

MAREK TOMCZUK

## ZNACZENIE STARTUPÓW DLA POLSKIEJ GOSPODARKI W KONTEKŚCIE ROZWOJU MIKRO I MAŁYCH PRZEDSIĘBIORSTW

### WPROWADZENIE

Startupy są zjawiskiem stosunkowo nowym w polskiej gospodarce. Przedsiębiorstwo typu startup jest często rozumiane jako mała, nowa firma, natomiast pomiędzy tymi dwoma rodzajami przedsiębiorczości jest znaczna różnica.

Mikro i małe przedsiębiorstwa<sup>1</sup> odgrywają kluczową rolę w polskiej gospodarce. Według danych GUS za rok 2015 mikro i małe firmy stanowiły 99% wszystkich aktywnych firm działających w Polsce (1,84 mln mikrofirm i 57 tys. małych przedsiębiorstw)<sup>2</sup>. Zatrudniały one 52% wszystkich pracujących w polskich firmach (3,7 mln osób pracujących w mikroprzedsiębiorstwach i 1,2 mln osób pracujących w małych firmach). Generowały przychody o wartości ponad 1474 mld złotych (36% wszystkich przychodów w sektorze przedsiębiorstw) oraz wypracowały zysk brutto w wysokości 189 mld złotych (56% zysku brutto w sektorze przedsiębiorstw). Zainwestowały kwotę 49,6 mld złotych w środki trwale (25% nakładów inwestycyjnych w całym sektorze przedsiębiorstw). Dysponowały majątkiem trwałym o wartości brutto 447 mld złotych (23% wartości majątku całego sektora przedsiębiorstw).

---

Mgr MAREK TOMCZUK – doktorant Wydziału Ekonomii Uniwersytetu Rzeszowskiego; adres do korespondencji: ul. M. Œwiklińskiej 2, 35-601 Rzeszów; e-mail: [marek.tomczuk@gmail.com](mailto:marek.tomczuk@gmail.com)

<sup>1</sup> W prezentowanych danych statystycznych GUS przez mikroprzedsiębiorstwa rozumiane są firmy, w których pracuje do dziewięciu osób, przez małe firmy – przedsiębiorstwa, w których pracuje od 10 do 49 osób.

<sup>2</sup> *Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2015 r.*, Raport GUS, Warszawa 2016, s. 25.

Znaczenie mikro i małych przedsiębiorstw – startupów – dla rozwoju polskiej gospodarki jest niepodważalne. To zagadnienie jest przedmiotem niniejszej analizy. W tym celu, na bazie studiów literaturowych, zostały scharakteryzowane definicje startupu, cykl życia startupu, sposoby finansowania startupów oraz ich aktualna sytuacja w Polsce. Za źródła literaturowe posłużyły przede wszystkim raporty: Polskie Startupy (Fundacja Startup Poland), Diagnoza ekosystemu startupów w Polsce (Deloitte), Raporty o sytuacji mikro i małych firm (Bank Pekao S.A.).

## 1. DEFINICJE STARTUPU

W pierwotnym znaczeniu słowo „startup” oznaczało każdy rodzaj początkującej działalności, jednak stopniowo odbiór tego pojęcia ulegał zawężeniu w kierunku przedsięwzięć ambitnych, dynamicznych i technologicznych, a początki tej zmiany sięgają lat 70. XX wieku<sup>3</sup>.

Najpopularniejszą obecnie definicję startupu sformułował Steve Blank, który jest przedsiębiorcą z Doliny Krzemowej, a także jednym ze współtwórców koncepcji zarządzania lean startup. Przekonuje on, że „startup to tymczasowa organizacja, która poszukuje powtarzalnego i skalowanego modelu biznesowego”<sup>4</sup>. Blank uważa, że „startup to nie jest mała wersja dużej firmy” i że startupy można określać przez ich: cele, które są bardzo ambitne i mówią o przekształceniu się w dużą firmę, która wywrze znaczący wpływ na funkcjonowanie istniejących rynków lub stworzy zupełnie nowe rynki; funkcję, którą jest poszukiwanie modelu biznesowego, co oznacza nieustanne testowanie hipotez biznesowych, ich weryfikację i ewentualne modyfikowanie dalszych wersji modelu biznesowego; strukturę finansowania, która na zaawansowanym etapie rozwoju uwzględnia środki pozyskane od zewnętrznych inwestorów i powoduje zmniejszenie udziału założycieli w kapitale firmy<sup>5</sup>.

