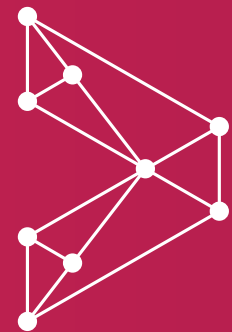




USAID
OD AMERIČKOG NARODA



Inicijativa
**Digitalna
Srbija**

STARTAP SKENER 2024

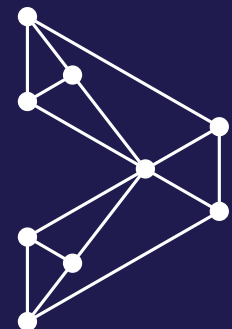
**PREDUZMI
IDEJU**

smisli. pokreni. ostvari.





USAID
OD AMERIČKOG NARODA



Inicijativa
**Digitalna
Srbija**

STARTAP SKENER 2024

Autori:
Marija Vitaz
Tadej Kurepa
Ljuba Ivanović

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

Trenutno stanje i budućnost startup ekosistema u Srbiji	08
Metodologija	10
Metode i instrumenti istraživanja	11
Uzorak	12
Startup ekosistem u Srbiji	13
Profil startapa	14
Lokacija osnivanja i poslovanja	26
Inovacije	29
Ljudski kapital	33
Socijalni kapital startup ekosistema	49
Finansiranje i poslovanje	52
Sistem podrške startupima	59
Izazovi za startape u Srbiji	64
Makroekonomski pokazatelji	66

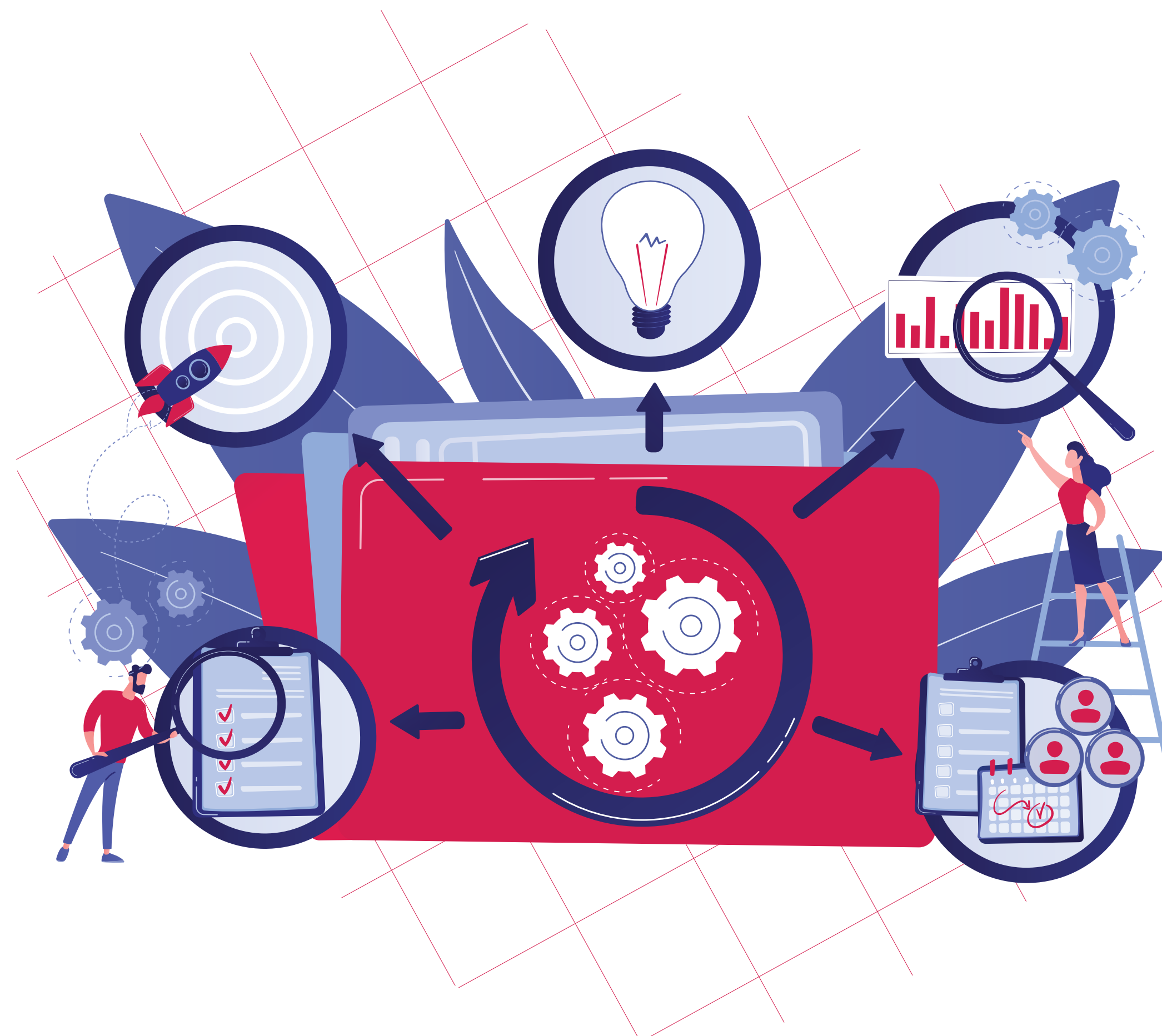
KLJUČNI NALAZI

Srpski inovacioni ekosistem nastavlja impresivan rast, sa preko 300 novih startapa u protekle dve godine. Neželjena posledica brzog rasta je smanjenje zrelosti ekosistema, što naglašava potrebu za unapređenjem postojećih i kreiranjem novih programa i organizacija podrške.

Tri najveća izazova za startape u Srbiji su pristup finansiranju, pridobijanje kupaca i zapošljavanje adekvatnog kadra, posebno u sektoru prodaje.

Najvažniji ciljevi startapa za 2024. su rast prodaje, razvoj proizvoda i rast broja korisnika.

Činjenica da početkom 2024. preko 6000 ljudi radi u domaćem startup ekosistemu, što je 2500 više nego pre dve godine, razlog je za optimizam svih aktera inovacionog ekosistema i uverenje da su znanje i inovacije pravi put za dalji razvoj Srbije.



PROFIL OSNIVAČA

Polovina osnivača (**50%**) se u preduzetnički poduhvat upustila da reši neki problem ili iskoristi tržišnu priliku

Prosečna starost osnivača startapa u Srbiji je 35,2 godine

73% osnivača je znanje bitno za osnivanje i rad startapa steklo kroz prethodno radno iskustvo.

Mladi osnivači, starosti 15 do 29 godina, čine preko četvrtine osnivača koji su učestvovali u istraživanju (**28%**) što je značajan porast u odnosu na prethodne godine (**19%**)

Trećina osnivača (**33%**) su pre trenutnog preduzetničkog poduhvata već učestvovali u pokretanju barem jednog startapa

PROFIL STARTAPA

Preko polovine startapa (**58%**) se priprema za izlazak na tržište kroz MVP i sticanje prvih korisnika, ali je primećen i značajan porast mladih timova u najranijim fazama razvoja koji čine **22%** ekosistema.

Većina startapa (**56%**) je osnovana između 2021. i 2023. godine.

Dve trećine (**64%**) startapa u osnivačkom timu nema ni jednu ženu.

28% startapa koji su učestvovali u istraživanju razvija inovaciju u oblasti hrane, poljoprivrede, biotech-a ili medicinske tehnologije.

36% startapa razvija proizvod u oblasti primene veštačke inteligencije, a **19%** u oblasti obrade i analitike podataka, što reflektuje globalne trendove i rastuće interesovanje za napredne tehnologije.

41% startapa ima barem jednog osnivača koji dolazi iz sektora biznisa ili finansija.

FINANSIRANJE I POSLOVANJE

Na osnovu istraživanja procenjujemo da je u srpskom startap ekosistemu tokom 2023. zaposleno oko **1350** novih članova timova, a da se za 2024. planira preko **3000** novih radnih mesta.

84% startapa planira (dalju) internacionalizaciju u 2024. godini

Većina startapa (**70%**) još uvek nije profitabilna

Četvrtina startapa (**24%**) ima procenjenu vrednost od 1 milion evra ili više, što ukazuje da imaju tržišno prisustvo i prve rezultate

37% startapa plasira proizvode na tržištu Evrope, a **27%** na tržište SAD.

Preko pola startapa (**51%**) planiralo je da u 2023. zaposli nove članove tima u oblasti prodaje, ali je u tome uspelo manje od **10%**

64% startapa razvija proizvod sa namerom da ga plasira na globalno tržište

PODRŠKA STARTAPIMA

Mala zastupljenost "pametnog novca" naglašava potrebu za snažnijom podrškom, poput podsticaja za poslovne anđele, novih izvora finansiranja, razvoja alternativnih finansijskih mehanizama za stimulisanje inovacija i rasta u ekosistemu.

Tri najveća izazova za startape u Srbiji su finansiranje, pridobijanje kupaca i zapošljavanje.

Tri najvažnija cilja za startape u Srbiji su rast prodaje, razvoj proizvoda i rast broja korisnika.

Preko polovine svih ispitanih startapa (**51%**) osim grantova i sopstvenih sredstava do sada nisu imali ni jedan drugi izvor finansiranja.

Organizacije podrške su, po prvi put, jasno prepoznate kao najznačajniji izvori pomoći za osnivanje i razvoj startapa, što potvrđuje njihovu centralnu važnost za napredak inovacionog ekosistema.

Većina ispitanika kao najveće očekivanje od javnih politika vidi poreske podsticaje za ulaganja od strane poslovnih anđela i VC fondova, kao i povećanje transparentnosti i opcija za finansiranje.

UVOD

Startap skener je godišnje istraživanje i sveobuhvatni izveštaj o stanju startap ekosistema Republike Srbije, koje realizuje Inicijativa Digitalna Srbija u okviru projekta "Preduzmi ideju", u saradnji sa USAID i partnerima.

Četvrti po redu, Startap skener 2024 se nadovezuje na istraživanja od prethodnih godina, nudeći kontinuitet u analizi razvoja ekosistema, razumevanja izazova sa kojima se startapi suočavaju i prilika za podršku i unapređenje ekosistema.

Za razliku od prethodnih godina, u kojima je fokus bio na identifikaciji startapa i osnovnih faktora njihovog uspeha, Startap skener 2024 donosi proširenu analizu koja, zahvaljujući kontinuitetu sa prethodnim Startap skenerima, omogućava dublji uvid u trendove, izazove i potrebe inovacionog ekosistema, kao najdinamičnijeg segmenta naše privrede.

Učešćem 201 startapa, Startap skener nastavlja da bude osnovni izvor empirijskih podataka i istraživanje koje nam daje kvalitetnu i sveobuhvatnu analizu domaćeg startap ekosistema.

Nalazi istraživanja ukazuju da naš ekosistem nastavlja da raste velikom brzinom, što se vidi ne samo po porastu udela "mladih" startap timova koji su još uvek u najranijim fazama razvoja, već i po porastu broja osnivača mlađih od 30 godina u ekosistemu. Ova dobra vest sa sobom donosi i potrebu za više podrške u najranijim fazama razvoja.

Naš ekosistem prati globalne trendove i rastuće interesovanje za napredne tehnologije, što najbolje vidimo u porastu interesovanja za razvoj inovacija u oblastima hrane, poljoprivrede, biotech-a i medicinskih tehnologija, kao i razvoja proizvoda u oblastima primene veštačke inteligencije, kao i obrade i analitike podataka. Nažalost, globalni trendovi uključuju i teži pristup finansiranju, porast troškova kapitala, uz pomeranje fokusa za rane investicije, sa MVP razvojne faze na seed fazu.

Startap skener 2024 takođe pruža uvid u to kako se ekosistem prilagođava i razvija u kontekstu globalnih trendova i izazova.

Ovim putem želimo da se zahvalimo našim partnerima na projektu, kao i svim organizacijama koje su podržale ovo važno istraživanje. Posebnu zahvalnost dugujemo osnivačima više od 200 startapa čije je učešće omogućilo da ovo istraživanje bude uspešno sprovedeno.

Njihova spremnost da podele svoja iskustva i uvide ključna je za razumevanje i unapređenje startap ekosistema u Srbiji. Osim toga, želimo da izrazimo zahvalnost svim autorima eseja koji su svojim uvidima doprineli boljem sagledavanju ekosistema, dodajući dodatnu dimenziju našoj analizi.

Moramo razumeti da je dinamični startap ekosistem koji se u proteklih nekoliko godina razvio u Srbiji i dalje u početnoj fazi razvoja i da je vrlo delikatan. Razvoj ekosistema ide ruku pod ruku sa brojnim inicijativama za stvaranje povoljnih uslova za startape, obezbeđivanje razvojne podrške i lakši pristup finansiranju. Sagledavanje najvećih izazova za startape u Srbiji (finansiranje, pridobijanje kupaca i zapošljavanje) i njihovih najvažnijih ciljeva (rast prodaje, razvoj proizvoda i rast broja korisnika) pomoći će da bolje razumemo kako se ekosistem razvija, koje su njegove potrebe i kako kreirati nove i unaprediti postojeće programe podrške koji će na najbolji način podržati njegov dalji rast.

Nadamo se da će ovaj dokument služiti kao temelj za donošenje informisanih odluka, kako za samu startap zajednicu, tako i za kreatore politika, investitore i sve one koji doprinose razvoju inovacija i preduzetništva u Srbiji. Pozivamo vas da zajedno radimo na kreiranju boljih uslova za razvoj preduzetništva u Srbiji, da prevaziđemo izazove i uložimo dodatni napor da nastavimo ubrzani rast našeg inovacionog ekosistema.



Nebojša Bjelotomić

direktor Inicijative "Digitalna Srbija" i
direktor projekta "Preduzmi ideju"

TREKUTNO STANJE I BUDUĆNOST STARTAP EKOSISTEMA U SRBIJI

Istraživanje Startap skener 2024 pokazalo je da domaći inovacioni ekosistem nastavlja impresivan rast od 20% do 30% novih startapa godišnje, pokazujući vitalnost i otpornost, čak i u izazovnim globalnim uslovima i uprkos već poznatim lokalnim izazovima kao što su pristup finansiranju, prodaja i pridobijanje kupaca, te zapošljavanje kadra sa adekvatnim veštinama.

Procenjujemo da je u 2023. godini ekosistem porastao za oko 150 novih startapa, kao i da je na nivou ekosistema zaposleno 1350 novih članova timova. Primetimo da je to manje od planiranih 3000 novih radnih mesta u 2023, i još važnije da je u 2023. godini na nivou startap ekosistema bilo manje zapošljavanja nego 2022. godine, kada je prema našem prošlogodišnjem istraživanju bilo 1600 novozaposlenih. Iako su "godišnji planovi" vrlo često previše optimistični i prirodno je da rezultati budu nešto slabiji, činjenica da je ekosistem u 2023. godini nastavio da raste a da je u tom periodu zaposleno manje ljudi nego u 2022. godini ukazuje na postojanje ozbiljnih izazova sa kojima se ekosistem u celini suočio prethodne godine.

Jedan od najozbiljnijih izazova za ekosistem svako je nedostatak kadra u oblasti prodaje. Prema našem nalazu početkom 2023. godine 51% startapa planiralo je zapošljavanje u sektoru prodaje, a do kraja godine je manje od 10% uspelo da zaposli nove članove tima koji bi se bavili prodajom. Od kako su troškovi kapitala porasli, a pristup finansiranju postao teži, sticanje prvih korisnika, testiranje product-market fit-a, prodajne aktivnosti i marketinške inicijative postale su ključne za rast i razvoj startapa. Ne može se dovoljno naglasiti koliki značaj za srpski startap ekosistem ima zapošljavanje u sektoru prodaje u 2024. godini, koji će biti ili ključni pokretač rasta i širenja poslovanja, ili će postaviti granicu daljeg rasta ekosistema.

Niz parametara, uključujući povećanje broja novih timova u najranijim razvojnim fazama, porast broja osnivača mlađih od 30 godina, manji udeo povratnika iz iznostranstva i netehničkih osnivača, ukazuje na to da je ekosistem u celini postao manje zreo u poređenju sa prethodnom godinom. Da bi brz rast ekosistema bio dugoročno održiv, potrebno je adresirati ključne ograničavajuće faktore. Ako govorimo o učenom smanjenju zrelosti ekosistema, neophodno je obezbediti više podrške (finansije, mentorstva, konekcije) u najranijim fazama razvoja. Već postoje ovakvi programi, kao što su Smart Start Fonda za inovacionu delatnost, Raising Starts Naučno-tehnološkog parka Beograd, ili intenzivni programi učenja, rada i druženja poput ParkUP! programa NTP Beograd i Startap vikenda u organizaciji DSI / Preduzmi ideju, ICT HUB, Tenderly Garage i PwC.

Naši nalazi ukazuju da ovo nije dovoljno i da je potrebno da ovi programi budu masovniji, kao i da se kreiraju novi programi. Pored opisanog uskog grla u periodu ranog razvoja, startapima je potrebna posebna podrška za prelazak iz seed faze u fazu rasta, i na kraju, u ekosistemu je potrebno izgraditi kapacitete za pomoć startapima u rastu prema internacionalizaciji poslovanja i pripremi za seriju A finansiranja.

U toku prethodne godine domaći ekosistem je postao bogatiji i za jedan novi fond preduzetničkog kapitala - VC fond 5th Quarter Ventures, a Inicijativa Digitalna Srbija je organizovala rekordan broj office hours poseta međunarodnih VC fondova koji su došli u Srbiju i na našu preporuku upoznali 52 domaća startapa. Pored navedenog, tokom protekle dve godine mreža poslovnih anđela Inicijative Digitalna Srbija investirala je ukupno milion evra u deset domaćih startapa, od kojih je devet prošlo i kroz Katapult, jedini akcelerator program u Srbiji, koji Fond za inovacionu delatnost organizuje treću godinu za redom. Do sada je 39 startapa prošlo Katapult, i prikupilo ukupno više od 15 miliona evra investicija, kojima je Fond dodao još 4 miliona evra u grantovima za ko-investiranje.

Startap skener identifikovao je pristup finansiranju, pridobijanje kupaca i zapošljavanje kadra sa adekvatnim veštinama kao tri najveća izazova za startape u Srbiji, dok su rast prodaje, razvoj proizvoda i rast broja korisnika najvažniji ciljevi. Za razvoj inovacionog ekosistema u Srbiji ključno će biti adekvatno odgovoriti na ove izazove i pomoći ispunjenje ciljeva, a to je moguće samo kroz dalji razvoj sistema podrške u kome će biti deponovano kolektivno znanje našeg ekosistema. Organizacije podrške su već sada jasno prepoznate kao ključni izvori pomoći, što potvrđuje njihovu centralnu ulogu u napretku ekosistema. Doprinos organizacija podrške ne samo da je prepoznat od strane ispitanika, već postavlja dobru osnovu za buduće strategije i politike razvoja inovacionog ekosistema, naglašavajući potrebu za kontinuiranom podrškom i saradnjom. Ako govorimo o javnim politikama, mimo dalje izgradnje sistema podrške, većina ispitanika kao najveće očekivanje vidi poreske podsticaje za ulaganja od strane poslovnih anđela i VC fondova, kao i povećanje transparentnosti i opcija za finansiranje.

Kada se uporedi sa razvijenim inovacionim ekosistemima, udeo startapa koji dolaze iz akademske zajednice u Srbiji je i dalje nizak, ali u protekloj godini videli smo nekoliko ohrabrujućih primera dobre prakse. To su pre svega programi koje realizuje Fakultet organizacionih nauka (Univerzitet u Beogradu) u okviru projekta Preduzmi ideju: Experts2Mentors, program za unapređenje men-

torskih veština kroz koji je prošlo više od 80 profesora i asistenata dvadesetak fakulteta sa Univerziteta u Beogradu i Kragujevcu, kao i Route2Launch predinkubacioni program kroz koji je prošlo 29 studentskih timova. Takođe, krajem godine je Ministarstvo nauke, tehnološkog razvoja i inovacija kroz program dodele sredstava za akademske inkubatorske programe podržalo projekte 14 konzorcijuma koje čine različiti fakulteti, instituti i naučno-tehnološki parkovi.

Kada govorimo o planovima za 2024. godinu, istraživanje ukazuje da startapi planiraju da zaposle novih 3.000 ljudi, što odražava snažan optimizam svih aktera inovacionog ekosistema i veliki potencijal ne samo za generisanje novih radnih mesta, već i za doprinos širem ekonomskom razvoju. Uspeh našeg ekosistema ne zavisi samo od pojedinačnih uspeha startapa, već i od sposobnosti celokupne zajednice da stvori održiv i dinamičan inovacioni ekosistem koji promoviše inovacije, preduzetništvo i konkurentnost na globalnom tržištu. Kroz sinergiju akademske zajednice, privatnog sektora, državnih institucija i međunarodnih partnera, startap ekosistem u Srbiji ima priliku da se pozicionira kao pokretač ekonomskog razvoja i inovacija u regionu. Strategija za budućnost treba da uključi i jačanje međunarodne vidljivosti i povezivanja srpskog startap ekosistema, kako bi se olakšala internacionalizacija poslovanja domaćih startapa i pristup stranim tržištima. Smatramo da su znanje i inovacije velika prilika za Srbiju i da inovacioni ekosistem može biti motor budućeg razvoja domaće privrede i ekonomije.



Tadej Kurepa,
programski direktor projekta "Preduzmi ideju"



METODOLOGIJA



METODE I INSTRUMENTI ISTRAŽIVANJA

Startup skener 2024. je zamišljen kao redovno godišnje istraživanje koje služi za utvrđivanje stanja domaćeg startup ekosistema i identifikaciju prilika i izazova u ekosistemu, na koje je neophodno odgovoriti kako bi se povećale šanse za uspeh startapa. Istraživanje je rađeno po ugledu na relevantna međunarodna istraživanja ovog tipa.¹

Startup skener se zasniva na empirijskom istraživanju odnosno sistematski prikupljenim podacima o startapima i iskustvima njihovih osnivača. U istraživanju su primenjene kvantitativne metode - prikupljeni podaci su analizirani statističkom metodom. Dobijeni rezultati su interpretirani i dopunjeni kvalitativnim podacima. Ove godine smo nastojali da ostvarimo dublji uvid u stanje ekosistema i stoga smo u Startup skener 2024 uključili eseje eksperata koji su svojim uvidima doprineli boljem sagledavanju ekosistema, pružajući dodatnu dimenziju našoj analizi.

U istraživanju su korišćeni primarni i sekundarni podaci. Za prikupljanje primarnih podataka korišćeno je anketno ispitivanje sprovedeno kroz tehniku kompjuterski podržanog online upitnika (CAWI) sa osnivačima startapa, a prikupljeni podaci su nakon obrade analizirani primenom deskriptivne statističke metode i obrađeni su u programu SPSS. Anketno istraživanje je sprovedeno u periodu decembar 2023. – januar 2024. godine i rezultati Startup skenera 2024 se odnose na situaciju u toku prethodne godine (2023) i planove za 2024. godinu.

Upitnik je prevashodno sadržao pitanja zatvorenog tipa. 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). Dodatno, kod određenih pitanja ispitanici su imali mogućnost izbora opcije "Drugo", koja su im davala priliku da, u slučaju da se ne pronađu u ponuđenim odgovorima, unesu svoj specifičan odgovor, obezbeđujući tako dodatnu preciznost u prikupljanju podataka. Sekundarni podaci – već postojeći podaci o startapima u Srbiji i startup ekosistemu, prikupljeni su iz relevantnih dokumenata i drugih raspoloživih izvora.

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

UZORAK

U istraživanju Startup skener smo ispratili metodološki pristup sličnih inostranih istraživanja, kao i Startup džinoma (Startup Genome), i kao analitičku jedinicu našeg istraživanja odredili startape, odnosno kompanije koje imaju određene karakteristike.

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**.*

Karakteristika startapa je da su to kompanije do 10 godina starosti. Ovde napominjemo da smo imali u vidu da postoji mogućnost da su startup kompanije odnosno startup timovi počeli da rade na razvoju ideje i pre nego što su se registrovali kao kompanije, isto kao i što su neke kompanije bile registrovane, ali su inovativne proizvode i usluge počele da razvijaju znatno kasnije od momenta registracije.

Određivanje uzorka koji će biti obuhvaćen istraživanjem je bilo suočeno sa izazovima koji nisu karakterističan samo za Srbiju, već i za druge ekosisteme. Naime, utvrditi ukupan broj 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, a prisustvo u ekosistemu pod imenom proizvoda i slično.

Prilikom istraživanja Startap džinoma koje je sprovedeno 2019. godine u Srbiji, procenjeno je da u našem ekosistemu postoji između 200 i 400 startapa. U okviru mapiranja ekosistema, Inicijativa „Digitalna Srbija” trenutno (februar 2024. godine) u svojoj bazi ima malo više od 600 startapa, koji su bili aktivni tokom 2022. i 2023. godine. S tim da se ova cifra ne uzima kao definitivna već se pretpostavlja da baza obuhvata oko 80% realnog broja startapa, odnosno da startap ekosistem Republike Srbije u ovom trenutku čini oko 750 startapa.

Imajući u vidu da ne žele svi startapi da dele informacije o svom radu i rezultatima, nije bilo realno ostvariti idealan broj jedinica u uzorku, ali smo nastojali da što veći deo od procenjene veličine startap ekosistema učestvuje u istraživanju. Upitnik tj. link ka online upitniku je prosleđen svim startapima u DSI bazi startapa, kao i organizacijama i programima podrške, relevantnim institucijama, naučno-istraživačkoj zajednici i ekspertima, da ga proslede startapima koji učestvuju u njihovim programima ili su u njihovoj mreži kontakata. Na taj način smo nastojali da dopremo što šireg kruga ispitanika, iz svih delova ekosistema. Kao rezultat ovih napora, ukupno 201 startap je popunio upitnik, što predstavlja 26,8% od procenjenog broja startapa u Srbiji. Imajući u vidu sve navedeno, rezultate predstavljene u Startap skeneru 2024 treba posmatrati ne kao apsolutne vrednosti, već kao pokazatelje glavnih tendencija u startap ekosistemu.



