CZYSTA3.VC

RAPORT

FINANSOWANIE VC

w branży SOFTWARE HOUSE

PATRONAT

PATRONAT MEDIALNY

WSTĘP

Przedstawiamy wyniki badania „Finansowanie VC w branży software house”, przeprowadzonego w lipcu oraz sierpniu 2020, w celu oceny potencjału inwestycji typu venture capital na rynku SH. Respondenci odpowiadali na pytania dotyczące wyzwań dla branży, potrzeb związanych z rozwojem, możliwości pozyskania zewnętrznego finansowania i znajomości funduszy VC.

nota metodologiczna

W anonimowym badaniu online zrealizowanym metodą CAWI wzięło udział 80 przedstawicieli software house’ów działających w Polsce, zróżnicowanych pod względem przychodów, wielkości zatrudnienia i długości funkcjonowania na rynku.

Respondenci odpowiedzieli łącznie na 17 pytań jednokrotnego i wielkokrotnego wyboru oraz otwartych, umożliwiających szerszą wypowiedź. Z wyników badania wyłania się obraz rzeczywistych potrzeb i trudności w rozwoju SH, na które mogą być w stanie odpowiedzieć fundusze venture capital.

BADANIE

FINANSOWANIE VC W BRANŻY **SOFTWARE HOUSE**

CZYSTA3.VC

SZYMON JANIAK

DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCY CZYSTA3.VC

Koncepcja włączenia software house'ów do spektrum zainteresowań funduszy Venture Capital jest stosunkowo nowa. Wynika ona z transformacji na rynku start-upów, które na przestrzeni lat przestały budować wewnętrzne zespoły programistyczne i zaczęły zlecać kompleksowo tworzenie oprogramowania na zewnątrz. Kiedy trend ten zaczął dominować, software house'y stały się swoistymi centrami innowacji, ponieważ realizowały dziesiątki zleceń z tego obszaru, co z kolei owocowało chęcią do tworzenia własnych produktów. Jest to świetna droga do dywersyfikacji przychodów i poprawy rentowności, jednak jednocześnie stanowi wyzwanie. Wynika ono z faktu, że o ile mamy w Polsce wielu niezwykle zdolnych developerów, co umożliwia skuteczne wdrażanie nowych idei, o tyle znacznie gorzej wyglądają kompetencje związane z ich komercjalizacją, co hamuje rozwój.

Marketing rozumiany jako strategia działań z określonym celem biznesowym, grupą docelową, koncepcją narracji, harmonogramem, budżetem i metodyką ewaluacji popularny jest w wąskiej grupie wiodących SH. Dla pozostałych wciąż jest to terra incognita, gdzie eksperymentuje się, najczęściej zatrudniając pierwszą osobę od marketingu, a następnie próbuje różnych narzędzi bez konkretnego planu i zaplecza analitycznego. Dokładnie w ten sam sposób wygląda proces sprzedaży. Tam, gdzie zarząd zaczyna zdawać sobie sprawę, że same rekomendacje nie umożliwiają systematycznego wzrostu powyżej pewnego poziomu testuje się różne rozwiązania, zaczynając m.in. od zewnętrznych handlowców, co niestety bez odpowiedniego doświadczenia kończy się często niefortunnie.

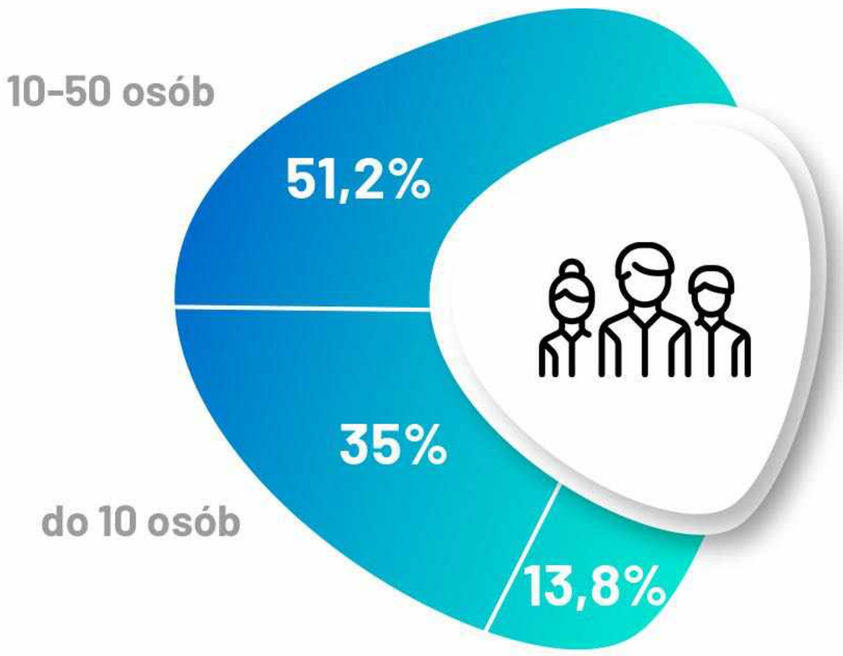
Powyższe problemy stanowią fundament budowania skali. Łącząc je z brakiem optymalnej struktury spółki, gdzie nie ma departamentów działających w oparciu o wymierne cele, a finansami, aspektami prawnymi i sprzedażą zajmuje się wyłącznie prezes, wyraźnie widać, czego potrzebuje dany podmiot, by przebić granicę kilku milionów przychodu i tworzyć biznes o znaczącym zasięgu i możliwościach.

Venture Capital stanowi doskonałą odpowiedź na powyższe, ponieważ rolą skutecznego inwestora jest pomoc w efektywnym skalowaniu spółki poprzez wsparcie merytoryczne oraz unikanie błędów związanych z brakiem doświadczenia w zarządzaniu. Wnoszony kapitał to zaledwie część korzyści, na jakie może liczyć spółka. Kluczowe są m.in. kontakty, wsparcie w podejmowaniu decyzji czy dostęp do know-how innych spółek portfelowych.

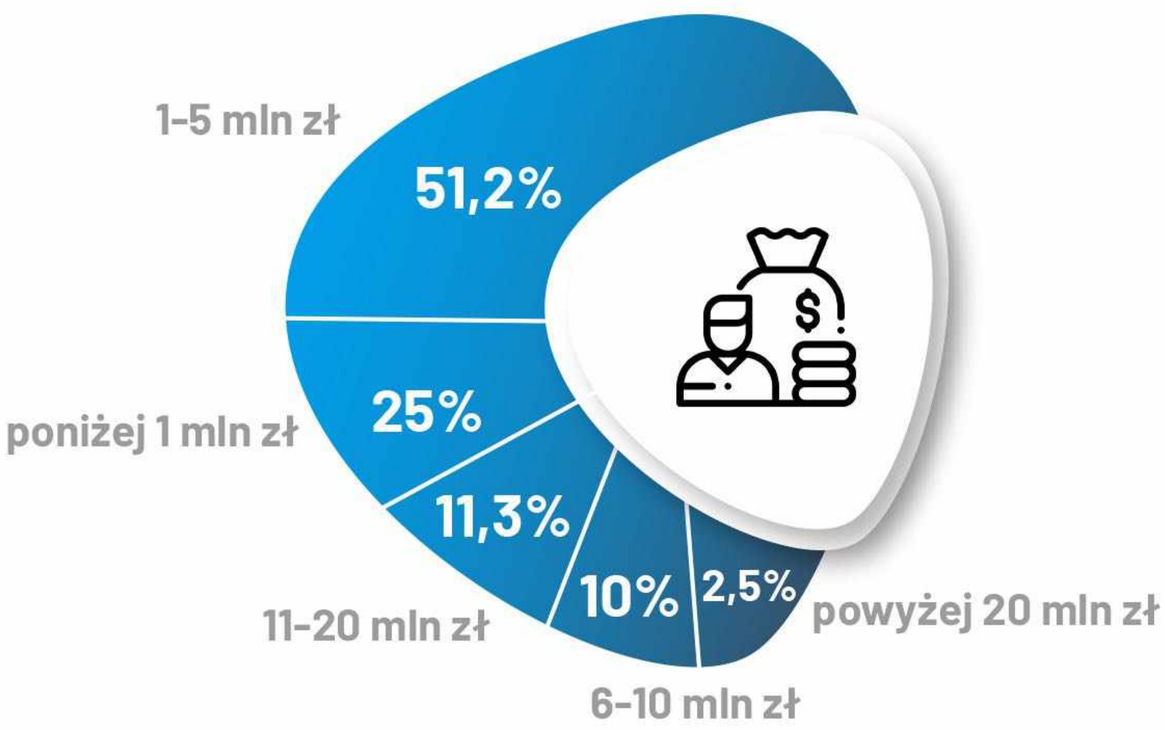
Na chwilę obecną pokutuje wiele nieuzasadnionych obaw dotyczących np. prób przejęcia kontroli nad spółką, zmiany jej założeń biznesowych czy forsowania decyzji, które są korzystne jedynie w krótkim terminie. Wyraźnie wskazuje to, że sektor SH, czeka jeszcze długa droga edukacyjna, która z jednej strony będzie budowana przez publikacje takie jak ta, natomiast z drugiej przez bezpośrednie doświadczenie spółek, które zdecydowały się wejść we współpracę z funduszem VC i pokazać realne wartości poparte wynikami, które z nich wyniknęły.

STRUKTURA RESPONDENTÓW

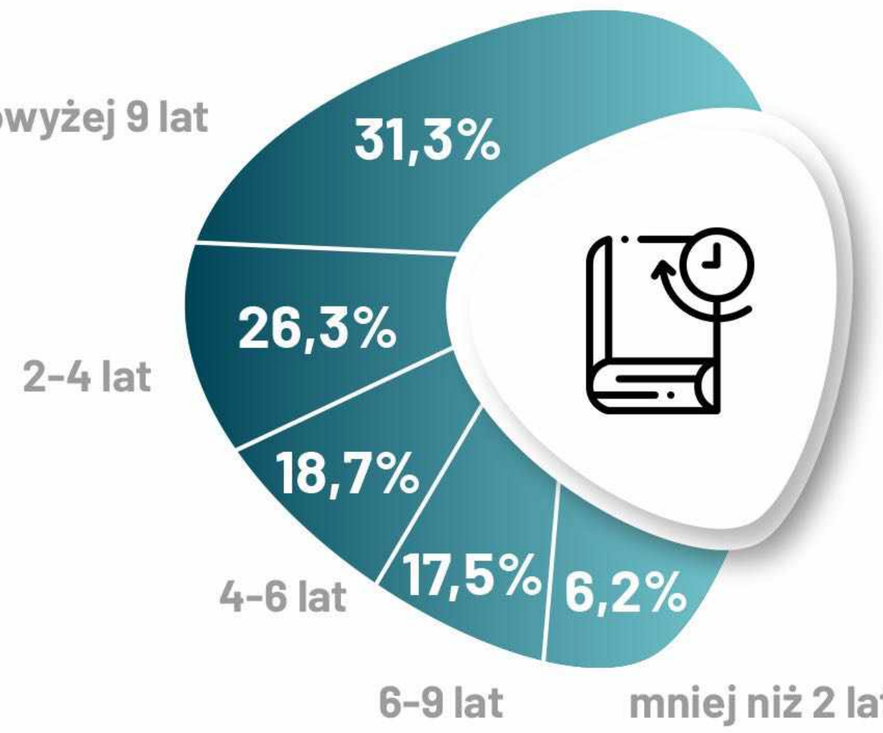
wielkość
ZATRUDNIENIA



wielkość
PRZYCHODÓW SH



obecność
NA RYNKU W LATACH



Biorące udział w badaniu software house'y stanowią zróżnicowaną grupę, uwzględniającą zarówno podmioty o krótkiej historii działalności, relatywnie niewielkich przychodach i kilkuosobowych zespołach, jak i zatrudniające setki osób firmy o rocznych przychodach sięgających wielu milionów złotych.

