



# Polskie Startupy. Raport 2017

Małopolskie Obserwatorium  
Rozwoju Regionalnego

Departament  
Polityki Regionalnej

Autor opracowania:

Maksymilian Skóra

Małopolskie Obserwatorium Rozwoju Regionalnego  
Departament Polityki Regionalnej  
Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego  
ul. Wielicka 72B, 30-552 Kraków  
tel. (+48) 12 29 90 900, fax (+48) 12 29 926



Opracowanie powstało w oparciu o publikację „Polskie Startupy. Raport 2017”, którego wydawcą jest Fundacja Startup Poland, ul. Mokotowska 1, 00-640 Warszawa.

Publikacja jest dostępna w wersji elektronicznej na stronie [www.startuppoland.org](http://www.startuppoland.org).

Opracowanie współfinansowane ze środków Unii Europejskiej z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014–2020.



Unia Europejska  
Europejskie Fundusze  
Strukturalne i Inwestycyjne

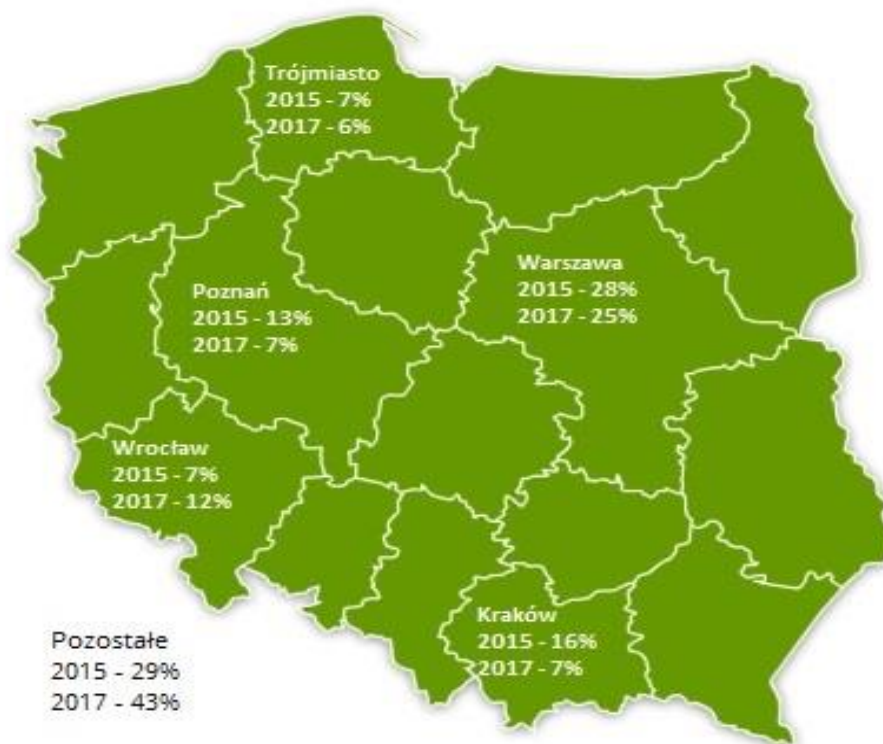


## Polskie Startupy. Raport 2017

Startup Polska jest jedyną organizacją w Polsce, która corocznie bada poziom rozwoju startupów w Polsce. Dane dotyczące Polski publikowane przez Startup Polska wykorzystywane są w międzynarodowych raportach np. European Startup Monitor. W tegorocznym badaniu wzięło udział 621 startupów (z 764 zakwalifikowanych do badania), jest to wzrost względem 539 w roku poprzednim (wzrost o 14%) i 423 w roku 2015 (wzrost o 32%). W 90% przypadków ankietę badawczą wypełnili założyciele, współzałożyciele, wspólnicy lub dyrektorzy zarządzający. Badanie jest niereprezentatywne, ale wysoka liczebność próby pozwala na wyciągnięcie ogólnych wniosków.

### Mapa. 1.

Udział największy ośrodków startupowych w latach 2015 i 2017 (w %).

