

## Dziś pomysł, jutro produkt. Start-up – przykłady projektów na rynku IT

### Streszczenie

W artykule poświęcono uwagę firmom znajdującym się w fazie rozruchu, zwanym start-up'ami – działającym na rynku nie dłużej niż rok. Przedstawiono etapy tworzenia takich form działalności, szanse i zagrożenia związane z powstaniem nowego biznesu. Podjęto rozważania na temat tego: czy każdy pomysł można przełożyć na dobry produkt? jakie pomysły mają największe szanse na sukces? oraz co decyduje o tym, że pomysł przekształca się w (udany) biznes? Wskazano znaczenie jakości pomysłu w fazie wejścia na rynek oraz dostępność instrumentów (w tym finansowych) wsparcia początkujących przedsiębiorców. Omówiono proces przeobrażenia pomysłu w produkt i zaprezentowano przykłady firm z branży IT, które w ostatnich latach przebyły z sukcesem drogę od koncepcji prowadzenia biznesu do jej realizacji.

**Słowa kluczowe:** start-up, etapy działalności przedsiębiorstw, źródła finansowania działalności, akceleratory start-up'ów.

### Wprowadzenie

Cykl życia biznesu składa się z kilku faz: zasiewu (ang. seed stage), start-up'u (ang. startup stage), ekspansji (ang. expansion stage) i wymiany (ang. replacement stage)<sup>1</sup>. Okres początkowy funkcjonowania każdej firmy jest szczególnie ważny. To wtedy następuje podjęcie decyzji o założeniu działalności, określenie podstawowych celów jej funkcjonowania i rynkowej koncepcji prowadzonego biznesu. W tym czasie podejmowane są również czynności mające na celu sformalizowanie systemu organizacyjno-prawnego firmy czy wyboru metodyki. Działania te podejmowane są chętnie szczególnie w firmach branży IT ukierunkowanych na szybkie uzyskiwanie rezultatów w postaci innowacyjnych usług i produktów IT ze względu na stosunkowo krótkie okresy pozyskiwania pierwszych rezultatów – oraz nastawienie na dużą zmienność (nieznajomość) końcowej postaci produktu<sup>2</sup>. Etap ten, określanany jako faza start-up (inaczej: faza rozruchu, startowa), może mieć strategiczne znaczenie dla dalszych etapów rozwoju i wzrostu przedsiębiorstwa. Nieprawidłowo przeprowadzony może przyczynić się do niepowodzeń biznesowych, a nawet upadku podmiotu gospodarczego w dalszym okresie jego funkcjonowania<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> S. Flejterski, *Kapitał zalążkowy i początkowy w finansowaniu mikro i małych przedsiębiorstw w krajach Unii Europejskiej*, „Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa, Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemśle ORGANIZACJA I ZARZĄDZANIE, Numer specjalny maj 2007, s. 43.

<sup>2</sup> *Procesy i projekty w branży IT*, <http://manager.nf.pl/procesy-i-projekty-w-branzy-it,15328,55> [dostęp 04.04.2013].

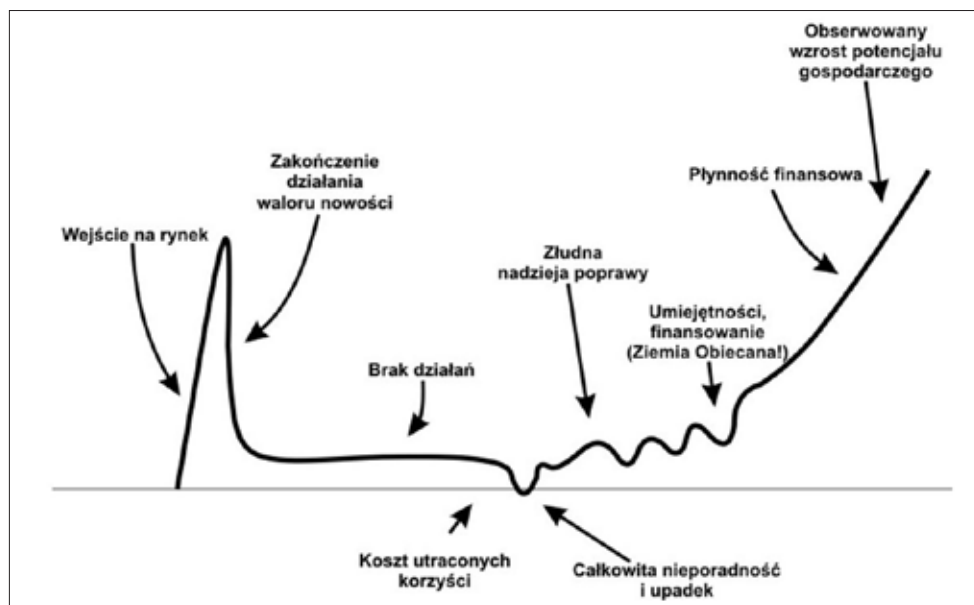
<sup>3</sup> S. Lachiewicz, M. Matejun (red.), *Zarządzanie rozwojem małych i średnich przedsiębiorstw*, Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa 2011, s. 61–84.

## Start-up – czyli co?

Start-up to nowy podmiot gospodarczy, który rozpoczął działalność i znajduje się jeszcze w początkowej fazie rozwoju. To najczęściej mikrofirma bądź mała firma w pierwszym roku funkcjonowania, która nie sprzedaje jeszcze swoich produktów i usług komercyjnie, a przygotowuje swoją ofertę i kompletuje dane marketingowe niezbędne do wejścia na rynek<sup>4</sup>. Start-up'em może być również młode przedsiębiorstwo powstałe w wyniku podziału, rozprzestrzenienia się lub reorganizacji i specjalizacji istniejących firm<sup>5</sup>.

Faza start-up'u to taki czas rozwoju przedsiębiorstwa, w którym kluczowe znaczenie mają pozyskanie kapitału, prezentacja gotowych produktów i usług oraz opracowanie strategii wprowadzenia ich na rynek. Okres ten charakteryzuje się wyraźnym ryzykiem inwestycyjnym i działaniem w warunkach skrajnie wysokiej niepewności. Jak wskazuje P. Graham (rys. 1), jest to czas dynamicznych zmian, wejścia na rynek z nową formułą i aktywnych działań, aż do zaprzestania oddziaływania waloru nowości i świeżości wprowadzanego produktu. To pierwsze silne załamanie powoduje, że wiele firm zaprzestaje jakichkolwiek działań i upada. Przetrwanie pierwszego kryzysu daje jednak perspektywy poprawy sytuacji, a dodatkowe finanse i wykorzystanie nowych umiejętności przyczyniają się do przywrócenia płynności finansowej i widocznego wzrostu potencjału gospodarczego.

