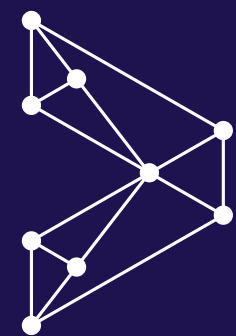




USAID
OD AMERIČKOG NARODA



Inicijativa
**Digitalna
Srbija**

STARTAP SKENER 2023

**PREDUZMI
IDEJU**

smisli. pokreni. ostvari.





USAID
OD AMERIČKOG NARODA



Inicijativa
**Digitalna
Srbija**

**PREDUZMI
IDEJU**
smisli. pokreni. ostvari.

STARTAP SKENER 2023

Autori:

Ljuba Ivanović

Tadej Kurepa

Izrada ovog istraživanja omogućena je uz podršku američkog naroda putem Američke agencije za međunarodni razvoj (USAID).
Sadržaj ovog istraživanja je isključivo odgovornost Inicijative „Digitalna Srbija“ i ne predstavlja nužno stavove USAID-a ili Vlade SAD.

www.preduzmi.rs

SADRŽAJ

Startap ekosistem u Srbiji	09
Osnivači i zaposleni	23
Saradnja i povezanost	37
Finansiranje i poslovanje	40
Sistem podrške startapima	48
Izazovi za startape u Srbiji	51
Srbija - Makroekonomski pokazatelji	53
Metodologija	56

KLJUČNI NALAZI

Srpski startup ekosistem u proteklih nekoliko godina beleži eksponencijalni rast. To najbolje pokazuje preko 2000 novozaposlenih u 2022. i preko 3000 planiranih novih radnih mesta u 2023. godini. Brzi rast ekosistema sa sobom donosi izazove izlaska na nova tržišta, pristupa izvorima finansiranja i adekvatnim kadrovima. Kada se uporede rezultati sa prošlogodišnjim, primetan je dalji trend orijentacije ka povećanju prodaje, prikupljanju kapitala i zapošljavanju novih članova tima. Preko dve trećine startapa procenjuje da će njihov biznis u 2023. godini porasti za preko 50%. To potvrđuje naš stav da su znanje i inovacije najveća prilika za Srbiju i da startup ekosistem može biti motor razvoja domaće privrede i ekonomije.



PROFIL OSNIVAČA

Preko trećine startapa (36%) u osnivačkom timu ima barem jednu ženu.

Petina osnivača (21%) su povratnici iz inostranstva.

Velika većina (81%) osnivača ima diplomu visokog obrazovanja (fakultet, master ili doktorske).

Mnogi ispitanici (38%) su pre trenutnog preduzetničkog poduhvata već učestvovali u pokretanju barem jednog startapa, a trećina (33%) ima prethodno iskustvo rada u nekom startapu.

Više od polovine startapa (63%) ima osnivače koji dolaze iz netehničkih oblasti.

80% osnivača kaže da je steklo znanje bitno za osnivanje i rad startapa kroz radno iskustvo.

PROFIL STARTAPA

U velikoj većini slučajeva (84%) startap je timski poduhvat.

Većina startapa (56%) je osnovana između 2020. i 2022. godine.

Većina startapa (66%) je registrovana kao pravno lice između 2020. i 2022. godine.

Najveći broj startapa se priprema za izlazak na tržište - 22% ima MVP, ali još nije na tržištu, dok 33% ima prve korisnike i testira product-market fit.

FINANSIRANJE I POSLOVANJE

Preko 60% startapa kao glavne ciljeve saradnje sa globalnim partnerima prepoznaje pristup novim tržištima i kupcima, kao i razvoj proizvoda ili usluga.

Većina startapa (65%) još uvek nije profitabilna.

45% startapa plasira proizvode na tržištu Evropske unije, a 31% na tržište Sjedinjenih Američkih Država.

U 2022. godini zaposleno je preko 2000 novih članova timova u srpskom startap ekosistemu.

Na osnovu istraživanja procenjujemo da se u 2023. godini planira preko 3000 novih radnih mesta u startap ekosistemu.

Skoro dve trećine startapa (63%) očekuju rast biznisa za preko 50% u 2023. godini.

PODRŠKA STARTAPIMA

Do sada su se startapi dominantno finansirali iz sopstvenih sredstava (92%) i grantova (60%).

Prema mišljenju ispitanika, tri najveća izazova za startape su finansiranje, zapošljavanje i pridobijanje kupaca.

Osnivači su glavnu pomoć dobijali kroz neformalne socijalne mreže kao što su porodica, prijatelji i poznanici, ali i kroz formalne kao što su organizacije za podršku startapima (inkubatori, akceleratori).

Većina ispitanika (68%) kao najveće očekivanje od javnih politika vidi poreska smanjenja i olakšice.

UVOD

Startap skener je istraživanje koje Inicijativa „Digitalna Srbija” sprovodi već treći put, od čega drugi u okviru projekta “Preduzmi ideju”, koji konzorcijum okupljen oko Inicijative „Digitalna Srbija” sprovodi uz podršku USAID-a. Osnovni motiv našeg istraživanja je da pored identifikacije startapa, omogući sveobuhvatnu analizu njihovog razvoja i faktora uspeha, a samim tim i analizu razvoja celokupnog startap ekosistema. Cilj ovog, višegodišnjeg istraživanja je da omogućiti kontinuiranu analizu podataka i rezultata, a koje će zatim omogućiti donošenje relevantnih zaključaka i praćenje pravaca i trendova u kojima se srpski ekosistem kreće i razvija, ali i da pruži relevantne informacije kreatorima politika u oblasti istraživanja, tehnologije, inovacija i preduzetništva. Podaci koji će biti predstavljeni u okviru Startap skenera 2023 obuhvataju uzorak od 167 startapa, koji su se odazvali na poziv da učestvuju u ovogodišnjoj onlajn anketi i pruže informacije i uvide o stanju, razvoju, poteškoćama i budućim planovima, ne samo startapa već i celokupnog ekosistema koji okružuje startape u Srbiji.

Startap skener će i ove godine pokušati da odgovori na pitanja kao što su: koje su to glavne karakteristike osnivača startapa po pitanju obrazovanja, iskustva i pola, kakva je njihova brzina postizanja rasta u poređenju sa tradicionalnijim i manje inovativnim kompanijama, koje su to karakteristike koje ih odlikuju u pogledu tehnologije, sektora, tržišta i lokacije itd. Takođe, ovo istraživanje se bavi i pitanjem finansiranja startapa, tj. kako se oni finansiraju kroz grantove, investicije, zajmove, poslovne anđele ili su pak i dalje samofinansirani. Odgovori na ova, ali i mnoga druga pitanja nam mogu pomoći da bolje razumemo kako se startap ekosistem u Srbiji razvija, šta su njegove prednosti i nedostaci i kako da se kreiraju programi podrške koji će na najbolji način podržati njegov dalji rast i razvoj.

U poslednjih nekoliko godina u Srbiji se razvila veoma dimamična startap zajednica. Pokrenute su brojne inicijative za stvaranje povoljnih uslova i obezbeđivanje finansijske podrške za startape. Uprkos rastućoj svesti u medijima i javnosti o značaju koji startapi, kao visoko inovativne, nove kompanije, imaju za otvaranje novih radnih mesta, rast i strukturnu transformaciju privrede, postoji veoma malo empirijskih podataka i istraživanja koja su u stanju da nam daju pravu sliku o ovom ekosistemu. Upravo u tome se ogleda značaj ovog istraživanja, koje

pokušava da identifikuje faktore koji doprinose njegovom razvoju i uspehu, s jedne strane, dok sa druge strane predstavlja izvor informacija neophodnih za promociju ekosistema na globalnom nivou i privlačenje pažnje inostranih investitora i izvora finansiranja.

Ovim putem želimo da se zahvalimo našim partnerima na projektu, kao i svim organizacijama koje su podržale ovo istraživanje ali pre svega samim osnivačima preko 160 startapa koji su svojim učešćem doprineli da ovo istraživanje bude uspešno sprovedeno: VELIKO HVALA!

Nadamo se da ćete uživati u čitanju ovogodišnjeg Startap skenera, i unapred se radujemo da zajedno radimo još više, kao i da narednih godina predstavimo nove uspehe našeg startap ekosistema.



Nebojša Bjelotomić

direktor Inicijative “Digitalna Srbija” i
direktor projekta “Preduzmi ideju”

TRENUTNO STANJE I BUDUĆNOST STARTAP EKOSISTEMA U SRBIJI

Iz nalaza ovogodišnjeg istraživanja, može se izvući zaključak da se startap ekosistem u Srbiji ubrzano razvija, ali i da postoji veliki potencijal za dalji rast i razvoj. Međutim, kao i u drugim zemljama, i u Srbiji postoji nekoliko ključnih, zajedničkih izazova koje ekosistem u celini mora da prevaziđe, kako bi ovaj rast bio još veći i vidljiviji na globalnoj mapi. Činjenica koja veoma ohrabruje je da se u poslednje tri godine, beleži rast broja startapa u domaćem ekosistemu za 20 do 30 procenata svake godine u odnosu na prethodnu. Ovaj eksponencijalni rast nam pokazuje da postoji sve veći broj novih startap osnivača i sve veće interesovanje za startap ekosistemom kao i za kreiranje inovativnih proizvoda, sa potencijalom ostvarivanja globalnog uspeha. Dodatno se beleži i sve veća međunarodna povezanost sa inostranim ekosistemima kao i povećana pažnja i interesovanje globalnih aktera za dešavanja u domaćoj zajednici i povezivanje sa domaćim startapima i osnivačima. U prilog tome govori i činjenica da postoji nekoliko programa podrške za startape u raznim fazama, kao i da se ta podrška na godišnjem nivou učvršćuje i povećava. Kada pogledamo izveštaj organizacije Startap Džinom od pre nekoliko godina, koji je između ostalog ukazivao i na nedostatak povezanosti aktera u ekosistemu, možemo slobodno reći da je taj trend preokrenut i da se može videti sve veći broj zajedničkih inicijativa i saradnji, različitih organizacija podrške, koje su usmerene na stručnu i finansijsku podršku startapima.

Prošla godina je bila važna za ekosistem jer je pokazala da startap zajednica zaista može bitno da utiče na celokupnu ekonomiju, uzimajući u obzir procenu da su u prošloj godini startapi zaposlili preko 2000 ljudi, a samo u ovoj godini startapi planiraju da popune 3000 novih radnih mesta kao i da većina startapa očekuje rast svog biznisa od preko 50%. Dodatno, ovome doprinosi i plan otvaranja dva nova fonda preduzetničkog kapitala u ovoj godini koje je podstaklo sufinansiranje od strane države, a čije će investicije biti primarno usmerene na domaći ekosistem i region. Pored jednog CVC fonda, TS Ventures, kao i dva nova VC fonda (Omorika Ventures i 5th Quarter Ventures) koja će postojati u Srbiji i grupe poslovnih anđela koju je osnovala Inicijativa "Digitalna Srbija", sve je veći broj stranih i regionalnih VC fondova koji dolaze u domaći ekosistem, veoma zainteresovani da se upoznaju sa našim startapima i da aktivno prate njihov dalji razvoj. Uzimajući u obzir ove podatke verujemo da će se trend finansiranja iz sopstvenih sredstava i grantova koji je sada zastupljen u velikoj većini, tokom narednih godina polako smanjivati. Ipak, ne treba zanemariti podatak da je između 2020. i 2022. godine registrovano

66% svih startapa koji postoje u Srbiji, u velikoj meri upravo zahvaljujući grantovima i finansiranju u ranoj fazi.

Srpski ekosistem, iako još uvek dosta mlad, ulazi u blagu fazu skaliranja, čiji je rast potrebno pratiti kako kroz različite sisteme podrške tako i putem usvajanja adekvatnih javnih politika koje bi podržavale startape i olakšale im poslovanje. Pored uvođenja stimulativnih poreskih olakšica, važno je da se sistemski stvore i drugi povoljni uslovi za finansiranje i razvoj startapa, kao i da se osigura pristup novim tržištima i kupcima, kako na domaćem, tako i na globalnom nivou. U narednom periodu, fokus u ovoj oblasti biće na uvođenju mehanizama koji će unaprediti investiranje putem konvertabilnog zajma (*Convertible Note*) i SAFE (*Simple Agreement for Future Equity*) mehanizma. Planirano je i uvođenje pravila za formiranje posebnih fondova za sindiciranje investicije od strane većeg broja anđela-investitora. Dodatno, ulazimo u još jednu godinu sprovođenja Akcionog plana Strategije za razvoj startap ekosistema i dalju implementaciju poreskih olakšica za startape. Na kraju, fokus ove godine će biti univerzitetski transfer tehnologije, odnosno komercijalizacija otkrića naučno-istraživačkog kadra na fakultetima i institutima u Srbiji. Kroz osnivanje proaktivnih centara za transfer tehnologija sa kompetentnim kadrom, bolju komunikaciju između učesnika, i kreiranje uniformnih regulatornih pravila, teži se porastu broja ideja i inovacija koje dolaze iz akademske sredine, a koje će, kroz saradnju sa privredom, dobiti ekonomsku formu i omogućiti porast broja pronalazaka, osnivanje startapa i priliv kapitala.

Evidentno je da Srbija ima veliki potencijal za razvoj startap ekosistema, kao i da postaje sve privlačnija za osnivanje i razvoj startapa. Međutim, da bi se domaći startap ekosistem dalje razvijao i rastao, potrebno je da se konstantno prepoznaju i prevazilaze ključni izazovi sa kojima se startapi susreću, kao i da se nastavi unapređivanje uslova i mreže podrške.

Sve sistemske i programske promene koje su nastale u prethodne dve godine olakšavaju startapima stvaranje visoko kvalitetnih proizvoda, od najranije faze do faze izlaska na tržište i dalje internacionalizacije. Takođe, i dalje nastavljamo da svedočimo o potencijalu koji postoji u domaćem ekosistemu, a prepoznaje se sve veći napor od strane privatnih i javnih aktera da podrže taj potencijal i doprinesu stvaranju uspešnih kompanija.

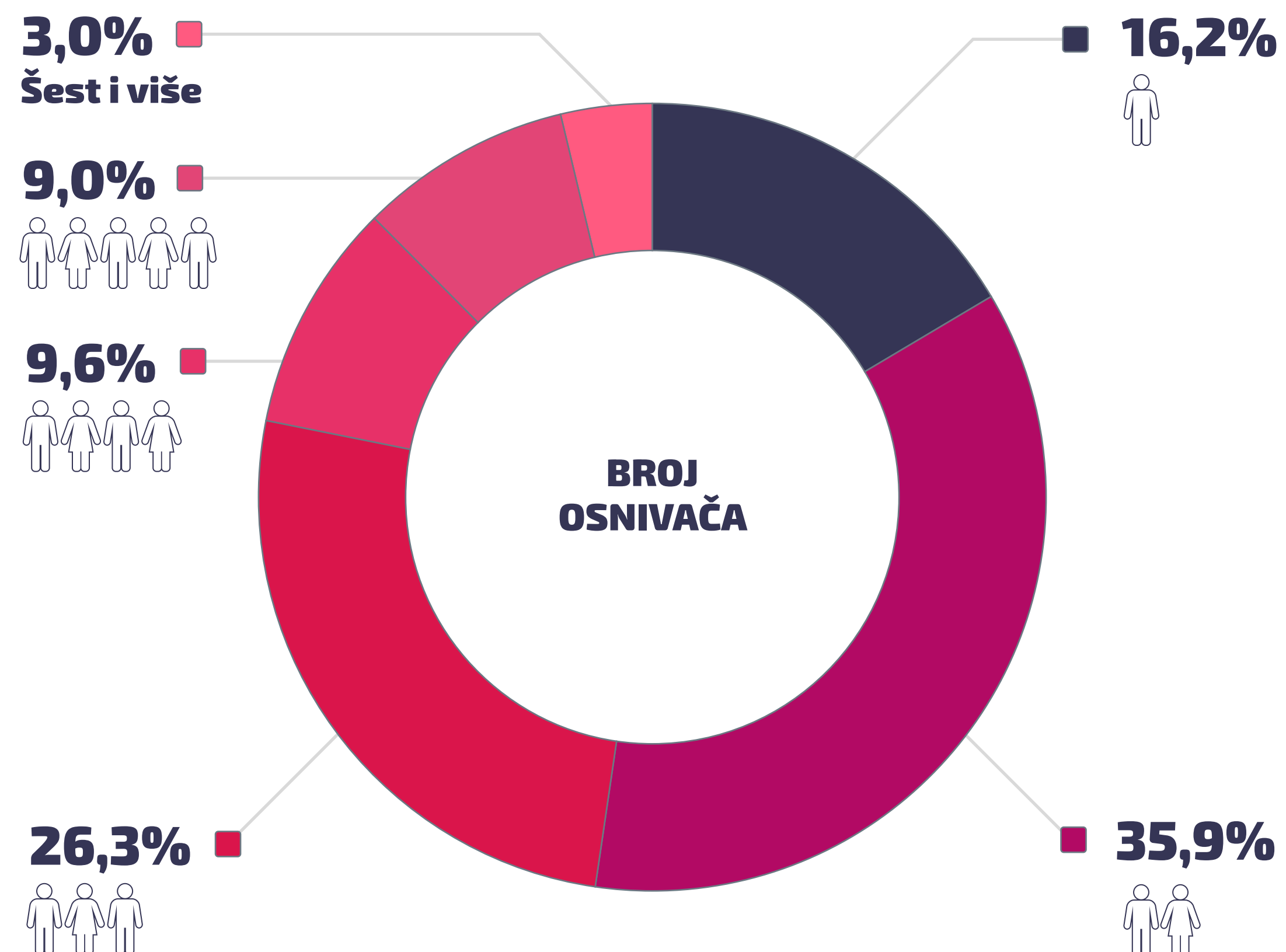
STARTAP EKOSISTEM U SRBIJI



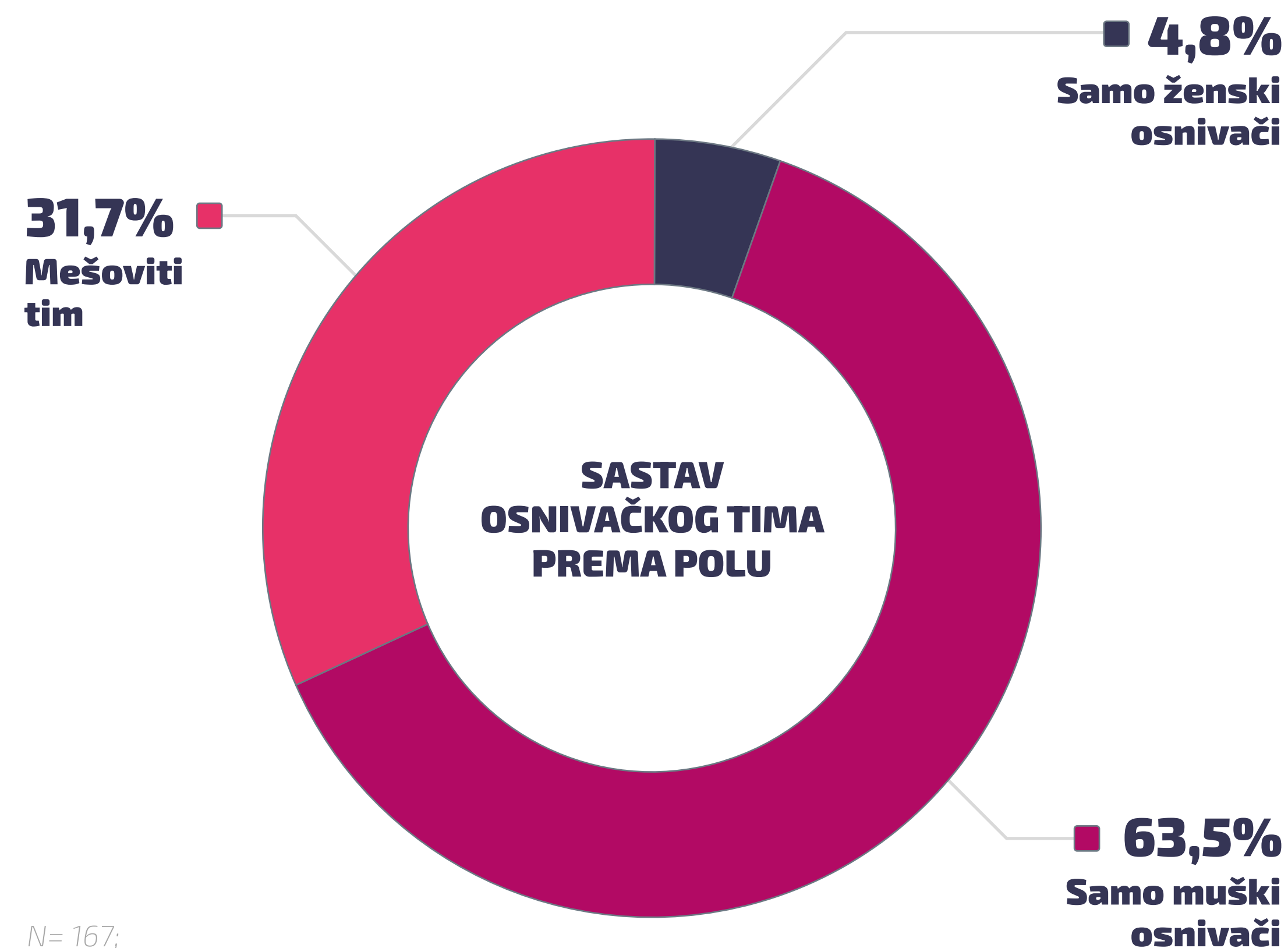
PROFIL STARTAPA

STRUKTURA OSNIVAČKOG TIMA

Iako se smatra da uspešni preduzetnik samostalno ostvaruje svoju inovativnu ideju i postiže globalni uspeh, rezultati istraživanja, ove ali i prošle godine, jasno pokazuju da je osnivanje startapa najčešće timski poduhvat, i to u 83,8% slučajeva. Prosečan broj osnivača je 2,73 — što ukazuje na to da je najveći broj ispitanih startapa pokrenuo tim od dva (35,9%) ili tri (26,3%) osnivača.



N= 167;

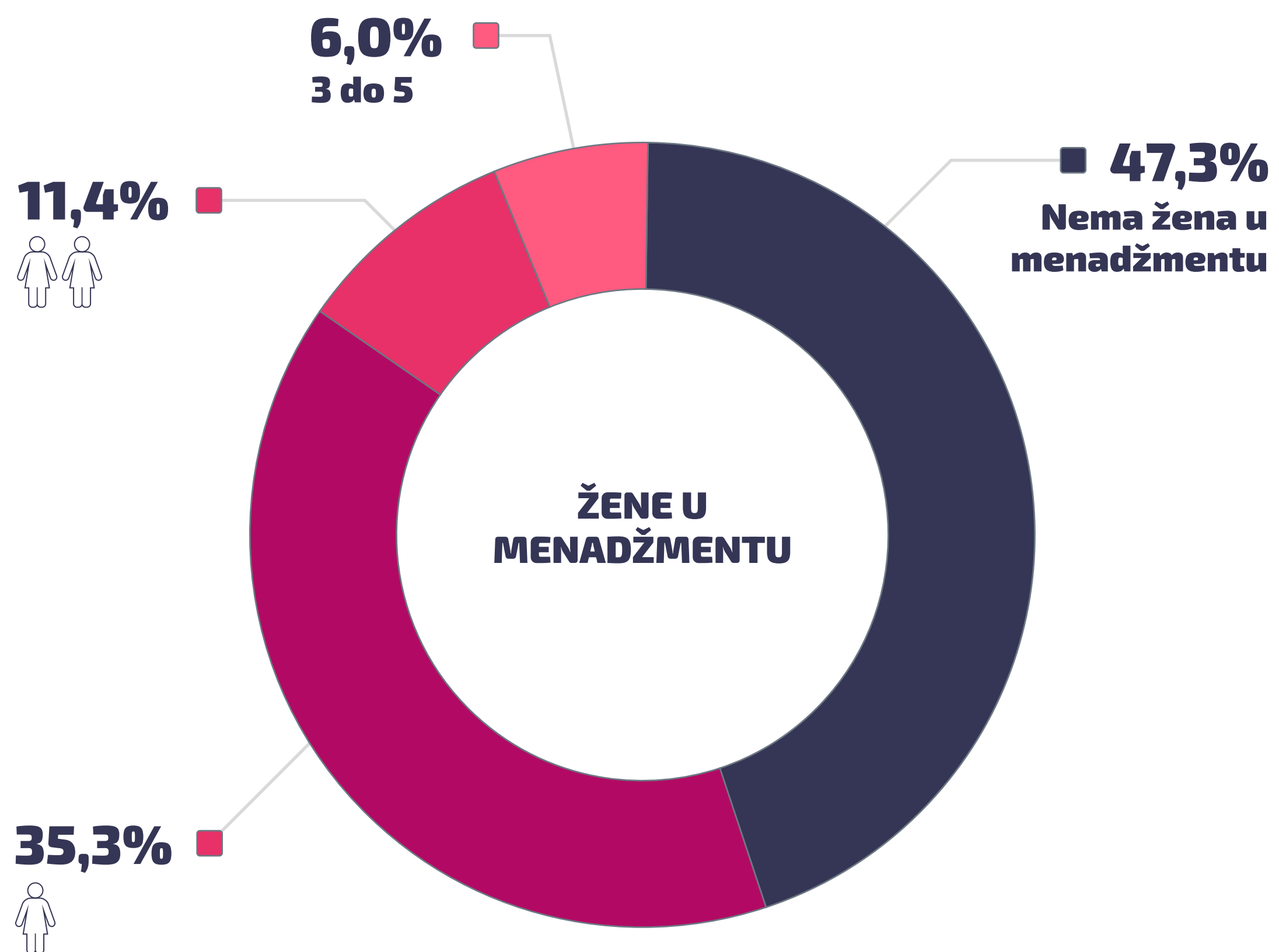


N= 167;

Kada razmotrimo strukturu osnivačkih timova po polu, primetno je da većina startapa ima isključivo muške osnivačke timove (63,5%), što se slaže sa nalazima European Startup Monitor-a¹. S druge strane, svega 4,8% startapa su osnovali isključivo ženski timovi. Može se istaći da preostalih 31,7% startapa ima u osnivačkim timovima i muškarce i žene, što je malo iznad evropskog proseka.

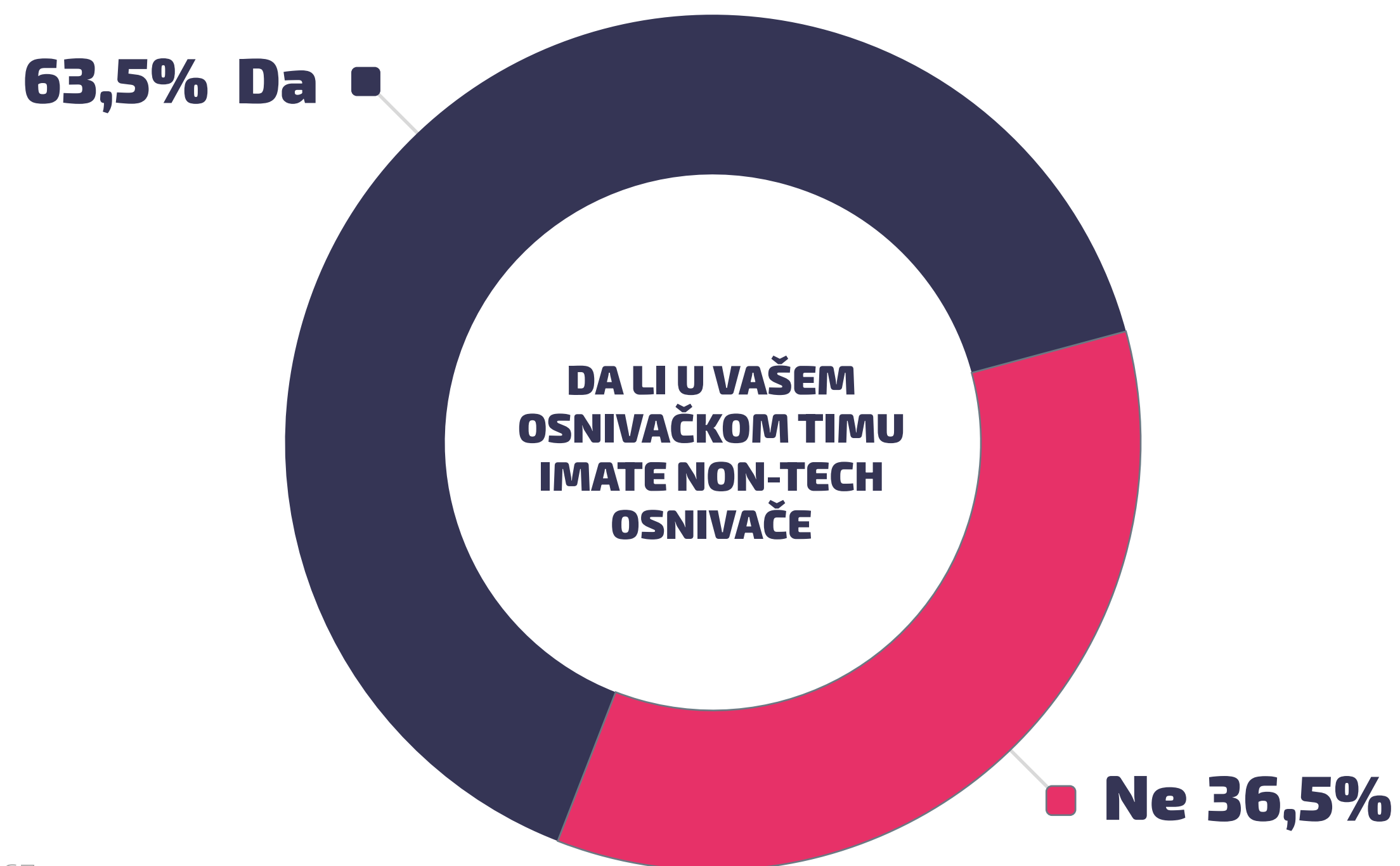
¹ European Startup Monitor 2020/2021
<https://www.europeanstartupmonitor2021.eu/>

Istovremeno, samo 52,7% startapa koji su bili obuhvaćeni ovim istraživanjem ima makar jednu ženu u svom menadžmentu. Prosečan broj žena u ulozi menadžera po startapu iznosi samo 0,8, dok je prosečan broj muškaraca 2,5. Stoga, menadžment startapa najčešće čine tri osobe, od kojih su bar dve muškarci.



N= 167;

Iako postoji uvreženo mišljenje da su osnivači startapa uglavnom osobe sa tehničkim znanjima i veštinama poput inženjera i programera, u stvarnosti, situacija je znatno složenija i raznolikija. Pored osnivača sa tehničkim znanjima, uspešne startape su osnovali i ljudi koji imaju znanja i ekspertize iz drugih oblasti, poput marketinga, prodaje, finansija, dizajna i sl. Postoje brojni primeri veoma uspešnih startapa koje su pokrenuli ljudi bez programerskih veština (neki od njih su Airbnb, Pinterest, Alibaba, Amazon). Takvi osnivači često poseduju jedinstvene veštine i znanja koja su neophodna za stvaranje inovativnih proizvoda i usluga. Upravo je udruživanje različitih ekspertiza i stvaranje multidisciplinarnih timova jedan od ključnih faktora uspeha u svetu tehnološkog preduzetništva. U tom kontekstu, kada posmatramo oblasti iz kojih dolaze osnivači, značajan podatak je da 63,5% startapa u svojim osnivačkim timovima ima i osnivače koji dolaze iz netehničkih oblasti, što doprinosi raznovrsnosti i inovativnosti celokupnog ekosistema.

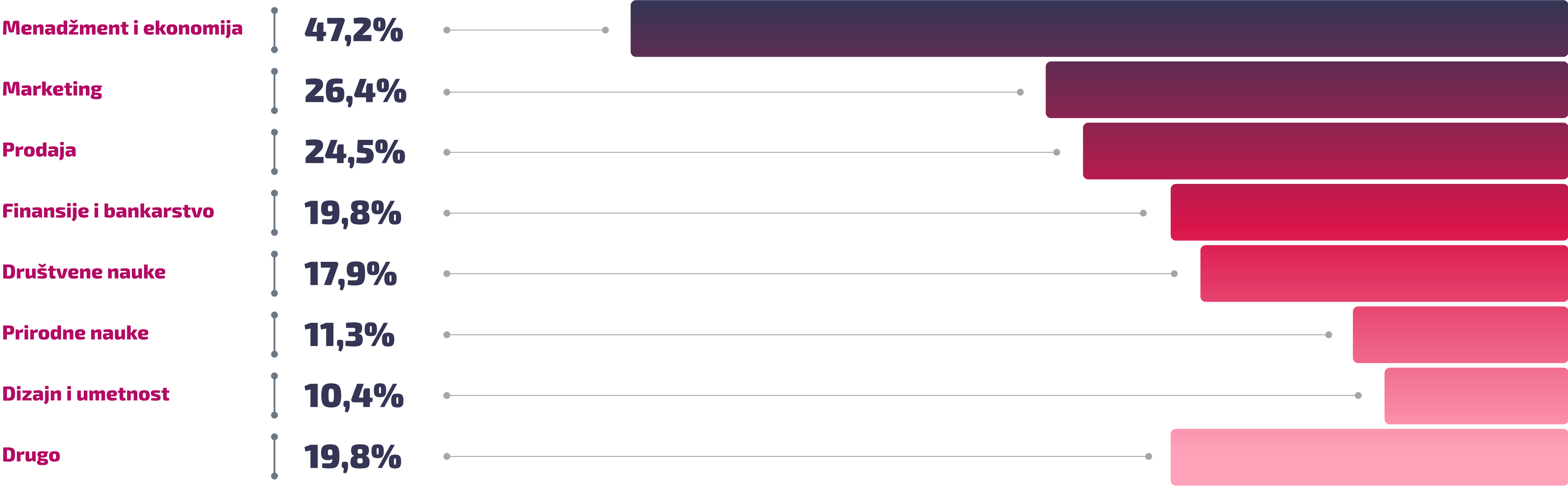


N= 167;

STRUČNE OBLASTI NON-TECH OSNIVAČA

Rast i skaliranje startapa je veliki strateški izazov, a talenat i veštine osnivača koji dolaze iz različitih oblasti su ono što im omogućava da sagledaju različite aspekte ideje i samim tim značajno povećaju šanse za uspeh. Kada govorimo o oblastima iz kojih dolaze netehnički osnivači,

najveći procenat od ispitivanih stratapa je izabrao oblast menadžmenta i ekonomije 47,2%, zatim oblasti marketinga (26,4%) i prodaje 24,5% (ispitanici su mogli da izaberu više oblasti).

