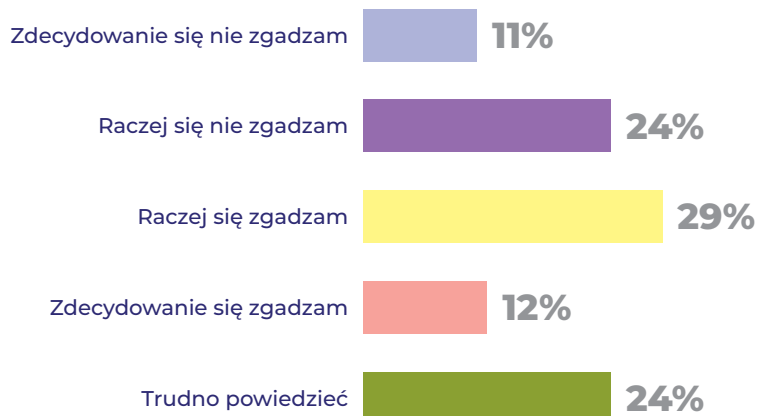
6.2. Standardy na rynku – jak się dostosować? Standaryzacja współpracy inwestor – startup

Standaryzacja współpracy na linii spółki – inwestorzy to jeden z kluczowych postulatów szeroko rozumianego środowiska startupowego w Polsce. Kwestia ta dotyczy przede wszystkim zmian legislacyjnych dotyczących startupów, ale nie tylko. Istotne jest również wypracowanie możliwie najlepszych standardów w relacjach między founderami a podmiotami sektora VC oraz aniołami biznesu.

W takim właśnie celu Fundacja Startup Poland założyła w lutym 2023 roku Portal Startup Poland Startupy, który stał się platformą wymiany doświadczeń, postulatów i dobrych praktyk między ekspertami a uczestnikami ekosystemu startupowego. Młode innowacyjne spółki mogą tam znaleźć materiały edukacyjne odpowiednie dla każdego etapu współpracy z inwestorem – przed inwestycją, w trakcie jej realizacji, jak i po exicie.

Tegoroczne badanie pokazuje, że w wielu startupach istnieje potrzeba standaryzacji współpracy z inwestorami. Z takim stwierdzeniem zgadza się 41 proc. pytanym, w tym 12 proc. odczuwa to w sposób zdecydowany. Przeciwną opinię wyraża 35 proc. uczestników ankiety, w tym 11 proc. zdecydowanie nie widzi takiej potrzeby.

Czy uważasz, że współpraca pomiędzy inwestorami a startupami powinna zostać ustandaryzowana?



Szczególnie teraz, kiedy sektor startupów złapał mocną zadyszkę, a konkurowanie o uwagę inwestorów czy ekspansja na rynki zagraniczne młodych polskich spółek stają się trudniejsze, takie uporządkowanie i ujednolicenie działań wydaje się kluczowe. Ułożenie dobrej strategii mającej za zadanie przyciągnięcie inwestora oraz w dalszej kolejności płynna i symbiotyczna współpraca z nim mogą zdecydować o sukcesie biznesowym startupu. O wadze problemu świadczy zainteresowanie problemem standardów w sektorze i zaangażowanie się w jego rozwiązanie takich podmiotów jak Google for Startups, PFR Ventures oraz InCredibles Sebastiana Kulczyka.

Czego potrzebują młode spółki w Polsce, żeby móc się prężnie rozwijać?

Jeśli chcemy być ojczyzną spółek, które śmiało mogą konkurować na rynku międzynarodowym, to przede wszystkim równie konkurencyjny powinien być dostęp do finansowania. Sytuacja na rynkach finansowych i trwająca wojna w Ukrainie nie sprzyjają pozyskiwaniu finansowania wśród zagranicznych podmiotów, zwłaszcza jest to trudne dla spółek na wczesnych etapach rozwoju. Tymczasem rodzimy pieniądź w większości nie jest przyjazny founderom. Częściowo jest to kwestia mentalności inwestora z tej części świata, a częściowo regulacji.

Uruchomienie pieniędzy, które mogłyby przyspieszyć rozwój młodych spółek i zwiększyć ich szanse na konkurowaniu z globalnymi graczami, wymaga w moim przekonaniu zmian i systemowych i mentalnych. Przez zachęty systemowe rozumiem ulgi/bonusy podatkowe dla funduszy i aniołów biznesu, które to funkcjonują w większości rozwiniętych rynków. Te narzędzia zmniejszają obawy przed inwestycją dzięki częściowemu zmniejszeniu ryzyka takich inwestycji, które – nie czarujmy się – jest naprawdę duże.

Natomiast w przypadku zmiany mentalnej to droga do pokonania jest cięższa, bo oznacza wyrównanie mentalności inwestorów rodzimych i „zachodnich”. Polskie spółki mają w ojczyźnie dostęp do pieniądza dużo droższego i dosłownie i w przenośni. Po pierwsze lwia większość inwestorów robi im kolonoskopię migdałków jeszcze przed pierwszym spotkaniem, a po drugie po bardzo długim, odciągającym spółkę od pracy procesie, oferuje inwestycje za sporo więcej equity niż inwestorzy z Europy Zachodniej, czy ze Stanów.

Jestem wielką zwolenniczką publicznego ostracyzmu. Powinniśmy głośno dzielić się wyjątkowo nieprzyjawnymi zachowaniami inwestorów z dwóch powodów. Z jednej strony na tych, którzy już siedzą w tej bańce od jakiegoś czasu ciąży obowiązek edukowania nowych startupowców, którzy dopiero ten rynek poznają. Z drugiej strony wierzę, że tylko nieuchronność kary, a nie jej wysokość, skutecznie przestrzega przed niepożądanymi zachowaniami – więc jestem przekonana, że to bardzo szybko zmniejszyłoby skalę zachowań anty-founderskich wśród inwestorów. Mówi się o tym teraz wyłącznie w kuluarach, najczęściej w obawie przed zostaniem „branżowym awanturnikiem” – albo awanturnicą, bo kobietom, których obecność w zespołach założycielskich nie jest jakimś miażdżącym trendem, łatwiej tę metkę się przypina.

Dla jasności – uwielbiam moich inwestorów. Na prawie 30 przedstawicieli funduszy i aniołów tylko jeden mi się wyjątkowo nie udał i bardzo bym chciała, żeby mnie ktoś przed nim trzy lata temu ostrzegł!)

Dorota Rymaszewska
Founder & CEO
HiPets



Stosunek polskich startupów do zmieniających się dynamicznie regulacji prawnych

Stosunek polskich startupów do zmieniających się dynamicznie regulacji prawnych jest negatywny, a ocena ta jest niezmienna od lat. Ciężko się temu dziwić, ponieważ stabilność regulacyjna i możliwość działania na wypracowywanych zasadach decyduje o komforcie prowadzenia działalności biznesowej. Co do zasady plany inwestycyjne – zarówno dużych spółek, jak i startupów – mają perspektywę kilkuletnią i trudno je realizować w obliczu ryzyka, że przepisy dotyczące podatków, działalności gospodarczej czy konkretnej branży zmieniają się w ciągu przykładowo miesiąca.

Zbyt duża dynamika zmian prawnych, zwłaszcza przygotowanych bez udziału przedstawicieli startupów i wprowadzanych szybko, bez możliwości przygotowania się do nich, oznacza brak stabilności regulacyjnej, który ma szerokie konsekwencje gospodarcze. Stabilność regulacyjna decyduje bowiem o atrakcyjności inwestycyjnej danego kraju. Dodatkowo dla startupów stabilność regulacyjna ma podwójne znaczenie: jest ona nie tylko czynnikiem gwarantującym sprawne prowadzenie biznesu w Polsce, ale też wpływa na obecność w Polsce korporacji i funduszy inwestycyjnych finansujących działalność startupów na różnych etapach rozwoju. Można zatem śmiało powiedzieć, że stosunek polskich startupów do dynamicznie zmieniających się regulacji prawnych jest podwójnie negatywny. Warto też pamiętać, że częste zmiany przepisów generują dodatkowe koszty związane z ich monitorowaniem i oceną ich stosowania w praktyce, które są bardziej odczuwalne dla młodych spółek technologicznych niż dużych korporacji.

Startupy potrzebują stabilności regulacyjnej i o nią apelują, co potwierdza tegoroczne badanie.

O tym, że zmiany przepisów są ważne dla startupów, świadczy fakt monitorowania prawa przez prawie połowę ankietowanych. 61 procent ankietowanych korzysta w tym zakresie ze współpracy z kancelarią, co wpływa na zwiększenie wspomnianych wyżej kosztów operacyjnych prowadzenia biznesu.

