



Rynek start-upów

zrównoważonego rozwoju

w Polsce

Diagnoza - wyzwania – bariery – perspektywy.

14 listopada 2024

Startup Academy



Plan prezentacji

1. O Startup Academy

2. Cel badania

3. Przebadana grupa – definicja start-upu zrównoważonego rozwoju

4. Motywacje do założenia startupu

5. Potrzeby, bariery, oczekiwania

6. Czy bycie zrównoważonym start-upem pomaga w rozwoju?

7. Ocena ekosystemu wsparcia

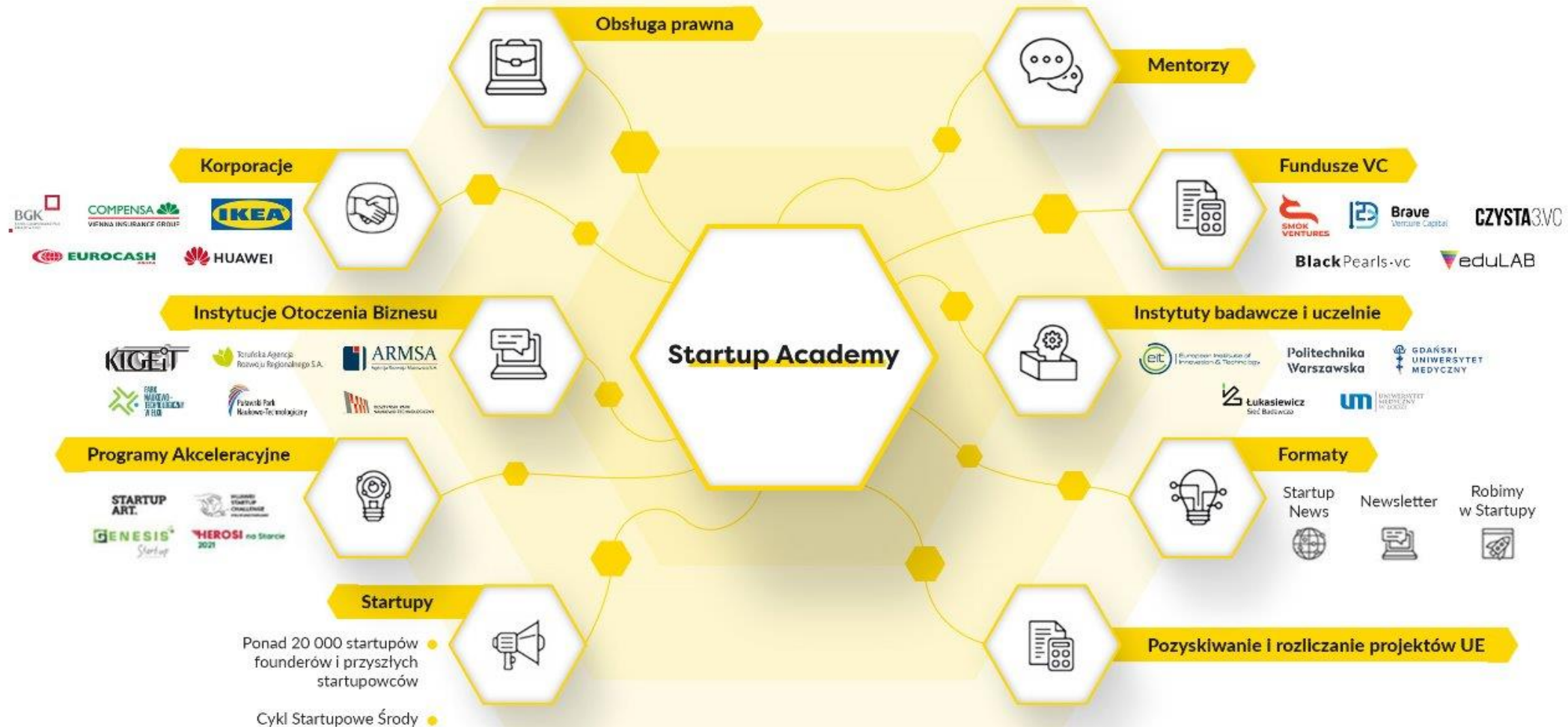
8. Start-upy, a korporacje

9. Rady od start-upów

10. Kluczowe wnioski

11. Rekomendacje

Budujemy Polski Ekosystem Innowacji



11

lat doświadczenia
w branży

230

projektów
zrealizowanych
z samorządami
i korporacjami

45 tys.

osób skorzystało
z naszego
wsparcia

50

współpracujących
trenerów-
praktyków

Cel Badania



**Zrozumienie wyzwań
stojących przed
start-upami
zrównoważonego
wpływu**



**Stworzenie wskazówek
dotyczących
kształtowania
programów i inicjatyw
wsparcia ekosystemu
innowacji**



**Zwiększanie
świadomości i edukacja
konsumentów oraz
partnerów
korporacyjnych**

Start-upy zrównoważonego rozwoju to nie tylko OZE!