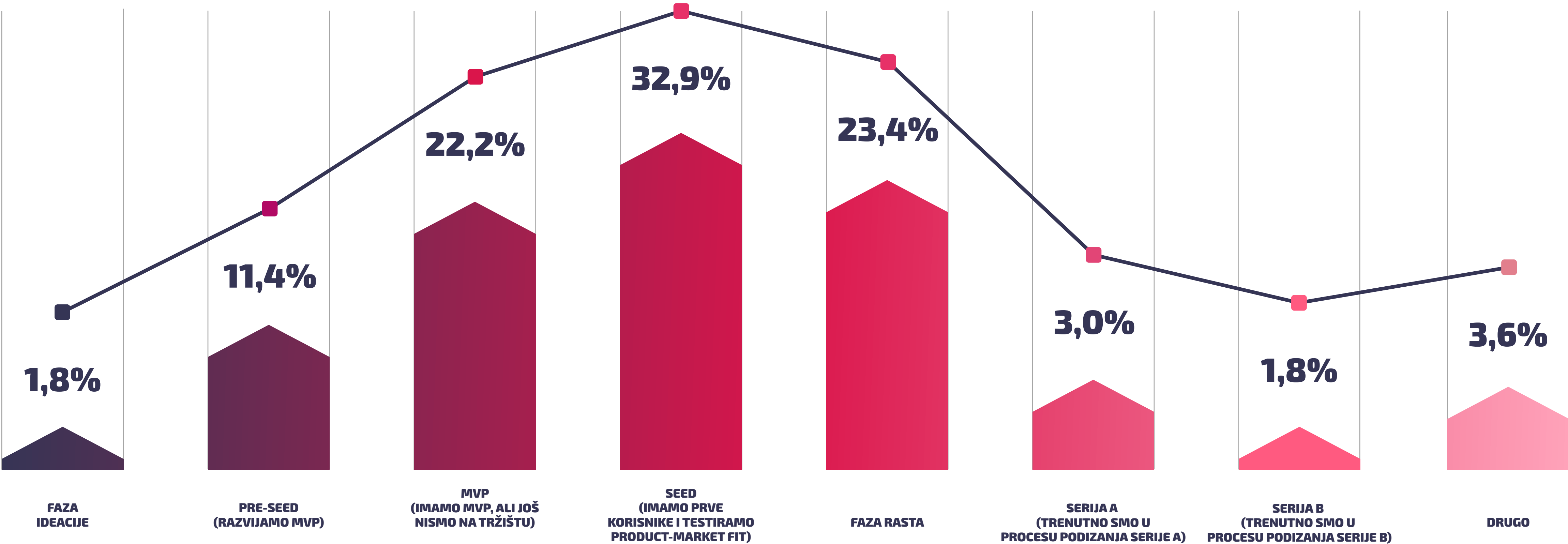


* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

FAZA RAZVOJA

Tokom svog razvoja, startapi prolaze kroz nekoliko faza. U okviru ovog pitanja ispitanici su mogli da se opredele za odgovore u kojoj fazi razvoja se nalazi njihov startap. Na osnovu rezultata može se zaključiti da je naš ekosistem u fazi intenzivnog rasta, s obzirom na značajan broj startapa koji su već uspešno testirali svoje proizvode i stekli prve korisnike (32,9%) ili su prešli u fazu

rasta i traže načine da prošire svoje poslovanje (23,4%). Sa druge strane, relativno nizak procenat startapa koji se nalaze u kasnijim fazama razvoja ukazuje da u ekosistemu postoji manje scale-up kompanija koje se nalaze u fazi zrelog rasta i potencijalne ekspanzije.

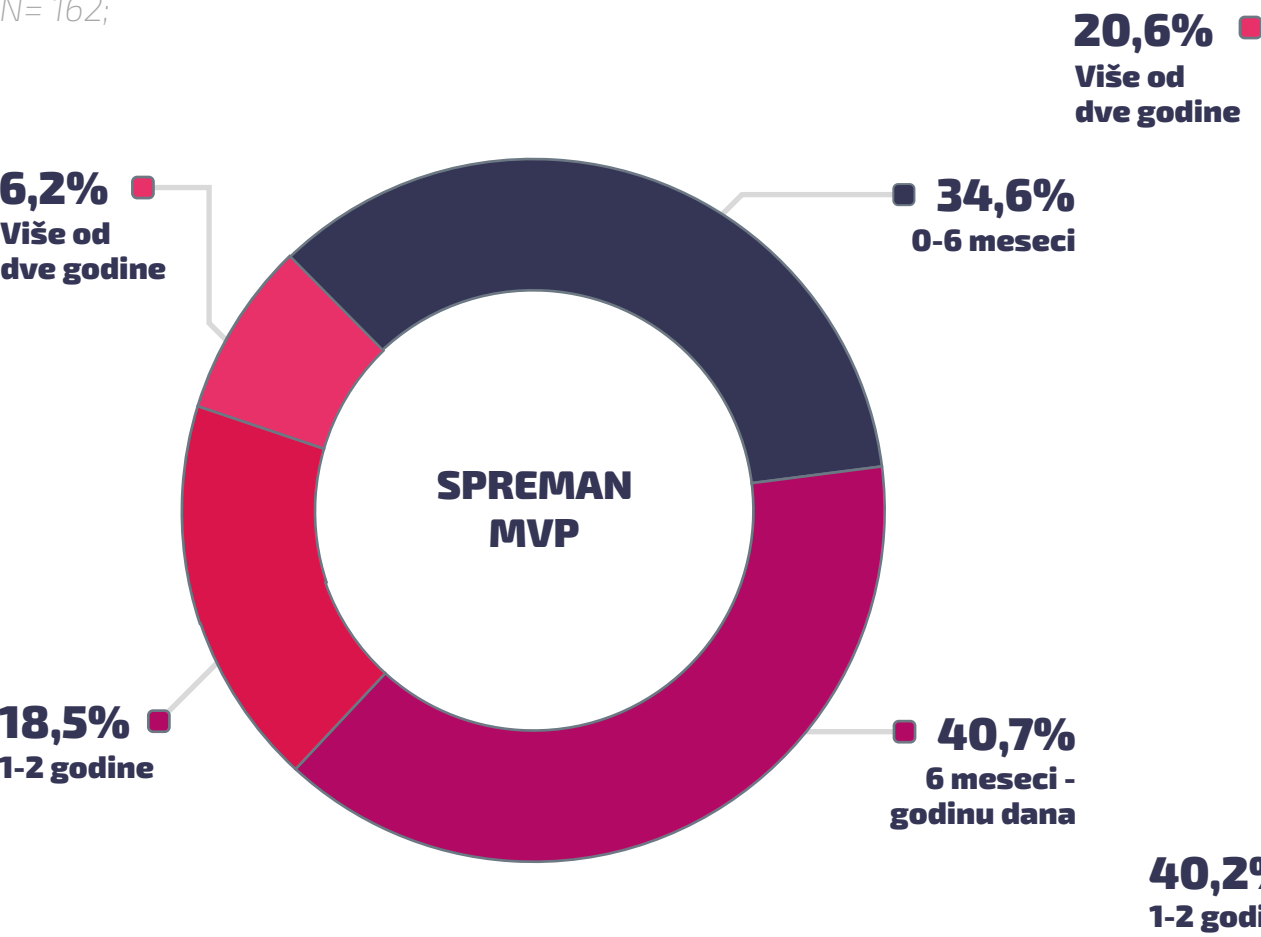


Većina startapa za pripremanje MVP-a u proseku izdvaja 6 meseci do godinu dana, dok je nakon toga za prvu prodaju potrebno nešto manje vremena, a najviše startapa uspe da je ostvari u roku od 6 meseci. Za izlazak na drugo tržište potrebno je znatno više vremena, od 107 startapa koji imaju iskustvo sa ulaskom na novo tržište najvećem broju je bilo potrebno 1-2 godine. Što se tiče dizanja prve investicije, većina od 99 startapa koji su dobili eksterno finansiranje, je to postigla u prvih godinu dana, premda postoji i značajan broj onih koji su čekali preko dve godine. (takođe pogledati segment LOKACIJA OSNIVANJA I POSLOVANJA)

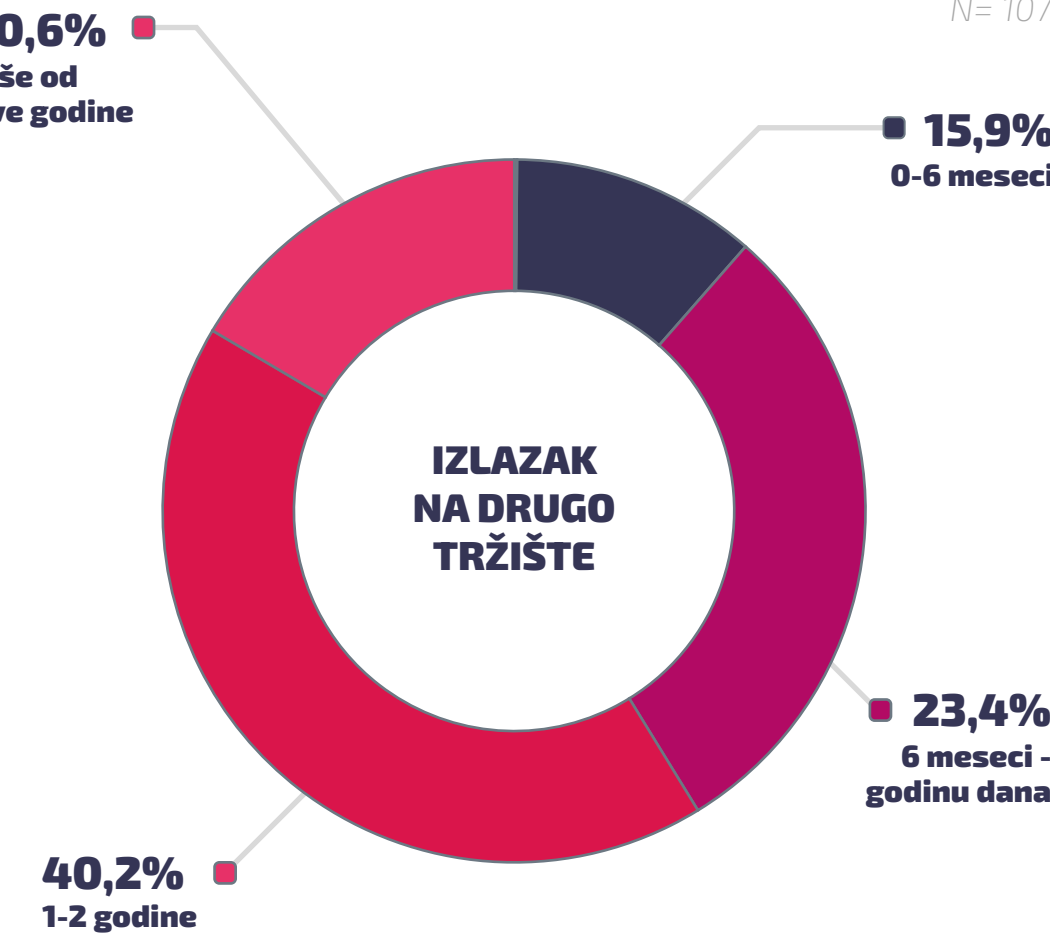


OD OKUPLJANJA TIMA KOLIKO VAM JE BIL POTREBNO DA IMATE

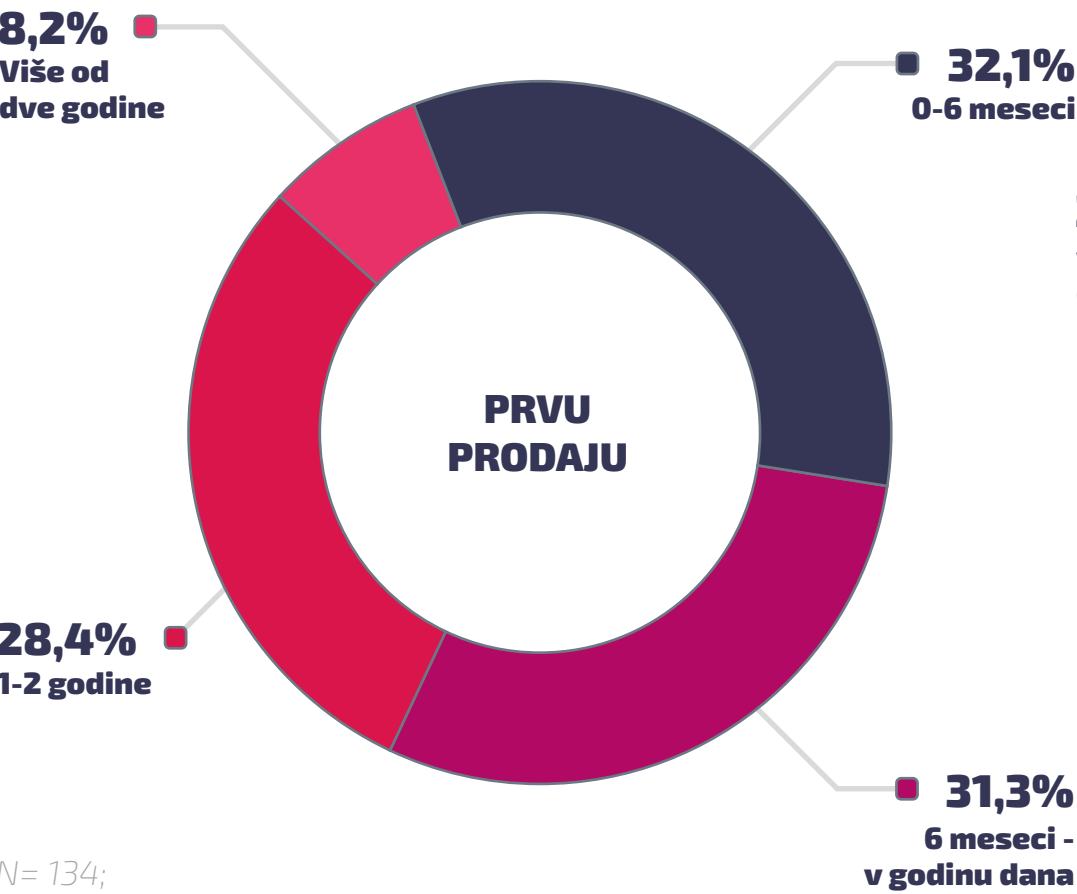
N= 162;



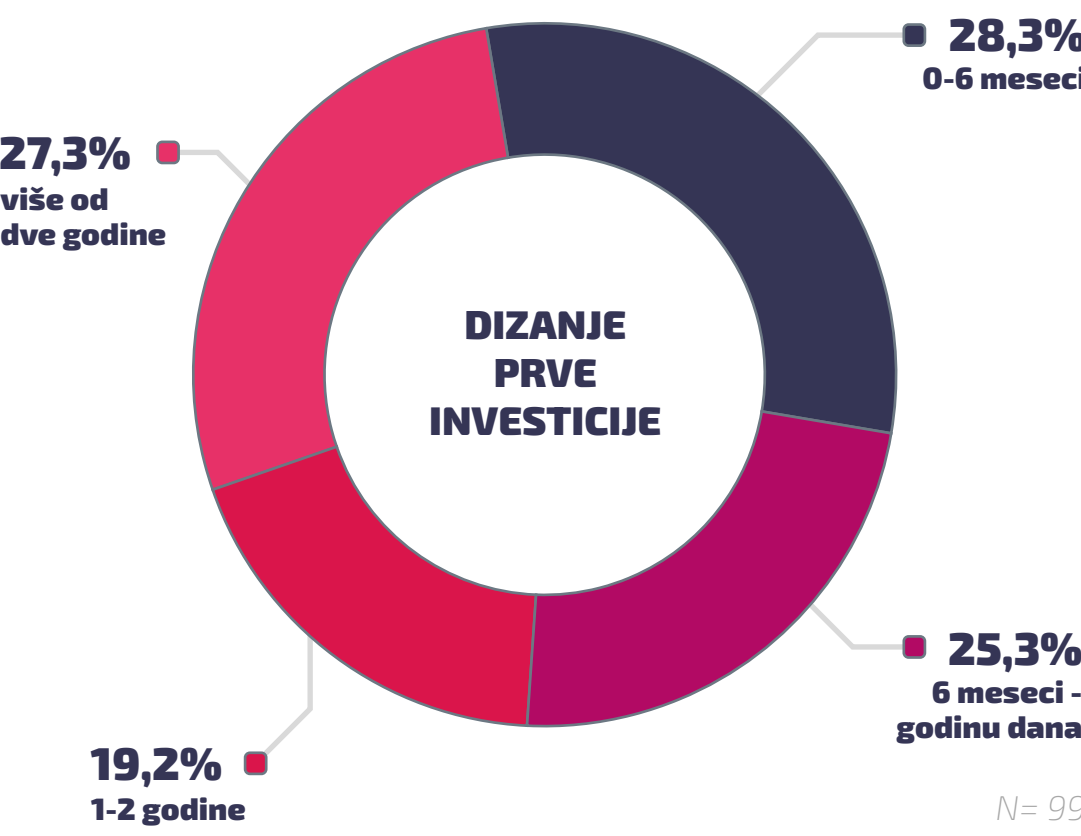
N= 107;



N= 134;



N= 99;

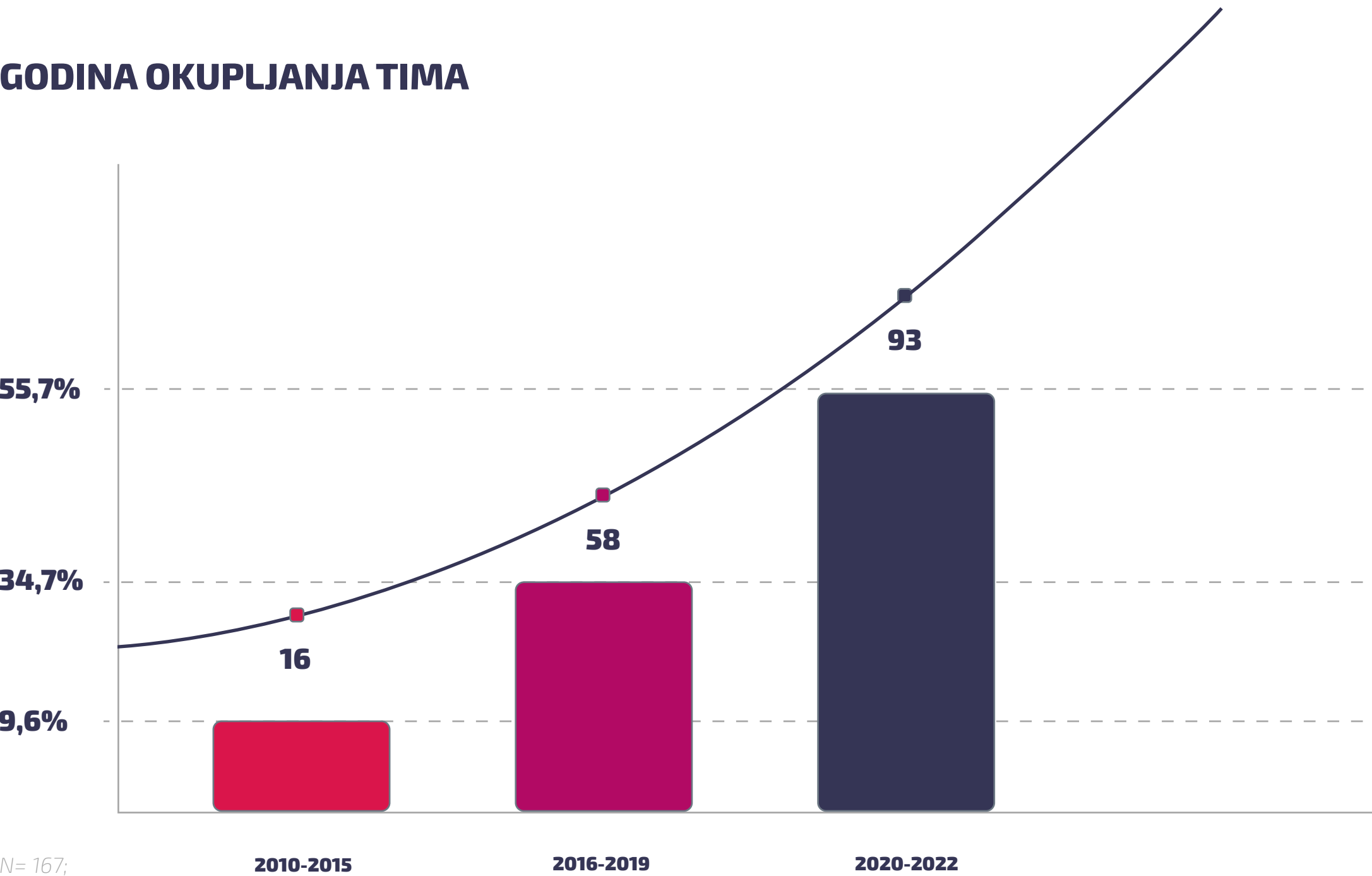


GODINA OKUPLJANJA TIMA I PRAVNI OBLIK

Rezultati ovog istraživanja pokazuju da se 9,6% startapa okupilo kao tim i počelo da razvija ideju u periodu od 2010-2015. godine, 34,7% u periodu 2016-2019. godine, dok se 55,4% startapa okupilo kao tim u periodu 2020-2022. godine. Ovi rezultati ukazuju na eksponencijalni rast srpskog startap ekosistema u poslednjoj deceniji, sa najimpresivnijim rastom zabeleženim u periodu od 2020-2022. godine.

Ukoliko se ovaj trend rasta nastavi, možemo očekivati da će u naredne tri godine biti osnovano više startapa nego u celoj prethodnoj deceniji. Naravno, ovo su samo procene i stvarni brojevi mogu biti veći ili manji, pri čemu se ne sme zanemariti ni uticaj globalnih ekonomskih kretanja i drugih faktora, koji takođe mogu biti značajani.

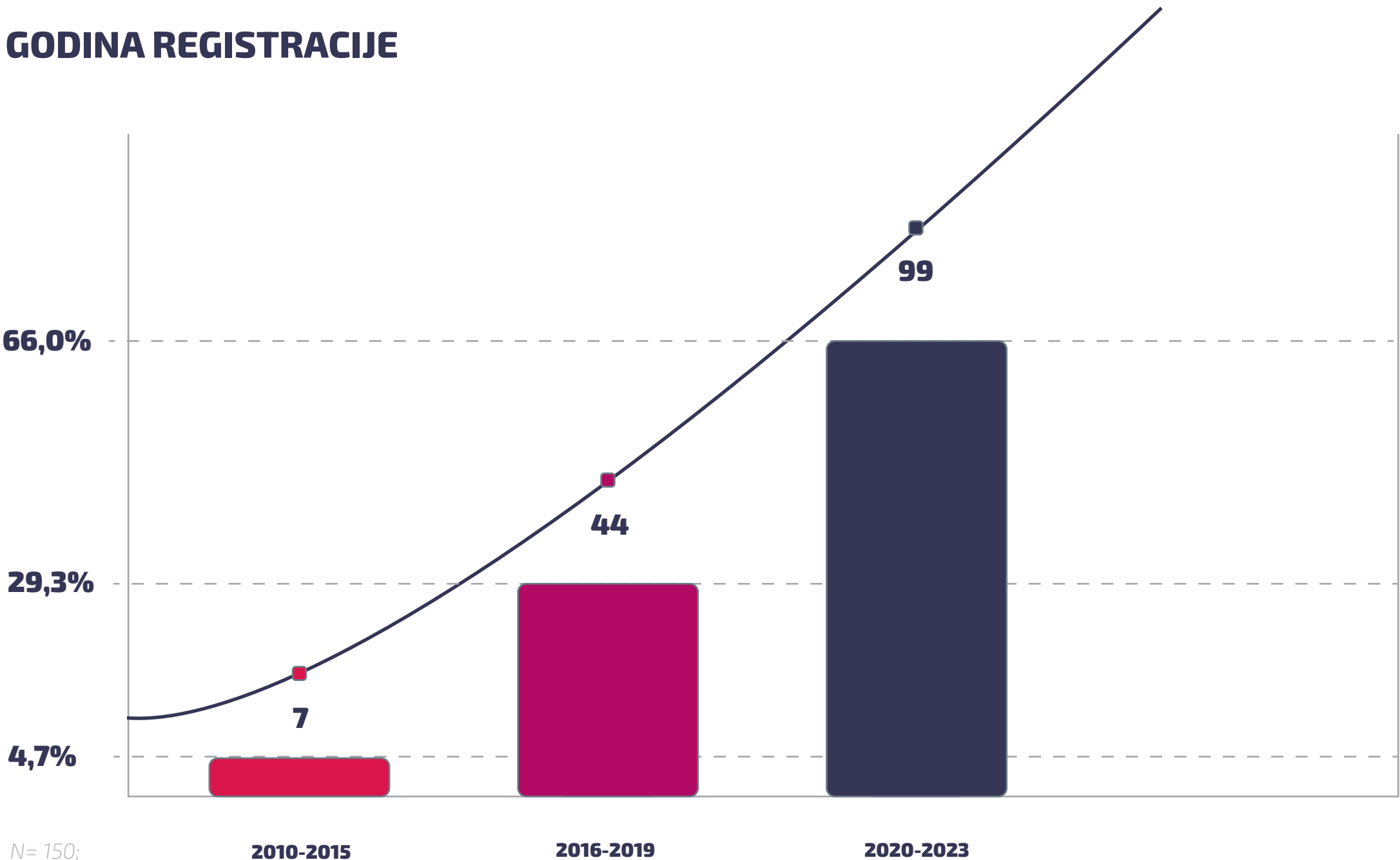
GODINA OKUPLJANJA TIMA

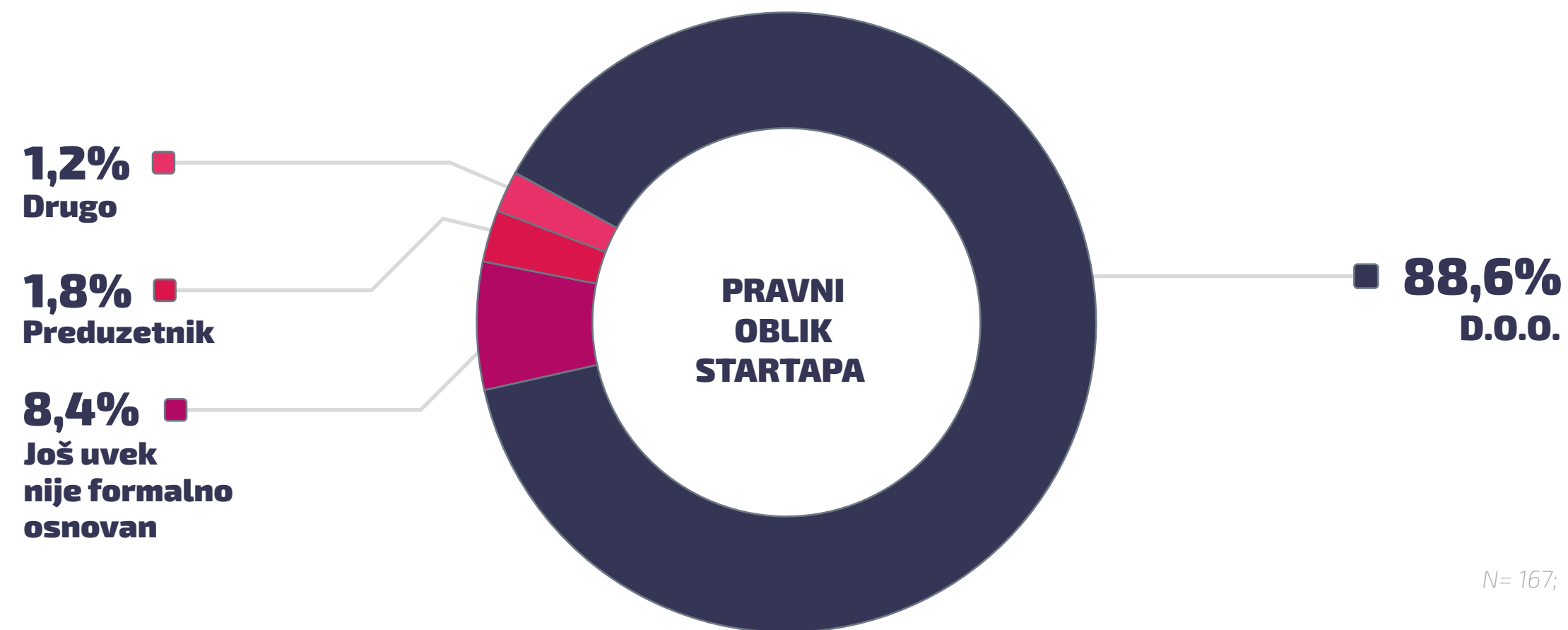


Jedna od glavnih karakteristika startapa je to da njihovi timovi neformalno rade zajedno na razvoju proizvoda i poslovnih koncepata, dok formalno registruju svoje poslovanje u skladu sa zakonom tek u trenutku izlaska na tržište, ili kada očekuju grant ili investiciju. Eksponencijalni rast ekosistema potvrđuje i podatak da je čak dve trećine startapa koji su odgovorili na ovo pitanje (66%) formalno registrovano nakon 2020. godine.

Najpopularniji pravni oblik među startapima je D.O.O, odnosno društvo sa ograničenom odgovornošću (88,6%). Međutim, i pre formalnog osnivanja, timovi treba da obrate pažnju na probleme koji mogu nastati usled nedostatka međusobnog dogovora u vezi sa vlasništvom proizvoda i intelektualnom svojinom. Slučaj „zaboravljenog osnivača“ može predstavljati kočnicu za razvoj poslovanja, pre svega za finansiranje startapa od strane institucionalnih investitora.

GODINA REGISTRACIJE

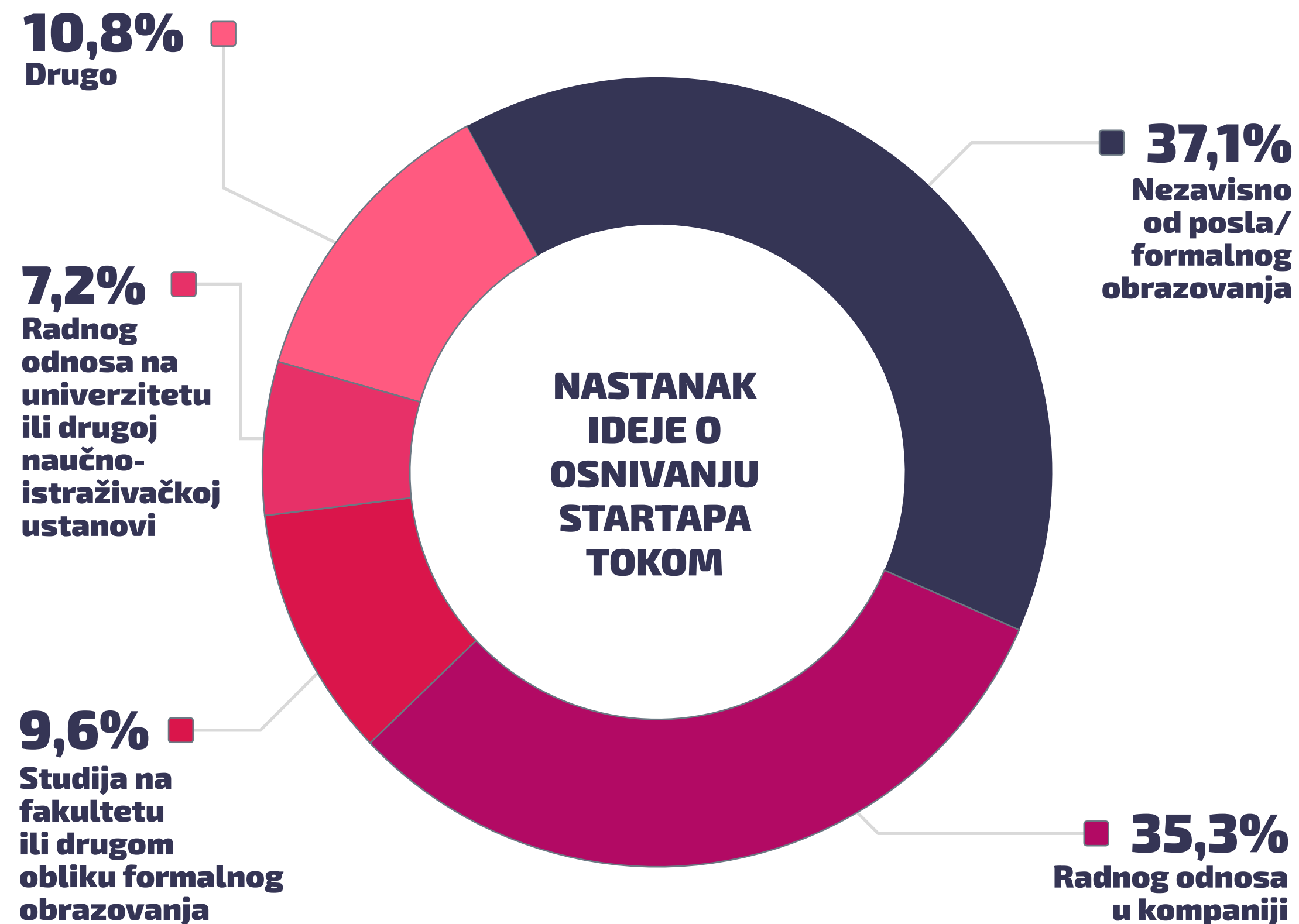




IDEJA ZA OSNIVANJE

Polazište za pokretanje startapa je ideja, i ona predstavlja osnovu na kojoj se gradi proizvod ili usluga koja će zadovoljiti potrebe tržišta ili rešiti neki problem. Inovativna ideja može biti pokretač uspešnog poslovanja koje će privući investitore, klijente i partnerstva. Međutim, sama ideja nije dovoljna za uspeh, već je potrebno da se ona razvije u funkcionalan proizvod ili uslugu, što zahteva tim stručnjaka, finansijska sredstva i vreme.

Ideja o inovaciji može nastati na različite načine. Istraživanje Startap skener 2023 je pokazalo da je i dalje najveći broj startapa (37,1%) okupljen oko ideje koja je nastala nezavisno od posla ili formalnog obrazovanja. Ovaj procenat je nešto niži nego prethodne godine, ali još nemamo dovoljno podataka da bismo ovo mogli da proglasimo trendom. Odmah zatim (35,3%) sledi ideja koja se oslanja na iskustvo i znanje stečeno tokom radnog odnosa u kompaniji, što ukazuje na važnost sticanja iskustva u industriji kao faktora koji doprinosi razvoju inovativnih ideja. Istovremeno, ovaj podatak naglašava i važnost poslovne kulture koja podstiče inovativnost i kreativnost. Nažalost, samo manji procenat ideja je nastao u akademskoj sredini, 9,6% tokom studija i 7,2% kroz zaposlenje na fakultetu ili drugoj naučno-istraživačkoj ustanovi, što govori u prilog kreiranju programa za transfer tehnologija koji će dovesti do veće povezanosti akademske zajednice i privatnog sektora.



