

SCALE, SELL OR STAY?

FIRMY IT WOBEC INWESTORÓW
I SPRZEDAŻY: RAPORT Z BADANIA OPINII

SZiP

ŚLĄZAK,
ZAPIÓR
I PARTNERZY

SoDA

Software
Development
Association
Poland

WPROWADZENIE DO RAPORTU

CEL RAPORTU: POZNANIE NASTROJÓW SEKTORA IT CO DO TRANSAKCJI FUZJI I PRZEJĘĆ

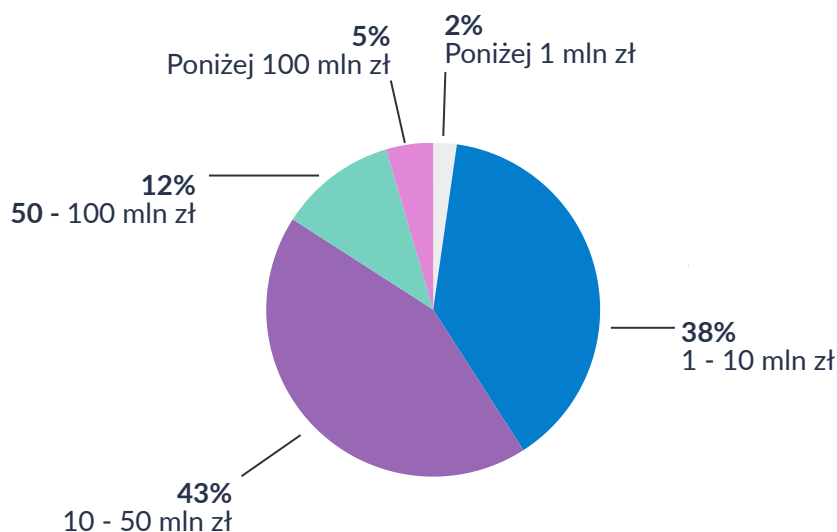
SKĄD WZIAŁ SIĘ RAPORT?

- Raport przygotowaliśmy w oparciu o ankietę przeprowadzoną wśród członków SoDA przy okazji SoDA Conference 2025.
- Pytaliśmy o nastroje dotyczące transakcji M&A na rynku IT z perspektywy chęci sprzedaży swojego biznesu.

ANKIETOWANYCH ZAPYTALIŚMY M.IN. O TO:

- Co mogłoby skłonić Cię do sprzedaży firmy?
- Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy prowadziłeś(-aś) rozmowy na temat sprzedaży swojej firmy lub pozyskania inwestora? Jeśli tak to z kim?
- Jak sądzisz, ile Twoja firma jest warta w relacji do rocznego zysku?

Nasi respondenci reprezentują firmy o różnych rozmiarach, mierząc wielkością rocznych obrotów:



ŹRÓDŁO: Opracowanie własne na podstawie badania przeprowadzonego wśród uczestników SoDA Conference 2025.

PODSUMOWANIE



STRESZCZENIE KLUCZOWYCH WNIOSKÓW Z RAPORTU:

- **Brak presji na sprzedaż:** 74% firm nie prowadziło rozmów o sprzedaży w ostatnim roku, a 36% w ogóle tego nie rozważa. Mimo to niemal 40% bierze taką możliwość pod uwagę.
- **Motywacje sprzedaży osobiste, nie strategiczne:** Głównie powody to chęć zmiany zajęcia (50%) i zmęczenie zarządzaniem (36%). Mało kto wskazuje potrzeby inwestycyjne czy rynkowe jak uzasadnienie do sprzedaży biznesu.
- **Umiarkowany entuzjazm co do wycen:** 55% ocenia swoją firmę powyżej 7-krotności zysków, ale nikt nie zakłada wyceny powyżej 13x.
- **Poszukiwanie inwestorów przez relacje:** Founderzy szukają inwestora przez własne relacje na równo mocno z korzystaniem z doradcy transakcyjnego. Te firmy, które nie podjęły jeszcze działań, ale je rozważają, w zdecydowanej mierze wskazują doradcę jako sensowny sposób prowadzenia poszukiwań.