Przebadane start-upy

Charakterystyka badanych



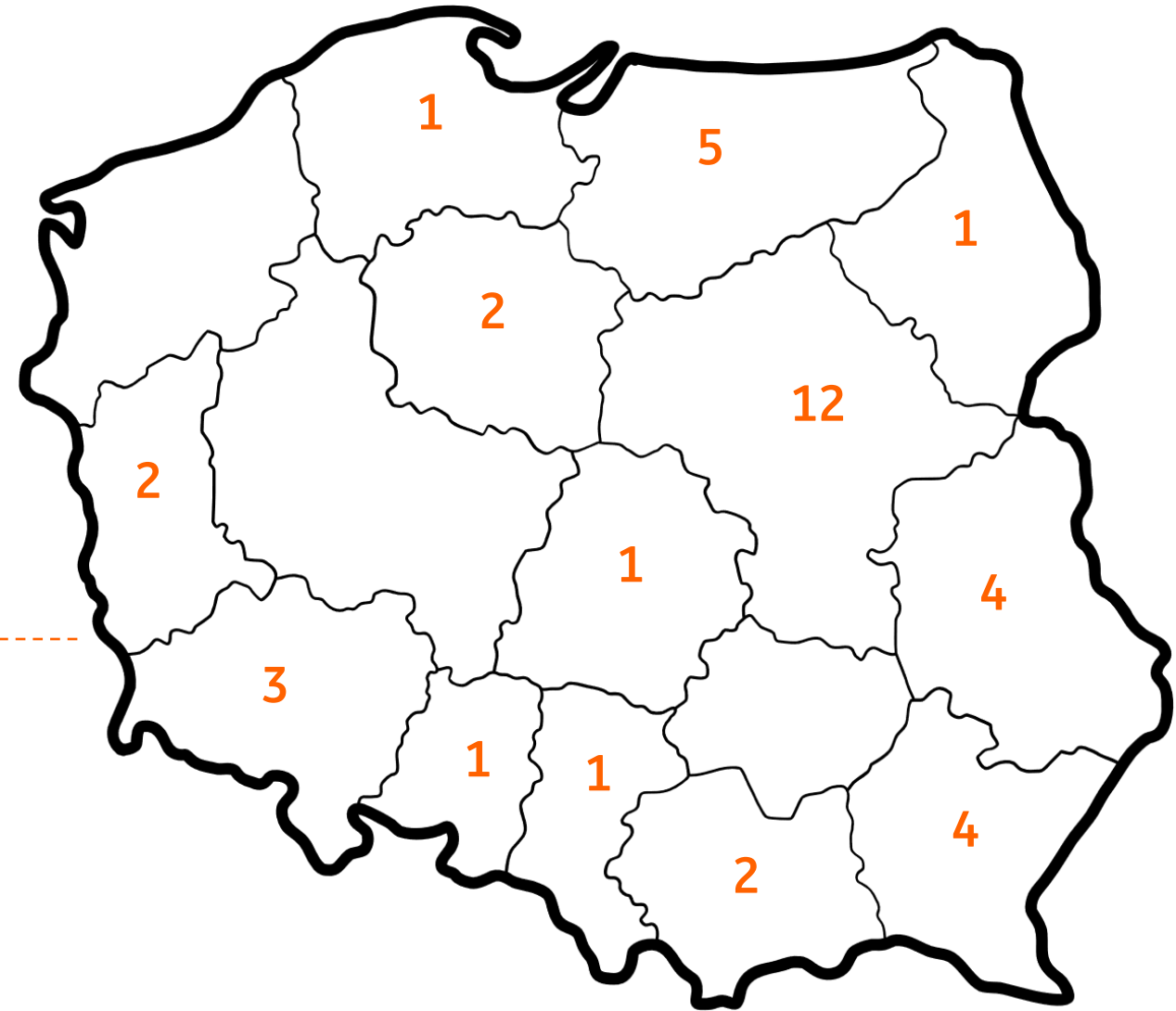
39 start-upów (104 założycieli)