„Startapi su mlade kompanije osnovane da razviju jedinstven proizvod ili uslugu, iznesu ih na tržište i učine neodoljivim i nezamenjivim za kupce. Ukorenjen u inovacijama, startup ima za cilj da ukloni nedostatke postojećih proizvoda ili stvari, potpuno nove kategorije dobara i usluga, narušavajući uvrežene načine razmišljanja i poslovanja u različitim industrijama“.

- Magazin Forbes

PLANOVI ZA BUDUĆE POSLOVANJE STARTAPA

Preko polovine (58,7%) osnivača za cilj ima izgradnju profitabilne kompanije, dok 31,1% već sada ima u planu da proda startap, a 10,2% za cilj ima izlazak na berzu. Ne iznenađuje podatak da se većina osnivača startapa fokusira na izgradnju profitabilne kompanije, s obzirom na to da je taj motiv osnovna svrha osnivanja bilo koje kompanije. Međutim, uočavamo promenu u odnosu na prošlogodišnje istraživanje kada je čak 88% ispitanika izjavilo da planira izgradnju sopstvene kompanije. Takođe, u poređenju sa prethodnim istraživanjem, procenat startapa koji planiraju da prodaju svoju kompaniju značajno je porastao, sa 11,9% prošle godine na 31,1% ove godine. Ovo bi moglo ukazivati na to da se poboljšavaju uslovi i tržišne prilike za exit kroz M&A, a sasvim je moguće i da je u pitanju promena u percepciji među osnivačima, gde prodaja kompanije više ne predstavlja neuspeh, već prihvatljiv način da se stvori nova vrednost i pređe na druge projekte.

Mali broj osnivača koji u planu ima izlazak na berzu (10,2%) je u skladu sa trenutnom fazom razvoja startap ekosistema, jer znamo da se berzanski izlasci obično događaju u kasnijim fazama razvoja kompanije, kada je već postignuta stabilnost i veličina poslovanja.



N= 167;

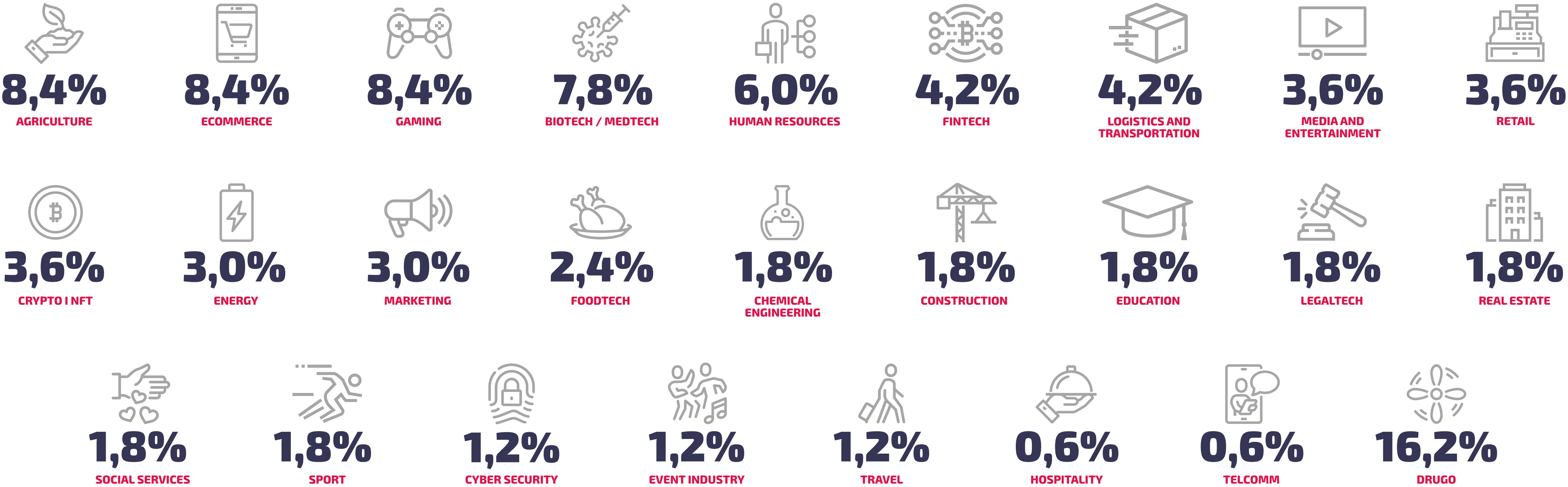


SEKTORI

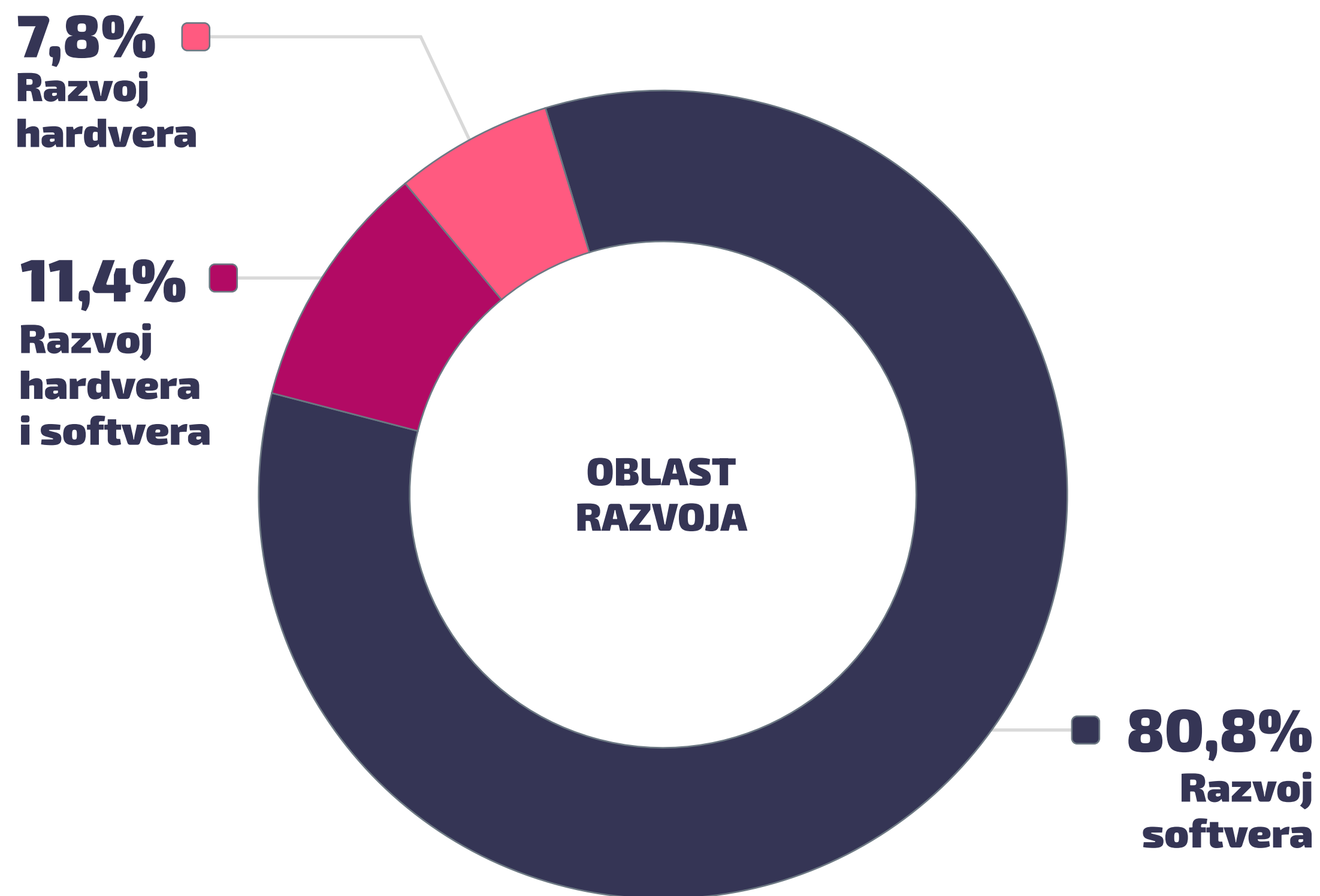
Gledajući raspodelu startapa prema industrijama, možemo zaključiti da startapi u poljoprivredi, eCommerce-u, Biotech/Medtech oblastima i gejmingu, čine najveći deo ekosistema. Važno je napomenuti da se ovi podaci odnose samo na startape koji su učestvovali u istraživanju i da drugi izvori podataka mogu pokazati drugačiju raspodelu po industrijama.

Takođe, Startap skener 2023 se ne bavi veličinom pojedinih tržišta, niti veličinom startapa u pojedinim industrijama, već samo prikazuje koje su industrije privukle najveći broj startapa koji su učestvovali u ovom istraživanju.

INDUSTRIJA U KOJOJ STARTAP POSLUJE

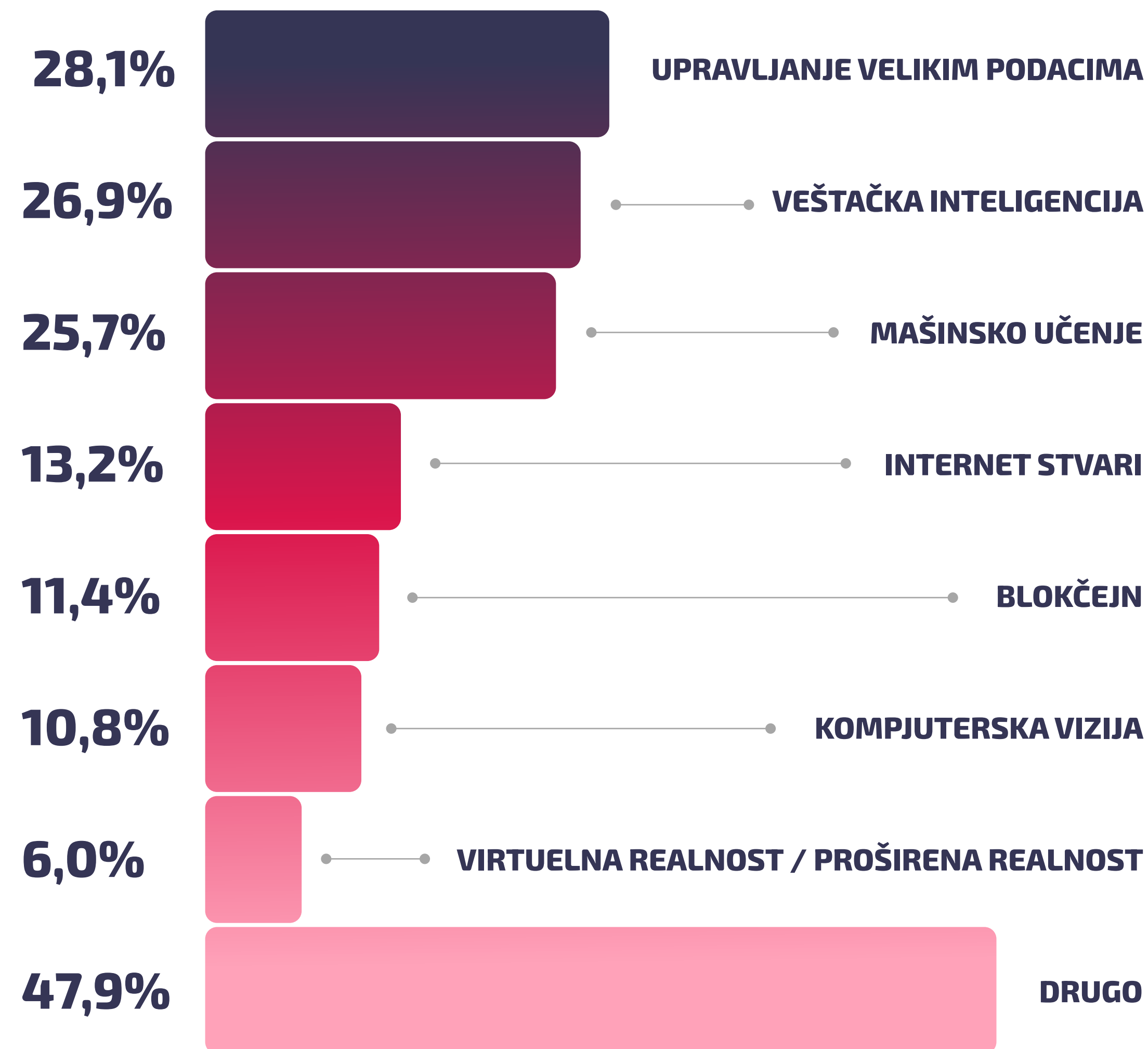


Daleko najveći broj startapa aktivan je u domenu razvoja softvera (80,8%), zatim sledi domen razvoja hardvera i softvera sa 11,4% i domen razvoja hardvera 7,8%. Kada se posmatraju tehnološke oblasti razvoja startapa, od ponuđenih odgovora najveći udeo ispitanika je u oblasti upravljanja velikim podacima (28,1%). Značajan udeo startapa iz uzorka je u oblasti veštačke inteligencije 26,9% i mašinskog učenja 21,9%, dok su se preostali ispitanici izjasnili da svoje proizvode kreiraju korišćenjem drugih tehnologija.



TEHNOLOŠKA OBLAST RAZVOJA STARTAPA

N= 167;

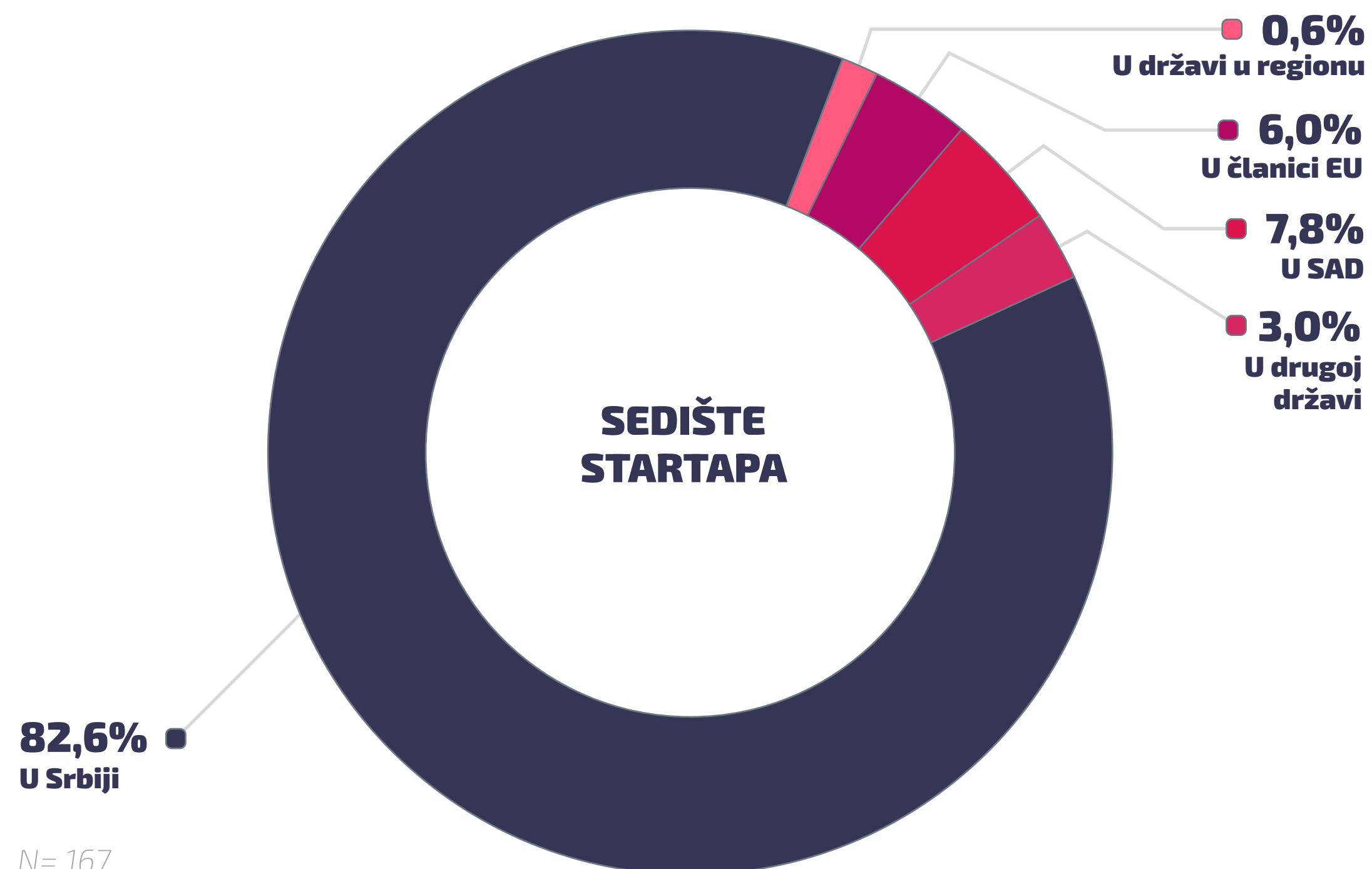


N= 167;

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

LOKACIJA OSNIVANJA I POSLOVANJA

Velika većina startapa koji su bili uključeni u istraživanje (82,6%) ima svoje sedište u Srbiji. Međutim, možemo primetiti da je ovo 10% manje nego prošle godine kada je 92,7% startapa izjavilo da im se sedište nalazi u Srbiji. Iako ovo smanjenje još ne možemo okarakterisati kao trend, ako se nastavi i naredne godine, može biti motivacija da se ova pojava dublje istraži. Postoji nekoliko razloga zašto bi startapi izabrali da budu formalno registrovani u nekoj drugoj zemlji. Prvo, određeni strani VC fondovi insistiraju da startapi budu registrovani u pravnom sistemu koji im je poznat. Drugi razlog može biti lakši pristup korisnicima u nekoj državi, što može biti važno ako je ciljani tržišni segment u drugoj zemlji veći. Takođe, neki startapi biraju registraciju u drugim zemljama kako bi im bilo omogućeno lakše međunarodno i devizno poslovanje, na primer korišćenje procesora za plaćanje. Osim toga, administrativni procesi u Srbiji mogu biti spori i složeni, što može biti prepreka za brzi rast i razvoj startapa.



82,6% ■
U Srbiji

N= 167

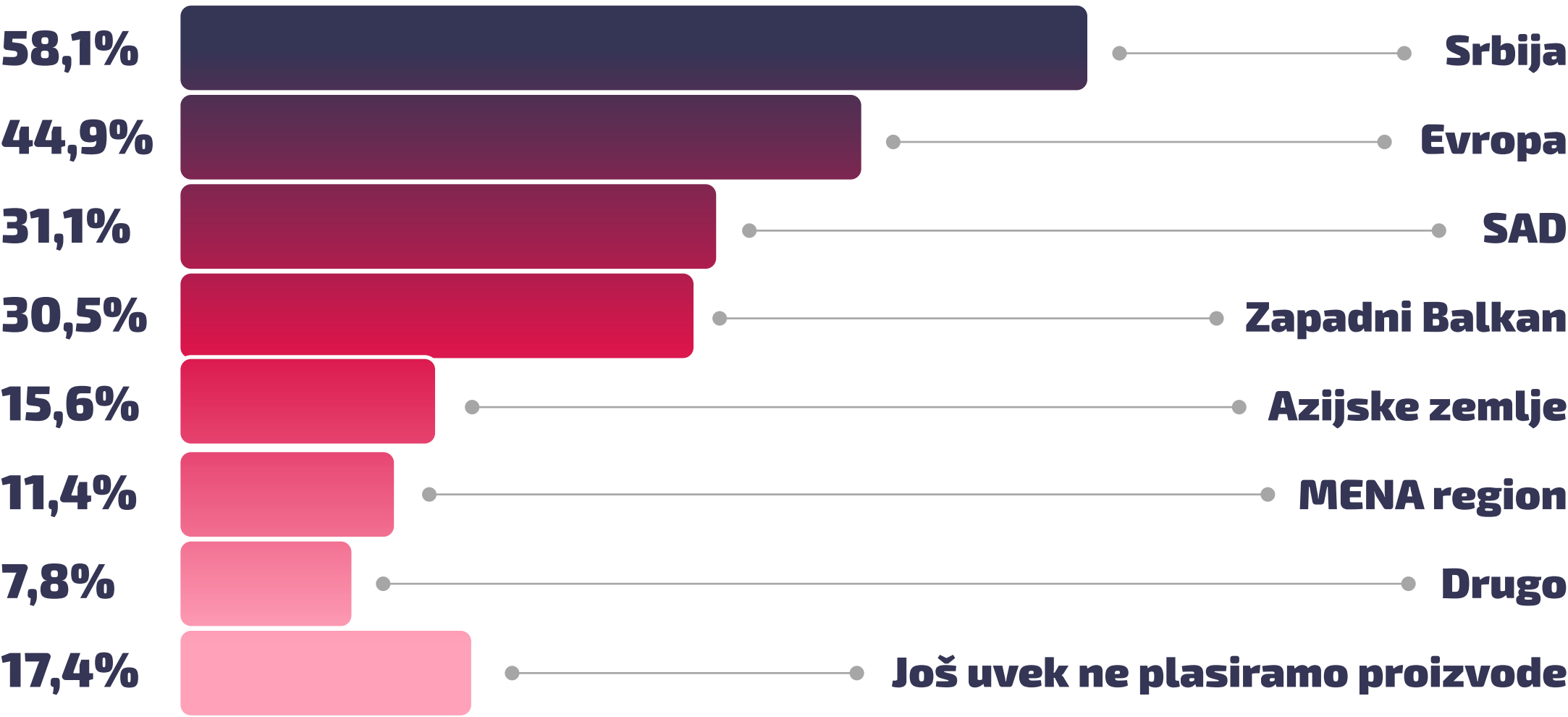


Startapi svoje proizvode i usluge uglavnom plasiraju na domaćem tržištu (58,1%). Iako je tržište Srbije veoma malo u odnosu na neka druga tržišta, ako imamo u vidu fazu razvoja našeg ekosistema, ovakva trenutna orijentisanost velikog broja domaćih startapa ne čudi. Većina naših startapa se još uvek nalazi na početku puta, u fazi razvoja MVP-a i sticanja prvih korisnika, pa im je domaće tržište prirodna početna tačka za dokazivanje koncepta, pre nego što se upuste u širenje na međunarodna tržišta kao što su Evropa i SAD, što potvrđuju i statistički podaci. Značajan broj startapa već sada plasira svoje proizvode na tržišta Evrope (44,9%) i SAD-a (31,1%), što ukazuje na globalnu orijentaciju srpskih startapa, otvorenost prema međunarodnom poslovanju i spremnost da se bore za svoje mesto na tržištima razvijenih zemalja. Kada uporedimo odgovore na isto pitanje iz prethodne godine sa ovogodišnjim, primetno je da su svi ponuđeni odgovori dobili manje procenete. Ovo ukazuje na to da su se startapi u većoj meri usmerili na manji broj tržišta u poređenju sa prethodnom godinom.

Ovo može biti posledica promene strategije poslovanja kod nekih startapa, koji su možda uvideli da je važnije usmeriti se na manji broj tržišta kako bi postigli veći uspeh na njima, umesto da se "razbijaju" na previše različitih tržišta i ne postignu značajniji uspeh ni na jednom od njih.

TRŽIŠTA NA KOJA PLASIRAJU PROIZVODE

N= 167



N= 167

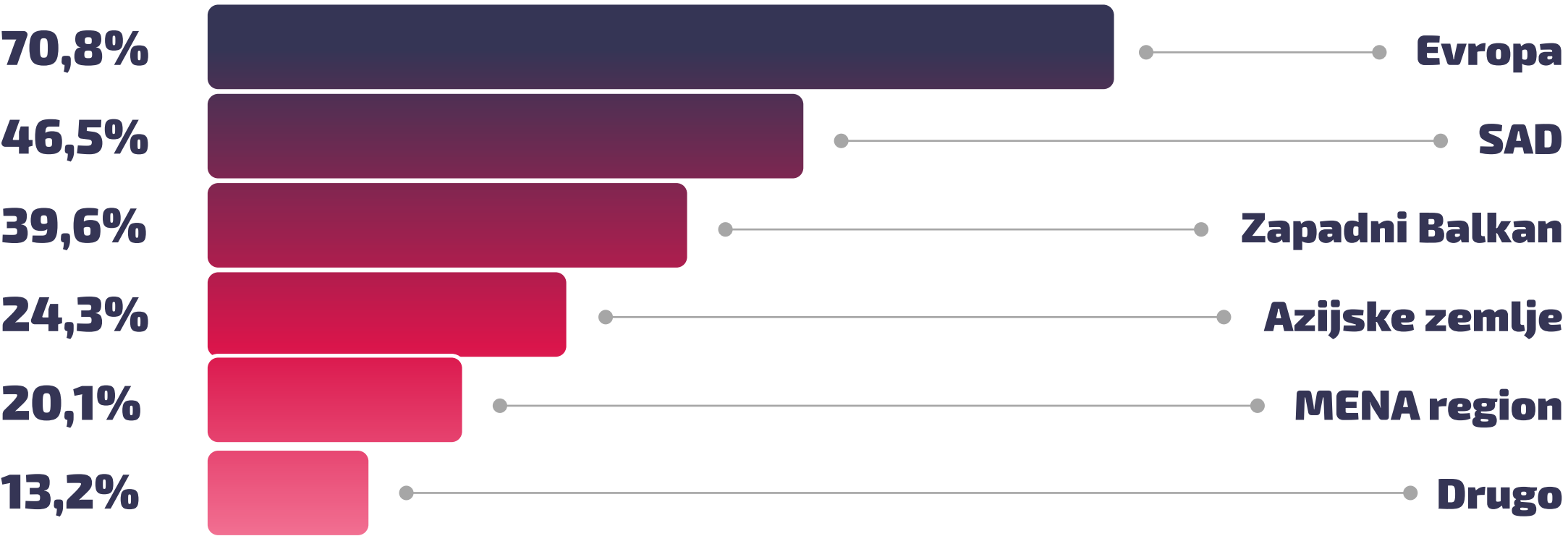
* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

Istraživanje je pokazalo da 13,8% od startapa u uzorku za 2023. godinu ne planira dalju internacionalizaciju poslovanja, odnosno izlazak na nova tržišta. Ipak, većina startapa je najčešće odabrala neku od opcija (tržišta) za dalju internacionalizaciju što daje pozitivnu sliku o globalnim ambicijama domaćih startapa. Ispitanici su mogli da odaberu više odgovara imajući u vidu da planovi internacionalizacije često nisu usmereni samo na jedno tržište. Širenje na evropsko tržište planira 70,8% od startapa u uzorku, na tržište SAD-a planira da se proširi 46,5% što predstavlja najznačajnije povećanje u odnosu na prethodnu godinu (20,5% u 2022), 39,6% na tržište Jugoistočne Evrope dok 24,3% dalju internacionalizaciju poslovanja planira u azijskim zemljama.

DA LI VAŠ STRATAP PLANIRA (DALJU) INTERNACIONALIZACIJU U 2023? N= 167



TRŽIŠTA (DALJE) INTERNACIONALIZACIJE U 2023.



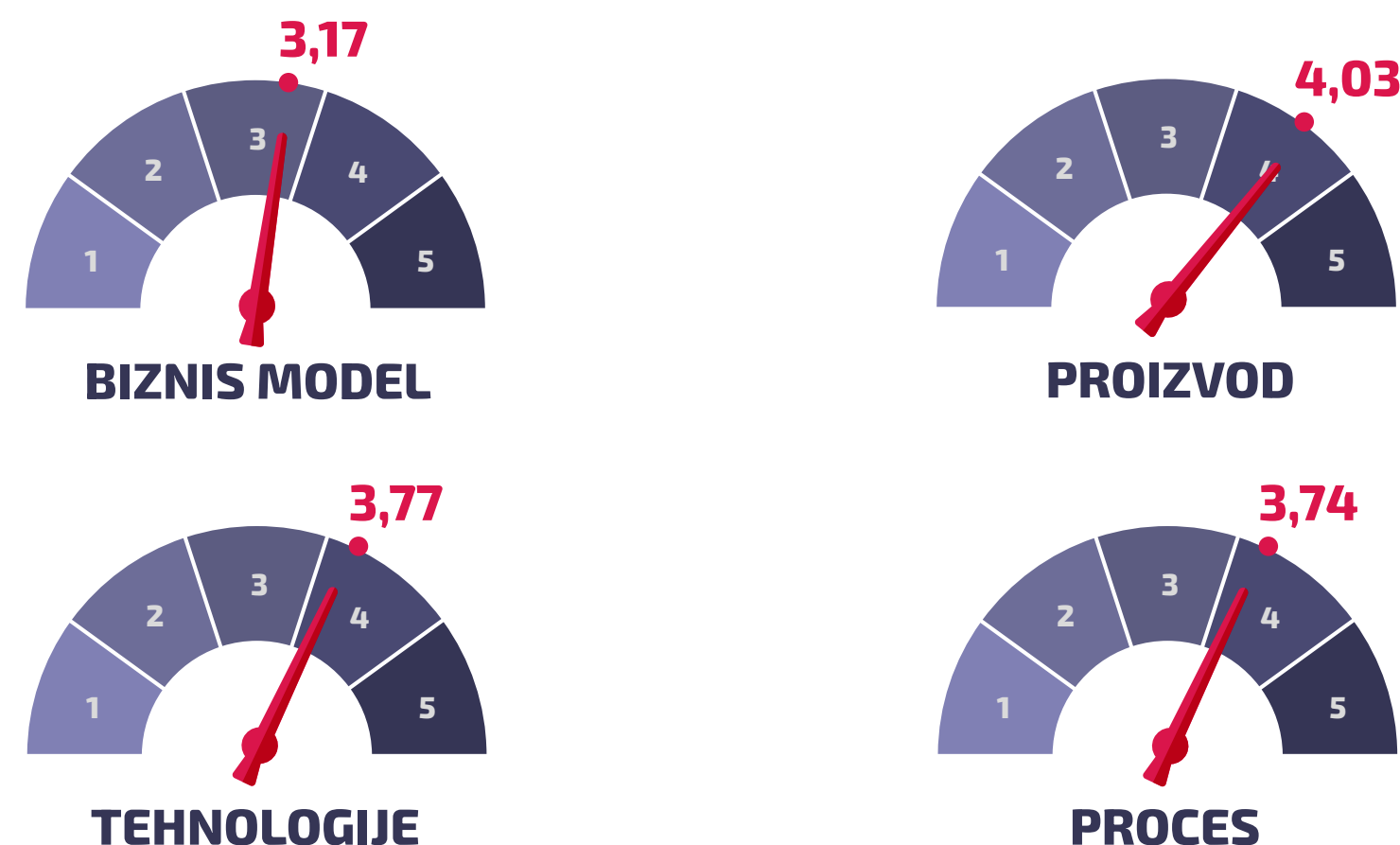
N= 144;

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

INOVACIJE

Inovativnost je karakteristična odlika startup timova i kompanija. Inovativnost se ogleda u nekoliko dimenzija, uključujući procese, proizvode, tehnologije i biznis modele. Kako bismo bolje razumeli inovativnost startup ekosistema, istražili smo kako startapi samoprocenjuju inovativnost u ovim oblastima. Ocene koje su startapi mogli da daju su na skali od 1 do 5, gde je 1 negativni kraj skale odnosno nimalo inovativan, a ocena 5 je na pozitivnom kraju skale i značila je veoma inovativan. Najvišom prosečnom ocenom startapi su ocenili inovativnost proizvoda (4,03), a nešto niže inovativnost tehnologije (3,77) i procesa (3,74). U odnosu na ostale dimenzije, biznis model je imao najnižu prosečnu ocenu inovativnosti (3,17).

SAMOPROCENA INOVATIVNOSTI

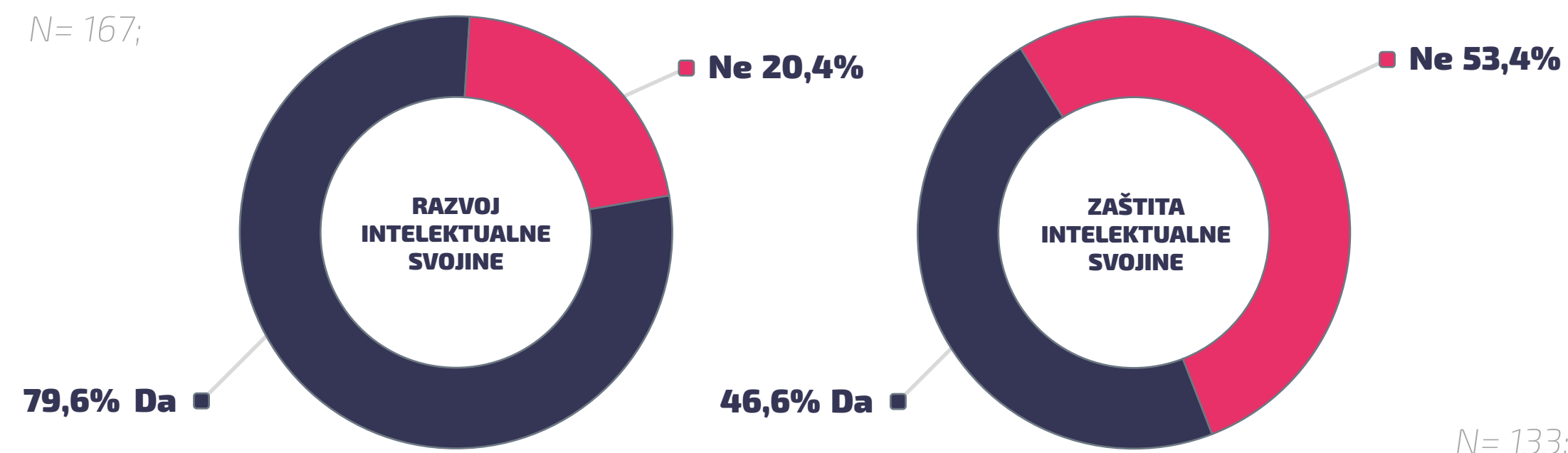


N= 167

Rezultati istraživanja pokazuju da 79,6% startapa razvija intelektualnu svojinu dok je 46,6% zaštitilo neka od prava intelektualne svojine. Startapi odlučuju da zaštite svoju intelektualnu svojinu iz više razloga. Jedan od najčešćih razloga je zaštita svog proizvoda ili usluge od kopiranja od strane konkurencije. Drugi mogući razlog je privlačenje investitora. Investitori prilikom procene vrednosti startapa naročito uzimaju u obzir stanje njihove intelektualne svojine, tako da zaštita intelektualne svojine može povećati vrednost startapa i privući više investitora. Treći razlog za zaštitu intelektualne svojine je prodaja ili licenciranje intelektualne svojine drugim kompanijama, čime startapi stvaraju dodatne prihode i povećavaju svoju vrednost.