W definicji Blank’a nie padają słowa: „nowy”, „innovacyjny” ani „technologiczny”, to znaczy nie ma tu odniesienia do branży, czasu funkcjonowania czy nowatorstwa produktu. Jest natomiast mocne wskazanie na ambicje i dynamikę rozwoju oraz na zewnętrzne źródła finansowania na późniejszym etapie. Najważniejszym

---

<sup>3</sup> A. SKAŁA, *Startupy: wyzwanie dla zarządzania i edukacji przedsiębiorczości*, Wydawnictwo edu-Libri, Kraków 2018, s. 24.

<sup>4</sup> S. BLANK, *Why the Lean Start-Up Changes Everything*, „Harvard Business Review” 2013, May 1, pp. 63-72.

<sup>5</sup> S. BLANK, *Why the Lean Start-Up Changes Everything*.

elementem odróżniającym startup od innych form przedsiębiorczości jest „poszukiwanie”, które wynika głównie z niepewności co do popytu i kształtu oferowanego rozwiązania. „Tymczasowa organizacja” oznacza dowolny sposób realizacji wspólnego celu, także w ramach np. dużej firmy<sup>6</sup>.

Kolejna popularna definicja pochodzi od Erica Riesa, który twierdzi, że startup to ludzka instytucja, powołana, by stworzyć nowy produkt lub usługę w warunkach ekstremalnej niepewności<sup>7</sup>.

Clayton Christensen z kolei postrzega startupy jako organizacje, które tworzą przełomowe innowacje, czyli takie, które w długiej perspektywie zmieniają paradygmaty rynkowe.

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości określa startup w dokumentach konkursowych jako „mikro- i małe przedsiębiorstwo będące zarejestrowaną w Polsce spółką kapitałową, nienotowane na giełdzie w okresie do pięciu lat po ich rejestracji, które nie dokonało jeszcze podziału zysków i nie zostało utworzone w wyniku połączenia”<sup>8</sup>.

Startupy to przedsięwzięcia, które mają potencjał bardzo szybkiego wzrostu (np. dzięki przewadze technologicznej lub odkrytej, niezagospodarowanej niszy rynkowej), projektowane z myślą o osiągnięciu znacznej skali w krótkim czasie<sup>9</sup>. Charakteryzują się swoistą kulturą działania (jej fundamentalne wartości to otwartość, współpraca, ambicje, wzrost, ryzyko i poświęcenie), ponadprzeciętnym ryzykiem (to nie są tradycyjne biznesy, jak lokalna pralnia; ryzyko porażki jest niejako wpisane w naturę startupów), w których ważny jest nie tylko cel, lecz także „droga” – tworzenie startupu to gromadzenie doświadczeń i kompetencji przez tych, którzy go tworzą, i szansa na ich wykorzystanie w kolejnych przedsięwzięciach,

## 2. CYKL ŻYCIA STARTUPU

Schemat cyklu życia startupu różni się w zależności od podejścia. Cykl ten może być analizowany pod kątem klienta, produktu, sposobu finansowania przedsięwzięcia. Wyróżniamy zatem cztery główne typy modeli rozwoju:

1) Kliencki model rozwoju – model skonstruowany przez Steve’a Blanka, który jest skupiony na nabywcach towarów lub usług wytworzonych przez dane

---

<sup>6</sup> A. SKAŁA, *Startupy: wyzwanie dla zarządzania i edukacji przedsiębiorczości*, s. 26.