Rysunek 1. Krzywa start-up'u



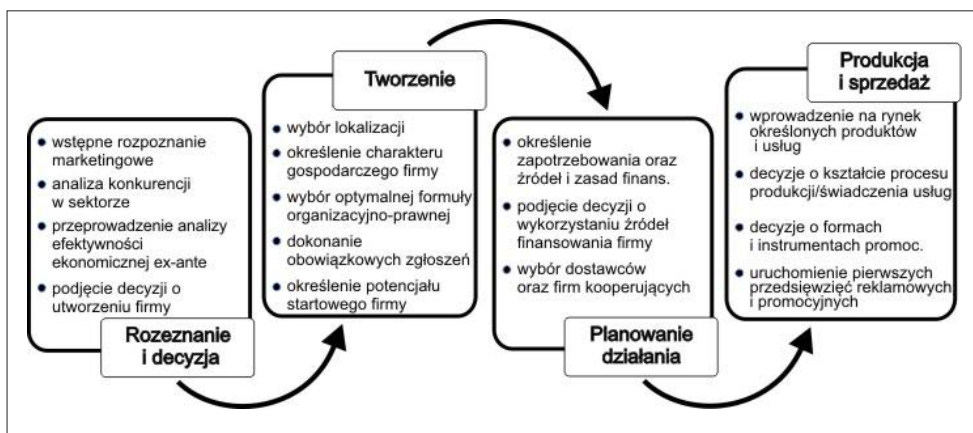
Źródło: Graham P., The startup curve, [www.avc.com](http://www.avc.com) [dostęp 27.03.2012].

<sup>4</sup> *Jak zostać i pozostać przedsiębiorcą, informator dla nowo powstałych firm*, PARP, Warszawa 2011.

<sup>5</sup> Eurostat – OECD Manual on Business Demography Statistics, Luxemburg 2007.

Okres start-up'u wiąże się niejednokrotnie z dylematami natury strategicznej, związanymi z określeniem celów i możliwości ich realizacji. Tymczasem, jak wskazują A. Zelek i G. Maniak, w większości nowo powstających przedsiębiorstw w Polsce sposób i strategia funkcjonowania firmy są wynikiem intuicyjnych działań, elastyczności, pasywności wobec konkurencji, a nie świadomego wyboru.<sup>6</sup> Dlatego, aby zminimalizować ryzyko niepowodzeń, faza startowa powinna być uporządkowana wewnętrznie i zrealizowana etapami, które przedstawiono na rysunku 2.

Rysunek 2. Etapy realizacji start-up'u



Źródło: opracowanie własne na podstawie Bielak J., *Tworzenie i działanie małej firmy*, Wydawnictwo Uczelniane Politechniki Koszalińskiej, Koszalin 2001.

Działanie według określonego planu pozwoli uniknąć najczęściej popełnianych błędów, takich jak<sup>7</sup>:

- 1) tworzenie identycznych benchmarków – należy unikać powielania zrealizowanych już i cieszących się dużym powodzeniem pomysłów (nawet jeżeli nie są one udane i wymagają usprawnień);
- 2) brak dobrze zdefiniowanych założeń projektu – konieczne jest prawidłowe określenie grupy docelowej, modelu finansowania oraz rozeznanie rynku (konkurencji);
- 3) brak dobrego modelu biznesowego, który stanowi klucz do sukcesu przedsięwzięcia;
- 4) brak wykonawcy projektu (posiadającego doświadczenie w realizacji podobnych pomysłów);
- 5) brak zaufania do wykonawcy;
- 6) brak budżetu (lub niewystarczające środki finansowe) na marketing;
- 7) brak pomiaru skuteczności działań (szczególnie śledzenie informacji, które źródła nie przekładają się na sprzedaż lub pozyskanie klientów);

<sup>6</sup> A. Zelek, G. Maniak, *Kapitał intelektualny polskich przedsiębiorstw w fazie startu*, Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Katowice 2013.

<sup>7</sup> [http://startup.di.com.pl/porady/38080,0,Najczestsze\\_bledy\\_popelniane\\_przez\\_tworcow\\_startupow-Anna\\_Wasilewska-Spιοch.html](http://startup.di.com.pl/porady/38080,0,Najczestsze_bledy_popelniane_przez_tworcow_startupow-Anna_Wasilewska-Spιοch.html) [dostęp 22.05.2011].

- 8) nieuwzględnienie kosztów dodatkowych;
- 9) skomplikowany projekt na początek działania;
- 10) za krótki czas wyznaczony na realizację projektu;
- 11) niewystarczające fundusze na początek działalności i niezabezpieczenie środków na pierwsze kilka, kilkanaście miesięcy działalności, które mogą przynosić ograniczone dochody lub nie przynosić ich wcale.

Pamiętając o kolejności działań i kwestiach kluczowych dla prawidłowej realizacji przedsięwzięcia (jak zapewnienie stałego źródła jego finansowania), należy zweryfikować sam pomysł na biznes i wykorzystać wszelkie dostępne narzędzia pozwalające oszacować ryzyko niepowodzenia przedsięwzięcia.

---

### **Czy pomysł = sukces? A może skorzysta z akceleratorów start-up'ów?**

---

Rozwój gospodarczy może się opierać na różnych przesłankach, jednak dobry pomysł, którego realizacja wywoła pozytywne efekty w danej lokalizacji, jest najważniejszy. Impulsem dla ciekawych przedsięwzięć są z jednej strony uwarunkowania naturalne (i możliwość ich wykorzystania), a z drugiej – specyfika danej kultury i mentalność ludzi. Dzięki temu dobry pomysł można przełożyć na produkt, dostosowując się do warunków panujących na ciągle zmieniającym się rynku i wychodząc naprzeciw oczekiwaniom konsumentów<sup>8</sup>.

Nie istnieją wytyczone ścieżki przejścia od pomysłu do sukcesu. Można za to wskazać, których rozwiązań należy unikać i kiedy (w których etapach działalności, w jakich sytuacjach) zwalniać albo przyspieszać i weryfikować pomysł (czy rzeczywiście rozwiązuje on problem klienta/użytkownika). Po przetestowaniu pomysłu w różnych warunkach i dobrym przełożeniu go na produkt ważne jest znalezienie sposobu na jego monetyzację. Niepowodzenie w tym działaniu jest równoważne z brakiem umiejętności sprzedażowych zespołu tworzącego start-up i potrzebą zaangażowania kogoś z zewnątrz. Statystyki mówią jasno: tylko 10% start-up'ów ma szansę na rynkowy sukces, a wśród najczęstszych przyczyn porażek podaje się: brak dobrego zespołu, przekonanie, że produkt „sprzeda się sam”, brak determinacji w działaniu i nieprzewodzenie badań nad produktem (jego aktualnością i spełnianiem oczekiwań użytkowników)<sup>9</sup>.