Analiza ankiet wskazuje, że długość działalności na rynku nie zawsze jest skorelowana z przychodami – 30% SH działających na rynku dłużej niż 6 lat osiąga przychody poniżej 1 mln zł.

Jedynie 2,5% badanych software house'ów przekroczyło pułap 20 mln zł przychodów. Żadna z ankietowanych firm nie zatrudnia powyżej 250 osób. Jest to jasny sygnał, że przed branżą wciąż stoją możliwości rozwoju i wzrostu.

PRZESZKODY NA DRODZE DO ROZWOJU

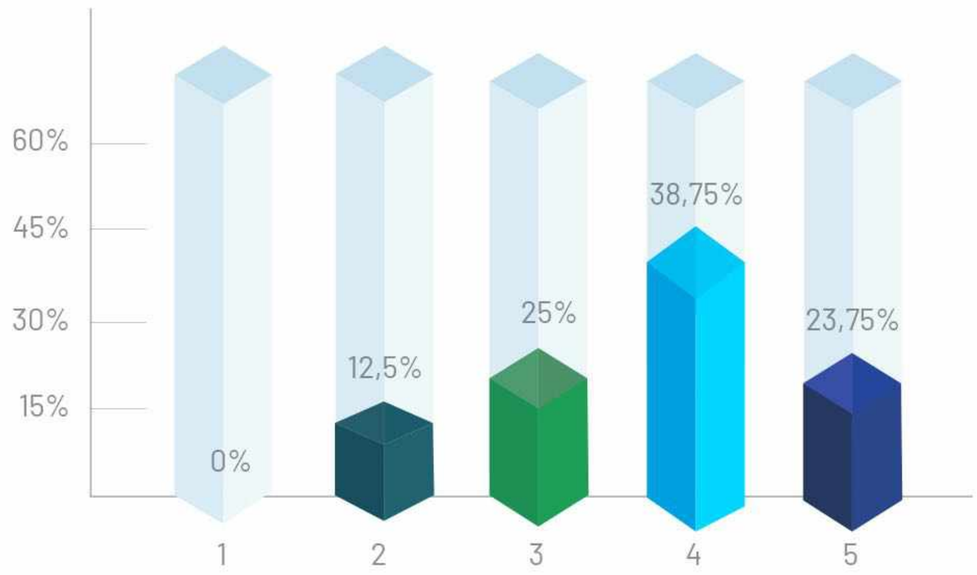
Respondenci zostali poproszeni o ocenę w 5-stopniowej skali (1-nieistotny problem, 5-bardzo istotny problem), w jakim stopniu software house'y borykają się z dziesięcioma wskazanymi problemami utrudniającymi rozwój. Badani mieli także możliwość dodania innych, istotnych w ich ocenie bolączek branży.

PROBLEMY STRATEGICZNE I HR-OWE

Spośród dziesięciu wskazanych problemów, największy procent respondentów za istotne i bardzo istotne uznało:

- brak strategii w zakresie marketingu usług **(58% odpowiedzi 4-5)**
- brak konsekwentnej strategii w sprzedaży usług z wykorzystaniem różnych kanałów **(62% odpowiedzi 4-5)**
- problem z rekrutacją wartościowych pracowników **(56% odpowiedzi 4-5)**
- problem wysokiego payrollu **(58% odpowiedzi 4-5)**

BRAK KONSEKWENTNEJ STRATEGII W SPRZEDAŻY USŁUG Z WYKORZYSTANIEM RÓŻNYCH KANAŁÓW

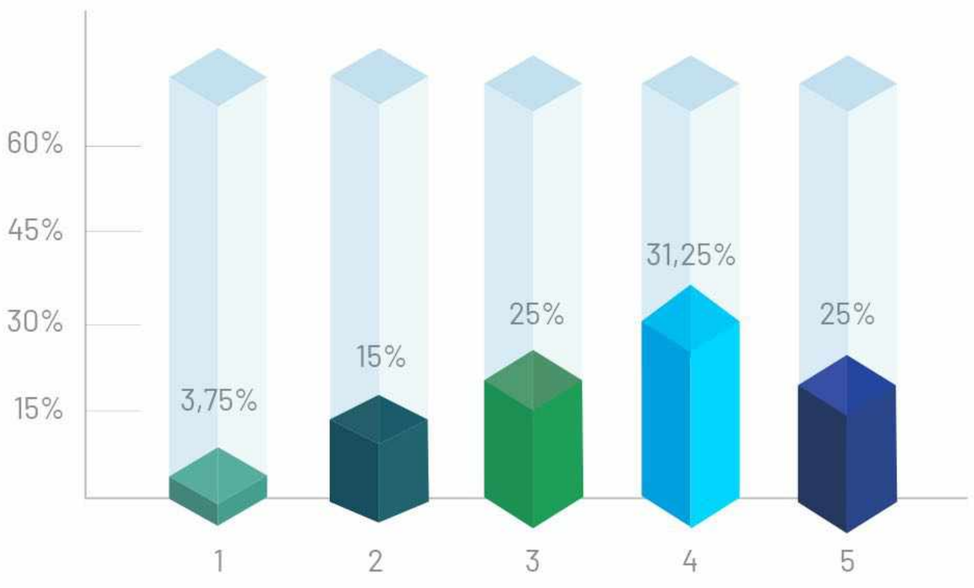


1-nieistotny problem
2-dość nieistotny problem
3-umiarkowanie istotny problem
4 -istotny problem
5-bardzo istotny problem

Z odpowiedzi wynika, że reprezentanci SH zdają sobie sprawę z niewykorzystanego potencjału marketingowego oraz sprzedażowego w swoich spółkach. Choć jako firmy usługowe podejmują kroki zmierzające do pozyskania i utrzymania klientów, we własnej opinii działania te powinny być w większym stopniu strategicznie zaplanowane i konsekwentnie realizowane.

Drugą grupą trudności, które dostrzegają SH są kwestie związane z pozyskiwaniem wartościowych pracowników, a w konsekwencji presja płacowa i wysoki koszt wynagrodzeń obciążający budżet firmy.

PROBLEMY Z REKRUTACJĄ WARTOŚCIOWYCH PRACOWNIKÓW

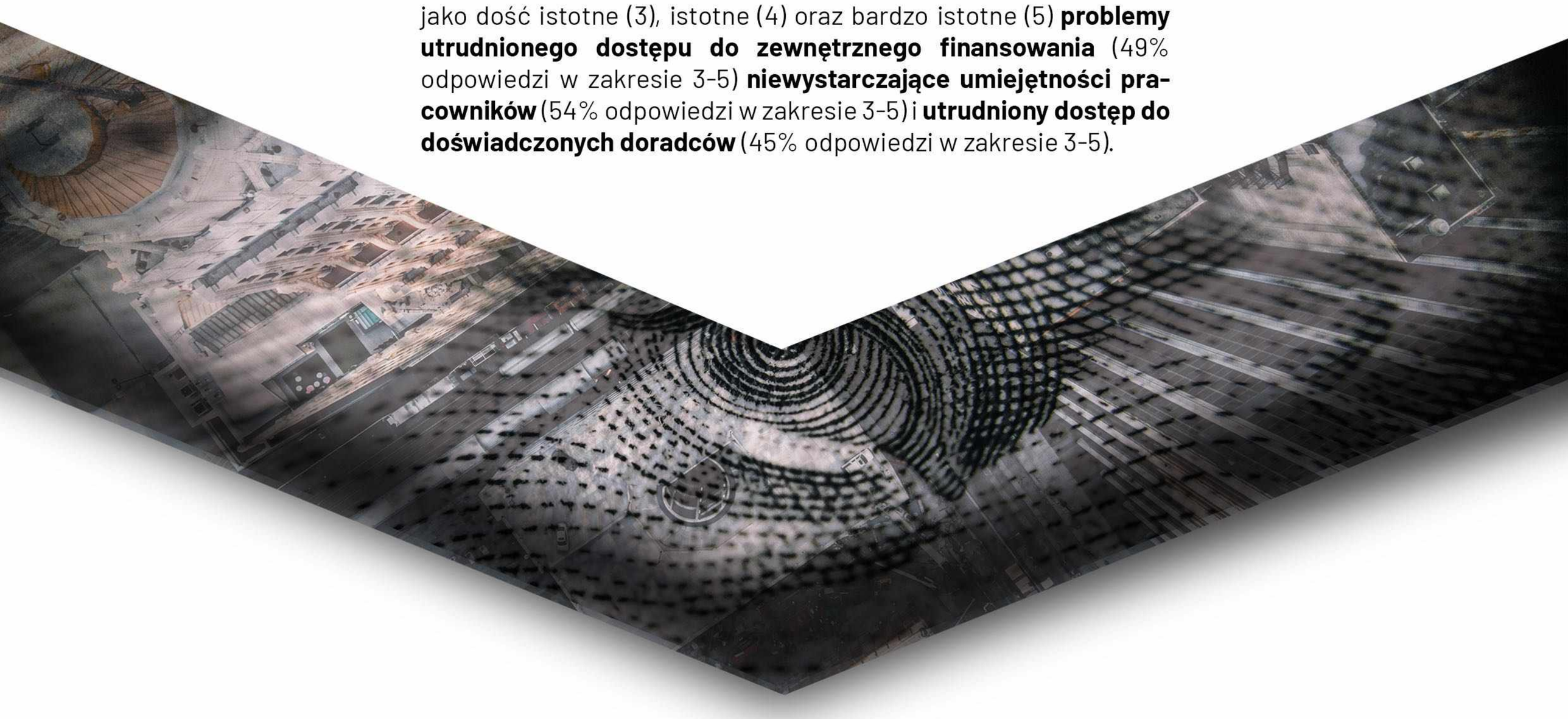


1-nieistotny problem
2-dość nieistotny problem
3-umiarkowanie istotny problem
4 -istotny problem
5-bardzo istotny problem

PRZESZKODY NA DRODZE DO ROZWOJU

DOSTĘP DO FINANSOWANIA I WIEDZY

Według respondentów mniej obaw niż w przypadku problemów z marketingiem i sprzedażą budzą kwestie związane z finansowaniem i wiedzą. Wciąż jednak znacząca liczba badanych wskazuje jako dość istotne (3), istotne (4) oraz bardzo istotne (5) **problemy utrudnionego dostępu do zewnętrznego finansowania** (49% odpowiedzi w zakresie 3-5) **niewystarczające umiejętności pracowników** (54% odpowiedzi w zakresie 3-5) i **utrudniony dostęp do doświadczonych doradców** (45% odpowiedzi w zakresie 3-5).



