



## ATRYBUTY START-UPÓW JAKO PODMIOTÓW O CHARAKTERZE INNOWACYJNYM

**Agnieszka Kulej**

Politechnika Częstochowska  
Wydział Zarządzania  
(uczestnik studiów doktoranckich)

**Streszczenie:** Start-upy z samej definicji traktowane są jako podmioty o charakterze innowacyjnym. Często zdarza się jednak, że termin „start-up” jest nadużywany, zarówno w literaturze, jak również w rzeczywistości społeczno-ekonomicznej. Celem artykułu jest identyfikacja atrybutów start-upu konstytuujących go jako podmiot o charakterze innowacyjnym. Analiza omawianych czynników została zrealizowana w oparciu o badanie opinii ekspertów z grup konsultingowo-inwestycyjnych zarejestrowanych na terenie województwa wielkopolskiego. Zaprezentowane wyniki badań stanowią jeden z etapów szerszych badań dotyczących poziomu innowacyjności polskich start-upów..

**Słowa kluczowe:** start-up, innowacje, grupy konsultingowo-inwestycyjne, podmioty o charakterze innowacyjnym, ekosystem start-upów, atrybuty

**DOI:** 10.17512/znpcz.2018.3.12

### Wprowadzenie

Współcześnie istnieje możliwość zaobserwowania dynamicznie rozwijającego się rynku start-upów, zarówno w Polsce, jak i na świecie. Pomimo iż rynek ten wciąż znajduje się na etapie słabo zaawansowanym w odniesieniu do areny międzynarodowej, to widoczny jest jego istotny wpływ na gospodarkę. W raporcie stworzonym przez Startup Poland w roku 2017 – na podstawie badań przeprowadzonych w latach 2015-2016 – odnajdujemy informację, że największe innowacyjne sukcesy ostatnich 15 lat odnotowano w Stanach Zjednoczonych Ameryki Północnej, Wielkiej Brytanii i Izraelu. Start-upy w tych krajach to start-upy działające w klastrach cyfrowych, które są osadzone w szerszym ekosystemie bogatym w zasoby niezbędne do budowy firm. Większość z nich nie powstała w wyniku know-how generowanego przez wyższe uczelnie (Startup Poland 2016, s. 5).

Do niedawna pojęciem „start-up” określano projekty ściśle powiązane z sektorem informatycznym bądź technologicznym. Cechowały je (Milczarek, Pietrakiewicz 2015, s. 61): a) wysoki poziom ryzyka w realizacji, b) względnie niski koszt rozpoczęcia działalności oraz c) teoretycznie wyższy – w porównaniu ze standardowymi przedsięwzięciami – zwrot z inwestycji. Współcześnie mianem start-upu określa się każdy projekt – bez względu na to, w jakiej branży funkcjonuje – który spełnia powyższe kryteria.

Przedstawione cechy stanowią wstęp do zdefiniowania, czym jest start-up. Na ich podstawie można wnioskować, że podstawowym atrybutem każdego start-upu jest jego innowacyjny charakter. Świadczy o tym przede wszystkim wysoki poziom ryzyka, który towarzyszy wprowadzaniu innowacji na rynek, a który określanym jest mianem „działania w warunkach skrajnej niepewności”.

W artykule postawiono dwa pytania badawcze: 1) Jakie atrybuty musi posiadać start-up, aby został uznany za innowacyjny w ocenie grupy konsultingowo-inwestycyjnej? Oraz: 2) Jakie kryteria muszą zostać spełnione, aby otrzymać wsparcie ze strony takiego podmiotu? W celu odpowiedzi na powyższe pytania w opracowaniu przedstawione zostały wyniki badań przeprowadzonych na dwóch podmiotach inwestujących w start-upy, mających swoje siedziby na terenie województwa wielkopolskiego. Celem badania była identyfikacja atrybutów start-upu, które konstytuują go jako podmiot o charakterze innowacyjnym. Odpowiedzi udzielone przez ekspertów stanowią raczej wstęp do szerszej dyskusji na temat start-upów jako podmiotów o charakterze innowacyjnym niż ostateczne rozwiązanie podejmowanej kwestii.

