

AKCES NCBR I ANTAL

Rynek akceleracji w Polsce

Marzec 2024

Partnerzy ekosystemowi::



MAMSTARTUP



Youth Business
Poland

vestbee

Startup Academy

InCredibles
Program Sebastianą Kulczyką



hello
tomorrow

Partnerzy medialni:

Comparic



INVEST CUFFS

inwestycje:pl

POLAK
INVESTOR



Portfel
Polaka

REACH4.

STOCKWATCH

BIZNESOWA

BADANIE AKCES NCBR ORAZ ANTAL

Rynek akceleracji w Polsce

Marzec 2024

Spis treści

Wprowadzenie	7
CZĘŚĆ 1 Rynek start-upów w Polsce	10
1.01. Skala i fazy rozwoju start-upów	11
1.02. Ścieżki rozwoju start-upów i ich charakterystyka	19
1.03. Zatrudnienie w start-upach	25
CZĘŚĆ 2 Potrzeby start-upów w Polsce	32
2.01. Obszary wsparcia start-upów	39
1. Obszar wsparcia finansowego	39
2. Obszar edukacji biznesowej	56
3. Obszar wyjścia na rynki zagraniczne i konkurencyjności	64
CZĘŚĆ 3 Akceleracja	73
3.01. Rynek wsparcia start-upów	83
3.02. Typologia akceleratorów	94
3.03. Programy akceleracyjne w Polsce	98
3.04. Wybrane programy akceleracyjne w ramach polskiego rynku akceleratorów i ich elementy	102
1. Akceleracja publiczna	104
2. Akceleracja prywatna	107
3. Akceleracja korporacyjna	110
4. Akceleracja zagraniczna	115
3.05. Przyszłość akceleracji start-upów w Polsce	116
CZĘŚĆ 4 Podsumowanie	122
Metodologia	126
Antal	127
O Akces	131
Źródła	136



Wprowadzenie

Szanowni Państwo,

przed Państwem pierwszy raport kompleksowo opisujący ekosystem wsparcia start-upów w Polsce. Publikacja ta jest próbą opisanie i sklasyfikowania polskiego środowiska akceleracji start-upów w perspektywie innych możliwości wpierania i finansowania tego typu przedsiębiorstw.

Raport ukazuje przebieg rozwoju innowacyjnych podmiotów, ich potrzeby oraz sposoby ich zaspokojenia. Według najnowszej *Mapy Ekosystemu PFR Polska* może pochwalić się liczbą ponad 3300 start-upów. Ten stan imponuje, zwłaszcza gdy zważymy na to, że zdecydowaną większość z nich stanowią młode firmy, które wkroczyły na rynek niedawno i zdobywają uznanie w krótkim czasie.

Na kształtowanie sektora ma wpływ wiele czynników zewnętrznych oraz wewnętrznych. Po okresie dynamicznego rozwoju wywołanego pandemią obecnie w obliczu globalnej sytuacji gospodarczo-politycznej, która nie sprzyja podejmowaniu ryzyka przez inwestorów, finansowanie start-upów na całym świecie spada.

W polskim ekosystemie start-upów potrzeby firm na wczesnych etapach rozwoju są zróżnicowane i często uwarunkowane indywidualnymi doświadczeniami i specyfiką branży. W wywiadach przeprowadzonych z założycielami start-upów, mentorami biznesowymi i przedstawicielami instytucji wspierających start-upy, zidentyfikowano wspólne obszary i powiązane z nimi potrzeby, które wpływają na kształt tego ekosystemu. Do obszarów tych zaliczyć można finansowanie, edukację, wyjście na rynki zagraniczne, a także networking i team building.

Zdecydowana większość założycieli start-upów dostrzega, że polski rynek ma swoje specyficzne cechy i wyzwania. Jednym z nich jest dostęp do finansowania, zwłaszcza w fazie pre-seed i seed, gdzie polscy inwestorzy są często mniej chętni do ryzykownego zaangażowania kapitału w porównaniu do inwestorów zagranicznych. Kolejnym wyzwaniem jest dobrze dopasowany mentoring biznesowy.

Pytanie, które stawiamy w raporcie, brzmi: jakie elementy powinien zawierać program akceleracyjny, aby odpowiedzieć na potrzeby start-upów?

Polska ma potencjał, by stać się znaczącym graczem na międzynarodowej scenie start-upowej. Aby to osiągnąć, potrzebujemy dalszego rozwoju infrastruktury wsparcia, dostępu do finansowania i mentorów oraz promocji polskiego ekosystemu start-upowego na arenie międzynarodowej. To od twórców programów wsparcia, którzy odpowiedzą na potrzeby start-upów, zależeć będzie kształt ekosystemu w najbliższych latach. Kluczową rolę odegra kompleksowa współpraca organizatorów programów wsparcia, instytucji publicznych i prywatnych czy korporacji w kształtowaniu sukcesów start-upów nie tylko na polskim, ale też zagranicznym rynku.

Zapraszamy Państwa do zgłębienia raportu, który rzuca światło na akcelerację polskiego ekosystemu innowacyjności.

Z poważaniem,

Adam Iwan
PREZES AKCES NCBR

Anna Jurgaś
WICEPREZES DS. KOMERCJALIZACJI,
AKCES NCBR

Artur Skiba
PREZES ANTAL

CZĘŚĆ 1

Rynek start-upów w Polsce

CZĘŚĆ 1

Rynek start-upów w Polsce

Według Polskiego Funduszu Rozwoju (PFR) start-up to nowo utworzone przedsiębiorstwo lub tymczasowa organizacja poszukująca modelu biznesowego, który zapewniłby jej zyskowny rozwój.

Głównym celem jest poszukiwanie innowacyjnego modelu biznesowego, mającego potencjał zapewnienia zyskownego i dynamicznego rozwoju.

Start-upy są często kojarzone z nowymi technologiami, pomysłami lub produktami, które mogą zmieniać istniejący rynek lub tworzyć nowe dziedziny gospodarki.

Kluczowym aspektem start-upów jest dążenie do szybkiego wzrostu i skalowalności.

Jednym ze sposobów oceny poziomu wsparcia dla start-upów i innowacji w różnych krajach jest **Global Innovation Index**.

Kryterium badawcze brane pod uwagę przy określaniu tego wskaźnika to poziom zaawansowania rynku, a w nim kryje się również wskaźnik odpowiadający za poziom finansowania start-upów.

Metodologia opiera się na obliczaniu średnich wyników percepcji (średnia z pięciu lat) ekspertów w dziedzinie finansów dla rozpoczynających działalność i rozwijających się firm. Eksperti z różnych dziedzin oceniają warunki przedsiębiorczości w swoim kraju za pomocą stwierdzeń (1 = całkowicie fałszywe; 10 = całkowicie prawdziwe).

Podczas gdy jeszcze w 2022 roku Polska znajdowała się na 38. miejscu ze średnią 37,5¹, to już w 2023 zaliczyła regres, plasując się na 41. miejscu rankingu (37,7), za państwami, takimi jak Malta, Cypr czy Bułgaria².

1 Global Innovation Index 2022, <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>
2 Global Innovation Index 2023, https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2023/

1.01.

Skala i fazy rozwoju start-upów

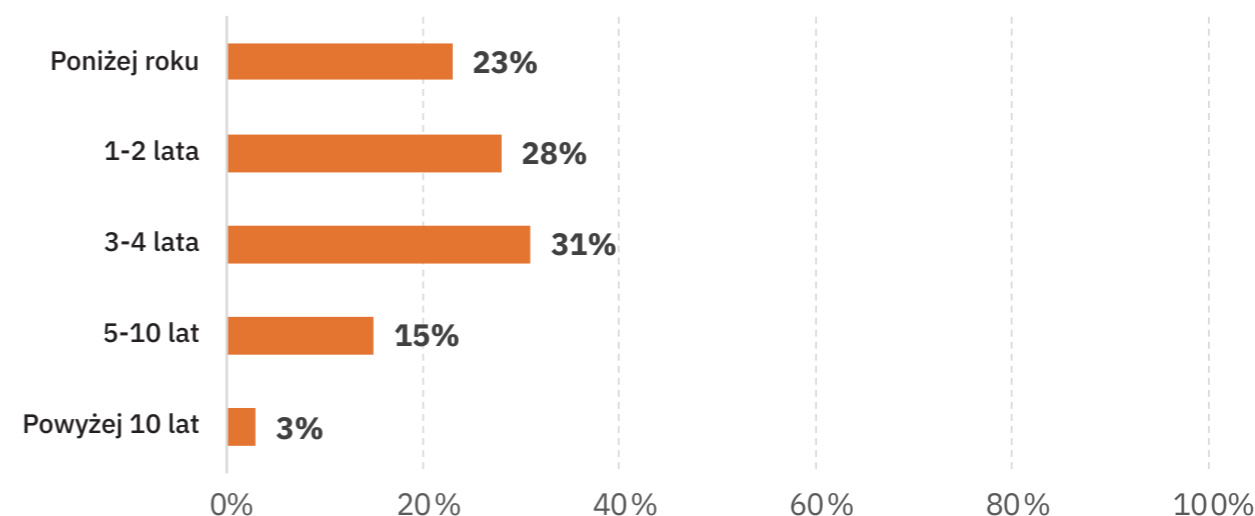
Według Mapy Ekosystemu PFR w Polsce znajduje się ponad 3300 start-upów³. Większość z nich to stosunkowo młode firmy, które funkcjonują na rynku przez krótki okres.

Zgodnie z danymi z badania przeprowadzonego przez Akces NCBR większość start-upów działa na rynku do pięciu lat. Większość tych firm jest jeszcze w fazie początkowej rozwoju, gdzie stawiane są fundamenty dla ich dalszej działalności. Prawie 20% startupów działa natomiast przez więcej niż pięć lat, co

potwierdza, że mają one w znacznej mierze charakter tymczasowych i dynamicznie zmieniających się organizacji.

Niemniej jednak, zgodnie z raportem Startup Poland⁴, warto zaznaczyć, że niewielki odsetek start-upów to firmy, które przetrwały na rynku przez dłuższy czas. Powyżej 10 lat funkcjonuje zaledwie 3% firm. Rozwój start-upów wiąże się z koniecznością pozyskiwania inwestycji, zdobywania klientów, unikania pułapek związanych z dynamicznymi zmianami i zachowaniami rynkowymi oraz adaptacją do zmieniających się potrzeb konsumentów.

WYKRES 1. Długość działalności start-upów na polskim rynku



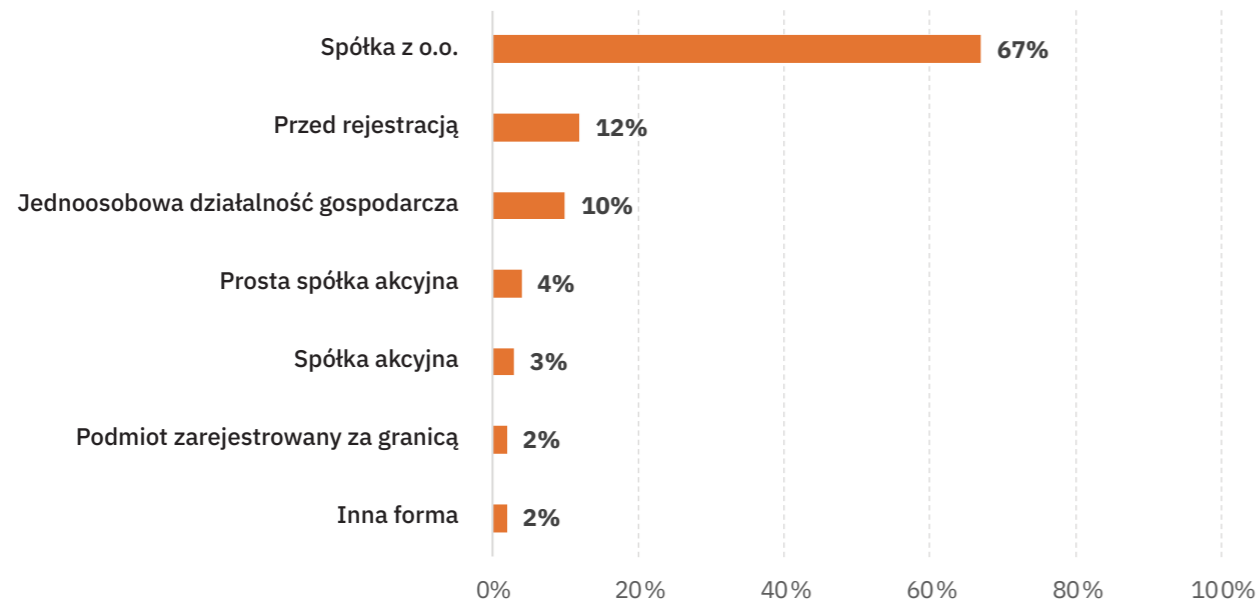
Źródło danych: *Polskie start-upy 2023*, Startup Poland

Przeważająca większość start-upów to spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, stanowiące 67% tego sektora.

Jednoosobowe działalności gospodarcze mają 10% udziału. Proste spółki akcyjne stanowią 4% tego zestawienia. Dodatkowo 12% to spółki, które są jeszcze przed oficjalną rejestracją.

3 Mapa Ekosystemu PFR, <https://poland.dealroom.co/>
4 *Polskie start-upy 2023*, Startup Poland

WYKRES 2. Status prawny start-upów

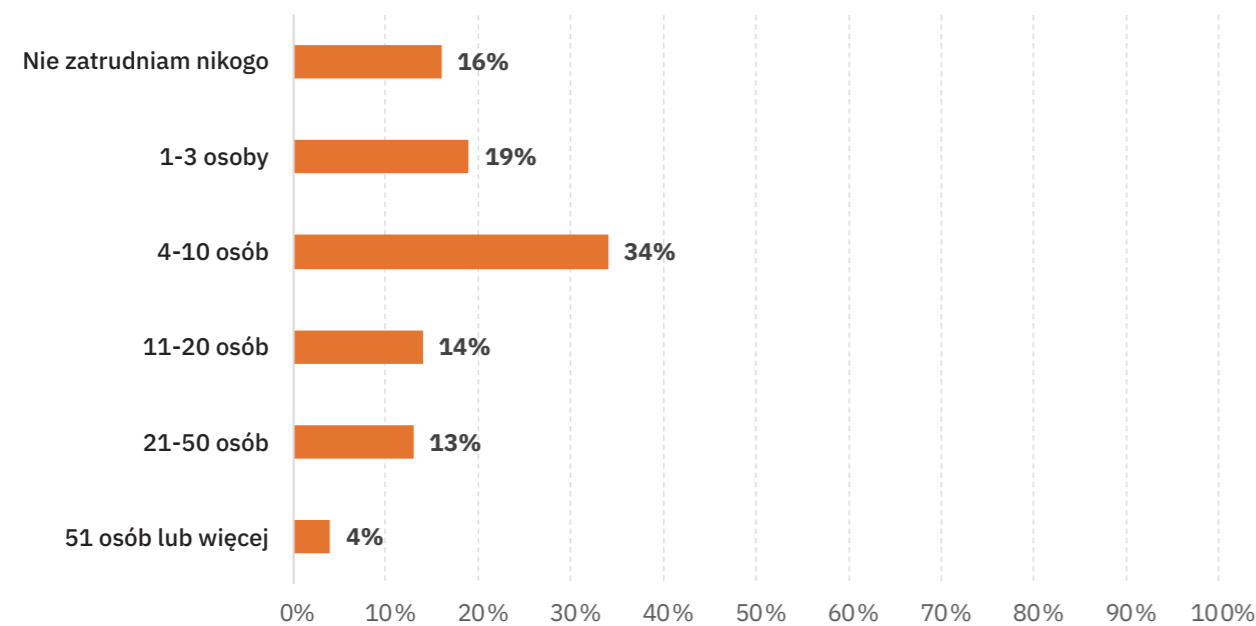


Źródło danych: *Polskie start-upy 2023*, Startup Poland

Większość polskich start-upów zatrudnia zazwyczaj nie więcej niż 10 pracowników, co stanowi ponad 50% ogółu.

Około 30% firm ma już skład zespołu przekraczający 10 osób. 16% właścicieli start-upów nie zatrudnia nikogo.

WYKRES 3. Wielkość start-upów pod względem zatrudnienia

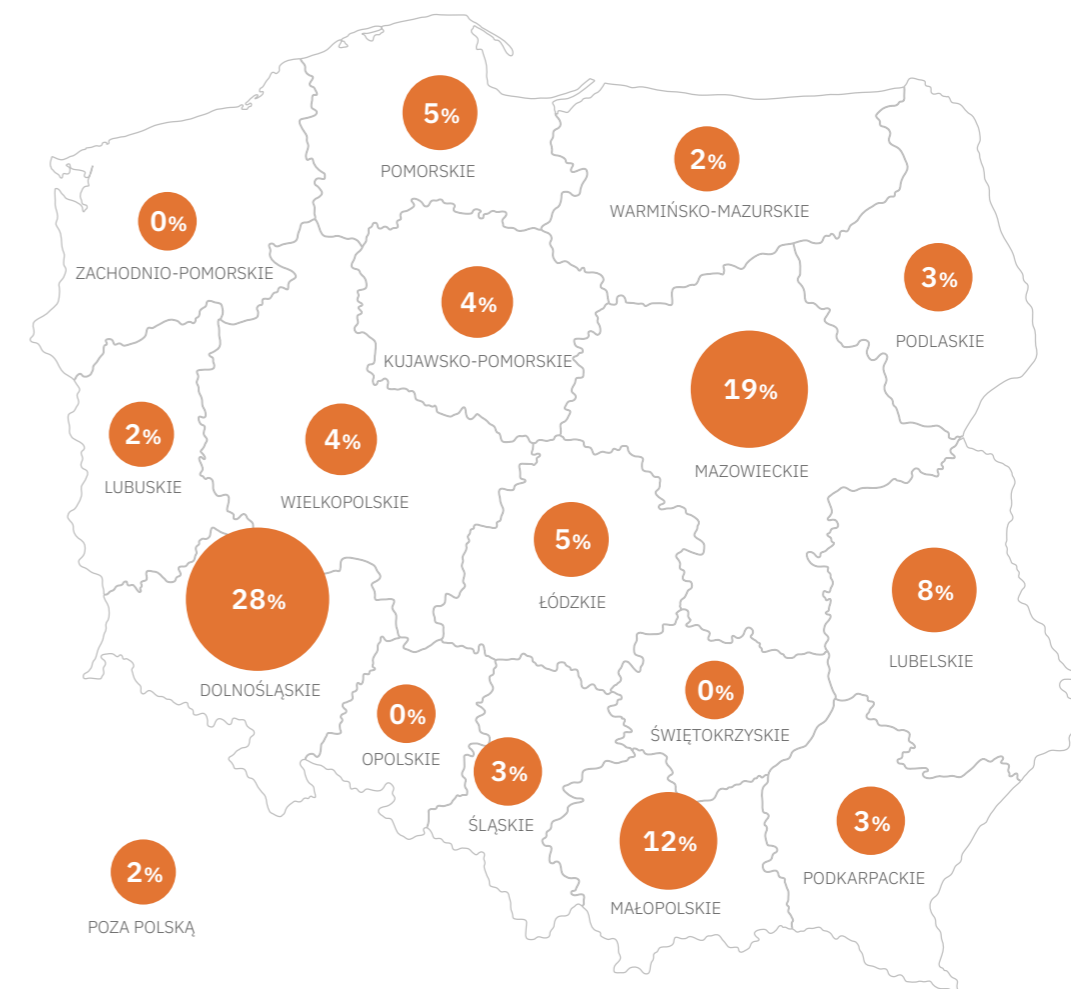


Źródło danych: *Polskie start-upy 2023*, Startup Poland

Preferowanymi lokalizacjami dla start-upów są województwa dolnośląskie i mazowieckie, każdemu z nich przypada po ok. 20% polskich start-upów.

Dość duży odsetek start-upów możemy znaleźć także w województwach małopolskim (12%) czy lubelskim (8%).

GRAFIKA 1. Siedziby start-upów



Źródło danych: *Polskie start-upy 2023*, Startup Poland

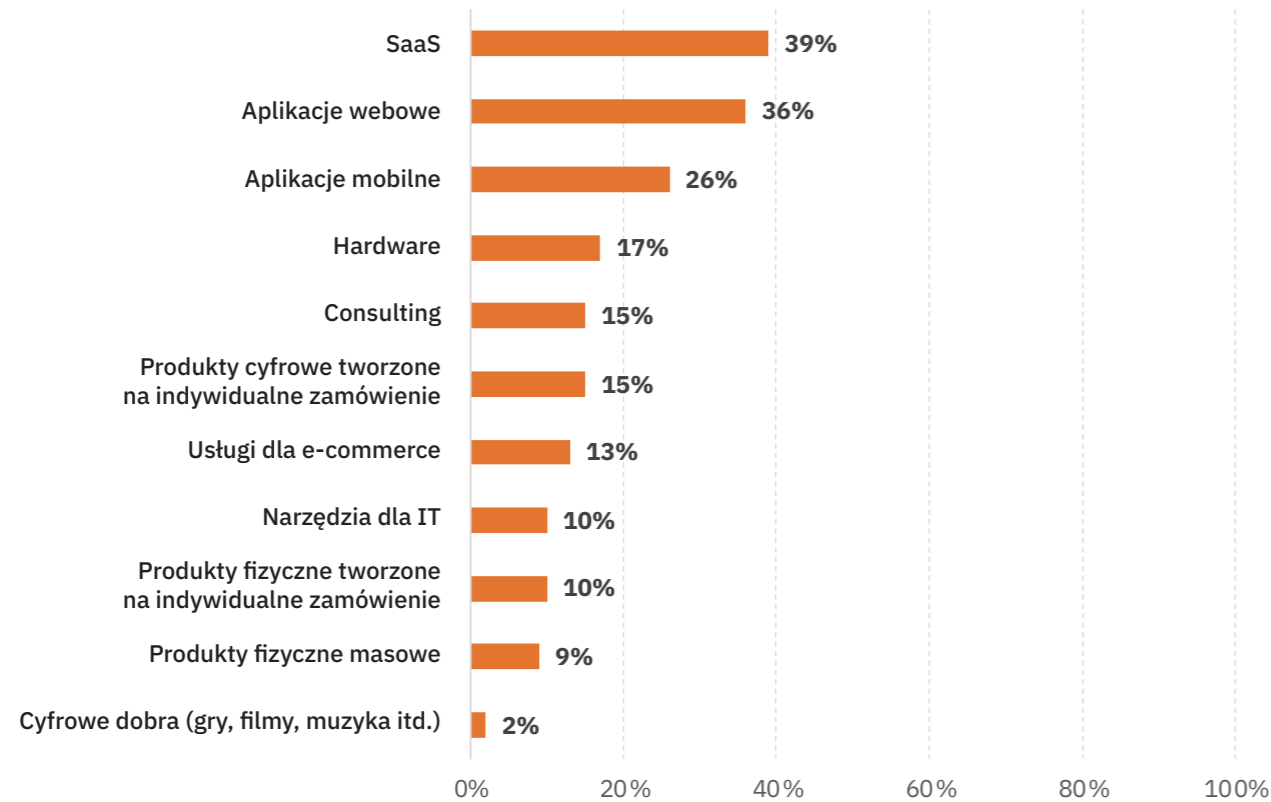
Branże i specjalizacje reprezentowane przez start-upy w Polsce według badania Akces NCBR to głównie Software, Medtech, AI, Hardware i Deep Tech.

Start-upy operujące na polskim rynku skoncentrowane są głównie na działaniach związanych z nowymi technologiami. Przede wszystkim aż 39% z nich skupia się na obszarze SaaS, co oznacza dostarczanie oprogramowania w formie usługi.

Aplikacje internetowe stanowią pole działania dla 36% start-upów, podczas gdy 26% koncentruje się na rozwiązaniach mobilnych. Fizyczny hardware, czyli sprzęt komputerowy, jest obszarem aktywności dla 17% start-upów, natomiast 15% skupia się na tworzeniu cyfrowych produktów na indywidualne zamówienie, a kolejne 15% – na usługach konsultingowych⁵.

⁵ *Polskie start-upy 2022*, Startup Poland

WYKRES 4. Oferta start-upów

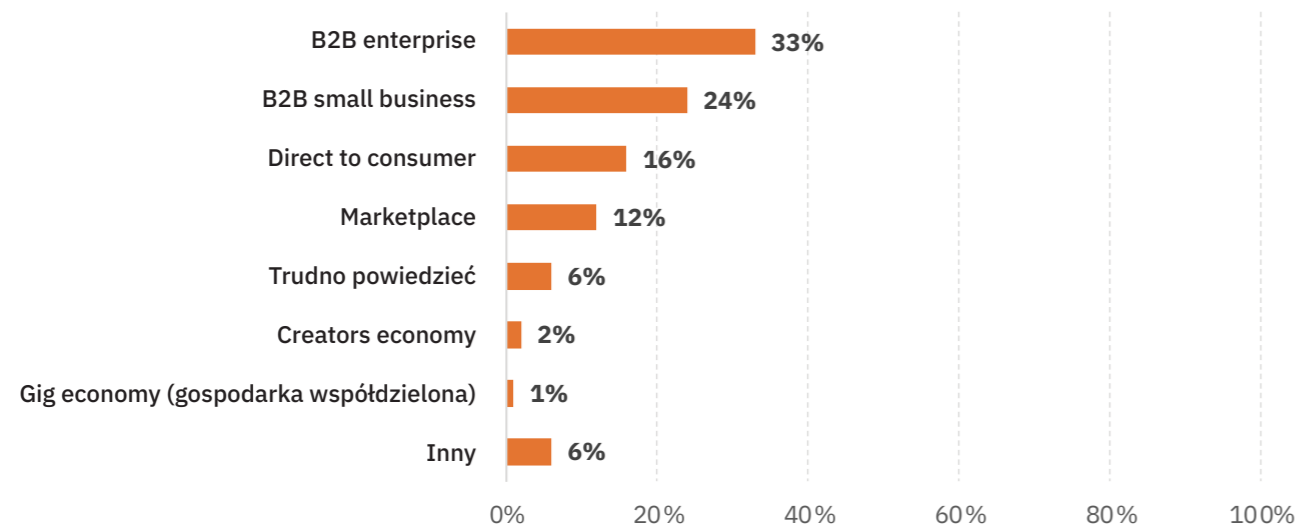


Źródło danych: *Polskie start-upy 2022*, Startup Poland

Przedsiębiorstwa w większości świadczą swoje usługi, działając w ramach modelu biznesowego B2B enterprise (33%) lub B2B small business (24%).

Niewiele z nich oferuje swoje usługi bezpośrednio konsumentom (16%) lub za pośrednictwem platformy typu marketplace (12%).

WYKRES 5. Modele biznesowe start-upów

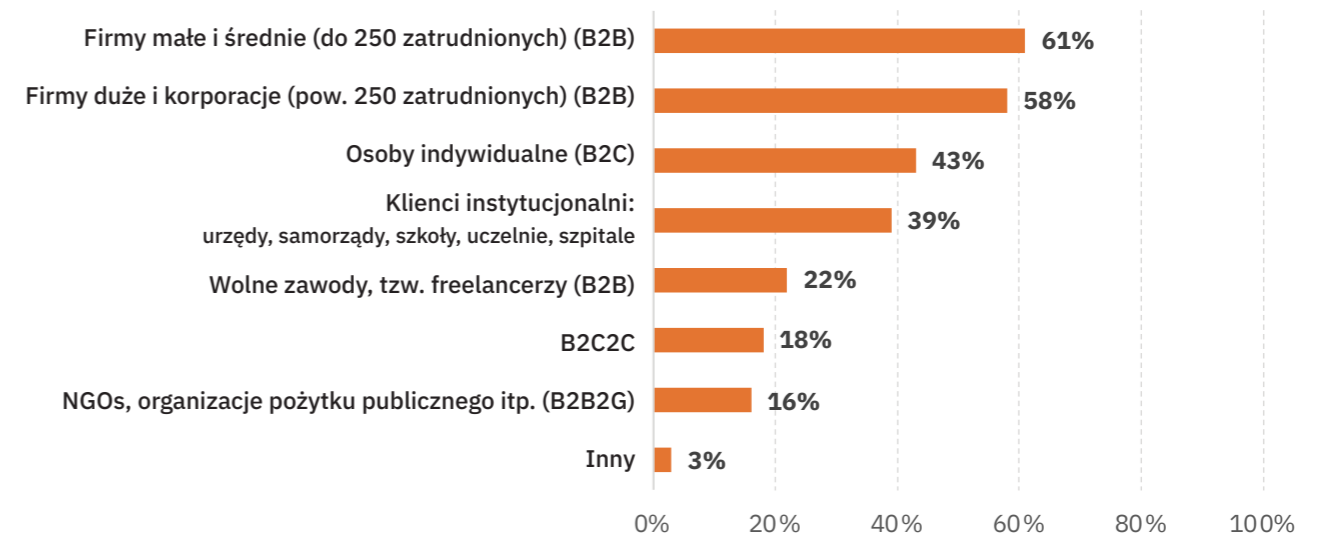


Źródło danych: *Polskie start-upy 2023*, Startup Poland

Przeważająca większość produktów/usług jest projektowana z myślą o dużych i średnich firmach jako grupie docelowej (ok. 60%). Następną najczęstszą grupą docelową są osoby indywidualne typu B2C (43%).

Prawie 40% usług jest ukierunkowanych na klientów instytucjonalnych, takich jak urzędy, samorządy, placówki edukacyjne czy szpitale, około 20% – na freelancerów (B2B) oraz klientów B2C2C. Ponadto 16% start-upów kieruje swoje usługi także do NGOs (organizacji pożytku publicznego).

WYKRES 6. Grupa docelowa start-upu

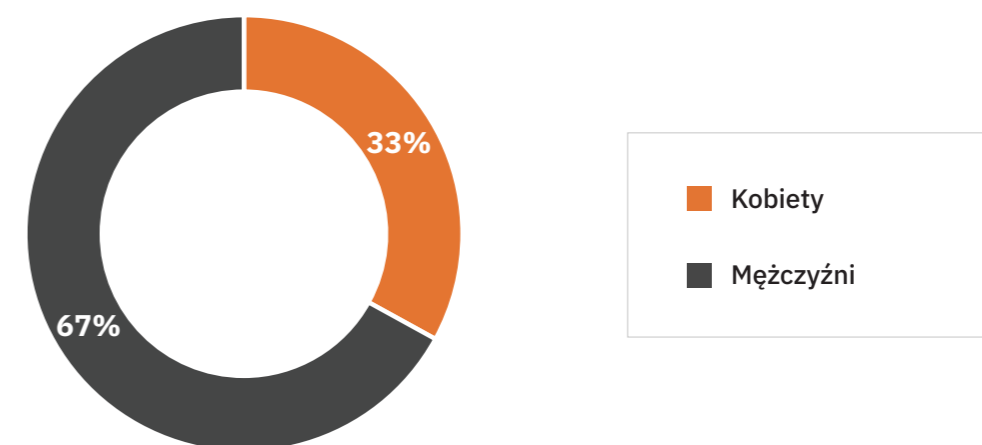


Źródło danych: *Polskie start-upy 2023*, Startup Poland

Mężczyźni w większości są founderami w start-upach, choć liczba kobiet foundererek zdecydowanie wzrasta.

Na polskim rynku powstają programy dedykowane kobietom – założycielkom start-upów, m.in. Shesnovation.

WYKRES 7. Founderzy w start-upach



Źródło danych: opracowanie własne na podstawie badania Akces NCBR.

”

To właśnie różnorodność w zespole ma znaczenie, a podstawowym elementem różnorodności w zespole jest płeć.

PATRYCJA RADEK

KOMENTARZ EKSPERTA

Wyzwania kobiet w świecie start-upów

PATRYCJA RADEK

KOORDYNATORKA SHESNNOVATION ACADEMY

Start-upy, które tworzą innowacje, są to przede wszystkim szybko rosnące organizacje, które tworzą bardzo ryzykowne rozwiązania oparte na nowych technologiach.

Zespoły, które pracują najlepiej, są zrównoważone. To właśnie różnorodność w zespole ma znaczenie, bo wtedy lepiej pracuje, zarabia, rozumie potrzeby użytkowników, lepiej też rozwiązuje swoje skomplikowane problemy. Podstawowym elementem różnorodności w zespole jest płeć.

Są badania, które mówią, że 60% kobiet, które rozważają założenie własnej firmy, nie decyduje się na to z powodu braku pewności siebie i niedostatecznej wiary w swoje umiejętności.

Kobiety mają świetne pomysły, często rozwiązujące skomplikowany problem społeczny, i mogłyby go rozwiązać za pomocą nowoczesnej technologii, ale brak pewności siebie powoduje, że nie wybiorą tej drogi. Często też dochodzą do tego

kwestie związane z wyborami życiowymi, na przykład macierzyństwem, gdzie to właśnie kobiety decydują się na pozostanie z dziećmi. W związku z tym rezygnują z pracy w start-upie lub szukają alternatyw w spokojniejszej firmie, ponieważ nie są w stanie łączyć tych obowiązków.

Nie chodzi tutaj o to, że brak im umiejętności, tylko właśnie o ograniczenia uwarunkowane kulturowo. Co za tym idzie, tylko 21% start-upów ma zespół w ponad połowie składający się z kobiet. I jest tylko 15% start-upów, gdzie żeńska część zespołu przekracza połowę zatrudnionych.

Podobnie jest z funduszami inwestycyjnymi, gdzie tylko 13% ich założycieli stanowią kobiety. Kobiety i mężczyźni mają te same możliwości. Jeśli chodzi o nasze mózgi, nie różnimy się wcale pod tym względem. Natomiast mamy różne doświadczenia, które nas kształtują i są specyficzne dla płci. Właśnie te uwarunkowania kulturowe wpłynęły na to, że kobiety są bardziej wrażliwe, empatyczne, cechują się większą inteligencją, są bardziej skrupulatne. Chodzi o to, żeby to połączyć, bo tak naprawdę tych zachowań również potrzebujemy w start-upach, aby lepiej radzić sobie ze skomplikowanymi problemami.

Skład zespołu start-upu nie jest z góry ustalony. Są jednak stanowiska, które obsadzone są w większości z nich.

Prawie każdy zespół w start-upie posiada CEO, zdecydowana większość ma w zespole również CTO i programistów, co może wynikać z branży i specjalizacji polskich start-upów.

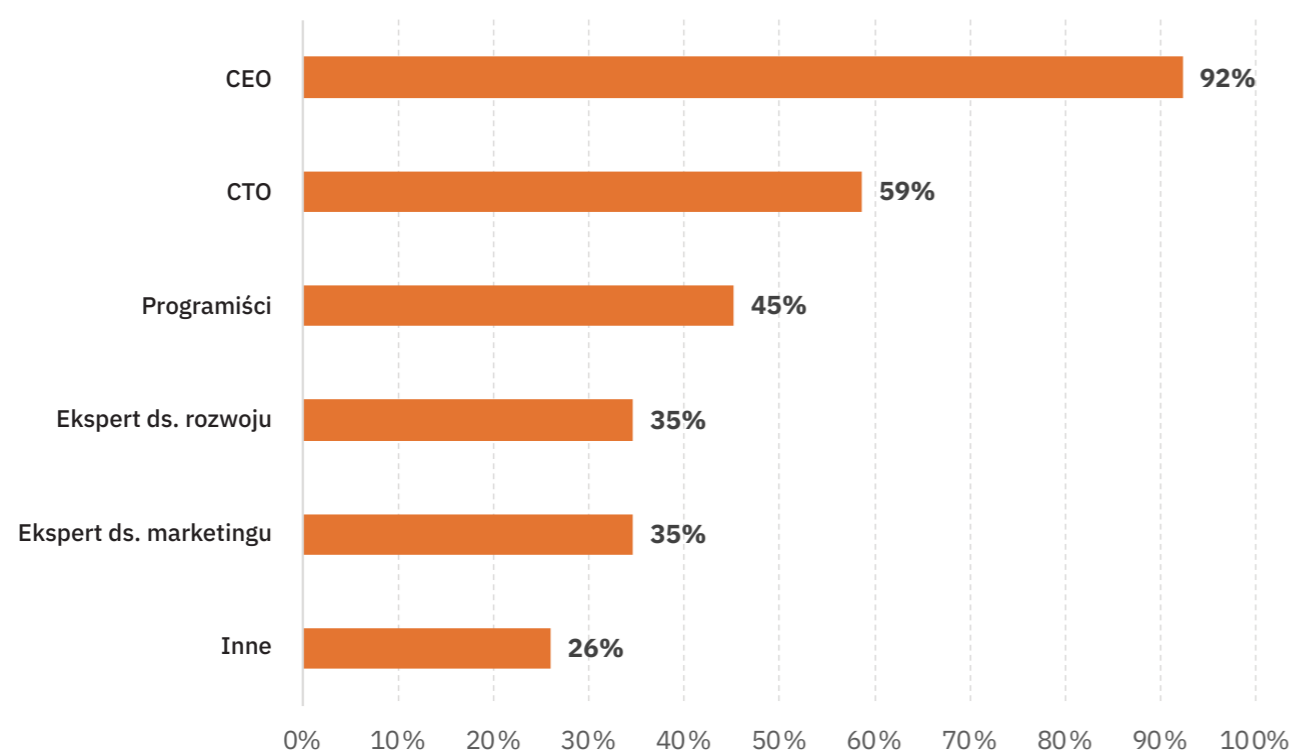
92%

zespołów w start-upie ma CEO.