<sup>7</sup> E. RIES, *The Lean Startup*, Crown Business, London 2011, s. 8.

<sup>8</sup> A. SKAŁA, *Startupy: wyzwanie dla zarządzania i edukacji przedsiębiorczości*, s. 29.

<sup>9</sup> M. BEAUCHAMP, A. KOWALCZYK, A. SKAŁA, *Polskie startupy. Raport 2017*, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2017, s. 9.

przedsiębiorstwo startupowe. Pierwsza faza, w jakiej się znajduje, to próba znalezienia odpowiedzi na potrzeby potencjalnego klienta, ich weryfikacja, a także stworzenie najprostszego produktu, który można pokazać potencjalnemu klientowi i wysłuchać jego opinii. W kolejnej fazie następuje potwierdzenie tego, czy klient jest zainteresowany danym produktem lub usługą. Wyraża się to poprzez dokonanie zakupu lub przekazanie informacji zwrotnej. Jeżeli klient wyraża zainteresowanie, wtedy startup wchodzi w trzecią fazę, jaką jest sprzedaż. Przedsiębiorca intensywnie promuje nowy produkt, co niesie ze sobą znaczny wzrost sprzedaży i dynamiczny rozwój startupu. Ostatni etap rozwoju startupu to zmiana statusu z małej firmy w dojrzałą, która buduje zespoły odpowiadające określonym zakresom funkcjonowania firmy.

2) Produktowy model rozwoju – został on określony przez czterech twórców pierwszego raportu, który dotyczył sukcesów startupów<sup>10</sup>. Model ten jest stosunkowo podobny do poprzedniego, jednak skupia się bardziej na produkcji niż na kliencie, któremu dany produkt jest oferowany.

3) Inwestycyjny model rozwoju – model ten koncentruje się na fazach przedsiębiorstwa związanych z jego finansowaniem. Pierwszą fazą jest wykorzystywanie środków własnych, pożyczek od rodziny czy korzystanie z pomocy aniołów biznesu, którzy pomagają w zweryfikowaniu biznesowych hipotez. Druga faza to finansowanie wczesnego rozwoju, które zakłada wygenerowanie pierwszych przychodów firmy. Kolejna faza, zwana fazą wzrostu, to przechodzenie w stan dojrzałości, co wiąże się niewątpliwie z dużymi wydatkami na marketing. Ostatnia faza w tym modelu dotyczy rezygnacji z inwestycji lub wejścia na giełdę przez firmę.

4) Operacyjny model rozwoju – model ten został podzielony na cztery fazy:

- znalezienie rozwiązania problemów dotyczących tworzenia pomysłów i zmieniiania go w wizję startupu;
- dopasowanie powstałej wizji wraz z zespołem;
- analiza i dopasowanie oferowanych produktów do rynku, na którym działa firma;
- dopasowanie modelu biznesowego do etapu energicznego wzrostu przedsiębiorstwa, a także późniejszego osiągnięcia fazy dojrzałej<sup>11</sup>.

Cykl życia startupów składa się z sześciu faz. Są to:

1) Ideacja – faza ta polega na przedstawieniu pomysłu, a także jego oceny przez osobę chcącą założyć startup. W tej fazie finansowanie bazuje na własnych środkach bądź pożyczkach od rodziny.

2) Wizja – w tej fazie założyciel startupu musi określić główne założenia swojego przedsięwzięcia, dzięki którym jego pomysł będzie mógł zostać wdrożony.

<sup>10</sup> R. BERMAN, E. DOGRULTAN, B.L. HERRMANN, M. MARMER, *Startup Genome Report*, 2011.

<sup>11</sup> DELOITTE POLSKA, *Diagnoza ekosystemu startupów w Polsce. Raport*, 2016, s. 14-15.

Na tym etapie do pomysłodawcy mogą dołączać kolejne osoby, które chcą razem z nim wziąć udział w przedsięwzięciu. Można zabiegać o pierwsze dofinansowanie w ramach współpracy z aniołami biznesu lub o wsparcie ze strony inkubatorów.