### **Start-up jako podmiot innowacyjny**

Pojęcie innowacji jest jednym z najbardziej złożonych i najtrudniejszych do zdefiniowania pojęć w teorii ekonomii. Wynika to z faktu z różnorodności w sposobie postrzegania i rozumienia innowacji oraz innowacyjności. Jak podają W. Janasz i K. Koziół (Janasz, Koziół 2007, s. 14), termin „innowacje” jest rozumiany szeroko i odnosi się do wszystkich sfer życia, począwszy od nowych rozwiązań dotyczących życia gospodarczego czy społecznego, a skończywszy na nowych prądach myślowych czy kulturowych” (Górka 2015, s. 32). Termin „innowacja” wprowadził do światowej literatury ekonomicznej J.A. Schumpeter w 1912 roku (Schumpeter 1960, s. 131). Traktował on innowacje jako czynnik rozwoju gospodarczego, a jego ujęcie uznawane jest za klasyczne. Według Schumpetera innowacje to nowe kombinacje zachodzące w następujących przypadkach (Trzepizur 2016, s. 175-178):

- „wprowadzenie nowych lub udoskonalenie istniejących wyrobów,
- wprowadzenie nowych lub ulepszonych metod wytwarzania,
- stworzenie nowego rynku,
- zastosowanie nowej formy sprzedaży czy zakupów istniejących wyrobów,
- stosowanie nowych surowców lub półfabrykatów,
- wprowadzanie nowej organizacji procesów”.

W literaturze ekonomicznej nie funkcjonuje jednoznaczny podział innowacji. Istnieje wiele kategoryzacji innowacji. Ich podział dokonywany jest w zależności od celów, którym ma służyć. Najczęściej rozpowszechniana i prezentowana w literaturze przedmiotu klasyfikacja rodzajów innowacji zawarta jest w podręczniku *Oslo Manual* (*Oslo Manual* 2005, s. 55-58). Autorzy podręcznika wyróżnili cztery typy innowacji, które obejmują szeroki zakres zmian w działalności firmy (Górka 2015, s. 32):

- „Innowacje w obrębie produktów, obejmujące wprowadzenie nowego wyrobu lub usługi, które są nowe lub znacząco udoskonalone w zakresie swoich cech lub zastosowań;
- Innowacje w obrębie procesów, dotyczą wdrożenia nowej lub znacząco udoskonalonej metody produkcji lub dostawy;
- Innowacje marketingowe obejmujące wdrożenie nowej metody marketingowej wiążącej się ze znaczącymi zmianami w projekcie/konstrukcji produktu lub w opakowaniu, dystrybucji, promocji lub strategii cenowej;
- Innowacje organizacyjne – wdrożenie nowej metody organizacyjnej w przyjętych przez firmę zasadach działania, w organizacji miejsca pracy lub w stosunkach z otoczeniem”.

W niniejszym artykule autorka prowadzi rozważania na temat start-upów jako podmiotów o charakterze innowacyjnym. Podstawę rozważań stanowią pojęcia innowacji i innowacyjności start-upów, które traktowane są jako główne atrybuty tego typu podmiotów. Ogólność ujmowania tych atrybutów w kontekście start-upów zmusza do analizy poszczególnych ich części składowych, w oparciu o dane zebrane wśród ekspertów.

Najczęściej przytaczane definicje start-upu zostały stworzone przez S. Blanka<sup>1</sup> i B. Dorfa oraz E. Riesa<sup>2</sup>. Według Blanka i Dorfa „Start-up to tymczasowa organizacja zajmująca się poszukiwaniem skalowalnego, powtarzalnego i rentownego modelu biznesowego” (Blank, Dorf 2013, s. 19). Ries definiuje natomiast start-up jako „ludzką instytucję stworzoną z myślą o budowaniu nowych produktów lub usług w warunkach skrajnej niepewności. [...] Start-up jest czymś więcej niż tylko sumą składających się na niego elementów – to prawdziwie ludzkie przedsięwzięcie” (Ries 2012, s. 28-29). W literaturze naukowej pojęcie start-upu pozostaje wciąż nieostre. W Polsce nie istnieje prawna definicja start-upu. W niektórych państwach takie definicje prawne lub praktyczne występują, charakteryzuje je jednak duże zróżnicowanie. Opracowania definicji start-upu nie podjęły się jeszcze organizacje międzynarodowe, które mogłyby jej nadać charakter uniwersalny (Beauchamp, Kowalczyk 2017, s. 7). Jedną z bardziej interesujących i rozbudowanych europejskich definicji przedsiębiorstwa start-upowego jest definicja zapisana we włoskiej ustawie 221/2012. Według tej ustawy start-up to firma, która (Beauchamp, Kowalczyk 2017, s. 7-8):