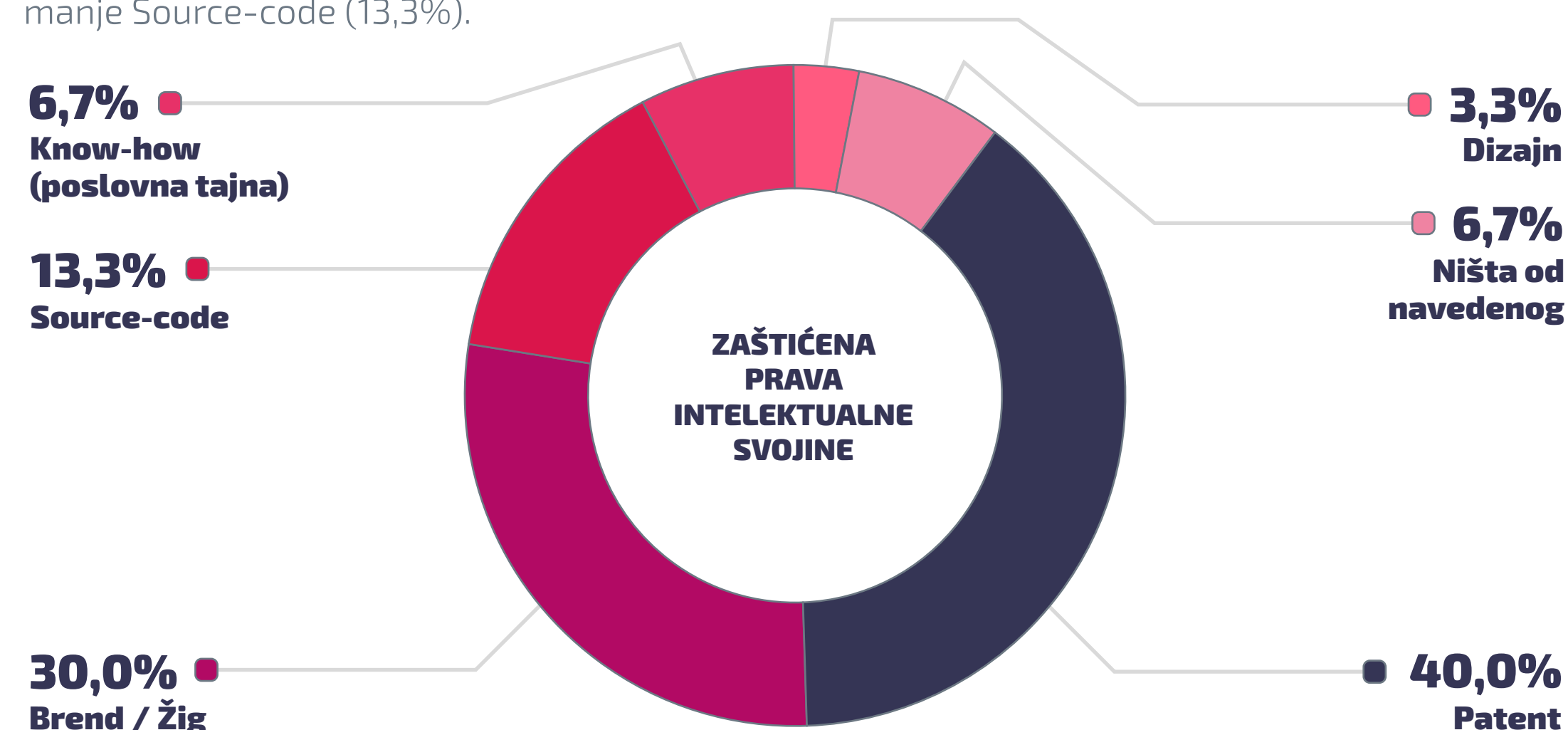
Sa druge strane, startup može odlučiti da ne zaštiti prava intelektualne svojine kako bi određenu tehnologiju učinio tajnom. Ovo se posebno odnosi na slučaj kada startup želi da izbegne mogućnost da konkurencija sazna detalje o tehnologiji koju razvija, što je naročito važno u slučajevima kada je tehnologija nova ili revolucionarna. U tom slučaju, startup treba da obrati pažnju na propise o zaštiti poslovne tajne od nezakonitog pribavljanja, korišćenja i otkrivanja.

N= 167;



N= 133;

Odgovori ukazuju na to da startapi najčešće pravno štite patent (40%) i brend/žig (30%), a nešto manje Source-code (13,3%).



N= 30

OSNIVAČI I ZAPOSLENI



LJUDSKI KAPITAL

Ljudski kapital predstavlja ukupnost znanja, veština, sposobnosti i osobina koje su oličene u pojedincima i olakšavaju stvaranje ličnog, društvenog i ekonomskog blagostanja². Ovaj koncept naglašava važnost ulaganja u ljude kao resurs, a ne samo u fizičke ili finansijske resurse, jer zaposleni koji poseduju odgovarajuće veštine i znanja mogu biti ključni za uspeh organizacije ili društva. Investiranje u obrazovanje, trening, razvoj i usavršavanje zaposlenih, kao i održavanje zdravog radnog okruženja, doprinosi razvoju ljudskog kapitala i dugoročnom uspehu organizacije ili društva.

Svojim inovativnim proizvodima, poslovnim modelima i idejama, startapi pokreću ekonomske i strukturne promene, a svaki zaposleni predstavlja ključnu, stratešku razliku. Zato je ljudski kapital jedan od presudnih faktora za uspeh startapa. Pitali smo osnivače o njihovom trenutnom i planiranom broju zaposlenih i zamolili ih da preciziraju koje izazove i mere mogu da identifikuju u oblasti upravljanja ljudskim kapitalom.

U Srbiji kao i svuda u svetu primetan je nedostatak radne snage u IT sektoru i sistem formalnog obrazovanja sam ne može da nadomesti broj nedostajućih kadrova. Prema istraživanjima sajta helloworld.rs³ broj oglasa za otvorene pozicije u IT sektoru je 2021. godine porastao za 65% u odnosu na 2020. godinu. Ovaj trend se nastavio i u 2022. godini sa rastom od 27% u odnosu na 2021. godinu, dok se u pojedinim mesecima javljalo i preko 50 odsto više oglasa u odnosu na isti mesec prethodne godine. Gledano u apsolutnim brojevima, da je kojim slučajem uspešno popunjeno svih 14.000 oglasa za otvorene pozicije u 2022. godini, broj zaposlenih u srpskom IT sektoru bi porastao za preko 25% u samo jednoj godini.

Govoreći o ljudskom kapitalu startapa, prvo treba analizirati osnivače koji su jedan od najbitnijih elemenata koji utiče na uspeh startapa, na njegov opstanak kao i na dobijanje investicija. Naročito na početku, osnivač, odnosno osnivači zapravo čine ceo startap. Posvećen, kreativan i iskusan osnivač ili osnivački tim mogu biti ključni za postizanje uspeha startapa, ponekad čak i više od same ideje.

PROFIL OSNIVAČA

Startap skener 2023 potvrdio je nalaze od prethodne godine, da su osnivači startapa u Srbiji u najvećoj meri muškarci, starosti između 30 i 39 godina, sa diplomom visokog obrazovanja, i trenutnim prebivalištem u Srbiji, koji su znanje relevantno za osnivanje i vođenje startapa u najvećoj meri stekli kroz prethodna radna iskustva.

STAROSNA I POLNA STRUKTURA OSNIVAČA

Rezultati istraživanja su pokazali da je većina ispitanika, odnosno 47,9%, starosti od 30 do 39 godina, 26,3% je starosti od 40 do 49 godina, 19,2% uzrasta od 15 do 29 godina, dok je 6,6% ispitanika starije od 50 godina. Iz činjenice da je najveći broj osnivača u starosnoj kategoriji od 30 do 39 godina, možemo zaključiti da postoje neke specifične prednosti vezane za pokretanje biznisa u nešto kasnijim godinama života: veći pristup finansijskim resursima, veći broj društvenih veza, kao i više životnog i poslovnog iskustva, što uključuje kako prethodno radno iskustvo i ekspertizu, tako i takozvane *soft skills* koje se ogledaju u veštini komunikacije i liderstva, samopouzdanju itd.

Rezultati dobijeni na osnovu istraživanja u najvećoj meri se poklapaju sa svetskim i evropskim trendovima, i istovremeno se razlikuju od stereotipne predstave o uspešnom osnivaču — mladom muškarcu u ranim dvadesetim godinama koji je napustio fakultet i započeo svoj biznis iz garaže, kao što su to uradili Stiv Džobs, Bil Gejts ili Mark Zuckerberg⁴.

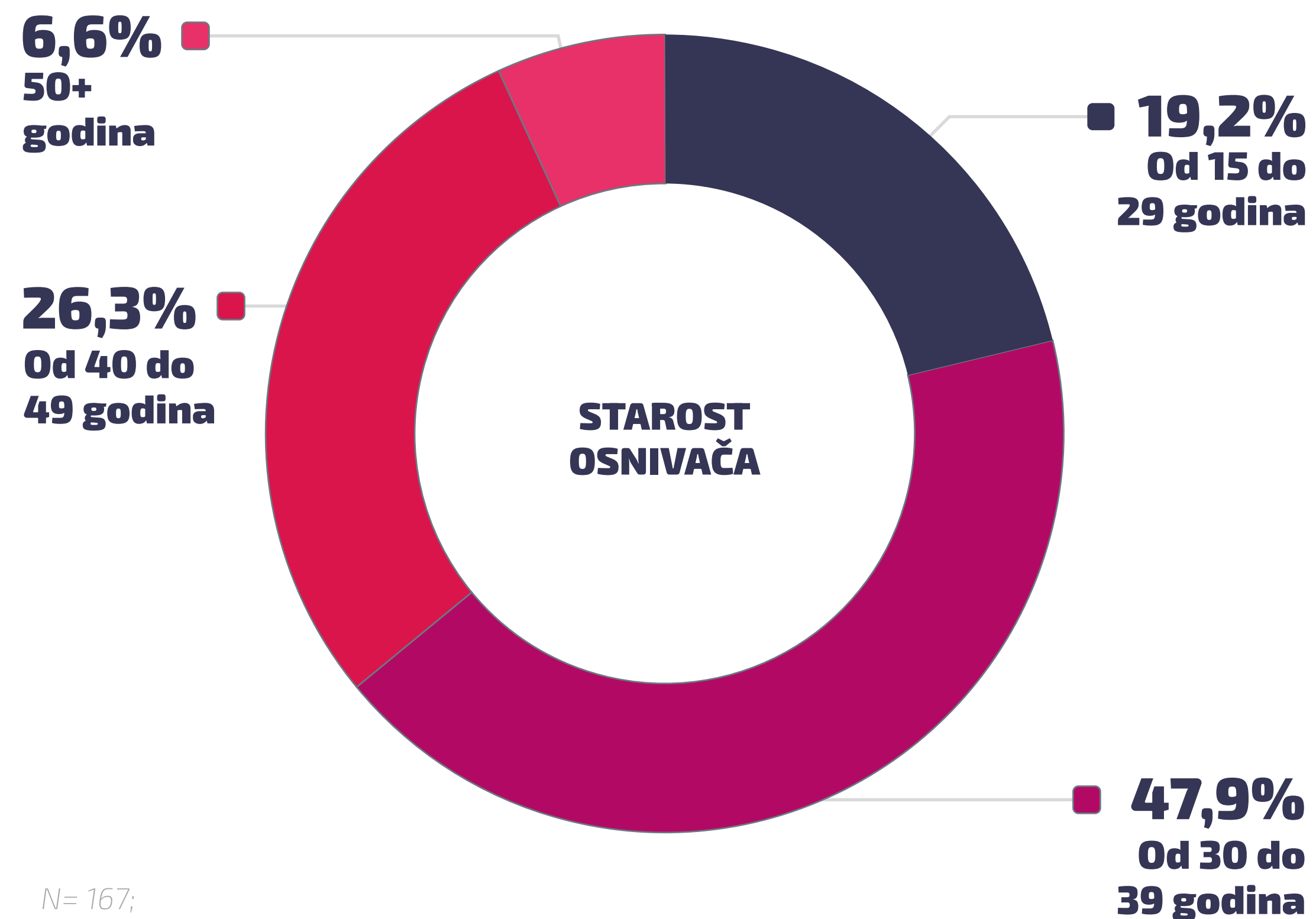
**PROSEČNA STAROST
OSNIVAČA STARTAPA
U SRBIJI JE 36,6 GODINA.**

² Human Capital, OECD, <https://www.oecd.org/insights/37967294.pdf>

³ <https://helloworld.rs>

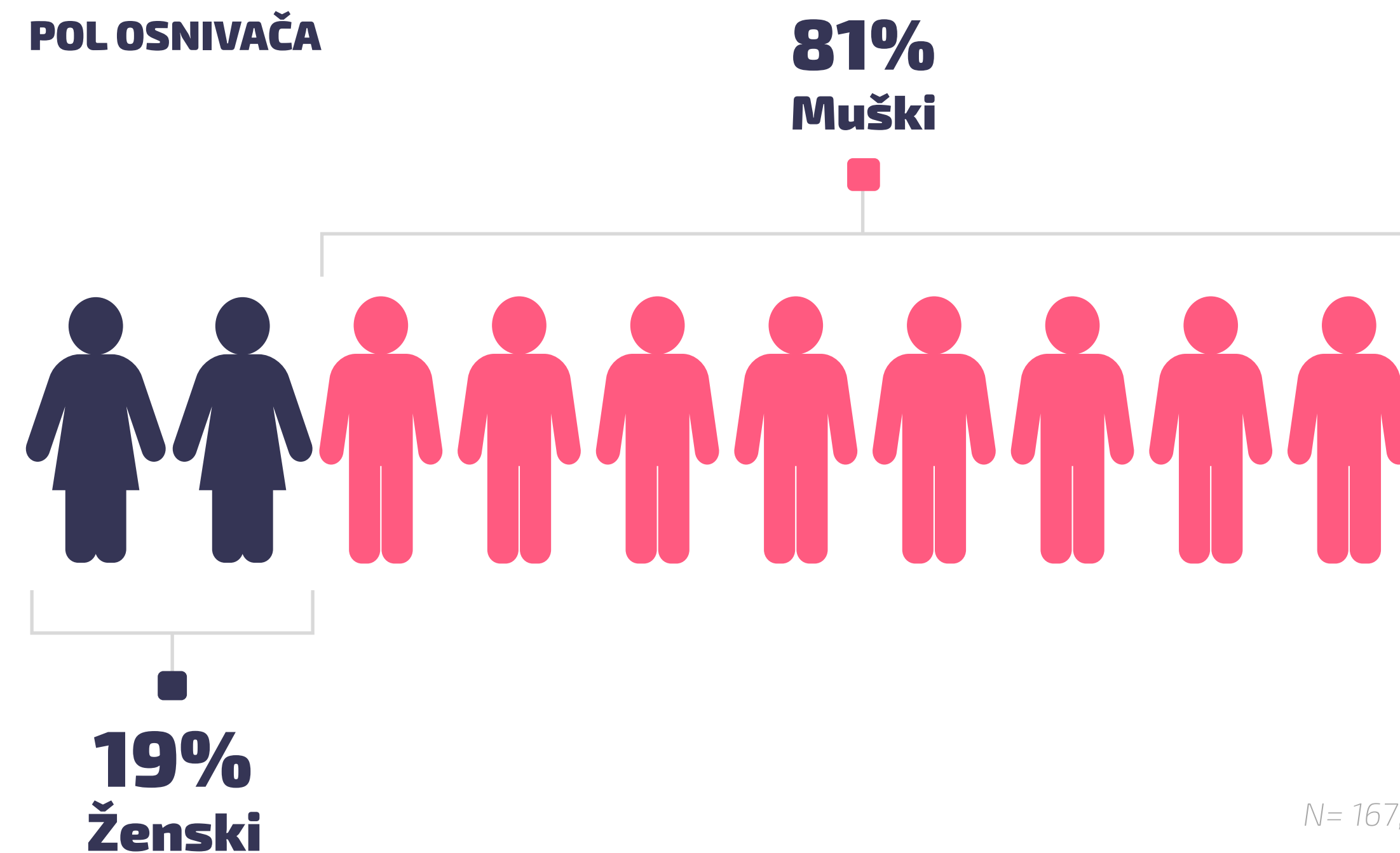
⁴ <https://www.preduzmi.rs/ko-je-osnivac-startapa/>

Prema nalazima Startap skenera 2023, 81% osnivača startapa su muškarci, dok su 19% žene. Imajući u vidu da je evropski prosek ženskih osnivača 15,5% i da u top evropskim ekosistemima ima 18% ženskih osnivača⁵, možemo reći da u ovom domenu Srbija prednjači u odnosu na EU. Iako ovi podaci zvuče ohrabrujuće, i dalje postoji nesumnjiva potreba za značajno većim uključivanjem žena u startap ekosistem kao i za kreiranjem instrumenata pomoći i podrške koji će tome doprineti.



Ulaganje dodatnih napora zarad uključivanja većeg broja žena u startap ekosistem može doprineti povećanju ekonomske konkurentnosti Srbije na globalnom tržištu, budući da je u mnogim zemljama žensko preduzetništvo prepoznato kao ključni faktor za ekonomski razvoj. Veća inkluzivnost i raznolikost u startap zajednici može dovesti do novih ideja i poslovnih modela koji bi mogli doneti i inovacije i nova tržišta.⁶

POL OSNIVAČA



Kada se ukrste starosne grupe i pol može se videti da je najviše ispitanika muškog pola, starosti od 30 do 39 godina. Ovi rezultati su u skladu sa nalazima Evropskog startap monitora za 2021. godinu, gde se navodi da muškarci čine većinu osnivača startapa, kao i da je prosečna starost i za muške i za ženske osnivače 38 godina.⁷

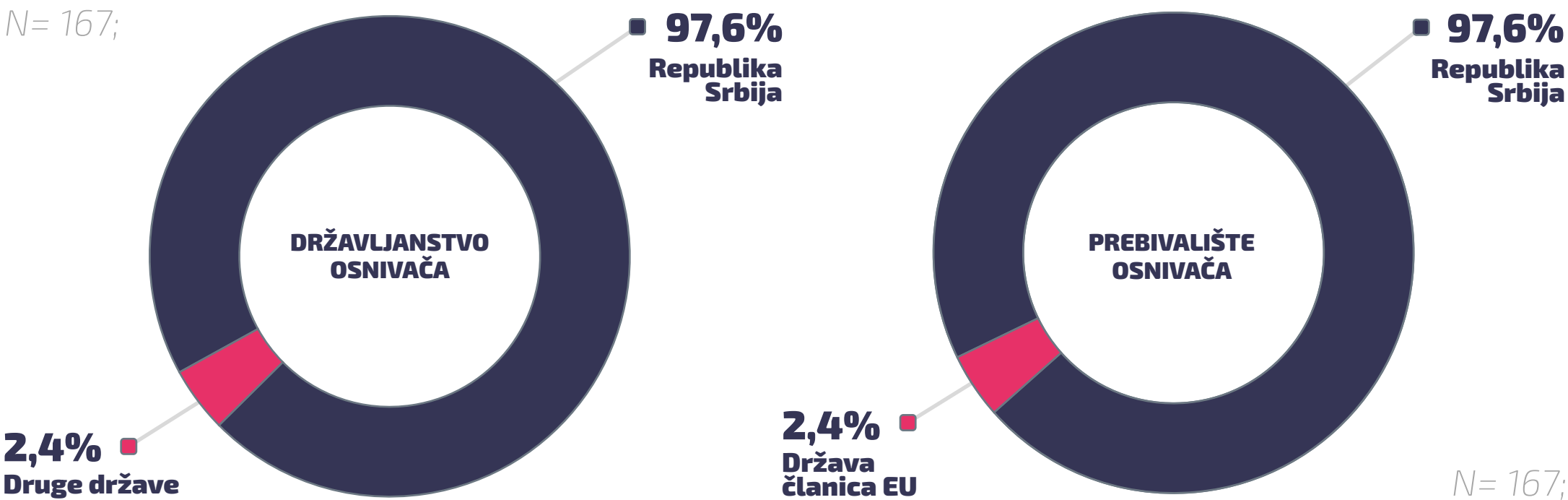
⁵ Report on Women Entrepreneurs in Europe, <https://startupsandplaces.com/startup-heatmap-europe-report-on-women-entrepreneurs-in-europe/>

⁶ "Female creativity and entrepreneurial potential are an under-exploited source of economic growth and new jobs that should be further developed." <https://ec.europa.eu/newsroom/growth/items/47992/en>

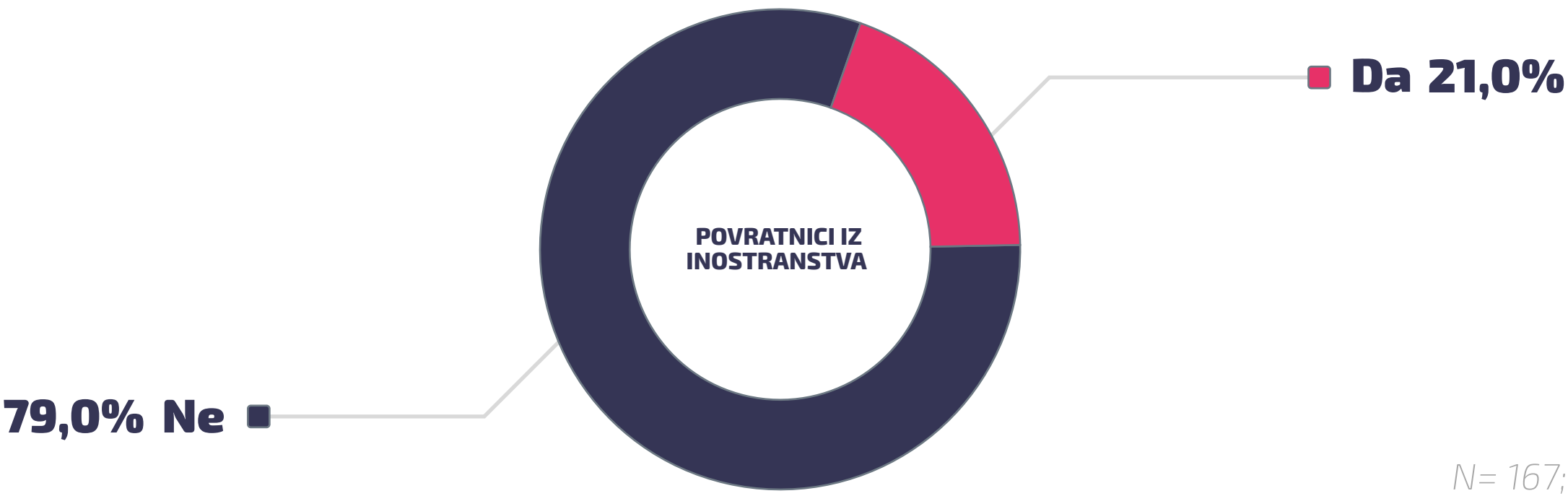
⁷ European Startup Monitor 2020/2021, https://www.europeanstartupmonitor2021.eu/_files/ugd/58f704_e4b5004e9ba44b4dbd0b75a893da0e36.pdf

DRŽAVLJANSTVO

Kada je reč o državljanstvu, većina učesnika istraživanja, i to 97,6%, ima državljanstvo Republike Srbije, a isti procenat ispitanika, i živi u Srbiji.



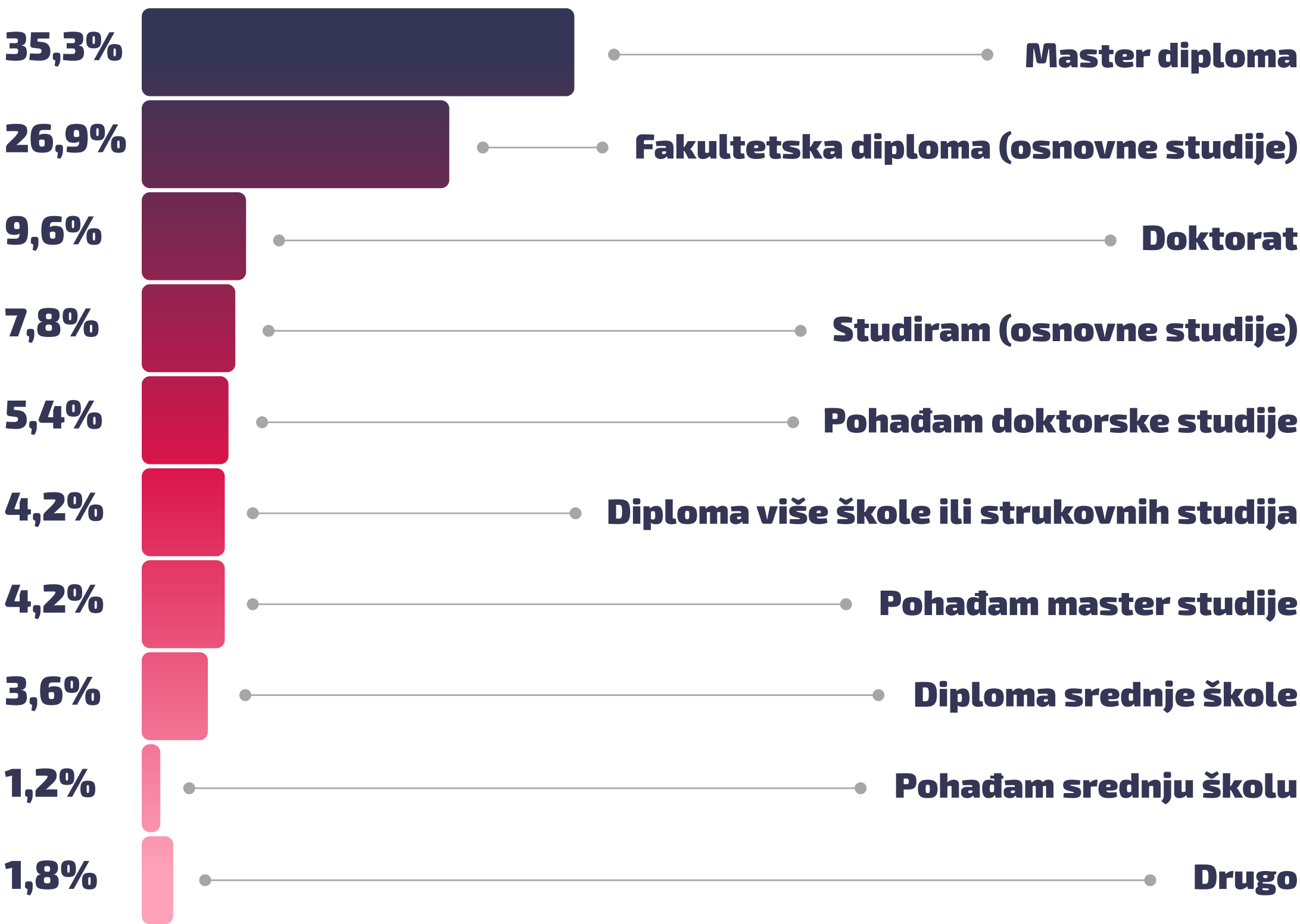
Od svih ispitanika koji su učestvovali u istraživanju, 21% su povratnici iz inostranstva. Povratnici u Srbiju koji osnivaju startape značajno doprinose daljem razvoju ekosistema. Oni doprinose stvaranju globalnih veza, povezivanju sa potencijalnim investitorima, kao i lakšem pristupu stranim tržištima i klijentima. Takođe, povratnici donose znanje i inovacije stečene u različitim razvijenim ekosistemima, što dodatno doprinosi sve većoj sofisticiranosti ekosistema i omogućava srpskim startupima da budu konkurentniji na globalnom nivou.



OBRAZOVNA STRUKTURA

Analiza rezultata istraživanja je pokazala da osnivači startapa u Srbiji u velikoj većini slučajeva imaju visoko obrazovanje (ukupno 81%), pri čemu je najzastupljenija kategorija onih sa završenim master studijama (35,3%), a potom slede oni sa fakultetskom diplomom (26,9%). Takođe, primećuje se značajan broj osnivača sa doktoratom (9,6%) i onih koji pohađaju doktorske studije (5,4%), što ukazuje na značajan akademski potencijal i intelektualne kapacitete koji su zastupljeni među osnivačima startapa u Srbiji.

OBRAZOVANJE OSNIVAČA

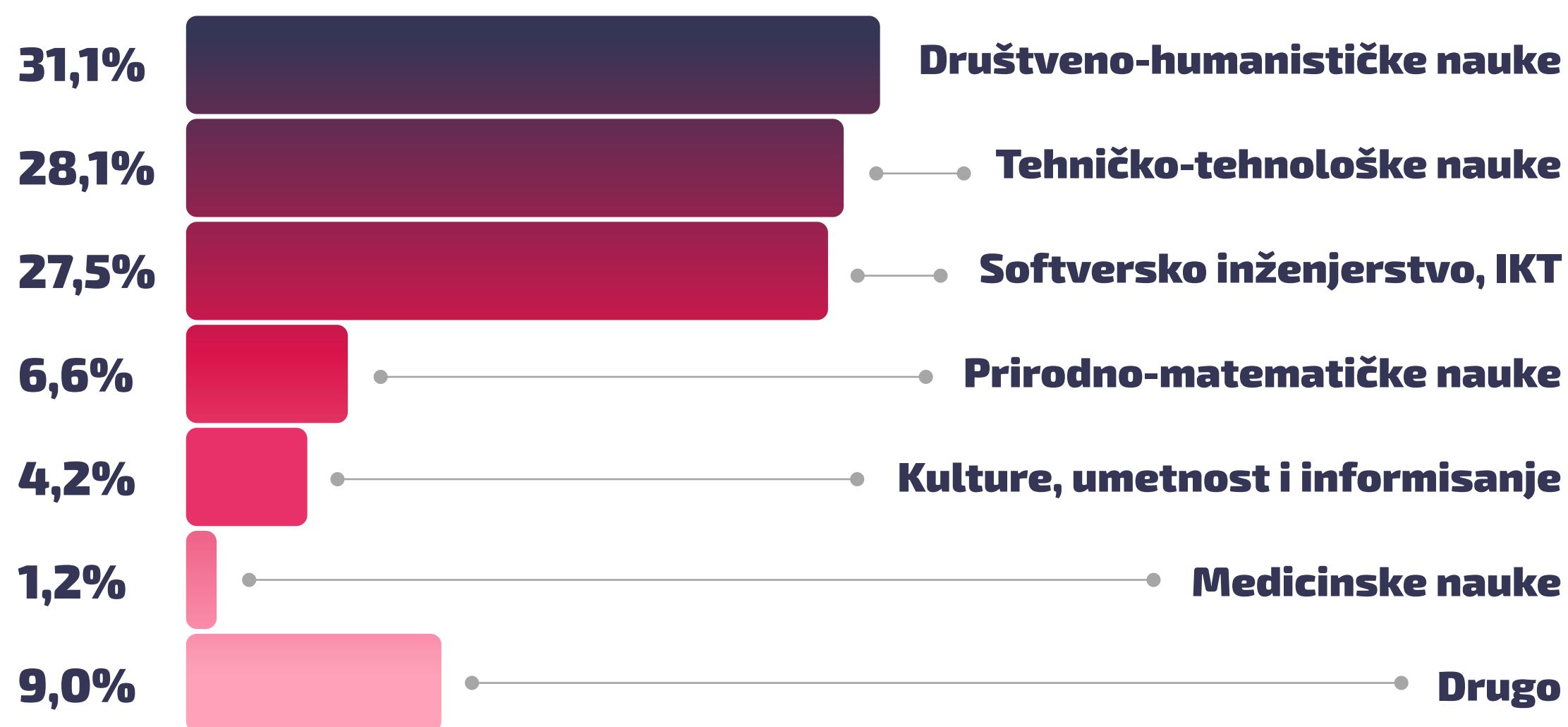


N= 167;

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

Najviše ispitanika je steklo fakultetsku diplomu iz tehničkih nauka i softverskog inženjerstva - ukupno 55,6%, slede društveno-humanističke oblasti (31,1%), dok ostale oblasti čine zajedno oko 21%. Ovi rezultati idu u prilog nalazima objavljenim u istraživanju Startup Džinoma u kome se navodi: „Srbija je poznata po vrhunskim inženjerima svetske klase, delimično zahvaljujući jedinstvenom pristupu zemlje u kontekstu informatičkog obrazovanja. Više od 3.300 softverskih inženjera godišnje diplomira računarstvo na 26 fakulteta u Srbiji, pri čemu broj novih diplomaca raste svake godine. Ali tehnološko obrazovanje nije ograničeno na visoko obrazovanje, kodiranje je uvedeno kao predmet od petog razreda osnovne škole, dok u preko 35 gimnazija postoje specijalizovana IT odeljenja za učenike talentovane za računarstvo i informatiku. Pored toga, postoji veliki broj srednjih škola u kojima se predaje računarstvo i elektrotehnika u Srbiji.”⁸ Međutim, uprkos velikom broju novodiplomiranih inženjera, čini se da potražnja za novim kadrovima iz godine u godinu raste⁹, što dovodi do zaključka da i dalje postoji prostor za dodatnim fokusom i povećanjem obima školovanja kadra (uključujući i prekvalifikacije) iz ovih oblasti (videti segment IZAZOVI).