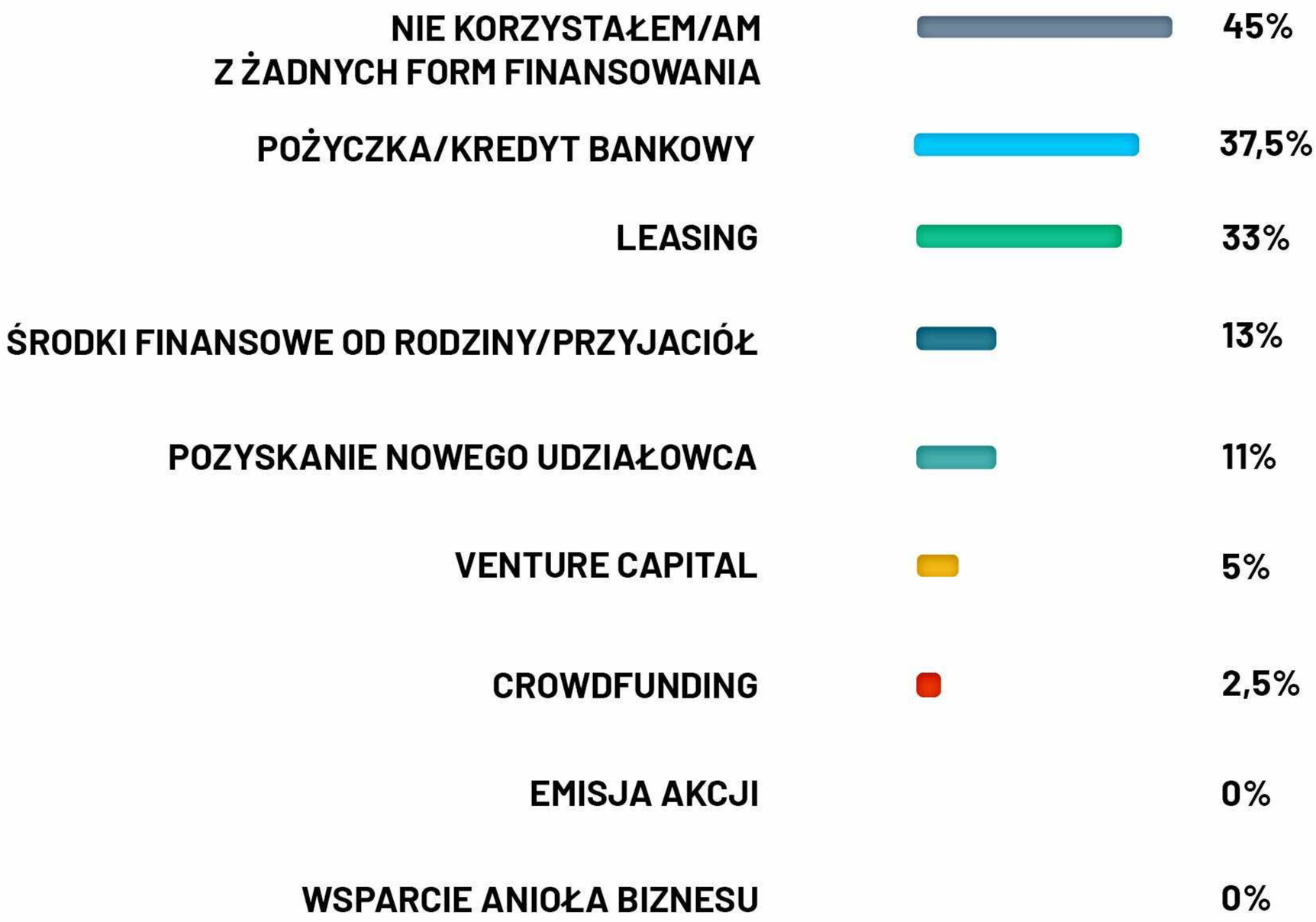
PROBLEMY TAKŻE POZA FIRMĄ

Proszeni o podanie innych niż wymienione problemów, mogących mieć wpływ na rozwój, ankietowani wskazują zarówno na trudności po stronie software house'ów, jak i na zewnątrz organizacji.
Do problemów wewnętrznych, respondenci zaliczają m.in. skomplikowane umowy IT, nastawienie tylko na działalność usługową czy brak wizji własnej wartości. Wśród problemów niezależnych od samej firmy badani wskazują uwarunkowania rynkowe związane z dominacją wielkich firm, konkurencją ze wschodu, brakiem współpracy sektora z państwem czy przyznawaniem środków z UE na projekty, które „biznesowo się nie bronią".

> *Największym problemem jest nastawienie SH głównie na działanie usługowe, mało SH utrzymuje się z własnych produktów.*

FINANSOWANIE W SOFTWARE HOUSE'ACH

Z JAKICH **ZEWNĘTRZNYCH FORM FINANSOWANIA** DZIAŁALNOŚCI SOFTWARE HOUSE'U KORZYSTAŁ/A PAN/PANI DOTYCHCZAS?



PRAWIE POŁOWA SOFTWARE HOUSE'ÓW FINANSUJE SIĘ SAMA

Pytani o zewnętrzne formy finansowania swoich software house'ów 45% badanych deklaruje, że nie korzystała z żadnych form finansowania. Może to wskazywać na ostrożność zarządzających SH w zaciąganiu zobowiązań. Innym wytłumaczeniem może być ograniczony dostęp do atrakcyjnego finansowania dla tej branży lub brak wiedzy na ten temat.

Najpopularniejszą formą pozyskiwania środków wśród ankietowanych software house'ów jest pożyczka lub kredyt bankowy – w toku działalności sięgnęło po nie 37% firm. Porównywalny procent ankietowanych skorzystało z leasingu.

Analiza wszystkich wypowiedzi wskazała, że ze środków od rodziny i przyjaciół w większości skorzystali ankietowani prowadzący firmę między 2 a 4 lata oraz organizacje istniejące powyżej 9 lat na rynku.

FINANSOWANIE VC NIE TYLKO DLA STARTUJĄCYCH FIRM

Choć finansowanie VC może być kojarzone z początkującymi firmami, z odpowiedzi badanych wynika, że skorzystały z niego organizacje będące na rynku 6 lat lub dłużej.

BEZ WSPARCIA ANIOŁÓW I GIEŁDY

Żaden z badanych software house'ów nie skorzystał ze wsparcia aniołów biznesu ani emisji akcji jako form zewnętrznego finansowania. Niewielką popularnością wśród ankietowanych SH cieszy się także crowdfunding - skorzystanie z tej formy pozyskania środków zadeklarowało jedynie 2,5% respondentów.

WPŁYW PANDEMII

PANDEMIA NIE ZMIENIA PLANÓW DOTYCZĄCYCH FINANSOWANIA

Aż 86% software house'ów nie odczuło zmian spowodowanych pandemią COVID-19 w stopniu, który powodowałby zmianę planów dotyczących pozyskania zewnętrznego finansowania.

Respondenci, dla których pandemia miała wpływ na chęć pozyskania dodatkowych środków wskazują na konkretne zmiany, które nastąpiły w ich biznesie. Zauważają oni, że liczba klientów i projektów zmniejszyła się, a proces decyzyjny wydłużył. Wymusza to konieczność zmian w przyjętej przez firmy strategii. Sytuacja gospodarcza sprawiła także, że część właścicieli software house'ów chce wykorzystać zewnętrzne finansowanie do rozwoju własnych projektów, będących w trakcie realizacji.

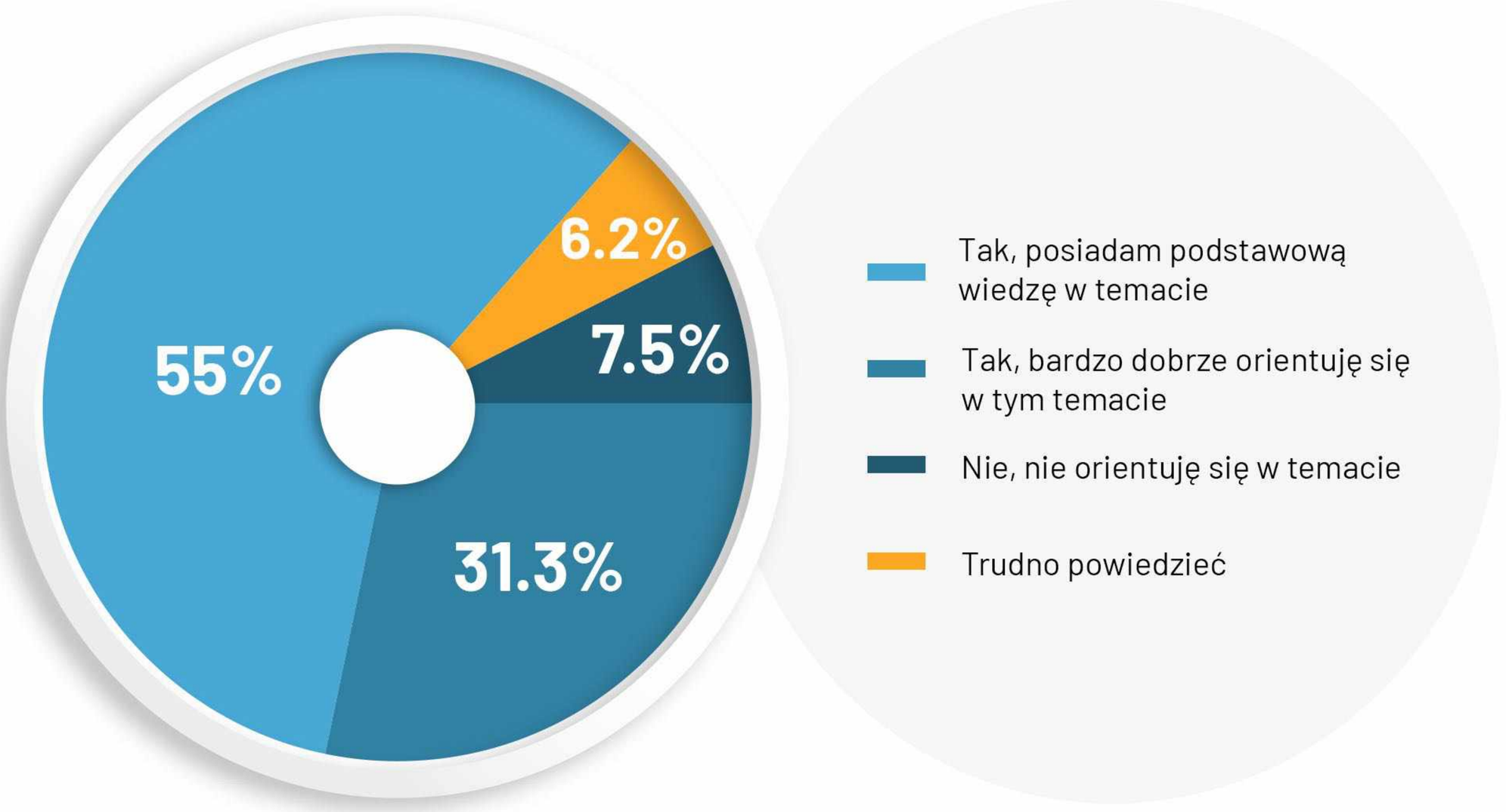
Mniej klientów – przeważnie kończymy na wycenach i pytaniach, czy rozkładamy płatności na raty.

FINANSOWANIE VC ZNANE Z TEORII

Wśród badanych 86% deklaruje, że posiada co najmniej podstawową wiedzę dotyczącą finansowania venture capital, a 31% z nich uznaje, że bardzo dobrze orientuje się w tym temacie.
Deklarowana wiedza ma jednak w większości przypadków jedynie wymiar teoretyczny – 70% badanych nigdy nie prowadziło rozmów z funduszem inwestycyjnym.