- „działa krócej niż cztery lata (po tym okresie jest traktowana jak zwykle przedsiębiorstwo),
- ma siedzibę we Włoszech (narodowość założycieli jest bez znaczenia),
- osiąga roczny dochód poniżej 5 mln EUR,
- nie wypłaca dywidend,
- opracowuje i sprzedaje wysoko zaawansowany technicznie produkt lub usługę (za start-up nie mogłaby więc zostać uznana restauracja, punkt usługowy czy firma prowadząca tradycyjną działalność),

---

<sup>1</sup> Lider innowacyjnych rozwiązań w zakresie metodologii rozwijania start-upów i nauczania przedsiębiorczości.

<sup>2</sup> Twórca metody Lean Startup.

- nie powstała w wyniku podziału innego przedsiębiorstwa, wydzielenia jego części bądź też sprzedaży jego części lub całości”.

Dodatkowo ustawa wyjaśnia, że aby dane przedsiębiorstwo mogło zostać uznane za innowacyjne, musi spełnić co najmniej jedno z poniższych wymagań (Beauchamp, Kowalczyk 2017, s. 7-8):

- „przeznaczać co najmniej 15% wydatków na badania i rozwój,
- zatrudniać pracowników, z których przynajmniej 1/3 ma doktorat lub odbywa studia doktoranckie,
- opcjonalnie zatrudniać pracowników, z których 2/3 posiada dyplom wyższej uczelni (master),
- posiadać patent, licencję na patent lub być twórcą programu komputerowego”.

Inne definicje start-upów stosowane w Europie, które zasługują na uwagę, funkcjonują w Estonii, Holandii i Niemczech (Beauchamp, Kowalczyk 2017, s. 8-9): „W Estonii uznano, że start-up to podmiot gospodarczy, który koncentruje się na rozwoju powtarzalnego, innowacyjnego modelu biznesowego o dużym potencjale globalnego wzrostu, przez co przyczynia się do rozwoju środowiska przedsiębiorczości w Estonii. W Holandii rozróżnia się dwa poziomy rozwoju przedsiębiorstwa start-upowego. Pierwszy poziom opiera się na innowacyjnym pomysle firmy typu start-up, której produkt lub usługa są wytwarzane przy użyciu nowych technologii. Wejście w drugą fazę rozwoju przedsiębiorstwa, fazę scale-up, to osiągnięcie intensywnego wzrostu, który pozwala zatrudniać co najmniej dziesięcioro pracowników w momencie startu. Scale-up to firma wprowadzająca innowacje, która wykazuje średni roczny wzrost zatrudnienia i sprzedaży na poziomie 20% przez trzy kolejne lata. W Niemczech start-upy ujmowane są jako młode firmy o stażu rynkowym krótszym niż 10 lat, ukierunkowane na osiągnięcie szybkiego wzrostu obrotów, które wprowadzają innowacje w zakresie produktu, stosowanych technologii lub modelu biznesowego”.

W tej samej publikacji, przygotowanej na zlecenie Departamentu Współpracy Ekonomicznej Ministerstwa Spraw Zagranicznych, odnaleźć można również przykład definicji start-upu, która funkcjonuje poza Europą (Beauchamp, Kowalczyk 2017, s. 9): „W Tajwanie za start-upy uznaje się firmy, które prowadzą zarejestrowaną działalność gospodarczą nie dłużej niż 5 lat. Status start-upu przyznaje się jednak wyłącznie jednostkom gospodarczym, które otrzymały finansowanie typu venture w kwocie nie mniejszej niż 2 mln NTD (ok. 60 tys. EUR), są zarejestrowane w inkubatorze przedsiębiorczości (certyfikowanym przez Ministerstwo Gospodarki Tajwanu), uzyskały patent na wynalazek, są w trakcie jego uzyskiwania bądź zdobyły nagrodę w tajwańskim lub międzynarodowym konkursie dla start-upów”.