OBLAST OBRAZOVANJA OSNIVAČA



N= 167;

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

⁸ The Global Startup Ecosystem Report 2021, Startup Genome, <https://startupgenome.com/reports/gser2021>

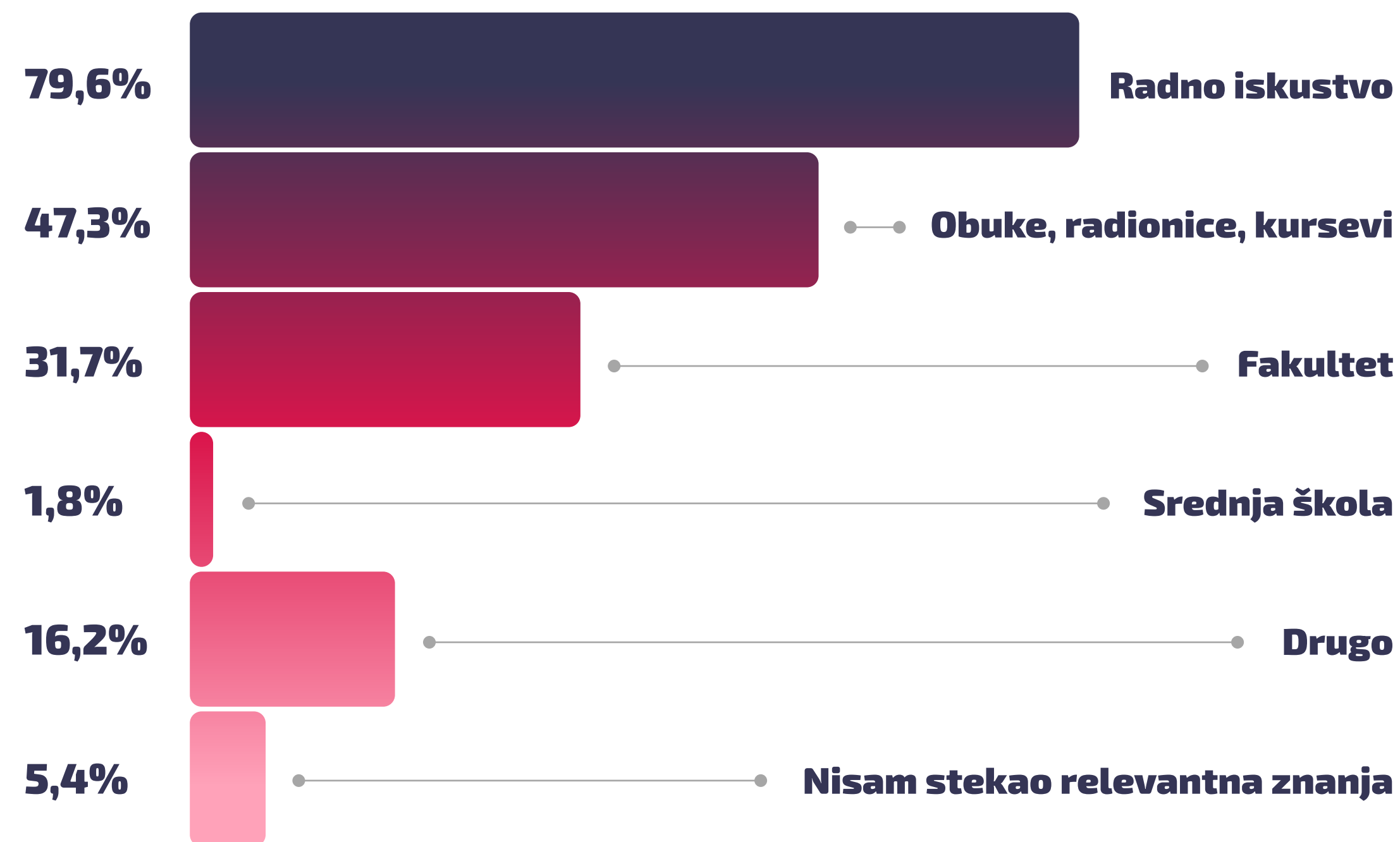
Srbiji nedostaje oko 15.000 mladih IT inženjera u naredne tri godine kako bi mogla da razvije ovu delatnost i bude konkurentna u svetu.

⁹ <https://pcpress.rs/srbiji-je-potrebno-bar-15-000-novih-it-inzenjera-do-2025-godine-za-razvoj-domace-privrede/>

PRETHODNO ISKUSTVO

Većina osnivača startapa u Srbiji je znanja relevantna za osnivanje i vođenje startapa stekla kroz radno iskustvo (79,6%), dok su obuke, radionice i kursevi takođe značajan izvor znanja (47,3%). Fakultet se takođe navodi kao izvor znanja (31,7%), ali u manjoj meri u poređenju sa radnim iskustvom i obukama. Ovo ukazuje na to da radno iskustvo i praktične veštine igraju važnu ulogu u razvoju preduzetničkih sposobnosti, a ne samo formalno obrazovanje. Samo 5,4% ispitanika je izabralo odgovor da nisu stekli relevantna znanja ni na jedan od navedenih načina (bilo je moguće odabrati više odgovora).

NAČIN STICANJA RELEVANTNIH ZNANJA

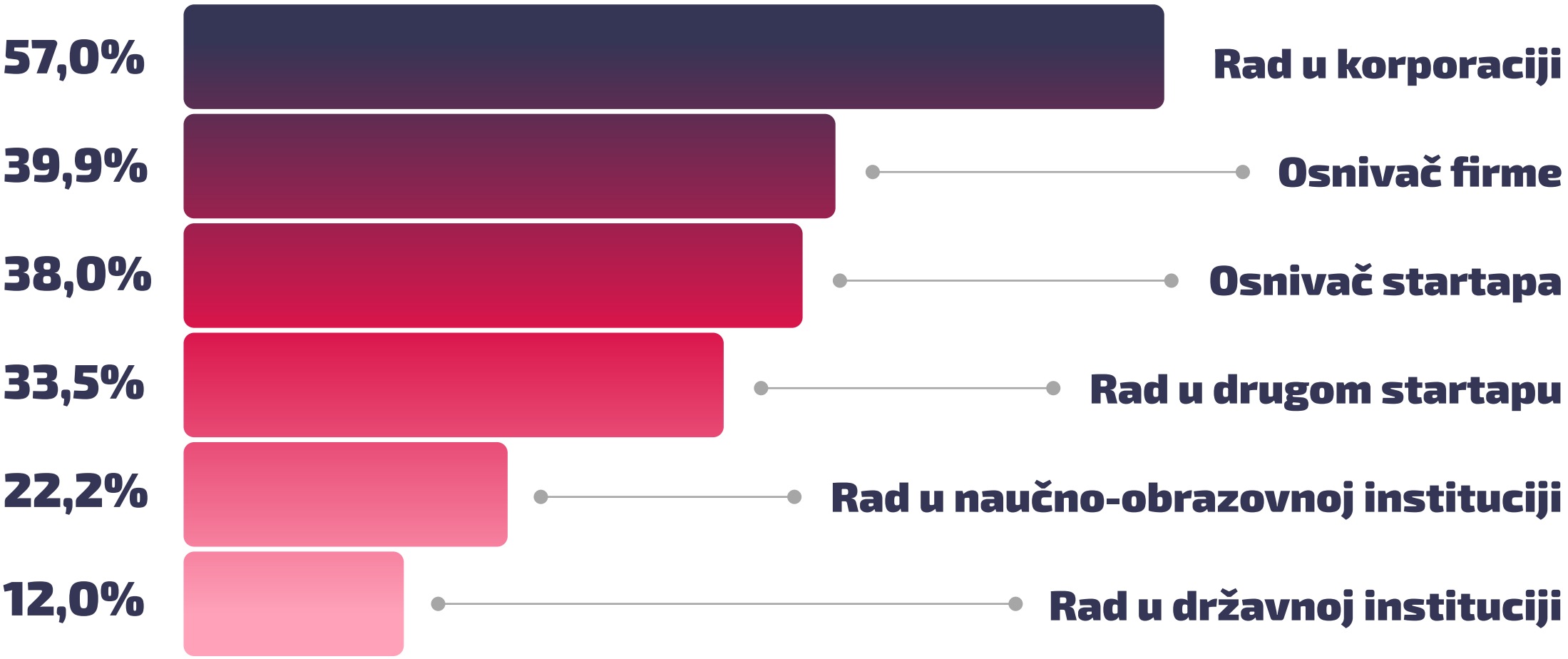


* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

N= 167;

U Srbiji, osnivači startapa najčešće stiču radno iskustvo u korporacijama, što je slučaj za 57% ispitanika. Međutim, takođe je značajno da 39,9% ispitanika ima iskustvo u osnivanju sopstvene firme, a čak 38% ima iskustvo u prethodnom pokretanju startapa, što sugerise da mnogi osnivači dolaze iz preduzetničkog okruženja, ali i da je za budući rast ekosistema veoma bitna rana podrška i razvijanje preduzetničkog načina razmišljanja. Zanimljivo je da je rad u drugom startapu iskusilo 33,5% ispitanika, što pokazuje da oni koji su iskusili rad u startapu često žele da se i sami okušaju u tehnološkom preduzetništvu, ali i da postoji značajna mobilnost između startapa u Srbiji. Nešto više od petine (22,2%) osnivača startapa je steklo prethodno iskustvo u naučno-obrazovnim institucijama, dok 12% ispitanika ima radno iskustvo u državnim institucijama. Ovi podaci ukazuju na raznolikost iskustava i perspektiva koje osnivači startapa u Srbiji donose u ekosistem, a posebno naglašavaju važnost iskustva u preduzetništvu za osnivanje startapa. Sa druge strane, ovi podaci ukazuju da osnivači startapa često kreću sa svojim poduhvatom dok su još uvek zaposleni u drugoj firmi. U tom slučaju njihova pozicija će zavisiti od ugovora koja su imali sa prethodnim poslodavcem. U nekim slučajevima osnivač neće biti slobodan da radi na novom poduhvatu dok je zaposlen, a u određenim slučajevima i neko vreme nakon prestanka.

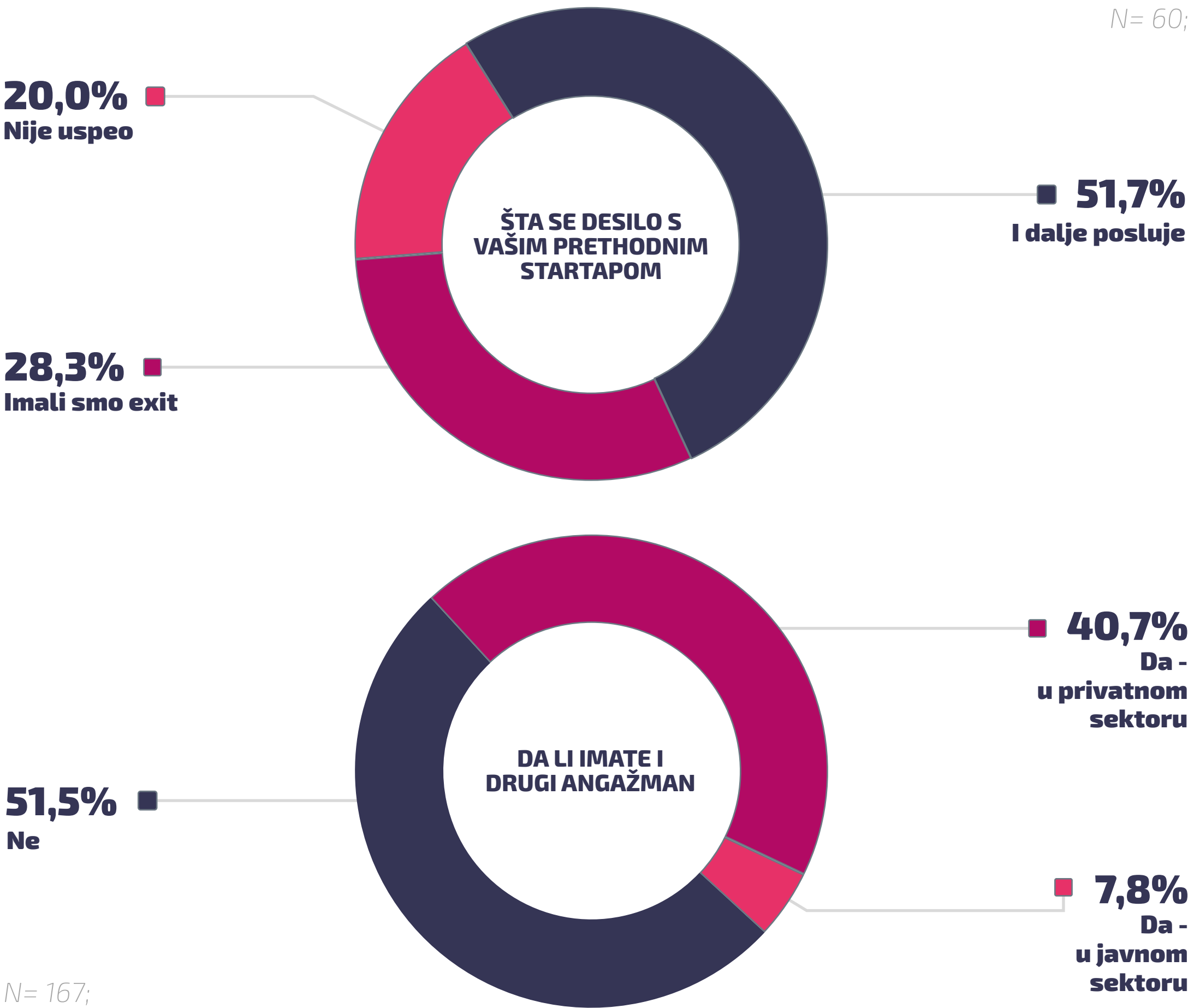
PRETHODNO ISKUSTVO



* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

N= 158;

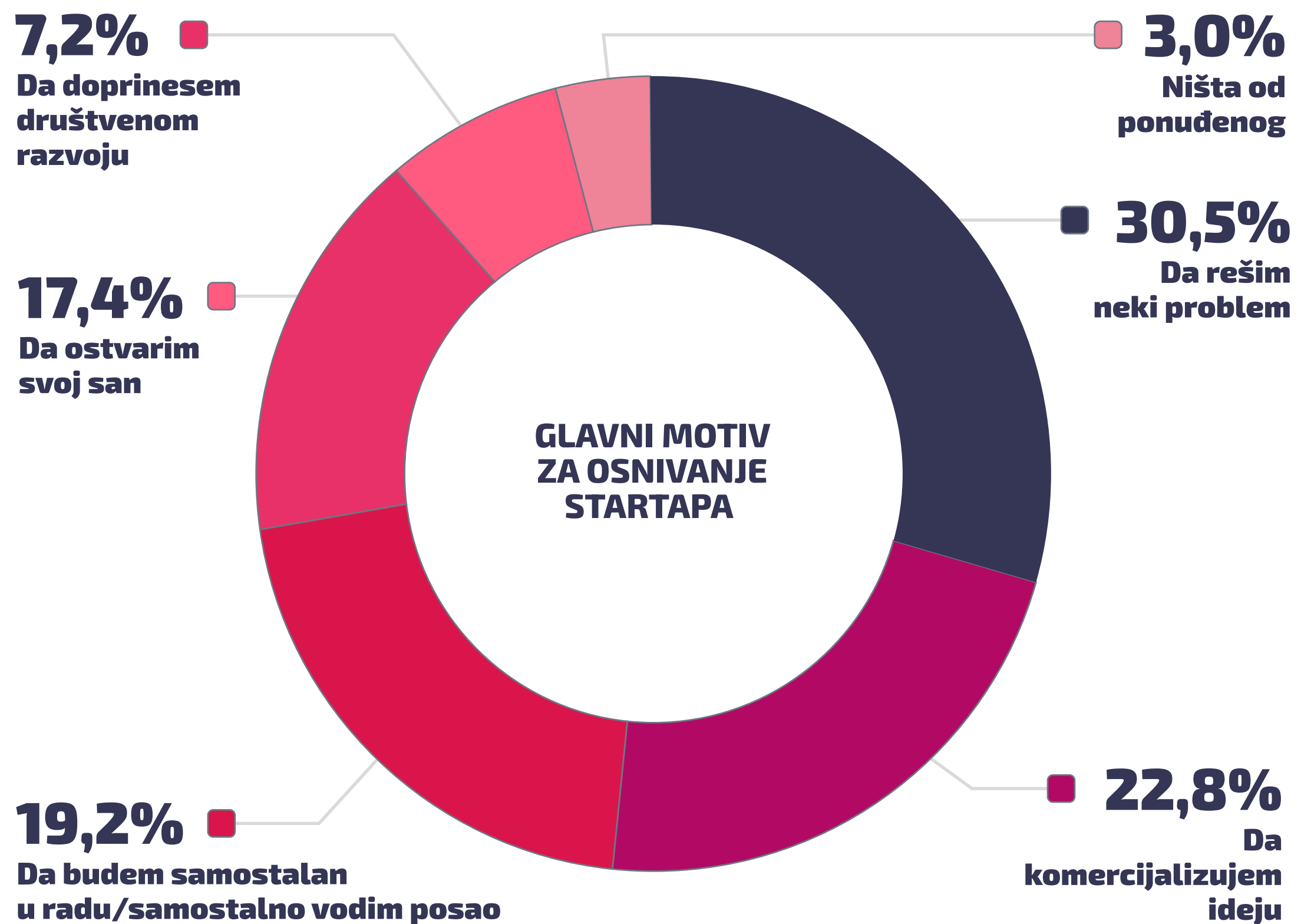
Među ispitanicima koji su prethodno imali iskustvo osnivanja startapa (60 ispitanika) 20% nije uspeo da razvije startap, 28,3% je imalo exit, a preko 51,7% startapa i dalje posluje. Takođe, važno je napomenuti da 51,5% osnivača startapa nema drugi poslovni angažman, odnosno da su potpuno posvećeni svom trenutnom preduzetničkom poduhvatu, 40,7% u paraleli ima angažman u privatnom sektoru, dok je svega 7,8% u javnom sektoru.



N= 167;

MOTIVACIJA ZA OSNIVANJE STARTAPA

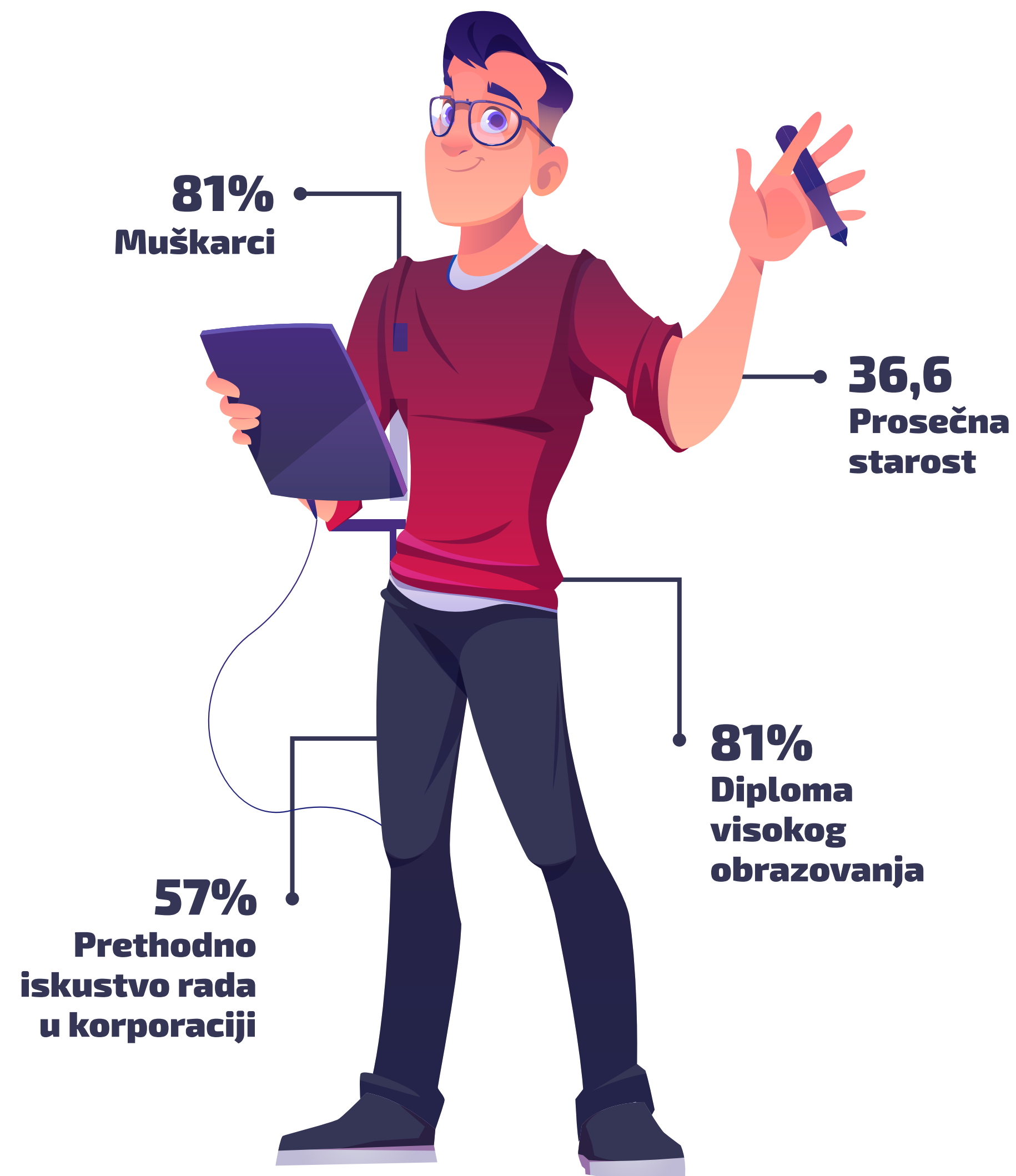
Najveći broj osnivača pokreće sopstveni startap kako bi rešili neki konkretan problem (30,5%). Kao drugi najčešći motiv navodi se komercijalizacija ideje (22,8%), što ukazuje na značaj preduzetništva i stvaranja novih proizvoda/usluga na tržištu. Imajući u vidu da je petina osnivača (19,2%) kao glavni motiv izabrala želju da budu samostalni u radu i da samostalno vode posao, možemo uočiti povezanost sa pitanjem o planovima za buduće poslovanje gde se 58,7% ispitanika opredelilo za opciju „ Izgradnja profitabilne kompanije u vlasništvu osnivača". Kao zanimljiv podatak može se istaći da osnivači muškog pola više žele da samostalno vode posao u odnosu



N= 167;

na žene. Takođe, može se reći da postoji statistički značajna razlika u pogledu osnivanja startapa radi rešenja nekog problema u korist žena (48% ženskog pola) naspram muškaraca (27,7% muškog pola).





Osnivači u Srbiji su u najvećoj meri muškarci, starosti između 30-39 godina, sa diplomom visokog obrazovanja, i trenutnim prebivalištem u Srbiji, koji su u najvećoj meri svoje prethodno iskustvo stekli kroz rad u korporaciji.

PROFIL ZAPOSLENIH

Stvaranjem inovativnih ideja, proizvoda, poslovnih modela, multidisciplinarnih timova ali i internacionalizacijom i uspostavljanjem globalnih veza, startapi pokreću mnogo više od ekonomskih promena. Oni stvaraju nove poslove, inovativne proizvode i uspostavljaju nove veze između nauke i privatnog sektora. Pitali smo osnivače ne samo o njihovom trenutnom i planiranom broju zaposlenih, starosnoj strukturi i polu zaposlenih, već su razmatrani i glavni izazovi i planovi u vezi sa zapošljavanjem novih članova tima.

POLNA STRUKTURA ZAPOSLENIH

68,9% Muškarci



žene 31,1%

N= 167;

DRŽAVLJANSTVO ZAPOSLENIH

Na pitanje da li među svojim zaposlenima imaju strance, 24% ispitanih startapa je odgovorilo da ima strance među svojim zaposlenima. Povećano prisustvo expata i stranaca u startup ekosistemu može biti veoma važno za njegov dalji razvoj. Osim što donose različite perspektive i iskustva, strani zaposleni mogu biti važni faktori u razvoju novih proizvoda i usluga, pa čak i privlačenju investicija. Usluga ili proizvod koji je razvijen sa učešćem međunarodnog tima ima veću šansu da bude globalno konkurentan i da privuče korisnike iz različitih delova sveta. Osim toga, expati koji žive i rade u nekom regionu mogu povezati startape sa svojim kontaktima i poslovnim partnerima u svojoj zemlji porekla, čime se širi mreža kontakata i otvaraju nove poslovne mogućnosti. Dodatno, expati i strani zaposleni često donose sa sobom visok nivo stručnosti i znanja, koje mogu uneti u lokalni ekosistem i tako pružiti lokalnim zaposlenima priliku da razviju svoje veštine i znanje. Internacionalizacija zaposlenih mogla bi dodatno da se poveća ukoliko bi se, između ostalog, poboljšali uslovi za zapošljavanje stranih državljana.

N= 167;



OBLAST EKSPERTIZE ZAPOSLENIH

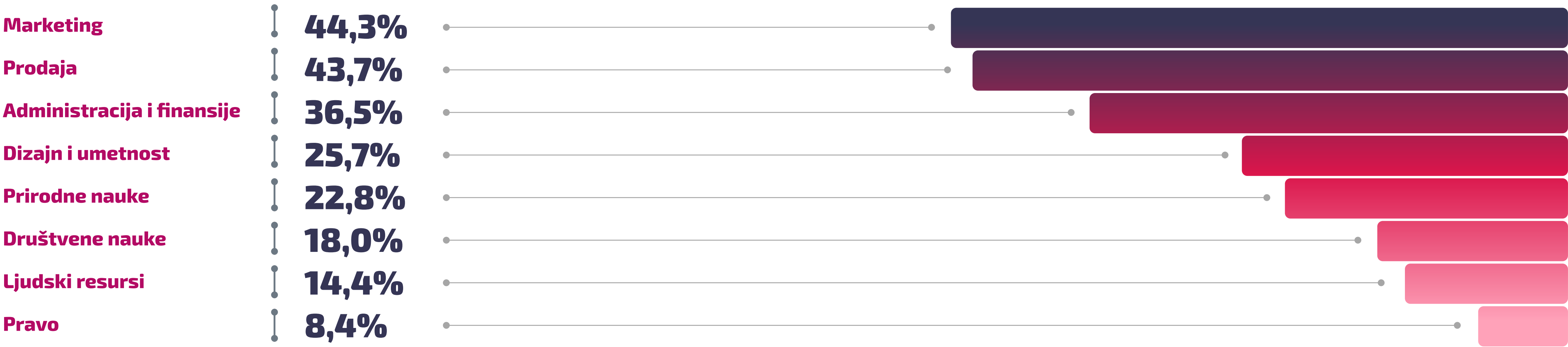
Kao i prošle godine, tehnološka oblast je najzastupljenija oblast ekspertize zaposlenih u startapima. Ne čudi što 85,6% startapa ima zaposlene iz tech oblasti, već pre čudi podatak da čak 14,4% startapa još uvek nema zaposlene sa tech ekspertizom. Zato ćemo u nastavku fokus staviti na „ostale” ekspertize koje su prisutne i potrebne startapima u Srbiji.

Najveći broj startapa ima zaposlene koji rade u oblastima marketinga (44,3%) i prodaje (43,7%). To nesumnjivo ukazuje na to da su startapi fokusirani na povećanje prodaje i unapređenje marketinških strategija, što je važno za njihov dalji razvoj. Drugo, rezultati pokazuju da su administracija i finansije takođe značajne, sa 36,5% startapa koji imaju zaposlene koji se bave ovim poslovima. To ukazuje na to da su startapi svesni važnosti pravilnog upravljanja finansijama i poslovnim procesima, što je ključno za dugoročni uspeh. Sa druge strane oblasti ljudskih resur-

sa (14,4%) i prava (8,4%) su manje zastupljene, iz čega možemo zaključiti da startapi često ostavljaju ove teme „za kasnije” i da se primarno fokusiraju na druge aspekte poslovanja.

Imajući u vidu da 63,5% startapa ima non-tech osnivače, i činjenicu da se startapi oslanjaju na kreativnost i inovativnost u razvoju svojih proizvoda i usluga, ne iznenađuju podaci da 25,7% startapa ima zaposlene koji rade u domenu dizajna i umetnosti, 22,8% sa ekspertizom u prirodnim naukama i 18% sa ekspertizom u društvenim naukama. Ukupno gledano, nalazi o oblastima ekspertize zaposlenih u startapima pružaju uvid na čemu startapi najviše rade i gde su im najveće potrebe. Ovo je korisno za donošenje odluka o budućem zapošljavanju i razvoju zaposlenih u startapima, kao i za usmeravanje edukacije i obuke u određenim oblastima.

OBLASTI EKSPERTIZE ZAPOSLENIH

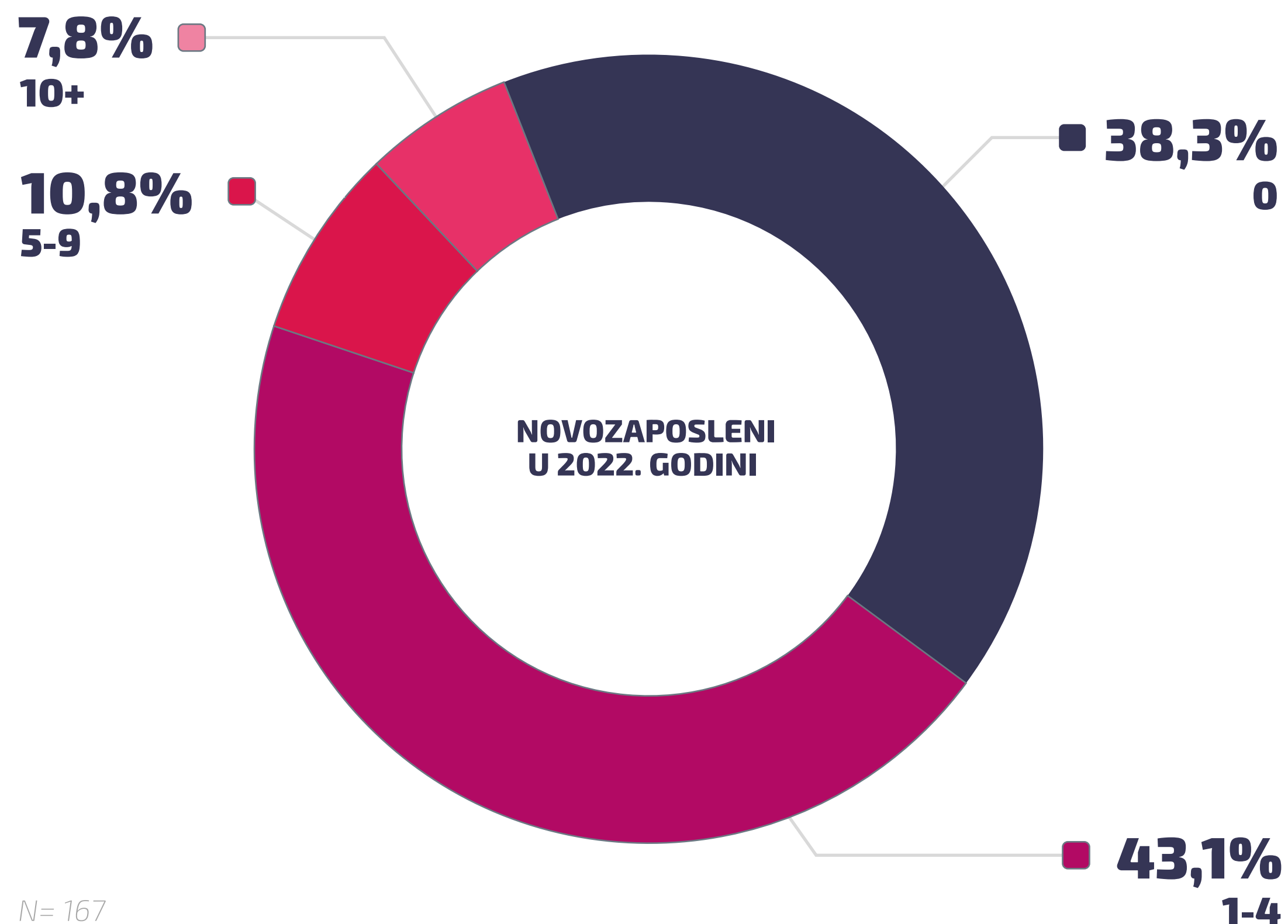


N= 167

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

ZAPOSŁJAVANJE

Od anketiranih 167 startapa njih 61,7% (ukupno 103) je u 2022. godini angažovalo ukupno 585 novozaposlenih, odnosno u proseku 3,5 novozaposlena po startapu. Kada podatke o zapošljavanju u 2022. godini uporedimo sa planovima startapa za zapošljavanje u 2022. iz prošlogodišnjeg Startap skenera, vidimo da je 151 startap koji je učestvovao u tom istraživanju izjavio da planira ukupno zapošljavanje preko 800 novih članova tima. Iako može delovati da ekosistem nije ispunio plan zapošljavanja za 2022, treba imati na umu da je prošlogodišnje istraživanje realizovano u toku decembra 2021. i januara 2022. godine pre ekonomske i energetske krize 2022.



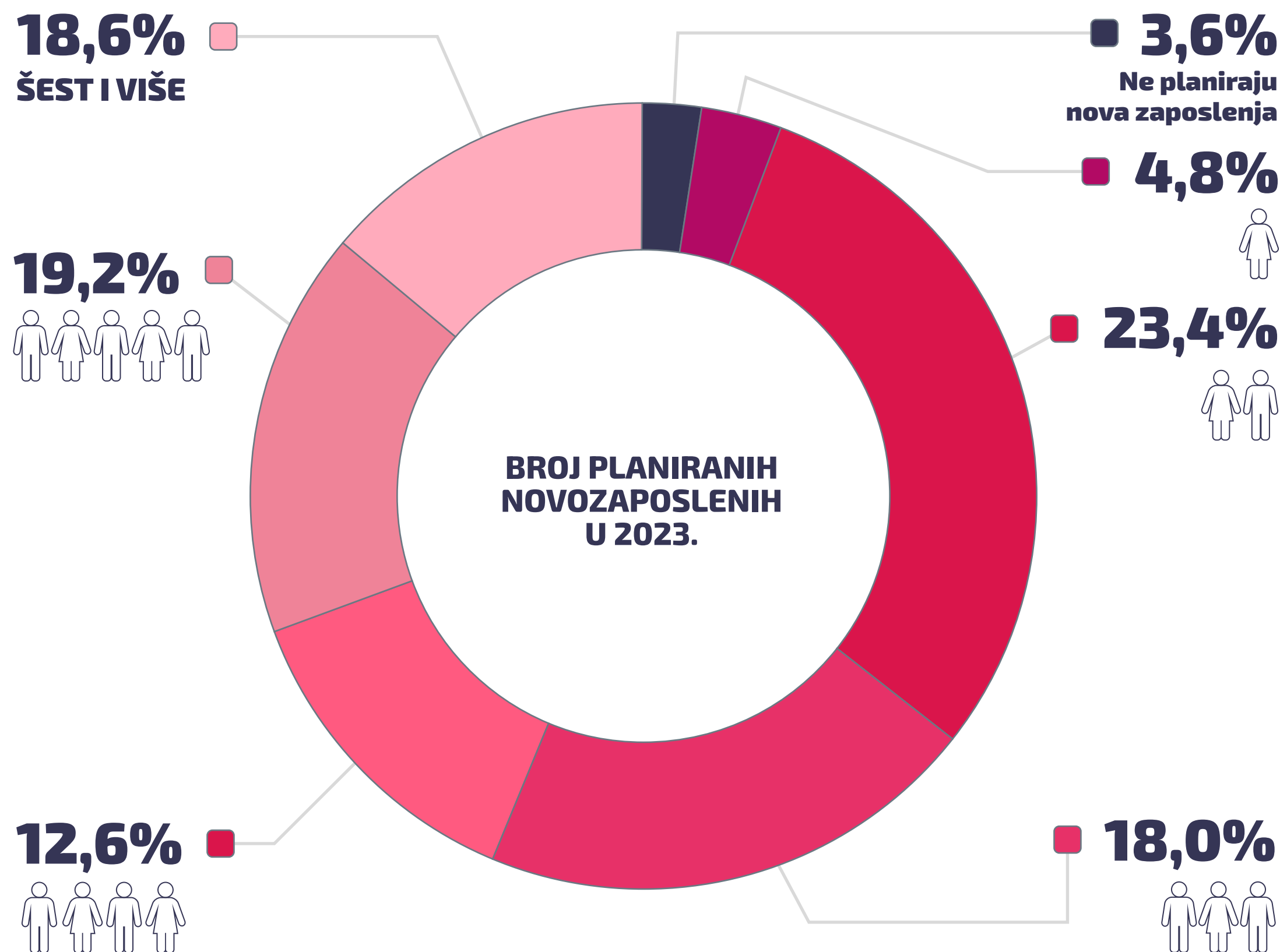
U narednih 12 meseci, preko 96,4%, startapa planira da zaposli nove članove tima. Otvaranje novih radnih mesta je jedan od najvažnijih doprinosa startapa ekonomiji i društvu. Kao ambiciozni i inovativni poslovni entiteti, startapi prevashodno zapošljavaju mlade i kreativne ljude koji mogu doneti nove ideje i perspektive u poslovnu sredinu.