74% założyciele



26% założycielki



Rozkład geograficzny

Motywacja do założenia biznesu



Wewnętrzna motywacja wartości i poczucie misji



Profesjonalne doświadczenie i wiedza ekspercka



Odpowiedź na rynkowe trendy i wzrost znaczenia zrównoważonego rozwoju



Chęć niezależności oraz potrzeba samorealizacji



Motywacja wynikająca z osobistych przeżyć i sytuacji życiowych



Motywacje mieszane – ekonomiczne i społeczne



Kluczowe kompetencje sukcesu w ocenie badanych



Wytrwałość,
determinacja
i odporność (36%)



Kompetencje
komunikacyjne,
sprzedażowe
i networkingowe
(36%)



Elastyczność,
adaptacja
i innowacyjność
(31%)



Umiejętności
zarządzania
zespołem i
finansami (28%)



Wiedza techniczna
i specjalistyczna
(26%)



Potrzeby start-upów zrównoważonego rozwoju



1. Finansowanie (82%)



2. Rozwój zasobów ludzkich i kompetencji specjalistycznych (20%)



3. Partnerstwa strategiczne i rozbudowa sieci kontaktów (31%)



4. Wsparcie sprzedaży i marketingu (13%)



5. Wsparcie prawne, certyfikacyjne i doradcze (13%)

Oczekiwania wobec ekosystemu



Uproszczenie
procedur
grantowych



Mocniejsze
wsparcie dla
scale-upów



Pomoc w
nawiązywaniu
relacji
międzynarodowych



Mocniejszy nacisk
na impaktowość,
a nie aspekty
finansowe

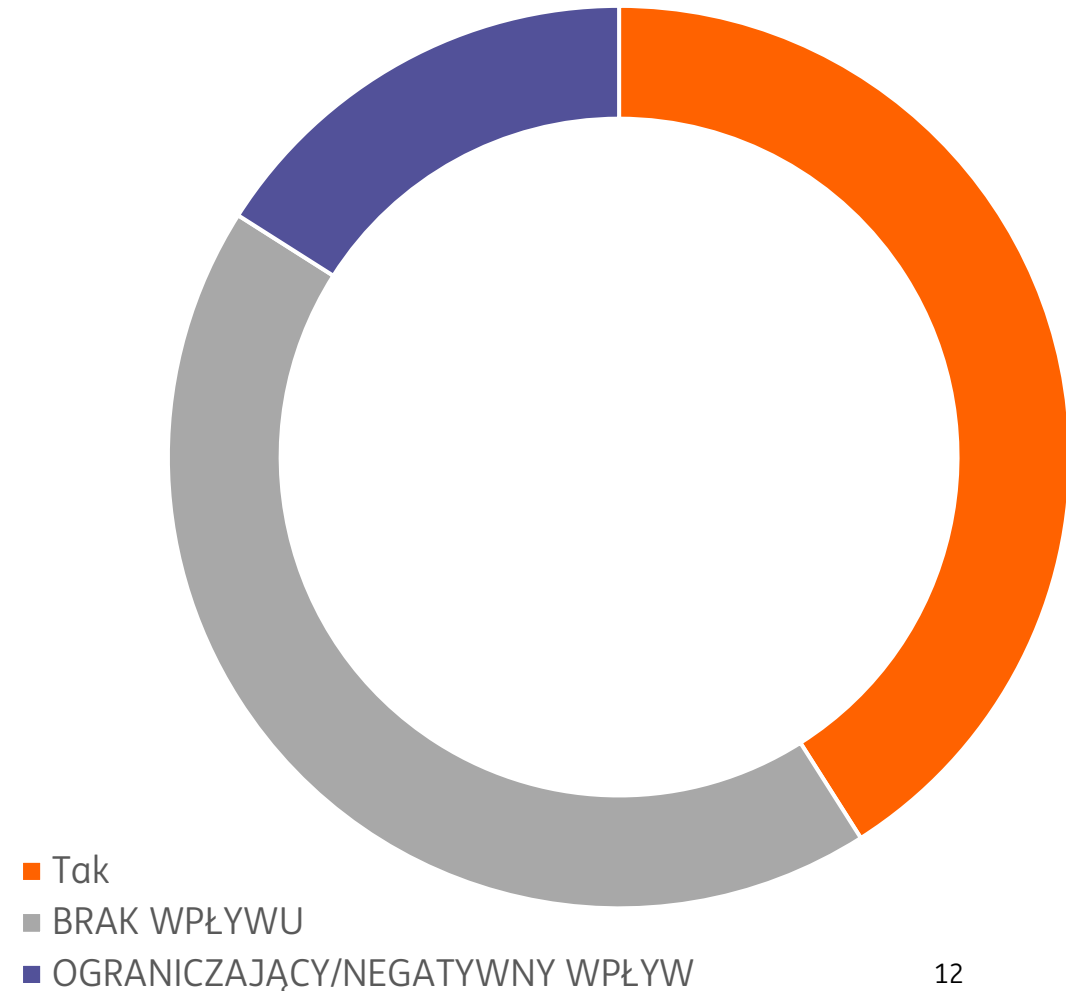


Holistyczne
wsparcie w rozwoju
a nie podejście
projektowe

Czy bycie zrównoważonym start-upem ma wpływ na pozyskanie finansowania?

59%

twierdzi, że nie ma, bądź
ma wręcz negatywny wpływ!