CZY WIE PAN/PANI

NA CZYM POLEGA FINANSOWANIE VENTURE CAPITAL?



VC JAKO SPOSÓB NA ROZWÓJ

Brak bezpośredniej styczności z funduszami VC może mieć wpływ na postrzeganie tej formy finansowania jako środka pomagającego w osiągnięciu progresu. Wśród badanych software house'ów 37% rozważa finansowanie VC jako sposób na rozwój, a 28% ankietowanych jest w tym zakresie niezdecydowana.

OBLICZA SMART MONEY

Pytani o to, co mogłoby ich skłonić do ubiegania się o finansowanie VC, ankietowani wskazywali głównie na kwestie związane z wartościami dodanymi, które poza kapitałem wnoszą do spółki fundusze:

CO MOGŁOBY SKŁONIĆ PANA/PANIĄ DO UBIEGANIA SIĘ O FINANSOWANIE VENTURE CAPITAL?

17% WSPARCIE ROZWOJU/ SZYBSZE SKALOWANIE

10% SMART MONEY/ DODATKOWE WARTOŚCI

10% SIEĆ KONTAKTÓW/ NETWORKING

9% DORADZTWO/ WSPARCIE EKSPERTÓW

7% KNOW-HOW/ WSPARCIE MERYTORYCZNE

7% WSPARCIE W POZYSKANIU NOWYCH KLIENTÓW/ SPRZEDAŻY

7% NOWE INWESTYCJE/ TWORZENIE WŁASNEGO PRODUKTU

Ankietowani wskazywali, że do współpracy z inwestorami przekonać mogłoby ich także m.in. lepsze zrozumienie działania VC, dostępność finansowania, umożliwienie dotarcia na zagraniczne rynki, pomoc strategiczna, ale także trudna sytuacja finansowa w SH.

Warto podkreślić, że wśród najczęściej występujących odpowiedzi czynnik finansowy niewystępuje na żadnym z kluczowych miejsc.

> *Jedynym argumentem przemawiającym za jest dostęp do doświadczonych osób, które merytorycznie wesprą biznes i pomogą rozwinąć go operacyjnie, nie tylko sprzedażowo, aby zbudowana organizacja była stabilna i dobrze poukładana strukturalnie.*

> *Jasna i transparentna oferta VC z nastawieniem smart money, tzn. z zaangażowaniem operacyjnym i strategicznym.*

OBAWY SOFTWARE HOUSE’ÓW

Niemal połowa respondentów poproszona o wskazanie obaw, jakie mogą mieć osoby zarządzające software house’ami wskazała na utratę kontroli i decyzyjności w firmie.

11% badanych opisało obawy związane z przekazaniem udziałów w zamian za finansowanie. Taka sama liczba ankietowanych wskazywała, że niepokojące dla przedstawicieli SH mogą być oczekiwania funduszy, przede wszystkim dotyczące wyników, ale także procesów i raportowania.

Respondenci wskazują także, że SH mogą mieć obawy dotyczące niewystarczającego wsparcia ze strony funduszu, braku dopasowania czy zrozumienia specyfiki firmy.

> *Oczekiwanie wyników na poziomie unicorna.*

> *Jak z każdym inwestorem zewnętrznym ;) m.in. utrata kontroli, nacisk na realizację obranych planów.*

ZALETY VC
Z PERSPEKTYWY SH

Respondenci zostali poproszeni o ocenę
10 zalet finansowania VC
z perspektywy software house'u:

BRAK KONIECZNOŚCI PŁACENIA ODSETEK OD POZYSKANYCH ŚRODKÓW, JAK W PRZYPADKU KREDYTU BANKOWEGO

MOŻLIWOŚĆ ZREALIZOWANIA INWESTYCJI O PODWYŻSZONYM STOPNIU RYZYKA

OTRZYMANIE ZNACZNYCH ŚRODKÓW FINANSOWYCH

WSPARCIE DOŚWIADCZONYCH DORADCÓW Z RÓŻNYCH BRANŻ WSPÓŁPRACUJĄCYCH Z FUNDUSZEM

WSPARCIE KONTAKTAMI ZAWODOWYMI, „OTWIERANIE DRZWI"

POMOC W SKALOWANIU DZIAŁALNOŚCI

WSPARCIE W EKSPANSJI MIĘDZYNARODOWEJ

WSPARCIE W PROCESIE SPRZEDAŻY PRODUKTÓW SH

POMOC W POUKŁADANIU PROCESÓW WEWNĄTRZ ORGANIZACJI

ZNAJOMOŚĆ BRANŻY SOFTWARE HOUSE

ZALETY VC DLA SOFTWARE HOUSE'ÓW

ZALETY NIE BEZ ZNACZENIA

Warto podkreślić, że każda z ocenianych zalet finansowania VC została uznana za ważną, bądź bardzo ważną przez część ankietowanych – w siedmiu na dziesięć przypadków suma ocen 3-5 (dość ważna zaleta, ważna zaleta, bardzo ważna zaleta) wynosiła ponad 80%.

W zależności od modelu biznesowego, czy możliwości finansowych potrzeby software house'ów, na które mogą odpowiedzieć inwestorzy VC różnią się.

71%

WSPARCIE DOŚWIADCZONYCH DORADCÓW Z RÓŻNYCH BRANŻ WSPÓŁPRACUJĄCYCH Z FUNDUSZEM

78%

POMOC W SKALOWANIU DZIAŁALNOŚCI

79%

WSPARCIE KONTAKTAMI ZAWODOWYMI, „OTWIERANIE DRZWI"

72%

WSPARCIE W EKSPANSJI MIĘDZYNARODOWEJ

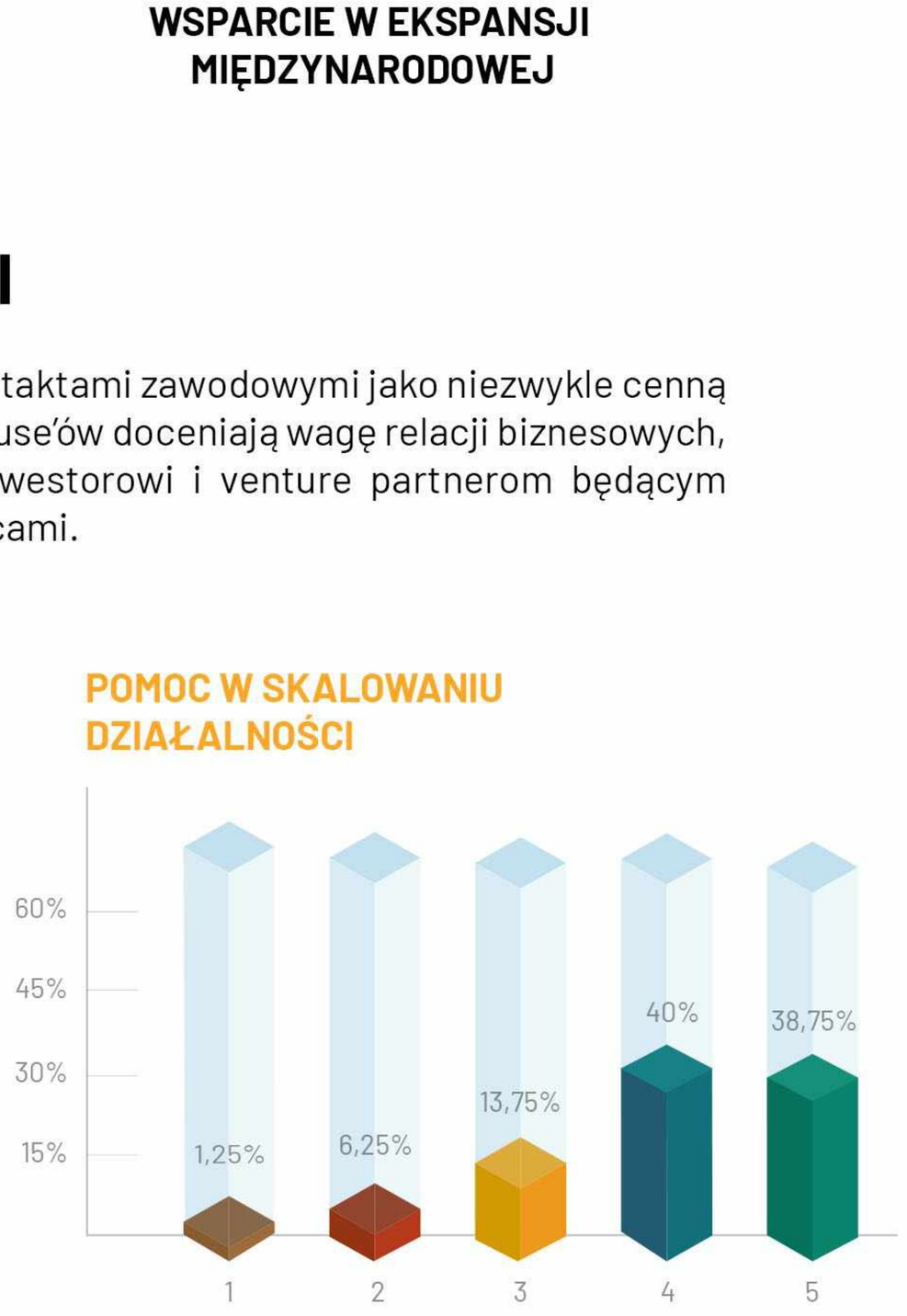
INWESTORZY OTWIERAJĄ DRZWI

Przeważająca liczba respondentów wskazała na wsparcie kontaktami zawodowymi jako niezwykle cenną zaletę współpracy z funduszem. Przedstawiciele software house'ów doceniają wagę relacji biznesowych, których nawiązanie staje się znacznie łatwiejsze dzięki inwestorowi i venture partnerom będącym najczęściej doświadczonymi, znanymi w branży przedsiębiorcami.