Ispitani startapi su u trenutku sprovođenja istraživanja planirali da u narednih 12 meseci zaposle u proseku 5,7 novih članova tima, odnosno da kreiraju oko 958 novih radnih mesta namenjenih prvenstveno visokootbrazovanim, mladim ljudima. Imajući u vidu da je ovim istraživanjem obuhvaćen samo deo srpskog startap ekosistema, za koji procenjujemo da u ovom trenutku obuhvata preko 600 startapa, može se zaključiti da je ekosistem u celini tokom 2022. godine angažovao preko 2000 novozaposlenih, a planira da u narednoj godini otvori preko 3000 novih radnih mesta.

Činjenica da značajna većina njih teži da zaposli jednocifren broj radnika jeste u skladu sa nivoom razvoja startap ekosistema i nivoom razvoja najvećeg broja domaćih startapa.

NOVI ZAPOSLENI U NAREDNIH 12 MESECI

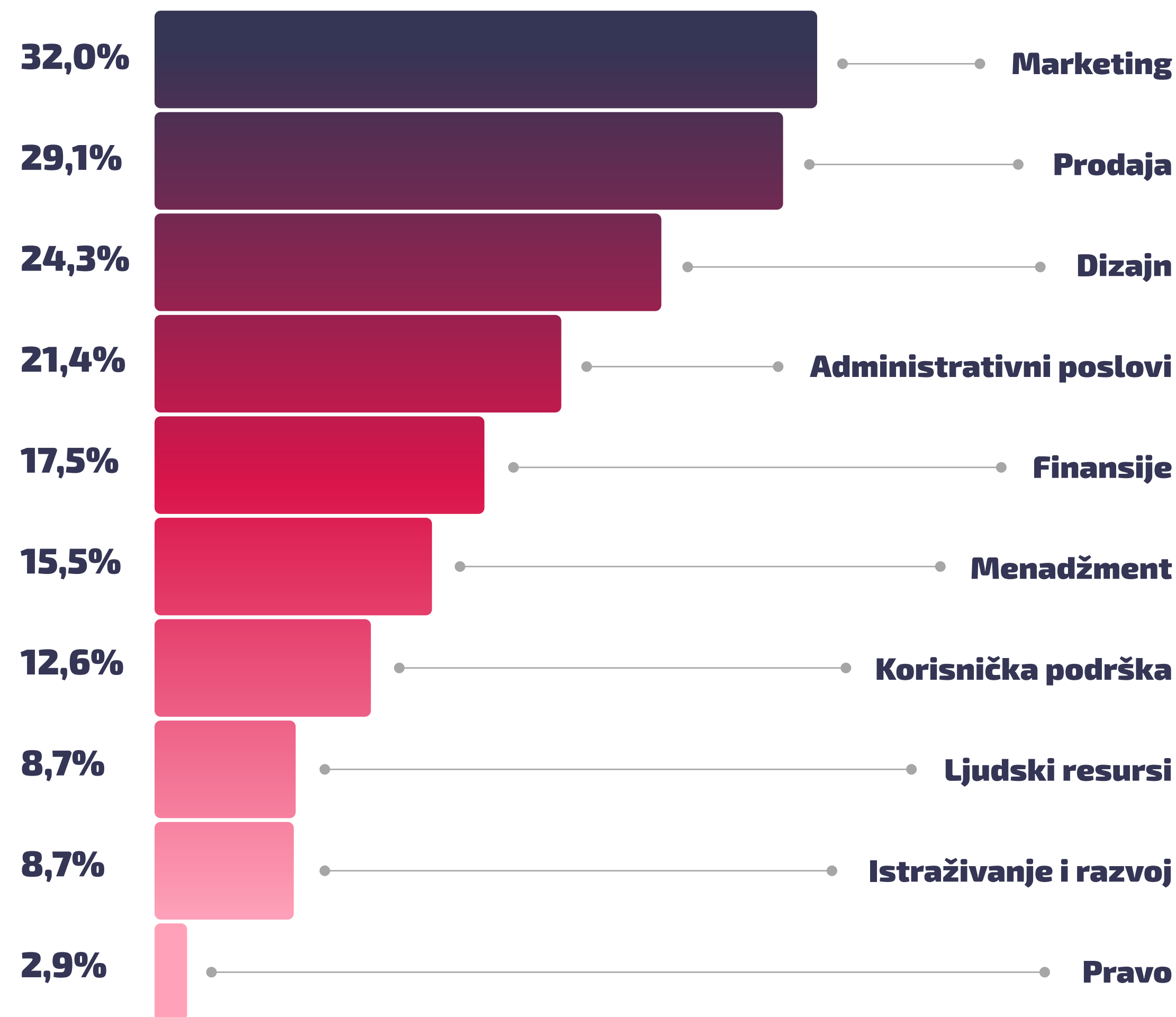




Istaživanje pokazuje da su najčešće oblasti u kojima su osnivači startapa zaposlili nove članove tima u 2022. godini prodaja (32,0%) i marketing (29,1%), što ističe važnost promocije proizvoda i usluga i uspešnu prodaju za opstanak i rast startapa. Ovi rezultati su u skladu i sa prošlogodišnjim ciljevima startapa, kada su „rast prodaje” i „rast broja korisnika” bili dva od tri ključna razvojna prioriteta u ekosistemu. Dizajn takođe zauzima značajno mesto (24,3%), i u manjoj meri, ali ipak značajno, startapi su zapošljavali nove članove tima u administrativnim poslovima i finansijama (21,4%).

N= 167

SEKTORI ŠIRENJA TIMA U 2022



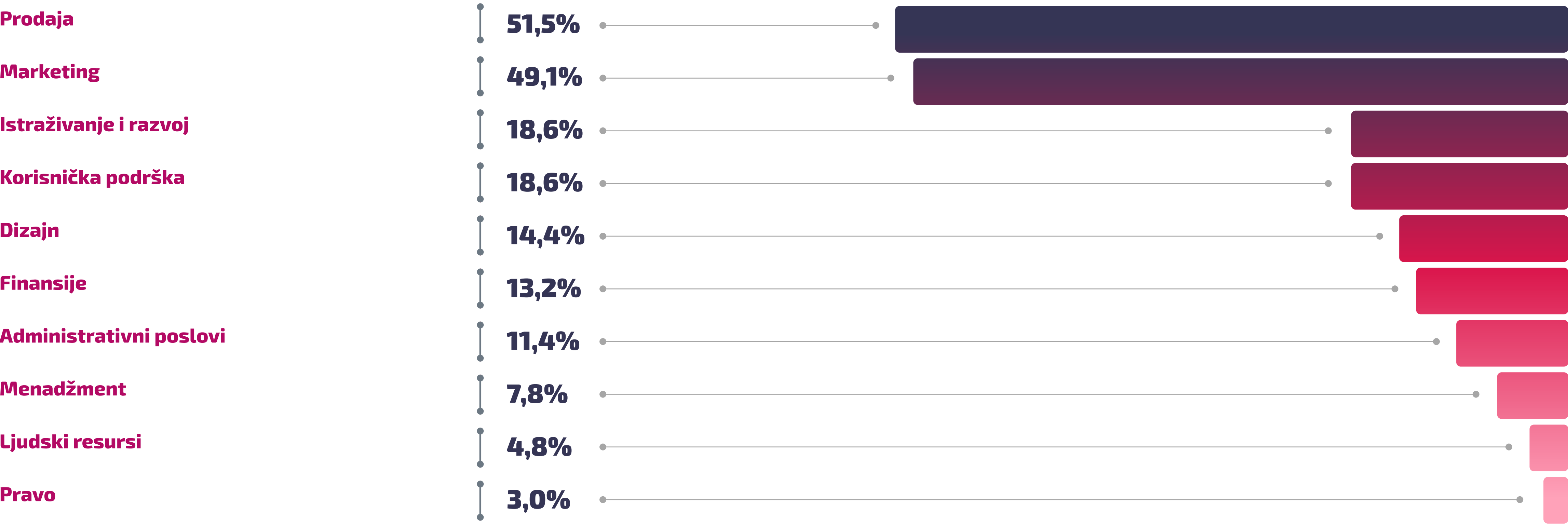
* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

N= 103;

Iz planova za zapošljavanje u 2023. godini, vidimo da su, pored zapošljavanja programera, prodaja (51,5%) i marketing (49,1%) dalje najzastupljenije oblasti, što ukazuje na nastojanja startapa da se fokusiraju na podizanje vidljivosti, razvoj strategija prodaje i uspešnu prodaju svojih proizvoda i usluga. Daleko iza, sa procentom ispod 20%, su istraživanje i razvoj (18,6%), zatim korisnička podrška (18,6%), dizajn (14,4%), finansije (13,2%), administrativni poslovi (11,4%). U poređenju sa 2022. godinom kada je svega 11,3% startapa izjavilo da planira zapošljavanje iz

oblasti prodaje, došlo je do značajnog rasta potrebe za zapošljavanjem u ovoj oblasti što ukazuje da startapi sve veći fokus stavljaju na prodaju i povećanje prihoda. Ovi rezultati se svakako mogu smatrati jednim od indikatora njihovih ciljeva i budućih planova, što će takođe biti prikazano u nastavku istraživanja, jer su „rast prodaje“, „rast broja korisnika“ i „razvoj proizvoda“ trenutno tri ključna cilja ispitivanih startapa.

SEKTORI ŠIRENJA TIMA U 2023



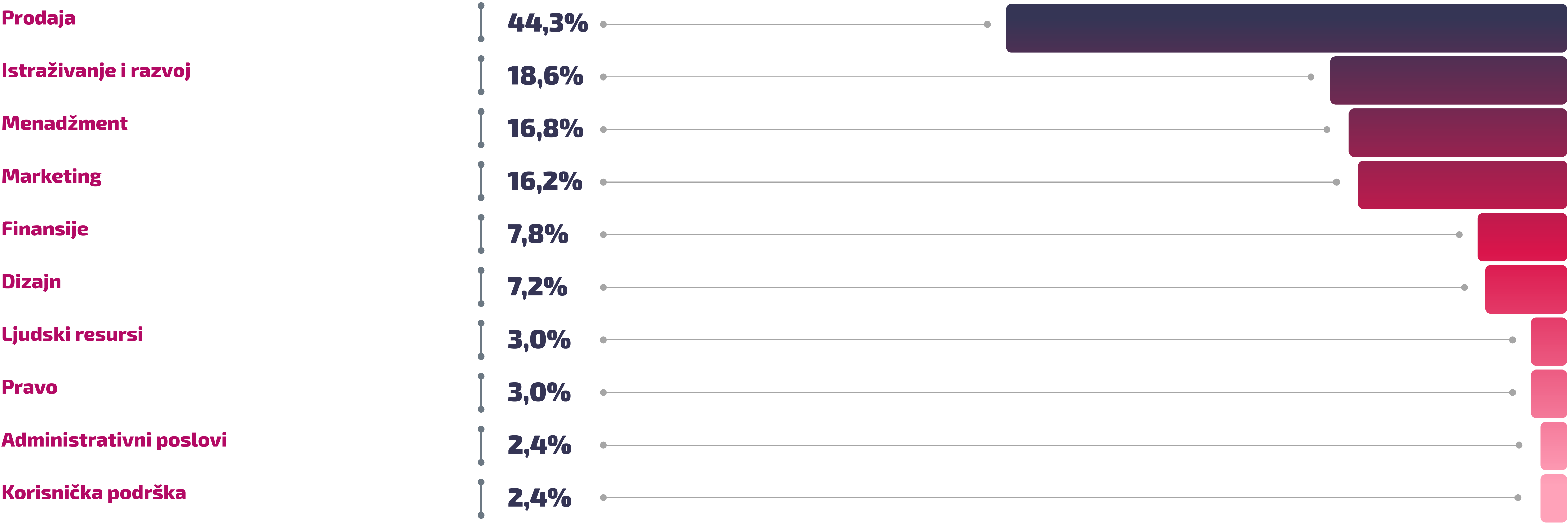
* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

N= 106;

Kao drugi najveći izazov u svom poslovanju, odmah nakon finansiranja, startapi vide zapošljavanje kvalifikovanih članova tima (videti segment IZAZOVI). Na pitanje "Koje pozicije je najteže popuniti", 44,3% ispitanika je izabralo pozicije iz oblasti prodaje, 18,6% istraživanja i razvoja,

16,8% pozicije senior menadžmenta, posle čega slede pozicije marketinga 16,2%. I ovde još jednom potvrđujemo već uočeni rastući fokus ka prodaji i daljem rastu.

KOJE JE POZICIJE NAJTEŽE POPUNITI



* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

N= 106;

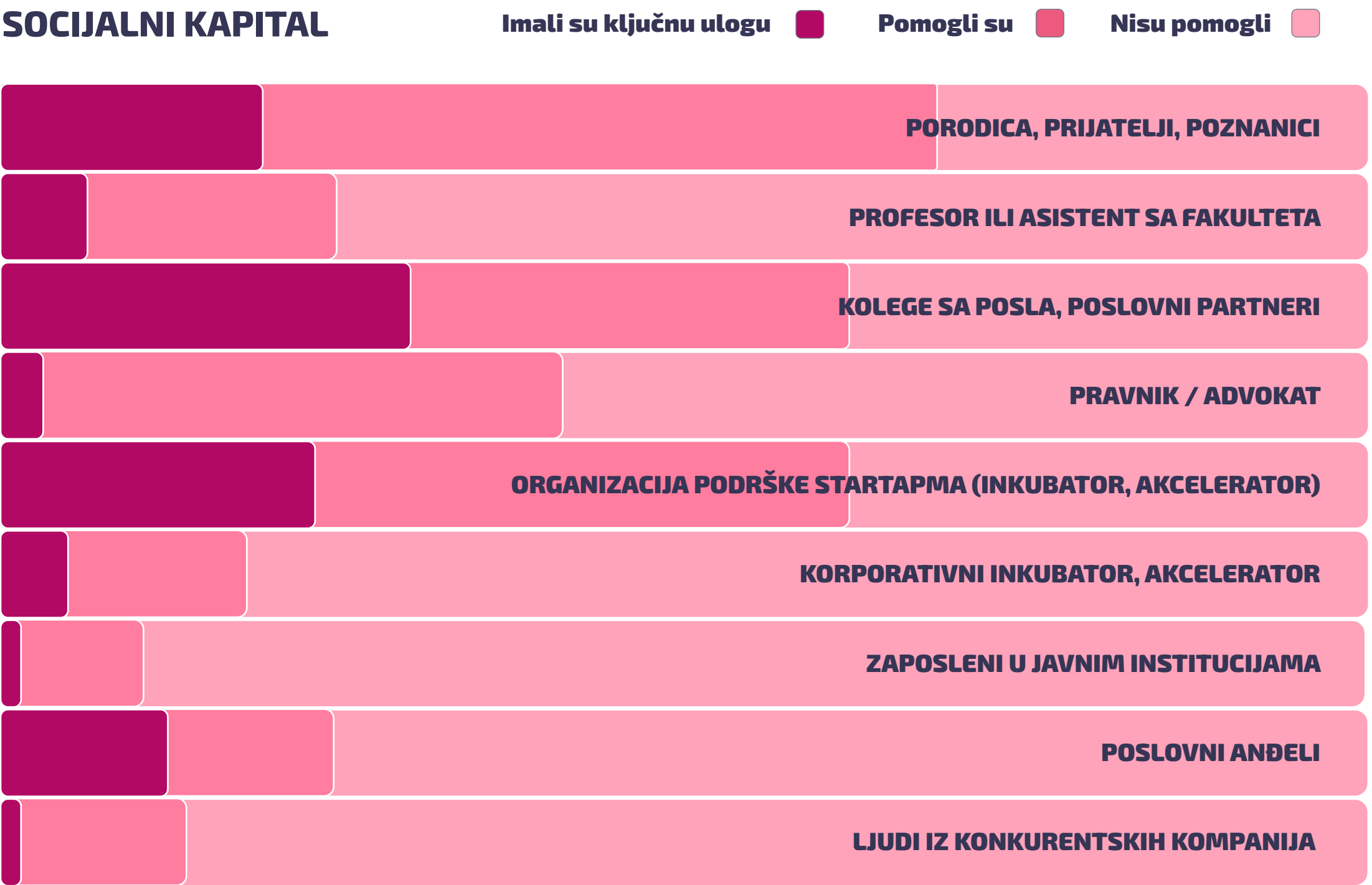
SARADNJA I POVEZANOST



SOCIJALNI KAPITAL STARTAP EKOSISTEMA

Socijalni kapital čine mreže veza i odnosa aktera „sa zajedničkim normama, vrednostima i shvatanjima koji olakšavaju saradnju u okviru ili između grupa“.¹⁰ Akteri odnosno pojedinci ili grupe dobijaju olakšan ili povoljniji pristup potrebnim resursima zahvaljujući svojim društvenim vezama (u ovom kontekstu socijalne mreže [engl. *social media networks*] ne odnose se na social media networks kao što su npr. Instagram, Twitter i dr). Da bismo identifikovali socijalni kapital startapa u Srbiji, istražili smo ko čini socijalnu mrežu startapa i kakav je njihov doprinos u osnivanju i razvoju startapa (lokalna povezanost). Imajući u vidu tendencije startapa ka plasiranju proizvoda i usluga na globalnom tržištu, istražili smo i kakva je globalna povezanost startap ekosistema.

SOCIJALNI KAPITAL



* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

N= 167;

LOKALNA POVEZANOST

Lokalna povezanost predstavlja pokazatelj nivoa povezanosti aktera u lokalnom startap ekosistemu. Uzimajući u obzir postojeće indikatore lokalne povezanosti (prema izveštaju Startap Džinoma) i teoriju socijalnog kapitala, ovaj aspekt možemo posmatrati kao neformalne i formalne mreže veza aktera lokalnog startap ekosistema. U nastojanju da utvrdimo koje su socijalne mreže (mreže socijalnih veza) pružile (najznačajniju) pomoć u osnivanju i razvoju startapa, ispitanici su mogli da izaberu jednu od sledećih opcija — nisu pomogli, pomogli su, imali su ključnu ulogu. Na osnovu distribucije svih pozitivnih odgovora ispitanika može se videti da su za osnivanje i razvoj startapi podršku dobijali prevashodno kroz svoje neformalne socijalne mreže — kolege sa posla, kao i porodica, prijatelji, poznanici. Od formalnih mreža najčešće se oslanjaju na startap inkubatore i akcelerateore. Kada analiziramo samo odgovore o akterima koji su imali ključnu ulogu za osnivanje i razvoj, rezultati ukazuju da su i u tom pogledu dominantni odgovori — kolege s posla i poslovni partneri, a potom startap inkubatori i akceleratori, kao i porodica i prijatelji.

POMOĆ FORMALNIH I NEFORMALNIH MREŽA

POMOĆ	NISU POMOGLI	POMOGLI SU	IMALI SU KLJUČNU ULOGU
NEFORMALNE MREŽE			
PORODICA, PRIJATELJI, POZNANICI	34,1%	46,7%	19,2%
PROFESOR ILI ASISTENT SA FAKULTETA	76,6%	16,8%	6,6%
KOLEGE SA POSLA, POSLOVNI PARTNERI	39,5%	32,3%	28,1%
FORMALNE MREŽE			
PRAVNIK / ADVOKAT	59,3%	37,1%	3,6%
ORGANIZACIJA PODRŠKE STARTAPMA (INKUBATOR, AKCELERATOR)	39,5%	37,7%	22,8%
KORPORATIVNI INKUBATOR, AKCELERATOR	82,0%	13,2%	4,8%
ZAPOSLENI U JAVNIM INSTITUCIJAMA	89,2%	9,0%	1,8%
POSLOVNI ANĐELI	77,2%	11,4%	11,4%
LJUDI IZ KONKURENTSKIH KOMPANIJA	86,8%	11,4%	1,8%

¹⁰ Social Networks in Entrepreneurial Startups Development, Durda L., Ključnikov A., Economics and Sociology, 12(3), 192-208. doi:10.14254/2071-789X.2019/12-3/13

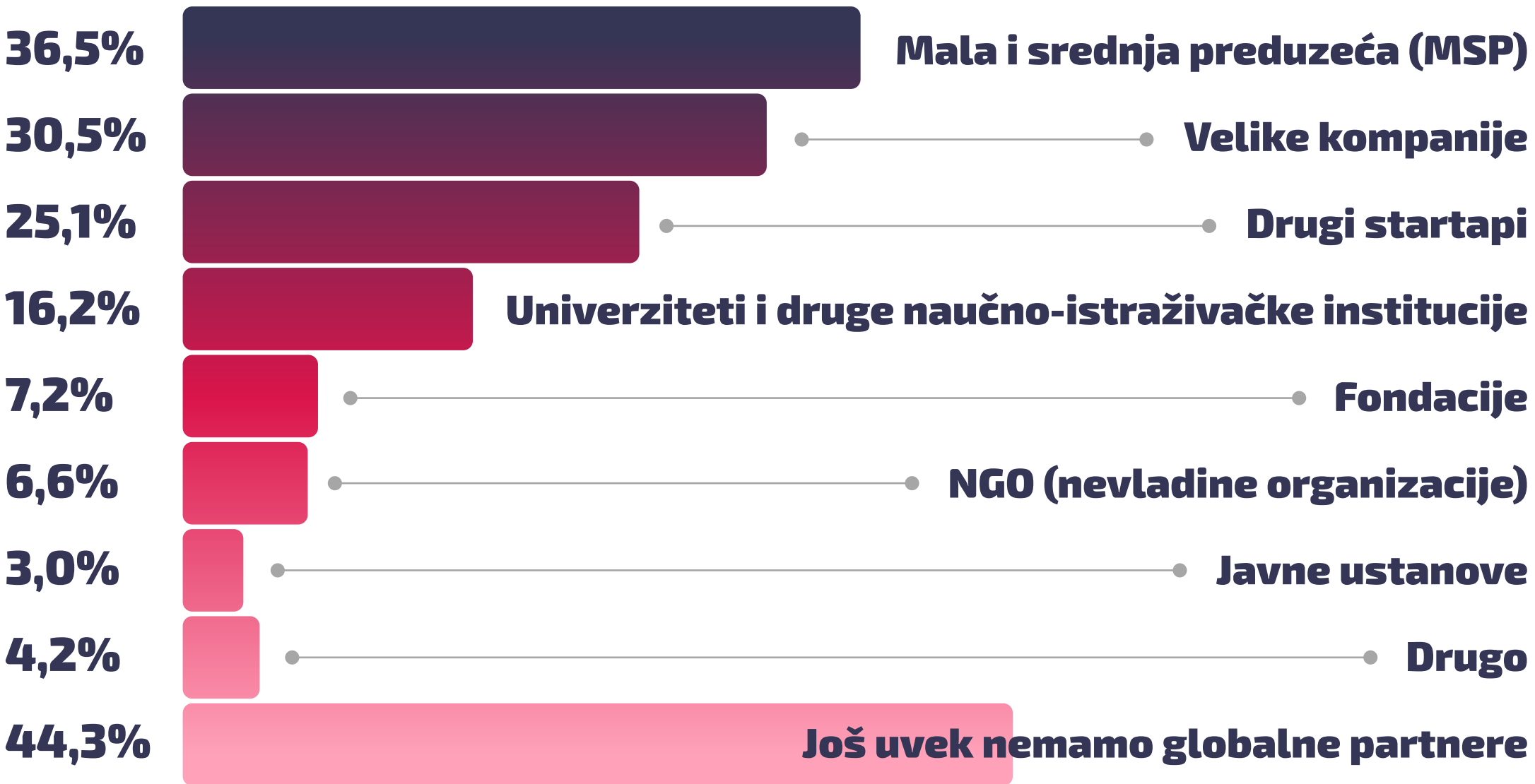
¹⁰ Human capital, OECD, <https://www.oecd.org/insights/37966934.pdf>

GLOBALNA POVEZANOST

Globalna povezanost se može meriti na više načina. Prateći Startap Džinom metodologiju, globalna povezanost predstavlja broj poslovnih konekcija osnivača startapa sa najbolje rangiranim ekosistemima, koji predstavljaju izvor iskustva i znanja za kreiranje poslovnih modela i startapa koji imaju potencijal da postanu globalni lideri.¹² Gledano iz ugla socijalnog kapitala suština globalne povezanosti je u tome koliko su domaći startapi povezani sa igračima u globalnom ekosistemu ili razvijenim startap ekosistemima. Te veze tj. tokovi razmene informacija i znanja, značajni su jer putem njih domaći startapi mogu da ostvare uspeh na globalnom tržištu ili unaprede svoj potencijal za razvoj, što takođe može povoljno uticati na razvoj startap ekosistema u Srbiji. Rezultati istraživanja su pokazali da skoro polovina startapa još uvek ne sarađuje sa globalnim partnerima (44,3%). S obzirom na to da se većina startapa nalazi u ranoj fazi razvoja, ovakvi rezultati ne iznenađuju. Međutim, imajući u vidu da većina startapa teži daljoj internacionalizaciji, evidentna je neophodnost razvoja jačih globalnih veza kako startapa, tako i celog ekosistema. Analiza strukture globalnih partnera startapa ukazuje da su među njima najzastu-

STRUKTURA GLOBALNIH PARTNERA

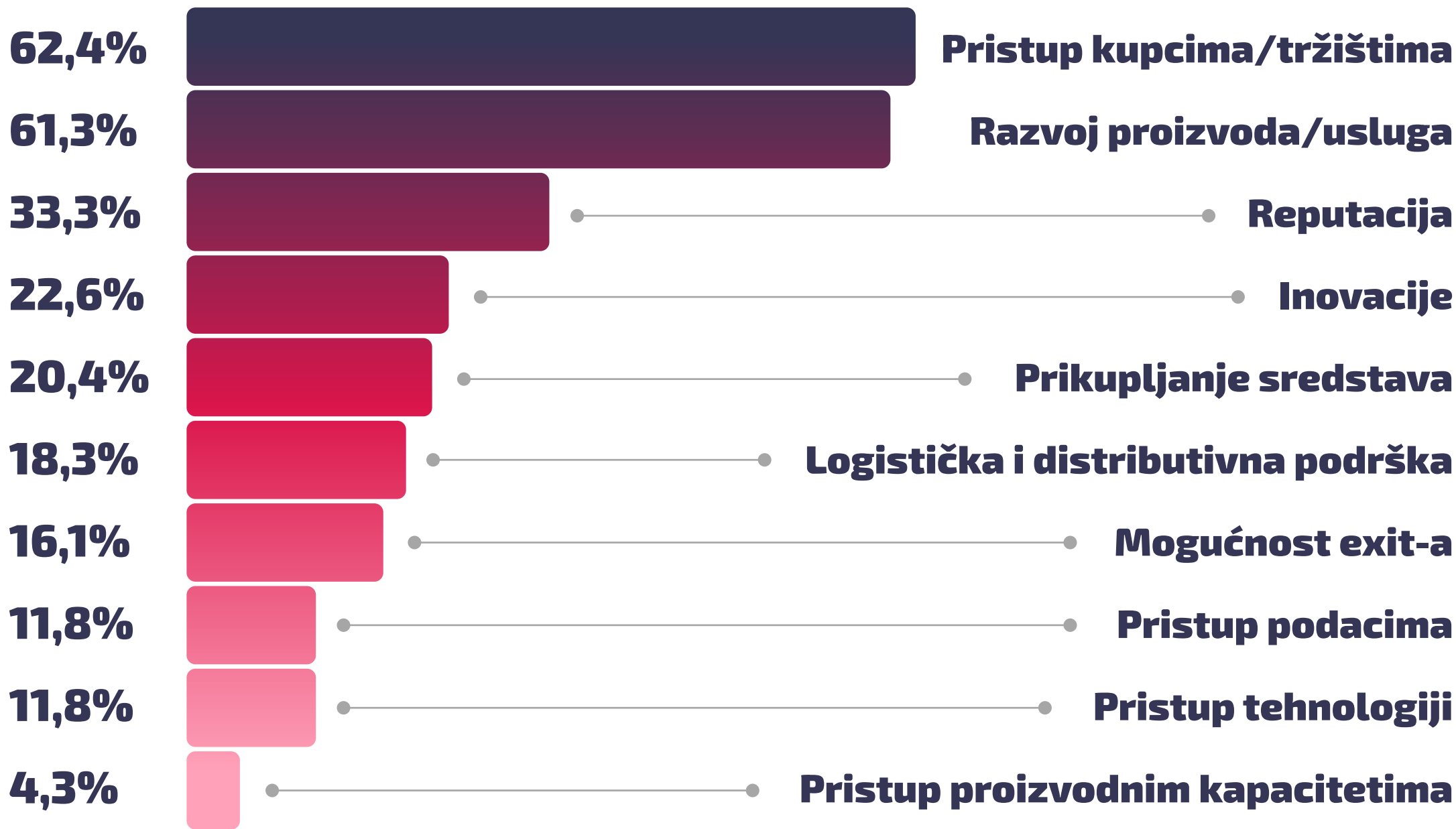
N= 167;



pljenijima; mala i srednja preduzeća (36,5%), velike kompanije (30,5%) i drugi startapi (25,1%). Mala i srednja preduzeća su često povezana sa lokalnom zajednicom i imaju bliske odnose sa drugim preduzećima u svojoj industriji, što ih čini dobrim partnerima za startape koje žele da uđu na određeno tržište. S druge strane, velike kompanije koje čine drugi najveći udeo u partnerstvima, često imaju globalno prisustvo i veze sa drugim velikim kompanijama u svojoj industriji, što ih čini privlačnim partnerima za organizacije koje žele da prošire svoje poslovanje na globalnom nivou. Kada je reč o ciljevima saradnje sa najvažnijim globalnim partnerima, startapi su u većini označili ciljeve koji se odnose na pristup kupcima i tržištima (62,4%), razvoj proizvoda (61,3%), reputaciju (33,3%), inovacije (22,6%) i prikupljanje sredstava (20,4%). Ostali ciljevi su zastupljeni sa udelom manjim od 20%. Poređenjem rezultata o ciljevima globalne saradnje i ciljeva koji su posebno važni za startape vidimo da za njih primarni značaj imaju razvoj proizvoda i povećanje prodaje.

CILJEVI GLOBALNE SARADNJE

N= 167;



¹²Startap skener 2019, Kako ide startapima u Srbiji?, Inicijativa Digitalna Srbija, str. 48.

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

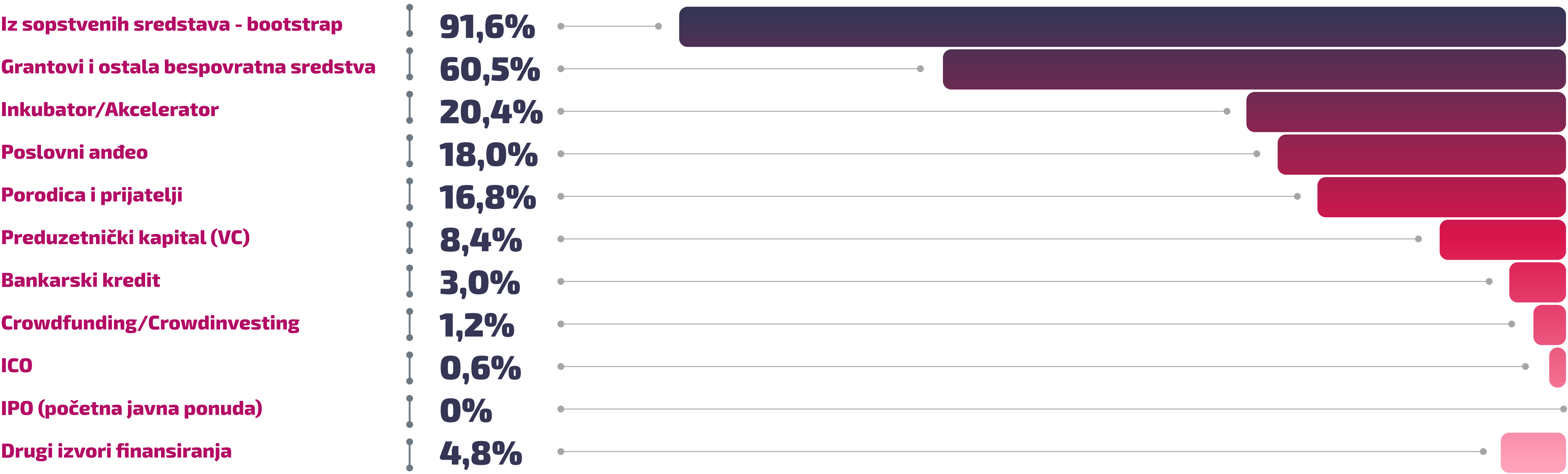
FINANSIRANJE I POSLOVANJE



FINANSIRANJE I POSLOVANJE

Kada je reč o startupima, finansijski kapital se može posmatrati kroz dve dimenzije — odakle dolazi početni finansijski kapital i koliko je startup uspešan u stvaranju finansijskog kapitala. Izvori finansijskog kapitala mogu biti raznovrsni: od bespovratnih grantova, anđeoskih investicija i fondova preduzetničkog kapitala (VC fondovi), do bootstrap-ovanja koje podrazumeva da se startup finansira iz svog poslovanja i sredstava osnivača. Uspeh startapa i razvoj ekosistema usko su povezani sa mogućnostima za pristup finansiranju. Posebno je značajno da se u ranoj fazi razvoja startapa, finansiranje obezbedi u što kraćem vremenskom periodu.¹³

IZVORI FINANSIRANJA



Ukupni rezultati ukazuju na manju zrelost ekosistema i potrebu za razvijanjem novih izvora finansiranja kako bi se podstakao rast i razvoj startapa. Iz podataka se jasno vidi da se većina startapa makar jednim delom finansirala iz sopstvenih sredstava (91,6%) odnosno da su osnivači često sami finansirali početak svog poslovanja, usled ograničenog pristupa kapitalu. Grantovi i ostala bespovratna sredstva čine drugi najzastupljeniji način finansiranja (60,5%), dok su na trećem i četvrtom mestu inkubatori i akceleratori (20,4%) i poslovni anđeli (18%). Ovi izvori tzv. pametnog novca, pored novca pružaju i stručnu podršku u vidu mentorstva, edukacije i povezivanja sa partnerima, kako lokalnim tako i globalnim.