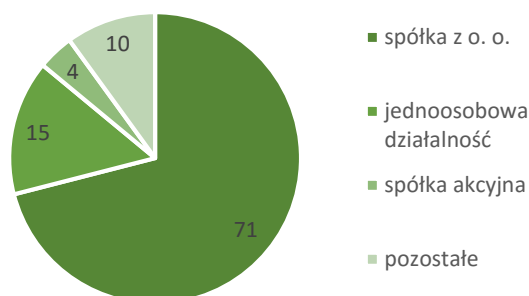


Źródło: Startup Polska Raport 2017

W badaniu startupów 2017 podobnie jak w latach poprzednich dominują startupy z Warszawy, ich liczba jednak w skali wszystkich polskich startupów stopniowo maleje, od 28% w roku 2015 do 25% w badaniu tegorocznym. W bieżącej edycji z innych ośrodków wyróżnił się Wrocław, będący jedynym po Warszawie miastem z dwucyfrowym, procentowym wynikiem w liczbie startupów (12%). Widoczna jest tendencja rozgrupowywania startupów – w 2015 trzy główne centra obejmowały 57% wszystkich startupów, w tym roku jest to już tylko 44%.

## Wykres 2.

Forma prawna startupów (w%)



Źródło: Polskie Startupy Raport 2017

Najpopularniejsza forma prawna wśród przedsiębiorstw startupowych to niezmiennie spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, taki rodzaj deklaruje aż 71% ankietowanych.

Wśród polskich startuperów dominują osoby w wieku 30-39 lat (58%). Zdecydowana większość z nich ma wykształcenie wyższe (82%), a 50% z nich przed startupem zajmowało się własną lub rodzinną firmą.

**Wśród ogółu założycieli lub współzałożycieli 29% to kobiety**, rok wcześniej odsetek kobiet wynosił 26%, a w badaniu w roku 2015 kobiety stanowiły 28% wszystkich startuperów.

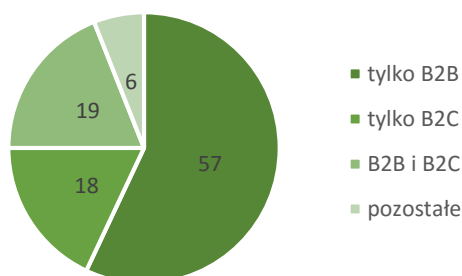
12% firm ma wśród założycieli obcokrajowców, a co 5 z badanych startupów ma wśród założycieli naukowca (w 2015 było to 15%). Badanie pokazuje jednak, że **startupy z pracownikiem naukowym nie radzą sobie za dobrze na rynku** (66% nie zarabia lub zarabia sporadycznie).

Najczęściej wśród założycieli są dwie osoby (36%), dalej: jedna (25%), trzy (22%), więcej niż 4 (17%). Wskazuje to na rosnącą tendencję zakładania startupów przez większą liczbę osób, dla porównania w roku 2015 odsetek firm, które miały więcej niż 4 założycieli wynosił tylko 8%, spada liczba przedsiębiorstw zakładanych przez jedną lub dwie osoby, w 2015 było to odpowiednio 39% i 32%. Jednoznacznie, więc widać, iż **rozwija się konceptualizacja zespołowa, a startupy w mniejszym już stopniu bazują na indywidualnych pomysłach**.

Startupy sprzedają swoje produkty w systemie B2B (Business-to-Business), w 2017 taką formę deklaruje 57% badanych. Rok wcześniej było to 51%. Sprzedaż B2C (Business-to-Consumer) stopniowo maleje z 21% w 2015 do 18% obecnie.

Wykres 3.

Odbiorcy produktów startupów (w %)