WSPARCIE KONTAKTAMI ZAWODOWYMI, „OTWIERANIE DRZWI"

1-zupełnie nieważne
2-nieważne
3-dość ważne
4-ważne
5-bardzo ważne

POMOC W SKALOWANIU DZIAŁALNOŚCI

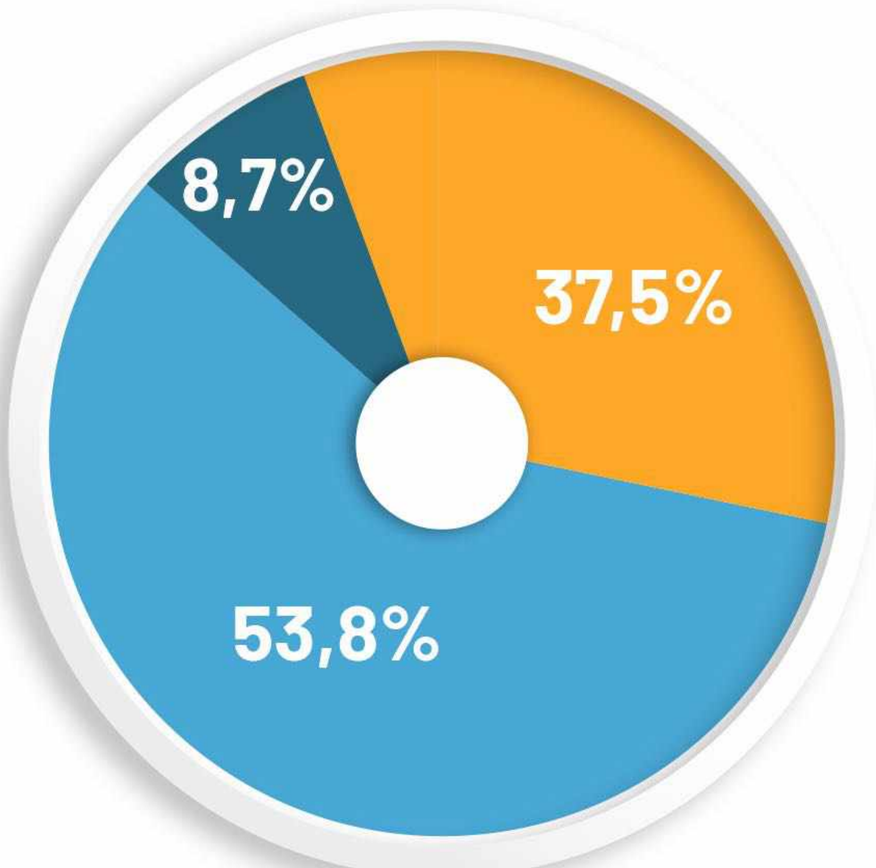


1-zupełnie nieważne
2-nieważne
3-dość ważne
4-ważne
5-bardzo ważne

WŁASNY PRODUKT

COŚ WŁASNEGO

Połowa ankietowanych rozważa stworzenie własnego produktu w ramach SH, a 37% ankietowanych realizowała w przeszłości lub obecnie pracuje nad takim projektem. Wyniki te wskazują, że software house'y to miejsca, w których rodzą się pomysły na innowacje, a jednocześnie, że wielu zarządzających SH szuka sposobów osiągnięcia dodatkowego, niezależnego strumienia przychodów i rozważa dywersyfikację działalności.



CZY ROZWAŻAŁ/A PAN/PANI

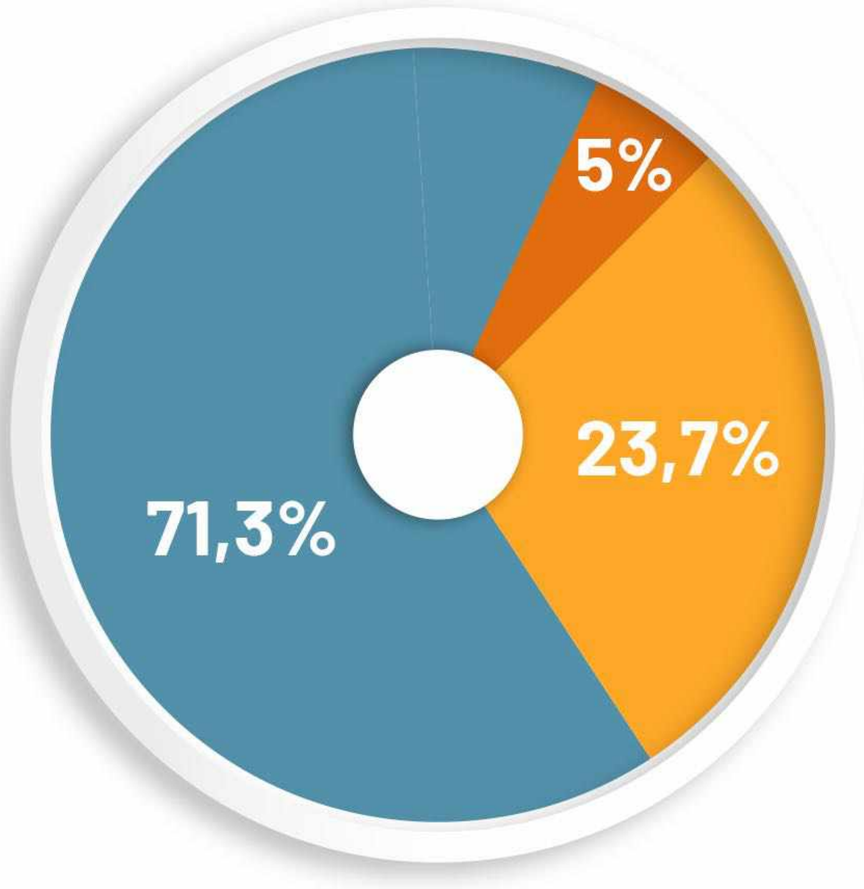
STWORZENIE WEWNĄTRZ SOFTWARE HOUSE'U WŁASNEGO PRODUKTU (NARZĘDZIA, APLIKACJI URZĄDZENIA ITD.) I OFEROWANIE GO NA RYNKU?

tak
nie
realizujemy/ realizowaliśmy taki projekt

CZY BYŁBY PAN/PANI

SKŁONNY/A DO POSZUKIWANIA INWESTORA DLA TAKIEGO PROJEKTU?

tak
nie
trudno powiedzieć



Ponad 70% respondentów jest skłonna poszukiwać inwestora dla stworzonego przez swój SH produktu bądź usługi, które następnie firma mogłaby oferować na rynku. Ankietowani wyraźnie dostrzegają dodatkowe możliwości, które oferuje partner zewnętrzny przy takim projekcie.

WNIOSKI

POPULARNOŚĆ VC WŚRÓD SH DOPIERO ZACZYNA ROSNĄĆ

Wyniki badania wskazują, że software house'y w coraz większym stopniu otwierają się na możliwość współpracy z inwestorami VC. Analiza najczęstszych problemów, z którymi boryka się branża pokazuje, że dobrze dobrany fundusz jest w stanie odpowiedzieć na wszystkie kluczowe wyzwania i otworzyć nowe możliwości. Respondenci widzą także w funduszu VC cennego partnera dla rozwoju własnych produktów.

DORADCY POŻĄDANI

Respondenci wskazują na ogromną wartość wsparcia, jakie mogą wnieść do ich biznesu doświadczeni doradcy. Chętnie skorzystaliby z ich usług i wiedzy przy budowaniu strategii marketingowej czy strukturyzując proces sprzedaży. Dzięki wsparciu VC, software house otrzymuje jednak nie tylko dostęp do znanych na rynku ekspertów w swoich dziedzinach, ale także ich zaangażowanie w pozytywny rezultat działań, który jednocześnie jest korzyścią dla funduszu.

KWESTIE HR-OWE A WŁASNY PRODUKT

Zarówno wskazując na problemy, jak i swoje oczekiwania, badani zwrócili uwagę na liczne kwestie związane z pracownikami. Wielu ankietowanych do trudności zaliczało w pierwszej kolejności pozyskiwanie nowych pracowników, a w dalszej, kwestię ich wynagradzania i wysokie koszty dla organizacji. W tym kontekście zrozumiała jest duża gotowość SH do tworzenia własnych produktów, które ułatwią pozyskanie dodatkowych źródeł dochodów, niezwiązanych z przepracowaną liczbą godzin programisty.

FINANSOWANIE VC NIE TYLKO DLA STARTUJĄCYCH FIRM

Spośród firm biorących udział w badaniu, z finansowania VC skorzystały jedynie organizacje będące na rynku 6 lat lub dłużej. Fundusze VC są często kojarzone z początkującymi organizacjami, ale w rzeczywistości wiele z nich inwestuje w bardziej doświadczone podmioty, mogące wykazać trakcję. Dodatkowo firmy działające dłużej na rynku, często wypróbowały już inne metody skalowania swojego biznesu i kierują się w stronę VC jako doświadczonego partnera, dysponującego rozległymi kontaktami.

WSPARCIE SZYTE NA MIARĘ

Software house'y doceniają liczne możliwości wsparcia jakie daje VC. Pewna grupa zalet będzie miała kluczowe znaczenie dla większości spółek z tej branży. Fundusze muszą jednak pamiętać, że oferta w ramach smart money powinna być zawsze dostosowana do specyfiki i potrzeb konkretnej firmy IT, a te, jak wskazują respondenci, są bardzo różne.

Grzegorz Rudno-Rudziński, prezes ITCorner, Managing Partner w Unity Group

Z perspektywy właściciela firmy, uważam środowisko IT za zróżnicowane. Dla jednych firma to pasja, innych cieszy głównie wzrost wartości organizacji.

Prowadząc w gronie ITCorner rozmowy o przejęciach, dofinansowaniach czy łączeniu firm zauważyliśmy, że często to właśnie podejście do firmy wpływa na przebieg rozmów z VC. Pasjonaci własnego biznesu mają tendencję zawyżać wartość firmy, co ma wpływ na przygotowanie do samej rundy finansowania.

Dodatkowo, w szeroko pojętym środowisku firm technologicznych, często brakuje wiedzy, np. o tym jakie są metody wskaźnikowej wyceny, do której zawsze na końcu dochodzi. Sam w jednej z rozmów o przejęciu spotkałem się z przeszacowaniem wartości firmy blisko 50 razy do sensownego parametru P/E, a także z brakiem wiedzy o modelach wypłaty i zobowiązań fouderów przy wychodzeniu. Dostrzegam także przestrzeń do edukacji biznesu, co pozwoli na skuteczniejsze prowadzenie rozmów m.in. z VC.

Osobiście sądzę, że do zaistnienia na rynku europejskim potrzebujemy integracji firm w większe podmioty, w czym mogą pomóc środki VC. Uważam, że VC może być elementem umożliwiającym rozwój firm IT, jednak będzie to możliwe dopiero, gdy więcej założycieli firm IT zrozumie konieczność integracji i zamiany niezależności na szansę wspólnego wzrostu i sukcesu.

Rafał Malujda - Członek Zarządu Stowarzyszenia Klaster ICT Pomorze Zachodnie

Finansowanie VC może mieć pozytywny wpływ na branżę software house i być oceniane z dwóch perspektyw. Po pierwsze – w zależności od dojrzałości organizacji, z którą rozpoczyna współpracę VC – inwestycja i „partnerstwo" z software housem na poziomie zarządzania może nie tylko sprofesjonalizować działania firmy, lecz także poszerzyć jej horyzont projektowy. Mowa jest zarówno o nowych sektorach obsługiwanych przez software house, ale także o szerszej perspektywie terytorialnej, tj. obsługa klientów z nowych obszarów geograficznych. Ten drugi obszar – poszerzenie horyzontu projektowego może (i często tak w praktyce się dzieje) prowadzić w prostej linii do próby wytworzenia własnego projektu („in-housowego"), z którym software house ma ambicje zaistnienia na rynku produktowym czy usługowym już w trochę innej roli. Oczywiście wiele zależy od doświadczenia „kadry" zarówno po stronie VC jak i software house-u – nie każdy zarząd software house-u ma odpowiedni potencjał do rozwoju, niektórzy zaś potrzebują praktycznie wyłącznie finansowania i ewentualnej kalibracji na poziomie funkcjonowania samej organizacji.