Dominujące bariery



Brak dostępu do finansowania



Skomplikowane regulacje prawne



Niski poziom świadomości konsumentów



Brak dostępu do sieci kontaktów i partnerstw



Deficyt wykwalifikowanego personelu



Perspektywy rozwoju



Przeważający optymizm co do przyszłości start-upów



Znaczenie kapitału i stabilnych warunków ekonomicznych

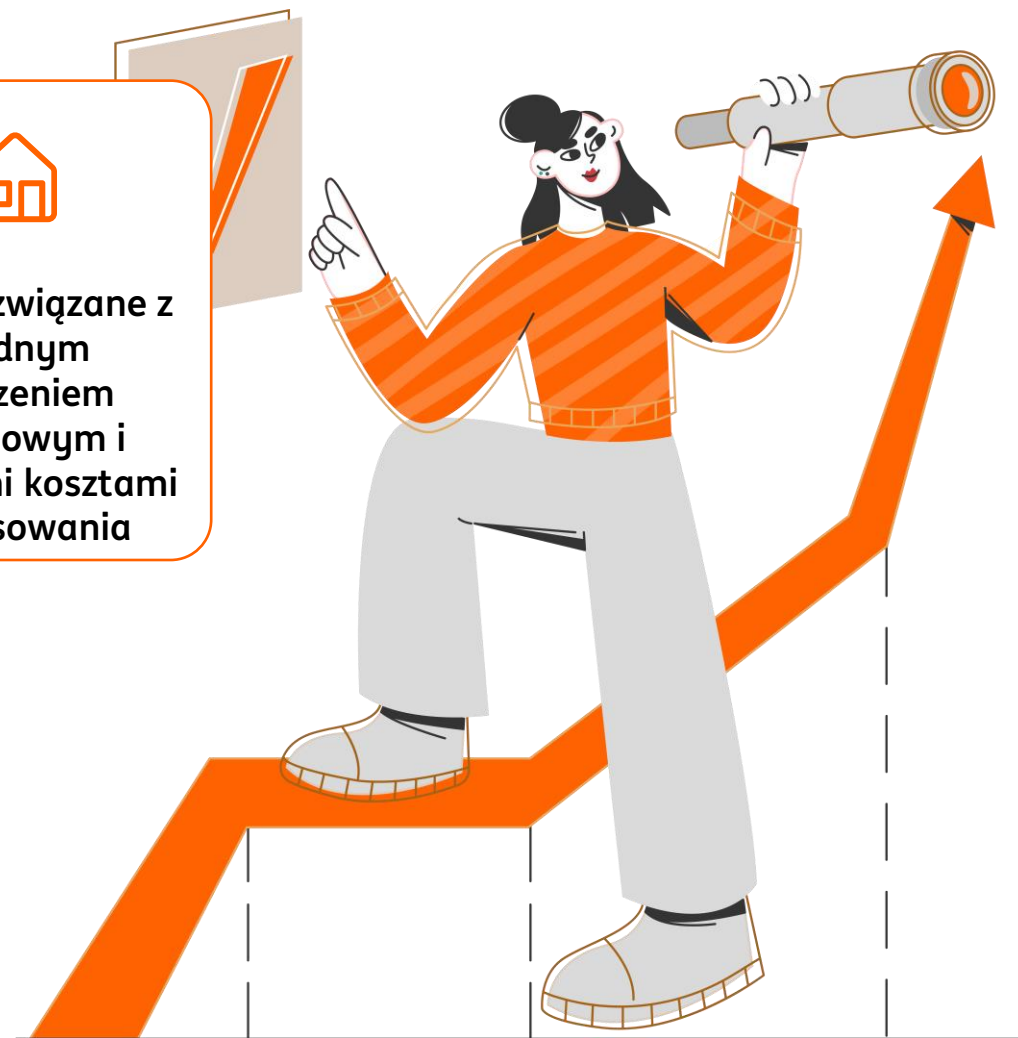
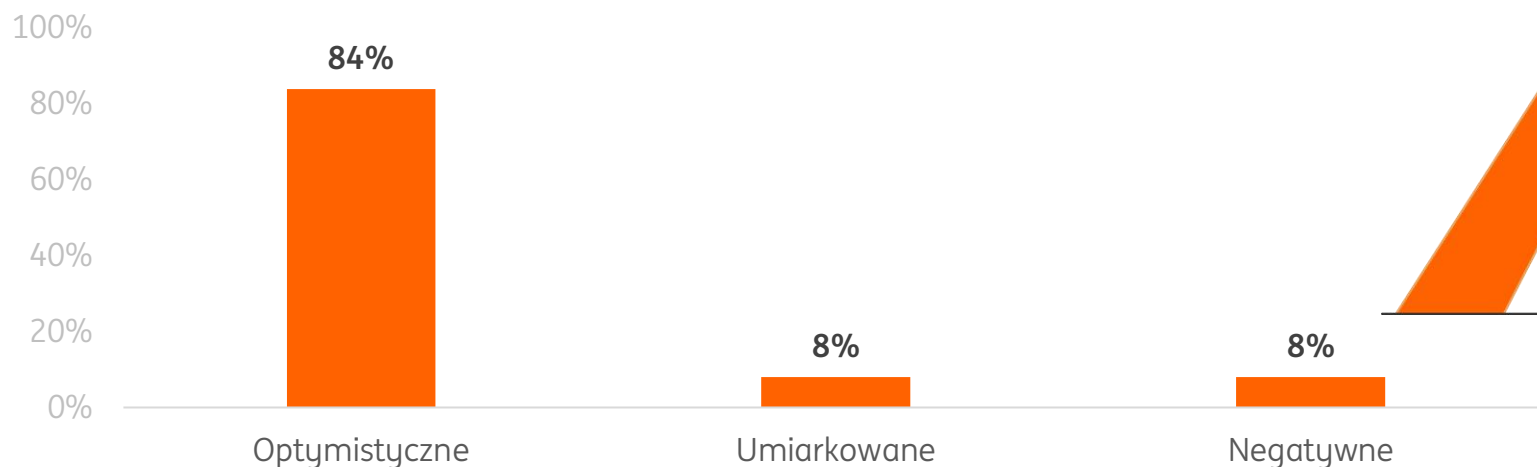


Edukacja i adaptacja rynku jako bariery i szanse rozwoju



Ryzyko związane z trudnym otoczeniem branżowym i wysokimi kosztami finansowania

Perspektyw rozwoju start-upów zrównoważonego rozwoju



Kluczowe cele na najbliższe 3 lata



Ekspansja międzynarodowa jako strategiczny priorytet



Osiągnięcie rentowności dla stabilności finansowej



Komercjalizacja jako klucz do wzrostu przychodów



Rozwój technologiczny jako fundament przewagi konkurencyjnej



Znaczenie partnerstw strategicznych



Start-upy, a korporacje

Modele współpracy

- Brak planu/modelu współpracy start-upu z korporacjami
- Podwykonawstwo i dostawa produktów (ok. 20%)
- Partnerstwa i konsorcja – strategiczne relacje
- Projekty pilotażowe i demonstracyjne
- Usługi konsultingowe i szkoleniowe
- Modele sprzedaży B2B I licencyjne

Barierzy

- Proces decyzyjny i problemy z dotarciem do osób decyzyjnych
- Problemy proceduralne i brak transparentności
- Różnice w kulturze organizacyjnej i podejściu do pracy
- Problemy finansowe i logistyczne
- Problemy z zaufaniem i budowaniem relacji
- Kompleksowość procedur compliance



„Bardzo długie terminy płatności, co dla startupu jest dużym problemem. Zawię umowy, które bez działu prawnego trudno ocenić i długo negocjować. Duża firma często wymaga realizacji dużego zamówienia, na którego sfinansowanie często startup nie ma środków. Wyzwaniem jest przebicie się przez całą maszynę do osób decyzyjnych”

Wnioski i porady od start-up'owców

Przemyślenia respondentów w kontekście rozwoju start-upów zrównoważonego rozwoju w Polsce

- ✓ *„Potrzebne jest budowanie świadomości przez duże firmy, że działania zrównoważonego rozwoju wymagają innej wyceny produktów. Jeżeli chcielibyśmy jako społeczeństwo, żeby takich firm było więcej, powinniśmy wprowadzić pewne prawne przywileje (podatkowe, lub organizacyjne), które wspierałoby firmy z odpowiedzialnym łańcuchem dostaw”.*
- ✓ *„Należy skupić się na działaniu. Budowaniu silnej marki, która jest postrzegana jako profesjonalna i zorientowana na biznes. Podejmowaniu konkretnych działań i realizacji celów, co przyciąga inwestorów i klientów”*
- ✓ *„Chcemy, żeby było więcej dedykowanych projektów, z ludźmi w jury z otwartymi głowami, którzy widzą wartość dodaną, a nie cyferki. Pomoc w edukacji - programy, edukacja na temat zrównoważonego rozwoju, bo nam się to wszystko opłaci nie tylko finansowo”*

Wnioski i porady od start-up'owców

Rady dla planujących rozpocząć działalność w obszarze zrównoważonego rozwoju

- ✓ *„Bądźcie nieustępliwi i cierpliwi. Rozwiążcie realny problem. Istotne jest oferowanie produktu lub usługi zgodnego z obecnymi albo nadchodzącymi trendami”*
- ✓ *„Jeżeli Twój biznes nie poprawia życia ludzi lub firm to go nie rób”*
- ✓ *„Trzeba znaleźć jak najlepszy zespół ludzi, ważne są ludzkie kompetencje, ale też tzw. "twarda wiedza", która jest fundamentem, otwartość myślenia, przełamywanie paradygmatów, współpraca w zespole”*
- ✓ *„Nie bać się angażować w działalność z dużymi firmami. Myśleć globalnie, a nie tylko lokalnie”*

Kluczowe wnioski



Zmiana świata na lepsze

to główna motywacja start-upowców!





Nie wystarczy być „eko”

żeby pozyskać inwestora





Nie wystarczy być „eko”

żeby przekonać klientów



A man with a beard and a woman are looking at a grid of orange sticky notes on a glass wall in a modern office. The man is wearing a grey sweater and the woman is wearing a grey sweater and a blue skirt. In the background, another person is working at a computer.

**Konieczność wzmocnienia wsparcia
na wyższym poziomie rozwoju firmy**



Rynek napędza legislacja

a nie trendy konsumenckie





Wciąż niewiele kobiet

rozwija startupy w Polsce



Platformy Startowe PARP

wpływają na miejsce rejestracji startupu



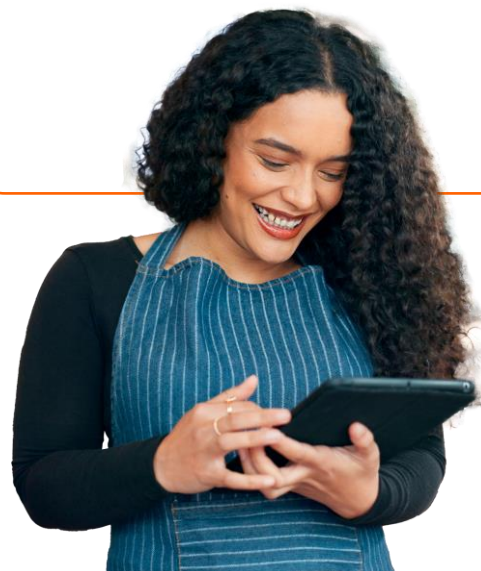
Wiele zależy od nas i od Ciebie!



Start-upowcy zrównoważonego rozwoju powinni mocniej stąpać po ziemi i zrozumieć punkt widzenia klienta.



Ekosystem innowacji powinien wdrożyć działania, które dadzą realne wsparcie i finansowania dla impaktowych startupów.



Konsumenci powinni swoimi decyzjami wspierać misję tych, którzy zmieniają świat na lepsze.