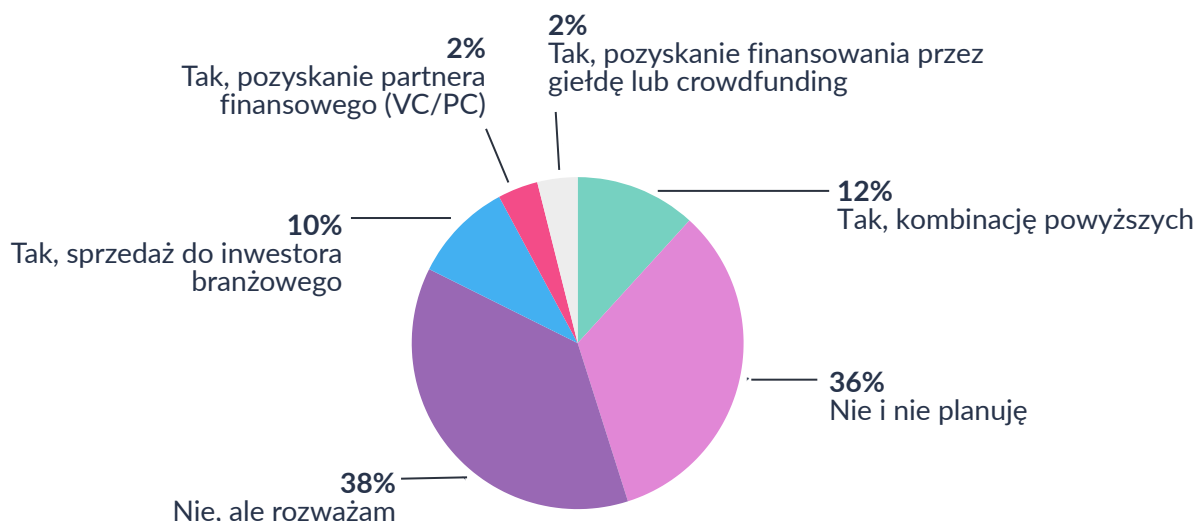
WNIOSEK: Firmy stawiają na organiczny wzrost do momentu osiągnięcia masy, która da sensowną wycenę przy wejściu inwestora. Mało kto traktuje inwestora jako szansę na rozwój i osiągnięcie dodatkowych korzyści w przyszłości. Może to sugerować mniejszą świadomość co do transakcji opartych o formuły roll-over (płatność udziałami) czy earn-out, które są popularne na rynku.

SPOSTRZEŻENIA - NASTROJE DO SPRZEDAŻY

NIE MA PRESJI NA SPRZEDAŻ

- 74% ankietowanych nie prowadziło w ciągu ostatnich 12 msc rozmów o sprzedaży swojego biznesu z czego 36% w ogóle nie bierze tego pod uwagę sprzedaży.
- Prawie 40% respondentów nie prowadziło rozmów, ale rozważa podjęcie ich, więc sytuacja może się zmienić w przyszłym roku (zobaczmy czy przejdzie w czyny).
- Poglądy te są równie popularne w każdej grupie obrotów i w zasadzie niezależnie od rynku, na którym działają.

Czy w ciągu ostatnich 12 miesięcy prowadziłeś (aś) rozmowy na temat sprzedaży swojej firmy lub pozyskania inwestora?



ŹRÓDŁO: Opracowanie własne na podstawie badania przeprowadzonego wśród uczestników SoDA Conference 2025.

Właścicielom trudno jest zaakceptować sprzedaż po niższym mnożniku, który jest dodatkowo przykładany do niższego wyniku. Najczęstszą odpowiedzią jest przededefiniowanie biznesu, które ma poprawić tak wyniki, jak i - dzięki staniu się bardziej "przyszłościowym" biznesem - również mnożniki.