3) Formowanie – w tym momencie nowo powstała firma może przygotować prototyp swojego produktu. Określone zostają również zadania, jakie każdy członek zespołu powinien wykonać na rzecz przedsiębiorstwa.

4) Walidacja – na tym etapie firma szacuje zainteresowanie produktem wśród potencjalnych klientów i porównuje je z oczekiwaniami firmy, które zostały przedstawione na samym początku. Pojawiają się tutaj również pierwsze przychody, które młody zespół może wykorzystać na dodatkowe finansowanie, np. z funduszy *venture capital*.

5) Skalowanie – na tym etapie następuje dynamiczny wzrost dochodów, a przedsiębiorca musi podjąć decyzję dotyczącą sposobów zewnętrznego finansowania, które w tym momencie może okazać się konieczne, jeżeli firma chce zwiększyć rozpoznawalność swojej marki na rynku. Ważne jest tutaj zainwestowanie w marketing. Przedsiębiorstwo zaczyna się powoli stabilizować i rozwijać jednostki, które będą odpowiedzialne za konkretne działania w firmie.

6) Dojrzałość – startup jest w okresie stabilizacji, dlatego właściciel ma możliwość podjęcia decyzji o jego sprzedaży lub wejściu na giełdę. Zarówno cele przedsiębiorstwa, jak i jego struktura są na ugruntowanej pozycji<sup>12</sup>.

### 3. CHARAKTERYSTYKA POLSKICH STARTUPÓW

Startupy są w Polsce zjawiskiem stosunkowo nowym. Ze względu na zmiany strukturalne modelu biznesowego ich rola w polskiej gospodarce powinna jednak rosnąć. Startupy do tej pory występowały u Polsce w ograniczonym zakresie (gospodarka miała w dużej mierze charakter odtwórczy – bazowanie na tym, co zostało wynalezione gdzie indziej). Obecnie Polska jest na etapie zmiany modelu gospodarczego, przesuwania się w kierunku konkurencyjności pozacenowej, do czego potrzebne są kreatywność i innowacyjność. W tym kontekście startupy – ze swoim dynamizmem i umiejętnością przeddefiniowywania całych obszarów – są bardzo pożądane.

Organizacją, która zajmuje się rozwojem polskich startupów, jest Fundacja Startup Poland. Fundacja działa na rzecz rozwoju przedsiębiorczości technologicznej

---

<sup>12</sup> A.J. SHERMAN, *Raising Capital: Get the Money You Need to Grow Your Business*, New York 2012, s. 4.

i rozwoju infrastruktury finansowania startupów. Fundacja Startup Polska jest jedyną organizacją w Polsce, która od czterech lat stale bada środowisko polskich startupów. W edycji za 2018 r. ankietę wypełniło 1101 firm, o 30% więcej niż w roku 2017. Mimo iż badanie nie ma charakteru reprezentatywnego, to coraz wyższa liczba wypełnianych ankiet pozwala coraz lepiej poznać środowisko polskich startupów. Na podstawie badania możemy wnioskować m.in. o tym, kto zakłada startupy, w czym się specjalizują, jaki etap rozwoju osiągnęły oraz jaki jest poziom ich innowacyjności. Coraz większa liczba ankiet wypełnianych przez założycieli młodych firm technologicznych pozwala zebrać coraz więcej wiedzy na temat jednych z najbardziej innowacyjnych przedsiębiorstw w Polsce.

Polskie startupy są skoncentrowane wokół największych miast. W 2018 r. około 57% ankietowanych firm miało swoje siedziby w Warszawie, we Wrocławiu, w Krakowie oraz w Trójmieście. Czwarta edycja badania pokazała jednak wzrastającą aktywność firm ze wschodniej części Polski. W grupie respondentów więcej było przedstawicieli spółek z Lublina oraz z Rzeszowa niż działających na terenie Poznania i Łodzi – liderów poprzednich edycji badania<sup>13</sup>.