Start-upy to podmioty, które funkcjonują w obrębie ekosystemów. Firma Deloitte, która opracowała w 2015 roku raport dotyczący stanu rynku start-upów w Polsce, zdefiniowała ekosystem start-upów jako „układ wzajemnie powiązanych podmiotów, połączonych relacjami formalnymi i nieformalnymi, wraz z otoczeniem regulacyjnym oraz kapitałami ludzkim i społecznym, które wykorzystując dostępne zasoby finansowe, tworzą nowe produkty i usługi w warunkach dużej niepewności” (Deloitte 2016, s. 9).

Na potrzeby przeprowadzonych badań przyjęto, że grupy konsultingowo-inwestycyjne to grupy kapitałowe, które w swojej strategii, oprócz wsparcia finansowego podmiotów typu start-up, prowadzą działania konsultingowe i doradcze, oferując wsparcie na różnych poziomach. Przyjęto również, że start-up:

- Jest to tymczasowa organizacja, którą tworzą ludzie.
- Zajmuje się poszukiwaniem skalowalnego, powtarzalnego i rentownego modelu biznesowego.
- Działa w warunkach skrajnej niepewności.
- Tworzy nowe innowacyjne produkty (w tym usługi) lub usprawnia już istniejące.
- Istnieje nie dłużej niż 5 lat.

### **Metoda badań i charakterystyka grupy badawczej**

Celem przeprowadzonych badań była identyfikacja głównych atrybutów start-upu konstytuujących go jako podmiot o charakterze innowacyjnym. Badania przeprowadzone zostały w marcu 2018 r., na terenie województwa wielkopolskiego. Miały one charakter jakościowy. Zastosowano technikę wywiadu indywidualnego, z użyciem standaryzowanego kwestionariusza wywiadu. Podmiotem badań byli eksperci, reprezentujący dwie grupy konsultingowo-inwestycyjne. Przyjęty przez autorkę cel badawczy w oczywisty sposób przełożył się na kryteria doboru próby badawczej oraz wyboru miejsca przeprowadzonego badania. Dobór próby był nieprobabilistyczny, celowy. Głównymi kryteriami, jakimi kierowała się autorka przy doborze próby, były zdefiniowane wcześniej cechy badanych podmiotów, tj. grup konsultingowo-inwestycyjnych, jak również dostęp do najbardziej wartościowych źródeł informacji. Miejsce badań zostało wytypowane na podstawie sondaży ([http://www.poznan.pl/...](http://www.poznan.pl/)), które wskazują, że miasto Poznań jest czwartym ośrodkiem w Polsce pod względem liczby działających start-upów oraz w języku potocznym jest określane „miastem start-upowym”. Podkreśla się, że przeprowadzone badanie stanowi wstęp do szerszej analizy. W badaniu skoncentrowano się przede wszystkim na przetestowaniu narzędzi badawczych, celem ich weryfikacji, i wykorzystaniu do dalszych badań nad innowacyjnością polskich start-upów. Badane grupy konsultingowo-inwestycyjne wyznaczyły po jednym reprezentancie, który biorąc udział w badaniu, wystąpił w roli eksperta. Obaj respondenci są osobami decyzyjnymi w podmiocie, który reprezentują: osoba 1 – Dyrektor Operacyjny, osoba 2 – Investment. Siedziba obu podmiotów zarejestrowana jest na terenie województwa wielkopolskiego. Zarówno podmiot 1<sup>3</sup>, jak i podmiot 2<sup>4</sup> uznaje się za grupy konsultingowo-inwestycyjne. Obaj eksperci to osoby doświadczone i posiadające odpowiednie kompetencje, aby wziąć udział w badaniu, o czym świadczy staż pracy w podmiocie, który reprezentują. Omawianą charakterystykę badanych podmiotów zaprezentowano w *Tabeli 1*.

---

<sup>3</sup> Podmiot ten oferuje wsparcie: finansowe, prawne, rekrutacyjne, public relations, komunikacji i strategii marketingowej.

<sup>4</sup> Podmiot ten oferuje wsparcie merytoryczne.