SH ADVISORY

Przemysław Soroka
Partner | SH ADVISORY

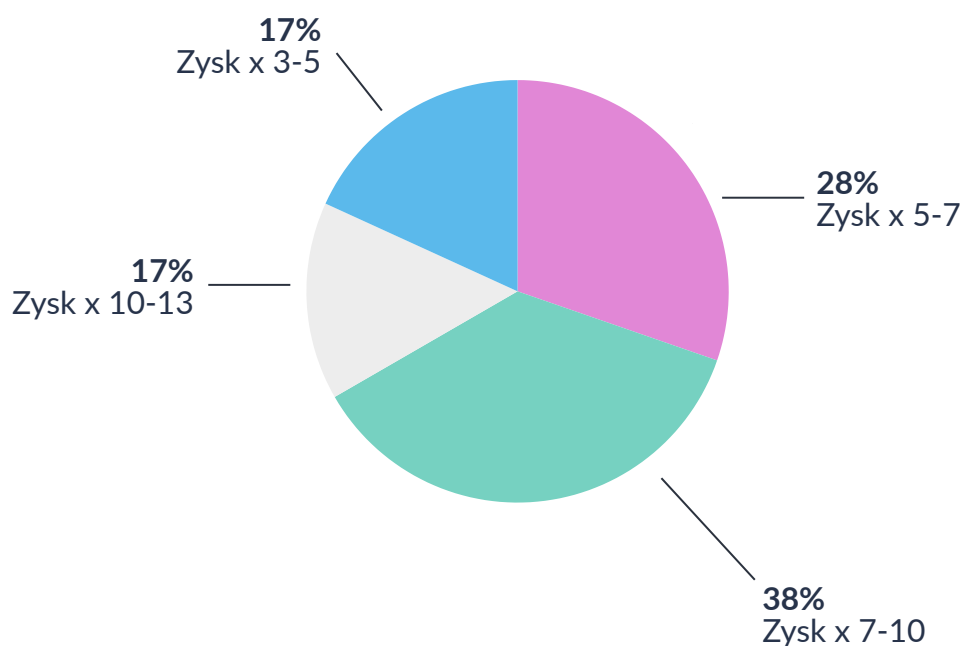


SPOSTRZEŻENIA - NASTROJE DO SPRZEDAŻY

ZBYT WYGÓROWANE OCZEKIWANIA CO DO WYCEN?

- Dominują raczej optymistyczne przekonania co do wycen; 55% respondentów uważa, że ich firma jest warta więcej niż 7-krotność rocznych zysków, z czego 17% plasuje swoją wycenę przedziale 10-13 krotności zysków. Ta grupa to większe firmy o obrotach co najmniej 50 mln.
- Jednocześnie, żaden z respondentów nie wskazał wyceny z mnożnikiem powyżej 13 co oznacza, że dobre czasy sprzed ostatnich 3-4 lat już minęły (mid teen nie istnieje).
- Oczekiwania finansowe się nie kanalizują po podjęciu rozmów z potencjalnymi inwestorami (dalej są zróżnicowane).

Jak sądzisz, ile Twoja firma jest warta w relacji do rocznego zysku?



SKŁADADVISORY

ŹRÓDŁO: Opracowanie własne na podstawie badania przeprowadzonego wśród uczestników SoDA Conference 2025.

SPOSTRZEŻENIA - NASTROJE DO SPRZEDAŻY

NIE WIDAĆ RYNKOWEJ PRESJI NA INTEGRACJĘ

- 50% respondentów jako motywator do sprzedaży biznesu wskazuje chęć zajęcia się czymś innym, a 36% zmęczenie obowiązkami organizacyjnym. Co więcej, ponad 20% respondentów na ten moment w ogóle nie widzi powodów, które skłoniłyby do sprzedaży firmy*.
- Na ograniczenia rozwoju lub inwestycyjne jako powód do sprzedaży biznesu zwraca uwagę mniej niż 1/3 respondentów. Z kolei trudności finansowe są motywatorem dla sprzedaży tylko dla co piątego respondenta*.

Wydaje się, że przeważa opinia co do tego, że sprzedaż ma być przede wszystkim sposobem na wyjście founderów z biznesu z sensowną gratyfikacją. Pogląd, że wpuszczenie inwestora może być sposobem na przeskoczenie ograniczeń finansowych lub rozwojowych i ratowanie firmy nie jest popularny.