Większość respondentów stanowią założyciele i współzałożyciele firm lub dyrektorzy zarządzający. Badanie po raz kolejny udowodniło, że przeciętnym założycielem polskiego startupu nie jest dwudziestoletni student kierunku technicznego, co raczej doświadczony trzydziestokilkuletek (ponad połowa respondentów) z wyższym wykształceniem (76%), pochodzący głównie z Polski. Tylko około 7% firm zostało założonych przez obcokrajowców (głównie przez Ukraińców). Zakładaniu spółek technologicznych mogą sprzyjać m.in. dłuższe wyjazdy za granicę. Wśród 46% reprezentantów ankietowanych firm, którzy spędzili za granicą dłużej niż trzy miesiące, co czwarty z nich był uczestnikiem programu Erasmus. Niemal wszyscy respondenci posługiwali się co najmniej jednym językiem obcym, a więc mieli umiejętności niezbędne do prowadzenia swobodnych rozmów biznesowych na poziomie międzynarodowym.

Czwarta edycja badania dostarcza również wiele innych interesujących wniosków odnośnie do tego, kto lepiej sobie radzi w środowisku startupowców. Mimo że wśród zarządzających ankietowanych firm najwięcej jest absolwentów kierunków technicznych, a więc inżynierów, informatyków i elektroników (52%), to okazuje się, że większe sukcesy mogą odnosić firmy, których kadra menedżerska ukończyła kierunki społeczne, tj. socjologię, prawo czy ekonomię. Wśród firm odnoszących w tej branży największe sukcesy (tj. odnotowujących najwyższe przychody lub ich

---

<sup>13</sup> M. BEAUCHAMP, J. KRYSZTOFIK-SZOPA, A. SKAŁA, *Polskie startupy. Raport 2018*, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2018, s. 15.

szybki wzrost oraz gromadzących najwięcej kapitału) aż dwie na trzy są zarządzane przez osoby mające dyplom w zakresie nauk społecznych.

Główną domeną badanych firm są produkty z zakresu *Big Data* (15%), IoT (*Internet of Things*) (14%) oraz rozwiązania analityczne (13%). W dalszym ciągu działalność w tych obszarach może przynosić firmie znaczne zyski finansowe, szczególnie biorąc pod uwagę, że najpopularniejszym modelem biznesowym jest sprzedaż B2B (*business to business*). Aż 83% badanych startupów podejmuje projekty tylko dla innych firm (w roku 2017 – 76%). To oznacza, że koncentracja na kliencie biznesowym gwarantuje szybszy zysk niż w przypadku klientów indywidualnych. Rośnie popularność innowacyjnych branż, takich jak *Maschine Learning* czy sztucznej inteligencji. Na rynku jest bardzo dużo firm gromadzących spore ilości danych, stanowiących idealną bazę do generowania nowej wiedzy przez komputery. W 2018 r. w sprzedaż tego typu oprogramowania zaangażowanych było 9% badanych firm, a ponad połowa z nich (55%) znalazła inwestora lub środki publiczne na rozwój swojej działalności. Pozostałymi popularnymi branżami, które gwarantują startupom regularne przychody, są: fintech/usługi finansowe (11%), martech, czyli technologia dla marketingu (10%), produktywność oraz zarządzanie (10%), edukacja (9%), *programming & development tools* (9%) oraz *content/social services* (9%). Polskie startupy chcą przede wszystkim współpracować z korporacjami, co wskazało w badaniu aż 82% respondentów. Co trzecia ankietowana firma już nawiązała tego typu współpracę, z czego dla połowy z nich korporacje stały się klientami strategicznymi. Młode firmy technologiczne wykorzystują tego typu współpracę także w celach promowania swoich rozwiązań, poszerzania kanałów dystrybucji oraz wspólnej pracy nad innowacjami i licencjonowaniem swojej technologii<sup>14</sup>.

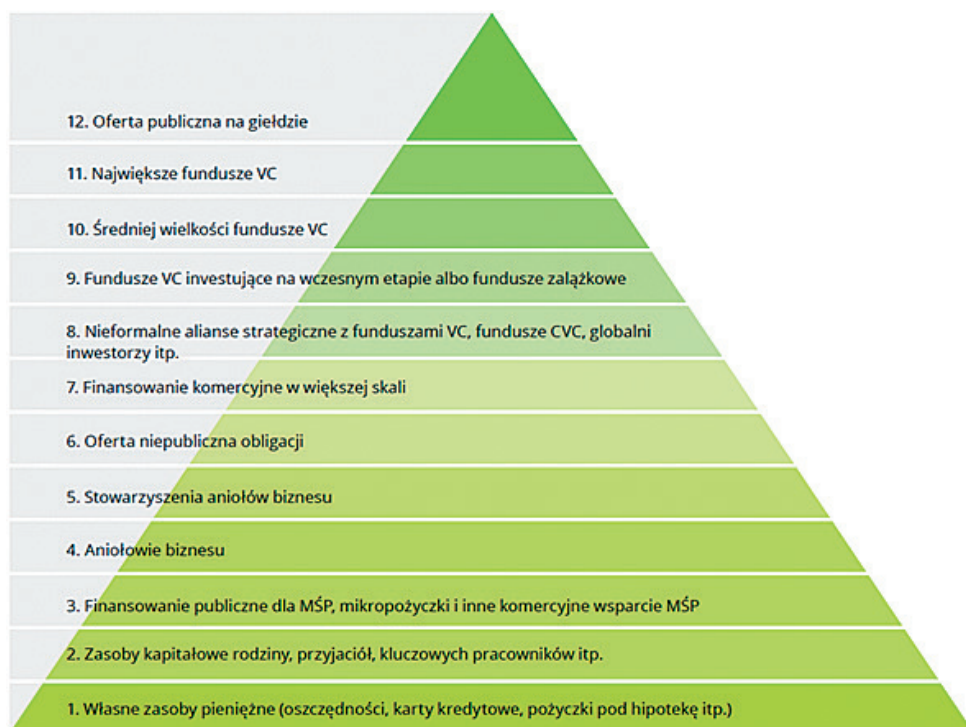
#### 4. FINANSOWANIE STARTUPÓW W POLSCE

Pozyskanie finansowania to dla startupu niezbędny warunek zaistnienia na rynku. Oczywiście w pierwszych fazach cyklu rozwoju (ideacja, wizja, formowanie) finansowanie może nie być potrzebne, startup może opierać się wyłącznie na wkładzie pracy założycieli. Niemniej jednak prędzej czy później pojawią się koszty funkcjonowania przedsięwzięcia, które trzeba będzie pokryć albo z zysków, albo z własnych oszczędności, albo ze źródeł zewnętrznych. Andrew J. Sherman, amerykański wykładowca uniwersytecki, ekspert w dziedzinie fuzji i przejęć, wyróżnia 12 źródeł finansowania innowacyjnych przedsięwzięć. Prawie

---

<sup>14</sup> Tamże, s. 24.

wszystkie to zewnętrzne źródła finansowania – od wkładów rodziny i znajomych przez finansowanie publiczne, aniołów biznesu i różnej wielkości fundusze *venture capital* do giełdy. Jednak podstawowym wkładem są własne zasoby założycieli. Schemat źródeł finansowania, w kolejności ich pozyskiwania, przedstawiono na Rysunku 1<sup>15</sup>.



Źródło: DELOITTE POLSKA, *Diagnoza ekosystemu startupów w Polsce. Raport*, 2016, s. 18.