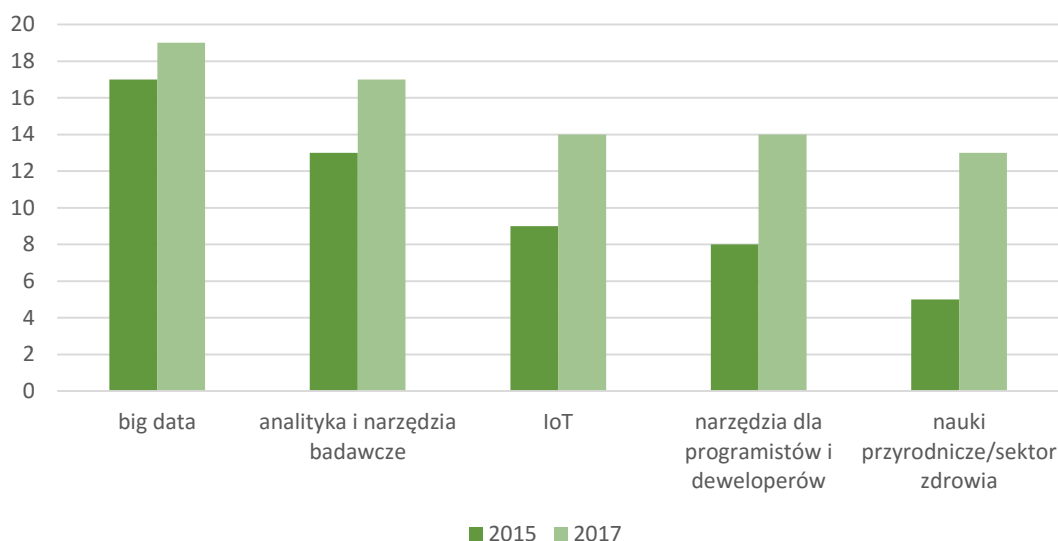
Źródło: Polskie Startupy Raport 2017

Utrzymuje się dominująca tendencja do sprzedaży startupów do małych i średnich firm na poziomie 61%. **Rośnie sprzedaż do korporacji**, w tegorocznym badaniu do 40% (29% w roku 2016) i wraz ze stopniowym rozwojem startupów dane te powinny jeszcze się zwiększać w latach kolejnych. Natomiast odsetek sprzedaży produktów dla odbiorców indywidualnych według badania spadł w skali roku o 9% do poziomu 33%. Wśród dominujących segmentów sprzedaży przez startupy są: **big data 19%** (w porównaniu do 2015 roku wzrost o 2%), **analityka i narzędzia badawcze 17%** (wzrost 4%), **IoT 14%** (wzrost 5%), **narzędzia dla programistów i deweloperów 14%**, **nauki przyrodnicze/sektor zdrowia/biotechnologie 13%**.

Najbardziej popularny model sprzedaży to nadal SaaS (39% w 2017 i 39% w 2015), wzrosło znaczenie marketplace z 10% w 2015 do 15% obecnie, spadły natomiast udziały e-commerce (z 22% do 16%), web services (21% do 15%) oraz mobile (24% do 14%).

Wykres 4.

Najpopularniejsze segmenty sprzedaży (w %)



Źródło: Polskie Startupy Raport 2017

**Startupery nadal nieczęsto uczestniczą w B2G (Business-to-Government), w tym roku 80% deklaruje, że nie brało udziału w zamówieniach publicznych.** Rok wcześniej wynik był podobny i wynosił 83%.

Jeśli chodzi o finansowanie to 62% startupów ma finansowanie własne, jest to więcej niż w roku 2015 (59%) oraz niż w roku ubiegłym, gdy połowa respondentów deklaruwała własne środki finansowe. W skali roku spadła liczba startupów, które deklarują regularne przychody (z 46% do 41%). Przychody czasami zadeklarowało 29%, a brak 30% (rok wcześniej na pytanie wcale lub sporadycznie odpowiedziało 46%, działalność non profit 2%).

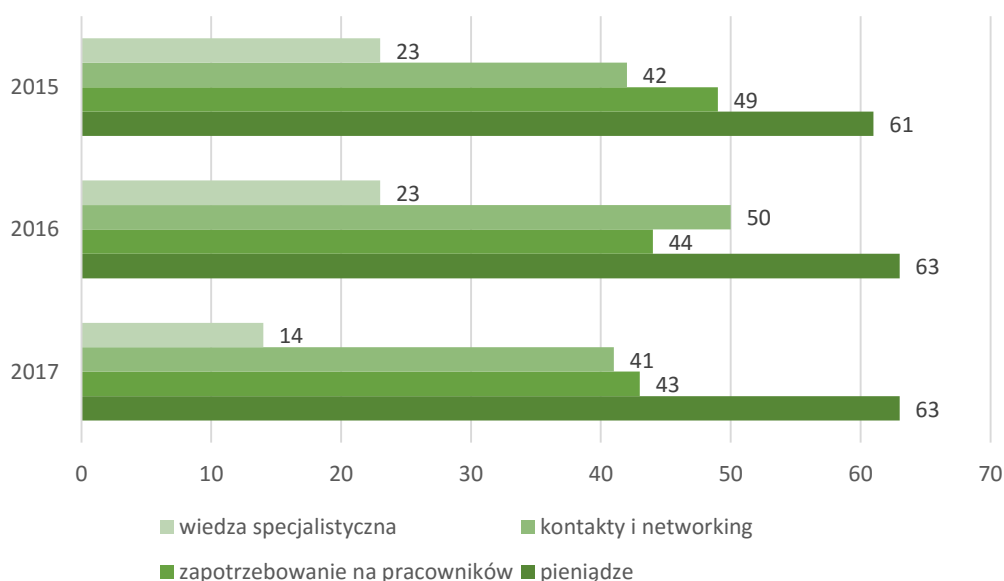
Warto zaznaczyć, że 60% ze startupów osiąga przychód do 100 tys. miesięcznie, a 15% powyżej 0,5 miliona. Ze startupów, które finansują się zewnętrznie najpopularniejsze jest venture capital – 40%, następnie środki publiczne 38%, anioł biznesu 33%. Venture capital w latach poprzednich wynosiło 18% w 2015 i 22% w 2016%, anioł biznesu 20% w 2015, a 17% w 2016. Co piąty startup, który deklaruje środki z zewnętrznego finansowania korzysta z kapitału zagranicznego. W pytaniu o źródła finansowe, jakie chcą pozyskać w ciągu najbliższych 6 miesięcy, również dominuje VC – 55% w 2017 ma zamiar tak się finansować, rok wcześniej było to 59%, anioł biznesu 37% obecnie (35% w 2016). Najwięcej

60%) firm ma jedną rundę finansowania, a jeżeli chodzi o kwotę dofinansowania ze wszystkich rund, to przeważa suma do 500 tys. zł. (34% wszystkich).

Poziom rozwoju startupów: na etapie 1 (formułowanie założeń projektu) – jest 14% przedsiębiorstw (w 2016: 12%), na etapie 2 (intensywne prace nad produktem) – 41% (39% rok wcześniej), na etapie 3 (stabilna sprzedaż i baza użytkowników) – 29% (34% rok wcześniej) oraz na etapie 4 (szybko rosnące przychody oraz liczba klientów/użytkowników) – 16% (15% rok wcześniej).

#### Wykres 5.

Deklarowane potrzeby startupów (w %)



Źródło: Polskie Startupy Raport 2017

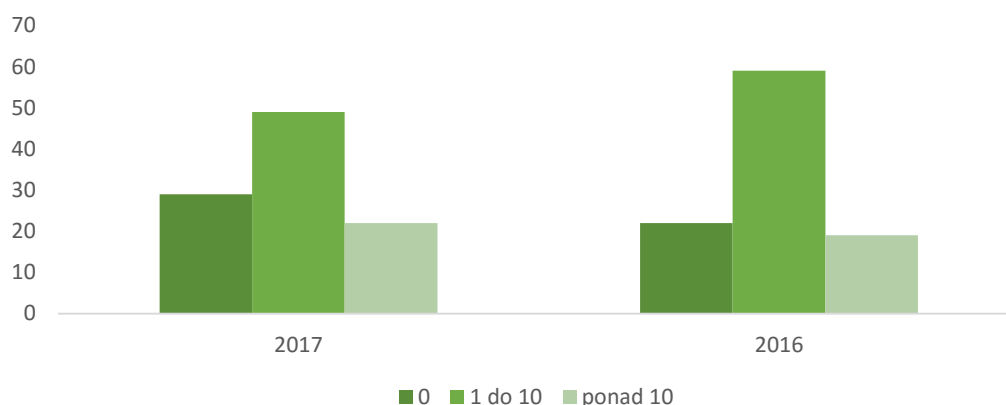
Wśród potrzeb, jakie deklarują przedsiębiorcy zajmujący się startupami **dominują niezmiennie pieniądze** (2017 – 65%, 2015 – 61%). Za najbardziej istotne źródła wiedzy i networkingu uznano indywidualny mentoring, spotkania branżowe i udział w imprezach. We wcześniejszych edycjach badania spotkania branżowe uznawane były za najważniejsze.