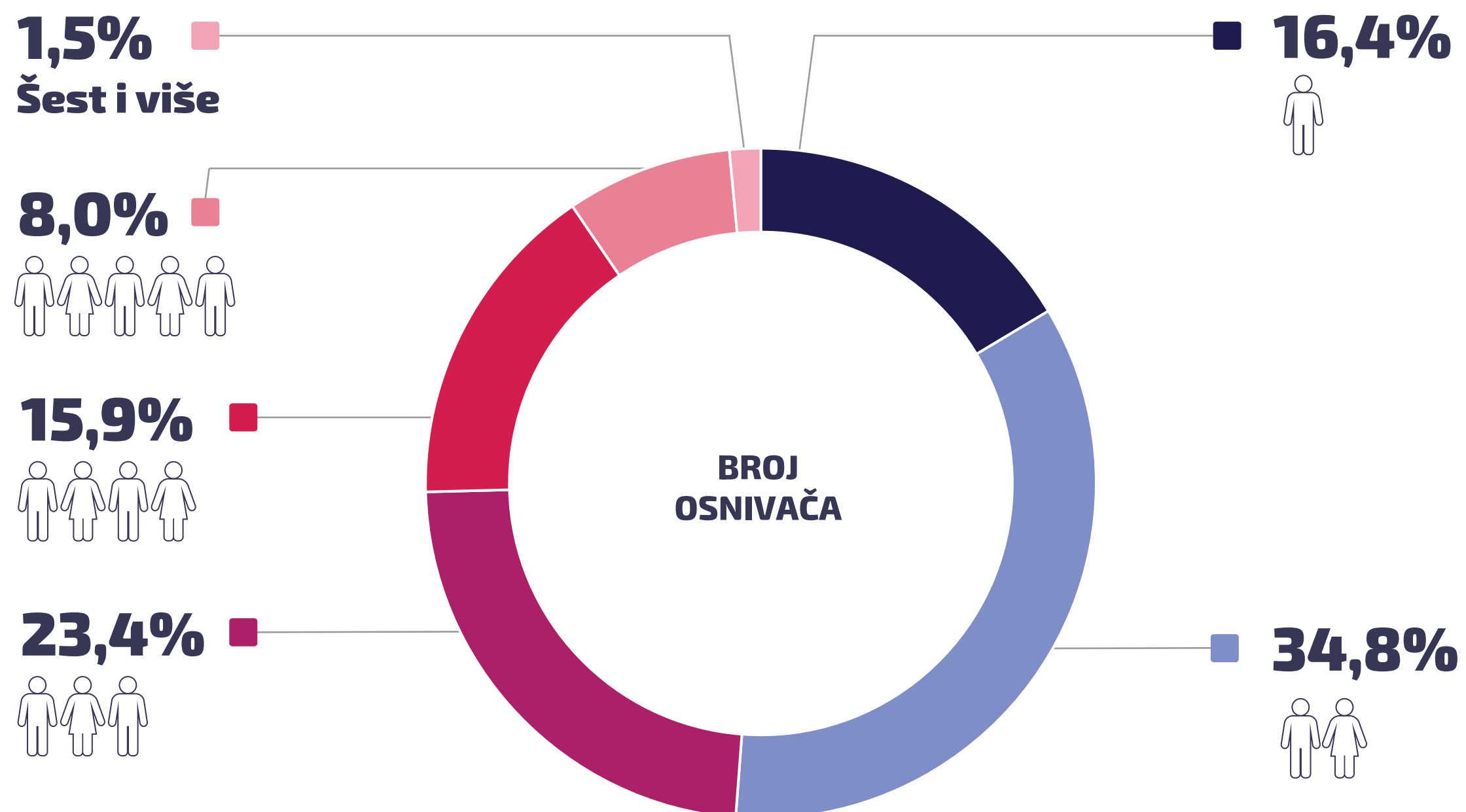
STARTAP EKOSISTEM U SRBIJI



PROFIL STARTAPA

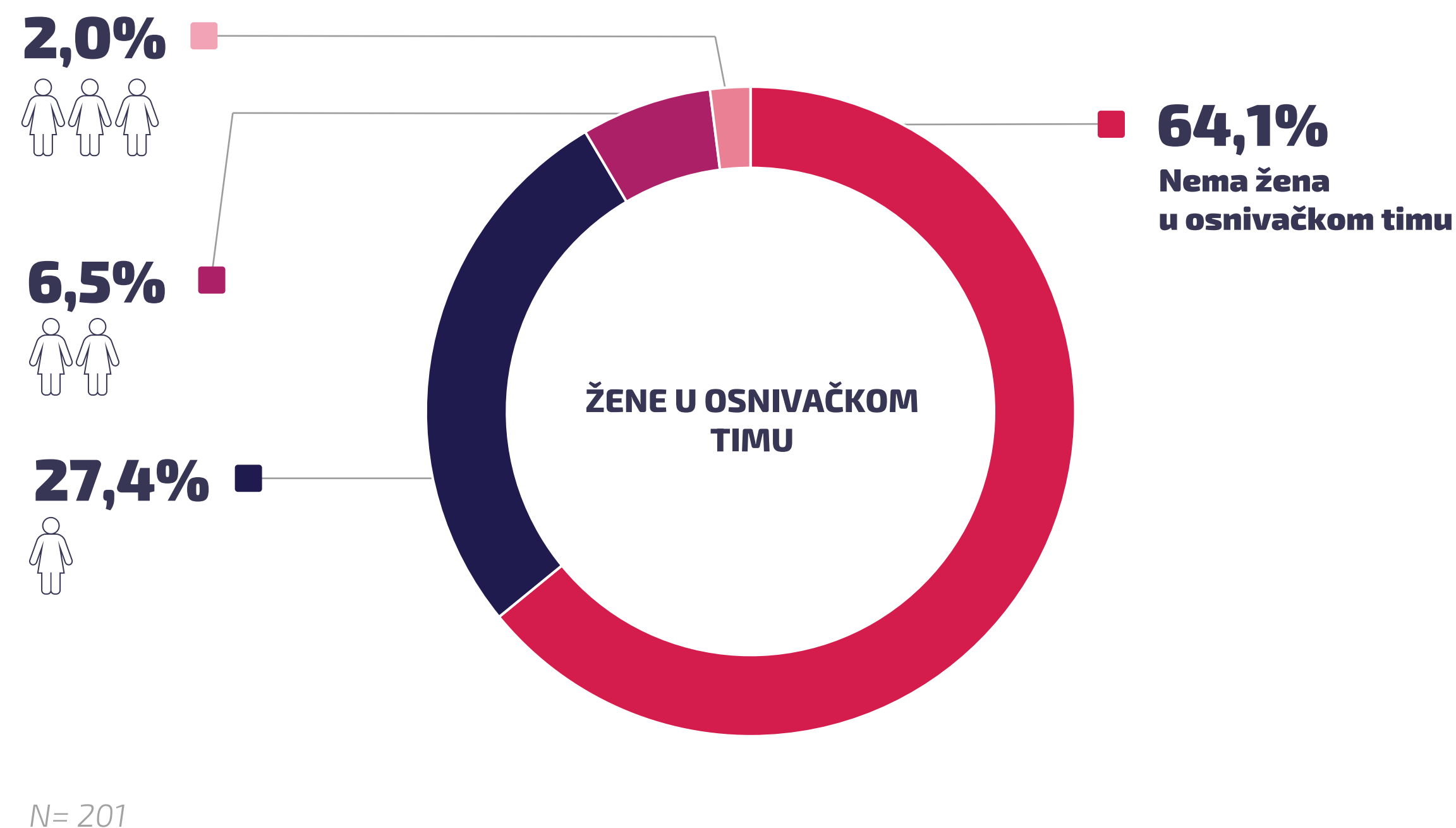
STRUKTURA OSNIVAČKOG TIMA

Uprkos široko prihvaćenom mišljenju da je kreiranje inovativne ideje i postizanje globalnog uspeha često rezultat napora individualnih preduzetnika, istraživanje sprovedeno tokom ove, kao i prethodne dve godine, pokazuje da je osnivanje startapa pretežno timski poduhvat, u čak 83,6% slučajeva. Prosečan broj osnivača po startapu iznosi 2,7, što nam govori da većina ispitanih startapa ima osnivački tim od dva (34,8%) ili tri (23,4%) osnivača, dok je samo 16,4% startapa individualni poduhvat.



N= 201

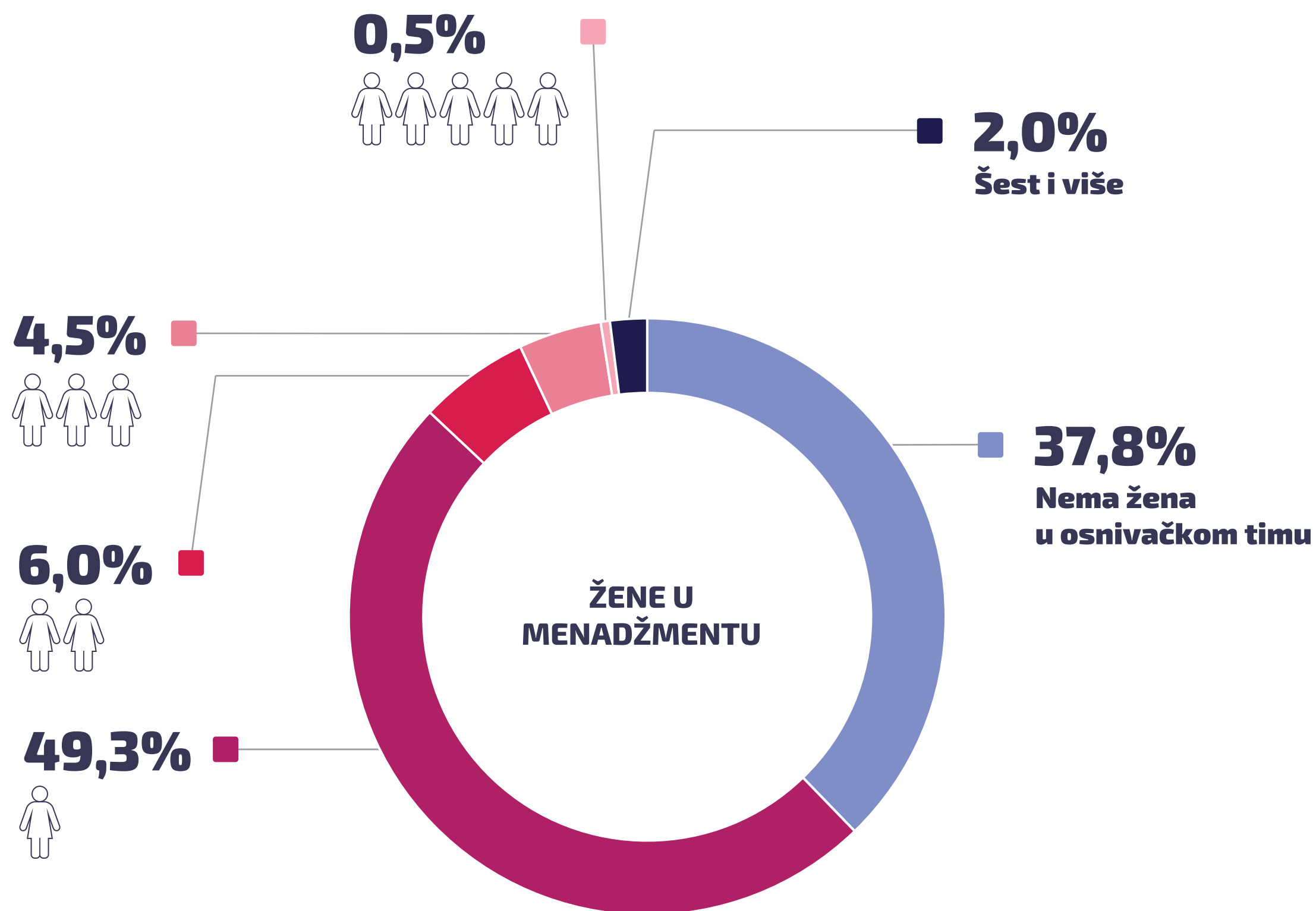
Analizirajući sastav osnivačkih timova prema polu, primećeni trend odnosa broja muških i ženskih članova osnivačkog tima iz prethodnih godišnjih izveštaja, potvrđen je i u ovogodišnjem istraživanju. Većina startup timova ima isključivo muške osnivače (64,1%) što se podudara sa rezultatima European Startup Monitor-a, dok 27,4% startapa u osnivačkom timu ima samo jednu ženu.



² European Startup Monitor 2020/2021

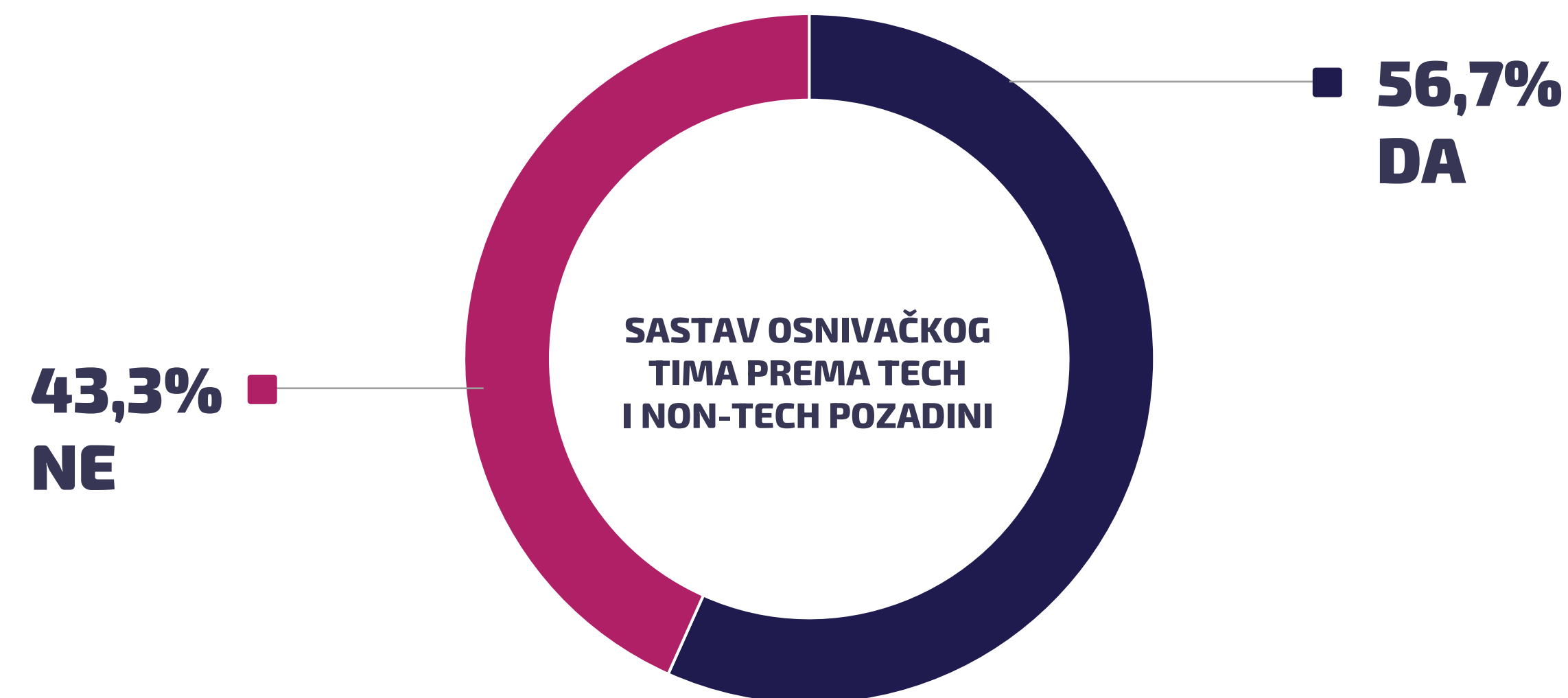
https://www.europeanstartupmonitor2021.eu/_files/ugd/58f704_e4b5004e9ba44b4dbd0b75a893da0e36.pdf

Analizom sastava menadžmenta timova startapa u Srbiji, zapaža se izrazit disbalans u zastupljenosti polova. Upečatljiv nalaz je da 37,8% startapa funkcioniše sa isključivo muškim menadžment timovima, dok je u 49,3% startapa prisutan samo jedan ženski član menadžmenta. Samo 4,5% startapa ima menadžment sastavljen isključivo od žena. Prosečan broj muškaraca u ulozi menadžera po startapu iznosi 2,25, dok je prosečan broj žena 0,98.



N= 201

U kontekstu sastava osnivačkih timova startapa, opšte prihvaćeno mišljenje je da su osnivači startapa pretežno osobe sa tehničkim znanjem i veštinama, poput inženjera, programera i stručnjaka iz oblasti informacionih tehnologija. Međutim, naše istraživanje sprovedeno na uzorku od 201 startapa u Srbiji pokazuje da nešto malo više od polovine (56,7%) startapa ima u svom osnivačkom timu netehničke osnivače koji dolaze iz industrija poput marketinga, biznisa, finansija i kreativnih industrija, dok čak 43,3% startapa čine timovi bez netehničkih osnivača. Podaci iz Startup skenera iz 2023. godine ukazuju da je 63,5% startapa imalo netehničke osnivače, što predstavlja veći procenat u poređenju sa trenutnim istraživanjem. Ako uporedimo apsolutne brojeve, prošle godine smo imali 106 startapa koji su imali netehničke osnivače u uzorku od 167, dok ove godine imamo 114 u uzorku od 201, smatramo da ovi podaci ukazuju da novi timovi, formirani između dva istraživanja, pretežno imaju tehničke osnivače što u ukupnoj slici dovodi do manjeg udela netehničkih osnivača u ekosistemu.



N= 201

Analizirajući stručne oblasti iz kojih dolaze netehnički osnivači startapa, primećujemo da je najveći broj njih (49,1%) sa stručnim znanjem iz oblasti menadžmenta i ekonomije. Sledeće istaknute oblasti su marketing i prodaja, sa 30,4%, odnosno 27,7% netehničkih osnivača (ispitanici su mogli da izaberu više oblasti).

Sve ove oblasti su zastupljenije nego prethodnih godina i primetan je rast 2022/2023/2024 što ukazuje na to da startapi sve više prepoznaju vrednost kombinovanja poslovnog znanja sa tehničkim veštinama radi povećanja šanse za uspeh startup ideje.

STRUČNE OBLASTI NON-TECH OSNIVAČA



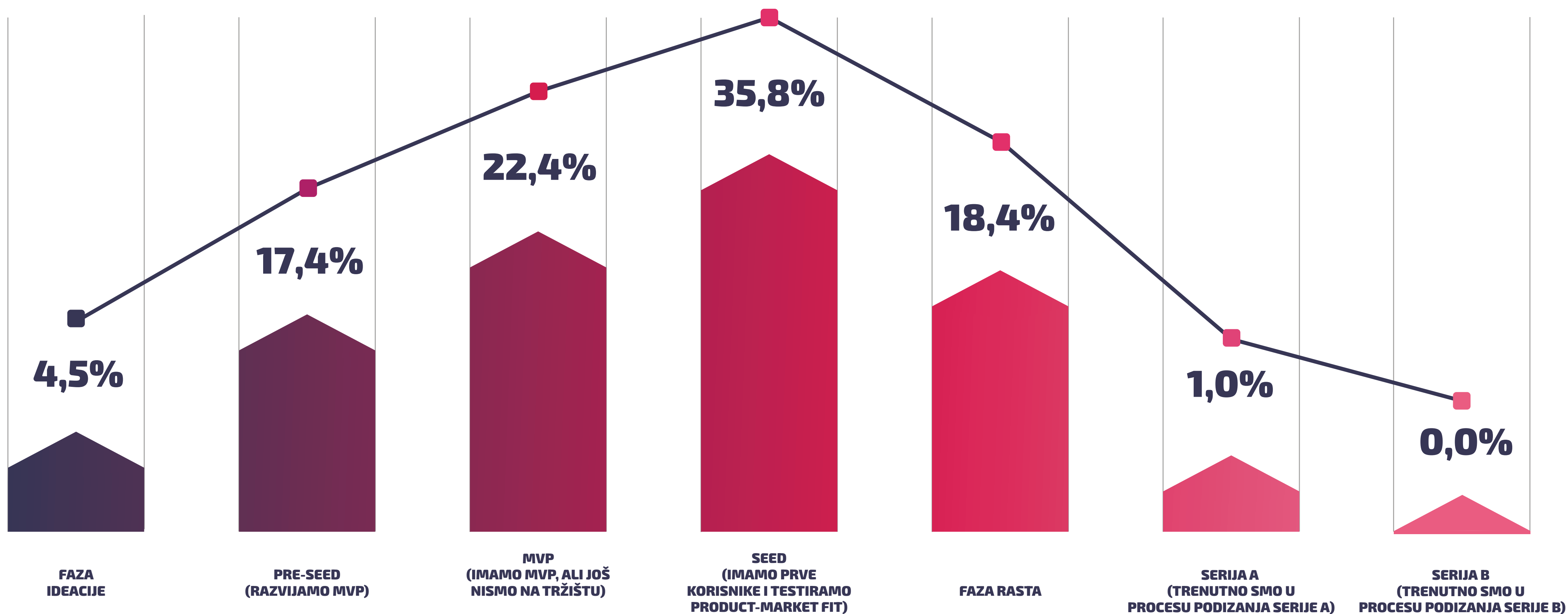
N= 112

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

FAZA RAZVOJA

Startup ekosistem Republike Srbije pokazuje karakteristike intenzivnog rasta, što se ogleda kroz povećanje broja startapa u fazi ideacije i pre-seed fazi. Podaci istraživanja ukazuju da najveći broj startapa (35,8%) trenutno prolazi kroz seed fazu, radeći na usklađivanju proizvoda sa potrebama tržišta, dok je 22,4% u fazi razvoja minimalno održivog proizvoda (MVP), ali još nisu prisutni na tržištu. Ove faze su kritične za validaciju poslovnih ideja i često predstavljaju prekretnicu ka skaliranju i daljem finansiranju.

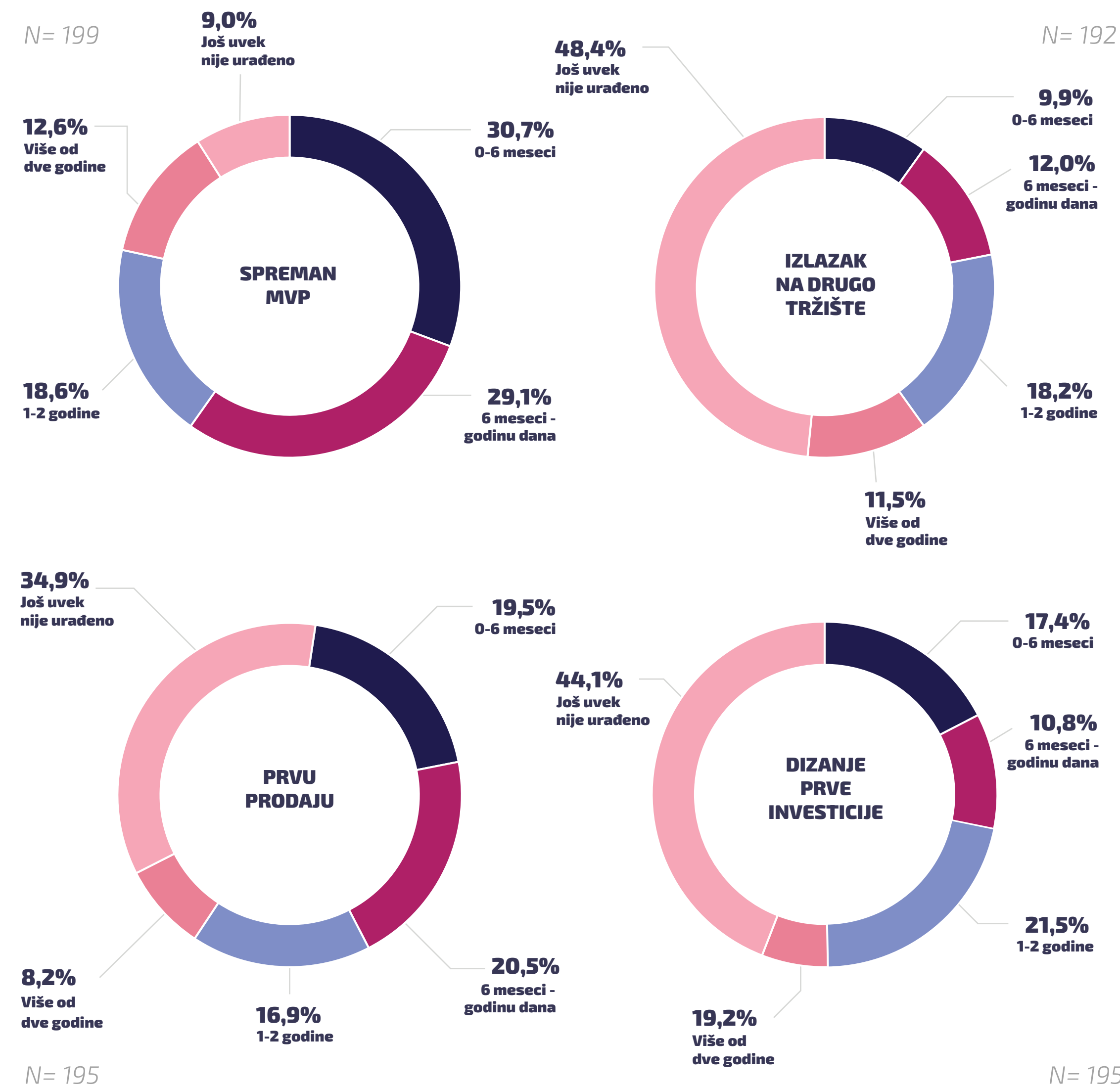
U fazi rasta je 18,4% startapa, dok se svega 1,0% startapa nalazi u procesu podizanja serije A. U apsolutnim brojevima u istraživanju 2023, u fazi rasta je bilo 39 startapa, a u fazi Serije A je bilo 5 startapa, dok je u ovogodišnjem istraživanju 37 startapa izjavilo da je u fazi rasta, a 2 startapa u fazi serije A. Kao što vidimo, u oba slučaja reč je o malom broju startapa, što ukazuje na sporo sazrevanje startapa koji su već prisutni u ekosistemu. Po Startup Džinom metodologiji za prelazak iz faze aktivacije (prva faza razvoja ekosistema) u fazu globalizacije (druga faza razvoja ekosistema) ključni parametri su rast broja startapa i sazrevanje prvih startapa koji mogu da podignu seriju A. Zato smatramo da je pored nastavka rada na intenzivnom rastu ekosistema, potrebno posvetiti dodatnu pažnju startapima koji su u seed fazi, a posebno onima koji su u fazi podizanja serije A.



Istraživanje o vremenskom okviru neophodnom startapima da dostignu ključne razvojne faze donosi uvid u dinamiku napretka startapa u Srbiji. Podaci pokazuju da je većini startapa (30,7%) potrebno manje od šest meseci da pripreme svoj minimalno održivi proizvod (MVP), dok izlazak na tržište i ostvarivanje prve prodaje zahteva nešto više vremena, a polovina startapa (48,4%) još uvek nije izašla na drugo tržište. Značajan broj startapa (34,9%) još uvek nije ostvario prvu prodaju, što je direktno povezano sa činjenicom da je 85,3% startapa koji još uvek nisu ostvarili prvu prodaju formirano pre manje od dve godine. Ovo ukazuje na to da su mnogi od ovih startapa još uvek u ranim fazama razvoja, gde je prioritet uspostavljanje poslovanja i razvoj proizvoda (takođe pogledati segment PERIOD OD OKUPLJANJA TIMA DO REGISTRACIJE). Kada je reč o širenju na nova tržišta, primetno je da manji broj startapa (9,9%) uspeva da napravi ovaj korak već u prvih šest meseci postojanja, međutim gotovo polovina (48,4%) svih startapa koji su učestvovali u istraživanju do sada uopšte nije ni izašla na neko drugo tržište. Kada je reč o podizanju prve investicije, 17,4% startapa uspeva da to postigne u prvih šest meseci od osnivanja. Međutim, većina startapa (44,1%) još uvek nije privukla početni kapital.