Jarosław Parzuchowski, Prezes Zarządu Fundacji Interizon

Obszar technologii informacyjnych i komunikacyjnych jest przykładem branży, której rozwój jest jednym z głównych priorytetów polityki gospodarczej na świecie. Konkurencyjność gospodarki jest w coraz większym stopniu oparta o badania, rozwój i innowacje oraz umiejętność dynamicznej absorpcji, udziału w tworzeniu i rozwoju nowych technologii. Aby sprostać tym wyzwaniom niezbędna jest intensyfikacja współpracy międzybranżowej pomiędzy różnymi podmiotami, środowiskami czy technologiami. Coraz więcej młodych firm zdaje sobie sprawę, że współpraca z Venture Capital to znacznie więcej niż tylko uzyskanie finansowania, to także profesjonalny mentoring, networking ukierunkowany na współpracę międzynarodową, możliwość udziału w dużych międzynarodowych konsorcjach w wyniku czego stale rozszerza się sieć kontaktów firmy. Dzięki temu możliwe jest tworzenie kompletnych produktów lub usług o dużej wartości dodanej, które z powodzeniem będą sprzedawane na rynkach globalnych, a także wyznaczanie i adaptacja długofalowych kierunków rozwoju firmy.

VENTURE CAPITAL

PODSTAWY

CHARAKTERYSTYKA

Fundusze venture capital dysponują środkami prywatnych lub prywatnych oraz publicznych inwestorów, które chcą zainwestować w innowacyjne przedsięwzięcia, mające duży potencjał wzrostu.

Inwestycje venture capital charakteryzują się najczęściej podwyższonym stopniem ryzyka, ale także potencjalnie wysoką stopą zwrotu.

Na polskim rynku większość funduszy ma charakter publiczno-prywatny, funkcjonując w ramach różnych programów rządowych.

W ciągu kilku lat fundusz wspiera firmę finansowo i merytorycznie, dzieląc się wiedzą i pomagając nawiązać kontakty biznesowe. Po tym czasie następuje wyjście z inwestycji. Fundusz zarabia tylko wtedy, gdy przedsięwzięcie odniosło sukces, a wartość firmy zwiększyła się.

SPECYFIKA FUNDUSZY

Fundusz VC nie angażuje się najczęściej w bieżące zarządzanie firmą. Członkowie zespołu funduszu, we wcześniej określonym zakresie, mogą służyć swoją wiedzą i wsparciem właścicielom firmy.

Częstą praktyką jest dołączenie do rady nadzorczej przedstawiciela funduszu lub venture partnera z dużym doświadczeniem biznesowym. Jego zadaniem jest pomoc w podejmowaniu strategicznych decyzji. Zaangażowanie rozpoznawalnego w branży eksperta dla wielu firm ma także znaczenie wizerunkowe i pomaga w nawiązaniu nowych kontaktów biznesowych.

NIE TYLKO START-UPY

Wiele osób nie zdaje sobie sprawy, że choć fundusze venture capital inwestują w innowacyjne projekty, często są one tworzone w firmach, które w ramach głównej działalności oferują zupełnie standardowe produkty i usługi.

Beneficjentami wsparcia VC są więc nie tylko start-upy rozumiane jako nowatorskie firmy na bardzo początkowym etapie działalności, ale także tradycyjne doświadczone spółki działające na rynku produktów lub usług. Czynnikiem decydującym o przyznaniu finansowania jest innowacyjność projektu i jego potencjał wzrostu.

Z PERSPEKTYWY SH

W przypadku software house'ów po finansowanie sięgają zazwyczaj te spółki, które planują zdywersyfikować swoje przychody, wprowadzając na rynek nowe rozwiązanie i sprzedając je bezpośrednio klientom lub np. w modelu SaaS.

ILE INWESTUJĄ FUNDUSZE?

Fundusze venture capital działają w oparciu o rundy inwestycyjne. W polskich realiach, w pierwszej fazie inwestują najczęściej do miliona złotych w konkretny projekt. Bardziej zaawansowane przedsięwzięcia mają szansę otrzymać do pięciu milionów, w szczególnych sytuacjach możliwe są także wyższe kwoty.

Perspektywiczne projekty, których rozwój wymaga dużych nakładów mają szansę na otrzymanie dodatkowych środków w kolejnych rundach, od funduszy specjalizujących się w inwestycjach late stage. Istnieją jednak także inne możliwości finansowania dalszego rozwoju poprzez środki własne wygenerowane dzięki rozwojowi firmy lub dotacjom.

UDZIAŁY ZA FINANSOWANIE

W zamian za finansowanie, fundusz otrzymuje ustalony procent udziałów firmy. Po określonym czasie inwestor sprzedaje swoje udziały, zarabiając na zwiększeniu się wartości przedsiębiorstwa lub bazuje na wypłacanych dywidendach.

Fundusze venture capital inwestując w przedsięwzięcie liczą na określoną multiplikację wartości gwarantującą zwrot.

Z PERSPEKTYWY SH

W przypadku software house'ów, dodanie komponentu w postaci technologii, pozwala na wzrost przychodów nieproporcjonalny do rosnących kosztów.

REZULTAT = PRODUKT LUB USŁUGA

W ramach finansowania firma tworzy najczęściej własny, innowacyjny produkt lub usługę. Rolą funduszu w wielu przypadkach jest wsparcie w marketingu i sprzedaży innowacyjnego rozwiązania, tak aby znalazł nabywców na krajowym oraz zagranicznych rynkach.

Z PERSPEKTYWY SH

Duże doświadczenie software house'ów w tworzeniu dedykowanego oprogramowania dla klientów sprawia, że są oni wartościowym partnerem dla VC. Dla wielu z nich, własny produkt to po prostu jedna aplikacja więcej.

SMART MONEY W PRAKTYCE

VENTURE PARTNERS

zespół ekspertów współpracujących z funduszem – ich rolą jest zwiększenie wartości spółki portfelowej dzięki wsparciu wiedzą i doświadczeniem

WSPARCIE STRATEGICZNE

bazuje na realnych doświadczeniach biznesowych członków i partnerów funduszu

SPRZEDAŻ I MARKETING

pomoc w ułożeniu procesów marketingowych, ścieżki sprzedażowej, pozyskaniu nowych klientów

EKSPANSJA MIĘDZYNARODOWA

wsparcie we wprowadzeniu usług oraz produktów SH na nowe rynki, otwieranie oddziałów w innych krajach

OPTYMALIZACJA

pomoc w optymalizacji i właściwym ułożeniu procesów oraz struktury organizacji wspierających skalowanie spółki

NETWORKING

umożliwienie dotarcia do nowych partnerów i możliwości biznesowych, zwiększenie wiarygodności

Z PERSPEKTYWY SH

Oferowane przez dany fundusz wsparcie w rozwoju może być równie istotne co samo finansowanie. Dla software house'ów szczególnie wartościowa może okazać się pomoc w pozyskaniu i utrzymaniu zupełnie nowych grup klientów czy wejście z produktem na rynki zagraniczne.

POZYSKANIE INWESTORA VC A KREDYT BANKOWY

KILKA KLUCZOWYCH RÓŻNIC MIĘDZY FINANSOWANIEM VC A KREDYTEM BANKOWYM

	FINANSOWANIE VC	KREDYT BANKOWY
PODEJŚCIE DO RYZYKA	duża skłonność do inwestycji w przedsięwzięcia obarczone ryzykiem	unikanie finansowania przedsięwzięć obarczonych ryzykiem
SPOSÓB ZARABIANIA	uzyskanie jak największego zwrotu z inwestycji związanego ze zwiększeniem wartości firmy i wypłatą dywidend lub exitem	spłata kapitału oraz ustalonych odsetek
OCZEKIWANIA	stworzenie produktu lub usługi, której sprzedaż zwiększy wartość firmy	regularna spłata miesięcznych zobowiązań
PRZEKAZANIE CZĘŚCI UDZIAŁÓW W ZAMIAN ZA FINANSOWANIE	tak	nie
DODATKOWE WSPARCIE	„smart money": venture partners, wsparcie sprzedaży i marketingu, pomoc w ekspansji międzynarodowej, networking	nieprzewidziane

SZUKAJĄC INWESTORA

Poszukiwania inwestora VC warto zacząć w Internecie. Już krótki research pozwoli nam sprawdzić jakie fundusze działają na polskim rynku i jak można się z nimi skontaktować.

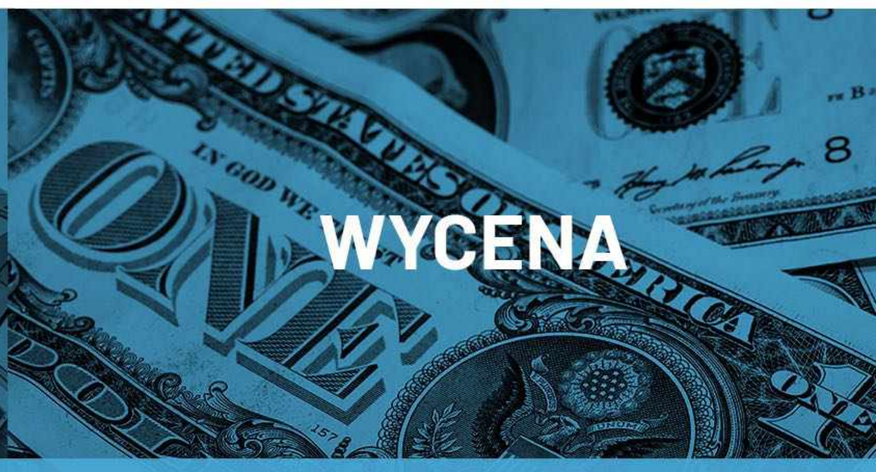
Zapoznając się ze stronami internetowymi funduszy VC, warto zweryfikować zgodność naszego przedsięwzięcia z polityką inwestycyjną funduszu. Jest to zbiór zasad mówiący w co i jak dany fundusz inwestuje. Pod uwagę brane są między innymi:

SEKTOR

jeśli fundusz inwestuje jedynie w rozwiązania dla konkretnej branży (np. fintech, IoT, martech) nie będzie zainteresowany nawet najlepszym pomysłem z innej dziedziny

ETAP ROZWOJU

niektóre fundusze inwestują w projekty na bardzo wczesnym etapie rozwoju (seed) inne preferują te w bardziej dojrzałym stadium (late stage)



WYCENA

część funduszy ma określone wymogi co do wielkości udziałów, której oczekuje w zamian za finansowanie

TRAKCJA

dla części inwestorów, spółka staje się partnerem do rozmów w momencie gdy zaczyna generować określoną sprzedaż, dla innych już będąc na etapie wczesnych badań nad rozwiązaniem

MODEL BIZNESOWY

na jakim rynku skupia się fundusz (B2B, B2C)

Część informacji inwestorzy zamieszczają na swoich stronach www, wiele także można wywnioskować z analizy spółek znajdujących się już w portfolio funduszy i artykułów medialnych na ich temat. Odpowiedzi na pozostałe pytania wymagają najczęściej osobistego kontaktu.

Z PERSPEKTYWY SH

Nawiązując współpracę z funduszem, który ma już na swoim koncie inwestycje w SH możemy mieć pewność, że jego przedstawiciele znają specyfikę biznesu, a sam fundusz zmierzył się już z dużą liczbą trudności charakterystycznych dla branży usług IT.

PRZYGOTOWANIE DO ROZMÓW

Po znalezieniu funduszy, których polityka inwestycyjna odpowiada specyfice naszej działalności i potrzebom, warto dobrze przygotować się do pierwszego kontaktu. Następuje on zazwyczaj poprzez przesłanie na adres mailowy pitch decka, przedstawiającego wszystkie kluczowe elementy przedsięwzięcia, którym chcemy zainteresować inwestora.