Kluczowymi czynnikami odpowiedzialnymi za sukces pomysłu według Tomaszewskiego są<sup>10</sup>:

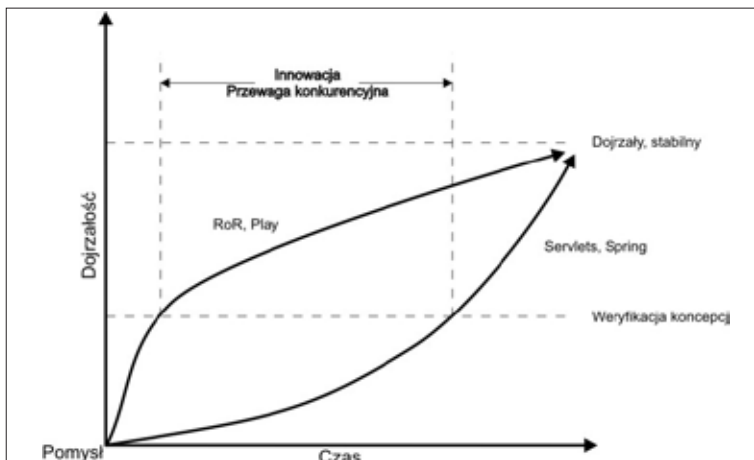
- umiejętność popełniania błędów – przykładami start-up'ów, które rozpoczęły od zupełnie innych pomysłów lub błędnych założeń, są m.in. Twitter czy Instagram;
- szybkość wdrażania nowych koncepcji – nieustanne testowanie nowych pomysłów i jak najszybsze zaoferowanie produktu bądź usługi światu (ang. *proof of concept* – weryfikacja koncepcji);

<sup>8</sup> A. Hildebrandt, *Spoiwem zawsze jest człowiek*, „Lokalne Bieguny Wzrostu” nr 4/2007 (33).

<sup>9</sup> A. Łopusiewicz, *Start-Up. Od pomysłu do sukcesu*, Warszawa 2013.

<sup>10</sup> T. Tomaszewski, *Startup DNA – Formuła stojąca za sukcesem startupu*, <http://productmanager.pl/2013/startup-dna-formula-stojaca-za-sukcesem-startupu/> [dostęp: 14.03.2014].

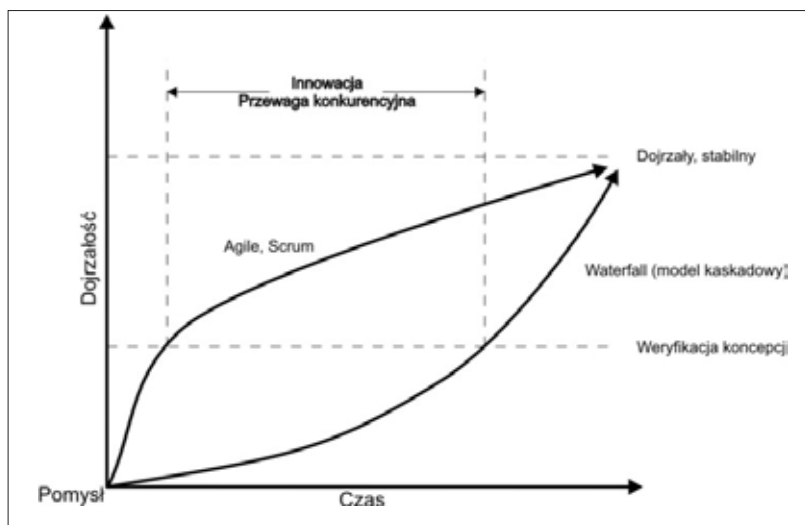
Rysunek 3. Rozwój produktu – porównanie architektur



Źródło: opracowanie własne na podstawie Tomaszewski T., 2013, *Startup DNA – Formuła stojąca za sukcesem startupu*, <http://productmanager.pl/2013/startup-dna-formula-stojaca-za-sukcesem-startupu/> [dostęp: 14.03.2014].

Nieustanne testowanie pomysłu w czasie przy użyciu dostępnych metod zarządzania projektami (tj. Agile), metodyk prowadzenia projektów (tj. Scrum), modeli (tj. model kaskadowy – ang. *Waterfall model*) i w oparciu o wybraną architekturę (np. Spring, Servlets i in.) wpływa na jego rozwój, pełną weryfikację koncepcji i osiągnięcie dojrzałości produktu zapewniającej mu przewagę konkurencyjną (rys. 3 i rys. 4).

Rysunek 4. Rozwój produktu – porównanie metod



Źródło: opracowanie własne na podstawie Tomaszewski T., 2013, *Startup DNA – Formuła stojąca za sukcesem startupu*, <http://productmanager.pl/2013/startup-dna-formula-stojaca-za-sukcesem-startupu/> [dostęp: 14.03.2014].

– postępowanie według prawa Boyda, które brzmi „szybkość iteracji jest ważniejsza od jakości iteracji”;

– mierzenie wszystkiego, zgodnie z dewizą, że „ciężko coś poprawić, nie wiedząc, co jest złe”;

– dystrybucja produktów – ponieważ nieprawdą jest, że „dobry produkt sprzedaje się sam”, a przyczyną niepowodzeń start-up’ów jest słaba dystrybucja produktu, a nie słabość samego produktu;

– dzielenie się wiedzą (uczenie siebie poprzez nauczanie innych).

Realizacja pomysłu biznesowego może się odbyć (przy dużym ryzyku niepowodzenia) tradycyjnie przez rejestrację firmy we właściwym urzędzie lub poprzez uczestnictwo w jednym z dostępnych ekosystemów wspierania przedsiębiorczości. Poszukiwania dla start-up’u o najlepszym modelu biznesowego – czyli takiego, który jest rentowny, skalowalny oraz powtarzalny, mogą mieć miejsce w jednym z kilkudziesięciu ośrodków geograficznych oferujących różne formy pomocy dla nowo powstających firm. W takich ośrodkach można najłatwiej, najszybciej, najtaniej (i bez żadnego ryzyka) przetestować swój pomysł.

Wśród najbardziej znanych działających ekosystemów wspierania start-up’ów wyróżnia się następujące:

1. Stany Zjednoczone – Dolina Krzemowa. To tam swoje siedziby usytuowali giganci technologicznego świata, jak Google, Facebook, Apple czy Microsoft. Dla start-up’ów to niczym Hollywood dla przemysłu filmowego. To miejsce, w którym można przystąpić do jednego z akceleratorów przedsiębiorczości:

– Y-Combinator – oferuje młodym przedsiębiorcom 3-miesięczne programy budowy start-up’ów, inwestycję załączkową (do 20 tys. USD w zamian za 6% udziałów w przedsiębiorstwie), doradztwo, możliwość uczestnictwa w szeregu szkoleń oraz networking. Do końca 2013 roku Y-Combinator miał na swoim koncie 526 inwestycji. Najbardziej znane start-up’y, które powstały dzięki jego wsparciu, to m.in.: Dropbox, Reddit oraz Airbnb.

– The Founder Institute – oferujący 4-miesięczne programy, podczas których przedsiębiorcy analizują i rozwijają swoje pomysły biznesowe przy wsparciu 900 mentorów z całego świata. Rekrutacja do programu wiąże się z oceną cech osobowości oraz psychiki osoby ubiegającej się o udział w programie. Warunkiem uczestnictwa jest wpłata 800 dolarów (tytułem pokrycia kosztów organizacji programu) oraz deklaracja przekazania 3,5% udziałów start-up’u, które w przypadku jego sukcesu i pozyskania inwestycji rozdzielane są pomiędzy osoby, mające wkład w jego rozwój.