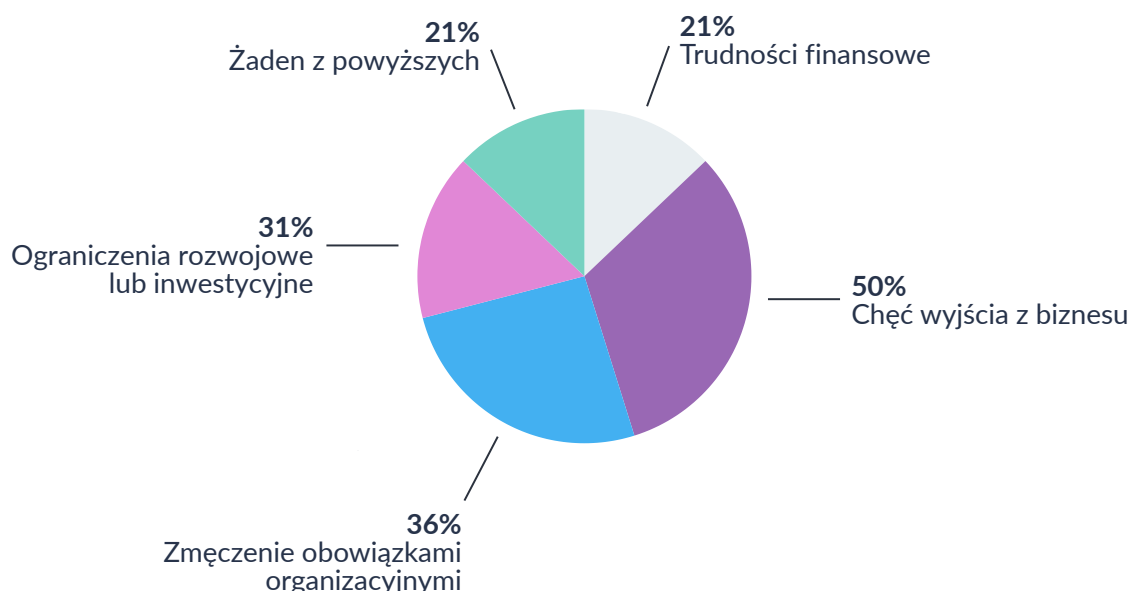
SZiP

ŚLAZAK,
ZAPIÓR
I PARTNERZY

Bartosz Olszewski
Szef Zespołu M&A | SZiP



Co mogłoby skłonić Cię do sprzedaży firmy?*



ŹRÓDŁO: Opracowanie własne na podstawie badania przeprowadzonego wśród uczestników SoDA Conference 2025.

*Ankieta wielokrotnego wyboru. Można zaznaczyć więcej niż jedną odpowiedź.

SZiP

ŚLAZAK,
ZAPIÓR
I PARTNERZY

SoDA

Software
Development
Association
Poland

SPOSTRZEŻENIA - NASTROJE DO SPRZEDAŻY

NIE WIDAĆ RYNKOWEJ PRESJI NA INTEGRACJĘ

KOMENTARZ EKSPERTA

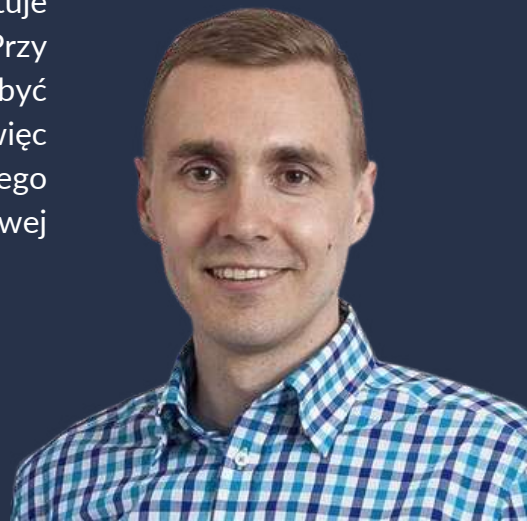
Jako właściciel, który rok temu zdecydował się wraz ze współnikiem sprzedać pakiet kontrolny, widzę wnioski z badania jako potwierdzenie własnych obserwacji.