W Internecie można znaleźć wiele darmowych poradników, które pomogą stworzyć profesjonalny pitch deck. Przygotowując go, warto zwrócić szczególną uwagę na analizę konkurencyjnych rozwiązań, także tych na rynkach zagranicznych. Autor pomysłu musi wiedzieć, jaka jest przewaga konkurencyjna jego rozwiązania. Warto zaznaczyć na jaki rynek skierowany jest produkt lub usługa i kto stanowi grupę docelową.

Częstym błędem jest **brak biznes planu oraz modelu finansowego.** Na tym etapie nikt nie oczekuje bardzo zaawansowanych wyliczeń. Kluczowa jest jednak wiedza jak firma zamierza zarabiać na swoim pomyśle i ile pieniędzy potrzebuje do realizacji kolejnych etapów przedsięwzięcia.

PROCES INWESTYCYJNY KROK PO KROKU

1. Wybór funduszy, których model inwestycyjny i doświadczenie odpowiada potrzebom firmy
2. Przesłanie drogą mailową pitch decka, czyli krótkiej prezentacji o produkcie/usłudze
3. Wstępna analiza potencjału otrzymanego projektu przez fundusz
4. Pierwsze spotkanie inwestora z pomysłodawcami
5. Negocjacje biznesowe
6. Pogłębiona weryfikacja pomysłu i spółki (finansowe oraz prawno-podatkowe due diligence)
7. Negocjowanie umowy inwestycyjnej
8. Podpisanie umowy
9. Przekazanie finansowania oraz udziałów w ustalonych transzach

PROCES INWESTYCYJNY TRWA ŚREDNIO 2-4 MIESIĄCE

jest to zależne zarówno od możliwości czasowych funduszu jak i przygotowania oraz determinacji spółki starającej się o finansowanie

VENTURE CAPITAL WYJŚCIE Z INWESTYCJI

7 lat

średni czas inwestycji VC w konkretną firmę. W zależności od sytuacji może być on krótszy, jednak niemal zawsze współpraca liczona jest w latach.

Z założenia współpraca między VC a podmiotem, w który inwestuje zawiązywana jest na określony czas.
Istnieje kilka sposobów wyjścia z inwestycji:

SPRZEDAŻ UDZIAŁÓW DO VC – sprzedaż udziałów kolejnemu, często większemu funduszowi, pomagającemu wprowadzić firmę na dalsze etapy rozwoju i pomóc jej się rozwijać

SPRZEDAŻ UDZIAŁÓW DO INWESTORA BRANŻOWEGO - najczęściej korporacji zainteresowanej wdrożeniem danej technologii wewnątrz swoich struktur

IPO – wprowadzenie spółki na giełdę papierów wartościowych oraz sprzedaż akcji na rynku publicznym. Inwestor może sprzedać jednocześnie wszystkie swoje udziały lub ich część

(MBO) wykup menadżerski – zorganizowane przez kadrę zarządzającą spółki wykupienie udziałów od inwestora VC i przejęcie pełnej kontroli nad wszystkimi kluczowymi decyzjami w organizacji

Z PERSPEKTYWY SH

Fundusz zarabia przede wszystkim na zwiększeniu się wartości przedsięwzięcia, w które zainwestował. Daje to gwarancję właścicielom firmy, że inwestor będzie miał motywację, aby wesprzeć rozwój oraz sprzedaż narzędzia lub usługi wytworzonego przez SH.

WARTO PAMIĘTAĆ

PRZYGOTOWANIE

Zapoznanie się z ogólnodostępnymi informacjami o VC to dla właściciela biznesu szansa, aby zrozumieć zasady działania funduszy i dowiedzieć się, czego realnie można oczekiwać po współpracy.

ROZUMIENIE POTRZEB

Szansę na pozyskanie inwestora mają te rozwiązania, które odpowiadają na realne problemy potencjalnych klientów. Warto zdobyć dowody, że projekt nad którym pracuje zespół odpowiada na rzeczywiste potrzeby użytkowników.

ZESPÓŁ

Inwestorzy chcą współpracować z zespołami, których wiedza, umiejętności i doświadczenie dają szansę na zrealizowanie ambitnych celów ustalonych z funduszem. Sam przełomowy pomysł to za mało jeśli braknie osób, które będą w stanie go urzeczywistnić.

UDZIAŁY

Przed rozpoczęciem rozmów z inwestorami warto ustalić wśród założycieli podział udziałów w firmie. Konflikt na tym tle już na etapie rozmów może odstraszyć inwestora.

ZAANGAŻOWANIE

Jeśli już na początkowym etapie firma ma problemy z dostarczaniem potrzebnych dokumentów, jest mało elastyczna w negocjacjach, ma problem z terminowością, fundusz może zerwać rozmowy i poszukać bardziej zaangażowanego partnera.

Z PERSPEKTYWY SH

Dla wielu SH perspektywa finansowania w wysokości miliona złotych nie jest tak atrakcyjna, jak pakiet dodatkowego wsparcia w postaci networku czy wsparcia ekspansji międzynarodowej, które może umożliwić fundusz. Przygotowanie listy potrzeb pozafinansowych pozwoli SH sprawdzić na etapie rozmów czy fundusz jest właściwym partnerem. Jednocześnie przedstawiciele VC docenią profesjonalne podejście firmy.

Dla nas, założycieli Applover Sp. z o.o. wybór VC jako partnera biznesowego podyktowany był głównie doświadczeniem partnerów funduszu w zarządzaniu i rozwoju przedsiębiorstw z szeroko pojętego zakresu nowych technologii. Ludzie stojący za wybranym przez nas funduszem z powodzeniem wprowadzali spółki na parkiet giełdowy, co jest naszym celem w perspektywie najbliższych kilku lat. Oprócz samej inwestycji, bardzo ważne było to, aby inwestycja była „smart", a nie skupiała się tylko na „money". Bardzo dobrze sprawdza się sieć venture partnerów, od których co jakiś czas możemy odbić nasze biznesowe problemy czy wyzwania, a także nawiązać współprace związane z wzajemną promocją. Obecnie korzystamy głównie z sieci partnerów, wiedzy i doświadczenia funduszu w zakresie sprzedaży i marketingu. Docelowo liczymy, że nasz fundusz powiększy portfolio spółek zbliżonych do nas biznesowo i łącząc siły, będziemy mogli obsługiwać większe projekty.

RADOSŁAW BUŁAT
CEO Applover

DA VINCI STUDIO

Na współpracę z inwestorem VC zdecydowaliśmy się ze względu na jego duże doświadczenie biznesowe, również w naszym sektorze oraz dlatego, że poczuliśmy realną chęć wsparcia i zaangażowania się w rozwój naszego teamu. To właśnie te kwestie były dla nas kluczowe.

Znając problemy i wyzwania stawiane każdego dnia przed branżą transportową, postanowiliśmy opracować narzędzie pozwalające na automatyczną analizę zapytań ofertowych, wykorzystując przy tym machine learning.

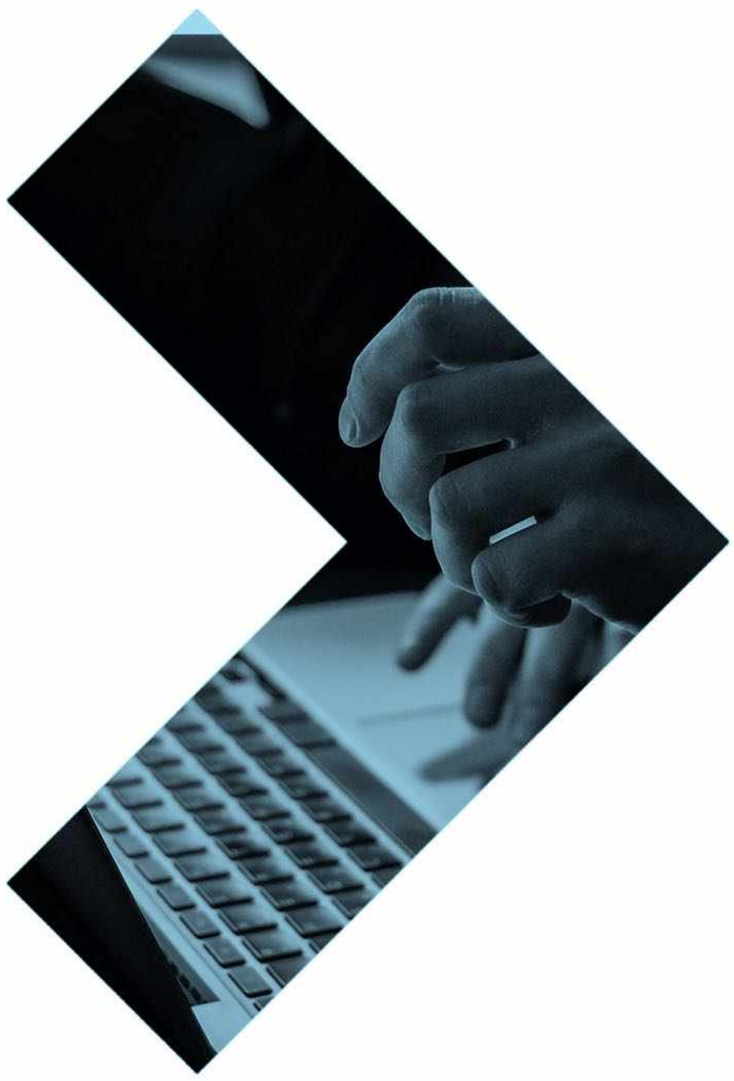
Mamy tym samym ogromną nadzieję zrewolucjonizować sposób, w jaki funkcjonują dzisiejsze firmy spedycyjne. Dzięki funduszowi otrzymaliśmy środki na wsparcie naszej wizji, która nabrała realnego kształtu.

Obecność Czysta3.vc w rozwoju firmy jest dla nas ogromną szansą na wejście na kolejny poziom biznesowy, czego bez inwestora nie zrealizowalibyśmy w tak szybkim tempie.

Dzięki współpracy z funduszem VC czujemy, że jesteśmy w dobrych rękach i rozwijamy się na partnerskich warunkach.

WOJCIECH BACHTA
CEO & Owner Da Vinci Studio

TRUSTED
SOFTWARE
SERVICES



Zdecydowaliśmy się na współpracę z inwestorem z dwóch powodów. Pierwszym z nich jest zwiększenie rangi firmy poprzez możliwość współpracy ze znanymi markami. Małe i młode firmy często nie są postrzegane jako partnerzy w biznesie, gdyż funkcjonują krótko na rynku i nie mają odpowiednich relacji. Posiadanie dużego inwestora i wsparcie osób znanych już w biznesie, natychmiastowo zmienia postrzeganie naszej spółki.

Zespół funduszu VC pomaga nam przy analizie kluczowych decyzji w firmie, a także sprzedażowo, wykorzystując swoje relacje w biznesie. Dzięki temu firmy zewnętrzne patrzą na nas przychylniej przez pryzmat inwestora, który uwierzył w nasz biznes. Warto również dodać, że spółki skupione wokół jednego funduszu razem tworzą dużą wartość i mogą się wspierać w zakresie rozwoju i sprzedaży.

Drugim powodem naszej współpracy z inwestorem jest wkład finansowy, który daje spółce poczucie bezpieczeństwa. Dzięki temu firma może rozwijać takie obszary, których nie byłaby w stanie finansować z własnych pieniędzy.

ADAM PACZUSKI
CEO & Co-founder Trusted Software Services

PARTNERZY

ITCORNER

ITCorner to klaster firm technologicznych z całej Polski. Organizacja powstała w 2012 roku w stolicy Dolnego Śląska, Wrocławiu, gdzie ma swoją siedzibę.