2. Chile – Organizacja Rozwoju Gospodarczego (CORFO) wspólnie z Ministerstwem Gospodarki organizują 24-tygodniowy program rozwoju start-up’ów pn. „Start-Up Chile”. W jego ramach młodzi przedsiębiorcy otrzymują wizę na czas trwania projektu, przestrzeń do pracy, możliwość uczestnictwa w szeregu szkoleń i mentoringów oraz środki finansowe na rozwój pomysłu.

3. Polska. Od 2008 roku swoją działalność prowadzi Polska Przedsiębiorcza (PP), która stanowi obecnie największy i najprężniej działający ekosystem wspierania przedsiębiorczości w naszym kraju. W procesie budowy własnej firmy pierwszym i najistotniejszym krokiem jest przetestowanie swojego pomysłu biznesowego w ramach Akademickich Inkubatorów Przedsiębiorczości (AIP). To miejsce, w którym istnieje możliwość weryfi-

kacji pomysłu w realiach rynkowych bez potrzeby otwierania tradycyjnej działalności gospodarczej. Dzięki udzielonej na czas testowania pomysłu osobowości prawnej, za miesięczną opłatą 250 zł netto, przedsiębiorstwo ma zapewnioną obsługę księgową oraz prawną, dostęp do powierzchni biurowej, doradztwo, mentoring, szkolenia, jest zwolnione z obowiązku odprowadzania składek do ZUS oraz ma możliwość udziału w cyklu spotkań networkingowych. Po zakończeniu prac w inkubatorze fundusz AIP Seed Capital inwestuje w najbardziej innowacyjne projekty (100 tys. złotych w zamian za 15% udziałów w przedsiębiorstwie). Dotychczas fundusz zainwestował w 43 start-up'y. Kolejnym elementem ekosystemu jest sieć akceleratorów biznesu AIP Business Link, które umożliwiają dalszy rozwój start-up'u w przyjaznym do tego otoczeniu. Wszystkie elementy ekosystemu PP zapewniają wsparcie w trzech kluczowych obszarach: firma, wiedza oraz społeczność.

Przetestowanie pomysłu, przy minimalnych kosztach i ryzyku, w akceleratorach start-up'ów zwiększa szansę na odniesienie sukcesu. Jeżeli wypracowany wspólnie w programie model biznesowy się sprawdzi, istnieje możliwość wyjścia z inkubatora i poszukania we własnym zakresie funduszy na otwarcie działalności z zachowaniem wypracowanej marki<sup>11</sup>.

---

## **Źródła finansowania start-up'ów**

---

Codziennie powstaje wiele firm z wielkimi i innowacyjnymi pomysłami. Jednak sporo z tych przedsięwzięć upada. Powodem tego jest brak środków na działalność operacyjną, a także brak funduszy na promocję [<http://www.crowdangels.pl>]. Zaangażowanie środków własnych w nową działalność gospodarczą najczęściej ogranicza możliwości rozwojowe jej właścicieli. Z drugiej strony finansowanie zewnętrzne jest zobowiązaniem na kolejne etapy rozwoju firmy i jest na tyle ryzykowne dla dawców kapitału, że najczęściej nie zachęca ich do inwestycji środków finansowych<sup>12</sup>.

Początkujący przedsiębiorcy, niedysponujący wystarczającym kapitałem własnym czy ograniczeni możliwościami uzyskania kredytu bankowego, mogą skorzystać z różnych usług wsparcia finansowego, programów pomocowych czy konkursów. Pomysł ze wsparciem finansowym przy zakładaniu własnej działalności gospodarczej nie jest niczym nowym, ale nadal się sprawdza. Polskie firmy, dzięki oryginalnym pomysłom biznesowym ich założycieli (którym udało się znaleźć niszę rynkową), założone dzięki środkom pochodzącym z Programów Operacyjnych, dobrze prosperują, a niektóre nawet nie tylko podbijają rodzimy rynek, ale również znajdują klientów za granicą. Statystyki wskazują, że dzięki Programowi Operacyjnemu Kapitał Ludzki (PO KL) już przeszło 149 tys. Polaków zrealizowało swoje pomysły i otworzyło działalności<sup>13</sup>.

---

<sup>11</sup> D. Strzelczyk, *Inkubacja + inwestycja + akceleracja = sukces*, <http://www.gazetatrend.pl/artykuly/521-inkubacja-inwestycja-akceleracja-sukces> [dostęp: 14.03.2014].

<sup>12</sup> S. Lachiewicz, M. Matejun (red.), *Zarządzanie rozwojem małych i średnich przedsiębiorstw*, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2011, s. 61–84.

<sup>13</sup> *Wpieranie innowacji w firmach do końca 2014 roku*, <http://www.firmy-24.pl/wspieranie-innowacji-firmach-konca-2014/> [dostęp: 14.03.2014].



Jednym ze źródeł pozyskania środków na realizację pomysłu może być prowadzony przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości (PARP) program wspierania innowacji w firmach, który, z założenia, ma skłaniać przedsiębiorstwa do korzystania z technologii informacyjnych oraz komunikacyjnych, a w rezultacie prowadzić do rozwoju społeczeństwa informacyjnego. Jego celem jest zwiększenie konkurencyjności na rynku dzięki ułatwieniu dostępu do środków finansowych i zapewnienie usługi wsparcia finansowego na szczeblu regionalnym<sup>14</sup>. Według raportu opublikowanego przez PARP<sup>15</sup> fundusze europejskie są dla start-up'ów i „młodych” firm ważnym czynnikiem rozwojowym. Jak dotąd 50% spośród wszystkich beneficjentów przedmiotowych Działań Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (PO IG) stanowiły przedsiębiorstwa typu start-up (40%) i „młode” firmy (10%). Podmioty te pozyskały blisko 1/3 łącznej wartości dofinansowania udzielonego przedsiębiorstwom w ramach analizowanych Działań PO IG. Rządziej natomiast korzystały z priorytetów związanych z innowacyjnymi inwestycjami (jedynie 1/5 wszystkich beneficjentów) – tu według statystyk prym wiodą firmy ze stażem powyżej 3 lat.

Innym źródłem jest sieć międzynarodowych ośrodków Enterprise Network wspierających finansowo innowacje w firmach. Prowadzi ona ponad pół tysiąca punktów, których zadaniem jest głównie wsparcie początkujących przedsiębiorców. Oferta punktów Enterprise Network kierowana jest ponadto do małych i średnich firm działających już od jakiegoś czasu oraz dużych firm, uniwersytetów, instytutów badawczych, centrów biznesowych i technologicznych, a także wszelkich innych jednostek chcących wspierać rozwój innowacji. Według statystyk PARP, od 2008 r. z usług punktów Enterprise Network skorzystało już blisko 49 tys. różnego typu podmiotów, w tym: jednostki naukowe (ok. tysiąca jednostek), przedsiębiorcy stawiający pierwsze kroki w biznesie (ok. 7,2 tys. firm) oraz małe i średnie firmy (ok. 32,5 tys. firm). Dokładniejsze dane wskazują, że punkty kontaktowe udzieliły ok. 5,3 tys. porad i konsultacji, a drogą elektroniczną czy przez telefon udzielono wsparcia w ok. 3 tys. przypadków<sup>16</sup>.