**Tabela 1. Charakterystyka badanych grup kapitałowych**

<b>Charakterystyka badanych grup konsultingowo-inwestycyjnych</b>	
<b>Podmiot 1</b>	<b>Podmiot 2</b>
- siedziba na terenie województwa wielkopolskiego	- siedziba na terenie województwa wielkopolskiego
- grupa konsultingowo-inwestycyjna	- grupa konsultingowo-inwestycyjna
- inwestycje zarówno w nowo powstałe firmy, jak i podmioty funkcjonujące już na rynku	- inwestycje na wczesnych etapach rozwoju przedsiębiorstwa
- osoba pracuje w badanej grupie inwestycyjnej 9 lat	- osoba pracuje w badanej grupie inwestycyjnej 7 lat

Źródło: Opracowanie własne

### **Główne atrybuty start-upów – wyniki badań**

W pierwszej kolejności badani zostali poproszeni o udzielenie odpowiedzi na pytanie: W jaki sposób nawiązują współpracę ze start-upami? W obu przypadkach osoby biorące udział w badaniu udzieliły odpowiedzi, że w rzeczywistości stosuje się dwie praktyki. Najczęściej start-upy same zgłaszają się z projektem do funduszy inwestycyjnych. Inną możliwością, również praktykowaną przez badanych, jest udział w wydarzeniach branżowych, konferencjach lub tzw. „networkingach”<sup>5</sup>, w trakcie których podmioty typu start-up mają możliwość zaprezentowania swojego pomysłu, produktu lub usługi. Sami badani określają to mianem „wyłapywania interesujących i dobrze rokujących projektów, tzw. pereł”.

Kolejne pytanie dotyczyło czynników, które wpływają na decyzję o udzieleniu wsparcia finansowego start-upom. W tym przypadku zarówno podmiot 1, jak i podmiot 2 udzieliły odpowiedzi, że inwestują w start-upy, które poza środkami finansowymi chcą się rozwijać, zdobywać wiedzę oraz oczekują zaangażowania i wsparcia ze strony inwestora. Oba podmioty zwróciły również uwagę na to, że nie inwestują w projekty działające w obszarach, w których nie mają wiedzy i doświadczenia. Oceniając start-upy, oba fundusze kapitałowe biorą pod uwagę czynniki takie jak:

- skalowalność pomysłu/projektu na podstawie wstępnego modelu biznesowego;
- przeprowadzona diagnostyka innowacji;
- zbudowany prototyp;
- minimalny zysk;
- minimalny okres zwrotu inwestycji;
- ostateczny minimalny stosunek pomiędzy zyskami i kosztami (gdzie zyski muszą oczywiście przewyższyć koszty);
- koncepcja prezentowana przez start-up;
- dostęp do danej technologii oraz posiadane zasoby (w przypadku start-upów technologicznych);
- realne istnienie potrzeby rynku, którą innowacja ma zaspokoić;

<sup>5</sup> Networking jest procesem wzajemnej wymiany informacji, zasobów, poparcia i możliwości, który prowadzony jest dzięki korzystnej sieci wzajemnych kontaktów.

- potencjał rynkowy, ryzyko biznesowe, atrakcyjność pomysłu, strategię, konkurencję;
- istnienie na rynku dóbr substytucyjnych oraz dóbr komplementarnych;
- realna możliwość sprzedaży innowacji;
- wartość produktu oferowanego przez start-up;
- możliwość modyfikacji pomysłu/projektu/produktu;
- wiedza dotycząca metod i narzędzi tworzenia i zarządzania innowacją, takich jak lean start-up, design thinking, agile czy ogólne zarządzanie projektem, jak również wiedza i inne umiejętności, zarówno twarde, jak i miękkie.

Ponadto podmiot 1 podkreślił, że fundusz, który reprezentuje, inwestuje tylko w start-upy mogące poświęcić się w 100% pracy nad produktem czy usługą. Oznacza to, że osoby tworzące start-up nie mogą pracować jednocześnie na etacie czy być członkami innych projektów.

Podmiot 2 zaznaczył natomiast, że istotne dla jego organizacji jest określenie poziomu motywacji start-upu oraz wykazanie się przez start-up inicjatywą w przypadku poniesienia porażki.

Trzecie pytanie dotyczyło cech, jakie muszą posiadać osoby tworzące start-up. Zarówno podmiot 1, jak i podmiot 2 uznały za niezbędne następujące cechy pojedynczych jednostek tworzących start-up:

- chęć uczenia się;
- elastyczność;
- rozumienie swojego produktu oraz celowości jego wyprodukowania i wypuszczenia na rynek;
- wytrwałość;
- samodyscyplinę.