Visoki procenat startapa koji se finansiraju iz sopstvenih sredstava može uticati na sporiji rast i internacionalizaciju startapa u ranim fazama s obzirom da su to ciljevi na koje u velikoj meri utiče količina dostupnog kapitala.

¹³Startup skener 2019, Kako ide startupima u Srbiji?, Inicijativa Digitalna Srbija, str. 61.

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora N= 106;

Iz podataka vidimo da većina startapa nije dobila značajnije količine spoljnog kapitala. Znatan udeo startapa (40,1% ili 67 startapa) do sada nije dobio spoljne investicije, a potom slede oni koji su dobili između 10,000 i 50,000 evra (14,4%). Domaći startapi uglavnom započinju svoje poslovanje sa relativno malim iznosima spoljnog kapitala, najčešće sopstvenim sredstvima,

grantovima i ostalim bespovratnim sredstvima, što ukazuje na izazove u privlačenju spoljnih investicija u srpski startap ekosistem. Samo 1,2% startapa izjavilo je da su do sada dobili više od 5 miliona evra, što je veoma mali procenat. Ukupno, ovi rezultati ukazuju na izazove koje srpski startap ekosistem ima u pristupu kapitalu i privlačenju spoljnih investicija.

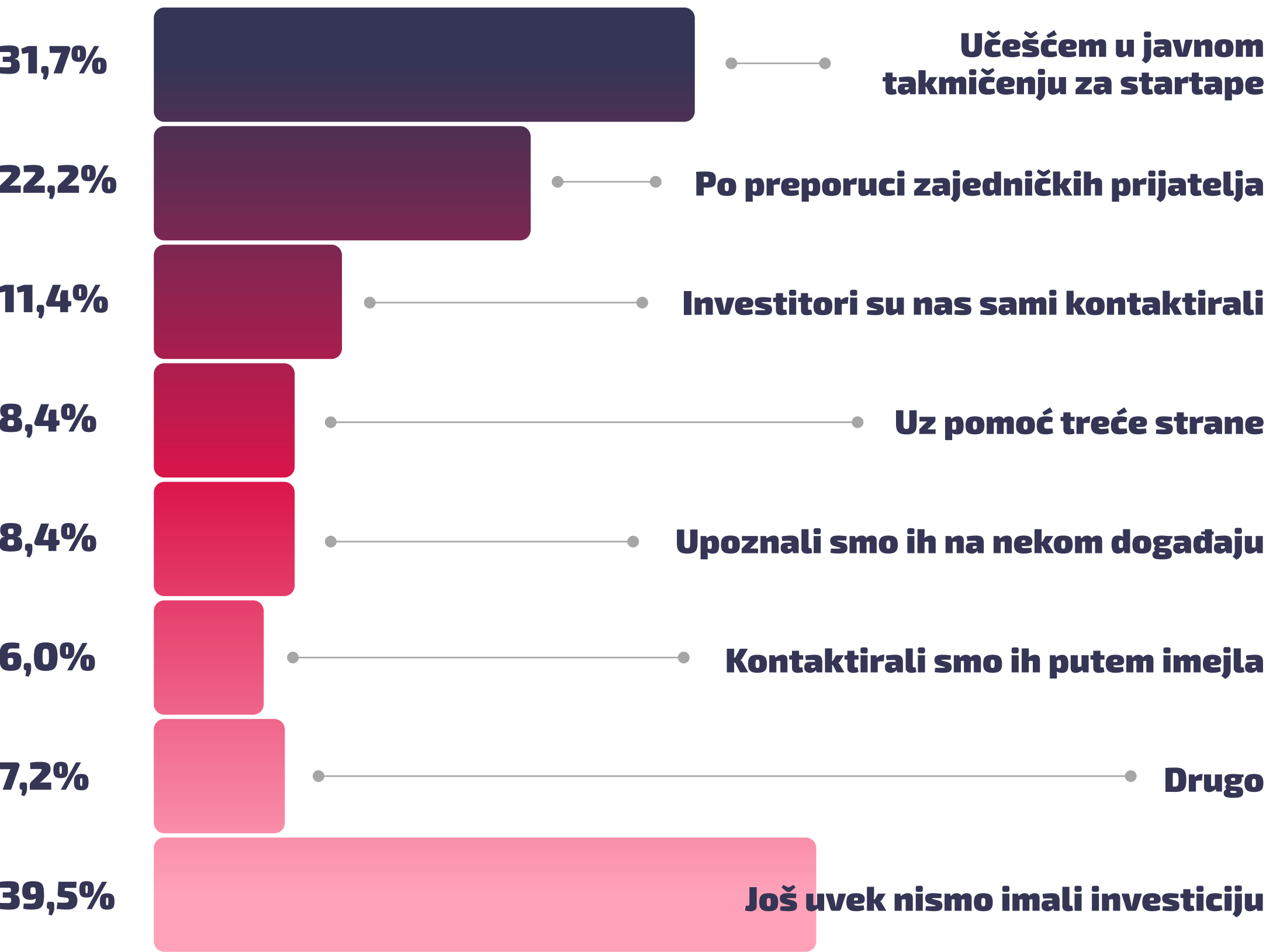
SPOLJNE INVESTICIJE



* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

Od onih startapa koji su uspeli da privuku investicije, najveći broj je došao do svojih investitora učešćem u javnom takmičenju za startape (31,7%), na drugom mestu je preporuka od zajedničkih prijatelja (22,2%) što ukazuje na značaj mreže kontakata, ali i da jedno *pay-it-forward* povezivanje može obezbediti investiciju koju startap ne bi dobio na drugi način. Upravo zato postoji veza između stepena lokalne povezanosti i uspešnosti ekosistema u celini. (takođe pogledati segment LOKALNA POVEZANOST)

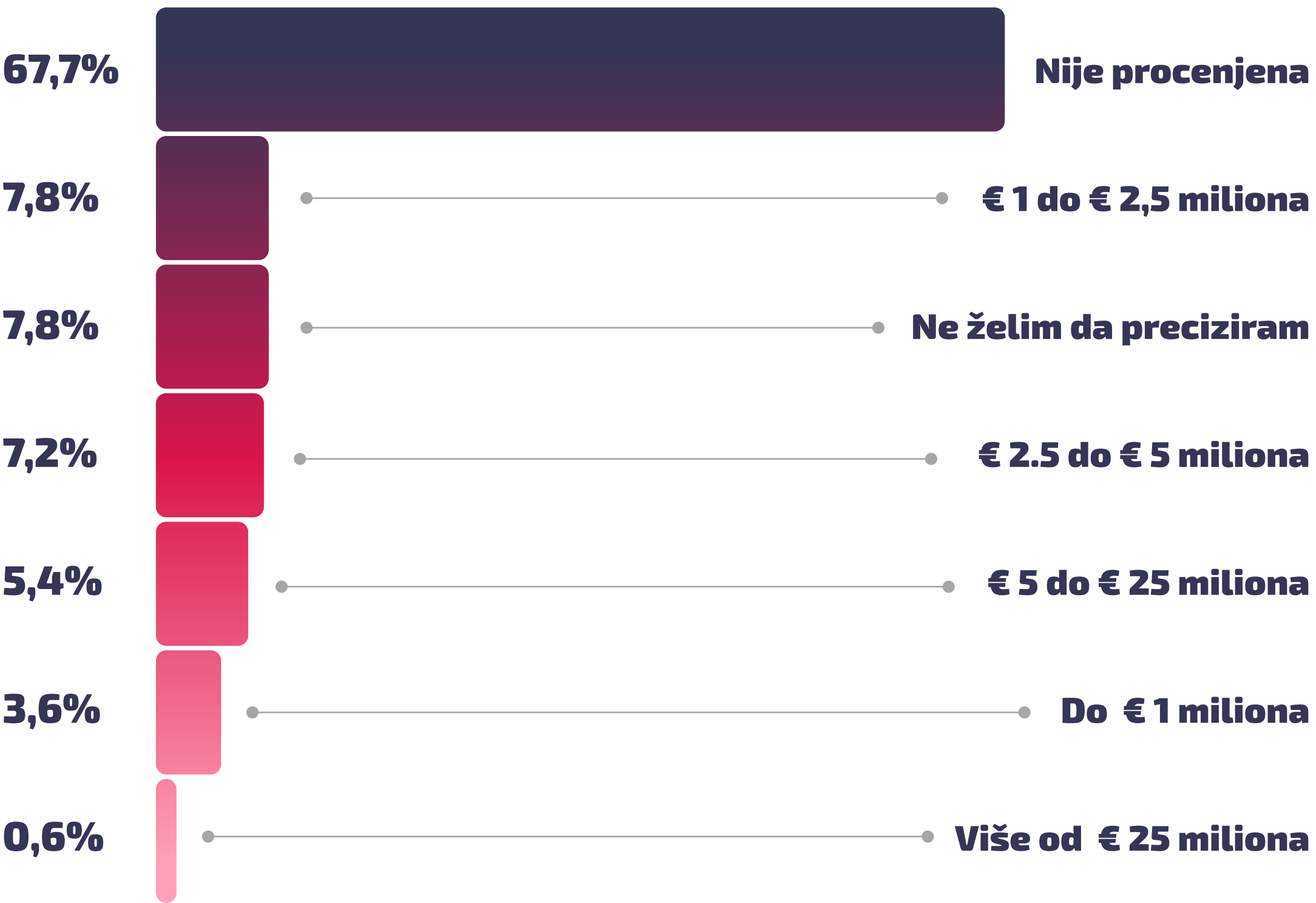
KAKO STE DOŠLI DO INVESTITORA



* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

N= 167

PROCENJENA VREDNOST U POSLEDNJOJ RUNDI FINANSIRANJA



* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

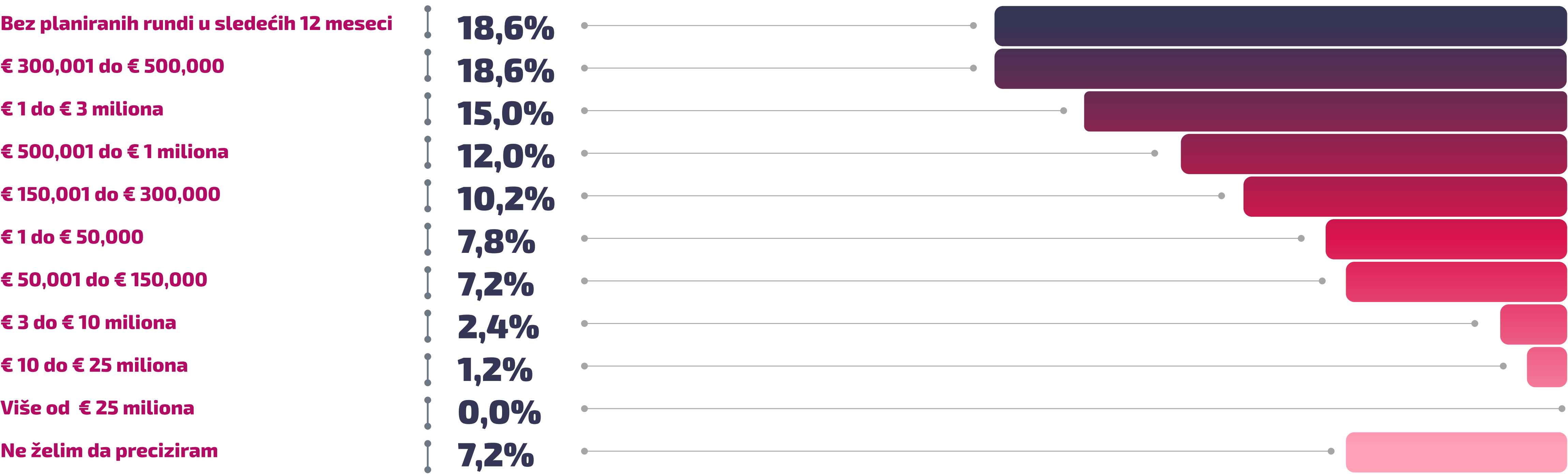
N= 167;

Procena vrednosti startapa je jedan od najizazovnijih koraka u finansiranju, s obzirom na raznolikost i kompleksnost metoda koje se pri tome koriste. Takođe, često se sami startapi suzdržavaju od javnog objavljivanja svoje valuacije, usled čega se vrednost ekosistema može samo proceniti, a ne i utvrditi. Vrednost više od dve trećine startapa u Srbiji uopšte nije procenjena (67,7%), ali istovremeno je četvrtina (25,6%) startapa odgovorilo da im je vrednost procenjena na €1 milion ili više, što sugerise da su postigli značajne rezultate u razvoju svog poslovanja. Važno je napomenuti da ova analiza u velikoj meri zavisi od iskrenosti i preciznosti odgovora startapa, kao i od broja učesnika u istraživanju.

Najveći udeo startapa planira da od trenutka anketiranja u narednih godinu dana prikupi između 300.000 i 500.000 evra (18,6%), takođe sa druge strane i isti broj je bez planiranih rundi finansiranja u narednih godinu dana. Sledi 1 do 3 miliona sa 15,0% startapa, 500.000 do 1 milion sa 12,0%, 150.000 do 300.000 sa 10,2%. Nijedan startap ne planira da u narednih godinu dana prikupi više od 25 miliona evra eksternog kapitala. Imajući i vidu navedene faze razvoja i ciljeve star-

tapa, ovakvi odgovori su u skladu sa očekivanjima. Gledano na nivou ekosistema, startapi planiraju da prikupе značajno više kapitala u narednoj godini u odnosu na ono što su do sada uspjeli da prikupе. To sugeriše da postoje izražene ambicije u ekosistemu i da su startapi spremni da koriste različite izvore finansiranja kako bi ostvarili svoje ciljeve.

PLAN FINANSIRANJA U 2023



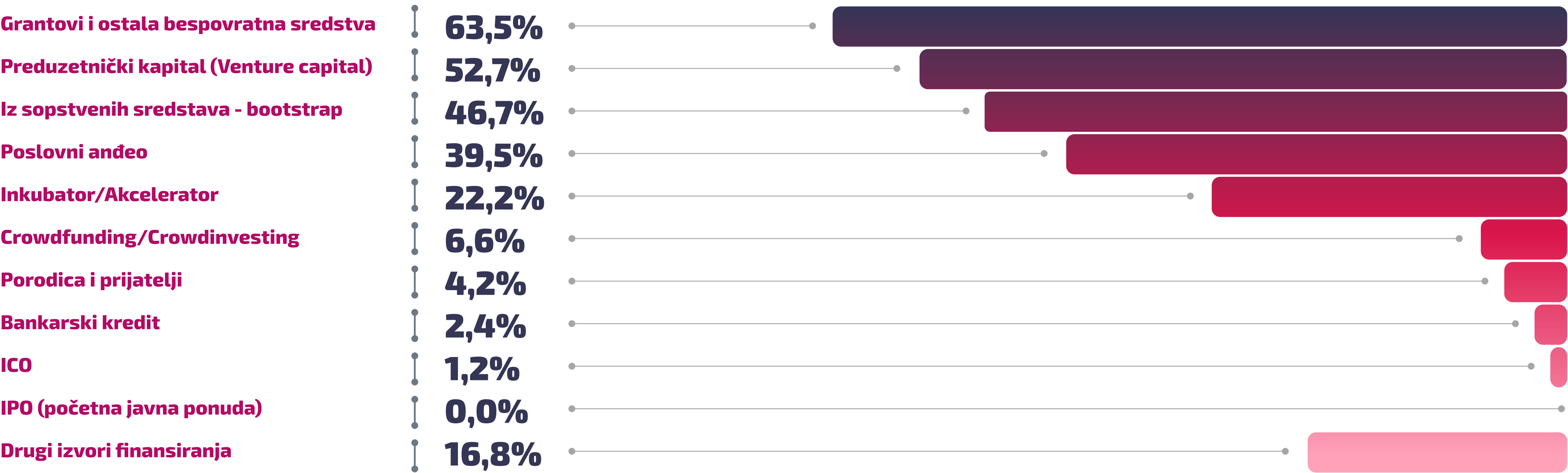
* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

N= 167;

Kada je reč o izvorima iz kojih startapi planiraju da prikupe kapital u narednih godinu dana, podaci pokazuju da najveći udeo startapa i dalje planira finansiranje iz grantova (63,5%) i fondova preduzetničkog kapitala (52,7%). Nešto manji udeo u svojim planovima računa na izvore kapitala

kao što su sopstvena sredstva (46,7%) i poslovni anđeli (39,5%), inkubatori/akceleratori (22,2%). Ostali izvori kapitala su manje zastupljeni u planovima za narednu godinu.

PLANIRANI IZVORI KAPITALA U 2023



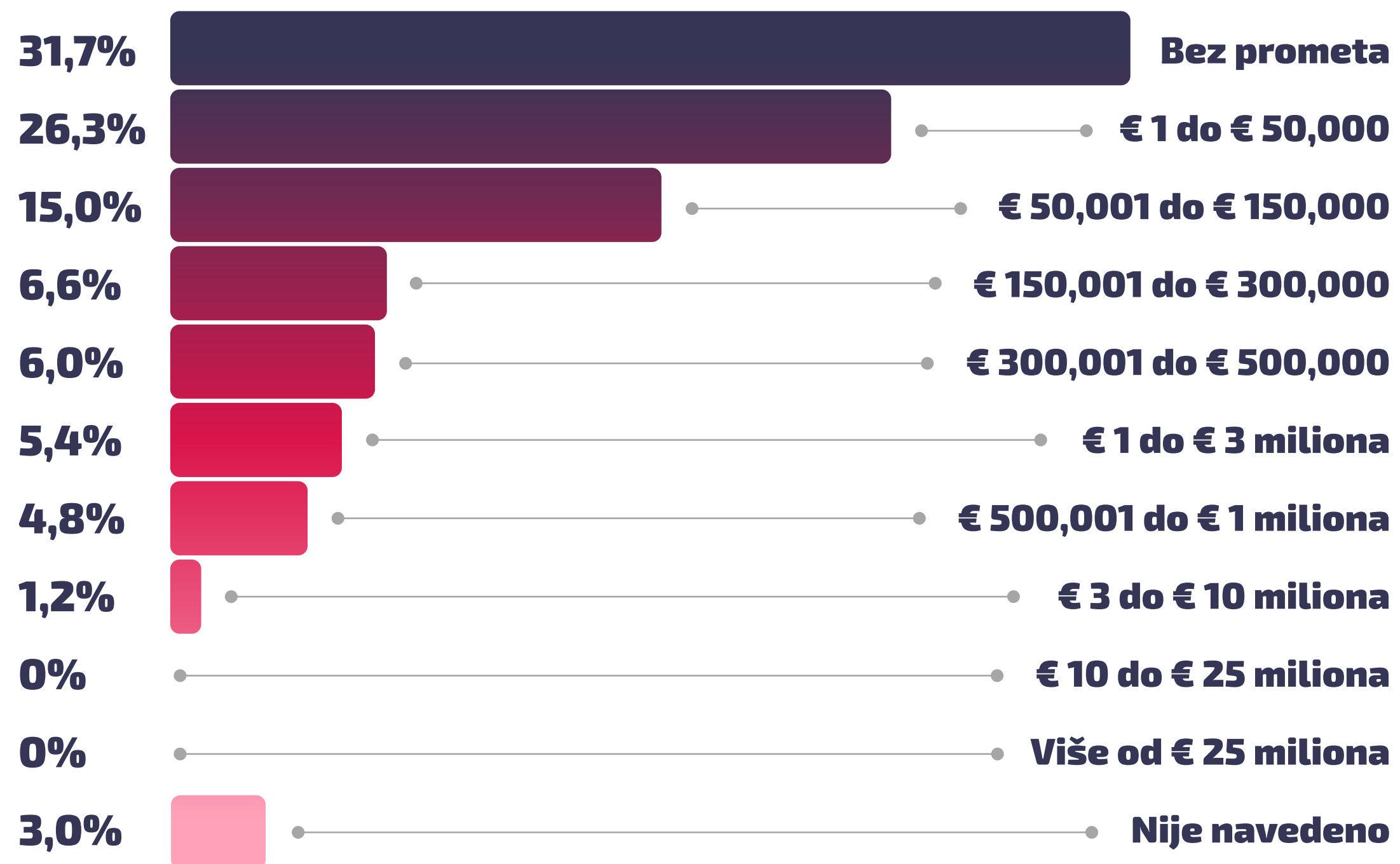
* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

N= 167;

PRODAJA

U većini slučajeva, startapi se suočavaju sa izazovima generisanja prvih prihoda i postizanja profitabilnosti, zbog čega ne iznenađuje da je značajan deo startapa (31,7%) poslovaao bez prometa. Međutim, treba primetiti da je to za preko 10% manje u odnosu na prethodnu godinu kada je 43% startapa poslovalo bez prometa. Oni koji su poslovali sa prometom, uglavnom su ostvarili promet do 50.000 eura (26,3%). Ovakav rezultat je očekivan s obzirom na fazu razvoja u kojoj se većina startapa nalazi. Kada je reč o profitabilnosti, oko dve trećine startapa (65,2%) navodi da nije profitabilno, dok ostatak navodi da su ili profitabilni (18,0%) ili breakeven (16,8%). Ovi podaci takođe ukazuju na to da postoji znatan potencijal za rast startap ekosistema u Srbiji, što bi moglo doprineti razvoju domaće privrede i ekonomije.

PROMET U PRETHODNOJ FINANSIJSKOJ GODINI

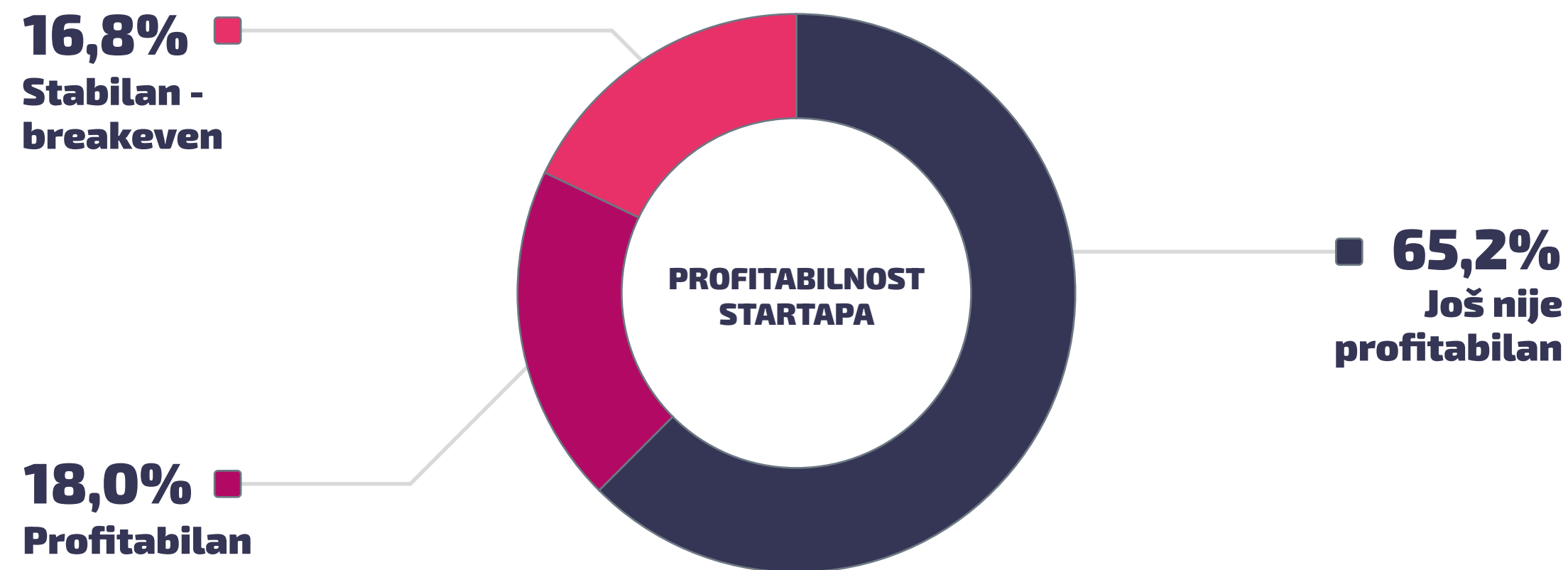


* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

N= 167

16,8%
Stabilan -
breakeven

18,0%
Profitabilan



Imajući u vidu da je jedna od glavnih karakteristika koja razlikuje startape od mikro i malih preduzeća, želja za i potencijal velikog rasta, ovo pitanje predstavlja jedno od ključnih pokazatelja ambicija i potencijala domaćih startapa. Više od polovine startapa (62,9%) procenjuje da će u 2023. godini postići rast od 50%, a nešto manje od četvrtine očekuje da će zabeležiti rast između 20% i 50%. Udeo startapa koji planiraju rast ispod 20% je 10,8%, dok svega 4,2% procenjuje da neće postići rast naredne godine. Za razliku od 2022. godine kada su ove želje u izvesnoj meri bile u diskrepanciji sa postupcima - na primer i tada je 55% startapa planiralo rast biznisa veći od 50%, ali je svega 11,3% izjavilo da planira zapošljavanje u oblasti prodaje - ove godine kroz niz pitanja vidimo porast fokusa na razvoj, prodaju i marketing.

10,8%
Do 20%

22,2%
Od 20-50%



BIZNIS MODEL

Istraživanje je pokazalo i kome startapi prodaju svoje proizvode ili pružaju svoje usluge. Startapi najčešće posluju po modelu B2B — business to business (67,3%) i nešto ređe B2C — business to customer (27,7%). Nijedan startap nije označio opciju B2G - business to government, a veoma retko opciju “neki drugi modeli”. Ako se uzme u obzir rezultat koji govori da je najveći procenat osnivača kao svoje prethodno radno iskustvo naveo rad u korporaciji, ne iznenađuje podatak da startapi kao svoje klijente imaju baš druge biznise.

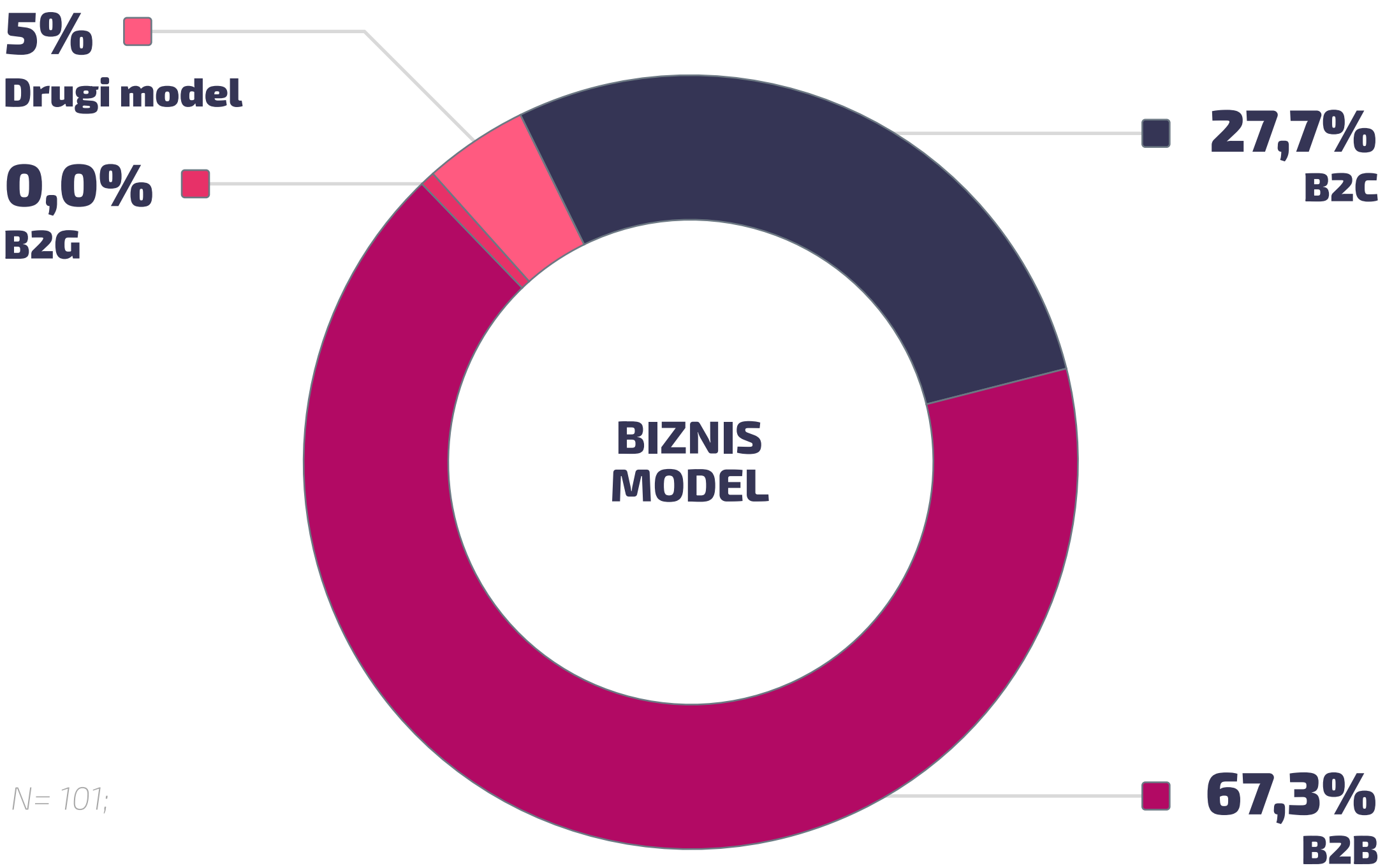
CILJEVI

Da bi se steklo bolje razumevanje trenutnog stanja u kojem se startapi nalaze i načina na koji se njihov razvoj može podržati, istraživanje se bavilo i sagledavanjem razvojnih prioriteta startapa. Distribucija odgovora ispitanika na pitanje koji su ciljevi trenutno posebno važni za njihov startap pokazala je da su to uglavnom rast prodaje (55,1%), rast broja korisnika (48,5%), razvoj proizvoda (44,9%) i podizanje nove runde investicija (38,3%) a potom, proširenje tima, internacionalizacija i profitabilnost. Ovi rezultati su u skladu sa podatkom da je većina startapa koji su učestvovali u istraživanju u fazi razvoja MVP i sticanja prvih korisnika. U ranim fazama razvoja startapa, rast broja korisnika i profitabilnost postaju glavni prioritet, dok u fokus menadžmenta onih koji postižu profitabilnost ili imaju značajno finansiranje ulaze i pitanja korporativne kulture i razvoja zaposlenih.

VAŽNOST CILJEVA



* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora



N= 101;

N= 167;

SISTEM PODRŠKE STARTAPIMA



ORGANIZACIJE PODRŠKE, INKUBATORI, AKCELERATORI

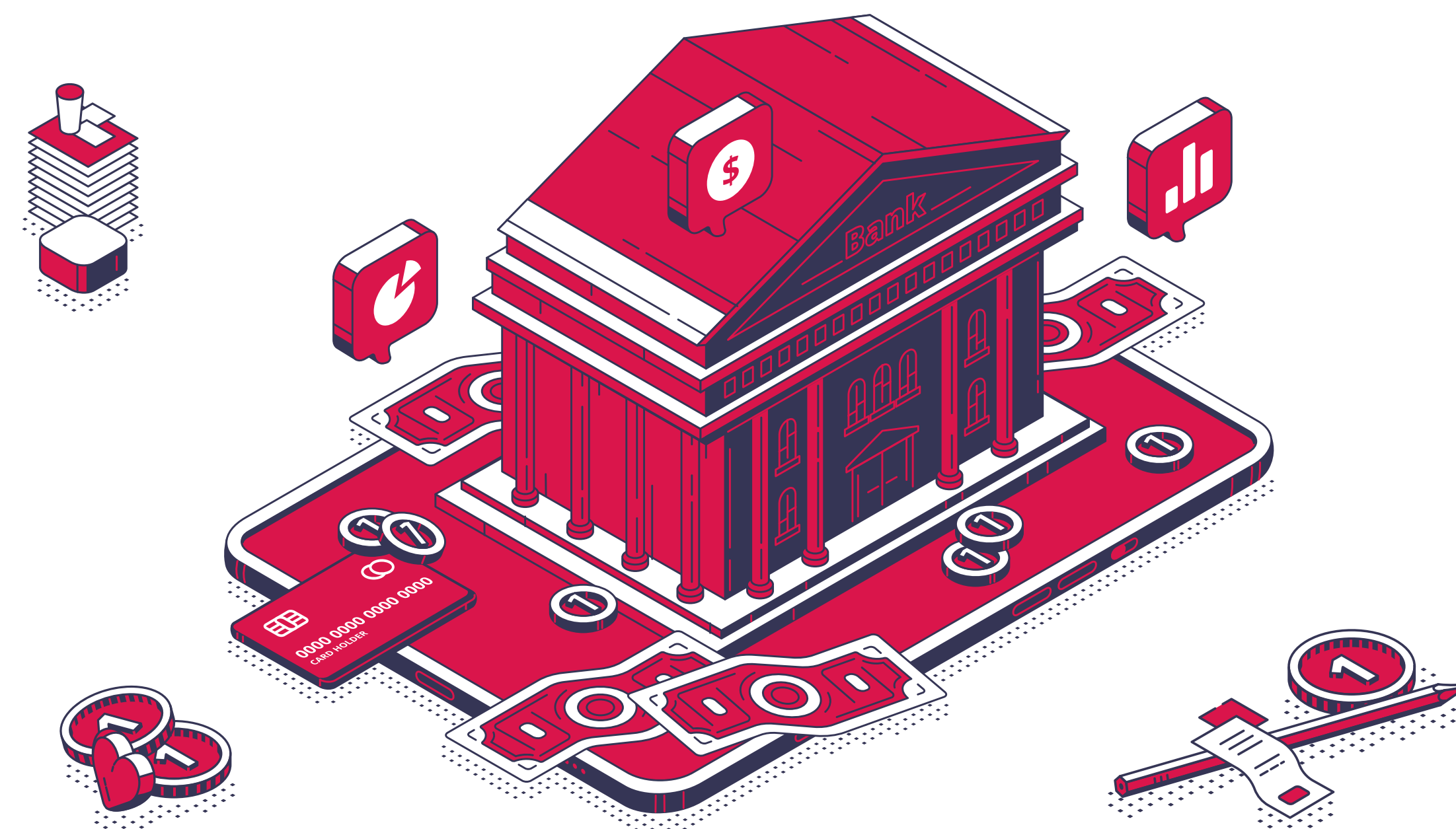
Inkubatori i akceleratori u su logično mesto za podizanje prve investicije i dobijanje početne podrške u vidu znanja i kontakata, zbog čega je ohrabrujuće to da i domaći startapi ovakve organizacije prepoznaju kao relevantne. Organizacije podrške startapima i inkubatori su akteri koji su, posle neformalnih socijalnih mreža, imali ključnu ulogu za osnivanje i razvoj startapa. Više od polovine startapa je učestvovalo u barem jednom programu inkubacije ili akceleracije (56,9%). Takođe, startap inkubatori i akceleratori su među prvih pet izvora iz kojih startapi planiraju da prikupe kapital u narednih godinu dana.