59%

zespołów w start-upie ma CTO.

WYKRES 8. Skład zespołów w start-upach



Źródło danych: opracowanie własne na podstawie Badania Akces NCBR

1.02. Ścieżki rozwoju start-upów i ich charakterystyka

Najlepsze otoczenie dla biznesu charakteryzuje się wysokiej jakości skutecznymi regulacjami we wszystkich kluczowych obszarach mających wpływ na przedsiębiorców, od założenia start-upu i zaciągania pożyczek po handel międzynarodowy i postępowanie w przypadku niewypłacalności – jak czytamy w raporcie McKinsey & Company – *Poland 2030*⁶.

Zgodnie z raportem *Poland 2030* wiele procedur w Polsce wymaga poprawy i usprawnienia, aby zapewnić środowisko biznesowe uznawane za rzeczywiście korzystne dla przedsiębiorców. Polska zajmuje 33. miejsce w rankingu Banku Światowego *Doing Business 2019* obejmującym 190 krajów, który skupia się na łatwości zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej. Warto jednak wspomnieć, że żaden kraj w rankingu – nawet Nowa Zelandia, która jest na czele zestawienia – nie osiąga najwyższych ocen w każdym obszarze. Kluczem do sukcesu jest znalezienie się na pierwszym miejscu w trzech do pięciu obszarów oraz w pierwszej dziesiątce w kolejnych dwóch lub trzech. Osiągając takie wyniki, zachęca się do prowadzenia działalności gospodarczej zarówno inwestorów zagranicznych, jak i własnych obywateli.

Niska pozycja Polski w rankingu (121. miejsce) wynika głównie z jej niskiego wyniku w obszarze „łatwości rozpoczęcia działalności gospodarczej”.

Średni czas potrzebny na założenie spółki z ograniczoną odpowiedzialnością w Polsce wynosi 37 dni. Polska dokonała w tym zakresie pewnych udoskonaleń, jak np. możliwość założenia firmy przez Internet, jednak w wielu przypadkach liczba kroków i czas potrzebny na ich wykonanie są w dalszym ciągu nadmierne⁷.

Niskie wydatki na badania i rozwój prowadzą do niskiego poziomu innowacyjności w całej gospodarce. W Global Innovation Index 2023 Polska uzyskała zaledwie 37,7 punktu na 100 możliwych, w porównaniu np. z punktami dla prekursorów UE, takich jak Szwajcaria (67,6) i Szwecja (64,2). Plasuje to Polskę na 41. miejscu w Unii Europejskiej.

Polacy zakładają mniej start-upów i posiadają mniej międzynarodowych patentów. Co więcej, współpraca pomiędzy biznesem a środowiskiem akademickim jest w Polsce ograniczona. Komisja Europejska jako główne przyczyny takiego stanu rzeczy wskazuje na ograniczone zasoby, skomplikowane procedury i słabe umiejętności zarządzania projektami ze strony pracowników naukowych⁸.

W celu pobudzenia innowacyjności wskazane byłoby większe wsparcie innowacyjnych start-upów, np. poprzez inkubatory przedsiębiorczości czy chociażby akceleratory. Polska może promować się jako lokalizacja centrów badawczo-rozwojowych dużych korporacji, zapewniając dostęp do kapitału i wyszkolonej kadry lub zachęty finansowe, takie jak pokrycie części kosztów badań.

⁶ McKinsey & Company, *Poland 2030 – a chance to join the economic big league*

⁷ McKinsey & Company, *Poland 2030 – a chance to join the economic big league*

⁸ j.w.

Aby pomóc istniejącym firmom wykorzystać rewolucję cyfrową – na przykład wykorzystując Big Data – Polska może ujednoclić gromadzone przez siebie dane i umożliwić podmiotom zewnętrznym, takim jak naukowcy i firmy prywatne, dostęp do nich w sposób kontrolowany, zapewniając prywatność danych. Przykładem tego, co już się dzieje, jest projekt *Otwarte dane – dostęp, standard, edukacja*, który zapewnia dostęp do takich baz danych, jak NFZ i GUS⁹.

ETAPY ROZWOJU START-UPU:

PRE-SEED STAGE

(FAZA POMYSŁU)

W tej fazie, pojedynczy przedsiębiorca lub zespół założycieli szuka odpowiedniego pomysłu na start-up i analizuje rynek. Nie ma jeszcze gotowego produktu, oficjalnej strony internetowej ani finansowania. Kluczowe jest wykrycie realnego problemu i potencjalnej niszy rynkowej. Na tym etapie founderzy często decydują się stworzyć plan, który w swoim głównym założeniu sprawdza możliwość realizacji danego zadania, jednak zazwyczaj w mniejszej skali. PoC pozwala udowodnić, że nasz pomysł ma solidne podstawy merytoryczne. Takie podejście może zaoszczędzić founderom wiele czasu i pieniędzy na nieoptymalnych pomysłach.

SEED STAGE

(WALIDACJA POMYSŁU)

W tej fazie start-up organizuje swoją strukturę i waliduje hipotezę. Istnieje prototyp rozwiązania, który niekoniecznie ma na

Poniżej przedstawione zostały etapy rozwoju start-upów, aby przybliżyć, jak sam proces wygląda i jakie są kroki związane z rozpoczęciem i kontynuowaniem takiej działalności.

celu generowanie zysków, lecz przekonanie inwestorów do wsparcia lub badanie zainteresowania potencjalnych użytkowników. Do tego momentu founderzy zazwyczaj finansują działalność z własnych środków (tzw. bootstrapping) lub pożyczek, jednak czasami udaje im się uzyskać wsparcie od aniołów biznesu, inkubatorów lub akceleratorów.

EARLY STAGE

(WCZESNA FAZA WZROSTU)

Na tym etapie start-up koncentruje się na dostarczeniu rozwiązania odpowiadającego potrzebom grupy docelowej. Zaangażowanie użytkowników jest kluczowe dla dalszego doskonalenia produktu. Głównym celem jest dopracowanie Minimalnej Wersji Produktu (MVP: minimum viable product), która zaspokoi pilne potrzeby klientów.

W czasie Early Stage start-upy starają się o zdobycie finansowania serii A. Rundy inwestycyjne serii A zazwyczaj wymagają od start-upu skalowalnej technologii, udokumentowanego zapotrzebowania na

produkt/usługę poprzez klientów i wzrost przychodów, planu biznesowego zawierającego strategię skalowania, kluczowego zespołu, włącznie z założycielami.

Na tym etapie start-up ma produkt i dąży do długofalowych zysków. Kapitał z rundy A służy przede wszystkim do potwierdzenia popytu na produkt w dużym zakresie.

Finansowanie pochodzi od funduszy VC (Venture Capital, kapitał własnościowy) i aniołów biznesu, w tym fundusze VC odgrywają kluczową rolę, ponieważ udział aniołów biznesu jest ograniczony do inwestorów, którzy mają możliwość inwestowania znaczących środków finansowych.

Jednocześnie należy pamiętać, że fundusz Venture Capital ma charakter własnościowy i jest realizowany w przedsiębiorstwie poprzez objęcie emisji akcji lub udziałów. Oznacza to, że inwestor staje się współwłaścicielem spółki, której udziela wsparcia.

GROWTH STAGE

(FAZA SKALOWANIA, WZROSTU)

W fazie skalowania zweryfikowany produkt musi generować jak największy przychód, a szybki wzrost jest ważniejszy od marży, zysku czy optymalizacji kosztów. Na tym etapie founderzy coraz częściej decydują się też na powiększenie zespołów i zatrudnienie menedżerów.

Ważne jest pozyskiwanie funduszy zewnętrznych oraz udział w rundach finansowania, które powinny już interesować czołowych inwestorów VC. Na tym etapie founderzy zazwyczaj starają się o rundy inwestycyjne serii B. Rundy inwestycyjne serii B mają pomóc firmie w wykorzystaniu przewag rynkowych m.in. poprzez wejście w inne segmenty rynkowe czy wprowadzenie nowych produktów bądź usług.

Start-upy poszukujące finansowania w ramach rund inwestycyjnych serii B powinny wykazać, że istnieje wiarygodny model biznesowy, który można bez problemu skalować. Ponadto istotne jest, aby wykazały dynamiczny wzrost sprzedaży w swojej organizacji oraz przyrost klientów czy użytkowników, co potwierdza sukces produktu czy usługi.

EXPANSION STAGE

(FAZA EKSPANSJI)

Na tym zaawansowanym etapie start-up pozyskuje duże kwoty finansowania w ramach rundy serii C lub kolejnych rund (D, E, F). Finansowanie z tej rundy jest przeznaczone przede wszystkim na szeroką ekspansję, w tym regionalną czy globalną. Celem firmy jest między innymi umocnienie się w zakresie nowych produktów, a także wprowadzanie zupełnie nowych produktów. Środki z serii C często wykorzystuje się na przejęcia innych spółek lub technologii. Celem jest agresywna ekspansja na nowe rynki i konsolidacja.

Firmy, które pozyskują finansowanie w ramach rund inwestycyjnych serii C, są dojrzałe, o niskim ryzyku inwestycyjnym. W tym etapie biorą udział między innymi fundusze Private Equity, banki, ale także fundusze Venture Capital, które inwestują w późniejsze fazy rozwoju.

EXIT STAGE

(FAZA DOJRZAŁOŚCI)

Ostatni etap, który może zakończyć się sprzedażą start-upu lub wejściem na giełdę, to moment zwieńczenia wysiłków founderów i zwrotu inwestycji dla inwestorów. Niewiele start-upów dociera do tego etapu, a osiągając go, stają się znane globalnie, przypominając bardziej korporacje niż start-upy.

ŹRÓDŁA I WYSOKOŚĆ KAPITAŁU

Na wczesnym etapie działalności start-upu głównym źródłem finansowania jest bootstrapping, czyli wykorzystanie własnych środków finansowych (środków założycieli) oraz generowanie bieżących przychodów.

Niemniej jednak finansowanie własne ma swoje ograniczenia, dlatego przedsiębiorcy zazwyczaj poszukują alternatywnych metod pozyskania kapitału.

Wśród tych opcji można wymienić **kredyt**, aczkolwiek wiele start-upów boryka się z brakiem zdolności kredytowej.

Gdy start-up nie może skorzystać z wyżej wymienionych środków finansowania, może rozważyć **współpracę z aniołem biznesu** – inwestorem, który poza kapitałem może podzielić się także siecią kontaktów i doświadczeniem.

Istnieje również możliwość skorzystania z **crowdfundingu**, który polega na pozyskiwaniu środków od szerokiego grona inwestorów, dla których próg minimalnej inwestycji jest stosunkowo niski.

Kolejną opcją są fundusze **venture capital**. Są to instytucje i przedsiębiorstwa, które dostarczają kapitał i mentorstwo innowacyjnym start-upom. W zamian za udziały inwestycyjne pomagają firmom rozwijać się, rozbudowywać produkty i osiągać sukces na rynku.

W roku 2022 najwięcej transakcji finansujących start-upy przeprowadziły NCBR (216), PFR Ventures (120) oraz prywatny polski kapitał. Największy udział procentowy w wartości transakcji stanowił prywatny kapitał międzynarodowy (48%), a także PFR Ventures (31%).

TABELA 1. Programy publiczne oraz kapitał prywatny w 2022 roku

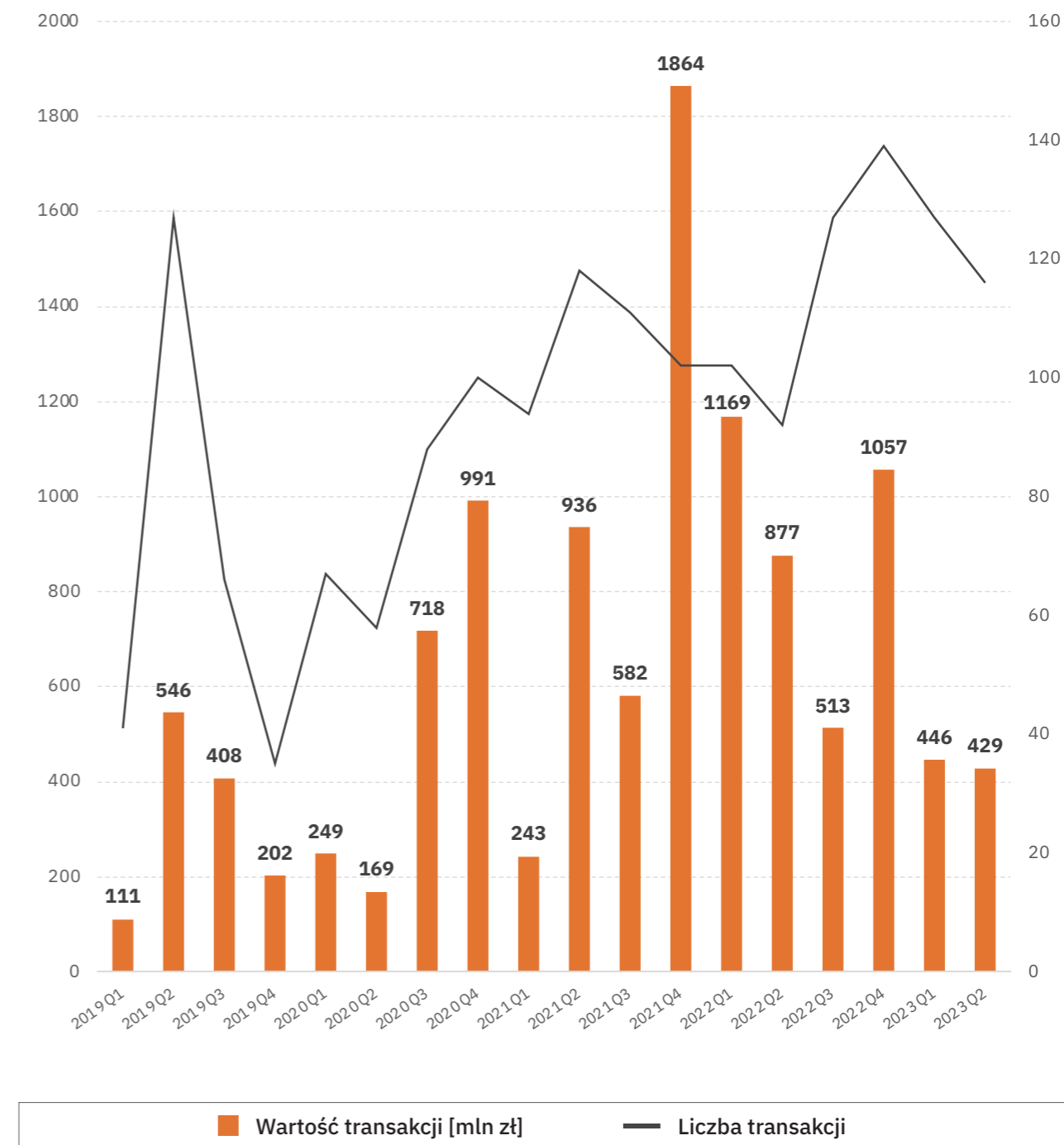
Źródło kapitału	Udział procentowy według wartości transakcji	Udział według liczby transakcji
Międzynarodowy, prywatny	48%	40
PFR Ventures	31%	120
Spółki Skarbu Państwa	10%	2
NCBR	9%	216
Polski, prywatny	1%	56
BGK	1%	25

Źródło danych: Transakcje na polskim rynku VC w 2022, PFR Ventures i Inovo VC

W drugim kwartale 2023 roku przez polski rynek VC przepłynął łączny kapitał o wartości 429 mln zł, który polskie i zagraniczne fundusze zainwestowały w 116 polskich innowacyjnych spółek, osiągając poziom z końca grudnia 2019 roku.

Nie jest to tempo dorównujące wysokośćom transakcji z lat 2021 i 2022, jednak ze względu na utrzymującą się liczbę transakcji oraz rosnącą liczbę osób pracującą w start-upach przewiduje się trend wzrostowy.

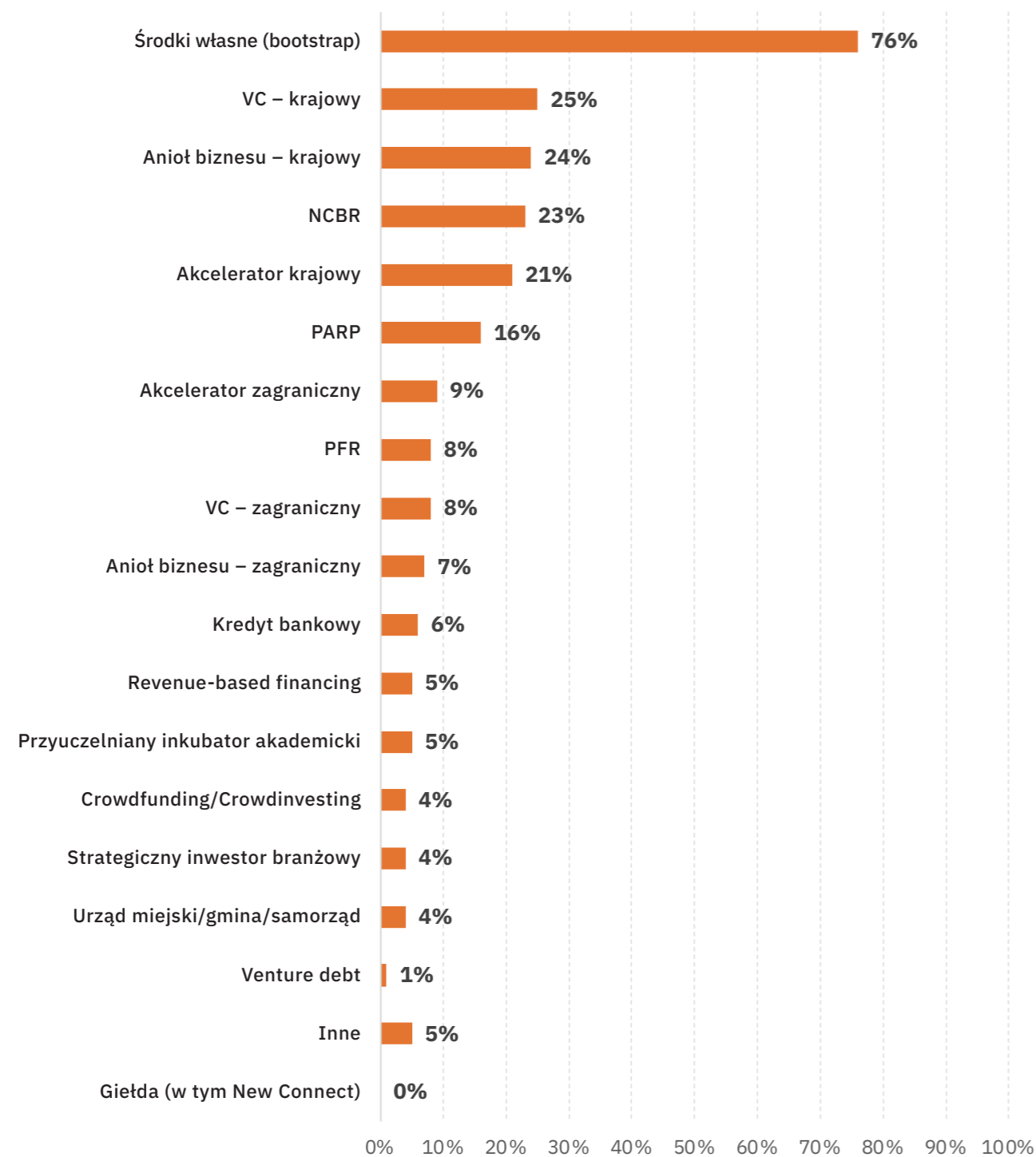
WYKRES 9. Wartość i liczba transakcji kwartalnie [mln zł]



Źródło danych: Transakcje na polskim rynku VC w Q2 2023, PFR Ventures i Inovo VC

Oprócz powyższych dodatkowe źródła finansowania, które mogą stanowić wsparcie w rozwoju start-upu, to środki uzyskane w ramach programów wsparcia młodych przedsiębiorców. Zgodnie z raportem *Polskie start-upy 2023* aż 30% źródeł kapitału pochodzi z akceleratorów.

WYKRES 10. Źródła kapitału



Źródło danych: *Polskie start-upy 2023*, Startup Poland

Oprócz tego zdecydowana większość kapitału to środki krajowe, najwięcej, bo aż 23%, pochodzi z Narodowego Centrum Badań i Rozwoju, ale też z Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości czy Polskiego Funduszu Rozwoju.

1.03.

Zatrudnienie w start-upach

DANE RYNKOWE

W 2022 roku w start-upach przybyło 813 miejsc pracy, a liczba osób pracujących w 18 start-upach wybranych pod względem wysokości rundy w latach 2019-2022 wyniosła 6024 pracowników.

Średni udział pracowników z Polski wyniósł 60%.

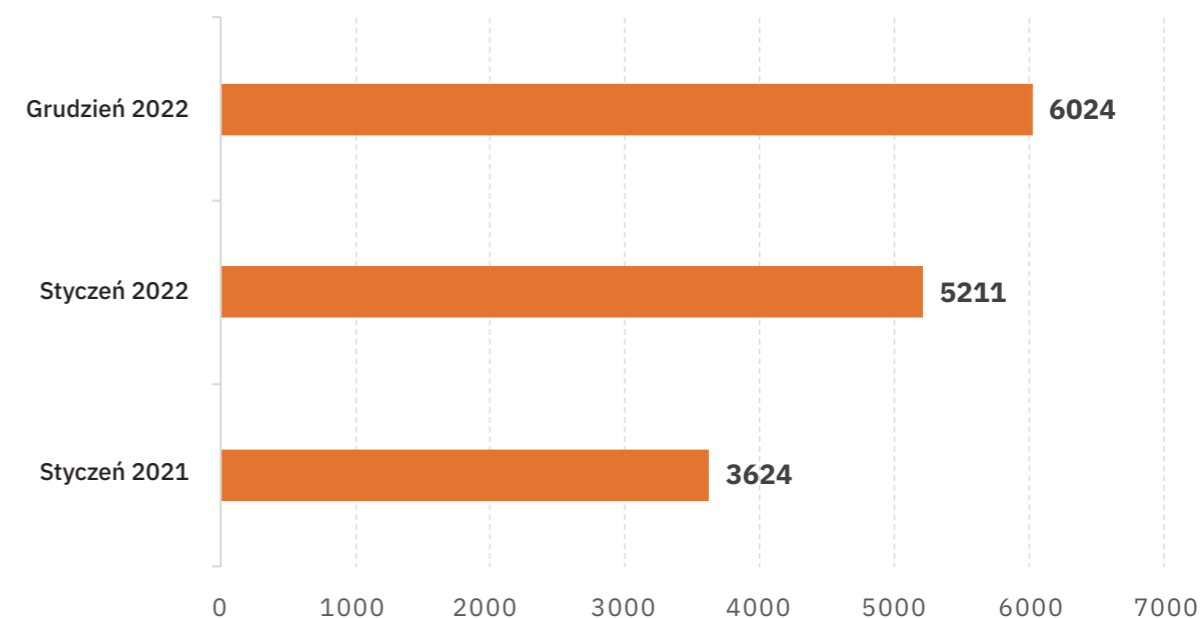
813

nowych miejsc pracy w start-upach przybyło w 2022 roku

60%

udział pracowników z Polski

WYKRES 11. Liczba pracowników

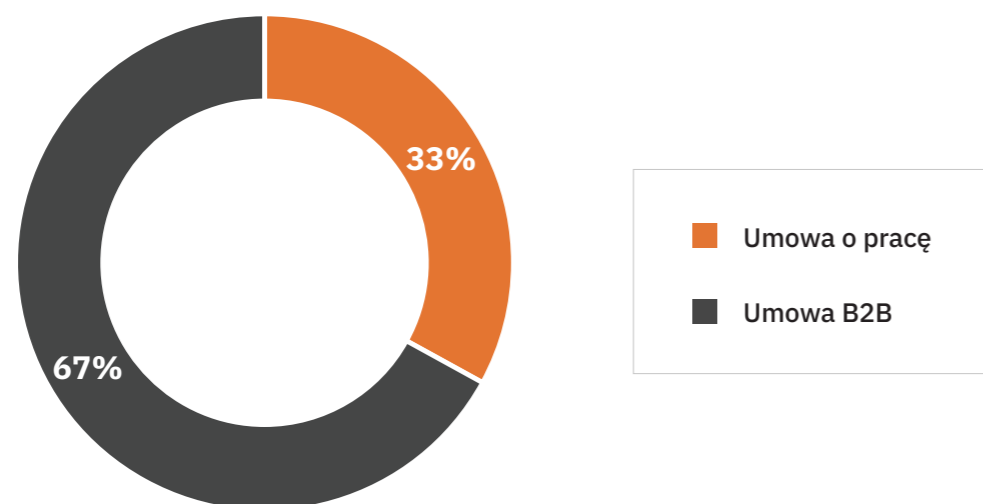


Źródło danych: *Transakcje na polskim rynku VC w 2022*, PFR Ventures i Inovo VC (Dane na podstawie LinkedIn, 18 start-upów pod względem wysokości rundy 2019-2022, >30 pracowników)

Większa część start-upów (67%) proponuje formę zatrudnienia opartą na umowie B2B, podczas gdy tylko 1/3 oferuje umowy o pracę.

W trzecim kwartale 2022 roku specjaliści IT zatrudnieni w start-upach na zasadach umowy B2B mogli liczyć na wynagrodzenie w przedziale od 7 500 zł netto dla juniora do 24 tys. zł dla seniora.

WYKRES 12. Udział procentowy ofert pracy w start-upach w zależności od typu umowy w okresie: kwiecień 2022 – wrzesień 2022



Źródło danych: Zarobki IT w polskich start-upach Q3 2022, BValue, JustJoin.it

TABELA 2. Mediana wynagrodzeń (netto) B2B specjalistów IT w polskich start-upach w Q3 2022

Poziom stanowiska	Wynagrodzenie [zł]
Junior	7 500
Mid	15 000
Senior	24 000

Źródło danych: Zarobki IT w polskich start-upach Q3 2022, BValue, JustJoin.it.

ZALETY I WADY PRACY W START-UPACH

W rekrutacji do start-upów można spotkać dwie grupy kandydatów. Pierwsza to doświadczeni menedżerowie sprzedaży z bogatym dorobkiem w międzynarodowych firmach, którzy szukają nowych wyzwań. Druga grupa to stosunkowo młodzi profesjonalści, którzy w pracy przy start-upie widzą możliwość testowania swoich umiejętności i zdobywania doświadczenia.

Praca w start-upach stanowi fascynujące wyzwanie, które przyciąga tych, którzy preferują nieprzewidywalne, ciekawe „jutro” z odrobiną ryzyka nad bezpiecznym „teraz”.

Ta forma zatrudnienia pozwala wczuć się w sytuację rozwijania własnego biznesu od podstaw, co mimo ogromnego wysiłku przynosi też ogromną satysfakcję.

Warto zauważyć, że w start-upach relacje z klientami różnią się od tych w firmach działających długo na rynku, ponieważ start-up zazwyczaj nie jest jeszcze rozpoznawalny. To oznacza, że budowanie relacji biznesowych stanowi ciekawe wyzwanie.

Ponadto praca w start-upie pozwala eksperymentować z różnymi strategiami rozwoju, co pozwala na kreatywne podejście do problemów biznesowych.

Jednym z największych atutów pracy w start-upie jest duma z własnych osiągnięć.

Przykładowo dla Sales Managera widok własnych produktów na półkach sklepowych po długich i trudnych wysiłkach stanowi ogromną satysfakcję.

Praca w start-upie to także możliwość zdobycia doświadczenia w różnych dziedzinach biznesu i kształtowania swojej kariery.

Jednak praca w start-upach nie jest też pozbawiona wad. Najważniejszą z nich jest niepewność, ponieważ nie każdy start-up osiąga sukces i rozwija się w stabilne przedsiębiorstwo. To ryzyko, które trzeba rozważyć przed podjęciem decyzji o zatrudnieniu w takiej firmie.

Ponadto praca przy start-upie jest często bardzo intensywna i wymaga dużego zaangażowania, co może prowadzić do pracy poza standardowymi godzinami.

Osoby pracujące w start-upach muszą także przejąć na siebie dużą odpowiedzialność za wynik działalności firmy, co może być stresujące.

Praca w start-upach to doświadczenie, które przyciąga osoby gotowe na ryzyko i wyzwania.

Stanowi ona okazję do tworzenia czegoś od podstaw, eksperymentowania i zdobywania satysfakcji z własnych osiągnięć.

Jednakże wiąże się także z niepewnością i intensywnością pracy, co wymaga odpowiedniego podejścia i gotowości do pracy w dynamicznym środowisku.

”

Wierzymy, że odpowiednio dobrana kadra zarządzająca i specjaliści stanowią fundament pod długofalową przewagę konkurencyjną start-upu.

ARTUR MIGOŃ

KOMENTARZ EKSPERTA

Skalowanie Start-upu – sekret sukcesu w rekrutacji specjalistycznej

ARTUR MIGOŃ

V-CE PRESIDENT, ANTAL

W obliczu dynamicznego rozwoju start-upów, elementem nieodzownym stają się strategiczne decyzje dotyczące skalowania biznesu.

W tej kluczowej fazie, gdy przedsiębiorstwo przekracza granice początkowego wzrostu, by wkroczyć na ścieżkę zrównoważonego rozwoju, pojawia się zasadnicze pytanie: jak skutecznie zarządzać tym procesem, by nie stracić pierwotnej wizji, jednocześnie zapewniając firmie fundamenty niezbędne do dalszego wzrostu?

Jako aktywny rekruter z wieloletnim doświadczeniem, jestem przekonany, że kluczem do sukcesu jest zdolność do skutecznego zarządzania talentami. W procesie skalowania przedsiębiorstwa niezwykle ważne jest utrzymanie równowagi między szybkim wzrostem a zachowaniem elastyczności operacyjnej. W tym kontekście, kluczowe znaczenie nabiera budowanie silnych podstaw w zakresie zarządzania zasobami ludzkimi, technologią i finansami. Jednocześnie, ważne jest, aby proces skalowania nie doprowadził do utraty unikalnej kultury organizacyjnej, która często stanowi o sile i różnorodności firmy. Zrównoważony rozwój wymaga również ciągłego inwestowania w rozwój pracowników, co nie tylko zwiększa ich zaangażowanie i lojalność, ale również przyczynia się do budowania innowacyjności i kreatywności w organizacji.

Takie podejście umożliwia start-upom nie tylko przetrwanie na rynku, ale również osiągnięcie stabilnego wzrostu i ekspansji na nowe rynki.

W momencie, gdy rozwijająca się firma osiąga punkt oporu i dostrzega utratę pierwotnej energii, niezbędne staje się zatrudnienie doświadczonych kadry zarządzającej. Warto zaznaczyć, że takie momenty są naturalnymi etapami rozwoju każdej firmy. W takiej sytuacji, pomocne może okazać się wsparcie w postaci profesjonalnego doradztwa HR oraz rekrutacji specjalistów, którzy potrafią wprowadzić sprawdzone procedury wewnętrzne, zbudować silną infrastrukturę i efektywne systemy zarządzania.

W Antal wierzymy, że odpowiednio dobrana kadra zarządzająca i specjaliści są nie tylko kluczem do rozwiązania problemów krótkoterminowych, ale stanowią fundament pod długofalową przewagę konkurencyjną start-upu. Dlatego też, naszym głównym celem jest wsparcie w budowaniu zespołów, które będą nie tylko efektywnie realizować obecne cele biznesowe, ale również inspirować do innowacji i przewodzić w branży, tworząc nowe wartości i możliwości na rynku.

CZĘŚĆ 2

Potrzeby start-upów w Polsce

CZĘŚĆ 2

Potrzeby start-upów w Polsce

Polski rynek wciąż dynamicznie rozwija się pod kątem powstawania nowych start-upów. Zgodnie z Mapą Ekosystemu PFR¹⁰ ten przyrost wynosi ok. 6% w skali kwartału.

Nie oznacza to jednak, że czynnikiem zachęcającym do zakładania tego typu przedsiębiorstw są ich idealne warunki rozwoju. Innowacyjna myśl obecnych i przyszłych founderów jest wartością na polskim rynku, ale prowadzenie działalności biznesowej wiąże się z dodatkowymi trudnościami i barierami mającymi wpływ na dynamikę sukcesu.

Poznanie i stały monitoring start-upów umożliwi dostarczanie danych do budowania wartościowego wsparcia odpowiadającego rzeczywistym potrzebom ekosystemu.

WYKRES 13. Największe wyzwania start-upów



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania Akces NCBR

10 Mapa Ekosystemu PFR, <https://poland.dealroom.co/>

Mogłoby się zatem wydawać, że to pieniądze stanowią największy problem w rozwoju polskich start-upów, czy to w postaci luki inwestycyjnej, czy w przypadku braku środków na działania operacyjne.

Wyzwania związane z finansowaniem działalności operacyjnej start-upów wpływają też na konieczność utrzymywania przez założycieli start-upów dodatkowego etatu (np. praca na uczelni, w korporacji) bądź podejmowania się prac zleconych. W dłuższej perspektywie zjawisko to może przekładać się negatywnie na zaangażowanie w pracę nad rozwojem pomysłu (również z uwagi na ograniczoną dostępność czasową), a finalnie również na jego jakość.

Warto zwrócić uwagę, że powyższe badanie ukazuje również tendencję do niedoszacowania przez founderów kwestii konkurencji na rynku, większość badanych deklaruje, że duża konkurencja na rynku i produkt-market fit nie są wyzwaniem dla ich start-upu.

Fakt ten nie tylko wynika z braku odpowiedniego badania preferencji konsumentów, ale też z przeświadczenia, że nie jest ono konieczne. Takie zachowanie występuje w przypadku foundera „zakochanego” w swoim pomysle. Ryzyka z tym związane to brak krytycznego spojrzenia na rozwiązanie, brak urealnionego kontekstu rynkowego, a także brak przykładów referencyjnych, które mogłyby być źródłem inspiracji do rozwoju pomysłu.

Podczas gdy w badaniu ilościowym kierowanym do polskich start-upów temat edukacji biznesowej jest stawiany na drugim planie, to już w ramach pogłębionych rozmów z założycielami start-upów czy mentorami biznesowymi obszar wiedzy dotyczącej przedsiębiorczości, możliwości jej pozyskania i ryzyk związanych z jej brakiem jest mocno podkreślany.

Na rozwój, a czasami być albo nie być start-upu ma wpływ wiele czynników określanych zbiorczo jako zewnętrzne i wewnętrzne.

01. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE

Do **czynników zewnętrznych** można zaliczyć zjawiska i trendy na rynku, na które start-up nie ma wpływu, jak np. luka kapitałowa, kierunki inwestowania czy programy wsparcia dostępne na rynku.

02. CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

Czynniki wewnętrzne natomiast opierają się na zasobach start-upu, wiedzy jego założycieli oraz sposobie kreowania i dobierania zespołu.

03. TIMING

Istnieje jeszcze jeden czynnik, jest on na tyle niezależny, że został uznany jako oddzielny element mający wpływ nie tylko na start-upy, ale też ogólne nastroje i trendy w ekosystemie innowacji, jest to **timing**, czyli rozpoczęcie działalności w momencie zapotrzebowania na dane rozwiązanie.

01. CZYNNIKI ZEWNĘTRZNE

Czynniki zewnętrzne to najczęściej czynniki związane z obecnością pieniądza na rynku.

Dotyczy to zarówno finansowania start-upów poprzez granty pochodzące z konkursów czy programów, np. z budżetu samorządu, państwa, środków europejskich czy prywatnych, ale również inwestycji.

Wiele zależy tutaj od aktualnych polityk lub budżetów, jeśli mowa o środkach publicznych, ale również od trendów na rynku, jak tzw. „start-upowa bańka”.

Zjawiska, w wyniku którego wycena start-upów jest zawyżona w wyniku napływu spekulantów i inwestorów ustalających wyceny powyżej tego, co mogłoby być racjonalnie uzasadnione¹¹.

Zewnętrzne wsparcie to nie tylko finanse, ale również dostępne na rynku możliwości rozwoju start-upu.

Chodzi o edukację oraz wsparcie merytoryczne i praktyczne najczęściej oferowane przez programy inkubacji czy akceleracji dostępne na uniwersytetach, w parkach technologicznych czy danych regionach lub ogólnodostępne.

Za darmo, na podstawie konkursu lub za opłatą wspierają one rozwój start-upów przez umożliwienie uczestnictwa w warsztatach, kursach czy dedykowanych mentoringach.

Są to również dostępne na rynku kompleksowe programy nauczania, jak dedykowane founderom kierunki studiów.

¹¹ <https://www.investopedia.com/terms/b/bubble-theory.asp>

Usługi Antal4Startups

WSPARCIE REKRUTACYJNE DLA FIRM SKALUJĄCYCH STARTUP



 antal | THE VALUE OF SPECIALIZED TALENTS

W cyklu życia każdego start-upu nadchodzi kluczowy moment, w którym niezbędne jest zatrudnienie doświadczonej kadry zarządzającej. Jej celem jest przyspieszenie procesu skalowania biznesu.