Rysunek 1. Piramida źródeł finansowania

W celu zbadania źródeł finansowania startupów w Polsce wykorzystano następujące opracowania i raporty: *Diagnoza ekosystemu startupów w Polsce*, opracowana przez firmę Deloitte na podstawie badania ankietowego odnoszącego się do 2015 r., przeprowadzonego wśród 211 założycieli startupów w Polsce; Raporty o sytuacji mikro i małych firm, przygotowane w ramach badań prowadzonych przez Pracownię Badań Społecznych Sp. z o.o. na zlecenie Banku Pekao S.A. w latach 2010-2015. Obejmują one rokrocznie próbę ponad 6000 mikro i małych

<sup>15</sup> DELOITTE POLSKA, *Diagnoza ekosystemu startupów w Polsce*, s. 18.



przedsiębiorstw. Na potrzeby badań przyjęto, że startup to firma działająca na rynku przez okres krótszy niż trzy lata. Raport prezentujący dane z 2015 r. zawiera szczegółowe odniesienie się do startupów, gdyż podmioty te stanowiły „temat specjalny” badań.

Z badania przeprowadzonego przez firmę Deloitte, dotyczącego diagnozy ekosystemu startupów w Polsce, wynika, że podstawowymi źródłami finansowania działalności ankietowanych startupów są środki własne i pieniądze pochodzące z bieżącej działalności. W badaniu zanotowano również wysoki odsetek startupów wspieranych przez fundusze *venture capital*. Może to wynikać ze względnie dużej dojrzałości badanych firm (zastępując mało aktywnych aniołów biznesu) oraz wskazywanej w raporcie obecności VC na wszystkich etapach rozwoju firm (zastępującej nawet niedostateczne w Polsce finansowanie od aniołów biznesu). Potwierdzona została jednocześnie niewielka popularność crowdfundingu oraz inwestowania dużych firm w rozwiązania pochodzące ze startupów. 58% startupów podjęło próbę pozyskania inwestora zewnętrznego dla swojego przedsięwzięcia. Jeśli inwestorzy zostali pozyskani, to mają oni łącznie średnio około 34% udziałów w startupie. Analiza popularności poszczególnych rodzajów finansowania wśród startupów jasno wskazuje na wzrost istotności bieżących przychodów wraz z kolejnymi etapami życia startupu. Fundusze, w tym VC, stają się najczęstszym źródłem finansowania na etapie tworzenia. Finansowanie dłużne występuje dopiero od etapu walidacji<sup>16</sup>.

Badania prowadzone przez Bank Pekao S.A. potwierdzają, że startupy w Polsce w największym stopniu wykorzystują finansowanie własne. Warto zaznaczyć, iż odsetek podmiotów wykorzystujących wyłącznie to źródło finansowania zmalał z 81% w 2010 r. do 76% w 2015 r. W miarę rozwoju działalności na rynku rośnie wykorzystanie kapitału obcego. Jest to konsekwencją wielu czynników, m.in. większego dostępu do kapitału oraz zmniejszenia się asymetrii informacji. Finansowanie pierwszej fazy rozwoju startupu jest uzależnione przede wszystkim od środków własnych założycieli (82%), a w dalszej części od grantów UE (14%) oraz pożyczek od rodziny/znajomych (9%). Wykorzystanie kredytu bankowego zadeklarowało 6% ankietowanych firm. Pożyczka z funduszu pożyczkowego i VC oraz aniołowie biznesu znaleźli się na ostatnim miejscu, ze wskazaniem na poziomie 2% badanych startupów<sup>17</sup>.

<sup>16</sup> DELOITTE POLSKA, *Diagnoza ekosystemu startupów w Polsce. Raport*, s. 78.

<sup>17</sup> *Raport o sytuacji mikro i małych firm w roku 2015*, Bank Pekao S.A., 2016, s. 102.