Blisko połowa wszystkich startupów (48%) eksportuje swoje produkty (w 2015 - 54%, 2016 – 47%). Najczęściej wymienianym powodem nieeksportowania jest chęć wcześniejszego sprawdzenia biznesu na rynku lokalnym – 57%, 33% deklaruje brak funduszy, a 27% brak kontaktów. Wśród części sprzedaży jaką eksportują dominuje „około 10%” i takich firm jest 21% (w 2016 było 27%). Są również startupy, które koncentrują się na eksporcie - 80% sprzedaży na eksport deklaruje 12% podmiotów (8% w 2016),

90% sprzedaży 13% (15% w 2016), prawie wszystko 13% (11% w 2016). W gronie eksporterów znacznie większy jest udział firm z większym przychodem, tj. powyżej 0,5 mln - 19% przy zaledwie 5% startupów nieeksportujących. Analogicznie wśród firm z najmniejszym przychodem, do 100 tys. udział nieeksportujących jest znacznie większy i wynosi 81% (eksporterzy 49%). Najwcześniej na rynki zagraniczne wchodzi produkty big data i narzędzia dla programistów i deweloperów. Największy odsetek eksporterów (ponad 60%) jest w technologii dla marketingu oraz branży narzędzi dla programistów i deweloperów. **Najslabiej eksportują swoje produkty startupy sektora nauk przyrodniczych i zdrowia (poniżej 40%).**

#### Wykres 6.

Liczba zatrudnianych pracowników



Źródło: Polskie Startupy Raport 2017

71% startupów zatrudnia pracowników. Na pytanie ilu obecnie dominuje przedział od 1 do 10 pracowników – 49% (2016 – 59%), ponad 10 pracowników – 22% (19% w 2016), nikogo – 29% (22% w 2016). W roku 2015 struktura zatrudnienia była następująca: brak pracowników 17%, jedna osoba 9%, 2-4 osoby 34%, 5-10 osób 21%, 11-20 osób 8%, ponad 20 osób 11%. Najliczniej zatrudniają firmy zajmujące się technologią dla marketingu -16% zatrudnia ponad 50 osób.

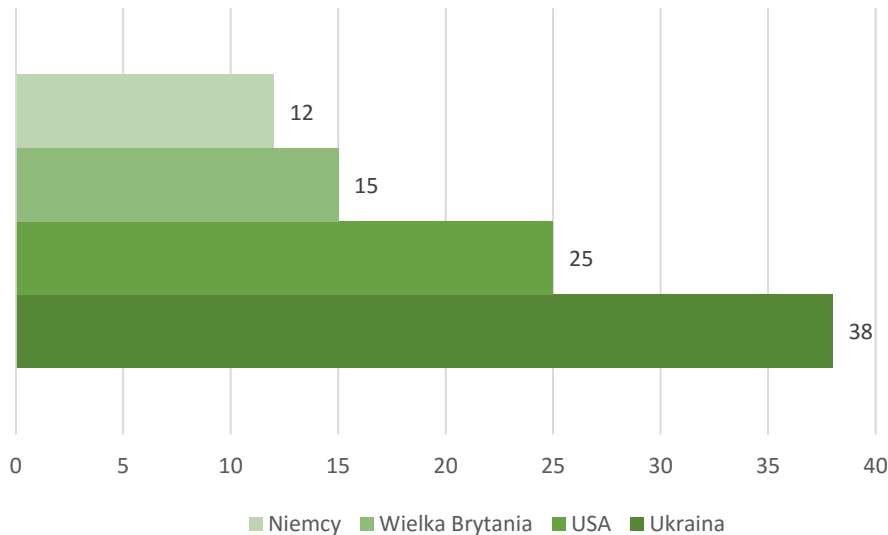
Firmy, które najrzadziej zatrudniają pracowników to przedsiębiorstwa z sektora energetyki i nauk przyrodniczych/zdrowia, odpowiednio 42% i 39%. 37% startupów finansujących się tylko ze środków własnych nie zatrudnia pracowników. 28% startupów zatrudnia obcokrajowców (w 2016 roku 23%).

**Najpopularniejsze kraje pochodzenia obcokrajowców to Ukraina - 38%, USA – 25%, Wielka Brytania – 15% i Niemcy 12%.** Brytyjczycy i Amerykanie to głównie pracownicy na stanowiskach eksperckich, natomiast wysoki odsetek pracowników z Ukrainy to wynik braków kadrowych w Polsce i poszukiwania zasobów ludzkich w krajach sąsiednich. Tendencja ta powinna się utrzymać w związku

z faktem stałego odpływu polskich specjalistów do zagranicznych ośrodków oraz rosnącego w każdej z gałęzi gospodarki udziału pracowników z Ukrainy.

Wykres 7.