Przy 25-osobowym zespole udało nam się organicznie dojść do granicy, gdzie dalsze skalowanie wymagało dostępu do nowych klientów i procesowego know-how. Transakcja z inwestorem branżowym umożliwiła nam wejście w większy ekosystem, szybsze budowanie oferty produktowej oraz dostęp do większych klientów. Co ważne, obawy o utratę autonomii okazały się przesadzone.

Dlatego zaskakuje mnie, że aż połowa respondentów traktuje sprzedaż przede wszystkim jako drogę wyjścia founderów. Przy dzisiejszej konsolidacji i drożącym kapitale transakcja może być równie skutecznym katalizatorem wzrostu. Zachęcam więc właścicieli, aby patrzyli nie tylko na mnożnik, ale na to, jakiego przyrostu wartości mogą oczekiwać po stronie przychodowej i technologicznej.



Szymon Niedziela
CEO | Founder FABRITY COMMERCE



W okolicznościach pogorszenia się wyników transakcje są nadal możliwe; różnica polega na położeniu większego nacisku na zastosowanie mechanizmów takich jak roll-over, które uzależniają ostateczne rozliczenie transakcji od realizacji przyszłych wyników. Takie transakcje na rynku występują i są robione przez inwestorów branżowych i finansowych.

Przemysław Soroka
Partner | SH ADVISORY

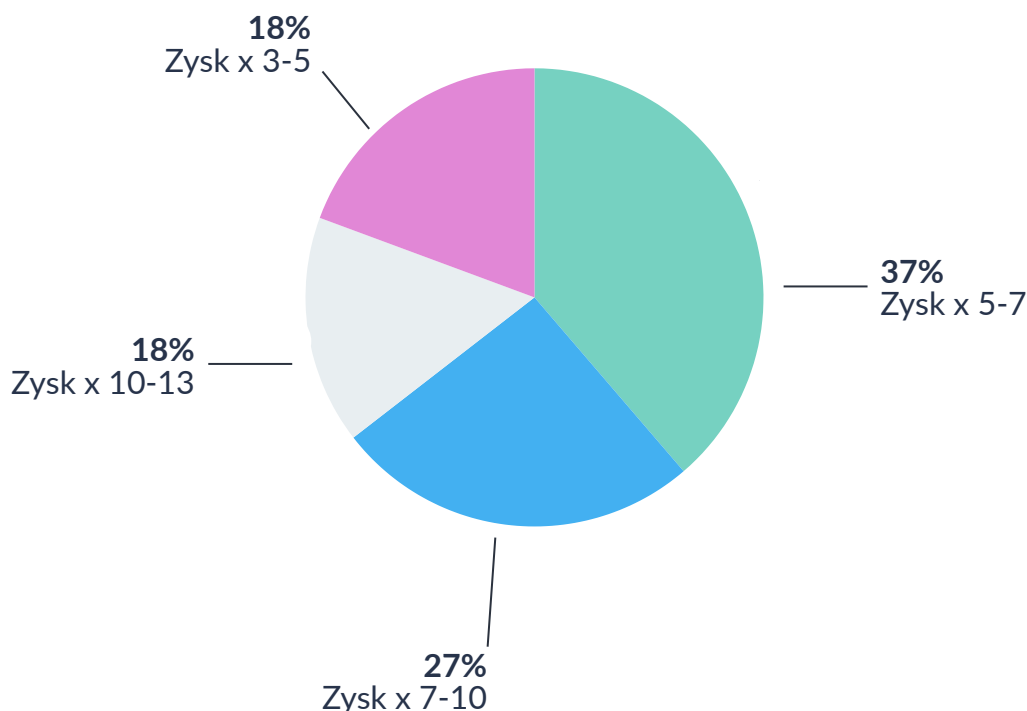
SH ADVISORY

SPOSTRZEŻENIA - KTO MYŚLI O SPRZEDAŻY I CO Z TYM ROBI?