## PODSUMOWANIE

Pojęcie startupu w Polsce znane jest zaledwie od kilku lat i oznacza firmę założoną w celu poszukiwania konkretnego modelu biznesowego. Głównym celem startupu jest poszukiwanie nowych rynków na rozwój swojego produktu oraz osiągnięcie szybkiego sukcesu finansowego. Młode firmy przyczyniają się do dynamicznego wzrostu gospodarki. Odważniej niż dojrzałe podmioty sięgają po innowacyjne rozwiązania technologiczne, wytwarzając produkty i usługi cyfrowe w warunkach podwyższonego ryzyka. Do generowania wartości dodanej w sektorze technologii przyczyniają się nawet te z młodych podmiotów gospodarczych, którym nie udało się rozwinąć na rynku, głównie za sprawą zwiększania kompetencji cyfrowych założycieli i nabytych doświadczeń w testowaniu innowacyjnych produktów i usług<sup>18</sup>. Wyniki analizy finansowania startupów wskazują na to, iż w ostatnich latach najpopularniejszym źródłem kapitału w startupach były środki własne.

## BIBLIOGRAFIA

- BEAUCHAMP M., KOWALCZYK A., SKALA A., Polskie startupy. Raport 2017, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2017.
- BEAUCHAMP M., KRYSZTOFIK-SZOPA J., SKALA A., Polskie startupy. Raport 2018, Fundacja Startup Poland, Warszawa 2018.
- BERMAN R., DOGRULTAN E., HERRMANN B.L., MARMER M., Startup Genome Report, 2011.
- BLANK S., Why the Lean Start-Up Changes Everything, „Harvard Business Review” 2013, May 1.
- DELOITTE POLSKA, Diagnoza ekosystemu startupów w Polsce. Raport, 2016.
- Działalność przedsiębiorstw niefinansowych w 2015 r., Raport GUS, 2016.
- Raport o sytuacji mikro i małych firm w roku 2015, Bank Pekao S.A., 2016.
- Raport o sytuacji mikro i małych firm w roku 2017, Bank Pekao S.A., 2018.
- RIES E., The Lean Startup, Crown Business, London 2011.
- SHERMAN A.J., Raising Capital: Get the Money You Need to Grow Your Business, New York 2012.
- SKALA A., Startupy: wyzwanie dla zarządzania i edukacji przedsiębiorczości, Wydawnictwo edu-Libri, Kraków 2018.

---

<sup>18</sup> *Raport o sytuacji mikro i małych firm w roku 2017*, Bank Pekao S.A., 2018, s. 115.

---

ZNACZENIE STARTUPÓW DLA POLSKIEJ GOSPODARKI  
W KONTEKŚCIE ROZWOJU MIKRO I MAŁYCH PRZEDSIĘBIORSTW

Streszczenie

Przedsiębiorstwo typu startup jest często rozumiane przede wszystkim jako mikro lub mała, nowa firma, natomiast pomiędzy tymi rodzajami przedsiębiorczości jest znaczna różnica. Najpopularniejszą obecnie definicję startupu sformułował Steve Blank, który przekonuje, że „startup to tymczasowa organizacja, która poszukuje powtarzalnego i skalowanego modelu biznesowego”. Blank uważa, że „startup to nie jest mała wersja dużej firmy”. Obecnie Polska jest na etapie zmiany modelu gospodarczego, przesuwania się w kierunku konkurencyjności pozacenowej, do czego potrzebne są kreatywność i innowacyjność. W tym kontekście startupy – ze swoim dynamizmem i umiejętnością przedefiniowywania całych obszarów – są bardzo pożądane.

**Słowa kluczowe:** startup; mikro i małe przedsiębiorstwa; fazy rozwojowe; finansowanie startupów.

THE IMPORTANCE OF STARTUPS IN THE POLISH ECONOMY  
AGAINST THE BACKGROUND OF MICRO AND SMALL ENTERPRISES

Summary

A startup enterprise is often understood primarily as a micro or small, new company, whereas there is a significant difference between these types of entrepreneurship. The most popular definition of a startup is currently formulated by Steve Blank, who argues that “a startup is a temporary organization that is looking for a repeatable and scalable business model”. Blank believes that “startup is not a small version of a large company”. Currently, Poland is at the stage of changing the economic model, shifting towards non-price competitiveness, for which creativity and innovation are needed. In this context, startups – with their dynamism and the ability to redefine entire areas – are very desirable.

**Key words:** startup; micro and small enterprises; development phases; startup funding.