Ostatnie pytanie dotyczyło wiedzy i umiejętności, jakie musi posiadać start-up, aby fundusz inwestycyjny był skłonny zainwestować w innowację. Pytanie to zostało postawione w wyniku uzyskania odpowiedzi na pytanie drugie (wiedza dotycząca metod i narzędzi tworzenia i zarządzania innowacją, takich jak: lean startup, design thinking, agile czy ogólne zarządzanie projektem, jak również wiedza i inne umiejętności, zarówno twarde, jak i miękkie), dotyczące czynników, które wpływają na decyzje o podjęciu współpracy z podmiotami typu start-up. Uznano bowiem, że rozwinięcie czynników, jakimi są wiedza i umiejętności, może dostarczyć istotnych informacji na temat postrzegania przez inwestorów start-upów jako podmiotów o charakterze innowacyjnym. Wiedza i umiejętności traktowane są jako kompetencje, jakie powinien posiadać start-up. Wynika to z następującej definicji (Jędrzejczyk 2017, s. 15): „Przez kompetencje należy rozumieć połączenie wiedzy, doświadczenia i umiejętności pracownika, wraz z posiadanymi zdolnościami umysłowymi oraz przyjmowanymi postawami, które ukierunkowane są na efektywną realizację celów organizacji”.

Odpowiedzi badanych na temat kompetencji, jakie powinien posiadać start-up, zostały uporządkowane w szersze kategorie. W opinii respondentów, aby otrzymać wsparcie ze strony inwestora, start-up powinien posiadać wiedzę i umiejętności z zakresu:

- znajomości biznesu (ogólne rozumienie biznesu, procesów zachodzących w start-upie, działań konkurencji, świadomość celów operacyjnych i finansowych start-upu);
- rozwiązywania problemów i podejmowania decyzji (umiejętność dokonywania obiektywnej oceny i podejmowania decyzji, także w kompleksowych sytuacjach oraz pod presją);
- planowania i realizacji (umiejętność efektywnego planowania oraz wdrożenia planu, efektywna realizacja wyznaczonych celów);
- uczenia się na podstawie doświadczeń (umiejętność wyciągania wniosków z wcześniejszych doświadczeń swoich i innych);
- inicjatywy i kreatywności (umiejętność wykorzystywania twórczego i kreatywnego myślenia w rozwiązywaniu problemów, podejmowania nowych inicjatyw w celu poprawienia wyników);
- indywidualnych umiejętności interpersonalnych (umiejętność asertywnego wyrażania własnego zdania i przemyśleń w jasny, konkretny i profesjonalny sposób, umiejętność słuchania innych);
- współpracy w zespole (umiejętność efektywnej pracy w zespole, tworzenia odpowiednich empatycznych relacji i wspierania rozwoju grupy w osiągnięciu celów zespołowych);
- zarządzania zespołem (efektywne organizowanie pracy zespołu, delegowanie zadań, motywowanie, monitorowanie postępów, efektywne wdrażanie zmian).

Na podstawie analizy wyników badań można wnioskować, że oba badane podmioty mają jasno sprecyzowany obraz start-upu, jako podmiotu o charakterze innowacyjnym. Według nich podmioty takie muszą charakteryzować się nie tylko dobrym pomysłem czy projektem, ale przede wszystkim merytorycznym przygotowaniem do wejścia na rynek, zarówno lokalny, jak i globalny. Kompetencje osób, które tworzą start-up, wskazują na fakt, że zespół, który tworzy innowacje, musi mieć charakter interdyscyplinarny.