WŚRÓD TYCH, KTÓRZY ROZMAWIALI O SPRZEDAŻY NASTROJE SĄ MIESZANE

- Oczekiwania co do wycen rozkładają się dosyć równomiernie z przewagą dla wyceny konserwatywnej na poziomie zysk razy 5-7.
- Blisko połowa pytanых prowadzi rozmowy z różnymi typami inwestorów (finansowy, branżowy czy rozproszony). Na drugim miejscu (36%) występuje inwestor branżowy. Samą giełdę rozważają tylko najwięksi.

Jak sądzisz, ile Twoja firma jest warta w relacji do rocznego zysku?



SH ADVISORY

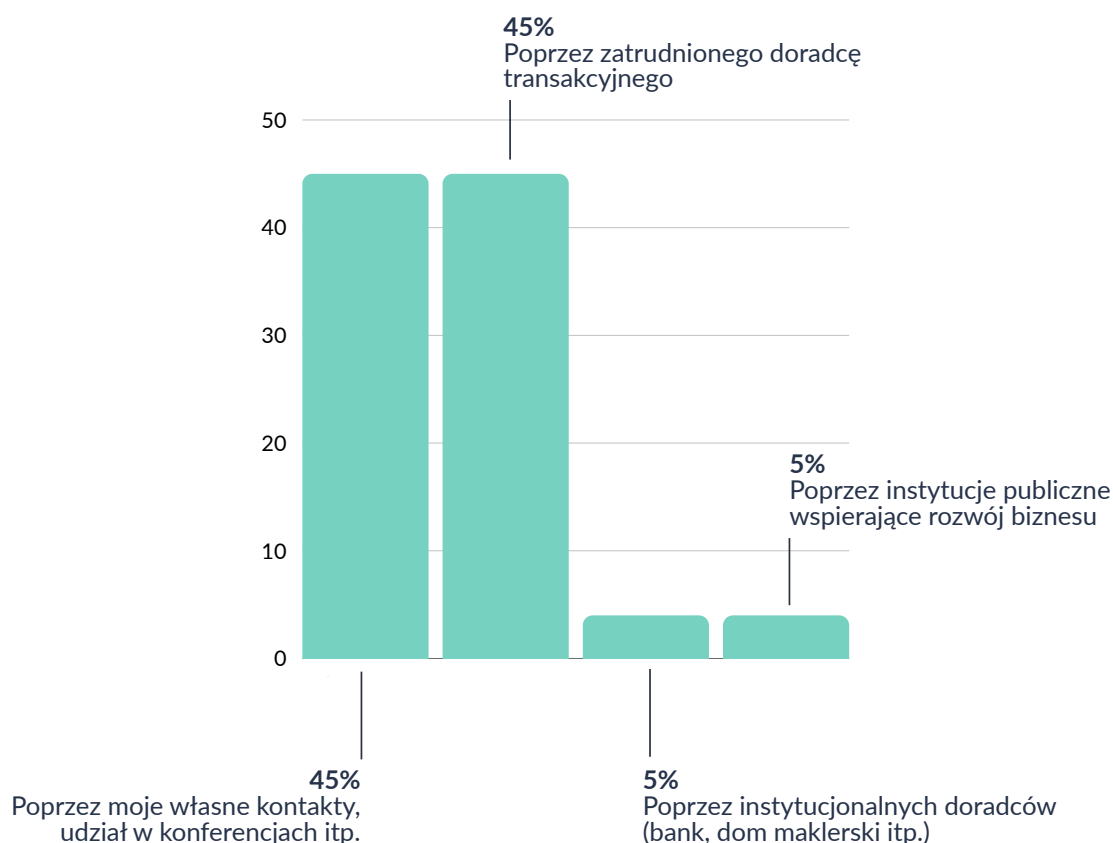
ŹRÓDŁO: Opracowanie własne na podstawie badania przeprowadzonego wśród uczestników SoDA Conference 2025.

SPOSTRZEŻENIA - KTO MYŚLI O SPRZEDAŻY I CO Z TYM ROBI?

JAK SZUKAĆ INWESTORÓW?