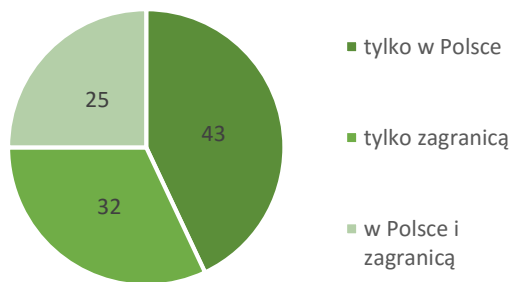
Kraj pochodzenia zagranicznych pracowników polskich startupów (w %)



Źródło: Polskie Startupy 2017 Raport

Wykres 8.

Miejsce patentowania swoich rozwiązań (w %)



Źródło: Polskie Startupy Raport 2017

Jeżeli chodzi o zatrudnienie nowych pracowników w ostatnich 6 miesiącach, to 30% podmiotów nie zatrudniło nikogo, 42% 1-3 osoby, 31% - 4-10 osób, 7% ponad 10 osób. Startupy będące w ekspansji zatrudniają dużo pracowników – 62% firm w tej fazie rozwoju zatrudnia ponad 50 osób. Widać też zależność - **im więcej pracowników tym lepsze wyniki finansowe spółki, prawie 3/4 startupów, które zanotowało w ostatnim pół roku ponad milion złotych przychodu zatrudnia ponad 50 osób.**



Wśród startupów patentujących – 43% robi to tylko w Polsce, 32% tylko za granicą, a 1/4 zarówno w kraju, jak i za granicą. **Ogólnie 19% startupów patentuje swoje rozwiązania** (w 2016 było to 14%, a w 2015 - 34% deklarowało patentowanie, zmieniono jednak zakres definicji tego, co określa się mianem patentu).

Najwięcej patentów jest w branżach nauki przyrodnicze/zdrowie, IoT, elektronika/robotyka i big data. Wśród powodów braku patentowania dominuje niepatentowalność produktu - 61%, 22% nie dostrzega wartości w patentowaniu, 9% tłumaczy się brakiem funduszy. 54% startupów deklaruje, że tworzy całkiem nowy produkt, 43%, iż ulepsza już istniejący, a 3% kopiuje już istniejące rozwiązania.

**W ciągu dwóch lat prawie dwukrotnie zwiększyła się liczba podmiotów deklarujących współpracę z nauką (z 25% do 46%).** Znaczny wzrost nastąpił także wśród startupów, które posiadają własne laboratoria, obecnie jest to 29% względem 11% rok wcześniej. Ponad połowa (55%) sformalizowała współpracę z nauką. Tak jak wzrosła ogólnie współpraca z nauką, tak wzrosły także poszczególne jej formy; dominuje współpraca z uczelniami 62% (22% deklarowało w 2016), następnie z indywidualnym pracownikiem naukowym 51% (24% w 2016), z ośrodkiem naukowo-badawczym innym niż uczelnią 30% (13% w 2016). Należy przewidywać stały rozwój i roczny wzrost kooperacji przedsiębiorstw startupowych z instytucjami naukowymi z uwagi na fakt stałego rozwijania i wdrażanie programów adoptujących rozwiązania naukowe do gospodarki. Także prognozowana koncepcja reformy uczelni wyższych zakładająca większą innowacyjność i położenie nacisku na użyteczność rozwiązań sugerują, iż współpraca nauki i startupów powinna się zacieśniać.

W Małopolsce, a głównie w Krakowie do najważniejszych technologicznych specjalizacji zalicza się beacony, Bluetooth Enable Devices, B2B SaaS oraz gry. W regionie w skali roku odbywa się ponad 500 wydarzeń o tematyce startupowo-technologicznej, za najważniejsze można uznać Bitspiration, największa w tej części Europy impreza B2B branży gier – Digital Dragon, technologia w walce ze smogiem – Smogathon oraz organizowaną przez Miasto Kraków serię imprez w ramach Tygodnia Startupów. Również władze województwa małopolskiego zdają sobie sprawę z potencjału startupowego regionu i jest on podkreślany oraz reklamowany w oficjalnych materiałach promocyjnych, jak również na targach i forach gospodarczych (np. Forum Ekonomiczne w Krynicy).

Więcej informacji o Startup Polska oraz raportach na: <http://startuppoland.org>



Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego  
Departament Polityki Regionalnej  
ul. Wielicka 72B, 30-552 Kraków

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej z Europejskiego Funduszu Społecznego  
w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Małopolskiego na lata 2014-2020



Unia Europejska  
Europejskie Fundusze  
Strukturalne i Inwestycyjne



[www.obserwatorium.malopolska.pl](http://www.obserwatorium.malopolska.pl)