## Podsumowanie

Rynek start-upów w Polsce ma ogromny potencjał. Pomimo iż jest on wciąż młody na tle światowym, wiele polskich podmiotów typu start-up odnosi sukcesy na arenie międzynarodowej. Sukcesy start-upów to nie tylko innowacyjny pomysł czy produkt. Przede wszystkim na sukces start-upów składają się posiadane kapitały: finansowy, ludzki i społeczny. Z wywiadów przeprowadzonych z przedstawicielami grup konsultingowo-kapitałowych wynika, że wsparcie finansowe jest bardzo istotne w procesie powstawania innowacji. Jednak, jak podkreślają respondenci, sam kapitał finansowy nie gwarantuje sukcesu start-upu. Dlatego wsparcie merytoryczne ze strony podmiotów inwestujących stanowi ważny czynnik w rozwoju start-upu. Przeprowadzone badania wykazały, że otrzymanie przez start-upy wsparcia cechuje przejrzystość reguł i wymagań, które są jasne dla obu stron. Na podstawie dokonanej analizy wnioskuje się, że istota innowacyjności start-upów to przede wszystkim kompetencje poszczególnych jednostek tworzących tego typu podmioty. Eksperci upatrują zatem tę innowacyjność w kapitale ludzkim, który



w ich opinii stanowi fundament start-upu. Przeprowadzone badania nie wyczerpują zagadnienia innowacyjności start-upów, jednak stanowią wstęp do szerszych badań na temat determinantów innowacyjności start-upów.

## Literatura

1. Beauchamp M., Kowalczyk A. (2017), *Przedsiębiorczość startupowa. Bank pomysłów dla polityków i samorządowców*, publikacja przygotowana na zlecenie Departamentu Współpracy Ekonomicznej Ministerstwa Spraw Zagranicznych, Ministerstwo Spraw Zagranicznych, Warszawa.
2. Blank S., Dorf B. (2013), *Podręcznik startupu. Budowa wielkiej firmy krok po kroku*, Helion, Gliwice.
3. Deloitte (2016), *Diagnoza ekosystemu startupów w Polsce*, Deloitte Polska, [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pl/Documents/Reports/pl\\_Deloitte\\_raport\\_startupy.pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/pl/Documents/Reports/pl_Deloitte_raport_startupy.pdf) (dostęp: 30.04.2018).
4. Górka M. (2015), *Wybrane poglądy na temat innowacji jako czynnika konkurencyjności podmiotów gospodarczych*, [w:] Lenik P. (red.), *Efektywność zarządzania zasobami*, Prace Naukowo-Dydaktyczne, nr 68, PWSZ w Krośnie, Krosno.
5. <http://www.poznan.pl/mim/s8a/news/startup-poznan,108289.html> (dostęp: 11.05.2018).
6. Janasz W., Kozioł K. (2007), *Determinanty działalności innowacyjnej przedsiębiorstw*, PWE, Warszawa.
7. Jędrzejczyk W. (2017), *Definiowanie kreatywności jako kompetencji przekrojowej*, „Przegląd Organizacji”, nr 12.
8. Milczarek A., Pietrakiewicz A. (2015), *Innowacyjne metody i narzędzia wykorzystywane w zarządzaniu start-upami na przykładzie akademickich inkubatorów przedsiębiorczości w Łodzi*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Łódzkiej. Organizacja i Zarządzanie”, nr 1201.
9. *Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data*, 3rd Edition, 2005, OECD/Eurostat.
10. Ries E. (2012), *Metoda Lean Startup. Wykorzystaj innowacyjne narzędzia i stwórz firmę, która zdobędzie rynek*, Helion, Gliwice.
11. Schumpeter J.A. (1960), *Teoria rozwoju gospodarczego*, PWE, Warszawa.
12. Startup Poland (2016), *Polskie Startupy. Raport 2016*, Fundacja Startup Poland, [http://www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/files/Startup\\_Poland\\_Raport\\_2016\\_16.pdf](http://www.citibank.pl/poland/kronenberg/polish/files/Startup_Poland_Raport_2016_16.pdf) (dostęp: 24.05.2017).
13. Trzepizur P. (2016), *Zarządzanie innowacjami w sektorze usług bankowych*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej. Zarządzanie”, nr 23, t. 2. DOI: 10.17512/znpcz.2016.3.2.17

## ATTRIBUTES OF STARTUPS AS INNOVATIVE BUSINESS ENTITIES

**Abstract:** By definition, startups are treated as innovative entities. The term “startup” quite often is abused in literature as well as socio-economic reality. The aim of the article is to identify and present the main attributes of a startup that constitutes it as an innovative business entity. The analysis was carried out on the basis of an interview conducted among investment and consulting experts operating in the Wielkopolska voivodship. The presented research results are one of the stages of wider research on the level of innovation of Polish startups.

**Keywords:** startup, innovation, investment groups, innovative, business entities, startup ecosystem