- Najbardziej popularnymi sposobami szukania inwestora są kontakty własne (45%) oraz zatrudniony doradca transakcyjny (45%). Tylko 10% respondentów skorzystałoby ze wsparcia instytucji publicznych (akceleratory biznesu, agencje rozwoju) czy prywatnych (bank, dom maklerski).
- Co ciekawe, te firmy, które nie podjęły jeszcze działań, ale je rozważają w zdecydowanej większości wskazują doradcę transakcyjnego jako sensowny sposób szukania inwestora (prawie 70%).

Jak szukać inwestora?



ŹRÓDŁO: Opracowanie własne na podstawie badania przeprowadzonego wśród uczestników SoDA Conference 2025.

KOMENTARZ EKSPERTA

Raport dobrze oddaje nastroje w polskim sektorze IT w kontekście transakcji M&A jednak warto zestawić je z doświadczeniami z rynków zagranicznych, gdzie dynamika i motywacje founderów bywają odmienne.

W Spyrosoft aktywnie działamy w obszarze fuzji i przejęć – obecnie prowadzimy kilkadziesiąt otwartych procesów, głównie za granicą. Na tej podstawie widzimy, że motywacje właścicieli firm do sprzedaży są często bardziej złożone niż tylko "zmęczenie" czy chęć „wyjścia z biznesu”. Na dojrzałych rynkach founderzy coraz częściej kierują się ambicją stworzenia czegoś większego i szukają partnera strategicznego, który pomoże im pokonać ograniczenia skali lub przyspieszyć wejście na nowe rynki.

Zauważamy również coraz większą świadomość finansową – wielu founderów rozumie, że lepiej mieć mniejszy udział w większej organizacji (np. 30% z firmy wartej 100 mln niż 100% z firmy za 10 mln) nawet kosztem utraty pełnej władzy decyzyjnej. Taki pragmatyzm otwiera drogę do transakcji typu majority stake lub modelu earn-out, gdzie założyciel pozostaje w organizacji, ale już w strukturze większego gracza.

Jeśli chodzi o inicjowanie procesów – raport trafnie wskazuje, że w Polsce dominują relacje osobiste. Jednak na rynkach zagranicznych standardem są procesy prowadzone przez profesjonalnych doradców transakcyjnych – to zwiększa konkurencyjność, efektywność i przewidywalność całego procesu M&A.

Z perspektywy wycen posługujemy się wskaźnikiem EBITDA natomiast oczekiwania rzędu 7x zysk netto (przy założeniu że zysk jest niższy o 30-40% od EBITDA) są obecnie górną granicą dla typowych firm z sektora usług IT, choć zdarzają się wyjątki, gdy w grę wchodzi bardzo silne kompetencje technologiczne lub atrakcyjna baza klientów.

Warto podkreślić, że sama wycena zależy w dużej mierze od modelu działania software house'u – znacznie wyżej cenią się firmy z jasno zdefiniowaną specjalizacją branżową niż typowe podmioty świadczące usługi body leasingu czy outsourcingu ogólnego.

spyrosoft Remigiusz Morawiecki
Head of Mergers & Acquisitions | SPYROSOFT S.A.



EKSPERCI



Bartosz Olszewski
Szef Zespołu M&A

SZiP | ŚLĄZAK,
ZAPIÓR
I PARTNERZY



Katarzyna Stabińska
Adwokat | Partner

SZiP | ŚLĄZAK,
ZAPIÓR
I PARTNERZY



Przemysław Soroka
Partner

SH ADVISORY



Szymon Niedziela
CEO | Founder

FABRITY
COMMERCE

SZiP | ŚLĄZAK,
ZAPIÓR
I PARTNERZY



Katarzyna Stabińska

Adwokat | Partner

Specjalista w zakresie transakcji fuzji
i przejęć (M&A)

kstabinska@kancelaria-szip.pl

ŚLĄZAK, ZAPIÓR I PARTNERZY

Kancelaria Adwokatów i Radców Prawnych sp.p.

ŚLĄZAK, ZAPIÓR I PARTNERZY TAX

Doradztwo Podatkowe sp.p.

ul. Modelarska 25

40-142 Katowice

tel.: +48 32 783 88 00

e-mail: kontakt@kancelaria-szip.pl