Antal jest firmą rekrutacyjną obecną na rynku od ponad 25 lat. Współpracujemy z dużymi międzynarodowymi koncernami, jak i grupami kapitałowymi, należącymi do przedsiębiorców, których nazwiska widnieją na liście Forbes100. To właśnie wieloletnia współpraca ze spółkami o charakterze właścicielskim zaowocowała ścisłą współpracą w obszarze wsparcia w skalowaniu start-upów.

Skontaktuj się z nami i poznaj pełen zakres naszych usług.

”

Platforma GPW Private Market SA ma być narzędziem wykorzystywanym do świadczenia usług w obszarze crowdfundingu inwestycyjnego.

ZESPÓŁ GPW PRIVATE MARKET

KOMENTARZ EKSPERTA

Crowdfunding inwestycyjny szansą na pozyskiwanie finansowania

ZESPÓŁ GPW PRIVATE MARKET

Poprzez finansowanie społecznościowe spółki mogą pozyskiwać kapitał na rozwój od rozproszonego akcjonariatu przy jednoczesnym zmniejszeniu ryzyka ich znaczącego wpływu na spółkę.

W porównaniu do innych rodzajów inwestycji funkcjonujących na polskim rynku, takich jak inwestycje anielskie czy venture capital, w przypadku crowdfundingu występuje niska bariera wejścia potencjalnych inwestorów do spółki. Obecne regulacje pozwalają na pozyskanie poprzez crowdfunding inwestycyjny finansowania w kwocie do 5 mln euro w ciągu 12 miesięcy, a emisje odbywają się na podstawie arkusza kluczowych informacji inwestycyjnych, który może liczyć maksymalnie 6 stron A4, a więc znacznie mniej niż prospekt emisyjny lub memorandum inwestycyjne, które są niezbędne w przypadku publicznej oferty akcji.

Na świecie istnieje wiele platform finansowania społecznościowego, zarówno w segmencie crowdfundingu inwestycyjnego, jak i pożyczkowego. W Unii Europejskiej jest to działalność regulowana. Mogą ją prowadzić wyłącznie podmioty posiadające stosowne zezwolenie. W chwili obecnej na rynku unijnym takie zezwolenia ma ponad 100 podmiotów.

Platforma GPW Private Market SA ma być narzędziem wykorzystywanym do świadczenia usług w obszarze crowdfundingu inwestycyjnego. Zakłada się, że jej uruchomienie przyczyni się do zwiększenia roli kapitału prywatnego w finansowaniu innowacyjnych przedsięwzięć i może być szansą na zwiększenie bazy spółek, które z czasem zadebiutują na rynku publicznym.

Aktualnie do największych wyzwań dla takiego sposobu finansowania na polskim rynku zalicza się m.in. kwestie związane z edukowaniem rynku czy podażą wysokiej jakości projektów poszukujących finansowania.

Ponadto podkreśla się znaczenie z jednej strony budowania świadomości inwestorów, w tym specyfiki inwestowania w przedsięwzięcia na wczesnym etapie rozwoju, a z drugiej strony budowania świadomości podmiotów poszukujących finansowania i ich odpowiedzialności względem inwestorów.

02.

CZYNNIKI WEWNĘTRZNE

Wewnętrzne czynniki odnoszą się do tego, co dzieje się w start-upie, czyli w szczególności do zasobów ludzkich oraz merytorycznych.

Czynniki te dotyczą m.in. postaci założyciela lub założycieli, co wiąże się z posiadaną przez nich wiedzą i doświadczeniem. Rola lidera zespołu to również sposób myślenia, który do niego wnosi. Należy pamiętać, że prowadzenie start-upu to odnalezienie się w roli przedsiębiorcy. Profil founder'a zakochanego w swoim produkcie nie przynosi na dłuższą metę korzyści. Z jednej strony zaletą jest bycie pewnym swojego rozwiązania, szczególnie w perspektywie rozmowy z inwestorem. Z drugiej strony krytyczne spojrzenie na produkt lub usługę pozwoli na ulepszenie go. Zagrożeniem jest brak docenienia konkurencji, co może mieć bezpośredni wpływ na sukces start-upu lub jego wyjście na rynki zagraniczne. Często podkreśla się również, jak ważne jest wychodzenie ze swojej strefy komfortu i nieustanna nauka przedsiębiorczości, szczególnie w stosunku do naukowców zakładających start-upy.

03.

TIMING

Ostatnim elementem mającym wpływ na rozwój start-upów i ich produktów jest nieprzewidywalny, ale bardzo istotny czynnik.

Według badań przeprowadzonych przez Idealab wśród wskazało go 42% badanych start-upów jako najistotniejszy do osiągnięcia sukcesu¹².

W miarę rozwijania się start-upu razem z nim rośnie zespół, którego odpowiedni dobór jest kluczowy dla powodzenia w biznesie. To kompetencje i umiejętności oraz wiedza pracowników mogą stać się kotłem napędowym dla start-upu. Aby uniknąć problemów związanych z przepracowaniem czy zbyt dużą liczbą zadań founder powinien wziąć pod uwagę znaczenie przygotowania i przeprowadzenia rekrutacji, jak również przeznaczyć odpowiednie środki na wynagrodzenia. Zdarza się, że dynamika rozwoju i pracy w start-upie jest tak duża, że zespół nie jest wystarczająco szybko uzupełniany. Kończy się to nieustanną pracą i późniejszym szybkim wypaleniem zawodowym. Co ma wpływ na ewentualne pozyskanie inwestycji, ponieważ inwestorzy zwracają uwagę na kondycję zespołu, który zajmuje się danym rozwiązaniem.

Niestety ze względu na brak kapitału, ale też gdy start-up nie jest głównym źródłem utrzymania, np. w przypadku pracy na etacie, founderzy pracę na rzecz rozwoju pomysłu spychają na drugi plan, przez co spada ich zaangażowanie, a w rezultacie szybkość i jakość komercjalizacji.

Tym elementem jest „dobry timing”, czyli rozpoczęcie działalności biznesowej we właściwym czasie, gdy nastąpił wzrost zapotrzebowania rynkowego na dany produkt lub usługę. I choć można przewidywać pewne zapotrzebowania i trendy, to procesy społeczne czy geopolityczne pozostają czasami nieprzewidywalne¹³. Tym samym jednego dnia zupełnie niepotrzebne rozwiązanie może stać się produktem pierwszej potrzeby.

12 <https://namesurfy.com/when-to-start-a-business-why-timing-is-crucial-for-success/>

13 *Start-upy Pozytywnego Wpływu. Innowacje Pozytywnego Wpływu. Raport 2023*, Kozminski University 2023.

2.01.

Obszary wsparcia start-upów

Na podstawie danych zastanych oraz odbytych przez Akces NCBR rozmów i badań można wyróżnić trzy obszary wsparcia start-upów, które odpowiednio zagospodarowane mogą

stanowiąc odpowiedź na najważniejsze potrzeby blokujące ich rozwój, są to: obszar wsparcia finansowego, obszar edukacji biznesowej oraz obszar wyjścia na rynki zagraniczne.

1. Obszar wsparcia finansowego

Według raportu *Polskie start-upy 2022* przygotowanego przez Startup Poland istotny wpływ na rozwój start-upów w ciągu ostatnich lat miały ciągnące się kryzysy.

Pandemia COVID-19 miała zaskakująco pozytywny wpływ na powstawanie i rozwój start-upów, natomiast już inaczej wyglądało to w przypadku wojny w Ukrainie czy inflacji. Te dwa ostatnie przyczyniły się do powstania ogólnie negatywnych nastrojów całego sektora i miały wpływ na okres spowolnienia finansowego, który rozpoczął się wraz z 2023 rokiem. Wiązało się to również z zakończeniem dotychczasowych projektów współfinansowanych ze środków publicznych. Sferę niedostatecznej dostępności środków finansowych w raporcie z 2022 roku określono jako niestabilną, które to poczucie wzbudza przeświadczenie o istnieniu „start-upowej bańki”, czyli przemijającego już trendu na inwestowanie w start-upy, który został zapoczątkowany w 2021 roku poprzez rekordowe inwestycje w firmy w fazie seed i early stage¹⁴.

W raporcie Akademii Leona Koźmińskiego „Start-upy Pozytywnego Wpływu” zwrócono szczególną uwagę na problemy związane z finansowaniem start-upów, szczególnie w kontekście zapewnienia ciągłości finansowania. Natomiast ten problem w połączeniu z negatywnymi nastrojami i brakiem możliwości szybkiej poprawy sytuacji gospodarczej skutkuje zawieszeniem lub zamknięciem działalności u co trzeciego przedsiębiorcy¹⁵.

Jako zjawisko stosunkowo młode określana jest luka kapitałowa w odniesieniu do start-upów w początkowej fazie rozwoju. Oznacza to, że wartość projektów szukających finansowania przewyższa dostępny na rynku kapitał. Według szacunków luka ta w Polsce wynosi kilkaset miliardów złotych. Pochodzenie kapitału może definiować kierunek jego alokacji. W sektorze prywatnym znaczenie mają względy ekonomiczne, natomiast w publicznym i publiczno-prywatnym fundusze mogą być ograniczone wymogami stawianymi przez grantodawców. W większości funduszy nie jest obojętny rodzaj branży, jaką wspierają, co zaznaczają w swojej komunikacji¹⁶.

14 *Polskie start-upy 2022*, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2022.

15 *Start-upy Pozytywnego Wpływu. Innowacje Pozytywnego Wpływu*. Raport 2023, Kozminski University 2023.

16 *Luki w ekosystemie start-upowym*, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2022.

”

Inwestorzy oczekują, że founderzy są przygotowani do procesu fundraisingu, nawet jeżeli jest to ich pierwszy start-up.

PAWEŁ MAJ

KOMENTARZ EKSPERTA

Jak świadomie pozyskać inwestycje

PAWEŁ MAJ

WARSAW EQUITY GROUP

Start-upy ubiegające się o inwestycje z funduszy Venture Capital powinny kierować się trzema kluczowymi krokami.

Krok 1.

Na początku należy znaleźć odpowiedź na pytanie „Czy świadomie chcę wejść na ścieżkę VC?”.

Fundusze typu VC (szczególnie inwestujące na wczesnym etapie) oczekują, iż start-up, w który zainwestują, bardzo szybko będzie się rozwijać, zbierać kolejne rundy finansowania przy coraz wyższych wycenach, tak by w przeciągu kilku lat dojść do 100M dol./euro ARR i uzyskać +1 mld dol./euro wyceny, dzięki czemu fundusz miałby szansę wygenerowania 30x-50x zwrotu na zainwestowanym kapitale.

Krok 2.

Jeżeli odpowiedź o wejściu na tę ścieżkę będzie twierdząca, to kolejnym krokiem jest **rozumienie perspektywy inwestorów**. Oczekują oni bowiem, że founderzy są przygotowani do procesu fundraisingu, nawet jeżeli jest to ich pierwszy start-up – oczekiwanie o tyle uzasadnione, iż obecnie, jak nigdy wcześniej, jest dużo dostępnych materiałów w formie blogów, podcastów, artykułów czy książek. Warto zacząć od lektury książki **Tajemnice Sand Hill Road** *Scotta Kupora* (jest również polskie tłumaczenie), która jest świetnym wprowadzeniem do świata venture capital.

Polecam też moją listę ponad 300 pytań, które zadały fundusze VC spółkom w trakcie fundraisingu:

+300 pytań,
które zadały fundusze VC

Krok 3.

Trzecim, nie mniej ważnym krokiem jest **skorzystanie z profesjonalnej obsługi prawnej**.

Przy negocjacji treści term sheet, a następnie umowy inwestycyjnej founderzy powinni skorzystać ze wsparcia prawnika lub kancelarii prawnej. Jednak należy upewnić się, że wsparcia udziela osoba/kancelaria, która ma duże doświadczenie w transakcjach pomiędzy start-upami a funduszami VC (najlepiej co najmniej kilkanaście).

Jeżeli nie znajdziesz odpowiedniego wsparcia, poproś o ich referencje founderów, którzy w ostatnim czasie pozyskali inwestora.

INWESTYCJE

W nawiązaniu do najnowszego raportu Startup Poland za 2023 rok pęknięcie „start-upowej bańki” jeszcze nie nastąpiło, ale zdecydowanie nadeszło pogorszenie zainteresowania inwestorów polskim rynkiem.

I choć pokładano nadzieje w ChacieGPT i sztucznej inteligencji, które miały wskrziesić zainteresowanie funduszy, to nie przyniosło to oczekiwanego skutku¹⁷.

Zgodnie z danymi Crunchbase¹⁸ dotyczącymi światowego rynku start-upów finansowanie venture capital w drugim kwartale 2023 roku spadło o 18%, w ujęciu rocznym to aż 49%.

W Polsce sytuacja nie wygląda lepiej, na podstawie danych PFR Ventures i Inovo VC można zauważyć, że inwestycje w drugim kwartale 2023 roku to w ujęciu półrocznym spadek aż o 70%¹⁹.

Jeśli tendencja dotycząca spadku inwestycji w start-upy się utrzyma, oznaczać to będzie pogłębiające się problemy w ich finansowaniu, szczególnie po okresach dynamicznego rozwoju zapewnionego innymi formami wsparcia lub finansowania, jak np. granty.

18%

spadek finansowania venture capital w drugim kwartale 2023 roku na światowym rynku start-upów

49%

spadek finansowania venture capital w ujęciu rocznym w 2023 roku na światowym rynku start-upów

70%

spadek inwestycji w drugim kwartale 2023 roku w ujęciu półrocznym na polskim rynku start-upów

¹⁷ *Polskie start-upy 2023*, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2023.

¹⁸ www.news.crunchbase.com/venture/vc-funding-falling-report-data-q-2-2023-global/ 83

¹⁹ <https://pfrventures.pl/aktualnosci/transakcje-na-polskim-ryнку-vc-w-q2-2023.html>

Znajdź optymalną strefę wynagrodzeń

I POWIEDZ STOP PRESJI PŁACOWEJ

 antal | THE VALUE OF SPECIALIZED TALENTS

Według badań, pracownik zmieniający pracę oczekuje średnio 22% podwyżki. Sprawdź, jak kształtują się wynagrodzenia oferowane w Twojej firmie na tle konkurencji oraz znajdź bezpieczną strefę, która zapobiegnie rotacji pracowników.

Skontaktuj się z nami, by otrzymać pełną ofertę naszych usług Market Research.

”

Często aniołowie odgrywają rolę doradcy czy konsultanta dla swoich inwestycji. To zjawisko określane jest mianem „smart money”.

DOMINIK KRAWCZYK

KOMENTARZ EKSPERTA

Anioł biznesu – więcej niż inwestor

DOMINIK KRAWCZYK

COBIN ANGELS

Polski anioł biznesu to najczęściej przedsiębiorca lub osoba na stanowisku menedżerskim w korporacji, która odnosi sukcesy w swojej branży. Coraz częściej jednak dołączają do rynku przedstawiciele wolnych zawodów, np. prawnik, specjalista IT lub inni wykwalifikowani specjaliści czy freelancerzy.

Wbrew powszechnym przekonaniom nie jest to obszar alokacji kapitału zarezerwowany tylko dla najbogatszych. Bardzo często pierwsze inwestycje aniołów biznesu to kilkadziesiąt tysięcy złotych per start-up. Poza kapitałem oferują oni start-upom (w które zainwestowali) wartość dodaną do inwestycji – doświadczenie w zarządzaniu biznesem, wiedzę zdobytą w swojej branży, a także kontakty biznesowe. Często aniołowie odgrywają rolę doradcy czy konsultanta dla swoich inwestycji. To zjawisko określane jest mianem „smart money”.

W odróżnieniu od funduszy VC proces decyzyjny aniołów biznesu jest szybszy i na ogół bardziej intuicyjny, bo oparty na ich wcześniejszych doświadczeniach biznesowych.

Co do zasady aniołowie biznesu przeznaczają mniejszą kwotę na pojedynczą rundę niż fundusz VC, inwestując na ogół w formule koinwestycyjnej z innymi aniołami oraz funduszami. Co ciekawe, w ostatnim czasie coraz częściej obserwuje się rundy całkowicie sfinansowane przez grupę aniołów biznesu. Przy poszukiwaniu inwestycji są oni często wspierani są przez kluby aniołów biznesu, takie jak Cobin Angels, w ramach których otrzymują wyselekcjonowane projekty oraz wsparcie w przeprowadzeniu transakcji. Z drugiej strony start-upy, aplikując do sieci aniołów biznesu, mają okazję dotarcia do kilkudziesięciu inwestorów podczas jednego pitchowania.

Z perspektywy rynkowej pomimo z roku na rok zyskującego na popularności rynku inwestycji anielskich w Polsce na tle krajów Europy Zachodniej wciąż jesteśmy młodym rynkiem, który potrzebuje edukacji i popularyzacji. Potwierdzają to dane z raportu Cobin Angels Jak inwestują najlepsi aniołowie biznesu w Polsce? Polski rynek inwestycji anielskich w 2022 – 1/3 aniołów biznesu inwestuje od 2 do 5 lat, a 41% badanych inwestorów ma 5-10-letnie doświadczenie inwestycyjne.

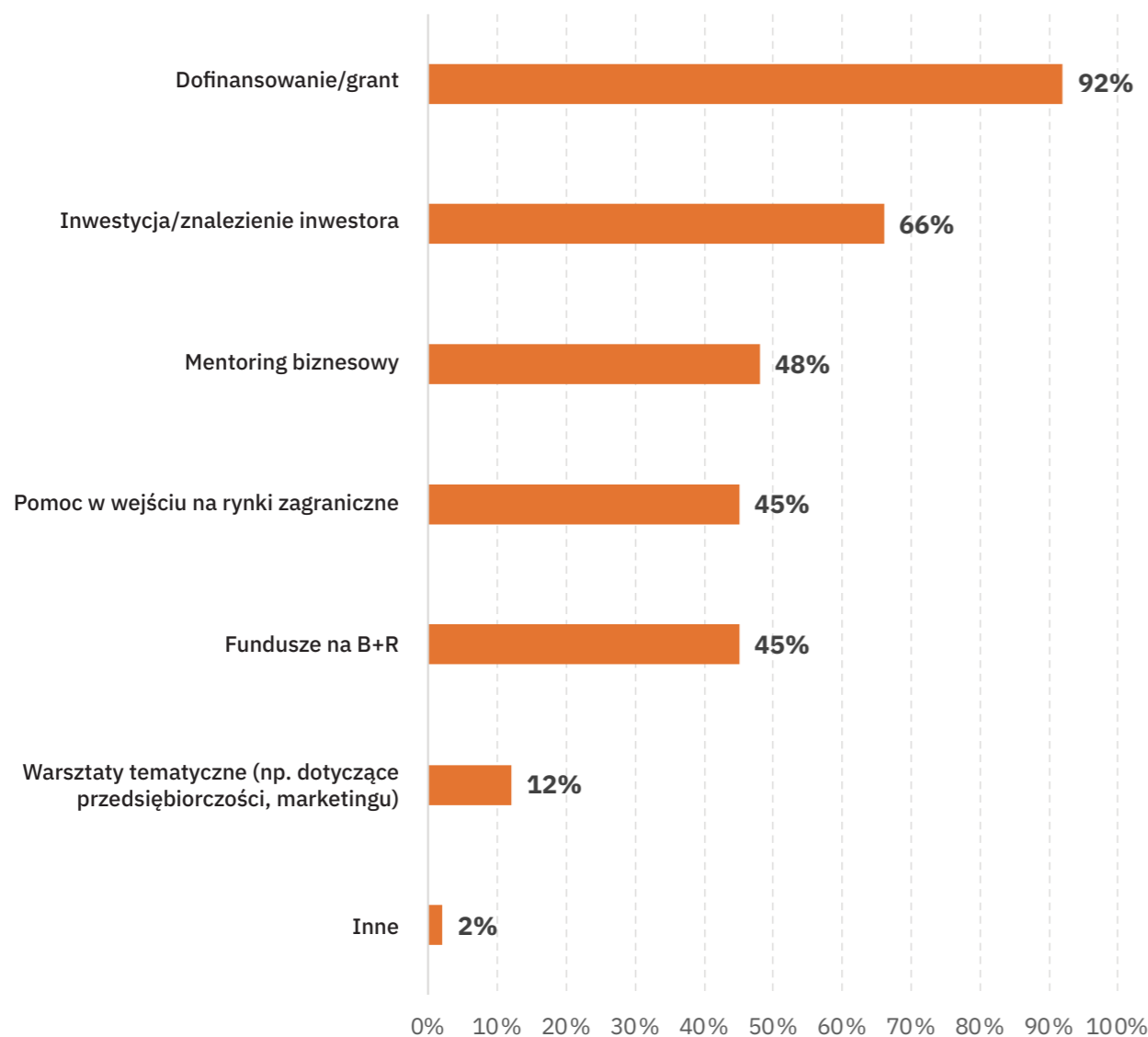
DZIAŁALNOŚĆ OPERACYJNA

W początkowych fazach prowadzenia działalności istnieje potrzeba pozyskania środków, np. typu grant, na założenie i rozpoczęcie działalności lub pierwsze badania B+R.

Rzadko kiedy środki zaspokajają obydwie potrzeby, tj. finansowania działalności operacyjnej oraz badań. Pieniądze dostępne na rynku dotyczą wsparcia wczesnych potrzeb start-upów i występują w małych ilościach, np. w ramach bonów na usługi.

W przypadku braku przychodów oraz gotowości inwestycyjnej może to stanowić blokadę w dalszym rozwoju start-upu lub doprowadzić do pułapki ciągłego startowania w konkursach grantowych, a później ich realizacji i rozliczania, co finalnie ma wpływ na brak czasu na realne prowadzenie biznesu, sprzedaż i uniezależnienie się jako podmiot na rynku.

WYKRES 14. **Formy wsparcia, których potrzebują start-upy**



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania Akces NCBR.

Właściwe pozyskanie i zarządzanie pieniędzmi może być kluczowe w osiągnięciu lepszych wyników, na co wpływ mają: zespół, klienci i produkt.

Działalność operacyjna i możliwość jej finansowania wpływają na wszystkie te obszary i choć tak bardzo potrzebne granty i dofinansowania (ponad 90% badanych wskazuje je jako najważniejszą formę wsparcia start-upu) mogą częściowo finansować pewne obszary tejże działalności, to powodzenie działania firmy warunkuje jej uniezależnienie się od środków pomocowych i samofinansowanie.

Problemy z finansami wewnątrz firmy mogą dotyczyć braku kapitału na rozwijanie produktu lub usługi, również w stosunkowo kosztownej sferze marketingu i promocji, gdzie szacuje się, że średnio 10% przychodów w firmie to właśnie budżet na działania z tego obszaru. Ogranicza to zdolność do przekazania informacji o produkcie do wybranej grupy odbiorców.

Zgodnie z raportem *Polskie start-upy 2023* koszty zatrudnienia pracownika są kluczową barierą w rozwoju (49%)²⁰. Brak środków na zatrudnienie, chociażby wsparcia dla founderów, skończyć się może jego pracą na dwa etaty, brakiem możliwości skupienia się na zadaniach i finalnie niemożnością prowadzenia działalności.

Założyciele start-upów zwracają również uwagę na zbyt dużą biurokrację przy prowadzeniu działalności operacyjnej. Aby poradzić sobie z wymogami prawnymi, start-upy współpracują z kancelariami, co generuje dodatkowe koszty prowadzenia biznesu.

Zagrożeniem w przypadku problemów w ciągłości utrzymania działalności operacyjnej jest zadłużenie start-upu np. w postaci zaciąganych pożyczek. Finalnie może to doprowadzić do trudności z utrzymaniem operacyjności, tj. brak środków może uniemożliwić pokrywanie podstawowych kosztów operacyjnych, takich jak wynajem biura, opłaty za usługi publiczne czy zakup niezbędnego sprzętu. To z kolei wpływa na zdolność do utrzymania normalnego trybu pracy.

“

Gdy jesteś founderem, musisz brać pod uwagę to, że ci się nie uda, że czegoś nie wiesz, że coś się może wydarzyć, zepsuć, że możesz polec. Wiele razy upadłem, miałem długi i momentami traciłem nadzieję. Ale najważniejsze jest, żeby za każdym razem wstać. To buduje charakter i po czasie procentuje.

MATEUSZ KOWALCZYK
CEO & CO-FOUNDER FOODSI

Aby przezwyciężyć te wyzwania, start-upy często poszukują alternatywnych źródeł finansowania, takich jak inwestorzy, aniołowie biznesu, fundusze venture capital, konkursy start-upowe lub programy akceleracyjne. Ważne jest także skoncentrowanie się na efektywnym zarządzaniu finansami oraz elastyczności w dostosowywaniu strategii działania do dostępnych zasobów.

²⁰ *Polskie start-upy 2023*, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2023.

FINANSOWANIE PRAC B+R

Finansowanie prac badawczo-rozwojowych (B+R) stanowi kluczowy element dla rozwoju innowacyjności i konkurencyjności przedsiębiorstw. Jednakże proces pozyskiwania środków na projekty B+R może być trudny i obciążony różnymi problemami.

Prace badawczo-rozwojowe często wiążą się z wysokimi kosztami, zarówno związanymi z zatrudnieniem wysoko wykwalifikowanych specjalistów, zakupem niezbędnego sprzętu, jak i prowadzeniem badań.

Ponadto projekty B+R często wymagają znacznie więcej czasu na zrealizowanie niż tradycyjne przedsięwzięcia, co zwiększa koszty operacyjne.

Inwestowanie w prace B+R niesie ze sobą ryzyko niepowodzenia, co zniechęca niektóre firmy do angażowania się w długotrwałe projekty badawcze, biorąc również pod uwagę czas na napisanie wniosku o dofinansowanie, jego późniejszą ocenę oraz rozliczenie oraz dostępną na rynku konkurencję.

Na programy wsparcia mają również wpływ zmienna polityka rządów oraz zmiany priorytetów inwestycyjnych.

Brak stabilności w finansowaniu utrudnia przedsiębiorstwom długofalowe planowanie projektów.

Nawet w przypadku otrzymania grantu na badania zespół naukowy wykonujący prace nie ma gwarancji pozyskania inwestora dla danego rozwiązania.

Inwestowanie w B+R często wymaga specjalistycznej wiedzy z zakresu nauki i technologii.

Niekiedy inwestorzy, zwłaszcza ci spoza branży, mogą nie do końca zrozumieć potencjał projektów badawczych.

“

W Polsce podstawowym problemem jest brak kapitału, więc ma to duże uzasadnienie, żeby dotować start-upy. Potrzebny jest taki mechanizm, żeby te pieniądze nie były marnowane, a niestety często tak jest.

TOMASZ DZIDO
FRESH CHROMATO

Założyciele start-upów zwracają uwagę na potrzebę otwierania i prowadzenia programów dotacyjnych wspierających polskie start-upy. Problemem jednak nie zawsze są pieniądze, a sposób ich wydawania.

Niektóre start-upy czy zespoły naukowe skupiają się jedynie na działaniu z wykorzystaniem otrzymanych środków dotacyjnych, uzależniając od nich swoją działalność.

Ryzykiem jest, że start-upy, w których brak jest adekwatnego wykorzystywania środków, staną się tzw. „start-upami zombie” – firmami, które kontynuują działalność przy dofinansowaniu kredytowym bądź z grantów, będąc na granicy rentowności, bez realnego generowania zysków i bez strategii komercjalizacji rozwoju produktu.

Z uwagi na to, że founderom często brak odpowiedniej wiedzy biznesowej, skutkuje to nietrafionym lokowaniem środków na cele doraźne, co nie przekłada się na osiągnięcie celów strategicznych.

Komponent odpowiedniej edukacji biznesowej, np. za pomocą mentoringu biznesowego w programach dotacyjnych, może mieć wpływ na kierowanie projektu w stronę skutecznej komercjalizacji.

Wsparcie mentora biznesowego, nadzór doświadczonego przedsiębiorcy może wpłynąć na ukierunkowanie founderów w stronę myślenia długofalowego i przygotowania odpowiedniej strategii biznesowej.

Strategii, która z etapu „zakochania” w projekcie pozwoli rozwinąć go w konkurencyjny produkt dopasowany do potrzeb rynku.

Istotną kwestią w przypadku pozyskiwania grantów publicznych są ograniczenia związane z zasadami wydatkowania środków publicznych.

Środki te z uwagi na warunki przetargowe często przeznaczone są na najtańsze rozwiązania czy usługi, które niekoniecznie są tymi najbardziej jakościowymi i mają relatywnie niewielki wpływ na komercjalizację projektu.

Natomiast z drugiej strony dostosowana do potrzeb rynku celowość i zasady działania programów grantowych mogą być kluczem do odpowiedniego wsparcia ekosystemu innowacji w Polsce, przy jednoczesnym ograniczeniu nadmiernego wykorzystywania środków publicznych przez nierentowne firmy.

Pomimo tych wyzwań skuteczne finansowanie prac B+R jest kluczowe dla rozwoju innowacji i konkurencyjności.

Przedsiębiorstwa muszą starannie planować, dostosowywać strategię finansowania do swoich potrzeb oraz szukać różnorodnych źródeł wsparcia.

”
**Świat komercjalizacji
wymaga umiejętności
predykcji trendów
i zapotrzebowania
na technologie.**

ALINA JAWORSKA

KOMENTARZ EKSPERTA

Jak skutecznie komercjalizować badania naukowe w Polsce

ALINA JAWORSKA

PREZES ZARZĄDU STARTOVA.PL – spółki celowej Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu
WICEPRZEWODNICZĄCA POROZUMIENIA SPÓŁEK CELOWYCH

Kluczem do komercjalizacji jest połączenie w odpowiednim momencie potencjału naukowego z potrzebami i możliwościami rynku. Wymaga to zarówno odpowiednich kompetencji, jak i wsparcia na różnych poziomach – od instytucjonalnego po finansowe.

Trafne zidentyfikowanie potrzeb rynkowych pozwala stworzyć atrakcyjne dla odbiorcy rozwiązania.

Wykwalifikowana kadra odpowiedzialna za transfer technologii, która posiada doświadczenie w zarządzaniu produktem i scoutingu projektów z potencjałem, jest często kluczowym czynnikiem decydującym o powodzeniu całego procesu.

Większą szansę na komercjalizację mają te badania, które osiągają IX stopień TRL, niestety tylko część z nich dochodzi do tego etapu ze względu na brak środków na kontynuację działań. Dlatego zmiany wymagałby także system ewaluacji uczelni, w którym obecnie znaczenie publikacji naukowych dominuje nad działaniami związanymi z komercjalizacją.

Jednocześnie świat komercjalizacji wymaga umiejętności predykcji trendów i zapotrzebowania na technologie.

W krajach o głębokim zrozumieniu wartości z komercjalizacji badań powstają centra analiz, które m.in. poddają bazy patentowe analizie AI, typują zarówno krótko-, jak i długoterminowe zapotrzebowania na nowe technologie i rozwój stanu techniki.

Ale komercjalizacja nauki to także komercjalizacja know-how, wiedzy naukowej pojmowana jako współpraca międzysektorowa pomiędzy uniwersytetami, instytutami badawczymi a przedsiębiorstwami, która może przybierać formę wspólnych projektów badawczych, konsorcjów badawczych czy umów o współpracy naukowej.

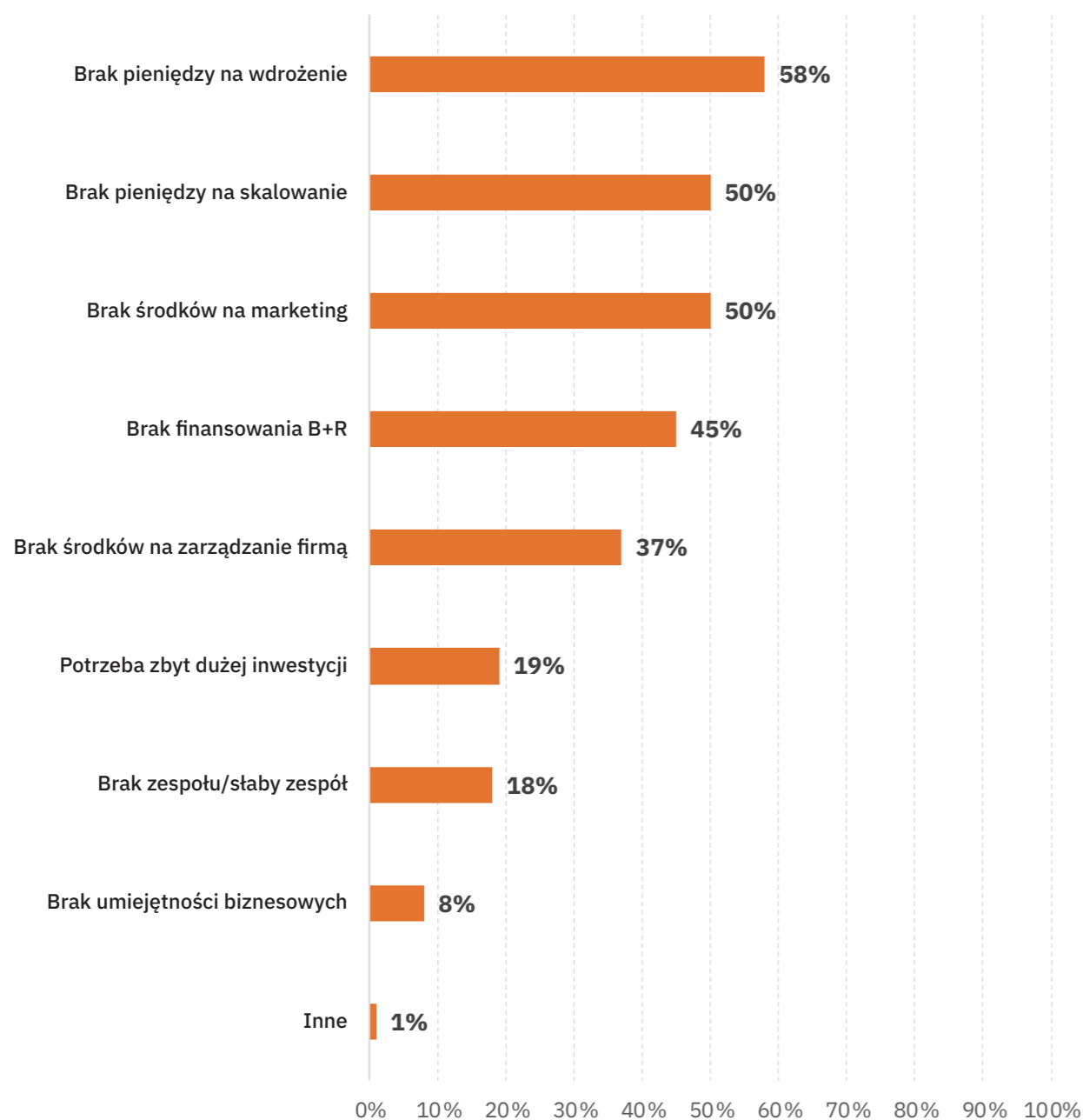
Takie pragmatyczne podejście zorientowane na rozwiązywanie problemów przedsiębiorstw i sektorów gospodarki nie jest może tak spektakularne jak tworzenie „jednorożców”, ale występuje powszechnie i ma bezpośredni wpływ na otaczającą nas rzeczywistość”.

WDROŻENIE

Brak pieniędzy na wdrożenie to czynnik hamujący rozwój/rozwiązania wskazywany przez ok. 60% ankietowanych przez Akces NCBR start-upów.

Wysokość kapitału potrzebnego do tego działania często warunkowana jest przez rodzaj i branżę rozwiązania. Wdrożenie produktów z zakresu software, np. aplikacji komórkowych, jest stosunkowo mniej kosztowne niż chociażby technologie deep tech.

WYKRES 15. Czynniki hamujące rozwój



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania Akces NCBR

Sposobem na efektywne i dość szybkie wdrożenie produktu na rynek jest scouting.

Według raportu *Współpraca start-upów z korporacjami* jest to prosty i mniej angażujący czasowo i finansowo sposób.

Polega on na współpracy z korporacją, która wdroży określone rozwiązanie w zamian za udziały. Klientem w tym przypadku jest korporacja, a dostawcą usługi – start-up²¹.

Nie zawsze korporacja ma ustalone z góry założenia produktu. Wtedy współpraca ze start-upem wymaga większego zaangażowania i polega na namierzeniu przez niego problemu i zaproponowaniu rozwiązania.

Pierwsze wdrożenie będzie dostosowane pod specyficzne wymagania danej korporacji z korzyścią dla niej²².

Korporacje działają również w formule akceleratorów, gdzie beneficjentów programów traktują jak realną pomoc, a produkty – jako potencjalny zysk.

Udział w korporacyjnym programie akceleryjnym może być szybką ścieżką wdrożenia rozwiązania. Takie programy prowadzą już korporacje, jak PGNiG, PZU, PKO Bank Polski, Orange czy Żabka²³.

Należy jednak brać pod uwagę, że start-upy biorące udział lub chcące aplikować do określonych akceleratorów muszą spełniać specyficzne dla danego programu wymagania i najczęściej reprezentować konkretną branżę, na którą zapotrzebowanie akurat wykazała dana korporacja.

²¹ Jeśli nie CVC, to co? Współpraca start-upów z korporacjami, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2023

²² jw.

²³ jw.

”

Współpraca między start-upem a korporacją brzmi z pozoru łatwo, ale w rzeczywistości jest to wyjątkowo skomplikowany proces.

ANNA KAŻMIERCZAK

KOMENTARZ EKSPERTA

Korporacje motorem napędowym akceleracji

ANNA KAŻMIERCZAK

VC INVESTOR EMEA, POLAND LEAD, PLUG AND PLAY TECH CENTER

Aktualny nurt w ekosystemie innowacji skupia się nie tylko na współpracy korporacji ze start-upami, ale także na ich zainteresowaniu inwestowaniem w pomysły czy nawet dokonywaniu przejęć.

W Plug and Play priorytetem jest partnerstwo ze start-upami we wczesnych fazach rozwoju, aby wspomagać dostarczenie innowacyjnych pomysłów na rynek. W reakcji na potrzeby korporacyjne stworzyliśmy dedykowane programy akceleracyjne, mające na celu wspieranie tworzenia innowacyjnych rozwiązań przez start-upy, przy czym korporacje stanowią główny napęd tych programów.

Nasz model biznesowy opiera się na dwóch głównych grupach interesariuszy: start-upach i korporacjach. Współpraca między start-upem a korporacją brzmi z pozoru łatwo, ale w rzeczywistości jest to wyjątkowo skomplikowany proces. Nasza platforma otwartych innowacji łączy ponad 500 korporacji na całym świecie ze start-upami, aby wspólnie rozwijać innowacyjne rozwiązania. Co więcej, w Plug and Play tworzymy fundusze CVC, wspierając korporacje w obszarze inwestycji.

W Polsce szczególnie obiecujące są branże FinTech, Health i Gaming, jednak zainteresowanie korporacji może obejmować również inne obszary.

Dbamy o wymianę wiedzy pomiędzy uczelniami technicznymi a centrami biznesowymi, wierząc, że taka współpraca jest kluczowa dla dostarczania innowacji.

Współpraca z ośrodkami naukowymi i wspieranie ich rozwoju stanowi tu kluczowy element. Founderzy rozwiązań DeepTech z Francji, UK czy Niemiec pochodzą z najbardziej renomowanych uniwersytetów w Europie, a dla nas istotne jest, aby Polska scena akademicka była w stanie konkurować z nimi. Polskie uczelnie techniczne, takie jak Politechnika Warszawska czy Akademia Górniczo-Hutnicza, mają ogromny potencjał, ale rozwiązania wytwarzane na uczelniach nie powinny być izolowane od rynku.

Dążymy do budowania sieci wokół całego ekosystemu, łącząc środowisko akademickie z przedstawicielami biznesu, instytucjami rządowymi i korporacjami, aby stworzyć dynamiczną platformę innowacji.

2. Obszar edukacji biznesowej

W dynamice rozwoju start-upów przeszkadzać mogą również biurokracja oraz zmienność przepisów prawnych i podatkowych.

W przypadku braku w zespole osoby wyspecjalizowanej w temacie odpowiedzialność za znajomość kwestii prawnych spoczywa na founderze.

Pogoń za innowacją, a następnie jej wprowadzeniem na rynek może mieć wpływ na mniejsze zainteresowanie zespołów

WARSZTATY I SZKOLENIA

Ryzyka te częściowo można wyeliminować za pomocą odpowiedniej edukacji założycieli start-upów, która powinna rozpocząć się jeszcze przed etapem założenia spółki.

Dobrym rozwiązaniem wydają się być w tej kwestii warsztaty tematyczne oferowane przez inkubatory, akceleratory czy uniwersyteckie centra rozwoju przedsiębiorczości. Dodatkowy walor takiej edukacji jest wtedy, gdy ścieżka merytoryczna jest zindywidualizowana. Należy jednak pamiętać, że wiedza w obecnych czasach jest zdemokratyzowana, a dostęp do niej maksymalnie ułatwiony dzięki internetowi. Wiedza teoretyczna może nie wystarczyć, aby efektywnie zarządzać sytuacjami na drodze rozwoju start-upu. Warsztaty tematyczne stanowią bowiem tylko niecałe 12% odpowiedzi dotyczących oczekiwanego wsparcia start-upu, zdecydowanie lepiej wypada tutaj mentoring biznesowy, bo aż prawie 50%.

projektowych właściwymi analizami i badaniami, a przede wszystkim rozpoznaniem i dialogiem z potencjalnymi klientami.

Z tym zjawiskiem wiąże się wiele ryzyk, m.in. błędnie opracowany model biznesowy, brak określenia szczegółowego profilu docelowych konsumentów, stworzenie nieprzyjaznego produktu/usługi dla użytkownika, niewłaściwie opracowana strategia marketingowa, niewłaściwa wycena oferty rynkowej, błędna komunikacja i pozycjonowanie produktu²⁴.

“

Aspekt edukacyjny programów akceleracyjnych np. w formie szkoleń podnoszących kwalifikacje pracowników, jest bardzo ważny. Przykładem może być nauka pitchowania, istotnej kompetencji w start-upach, czasami decydującej wręcz o jego być albo nie być. O programie akceleracyjnym można powiedzieć, że jest efektywny jeżeli łączy w sobie możliwość rozwijania kompetencji na różnych polach, ale też wspiera startup w docieraniu do różnych osób decyzyjnych i pomaga otworzyć ich drzwi. Startupy powinny zaś pamiętać, aby mądrze dobierać sobie akceleratory, z których faktycznie będą w stanie i będą chciały coś wynieść. Aby uniknąć tendencji rzucania się na wszystko, do czego jesteśmy w stanie się dostać, tylko po to, żeby móc pochwalić się tym na mediach społecznościowych, czy stronie internetowej, bez rzeczywistego skorzystania merytorycznie.

KACPER KOSSOWSKI
ECOBEAN

MENTORING BIZNESOWY

W opinii badanych start-upów lukę pomiędzy wiedzą teoretyczną a praktyczną, czyli realizacją zadań, może uzupełnić mentoring biznesowy. Ponad 70% badanych start-upów, które korzystały z mentoringu, ocenia jego przydatność w procesie komercjalizacji swojego projektu dobrze lub bardzo dobrze.

Mentoring biznesowy w odróżnieniu od mentoringu zwykłego jest zorientowany na komercjalizację rozwiązania przy odpowiednim nadzorze eksperta i powinien być oparty na relacji mistrz – uczeń polegającej na rozwoju potencjału ucznia. Relacji, która pozwoli na wspólne rozwiązywanie i ewaluację problemów, z którymi mierzą się founderzy. Taka forma mentoringu powinna przygotować foundera do obrania długofalowej strategii biznesowej, pozwalającej na skuteczne wdrożenie czy zwiększenie TRL danego rozwiązania.

W przypadku mentoringu biznesowego rolę mentora przyjmuje osoba, która osiągnęła w swojej dziedzinie sukces biznesowy lub dysponuje praktyczną wiedzą z zakresu branż i specjalizacji. Uczniem natomiast jest założyciel start-upu lub zespół projektowy.

Mentor biznesowy w ekosystemie start-upowym to najczęściej doświadczony founder, seryjny przedsiębiorca, inwestor, anioł biznesu lub specjalista w dziedzinach związanych z rozwojem biznesu lub produktu. To właśnie biznesmen był mentorem dla 80% start-upów uczestniczących w badaniu, a prawie połowa (ok. 50%) z nich uczestniczyła jednocześnie w mentoringu z inwestorem. Z deklaracji founderów wynika, że największą wartość wnoszą z mentoringu prowadzonego właśnie przez biznesmena lub inwestora.

Praca start-upu z mentorem biznesowym to w większości indywidualne sesje skupione wokół określonych tematów dotyczących rozwoju przedsiębiorstwa lub rozwiązania.

Ważne, aby czas przeznaczony na mentoring nie ograniczał się do kilkunastu godzin, lecz był procesem długofalowym, który tak jak wcześniej wspomniano – pozwoli na weryfikację osiągnięcia wyznaczonych celów.

Start-upy zapytane o czas, który był przeznaczony na realizację mentoringu, w znacznej mniejszości wskazywały na pracę z mentorem w wymiarze powyżej 60 godzin (15%), z czego ponad 100 godzin mentoringu zrealizowane było przez 8% z nich.

Mentoring biznesowy w celu budowania odpowiedniej strategii biznesowej może skupiać się na tematach dotyczących badania rynku, sprawdzania potencjału produktu, tworzeniu biznesplanu czy nauki prezentacji lub zagadnień marketingowych. Często mentor służy pomocą branżową dotyczącą rozwoju technologii, produktu i usługi.

Ponadto mentoring biznesowy w zależności od fazy rozwoju start-upu powinien opierać się również na współpracy z różnymi ekspertami. To właśnie wiedza praktyczna jest największą wartością mentoringu zdaniem 44% badanych. Wiedza mentora-eksperta to w większości lata praktyki, a dostęp do niego najczęściej umożliwiają programy wsparcia start-upów, które pełnią funkcję źródła kontaktów. Sami mentorzy doceniają wartość płynącą z mentoringu w kontekście przyspieszenia rozwoju przedsięwzięcia.

Idealny mentor w ocenie start-upów powinien być doświadczonym praktykiem, który prowadzi biznes, często również w podobnej branży, lub ma w swoim dorobku prowadzenie biznesu, który został skutecznie rozwinięty i sprzedany. Co ważne, idealny mentor powinien wspólnie z founderem zmierzać w kierunku rozwoju pomysłu, udzielając przy tym rad popartych swoją ekspertyzą i doświadczeniem oraz pomocy w nawiązywaniu kontaktów.

“

Poprzez wsparcie merytoryczne eksperckie programy akceleracyjne wpływają na przyspieszenie rozwoju przedsięwzięcia, realizację projektów biznesowych oraz zwiększają szanse na wdrożenie proponowanych rozwiązań na rynku, komercjalizację.

ANDRZEJ BORUSIEWICZ

MENTOR AKCES NCBR,
PROREKTOR DS. NAUKI
I ROZWOJU, MIĘDZYNARODOWA
AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH
W ŁOMŻY

Mentoring stanowi często obopólną współpracę. Rozpoznanie potrzeb start-upu i pomoc w rozwiązaniu problemów to istotny element pracy mentora.

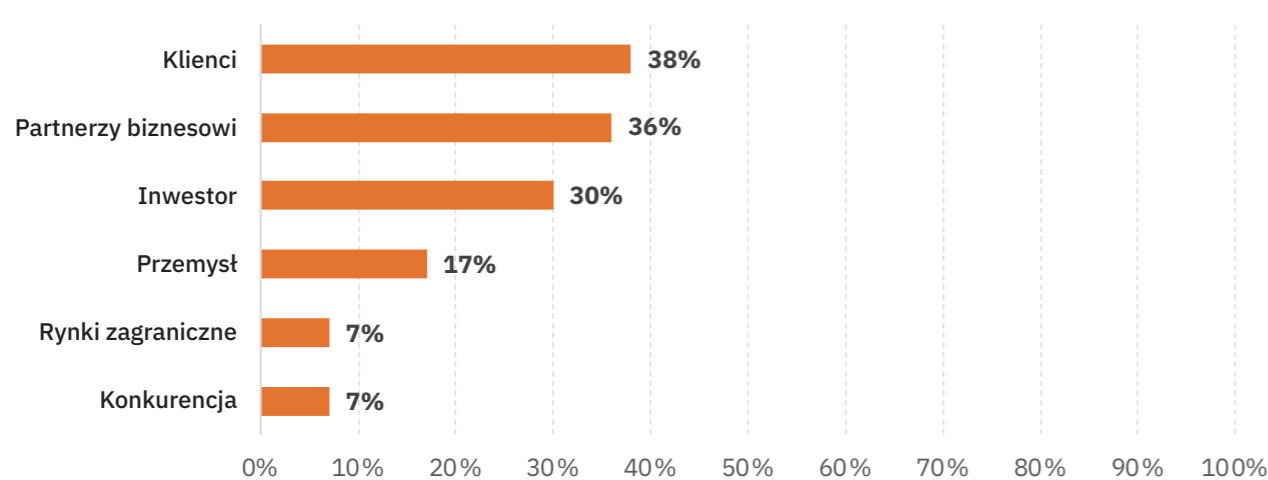
Zdarza się, że korzystając ze swego doświadczenia, posiada on inne spojrzenie na problemy, z którymi mierzy się młody przedsiębiorca. Może on też być pierwszym krytykiem niektórych działań. Tutaj po stronie foundera pozostanie, czy zaufa eksperckiej wiedzy, czy podąży za swoimi przekonaniem. Wartością dodaną takiej formy mentoringu jest dostęp do jego grupy kontaktów czy networku, w tym potencjalnych inwestorów.

NETWORKING

Dzielenie się kontaktami i wsparcie w tworzeniu relacji start-upu to często obszar zagospodarowany przez mentora biznesowego, który pomaga zespołom w dotarciu do strategicznych dla start-upu osób, np. inwestorów.

Program akceleracyjny pomógł prawie 40% start-upów w budowaniu networku z partnerami biznesowymi. Podobnie było w przypadku nawiązania kontaktów z klientami. Mimo wszystko zdecydowanie rzadziej network zbudowany został w perspektywie rynków zagranicznych czy konkurencji. W tych dwóch przypadkach udało się to zaledwie 7% start-upów.

WYKRES 16. Grupy kontaktów, z którymi nawiązano kontakt dzięki programowi akceleracyjnemu



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania Akces NCBR.

Jak zauważają sami founderzy, znajomość eksperta biznesowego, a w przypadku programu akceleracyjnego – mentora, może korzystnie wpłynąć na start-up w różnych momentach jego rozwoju, nawet po zakończeniu etapu mentoringu, np. podczas akceleracji kontakty te pozostają.

“

Największą korzyścią z udziału w takim programie [akceleracyjnym] są kontakty. Te kontakty po prostu procentują, niewiadomo kiedy, nie wiadomo, w którym momencie. Ale mentorzy to są ludzie, którzy zmagali się z podobnymi problemami i po prostu mogą wyciągnąć rękę w najmniej spodziewanych chwilach.

JAKUB WUJEK & DAMIAN PERYDZEŃSKI

WAVY

Jednymi z narzędzi wspierających nawiązywanie kontaktów są programy akceleracyjne. Według badania Akces NCBR pomagają one w nawiązywaniu kontaktów z partnerami biznesowymi, klientami, inwestorami czy przemysłem.

Networking może być również częścią programów wsparcia, np. poprzez pozyskiwanie kontaktów podczas warsztatów, ale również może odbywać się podczas wydarzeń branżowych, jak konferencje i eventy.

Często przybiera formę networkingu sterowanego, np. przy pomocy hot desków, aplikacji czy osób, które zarządzają procesem, po to, aby ułatwić nawiązywanie kontaktów.

TEAM BUILDING

Budowanie i rozwój zespołu to jeden z najważniejszych czynników mających wpływ na rozwój firmy. Właściwy dobór osób na odpowiednich stanowiskach przy ich stosunkowo dynamicznym rozwoju jest cechą wyróżniającą środowisko start-upów.

W przypadku sukcesu sprzedażowego lub pierwszych inwestycji tempo rozwoju biznesu jest szybkie, co wpływa na możliwy nieodpowiedni dobór współpracowników lub w przypadku braku środków na wynagrodzenia – za mały zespół obciążony dużą ilością pracy. Ryzyko niepowodzenia przedsięwzięcia wraz z częstymi wyzwaniami dla foundera (wymóg przebranżowienia się, brak czasu na życie prywatne) mogą prowadzić do powstawania negatywnych nastrojów w zespole lub finalny brak motywacji.

“

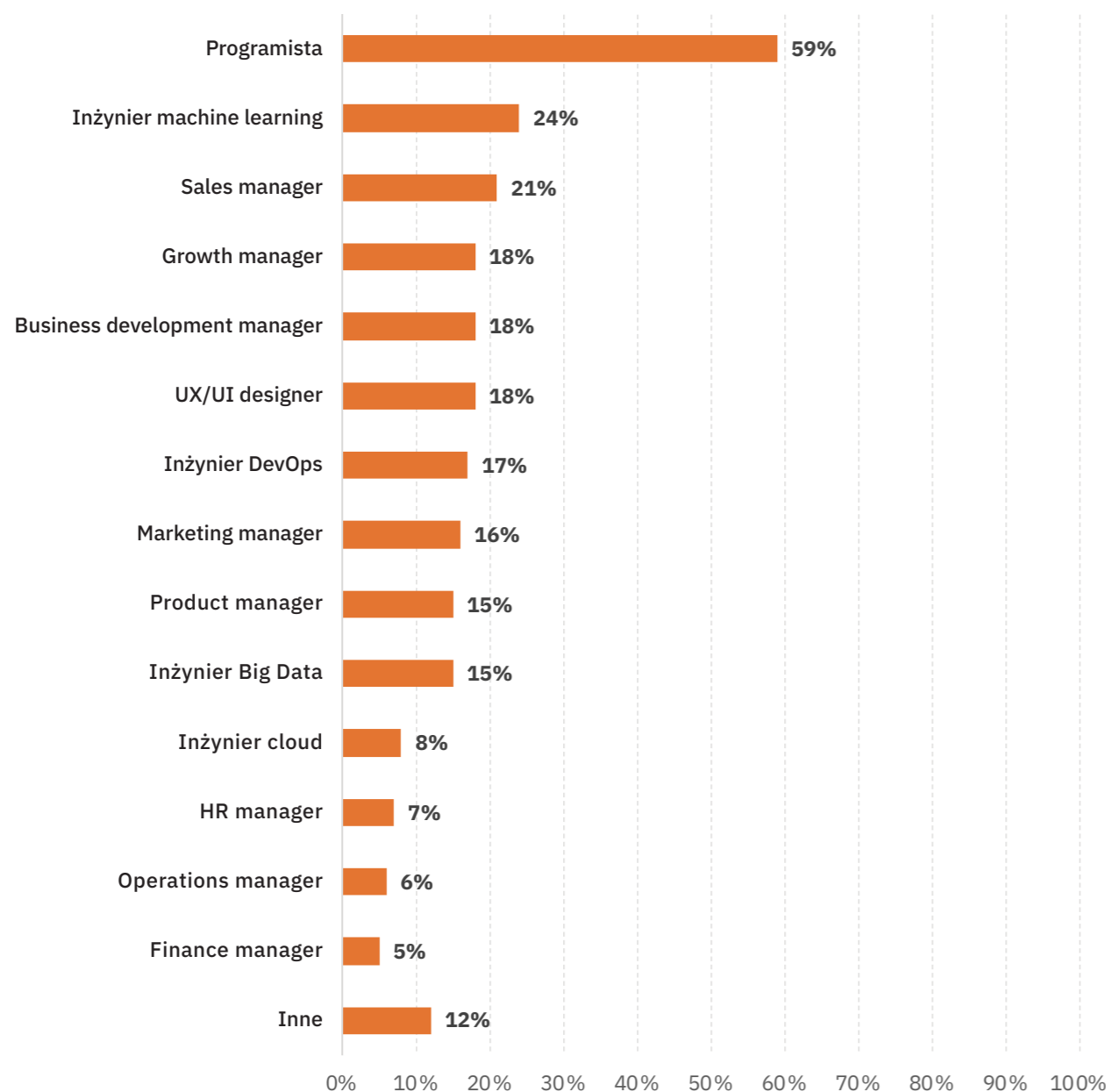
Głównym wyzwaniem, jakie stoi przed każdym ze start-upów, jest stworzenie dobrego produktu, a następnie pozyskanie inwestorów strategicznych, jedną z barier jest problem z pozyskaniem pracowników przy jednoczesnym szybkim wzroście kosztów ich zatrudnienia.

ANDRZEJ BORUSIEWICZ

MENTOR AKCES NCBR,
PROREKTOR DS. NAUKI
I ROZWOJU, MIĘDZYNARODOWA
AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH
W ŁOMŻY

Brak zasobów finansowych w start-upie czy wiedzy na temat budowania zespołu mogą mieć wpływ również na problem z pozyskiwaniem wykwalifikowanych specjalistów do pracy. Nakręca to spiralę braku finansowania, ponieważ brak odpowiedniego zespołu może mieć wpływ na trudności z pozyskaniem inwestora chcącego ulokować kapitał w start-upie.

WYKRES 17. Luki kompetencyjne w start-upach



Źródło: *Polskie start-upy 2023*, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2023

Zgodnie z danymi fundacji Startup Poland wśród kompetencji najbardziej poszukiwanych do pracy w start-upach zalicza się przede wszystkim programistów, inżynierów machine learning oraz sales managerów²⁵.

“

Widziałam start-upy, które są tworzone i zarządzane przez tzw. First Time Founders, czyli ludzi, którzy po raz pierwszy budują swoją firmę. Dla nich wyzwaniem jest multum, a głównym wyzwaniem jest nauczenie się zarządzania firmą. Znalezienie się w pozycji lidera, gdzie musisz zatrudniać ludzi, egzekwować od nich obowiązki, zwalniać ich, jeżeli coś nie idzie. Zdecydować, z kim chcesz pracować, wydawać na tych pracowników pieniądze. Często ludzie, którzy wywodzą się ze środowiska technologicznego, mają wielką wiedzę na temat swojej dziedziny, ale nie mają doświadczenia w zarządzaniu. Zarządzanie ludźmi to jest ich pierwsze wyzwanie. Drugie wyzwanie to jak być liderem przedsięwzięcia, jeżeli wcześniej takim liderem nie byli. Trzecie wyzwanie to zrozumienie zwykłej biznesowej codzienności. Mówię to w szczególności o founderach, którzy wywodzą się ze środowiska swojej specjalistycznej dziedziny. Dla nich wyzwaniem jest poznanie np. tego, jak podejmują decyzje ludzie w korporacjach, czy jak wygląda proces zakupowy. Jeśli przychodzisz ze świata naukowego, to tego zwyczajnie nie wiesz. Jeżeli masz 20 parę lat i jest to twoja pierwsza firma, to też tego jeszcze nie wiesz.

JULIA KRYSZTOFIAK-SZOPA
MENTORKA AKCES NCBR,
NIEZALEŻNA KONSULTANTKA

Wsparciem w nauce budowania zespołu mogą być mentorzy biznesowi, którzy korzystając z dotychczasowego doświadczenia i wiedzy, są w stanie określić zindywidualizowane dla danego start-upu możliwości rozwoju zespołu.

W raporcie InCredibles *Przedsiębiorca bez dyplomu* zwrócono uwagę na znaczenie edukacji wyższej i sposoby zdobywania różnych form wiedzy u założycieli start-upów. Według Agnieszki Skali wiedza na równi z kapitałem społecznym zespołu założycielskiego jest podstawowym zasobem start-upu w momencie rozpoczęcia działalności. Co więcej, dostępne badania pokazują, że osoby z wyższym wykształceniem częściej decydują się na założenie start-upu. Badania McKinsey przeprowadzone na 100 „jednorożcach” udowodniły, że 95% ich założycieli ukończyło studia wyższe²⁶.

Z badań przeprowadzonych na potrzeby publikacji *Przedsiębiorca bez dyplomu* wynika, iż brak formalnego wykształcenia może stanowić poważną barierę w momencie aplikowania do pracy w start-upie lub podczas jego działalności operacyjnej. Jak zauważyła jedna z respondentek, w przypadku aplikowania o grant badawczy posiadanie w zespole osoby ze stopniem doktora wpływa pozytywnie na końcowy wynik konkursu. Ponadto wielu z badanych podkreśliło, że w polskiej rzeczywistości brak dyplomu oznacza gorsze traktowanie ze strony potencjalnych inwestorów²⁷.

Również podczas rozmów przeprowadzonych do raportu InCredibles z founderami wysuwają się wnioski o znaczeniu dobrego doboru osób do zespołu. Chodzi tu o wiedzę, doświadczenie i umiejętności, które mają wpływ na realizację zadań. Wśród badanych jest to kluczowy czynnik prawdopodobieństwa osiągnięcia celów strategicznych i zdobycia inwestycji²⁸. Większość inwestorów deklaruje, że przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnej bierze pod uwagę osobowość i kompetencje foundera oraz zespołu.

²⁶ *Przedsiębiorca bez dyplomu? Wykształcenie start-upowców w Polsce*, Incredibles

²⁷ jw.

²⁸ jw.

”

Wierzę, że z każdym pokoleniem założycieli start-upów będziemy świadkami coraz większej liczby sukcesów.

DOMINIK ANDRZEJCZUK

KOMENTARZ EKSPERTA

Wiedza, talent i doświadczenie – przepis na sukces start-upu

DOMINIK ANDRZEJCZUK

QUANTUM DATA CENTER CORPORATION

Największym wspólnym czynnikiem dla wszystkich głównych ekosystemów technologicznych są ludzie. Ludzie, którzy są przeszkoleni lub wykształceni w zakresie nauk ścisłych, technologii, inżynierii i matematyki (STEM).

Całkowita liczba absolwentów z tego obszaru w Polsce to 761 tys. z okresu 2013 i 2019 roku. Dla porównania to mniej więcej połowa liczby absolwentów z Francji, Niemiec czy Wielkiej Brytanii. To więcej osób niż w Hiszpanii czy we Włoszech. Jest to ważne dlatego, że w Hiszpanii, przede wszystkim w Barcelonie, we Włoszech, w Mediolanie jest bardzo wiele konkurencyjnych start-upów, instytucji badawczych, gdzie kładziony jest nacisk na edukację w STEM. Polska jest #4 ze wszystkich krajów w Europie.

Podczas mojego pobytu w Dolinie Krzemowej wszyscy szukali kogoś z wykształceniem technicznym. Musiałeś mieć wykształcenie techniczne, aby założyć firmę technologiczną. Nie żeby to było niemożliwe, ale zawsze faworyzowano posiadanie technicznych współzałożycieli i technicznych dyrektorów generalnych.

Polskim start-upom brakuje natomiast talentu biznesowego. Wierzę, że można pracować nad tym, jak prowadzić sprzedaż poza granicami kraju. Polskie firmy czują się komfortowo na polskim rynku i wpadają w pułapkę na myszy.

Jeśli chcesz zbudować globalny, konkurencyjny biznes, musisz zacząć poza własnym rynkiem.

Ekosystem w Polsce zaczyna dojrzewać. Na początku 2010 roku mieliśmy dziesiątki „pierwszej generacji” polskich start-upów. Wiele z nich zawiodło. Niektórzy z nich odnieśli sukces, sprzedali się. Teraz w pewnym sensie zaczynamy następne pokolenie założycieli, którzy mają ogromne doświadczenie, niezależnie od tego, czy ponieśli porażkę, czy odnieśli sukces, aby następnie założyć nowe firmy. Wierzę więc, że współczynnik konwersji na sukces będzie znacznie wyższy, ponieważ start-upy mają bogate doświadczenie, które mogą teraz zastosować w nowej generacji start-upów.

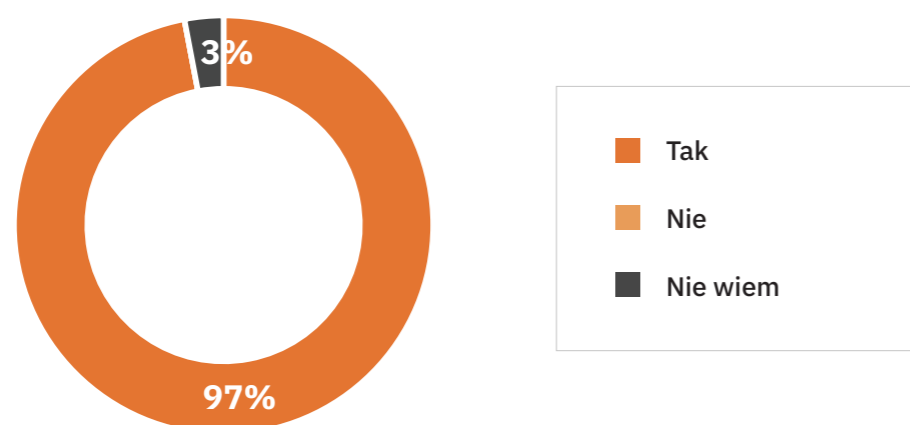
Wierzę, że z każdym pokoleniem założycieli start-upów będziemy świadkami coraz większej liczby sukcesów. Będzie to efekt podobny do tego, który widzieliśmy w Izraelu na początku lat 90., gdzie pojawiła się kolejna fala start-upów technologicznych, która nadała mu obecną reputację potęgi technologicznej.

3. Obszar wyjścia na rynki zagraniczne i konkurencyjności

Otwarcie na kapitał zagraniczny mógłby stanowić realny czynnik rozwoju polskich start-upów oraz rozwinięcia polskiego rynku start-upowego.

Problemem nie jest niechęć founderów do wychodzenia na rynki zagraniczne, ponieważ – jak wynika z badania Akces NCBR – ponad 97% badanych deklaruje zainteresowanie internacjonalizacją.

WYKRES 18. Zainteresowanie wejściem na rynki zagraniczne



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania Akces NCBR.

Wzorem wychodzenia na rynki zagraniczne wciąż pozostaje Estonia, której 40% wartości start-upów ulokowanych jest w kraju.

Dla porównania w Polsce ta liczba to 90%.

Według raportu *Polskie start-upy 2022* pełne przeniesienie działalności za granicę rozważa prawie połowa założycieli start-upów²⁹. Natomiast prawie 90% founderów uważa, że ich rozwiązania mogą konkurować z zagranicznymi³⁰.

90%

wartości polskich start-upów ulokowanych jest w Polsce

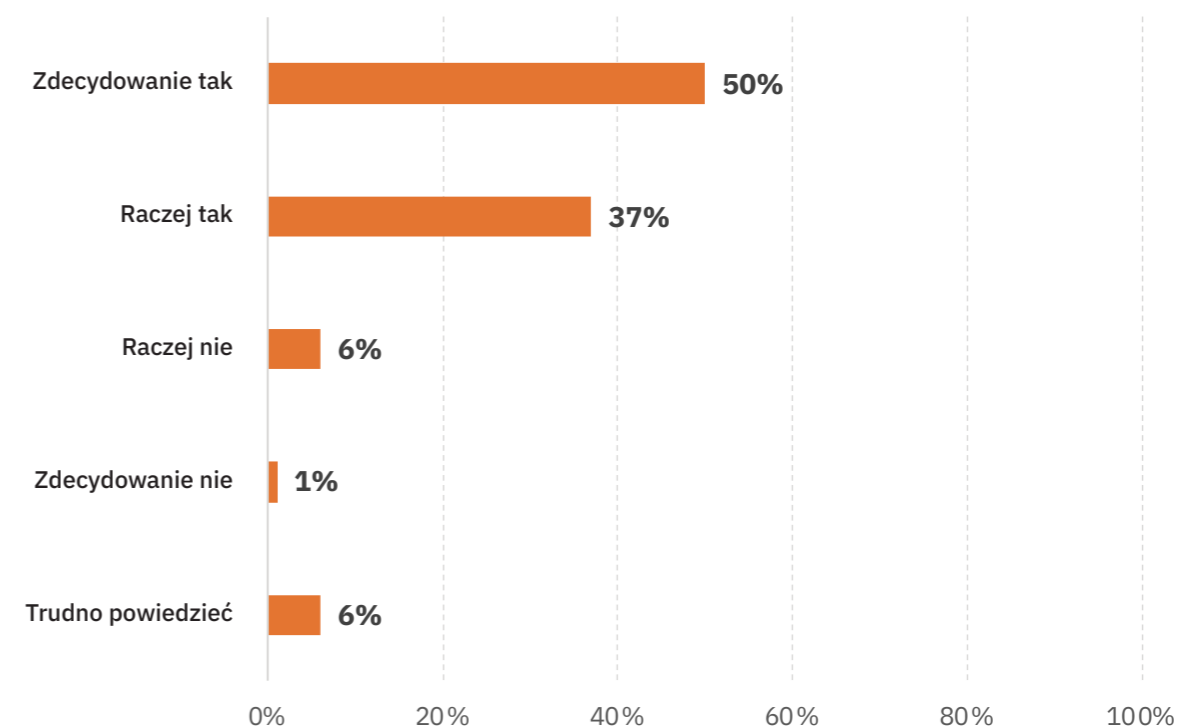
Prawie 50%

założycieli start-upów w Polsce rozważa pełne przeniesienie działalności za granicę

²⁹ *Polskie start-upy 2022*, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2022.

³⁰ *Polskie start-upy 2023*, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2023.

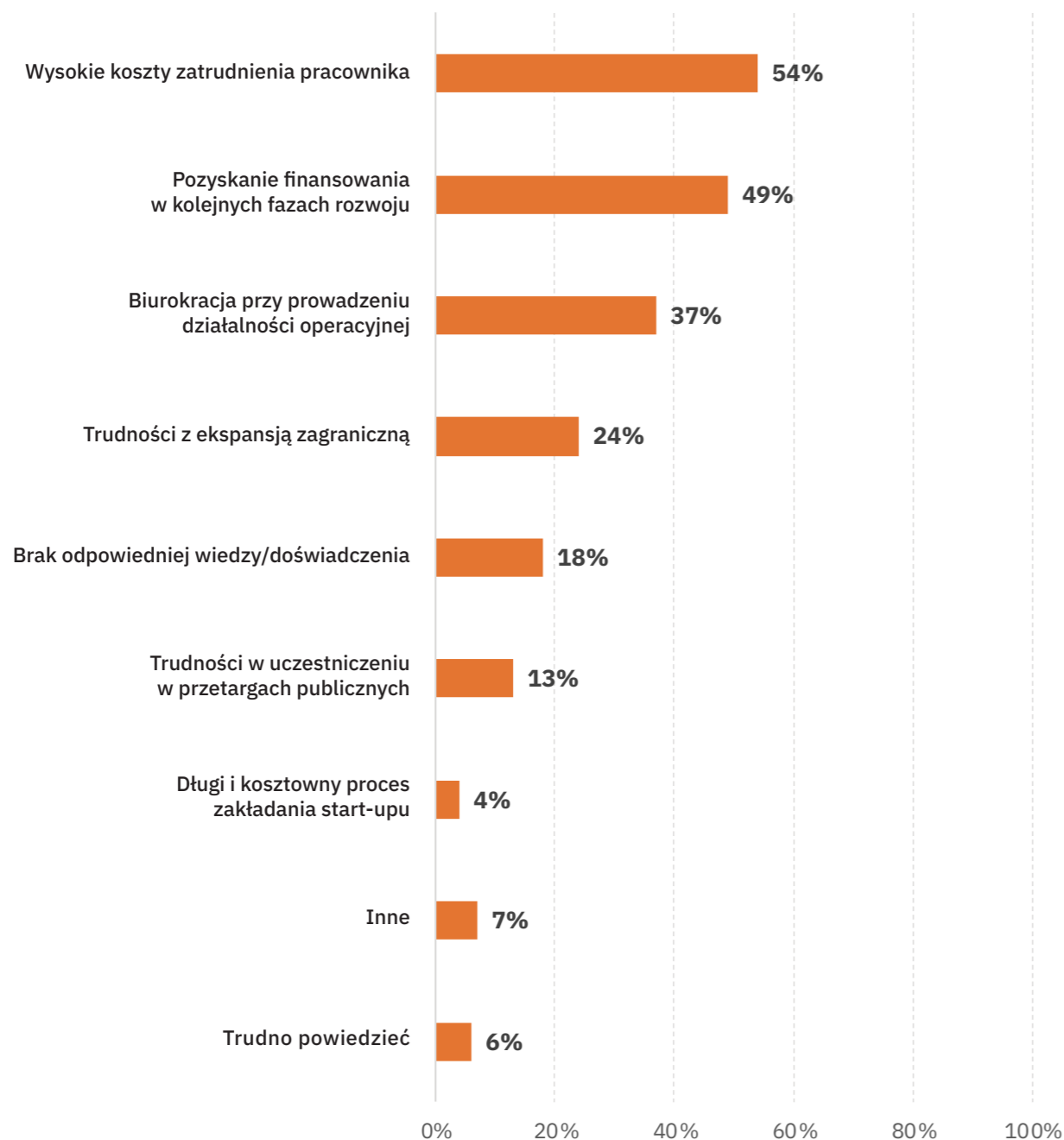
WYKRES 19. Wiedza i narzędzia a konkurowanie z zagranicznymi rozwiązaniami



Źródło: Raport *Polskie start-upy 2023*, Startup Poland

Mimo wysokiego przekonania o rynkowej wartości produktu aż **24%** badanych przez Fundację Startup Poland uważa, że trudności z ekspansją zagraniczną stanowią najtrudniejszą barierę do pokonania w działalności start-upu.

WYKRES 20. Bariery w działaniu start-upu



Źródło: Raport *Polskie start-upy 2023*, Startup Poland

Problemem nie jest zatem niechęć do wychodzenia poza granice kraju. Blokady czy potencjalne problemy mogą wynikać z założeń przyjętych u podstaw budowania start-upu, marki i produktu.

Podczas gdy przykładowy estoński rynek innowacji od początku operuje globalnie, co wynika w dużej mierze z małej gospodarki lokalnej, to polscy przedsiębiorcy na początku

działalności planują strategię głównie pod polski rynek, dopiero w kolejnych fazach myśląc o dalszej ekspansji.

Brak przygotowania produktu i planu rozwoju od podstaw z myślą o rynkach zagranicznych ma tu kolosalne znaczenie. Tak samo jak umiejętność prezentacji rozwiązania, tzw. pitchowania, zgodnie z obowiązującymi trendami sprzedażowymi.

“

Ważne, by założyciele i aniołowie biznesu wymagali tego od start-upów, żeby budowały firmy, które od razu będą myślały i działały globalnie albo przynajmniej paneuropejsko. Mamy coś takiego, jak pułapkę rynku średniego w Polsce. Można zrobić biznes, który będzie miał 5-10 mln zł obrotu w Polsce, i potem wzrost się zatrzyma. Firmom z krajów bałtyckich czy z Ukrainy częściej udaje się wyjść na rynek międzynarodowy, dlatego że oni od razu budują firmę na inne rynki niż swój, a 99% polskich firm, z którymi rozmawiam, mówi, że najpierw zbuduje Polskę, a potem podbije świat”.

MACIEJ FILIPKOWSKI

PODCAST ZAPROJEKTUJ SWOJE ŻYCIE

Jak się okazuje, zespoły naukowe poprzez swoje doświadczenie w pracy w międzynarodowym środowisku mogą z większą łatwością operować na rynkach zagranicznych. Nie tylko przezwyciężając blokadę językową, ale również poprzez międzynarodowe tworzenie i promowanie produktu, często we współpracy z pozyskanymi w trakcie prac partnerami z innych krajów.

“

Jeśli chodzi o rynki zagraniczne, bycie naukowcem zdecydowanie ułatwia nam rozmowy na szczeblu międzynarodowym. Naturalnie operujemy w międzynarodowym środowisku, a nasze projekty realizujemy z podmiotami zagranicznymi. Współpracujemy z nimi w badaniach naukowych, ale także tworzymy wspólne publikacje. Dodatkowo, aktywnie uczestniczymy w konferencjach międzynarodowych.

To wszystko pozwala nam na posiadanie globalnego spojrzenia, co przekłada się na zarządzanie naszą spółką w sposób, który umożliwi skuteczne funkcjonowanie na międzynarodowych rynkach.

W przypadku start-upów kluczowe jest tworzenie innowacji o zasięgu globalnym. Ograniczenie się do lokalnego rynku może skazać firmę na przegraną z zagranicznymi konkurentami.

MATEUSZ MARCZEWSKI

CERMAXMET

Konkurencyjność polskich start-upów jest ważnym zagadnieniem, ale napotykają one na różne wyzwania. Oprócz wspomnianych wcześniej problemów finansowych czy merytorycznych są to również takie z zawiązywaniem partnerstw, współpracą z korporacjami, uniwersytetami czy wspomnianym brakiem wychodzenia na rynki zagraniczne.

Aby skutecznie odpowiadać na potrzeby start-upów w Polsce, istotne jest zwiększenie dostępności finansowania poprzez rozwinięcie ekosystemu inwestycyjnego, umożliwienie łatwiejszej współpracy z sektorem publicznym i korporacyjnym oraz promowanie programów wsparcia dla przedsiębiorców obejmujących zarówno szkolenia biznesowe, jak i pomoc w marketingu i ekspansji międzynarodowej.

Dodatkowo konieczne jest rozwijanie środków wsparcia dla edukacji przedsiębiorców, budowanie efektywnych programów mentoringu oraz eliminowanie barier administracyjnych, co ułatwi zakładanie i prowadzenie działalności start-upowej. Stworzenie sprzyjającego środowiska innowacyjnego, współpraca z instytucjami badawczymi i promocja polskich start-upów na arenie międzynarodowej również mogą istotnie wpłynąć na rozwój tego sektora.

”

Nasz model opiera się na różnorodności. Wybieramy jednostki z potencjałem i zapraszamy je do programu.

KATARZYNA WÓDKA

KOMENTARZ EKSPERTA

Inkubacja jako wstęp do akceleracji

KATARZYNA WÓDKA

MENADŻERKA ZESPOŁU, DEPARTAMENT ROZWOJU INNOWACJI,
POLSKI FUNDUSZ ROZWOJU

Inkubacja ma na celu wsparcie start-upów we wczesnej fazie rozwoju. W prowadzonym przez PFR programie venture buildingowym Szkoła Pionierów PFR kreujemy pomysły, przy okazji przyspieszając rozwój innowacji i dostarczając dla funduszy venture capital potencjalne cele inwestycyjne.

Docieramy do osób, które zastanawiają się czy droga start-upowca jest dla nich i dajemy im możliwość sprawdzenia czy jest to właściwy sposób na ich rozwój i osiągnięcie sukcesu.

Nasz model opiera się na różnorodności. Dzielimy uczestników na 4 typy osobowości – osoby reprezentujące środowisko naukowe, biznesu, IT oraz członków zespołów od zadań kreatywnych. Z pomocą psychologów wybieramy jednostki z potencjałem i zapraszamy je do programu. Co roku 50 nieznanym sobie osób, wywodzących się z różnych środowisk przyjeżdża do Warszawy i staje przed zadaniem zbudowania zespołu oraz wspólnego opracowania koncepcji start-upu. Szkoła Pionierów PFR wspiera te nowopowstałe zespoły i dostarcza im wiedzy podczas warsztatów rozwojowych i biznesowych. Ich kluczem do sukcesu jest wyjście ze swojej strefy komfortu i zmiana myślenia o budowaniu biznesu. Pracujemy z uczestnikami, aby przygotować ich do rozmów z funduszami VC i korporacjami, rozpoczęcia procesu sprzedaży, komercjalizacji. Zachęcamy, aby aplikowali do programów akceleracyjnych, by dalej rozwijać powstałe pomysły.

Po 6 latach funkcjonowania Szkoły Pionierów PFR mamy 300 absolwentów i ponad 90 pomysłów na startupy, z których zostało założonych ponad 50 firm. 29 z nich funkcjonuje do dzisiaj. Co więcej, nasi Pionierzy zebrali ponad 220 mln zł finansowania.

Absolwenci Szkoły Pionierów po jej zakończeniu nie zawsze tworzą start-up w tym samym zespole, w którym pracowali w inkubacji. Niektóre osoby sprawdziły, czy droga przedsiębiorcy jest dla nich, ale nie zdecydowały się na podjęcie tego ryzyka lub stwierdziły, że to nie jest jeszcze „ten” czas. Niektórzy dołączyli do innego zespołu. Większość pozostała w ekosystemie start-upowym.

Pracując z nowymi wyzwaniami osoby te często odkrywały supermocne nie tylko swoje, ale też innych członków zespołu. Jest to wartość, której pewnie nikt przy aplikacji do inkubacji się nie spodziewał, bo oprócz zdobycia nowej wiedzy, dowiedzieli się czegoś nowego o sobie, co pomogło im w dalszym rozwoju.

CZĘŚĆ 3

Akceleracja

Akceleracja start-upów ma na celu wsparcie przedsiębiorców w rozwoju ich pomysłu.

CZĘŚĆ 3

Akceleracja

Akceleracja start-upów ma na celu wsparcie przedsiębiorców w rozwoju ich pomysłu. Powiązanie pojęcia z zagadnieniami fizyki nie jest przypadkowe, gdyż w akceleracji „przyspieszenie” biznesu wynika z dodatkowego wsparcia („energii”) w postaci wiedzy czy finansów.

Wsparcie akceleracyjne udzielane jest start-upom przez instytucje (akceleratorzy) zarówno publiczne, jak i prywatne, branżowe czy korporacje.

Akceleratorzy pomagają przedsiębiorcom we wprowadzaniu ich technologii, pomysłów lub produktów na rynek, dostosowując się przy tym do zmieniającej się sytuacji na rynku i jego potrzeb³¹.

Instytucje akceleracyjne w Polsce funkcjonują już od ponad 10 lat, a w ciągu tego okresu ich liczba znacznie wzrosła.

Akceleratorzy, pomimo występujących wśród nich podobieństw, różnią się programowo czy dziedzinowo.

Różnice mogą występować w takich elementach, jak:

- forma mentoringu i kształcenie umiejętności biznesowych,
- długość trwania programu,
- powiązanie z inwestorami,
- zorientowanie na daną technologię.

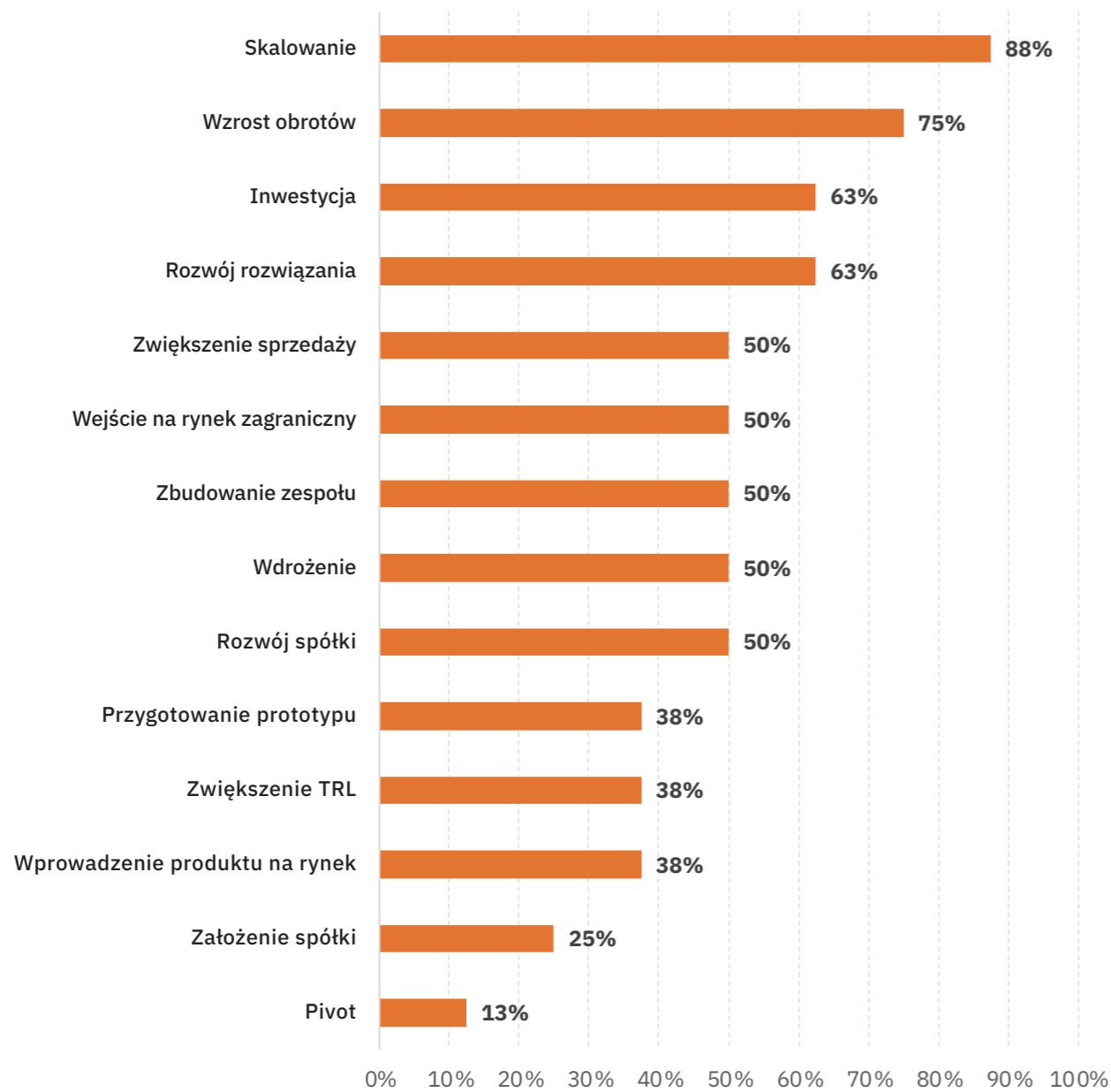
Do ogólnych celów akceleracji zalicza się przede wszystkim skalowanie biznesu, wzrost obrotów i inwestycję.

Akceleracja w najmniejszym stopniu celuje w pivot, czyli znaczącą zmianę modelu biznesowego start-upu.

Akcelerowane start-upy dzięki akceleracji powinny natomiast wdrożyć swój pomysł, zwiększyć sprzedaż, wyjść na rynki zagraniczne, rozbudować zespół czy też rozwinąć spółkę.

31 Dempwolf C, Auer J., Fabiani M (2014), *Innovation Accelerators: Defining Characteristics Among Startup Assistance Organizations*. 10.13140/RG.2.2.36244.09602.

WYKRES 21. Cele akceleracji



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania Akces NCBR.

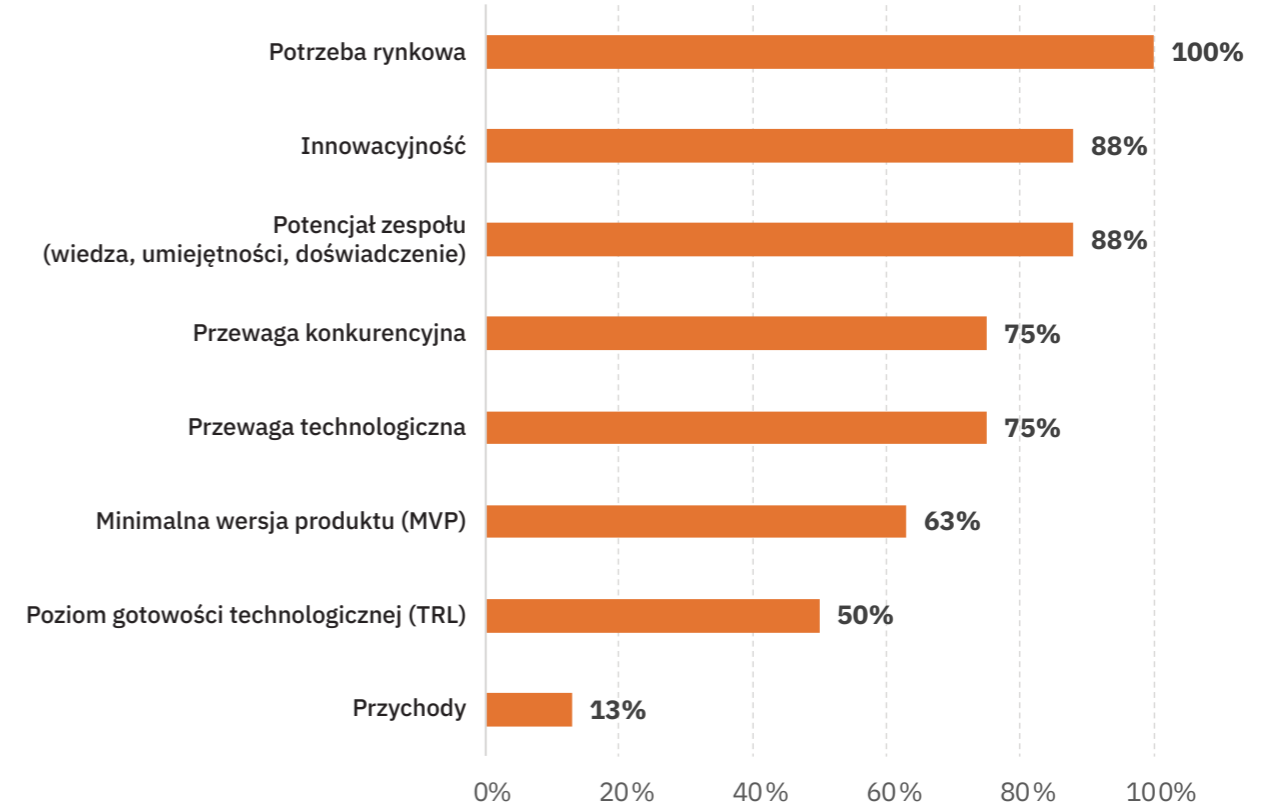
Założone cele akceleracji wpływają na kryteria stosowane przy wyborze start-upów. Wybór zazwyczaj odbywa się cyklicznie, chociaż niektóre akceleratory prowadzą nabór ciągły lub okazjonalny.

Akceleratory stosunkowo w niewielkim odsetku uzależniają wybór danego start-upu od generowanych przez niego przychodów. To potrzeba rynkowa jest głównym kryterium. Aktualnie programy akceleracyjne kierowane są do różnych branż, z naciskiem na AI oraz

software, które przeważają w wybieranych do akceleracji start-upach. Pomysły start-upów powinny charakteryzować się innowacyjnością.

To pomysły na poziomie technologicznym od 3 do 5 w opinii akceleratorów wymagają największego wsparcia. Do 50% akcelerowanych przez nie podmiotów wywodzi się z obszaru B+R, dlatego też te akceleratory pełnią funkcję katalizatora rozwiązań wytworzonych w pracach B+R na rynek.

WYKRES 22. Kryteria wyboru start-upów stosowane przez akceleratory



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania Akces NCBR.

“

Dzięki uczestnictwu w akceleratorach zdobyliśmy nieocenione doświadczenie, które pozwoliło nam przede wszystkim na walidację zapotrzebowania rynku na naszą technologię. Akceleratory stanowią ważny element wsparcia dla wielu start-upów na wczesnym etapie rozwoju, dając im dostęp do niezbędnych zasobów potrzebnych do testowania ich pomysłów.

PIOTR LAZAREK
NIRBY

Elementem, który również znajduje się wysoko w kryterium oceny, jest potencjał zespołu, który będzie pracował nad rozwojem pomysłu – jego wiedza, umiejętności i doświadczenie. Jak wskazano w raporcie *Polskie start-upy 2023*, idealny zespół powinien być różnorodny, zbudowany z możliwie najlepszych, ale też zaangażowanych w pracę ludzi, co będzie przekładało się na innowacje i rozwój start-upu³².

Na ekosystem start-upów w Polsce wpłynął okres pandemii, wojna w Ukrainie, a także wzrost inflacji. Rozwijający się ekosystem innowacji stawia przed akceleratorami wyzwania związane z pozyskiwaniem funduszy i start-upów odpowiadających na aktualne zapotrzebowanie rynku.

32 *Polskie start-upy 2023*, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2023, str. 55.

Badane akceleratory do pozyskiwania/wyszukiwania start-upów wykorzystują przede wszystkim social media i sieć kontaktów. Okazją do researchu pomysłów są też wydarzenia branżowe.

Wyzwaniem jest również pozyskiwanie nowych partnerów, w tym międzynarodowych, co stymulowałoby wejście na rynki zagraniczne.

W opinii badanych akceleratorów występuje stwierdzenie, że z uwagi na młody ekosystem budowanie międzynarodowych współprac nie jest dla start-upów czymś naturalnym i automatycznym.

Wraz z rozwojem wsparcia dla start-upów na znaczeniu zyskała jakość programów akceleracyjnych oraz transfer wiedzy pomiędzy doświadczonymi przedsiębiorcami a przedstawicielami start-upów.

“

Uważam, że największą wartością, którą akcelerator może dawać w Polsce czy za granicą, jest społeczność ludzi, którzy wspólnie prowadzą jakąś ścieżkę, trudną ścieżkę budowy biznesu i są w stanie dzielić się swoimi doświadczeniami.

JULIA KRYSZTOFIAK-SZOPA

MENTORKA AKCES NCBR,
NIEZALEŻNA KONSULTANTKA

Z badań naukowców z MIT³³ wynika, że istnieje pięć kategorii kluczowych interesariuszy, którzy wpływają na powodzenie wysiłków na rzecz tworzenia ekosystemu innowacji, jak też wzrost i przyspieszenie przedsiębiorczości opartej na innowacjach w ekosystemie.

GRAFIKA 2. Kluczowi interesariusze w ekosystemie innowacji



Źródło: opracowanie własne na podstawie: P. Budden, F. Murray, *MIT's Stakeholder Framework for Building & Accelerating Innovation Ecosystems*, MIT's Laboratory for Innovation Science & Policy, 2019.

33 P. Budden, F. Murray, *MIT's Stakeholder Framework for Building & Accelerating Innovation Ecosystems*, MIT's Laboratory for Innovation Science & Policy, 2019.

Zbudowanie społeczności w ramach akceleracji jest szczególną wartością, nie tylko dla start-upów, ale też dla całego ekosystemu innowacji.

Dlatego też w ramach akceleracji tworzone są kooperacje – współpraca administracji państwowej, instytucji prywatnych, korporacji i inwestorów. Pozwala to na angażowanie przy akceleracji doświadczonych praktyków, budowanie networku, dopasowanie rozwiązań technologicznych do odbiorców rynkowych. W ostatnich latach rozwijają się partnerstwa akceleracyjne w ramach dedykowanych programów akceleracyjnych, które stymulowane przez środki publiczne mają odpowiadać na aktualne potrzeby społeczno-gospodarcze (np. konkretne zapotrzebowanie w danej branży).

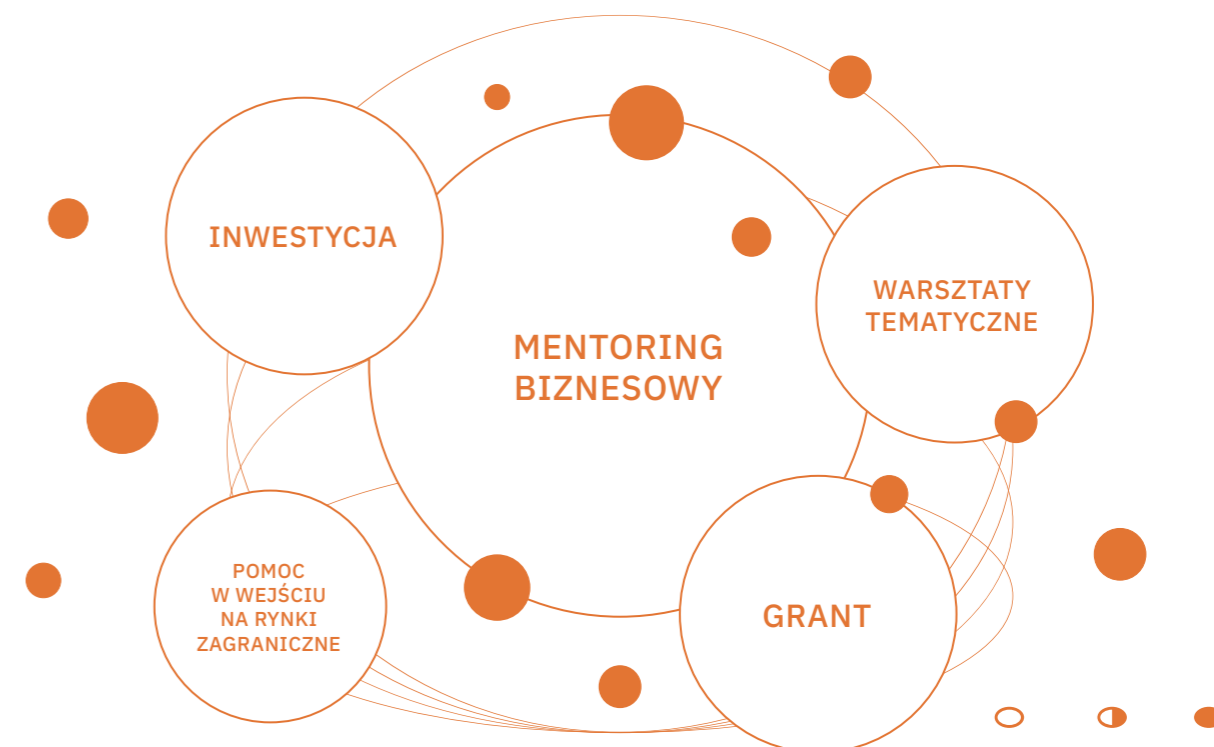
W opinii badanych mentorów największą wartością dodaną udziału w akceleratorach jest networking.

Akceleratory otwierają drzwi do świata biznesu, pozwalając na poznanie osób, które mogą stać się nie tylko partnerami, ale także inwestorami. Kontakty te są kluczowe, zwłaszcza w niszowych branżach, gdzie znalezienie partnera lub inwestora może być wyzwaniem.

Podstawowym wsparciem start-upu w akceleracji jest mentoring biznesowy, który umożliwia wymianę wiedzy pomiędzy mentorem/doświadczonym ekspertem w obszarach biznesowych czy też branżowych a mentee/start-upem.

Mentorzy zewnętrzni, często posiadający bogate doświadczenie, zapewniają cenny feedback oraz perspektywę, która pozwala dostosować strategię i plan biznesowy. To zderzenie myśli i pomysłów z ekspertami jest nieocenione w opinii badanych start-upów.

GRAFIKA 3. Wsparcie start-upów



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania Akces NCBR.

Do innych form wsparcia zaliczyć można m.in.:

- pomoc w pozyskaniu inwestycji/inwestycję,
- warsztaty tematyczne,
- dofinansowanie/grant,
- jak i pomoc w wejściu na rynki zagraniczne.

“

Na przestrzeni ostatnich 5 lat widzę, bardzo duży rozwój, profesjonalizację, zaangażowanie coraz ciekawszych projektów po jednej stronie, rozwijającą się organizację akceleracji po drugiej stronie, sensowniejsze lokowanie środków oraz konsekwentne szukanie jak najlepszego wsparcia dla projektów, które w akceleracji są.

ANNA PODKOWIŃSKA-TRETYN
MENTORKA AKCES NCBR,
COUNTRY DIRECTOR TOO GOOD
TO GO

Wartość, którą founderzy wnoszą z partnerstwa z akceleratorami, jest nie do przecenienia.

To nie tylko pomoc w rozwoju firmy, ale również inwestycje w rozwijające się relacje i uniwersalną wiedzę, która kształtuje ścieżkę kariery i pozwala lepiej zrozumieć biznesowy ekosystem.

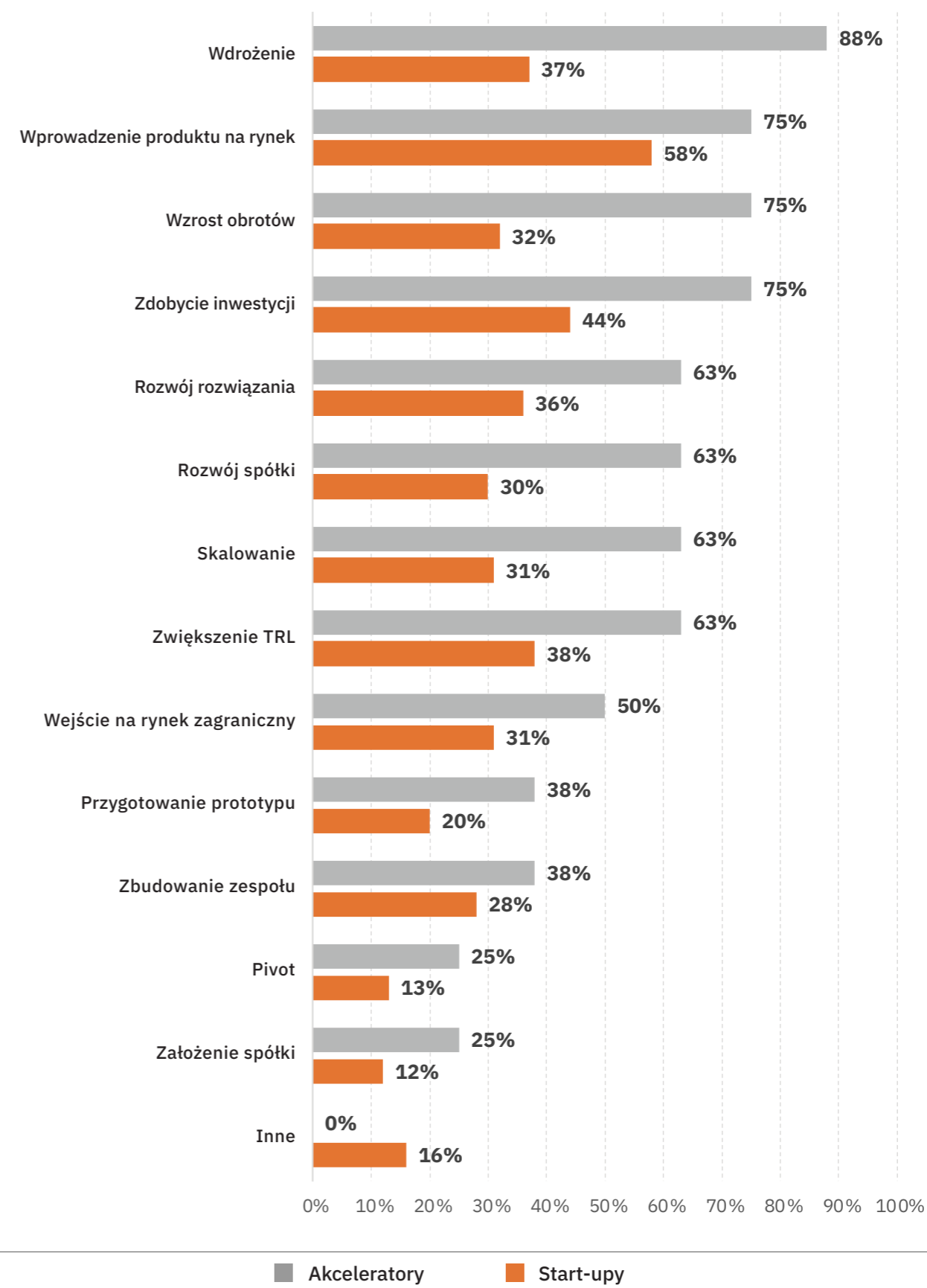
“

Żeby ocenić, czy akceleracja jest skuteczna i udana, należy patrzeć na to, jaki jest efekt końcowy akceleracji. Jeśli na wejściu projekty są dobrze dobrane, dostają mocne wsparcie, to wtedy szansa na sukces jest dużo większa.

ANNA PODKOWIŃSKA-TRETYN
MENTORKA AKCES NCBR,
COUNTRY DIRECTOR TOO GOOD
TO GO

Poszczególne cele/efekty akceleracji w perspektywie akceleratora mogą mieć mniejsze lub większe znaczenie w rozumieniu sukcesu w porównaniu do opinii start-upów. Z punktu widzenia start-upów to zdobycie inwestycji jest efektem najbardziej pożądanym. Natomiast przy akceleracji najczęściej zakładano wdrożenie pomysłu.

WYKRES 23. Rozumienie sukcesu akceleracji z perspektywy akceleratorów i startupów



Źródło: opracowanie własne na podstawie badania Akces NCBR.

”

Do realizacji procesu warto zaprosić organizację, która posiada niezbędne doświadczenie i może zaoferować wsparcie.

MICHAŁ MISZTAL

KOMENTARZ EKSPERTA

Organizacja akceleracji – jak to zrobić skutecznie

MICHAŁ MISZTAL

STARTUP ACADEMY

Zorganizowanie akceleratora to przedsięwzięcie skomplikowane i wielowątkowe. Najtrudniejsze w procesie planowania i realizacji jest nie tyle zgranie wszystkich elementów w całość, ale też osiągnięcie celów, które przed takim projektem stawiamy.

Proces przygotowania akceleratora powinien się rozpocząć od tego, aby precyzyjnie określić, kto ma być głównym beneficjentem programu.

Drugim krokiem jest określenie horyzontu akceleracji, który jest zgodny z wizją i celami głównego beneficjenta. Określane są ścieżki poszukiwań, które są zgodne albo z wyzwaniami technologicznymi firm jako odbiorców technologii, albo w przypadku akceleracji publicznej – z regionalnymi inteligentnymi specjalizacjami.

Trudnością bywa takie zdefiniowanie obszarów, które z jednej strony są precyzyjne i odpowiadają na zaistniałe potrzeby, ale z drugiej na tyle ogólne, żeby nie zniechęcały start-upów do aplikacji.

Żeby osiągnąć zamierzone cele programu akceleracyjnego, trzeba je bardzo precyzyjnie określić, a następnie dobrać narzędzia i dopasować do nich komponenty programu.

Do realizacji procesu warto zaprosić organizację, która posiada niezbędne doświadczenie i może zaoferować wsparcie w przygotowaniu i przeprowadzeniu działań.

Całość tej skomplikowanej inicjatywy trwa najczęściej około pół roku i daje ogromną satysfakcję, jeżeli na zakończenie można mówić o wdrożeniach czy zwiększeniu szans biznesowych uczestników.

Mimo że polskie akceleratory rozwijają się dynamicznie, wciąż pozostają w tyle za międzynarodowymi gigantami, takimi jak Y Combinator czy Techstars. Międzynarodowe akceleratory oferują większy dostęp do kapitału, globalne sieci kontaktów i szanse na szybkie inwestycje. Polskie akceleratory stopniowo zaczynają myśleć globalnie, promując polskie start-upy na rynkach światowych, jednak wciąż pozostaje im pole do dalszego rozwoju.

“

Warto podkreślić, że polskie akceleratory również zaczynają myśleć globalnie. My jako StartupHub od początku swojej działalności kładziemy duży nacisk na poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań za granicą, równocześnie prezentując się i potencjał naszego ekosystemu. W skrócie promujemy polskie start-upy na rynkach globalnych – od Zakaukazia po Miami.

PAULINA BRYM-CIUBA

MENTORKA AKCES NCBR,
CEO FUNDACJI STARTUP HUB
POLAND

Podobieństwa między polskimi a międzynarodowymi akceleratorami są zauważalne w zasadach działania. Cel jest ten sam – przyspieszenie rozwoju biznesu. Różnice pojawiają się w kwotach grantów i specyfice mentoringu. W Polsce start-upy uczą się efektywnego budowania sieci kontaktów i dobrej prezentacji, ale brakuje im doświadczenia w prowadzeniu poważnych rozmów z inwestorami z zagranicy. Jednocześnie tempo działania, różnorodność tematów i skupienie na wynikach to elementy, które wyróżniają polski rynek. Specyficzne cechy naszego rynku to także wsparcie finansowe na początku współpracy, ale brak płynności finansowania w późniejszym okresie. Polskę wyróżniają też akceleratory tworzone przez duże prywatne przedsiębiorstwa, które

zapewniają wsparcie finansowe, szkolenia i doświadczenie. Polski rynek charakteryzuje się różnorodnością branż, co pozwala start-upom znaleźć programy dopasowane do ich potrzeb. Współpraca z uczelniami i instytutami badawczymi sprzyja innowacjom i transferowi technologii.

Jeśli chodzi o inwestorów, to polskie akceleratory nie zawsze przygotowują start-upy do osiągnięcia takiego poziomu gotowości inwestycyjnej, jakie osiągają akceleratory za granicą. Start-upy, które przeszły polskie akceleratory, mogą nie być jeszcze gotowe na pozyskanie dużych rund finansowania rzędu kilkudziesięciu milionów dolarów. W związku z tym istnieje wyraźna różnica w poziomie rozwoju oferowanym przez polskie akceleratory w porównaniu do bardziej rozwiniętych rynków zagranicznych.

Akceleratory z Zachodu zapewniają też większy dostęp do globalnego networku inwestorów, klientów, korporacji i rynków.

Wreszcie warto zwrócić uwagę na znaczenie budowania firm, które od początku myślą i działają globalnie lub przynajmniej na poziomie europejskim. Unikanie pułapki rynku średniego w Polsce może sprzyjać sukcesowi start-upów, szczególnie tych z regionu Bałtyku czy Ukrainy, które od razu skupiają się na zdobywaniu rynków międzynarodowych. Jednak nadal wiele start-upów z Polski rozpoczyna od obsługi lokalnego rynku, co może prowadzić do ograniczonego rozwoju. Warto zatem dążyć do globalnej perspektywy od samego początku.

Główną barierą rozwoju polskiego rynku jest dostęp do kapitału i globalnych sieci, jednak coraz więcej polskich akceleratorów promuje start-upy na arenie międzynarodowej. Polski ekosystem start-upowy ma potencjał, ale potrzebuje dalszego rozwoju i globalnej perspektywy. Warto inwestować w edukację i wspierać start-upy, które od początku myślą globalnie, by przyspieszyć rozwój polskiego ekosystemu.