Postrzeganie w startupie dynamicznie zmieniającego się prawa to dla 42 procent ankietowanych brak wiedzy, jak interpretować przepisy, dla 41 procent brak wiedzy, które ze zmienionych przepisów dotyczą ich biznesów, a według 31 procent badanych zmian jest zbyt dużo, żeby być z nimi na bieżąco. Według 26 procent ankietowanych wprowadzane przepisy są często sprzeczne, a 13 procent wyraziło zastrzeżenie o braku udziału w konsultacjach społecznych. Podnoszona przez startupy niska wartość merytoryczna nowych przepisów (ich sprzeczność, brak jasności, jaki jest ich zakres itd.) to efekt przede wszystkim braku udziału innowacyjnych przedsiębiorców technologicznych w procesie stanowienia prawa. Brak konsultacji społecznych albo krótki czas na przekazanie opinii startupów do projektu aktu prawnego, które rzadko brane są pod uwagę w ostatecznym brzmieniu przepisu, skutkuje tym, że prawo jest często nieadekwatne do potrzeb przedsiębiorców i nie oddaje dynamiki zmian technologicznych, a przecież to startupy mają tu ekspertyzę, którą warto uwzględnić przy tworzeniu regulacji.

Efektom dynamiki legislacyjnej w badanym obszarze podatkowym jest: utrudnienie pozyskania talentów z zagranicy (9% ankietowanych) będące skutkiem obowiązywania Nowego Polskiego Ładu w kilku odsłonach, zwiększenie kosztów operacyjnych z uwagi na potrzebę zatrudnienia dodatkowych ekspertów (30 procent ankietowanych), destabilizacja biznesu (33 procent ankietowanych) czy konieczność zmiany planów biznesowych (33 procent ankietowanych).

Fundacja Startup Poland wielokrotnie podkreślała, że wyraźny brak zadowolenia startupów z funkcjonowania środowiska prawnego może skutkować zamknięciem działalności, ograniczeniem wzrostu biznesu albo przeniesieniem firmy do innego kraju.

Tegoroczne wyniki ankiety dotyczące zmian prawnych potwierdzają negatywny stosunek startupów do dynamicznie zmieniających się regulacji prawnych stanowią swoisty apel środowiska startupowego do nowo powoływanych po tegorocznych wyborach parlamentarnych ministrów. Wniosek jest prosty – jeśli Polska chce zatrzymać na rynku swoje startupy i zachęcić zagraniczne do działalności na jej obszarze, przepisy prawne powinny być bardziej przewidywalne, prostsze i stabilniejsze, a także tworzone z udziałem przedstawicieli biznesu, w szczególności startupów.

Marta Pawlak
head of public policy
Startup Poland

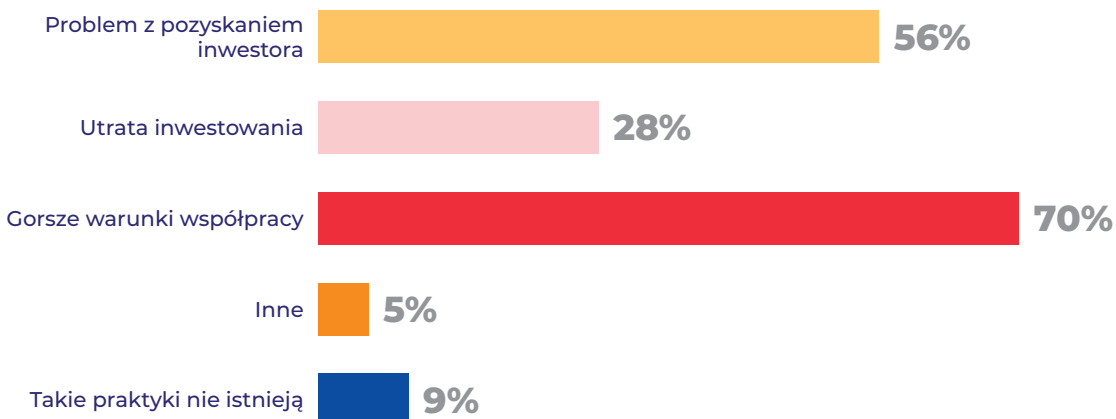


6.3. Konsekwencje nieznamomości praktyk rynkowych

Ignorantia iuris nocet (łac. nieznamomość prawa szkodzi) – ta łacińska sekwencja to jedna z podstawowych zasad prawnych, wywodząca się z prawa rzymskiego, oznaczająca, że nie można zasłaniać się nieznamomością normy prawnej. Do pewnego stopnia dotyczy ona również sektora startupów, gdzie zmiany legislacyjne to często istotny problem dla bieżącego funkcjonowania młodych spółek na rynku (piszemy o tym szerzej w rozdziale piątym raportu). Brak znajomości norm prawnych prowadzi siłą rzeczy do ich nieprzestrzegania. Podobnie jest z dobrymi praktykami rynkowymi (opartymi często na rozwiązaniach prawnych).

Startupy biorące udział w badaniu zostały poproszone o wskazanie, jakie są ich zdaniem konsekwencje nieznamomości, a co za tym idzie nieprzestrzegania powszechnie funkcjonujących dobrych praktyk rynkowych. Zdecydowana większość (70 proc.) wyraża opinię, że brak tego typu wiedzy przekłada się bezpośrednio na gorsze warunki współpracy (w domyśle na linii startup – inwestor). Na problem z pozyskaniem inwestora wskazuje więcej niż co drugi badany (56 proc.). Utrata inwestowania to z kolei możliwy scenariusz dla 28 proc. startupów. Jedynie 9 proc. pytanych uważa, że tego typu dobre praktyki po prostu nie istnieją – czyli de facto nie obowiązują.

Jakie są według Ciebie konsekwencje nieznamomości, a co za tym idzie – nieprzestrzegania powszechnie funkcjonujących dobrych praktyk rynkowych?



6.4. Ocena relacji inwestor – startup

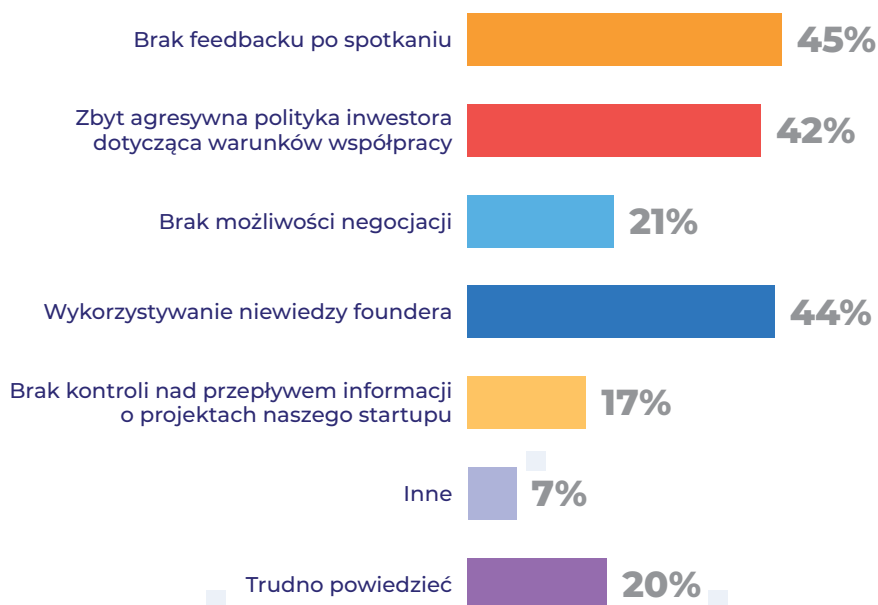
Każda współpraca biznesowa ma swoje lepsze i gorsze momenty. Nie inaczej jest w przypadku startupów i inwestorów. Zazwyczaj to inwestor ma pewną przewagę nad startupem, w końcu to on wyklada pieniądze. Oczywiście zakres wpływu inwestora na bieżącą działalność spółki bywa bardzo różny – jedni inwestorzy po prostu wykładają kapitał, nie angażując się w działania. Inni wprowadzają swoje zasady i je twardą ręką egzekwują. Pomiedzy tymi dwoma scenariuszami mamy cały wachlarz różnych modeli współpracy.

Co zatem najbardziej doskwiera founderom, jeśli chodzi o zachowania inwestorów? Najczęściej startupy narzekają na brak feedbacku po spotkaniu z inwestorem. Na taką odpowiedź wskazuje niemal co drugi startup (45 proc.). To faktycznie może być problem dla startupu szukającego inwestora – nie ma feedbacku, więc nie wiadomo, co należałoby poprawić lub zmienić, aby inwestorzy jednak byli zainteresowani kontynuowaniem rozmów z daną spółką.

Niemal identyczny odsetek badanych (44 proc.) krytykuje to, że inwestorzy wykorzystują niewiedzę foundera. Brak równości pomiędzy dwoma partnerami może prowadzić do nadużyć, a początkujący founder ma tu zazwyczaj znacznie słabszą pozycję przetargową. Łączy się z tym do pewnego stopnia kolejny wymieniany w badaniu problem – 42 proc. startupowców najbardziej razi zbyt agresywna polityka inwestora dotycząca warunków współpracy.

Twarde negocjacje są rzeczą naturalną, jednak wymagają one pewnego kompromisu między partnerami. Co piąty startup (21 proc.) bardzo negatywnie odbiera sytuację, gdy inwestor nie daje pola do żadnych negocjacji. Wśród źle ocenianych zachowań inwestorów, z którymi mieli do czynienia, founderzy wymieniają jeszcze brak kontroli nad przepływem informacji o projektach realizowanych przez ich spółkę (17 proc.).

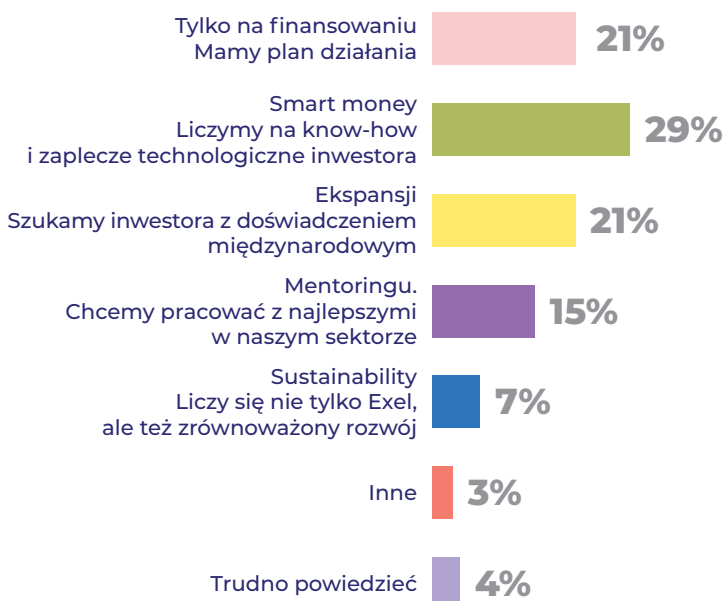
Jakie zachowania inwestorów najbardziej Was razi?



Poszukiwanie odpowiedniego inwestora jest sporym wyzwaniem. Na różnym etapie rozwoju startupy stawiają sobie w tym procesie różnorodne cele – nie tylko samo pozyskanie kapitału. Jedynie 21 proc. startupów szuka wyłącznie finansowania, ponieważ chcą realizować własny plan działania. Wśród ankietowanych startupów największa jednak część (29 proc.) deklaruje, że zależy im najbardziej na tzw. *smart money* – gdzie oprócz samego dofinansowania spółki liczą na know-how i zaplecze technologiczne inwestora. Kolejne 21 proc. ma w planach ekspansję – szuka więc inwestora z doświadczeniem międzynarodowym.

Ważną cechą inwestora oczekiwaną przez founderów jest także mentoring. Dla 15 proc. startupów istotne jest, aby współpraca oznaczała współdziałanie z najlepszymi w danym sektorze. Inni wskazują na tzw. *sustainability* (równowagę). Ich zdaniem we współpracy z inwestorami liczy się nie tylko Excel, ale także zrównoważony rozwój. Takiej odpowiedzi udzieliła 7 proc. badanych.

Na czym Wam najbardziej zależy, gdy szukacie inwestora?



Fundusz VC powinien wspierać startupy nie tylko kapitałem, ale także wiedzą, doświadczeniem i networkiem

Kapitał jest istotnym czynnikiem wspierania startupów, lecz przekazywane know-how, kompetencje oraz kontakty stanowią często kluczową wartość dla rozwoju innowacyjnych przedsiębiorstw. Pracując już od wielu lat blisko z polskimi startupami, zauważam, że nadal brakuje na rynku funduszy VC, które nie tylko dostarczą młodym biznesom potrzebny kapitał, ale także zaangażują się aktywnie w ich rozwój. Niemniej jednak, ważne jest, aby ta pomoc była wartościowa.

Vinod Khosla, założyciel Khosla Ventures, w jednym z udzielonych wywiadów stwierdził, że aż 95% funduszy VC nie dostarcza startupom żadnej wartości dodanej, a 70% nawet ma negatywny wpływ na te przedsiębiorstwa. Słynny inwestor twierdzi, że udzielanie rad startupom powinno być zarezerwowane tylko dla tych przedstawicieli VC, którzy przeszli przez ścieżkę prowadzenia własnego startupu. Tylko tacy inwestorzy są w stanie zrozumieć i dobrze doradzić przedsiębiorcom, którzy na co dzień stają w obliczu nietypowych wyzwań biznesowych.

W kontekście polskiego ekosystemu startupowego, gdzie dynamika rozwoju firm zależy również od właściwego doradztwa założycielom startupów, którzy z powodu historycznych uwarunkowań gospodarczych często mierzą się z zupełnie nowymi wyzwaniami biznesowymi, takie doradztwo nabiera zupełnie nowego wymiaru. Kapitał to tylko początek – kluczem do sukcesu jest synergia wiedzy, doświadczenia i networku.

Aleksandra Baka
Head of Competence Hubs
Marketing Manager
AIP Seed



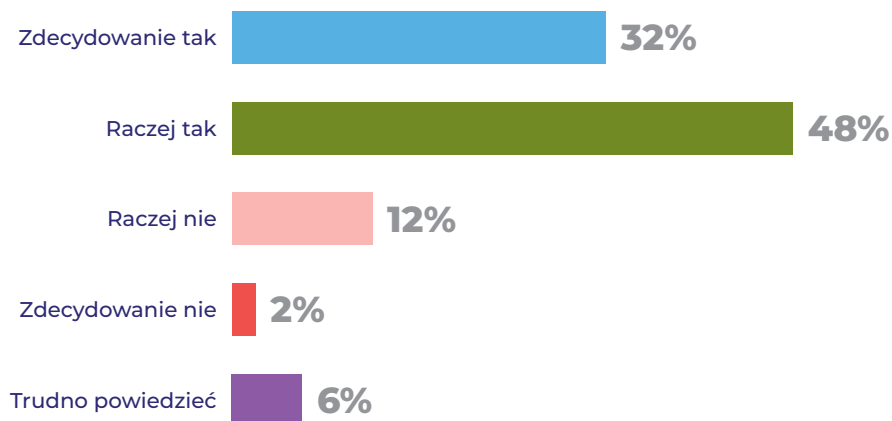
6.5. Focus na bezpieczeństwo

Z danych Cybersecurity Ventures przytoczonych przez portal Embroker.com wynika, że walka z cyberprzestępczością oznacza dla globalnego rynku poniesiony koszt w wysokości ok. 10,5 mld dol. rocznie do 2025 roku. Liczby te sukcesywnie rosną – jeszcze w 2015 roku koszty walki z cyberzagrożeniami wynosiły „tylko” 3 mld dolarów¹¹.

Ekspertcy zajmujący się tą tematyką są zgodni – liczba cyberataków na firmy wzrasta lawinowo – w szczególności na firmy małe i średnie (w tym startupy). Ataki są nie tylko częstsze, ale także bardziej zaawansowane i skuteczniejsze. Z danych Accenture¹² wynika, że aż 43 proc. cyberataków wymierzonych jest właśnie w mniejsze firmy, a jedynie 14 proc. z nich potrafi się przed nimi obronić. Konsekwencje takich zdarzeń mogą się utrzymywać jeszcze długo po ich wystąpieniu. Dla firmy oznacza to nie tylko bezpośrednie straty finansowe, lecz także możliwą odpowiedzialność prawną i straty wizerunkowe, np. wśród dotychczasowych lub przyszłych klientów.

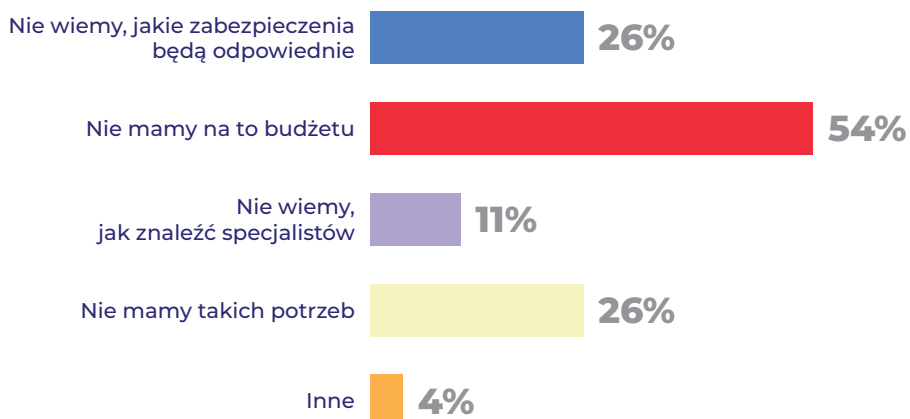
Jest to problem globalny, a zatem obecny także na naszym rynku. Z badania Fundacji Startup Poland wynika, że większość startupów posiada zabezpieczenia przed cyberatakami, choć tylko co trzeci z nich deklaruje ich skuteczność w sposób zdecydowany (32 proc.), a większość – 48 proc. – uważa, że stosowane przez ich zabezpieczenia raczej pozwalają uniknąć ataków. Tylko (lub aż) 14 proc. badanych deklaruje, że nie mają oni odpowiednich zabezpieczeń – w tym 2 proc. uważa, że zdecydowanie nie są przygotowani na potencjalny cyberatak.

Czy posiadacie odpowiednie zabezpieczenia, aby uniknąć potencjalnych cyberataków?



Wdrożenie odpowiednich zabezpieczeń nie jest jednak ani łatwe, ani tanie. Aż 53 proc. startupów nie posiada dostatecznie wysokiego budżetu, aby wdrożyć odpowiednie narzędzia chroniące przed atakiem. Jedna czwarta z kolei nie wie, jakie zabezpieczenia są dla nich odpowiednie. Więcej niż co dziesiąty pytany ma problem ze znalezieniem specjalistów w tej dziedzinie mogących ich wesprzeć w walce z cyberatakami (11 proc.).

Jakie bariery widzicie we wdrożeniu odpowiednich zabezpieczeń?



Jest jednak spora grupa firm deklarujących, że nie mają takich potrzeb (26 proc.). W tym miejscu może nasuwać się pytanie: czy naprawdę tych potrzeb nie ma, czy po prostu ankietowani nie zdają sobie sprawy z tego, że ofiarą jakiegoś typu cyberataku może stać się dosłownie każdy.

Czy polskie firmy są bezpieczne?

Nie ma chyba raportu dotyczącego cyberbezpieczeństwa, który nie wskazywałby na rosnącą liczbę cyberataków. Czasem mamy do czynienia z krótkoterminową stabilizacją, która może prowadzić zarządzających do wniosku, że ryzyko jest względnie niskie. Jednak w perspektywie długoterminowej obserwujemy raczej ewolucję metod działania cyberprzestępców w coraz bardziej wyrafinowane, co prowadzi do kolejnych cykli ataków na firmy. Skutki? Negatywny wpływ na klientów, skutki finansowe i wizerunkowe aż po prawne i regulacyjne.

Jak do zagadnienia cyberbezpieczeństwa podchodzą polskie firmy?

Nie zaskoczę, że to zależy od indywidualnego podejścia konkretnej firmy oraz tego, w jakim środowisku funkcjonuje. Na podstawie wielu lat doświadczeń z klientami widzę że podejście do tego zagadnienia najczęściej wynika z:

- wielkości danej organizacji, charakteru jej działań oraz profilu ryzyka. Warunkuje to, w jakim stopniu podstawowe procesy biznesowe zależą od technologii i jak bardzo narażone są na różnego rodzaju cyberataki;
- regulacji i wymagań prawnych, w którym realizuje swoje usługi lub dostarcza produkty. Tutaj możemy odnieść się do RODO, ale również wymogów KNF, dyrektywy NIS2/DORA odwołujących się do krytycznej infrastruktury;
- świadomości kierownictwa co do zagrożeń i potencjalnego ich wpływu na ciągłość biznesu, a także traktowania cyberbezpieczeństwa jako ryzyka strategicznego związanego z biznesem, którym należy zarządzać ciągle, a nie punktowo, co często próbuje się pokryć, „odhaczając” pentesty raz na jakiś czas dla świętego spokoju (niestety często do czasu, kiedy przydarzy się już atak i trzeba niwelować skutki, często bolesne);

- ich ekspozycji na cyberzagrożenia – inny profil ryzyka będzie miała firma realizująca swoje główne usługi poprzez internet – np. e-commerce, a inne firma, która ma linię produkcyjną;
- dojrzałości spółki – która determinuje, jakie narzędzia i rozwiązania może zastosować pod kątem technologicznym i operacyjnym.

Potrzeba zabezpieczenia może wynikać więc z wielu czynników. W szczególnym przypadku może być to zależność od przetwarzania dużych ilości danych osobowych w systemach informatycznych i związanych z tym kar regulacyjnych za niedopełnienie staranności w zabezpieczeniu tych danych. Sam fakt posiadania danych nie jest kluczowy, ale raczej to, że przykładowo firma będzie wykorzystywała systemy informatyczne do sterowania linią produkcyjną lub wsparcia działań logistycznych (np. system przetwarzający informację zarządczą). Taka firma powinna rozważyć scenariusze ataku na taki system i zrozumieć potencjalne skutki, jeśli te elementy nie będą działały przez określony czas, bo np. podczas ataku hakerzy zablokują dostęp do tych systemów (co w praktyce oznacza zatrzymanie działalności biznesowej).

Startupy (ale też wiele dojrzałych firm, które weszły na ścieżkę dynamicznego rozwoju czy transformacji) bardzo często skupiają się na procesach sprzedaży i wytwarzania produktu lub usługi. Cyberbezpieczeństwo dla startupów na wczesnym etapie często jest mniej istotne – gdyż skutki potencjalnego ataku są małe i ryzyko cyberataku lub incydentów jest akceptowalne.

Zmienia się to jednak, gdyż wraz z rozwojem produktu może się okazać, że, pomijając wymogi regulacyjne i prawne docelowego rynku, konieczne jest zabezpieczenie organizacji – np. z uwagi na zwiększenie ekspozycji produktu i zainteresowanie grup przestępczych technologią, danymi, co przekłada się na widoczne zwiększenie ataków ukierunkowanych na organizację i jej pracowników. W kolejnym przypadku może być to potrzeba zademonstrowania przed klientami lub partnerami biznesowymi podstawowej higieny, która upewni ich, że dana usługa czy produkt będą odporne na cyberatak (który kiedyś nieuchronnie się wydarzy), dzięki czemu potencjalne skutki materializacji takiego ataku będą miały minimalny wpływ na kontrahentów. Przy takim stopniu dojrzałości partnerzy mogą prosić o dowody spełnienia wymogów określonych standardów rynkowych w zakresie cyberbezpieczeństwa (SOC2, ISO, NIST, itd.).

Główne problemy, z którymi mierzą się organizacje (szczególnie te mniejsze lub te „nieregulowane”) w adaptacji środków bezpieczeństwa to:

- brak świadomości cyberbezpieczeństwa i jego roli w procesach biznesowych – traktowanie problemu jako tematu dla personelu IT (problem technologiczny często sprowadzany do realizowanego raz w roku testu penetracyjnego);
- brak zasobów, które mogłyby wykonać założenia przyjętej strategii – często spółka nie ma wewnętrznej wiedzy na ten temat, więc posiłkuje się dostawcą IT w celu określenia potrzeb, który sprowadza problem cyber do instalacji zabezpieczeń stacji roboczych;

- i w końcu brak odpowiedniego budżetu i wiedzy do ustanowienia podstawowych elementów ochrony cyberbezpieczeństwa adekwatnego do etapu życia, dojrzałości i ekspozycji organizacji na zagrożenia.

Te problemy powodują, że mamy często do czynienia z jednorazowym podejściem do cyberbezpieczeństwa (po incydencie otwiera się okno zainteresowania tematem, ale tylko na chwilę, bo zaraz wracamy do „normalności”). Przez to temat cyberbezpieczeństwa jest sprowadzany do jednorazowego testu penetracyjnego lub wytworzenia stosu dokumentów i procedur, aby wypełnić wymogi zgodności z określonym standardem. Nie muszę chyba przekonywać, że takie podejście nie zapewnia ciągłej ochrony, ale jest jedynie sposobem na to, aby móc cokolwiek przedstawić jako dowód na to, że „przecież mamy ochronę przed cyberatakami”.

Młodym firmom i projektom biznesowym warto polecić odniesienie się do podstawowych standardów higieny w tym zakresie (przykładem może być podejście <https://www.cisecurity.org/>). Wyznaczenie osoby/osób, które mogłyby zinwentaryzować posiadane zasoby i określić metody i zabezpieczenia, wdrożyć je i monitorować (np. zasoby w chmurze, aplikacja web, stacje końcowe). Absolutnym minimum jest stosowanie umów i klauzul o zachowanie poufności, dbanie o produkt w kontekście właściwej architektury (security, pracy by design), a także zabezpieczenie swojego produktu: skanowanie kodu pod kątem znanych podatności (i ich łatanie), „podnoszenie” wersji bibliotek, od których zależy nasz produkt, czy np. wymuszenie uwierzytelnienia wieloskładnikowego w połączeniach do repozytorium kodu, chmury i innych rozwiązań. Inne dobre praktyki to dbanie o uprawnienia dostępu do danych, takie jak usuwanie kont byłych pracowników czy zabezpieczenie danych przy ich dzieleniu się (np. z inwestorami lub innymi partnerami).

Marcin Ludwiszewski

lider i expert ds. cyberbezpieczeństwa,
współzałożyciel IStrike.io



Jesteśmy przekonani, że startupy to przyszłość polskiego rynku kapitałowego

W tym roku GK GPW SA przyjęła nową strategię na lata 2023-2027, która przewiduje dalszą realizację projektów oddziałujących na polski ekosystem startupowy. Nowy dokument potwierdza tylko, że Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie jest przekonana o tym, że startupy to przyszłość polskiego rynku kapitałowego. Zaledwie dwa miesiące temu zorganizowaliśmy największe w historii Giełdy wydarzenie w obszarze ekosystemu startupowego – GPW Venture Network Day. W wydarzeniu uczestniczyło ponad 1000 osób, w tym ponad 20 akceleratorów, 40 funduszy VC, 50 aniołów biznesu, 260 przedstawicieli startupów, 247 przedstawicieli biznesu w szczególności przedstawicieli Emitentów GPW, a to tylko wybrane liczby, które potwierdzają, że współpraca z ekosystemem startupowym to dobry kierunek obrany w ostatnich latach przez zarząd naszej spółki. GPW Venture Network Day zostało oficjalnym wydarzeniem ambasadorskim dla największego tego rodzaju wydarzenia w Europie – Viva Technology. Tego dnia zapowiedzieliśmy również realizację nowego projektu strategicznego GPW Venture Network, który ma na celu wspomaganie startupów w pokonywaniu pojawiających się przed nimi barier.

Jak wynika z najnowszego badania przeprowadzonego przez Fundację Startup Poland polskie startupy zdecydowanie częściej kierują swoją ofertę do dużych firm. Powyższe pozycjonowanie się startupów, w mojej ocenie, widać również w zakresie obszarów, w których ich przedstawiciele chcą podnosić swoje kompetencje. Wśród pracowników startupów korzystających ze szkoleń najbardziej popularne były te z obszaru marketingu i sprzedaży. Drugi obszar, który zwrócił moją uwagę to identyfikacja barier, a największymi barierami, z którymi zmagają się polskie startupy są finansowanie, czy współpraca z inwestorami. Zestawiając to z zeszłorocznym badaniem fundacji Startup Poland pt. „Luki w ekosystemie startupowym”, w którym wspólnie zidentyfikowaliśmy cztery główne bariery rozwoju wskazywane przez founderów tj. pozyskiwanie finansowania, brak dostępu do współpracy z rozwiniętymi firmami, brak sieci networkingowej i niedostateczne możliwości współpracy z ekspertami, mamy bardzo dokładny przegląd sytuacji na polskim rynku oraz oczekiwań, w których obszarach startupy potrzebują wsparcia.

Jak zauważają autorzy, inwestorzy na całym świecie o wiele mniej chętnie sięgają do kieszeni, niż jeszcze dwa lata temu. Dlatego w obecnym momencie jeszcze ważniejsze niż do tej pory stają się różnego rodzaju formy wsparcia dla tego sektora. W kontekście tych wyzwań, Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie podejmuje konkretne działania, aby odpowiedzieć na potrzeby rynku. W najbliższym czasie inicjatywa GPW Venture Network poszerzy naszą ofertę w zakresie dotarcia do przedsiębiorstw na każdym etapie rozwoju, skupiając takie podmioty jak startupy, akceleratory, fundusze VC, czy anioły biznesu. Uważamy, że nasza inicjatywa pomoże wykorzystać synergię płynącą ze współpracy startupów z liderami – kluczowymi podmiotami w danej branży. Mamy na celu nie tylko wsparcie startupów w realizowaniu celów finansowych, ale także stworzenie przestrzeni do networkingu oraz wymiany doświadczeń, co jest istotne dla kreacji nowych kierunków rozwoju polskiego ekosystemu. Dzięki takiemu podejściu inwestorzy w postaci funduszy VC oraz aniołów biznesu będą mogli skutecznie wspomóc rozwój projektów, które zostały pozytywnie zweryfikowane przez rynek, tym samym zwiększając szanse na wzrost podaży tzw. jednoróżców na polskim rynku kapitałowym oraz szanse na uzyskanie wyższego zwrotu z dokonywanych inwestycji.

Jak wspominałem, realizujemy szereg projektów mających wpływ na ten sektor gospodarki, dlatego korzystając z okazji, poprosiłem Piotra Gębale – Prezesa GPW Ventures o podzielenie się opinią na temat aktualnej sytuacji w jego obszarze działalności. „Po wielu miesiącach przygotowań i analizy ruszył projekt KOWR Ventures – wspólne przedsięwzięcie GPW oraz KOWR. Projekt stanowi uzupełnienie wachlarza systemowych narzędzi wsparcia oferowanych przez Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi, skupiający się na innowacyjnych rozwiązaniach technologicznych, produktowych, procesowych i marketingowych, funkcjonujących w szeroko pojętym obszarze rolnictwa lub w sektorze rolno – spożywczym. KOWR Ventures działa jako fundusz venture capital oferujący inwestycje kapitałowe w MŚP z tzw. polskim pierwiastkiem. Docelowo może zasilić dynamiczne firmy, które oferują lub będą oferowały produkty, usługi, technologie lub rozwiązania dla tych sektorów – z naciskiem na „agricultural

technology”. Projekt został przygotowany z uwzględnieniem głównych wyzwań stojących przed nowoczesnym rolnictwem XXI wieku w oparciu o najlepsze międzynarodowe standardy i praktyki sektora VC, przez zespół menedżerów mających ponad 20 letnie doświadczenie w inwestycjach kapitałowych typu VC/PE (odpowiedzialnych m.in. za zbudowanie od podstaw i zarządzanie pierwszym w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej funduszem-funduszy VC – Krajowym Funduszem Kapitałowym o aktywach ponad 200 mln euro.”

W dzisiejszym dynamicznym otoczeniu biznesowym, rozwijanie innowacji i tworzenie nowych rozwiązań staje się kluczowym czynnikiem sukcesu. Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie nie tylko jest tego świadoma, ale także działa aktywnie, aby wspierać ten proces w Polsce, współpracując z różnymi podmiotami na rynku startupów. Dążymy do tworzenia innowacyjnych projektów i kształtowania przyszłości rynku, a jednocześnie otwieramy drzwi dla wszystkich, którzy chcą dołączyć do naszego ekosystemu innowacji. Naszym celem jest wspólnie tworzyć przyszłość, wykorzystując potencjał otwartości na innowacje.

Ignacy Bobruk

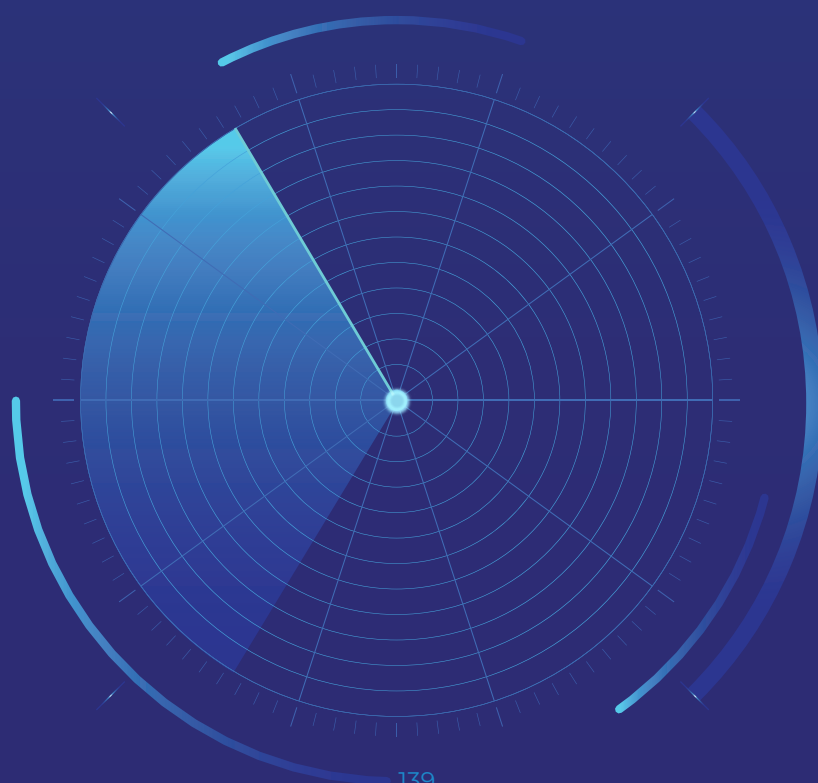
MBA

Head of GPW Venture Network



#07

Konkurencyjność i możliwości dalszego rozwoju



#07

Konkurencyjność i możliwości dalszego rozwoju

7.1. Konkurencyjność – jak bardzo jest istotna?

Z definicji istotą startupu jest innowacja. Zupełnie nowe pomysły, zastosowania – podejście do rozwiązań, na które nikt wcześniej nie wpadł – to jedna z przyczyn, dla których founderzy chcą rozwijać, a później komercjalizować swój biznes. Inni wybierają alternatywną ścieżkę – działając w konkretnym segmencie, nie chcą rozpoczynać technologicznej rewolucji, mają jednak pomysł na siebie, widzą niszę wartą eksploracji. Dostrzegają długofalowe trendy i chcą wskoczyć na wzrastającą falę. Nie mogą jednak być pewni, że inni równocześnie nie skorzystają z takiej możliwości.

Warto w tym miejscu zaznaczyć, że – szczególnie w przypadku startupów – nie wszystko da się zabezpieczyć przed skopiowaniem, a konkurencja nie śpi. O ile patenty mogą chronić dane rozwiązanie techniczne, o tyle nie obowiązują one w przypadku oprogramowania, a to dla wielu startupów podstawa ich biznesu.

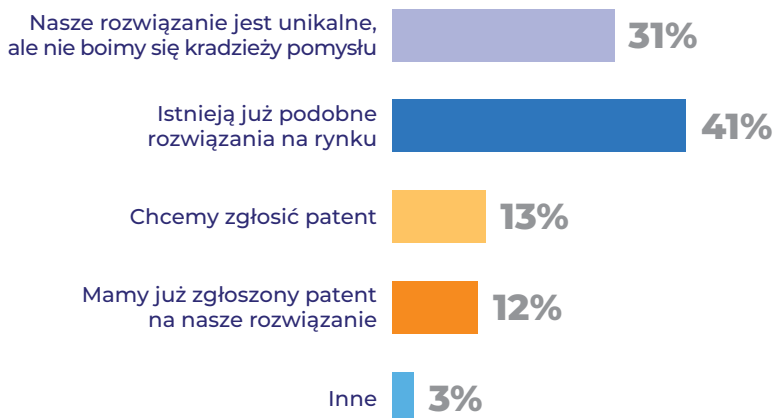
Dlatego też albo dane rozwiązanie musi być trudne do skopiowania, albo dana nisza lub segment rynku muszą być na tyle pojemne, że „miejsca przy stole” starcza dla wszystkich. Inwestorzy natomiast nie poszukują biznesowego Świętego Graala, ale sensownie rozwijającej się spółki, umożliwiającej stabilny wzrost, z perspektywą odpowiedniego zwrotu z inwestycji w momencie exitu.

W badaniu Startup Poland młode spółki prezentują bardzo różnorodne podejście do kwestii ochrony swoich pomysłów. Największa część z nich, jak się okazuje, wcale nie tworzy unikatowej technologii – wybierają i rozwijają narzędzia już istniejące na rynku.

Takiej odpowiedzi udzieliło 41 proc. pytanym. Istnieje także pokaźna grupa startupów deklarujących, że ich rozwiązanie jest na tyle wyjątkowe, że nie boją się kradzieży ich pomysłu (31 proc.).

Są jednak i takie startupy, które chcą lub czują się zmuszone do zapewnienia sobie ochrony patentowej. Już zgłoszony patent dla swojego rozwiązania deklaruje 12 proc. badanych, a kolejne 13 proc. nosi się z zamiarem zgłoszenia patentu.

Jak podchodzicie do ochrony samego pomysłu na startup?



Badanie pokazuje również, że polskie startupy czują na plecach oddech konkurencji, choć nie jest ona dla większości z nich dużym problemem. Dla 38 proc. rodzima konkurencja jest na tyle niewielka, że nie muszą się nią martwić, natomiast aż 35 proc. deklaruje, że oferują unikatowe rozwiązanie na polskim rynku i nie mają tu żadnej konkurencji.

Takich podmiotów, które mierzą się z konkurencją na średnim poziomie, co oznacza jednak, że muszą przeznaczać część wydawanych środków na wyróżnienie się na krajowym rynku, jest 21 proc. Z kolei dla 5 proc. firm silna konkurencja jest realnym problemem i bardzo trudno jest im się przebić z ofertą.

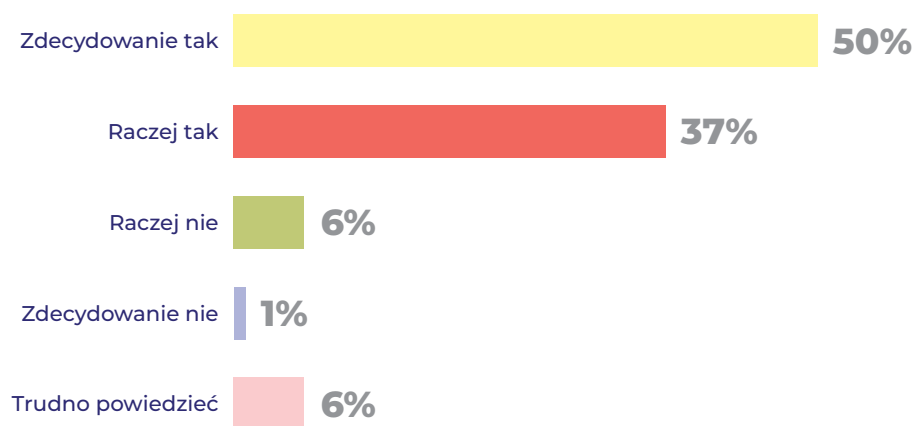
Czy istnieje konkurencja dla Waszego rozwiązania na rynku polskim?



Konkurowanie ze startupami w kraju to jedno, czym innym jednak jest walka z konkurentami z zagranicy lub na zagranicznym podwórku. Startupy podejmujące rękawicę na arenie międzynarodowej muszą jeszcze bardziej liczyć na wiedzę, unikalność narzędzia i zadbać o jakiś wyróżnik, który nie tylko ułatwi im walkę o klienta zagranicznego, ale również o kapitał od inwestorów. Z pewnością odczuwane obecnie duże spowolnienie na globalnym rynku startupów znacząco takie ruchy utrudnia.

Z badania wynika jednak, że zdecydowana większość startupów ma (a przynajmniej deklaruje, że ma) odpowiednią wiedzę i narzędzia, aby konkurować z zagranicznymi firmami – takiej odpowiedzi udzieliło aż 87 proc. ankietowanych. Takich podmiotów, które na tę chwilę nie czują, że są w stanie podjąć to wyzwanie, jest 11 proc.

Czy macie wiedzę i narzędzia, aby konkurować z zagranicznymi rozwiązaniami?



Ostatni czas przyniósł zmiany powodujące, że spółki technologiczne mogą zacząć martwić się nie tylko działaniami bezpośredniej konkurencji, ale także nową technologią wkraczającą z impetem w nasze życie. Pojawienie się pod koniec ubiegłego roku ChatGPT, a następnie kolejnych, dla wielu rewolucyjnych, rozwiązań sztucznej inteligencji wywołało niemały popłoch w wielu środowiskach. Jedni poczuli zagrożenie, inni dostrzegli zupełnie nowe szanse. Trudno jednak jeszcze na tym etapie stwierdzić, czy zwiększające się możliwości rozwiązań AI to zmiana na lepsze czy przepis na katastrofę.

W przypadku startupów, czyli spółek, których rozwiązania w dużej mierze bazują na algorytmach sztucznej inteligencji, na razie większość nie widzi dla siebie zagrożenia. Aż 77 proc. pytanym uważa optymistycznie, że AI stanowi dla nich wsparcie i nigdy nie zdoła zastąpić rozwijanego przez nie rozwiązania. Inni wciąż się wahają, wyczekując – 14 proc. uczestników badania odpowiada, że jeszcze nie wiedzą, czy AI jest dla nich groźne. Takich, którzy dostrzegają zagrożenie, deklarując wprost, że AI będzie w stanie w całości realizować ich usługę, jest w tej chwili 3 proc.

Czy AI zagraża Twojemu biznesowi?

Tak. Świadczymy usługę, która być może wkrótce będzie w całości realizowana przez sztuczną inteligencję

3%

Nie. AI stanowi dla nas wsparcie, natomiast nigdy nie będzie w stanie całkowicie zastąpić naszego rozwiązania

77%

Nie wiem. Czas pokaże

14%

Inne

6%

Fokus na konkurencję ważniejszy niż idealny produkt

Konkurencja jest nieodłącznym elementem biznesowego krajobrazu, a dla startupów stanowi jedno z największych wyzwań, ale też szans. W świecie, gdzie innowacja jest codziennością, zrozumienie konkurencji i jej skuteczne wykorzystanie w strategii firmy jest kluczem do trwałego sukcesu.

W początkowej fazie startupy często koncentrują się na walidacji swojego pomysłu i pozyskiwaniu pierwszych klientów. W tej burzliwej fazie analiza konkurencji bywa czasem niedoceniana. Niemniej pomijanie tej kwestii może prowadzić do błędów strategicznych, takich jak niewłaściwe pozycjonowanie produktu czy błędne ustalanie pricingu.

Z punktu widzenia inwestora coraz rzadziej spotykamy się z sytuacją, w której startupy mają przeświadczenie o tym, że ich produkt jest tak innowacyjny, że nie ma dla niego konkurencji. Natomiast bardzo często temat jest traktowany nadal zbyt powierzchownie. A w tym obszarze startupy w rozmowach z VC powinny być świetnie przygotowane, patrząc nie tylko na bezpośrednią konkurencję w najbliższym otoczeniu, ale przede wszystkim na perspektywę klienta i problemów które rozwiązuje dany produkt czy usługa. Analiza konkurencji to również wiele składowych – od przewag konkurencyjnych, geografii, alternatyw, po bariery wejścia, a co najważniejsze to bardzo dynamicznie zmieniający się krajobraz – utrata koncentracji na otoczeniu może kosztować czasami dużo więcej niż niedopracowanie własnego produktu czy usługi.

Konkurencja to nie tylko zagrożenia – bardzo często to również szansa. Z jednej strony konkurencja może stymulować rozwój, wymuszając na startupach ciągle innowacje i doskonalenie swoich produktów, z drugiej to też szansa na naukę i podpatrywanie tego, co działa lub nie działa. W skrajnym przypadku to również wiedza, kogo kupić lub przez kogo być kupionym...

Na przestrzeni ostatnich lat można zauważyć, że polskie startupy coraz odważniej myślą o globalnym rynku, a więc i ewentualnym starciu z często silniejszą konkurencją. Natomiast z pewnością większy nacisk na analizę konkurencji (również tej, która upadła) byłby korzystny dla skutecznego wyznaczania strategii działania.

Jacek Ostrowski
partner zarządzający
Simpact Ventures

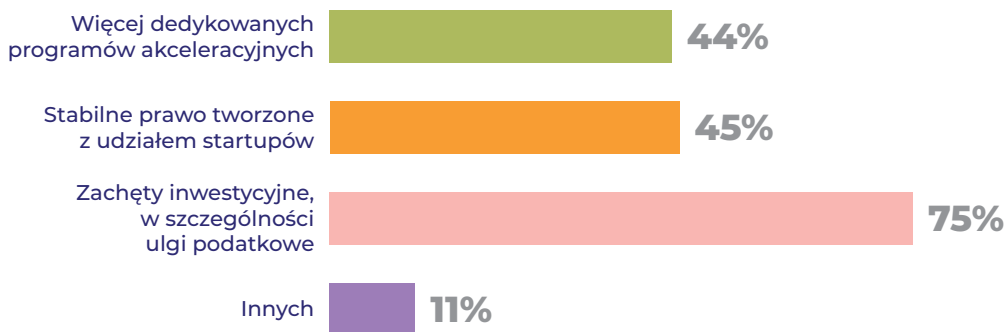


7.2. Jakie zmiany na poziomie krajowym są niezbędne do przyspieszenia rozwoju?

W obecnym, trudnym dla startupów, momencie jeszcze ważniejsze niż do tej pory stają się różnego rodzaju formy wsparcia dla tego sektora. Startupy zapytane w badaniu o to, jakich zmian potrzebują, aby ich spółka mogła się szybciej rozwijać, odpowiadają jednoznacznie – to przede wszystkim państwo musi się zaangażować w realizację konkretnych zadań, aby ułatwić funkcjonowanie młodych firm technologicznych, których ewentualny sukces przyniesie korzyści całej polskiej gospodarce.

Zdaniem ankietowanych wsparcie to powinno przede wszystkim oznaczać zachęty inwestycyjne, a w szczególności ulgi podatkowe. Na taką odpowiedź wskazuje aż 75 proc. ankietowanych. Nieco mniej niż co drugi badany za kluczowe uznaje stabilne prawo – co ważne – tworzone z udziałem startupów. Niemal taki sam odsetek oczekuje większej liczby programów akcelerycyjnych wspierających ich dalszy rozwój.

Jakich zmian na poziomie krajowym potrzebujecie, aby Wasz startup mógł się szybciej rozwijać?



Wzmacnianie europejskiego ekosystemu startupów

Dynamiczny ekosystem startupów ma kluczowe znaczenie dla rozwoju udanych przedsięwzięć biznesowych, oferując grunt pod rozwój, innowacje i sukces. Istotą takiego ekosystemu jest jego zdolność do zwiększania szans na sukces startupu i jego ewolucję w dojrzały, zrównoważony biznes. Wspieranie tego środowiska wymaga jasnego zrozumienia jego podstawowych atrybutów.

Sojusz na rzecz synchronizacji wysiłków europejskich

Wzmocnienie europejskiej sieci startupów nie jest odosobnionym przedsięwzięciem, ale częścią wspólnej misji, wymagającej udziału wszystkich krajów Unii Europejskiej (UE). Utworzenie ESNA – Europe Startup Nations Alliance stanowiło krok w kierunku realizacji celu, jakim jest umieszczenie Europy w awangardzie globalnych innowacji startupowych.

Strategiczne cele ESNA obejmują identyfikację najlepszych praktyk w zakresie polityki przyjaznej startupom, zacieśnianie współpracy między krajami, promowanie technologii i innowacji. ESNA stanowi jednolity front mający na celu przyspieszenie potencjału przedsiębiorczości w Europie i wspieranie konkurencyjnego ekosystemu startupów poprzez wdrożenie następujących ośmiu standardów:

1. Szybkie tworzenie startupów i płynne wejście na rynek
2. Przyciąganie i zatrzymywanie talentów
3. Korzystna polityka opcji na akcje
4. Innowacje w zakresie regulacji
5. Innowacje w zamówieniach publicznych
6. Dostęp do finansowania
7. Zaangażowanie w integrację społeczną, różnorodność i wartości demokratyczne
8. Przede wszystkim cyfryzacja

Zaangażowanie Startup Poland

W 2023 roku Startup Poland przyjął tę wizję, dołączając do ESNA, sygnalizując swoje zaangażowanie w pielęgnowanie rozwijającej się sceny startupowej. Polska scena startupowa, w której działa ponad 5000 startupów, jest bogata i zróżnicowana, a większość firm działa w sektorze B2B i w przeważającej mierze finansuje się samodzielnie. Ten młody, ale solidny ekosystem jest przykładem potencjału i energii niezbędnej do konkurowania na arenie międzynarodowej.

Witalność ekosystemu startupów nie może być podtrzymywana wyłącznie przez ducha przedsiębiorczości. Ogromnie ważna jest konstruktywna współpraca między startupami, inwestorami, środowiskiem akademickim i rządem. Podjęte przez Polskę zobowiązanie do współpracy stanowi podstawę dla silniejszego, wzajemnie połączonego europejskiego ekosystemu startupów.

Przyszłość współpracy w Europie

Droga do wzmocnienia pozycji Europy w globalnym krajobrazie startupów jest wybrukowana wspólnymi wysiłkami jej państw członkowskich. W miarę jak ESNA i kraje uczestniczące, takie jak Polska, jednoczą się w ramach wspólnych standardów i wizji, Europa jest na dobrej drodze do osiągnięcia solidnego, innowacyjnego i konkurencyjnego środowiska biznesowego.

Synergia różnorodnych europejskich mocnych stron sprzyja transformacji ekosystemu, podkreślając siłę jedności w różnorodności. W miarę jak każdy kraj przyczynia się do realizacji tego wspólnego celu, globalny wpływ europejskiego ekosystemu startupów stale rośnie.

Arthur Jordão
dyrektor zarządzający
ESNA Europe Startup Nations Alliance



Podsumowanie

Tegoroczna edycja raportu ukazuje się w bardzo specyficznym momencie. Sytuacja gospodarcza i polityczna jest bardzo niepewna, a co za tym idzie podejmowanie konkretnych, strategicznych decyzji jest utrudnione i często odkładane w czasie. Z badania przeprowadzonego na potrzeby naszego raportu wyłania się nieco bardziej skomplikowany obraz, niż to miało miejsce w latach poprzednich. O ile podstawowe problemy sygnalizowane przez startupy są w zasadzie niezmiennie – chodzi przede wszystkim o trudności z pozyskaniem finansowania, zbyt dużą zmienność prawa i nie zawsze korzystne zmiany legislacyjne, nadmierną biurokrację, zaostrzającą się konkurencją o pracownika – to obecnie wydają się one jeszcze bardziej dotkliwe. W szczególności jeśli chodzi o ten pierwszy, finansowy aspekt. Strumień pieniędzy od inwestorów jest znacznie węższy niż w latach ubiegłych, a bez zastrzyku kapitału, polskie startupy nie mają szans się rozwijać, finalizować kolejnych rund i skalować swojego biznesu.

Skoro zatem nie ma na razie szans na zmianę nastawienia inwestorów i na większy napływ kapitału do spółek, tym bardziej istotne wydają się wszystkie pozostałe aspekty, na które możemy mieć wpływ. Szczególnie teraz, kiedy jesteśmy na progu nowych rządów w Polsce, warto nowej władzy postawić pytanie o to, czy rozwój sektora innowacji będzie dla niej priorytetem i czy istnieją już jakieś plany mające na celu nie tylko zachowanie status quo, ale wzmocnienie sektora startupów – np. na poziomie programów wsparcia finansowanego z budżetu lub z unijnych programów. Z pewnością prawdopodobna poprawa relacji na linii polski rząd – Bruksela są tu istotnym czynnikiem, a zapowiadane uwolnienie środków z Krajowego Planu Obudowy może być tu kluczową zmianą i szansą na odbicie niekorzystnego trendu. Powinniśmy więc jako całe środowisko startupowe trzymać rękę na pulsie, aby uwolnione unijne środki możliwie szybko wsparły polskie innowacje.

Na środki te trzeba jednak będzie poczekać. Tym bardziej istotne jest zatem, aby możliwe szybko, uwzględniając głos samych startupów, zająć się zmianami w obszarze legislacyjnym. Płynące z naszego raportu wnioski pokazują, jaka jest optymalna ścieżka poprawy sytuacji w sektorze. Zachęty inwestycyjne, dalsze upraszczanie zasad zakładania firmy i prowadzenia bieżącej działalności, ograniczenie biurokracji, programy wsparcia dla ekspansji zagranicznej czy łatwiejszy dostęp do uczestnictwa w przetargach publicznych – to tylko kilka pierwszych pozycji wymagających zmian w opinii środowiska startupowego.

Dlaczego jest to tak ważne? Z jakiego powodu to państwo miałoby w specjalny sposób pochyłać się akurat nad tym, a nie innym sektorem rynku? Odpowiedź jest jasna, choć dla niektórych może być zaskakująca. W naszej ocenie sektor innowacji jest sektorem strategicznym. O ile sektory surowcowy, rolny, energetyczny są przez wszystkich uznawane za kluczowe dla interesu państwa, to w przypadku startupów opinie nie są już tak jednoznaczne. Tymczasem prężnie działający sektor innowacji, a jego zasadniczą częścią są przecież startupy, stanowi poważne wsparcie dla odporności ekonomicznej kraju. Im startupy mają lepszy klimat do funkcjonowania, a decydenci odpowiedzialni za zmiany legislacyjne częściej wsłuchują się w głos startupów oraz całego ekosystemu, tym silniejsza i bardziej niezależna jest gospodarka. Innowacje mogą przełożyć się na niezależność na poziomie międzynarodowym.

Z jednej strony, naszym obowiązkiem jako Fundacji Startup Poland jest przekazywanie naszych postulatów i uświadamianie decydentom, jaka jest rola innowacji w nowoczesnej rynkowej gospodarce. Nie możemy jednak wymagać działania w tej kwestii wyłącznie od innych. To samo środowisko startupów musi zakasać rękawy i udowodnić swoją skuteczność, pokazując optymistyczną perspektywę na przyszłość, nawet jeśli jest ona niepewna. To, co powinno cieszyć, to że nawet w obliczu zawirowań niemal całe środowisko startupów potrafi się zjednoczyć i mówić jednym głosem. Tylko w taki sposób możemy działać skutecznie. Niniejszy raport jest na to dowodem. Tak liczne grono osób i podmiotów zaangażowanych w jego powstanie pokazuje, że startupy rozumieją, że wspólny głos jest istotny. Mamy nadzieję, że w kolejnych, z pewnością niełatwych miesiącach, uda się osiągnąć na tym polu jeszcze więcej.

Metodologia

Raport „Polskie Startupy” został opracowany po raz dziewiąty. Poprzednie edycje dostępne są do pobrania na stronie www.startuppoland.org. Każda kolejna edycja opiera się na większej niż poprzednio liczbie ankietowanych w badaniu. Cały czas wzrasta zainteresowanie startupów udziałem w tym przedsięwzięciu i rośnie świadomość founderów, że wspólny głos całego środowiska stanowi o jego sile i może przekładać się na konkretne rozwiązania wspierające ten sektor w Polsce.

Na potrzeby raportu opracowano i przeprowadzono ankietę online za pomocą narzędzia SurveyLab. Raport z wynikami ankiety był tworzony automatycznie, w czasie rzeczywistym. Badanie przeprowadzone zostało w okresie 4 lipca – 4 września 2023 roku. Udało nam się dotrzeć do 4841 opiniodawców. Wśród ankietowanych zdecydowaną większość stanowili founderzy startupów, przy niewielkim udziale osób zatrudnionych w startupach, niebędących founderami. Dobór ankietowanych podmiotów był losowy, bez wskazania na preferowane cechy startupu, takie jak branża, faza rozwoju, skala biznesu, wielkość firmy czy liczba zatrudnionych. Odpowiedzi udzielone przez podmioty funkcjonujące na rynku dłużej niż 10 lat nie były uwzględniane.

Przypisy

¹ www.failory.com/blog/startup-failure-rate 155 str

² www.firma.rp.pl/start-up/art17071231-sentione-to-polski-startup-z-19-mln--zl-dotacji-na-chatboty#error=login_required&state=42c6eb36-4aaa-4871-8d41-da22b-ba693e2

³ www.cleantechforeurope.com/publications/cleantech-q2-briefing-2023

⁴ www.statista.com/outlook/hmo/medical-technology/worldwide

⁵ www.gov.pl/web/rpp/raport-top-disruptors-in-healthcare-2023

⁶ www.psik.org.pl/images/Dane-i-raporty/Raporty/Women-In-PEVC-Report_November-2021.pdf

⁷ Raporty IDC i Pitchbook z 2022 roku

⁸ www.kadry.infor.pl/kadry/hrm/szkolenia_i_rozwoj/5428666,Kompetencje-naj-chetniej-zdobywane-w-Polsce.html

⁹ www.news.crunchbase.com/venture/vc-funding-falling-report-data-q-2-2023-global/ 83

¹⁰ www.business2community.com/statistics/startup-statistics

¹¹ www.embroker.com/blog/cyber-attack-statistics/

¹² www.global.download.synology.com/download/www-res/solutions/2022/pl_cybersecurity_report_2022.pdf

Badanie do raportu
Polskie Startupy 2023
powstało
dzięki uprzejmości
SurveyLab



SurveyLab
ONLINE SURVEYS

Partnerzy

Google for Startups



Bank Polski

 PFR Ventures



Co-funded by the
European Union



ISBN 978-83-968029-2-7



9 788396 802927