ITCorner to platforma komunikacji, wymiany doświadczeń i współpracę pomiędzy firmami IT. Wspiera lokalne społeczności technologiczne oraz współpracuje z przedstawicielami miast i uczelni, a także innymi organizacjami i podobnie działającymi klastrami. Klaster wspiera lokalne ekosystemy IT oraz bierze udział w budowaniu ośrodków innowacji, a także promuje współpracę międzynarodową.

Obecnie, zrzeszając ponad 80 podmiotów z całego kraju, których obszar specjalizacji obejmuje takie dziedziny jak m.in. transformacja cyfrowa, e-commerce, cyberbezpieczeństwo, sztuczna inteligencja, przemysł 4.0 oraz rozwój aplikacji mobilnych i webowych. Organizacja buduje przestrzeń komunikacji i wymiany wiedzy dla blisko 250 dyrektorów i właścicieli firm technologicznych. Co roku organizuje ponad 100 inicjatyw, w tym spotkania biznesowe, webinary, szkolenia, tech meetupy. Do najważniejszych z nich należą kongres ITCorner Summit i coroczny rejs biznesowy.

www.itcorner.org.pl

Interizon
Pomorski Klaster ICT

INTERIZON – POMORSKI KLASTER ICT

Interizon – Pomorski Klaster ICT to rozpoznawalny w skali światowej, innowacyjny Klaster integrujący partnerów biznesowych i naukowych przy wsparciu władz regionalnych i otoczenia biznesu. Od 2015 roku jest jedynym z Krajowych Klastrów Kluczowych.

Uczestnicy Klastra to podmioty działające w branży informatyki, elektroniki, telekomunikacji, automatyki i robotyki, głównie z terenu województwa pomorskiego. Głównym celem działalności Klastra jest kształtowanie korzystnych warunków dla rozwoju przedsiębiorstw branży ICT poprzez dostarczanie wiedzy, wspieranie innowacyjności, stymulowanie współpracy firm i instytucji oraz realizowanie wspólnych celów uczestników Klastra.

Kluczowym komponentem działalności Klastra jest rozległy formalny i nieformalny proces sieciowania pomiędzy przedstawicielami różnych firm oraz pomiędzy firmami a podmiotami otoczenia biznesu. Realizację zadań usprawnia funkcjonowanie grup zadaniowych, z których każda ma lidera – osobę wywodzącą się ze sfery biznesu i odpowiedzialną za przebieg i koordynację prac w ramach grupy. Działania na poziomie krajowym, takie jak udział przedstawiciela Klastra w Komitecie Interesariuszy Narodowego Centrum Badań i Rozwoju, prowadzone są równolegle z działaniami regionalnymi. Klaster aktywnie współpracuje z administracją samorządową w ważnych projektach regionalnych. W 2011 r. Interizon wprowadził Polskę do unikalnego międzynarodowego mechanizmu finansowego ARTEMIS, w ramach którego firmy Klastra rozpoczęły współpracę międzynarodową w zakresie rozwiązań ICT, które pozwalają na tworzenie rozwiązań wspomagających inteligentne monitorowanie i zarządzanie obszarem miejskim. W 2015 roku zgłoszona przez Fundację Interizon aplikacja na Inteligentną Specajlizację Pomorza „Technologie Interaktywne w środowiskach nasyconych" została pozytywnie oceniona i wybrana jako jedna z czterech Inteligentnych Specjalizacji województwa pomorskiego.

Interizon zrzesza obecnie 98 podmiotów zlokalizowanych na terenie całej Polski, które w sumie zatrudniają blisko 23 tys. osób. Do Klastra należą m.in. jednostki naukowo-badawcze, instytucje otoczenia biznesu oraz przedsiębiorstwa prowadzące działalność w ramach szeroko rozumianego przemysłu elektronicznego, telekomunikacyjnego i informatycznego oraz obszaru automatyki i robotyki.

Oferta podmiotów Interizon - Pomorski Klaster ICT obejmuje m.in. produkcję wyrobów i podzespołów elektronicznych, tworzenie zaawansowanych produktów IT, świadczenie usług informatycznych i telekomunikacyjnych służących technologiom informacyjnym i komunikacyjnym. Ważnym elementem działalności Klastra są wspólne projekty z dziedziny B+R skierowane na technologie ICT o największym potencjale przemysłowym i komercjalizacyjnym. Uczestnicy Interizon są obecni na rynku krajowym i międzynarodowym zarówno jako podwykonawcy, jak i dostawcy finalnych rozwiązań o uznanej renomie na rynku krajowym i światowym.

www.interizon.pl

KLASTERit

KLASTER IT

Klaster Firm Informatycznych Polski Wschodniej zrzesza podmioty, które przyczyniają się do rozwoju polskiej branży informatycznej. Są to głównie małe i średnie przedsiębiorstwa z Podkarpacia i Polski. Klaster powstał w 2010 roku i zrzesza obecnie około 100 podmiotów.

Koordynatorem projektu, w ramach którego powstało porozumienie jest Stowarzyszenie Informatyka Podkarpacka z siedzibą w Rzeszowie, która stanowi formalną reprezentację klastra.

Celem Stowarzyszenia jest konsolidacja i współpraca przedsiębiorstw z branży ICT i branż pokrewnych w celu podejmowania komplementarnych działań biznesowych. Klaster wspiera realizację wspólnych przedsięwzięć inwestycyjnych, biznesowe współdziałanie, wymianę doświadczeń, prowadzenie kampanii informacyjnych i promocyjnych. Klaster współpracuje także z uczelniami wyższymi z regionu i samorządem lokalnym. Firmy z klastra biorą udział w pilotażowym projekcie organizowanym przez Wyższą Szkołą Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie, dotyczącym kształcenia dualnego studentów informatyki. Klaster jest członkiem Podkarpackiej Rady Innowacyjności przy Urzędzie Marszałkowskim Województwa Podkarpackiego jako partner merytoryczny reprezentujący Inteligentną Specjalizację regionu – ICT. Klaster bierze także udział w posiedzeniach Komisji Otwartych Danych organizowanych przez UrbanLab przy Urzędzie Miasta Rzeszowa oraz w Komisji Alokacji Zasobów przy Podkarpackim Centrum Innowacji.

Stowarzyszeniu przyświeca idea szerzenia Społecznej Odpowiedzialności Biznesu. W 2020 roku przejawiło się to zaangażowaniem koordynacyjnym akcji Drukujemy Dla Medyków, w ramach której wyprodukowano i dostarczono za darmo do placówek medycznych ponad 30 tysięcy przyłbic.

W benchmarkingu klastrów z 2018 roku, realizowanym przez PARP Klaster IT został sklasyfikowany na 12 miejscu w kraju. Została doceniona też działalność klastra na polu marketingu: „Partnerstwo strategiczne na rzecz rozwoju komunikacji marketingowej Klastra" opisane przez Klaster IT zostało wpisane na listę dobrych praktyk Klastrów.

Kongres profesjonalistów IT to cykliczne i flagowe wydarzenie, którego gospodarzem jest Klaster IT. W 2020 roku termin wydarzenia to 30 września. Dzięki wsparciu finansowemu uzyskanemu od Urzędu Marszałkowskiemu Województwa Podkarpackiego Kongres odbędzie się w formie hybrydowej. Oprócz uczestników stacjonarnych, którzy przybędą do Rzeszowa będzie też możliwość obejrzenia wydarzenia za darmo online: https://kongresprofesjonalistowit.pl/.
Serdecznie zapraszamy!

Prezes Klastra – Wojciech Materna
Dyrektor Biura Klastra – Paweł Wasilewski, +48 538 242 684, pw@klasterit.pl

www.klasterit.pl

KLASTER.IT

KLASTER ICT POMORZE ZACHODNIE

Klaster ICT Pomorze Zachodnie jest stowarzyszeniem zachodniopomorskich firm działających na rynku usług i rozwiązań związanych z technologiami informatyczno-telekomunikacyjnymi. Jego celem jest wzmacnianie i konsolidacja potencjału regionalnego biznesu IT, tworzenie sieci powiązań zawodowych, projektowych i współpracy oraz rozwoju zrzeszonych przedsiębiorstw i wzrostu ich konkurencyjności na rynku. Nasi członkowie prowadzą działalność w różnych sektorach branży informatycznej: oprogramowania, multimediów, sieci telekomunikacyjnych oraz outsourcingu IT co tworzy dla firm szerokie możliwości nawiązywania kontaktów biznesowych.

www.klaster.it

STOWARZYSZENIE
INŻYNIERII
WYMAGAŃ

STOWARZYSZENIE INŻYNIERII WYMAGAŃ

Stowarzyszenie Inżynierii Wymagań to jedyne w Polsce i na Świecie stowarzyszenie skupiające specjalistów analizy biznesowej i inżynierii wymagań (analiza biznesowo-systemowa). Potrzeba szerzenia wiedzy, promocji dobrych praktyk inżynierii wymagań oraz ugruntowanie powszechnej świadomości znaczenia inżynierii wymagań w procesie wytwarzania oprogramowania spowodowała, że w 2014 roku powstało stowarzyszenie.

Stowarzyszenie to wspieranie wymiany doświadczeń między profesjonalistami, podnoszenie kwalifikacji zawodowych. Jako pierwsze w Polsce od 2013 roku współorganizuje Konferencję Inżynierii Wymagań i Analizy Biznesowej (KIWAB) (www.kiwab.pl) oraz wydaje czasopismo: REQMagazyn (www.reqmagazyn.pl). VI edycja KIWAB w tym roku organizowana jest w formie on-line i udostępniana jest bezpłatnie.

Stowarzyszenie Inżynierii Wymagań (www.siw.org.pl) również organizuje cykliczne spotkania łączące biznes oraz świat IT, gdzie praktycy oraz osoby na początku drogi analityka wymieniają się swoimi doświadczeniami. Od 2017 roku powstała nowa inicjatywa wspierająca lokalne spotkania analityków pod hasłem: „boomBA – spotkania Analityków" (http://boomba.siw.org.pl)

www.siw.org.pl

O AUTORZE

CZYSTA3.VC

Czysta3.vc – fundusz o kapitalizacji 50 mln złotych, koncentrujący działalność inwestycyjną głównie na branżach software house i martech. Dzięki znajomości sektora i doświadczeniu, fundusz skutecznie wspiera spółki w skalowaniu biznesu, pomagając m.in. w ekspansji zagranicznej i usprawnieniu procesu sprzedaży. Strategia biznesowa Czysta3 zakłada rozwój portfela o spółki posiadające unikalną wartość, a jednocześnie komplementarne w stosunku do pozostałych, preferując podmioty o sprawdzonym modelu biznesowym.

W pierwszej rundzie fundusz inwestuje 1 mln złotych.

Więcej informacji:
www.czysta3.vc
hello@czysta3.vc

W raporcie wykorzystano zdjęcia oraz ikony z następujących źródeł:
https://www.flaticon.com
https://www.pexels.com/pl-pl/
https://pixabay.com/pl/
https://unsplash.com/

CZYSTA3.VC

POSZUKUJE KOLEJNYCH INWESTYCJI w branży *SOFTWARE HOUSE.*

ZAPRASZAMY DO KONTAKTU
oraz **PRZESŁANIA PITCH DECKA** na adres
HELLO@CZYSTA3.VC

wyślij