N= 167

JAVNE POLITIKE I PRAVNA REGULATIVA – STVARANJE POVOLJNOG OKRUŽENJA ZA RAZVOJ I FUNKCIONISANJE STARTAP EKOSISTEMA

Istraživanje je pokazalo i koja su sve očekivanja kada je reč o javnim politikama i pravnim propisima relevantnim za inovativne preduzetničke poduhvate. Daleko najčešća očekivanja odnose se na poreske olakšice (68,3%), novi oblik pokretanja, odnosno organizovanja startapa (38,9%) i neophodnost bržeg prilagođavanja propisa i zakona novim poslovnim modelima (37,7%). Nešto ređe su isticali promovisanje preduzetničkog razmišljanja i veštine digitalizacije kao osnove za modernizaciju (32,9%), unapređenje položaja preduzetništva u društvu (31,1%), bolji pregled i viši nivo fleksibilnosti i transparentnosti u finansiranju i promociji (26,9%), pojednostavljenje procesa pokretanja startapa (21,6%), više mogućnosti za uključivanje zaposlenih u vlasničku strukturu kompanije (21%). Ostala očekivanja (podršku za spin-off društva, olakšavanje zapošljavanja stručnjaka iz inostranstva, dodeljivanje regulatornih sandboks-a, više fleksibilnosti u pogledu radnog vremena i njihovog evidentiranja) zastupljena su sa manje od 15%.



OČEKIVANJA OD JAVNIH POLITIKA I PRAVNE REGULATIVE

68,3%

PORESKA
SMANJENJA/OLAKŠICE

38,9%

NOVI OBLIK
POKRETANJA

37,7%

BRŽE PRILAGOĐAVANJE
PROPISA I ZAKONA NOVIM
POSLOVNIM MODELIMA

32,9%

PROMOVISANJE
PREDUZETNIČKOG
RAZMIŠLJANJA
VEŠTINE DIGITALIZACIJE KAO
OSNOVE ZA MODERNIZACIJU

31,1%

UNAPREĐENJE
POLOŽAJA PREDUZETNIŠTVA
U DRUŠTVU

26,9%

BOLJI PREGLED I VIŠI NIVO
FLEKSIBILNOSTI I
TRANSPARENTNOST
U FINANSIRANJU I PROMOCIJI

21,6%

POJEDNOSTAVLJENJE
PROCESA POKRETANJA
STARTAPA

21,0%

VIŠE MOGUĆNOSTI ZA
UKLJUČIVANJE ZAPOSLENIH U
VLASNIČKU STRUKTURU
KOMPANIJE

13,2%

PODRŠKU ZA
SPIN-OFF DRUŠTVA

7,8%

OLAKŠAVANJE
ZAPOSŁJAVANJA STRUČNJAKA
IZ INOSTRANSTVA

7,8%

DODELJIVANJE
REGULATORNIH
SANDBOKS-A

6,0%

VIŠE FLEKSIBILNOSTI U
POGLEDU RADNOG VREMENA
I NJIHOVOG EVIDENTIRANJA

5,4%

DRUGA OČEKIVANJA

Ovde treba naglasiti da Startap zajednica ulazi u narednu godinu sprovođenja Strategije za razvoj startap ekosistema od 2021. do 2025. godine, najvažnijeg strateškog dokumenta za domaće startape, u čijoj implementaciji učestvuje DSI¹⁴ sa svojim partnerima. Pored usvojenog seta poreskih olakšica iz decembra 2021. godine, radi se na uvođenju novih poreskih olakšica, od kojih su najbitnije one koje se tiču anđela-investitora kada ulažu direktno u startape, kao i podsticaja za pravna lica koja ulažu u fondove preduzetničkog kapitala.

Dobra vest je i da su ove godine konačno uvedeni novi modeli oporezivanja za frilensere – fizička lica koja ostvaruju prihode po osnovu ugovorene naknade, plaćaju porez samooperezivanjem i mogu se opredeliti za jedan od dva modela u zavisnosti od njihovih prihoda.

DSI takođe nastavlja sa naporima za unapređenje okvira za finansiranje startapa, od kojih su finansiranje putem konvertabilnog zajma i SAFE ugovora (*Simple Agreement for Future Equity*) prioritet. Dodatno olakšanje za anđele investitore predstavljaće i nova pravila u vezi sa posebnim fondovima koja će olakšati i ubrzati investiranje od strane većeg broj investitora u startap.

Kada je reč o ključnom problemu koji navode osnivači startapa — ograničenja koja nameću propisi o deviznom poslovanju — DSI je zagovarala i nastaviće da javno zagovara liberalizaciju i pojednostavljenje ove regulative.

Takođe, i ostali ciljevi i planovi DSI u regulatornoj sferi su u skladu sa iskazanim potrebama startap zajednice, koja može da i ubuduće računa na podršku ove organizacije.

¹⁴Za predsednika radne grupe je bio imenovan Nebojša Đurđević, tadašnji direktor Inicijative "Digitalna Srbija"

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

N= 167;

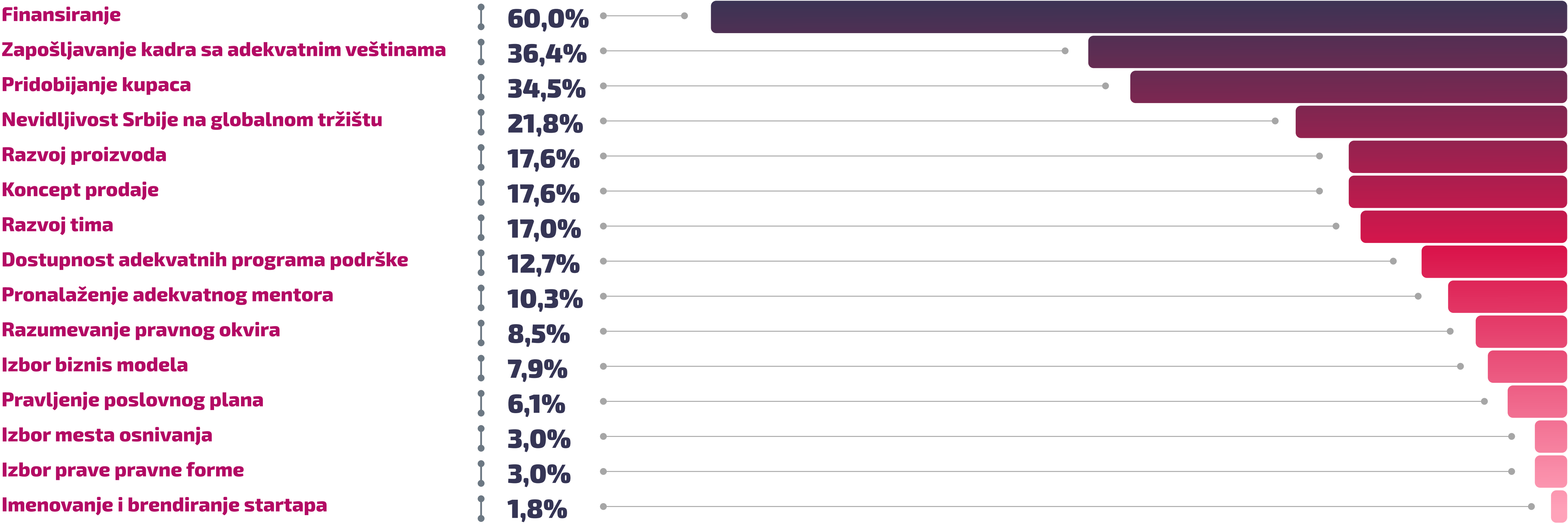
IZAZOVI ZA STARTAPE U SRBIJI



S obzirom na to da startapi predstavljaju nove timove, koji razvijaju inovativna rešenja ili usluge, jasno je da postoji veliki broj izazova sa kojima se svakodnevno suočavaju. Dodatno, startap kultura u Srbiji je u razvoju, te manjak kolektivnog iskustva i znanja zajednice otežava prevazilaženje ovih izazova. Finansiranje (60,0% ispitanih startapa), a potom zapošljavanje kadra sa odgovarajućim znanjima i veštinama (36,4%) i pridobijanje kupaca (34,5%) predstavljaju tri najveća izazova

u 2023. godini. Ovde treba napomenuti da su ovi isti izazovi bili iskazani i u Startap skeneru 2022. Pored ovih, na osnovu odgovora 21,8% ispitanika, kao relevantan izazov pojavljuje se i nedovoljna vidljivost Srbije na globalnom tržištu. Dubinsko sagledavanje ovih izazova, omogućava razvoj programa podrške koji su u skladu sa trenutnim potrebama startapa, a samim tim i brži razvoj ekosistema.

NAJVEĆI IZAZOVI



* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

N= 106;

MAKROEKONOMSKI POKAZATELJI



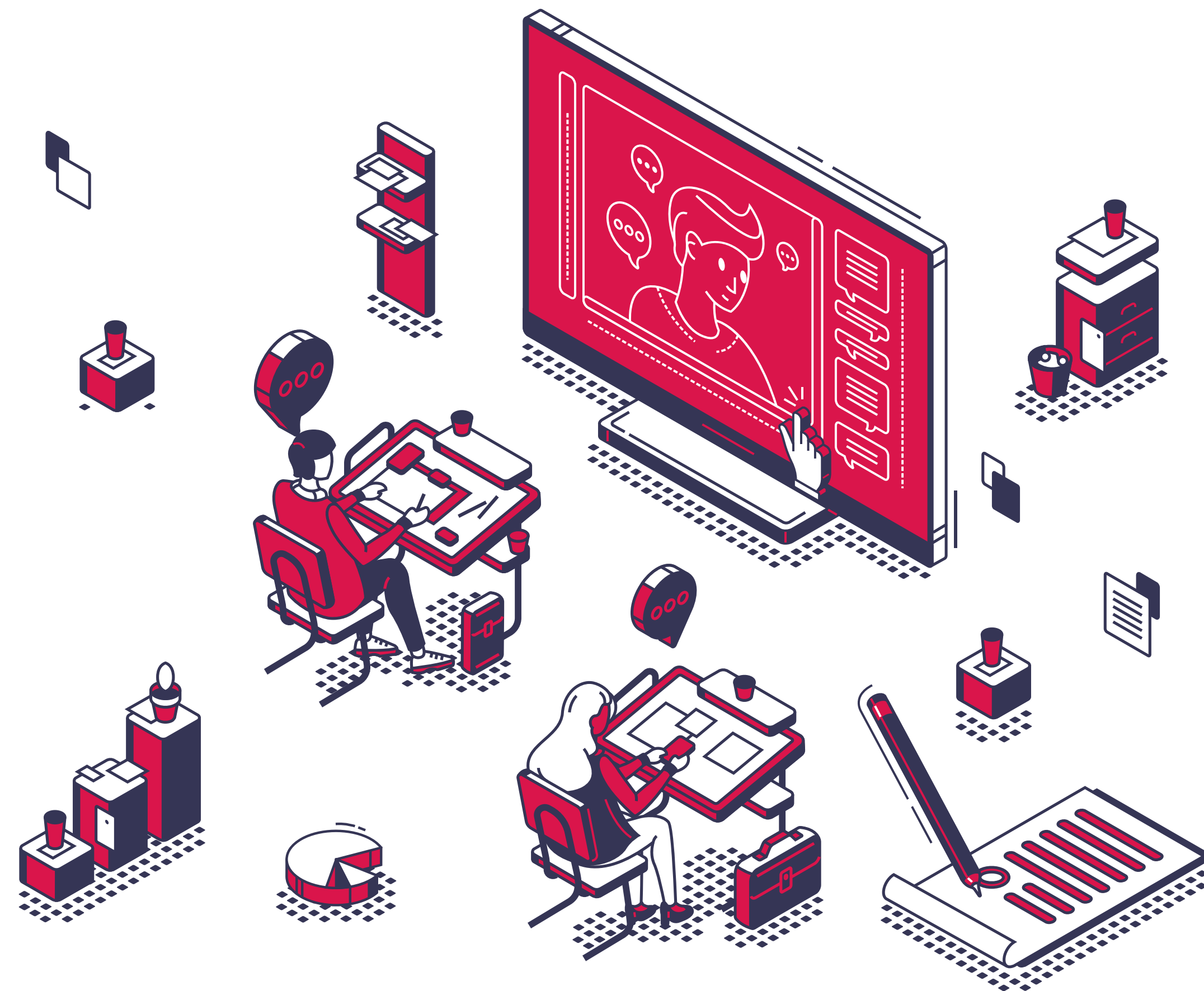
SRBIJA - MAKROEKONOMSKI POKAZATELJI

U Srbiji, prema prvim rezultatima popisa stanovništva iz 2022. godine, živi 6.690.887 stanovnika,¹⁴ skoro pola miliona stanovnika manje u odnosu na prethodnu deceniju.¹⁵

Prema fleš proceni Republičkog zavoda za statistiku (RZS) realni BDP je u četvrtom kvartalu 2022. godini zabeležio rast od 0,4% u odnosu na isti period prethodne godine.¹⁶ Vrednost izvoza roba i usluga u periodu od januara do decembra 2022. godine, prema podacima Narodne banke Srbije (NBS), je iznosila 39,9 milijardi dolara (porast od 17,18% u odnosu na isti period prethodne godine), a vrednost uvoza bio je 47,4 milijardi dolara.¹⁷ Deficit u spoljnotrgovinskoj razmeni roba i usluga je iznosio 7,5 milijardi dolara.

Srbija je od januara do decembra 2022. godine u oblasti IKT usluga ostvarila izvoz u vrednosti od 2,69 milijardi dolara, što je u odnosu na isti period prošle godine povećanje za 45%. U istoj oblasti uvezene su usluge u vrednosti 680 miliona dolara.¹⁸ Zanimljivo je da je 2022. izvoz u oblasti ostalih poslovnih usluga kroz usluge istraživanja i razvoja dostigao vrednost od 200 miliona dolara (godišnji porast 24,2%), dok je vrednost uvoza 67 miliona dolara. Tržišta na koja se najviše plasiraju IKT usluge su SAD, UK, Švajcarska i Nemačka.¹⁹

U 2022. godini u Srbiji je ukupno bilo 2.310.035 zaposlenih, što je godišnje povećanje od 1,6%.²⁰ U trećem kvartalu 2022. kao i u prethodna dva kartala 2022. stopa zaposlenosti starijih od 15 godina je bila 50,8%, a stopa nezaposlenosti 8,9% (8,4% muškarci, 9,6% žene).²¹ Udeo mladih koji niti rade niti su u procesu obrazovanja ili obuke (NEET stopa) je bio 13,5% za grupu 15-24 godina, odnosno 15,7% za grupu 15-29 godina. Od ukupnog broja registrovanih zaposlenih najveći deo (80,3%) je zaposlen u pravnim licima, a 17,1% su preduzetnici i lica zaposlena kod njih i lica koja samostalno obavljaju delatnost, a ostatak registrovani individualni poljoprivrednici.²² U oblasti Računarsko programiranje, konsultantske i s tim povezane delatnosti u trećem kvartalu 2022. je bilo zaposleno 52.793 ljudi.



¹⁴ Први резултати Пописа становништва, домаћинства и станова 2022. Саопштење РЗС, 21.12.2022. <https://popis2022.stat.gov.rs/sr-Latn/>

¹⁵ <https://www.stat.gov.rs/sr-latn/oblasti/popis/popis-2011/>

¹⁶ Квартални бруто домаћи производ у сталним ценама - флеш процена, IV квартал 2022. 31.01.2023. <https://www.stat.gov.rs/vesti/20230131-kvartalni-bruto-domaci-proizvod-u-stalnim-cenama-fles-procena-iv-kvartal-2022/>

¹⁷ Statistika ekonomskih odnosa sa inostranstvom, NBS, <https://nbs.rs/sr/drugi-nivo-navigacije/statistika/>

¹⁸ Statistika ekonomskih odnosa sa inostranstvom, NBS, <https://nbs.rs/sr/drugi-nivo-navigacije/statistika/>

¹⁹ Izvoz porastao na 2 milijarde evra, BizPortal, 23.12.2022. <https://bizportal.rs/biz-it-zona/izvoz-porastao-na-2-milijarde-evra-brnabic-saopstila-lepe-vesti-u-it-sektoru-zabelezen-ogroman-rast/>

²⁰ Регистрована запосленост, 2022. 30.01.2023 <https://publikacije.stat.gov.rs/G2023/Htm/G20231025.html>

²¹ Анкета о радној снази, III квартал 2022. Саопштење број 323 - год. LXXII, 30.11.2022. <https://publikacije.stat.gov.rs/G2022/Pdf/G20221323.pdf>

²² Регистрована запосленост, 2022. 30.01.2023. <https://publikacije.stat.gov.rs/G2023/Htm/G20231025.html>

Prosečna mesečna neto zarada u Srbiji u novembru 2022. je iznosila 78.326 dinara (719 USD), dok je polovina zaposlenih (medijalna zarada) u novembru imala neto zaradu do 59.580 dinara (547 USD).²³ U oblasti Računarsko programiranje, konsultantske i s tim povezane delatnosti prosečna neto plata je bila 242.933 dinara (2230 USD) ili 3,1 puta veća od prosečne i 4 puta veća od medijske neto zarade u Srbiji. Istraživanje „Puls srpske IT zajednice” rađeno 2022. godine je na svom uzorku utvrdilo da je prosečna plata u IT sektoru 1.600 eura, a da 10% zaposlenih zarađuje preko tri hiljade eura.²⁴

U Srbiji je 2022. godine, prema istraživanju RZS, 77% domaćinstava posedovalo računar, 95,6% mobilni telefon, a 56,1% laptop.²⁵ Razlike postoje prema regionima, a i dalje je znatno manje domaćinstava koja žive u ruralnim sredinama, i onih koji imaju prihode manje od 50 hiljada dinara (56,4% sa prihodom između 30.000 i 50.000 dinara, kao i 25,8% sa prihodom do 30.000 dinara), a da poseduju računar. Nastavljen je rast (1,7% u odnosu na 2021.) broja domaćinstava koja imaju pristup internetu, tako da 83,2% domaćinstava ima širokopojasnu internet konekciju (fiksnu 90,9%, a mobilnu 74,4% domaćinstava). Kada je reč o kompanijama, 100% svih kompanija ima pristup internetu, 84% ima svoj sajt, a 28% je svoje proizvode prodavalo preko interneta.

Planirano izdvajanje države za nauku i istraživanje u budžetu za 2023. godinu iznosi 30,4 milijarde dinara,²⁶ što je određeno povećanje u odnosu na 2022. godinu, kada je planirano bilo budžetsko izdvajanje od 26,89 milijardi dinara.²⁷ Ako posmatramo ukupna (ne samo državna) izdvajanja, prema podacima RZS u Srbiji je 2021. godine za naučno istraživanje i istraživačko-razvojnu delatnost izdvojeno 62,3 milijarde dinara ili 0,99% BDP.²⁸ Prema poslednjim dostupnim globalnim podacima države koje su među vodećima po delu BDP koji ulažu u nauku su Izrael (5,4% 2020), Južna Koreja (4,8% 2020) i Švedska (3,53% 2020).²⁹ SAD su izdvajale 3,45% BDP (2020), a Kina je 2021. godine dostigla 2,44% BDP.³⁰ U EU su tokom 2021. godine izdvajanja za istraživanje i razvoj iznosila 2,27% BDP.³¹

²³ Просечне зараде по запосленом, новембар 2022. <https://www.stat.gov.rs/vesti/statisticalrelease/?p=13711&a=24&s=2403?s=2403>

²⁴ Marko Vučetić, Puls Srpske IT zajednice: Plate u IT sektoru i dalje rastu – prosek preko 1600e, Helloworld.rs, 26.09.2022. <https://www.helloworld.rs/blog/Puls-Srpske-IT-zajednice-Plate-u-IT-sektoru-i-dalje-rastu-prosek-preko-1600e/15949>

²⁵ Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji, 2022. <https://publikacije.stat.gov.rs/G2022/Pdf/G202216017.pdf>

²⁶ Zakon o budžetu Republike Srbije za 2023. godinu, Čl. 8, Str. 191. http://www.parlament.gov.rs/upload/archive/files/cir/pdf/zakoni/13_saziv/2503-22.pdf

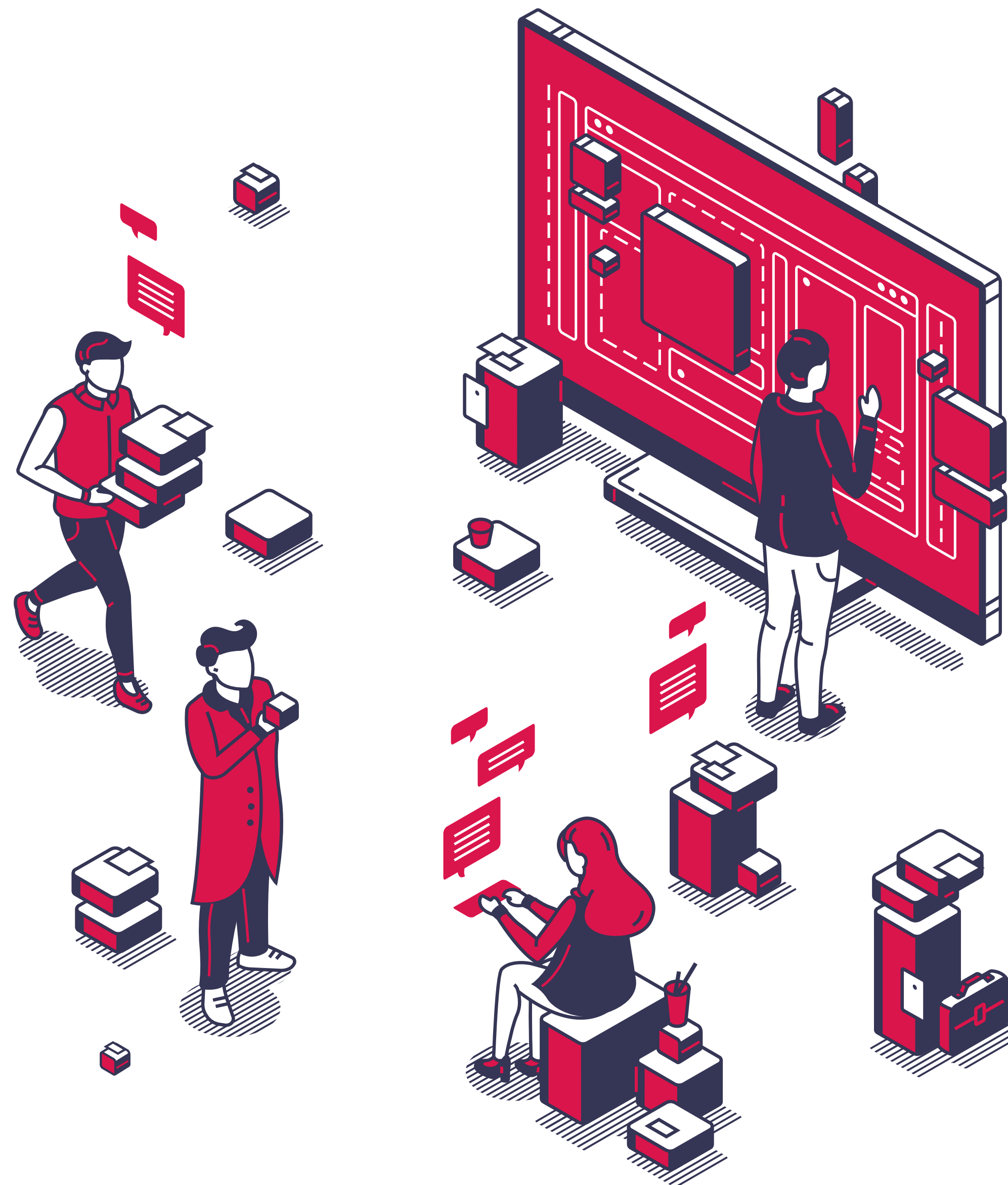
²⁷ Građanski vodič kroz budžet Republike Srbije, 2022, str. 11. https://www.mfin.gov.rs/upload/media/XhuXUy_61ced86c7e83c.pdf

²⁸ Научноистраживачка и развојна делатност, 2021, <https://www.stat.gov.rs/vesti/20220831-naucnoistrazivacka-i-razvojna-delatnost-2021/?s=1001>

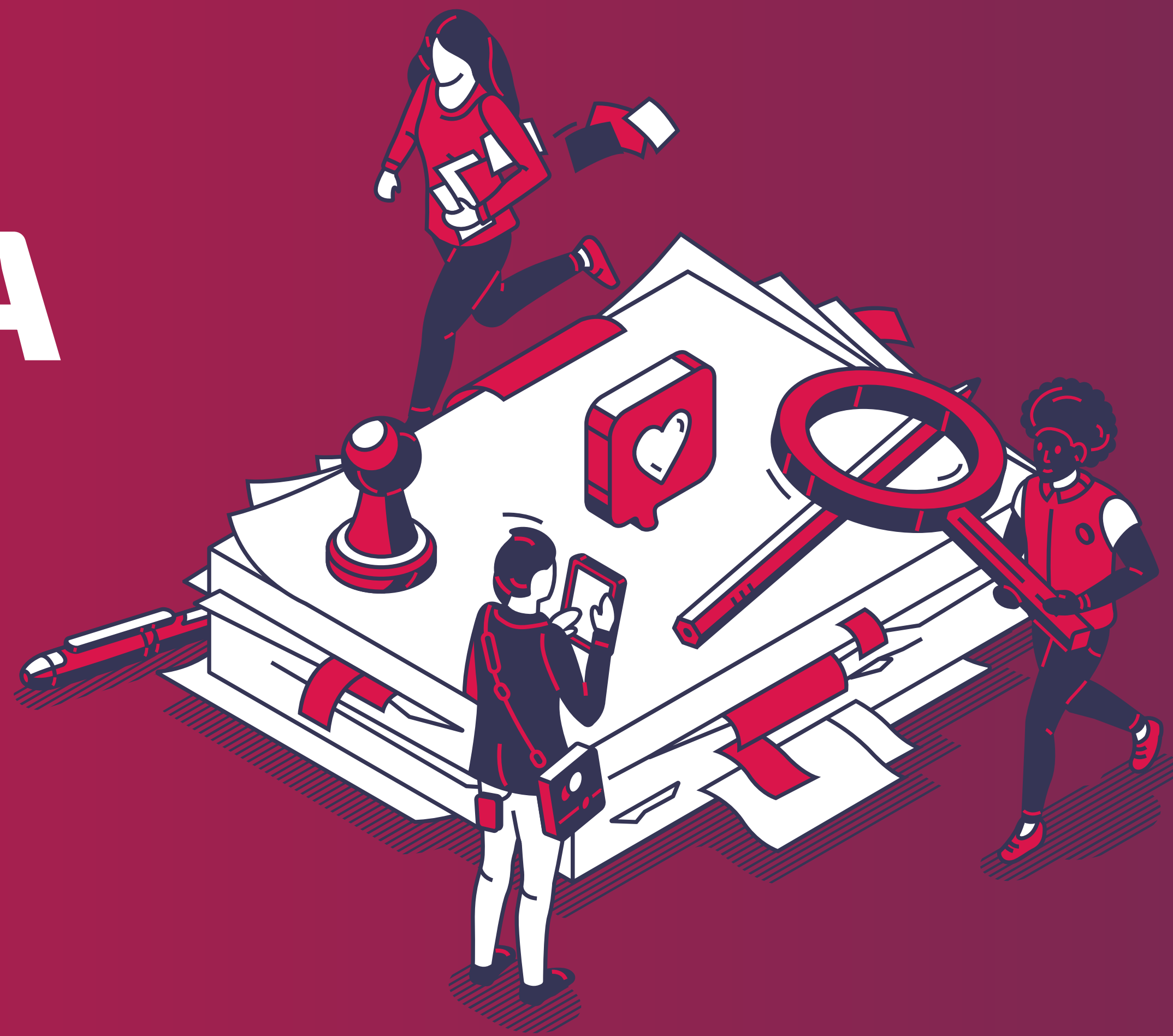
²⁹ Research and development expenditure (% of GDP), https://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS?most_recent_value_desc=true

³⁰ Communiqué on National Expenditures on Science and Technology in 2021, National Bureau of Statistics of China, http://www.stats.gov.cn/english/PressRelease/202209/t20220901_1887829.html

³¹ R&D expenditure, November 2022, Eurostat https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=R%26D_expenditure&oldid=551418



METODOLOGIJA



METODE I INSTRUMENTI ISTRAŽIVANJA

Startup skener 2023. je zamišljen kao redovno godišnje istraživanje koje služi za utvrđivanje stanja našeg startup ekosistema i identifikaciju elemenata koje je neophodno unaprediti kako bi startapi imali što veće šanse za uspeh. Istraživanje je rađeno po ugledu na relevantna međunarodna istraživanja ovog tipa.³²

Startup skener se zasniva na empirijskom istraživanju odnosno sistematski prikupljenim podacima o startapima i iskustvima njihovih osnivača. Istraživanje je realizovano putem prikupljanja kvantitativnih podataka, koji su analizirani statističkom metodom. Pored toga, metoda analize sadržaja korišćena je za kvalitativno istraživanje relevantnih strateških dokumenata i izveštaja.

ŠTA JE STARTAP?

Startup je novoosnovani, inovativni privredni subjekt koji ima potencijal brzog i velikog rasta, odnosno demonstrira potencijal da u doglednoj budućnosti razvije proizvod, uslugu ili proces koji je nov ili značajno unapređen u poređenju sa najboljim trenutno dostupnim rešenjem u svojoj industriji, i koji sa sobom nosi rizik od tehnološkog ili tržišnog neuspeha. Više o osnovnim pojmovima u ovoj oblasti možete naći na [Startup portalu](#)

Iako se prema metodologiji Startup džinoma (Startup Genome) i sličnih organizacija smatra da su startapi kompanije do 10 godina starosti, određene kompanije registrovane su i ranije, ali su sopstvene proizvode počele da razvijaju kasnije. Takođe, određeni timovi su počeli da rade na razvijanju inovativnih proizvoda i usluga mnogo ranije nego što su se formalno registrovali.

U istraživanju su korišćeni primarni i sekundarni podaci. Za prikupljanje primarnih podataka korišćeno je anketno ispitivanje sprovedeno kroz tehniku kompjuterski podržanog online upitnika (CAWI). Anketno istraživanje je sprovedeno u periodu decembar 2022. — januar 2023. godine i

uključilo je 167 startapa. Upitnik je prevashodno sadržao pitanja zatvorenog tipa. Ukupan uzorak iznosi 167, a tamo gde je bio manji, jer pojedini ispitanici nisu odgovorili na neko od pitanja, to je posebno naznačeno u grafikonima. Upitnik je takođe sadržao i pitanja u kojima su ispitanici mogli da biraju više ponuđenih odgovora (tu su rezultati predstavljeni za svaki mogući odgovor kao % startapa u uzorku, a u grafikonima je naglašeno da je postojala mogućnost višestrukog izbora). Sekundarni podaci — već postojeći podaci o startapima u Srbiji i startup ekosistemu, prikupljeni su iz relevantnih dokumenata i drugih raspoloživih izvora.

UZORAK

Određivanje broja startapa u jednom ekosistemu predstavlja veliki izazov s obzirom na dinamičnost kreiranja, razvoja i gašenja startapa. Stoga se o broju startapa često govori u procenama pre nego u definitivnim brojkama. Definisanje broja startapa dodatno otežava česta potreba timova da razvijaju proizvod u tajnosti pre njegovog lansiranja, registracija i raspodela tima startapa u više država, poslovanje pod jednim poslovnim imenom registrovanim u APR-u, njihovo prisustvo u ekosistemu pod imenom proizvoda i slično.

Prilikom istraživanja Startup džinoma koje je sprovedeno 2019. godine u Srbiji, procenjeno je da postoji između 200 i 400 startapa. U okviru mapiranja ekosistema, Inicijativa „Digitalna Srbija” trenutno (februar 2023. godine) u svojoj bazi ima 472 startapa, koji su bili aktivni tokom 2021. i 2022. godine. S tim da se ova cifra ne uzima kao definitivna već se pretpostavlja da je realan broj startapa barem 30% veći i da srpski startup ekosistem u ovom trenutku obuhvata preko 600 startapa.

³² EU Startup Monitor https://www.europeanstartupmonitor2019.eu/EuropeanStartupMonitor2019_2020_21_02_2020-1.pdf, Austrian Startup Monitor <https://austrianstartupmonitor.at/en/>.

ZAHVALNICA

ZAHVALJUJEMO SE SVIM ORGANIZACIJAMA KOJE SU PODRŽALE PROJEKAT I, POSEBNO, MOTIVISALE STARTAPE DA UČESTVUJU U ANKETI.



NAGRADE ZA UČESNIKE ANKETE OBEZBEDILI SU:

