



**STARTUPY  
W POLSCE**

---

**RAPORT 2019**

---

## **Raport Startupy w Polsce 2019**

Raport został opracowany na podstawie danych z badania GEM za lata 2017–2018.

Autor raportu: Melania Nieć

© Copyright by Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości

ISBN: 978-83-7633-414-1

Wersja elektroniczna

Publikacja dostępna również na stronie internetowej

[www.parp.gov.pl](http://www.parp.gov.pl)

<https://www.parp.gov.pl/badania>

Warszawa 2019

Opracowanie graficzno-techniczne:

[www.ccp.com.pl](http://www.ccp.com.pl)



# Spis treści

Startupy w Polsce – kluczowe wnioski .....	4
Wstęp i założenia metodologiczne .....	6
Kto tworzy startupy w Polsce? .....	9
Przyczyny powstawania startupów .....	15
Funkcjonowanie i rozwój startupów .....	18
Otoczenie firmy – konkurencyjność .....	21
Innowacyjność i finansowanie działalności .....	22
Działalność międzynarodowa .....	26
Z kim współpracują młode firmy? .....	27
Bariery powstawania i rozwoju młodych firm .....	29
Czynniki hamujące powstawanie nowych firm .....	32
Uwarunkowania powstawania i funkcjonowania startupów – ocena ekspercka .....	34
Podsumowanie .....	37

# Startupy w Polsce

## – kluczowe wnioski

Zaprezentowany w niniejszym raporcie obraz startupów w Polsce jest efektem podejścia, jakie przyjęto w celu identyfikacji grupy osób angażujących się w działalność biznesową. Podejście to wykorzystuje model procesu przedsiębiorczości wykorzystywany w międzynarodowym projekcie badawczym *Global Entrepreneurship Monitor*. Zgodnie z nim przez reprezentatywne badanie dorosłej populacji monitorowane są poszczególne fazy aktywności przedsiębiorczej mieszkańców danego kraju – od zamierzeń, poprzez założenie firmy, aż do wycofania się z jej prowadzenia – jak również czynniki związane z otoczeniem tych osób.

Definicja startupu została określona następująco – startup to podmiot reprezentowany w badaniu przez osobę będącą na etapie zakładania firmy lub prowadzącą ją przez okres do 3,5 roku i wykorzystującą do wytwarzania swoich produktów/usług technologie/metody pracy dostępne na rynku nie dłużej niż 5 lat.

W celu rozpoznania problematyki startupów w Polsce w 2017 r. i w 2018 r. przeprowadzono na zlecenie PARP reprezentatywne ogólnopolskie badania ilościowe, którymi objęto co najmniej 8 tys. dorosłych (w wieku 18–64 lat) mieszkańców w każdym roku (w sumie ponad 16 tys. dorosłych). Wśród respondentów zidentyfikowano 1131 dorosłych osób (7%) będących w fazie zakładania lub prowadzenia firmy nie dłużej niż 3,5 roku, dalej nazywanych młodymi firmami. W tej grupie 162 osoby to dorośli, którzy wykorzystują w swojej działalności nowe technologie, czyli prowadzą działalność o charakterze startupu. Pozostałe 969 osób stosuje starsze technologie/metody pracy (dostępne na rynku dłużej niż 5 lat).



Jak pokazują wyniki badania przeciętny właściciel startupu to 38 letni mężczyzna z wyższym wykształceniem, z czteroosobowej rodziny, który ma ciekawy pomysł na biznes i chce wykorzystać doświadczenie zdobyte w dotychczasowej pracy. Jego głównym motywem podjęcia działalności biznesowej jest chęć uzyskania niezależności i zwiększenia dochodów osobistych.



Na rozwój swojego startupu wykorzystuje przede wszystkim środki własne, choć korzysta również z innych źródeł finansowania. Jego przedsięwzięcie biznesowe jest na etapie wchodzenia na rynek bądź umacniania pozycji rynkowej. W odniesieniu do konkurencji przeciętny startupowiec postrzega się jako podmiot, który ma unikalne przewagi i potencjał wzrostu, a jego produkt czy usługa są relatywnie nowe na rynku (oceniane przez niektórych klientów jako dotychczas nieznanne). Trudno powiedzieć, że typowy startupowiec to osoba działająca w konkretnej branży. Obszary działalności startupów są zróżnicowane, najczęściej są związane z usługami, ochroną zdrowia i edukacją.

Współpraca nie jest jego mocną stroną. Jeśli współpracuje, to przede wszystkim z innym przedsiębiorstwem (np. w ramach wspólnego projektu) oraz dużymi przedsiębiorstwami.

Typowy startupowiec jest gotowy na działalność międzynarodową, ale obecnie korzyści finansowe czerpie głównie ze sprzedaży produktów lub usług klientom w kraju. Przychody z zagranicy stanowią znikomy udział w przychodach ogółem jego firmy.

Utrudnieniem w działalności biznesowej są według niego kwestie związane z podatkami, biurokracją i prawem pracy.

# Wstęp i założenia metodologiczne

W Polsce nie prowadzi się reprezentatywnych badań, które mogłyby określić liczbę i sytuację polskich startupów. Wynika to m.in. z trudności określenia populacji startupów i dotarcia do nich. Niemniej badania startupów w Polsce są prowadzone m.in. przez takie podmioty, jak Startup Poland (w 2018 r. na próbie celowej 1101 podmiotów technologicznych określających się jako startupy IT/ICT) czy przez Deloitte (*Diagnoza ekosystemu Startupów w Polsce*).

Według raportu „Startup Poland 2016” w 2016 r w bazie Fundacji Startup Poland było 2,7 tys. startupów<sup>1</sup>. Z jednej strony jest to wartość niedoszacowana z powodu zastosowanej metody zbierania danych oraz ograniczenia się wyłącznie do gospodarki cyfrowej. Z drugiej strony w największych i najprężniejszych startupowych ekosystemach na świecie szacuje się następujące liczby startupów: Dolina Krzemowa (12,7–15,6 tys.), Nowy York (6,3–7,8 tys.), Londyn (4,3–5,9 tys.), Pekin (4,8–7,2 tys.), Tel Aviv (2,2–2,7 tys.) czy Berlin (1,8–2,4 tys.).<sup>2</sup> Biorąc pod uwagę powyższe dane na temat liczby startupów w lokalnych ekosystemach, można przyjąć, że wartość ta w ekosystemie centralnej Polski (z głównymi miastami Warszawą i Łodzią) znajduje się w przedziale 3–6 tys. firm w zależności od przyjętej definicji startupu.

Badanie startupów przeprowadzone przez PARP w 2017 r. i w 2018 r. jest kontynuacją podejścia do zdefiniowania startupów przyjętego w 2015 r. przez prof. Przemysława Zbierowskiego z Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach – członka polskiego zespołu reprezentującego wraz z PARP nasz kraj w projekcie GEM. Wówczas po raz pierwszy, oprócz podstawowej analizy przedsiębiorczości wśród dorosłych Polaków, przeprowadzono analizę przedsiębiorstw typu startup. Podstawę tej analizy stanowiły firmy we wczesnym stadium rozwoju (do 3,5 roku), o których dane pozyskano w ramach badania GEM w latach 2013–2015. Firmy te podzielono na dwie grupy – startupy (których było 148) i pozostałe (421). Cechą odróżniającą grupę startupów była deklaracja wykorzystywania w prowadzonej działalności technologii lub metody pracy dostępnej na rynku maksymalnie do 5 lat.

Trudności w zebraniu wystarczającej próbki startupów w ramach jednego roku skłoniły PARP do zwiększenia zwyczajowej w badaniu GEM próby badawczej w 2017 r. z 2000 osób

<sup>1</sup> Raport *Polskie Startupy 2016*, s. 8.

<sup>2</sup> *Global Startup Ecosystem Report 2017, Startup Genome*.

do 8000 dorosłych w celu zwiększenia prawdopodobieństwa, że w próbie znajdzie się wystarczająco, ze względu na możliwości analizy i wnioskowania, osób zaangażowanych w działalność typu startup.

## Założenia metodologiczne

Spośród 8043 dorosłych (w wieku 18–64 lat) objętych badaniem w 2017 r. oraz 8000 w 2018 r., wyodrębniono populację osób zaangażowanych w zakładanie działalności gospodarczej lub prowadzenie nowej firmy nie dłużej niż 3,5 roku. Wyboru tego dokonano przy wykorzystaniu wskaźnika TEA<sup>3</sup>, który obejmuje:

- preprzedsiębiorców, czyli osoby, które są w trakcie zakładania firmy lub we wczesnej fazie jej funkcjonowania, w której okres wypłacania właścicielom wynagrodzeń/płatności nie przekracza 3 miesięcy;
- nowych przedsiębiorców, którzy założyli firmę i funkcjonują na rynku nie krócej niż 3 miesiące i nie dłużej niż 42 miesiące (do 3,5 roku) i wypłacają przez ten czas wynagrodzenia.

W ten sposób wybrano grupę 1131 dorosłych, tj. 7% badanej próby (łącznie z badaniami 2017 r. i 2018 r.). Zbiór ten stanowił podstawę do charakterystyki działalności typu startup.

## Definicja działalności typu startup

Do analizy zostało przyjęte, że **startupy** to osoby będące na etapie zakładania firmy lub działające na rynku do 3,5 roku, które w swojej działalności stosują nowe technologie (tj. technologie i metody pracy, które są dostępne na rynku maksymalnie od 5 lat).

Takie podejście wynika z założenia, że startupy dzięki przewadze technologicznej mają potencjał szybkiego wzrostu. Startupy w niniejszym raporcie są porównywane do pozostałych osób zakładających lub prowadzących firmy do 3,5 roku, które stosują starsze technologie (technologie lub metody pracy dostępne na rynku od ponad 5 lat).

---

<sup>3</sup> TEA – *Total Earlystage Entrepreneurial Activity* – wskaźnik tworzony w badaniach GEM, który odnosi się do ludności w wieku produkcyjnym zaangażowanej w zakładanie działalności gospodarczej lub prowadzenie nowej firmy działającej przez okres do 3,5 roku.

Takie podejście definicyjne w kontekście technologii czy metod pracy przy jednoczesnym ograniczeniu funkcjonowania firmy do 3,5 roku określa nam dwie grupy podmiotów. W ramach tych grup prowadzono analizę. Dla uproszczenia w dalszej części raportu będziemy je określać mianem startupy oraz pozostałe młode firmy.

**Tabela 1.** Podstawowa charakterystyka badanej grupy (osoby prowadzące firmy nie dłużej niż 3,5 roku – młode firmy)

Grupa firm	Częstość 2017	2017
Młode firmy wykorzystujące najnowsze technologie (do roku lub do 5 lat) – <b>startupy</b>	113	15,9%
Młode firmy wykorzystujące starsze technologie (ponad 5 lat) – <b>pozostałe młode firmy</b>	599	84,1%
Ogółem – młode firmy	712	100%

Grupa firm	Częstość 2018	2018
Młode firmy wykorzystujące najnowsze technologie (do roku lub do 5 lat) – <b>startupy</b>	49	11,7%
Młode firmy wykorzystujące starsze technologie (ponad 5 lat) – <b>pozostałe młode firmy</b>	370	88,3%
Ogółem – młode firmy	419	100%

Grupa firm	Razem częstość 2017 i 2018	Razem 2017 i 2018
Młode firmy wykorzystujące najnowsze technologie (do roku lub do 5 lat) – <b>startupy</b>	162	14%
Młode firmy wykorzystujące starsze technologie (ponad 5 lat) – <b>pozostałe młode firmy</b>	969	86%
Ogółem – młode firmy	1131	100%

Źródło: opracowanie własne.

Wśród 16 043 tys. respondentów zidentyfikowano 162 (14%) osoby prowadzące działalność gospodarczą typu startup oraz 969 (86%) pozostałych młodych firm. Warto zauważyć, że są w tym 22 firmy stosujące technologię dostępną na rynku dopiero od roku, co oznacza średnio co 7 firmę wśród startupów (tj. 13,6% liczby firm typu startup).



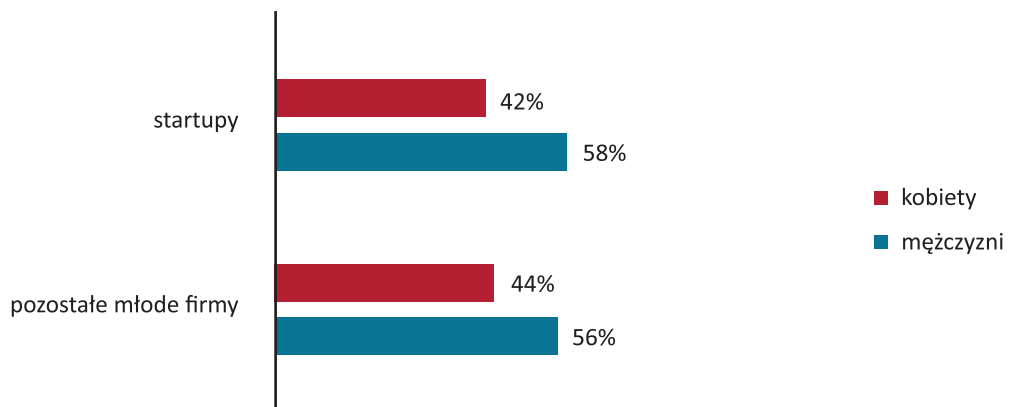
# Kto tworzy startupy w Polsce?

Podstawowe charakterystyki dorosłych zaangażowanych w zakładanie lub prowadzenie nowej działalności nie dłużej niż 3,5 roku.

## Płeć

Wśród osób dorosłych zaangażowanych we wczesną działalność przedsiębiorczą większość stanowią mężczyźni, kobiety rzadziej prowadzą tego typu działalność.

**Wykres 1.** Płeć właścicieli startupów i pozostałych młodych firm (%)



Źródło: opracowanie własne, pozostałe (M) N = 546, pozostałe (K) N = 423, startupy (M) N = 94, startupy (K) N=68.

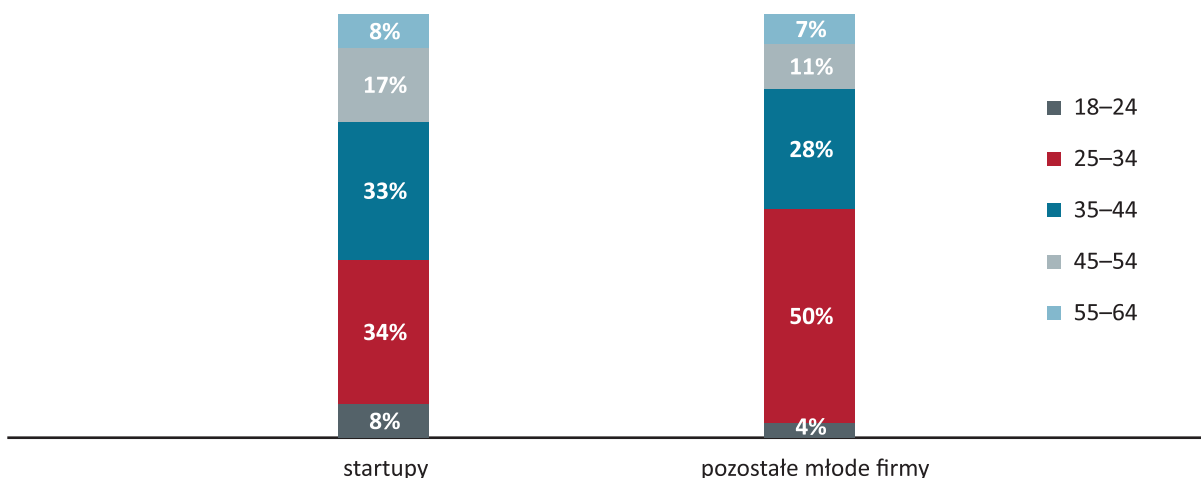
Wśród właścicieli startupów kobiety stanowią 42%, natomiast wśród pozostałych firm – 44%. Mężczyźni wydają się przeważać w przedsięwzięciach typu startup, aczkolwiek wyniki w ramach niniejszego badania wypadają dużo korzystniej z punktu widzenia zaangażowania kobiet niż w badaniu Startup Poland 2017, w którym udział kobiet zaangażowanych w taką działalność wynosił 29%. Wyniki aktywności według płci znacznie się więc różnią, ale wskazują na tę samą prawidłowość. Przewagę mężczyzn wśród startupów można tłumaczyć wykorzystywaną technologią, ponieważ mężczyźni częściej niż kobiety są absolwentami

kierunków technicznych<sup>4</sup> i w efekcie liczniej angażują się zawodowo w działalność związaną z technologiami. Zainteresowanie kobiet kierunkami technicznymi jest niższe, ale z roku na rok wzrasta, m.in. dzięki dedykowanym programom jak „Dziewczyny na Politechniki”<sup>5</sup>, czy „IT for She”<sup>6</sup>.

## Wiek

Jak pokazuje wykres 2 startupy dominują wśród najmłodszych osób zaangażowanych w prowadzenie działalności gospodarczej, przeważają także, jeśli chodzi o osoby w wieku 35–54 lat zaangażowane w we własny biznes. Jedynie w grupie osób w wieku 25–34 lat zdecydowanie więcej jest właścicieli pozostałych młodych firm niż startupów.

**Wykres 2.** Wiek właścicieli startupów i pozostałych młodych firm (%)



Źródło: opracowanie własne, pozostałe N=834, startupy N=145.

<sup>4</sup> Według Raportu „Kobiety na Politechniki” w roku akademickim 2018/2019 udział kobiet stanowił 36% ogólnej liczby studentów na politechnikach. Systematycznie zwiększa się też procentowy udział kobiet wśród studentów kierunków informatycznych. Na tych kierunkach studiuje obecnie ponad 12 tys. kobiet (12 155 to o 814 kobiet więcej niż w roku akademickim 2017/2018), co stanowi 14,6% ogólnej liczby studentów kierunków IT na wyższych uczelniach.

<sup>5</sup> <https://www.pw.edu.pl/Kandydaci/Aktualnosci/Dziewczyny-na-Politechniki-2017>  
<http://www.dziewczynynapolitechniki.pl/idea>

<sup>6</sup> „IT for She” – program fundacji edukacyjnej „Perspektywy” uznany za najlepszy program na rzecz cyfrowych umiejętności kobiet na *European Digital Skills Award 2017*.

Mężczyźni w porównaniu z kobietami częściej decydują się na podejmowanie działalności przedsiębiorczej, choć średnia wieku kobiet zaangażowanych we wczesną działalność gospodarczą (do 3,5 roku) jest niższa niż mężczyzn (36,3 lat vs. 37,3). Rozkwit zaangażowania w różne formy biznesowe – zarówno wśród płci żeńskiej, jak i męskiej – przypada na wiek 25–34 oraz 35–44 lat.

**Tabela 2.** Średnia i mediana wieku osób zaangażowanych w zakładanie lub prowadzenie działalności do 3,5 roku ze względu na płeć

Płeć	Startupy średnia / mediana wieku	Pozostałe młode firmy średnia / mediana wieku	Ogółem średnia / mediana wieku
Mężczyźni	38,2 / 36,5	37,1 / 34	37,3 / 35
Kobiety	39,2 / 37	35,8 / 34	36,3 / 34
Razem	38,6 / 37	36,6 / 34	36,9 / 34

Źródło: opracowanie własne; pozostałe N = 834, startupy N = 145.

Średnia wieku właścicieli startupów to 38,6 lat, a dla pozostałych młodych firm – 36,6. Różnica między tymi grupami jest niewielka. Mediana<sup>7</sup> wieku obu tych grup kształtuje się na nieco niższym poziomie – startupy – 37 lat, pozostałe młode firmy – 34 lata.

**Tabela 3.** Odsetek właścicieli startupów i pozostałych firm w poszczególnych kategoriach wiekowych

Płeć	Wiek	Startupy (razem 2017–2018)	Pozostałe młode firmy (razem 2017–2018)
Mężczyźni	18–24	1%	3%
Mężczyźni	25–34	5%	42%
Mężczyźni	35–44	5%	23%
Mężczyźni	45–54	2%	10%
Mężczyźni	55–64	1%	8%
Mężczyźni	Ogółem	15%	85%

<sup>7</sup> Medianę można inaczej nazwać wartością środkową. Jej zaletą jest to, że jest niezależna od wartości skrajnych.

Płeć	Wiek	Startupy (razem 2017–2018)	Pozostałe młode firmy (razem 2017–2018)
Kobiety	18–24	1%	3%
Kobiety	25–34	5%	45%
Kobiety	35–44	5%	26%
Kobiety	45–54	3%	9%
Kobiety	55–64	1%	4%
Kobiety	Ogółem	14%	86%

Źródło: opracowanie własne; pozostałe N = 834, startupy N = 145.

Powszechna opinia, że startupy tworzą zwykle młodzi ludzie, nie zawsze znajduje potwierdzenie w wynikach badań. W Izraelu rzeczywiście to młodzi ludzie głównie zakładają startupy. Z kolei w Stanach Zjednoczonych założycielami 51% startupów są osoby w wieku 50–88 lat, odpowiednio 33% – osoby w wieku 35–49 lat i tylko 16% – osoby w wieku do 35 lat<sup>8</sup>. Statystyki dotyczące demografii innowatorów w USA potwierdzają, że działania innowacyjne podejmują osoby dojrzałe, wykształcone i doświadczone. Mediana wieku innowatora w USA wynosi 47 lat<sup>9</sup>, a w Polsce – 37 lat.

W Polsce stosunkowo wysoka średnia wieku osób zaangażowanych w startup może wynikać z konieczności zapewnienia sobie w pierwszej kolejności stabilnej sytuacji finansowej, a potem zgromadzenia odpowiednich środków, aby rozpocząć dość ryzykowny i niepewny interes. Wiek osoby, która podejmuje się nowego wyzwania, wskazuje, że ma ona już pewne doświadczenie, co może być kluczowe dla pomyslności firmy.

Warto zauważyć (wykres 2), że w Polsce wiek właścicieli aż 17% startupów mieści się w przedziale 45–54 lat.

Przedstawione wyniki korespondują z wynikami *Startup Poland 2017* (s. 6), w którym wskazuje się, że pokolenie startupowców dojrzewa – ponad 58% to trzydziestolatkowie, wzrosła liczba 40-latków zaangażowanych w działalność startup, a zmalała liczba młodych osób próbujących sił w takiej działalności<sup>10</sup>.

<sup>8</sup> <https://smallbiztrends.com/2016/11/startup-statistics-small-business.html>.

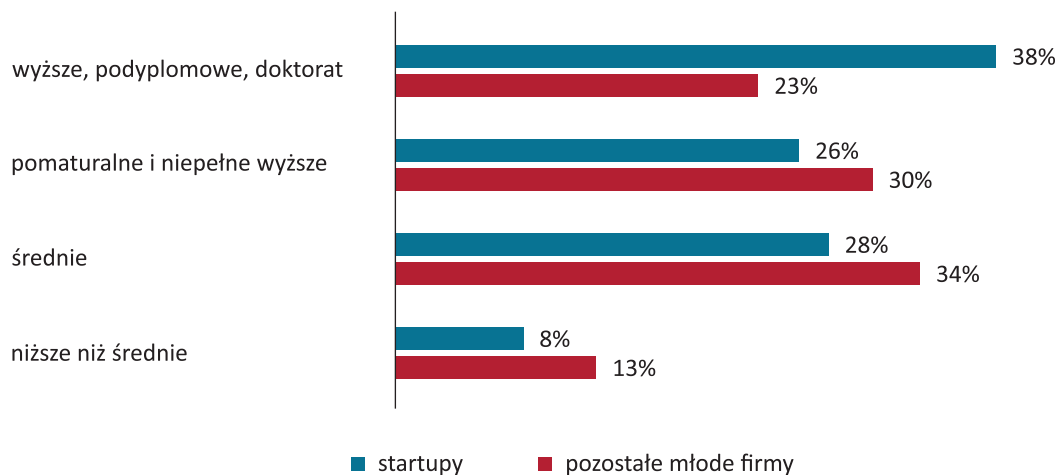
<sup>9</sup> <http://www2.itif.org/2016-demographics-of-innovation.pdf> s. 42.

<sup>10</sup> [http://startuppoland.org/wp-content/uploads/2017/09/SP\\_raport2017\\_single\\_fix.pdf](http://startuppoland.org/wp-content/uploads/2017/09/SP_raport2017_single_fix.pdf).

## Wykształcenie

W porównaniu do kategorii wiekowej poziom wykształcenia znacznie bardziej różnicuje omawiane grupy firm. Wśród właścicieli startupów prawie 40% ma wykształcenie co najmniej wyższe, podczas gdy wśród pozostałych młodych firm takich osób jest już tylko 23%. Co ważne, firmy niezaklasyfikowane jako startupy są zakładane najczęściej przez osoby z wykształceniem średnim.

**Wykres 3.** Wykształcenie właścicieli startupów i pozostałych młodych firm (%)



Źródło: opracowanie własne; pozostałe N = 958, startupy N = 159.

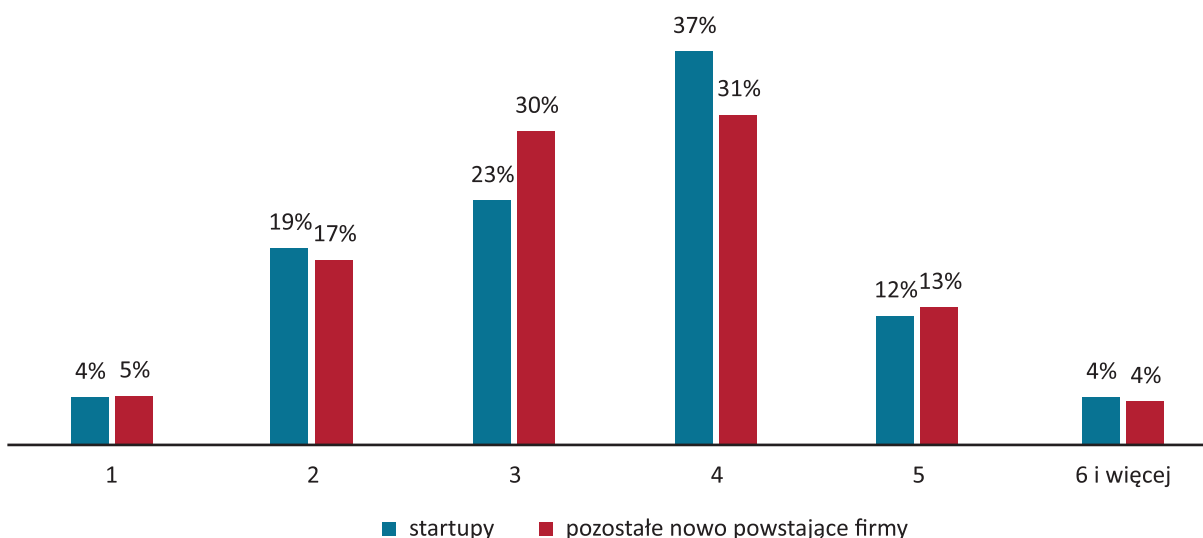
## Wielkość gospodarstwa domowego

Wyniki analizy wielkości gospodarstw domowych właścicieli startupów i właścicieli pozostałych firm zaskakują. Najwięcej młodych firm zakładają osoby będące w 4-osobowych gospodarstwach domowych, przy czym nieco częściej są to podmioty wykorzystujące nowe technologie – startupy. Wynik ten koresponduje ze średnią wieku osób zaangażowanych w zakładanie startupów, jak i pozostałych młodych firm.

Z wykresu 4 widać, że w 3-osobowych gospodarstwach domowych odsetek startupów jest niższy niż pozostałych firm. Może to być związane z potrzebą stabilności (w momencie pojawienia się dziecka) i prowadzenia biznesu, który opierałby się na sprawdzonych rozwiązaniach, w tym technologiach stosowanych relatywnie długo. Z kolei w dwuosobowych

gospodarstwach domowych (tu zakładamy, że bez dzieci) startupów jest nieznacznie więcej niż pozostałych firm. Co ciekawe, w pozostałych kategoriach wielkości gospodarstw domowych udział startupów i pozostałych młodych firm jest na zbliżonym poziomie. Działalność gospodarcza jako taka jest rzadko spotykana w grupach skrajnych, tj. wśród jednoosobowych gospodarstw domowych oraz wśród gospodarstw liczących powyżej 6 osób. Nieco większe zaangażowanie w działalność gospodarczą występuje w 2- i 5-osobowych gospodarstwach domowych choć nie wyłania się w tych kategoriach dominacja ani tradycyjnego, ani bardziej ryzykowanego biznesu typu startup, co może oznaczać, że wpływ na rodzaj działalności mają inne czynniki.

**Wykres 4.** Wielkość gospodarstwa domowego właścicieli startupów i pozostałych młodych firm (liczba osób w gospodarstwie)



Źródło: opracowanie własne; pozostałe N = 955, startupy N = 156.

## Obszary działalności

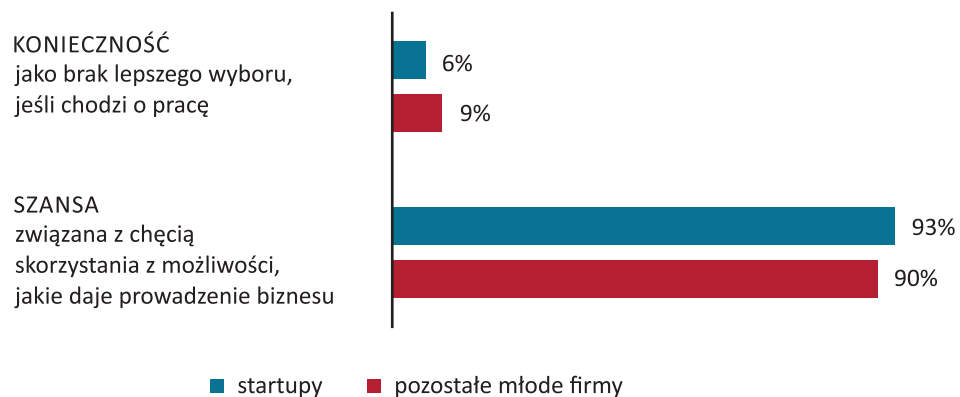
Właściciele startupów prowadzą działalność usługową, jak i produkcyjną. Jeśli chodzi o usługi to najczęściej są w obszarze edukacji, szkoleń, zdrowia, opieki nad dziećmi czy osobami starszymi. Większość tych usług kierowana jest do klientów indywidualnych, choć również klientami, czy partnerami startupów są inne przedsiębiorstwa. Młode firmy z kolei, częściej zajmują się handlem detalicznym czy działalnością hotelarsko-gastronomiczną.

# Przyczyny powstawania startupów

Ze względu na motywy podejmowania działalności gospodarczej wyróżnia się przedsiębiorczość zorientowaną na wykorzystywanie szans, jakie daje własny biznes, poprzez uzyskanie większej niezależności lub zwiększenie dochodu oraz przedsiębiorczość wymuszoną<sup>11</sup>.

Badanie GEM jednoznacznie wskazuje, że przedsiębiorczość – zarówno wśród startupów, jak i wśród tradycyjnych działalności – wynika najczęściej z dostrzegania szansy skorzystania z możliwości, jakie daje prowadzenie biznesu. Niemniej odsetek osób, których motywacja ma charakter pozytywny jest nieco wyższy wśród właścicieli startupów niż pozostałych młodych firm (93% vs. 90%).

**Wykres 5.** Motywacje podjęcia decyzji o założeniu firmy



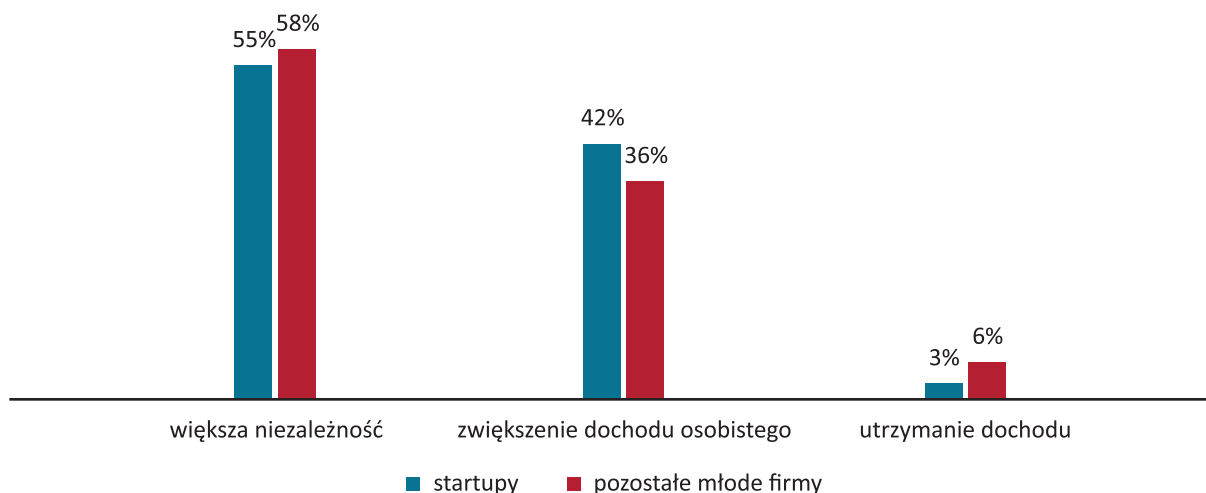
Źródło: opracowanie własne; pozostałe N = 969, startupy N = 161, 8 obserwacji – inne motywacje.

Szansa czy konieczność to nie jedyne motywy monitorowane w badaniu GEM, które pozwalają przyjrzeć się również pewnym tendencjom wynikającym z uwarunkowań ekonomicznych czy społecznych (zachowania, oczekiwania ludzi co do pracy, jak ta praca ma wyglądać, satysfakcji z niej). W przypadku analizowanych populacji startupów i pozostałych młodych firm, najważniejszym motywem podjęcia działalności biznesowej była potrzeba większej

<sup>11</sup> Lemańska-Majdzik A., *Powody prowadzenia działalności gospodarczej małych firm* [dostęp: 24.05.2018 r.], [http://www.humanitas.edu.pl/resources/upload/dokumenty/Wydawnictwo/Zarzadzanie\\_zeszyt/Zarz%201\\_2013%20podzielone/lemanska%20majdzik.pdf](http://www.humanitas.edu.pl/resources/upload/dokumenty/Wydawnictwo/Zarzadzanie_zeszyt/Zarz%201_2013%20podzielone/lemanska%20majdzik.pdf)

niezależności i chęć zwiększenia dochodów osobistych. Najbardziej wskazywanym motywem podjęcia działalności biznesowej w obu grupach była potrzeba utrzymania dochodu.

**Wykres 6.** Najważniejszy motyw podjęcia działalności biznesowej

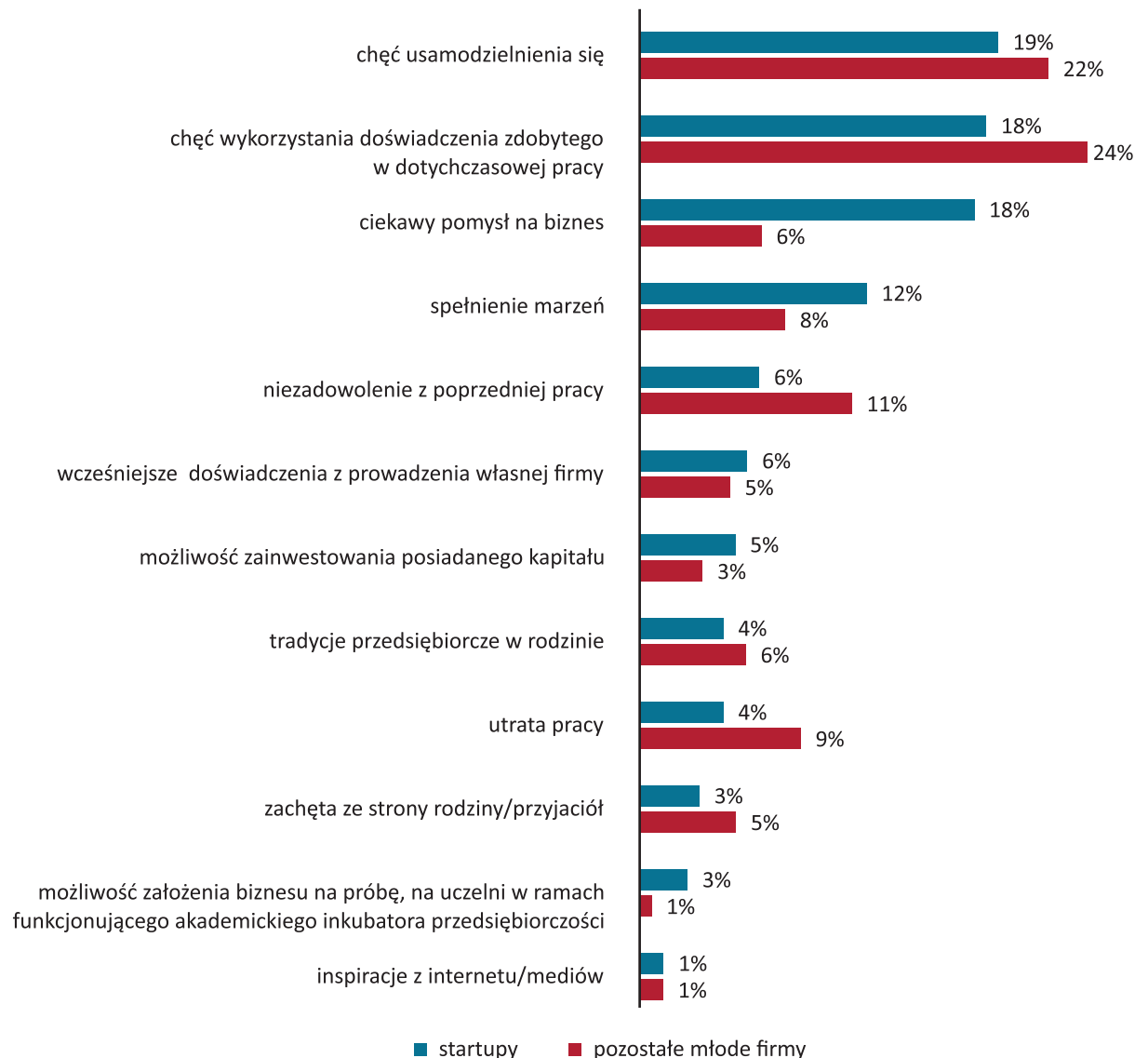


Źródło: opracowanie własne; pozostałe N = 636, startupy N = 116.

Przeprowadzone przez nas badania dostarczają także informacji nt. bardziej szczegółowych przyczyn założenia własnego biznesu. Przedstawia je wykres 7. Jak widać, zarówno właściciele start-upów, jak i pozostałych firm przyznają, że zdecydowali się na własny biznes z powodu potrzeby usamodzielnienia się, a także z powodu chęci wykorzystania doświadczenia zdobytego w dotychczasowej pracy. Odpowiedzi obu grup są bardzo podobne, jeśli chodzi o chęć usamodzielnienia się, natomiast na potrzebę wykorzystania doświadczenia częściej wskazują właściciele pozostałych młodych firm. To, co rzeczywiście różnicuje startupy od pozostałych młodych firm, to kwestia posiadania pomysłu na biznes. Właściciele start-upów 3-krotnie częściej niż właściciele pozostałych młodych firm wskazywali „ciekawy pomysł na biznes” jako czynnik mający wpływ na decyzję o założeniu firmy. Kolejne rozróżnienie między tymi dwiema grupami wprowadza czynnik „utrata pracy”. Stanowiła ona istotną motywację dla 9% właścicieli pozostałych młodych firm i tylko 4% – dla właścicieli start-upów.

Te dwa czynniki wpływające na podjęcie decyzji o założeniu firmy różnicują badane grupy. Zauważalna różnica w odsetku odpowiedzi w poszczególnych grupach charakteryzuje taki czynnik, jak spełnienie marzeń (12% vs. 8%) czy niezadowolenie z poprzedniej pracy (6% vs. 11%).



**Wykres 7.** Czynniki, które miały największy wpływ na podjęcie decyzji o założeniu firmy

Źródło: opracowanie własne, pozostałe N = 961, startupy N = 158.

Widać więc, że startupy – w przeciwieństwie do innych młodych firm – to podmioty, które są częściej zakładane z powodu chęci realizacji własnego pomysłu biznesowego czy spełnienia marzeń, a nie z konieczności.

Zebrane dane prowadzą także do wniosku, że dla osób zakładających startupy bardziej niż dla szefów pozostałych młodych firm ważne są takie czynniki jak: funkcjonujące akademickie inkubatory przedsiębiorczości i możliwość założenia biznesu na próbę (3% vs. 1%).

# Funkcjonowanie i rozwój startupów

## Rozwój startupów i młodych firm

W powstawaniu, a następnie rozwoju firmy można wyróżnić kilka etapów:

- wstępna koncepcja produktu/usługi i tworzenie założeń modelu biznesowego;
- praca nad produktem/usługą – prototypowanie;
- wejście z produktem/usługą na rynek;
- umacnianie pozycji na rynku;
- stabilizacja firmy i przyjętego modelu biznesowego;
- dalszy rozwój i ekspansja na rynku.

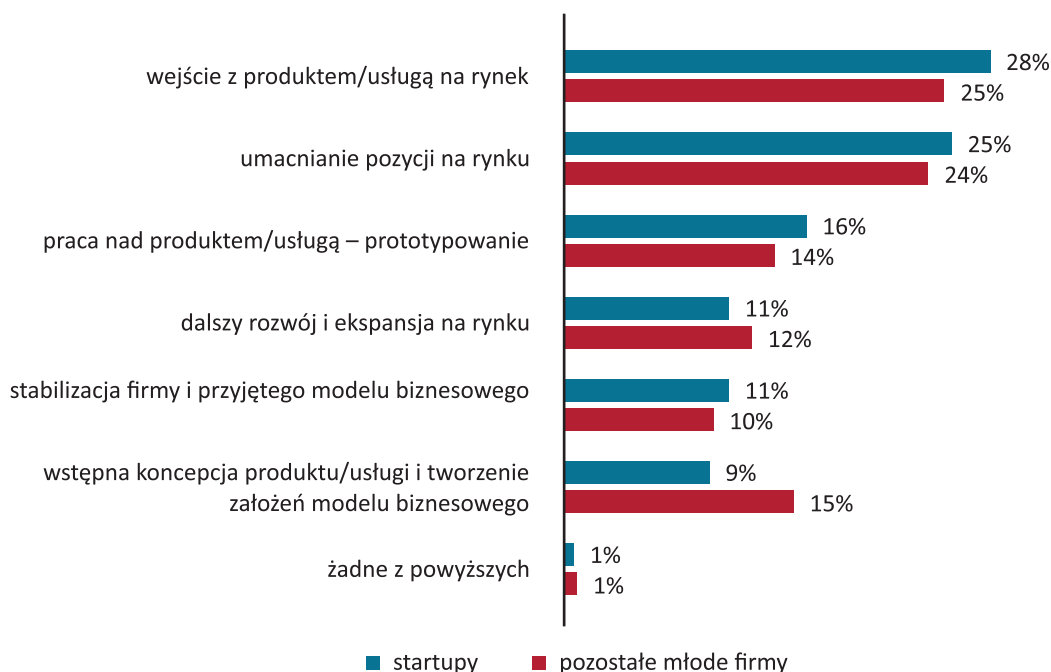
Przedstawione w niniejszym raporcie wyniki badań wskazują, że największy odsetek (28% vs. 25%) firm typu startup oraz pozostałych młodych firm znajduje się na etapie wejścia z produktem/usługą na rynek (wykres 8).

W przypadku startupów jest to jeden z ważniejszych kroków stanowiących o dalszym powodzeniu bądź jego braku w kontekście produktu czy usługi. Na tym etapie dochodzi do realnej weryfikacji popytu na dany produkt lub usługę. Kolejny etap rozwoju, w który zaangażowane są w podobnym, choć nieco mniejszym, stopniu zarówno startupy, jak i pozostałe młode firmy to umacnianie pozycji na rynku (25% vs. 24%). Ciekawe, że 16% startupów i 14% pozostałych firm znajduje się na etapie pracy nad produktem/usługą, tzw. prototypowanie (i jest to 3. największy pod względem kategorii odsetek wskazań w pytaniu o etapy rozwoju). Interesujące jest również, że więcej pozostałych młodych firm niż startupów pracuje nad wstępną koncepcją produktu (15% vs. 9%). Wyniki te mogą wskazywać na większą świadomość rozpoczynających działalność biznesową, gdyż lepsze przygotowanie produktu zmniejszy ryzyko niepowodzenia.

Jednocześnie zbliżone odsetki w pozostałych kategoriach mogą prowadzić do wniosków, że różnice między obiema grupami dotyczą przede wszystkim kwestii nowości stosowanych technologii, modelu biznesowego i rozwoju już na dalszym etapie rozwoju firmy.

Wyniki te nie dziwią, świadczą raczej o tym, że bez względu na rodzaj biznesu, każda firma przechodzi wszystkie etapy rozwoju. Większy odsetek pozostałych firm jest skoncentrowany na wstępnej koncepcji – może to wskazywać, że wciąż powstaje dużo firm, choć niekoniecznie tych o charakterystyce startupu.

**Wykres 8.** Na jakim etapie rozwoju jest Pana/Pani przedsiębiorstwo biznesowe?



Źródło: opracowanie własne; pozostałe N = 960, startupy N = 159.

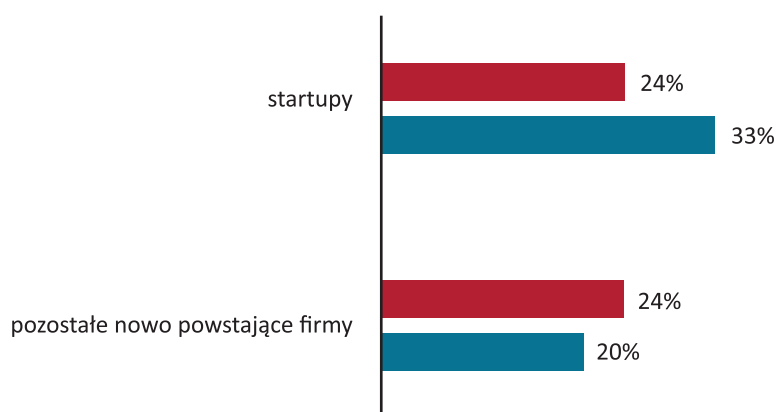
W niniejszym raporcie przyjęto podział na startupy i pozostałe młode firmy na podstawie stosowanej technologii, co jest pewnym uproszczeniem, ale umożliwia dotarcie do takich podmiotów. W celu pogłębienia definicji startupu zastosowano w narzędziu dwa pytania, które są kompilacją różnych definicji i w sposób opisowy odnoszą się do charakteru prowadzonej działalności typu startup. Opisy te zostały przygotowane na podstawie wypowiedzi znanych przedsiębiorców i różnych publikacji<sup>12</sup>. Wyniki odpowiedzi wskazują na to, że taki sam odsetek startupów, jak i pozostałych młodych firm (24%) identyfikuje się z opisem swojego biznesu jako działalności, która poszukuje rentownego, skalowalnego i powtarzalnego modelu biznesowego. Z kolei startupy zdecydowanie częściej niż pozostałe

<sup>12</sup> M.in. Steve Jobs powiedział: „A startup is an organization formed to search for a repeatable and scalable business model”.

młode firmy chcą przez swoją działalność zrewolucjonizować branżę i rynek, na którym działają. Potwierdza to 33% badanych startupów i 20% pozostałych firm.

Inny wniosek z tego wykresu jest taki, że firmy bez względu na poziom stosowanych technologii (w rozumieniu powszechności i czasu dostępności na rynku) bardzo często chcą, aby ich działalność była rentowna, skalowalna i powtarzalna, a jednocześnie wskazują, że ich działalność jest prowadzona w skrajnej niepewności.

**Wykres 9.** Które ze stwierdzeń najlepiej opisuje Pana/Pani obecną działalność?



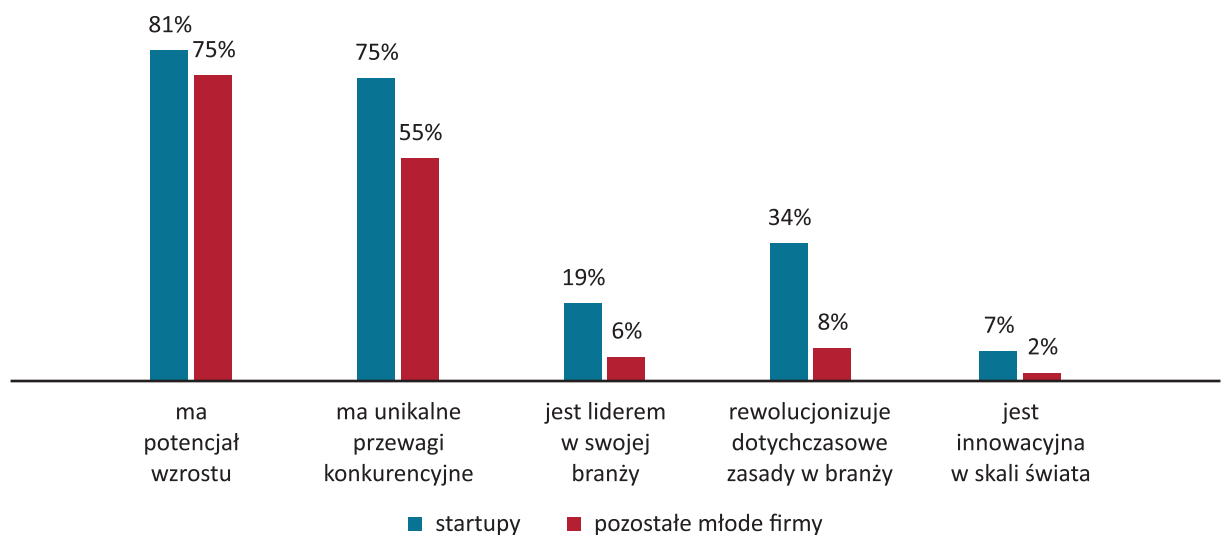
- działalność, która poszukuje rentownego, skalowalnego i powtarzalnego modelu biznesowego, która tworzy produkty i usługi w warunkach skrajnej niepewności
- działalność, która szuka sposobu, aby zrewolucjonizować rynek/branżę

Źródło: opracowanie własne; pozostałe N = 952, startupy N = 158.

# Otoczenie firmy – konkurencyjność

Właściciele startupów, dzięki wykorzystywaniu nowych technologii, znacznie częściej niż szefowie pozostałych firm uważają, że rewolucjonizują zasady w branży lub są jej liderem. Częściej także postrzegają swoją działalność jako innowacyjną w skali świata w grupie startupów niż w pozostałych firmach. Startupowcy również częściej niż pozostałe młode firmy uważają, że mają unikalne przewagi konkurencyjne. Warto przy tym zauważyć, że większość właścicieli młodych firm, niezależnie od nowatorstwa stosowanych technologii, jest zdania, że ma potencjał wzrostu (odsetki wskazań w obu grupach są w tym przypadku podobne).

**Wykres 10.** Czym wyróżnia się Pana/Pani firma na tle konkurencji?



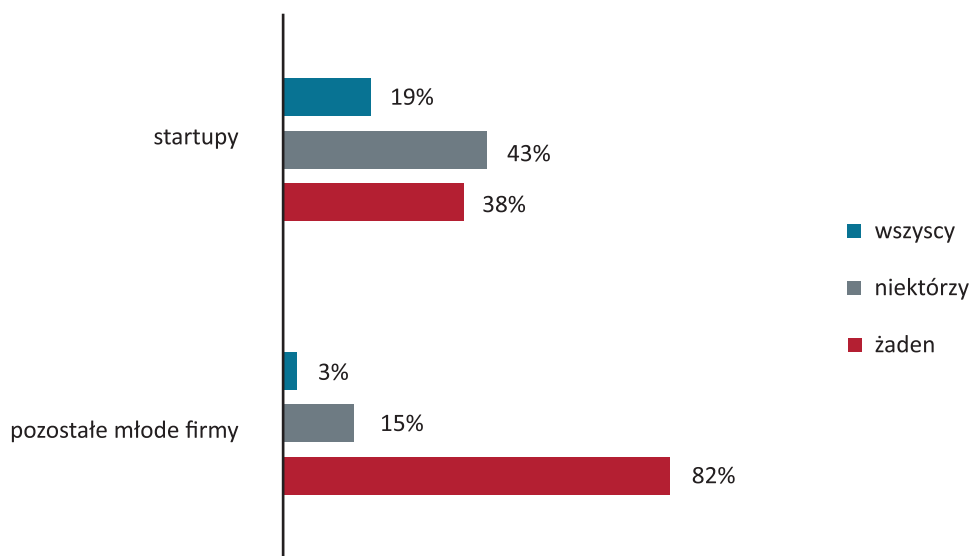
Źródło: opracowanie własne; pozostałe N = 969, startupy N = 162.

# Innowacyjność i finansowanie działalności

## Innowacyjność

Najlepszymi weryfikatorami oferowanych produktów/usług są klienci. Podczas przygotowywania produktu dobrze jest poznać, jak potencjalni nabywcy go ocenią. Opinia nt. postrzegania przez klientów oferowanych produktów w poszczególnych grupach młodych firm jest zróżnicowana i oddaje charakter oraz rolę tradycyjnego biznesu vs. działania w formule firm typu startup. Tradycyjny biznes zazwyczaj oferuje klientom znane produkty/usługi, nieco inaczej jest w przypadku startupów, aczkolwiek nie dotyczy to wszystkich biznesów. Należy pamiętać, że technologia czy metody organizacji pracy wykorzystywane przez te firmy mogą być już znane od 5 lat. Prawdopodobnie z tego powodu nie dla wszystkich klientów będą to nowe produkty/usługi.

**Wykres 11.** Ilu potencjalnych klientów uzna oferowany przez Państwa firmę produkt lub usługę za nową dla siebie lub dotychczas im nieznaną?



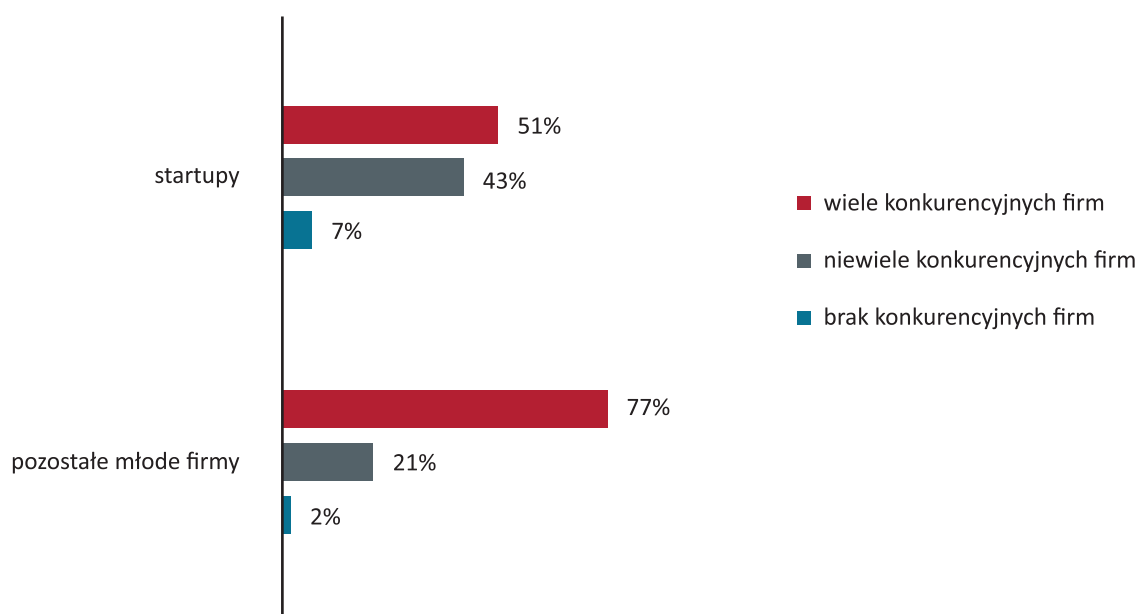
Źródło: opracowanie własne; pozostałe N = 969, startupy N = 162.

Jak wynika z wykresu 11 to właściciele startupów są częściej przekonani o tym, że oferują klientom nowy produkt lub nową usługę, niż właściciele pozostałych młodych firm – 6 razy więcej startupów uważa, że ich oferta jest nowa dla wszystkich klientów, a niemal 3 razy więcej, że jest nowa dla niektórych klientów. Jednocześnie aż 82% właścicieli firm młodych, działających w oparciu o starsze technologie, uważa, że ich oferta nie ma znamion nowości, podobnego zdania jest 38% startupów.

Jednocześnie należy pamiętać, że nowy/innowacyjny produkt nie musi od razu oznaczać sukcesu. Innowacyjne produkty nie rozprzestrzeniają się i nie upowszechniają jak dobra podstawowe. Ich przyjęcie jest związane z gotowością klientów/konsumentów na innowacje.

Na skalę innowacyjności danego produktu wskazuje liczba firm oferująca taki sam bądź podobny produkt. Zdaniem połowy właścicieli startupów (51%) jest wiele konkurencyjnych firm, które oferują takie same produkty czy usługi, choć wśród pozostałych firm ten odsetek jest jeszcze wyższy (77%). Taki rozkład odpowiedzi wskazuje, że startupy działają na rynku, na którym konkurencyjność jest mniej intensywna. Z kolei pozostałe firmy, przez to, że jest ich wiele i oferują podobne produkty/usługi, znacznie silniej odczuwają obecność konkurencji na rynku.

**Wykres 12.** Ile firm oferuje klientom takie same produkty lub usługi jak Pana/Pani firma?

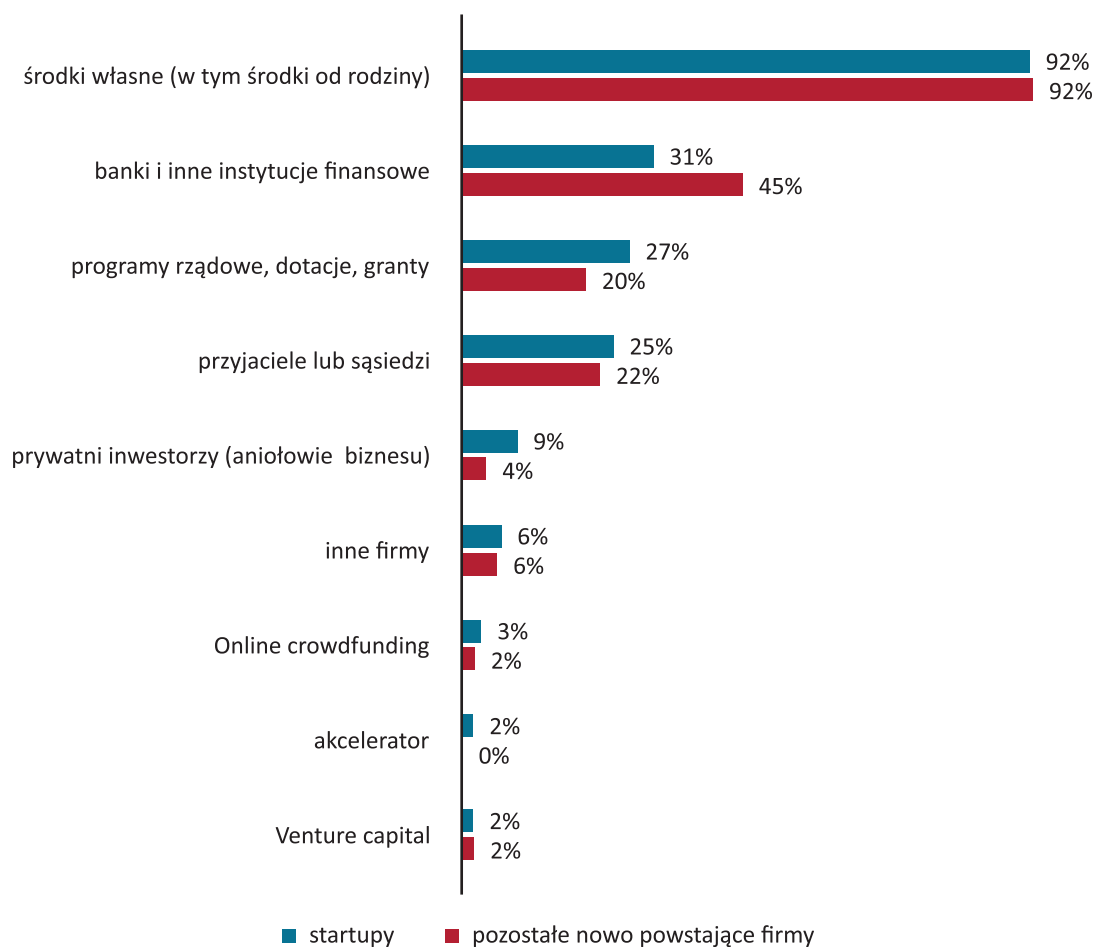


Źródło: opracowanie własne; pozostałe N = 969, startupy N = 162.

## Finansowanie

Według badania „Polscy przedsiębiorcy o usługach bankowych” Związku Banków Polskich i Warszawskiego Instytutu Bankowości 81% badanych małych i 89% średnich firm wskazało na środki własne jako źródło finansowania dotychczasowej działalności firmy<sup>13</sup>. Znaczna część przedsiębiorstw nie korzysta z finansowania zewnętrznego. Potwierdzają to także dane GUS dotyczące źródeł finansowania nakładów inwestycyjnych w firmach w 2016 r.

**Wykres 13.** Z jakich źródeł finansowania korzysta Pan/Pani podczas zakładania/prowadzenia firmy?



Źródło: opracowanie własne.

<sup>13</sup> <https://zbp.pl/wydarzenia/archiwum/wydarzenia/2018/czerwiec/mikro-male-i-srednie-przedsiębiorstwa-o-usługach-finansowych>.



Niemal ¾ nakładów inwestycyjnych przedsiębiorstw było finansowanych środkami własnymi (73%), 11% – z kredytów i pożyczek krajowych, a 6% – ze źródeł zagranicznych. Im większe przedsiębiorstwo, tym zaangażowanie środków własnych na finansowanie inwestycji jest większe (małe firmy – 68%, średnie – 67%, a duże – 76%)<sup>14</sup>.

Wyniki niniejszego badania wskazują, że młode firmy w jeszcze większym stopniu, niż ogólna populacja firm, korzystają z własnych środków w finansowaniu swojej działalności. Wyniki pokazują również, że firmy typu startup, podobnie jak pozostałe młode firmy, dywersyfikują źródła finansowania. Większe zróżnicowanie źródeł finansowania widoczne jest w firmach typu startup, wśród których większy odsetek firm korzysta z programów rządowych, środków prywatnych inwestorów, akceleratorów, aniołów biznesu. Taki dobór nie dziwi, ponieważ te podmioty mogą korzystać z programów specjalnie im dedykowanych. To co jeszcze różnicuje startupy i pozostałe młode firmy, to korzystanie z banków i innych instytucji finansowych. Startupy zdecydowanie rzadziej korzystają z oferty tych instytucji (31% w porównaniu z 45% pozostałych młodych firm). Jest to związane m.in. z brakiem historii kredytowej, a także z innowacyjnym produktem, który jest zbyt ryzykowny dla banku. W związku z tym banki praktycznie nie mają ofert na tego typu projekty.

---

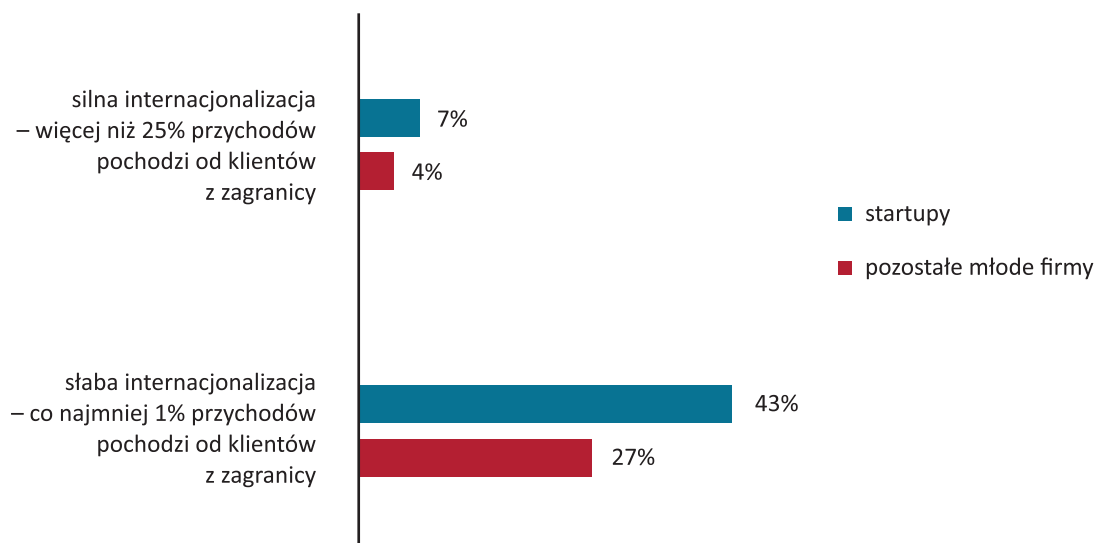
<sup>14</sup> Dane GUS zakupione w 2018 r. na potrzeby Raportu o stanie sektora MSP nie obejmują mikroprzedsiębiorstw.

# Działalność międzynarodowa

Połowa startupów i 30% powstałych młodych firm czerpie korzyści finansowe ze sprzedaży produktów i usług za granicę. Niemniej eksport stanowi znikomy udział w przychodach.

Młode podmioty, w których działalność międzynarodowa odgrywa znaczącą rolę, tj. więcej niż 25% przychodów, pochodzi od klientów z zagranicy, stanowią 4% wśród pozostałych młodych firm i 7% wśród startupów.

**Wykres 14.** Umiędzynarodowienie nowych firm i startupów



Źródło: opracowanie własne; pozostałe N = 847, startupy N = 143.

# Z kim współpracują młode firmy?

Startupy oraz młode firmy zdobywają rynek poprzez realizację projektów wspólnie z innymi przedsiębiorstwami. W ten sposób współpracuje i korzysta z doświadczenia innych podmiotów 22% startupów i 11% pozostałych młodych firm.

Drugą najczęstszą formą współpracy, zarówno wśród startupów jak i pozostałych firm, jest współpraca z dużymi firmami. Tak współpracuje co piąty startup i co siódma młoda tradycyjna firma (22% vs. 14%). Zdaniem Andrzeja Kozłowskiego – prezesa zarządu EmiTel – „duże firmy potrzebują startupów chyba jeszcze bardziej niż startupy dużych firm”<sup>15</sup>. Takie opinie wzmacniają znaczenie i rolę startupów w gospodarce.

Kolejne podmioty, z którymi najczęściej współpracują młode firmy, to instytucje publiczne – choć ta relacja zwykle jest jednostronna i dotyczy korzystania z informacji, dotacji czy szkoleń (startupy – 19%, pozostałe młode firmy – 16%).

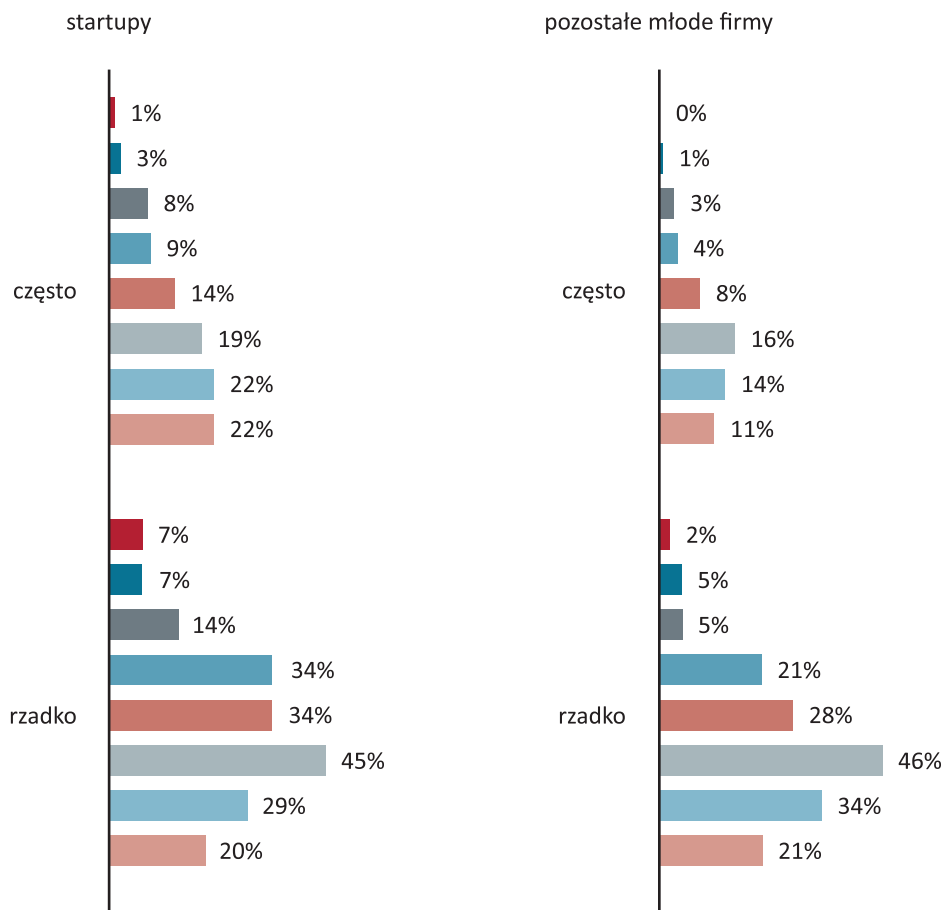
Mimo powszechnej opinii na temat potrzeby i zasadności współpracy biznesu z nauką, uczelnie wyższe i jednostki badawcze nie są najczęstszymi kooperantami młodych firm. Z takiej współpracy korzysta tylko 8% startupów i jedynie 3% pozostałych młodych firm.

Współpraca nie jest mocną stroną analizowanych firm, choć na tle pozostałych młodych podmiotów, firmy typu startup współpracują znacznie częściej niż pozostałe firmy. Nieco lepiej wypadają pod tym względem firmy innowacyjne ogółem<sup>16</sup>. Według GUS spośród przedsiębiorstw aktywnych innowacyjnie współpracowało 30,7% firm (przy czym częściej współpracują przedsiębiorstwa przemysłowe – 32,8% niż przedsiębiorstwa z sektora usług – 26,9%).

---

<sup>15</sup> <https://dyskusja.biz/gospodarka/to-nie-koniec-gry-o-innowacje-61399>.

<sup>16</sup> Działalność przedsiębiorstw innowacyjnych w latach 2014-2016, GUS, 2018. Badanie nie obejmuje mikroprzedsiębiorstw.

**Wykres 15.** Częstotliwość różnych form współpracy

- akcelerator
- współpraca w ramach klastra
- współpraca z uczelnianiami/ośrodkami naukowo-badawczymi
- współpraca w ramach sieci przedsiębiorstw (np. sieci startupów, społeczności zrzeszonych na wspólnym)
- przynależność do organizacji branżowych zrzeszających przedsiębiorców
- wsparcie ze strony instytucji publicznych (informacja, dotacje, szkolenia)
- współpraca z dużymi firmami
- korzystanie z doświadczenia innego przedsiębiorstwa (np. realizacja wspólnych przedsięwzięć, projektów)

Źródło: opracowanie własne.

# Bariery powstawania i rozwoju młodych firm

## Zewnętrzne bariery rozwoju

Zarówno nowe firmy, jak i startupy, wyróżniają te same kluczowe czynniki utrudniające ich rozwój – należą do nich wysokie obciążenia podatkowe, nadmiar biurokracji czy przeszkody wynikające z prawa pracy. Różnice w odpowiedziach między tymi dwiema analizowanymi grupami firm są nieznaczne.

Dla ¾ nowo powstających firm i startupów największym problemem w rozwoju są wysokie obciążenia podatkowe. Problem został również dostrzeżony w raporcie *Doing Business 2018*<sup>17</sup>, w którym Polska pod względem obciążeń podatkowych jest na 51. miejscu wśród 190 badanych krajów, zaś na 18. wśród krajów UE (27). Według autorów *Doing Business* największym problemem jest liczba godzin, jaką firmy muszą przeznaczyć na działania związane z obsługą zobowiązań podatkowych (260 godz. rocznie, średnio w UE(27) – 160 godz., a najmniej w Estonii – 50 godz.).

Nadmiar biurokracji to druga najczęściej wymieniana w naszym badaniu startupów bariera rozwoju wszystkich młodych firm. W przytoczonym już rankingu *Doing Business 2018* pod względem zakładania działalności Polska jest na 120. miejscu. To odległe miejsce według autorów tego rankingu jest związane z wieloma długotrwałymi i kosztownymi procedurami, przez które musi przejść firma na początku funkcjonowania. Z drugiej strony pewnym wyzwaniem dla osób rozpoczynających działalność gospodarczą, które nie dysponują wystarczającą znajomością prawa gospodarczego, w tym choćby kwestii podatków, jest konieczność spełnienia obowiązków sprawozdawczych i informacyjnych, co także jest utożsamiane przez przedsiębiorców z biurokracją.

---

<sup>17</sup> <http://www.doingbusiness.org/data/exploretopics/paying-taxes>

Bariery prawa (brak elastyczności prawa i wysokie narzuty) to trzecia najważniejsza bolączka, która utrudnia rozwój firm. Jak widać, dla krótko funkcjonujących podmiotów jest to ważny czynnik, który może być szerzej rozpatrywany – pod kątem elastyczności regulacji wynikających z prawa pracy, szczególnie w zakresie zatrudniania, czasu pracy i zwolnień. Mogą to być również kwestie związane z jakością pracy, urlopami macierzyńskimi, płatnymi urlopami chorobowymi czy równością traktowania mężczyzn i kobiet w miejscu pracy. Ustalenie szczegółowych problemów doskwierających przedsiębiorcom jeśli chodzi o prawo pracy – z racji wysokiego odsetka wskazań w tym obszarze – wymaga przeprowadzenia pogłębionych badań.

**Wykres 16.** Czynniki utrudniające rozwój firmy (startupy i pozostałe młode firmy razem)



Źródło: opracowanie własne; N = 1130.

Startupy i pozostałe firmy w najmniejszym stopniu wskazują na następujące bariery rozwojowe: niedopasowane do potrzeb wsparcie dostępne na rynku oraz trudności w znalezieniu partnerów do współpracy.

# Czynniki hamujące powstawanie nowych firm

Polska pod względem liczby firm (1,7 mln) zajmuje szóste miejsce wśród krajów UE. Ponad dwa razy więcej przedsiębiorstw niż w Polsce działa we Włoszech (ok. 3,7 mln). Wyprzedzają nas takie kraje, jak Francja (3 mln), Hiszpania (2,7 mln), Niemcy (2,5 mln) i Wielka Brytania (2,1 mln). Jeśli pod uwagę weźmiemy nasycenie gospodarki przedsiębiorstwami, mierzone liczbą firm na 1000 mieszkańców, to Polska wypada znacznie gorzej niż wiele państw UE. W naszym kraju na 1000 mieszkańców przypada 45 przedsiębiorstw. To wynik niższy niż średnia w UE-28 (48 firm), zajmujemy pod tym względem 21. miejsce wśród państw członkowskich<sup>18</sup>.

Oznacza to, że potencjał do powstawania firm jest wciąż niewykorzystany. Co prawda ostatnie lata pokazują, że nowych firm wciąż przybywa w naszym kraju – wzrost liczby nowo rejestrowanych firm o 250 tys.<sup>19</sup>, to warto się w tym miejscu przyjrzeć czynnikom, które mogą zniechęcać do powstawania firm wykorzystujących nowe technologie.

Jak pokazują wyniki badania, zarówno startupy jak i pozostałe młode firmy wskazują pięć kluczowych czynników, które powstrzymują dorosłych Polaków przed założeniem firm typu startup. Są to:

- brak wiary we własne umiejętności (43%);
- brak umiejętności związanych z organizacją i zarządzaniem firmą, niezbędnych do rozpoczęcia działalności (40%);
- brak kapitału na rozpoczęcie działalności (40%);
- brak wiedzy branżowej i specjalistycznej niezbędnej do rozpoczęcia działalności (37%);
- brak pomysłu na firmę (33%).

---

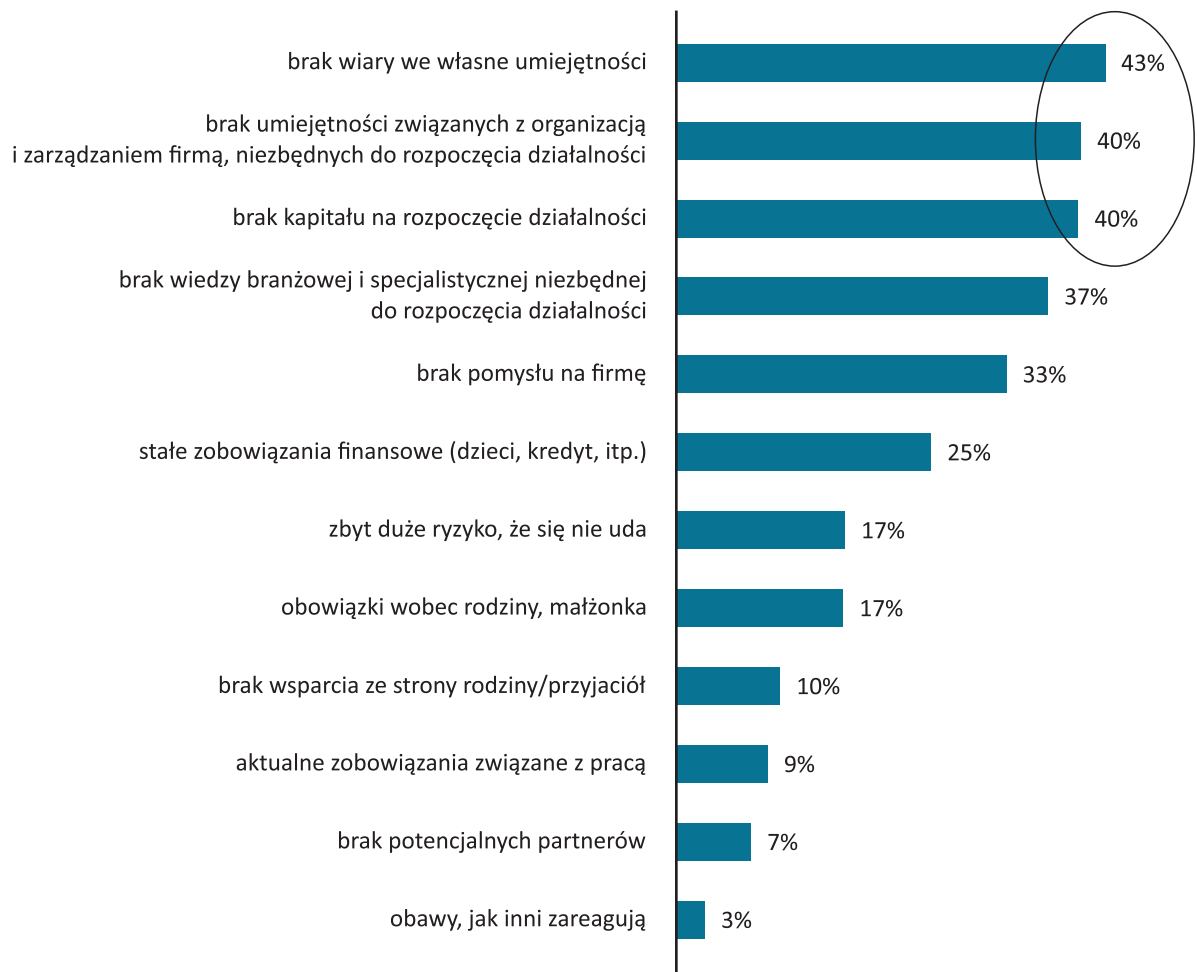
<sup>18</sup> Według danych Eurostatu za 2016.

<sup>19</sup> Ibidem.



Interesujący jest fakt, że wśród potencjalnych czynników powstrzymujących osoby przed założeniem firm typu startup, odpowiedź „obawy jak zareagują inni” była najrzadziej wybierana jako istotny czynnik hamujący. Taki rozkład odpowiedzi pokazuje, że tylko nieliczni obawiają się reakcji otoczenia bliskich czy znajomych.

**Wykres 17.** Czynniki, które powstrzymują przed założeniem firmy typu startup



Źródło: opracowanie własne; N = 1130.

# Uwarunkowania powstawania i funkcjonowania startupów – ocena ekspercka

O zdanie na temat uwarunkowań powstawania i warunków funkcjonowania startupów zapytano, w ramach badania jakościowego *National Experts Survey – NES*, 36 ekspertów krajowych z różnych dziedzin (finansowanie, polityka rządu, programy rządowe, otwartość i dynamika rynku krajowego, normy kulturowe i społeczne, edukacja, B+R, infrastruktura usługowa, infrastruktura techniczna) powiązanych bezpośrednio lub pośrednio z przedsiębiorczością. Respondenci oceniali poszczególne stwierdzenia na 9-punktowej skali, na której 1 oznacza – zdecydowanie się nie zgadzam a 9 – zdecydowanie się zgadzam. Poniżej przedstawiono wyniki tylko w kontekście rozwoju startupów, a szersze opracowanie wyników w zakresie rozpoznania ramowych czynników przedsiębiorczości w Polsce będzie można znaleźć w raporcie *GEM Polska 2019*.

Zdaniem ekspertów startupy odgrywają ważną rolę w gospodarce, o czym świadczy średnia ocena ekspertów i mediana dla tego stwierdzenia – ok. 7 pkt. (co w 9-punktowej skali jest dość wysoko). Z uwagi na znaczenie i rolę młodych technologicznych firm eksperci uważają, że potrzebne są działania szkoleniowo-doradcze dla dużych i średnich firm z obszaru budowania i rozwoju współpracy ze startupami. Ocena ekspercka infrastruktury dostępnej dla startupów w postaci przestrzeni co-workingowej czy dostępu do platform umożliwiających networking oraz wsparcie mentorskie znajdują się w Polsce na średnim poziomie. Rynek funduszy dla startupów w Polsce dopiero się rozwija, z analiz prowadzonych przez fundację *StartUp Hub Poland* wynika, że mamy około 100 funduszy inwestujących w startupy<sup>20</sup>. Ocena ekspercka kwestii finansowania startupów przez fundusze *Seed Capital/Venture Capital* wynosi ok. 5,6 pkt., co oznacza, że eksperci tylko do pewnego stopnia zgadzają się ze stwierdzeniem, że „startupy mają zapewnione finansowanie ze strony funduszy *Seed Capital/Venture Capital*”.

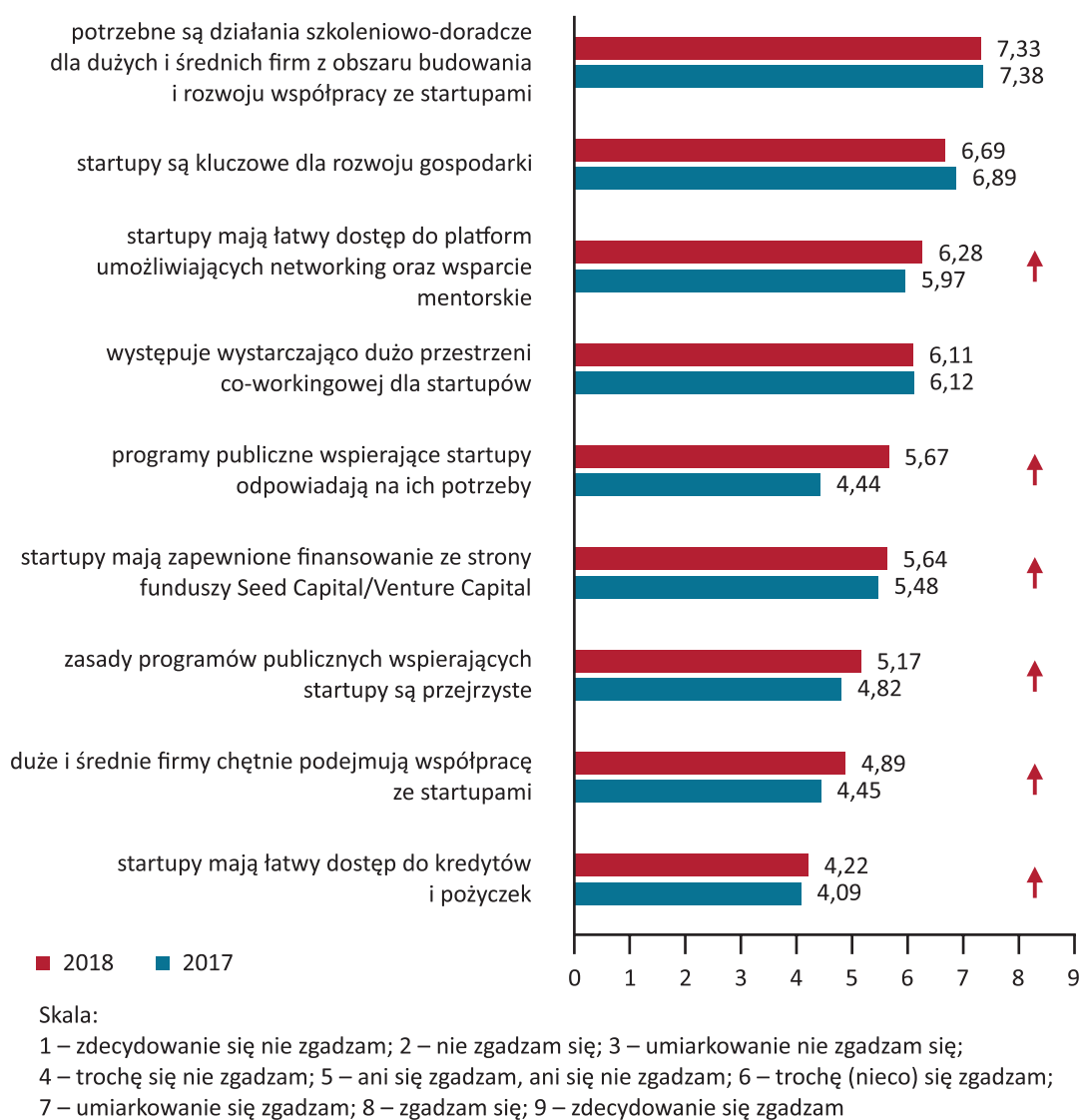
---

<sup>20</sup> <https://mycompanypolska.pl/arttykul/923/ring-czy-boom-na-ryнку-startupow-to-banka>

Eksperti nieco wyżej niż w 2017 r. ocenili przejrzystość zasad programów publicznych wspierających startupy oraz dostosowanie oferty do ich potrzeb. Nisko również ocenili dostęp do kredytów i pożyczek oraz współpracę dużych i średnich firm ze startupami.

Warto przy tym zauważyć, że poprawiła się ocena ekspertów w kontekście dopasowania programów publicznych do potrzeb startupów (wzrost z 4,4 w 2017 r. do 5,7 w 2018). Generalnie ocena ekspertów poprawiła się w siedmiu na dziewięć ocenianych obszarów dotyczących warunków powstawania i rozwoju startupów.

**Wykres 18.** Średnie oceny poszczególnych stwierdzeń wystawione przez ekspertów



Źródło: opracowanie własne.

**Tabela 4.** Podstawowa statystyka opisowa ocen poszczególnych stwierdzeń wystawionych przez ekspertów

Stwierdzenia	N	Średnia było	Mediana	Minimum	Maksimum
Potrzebne są działania szkoleniowo-doradcze dla dużych i średnich firm z obszaru budowania i rozwoju współpracy ze startupami.	36	7,33 było 7,38	8,00	2	9
Startupy są kluczowe dla rozwoju gospodarki.	36	6,69 było 6,89	7,00	2	9
Startupy mają łatwy dostęp do platform umożliwiających networking oraz wsparcie mentorskie.	36	6,28 było 5,97	6,00	2	10
Występuje wystarczająco dużo przestrzeni co-workingowej dla startupów.	36	6,11 było 6,12	6,00	2	10
Programy publiczne wspierające startupy odpowiadają na ich potrzeby.	36	5,67 było 4,44	6,00	2	10
Startupy mają zapewnione finansowanie ze strony funduszy <i>Seed Capital/Venture Capital</i> .	36	5,64 było 5,48	5,00	2	10
Zasady programów publicznych wspierających startupy są przejrzyste.	36	5,17 było 4,82	5,00	2	10
Duże i średnie firmy chętnie podejmują współpracę ze startupami.	36	4,89 było 4,45	4,50	1	10
Startupy mają łatwy dostęp do kredytów i pożyczek.	36	4,22 było 4,09	4,00	1	9

Źródło: opracowanie własne.

# Podsumowanie

Badania przeprowadzone na reprezentatywnej próbie dorosłych (18–64 lat) w Polsce, w latach 2017–2018 r. wskazują że jest około 253,6<sup>21</sup> tys. dorosłych osób związanych z działalnością typu startup nie dłużej niż 3,5 roku, wykorzystujących technologie czy metody pracy znane na rynku do 5 lat. W tej populacji jest około 34,4 tys. osób zaangażowanych w działalność, w której wykorzystywane są najnowsze technologie czy metody pracy (znane na rynku krócej niż 1 rok). W działalność startupów częściej zaangażowani są mężczyźni niż kobiety (60% vs. 40%). Średnia wieku osób związana z rozwojem tego typu biznesu to 38,6 lat. Jest to grupa dobrze wykształcona – ok. 40% osób z co najmniej wyższym wykształceniem. Dla porównania w Polsce odsetek osób z wyższym wykształceniem w 2017 r. wynosił 26,3%<sup>22</sup>.

Wyniki wskazują na ogromny potencjał startupów, ale jednocześnie należy pamiętać, że znaczna część tych podmiotów nie jest jeszcze zarejestrowana i może nigdy nie powstać. Powodów tego może być wiele, na które wskazują zarówno podmioty typu startup, jak i pozostałe firmy. Wśród kluczowych czynników wymieniają: brak wiary we własne umiejętności lub brak umiejętności związanych z organizacją i zarządzaniem firmą, niezbędnych do rozpoczęcia działalności, brak kapitału na rozpoczęcie działalności, brak pomysłu na firmę i brak wiedzy branżowej i specjalistycznej niezbędnej do rozpoczęcia działalności. Te czynniki utrudniają powstawanie przedsiębiorstw, a rozwój już funkcjonujących – w ich opinii – jest trudny z uwagi na wysokie obciążenia podatkowe, nadmiar biurokracji czy przeszkody wynikające z prawa pracy.

---

<sup>21</sup> Podstawą obliczeń jest reprezentatywna próba – 16 043 oraz populacja dorosłych wg GUS (18–64 lat) w czerwcu 2017 r. – 25 111 621 osób.

<sup>22</sup> Dane dotyczą osób w wieku 15–64 lat.

Na korzyść rozwoju startupów mogą przemawiać czynniki będące jednocześnie motywacjami dla osób zaangażowanych w rozwój takiego biznesu – przede wszystkim – upatrywanie przez startupy szansy związanej z chęcią skorzystania z możliwości, jakie daje prowadzenie biznesu, poprzez większą niezależność i wykorzystanie doświadczenia zdobytego w dotychczasowej pracy, ale również spełnienia marzeń i realizację własnych pomysłów.

Z badania ekspertów wynika, że choć startupy są kluczowe dla rozwoju gospodarki, to ich ekosystem, m.in. rynek funduszy, nie jest wciąż wystarczająco rozwinięty. Jednocześnie szeroka oferta ze strony podmiotów publicznych dla startupów została oceniona przez ekspertów jako niezbyt przejrzysta i nie całkiem dobrze dopasowana do potrzeb młodych firm technologicznych. Jednak w opinii samych startupów dostęp do zewnętrznego finansowania nie stanowi głównej bariery rozwoju.

Wyniki wskazują, że aby w Polsce powstawały i rozwijały się startupy, trzeba wzmocnić te podmioty zarówno w początkowym, jak też w późniejszym etapie procesu przedsiębiorczości. Należy zadbać o rozwój kompetencji związanych z organizacją i zarządzaniem firmą, niezbędnych do rozpoczęcia działalności, oraz umiejętności zdobywania kapitału na rozpoczęcie działalności. Na etapie edukacji formalnej istotne jest za to umacnianie emocjonalne dzieci i młodzieży – poprzez budowanie silnych osobowości z wiarą we własne umiejętności, rozwój kreatywności i umiejętności planowania własnych pomysłów biznesowych. Kluczowa jest również dostępność kształcenia na dalszym etapie edukacji czy samorozwoju w zakresie wiedzy branżowej i specjalistycznej, niezbędnej do rozpoczęcia i rozwoju działalności.

Ważne wydaje się również promowanie dobrych praktyk w zakresie współpracy małych firm z dużymi firmami i uczelniami, czy w ogóle upowszechnianie rozwoju firm w modelu opartym na współpracy.