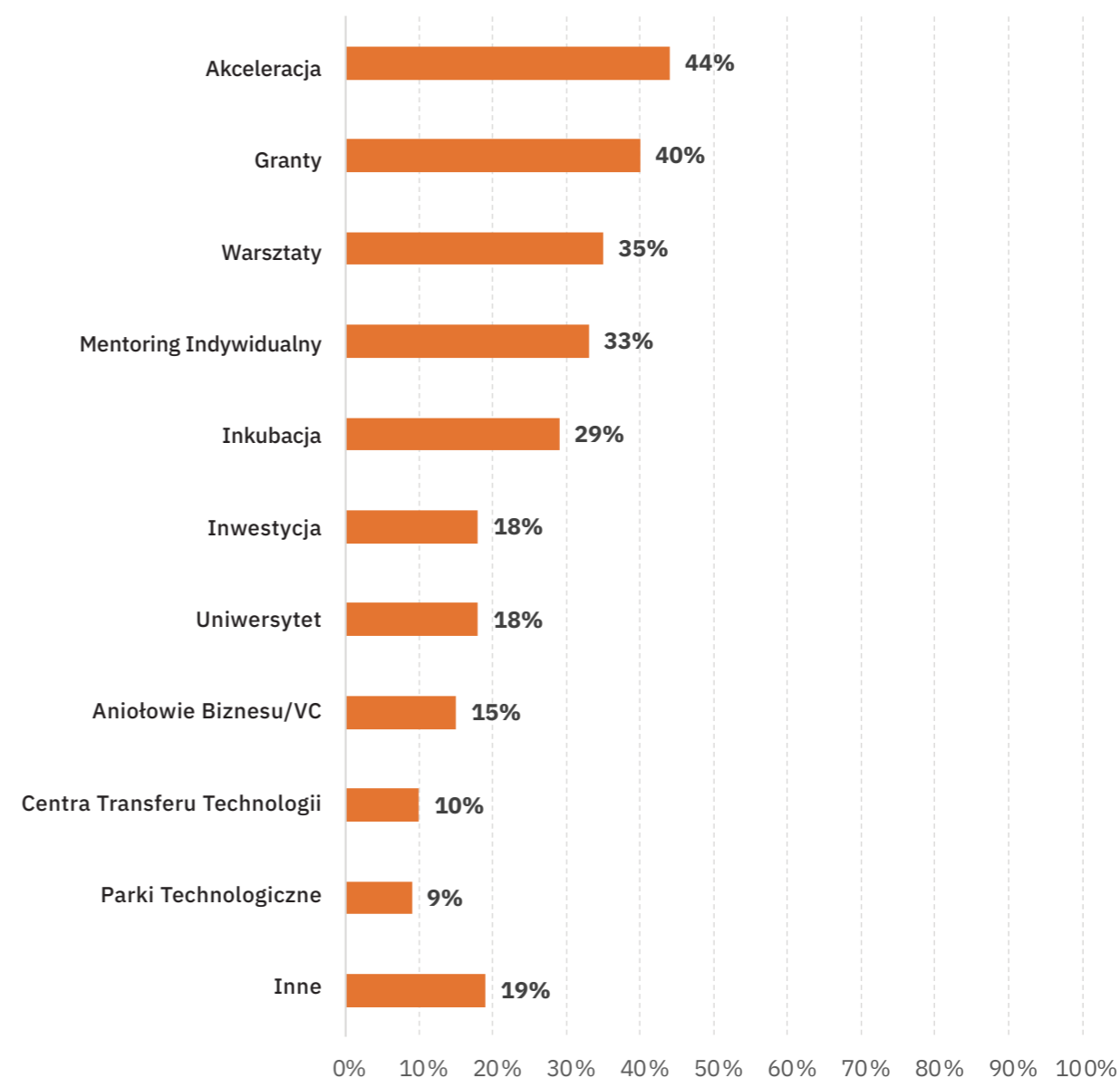
3.01.

Rynek wsparcia start-upów³⁴

Poza akceleracją w ekosystemie start-upowym występują też inne formy wspierające rozwój pomysłów w różnych fazach wzrostu.

Wsparcie innowacyjnych pomysłów realizowane jest na uniwersytetach (w Centrach Transferu Technologii i spółkach celowych), w parkach technologicznych, inkubatorach przez Venture Builderów.

WYKRES 24. Formy wsparcia start-upów



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania Akces NCBR.

34 Materiał powstał w partnerstwie z Fundacją Innovations Hub oraz The Heart SA.

CENTRA TRANSFERU TECHNOLOGII

Centra transferu technologii (CTT) zgodnie z ustawą *Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce* prowadzone są na uczelniach.

Ich celem jest komercjalizacja bezpośrednia wyników działalności naukowej wytworzonej w danej uczelni.

Odbywa się to poprzez sprzedaż wyników działalności naukowej lub know-how związanego z tymi wynikami, oddawanie do użytkowania tych wyników lub know-how, w szczególności na podstawie umowy licencyjnej, najmu oraz dzierżawy³⁵.

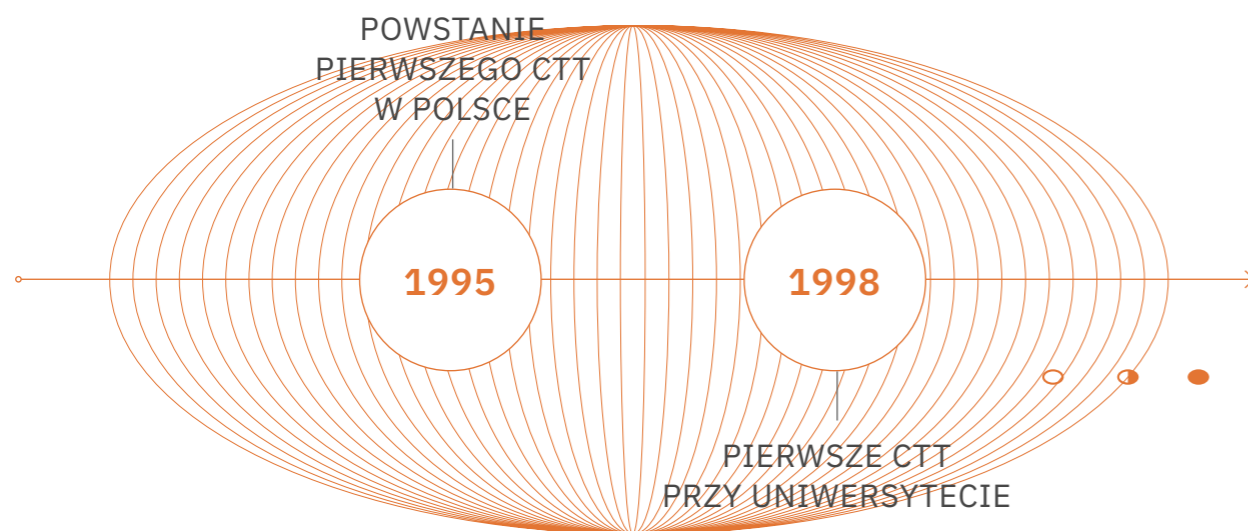
W CTT pracują m.in. brokerzy innowacji, rzecznicy patentowi, radcy prawni, specjaliści ds. projektów oraz specjaliści ds. marketingu.

Osoby te wspierają naukowców w komercjalizacji ich wyników badań (np. poprzez analizy biznesowe, badania rynku, pomoc w pozyskaniu partnerów biznesowych, wsparcie w zakresie ochrony prawnej)³⁶.

Dr hab. inż. Przemysław Dubiel w artykule podsumowującym ćwierć wieku transferu technologii na UW pisze, że „(...) aby taki transfer się udał, najpierw należy zdefiniować, nazwać, dookreślić i prawnie zabezpieczyć to, co ma trafić w ręce inwestorów, a docelowo do użytku społecznego”³⁷.

Pierwsze CTT powstało w 1995 roku we Wrocławiu przy Politechnice Wrocławskiej. Natomiast pierwsze CTT przy uniwersytecie zostało powołane w 1998 r. przez Uniwersytet Warszawski³⁸.

GRAFIKA 4. Daty powstania pierwszych CTT w Polsce



Źródło: Opracowanie własne na podstawie

<https://www.uw.edu.pl/cwierc-wieku-transferu-technologie-na-uw/>

35 Art.148 Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (DzU 2018, poz. 1668 z późn. zm.).

36 <https://swps.pl/kontakt/nauka-i-badania/centrum-transferu-wiedzy>; <https://ctt.ug.edu.pl/proces-transferu-technologie-w-ug/>

37 P. Dubiel, Ćwierć wieku transferu technologii na UW, [w:] Pismo uczelni „UW”, NR 3 (108) 2023, str. 36-37.

38 <https://www.uw.edu.pl/cwierc-wieku-transferu-technologie-na-uw/>

SPÓŁKI CELOWE

Uzupełnieniem do komercjalizacji bezpośredniej prowadzonej przez CTT jest komercjalizacja pośrednia realizowana poprzez spółki celowe powoływane przez uczelnie.

Dzięki takiej spółce uczelnia m.in. obejmuje lub nabywa udziały lub akcje w spółkach utworzonych przez naukowców, doktorantów i studentów (tzw. spin-offach)³⁹.

PARKI TECHNOLOGICZNE

Parki technologiczne są podmiotami klasyfikowanymi jako ośrodki innowacji. Są narzędziem kreacji innowacyjności i wspierania przedsiębiorczości.

Powstają z inicjatywy administracji publicznej lub są efektem współpracy świata biznesu z nauką. W tej formule interesariuszom zależy, by osiągnąć efekt synergii i podnieść dynamikę wzrostu gospodarki lokalnej⁴². W parkach zazwyczaj zgromadzone są firmy oraz ośrodki badawczo-naukowe z jednej branży, co ułatwia komunikację między pomysłodawcami technologii oraz jej wytwórcami czy też odbiorcami⁴³. Parki technologiczne udostępniają przestrzeń do prowadzenia działalności (np. biura czy magazyny), wspierają usługami, takimi jak marketing czy księgowość. Ponadto pośredniczą w budowaniu relacji biznesowych oraz doradzają w kwestiach związanych z transferem i komercjalizacją

Często spółki celowe ściśle współpracują z prowadzonym na danej uczelni CTT, jak np. na Uniwersytecie Gdańskim, gdzie zgoda władz uczelni na komercjalizację pośrednią następuje po przeprowadzeniu postępowania przez CTT⁴⁰.

Według danych Porozumienia Spółek Celowych spośród członków tego porozumienia od 2014 roku zostało powołanych ponad 230 spółek spin-off.⁴¹

rozwiązań⁴⁴. Według *Raportu z badania parków technologicznych z 2019 r.* prawie 60% parków prowadziło więcej niż jeden rodzaj działalności, tzn. wspierało przedsiębiorców również jako inkubator czy centrum transferu technologii. Wśród projektów realizowanych przez parki technologiczne najczęściej stanowiły projekty mentoringowe i badawczo-rozwojowe. Parki technologiczne w Polsce funkcjonują jako różne formy prawne. Mogą to być spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, spółki akcyjne, jednostki budżetowe czy fundacje. W większości z nich głównym udziałowcem jest gmina miejska, chociaż występują też wyjątki, gdzie jest nim samorząd województwa, fundacja, a nawet uczelnia⁴⁵. Według informacji udostępnianej przez Polską Agencję Inwestycji i Handlu w Polsce aktualnie funkcjonuje 77 parków przemysłowych i technologicznych, z których 20% zlokalizowanych jest w województwie śląskim⁴⁶.

39 Art.149 Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (DzU 2018, poz. 1668 z późn. zm.).

40 <https://ug.edu.pl/wspolpraca/otoczenie-spoleczeno-gospodarcze/spolka-celowa>

41 <https://psc.edu.pl/>

42 Waligóra K., *Parki naukowe, technologiczne i przemysłowe jako narzędzie wspierające potencjał innowacyjny polskiej gospodarki*, [w:] *Współczesne wyzwania rozwoju gospodarczego: polityka i kreacja potencjału. Cz. 1, Kreacja, innowacyjność, handel zagraniczny*, red. E. Gruszewska, Białystok 2015, s. 171-186.

43 https://www.paih.gov.pl/dlaczego_polska/zachety_inwestycyjne/parki_przemyslowe_i_tehnologiczne/

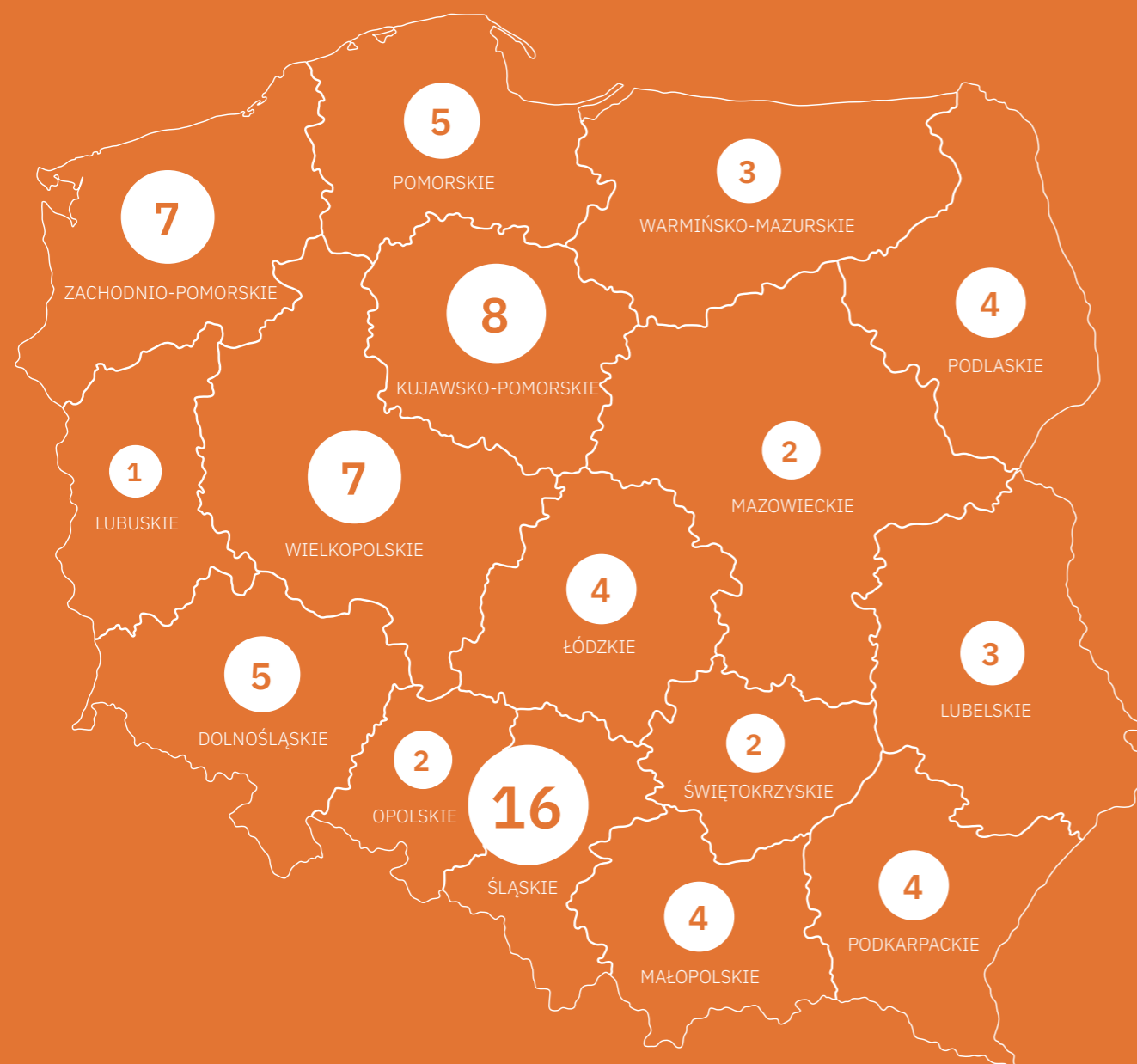
44 <https://forsal.pl/artykuly/423891,czym-sa-parki-technologiczne.html>

45 M. Mażewska, A. Tórz, *Raport z badania parków technologicznych 2019*, Stowarzyszenie Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce, Poznań/Warszawa 2019.

46 https://www.paih.gov.pl/dlaczego_polska/zachety_inwestycyjne/parki_przemyslowe_i_tehnologiczne/

GRAFIKA 5.

PARKI TECHNOLOGICZNE W POLSCE



Źródło: opracowanie własne na podstawie: https://www.paih.gov.pl/dlaczego_polska/zachety_inwestycyjne/parki_przemyslowe_i_technologiczne/

INKUBATORY

Inkubatory są miejscem, gdzie można zacząć bez gotowego pomysłu, mając jedynie umiejętności wykonawcze lub chęć działania. Kształtują start-upy, certyfikują je i są centrami wiedzy dla założycieli, pomagając rozwiązywać ich bieżące problemy.

Są ponadto ośrodkami, które mają szeroką wiedzę w zakresie kreacji i prowadzenia spółek, a także wyciągają wnioski z doświadczeń założycieli start-upów.

Oferują mentoring, ekspertów, wykonawców i know-how w procesie komercjalizacji, a także płynnie wprowadzają w świat biznesu.

W centrum ich działalności stoi tworzenie biznesów, z edukacją jako wsparciem tego procesu (nigdy na odwrót).

Przestrzenie do pracy i pracownie, choć ważne, są jedynie dodatkiem do głównego procesu – kreowania start-upów, które w procesach iteracyjnych (m. in. metodologią lean) weryfikują założenia technologiczne i biznesowe.

W początkowej fazie rozwoju start-upów w Polsce ogromną rolę odgrywają też uniwersytety, huby technologiczne, centra B+R. Jednak to właśnie inkubatory powinny pełnić kluczową funkcję w kreowaniu procedur inkubacyjnych, kształtowaniu sektora pre-seed oraz tworzenia wysokiej klasy zespołów projektowych na rynku (procesach match-makingu) i pomysłów (procesach discovery).

Inkubatory są fundamentem zdrowego „lejka” start-upowego, dostarczając na rynek nowe spółki, które napędzają cały sektor start-upowy.

Bez solidnej inkubacji rynek ten jest narażony na poważny kryzys, manifestujący się odpływem inwestycji z regionu, wysokim współczynnikiem upadłości start-upów czy niskim współczynnikiem efektywności programów rządowych skierowanych na wsparcie tego sektora.

Co gorsza, brak projektów zmuszać będzie lokalne fundusze i inwestorów do inwestycji za granicą ze względu na brak wysokiej jakości projektów na lokalnym rynku.

”

Obecnie polski ekosystem charakteryzuje brak know-how i odpowiednio wykwalifikowanej kadry inkubacyjnej.

KACPER RACIBORSKI

KOMENTARZ EKSPERTA

Rzeczywistość inkubacji start-upów w Polsce

KACPER RACIBORSKI

PREZES FUNDACJI INNOVATIONS HUB

Analizując polski krajobraz inkubacyjny, spotykamy się z trudną rzeczywistością – brak oficjalnych badań i raportów. Pomimo iż polska inkubacja pochłonęła kilkaset milionów złotych w ramach różnych aktywności, polskie inkubatory często nie posiadają znaczących success-story i nie informują o sukcesach beneficjentów.

Obecnie na polskim rynku można wskazać około 10 instytucji, które deklarują prowadzenie działań inkubacyjnych, lecz większość z nich skupia się jedynie na wynajmie przestrzeni, procesach preinkubacji (oferowania działań prawnych i księgowych, a także swojej osoby prawnej w kontekście wystawiania faktur i zatrudnień).

Nie realizują one podstawowych działań inkubacyjnych, takich jak procesy matchmakingowe, discovery czy modelowania projektów. Większość z tych podmiotów polega na wsparciu publicznym, co ogranicza ich możliwości w zakresie akwizycji kapitałowej i uczestnictwa w sukcesie wspieranych przedsięwzięć.

Obecnie polski ekosystem charakteryzuje brak know-how i odpowiednio wykwalifikowanej kadry inkubacyjnej.

Jako fundacja Innovations Hub (InHub) konsekwentnie dążymy do wdrażania zagranicznych praktyk w naszym regionie, podkreślając równocześnie potrzebę profesjonalizacji procesu inkubacji.

Naszym pierwszym krokiem jest zdobywanie wiedzy i doświadczeń na bazie renomowanych międzynarodowych instytucji realizujących procesy inkubacyjne, takich jak Antler, Tech Stars, Entrepreneur First, Founders Factory oraz Y Combinator.

Naszym celem jest zapewnienie, aby polski ekosystem start-upowy uczył się od najlepszych, czerpiąc z ich doświadczeń, ale również rozwijał swoje unikalne know-how w tej części Europy.

VENTURE BUILDERZY

W odróżnieniu od inkubatorów czy akceleratorów Venture Builder (inaczej Startup Studio) nie tylko pełni funkcję mentora, ale przede wszystkim aktywnie uczestniczy w procesie tworzenia firmy od podstaw.

Dla zespołów B+R skoncentrowanych na tworzeniu i rozwijaniu przełomowych technologii, dla których mniejsze znaczenie na tym etapie projektu ma potencjał komercjalizacji czy stworzenie skalowalnego modelu biznesowego, Venture Builder jest oknem na świat i współnikiem odpowiedzialnym za stronę biznesową przedsięwzięcia.

Po pierwsze, na współpracy z Venture Builderem mogą skorzystać badacze pracujący nad przełomowymi technologiami, którzy są pochłonięci pracą w laboratoriach.

Venture Builder dostarczają komponent strategiczny do rozwijanej technologii, koncentrując się na skutecznym pozycjonowaniu rozwijanej innowacji na rynku.

Po drugie, Venture Building jest dla zespołów start-upów na wczesnym etapie, często borykających się ze znalezieniem odpowiedniego kierunku rozwoju biznesu zbudowanego w oparciu o swój produkt. W takim kontekście Venture Builder rysuje i weryfikuje strategię rozwoju i komercjalizacji dla młodego start-upu, testując założenia dotyczące nisz rynkowych i potencjału ekspansji na nowe obszary.

W takiej współpracy zespoły B+R otrzymują cenny feedback z rynku i są w stanie rozwijać produkt w sposób najbardziej odpowiadający na potrzeby potencjalnych klientów.

Wreszcie z Venture Buildingu mogą skorzystać badacze posiadający rozwiniętą po kilku lub kilkunastu latach pracy technologię, ale ograniczone doświadczenie biznesowe i operacyjne.

Przez specyfikę swojej pracy takie zespoły są nierzadko wąską grupą ekspertów w swoich dziedzinach, a na wyniki ich prac rynek oczekuje z niecierpliwością.

Przy współpracy z Venture Builderem zespoły czerpią ogromne korzyści z generalistycznej wiedzy na temat prowadzenia i rozwijania biznesu, wspierane szeroką siecią kontaktów, zapleczem administracyjnym czy marketingowym, co pozwala im nadgonić stronę biznesową przedsięwzięcia, gdy już posiadają rozwiniętą i sprawdzoną technologię.

Rozwijając projekt w modelu Venture Building, zespoły wchodzą na ustrukturyzowaną ścieżkę, która prowadzi do wyjścia z laboratorium i zaznaczenia swojej obecności na rynku.

Venture Builder, w przeciwieństwie do akceleratorów, od pierwszego dnia współpracy angażuje dedykowany zespół złożony z osób o wymaganych kompetencjach biznesowych, którzy współpracują ramię w ramię z zespołem B+R.

AKCES
NCBR

**JEDYNY TAKI
AKCELERATOR
W POLSCE**

DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ >>>



”

Venture Builder daje dostęp do szerszej sieci inwestorów, ekspertów branżowych i potencjalnych klientów.

IGNACY STUDZIŃSKI

KOMENTARZ EKSPERTA

Rola Venture Buildera w komercjalizacji B+R

IGNACY STUDZIŃSKI

ASSOCIATE MANAGER, THE HEART

W ekosystemie start-upów Venture Builderzy pełnią funkcję instytucjonalnych współzałożycieli (co-founderów), którzy rozwijają projekty ramię w ramię z pomysłodawcami. Odpowiadają za testowanie pomysłów z rynkiem, a zwalidowane koncepcje przekształcają w przedsiębiorstwa, dla których tworzą struktury organizacyjne od zera.

Praca z Venture Builderem to wejście do systemu, który wyznacza lub skraca drogę do komercjalizacji tworzonej technologii.

Dedykowany zespół dba o wszelkie istotne aspekty związane z prowadzeniem start-upu, ograniczając ryzyko operacyjne biznesu opartego o przełomowe technologie, nad którymi pracują zespoły B+R.

Współpracując z zespołem Venture Buildera, zespół badaczy zyskuje dostęp do szeroko pojętej wiedzy biznesowej, wypełniając luki

kompetencyjne w obszarach, takich jak analiza rynku, walidacja i rozwój modelu biznesowego czy strategia pozyskiwania klientów.

Co więcej, Venture Builder daje dostęp do szerszej sieci inwestorów, ekspertów branżowych i potencjalnych klientów, tworząc okazje do zawierania partnerstw i pozyskania finansowania, które w innych okolicznościach mogłyby być niedostępne dla zespołów nieobytych ze światem start-upów i rynkiem kapitałowym.

Współpraca zapewnia też wsparcie operacyjne. Venture Builder bierze na siebie kwestie, takie jak tematy prawne, HR i zarządzanie finansami, pozwalając zespołom B+R skupić się na rozwoju technologii, czyli na tym, na czym znają się najlepiej.

3.02. Typologia akceleratorów

Akceleratory w ujęciu ogólnym można podzielić na trzy kategorie:

01. PUBLICZNE,

02. PRYWATNE,

03. KORPORACYJNE.

Akceleratorem publicznym jest instytucja państwowa finansująca wsparcie start-upów ze środków publicznych.

Akcelerator prywatne prowadzone są przez prywatnych przedsiębiorców/firmy bądź też organizacje pożytku publicznego (np. fundacje czy stowarzyszenia).

Akcelerator korporacyjne to wsparcie oferowane przez korporacje.

Dodatkowo klasyfikacja akceleratorów może być stosowana według kapitału, na akceleratory z udziałem kapitałowym lub bez udziału kapitałowego.

KOMENTARZ EKSPERTA

Klasyfikacja akceleratorów z różnych perspektyw

ARTUR RACICKI

SERYJNY PRZEDSIĘBIORCA, ZAŁOŻYCIEL SEEDIA, MENTOR START-UPÓW

Akcelerator start-upów odgrywają kluczową rolę w ekosystemie przedsiębiorczości, dostarczając młodym firmom zasobów niezbędnych do szybkiego wzrostu.

Różnorodność tych instytucji, zarówno w Polsce, jak i na świecie, pozwala na szerokie spektrum wsparcia dopasowanego do specyficznych potrzeb i branż.

Na rynku można wyróżnić akceleratory różnego typu:

- **BRANŻOWE:** skoncentrowane na specyficznych sektorach, oferują one wsparcie dostosowane do unikalnych wyzwań i możliwości danej branży.
- **KORPORACYJNE:** utworzone przez duże firmy, te programy często skupiają się na innowacjach, które mogą uzupełniać lub rewolucjonizować istniejące modele biznesowe.
- **AKADEMICKIE:** wspierają transfer technologii i przedsiębiorczość wśród społeczności akademickiej, pomagając w komercjalizacji badań.

- **NIEKOMERCYJNE/NIEZALEŻNE:** często działające na zasadach non profit, koncentrują się na społecznych lub lokalnych inicjatywach przedsiębiorczych.
- **WIRTUALNE:** umożliwiają start-upom uczestnictwo w programach zdalnie, co jest szczególnie korzystne w dobie cyfryzacji.

Dodatkowo akceleratory można sklasyfikować według kapitału:

- **AKCELERATORY Z UDZIAŁEM KAPITAŁOWYM (EQUITY-BASED):**
 - **Bezpłatne:** popularne w USA, akceleratory te inwestują w start-upy, otrzymując w zamian udziały.
 - **Płatne:** mniej popularne; start-upy płacą za udział, oferując jednocześnie udziały w swojej firmie.

”

Polski rynek akceleratorów wyróżnia się silnym naciskiem na programy bezpłatne i te oferujące granty.

ARTUR RACICKI

- **AKCELERATORY BEZ UDZIAŁU KAPITAŁOWEGO (NON-EQUITY-BASED):**

- **Płatne:**
w USA start-upy płacą za wsparcie bez oddawania udziałów.
- **Bezpłatne:**
w Polsce wsparcie oferowane jest bez opłat i udziałów, często finansowane przez rząd lub organizacje non profit.
- **Dające granty:**
w Polsce oferują granty lub finansowanie bezpośrednie, również bez przejmowania udziałów.

Polski rynek akceleratorów wyróżnia się silnym naciskiem na programy bezpłatne i te oferujące granty, często wspierane przez rząd lub organizacje non profit.

Taki model jest korzystny dla start-upów, które chcą zachować pełną kontrolę nad swoimi udziałami.

Przykładem takich programów są scale-upy, których operatorem jest PARP czy AKCES NCBR.

Z kolei w USA popularniejsze są akceleratory equity-based, które inwestują kapitał w zamian za udziały, zapewniając jednocześnie dostęp do bogatej sieci kontaktów i zasobów.

Najbardziej pożądanymi są tu Y Combinator, Techstars, 500 Startups czy Plug and Play.

W Polsce obserwuje się również rosnące zainteresowanie branżowymi i korporacyjnymi akceleratorami, co odzwierciedla globalne trendy.

Takie podejście sprzyja tworzeniu synergii między start-upami a ugruntowanymi przedsiębiorstwami.

Jednak jesteśmy jeszcze daleko od kolebki akceleratorów, czyli USA, gdzie dla przykładu wyspecjalizowanych akceleratorów z sektora Clean Tech jest aż 21.

Akceleratory start-upów, zarówno w Polsce, jak i na świecie, są dynamicznym elementem ekosystemu przedsiębiorczości.

Dostosowując swoje programy do potrzeb i trendów rynkowych, akceleratory te odgrywają kluczową rolę w kształtowaniu przyszłości innowacji i przedsiębiorczości.

3.03.

Programy akceleracyjne w Polsce

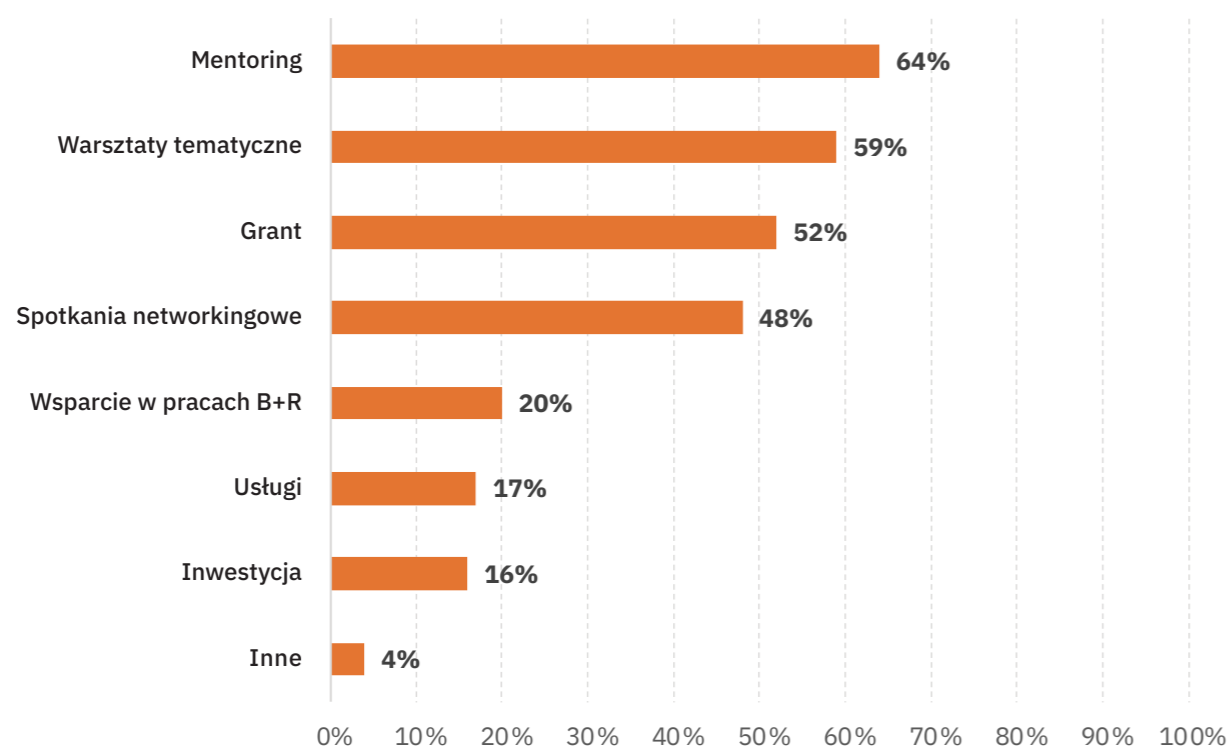
Programy akceleracyjne w Polsce dostarczają start-upom w przeważającej większości wsparcie oparte na mentoringu biznesowym i pomocy w znalezieniu inwestora.

Nacisk kładziony jest też na warsztaty tematyczne, np. dotyczące przedsiębiorczości. W ofercie programów akceleracyjnych można również znaleźć inicjatywy wspierające wejście na rynki zagraniczne.

Nie wszystkie programy gwarantują dofinansowanie czy grant. Czasem founderzy otrzymują też wsparcie na działania B+R.

Jak wynika z przeprowadzonego przez Akces NCBR badania, founderzy do rozwoju swoich pomysłów potrzebują przede wszystkim dofinansowania oraz wsparcia w znalezieniu inwestora, a następnie mentoringu biznesowego.

WYKRES 25. Rozkład elementów w różnych programach akceleracyjnych

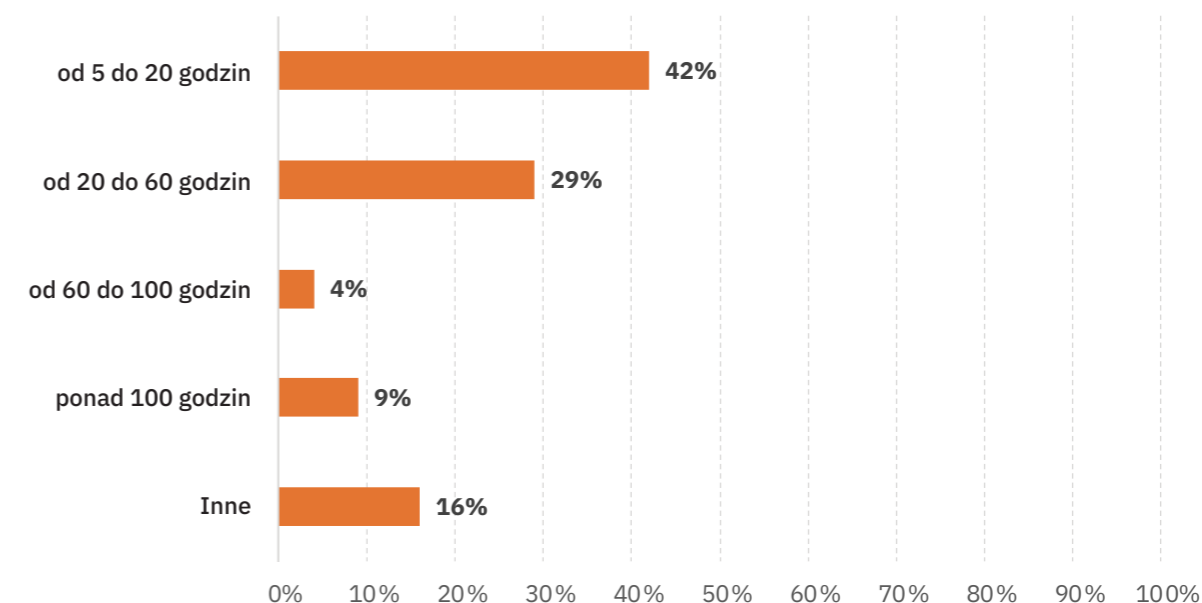


Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania Akces NCBR.

W Programach akceleracyjnych, w których uczestniczyły ankietowane start-upy, przeważał mentoring, a następnie warsztaty tematyczne.

Akceleracja ta nie skupiała się na wsparciu w pracach B+R oraz na świadczeniu dodatkowych usług.

WYKRES 26. Rozkład godzin mentoringu



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania Akces NCBR.

Mentoring biznesowy występuje w większości programów akceleracyjnych. Prawie 50% z nich oferuje ten rodzaj wsparcia w zakresie od 5 do 20 godzin.

Mentorem był najczęściej biznesmen, który swoją ekspertyzą dzielił się z akcelerowanym podmiotem. Mentorami w mniejszym stopniu byli też inwestorzy i naukowcy.

Największą wartością, jaką founderzy wynieśli z mentoringu, były wiedza praktyczna oraz networking.

Podsumowując swoje oczekiwania co do mentoringu, founderzy podkreślali, że znaczenie ma doświadczenie danej osoby (również związane z wdrożeniem dochodowego start-upu na rynek), wsparcie w pozyskaniu kontaktów branżowych (ta osoba mogłaby wprowadzić founderów do branżowych networków), jak też zrozumienie potrzeb akademickich.

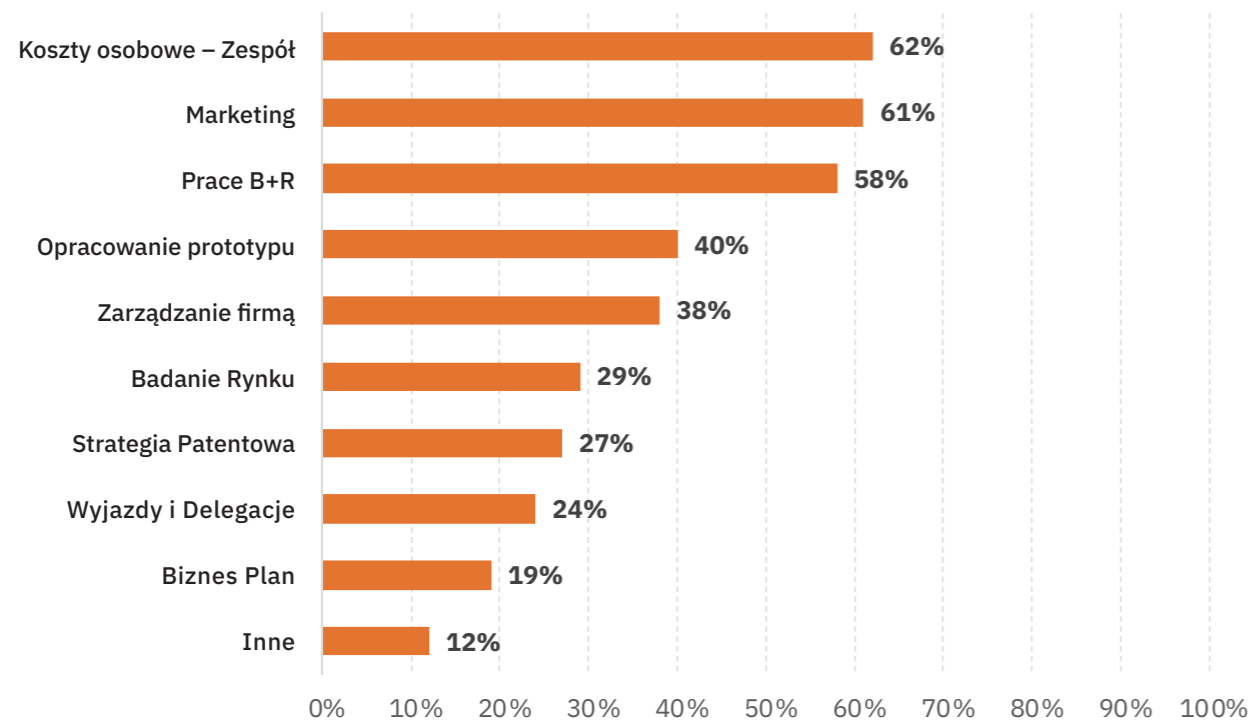
Uzyskiwany w programach akceleracyjnych grant najczęściej przeznaczany był na prace B+R i opracowywanie prototypu.

Kolejną grupę stanowiły koszty operacyjne związane z marketingiem i kosztami osobowymi. Wynikać to może z zasad wydatkowania otrzymanego dofinansowania, które czasem ogranicza founderów do przeznaczenia go na ograniczoną pulę potrzeb, np. na rozwój pomysłu.

Z drugiej strony founderzy podkreślali, że potrzebują grantu przede wszystkim na koszty osobowe, marketing i prace B+R.

Zdecydowana większość badanych wskazała, że wysokość grantu powinna wynosić ponad 300 tys. zł.

WYKRES 27. Na co start-upy chcą przeznaczyć grant



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania Akces NCBR.

Uzupełnieniem grantów jest oczywiście pozyskanie inwestycji.

Founderzy wykorzystują w tym celu przede wszystkim network, spotkania biznesowe i wydarzenia branżowe, jak również pitching. Co ciekawe, mniejsza część founderów do pozyskania inwestycji korzystała z pomocy mentorów.

Networking był wartością dodaną akceleracji. Niektórym founderom udało się nawiązać kontakty przede wszystkim z partnerami biznesowymi, klientami i inwestorami. W najmniejszym stopniu udało się nawiązać kontakt z rynkami zagranicznymi, co w kontekście oczekiwań co do tego, co podczas akceleracji chciałyby osiągać start-upy, nie zadowala. Jest to pole do rozwoju zarówno dla start-upów, jak i akceleratorów.

Dodatkowo udział w akceleratorze dostarcza founderom szerokich kompetencji, nie tylko technicznych, ale także w obszarach, takich jak sprzedaż, marketing i analiza rynków.

To uniwersalna wiedza, która może być wykorzystana nie tylko w start-upach, ale także w korporacjach. Przywiera ona do founderów na długie lata i umożliwia im lepsze zrozumienie otaczającego świata oraz radzenie sobie z nieszablonowymi problemami.

“

Program, który oferuje mentoring i grant finansowy, jest najlepszą hybrydą pomocy, jaką projekt może otrzymać. Wiedza, doświadczenie i network mentorów spowoduje odpowiednie/mądre wydanie grantu, co przełoży się na dalszy rozwój projektu, a także wzrost kompetencji zespołu danego projektu w rozwoju umiejętności potrzebnych do skutecznego prowadzenia biznesu.

JOANNA NAMYSŁ

MENTORKA AKCES NCBR, ANIOŁ
BIZNESU

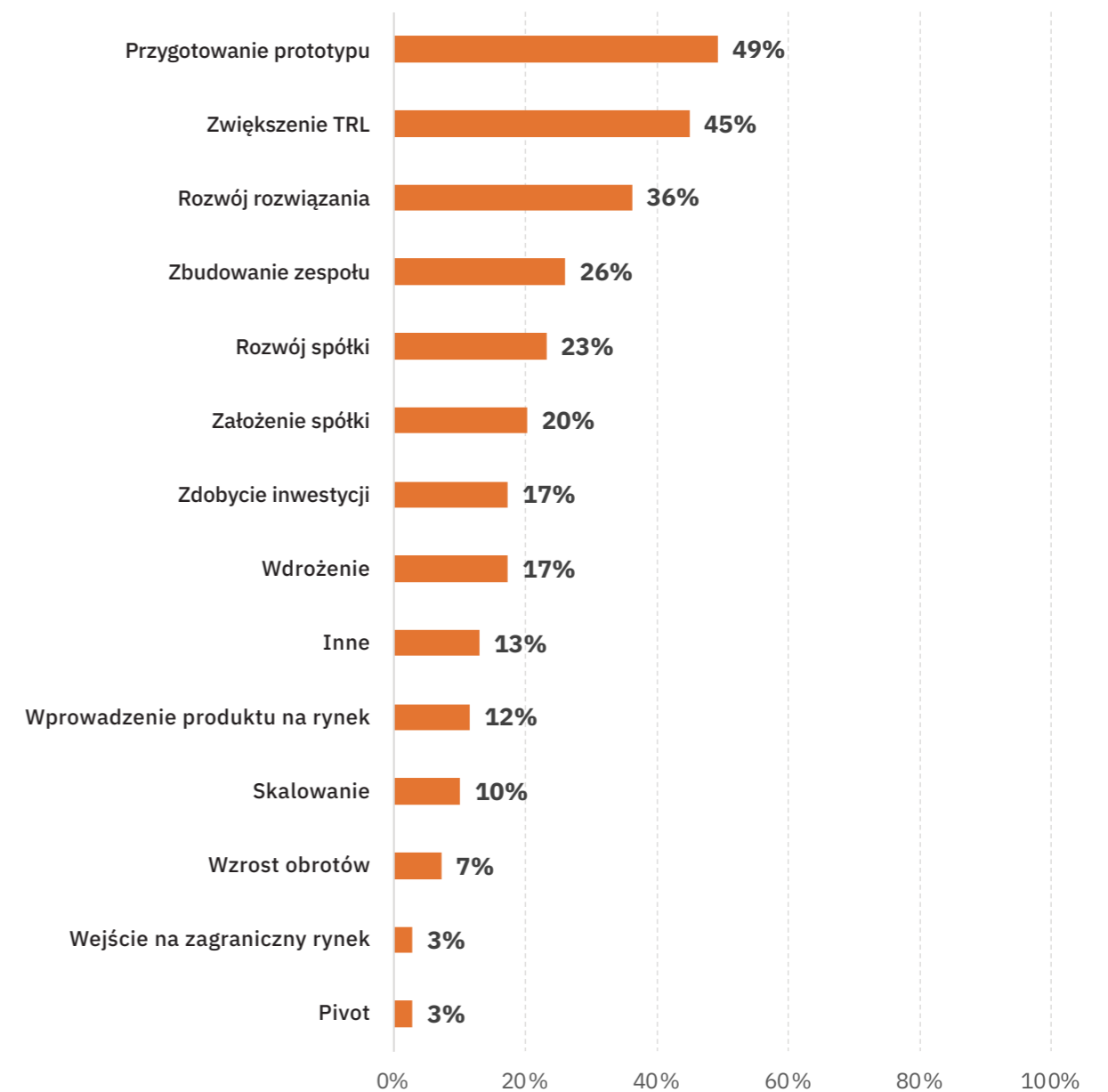
Ze wszystkich elementów wsparcia otrzymanego w ramach akceleracji na plus oceniany jest najczęściej mentoring.

Pozwolił on na usystematyzowanie działalności spółki, walidację pomysłu, „otworzył oczy”.

W elementach wymagających poprawy najczęściej pojawiała się kwestia niedopasowanych obowiązkowych warsztatów, które dla niektórych founderów były stratą czasu ze względu na ich niską jakość. Founderzy do programu akceleracyjnego

wprowadziliby element związany z inwestycjami, rozmowy z inwestorami czy też wsparcie finansowe. Founderzy podkreślali też brak wystarczającego dofinansowywania start-upu, ich pomysły wymagały często dodatkowych kosztów na rozwinięcie pomysłu w celu jego wdrożenia. Bez produktu odpowiednio przygotowanego do potrzeb rynku trudno o pozyskanie rynków zbytu czy dodatkowego doinwestowania ze strony inwestorów.

WYKRES 28. Wpływ programu akceleracyjnego na działalność



Źródło: Opracowanie własne na podstawie badania Akces NCBR.

3.04.

Wybrane programy akceleracyjne w ramach polskiego rynku akceleratorów i ich elementy⁴⁷

W ramach danego akceleratora funkcjonować mogą różne programy akceleracyjne, w których wsparcie będzie przybierało kombinację form wsparcia akceleracyjnego, takiego jak: mentoring, grant, inwestycja czy networking, oraz będzie adresowane do szerszego grona odbiorców lub wybranej branży.

Programy akceleracyjne występujące na polskim rynku skierowane są do różnych grup odbiorców, zarówno polskich, jak i zagranicznych, przedstawicieli różnych branż gotowych do ekspansji swojego biznesu na rynek polski, jak też szerzej, np. na rynki CEE, EMEA, APAC itd.

Poszczególne programy akceleracyjne mogą zostać scharakteryzowane poprzez takie elementy, jak:

- cel i idea powstania,
- czas trwania,
- forma naboru start-upów,
- forma akceleracji,
- rodzaj odbiorcy,
- grupa/branża odbiorcza.

W ostatnich latach zauważalny jest rozwój współpracy pomiędzy poszczególnymi rodzajami akceleratorów, np. publicznych z prywatnymi. Współpraca ta nawiązywana jest m.in. w celu prowadzenia wspólnych programów akceleracyjnych skupionych na rozwoju ekosystemu innowacji w Polsce.

Przykładem może być współpraca w ramach programów PRF czy PARP, gdzie programy akceleracyjne realizowane są przez odpowiednich operatorów – akceleratory prywatne lub korporacyjne⁴⁸.

Procesy akceleracji start-upów prowadzone przez instytucje publiczne oraz prywatne z perspektywy organizacyjnej Startup Academy są inicjatywami, które mają przyspieszać wzrost start-upów i implementację ich rozwiązań u odbiorców technologii (jeżeli tacy są interesariuszami inicjatywy).

W przypadku akceleratorów publicznych największy nacisk kładziony jest na szerokie i głębokie wsparcie na rzecz start-upów.

To one mają być głównymi beneficjentami programu. Jednak w przypadku tych programów, które organizowane są przez podmioty komercyjne, często optyka przesunięta jest w kierunku dużych firm, które przymierzają się do wdrożenia technologii. Program układany jest wtedy tak, aby nie tyle przekazać wiedzę czy zwiększyć ogólne szanse na rozwój start-upu, ale zmaksymalizować szansę na doprowadzenie do skutecznej współpracy między dużą firmą a innowatorem.

Proces przygotowania wsparcia powinien rozpocząć się od precyzyjnego określenia, kto ma być głównym beneficjentem programu. Drugim krokiem jest określenie horyzontu akceleracji, który jest zgodny z wizją i celami głównego beneficjenta.

Programy akceleracyjne opierają się na regulaminie. Różnią się one w kontekście programów publicznych i komercyjnych.

Te pierwsze są zawsze rozbudowane i precyzyjnie określają każdy etap selekcji, zapewniają maksymalną transparentność i bezstronność programu. Te drugie są często prostsze i dopuszczają większą elastyczność, bo nastawione są bardziej na skuteczną komunikację, a nie procedury. W regulaminie uwzględnić trzeba wiele elementów, takich jak czas naboru, kryteria punktowe, proces oceny. Jednak kluczowe wydają się być dwie kwestie: określenie, kto może startować oraz jakie są ścieżki wdrożeniowe dla projektu. Regulamin koniecznie powinien zawierać informacje, które uspokoją start-upy w aspekcie IP. W programach realizowanych przez Startup Academy zawsze uwzględniamy informacje, że organizator nie rości sobie praw do IP uczestników programu.

Formularz rejestracji/zgłoszeniowy powinien znajdować się na stronie, której treści mogą być łatwo zarządzane przez organizatora programu i która ma podłączone niezbędne narzędzia informatyczne mierzące ruch w internecie.

Znacznie trudniej jest prowadzić efektywny nabór, jeżeli organizator (najczęściej instytucja publiczna) prowadzi rekrutację przez swoją stronę, które nie ma nawet Google Analytics albo Hotjar. Dzięki tym narzędziom jesteśmy w stanie oszacować efektywność prowadzonych działań marketingowych i korygować je, aby lepiej docierać do odbiorców.

Zwłaszcza akceleratory funkcjonujące za środki publiczne powinny przyłożyć ogromną uwagę do transparentnego procesu selekcji uczestników. Oceniający, którzy podpisują klauzule bezstronności, jasne kryteria oceny, protokoły z posiedzeń kapituły, odgrywają również ważną rolę w konkursach start-upowych i inicjatywach komercyjnych.

Tam, gdzie jest zwycięzca, są też przegrani i bardzo częstym procesem jest kwestionowanie wyboru uczestników czy laureatów. W przypadku inicjatyw publicznych może to rodzić konsekwencje formalne, w przypadku komercyjnych – wizerunkowe.

Kluczowa faza akceleracji, czyli wsparcie merytoryczne, powinno rozpocząć się po zatwierdzeniu regulaminu lub podpisaniu umowy akceleracyjnej.

Jej kształt podyktowany jest zarówno regulaminem, jak i ofertą akceleratora oraz oczekiwaniami, jakie wobec start-upów ma główny organizator. Oprócz niej w niektórych przypadkach podpisywana jest także umowa wdrożeniowa lub pilotażowa, którą reguluje kolejny etap procesu.

Poniżej przedstawiamy zestawienie wybranych programów akceleracyjnych, których edycje pozostają nadal aktualne lub zakończyły się w niedalekiej przeszłości.

W zestawieniu zostały uwzględnione różne typy akceleratorów według ujęcia ogólnego.

⁴⁷ Materiał powstał w partnerstwie ze Startup Academy.

⁴⁸ <https://www.parp.gov.pl/component/site/site/acceleration-programmes#accelerators> (dostęp: 12.10.2022).

1. Akceleracja publiczna

Jako wzorzec akceleracji publicznej na poziomie krajowym postużyć może oferta Akces NCBR, Polskiego Funduszu Rozwoju czy Mazovian Startup. Natomiast poziom europejski przedstawiony być może według oferty EIC.

Spółka Akces NCBR Sp. z o.o. została zawiązana w grudniu 2021 roku przez Narodowe Centrum Badań i Rozwoju jako narzędzie realizacji zadań ustawowych NCBR w zakresie wspierania i finansowania działań przygotowujących do wdrożenia wyników badań naukowych i prac rozwojowych, wsparcia rozwoju kadry naukowej, pobudzania inwestycji przedsiębiorców w działalność naukową oraz zwiększania udziału polskich podmiotów w realizacji międzynarodowych programów badań naukowych lub prac rozwojowych⁴⁹.

Program akceleracyjny Akces NCBR⁵⁰ składa się z trzech etapów:

- 1. Mentoringu:** wyspecjalizowanych usług doradczych o wartości do 100 tys. zł, których celem jest komercyjny rozwój produktu/usługi, przygotowanie i wdrożenie koncepcji rozwoju i przygotowanie spółki do pozyskania kapitału na dalszy rozwój projektu.
- 2. Grantu:** bezzwrotnego dofinansowania spółki, której projekt został zakwalifikowany do akceleracji w wysokości do 300 tys. zł z przeznaczeniem na rozwój, adekwatnie do ustalonych podczas mentoringu potrzeb projektu.
- 3. Inwestycji kapitałowej:** bezpośredniej inwestycji o wartości do 600 tys. zł w spółkę realizującą projekt.

Program skierowany jest do kadry naukowej i przedsiębiorców, którzy reprezentują spółkę, od momentu założenia której nie minęło 5 lat, lub do osób, które są gotowe taką spółkę założyć.

Do programu należy zgłosić projekt z pomysłem, który przeszedł weryfikację POC (Proof of Concept)/MVP (Minimum Viable Product) lub jest wynikiem prac B+R. Poziom Gotowości Technologicznej projektu musi wynosić minimum 3 TRL.

Nabory w ramach programu odbywają się cyklicznie.

Zadaniem Europejskiej Rady ds. Innowacji (EIC-European Innovation Council) jest realizowanie założeń Europejskiego Zielonego Ładu, kształtowanie gospodarki działającej na rzecz ludzi i Europy dostosowanej do ery cyfrowej. Ponadto EIC ma za zadanie wypełnić luki w finansowaniu innowacyjnych start-upów. W tym celu powołany został fundusz publiczno-prywatny specjalizujący się w pierwszych ofertach publicznych dla MŚP⁵¹.

Program EIC Accelerator⁵² finansowany w ramach programu Horyzont Europa skierowany jest do start-upów oraz małych i średnich przedsiębiorstw ze wszystkich branż o wysokim potencjale do wzrostu, w tym start-upów działających for profit, pochodzących z państw członkowskich UE lub krajów stowarzyszonych z programem Horyzont Europa. Do programu można zgłosić przełomowe rozwiązania (technologię, produkt, usługę) znajdujące się w fazie bezpośrednio poprzedzającej skalowanie, których wdrożenie jest zakładane na rynek europejski i globalny.

⁴⁹ <https://akces-ncbr.pl/> (13.10.2023)

⁵⁰ <https://akces-ncbr.pl/>

⁵¹ <https://www.kpk.gov.pl/horyzont-europa/innowacyjna-europa/eic> (dostęp: 13.10.2023).

⁵² https://eic.ec.europa.eu/eic-funding-opportunities/eic-accelerator_en#what-is-the-eic-accelerator-

AKCES NCBR

Akces NCBR Sp. z o. o. jest akceleratorem, który ma na celu wsparcie komercjalizacji innowacji na rynku. Wsparcie to realizowane jest poprzez działania edukacyjne i pre-akcelerację, akcelerację oraz post-akcelerację.

PRE-AKCELERACJA

AKCELERACJA

POST-AKCELERACJA

PROGRAM AKCELERACYJNY

MENTORING
100k PLN

GRANT
300k PLN

INWESTYCJA KAPITAŁOWA
600k PLN

Mentoring biznesowy o wartości 100 tys. złotych obejmuje przeprowadzenie konsultacji merytorycznych realizowanych przez doświadczonych ekspertów. Ich celem jest bezpośrednie wsparcie startup-ów w osiąganiu celów biznesowych poprzez przygotowanie i realizację „szytej na miarę” strategii biznesowej, dzięki czemu kolejny etap akceleracji, jakim jest wsparcie finansowe w formie **bezzwrotnego grantu**

w wysokości 300 tys. złotych ma charakter wykonawczy. Synergiczne połączenie tych dwóch komponentów w efekcie skutecznie realizuje potrzeby startup-ów w osiąganiu celów wdrożeniowych, pozyskiwaniu inwestycji, jak też wspiera ich umiędzynarodowienie.

Wartością dodaną i unikatową na rynku polskich akceleratorów jest możliwość pozyskania przez beneficjentów dodatkowego finansowania poprzez **inwestycję kapitałową Akces**, która dopełnia wsparcie w obszarach zidentyfikowanych potrzeb startup-ów.

**JEDYNY TAKI AKCELERATOR
W POLSCE!**

DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ >>>



W ramach programu możliwa jest akceleracja „otwarta” bez sprecyzowania branży oraz akceleracja w ramach tzw. akceleratora challenge, ukierunkowana na strategiczne technologie/wyzwania. Akceleracja składa się z dwóch etapów:

- **grantu** – dla projektów na poziomie od TRL 5/6 do TRL 8,
- **inwestycji** – dla projektów powyżej TRL 8.

Dodatkowo przedsiębiorstwa wyłonione do wsparcia w ramach programu otrzymują dostęp do innych usług związanych z akceleracją biznesu w ramach platformy Business Acceleration Services.

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) wchodzi w skład Grupy Polskiego Funduszu Rozwoju (Grupa PFR). Jest to grupa instytucji finansowych i doradczych dla przedsiębiorców, samorządów i osób prywatnych inwestująca w zrównoważony rozwój społeczny i gospodarczy kraju⁵³.

PARP realizuje programy m.in. w celu rozwoju gospodarki na rzecz działalności innowacyjnej i badawczej małych i średnich przedsiębiorstw. Programy te finansowane są ze środków funduszy strukturalnych, budżetu państwa oraz programów wieloletnich Komisji Europejskiej.

Oferta akceleracyjna PARP dla start-upów realizowana jest w ramach programu operacyjny Inteligentny Rozwój, który jest finansowany w oparciu o nową perspektywę finansową UE na lata 2021-2027⁵⁴.

Tworzone są również programy publiczne ukierunkowane na daną branżę czy sektor.

IDA to program PFR mający na celu akcelerację innowacyjnych technologii podwójnego zastosowania. W ramach programu rozwijane

są kompetencje biznesowe, wspierane jest budowanie partnerstwa pomiędzy innowatorami a sektorem obronnym i cywilnym oraz tworzone są mechanizmy zapewniające kapitał dla firm technologicznych, zarówno start-upów, spin-offów, jak i dojrzałych spółek. Program opiera się na trzech filarach: akceleracji technologii (w tym program Ida Bootcamp), inwestycji pośredniej oraz inwestycji bezpośredniej⁵⁵.

Akcelerator **DIANA** ma na celu stworzenie w ramach sojuszu NATO warunków zarówno do rozwoju przełomowych technologii, jak i ich adaptacji do użytku w zakresie obronności i bezpieczeństwa. Program akceleracji i sieć centrów testowych mają na celu połączenie najzdolniejszych innowatorów, np. start-upy, badaczy i firmy technologiczne, z jednostkami sektora obronnego w celu opracowania najbardziej efektywnych rozwiązań technologicznych podwójnego zastosowania. Kluczową rolę w operacjonalizacji pracy DIANA NATO odgrywają akceleratorzy i centra testowe zlokalizowane w wybranych państwach europejskich i w USA, które będą bezpośrednio współpracować ze start-upami⁵⁶.

Program Mazovian Startup IV⁵⁷ skierowany był do innowacyjnych i odpowiedzialnych społecznie start-upów, których zakres działalności wpisuje się w co najmniej jeden obszar inteligentnej specjalizacji województwa mazowieckiego (bezpieczna żywność, wysoka jakość życia, inteligentne systemy w przemyśle i infrastrukturze, nowoczesny ekosystem biznesowy). Jego celem było zweryfikowanie modelu biznesowego oraz rozwoju i skalowanie działalności start-upu. Program miał również wpierać w nawiązywaniu współpracy z partnerami biznesowymi. Organizatorem programu było województwo mazowieckie, a realizatorem – Youth Business Poland.

2. Akceleracja prywatna

Prywatne programy akceleracyjne funkcjonujące na rynku cechują się dużą różnorodnością tematyczną oraz ukierunkowaniem branżowym, jak np. akceleracja prowadzona przez Accelpoint.

Akcelerator Accelpoint, działający na rynku od 2018 roku, ma na celu globalną akcelerację biznesów zorientowanych na branżach, takich jak: Fintech, Insurtech/Medtech, IT/ICT and Cleantech.

Organizowany przez akcelerator Accelpoint. **Program Future Finance Poland – ASEAN Horizons**⁵⁸ ma na celu wyłonienie 5 wiodących polskich start-upów stawiających czoła wyzwaniom sektora finansowego i ich wspieranie w nawiązywaniu relacji biznesowych oraz ekspansji do Singapuru i krajów ASEAN. Innym przykładem jest **European FinTech Hackcelerator 2023**⁵⁹, który ma na celu wyłonienie do 10 wiodących europejskich start-upów zajmujących się sztuczną inteligencją i ich wsparcie w nawiązywaniu relacji biznesowych oraz ekspansji do Singapuru. Natomiast program **Poland ClimAccelerator**⁶⁰ zapewnia start-upom dostęp do innowacji, katalizowania i skalowania potencjału ich rozwiązań klimatycznych. Jest skierowany do obszarów branży technologicznej, takich jak: AgTech, CleanTech/Environment, ConstructionTech, Electricity, EnergyTech, Fashion, FinTech, Gas Water & Multi-utilities, General Industrials, Impact, IoT, Logistics, Manufacturing, Material Science, Mobility, Real Estate/PropTech,

Renewable Energy, Robotics, Retail, Smart Cities, Space, TransportationTech.

Innym przykładem może być akcelerator **co.brick**, który od 2021 roku pomaga założycielom i inżynierom przekształcić ich pomysły niezależnie od ich poziomu zaawansowania⁶¹. Program **co.brick venture building** oferuje pomoc kreatywnym i nastawionym na biznes founderom, których start-upy mogą ubiegać się o wsparcie mentoringowe oraz grant.

Akceleracja może być również prowadzona przez organizacje pożytku publicznego, takie jak fundacja Polska Przedsiębiorcza czy Youth Business Poland. Fundacje te są też operatorami wsparcia finansowanego ze środków publicznych, np. samorządy.

Fundacja Polska Przedsiębiorcza wspiera start-upy w ich rozwoju, skalowaniu, budowaniu innowacji i wdrażaniu ich na rynki. Pomaga w nawiązywaniu relacji z korporacjami, funduszami inwestycyjnymi czy też partnerami biznesowymi⁶².

Youth Business Poland (YBP) jest programem prowadzonym od 2008 roku przez fundację Inkubator Technologiczny wspierającą przedsiębiorców w zakładaniu i rozwoju ich firm. Program ten należy do sieci programów ufundowanych przez Jego Wysokość Karola księcia Walii. W ramach YBP nawiązywane są współprace z instytucjami publicznymi mające na celu realizację programów akceleracyjnych (np. wspomniany wcześniej Mazovian Startup IV)⁶³.

53 <https://pfr.pl/kim-jestesmy.html> (dostęp: 12.10.2023).

54 <https://www.parp.gov.pl/component/programs/program/poir#na-start>; <https://www.parp.gov.pl/component/site/site/nowa-perspektywa-finansowa-2021-2027#fers> (dostęp: 13.10.2023).

55 <https://pfrsa.pl/ida.html?zakladki=ida-bootcamp-rozwoj-i-sieciowanie> (dostęp: 13.10.2023).

56 <https://pfrsa.pl/technologiedlaobronnosci.html#ogolne-informacje-o-diana-i-akceleratorach> (dostęp: 13.10.2023).

57 <https://mazovianstartup.ybp.org.pl/index.php> (dostęp: 13.10.2023).

58 <https://accelpoint.com/future-finance-poland-asean-horizons/> (dostęp: 12.10.2023).

59 <https://accelpoint.com/european-fintech-hackcelerator/> (dostęp: 12.10.2023).

60 <https://accelpoint.com/poland-climaccelerator/> (dostęp: 12.10.2023).

61 <https://cobrick.com/venture-building> (dostęp: 12.10.2023); <https://www.slaskibiznes.pl/wiadomosci,glowice-co-brick-venture-building-szuka-pomyslow-na-innowacyjny-biznes,wia5-3-5570.html> (dostęp: 12.10.2023).

62 <https://polskaprzedsiebiorcza.pl/> (dostęp: 13.10.2023).

63 <https://ybp.org.pl/fundacja-ybp/> (dostęp: 13.10.2023); <https://mazovianstartup.ybp.org.pl/index.php> (dostęp: 13.10.2023).

”

Istotnym wyzwaniem, przed którym staną polskie akceleratory, będzie odejście od modelu finansowania publicznego na rzecz komercyjnego działania.

MARIA TYKA-MAJEWSKA

KOMENTARZ EKSPERTA

Akceleracja komercyjna sposobem na szybkie wdrożenie

MARIA TYKA-MAJEWSKA

HUGE THING

Od początku działalności Huge Thing skupia się na wspieraniu skalowania rozwiązań technologicznych, które mogą być stosowane zarówno przez klientów indywidualnych, jak i przez korporacje.

Na przestrzeni lat naszymi partnerami były duże przedsiębiorstwa z sektora bankowości, ubezpieczeń, energetyki, usług chmurowych czy retailu.

Staramy się, aby start-upy miały okazję testować swoje technologie w korporacjach oraz ściśle współpracować z product ownerami konkretnych obszarów w dużych firmach. Tylko wtedy przedsiębiorcy są w stanie dobrze poznać wyzwania korporacji i właściwie je zaadresować.

Nasza akceleracja realizowana jest poprzez różnorodne programy, które odpowiadają na potrzeby start-upów będących w różnych stadiach rozwoju. Właśnie dlatego w zależności od programu skupiamy się na konkretnych aspektach, które będą rozwijane. Zawsze staramy się dopasować zakres warsztatów do grupy docelowej, a w naszej ofercie są programy skierowane do przedsiębiorstw na etapie seed, start-upów zagranicznych, a także preakceleracje z dużym komponentem edukacyjnym w obszarze współpracy zarówno z korporacją, jak i inwestorami.

Dla przykładu nasz najnowszy program – Female Founders Fundraising Academy – przygotowuje founderki do skutecznego pozyskiwania finansowania od międzynarodowych inwestorów. Przy akceleracji start-upów współpracujemy ze specjalistami, ekspertami w swoich branżach, przedsiębiorcami oraz doświadczonymi inwestorami. Ta grupa ludzi to unikalna wartość organizowanych przez Huge Thing programów.

Aktualnie na rynku akceleracji obserwujemy zwiększone zainteresowanie korporacji start-upami, ale z pewnością wyzwaniem jest zachęcenie kolejnych dużych graczy do współpracy i otwarcia się na współpracę z nimi.

Innym istotnym wyzwaniem, przed którym staną polskie akceleratory, będzie na pewno odejście od modelu finansowania publicznego na rzecz komercyjnego działania, dlatego już dzisiaj warto pracować nad wartością i jakością działań dla start-upów.

3. Akceleracja korporacyjna

Rozwiązania korporacyjne mają na celu akcelerację start-upów przy okazji poszukiwania rozwiązań dla rozwoju swoich obszarów działalności. Przykładem mogą być programy Grupy Żabka czy Orlen.

W ramach programu akceleracyjnego **Żabka Future Lab**⁶⁴ Grupa Żabka poszukuje spółek, które zaproponują innowacyjne rozwiązania dla ekosystemu convenience. Start-upy w ramach akceleracji skorzystać mogą z infrastruktury (m.in. centrów logistycznych, laboratorium) Grupy w celu testowania swoich projektów, mają dostęp do wsparcia mentorów i sieci kontaktów w celu zdobycia wiedzy przydatnej przy rozwijaniu biznesu. Ponadto zyskują możliwość otrzymania inwestycji kapitałowej.

ORLEN Skylight accelerator⁶⁵, uruchomiony w 2021 roku, jest akceleratorem nastawionym na znalezienie start-upów, których rozwiązania odpowiadają na aktualne potrzeby biznesowe i technologiczne Orlen. Partycypacja w programie umożliwia start-upom możliwość przetestowania i skalowania zaproponowanego projektu w infrastrukturze Orlen. W perspektywie jest również możliwość współpracy komercyjnej, finansowanie rozwoju zaproponowanej technologii, oferowana jest też wymiana wiedzy i dostęp do ekspertów.

RBL_start⁶⁶ jest programem akceleracyjnym wspieranym przez Alior Bank i Grupę PZU. Jego celem jest wyselekcjonowanie, akceleracja i wdrożenie pomysłów w środowisku biznesowym. Akceleracja opiera się na zapewnieniu wysokiej jakości warsztatów i wsparcia mentorskiego, a wybrane projekty mają szansę na uzyskanie PoC lub wdrożenie.

Program akceleracyjny **PZU MIT Enterprise Forum CEE**⁶⁷ realizowany w partnerstwie z Fundacją Przedsiębiorczości Technologicznej w ramach globalnej sieci MIT Enterprise Forum powstałej przy Massachusetts Institute of Technology w Bostonie jest połączeniem wsparcia mentorskiego i eksperckiego przy wykorzystaniu doświadczenia, zasobów i infrastruktury.

Orange Fab⁶⁸ jest międzynarodową siecią akceleratorów Orange, w której oferowane są programy akceleracyjne. Na polskim rynku inicjatywa ta obecna jest od 2015 roku. W ramach akceleracji start-upy mogą uzyskać dostęp do globalnego wymiaru marki Orange, szerokiego grona klientów, wiedzy ekspertów, kanałów promocji i sieci dystrybucji.

Na rynku polskim w ostatnich latach dostępne były programy akceleracyjne adresowane do odbiorców zagranicznych, które mają na celu zachęcenie start-upów do prowadzenia biznesu w Polsce, m.in. dzięki wsparciu w rozpoczęciu i rozwoju działalności oraz włączeniu w polski ekosystem start-upowy realizowane były w ramach grupy programów Poland Prize. Ta oferta akceleracyjna dostępna była dla start-upów poprzez wybranych operatorów – akceleratory odpowiednie dla poszczególnych branż, np. Kielecki Park Technologiczny, Huge Tech, Concordia Design, Concordia Design, MIT EF CEE, Space3ac, Huge Thing, Lodz Special Economic Zone, Krakowski Park Technologiczny.

Pracownik przychodzi do firmy, a odchodzi od szefa

JAK JEST W TWOJEJ FIRMIE?

 antal | THE VALUE OF SPECIALIZED TALENTS

Przywództwo to wyzwanie numer 1 działów HR, w Polsce i na świecie.

Zbadaj i rozwiń kompetencje menedżerów w Twojej organizacji, zbuduj efektywny zespół, który wspólnie osiąga zamierzone cele. **Skontaktuj się z nami, by otrzymać pełną ofertę usług Antal HR Consulting.**

64 <https://zabkafuturelab.com/pl/> (dostęp: 16.10.2023).

65 <https://www.ornlen.pl/pl/o-firmie/innowacje/akcelerator> (dostęp: 13.10.2023).

66 <https://accelerator.aliorbank.pl/pl/index.html> (dostęp: 13.10.2023).

67 <https://www.pzu.pl/innowacje/programy#rbl> (dostęp: 16.10.2023).

68 <https://www.orangefab.pl/> (dostęp: 13.10.2023); <https://www.orangefab.pl/korzysci/> (dostęp: 13.10.2023).

”

Jesteśmy postrzegani jako unikalny butik mentoringowy, który pomaga rozwijać kompetencje dziesiątki elitarnych start-upów na wczesnym etapie rozwoju.

JAROSŁAW SROKA

KOMENTARZ EKSPERTA

InCredibles – czy akceleracja butikowa ma w Polsce sens

JAROSŁAW SROKA

CZŁONEK ZARZĄDU KI NEXT, KOORDYNATOR INCREDIBLES

Program InCredibles Sebastiana Kulczyka dedykujemy młodym, polskim, odpowiedzialnym społecznie przedsiębiorcom technologicznym, którym nie jest wszystko jedno, z kim, jak i dlaczego robią biznes.

Od siedmiu już lat oferujemy bezpłatne, szyte na miarę, indywidualne, kilkumiesięczne plany wszechstronnego wsparcia. Łączymy nasze start-upy nie tylko z najlepszymi praktykami biznesu, mentorami, ale także potencjalnymi inwestorami, kontrahentami oraz klientami.

Jesteśmy postrzegani jako unikalny butik mentoringowy, który każdego roku pomaga rozwijać kompetencje elitarniej dziesiątki start-upów na wczesnym etapie rozwoju.

Wypracowaliśmy także autorski model współpracy z wieloma międzynarodowymi partnerami instytucjonalnymi oraz korporacjami, którzy dzielą się z naszymi spółkami swoim zapleczem intelektualnym oraz technologicznym.

Pomagamy w budowaniu konkurencyjnych, skalowalnych firm. Dzielimy się najlepszymi praktykami na temat nowoczesnego zarządzania, tworzenia zespołów, przyciągania talentów, wykorzystania technologii do budowania przewagi konkurencyjnej, sprzedaży i marketingu, komunikacji czy testowania modeli biznesowych.

Wychodzimy z założenia, że każdy z naszych podopiecznych nosi symboliczną buławę Elona Muska w plecaku, jest ekspertem w swojej dziedzinie, ale dla osiągnięcia sukcesu kluczowe jest systematyczne rozwijanie wszystkich kompetencji związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej. InCredibles to także społeczność, w której dzisiejsi podopieczni stają się z czasem mentorami i przewodnikami dla innych, młodszych stażem. To także dynamicznie rozwijana platforma networkingowa oraz edukacyjna budowana m.in. wokół tworzonych przez nas jedynych w swoim rodzaju studiów hybrydowych MBA for Start-ups w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie. To także naukowe raporty na temat kompetencji młodych przedsiębiorców, publiczne debaty, promocja nowoczesnej przedsiębiorczości w autorskim programie Firmament w Radiu 357.

Naszym największym wyzwaniem jest wyznaczanie – z każdą kolejną edycją programu – coraz wyższych standardów w obszarze budowy kompetencji młodych, odpowiedzialnych społecznie przedsiębiorców.

TABELA 3. Porównanie elementów akceleracji w wybranych programach

Nazwa programu akceleracyjnego	Elementy akceleracji			Wsparcie networkingowe	Dostęp do zasobów	Czas trwania
	Mentoring	Grant	Inwestycja			
Program akceleracyjny Akces NCBR	Tak	Tak (do 300 tys. zł)	Tak (do 600 tys. zł)	Tak	Nie	ok. 12 miesięcy
Program EIC Accelerator	Tak	Tak (do 2,5 mln euro – 70% kosztów kwalifikowanych)	Tak (od 0,5 do 15 mln euro)	Tak	Nie	12-24 miesiące
Mazovian Startup	Tak	Tak (do 50 tys. zł)	wsparcie w pozyskaniu inwestora	Tak	Nie	Kilka miesięcy
IDA Bootcamp	Tak	Nie	wsparcie w pozyskaniu inwestora	Tak	Nie	Brak danych
DIANA	Tak	Tak (bezwrotny grant w wysokości 100 tys. euro, grant dodatkowy dla wybranych rozwiązań w II fazie 300 tys. euro)	wsparcie w pozyskaniu inwestora	Tak	Tak	Brak danych
Future Finance Poland – ASEAN Horizons	Nie	Tak (refundacja do 10 tys. zł)	Nie	Tak	Nie	Kilka miesięcy
European FinTech Hackcelerator 2023	Nie	Tak (dla wybranych stypendium 20 tys. dol.)	dostęp do SG Investment Clinic	Tak	Nie	Kilka miesięcy
Poland Clim-Accelerator	Tak	Nie	wsparcie w pozyskaniu inwestora	Tak	Nie	Kilka miesięcy
co.brick venture building	Tak	Tak (do 200 tys. zł)	wsparcie w pozyskaniu inwestora	Tak	Tak	12 miesięcy
Żabka Future Lab	Tak	Nie	możliwość inwestycji kapitałowej	Tak	Tak	kilka miesięcy
ORLEN Skylight accelerator	Tak	Tak dofinansowanie pilotaży	możliwość współpracy komercyjnej	Tak	Tak	od kilku miesięcy
RBL_start	Tak	Nie	możliwość pozyskania z ramienia zespołu inwestycyjnego RBL_VC	Tak	Tak	Brak danych
PZU MIT Enterprise Forum CEE	Tak	Tak (do 200 tys. zł)	wsparcie w pozyskaniu inwestora	Tak	Tak	Brak danych
Orange Fab	Tak	Brak danych	możliwość finansowania w ramach Orange Ventures	Tak	Tak	Brak danych

Źródło: opracowanie własne.

4. Akceleracja zagraniczna

Przykładem oferty zagranicznej akceleracji mogą być firmy, takie jak Plug and Play i Hello Tomorrow, które od kilkunastu lat rozwijają swoją ofertę, będąc aktualnie jednymi z najbardziej rozpoznawalnych przedstawicieli akceleracji w Europie i na świecie.

Plug and Play jest platformą, która powstała w Stanach Zjednoczonych, w Dolinie Krzemowej. Obecnie funkcjonuje ponad 50 biur na świecie, a jej działalność opiera się na trzech filarach. Pierwszy to fundusz venture capital, drugi to platforma otwartych innowacji – współpraca z korporacjami, trzeci to programy akceleracyjne współtworzone z partnerami korporacyjnymi. Programy akceleracyjne odpowiadają na potrzeby zgłaszane przez współpracujące z nim korporacje.

Plug and Play w swoich programach łączy środowisko akademickie z korporacjami, wspiera tworzenie nowych innowacyjnych pomysłów biznesowych przez przedstawicieli wnoszących do tego ekosystemu różną ekspertyzę.

Prowadzone są programy wertykalne przeznaczone dla 20 branż. Akcelerowane start-upy pozyskują od Plug and Play inwestycję w wysokości od 25 tys. dol. do nawet 500 tys. dol.

Aplikacje przyjmowane są w sposób ciągły.

W portfolio Plug and Play znajduje się ponad 30 jednorożców. Wśród nich znajdują się takie firmy, jak: PayPal, Dropbox czy N26.

Hello Tomorrow od 2011 roku pomaga start-upom i korporacjom w budowaniu nowych DeepTech-owych rozwiązań.

Wsparcie dla start-upów opiera się przede wszystkim na okazjonalnych i dedykowanych programach akceleracyjnych i wydarzeniach branżowych.

Ostatni program branżowy INDUSTRIAL BIOTECH oferował start-upom wsparcie w zakresie pozyskiwania funduszy, potencjalne partnerstwa z korporacjami, wsparcie strategiczne dotyczące modelu biznesowego i finansowego, strategii rynkowej i budowania marki, opiekę mentorską i doradztwo technologiczne czy też wsparcie w kwestiach własności intelektualnej⁶⁹.

69 <https://hello-tomorrow.org/about-us/> oraz <https://hello-tomorrow.org/startup-program/>

3.05.

Przyszłość akceleracji start-upów w Polsce

Akceleratorzy, jak wskazują eksperci, są przyszłością wsparcia dla start-upów. Dają one młodym firmom możliwość realizacji i komercjalizacji swoich pomysłów.

Jednym z istotnych trendów jest coraz większa rola akceleratorów w zapewnianiu wczesnego wsparcia finansowego dla start-upów. Poza tym eksperci przewidują, że programy akceleracyjne będą bardziej różnorodne i wyspecjalizowane niż dotychczas – zamiast oferować ogólne wsparcie, będą skupione na specyficznych branżach i sektorach.

Rola akceleratorów na rynku innowacji jest nieoceniona. Pozwalają one młodym firmom na realizację i komercjalizację swoich pomysłów.

Niemniej jednak start-upy będą potrzebować ciągłego wsparcia w późniejszych fazach rozwoju. W tym kontekście istotnym elementem akceleracji jest pomoc w nawiązywaniu kontaktów z biznesem oraz firmami, które mogą wspomóc w dalszym rozwoju projektów.

Renomowane programy akceleracyjne przyczynią się również do zwiększenia wiarygodności i prestiżu projektów w oczach potencjalnych inwestorów i partnerów biznesowych.

“

Akceleratorzy są przyszłością wsparcia dla start-upów, dają możliwość realizacji, komercjalizacji pomysłów. Należy pamiętać, że młode firmy będą potrzebować dalszego wsparcia w kolejnych etapach rozwijania swoich pomysłów.

Ważnym elementem akceleratorów powinna być pomoc w nawiązywaniu kontaktów z biznesem, firmami, które mogłyby pomóc w dalszym rozwoju danego przedsięwzięcia, pomysłu.

ANDRZEJ BORUSIEWICZ

MENTOR AKCES NCBR,
PROREKTOR DS. NAUKI
I ROZWOJU, MIĘDZYKRAJOWA
AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH
W ŁOMŻY

“

Przewidujemy, że rynek akceleracji w Polsce będzie nadal rosnąć. Najważniejsze, aby zwiększyć dostępność kapitału na kolejne etapy rozwoju start-upów i do budowania silniejszych połączeń między polskimi akceleratorami a globalnymi graczami.

W najbliższych latach to rozwiązania deep-tech będą miały największe wzięcie, rynek wysyci się platformami i prostymi rozwiązaniami saas, a zapotrzebowanie zgłosi na technologie przełomowe typu enabling technologies.

PAULINA BRYM-CIUBA

MENTORKA AKCES NCBR,
CEO FUNDACJI STARTUP HUB
POLAND

W opinii badanych akceleratorów największym wyzwaniem akceleracji na najbliższe 5 lat będzie:

- kontynuacja programów (m.in. zabezpieczenie odpowiednich środków finansowych i pozyskiwanie start-upów o wysokim potencjale, przede wszystkim komercjalizacja projektów wytworzonych w pracach naukowych czy B+R),
- tworzenie projektów w perspektywie długoterminowej,
- edukacja sektora publicznego,
- efektywne wykorzystanie środków dostępnych na rynku.

Wyzwaniem będzie również zapewnienie kapitału dla start-upów po ukończeniu akceleracji.

Odpowiedzią na luki kapitałowe może być finansowanie społecznościowe planowane do realizacji poprzez platformę GPW Private Market.



”
Jeśli chcesz stworzyć ekosystem, społeczność, musisz zbudować globalną wizję. Tak, aby wiele osób uznało, że jest częścią czegoś większego.

ARNAUD DE LA TOUR

KOMENTARZ EKSPERTA

Społeczność jako baza akceleracji przyszłości

ARNAUD DE LA TOUR

HELLO TOMORROW

Ponad 10 lat temu istniał dobrze prosperujący ekosystem innowacji dla tradycyjnych technologii, takich jak oprogramowanie, platformy, e-commerce.

Nie było ekosystemu deep tech dla innowacji, które wywodzą się z obszaru B+R. Zauważyliśmy, że start-upy deep tech mają inne potrzeby niż te tradycyjne i dlatego potrzebują własnego ekosystemu, aby prosperować i się rozwijać.

W Hello Tomorrow zaczęliśmy od opowiedzenia historii o koncepcjach stojących za deep tech.

Nie jest to oczywiste, ale jeśli chcesz stworzyć ekosystem, społeczność, musisz zbudować globalną wizję. Tak, aby wiele osób uznało, że jest częścią czegoś większego.

Pierwszym krokiem podjętym przez Hello Tomorrow w tworzeniu ekosystemu było zidentyfikowanie kluczowych interesariuszy. Mamy bardzo różne typy interesariuszy, z których każdy ma określone zasoby i aktywa. Uniwersytety, które produkują technologie, wytwarzają własność intelektualną i talenty, fundusze VC, duże firmy, które mają silny potencjał przemysłowy, a także komercyjne sieci dystrybucji czy start-upy, które szybko mogą znaleźć pomysł na produkt dopasowany do rynku. Nawiązaliśmy z nimi kontakt. Drugim krokiem było ich połączenie. Zrobiliśmy to za pomocą wydarzeń networkingowych ekosystemu innowacji.

Dlatego też główną misją programów akceleracyjnych powinno być łączenie start-upów i otwieranie drzwi. Bycie bardzo silnym węzłem w globalnym ekosystemie innowacji.

Akceleratorzy wnoszą wiedzę poprzez coaching, mentoring czy kursy, ale także dostarczają kontaktów. Wartość tkwi właśnie w możliwości networku, gdyż wiedzę można znaleźć chociażby w internecie. Rzeczywistą wartością programów akceleracyjnych jest zbudowanie sieci kontaktów w ekosystemie innowacji.

Start-upy, które chcą być innowacyjne, powinny od pierwszego dnia tworzyć markę globalną, gdyż później będzie już za późno lub będzie to bardzo trudne. Pamiętam, jak byłem na konferencji w Polsce i rozmawiałem ze start-upem, który powiedział, że Hello Tomorrow Summit otworzyło im oczy, ponieważ myśleli, że są „królami w swoim małym królestwie”, ale potem zdali sobie sprawę z tego, że są inne start-upy, które robią takie rzeczy jak oni. Ważne jest, aby wyjść do świata, poznać podobne start-upy, które robią to samo, ale czasami w inny sposób, szybciej, z większymi zasobami.

Szersza wizja rynku pomaga zmienić sposób myślenia foundera z „dobrze sobie radzę we własnym kraju, więc tu zostanę, ponieważ jest mi wygodnie” na „jestem małą rybką w znacznie większym oceanie i tak powinienem patrzeć na moje otoczenie od teraz, ponieważ tylko w ten sposób odniosę sukces”. W niektórych krajach, takich jak Izrael czy Singapur, rynek jest tak mały, że start-upy muszą wejść na rynek globalny od pierwszego dnia. Co wpływa na to, że są bardziej konkurencyjni, nie tylko w swoim kraju, ale i na świecie.

Budowanie sieci kontaktów poprzez wyjazdy na międzynarodowe eventy, do innych krajów, innych ośrodków innowacji są naprawdę ważne, aby zdać sobie sprawę z tego, jaki jest rynek, i dokonać zmian w sposobie myślenia o swoim innowacyjnym pomysle.

CZĘŚĆ 4

Podsumowanie

CZĘŚĆ 4

Podsumowanie

Start-upy to organizacje dynamiczne, szukające innowacyjnych rozwiązań, nie tylko pod kątem prowadzenia biznesu, ale też wykorzystywanej technologii czy produktu końcowego, który będzie odpowiadał na aktualne potrzeby rynku.

Pomimo tego, że przedsiębiorstwa te różnią się między sobą pod kątem biznesowym (np. rodzajem modelu biznesowego, branży, wykorzystywanej technologii), operacyjnym (np. okresem funkcjonowania na rynku, statusem prawnym, finansowaniem) czy organizacyjnym (np. składem zespołów, lokalizacją), to ich rozwój nie zależy tylko i wyłącznie od motywacji założycieli do prowadzenia biznesu.

Founderzy mają świadomość tego, że ich rozwiązania są elementem szerszego ekosystemu, na który składa się wielu interesariuszy.

Jak podkreślają eksperci, którzy wzięli udział w badaniu prowadzonym przez Akces NCBR, poszczególne elementy tego ekosystemu powinny się wzajemnie uzupełniać, być komplementarne, tak aby rozwój wynikał również z synergii pomiędzy tymi elementami.

Ekosystem powinien opierać się na transferze wiedzy, technologii, know-how czy kapitału, od wczesnych etapów załączkowych pomysłów w szczególności wytwarzanych w środowisku nauki, przez poszczególne fazy ich wzrostu.

Dlatego też rozwój wynikać może zarówno z czynników zewnętrznych, jak i wewnętrznych.

Do grupy czynników zewnętrznych zalicza się przede wszystkim kwestie związane z finansowaniem (poprzez granty, pozyskiwanie dofinansowania ze środków publicznych czy inwestycje prywatne) i edukacją czy wsparciem merytorycznym dla start-upów.

W grupie czynników wewnętrznych zalicza się przede wszystkim kapitał ludzki, począwszy od założycieli, przez poszczególnych członków zespołu. Istotną rolę odgrywa odnalezienie się founderów w roli przedsiębiorcy – nie tylko skupionego na produkcie, ale też przedsiębiorcy-lidera, który będzie gotowy biznesowo. Po pierwsze, na wprowadzenie produktu na konkurencyjny rynek (nie tylko polski, ale i zagraniczny). Po drugie, będzie w stanie zarządzać swoim zespołem. Elementem zbieżnym dla obu tych czynników jest „czas”, gdyż często to odpowiedni timing wprowadzenia pomysłu na rynek będzie miał kluczowe znaczenie przy jego rozwijaniu.

Z uwagi na te uwarunkowania w przeprowadzonym badaniu wyróżniono trzy obszary, wokół których skupione powinno być wsparcie dla start-upów. Po pierwsze, obszar wsparcia finansowego, na który składają się: inwestycje, działalność operacyjna, finansowanie prac B+R, wdrożenia. Po drugie, obszar edukacji biznesowej, tj. warsztaty i szkolenia, mentoring biznesowy, networking, team building. Po trzecie, obszar wyjścia na rynki zagraniczne i konkurencyjności.

Te trzy obszary pełnią funkcję pewnego rodzaju drogowskazu dla instytucji wspierających start-upy, tak w perspektywie finansowej, jak i merytorycznej.

Instytucje wspierające, zarówno z obszaru akademickiego (uczelnie, CTT, spółki celowe), przez parki technologiczne, inkubatory, akceleratorzy, venture builderów, aż po korporacje, aniołów biznesu czy fundusze VC, z uwagi na różnorodność oferty mogą ten ekosystem komplementarnie uzupełnić, a dodatkowo wspólnie stymulować rynek w taki sposób, aby odpowiadał on na potrzeby w sposób jak najbardziej aktualny.

Akceleracja w ekosystemie wsparcia odgrywa istotną rolę, będąc na styku z jednej strony wczesnej fazy pomysłu, zazwyczaj efektu prac B+R, a z drugiej strony produktu wdrażanego pozyskującego kolejne rundy finansowania.

Ten szeroki obszar wymaga adekwatnego dostosowania oferty, która przygotowuje founderów merytorycznie i finansowo, aby rozwinąć start-up pod kątem biznesowym i technologicznym. Odpowiednia akceleracja pozwoli founderowi na wykształcenie kompetencji przedsiębiorcy-biznesmana, który jest gotowy na to, aby przygotować produkt konkurencyjny międzynarodowo, innowacyjny, a na dodatek atrakcyjny nie tylko dla klientów, ale i inwestorów.

Programy akceleracyjne oprócz bezpośredniego wsparcia finansowego, np. w postaci grantu, również pośrednio – poprzez inne instrumenty, znacząco wpływają na finanse start-upów. Do instrumentów tych zaliczyć można mentoring biznesowy czy networking. Dostarczenie wiedzy od ekspertów, praktyków biznesu, doświadczonych przedsiębiorców nie tylko przynosi korzyści w postaci wymiany

dobrych praktyk i know-how prowadzenia biznesu, ale też „otwiera zamknięte drzwi” czy „przeciera niedostępne ścieżki poprzez wspieranie budowania sieci kontaktów w danej branży czy środowisku inwestorów, nie tylko w Polsce, ale też za granicą.

W dalszej perspektywie przekłada się to pośrednio na pozyskiwanie dofinansowania i kolejnych rund inwestycyjnych (anielskich, jak i z funduszy VC lub wdrożeń korporacyjnych). Poznanie zasad funkcjonowania danego rynku, branży, ale też identyfikacja kluczowych interesariuszy pomaga skuteczniej przygotować się founderom do wdrożenia ich rozwiązań.

Uwzględniając wyniki przeprowadzonego badania i wspomniany powyżej drogowskaz, wsparcie w obszarze akceleracji powinno charakteryzować się kompleksową ofertą, która wspierać będzie projekty na różnych fazach rozwoju. Odpowiedzią na to są inicjatywy podejmowane przez Akces NCBR, które obejmują trzy etapy. Etap pre-akceleracji związany z venture buildingiem i edukacją kierowaną do zespołów badawczych/projektowych we wczesnych fazach rozwoju pomysłu ma na celu budowanie spółek kapitałowych, w szczególności wywodzących się z krajowych instytucji naukowych. Następnie etap akceleracji i programy akceleracyjne oparte na mentoringu biznesowym rozumianym jako zbudowanie strategii komercjalizacji przy wsparciu ekspertów z ekosystemu innowacji, oraz granty, którego celem jest budowa i realizacja przedmiotowej strategii. Kolejnym etapem jest post-akceleracja, która wspiera finalizację akceleracji w trzech obszarach: inwestycji, wdrożenia i umiędzynarodowienia.

Podsumowując, kluczowe znaczenie ma dalsze i kompleksowe wsparcie start-upów i rozwijanie ekosystemu start-upów w Polsce. Finansowanie, mentoring, uproszczenie procedur oraz promocja innowacyjnych rozwiązań są niezbędnymi czynnikami przyczyniającymi się do sukcesu. Polska ma potencjał, ale wymaga dalszych działań, aby wspierać wzrost i innowacyjność polskich przedsiębiorstw.



BADANIE ANTAL I AKCES NCBR

Metodologia

Metodologia

Badanie zostało zrealizowane za pomocą badania ankietowego start-upów i akceleratorów, analizy jakościowej ustandaryzowanych wywiadów z założycielami start-upów, mentorami i ekspertami ekosystemowymi oraz desk researchu.

Poznaj raporty Antal



Business Environment Assessment Study

OCENA POTENCJAŁU INWESTYCYJNEGO POLSKICH MIAST

Cykl raportów dedykowanych głównym ośrodkom miejskim w Polsce ma na celu opis rzeczywistości biznesowej, w jakiej funkcjonują firmy. Materiał pozwala spojrzeć na polski rynek z perspektywy biznesu i wskazać główne trendy w rozwoju ekonomicznym przedsiębiorstw.



Raport płacowy ANTAL

WYNAGRODZENIA OFEROWANE SPECJALISTOM I MENEDŻEROM

Raport przygotowywany co roku, zawiera informacje dotyczące poziomu wynagrodzeń specjalistów i menedżerów na polskim rynku.



„Aktywność specjalistów i menedżerów na rynku pracy”

Cykliczny raport „Aktywność specjalistów i menedżerów na rynku pracy” ukazuje aktualne trendy na rynku pracy takie jak: postawy pod kątem poszukiwania pracy, liczbę ofert jaką otrzymują kandydaci, motywację i warunki do zmiany zatrudnienia czy gotowość do relokacji. W tegorocznej edycji badania respondentów zapytano również o najczęstsze błędy pojawiające się podczas procesów rekrutacji, w których biorą udział.



Elastyczność specjalistów i menedżerów w dobie zmiany

Analizując dynamicznie zmieniający się rynek pracy przygotowaliśmy specjalny raport Elastyczność specjalistów i menedżerów w dobie zmiany. Raport ma na celu przedstawienie informacji w zakresie różnych form elastyczności pracy, ponieważ obecna sytuacja wymaga zarówno od organizacji, jak i pracowników umiejętności szybkiego dostosowania się do nieuniknionych zmian.

[SPRAWDŹ WSZYSTKIE RAPORTY ANTAL →](#)

Antal

Antal jest liderem rekrutacji specjalistów i menedżerów oraz doradztwa HR. Marka obecna jest w 35 krajach, w Polsce działa od 1996 roku.

Biura w Warszawie, Wrocławiu, Krakowie, Poznaniu oraz Gdańsku prowadzą projekty w Polsce i za granicą, dla największych globalnych oraz lokalnych przedsiębiorstw z wszystkich sektorów gospodarki.

Jako jedna z pierwszych firm rekrutacyjnych na polskim rynku wprowadziliśmy macierzowy podział zespołów, dzięki czemu nasi konsultanci specjalizują się zarówno w rekrutacji w zakresie sektora, jak i stanowiska.

Obecnie w Antal działa 9 dywizji rekrutacyjnych oraz zespoły doradzające firmom w ramach oceny i rozwoju pracowników, employer branding oraz analiz rynkowych.

NASZE USŁUGI

Elastycznie i kompleksowo podchodzimy do potrzeb pracodawców. Specjalizujemy się nie tylko w rekrutacji, ale również w doradztwie HR.

Oferujemy usługi rekrutacji stałej, kontraktowej i RPO (Recruitment Process Outsourcing), a także zaawansowane rozwiązania wspierające rekrutację czy wzmacniające wizerunek pracodawcy oraz narzędzia służące rozwojowi pracowników. Prowadzimy również badania rynku pracy dostosowane do potrzeb naszych klientów.



Rekrutacja



Market Research



Recruitment Process Outsourcing



HR Consulting



Contracting



Interim Management



Employer Branding

Antal Market Research

Antal Market Research to wyspecjalizowany dział odpowiedzialny za przygotowanie raportów analizujących rynek pracy.

W ramach dywizji realizowane są zarówno raporty prezentujące trendy na rynku pracy, jak i materiały przygotowane w odpowiedzi na indywidualne potrzeby klientów. Antal Market Research opracowuje między innymi: raporty płacowe, raporty wizerunku pracodawcy czy potencjału inwestycyjnego w obszarze kapitału ludzkiego, w określonych branżach lub regionach.

Badania wynagrodzeń

Opracowujemy kompleksowe raporty płacowe w wybranych obszarach rynkowych. Dzięki specjalizacji zespołów w Antal jesteśmy w stanie przedstawić wynagrodzenia nawet w przypadku wąskich i niszowych grup stanowisk. Każde badanie projektujemy i przygotowujemy według indywidualnego zapotrzebowania klienta.

Badania wizerunku pracodawcy

W czasach rynku kandydata opinia potencjalnych pracowników o firmie ma kluczowy wymiar przekładający się bezpośrednio na koszty i czas rekrutacji oraz poziom rotacji dobrowolnej w organizacji. Antal Market Research oferuje przeprowadzenie badania wizerunku pracodawcy wśród precyzyjnie określonej grupy docelowej wskazanej przez klienta (np. specjalistów IT). Raport przedstawi silne strony pracodawcy i potencjalne obszary rozwojowe. Wskaże trafne kanały komunikacji informacji o firmie czy nowych wakatach.

Badania dostępności kandydatów i potencjału inwestycyjnego w obszarze kapitału ludzkiego

W sytuacji, gdy firma zastawia się nad inwestycją w nowym regionie, dostępny kapitał ludzki może zaważyć o powodzeniu i wysokości kosztów całego projektu. Antal oferuje przeprowadzenie kompleksowych badań określających: potencjał edukacyjny w konkretnych obszarach specjalizacji, dostępność kompetencji na danym rynku, skalę trudności pozyskania pracowników, przybliżony czas rekrutacji, wynagrodzenia w określonych lokalizacjach, cechy specyficzne danego regionu wpływające na pozyskanie kapitału ludzkiego, potencjał relokacyjny oraz analizę konkurencji.

Klientom oferujemy również usługę porównania wybranych lokalizacji zarówno w Polsce, jak i za granicą.

Chcesz dowiedzieć się więcej o badaniach rynku pracy prowadzonych przez Antal?

[Skontaktuj się z nami](#) →



AKCES
NCBR

O Akces

Akces NCBR Sp. z o.o. jest akceleratorem, który ma na celu wsparcie komercjalizacji innowacji na rynku.

Wsparcie to realizowane jest między innymi poprzez programy akceleracyjne, które scharakteryzować można jako horyzontalne- otwarte dla wszystkich innowacji oraz wertykalne- skierowane branżowo, dziedzinowo lub sektorowo.

Programy akceleracyjne dedykowane dla start-upów na poziomach TRL 3-8 zawierają unikalne na rynku polskim połączenie trzech kluczowych elementów: mentoringu, grantu i inwestycji.

Oferta programów akceleracyjnych jest odpowiedzią na zapotrzebowanie ekosystemu innowacji i zdefiniowanych w raporcie potrzeb start-upów związanych m.in z wdrożeniem rozwiązania na rynek, umiędzynarodowieniem czy pozyskaniem inwestycji.

Mentoring biznesowy o wartości 100 tys. zł obejmuje przeprowadzenie konsultacji merytorycznych realizowanych przez doświadczonych ekspertów – praktyków biznesu, biznesmanów czy managerów. Ich celem jest bezpośrednie wsparcie start-upów w osiąganiu celów biznesowych poprzez przygotowanie i realizację „szytej na miarę” strategii biznesowej, dzięki czemu kolejny etap akceleracji, jakim jest wsparcie finansowe w formie bezzwrotnego grantu w wysokości 300 tys. złotych ma charakter wykonawczy.

Chciałbyś współtworzyć i kształtować ekosystem innowacji w Polsce?

[DOŁĄCZ DO NAS →](#)

Synergiczne połączenie tych dwóch komponentów w efekcie skutecznie realizuje potrzeby startupów w osiąganiu celów wdrożeniowych, pozyskiwaniu inwestycji, jak też wspiera ich umiędzynarodowienie.

Wartością dodaną i unikatową na rynku polskich akceleratorów jest możliwość pozyskania przez beneficjentów dodatkowego finansowania poprzez inwestycję kapitałową Akces, która dopełnia wsparcie w obszarach potrzeb zaadresowanych w raporcie.

Ponadto Akces realizuje działania post-akceleracyjne w celu wsparcia dalszej ścieżki rozwoju beneficjentów (np. pozyskaniu finansowania, komercjalizacji innowacji) poprzez pomoc w budowaniu i wzmacnianiu sieci kontaktów biznesowych z funduszami VC, Aniołami Biznesu, korporacjami, jak też ośrodkami przemysłowymi, co dodatkowo stanowi wartość dodaną dla start-upów związaną z potrzebą networkingu w ekosystemie innowacji.

Zostań mentorem Akces NCBR

Posiadasz doświadczenie związane z rozwojem biznesu i innowacyjnością, w tym m.in. rozwojem startupów, przedsiębiorczością, innowacjami, finansami, zarządzaniem, sprzedażą czy marketingiem?

Jesteś gotowy do pracy ze startupami oraz do dzielenia się swoją wiedzą i doświadczeniem?

Zgłoś chęć współpracy w ramach mentoringu, napisz do nas na adres: mentorzy@akces-ncbr.pl.

WSPÓŁPRACA Z AKCES NCBR

Współpraca z Akces NCBR w ramach mentoringu przebiega w trzech etapach.

01. WPIS DO BAZY MENTORÓW

Pierwszy etap współpracy z mentorem wiąże się z wpisem do Bazy Mentorów prowadzonej przez Akces NCBR.

Wpis ma charakter deklaracyjny i nie jest zobowiązaniem do dalszej współpracy dla żadnej ze stron. Mentor wyraża zgodę na udostępnienie jego wizerunku i biogramu na stronie internetowej akces-ncbr.pl i wyraża gotowość do dalszej współpracy.

02. PODPISANIE UMOWY

Podpisanie umowy następuje w momencie obustronnej zgody dotyczącej rozpoczęcia pracy w roli mentora na wniosek danego beneficjenta.

Etap ten następuje podczas naboru projektów do akceleracji.

Umowa będzie miała kształt ramowy a jej szczegóły (konkretne zlecenia) będą uzupełniane w trakcie jej trwania.

03. WSPÓŁPRACA

Mentor prowadzi proces mentoringowy z jednym lub kilkoma dopasowanymi pod względem merytorycznym projektami i za obopólną zgodą mentora, beneficjenta i Akces.

Mentor może podejmować współpracę z Akces NCBR również na zasadzie udzielania opinii eksperckich i doradztwa, w szczególności na etapie oceny merytorycznej wniosków w naborach.

DOŁĄCZ DO NAS →



Zostań partnerem inwestycyjnym Akces NCBR

Wychodząc naprzeciw potrzebom startupów związanym z pozyskiwaniem inwestycji na dalszy rozwój pomysłów w ramach działań post-akceleracyjnych budujemy bazę inwestorów i partnerów biznesowych.

Co oferujemy naszym partnerom?

- Dostęp do **bazy startupów** z programów akceleracyjnych Akces.
- Informacje o **krajowych innowacjach** odpowiadających na potrzeby rynkowe.
- Możliwość przeprowadzenia płatnego i celowanego **mentoringu startupów pod inwestycję** (z wykorzystaniem grantu 300k PLN).
- Możliwość zostania koinwestorem Akces.



Dziękujemy partnerom



The Heart

Venture Building & Software Services

theheart.tech



Innovations Hub Foundation

Polski hub startupowy, zajmujący się tworzeniem sektora pre-seed

www.innovationshub.pl

MAMSTARTUP

MAMSTARTUP

Największy polski serwis poświęcony wyłącznie branży startupowej

mamstartup.pl



Youth Business Poland

Fundacja Inkubator Technologiczny

ybp.org.pl

vestbee

Vestbee

All-In-One Platform For Startups, VC Funs, Accelerators and Corporates

www.vestbee.com

Startup Academy

Startup Academy

Szkolenia i warsztaty dla firm i samorządów

startupacademy.pl

InCredibles
Program Sebastiana Kulczyka

InCredibles

Program mentoringowy dla młodych przedsiębiorców

incredibles.pl

hello tomorrow

Hello Tomorrow

Deep Tech network

hello-tomorrow.org

Partnerzy medialni:

Comparic

INVEST CUFFS

inwestycje.pl

POLAK
inwestor

BIZNESOWA

Portfel Polaka

REACH4.

STOCKWATCH

Źródła

1. Dempwolf C., Auer J., Fabiani M. (2014), *Innovation Accelerators: Defining Characteristics Among Startup Assistance Organizations*. 10.13140/RG.2.2.36244.09602.
2. M. Mażewska, A. Tórz, *Raport z badania parków technologicznych 2019*, Stowarzyszenie Organizatorów Ośrodków Innowacji i Przedsiębiorczości w Polsce, Poznań/Warszawa 2019
3. LinkedIn.com
4. McKinsey & Company, Poland 2030 – a chance to join the economic big league
5. State of Venture 2022, CB Insights
6. Szczukiewicz K, Makowiec M., *Characteristics and Specificities of Local Innovation Accelerators: A Case of Poland*. Sustainability. 2021; 13(4):1689. <https://doi.org/10.3390/su13041689>
7. P. Budden, F. Murray, *MIT's Stakeholder Framework for Building & Accelerating Innovation Ecosystems*, MIT's Laboratory for Innovation Science & Policy, 2019.
8. P. Dubiel, *Ćwierć wieku transferu technologii na UW*, [w:] *Pismo uczelni „UW”*, NR 3 (108) 2023, str. 36-37.
9. Waligóra K., *Parki naukowe, technologiczne i przemysłowe jako narzędzie wspierające potencjał innowacyjny polskiej gospodarki*, [w:] *Współczesne wyzwania rozwoju gospodarczego: polityka i kreacja potencjału. Cz. 1, Kreacja, innowacyjność, handel zagraniczny*, red. Ewa Gruszewska, Białystok 2015, s. 171-186.
10. *Transakcje na polskim rynku VC w 2022*, PFR Ventures i Inovo VC
11. *Transakcje na polskim rynku VC w Q2 2023*, PFR Ventures i Inovo VC
12. *Zarobki IT w polskich start-upach Q3 2022*, BValue, JustJoin.it
13. *Polskie start-upy 2023*, Startup Poland
14. *Polskie start-upy 2022*, Startup Poland
15. *Przedsiębiorca bez dyplomu? Wykształcenie start-upowców w Polsce*, Incridibles
16. *Start-upy Pozytywnego Wpływu. Innowacje Pozytywnego Wpływu. Raport 2023*, Kozminski University 2023.
17. *Jeśli nie CVC, to co? Współpraca start-upów z korporacjami*, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2023.
18. *Luki w ekosystemie start-upowym*, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2022.
19. Art.148 Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (DzU 2018, poz. 1668 z późn. zm.)
20. Art.149 Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (DzU 2018, poz. 1668 z późn. zm.)
21. Global Innovation Index 2022, <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>
22. Global Innovation Index 2023, https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2023/
23. <https://accelerator.aliorbank.pl/pl/index.html>
24. <https://accelpoint.com/>
25. <https://accelpoint.com/european-fintech-hackcelerator/>
26. <https://accelpoint.com/future-finance-poland-asean-horizons/>
27. <https://accelpoint.com/poland-climaccelerator/>
28. <https://akces-ncbr.pl/>
29. <https://cobrick.com/venture-building>
30. https://eic.ec.europa.eu/eic-funding-opportunities/eic-accelerator_en#what-is-the-eic-accelerator-
31. <https://forsal.pl/artykuly/423891,czym-sa-parki-technologiczne.html>
32. <https://hello-tomorrow.org/about-us/>
33. <https://hello-tomorrow.org/startup-program/>
34. <https://hugething.vc/our-story/>
35. <https://incredibles.pl/>
36. <https://mazovianstartup.ybp.org.pl/index.php>
37. <https://namesurfy.com/when-to-start-a-business-why-timing-is-crucial-for-success/>
38. <https://pfr.pl/kim-jestesmy.html>
39. <https://pfrsa.pl/ida.html?zakladki=ida-bootcamp-rozwoj-i-sieciowanie>
40. <https://pfrsa.pl/technologiedlaobronnosci.html#ogolne-informacje-o-diana-i-akceleratorach>
41. <https://pfrventures.pl/aktualnosci/transakcje-na-polskim-rynku-vc-w-q2-2023.html>
42. <https://polskaprzedsiebiorcza.pl/>
43. <https://psc.edu.pl/>
44. <https://swps.pl/kontakt/nauka-i-badania/centrum-transferu-wiedzy>; <https://ctt.ug.edu.pl/proces-transferu-technologie-w-ug/>
45. <https://ug.edu.pl/wspolpraca/otoczenie-spoeczno-gospodarcze/spolka-celowa>
46. <https://www.investopedia.com/terms/b/bubble-theory.asp>
47. <https://www.kpk.gov.pl/horyzont-europa/innowacyjna-europa/eic>
48. <https://www.orangefab.pl/>
49. <https://www.ornlen.pl/pl/o-firmie/innowacje/akcelerator>
50. https://www.paih.gov.pl/dlaczego_polska/zachety_inwestycyjne/parki_przemyslowe_i_tehnologiczne/
51. <https://www.parp.gov.pl/component/programs/program/poir#na-start>; <https://www.parp.gov.pl/component/site/site/nowa-perspektywa-finansowa-2021-2027#fers>
52. <https://www.parp.gov.pl/component/site/site/acceleration-programmes#accelerators>
53. <https://www.pzu.pl/innowacje/programy#rbl>
54. <https://www.slaskibiznes.pl/wiadomosci,glowice-co-brick-venture-building-szuka-pomyslow-na-innowacyjny-biznes,wia5-3-5570.html>
55. <https://www.uw.edu.pl/cwierc-wieku-transferu-technologie-na-uw/>
56. <https://ybp.org.pl/fundacja-ybp/>
57. <https://zabkafuturelab.com/pl/>
58. Mapa Ekosystemu PFR, <https://poland.dealroom.co/>
59. www.news.crunchbase.com/venture/vc-funding-falling-report-data-q-2-2023-global/83

Kontakt

POTRZEBUJESZ WIĘCEJ INFORMACJI?

Agnieszka Wójcik

COMMUNICATIONS & MARKET RESEARCH DIRECTOR
ANTAL

agnieszka.wojcik@antal.pl

Joanna Koziół

SPECJALISTA DS. OTOCZENIA I PROGRAMÓW
AKCES NCBR

info@akces-ncbr.pl

www.antal.pl