Rozwiązaniem mogą być również programy pomocowe oferowane przez rząd. Opierają się one głównie na niskooprocentowanych (na poziomie ok. 0,67% w ujęciu rocznym) pożyczkach, które udzielane są z przeznaczeniem na rozpoczęcie działalności gospodarczej. Program „Pierwszy Biznes – Wsparcie w Starcie” to jeden z kilku pomysłów rządu. Kierowany jest on do osób, które są aktualnie studentami ostatniego roku studiów, a także do absolwentów uczelni. Warunkiem przystąpienia do programu jest okazanie dyplomu ukończenia studiów, ukończonych nie dawniej niż 48 miesięcy przed złożeniem wniosku o pożyczkę. Kwota pożyczki, o jaką można się ubiegać, to 60 tys. złotych (z możliwością zwiększenia środków o dodatkowe i bezzwrotne 20 tys. pod warunkiem, że przedsiębiorca stworzy miejsce pracy dla innej osoby bezrobotnej w okresie 3 miesięcy od chwili rozpoczęcia działalności). Całość musi zostać spłacona w terminie nie dłuższym niż 7 lat, z możliwością wystąpienia o rok karencji (w sytuacji gdy firma prosperuje gorzej, niż przewidywano).

<sup>14</sup> K. Szwedziński, *Spartan Capital: najlepsze polskie pomysły na globalnym rynku technologicznym*, <http://proseedmag.pl/biznes/spartan-capital-najlepsze-polskie-pomysly-na-globalnym-ryнку-technologicznym> [dostęp: 14.03.2014].

<sup>15</sup> *Jak zostać i pozostać przedsiębiorcą*, informator dla nowo powstałych firm, PARP, Warszawa 2011.

<sup>16</sup> *Wpieranie innowacji w firmach do końca 2014 roku*, <http://www.firmy-24.pl/wspieranie-innowacji-firmach-konca-2014/> [dostęp: 14.03.2014].



Z pomocy finansowej mogą skorzystać osoby zameldowane w dowolnym regionie kraju, ale chcące otworzyć przedsiębiorstwo działające na terenie Małopolski, Mazowsza czy woj. świętokrzyskiego.

Osoby, które mają pomysł na własną działalność gospodarczą, a nie dysponują żadnym zapleczem finansowym na jego realizację, mogą znaleźć wsparcie również w tzw. funduszach kapitału zaangażowanego. Pracujący w nich członkowie i brokerzy oceniają szanse na powodzenie przedsięwzięcia i oferują pomoc finansową. Warunkiem skorzystania z takiego wsparcia jest złożenie aplikacji poprzez stronę internetową. Dodatkowo istnieje możliwość wzięcia udziału w jednym z konkursów, które dedykowane są właśnie start-up'om. Po zapoznaniu się z przedstawionym projektem fundusz pomaga stworzyć biznesplan, który ma określić, jakie są realne szanse powodzenia przedsięwzięcia. Po uzgodnieniu przez strony wzajemnych praw i obowiązków oraz dzięki kapitałowi pochodzącemu z funduszu tworzona jest spółka. Podstawowymi udziałowcami w projektach są parki technologiczne, w których działa specjalna strefa inwestycyjna, a także inkubatory czy parki technologii informacyjnych. Drugim udziałowcem jest grupa SATUS, zrzeszająca liczne podmioty zajmujące się zarządzaniem funduszami Seed i Venture Capital, co gwarantuje takiej rozwijającej się jednostce dostęp do wielu innych wyspecjalizowanych przedsiębiorstw, jak również do samorządów i uczelni.

Niejednokrotnie odpowiedzią na problemy finansowe jest również współpraca z aniołami biznesu. Inwestorzy coraz częściej zauważają potencjał drzemący w młodych przedsiębiorcach, a ci natomiast mają świadomość, że fundusze inwestycyjne to nie tylko wsparcie finansowe dla nowej firmy, ale przede wszystkim doświadczenie biznesowe pozwalające się wyróżnić i zwyciężyć na rynku konkurencji<sup>17</sup>.

Innym wartym rozważenia źródłem finansowania start-up'u jest crowdfunding, czyli finansowanie społecznościowe. Według ekspertów Komisji Europejskiej możliwość podzielenia się swoim pomysłem z większą grupą osób (szczególnie popularna wśród twórców nowoczesnych technologii) pozwala uzyskać jego obiektywną ocenę i odpowiedź na pytanie, czy pomysł ma szansę na odniesienie sukcesu, oraz ułatwia uzyskanie potencjalnego sponsora. Crowdfunding został dostrzeżony jako ciekawa i potrzebna forma wsparcia, rozwijająca się głównie dzięki portalom internetowym we wszystkich krajach Wspólnoty. To właśnie na nich publikowane są projekty przedsięwzięć, które potrzebują środków na rozpoczęcie realizacji. Użytkownicy takich serwisów decydują się na dokonywanie drobnych wpłat, których suma pozwoli częściowo lub w całości sfinansować pomysł. W zamian za wpłaty darczyńcy mogą liczyć na różnego typu gratyfikacje (m.in. udziały w tantiemach) lub po prostu mieć satysfakcję z udziału w tworzeniu czegoś ważnego. Realizacja pomysłu przy udziale wielu obserwatorów staje się motywacją do wyteżonego działania oraz podstawą sukcesu. W 2012 roku w całej Europie pozyskano w ten sposób 735 mln euro. W Wielkiej Brytanii tego typu działalność pozwoliła sfinansować już ponad 80 start-up'ów

<sup>17</sup> K. Szwedziński, *Spartan Capital: najlepsze polskie pomysły na globalnym rynku technologicznym*, <http://prosedmag.pl/biznes/spartan-capital-najlepsze-polskie-pomysly-na-globalnym-ryнку-technologicznym> [dostęp 14.03.2014].

na kwotę powyżej 16 mln funtów. Przykładem portalu dedykowanego crowdfundingowi udziałowemu jest <http://www.crowdangels.pl><sup>18 19</sup>.

Na uwagę zasługują również europejskie i światowe konkursy dedykowane start-up'om, w tym m.in.:

- The Intel Business Challenge Europe – część programu Intel Global Challenge; program, który daje możliwości rozwoju biznesu młodym przedsiębiorcom i nowym firmom o dużym potencjale. Uczestnicy konkursu uzyskują dostęp do zasobów na wysokim szczeblu, aby mogli rozwijać swoje przedsięwzięcia i przekształcić je w start-up'y. Mają również okazję spotkać inwestorów międzynarodowych, konkurować z najlepszymi rozpoczynającymi działalność w dziedzinie nowych technologii, wpływać na rozwój przemysłu i tworzyć nowe miejsca pracy. Przez 8 lat trwania konkursu 57% spośród 166 zespołów, które znalazły się w jego ścisłej czołówce, nadal aktywnie działa na rynku. Do końca 2013 roku zainwestowano więcej niż 56 mln dolarów w firmy uczestniczące w konkursie<sup>20</sup>;
- Seedcamp – to powszechnie uznany za najlepszy w Europie akcelerator dla projektów typu start-up. To przedsięwzięcie o zasięgu globalnym, łączące dwie idee – konkursu oraz programu mentoringowego, którego misją jest budowanie społeczności skupiającej twórców start-up'ów, ekspertów branży IT oraz inwestorów. Inicjatywa, w ramach której partnerzy przy dofinansowaniu funduszy typu Seed i Early Stage przeznaczają środki finansowe oraz wsparcie niefinansowe dla przedsięwzięć o dużym ryzyku, lecz o ponadprzeciętnej stopie zwrotu<sup>21</sup>. Od 2007 roku Seedcamp zainwestował w rozwój 111 firm, które stworzyły ponad 850 nowych miejsc pracy, a ich przychody wzrosły łącznie o 120 mln dolarów<sup>22</sup>;
- TechCrunch Europas – konkurs przeznaczony dla młodych europejskich firm działających w przestrzeni Internetu. W skład komisji oceniającej pomysły i przyznającej nominacje wchodzi 20 inwestorów oraz ekspertów branży technologicznej. Zwycięzca konkursu może uzyskać dofinansowanie na realizację inwestycji w wysokości 50 tys. euro od grupy Venture Capital DFJ Espirit<sup>23</sup>;
- Agora Startup Fest – wydarzenie organizowane od 2010 roku, które przyciągnęło do tej pory ponad 800 start-up'ów i znalazło stałe miejsce w kalendarzu imprez wspierających innowacyjność w biznesie. Finałiści konkursu mają możliwość zaprezentowania szerszej publiczności swoich projektów i skonsultowania się z mentorami – przedsiębiorcami, inwestorami oraz twórcami start-up'ów, które zdążyły już odnieść sukces. Nagrodą są środki finansowe (w edycji 2014 było to 50 tys. złotych) oraz bezpłatna kampania reklamowa w internetowych mediach Agory (na rok 2014

<sup>18</sup> K. Król, *Konsultacje społeczne dotyczące crowdfundingu w UE*, <http://crowdfunding.pl/2013/12/02/konsultacje-spoeczne-dot-crowdfundingu-w-ue/#.UyL1Uc3xKWw> [dostęp 2.12.2013].

<sup>19</sup> *Wpieranie innowacji w firmach do końca 2014 roku*, <http://www.firmy-24.pl/wspieranie-innowacji-firmach-konca-2014/> [dostęp 14.03.2014].

<sup>20</sup> [www.intelchallenge.eu](http://www.intelchallenge.eu) [dostęp 01.04.2014].

<sup>21</sup> <http://seedcamp.pl/> [dostęp 14.03.2014].

<sup>22</sup> <http://pierwszymilion.forbes.pl/seedcamp-zaprasza-start-upy-do-krakowa,artykuly,168342,1,1.html> [dostęp 14.03.2014].

<sup>23</sup> <http://www.chip.pl/news/wydarzenia/konkursy-i-turnieje/2011/11/az-8-polskich-projektow-nominowanych-przez-techcrunch#ixzz2wG32rnbY> [dostęp 14.03.2014].

przewidziano na ten cel budżet w wysokości 100 tys. złotych). Dotychczas podczas finałów Startup Fest zaprezentowało się 60 start-up'ów, zwycięzcy, oprócz gratyfikacji finansowej, zapewнили sobie rozpoznawalność tworzonych przez siebie marek i pozyskanie wymarzonego inwestora<sup>24 25</sup>;

- LeWeb – według magazynu „Forbes” – najważniejszy dziś konkurs innowacji w nowych technologiach; jest to międzynarodowe wydarzenie dedykowane przedsiębiorcom, innowacyjnym uczestnikom rynku, wizjonerom, którzy chcą podzielić się swoimi przemyśleniami na temat wpływu technologii i nowych rozwiązań na codzienne życie, jak również pozyskać sponsorów na realizację swojego start-up'u;
- i inne, m.in. branżowa konferencja MIPTV czy konkurs MIPCube Lab.

---

### Najbardziej znane na świecie start-up'y branży IT

---

Niewątpliwie jednymi z najbardziej rozpoznawalnych przykładów start-up'ów na świecie są Google, Apple, Skype czy Microsoft. Obok nich jednak wymienić trzeba bardzo popularne dziś serwisy Rhapsody (dawniej Napster), Facebook i Twitter, które stanowią odpowiedź na rzeczywiste problemy potencjalnych użytkowników aplikacji. I zgodnie z dewizą „potrzeba jest matką wynalazków”, Rhapsody jest miejscem wymiany plików muzycznych, Facebook służy zacieśnianiu więzi międzyludzkich, Twitter – szybkiej wymianie krótkich informacji<sup>26</sup>. Aby zdobyć pierwszy milion użytkowników, Twitter potrzebował 2 lat, Groupon roku, a Facebook – 10 miesięcy. Fab.com – serwis sprzedający m.in. designerskie meble – pierwszy milion użytkowników zdobył już po 5 miesiącach i warto poświęcić mu więcej uwagi. To przykład na to, w jaki sposób zdobyć odbiorców, jak „zrobić biznes” na social mediach i jak w odpowiednim momencie podejmować decyzje o zmianie modelu działalności. Fab.com jest dowodem na to, jak ważne jest zaplanowanie procesu zdobywania finansowania, tak by nie burzyć codziennego życia firmy. Przez wielu uznawany za najlepszy start-up świata, zaistniał w 2010 roku jako serwis społecznościowy (połączenie Facebooka z Grouponem) ze 100-tysięczną grupą użytkowników i realną szansą na 10 mln dolarów przychodów rocznie. Brak perspektyw uzyskania przewagi konkurencyjnej nad innymi, bardziej rozpoznawalnymi social mediami, jak TripAdvisor czy Foursquare, spowodował, że po roku działalności pomysł przekształcono na serwis sprzedający i prezentujący meble, wyposażenie wnętrz oraz odzież. Ten niezaplanowany zwrot w działaniu połączono z bardzo intensywną kampanią wirusową i całym systemem finansowych zachęt, jakimi dysponują media społecznościowe.

Innym przykładem bardzo znanego start-upu jest fińska firma Rovio, pod względem popularności i wysokości przychodów prześcigająca Nokię, dumę tamtejszej gospodarki. Najbardziej znanym produktem firmy, który przyniósł jej sukces, jest gra Angry Birds. Zanim jednak powstał ten produkt i nadszedł ogromny sukces, firma przez kilka lat zrealizowała

<sup>24</sup> [www.startupfest.pl](http://www.startupfest.pl) [dostęp: 14.03.2014].

<sup>25</sup> [http://wyborcza.biz/biznes/1,100896,15639191,Ogloszona\\_zostala\\_lista\\_finalistow\\_STARTUP\\_FEST\\_AGO-RA.html#ixzz2wG5NSgrs](http://wyborcza.biz/biznes/1,100896,15639191,Ogloszona_zostala_lista_finalistow_STARTUP_FEST_AGO-RA.html#ixzz2wG5NSgrs) [dostęp 14.03.2014].

<sup>26</sup> A. Łopusiewicz, *Start-Up. Od pomysłu do sukcesu*, Warszawa 2013.

wiele przedsięwzięć zakończonych fiaskiem (przez ten czas wyprodukowała łącznie 51 różnych gier)<sup>27</sup>.

Wiele serwisów internetowych publikuje rankingi najbardziej innowacyjnych start-up'ów w branży IT. Jeden z nich podaje następujące przykłady<sup>28</sup>:

1. Codecademy – nauka on-line JavaScriptu, za darmo, od całkowitych podstaw i dla osób w każdym wieku. Założyciele: Zach Sims i Ryan Bubinski zebrali już 2,5 mln dolarów na rozwój swojego pomysłu.

2. Quora – serwis, w którym na pytania odpowiadają eksperci, a nie przypadkowe osoby. Start-up wyceniany jest na 86 mln dolarów.

3. Singly – projekt, którego zamierzeniem jest zbieranie danych użytkownika w sieci i gromadzenie ich w jednym miejscu.

4. Dropbox – darmowy dysk sieciowy. Start-up wyceniany na 257 mln dolarów.

5. Kaggle – serwis wyłącznie dla osób posiadających tytuł naukowy doktora, które rozwiązują „nierozwiązywalne problemy”. Ma już ponad 17 tys. użytkowników i zgromadził 11 mln dolarów.

6. Greplin – wyszukiwarka, która pozwala znaleźć to, czego nie ma w innych wyszukiwarkach: zawartość kont różnych serwisów społecznościowych, tj. Facebook, Twitter, czy aplikacji Gmail. Pomysł zebrał już 5 mln dolarów.

7. Skillshare – internetowa giełda wszelkich lekcji (każdy może być tu nauczycielem lub uczniem), która zebrała już 3,7 mln dolarów funduszy.

8. Dwolla – serwis internetowy, który ma zrewolucjonizować system płatności – bezpośrednio pobiera pieniądze z kont użytkowników i za stałą opłatą 25 centów (bez względu na wysokość przelewu) przelewa je tam, gdzie wskażemy. Start-up zebrał milion dolarów.

9. Instagram – serwis dedykowany użytkownikom iPhone'ów, pozwalający na modyfikację zdjęć i dzielenie się nimi w społecznościach. Aplikacja zebrała już ponad 10 mln użytkowników i wyceniana jest na 100 mln dolarów.

10. ZocDoc – serwis umożliwiający rejestrację on-line do lekarza specjalisty. 700 tys. użytkowników korzysta z tego rozwiązania bezpłatnie, jedynie lekarze którzy chcą być obecni na portalu płacą 250 dolarów miesięcznie. Start-up zebrał już 95 mln dolarów na rozwój.

Wyróżnić się na rynku IT pomysłem, dobrym modelem biznesowym i doskonałą jego realizacją to zadanie niełatwe, ale możliwe do zrealizowania. Przykłady polskich start-up'ów (obok tych najbardziej znanych, tj.: Gadu Gadu, Nasza Klasa, Wykop, Allegro), których projekty stały się markami rozpoznawalnymi na całym świecie, to najlepszy dowód na siłę rodzimych rozwiązań w zakresie innowacji technologicznych.

---

---

## Najlepsze polskie pomysły na globalnym rynku IT

---

Polscy przedsiębiorcy niejednokrotnie podbijają rynki światowe dzięki prestiżowym konkursom. Przykładem może być firma Codility Ltd., zwycięzca Seedcamp 2009 i TechCrunch

<sup>27</sup> [http://www.web.gov.pl/wiedza/pomysl-na-e-biznes/621\\_2206.html](http://www.web.gov.pl/wiedza/pomysl-na-e-biznes/621_2206.html) [dostęp 14.03.2014].

<sup>28</sup> M. Wilmowski., *Najbardziej innowacyjne startupy [top 10]*, <http://internet.gadzetomania.pl/2011/11/11/najbardziej-innowacyjne-startupy-top-10/zocdoc/top> [dostęp 14.03.2014].

Europas 2010, która stworzyła popularny nie tylko w kraju, ale i za granicą serwis internetowy wspomagający proces rekrutacji programistów. Pomysł na taką aplikację narodził się, gdy jeden z założycieli firmy poszukiwał sposobu na zautomatyzowanie (i przeprowadzenie w tym samym czasie) rekrutacji 20 dodatkowych programistów dla start-up'u w Chinach. Już wersja beta narzędzia pozwalała odrzucić na etapie rekrutacji ok. 90% kandydatów, którzy nie byłoby w stanie dostarczyć odpowiednich rozwiązań zadań programistycznych. O ogromnym sukcesie pomysłu świadczy fakt, że już ponad 1100 firm z ponad 120 krajów skorzystało z tej aplikacji, a rekruterzy branży IT dzięki jego wykorzystaniu przeprowadzili zdalnie ponad 700 tys. testów kompetencyjnych [codility.com].

Innym przykładem start-up'u w branży IT jest SaveUP – mobilna aplikacja pozwalająca na fotozakupy za pomocą telefonu. Dzięki temu oprogramowaniu na podstawie zdjęcia produktu (książki, filmu, płyty CD) zrobionego telefonem można odszukać go błyskawicznie w sieci i złożyć na niego zamówienie. Pomysł zdobył główną nagrodę w Agora Startup Fest 2011 [www.saveup.pl]. Jego inwestorami są osoby prywatne, posiadające bogate doświadczenie w zarządzaniu dużymi przedsiębiorstwami technologicznymi, a także fundusz Innovation Nest i lider inwestycji krótko- i średnioterminowych dokonywanych w podmioty na wstępnym, załączkowym etapie ich rozwoju (ang. *seed stage*) – SpeedUp Investment Group.

Innowacyjne i warte uwagi są również projekty firmy Intelclinic o nazwie NeuroON i prototyp maski ZizZ. Pomysły odniosły ogromny sukces nie tylko w USA (dzięki serwisowi Kickstarter), lecz również na gruncie europejskim. Ich autorzy zostali laureatami konkursu Intel European Challenge oraz Intel Global Challenge i zwyciężcą jednej z najważniejszych imprez z branży nowych technologii i start-up'ów – paryskiej konferencji LeWeb'13. Projekt NeuroON obejmuje wytworzenie oprogramowania wykorzystującego fale mózgowe do bezdotykowego sterowania urządzeniami (daje to nowe możliwości komunikacji człowieka z urządzeniami elektronicznymi, zapewniając na przykład szybkie i efektywne korzystanie z komputera bez użycia rąk). Maski ZizZ zbiera podczas snu tysiące sygnałów pochodzących z fal mózgowych, ruchu gałek ocznych i napięcia mięśni. Następnie wszystkie te dane są analizowane przez sztuczną inteligencję urządzenia i przekazywane bezprzewodowo do smartfona wyposażonego w specjalne oprogramowanie. Na podstawie zebranych danych można wyznaczyć cykle senne użytkownika, a zatem pomóc mu w zoptymalizowaniu snu i wyznaczyć najlepszą porę na pobudkę. Firma została wybrana najlepszym start-up'em roku 2013 i udało się jej zebrać prawie 300 tys. dolarów<sup>29</sup>. W tę samą stronę zmierza aplikacja Listonic – mobilna lista zakupów autorstwa programistów z Łodzi. Szacuje się, że do końca 2014 roku może mieć nawet kilkaset tysięcy użytkowników w USA. Z kolei Migam.pl tworzy oprogramowanie dla osób głuchoniemych. Produkt (program) tych twórców przy wykorzystaniu kinecta znanego z konsol do gier będzie potrafił przetłumaczyć język migowy.

Serwisy społecznościowe to następny przykład na udane globalne rozwiązania zaproponowane przez polskich twórców. Portal Filmaster, rekomendujący filmy na podstawie wybranych filtrów, na konferencji MIPTV (jednej z najważniejszych poświęconych mediom audiowizualnym) został uznany za jeden z najbardziej nowatorskich start-up'ów.

<sup>29</sup> P. Krzyżanowski, *Polski startup wygrał w Paryżu. To jeden z naszych największych sukcesów*, <http://www.komputerwiat.pl/nowosci/wydarzenia/2013/50/polska-maski-do-spania-wybrana-najlepszym-startupem-tego-roku.aspx> [dostęp 14.03.2014].

Placeknow.com to nowatorski pomysł na wygenerowanie przestrzeni w sieci pozwalającej użytkownikom internetu na wymianę informacji o interesujących lokalizacjach i wybranych zakątkach ziemi. Narzędzie to dostarcza ciekawych informacji z całego świata, propozycji spędzenia czasu w wybranym miejscu czy wymiany doświadczeń. Oprócz Placeknow.com do start-up'ów, które mają szansę przebić się na globalnym rynku IT, należą zdaniem inwestorów Exnui i Igoria Trade<sup>30</sup>.

Wartym uwagi przedsięwzięciem jest również Ciufcia.pl – prosty projekt z pomocami dydaktycznymi w formie internetowych gier i zabaw dla dzieci. Pomysł na serwis pojawił się po natknięciu się na lukę w polskim internecie, której nikt wcześniej nawet nie próbował zapełnić. Projekt przeszedł ciekawą drogę, od stricte internetowego portalu aż po gadzety i drukowane pomoce dydaktyczne możliwe do kupienia między innymi w salonach sieci Empik<sup>31</sup>.

Ciekawą drogę od pomysłu do biznesu przebyli również twórcy polskiego serwisu mniammniam.pl. Początek jego działalności (lata 2001–2003) opierał się na prostym, tradycyjnym pomysle – strony z własną treścią (przepisy kulinarne), na finansowaniu ze środków własnych (oszczędności) twórców i udziale w kilku dużych, czasochłonnych i nieprzynoszących pewnego zysku kampaniach reklamowych (koncerny spożywcze i producenci AGD). Pomysł przeszedł przez wszystkie etapy charakterystyczne dla start-up'ów (z wieloma mniejszymi przedsięwzięciami zakończonymi fiaskiem) i cały czas ewoluuje. W tej chwili jest to serwis społecznościowy (w którym blisko 3/4 zawartości stanowi treść przygotowana przez użytkowników) typu „life-style” (wymagający wykupienia dostępu), ze średnio 190 tys. odsłon miesięcznie, generujący zyski ze zdywersyfikowanych źródeł: ze sprzedaży licencji do tekstów i zdjęć w gazetach, czasopismach, wydawnictwach (np. Świat Książki) czy do telefonii komórkowych. Przy mniammniam.pl funkcjonuje również sklep produktowo związany z tematyką serwisu (artykuły spożywcze, sprzęt AGD) i wydawnictwo dystrybuujące książki wyłącznie za pośrednictwem internetu<sup>32</sup>.

O tym, ile nowych pomysłów powstaje każdego roku w Polsce, świadczy chociażby liczba zgłoszeń do konkursów dla start-up'ów. W 2014 roku do Agora Fest zgłosiło się kilkaset start-up'ów z ciekawymi propozycjami, tj.: Shoopple.pl, MySpiroo, Telmedicin, Shelley Cloud, Automater, Brix.io, Prześwietl.pl, NUTLANDIA, Harimata, Tidio Elements, Wooloo.pl, Magnesowy, Selly, Enteye, Social WiFi, BoxOfAds.com, Ecologic, Audiofy, Clouto, Windu.org. Z każdym z tych pomysłów można się zapoznać w internecie i każdy wart jest uwagi i przetestowania<sup>33</sup>.

---

## Podsumowanie

---

Droga od pomysłu na biznes do osiągnięcia sukcesu wydaje się drogą krętą i z wieloma przeszkodami do pokonania. Istnieją jednak narzędzia i sposoby, które pozwalają na

<sup>30</sup> K. Szwedziński, *Spartan Capital: najlepsze polskie pomysły na globalnym rynku technologicznym*, <http://prosedmag.pl/biznes/spartan-capital-najlepsze-polskie-pomysly-na-globalnym-ryнку-technologicznym> [dostęp 14.03.2014].

<sup>31</sup> [http://www.web.gov.pl/wiedza/pomysl-na-e-biznes/621\\_2206.html](http://www.web.gov.pl/wiedza/pomysl-na-e-biznes/621_2206.html) [dostęp 14.03.2014].

<sup>32</sup> G. Marczak, *Poradnik dla startupów – część 4 modele biznesowe*, <http://antyweb.pl/poradnik-dla-startupow-czesc-4-modele-biznesowe/#> [dostęp 27.09.2007].

<sup>33</sup> <http://wyborcza.biz> [dostęp 14.03.2014].

maksymalizowanie szans na powodzenie projektu biznesowego. Przede wszystkim jednak trzeba mieć pomysł i zespół ludzi, którzy z pełnym zaangażowaniem będą go realizować. Jeżeli zapewnione są te dwie rzeczy, to dla nowych pomysłów dostępne są szablony modeli biznesowych, pozwalające odpowiedzieć na kluczowe przy rozpoczynaniu działalności pytania. Działają wiele instytucji czy miejsc wspierających (merytorycznie i finansowo) rozwój biznesu, pozwalających wspólnie wypracować markę, zbudować relacje z klientami i partnerami, określić kanały dystrybucji i kluczowe dla firmy działania czy minimalizować koszty. Przedstawione w artykule start-up'y branży IT to dowód na to, że sukces buduje się etapami, że jest to proces, który niejednokrotnie wymaga podejmowania odważnych kroków (a czasami nawet całkowitej zmiany profilu działalności), czasu i dużych nakładów pracy. Tylko spełnienie wymienionych punktów jest gwarancją sukcesu przedsięwzięcia.

## **Idea today, tomorrow the product. Start-up – examples of projects to market it**

### **Summary**

In this article the focus was given on the companies that are in the start-up phase and that have been operating in the market for no longer than one year. Stages of developing such forms of businesses as well as opportunities and risks related with establishing a new business were presented. It was considered whether: every idea can be transformed into a good product? which ideas have the biggest chance for success? and what is the deciding factor that makes an idea a (successful) business? The significance of quality of the idea in the stage of entering the market and availability of instruments (including financial) that support beginning businesses were pointed out. The process of transforming an idea into a product was discussed and examples of companies from the IT sector that in the recent years went through the steps from the concept of running a business to its implementation were presented.

**Keywords:** start-up, stages of business operations, sources of financing, start-up's accelerators.