OD OKUPLJANJA TIMA, KOLIKO JE BILO POTRENO VREMENA DA IMATE

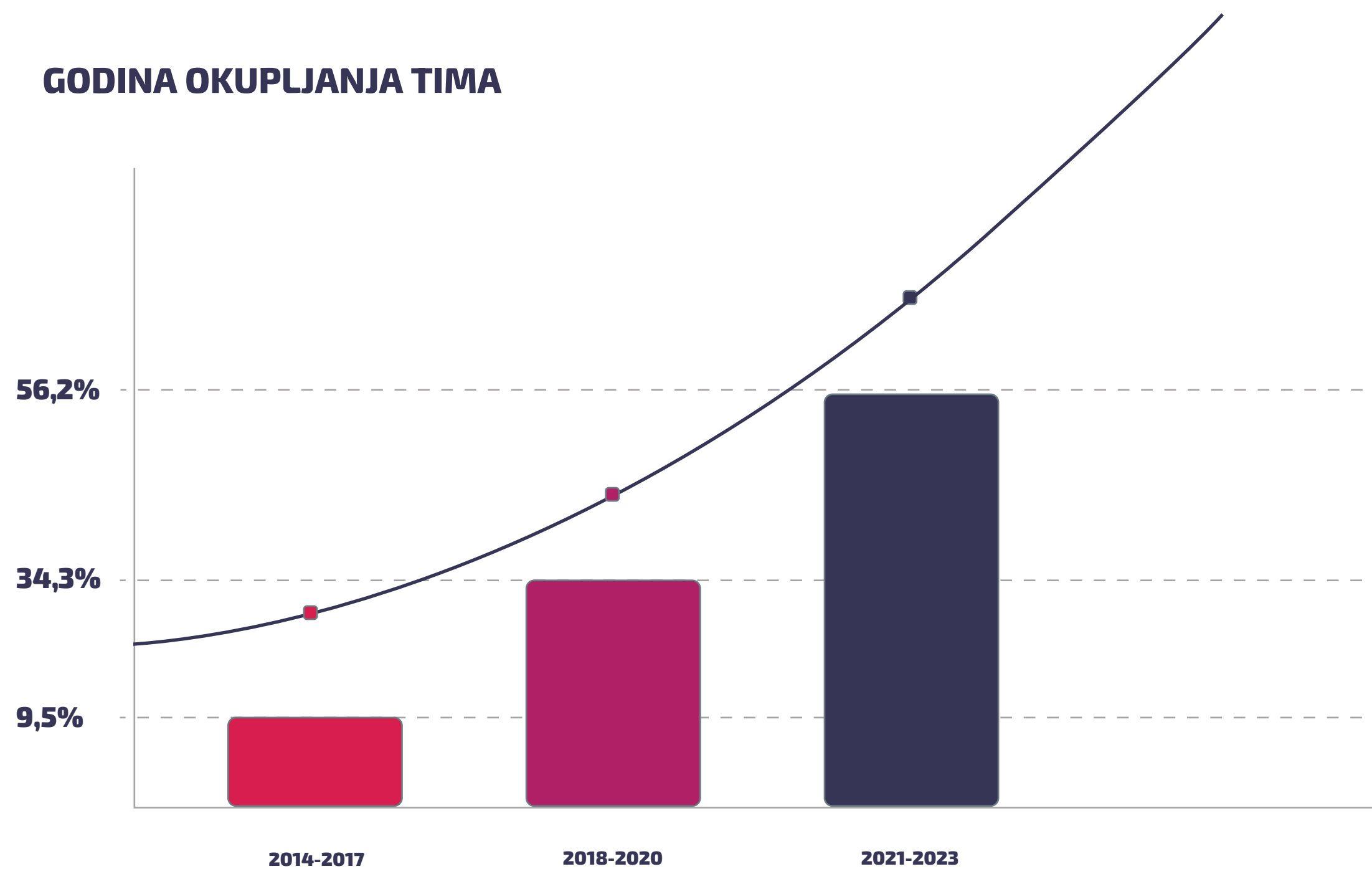


GODINA OKUPLJANJA TIMA I PRAVNI OBLIK

Analiza podataka o godini okupljanja startup timova pruža uvid u brzinu rasta startup ekosistema u Srbiji. Sa 56,2% startapa osnovanih u poslednje tri godine (2021-2023), u poređenju sa 34,3% između 2018. i 2020. godine, i samo 9,5% koji su se formirali između 2014. i 2017. godine, možemo videti tendenciju eksponencijalnog rasta broja startapa u Srbiji. Ovakav uzlazni trend nije samo pokazatelj trenutnog dinamičnog razvoja, već je i osnova za očekivanje nastavka rasta, sa potencijalno još većim brojem startapa koji će se osnivati u narednim godinama.

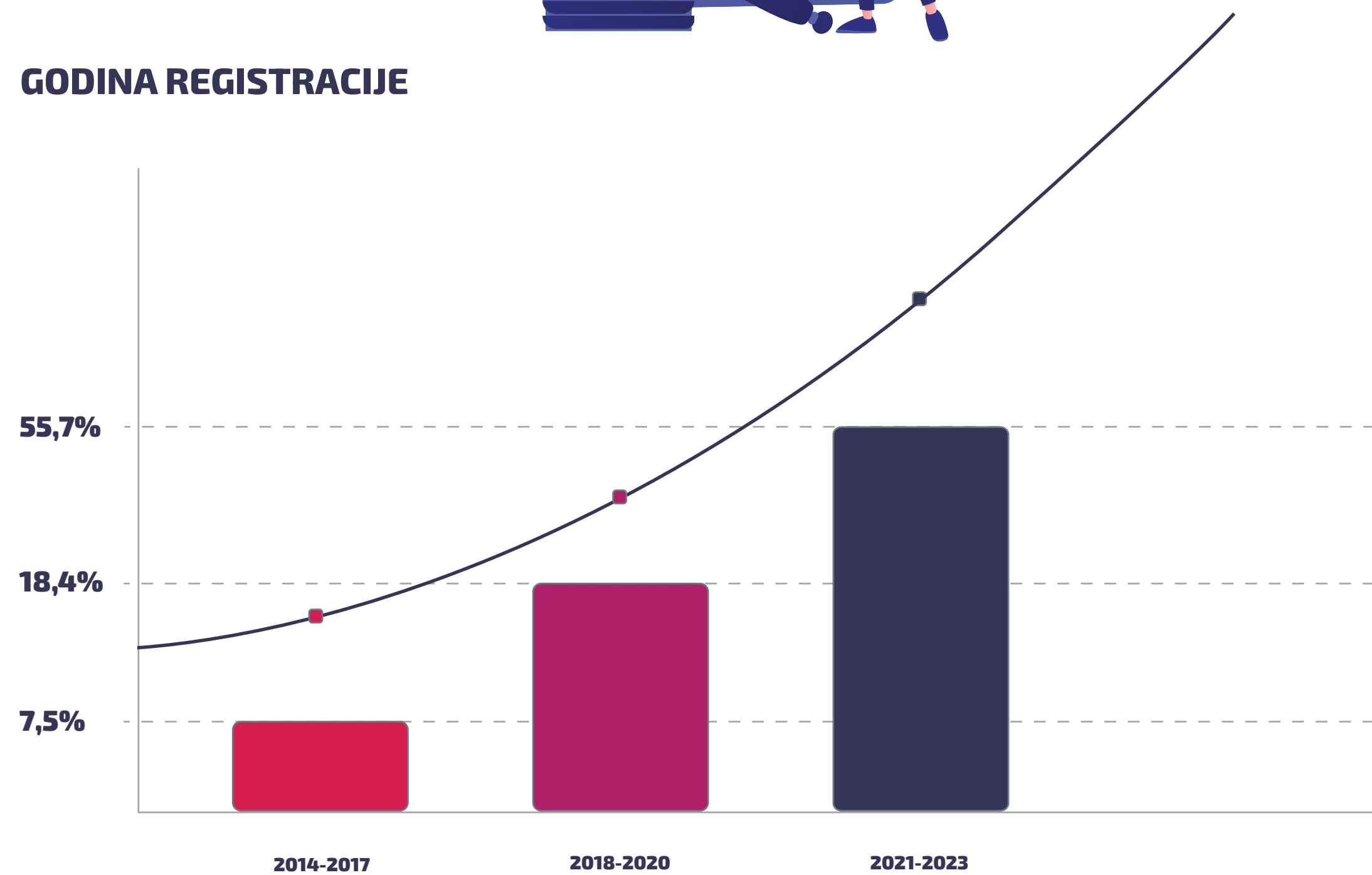


GODINA OKUPLJANJA TIMA



N= 201

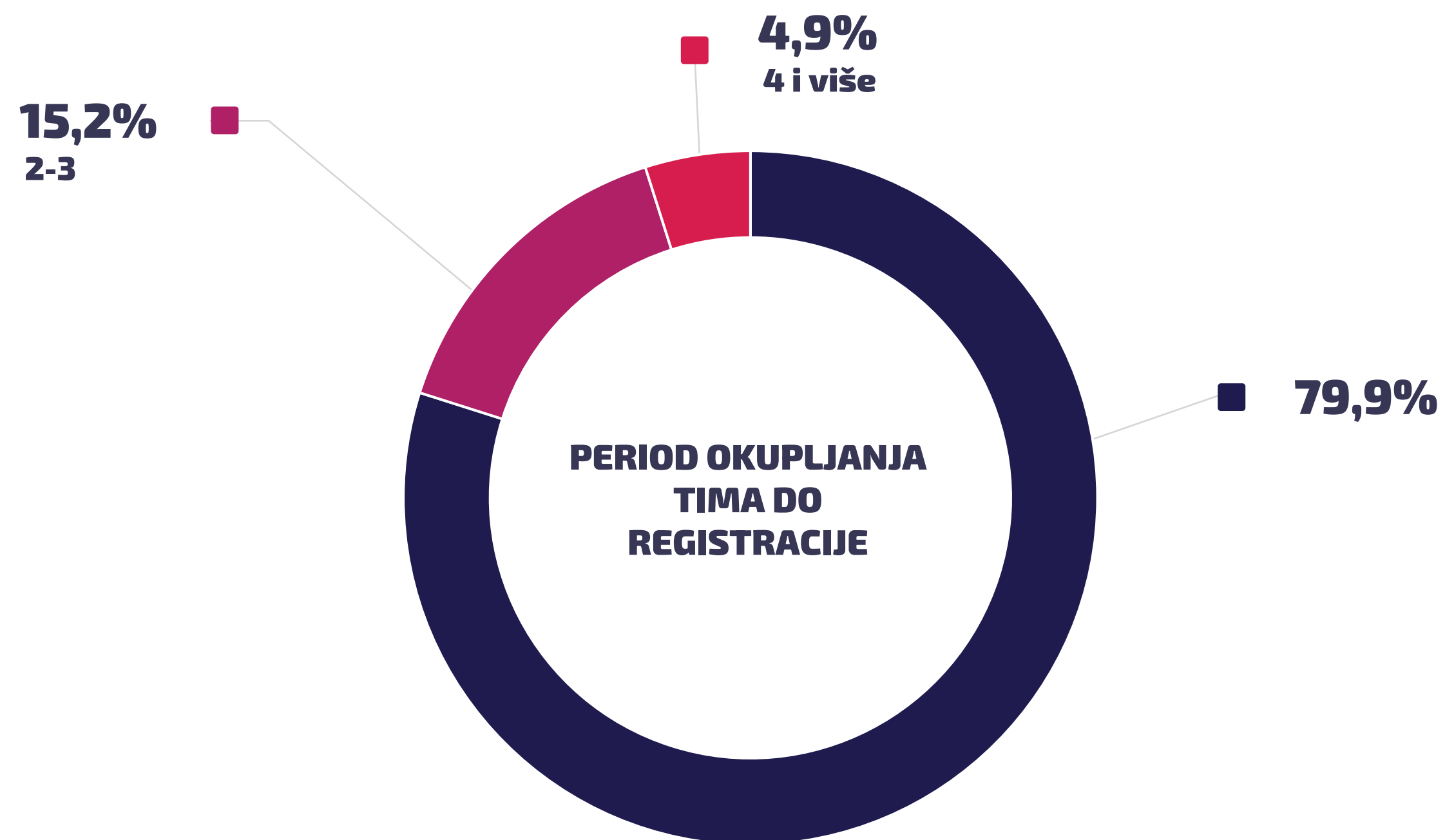
GODINA REGISTRACIJE



N= 164

Analiza perioda od formiranja tima do zvanične registracije startapa pokazuje da se većina startapa, tačnije 65,2%, registruje u periodu od dve godine nakon početnog okupljanja tima. Sa druge strane, postoji i manji procenat startapa koji se registruju između dve i tri godine (18,4%), a i onih koji čekaju četiri ili više godina, što može reflektovati činjenicu da timovi često rade neformalno na razvoju proizvoda i poslovnih koncepata do trenutka kada treba izaći na tržište ili kada se ukaže potreba za spoljnim finansiranjem.

Među startapima koji se još uvek nisu registrovali, 64,9% su timovi koji su se okupili pre manje od godinu dana, što potvrđuje da u ekosistemu postoji značajan broj mladih startapa koji su u početnoj fazi razvoja. Istovremeno, istraživanje pokazuje da se 79,9% startap timova brzo registruje, u roku od godinu dana od okupljanja.



N= 164

Dominantan pravni oblik među startapima u Srbiji je društvo sa ograničenom odgovornošću (D.O.O.), sa značajnih 98,2% startapa koji su izabrali ovu formu poslovanja.

- **98,2%**
D.O.O.
- **0,6%**
Preduzetnik
- **0,6%**
Akcionarsko društvo
- **0,6%**
Drugo

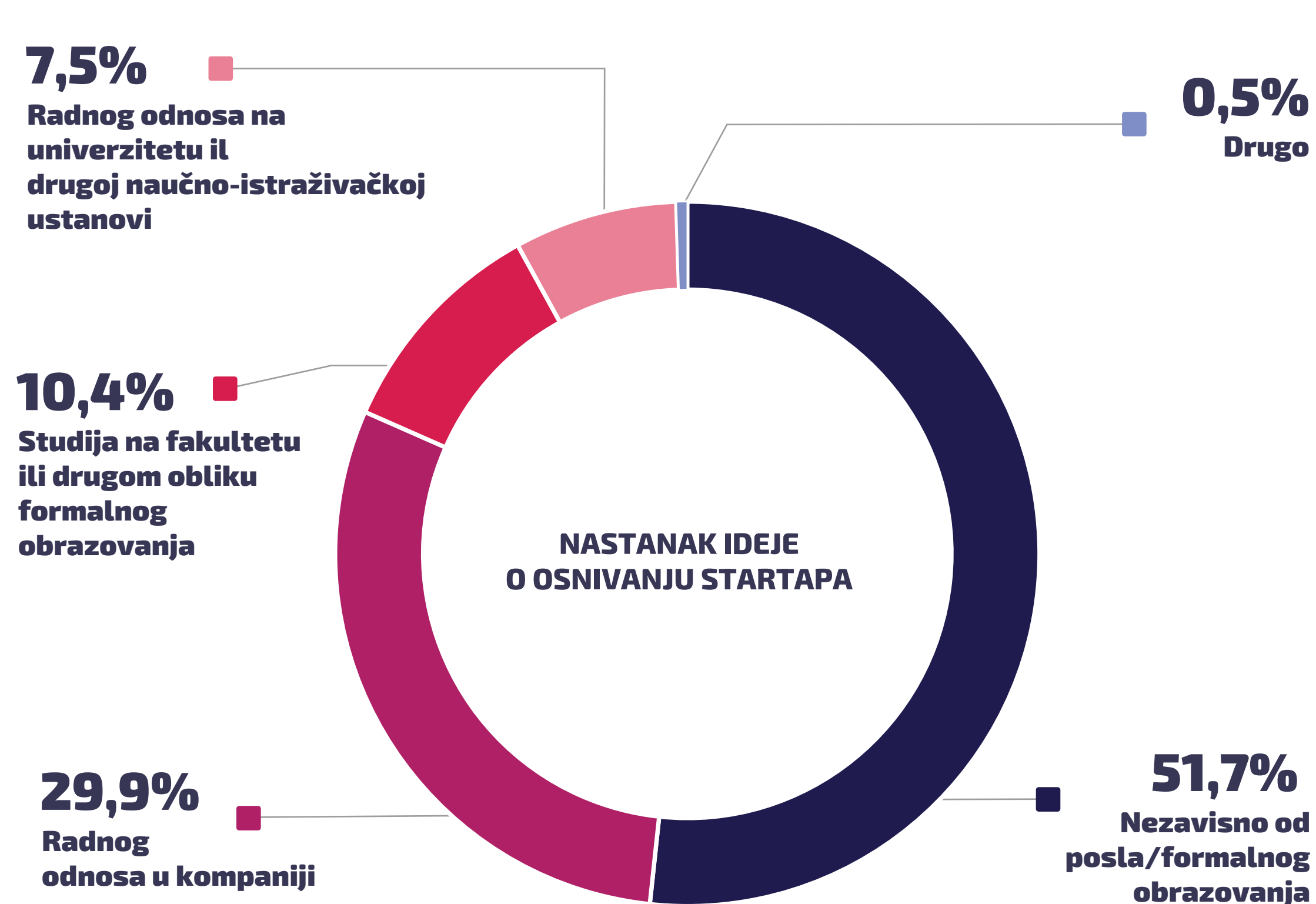


N= 164

IDEJA ZA OSNIVANJE

Svaki startap tim okuplja se oko inicijalne ideje koja predstavlja temelj za razvoj novog proizvoda ili usluge namenjene zadovoljenju tržišnih potreba ili rešavanju određenog problema. Dok inovativna ideja može biti ključni pokretač za stvaranje uspešne kompanije koja privlači investicije, klijente i stvara partnerstva, ona sama po sebi nije garancija za uspeh.

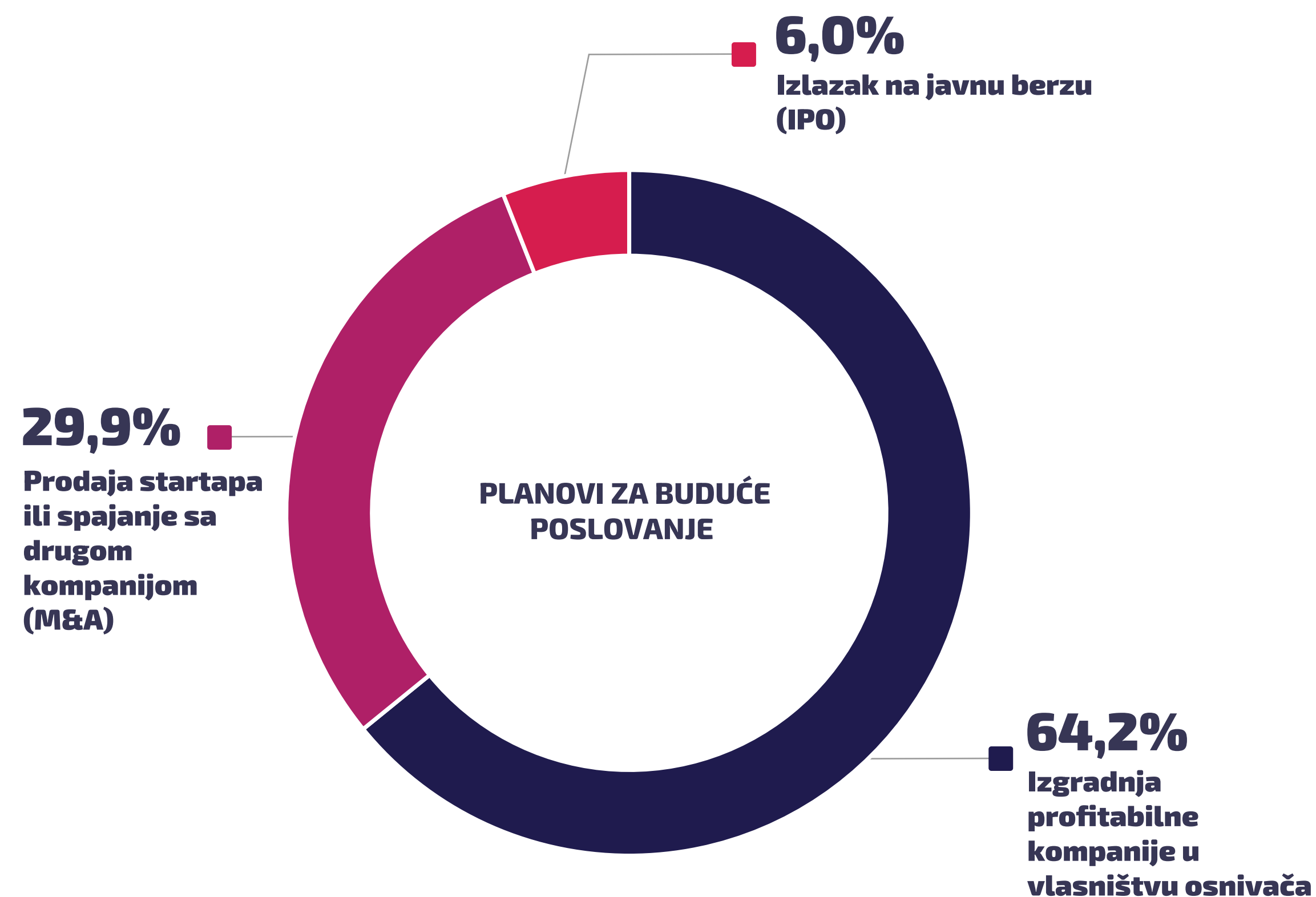
Za transformaciju ideje u uspešan proizvod ili uslugu potrebni su stručni tim, finansijski resursi i vreme za razvoj. Inovacije mogu proizaći iz različitih izvora i inspiracija. Naše istraživanje je pokazalo da je najveći broj startapa (51,7%) došao do ideje nezavisno od posla ili formalnog obrazovanja, što ukazuje na značaj individualne inicijative i preduzetničkog duha. Ideje koje su nastale tokom rada u kompanijama čine 29,9%, što odražava uticaj profesionalnog iskustva na prepoznavanje tržišnih prilika. Kroz formalno obrazovanje ideju je dobilo 10,4% osnivača, a 7,5% kroz rad u naučno-istraživačkim ustanovama, što predstavlja blago povećanje u odnosu na rezultate prošlogodišnjeg Startup skenera. Kada se upoređi sa razvijenim inovacionim ekosistemima, udeo startapa koji dolaze iz akademske zajednice u Srbiji je nizak i potrebno je uložiti dodatni napor da se akademija više uključi u domaći startup ekosistem.



N= 201

PLANOVI ZA BUDUĆE POSLOVANJE STARTAPA

Skoro dve trećine osnivača, sa procentom od 64,2%, teži da izgradi profitabilnu kompaniju u sopstvenom vlasništvu. Ova težnja ostaje u centru preduzetničkih ambicija i odražava tradicionalan pristup osnivanju kompanija. Sa druge strane, skoro trećina startapa, odnosno 29,9%, planira prodaju ili spajanje sa drugim kompanijama. Samo 6% startapa ima u planu izlazak na berzu (IPO), što je u skladu sa prethodno navedenim informacijama da je to korak koji se obično preduzima u kasnijim fazama razvoja kompanije, kada je poslovanje već stabilno i dostiglo određenu veličinu. Ovaj mali procenat istovremeno reflektuje trenutnu fazu razvoja startup ekosistema u Srbiji.



N= 201



dr Ivan Rakonjac

Direktor Fonda za inovacionu delatnost

Evolucija startup ekosistema Srbije

U poslednjih nekoliko godina, Srbija je postala poznata po svojoj rastućoj preduzetničkoj sceni i sveprisutnom entuzijazmu startup zajednice. U tom kontekstu, uloga Fonda za inovacionu delatnost je ključna u podršci tehnološkom preduzetništvu kao pokretaču razvoja inovacija. Unutar našeg startup ekosistema, Fond je prepoznat kao nezaobilazan partner i pravi oslonac za razvoj inovacija mladih preduzeća, koja imaju potencijal da se takmiče na globalnom nivou.

Osnovna misija Fonda je stvaranje podsticajnog okruženja pružanjem finansijske podrške inovativnim preduzećima, istovremeno jačajući veze između akademske i poslovne zajednice. Fokus je usmeren na razvoj novih proizvoda, procesa, tehnologija i poslovnih modela, uz poštovanje najviših etičkih, finansijskih i poslovnih standarda, kao i globalnih normi u poslovanju.

Od početka rada, Fond je imao zadatak da pokrene razvoj inovativnog preduzetništva, stvarajući potrebu za finansiranjem iz same zajednice, koja će ponuditi kreativna rešenja sa tržišnim potencijalom. Kreirajući odgovarajuće finansijske mehanizme podrške, postavljena je osnova za dinamičan razvoj startup zajednice, koja se danas ističe po brojnim organizacijama podrške, razvijenoj infrastrukturi, organizovanim lokalnim i međunarodnim takmičenjima, kao i pristupu različitim izvorima finansiranja.

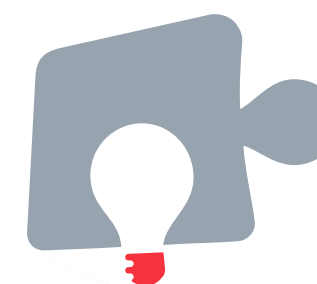
Sposobnost Fonda da identifikuje i pruži podršku perspektivnim timovima i preduzećima sa potencijalom za brz rast u ranoj fazi razvoja je od suštinskog značaja za unapređenje inovacionog ekosistema Srbije. Kroz finansijsku podršku, mentorstvo i umrežavanje sa investitorima, startupima je omogućeno da svoje inovativne proizvode, procese, tehnologije i poslovne modele pretvore u uspešne globalne biznise. Pored direktne finansijske podrške, mentorstvo ima izuzetno važnu ulogu u kreiranju poslovnih modela naših startapa. Dragoceno znanje i iskustvo mentora značajno podiže kvalitet i potencijal startapa, pružajući im neophodnu podršku za uspešan razvoj i pozicioniranje na tržištu.

Poznato je da su startapi na početku razvoja izloženi većim rizicima, što dodatno ukazuje na potrebu za pružanjem podsticaja od strane države. U tom smislu, Fond se kontinuirano, već dvanaest godina uz podršku resornog ministarstva, Evropske unije i Svetske banke prilagođava dinamičnom okruženju i brzim promenama koje se dešavaju u tehnološkom sektoru, jer efektivno ulaže napore da smanji rizik sa kojima se startapi suočavaju u ranim fazama razvoja.

Uprkos izazovima, Fond ima potencijal da adekvatno odgovori na nove trendove i potrebe privatnog i akademskog sektora, pružajući podršku u razvoju proizvoda visoke dodatne vrednosti. Međutim, kompleksnost i delikatnost svakog startup ekosistema zahteva podršku kroz različite faze rasta jednog startapa, posebno u "dolini smrti" - fazi kada startup počinje sa radom, ali još uvek nema dovoljno prihoda da nezavisno posluje. Kako bi pomogao startupima da razviju svoje poslovne kapacitete na viši nivo i povećaju mogućnost privlačenja privatnih investicija, Fond je pored programa podrške startupima u ranoj fazi razvoja, pre tri godine pokrenuo Katapult - prvi srpski akcelerator, koji je već stekao reputaciju u rangu najuticajnijih akceleratora u regionu. Pored toga, za dugoročno ulaganje u startup ekosistem, Republika Srbija ovlastila je Fond da osmisli i pokrene mehanizam kojim se sufinansira uspostavljanje fondova preduzetničkog kapitala, gde će investicije biti primarno usmerene na domaći ekosistem i region. Dugoročni strateški cilj mehanizma je povećanje obima i vrsta privatnog finansiranja koje je dostupno startupima u Srbiji, koji imaju ambiciju da stvore revolucionarna rešenja i koji nastoje da prikupe sredstva u fazama razvoja od "preseed" do serije A.

Uspeh Fonda ne zavisi samo od ulaganja u razvoj inovacija, već i od sinergije sa drugim ključnim akterima u startup ekosistemu, uključujući privatne investitore, akademske institucije, organizacije podrške i samu startup zajednicu. Kroz jačanje ovih veza, Fond širi svoj uticaj i doprinosi stvaranju održivog okruženja za dalji razvoj domaćeg ekosistema. Srbija se sa ponosom izdvaja kao uzor u stvaranju inovativnog ekosistema u regionu. Poslovni model Fonda služi kao inspiracija za druge zemlje kao što su Gruzija, Severna Makedonija i Crna Gora, koje su usvojile isti princip za uspešnu izgradnju podsticajnog okruženja za razvoj inovacija i tehnološkog preduzetništva.

REPUBLIKA SRBIJA
FOND ZA
INOVACIONU
DELATNOST

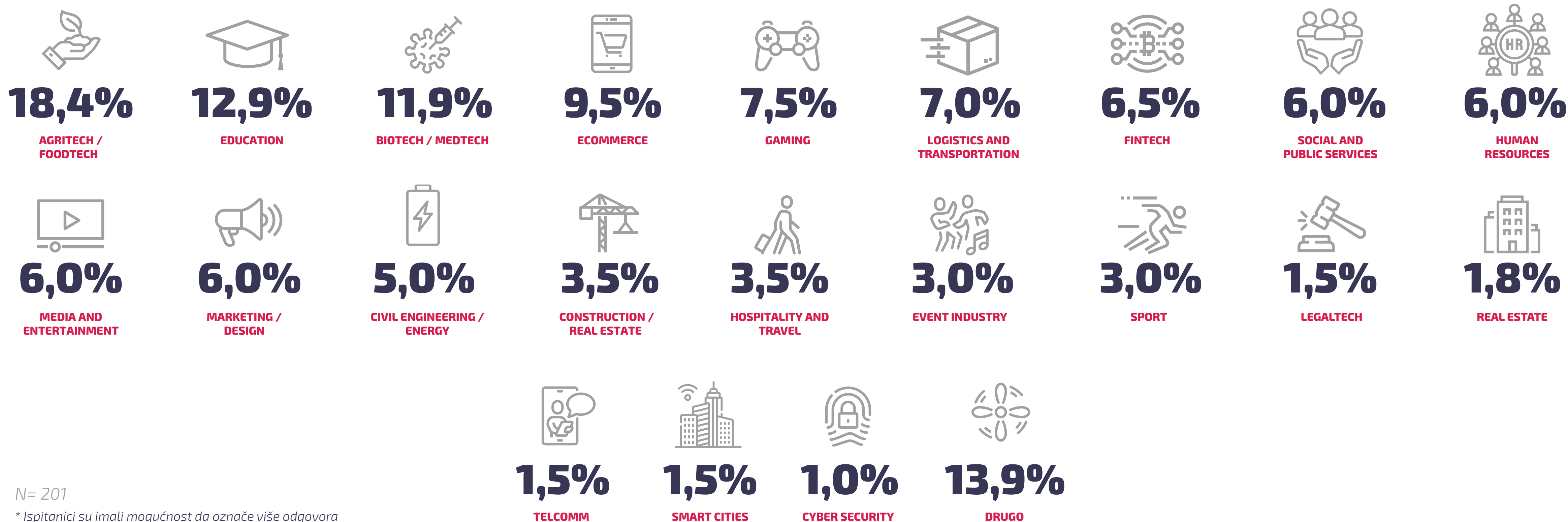


SEKTORI

Raznolikost sektora u kojima startapi najčešće posluju ukazuje na diverzitet sektora unutar startapa. AgriTech i FoodTech se ističu kao vodeći sektori sa 18,4% startapa, jasno pokazujući potencijal za inovacije u oblasti poljoprivrede i prehrambene tehnologije, koje su tradicionalno jake u Srbiji. Biotech i Medtech predstavljaju još jednu ključnu oblast sa 11,9%.

U svim navedenim oblastima vidimo rast sektora u odnosu na prošlogodišnje istraživanje, a posebno značajnu razliku vidimo u sektoru obrazovanja koji je u Startup skeneru 2023 bio zastupljen sa 1,8% a ove godine je 12,9% ispitanika navelo obrazovanje kao industriju u kojoj njihov startap posluje. Startup skener 2024 se ne fokusira na veličinu tržišta ili nivo razvoja startapa unutar različitih industrija, već ima za cilj da identifikuje koje industrije su privukle najveći broj startapa među učesnicima istraživanja.

INDUSTRIJA U KOJOJ STARTAP POSLUJE



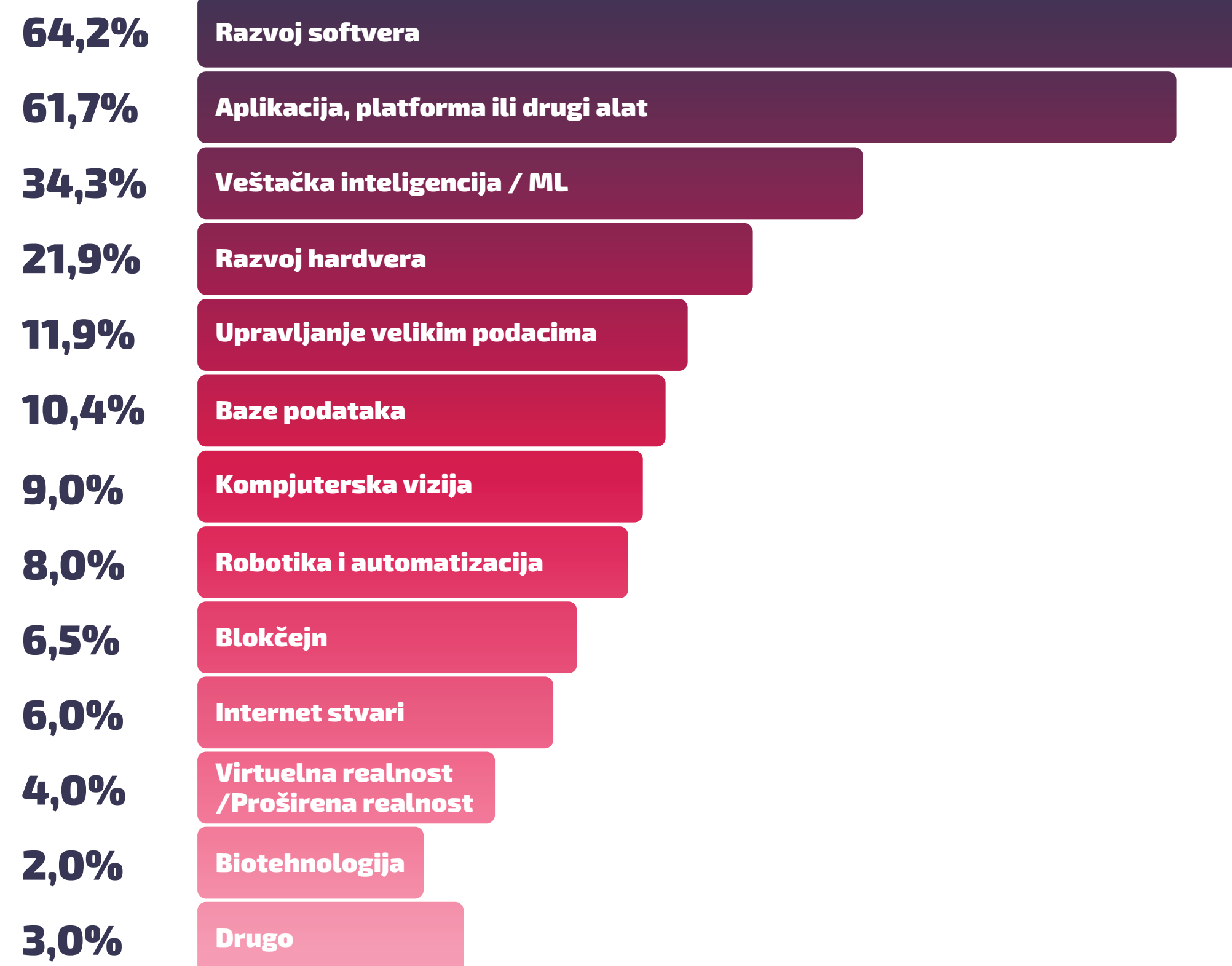
N= 201

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

Pored očekivanog fokusa na razvoj softvera i aplikacija, zapažamo značajnu orijentaciju ka veštačkoj inteligenciji i mašinskom učenju, kao i bazama podataka/upravljanju velikim podacima. Ove oblasti predstavljaju ključne pokretače inovacija unutar ekosistema, reflektujući globalne trendove (Data is the New Oil) i rastuće interesovanje za napredne tehnologije (posebno za AI). Značajno interesovanje postoji i za razvoj hardvera (21,9%), što ukazuje na povećanje broja inicijativa usmerenih na fizičke proizvode. Tehnološka usmerenost u domaćem startap ekosistemu jasno odražava duboko ukorenjen fokus na tehnološki napredak i inovacije.



TEHNOLOŠKA OBLAST RAZVOJA STARTAPA



N= 201

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora



Mladen Jovanović

AI Architect

Dobrodošli u eru generativne veštačke inteligencije

Prethodna godina biće zapamćena po proboju velikih jezičkih modela (eng. LLM - Large Language Models) na svetsku scenu, ne samo u domenu AI i startapa već i znatno šire. ChatGPT, lansiran krajem novembra 2022. godine, svoju punu zrelost dosegao je 14. marta 2023. izbacivanjem na tržište, za sada još neporaženog, GPT-4 modela. Koliko je konkurencija nemilosrdna, govori i podatak da trenutno postoji oko 50k open source modela koji se bore da preuzmu tron.¹ Sa malo manjom publikom, ali nikako manje značajnom, dolaze i text-to-image modeli, koji su svoj uspon među (ne samo tech) populacijom imali malo ranije.

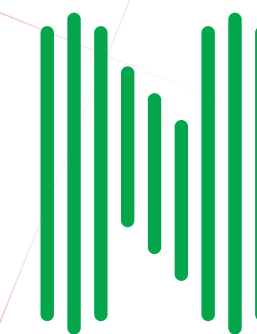
Jednom rečju nalazimo se u eri generativne veštacke inteligencije (eng. Gen AI) gde je generisanje sadržaja nadohvat ruke, bez obzira da li je u pitanju tekst, slika, video, ili programerski kod. Ovakav tektonski pomak u svetu veštačke inteligencije nije bio još od 2012. kad su duboke neuronske mreže stupile na scenu i napravile ogroman proboj na polju kompjuterske vizije (eng. computer vision).

Zašto je ovo važno? Za razliku od 2012-te, kada je napredak bio najevidentiji u akademskim i industrijskim krugovima, danas imamo alat (ChatGPT) u rukama koji svako može da koristi i poboljša svoju produktivnost. Dodatno, iz ugla poslovanja, izuzetno je važno razmisliti o inkorporisanju tehnologija koje su tek u začetku i pripremiti ekosistem za takav scenario.

Nije tajna da je Gen AI trenutno jedna od ključnih reči za startup osnivače kojom se žele privući investitori. Potrebno je dosta pažnje posvetiti za temeljno razumevanje tehnologije, koje potom treba da bude ispraćeno i ozbiljnom analizom trenutnog stanja proizvoda / usluge koja se razvija. Nezavisno od industrije, velika je šansa da veliki jezički modeli mogu pomoći u tome. Jezički modeli ne predstavljaju samo alate za sumarizaciju / generisanje teksta. U njima se krije inherentno znanje svih podataka na kojima su trenirani. Isto tako važno je razumeti da ti podaci nose i dosta pristrasnosti (eng. bias)

Sa čisto tehničkog stanovišta, razvija se jedna (diskutabilno) nova oblast Prompt Engineering-a, koja predstavlja skup znanja sa ciljem što efikasnijeg izvlačenja odgovora od strane velikih jezičkih modela. Za jedne, to predstavlja fundamentalnu veštinu, dok za druge, prolaznu popularnost na koju treba previše obraćati pažnju. Kakogod, implementacija i integracija LLM-ova nosi sa sobom svoje osobenosti. Svakako se otvaraju vrata za rešavanje kako novih tako i starih problema, ovim novim alatom.

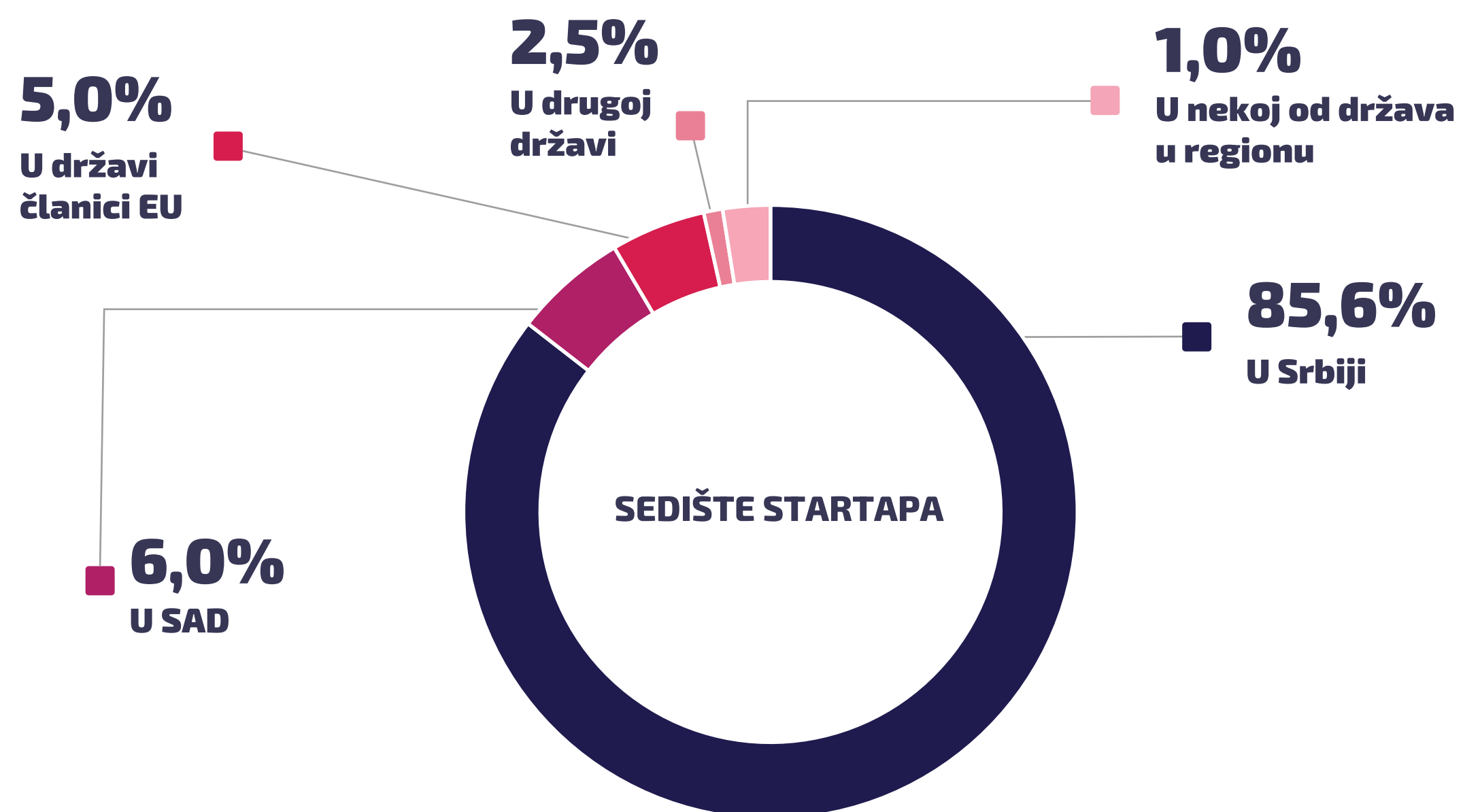
¹ https://huggingface.co/models?pipeline_tag=text-generation&sort=trending



Nortal

LOKACIJA OSNIVANJA I POSLOVANJA

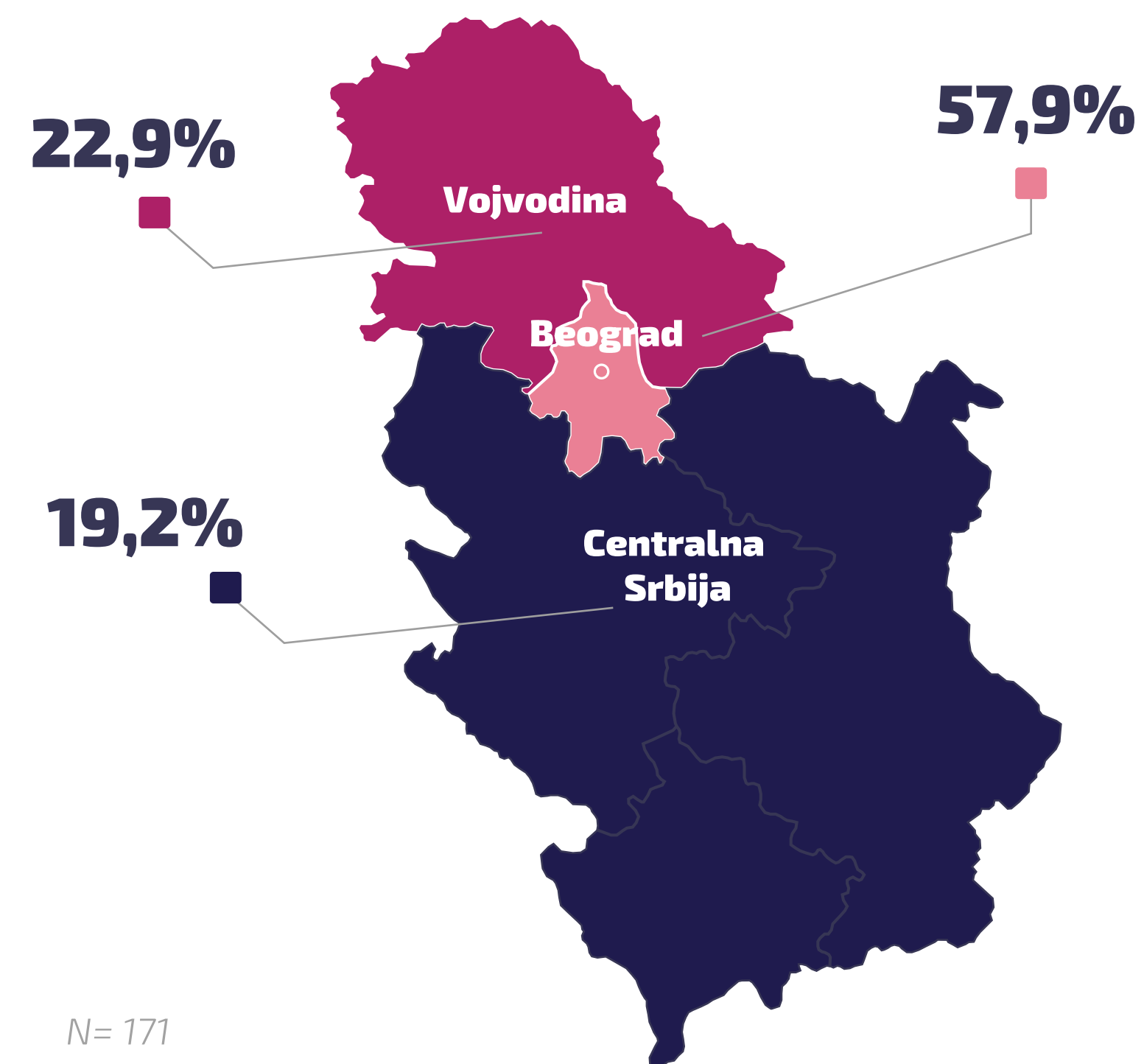
Većina startapa, i dalje bira da svoje sedište ima u Srbiji, sa udelom od 85,6%. Ovo predstavlja blagi porast u poređenju sa prošlogodišnjim podatkom od 82,6%. Zabeleženo je i da mali broj startapa, 5,0%, ima sedište u državama članicama EU, što implicira kontinuitet u odnosu na prethodni Startap skener. Pretpostavka je da su to isti startapi koji su već bili prijavljeni u državama članicama EU prema prošlogodišnjem Skeneru, bez značajnog priliva novoregistrovanih startapa u EU tokom 2023. godine. Slična situacija je i sa startapima koji su se registrovali u SAD (6,0%), a ostatak startapa, sa procentom od 2,5%, izabrao je registraciju u drugim državama, što može biti motivisano različitim faktorima kao što su specifični zahtevi investitora, lakši pristup korisnicima ili pojednostavljeni i brži administrativni procesi.



N= 201

*Pod "Državama u regionu" se podrazumeva Severna Makedonija, Crna Gora, Bosna i Hercegovina, Albanija

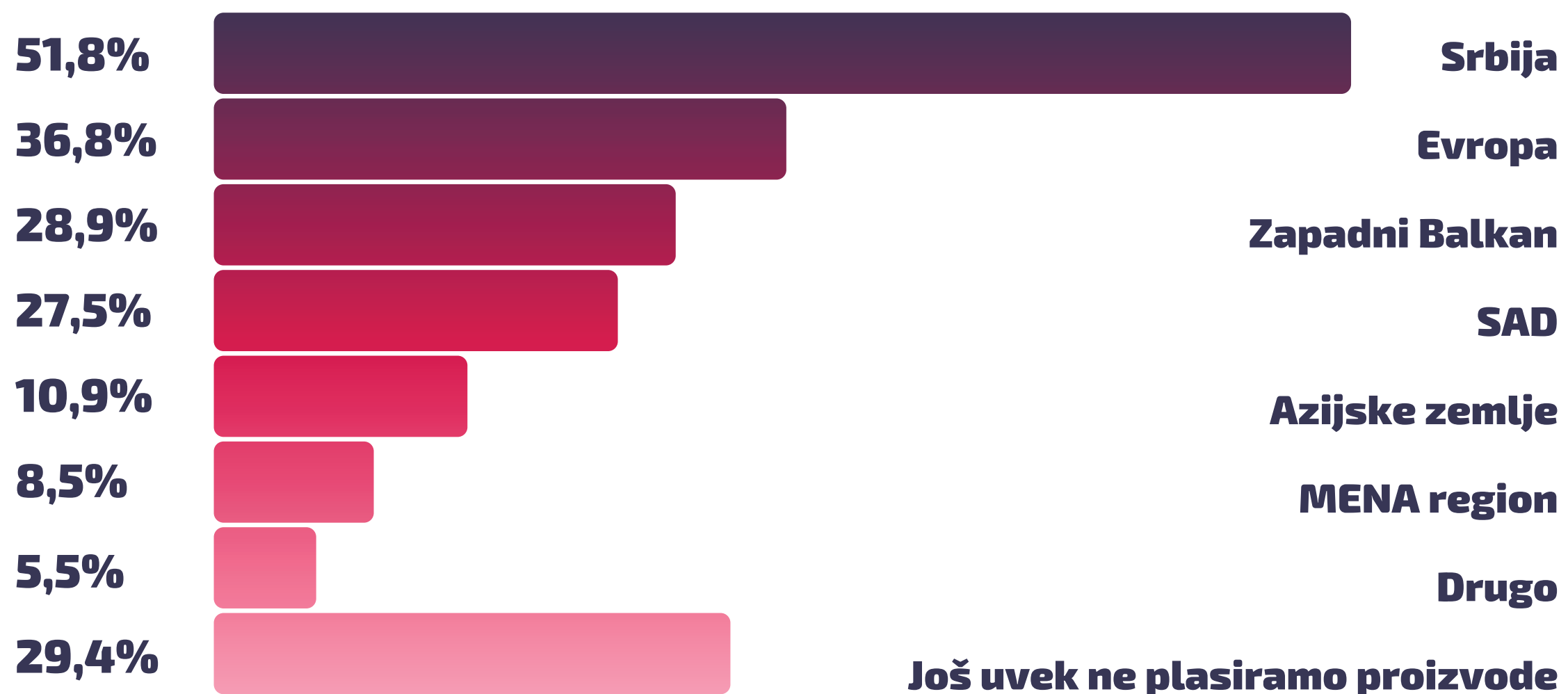
Analiza distribucije sedišta startapa po regionima i gradovima u Srbiji ukazuje na značajnu koncentraciju u regionu Grada Beograda, sa 57,9% startapa koji su izabrali glavni grad za svoje sedište. Ovo odražava status Beograda kao poslovnog i tehnološkog jezgra zemlje, sa najrazvijenijom infrastrukturom i najvećim pristupom resursima. U skladu sa statističkom podelom regiona u Srbiji, odgovori startapa su organizovani tako da prikazuju zastupljenost i distribuciju po pojedinim regionima. Vojvodina, kao drugi po veličini region prema broju startapa, ima značajnu zastupljenost sa 22,9%, dok startapi iz Centralne Srbije čine 19,2% uzorka što naglašava rastuće interesovanje za preduzetništvo i inovacije.



N= 171

Tržišta na kojima posluju srpski startapi pokazuju potrebu da se proizvod prvo testira u poznatom okruženju, pa tako polovina startapa (51,8%) posluje na tržištu Srbije, a četvrtina (28,9%) u drugim zemljama Zapadnog Balkana. Od inostranih tržišta značajne destinacije za srpske startape su Evropa (36,8%) i SAD (27,5%). Pored toga, Azija i MENA region sa 10,9% i 8,5% odražavaju globalne aspiracije srpskih startapa. Ipak, skoro trećina startapa, 29,4%, još uvek nije ni počela sa plasmanom proizvoda, što sugeriše da se veliki broj startapa još uvek nalazi u najranijim fazama razvoja.

TRŽIŠTA PLASIRANJA PROIZVODA

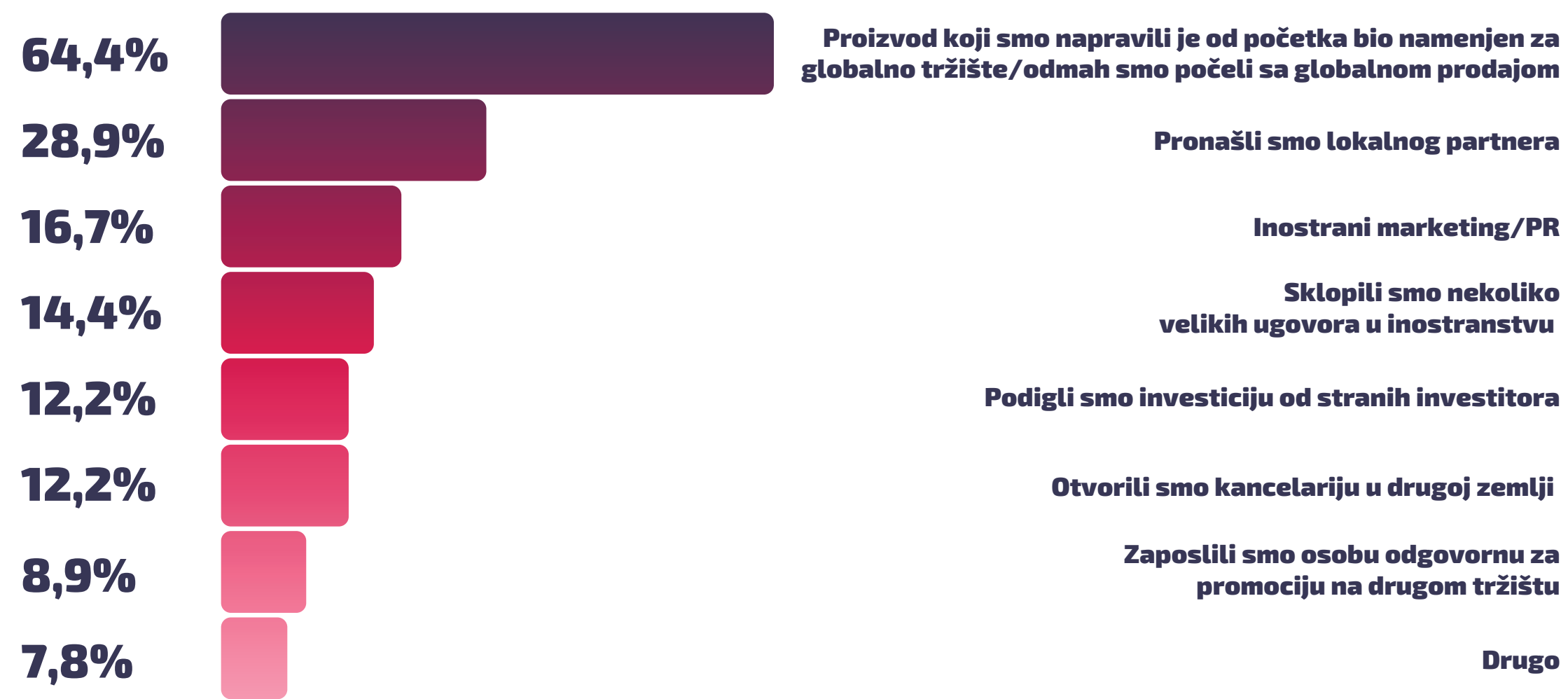


N= 201

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

Faktori koji su pomogli startapima u Srbiji pri izlasku na međunarodno tržište variraju, ali podaci ukazuju na nekoliko ključnih aspekata. Većina startapa, 64,4%, navodi da je proizvod koji su razvijali od početka bio namenjen globalnom tržištu, što implicira unapred planiranu strategiju za međunarodno poslovanje. Pronalaženje lokalnog partnera je takođe značajno, sa 28,9% startapa koji su istakli ovaj način pomoći u širenju na inostrana tržišta. Otvaranje kancelarije u drugoj zemlji, navedeno od 12,4% startapa, i sklapanje nekoliko velikih ugovora u inostranstvu, prema 14,4% ispitanika, takođe su bili važni faktori koji su doprineli uspešnom međunarodnom pozicioniranju. Privlačenje investicija od stranih investitora, što je pomoglo 12,2% startapa, ističe važnost finansijske podrške u ovom procesu. Manje konvencionalne metode, poput angažovanja osobe zadužene za promociju na stranom tržištu, primenilo je 8,9% startapova, dok su međunarodni marketing i PR bili od koristi za 16,7% startapova.

POMOĆ PRILIKOM IZLASKA NA MEĐUNARODNO TRŽIŠTE



N= 90

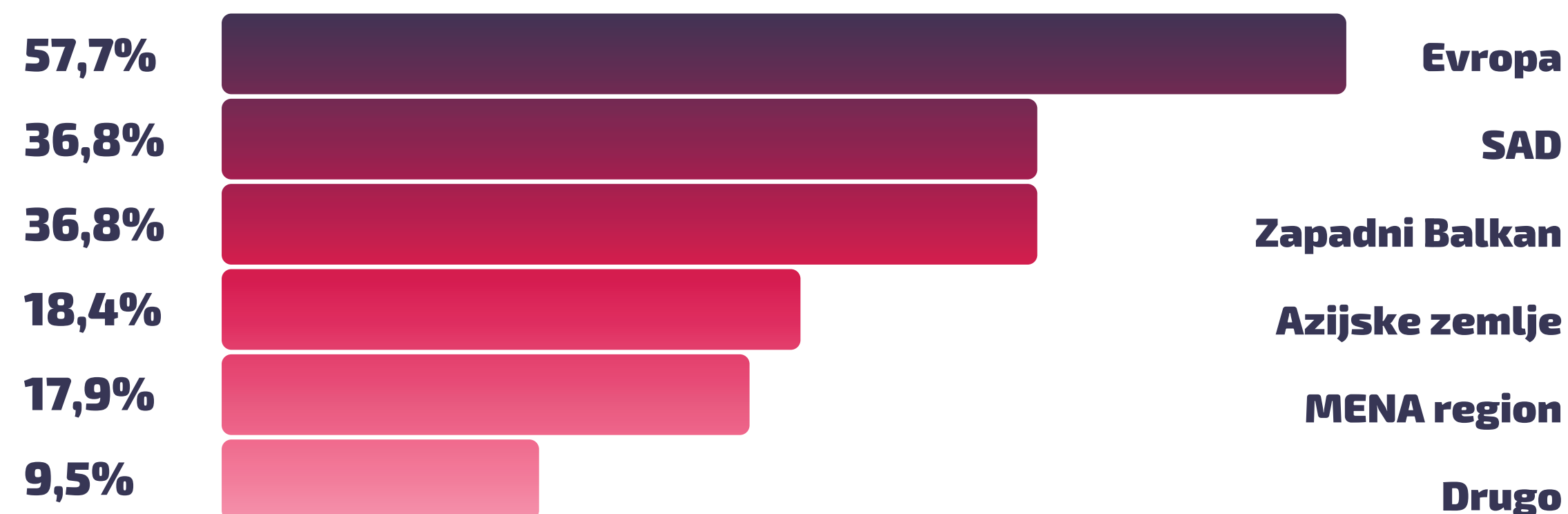
* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

Velika većina startapa (83,6%) planira internacionalizaciju u 2024. godini, što daje pozitivnu sliku o globalnim ambicijama domaćih startapa i težnju ka širenju njihovog poslovanja izvan granica Srbije. Ispitanici su mogli da odaberu više odgovora imajući u vidu da planovi internacionalizacije često nisu usmereni samo na jedno tržište. Kada se pogledaju ciljna tržišta za narednih 12 meseci, Evropa predstavlja primarni fokus za 57,7% startapa koji planiraju internacionalizaciju, što je osetno smanjenje u odnosu na prošlu godinu kada je 70,8% startapa koji planiraju internacionalizaciju odabralo ovo tržište. Evropa svakako ostaje prvi izbor domaćih startapa, imajući u vidu geografsku i ekonomsku bliskost, kao i postojanje srodnih tržišnih struktura. SAD je identifikovan kao ciljno tržište za dalju internacionalizaciju u 2024. godini za 36,8% startapa. Isti procenat (36,8%) startapa pokazuje ambicije da se proširi na tržišta drugih zemalja Zapadnog Balkana. Region MENA privlači 17,9% startapa, dok je Azija cilj za 18,4%, što može ukazivati na nove prilike za međunarodnu saradnju i povezivanje.



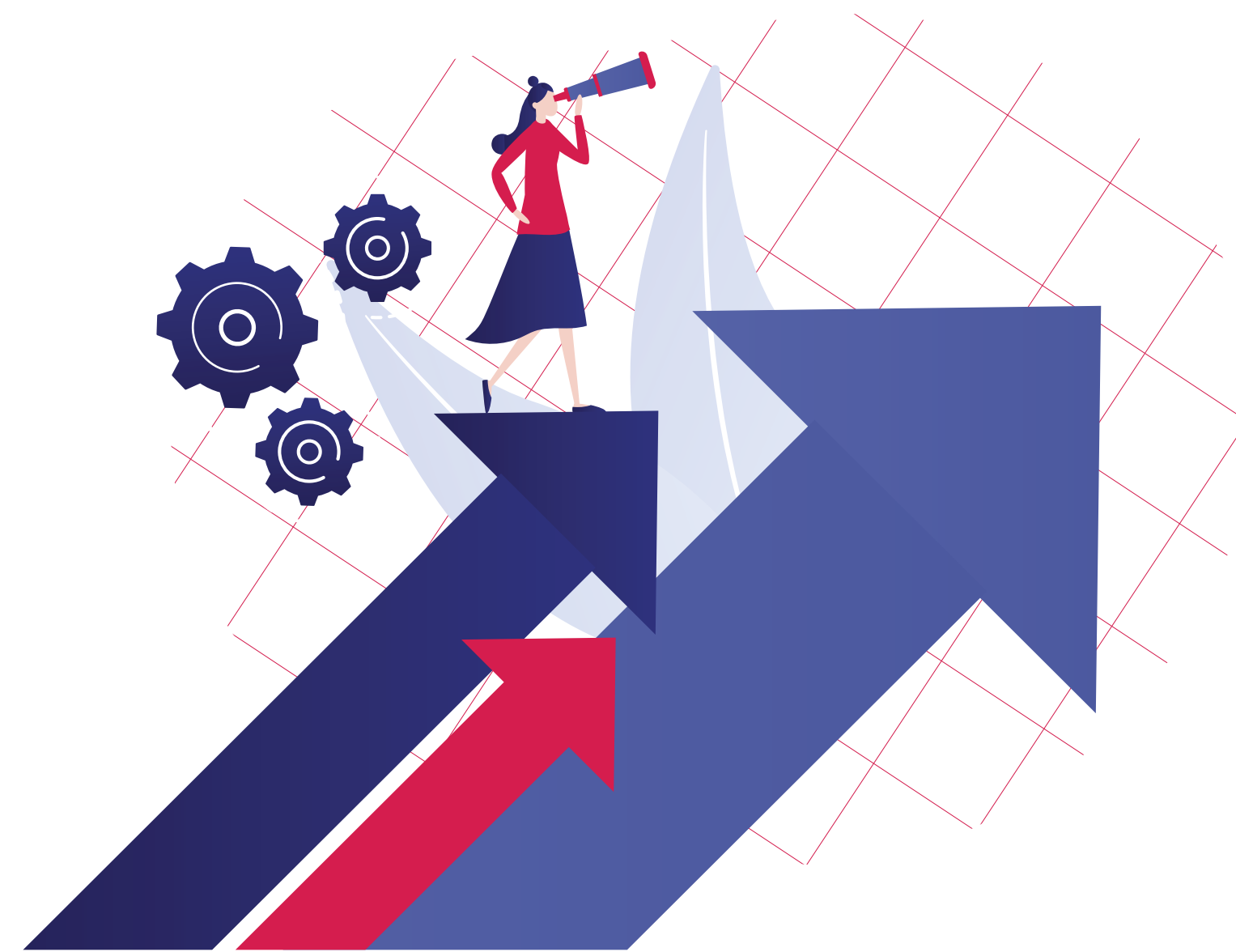
N= 201

TRŽIŠTA (DALJE) INTERNACIONALIZACIJE U 2024



N= 168

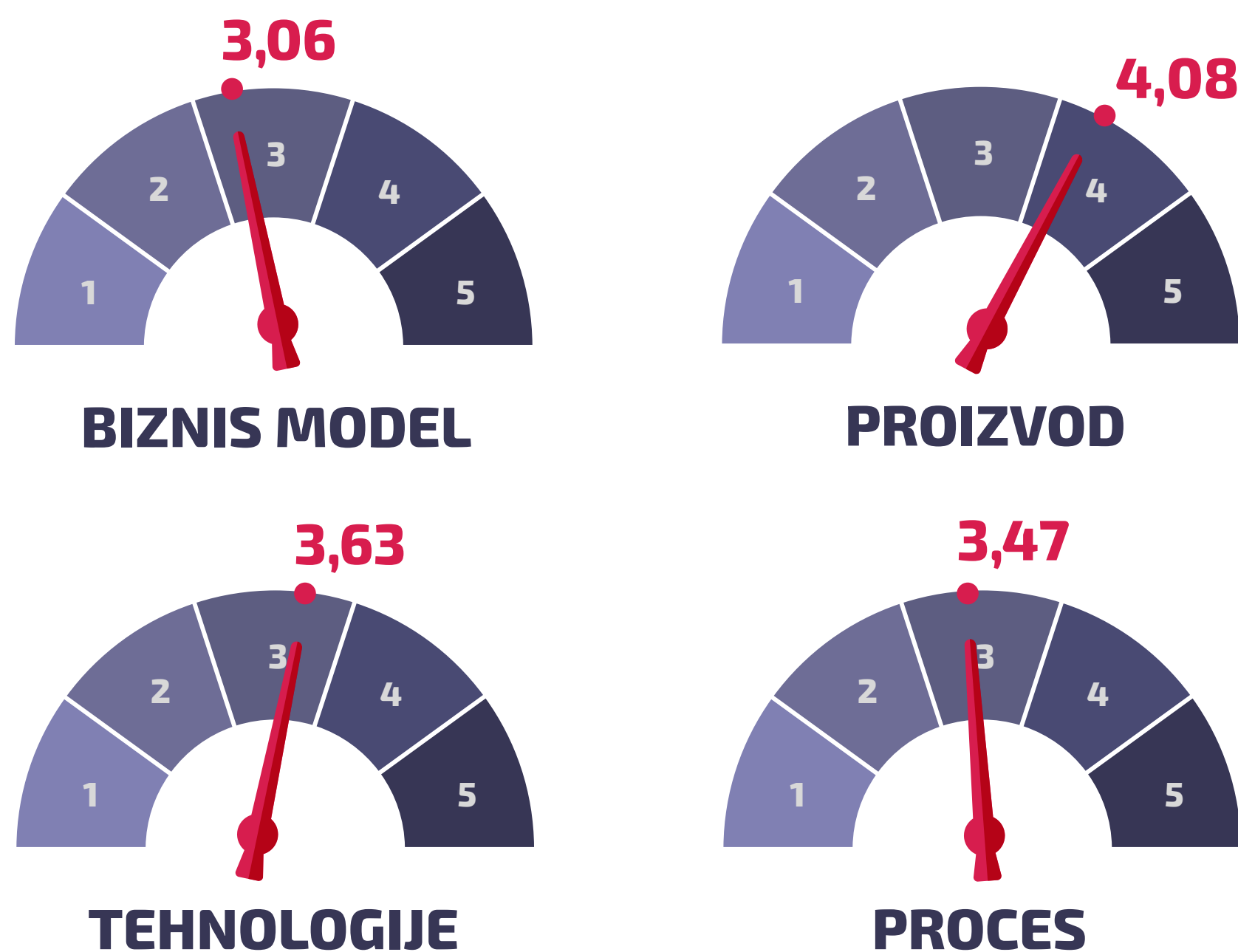
* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora



INOVACIJE

Za bolje razumevanje stepena inovativnosti unutar startap ekosistema, sprovedena je analiza u kojoj su startapi sami procenjivali svoj nivo inovativnosti. Ocene koje su startapi mogli da daju su na skali od 1 do 5, gde je ocena 1 označavala minimalnu inovativnost, dok je ocena 5 ukazivala na visok nivo inovativnosti. Startapi su svoje proizvode ocenili kao najinovativnije aspekte svog poslovanja sa prosečnom ocenom od 4,08, dok su poslovni modeli dobili najnižu ocenu od 3,06, što ukazuje na činjenicu da je lakše inovirati proizvod nego biznis model. Tehnologije i procesi su takođe prepoznati kao oblasti sa visokim stepenom inovativnosti, sa ocenama od 3,63, odnosno i 3,47.

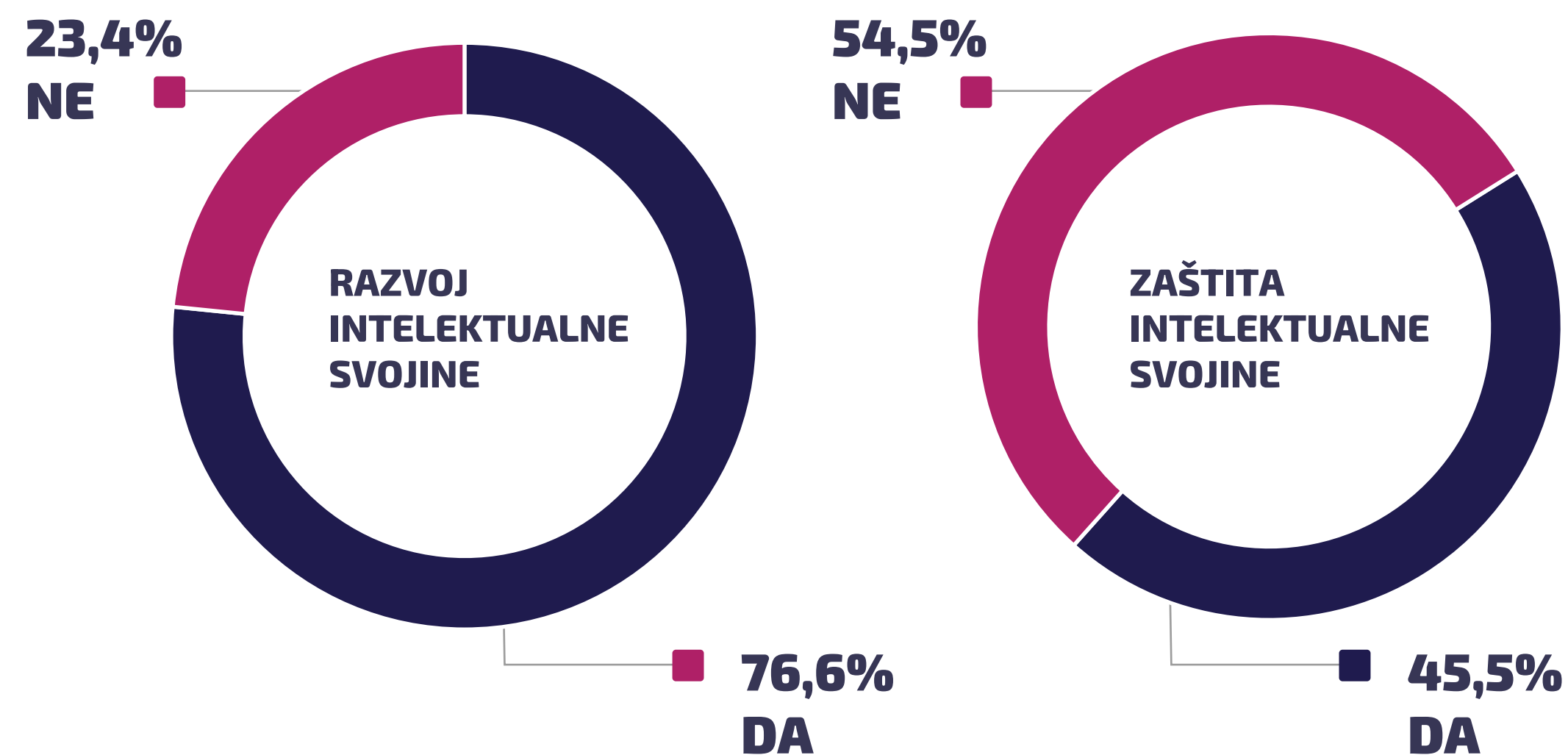
SAMOPROCENA INOVATIVNOSTI



N= 201

Inovativne ideje i rešenja koje startap razvija često zahtevaju njihovu zaštitu korišćenjem odgovarajućih pravnih sredstava u domenu intelektualne svojine. Naše istraživanje je pokazalo da 76,6% startapa razvija intelektualnu svojinu, međutim kada je reč o formalnoj zaštiti intelektualne svojine, manje od polovine startapa (45,5%) preduzelo je konkretne korake.

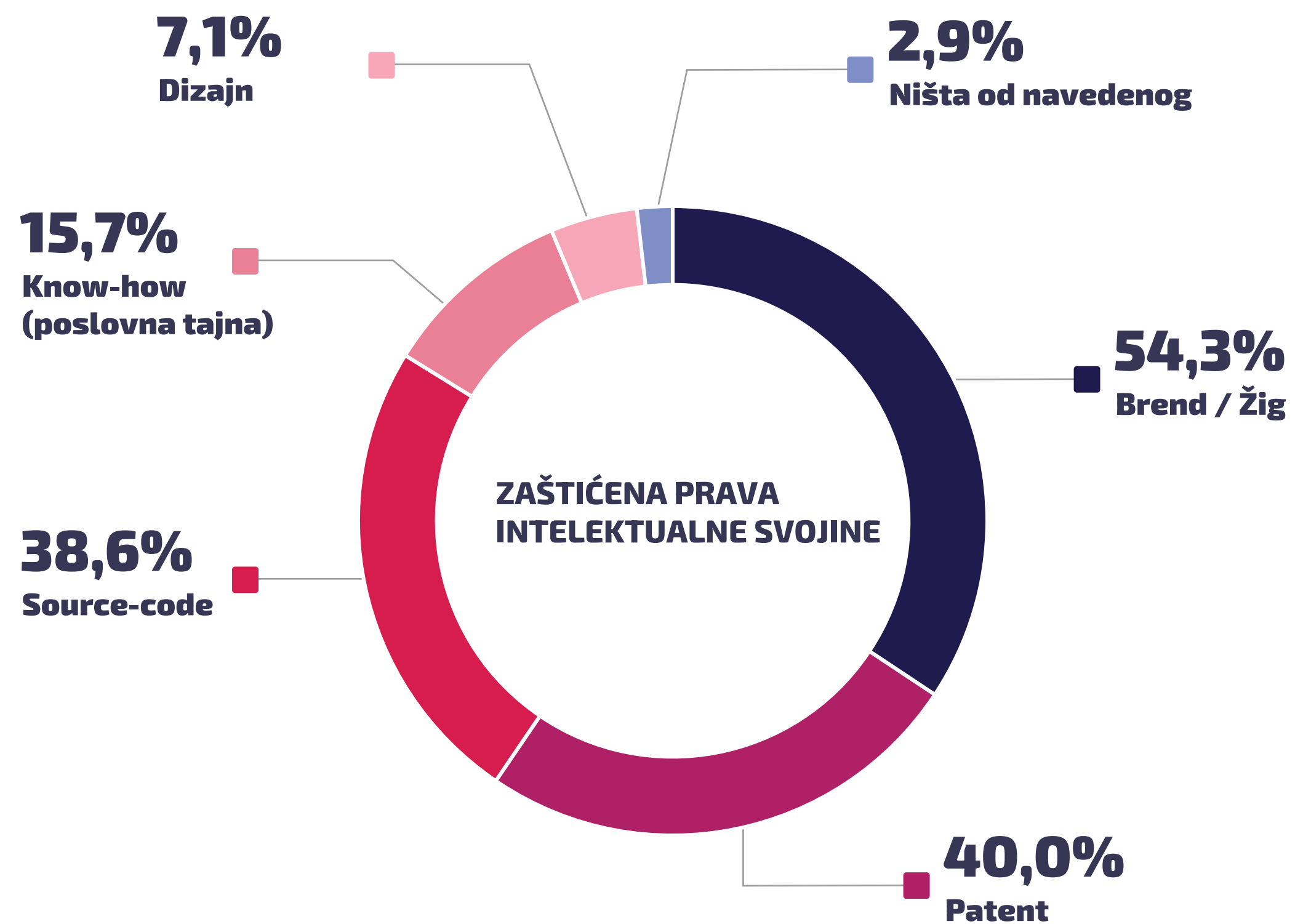
Jedan od najčešćih razloga zašto startapi odlučuju da zaštite intelektualnu svojinu je zaštita proizvoda ili usluge od kopiranja od strane konkurencije. Drugi čest razlog je privlačenje investitora, koji prilikom procene vrednosti startapa naročito uzimaju u obzir status njihove intelektualne svojine, tako da zaštita intelektualne svojine može povećati vrednost startapa i privući investicije. 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, startap može odlučiti da ne zaštiti prava intelektualne svojine kako bi određenu tehnologiju učinio tajnom. Ovo se posebno odnosi na slučaj kada startap 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, startap treba da obrati pažnju na propise o zaštiti poslovne tajne od nezakonitog pribavljanja, korišćenja i otkrivanja.



N= 201

N= 154

Na osnovu poređenja podaka iz prošlogodišnjeg i ovogodišnjeg istraživanja, vidljivo je povećanje procenta startapa koji su zaštilili svoju intelektualnu svojinu, što ukazuje na rast svesti o značaju zaštite prava intelektualne svojine. Većina startapa se odlučuje za zaštitu brenda ili žiga, sa povećanjem sa prošlogodišnjih 30,0% na aktuelnih 54,3%. Takođe, evidentan je porast u zaštiti source-code-a, sa prošlogodišnjih 13,3% na 38,6% ove godine. Patente je zaštililo 40,0% a manji procenat (15,7%) čuva poslovne tajne kao know-how..



N= 70

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora





A1

Ana Ninković

Innovation Manager, A1

Strateški značaj saradnje između korporacija i startapa u podsticanju inovacija

U današnjem brzo-evoluirajućem poslovnom okruženju, ne može se dovoljno naglasiti značaj saradnje između korporacija i startapa, kao i mladih tehnoloških kompanija. Ova sinergija između uspostavljenih divova i inovativnih novajlija postala je imperativ za održavanje konkurentnosti i relevantnosti u svetu vođenom tehnološkim napretkom. Korporacije su dugo bile stubovi ekonomske stabilnosti i industrijskog napretka. Međutim, tempo tehnoloških inovacija je takav da nijedna kompanija ne može sebi da dozvoli da ostane nepromenjena, a sa druge strane one vode unurašnju borbu u kojoj je otpor ka promenama jako izražen. Saradnje velikih kompanija i startapova itekako mogu da pruže novi pristup inovacijama na tržištu, oslanjajući se sa jedne strane na iskustvo, snažnu ekspertizu i resurse korporacije i, sa druge strane, na agilan pristup rada mladih firmi koje su tek u povoju razvoja svojih proizvoda i kojima nije strano upravljanje promenama.

Startapi su poznati po svojoj agilnosti i kreativnom rešavanju problema. Saradnjom sa njima, korporacije mogu uneti ove kvalitete u svoje operacije, podstičući kulturu inovacija. Takođe, zajednički poduhvati i partnerstva sa startapima omogućavaju korporacijama da istraže nova tržišta i segmente korisnika, čime diversifikuju svoje izvore prihoda.

Širom sveta postoji mnogo primera uspešne saradnje korporacija i startapa. Na primer, u automobilskoj industriji, Fordova investicija u startup za električne automobile - Rivian i partnerstvo General Motors-a sa Cruise Automation, jasno ukazuju na to da etablirane kompanije podržavaju inovacije. U tehnološkom sektoru, kompanije kao što je Google su akvizirale startape kao što je DeepMind da bi unapredile svoje mogućnosti u veštačkoj inteligenciji. To je trend koji je odavno krenuo da se širi u svetu, dok je našem tržištu tek u povoju, ali mu se jasno vidi potencijal i ekspanzija koja će uslediti.

A1 Grupa je na globalnom nivou prepoznala svoju ulogu u podršci preduzetničkom ekosistemu i koliko je ona od suštinskog značaja za svako tržište, jer podstiče ekonomski rast i pokreće tehnološki napredak. Konkretno na austrijskom tržištu imamo izgrađen A1 Startup Campus i programe koji se ovom temom bave. A1 Srbija je krajem 2023. lansirao **Program A1 partnerstva** i time sistemski postavio program podrške i saradnje sa startapima i mladim tehnološkim firmama koji imaju gotove proizvode spremne za skaliranje. A1 Srbija podržava navedene kompanije kroz pristup ekspertizi, resursima, iskustvu, infrastrukturi, mreži prodajnih kanala, kredibilitetu koji sa sobom nosi, kao i korišćenju korporativnih mreža za razvoj poslovanja. S druge strane, svesni smo i da se inovacije uglavnom dešavaju van korporacija zbog čega nam je izuzetno važna veza i saradnja sa startapima koji su usmereni na razvoj digitalnih proizvoda kroz koje pružaju dodatnu vrednost krajnjim korisnicima, bilo da je reč o B2B ili B2C rešenjima.

Sa ovim programom cilj nam je bio da se pozicioniramo u preduzetničkom ekosistemu i kroz sistematičan i transparentan pristup izgradimo čvrste odnose poverenja sa svim učesnicima koji su nam na tom putu pružali podršku. Posebno je za nas značajna saradnja i podrška koju smo dobili od Evropske banke za obnovu i razvoj (EBRD) u procesu samog kreiranja programa, koja će takođe biti na raspolaganju startapima sa kojima uđemo u partnerstvo.

Statistički podaci o uticaju saradnje između korporacija i startapa potvrđuju njen značaj. Prema izveštaju McKinsey-a, korporacije koje aktivno saraduju sa startapima postižu bolje rezultate u pogledu rasta prihoda i inovacija u odnosu na svoje konkurente. Ipak, same saradnje nisu dovoljne ako se kult inovacija ne gradi unutar samih korporacija i ne ugrađuje u samu suštinu njene kulture. Iz tog razloga, za nas je posebno važan rad na svim programima koje interno radimo sa našim zaposlenima kako bismo gradili kulturu inovacija i podsticali istraživački duh kroz rad na idejama, brzom testiranju i razumevanju da su neuspesi jednako važni kao i uspesi za dalji napredak.

Značaj saradnje između korporacija i startapa nesporan je u današnjem dinamičnom poslovnom okruženju. Ne samo da pomaže korporacijama da prate inovacije, već i podržava rast preduzetničkog ekosistema koji koristi celom tržištu. Prilike za korporacije i startape su velike, a uspešni primeri i najbolje prakse širom sveta ističu strateški značaj ovih partnerstava. Prihvatanje ovih saradnji nije samo opcija, već neophodnost za dugoročnu održivost i uspeh u modernom poslovnom okruženju.



Marko Jevtić

Direktor igre Top Eleven u Nordeusu i ko-autor knjige Design thinking

Digitalni svet se menja:

AI, korisničke navike i nova regulativa

Nema sumnje da je budućnost kompanija vezanih za digitalnu ekonomiju svetla. Ipak, i takva, puna je raznoraznih izazova. Sve je lakše pokrenuti globalni biznis, a s druge strane sve je teže skalirati i održati takav biznis.

Napredak veštačke inteligencije i mašinskog učenja otvara nove mogućnosti, koje u mnogim industrijama dovode do poremećaja (eng. disrupt). Umesto da gledamo na to kao pretnju, možemo da se pomirimo da će se to dešavati i da tražimo prilike. Prilike da poboljšamo naše proizvode i usluge, ili prilike da kreiramo nove. Bilo da se radi o personalizaciji proizvoda i usluga, ili korišćenju ovih tehnologija za optimizaciju nekih procesa, popularnost ChatGPT-a navela je mnoge širom sveta da se zapitaju kako će budućnost izgledati. Tako da će tehnologija biti sigurno jedan od uzroka zbog kojih će doći do novih promena.

Druga veoma bitna promena dolazi zbog korisnika. Korisnici vremenom menjaju ponašanje i način na koji konzumiraju digitalne proizvode. Prosečan američki korisnik mobilni telefon proveri 352 puta u toku dana, što znači da svaka 2 minuta i 43 sekunde proveri svoj telefon. To je 4 puta više nego u 2019, kada je Asurion radio isto istraživanje.¹ Što znači da se broj sesija povećava ali da je prosečna sesija na telefonu sve kraća. Takođe, primetan je uticaj i TikToka i ostalih društvenih mreža ranije, pa dizajn rešenja i zadovoljavanje potreba korisnika mora sve to da uzme u obzir.

Treća promena tiče se regulativa na određenim tržištima. Na primer, velika stvar koja se desila u aprilu 2021, je kada je Apple na iOS 14 sistemu uveo obavezu aplikacijama da od korisnika traže odobrenje kako bi mogli da prate ponašanje korisnika i atribuciju. Svako kome je posao zasnovan na iOS aplikacijama, oglašavanju i monetizaciji istih, sigurno je morao da se prilagođava. Takođe, od globalnog sela, gde su slični uslovi i lako je voditi globalni biznis, dolazimo u situaciju da se pravila menjaju po tržištima. Poslednji primer je i Akt o digitalnim tržištima (DMA), zakon Evropske Unije koji stupa na snagu 6. marta 2024. Ova promena će na tržištu EU doneti veću slobodu za korisnike jer će uz saglasnost moći da biraju koje usluge kompanija žele da koriste bez obaveze prihvatanja celog paketa njihovih usluga. To će biti opasnost za neke proizvode, a opet s druge strane nova mogućnost za neke druge.

Sve ovo govori da su promene neizbežne, i da je jedna od veština budućnosti koja će nam trebati odučavanje, odnosno zaboravljanje naučenog (eng. unlearning). Ako smo spremni brzo da zaboravimo naučeno, biće nam mnogo lakše da početničkim umom gledamo na promene kao nove mogućnosti.

¹ <https://www.asurion.com/connect/news/tech-usage/>



LJUDSKI KAPITAL

Ljudski kapital predstavlja ukupnost znanja, veština, sposobnosti i osobina koje su oličene u pojedincima i olakšavaju stvaranje ličnog, društvenog i ekonomskog blagostanja⁴. Ovaj princip ističe značaj investicija u ljudski potencijal kao resurs, ne ograničavajući se samo na materijalna sredstva, jer zaposleni koji raspolažu potrebnim znanjem i veštinama predstavljaju ključan element za napredak organizacija i društva. Ulaganje u edukaciju, obuke, profesionalni razvoj i usavršavanje zaposlenih, zajedno sa očuvanjem zdravog radnog okruženja, ključni su za napredak ljudskog kapitala i dugoročni napredak organizacije ili zajednice.

Startapi, svojim inovacijama, poslovnim strategijama i kreativnim idejama, iniciraju ekonomske i strukturne transformacije, a svaki zaposleni predstavlja stratešku vrednost. Stoga, ljudski kapital izrasta u jedan od ključnih elemenata za uspeh inovativnih poduhvata. Pitali smo osnivače startapa o njihovom sadašnjem i budućem broju zaposlenih i zamolili ih da navedu izazove i strategije koje prepoznaju u upravljanju ljudskim resursima.

Iako globalno, pa i u Srbiji, postoji očigledan nedostatak IT kadra, sa formalnim obrazovanjem koje ne uspeva da ispuni rastuću potrebu za IT stručnjacima, primećujemo određene promene u dinamici tržišta rada. Konkretno, podaci sajta helloworld.rs⁵ pokazuju da je nakon uzlaznog trenda u broju oglasa za posao u IT sektoru tokom 2021. i 2022. godine, 2023. godina donela značajan pad u broju objavljenih oglasa za posao u IT sektoru, i to za 52% u poređenju sa prethodnom godinom. Istovremeno, interesovanje za otvorene pozicije je u porastu, sa registrovanih 55% više prijava na oglase za posao. Disbalans između smanjene ponude oglasa i rastuće potražnje za IT poslovima može biti prilika za privlačenje novih ljudi u startup ekosistem, kako u ulozi osnivača tako i kao članove startup timova. Na ovaj način, priliv talenata u ekosistem može istovremeno obogatiti inovacioni ekosistem novim snagama, i pružiti ljudima priliku da obogate svoje iskustvo i oprobaju se u najdinamičnijem sektoru industrije.

Analizirajući ljudski kapital u startupima, prvo ćemo analizirati osnivače, koji su ključni za uspeh i opstanak startapa, kao i za privlačenje investicija. Na samom početku, osnivači često čine ceo startup. Ambiciozan, inovativan i iskusan tim osnivača može biti od suštinskog značaja za uspeh startapa, ponekad i više od same inicijalne ideje.

⁴ Human Capital, OECD, <https://www.oecd.org/insights/37967294.pdf>

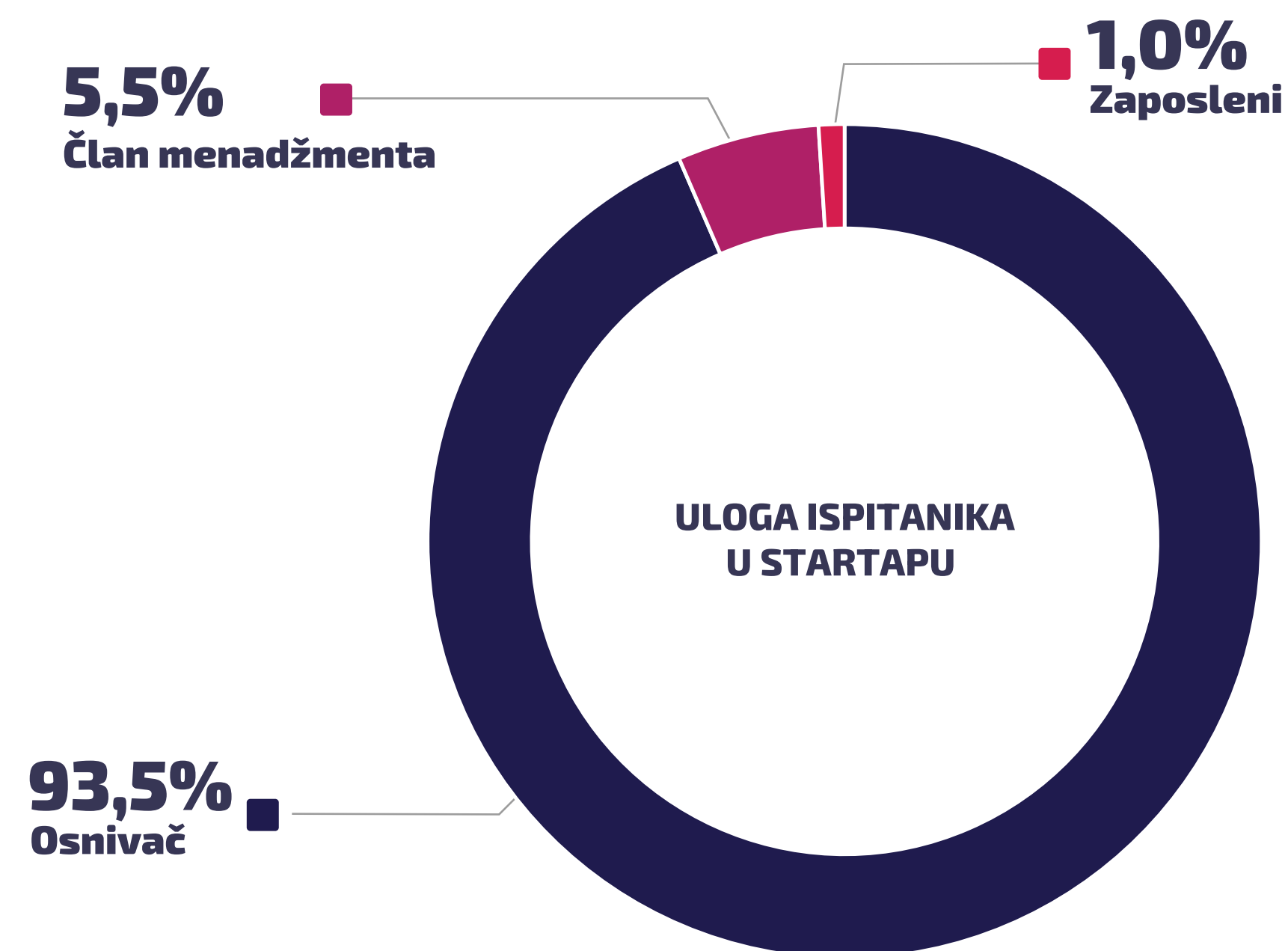
⁵ <https://helloworld.rs>

PROFIL OSNIVAČA

Startup skener 2024 potvrdio je nalaze od prethodnih godina, 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

Na početku istraživanja, s ciljem dobijanja preciznih informacija, ispitanicima je postavljeno pitanje definisanja svoje primarne uloge u startapu, nudeći opcije kao što su osnivač, što je bio slučaj sa 93,5% ispitanika, član menadžment tima (5,5%) ili zaposleni (1,0%), čime smo osigurali tačnu osnovu za prikupljanje podataka o osnivačima.

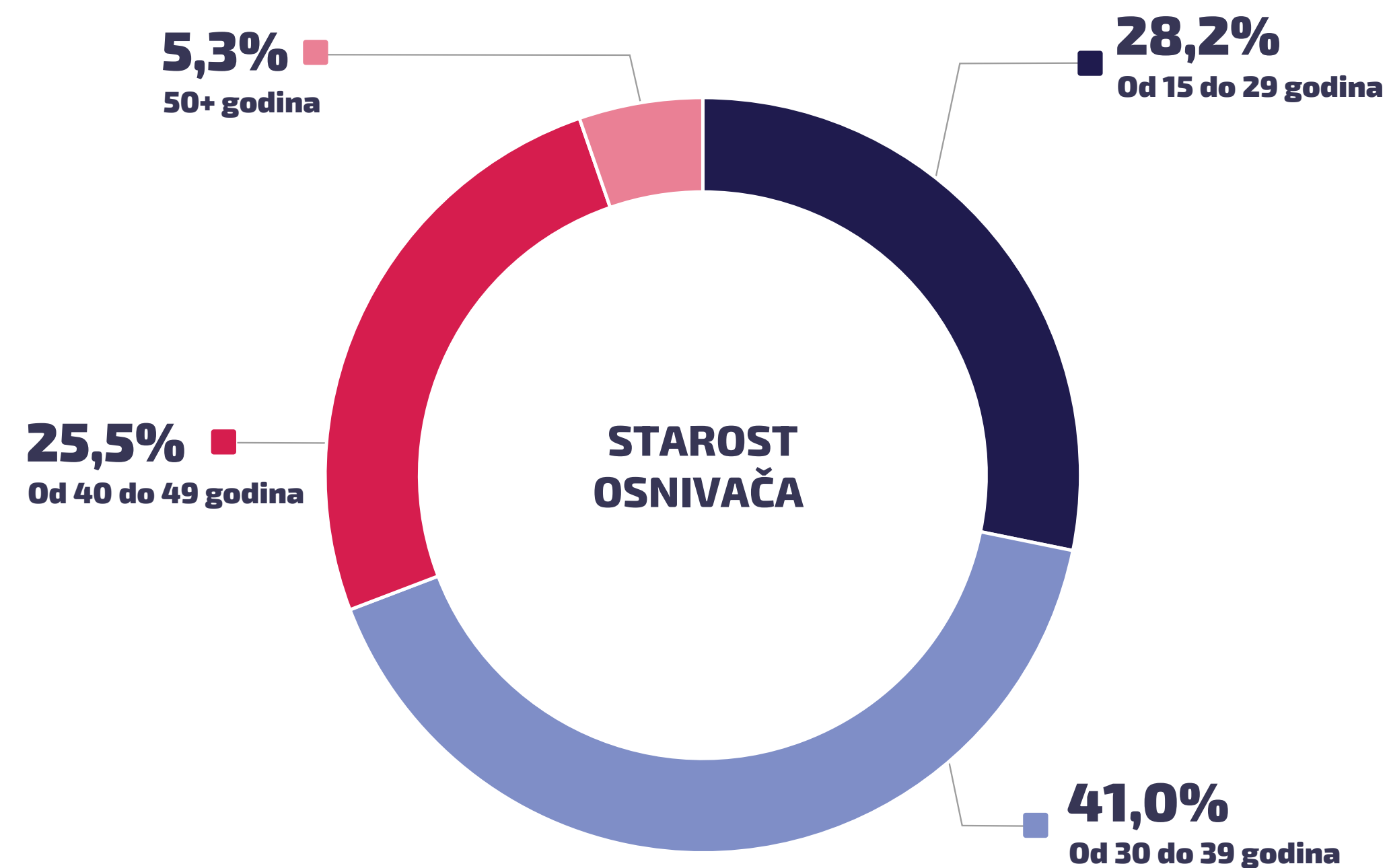


N= 201

Istraživanje pokazuje da je najbrojnija starosna grupa osnivača startapa u Srbiji ona od 30 do 39 godina, koju čini 41% ispitanika, što predstavlja manji procenat u odnosu na 2022. i 2023. godinu (49,0% i 47,9% respektivno). Osnivači u starosnoj kategoriji od 40 do 49 godina čine 25,5% ukupnog broja, dok su mladi između 15 i 29 godina osnivači u 28,2% startapa što je znatno veći procenat u odnosu na 2022. i 2023. godinu (19,5%, odnosno 19,2%). Samo 5,3% osnivača prelazi starosnu granicu od 50 godina.

Prepoznato je da osnivači u svojim tridesetim i četrdesetim godinama imaju određene prednosti u pokretanju poslovanja, uključujući pristup većim finansijskim resursima, širu mrežu kontakata, kao i bogatije životno i profesionalno iskustvo koje obuhvata prethodnu ekspertizu i posedovanje soft skills veština, poput komunikacije i liderstva. Ipak, uočava se i rastući trend mladih koji se sve više angažuju u preduzetničkim poduhvatima. Porast broja mladih osnivača ukazuje na uspešnost programa usmerenih na unapređenje preduzetničkog načina razmišljanja i pružanje podrške najranijim fazama razvoja.

Rezultati dobijeni na osnovu istraživanja u najvećoj meri se poklapaju sa svetskim i evropskim trendovima, i istovremeno odstupaju od stereotipnog viđenja uspešnog osnivača – mlade muške osobe u dvadesetim godinama, koji je napustio fakultet i započeo svoj biznis iz garaže, što su popularizovali primeri poput Stiv Džobsa, Bil Gejtsa ili Mark Zuckerberga⁶.



N= 188

**PROSEČNA STAROST
OSNIVAČA STARTAPA U SRBIJI JE
35,2 GODINE.**

Prema nalazima Startup skenera 2024, 82,8% osnivača startapa su muškarci, dok udeo žena među osnivačima startapa u Srbiji iznosi 17,2%, što je pad u odnosu na prošlu godinu kada je taj procenat bio 19,0%. Imajući u vidu da je evropski prosek ženskih osnivača 15,5% i da u top evropskim ekosistemima ima 18% ženskih osnivača⁷, može se konstatovati da Srbija prati sličan trend kao i zemlje EU u pogledu zastupljenosti žena osnivača. Ova nepovoljna slika nije posledica nedostatka sposobnosti ili talenata devojaka i žena. Naprotiv, prema globalnim pokazateljima, one postižu bolje rezultate na međunarodnim testiranjima studenata u STEM oblastima, a poslovni rezultati startapa u vlasništvu žena pokazuju da novac uloženi u njihove timove i kompanije na kraju donosi veći prihod - više od dva dolara po uloženom dolaru.⁸

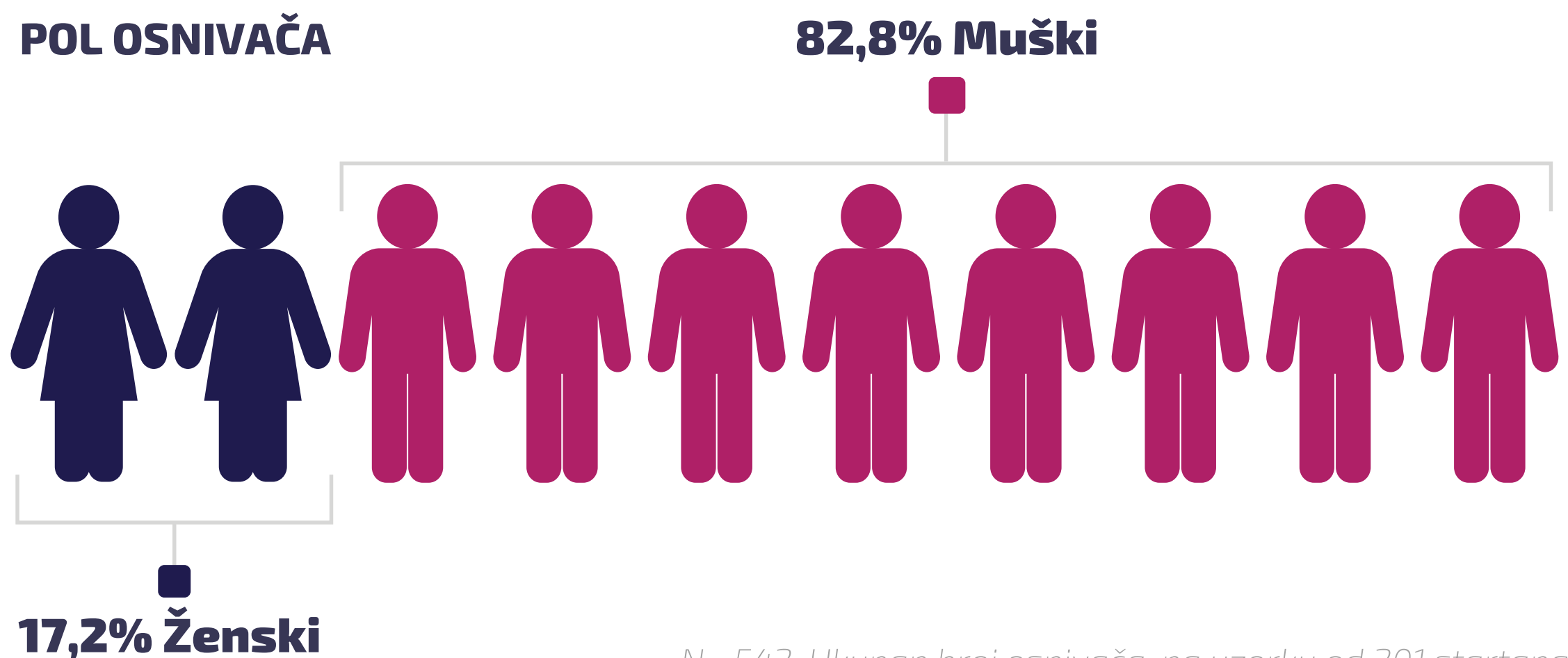
⁶ <https://www.preduzmi.rs/ko-je-osnivaac-startapa/>

⁷ Report on Women Entrepreneurs in Europe, <https://startupsandplaces.com/startup-heatmap-europe-report-on-women-entrepreneurs-in-europe/>

⁸ <https://www.bcg.com/publications/2018/why-women-owned-startups-are-better-bet>

Postoji nesumnjiva potreba za značajno većim uključivanjem žena u startap ekosistem kao i za razvijanjem specifičnih programa podrške za žene preduzetnice. 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. Studija Boston Consulting Group-a otkrila je da bi, ako bi žene i muškarci jednako učestvovali kao preduzetnici, to moglo udvostručiti globalnu ekonomiju.⁹ Veća inkluzivnost i raznolikost u startap zajednici može dovesti do novih ideja i poslovnih modela koji bi mogli doneti i inovacije i nova tržišta.¹⁰

POL OSNIVAČA

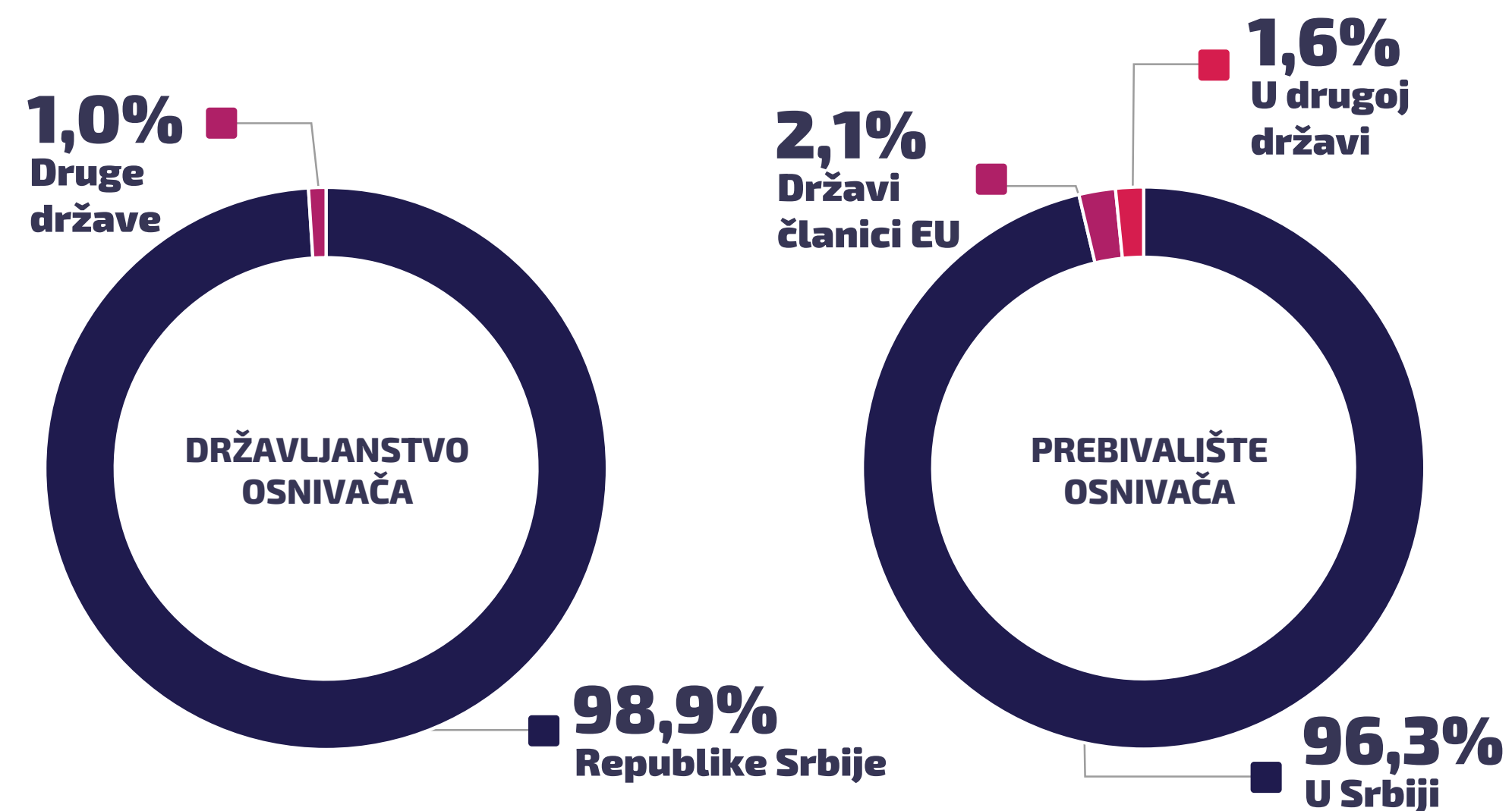


DRŽAVLJANSTVO

Kada je reč o državljanstvu, većina učesnika istraživanja, i to 98,9%, ima državljanstvo Republike Srbije, a približan procenat ispitanika (96,3%), i živi u Srbiji.

⁹ <https://hbr.org/2019/10/the-trillion-dollar-opportunity-in-supporting-female-entrepreneurs>

¹⁰ "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>



N = 188

N = 188

Među učesnicima istraživanja, 17% čine povratnici iz inostranstva, što je nešto niži procenat u odnosu na prošlogodišnje rezultate. Oni donose sa sobom iskustvo i veštine stečene u inostranim ekosistemima, čime značajno podstiču i unapređuju domaći startap ekosistem. Njihov doprinos nije samo u stvaranju globalnih mreža i olakšavanju pristupa stranim investitorima i tržištima, već i u transferu znanja i inovacija, što povećava konkurentnost srpskih startapa na globalnom nivou.

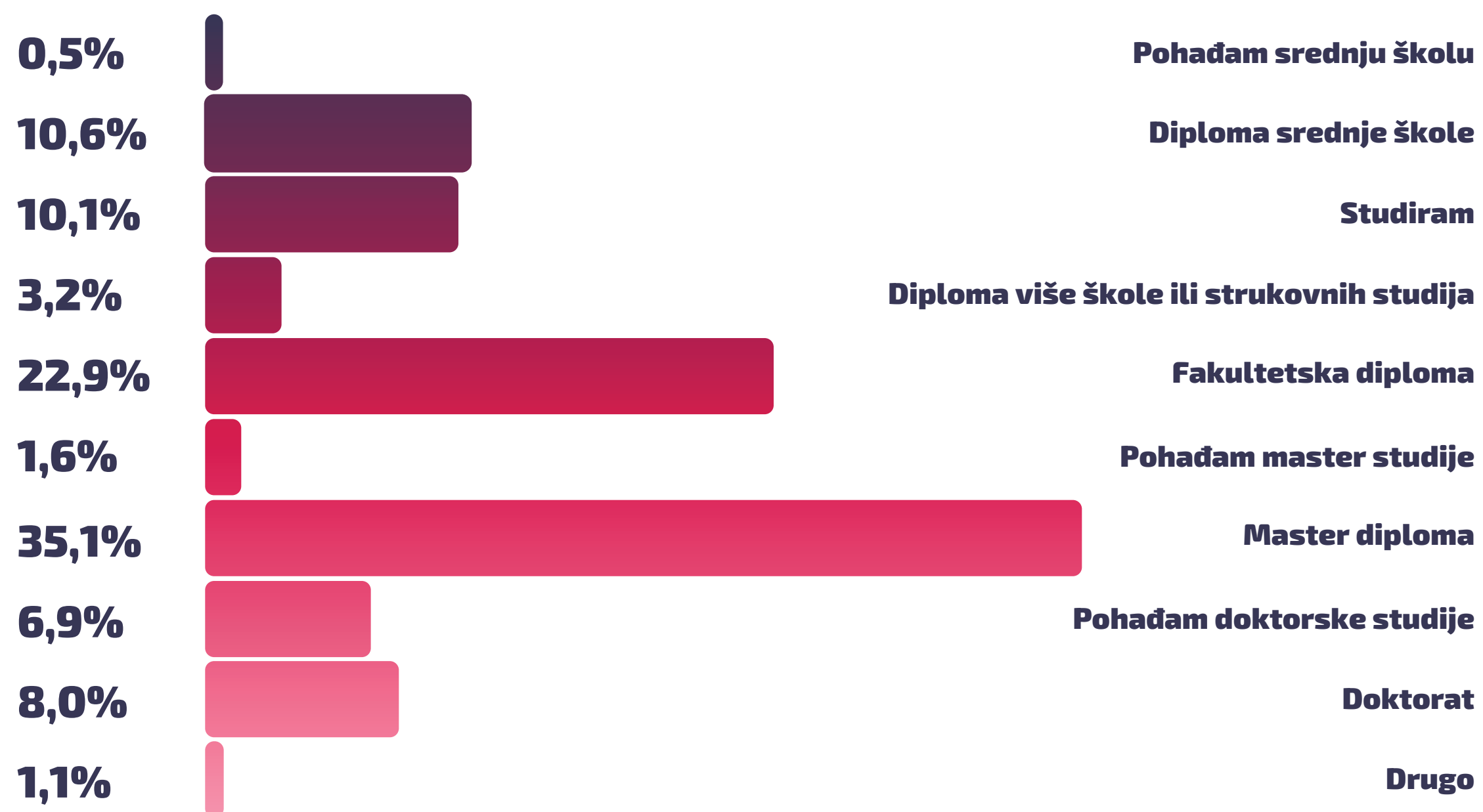


N = 188

OBRAZOVNA STRUKTURA

Analiza obrazovne strukture osnivača startapa u Srbiji pokazuje da je većina osnivača stekla visoko obrazovanje, a da najveći broj poseduje master diplomu (35,1%). Diplomom osnovnih studija ima 22,9% osnivača, dok je doktorat steklo 8,0% osnivača. Manji procenat, od 10,6% osnivača, ima diplomu srednje škole, a 10,1% trenutno studira na osnovnim studijama što je blagi porast u odnosu na prošlogodišnji izveštaj kada je taj procenat iznosio 7,8%, što sugeriše da startap ekosistem privlači mlađe preduzetnike. Zanimljivo je i to da je doktorske studije započelo 6,9% osnivača što takođe predstavlja porast u broju osnivača u odnosu na 5,4% od prošle godine, ukazujući na tendenciju kontinuiranog obrazovanja unutar startap zajednice.

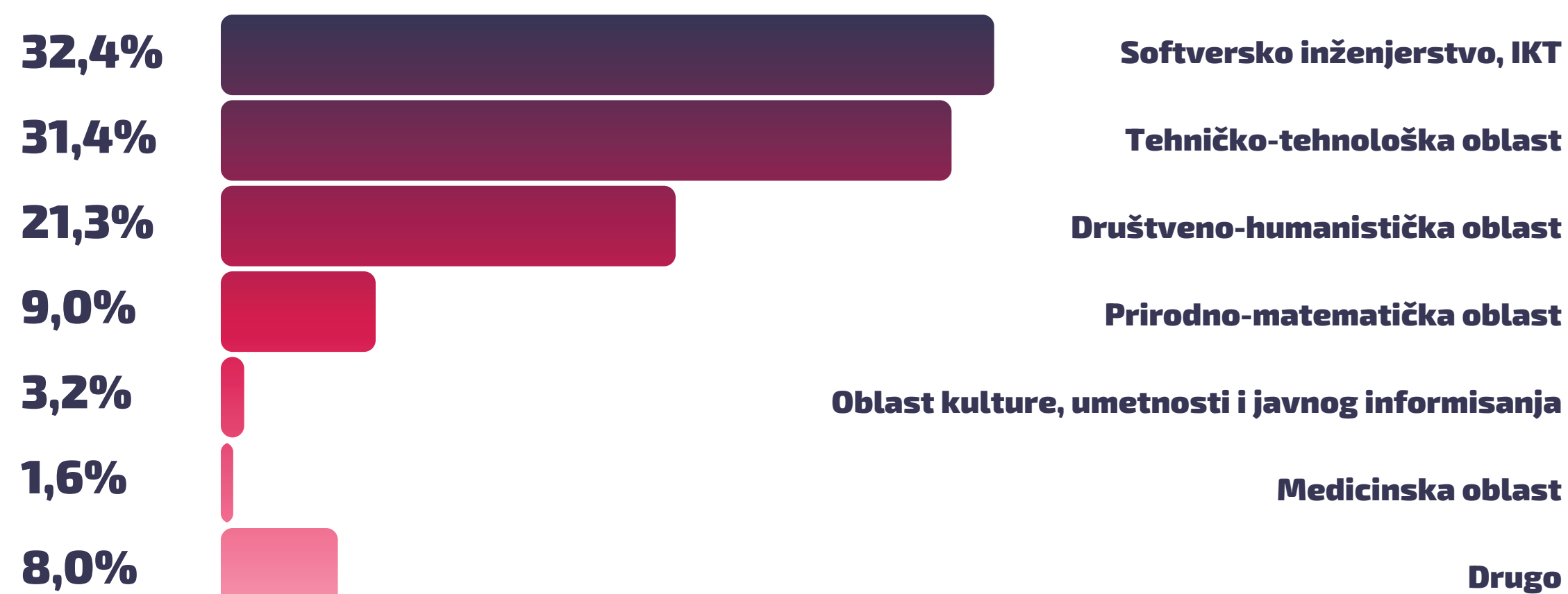
OBRAZOVANJE OSNIVAČA



N= 188

Podaci istraživanja pokazuju da je najveći broj osnivača startapa (32,4%) stekao diplomu iz oblasti softverskog inženjerstva. Odmah za njima, značajan deo čini tehničko-tehnološka oblast (31,4%). Treba uzeti u obzir da su ispitanici imali mogućnost da odaberu više odgovora koji izražavaju raznolikost njihovih obrazovnih dostignuća i postignutih diploma iz raznih disciplina. Oblast društveno-humanističkih nauka zastupljena je sa 21,3%, dok je prirodno-matematička oblast zastupljena kod 9,0% osnivača. Ovi rezultati idu u prilog nalazima objavljenim u istraživanju Startap Džinomama 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."¹¹

OBLAST OBRAZOVANJA OSNIVAČA



N= 188

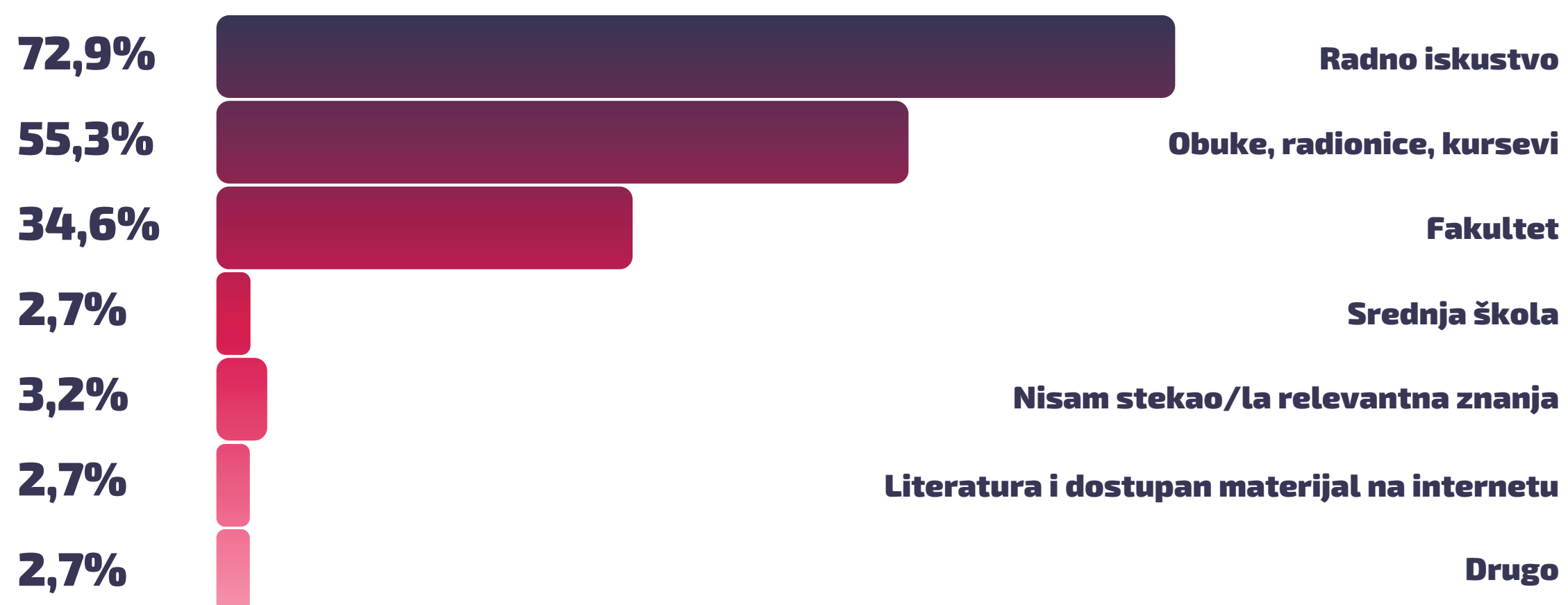
* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

¹¹ The Global Startup Ecosystem Report 2021, Startup Genome, <https://startupgenome.com/reports/gser2021>

PRETHODNO ISKUSTVO

Najveći deo osnivača startapa (72,9%) navodi da su ključna znanja za osnivanje i vođenje startapa stekli kroz prethodno radno iskustvo, dok su obuke, radionice i kursevi drugi najčešći izvor znanja, kod 55,3% osnivača. Akademsko obrazovanje, predstavlja osnovu za 34,6% osnivača, što je manje u odnosu na praktično stečeno znanje. Ovi podaci potvrđuju da su u svetu startapa, pored formalnog obrazovanja, praktične veštine i iskustvo ključni u razvijanju preduzetničkih poduhvata. Samo 3,2% ispitanika, ističe da nisu stekli relevantna znanja za vođenje startapa.

NAČIN STICANJA RELEVANTNIH ZVANJA

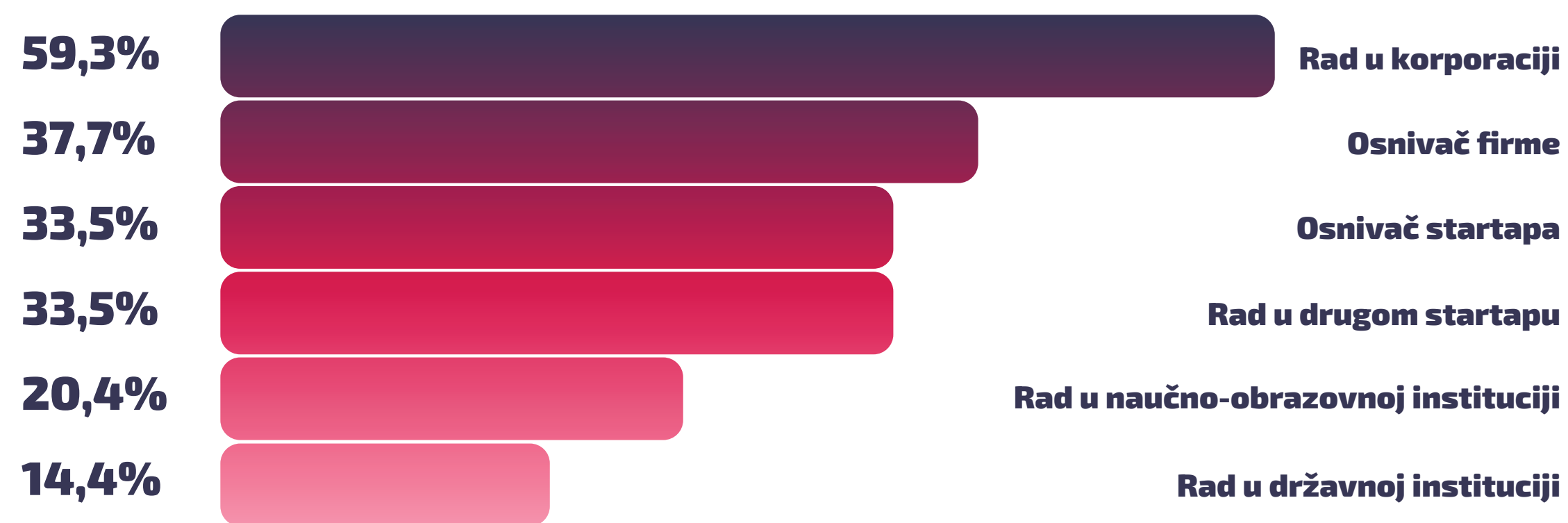


N= 188

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

Rezultati pokazuju da u Srbiji 59,3% osnivača ima prethodno radno iskustvo u korporacijama, a značajno je i da 37,7% osnivača poseduje prethodno iskustvo u vođenju sopstvene firme. Iskustvo osnivanja prethodnog startapa ima 33,5% ispitanika dok je isti procenat ispitanika imalo iskustvo rada u drugom startapu, 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. Treba uzeti u obzir da su ispitanici imali mogućnost da odaberu više opcija koje izražavaju raznolikost sticanja iskustva i znanja relevantnog za vođenje trenutno aktivnog startapa. Nešto više od petine (20,4%) osnivača startapa je steklo prethodno iskustvo u naučno-obrazovnim institucijama, dok 14,4% 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 prethodnih preduzetničkih iskustava za pokretanje startapa. Sa druge strane, ovi podaci ukazuju i da osnivači startapa često kreću sa svojim poduhvatom dok su još uvek zaposleni u drugoj kompaniji.

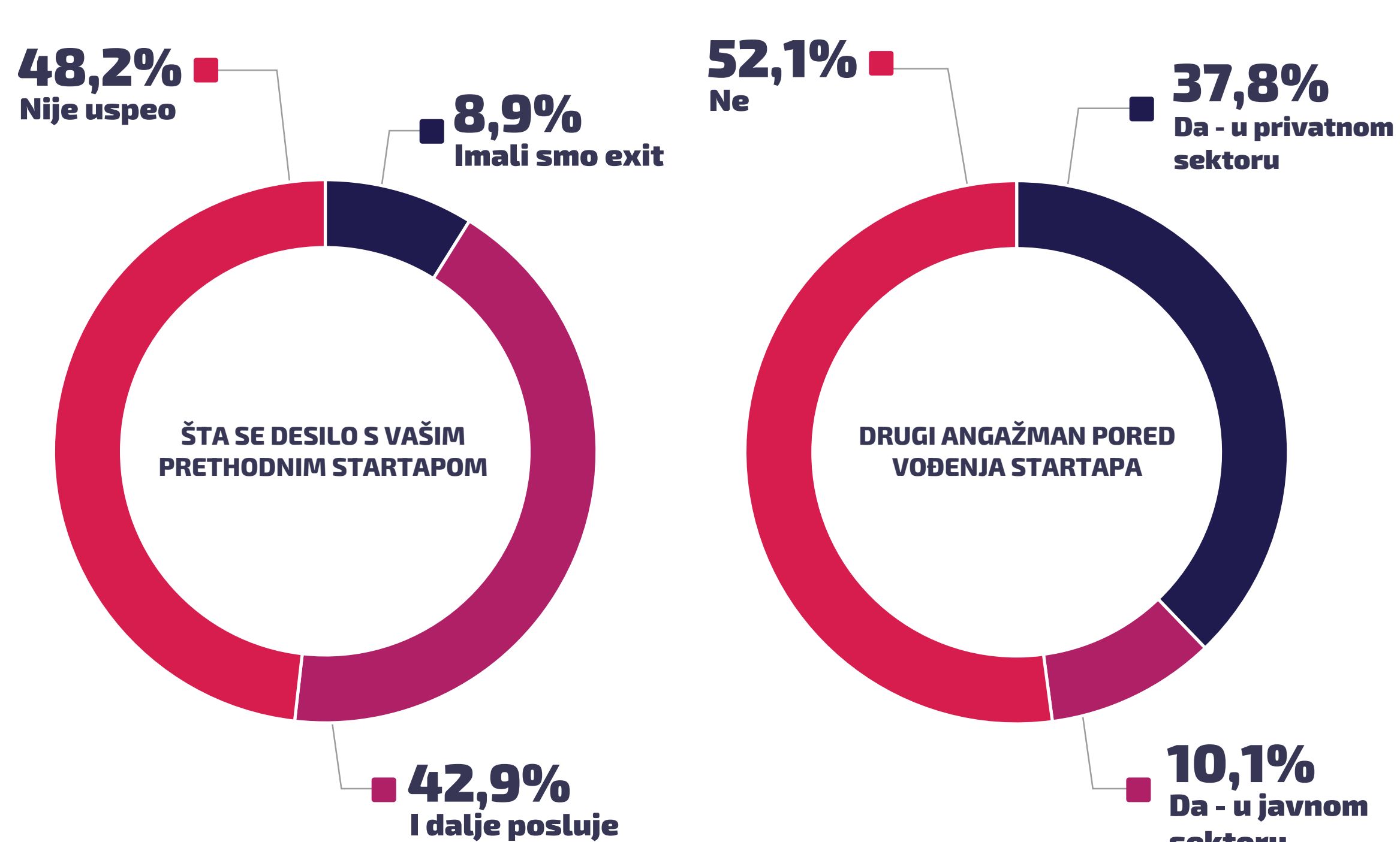
PRETHODNO ISKUSTVO



N= 167

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

Među ispitanicima koji imaju predhodno iskustvo osnivanja startapa (56 ispitanika), polovina preduzetničkih poduhvata (48,2%) nije uspjela da se održi, što je veći procenat u odnosu na prošlogodišnje istraživanje (20,0%), dok je značajan deo (42,9%) i dalje aktivan i posluje. Manji udeo startapa je doživeo tzv. exit, odnosno prodaju ili spajanje sa drugom kompanijom, i to iskustvo ima 8,9% ispitanika što je znatno manji broj u odnosu na prošlu godinu kada je 28,3% ispitanika izjavilo da je imalo ovo iskustvo. Takođe, većina osnivača (52,1%) je posvećena svojim startapima kao primarnom angažmanu, dok 37,8% u paraleli ima angažman u privatnom sektoru, a svega 10,1% u javnom sektoru.

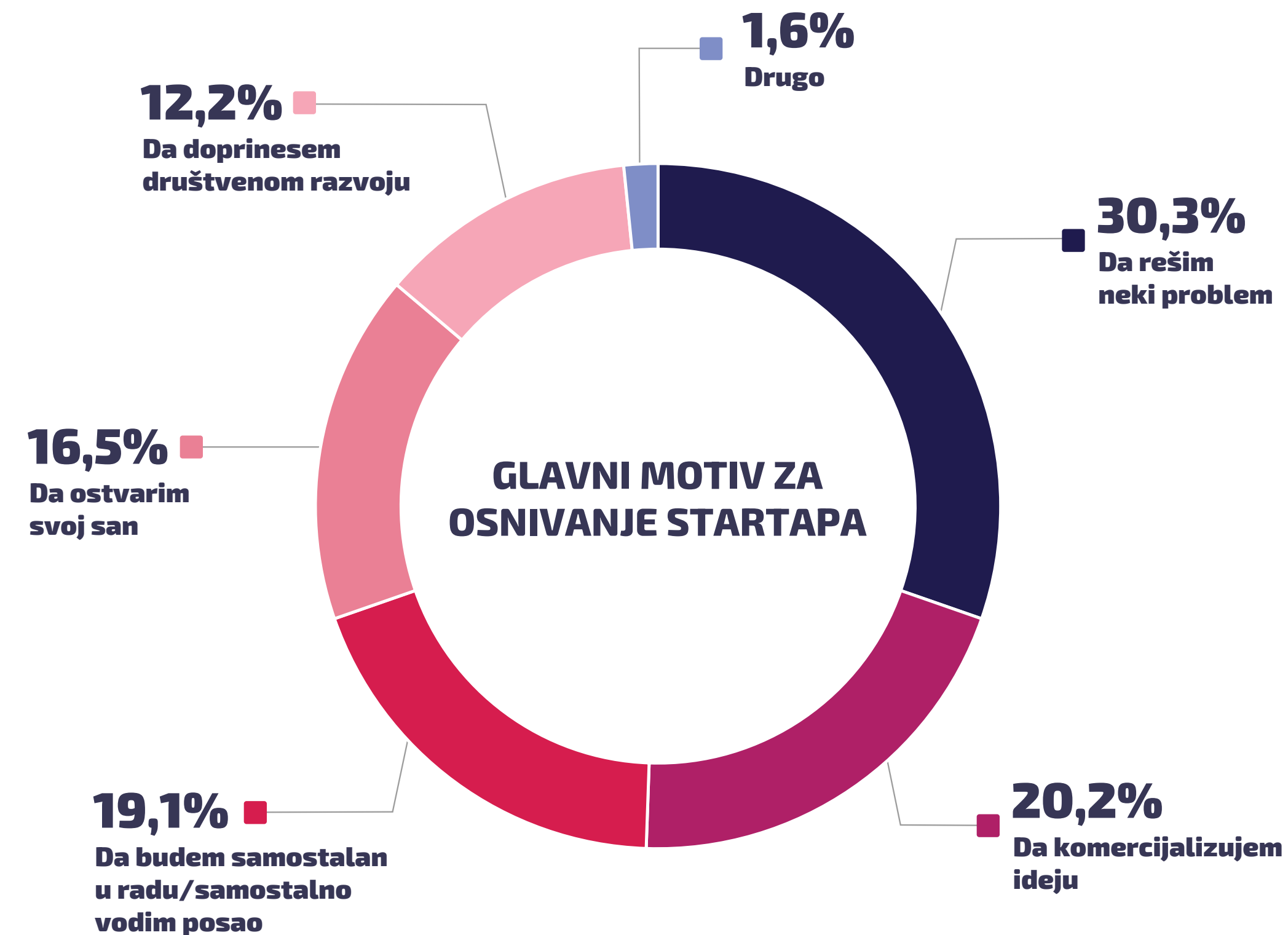


N= 56

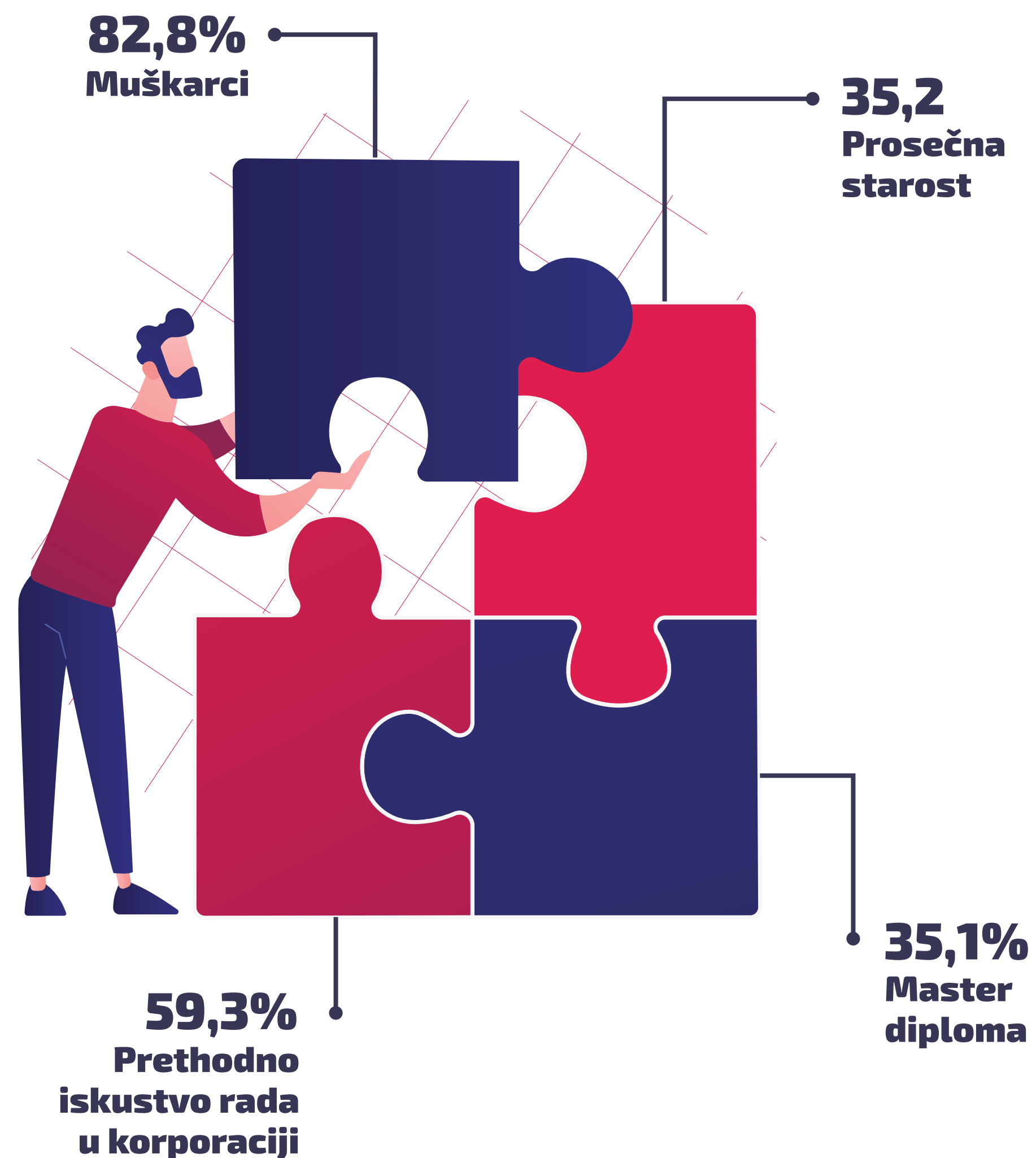
N= 188

MOTIVACIJA ZA OSNIVANJE STARTAPA

Najveći broj osnivača, 30,3%, navodi da im je glavni motiv za pokretanje startapa rešavanje određenog problema. Komercijalizacija ideje predstavlja motivaciju za pokretanje startapa kod 20,2% osnivača, što ukazuje na značaj preduzetništva i stvaranja novih proizvoda/usluga na tržištu. Imajući u vidu da je skoro petina osnivača (19,1%) 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 64,2% ispitanika opredelilo za opciju "Izgradnja profitabilne kompanije u vlasništvu osnivača".



N= 188



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



Nana Radenković

Suosnivač/Menadžerka edukacije

Top 5 saveta za kreiranje dobrog startup tima

Pokretanje startapa je složen poduhvat koji podrazumeva mnogo više od inovativne ideje.

Važan, a često nepravedno zanemaren aspekt uspeha startapa leži u snazi i koheziji njegovog tima. Okupljanje motivisane, talentovane i komplementarne grupe pojedinaca ključno je za kreiranje funkcionalne timske baze koja će se nositi sa brojnim izazovima koji su česti pri vođenju biznisa.

Svaki je startup specifičan, kako zbog proizvoda ili usluge koju razvija, tako i zbog tržišta na kojem ih plasira, ali postoje stvari koje su zajedničke svim timovima.

Evo nekoliko preporuka i saveta na šta treba obratiti pažnju pri kreiranju, vođenju i razvoju jednog uspešnog startup tima.

1. Razumevanje potreba korisnika

Sposobnost brzog i efikasnog donošenja odluka odlika je uspešnih rastućih startup timova. Kako proces može biti veoma stresan i frustrirajući, često je izvor konflikata i nesuglasica, kako među suosnivačima, tako i

među ostalim članovima tima. Razumevanje realnih potreba korisnika, za koje se kreira proizvod ili usluga, od suštinskog je značaja za očuvanje dobrih odnosa u timu. Na ovaj način odluke se donose u skladu sa potrebama korisnika i ne zavise od stavova i ličnih afiniteta članova tima.

2. Kapaciteti za strateško promišljanje i delanje

Fazno vođenje procesa, detektovanje prioriteta, razumevanje postojećih kapaciteta i nedostataka u timu, od suštinske je važnosti za dugoročni rast startapa. Od kreiranja vizije, preko dizajniranja rešenja i osvajanja tržišta, strateško pristapanje je ključno pri donošenju odluka koje treba utiču na unapređenje, ne samo "proizvodnih" aspekata, već i na unapređenje internih procesa i kapaciteta tima koji treba da bude u skladu sa rastom kompanije.

3. Kreiranje i praktikovanje timske kulture

Dobra timska kultura doprinosi održavanju visokog nivoa motivacije i angažovanja zaposlenih. Kada članovi tima osećaju pripadnost, veća je verovatnoća da će biti zainteresovani i posvećeni uspehu startapa. Timska kultura predstavlja strateški imperativ za uspeh i održivost startapa, ona postavlja ton kako tim komunicira, saraduje, i na koji način se prilagođava promenljivom pejzažu startup okruženja.

4. Plansko širenje tima

Za rast kompanije koju prate brojni izazovi i prilike važno je graditi timsku strukturu koja može da podrži te promene i usložnjavanje procesa. Dok tim raste, uplivom različitih veština i znanja, važno je da novi članovi budu u stanju da se prilagode vrednostima i kulturi organizacije koja podržava saradnju, lični razvoj, razmenu znanja i slično.

5. Jačanje kapaciteta za liderstvo

Liderstvo igra ključnu ulogu u negovanju kulture inovacija. Dobri lideri podstiču kreativnost, podržavaju eksperimentisanje i stvaraju siguran prostor za članove tima da dele nove ideje. Kreiranje prostora za eksperiment i kreativno mišljenje je od vitalnog značaja za održavanje konkurentnosti u startup ekosistemu. Strateško osnaživanje liderskih kapaciteta članova tima doprinosi ne samo efektivnom donošenju odluka već poboljšava komunikaciju, koordinaciju i unapređuje stanje u organizaciji.

Kreiranje funkcionalnog startup tima podrazumeva usklađivanje mnogo raznolikih aspekata poslovanja. Pored uspostavljanja dobre baze suosnivača, usklađivanje njihovih vrednosti i stremljenja, važno je razumeti postojeće kapacitete tima i mapirati one koji nedostaju, imajući u vidu viziju rasta koju treba strateški realizovati. Jak i stabilan tim pruža neophodnu snagu za navigaciju kroz kompleksan preduzetnički proces koji vodi ka uspehu.

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 ne samo da kreiraju inovativne proizvode nego doprinose stvaranju novih radnih mesta i povezivanju akademske zajednice i privatnog sektora. U okviru istraživanja, ispitanici su pored kvantitativnih i demografskih karakteristika svojih zaposlenih, naveli i podatke o planovima za proširenje timova, kao i primarne izazove povezane sa angažovanjem novih zaposlenih sa određenom ekspertizom.

Kada se uzmu u obzir svi odgovori, procenat žena među zaposlenima je 33,6% a muškaraca 66,4%. Treba skrenuti pažnju na to da 23,4% startapa među zaposlenima nema nijednu ženu, dok 5,5% startapa nema zaposlene muškarce. Procenat startapa koji nemaju ni jednu zaposlenu osobu je 12%.

POLNA STRUKTURA ZAPOSLENIH

66,4% Muškarci

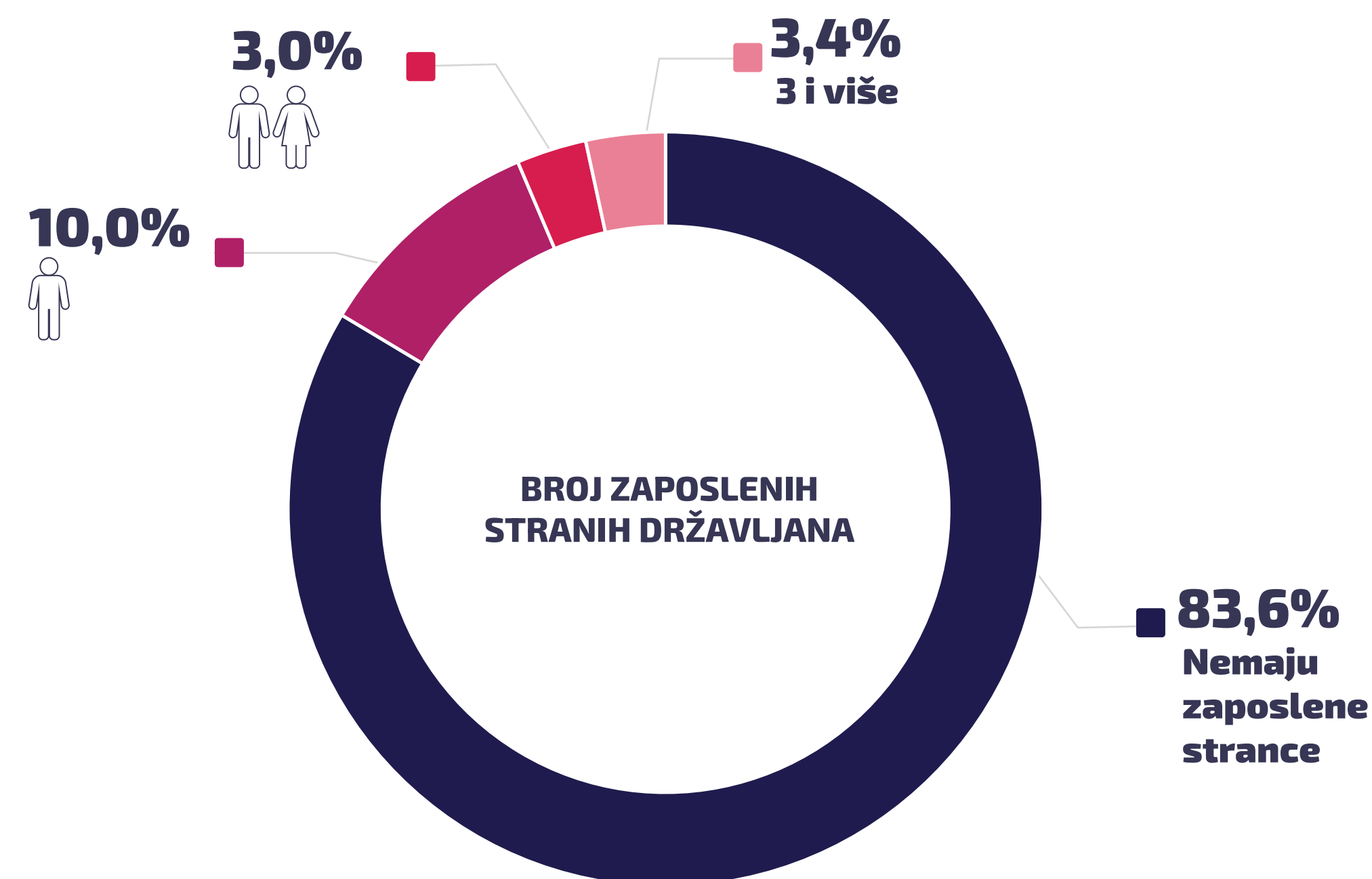


33,6% žene

N=201;

DRŽAVLJANSTVO ZAPOSLENIH

Istraživanje pokazuje da 16,4% startapa među svojim zaposlenima imaju strance, što je manji procenat u odnosu na prošlogodišnje rezultate kada je 24% startapa odgovorilo da ima strance među svojim zaposlenima. U istraživanju je učestvovalo 201 startapa, u kojima je ukupno zaposleno 70 stranaca. Prisustvo expata i stranih profesionalaca u startup ekosistemu može imati značajnu ulogu u njegovom daljem razvoju, jer oni donose specifično iskustvo i drugačije perspektive. Međunarodni timovi često igraju ključnu ulogu u razvoju novih proizvoda i usluga, imaju veću globalnu konkurentnost i privlače širi spektar korisnika širom sveta. Expatri također mogu povezati startape sa svojim kontaktima i poslovnim vezama iz svojih matičnih zemalja, što doprinosi boljoj međunarodnoj povezanosti i otvaranju novih poslovnih prilika za startape. Internacionalizacija zaposlenih i razvoj startup ekosistema mogao bi dodatno da se poveća ukoliko bi se, između ostalog, poboljšali uslovi za zapošljavanje stranih državljana.



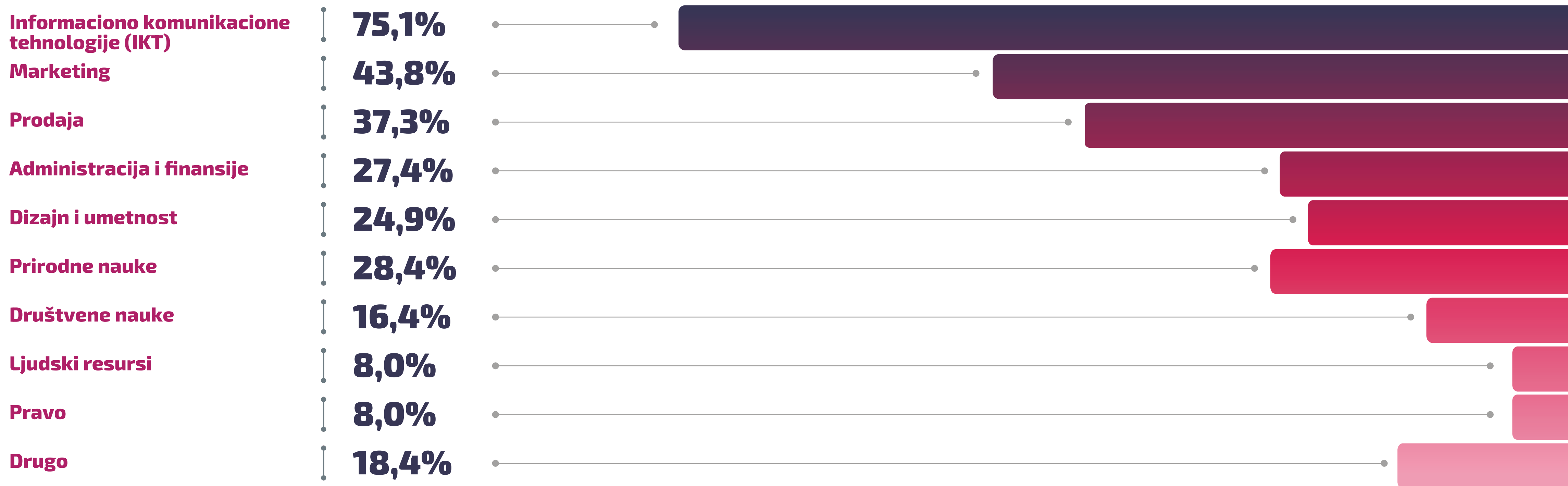
N= 201

OBLAST EKSPERTIZE ZAPOSLENIH

Kada govorimo o ekspertizi zaposlenih, ne čudi što 75,1% startapa ima zaposlene iz oblasti informaciono-komunikacionih tehnologija (IKT), već mnogo više čudi podatak da čak 24,9% startapa još uvek nema zaposlene sa ovom ekspertizom.

Pored IKT-a, najveći broj startapa među zaposlenima ima stručnjake iz marketinga (43,8% startapa) i prodaje (37,3% startapa), što ukazuje na činjenicu da su startapi fokusirani na povećanje prodaje i unapređenje marketinških strategija radi što uspešnijeg daljeg razvoja. Zastupljene oblasti ekspertize među zaposlenima su i administracija i finansije (27,4% startapa), oblasti diza-

jna i umetnosti 24,9%, domen prirodnih nauka 28,4%, dok 16,4% zapošljava stručnjake sa ekspertizom u društvenim naukama. Manja zastupljenost oblasti kao što su ljudski resursi i pravo (po 8,0%), ukazuje na tendenciju da se razvoj ovih oblasti odlaže za kasnije faze poslovanja, ali govori i o stepenu zrelosti našeg startap ekosistema. Treba uzeti u obzir i da su ispitanici imali mogućnost da odaberu više odgovora da bi mogla adekvatno da se sagleda multidisciplinarnost timova i raznolikost ekspertize zaposlenih.



N=201

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora



Sanja Savić

Marketing Specialist

Strateška podrška Startapovima kroz Sweat Equity model

U dinamičnom svetu startap ekosistema, primena Sweat Equity modela je jako značajna za podsticaj inovacija i održivog rasta.

Radi se o vrsti investicije koja ne predstavlja samo finansijsku podršku i razmatranje vlasničkog udela, već i intenzivnu saradnju i posvećenost projektu. Ta saradnja podrazumeva i ulaganje znanja iz različitih oblasti poslovanja zarad zajedničkog uspeha.

Kada se nalazite u početnim fazama razvoja ideje, traganje za investitorima i partnerima predstavlja jednu vrstu izazova gde vi, zapravo, tražite kompaniju koja razume vašu viziju i spremna je da bude deo nje. Važno je da, u tom procesu, svi učesnici budu usaglašeni i da deluju unutar okvira zajedničkih vrednosti, ali i da su obostrana očekivanja i opseg posla jasno i transparentno definisani.

Odabir Sweat equity modela je zapravo strateški potez partnera. Pored finansijskog segmenta,

njegovom primenom se dobija i dodatna vrednost izražena kroz ekspertizu, mrežu kontakata i stručno usmerenje. Umnogome upravo taj nemonetarni aspekt može značajno doprineti samom razvoju projekta.

Više od decenije iskustva investiranja u startapove pomoglo nam je da kao kompanija definišemo jedinstven proces prepoznavanja projekata sa izuzetnim potencijalom, uvažavajući sweat equity principe.

Prilikom apliciranja za investiciju ili partnerstvo, startap tim sa nama deli značajne informacije o trenutnoj fazi projekta, strategiji, poslovnom modelu i tehničkim zahtevima. Na osnovu ovih podataka mi radimo analizu izvodljivosti i procenu opravdanosti investicije. Nastojimo da dobro upoznamo startap tim, njihovu motivisanost i privrženost dugoročnom razvoju projekta. Odluku o ulaganju razmatra iskusni tim eksperata koji odlično poznaje kretanje tržišta.

Kada se partnerstvo ostvari, naše učešće se ne završava na samoj investiciji. Nudimo i strateško vođenje, mentorstvo i pristup Quantox timu stručnjaka iz različitih oblasti poslovanja. Tokom godina, podržali smo mnoge startap priče - **Unifi** iz Velike Britanije, **Ota Sync**, **Outpost Chess**, **Benefiti**, **Smartsy**, **EasyPass** itd. Sve one svedoče o našem dubokom uverenju da treba stremiti ka inovacijama a ovakvi projekti prikazuju i raznolikost industrija i sektora u kojima stvaramo digitalna rešenja.

O tome koliko smatramo stratešku podršku startapovima važnom govori i program **QLab Akcelerator** koji smo lansirali 2022. godine. Osmišljen da ohrabri pojedince i timove da rade na svojim idejama i projektima, program pruža izabranim startapovima mentorstvo stručnjaka u razvoju biznisa, predavanja i radionice, kao i tehnički razvoj uz pomoć naših programera i dizajnera. Završava se kreiranjem MVP-ja - proizvoda spremnog za prezentaciju sudijama i potencijalnim investitorima.

Startap ekosistem će uvek biti izvor potencijala u IT industriji. Okretanje ka Sweat Equity modelu može biti snažna motivacija i ohrabrenje ljudima da dalje napreduju sa svojim projektima. Dugogodišnje iskustvo rada na IT tržištu nam je pokazalo da ovaj model može otkriti sjajne ideje i dati im preko potreban podsticaj za dalje faze razvoja.





Ivana Kappenmann

Partner & Chief Financial Officer

ESOP - Plan uspeha i mogućnosti za zaposlene

Employee Stock Option Plan (ESOP) je sredstvo dodeljivanja udela u vlasništvu (eng. equity) zaposlenima i predstavlja finansijski instrument, koji omogućava zaposlenima da steknu akcije kompanije po sniženoj ceni, obično nakon što prođe period sticanja prava (eng. vesting period), koji nije kraći od 2 godine. U suštini, ovaj instrument omogućava zaposlenima udeo u vlasništvu kompanije.

Prednosti ovog instrumenta su mnogobrojne. Na prvom mestu je privlačenje talenta kroz davanje mogućnosti na pravo za sticanje udela kompanije (ESOP). Opšte je poznato da se startapi često suočavaju sa brojnim finansijskim ograničenjima, što im otežava da ponude konkurentne plate za privlačenje vrhunskih talenata. Primenom ESOP-a, startapi imaju mogućnost da kroz dodelu udela u vlasništvu kompanije obogate pakete naknada koje nude zaposlenima, čime mogu efikasno nadoknaditi nižu novčanu ponudu. Ova strategija je jednako efikasna i za nagrađivanje konsultanata i programera u ranoj fazi razvoja startapa. Impresionirajte ih svojom idejom i kompenzujte njihov rad ESOP-om. Jednom kada privučete talente, sledeći izazov je kako da ih zadržite. Opcije za sticanje udela obično dolaze sa određenim periodima sticanja prava (vesting periodima), što motiviše zaposlene da se zadrže u kompaniji. Ova dinamika se često naziva i

"sweat equity" jer članovi tima moraju uložiti svoje vreme i trud da bi dobili udeo u vlasništvu. Kroz privlačenje i zadržavanje talenata, kompanija osigurava ključne resurse za budući razvoj, čime se u potpunosti koristi potencijal za stvaranje dodatne vrednosti. Pored toga, ESOP neguje kulturu timskog rada usklađivanjem interesa zaposlenih u napretku kompanije – svi dele iste ciljeve. Ovi planovi takođe povećavaju osećaj vrednosti i priznanja kod zaposlenih, dovodeći do povećane angažovanosti, motivacije i smanjenja procenta odlaska zaposlenih iz kompanije. To, zauzvrat, povećava produktivnost. Takođe, ne smemo zaboraviti i na poreske pogodnosti koje ESOP može doneti sa sobom.

Kako to funkcioniše? Kompanija kreira "option pool", odvajajući udele koje mogu biti dodeljene zaposlenima. Razmislite o ovome kao o jednom parčetu kolača, iz kojeg se zatim dodeljuju manji zalogaji. Obično, veličina "option pool" je između 5% i 30% i on ne mora biti odmah dodeljen. U stvari, često je bolje ostaviti nedodeljene akcije za kasnije zapošljavanje ili za dopunu paketa nadoknada. To je proces od tri koraka – dodela, period sticanja prava, korišćenje prava. Poslodavac dodeljuje opcije na udele ("stock options"). Ako zaposleni poštuje pravila, posle izvesnog vremena stiče pravo da iskoristi svoje opcije za kupovinu udela. Zaposleni potpisuje Shareholders agreement (SHA) – što predstavlja pravni dokument, koji zaposlenog i poslodavca obavezuje na određene uslove. SHA pruža potpunu transparentnost, pomaže u izbegavanju sporova i obezbeđuje kompaniji sigurnost, da je zaštićena u različitim mogućim scenarijima. Pet osnovnih elemenata, koje SHA treba da pokrije, su sledeći: odredbe o prenosu akcija, drag & tag along prava, blokade u odlučivanju (deadlock provisions), odlučivanje o posebnim stavkama (reserved matters), i politiku isplate dividendi (dividend policy).

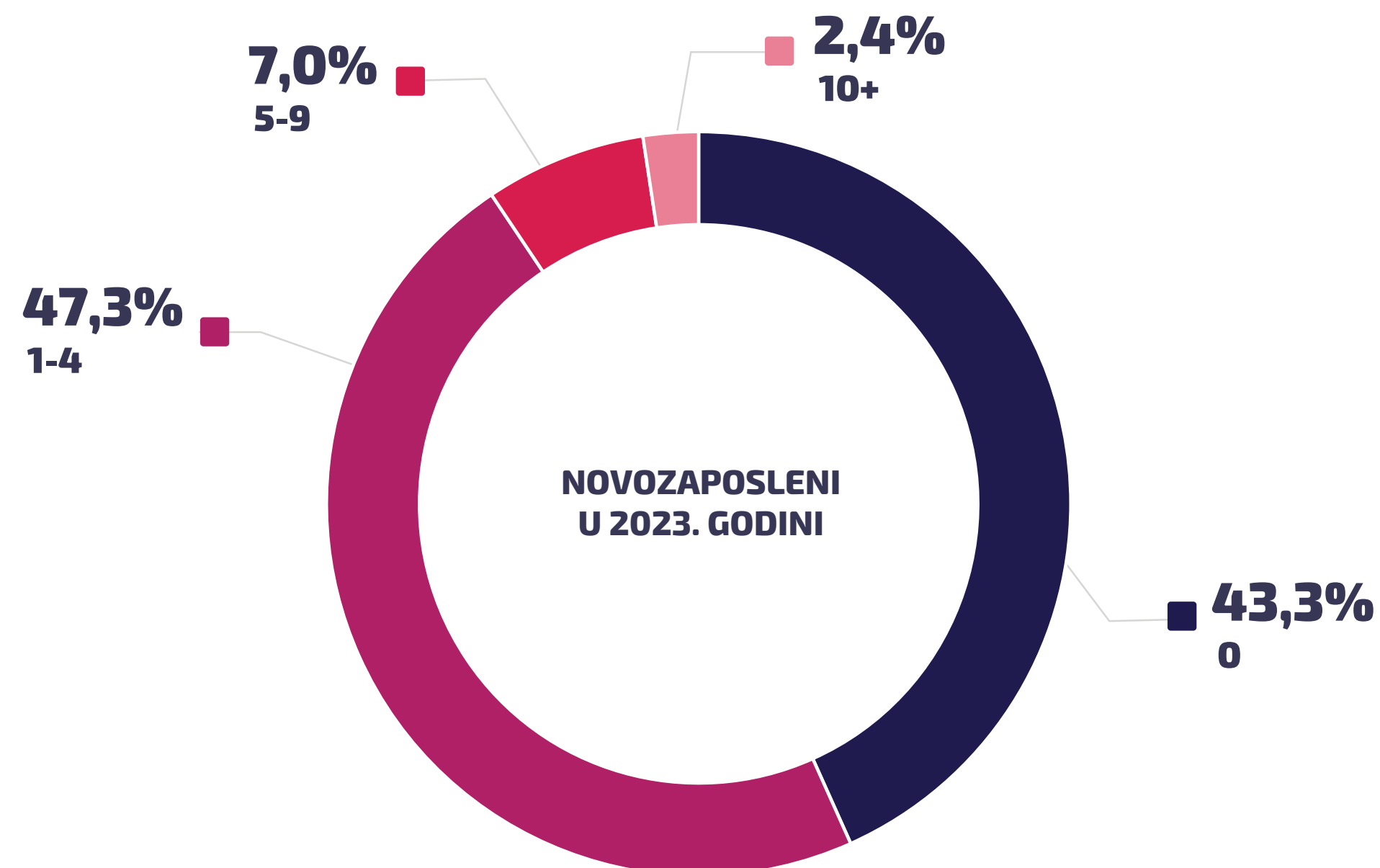
Lista prednosti ESOP-a je duga. Međutim, postoje i određeni nedostaci. Implementacija ESOP-a može iziskivati značajna finansijska sredstva i podrazumeva veoma složen i detaljan proces. Stoga, vlasnici kompanija moraju pažljivo razmotriti i doneti svesnu odluku pre nego što se opredele za uvođenje ESOP-a. Implementacija ESOP-a predstavlja investiciju koja kreira produktivno, visoko motivisano i otvoreno okruženje, koje značajno doprinosi povećanju šansi za uspeh kompanije. Ovo predstavlja ključni element jake korporativne kulture. Kako navodi Harvard Business Review, kompanije koje odlikuje snažna kultura beleže četverostruki rast prihoda. Stoga, razvijena korporativna kultura nije pitanje prestiža, već osnovni preduslov za uspeh u savremenom poslovnom okruženju.

vega IT

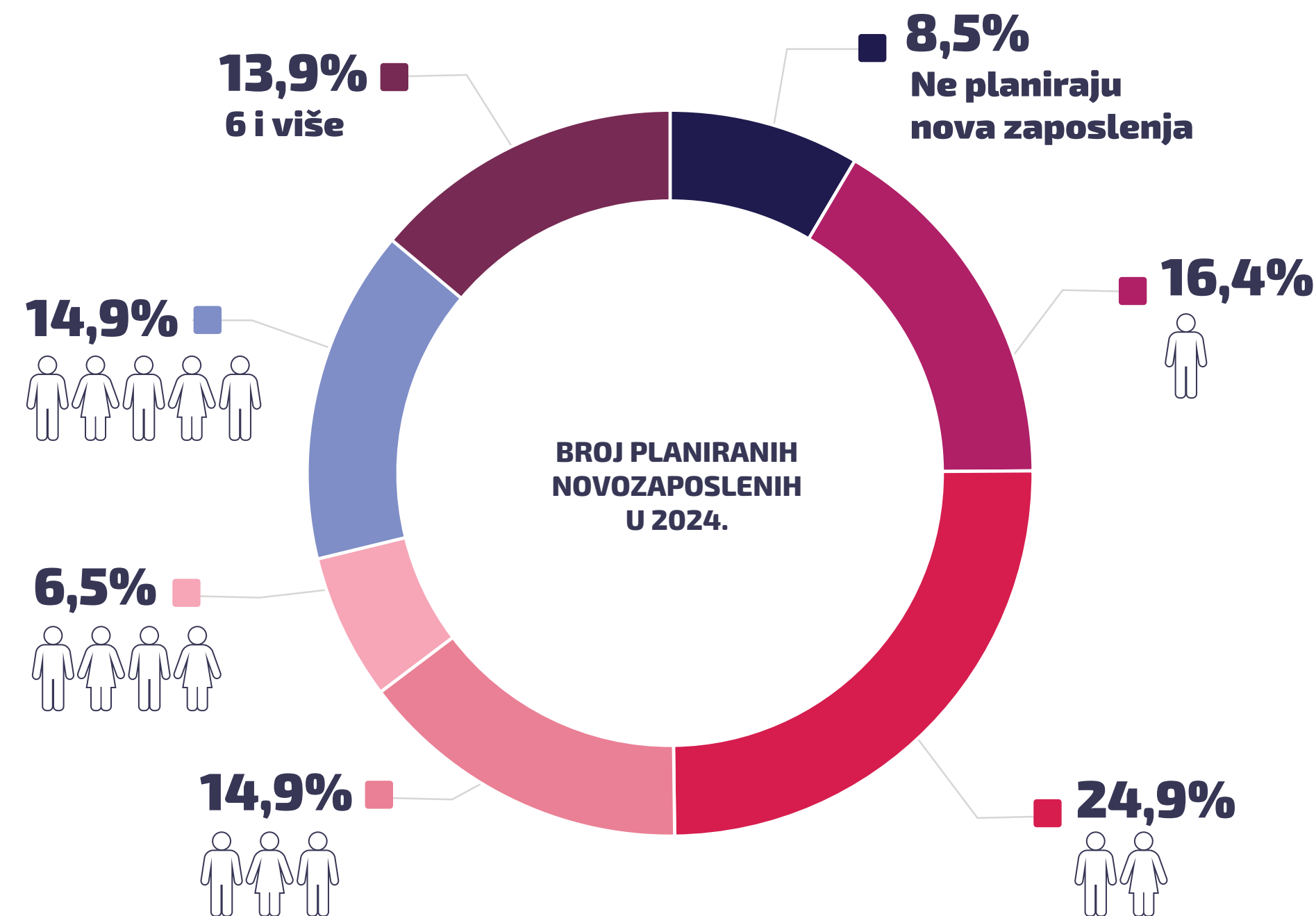
ZAPOŠLJAVANJE

Od anketiranih 201 startapa njih 56,7% (ukupno 114) je u 2023. godini angažovalo ukupno 358 novozaposlenih, odnosno u proseku 1,8 novozaposlenih po startapu. To istovremeno znači da 43,3% startapa u 2024. godini nije zaposlilo ni jednog novog člana tima, a još 47,3% je zaposlilo 1-4 osobe, što pokazuje da 90,6% startapa u ekosistemu nije bilo u mogućnosti da značajnije poveća svoj tim u prethodnoj godini.

Kada podatke o zapošljavanju u 2023. godini uporedimo sa planovima startapa za zapošljavanje iz prošlogodišnjeg Startap skenera, vidimo da je 167 startapa koji su učestvovali u istraživanju izjavilo da planira ukupno zapošljavanje preko 958 novih članova tima. Kada uporedimo procenjenju veličinu ekosistema u trenutku Startap skenera 2023 i istraživanja koje je pred vama, možemo zaključiti da su startapi u Startap ekosistemu Republike Srbije planirali da u 2023. godini zaposle preko 3000 novih članova tima, ali da su ukupno zaposlili manje od 1500 ljudi. Iako su planovi vrlo često previše optimistični i prirodno je da rezultati budu nešto slabiji, činjenica da je ekosistem u 2023. godini nastavio da raste, a da je u tom periodu zaposleno manje ljudi nego u 2022. godini ukazuje na postojanje ozbiljnih izazova sa kojima se ekosistem u celini suočio prethodne godine.



N= 201



N= 201

Većina startapa, 91,5%, planira da zaposli nove članove tima u 2024. godini. Poređenjem podataka iz ove i prošle godine, primetno je smanjenje u broju planiranih novozaposlenih među startapima u Srbiji. Dok su prošle godine startapi planirali da prošire svoje timove za prosečno 5,7 novih članova, što bi rezultovalo stvaranjem približno 958 novih radnih mesta, ove godine taj broj je opao na prosečno 3,95 novih članova tima po startapu, sa predviđenih 794 novih pozicija za zapošljavanje.

Imajući u vidu da je ovim istraživanjem obuhvaćen samo deo domaćeg startap ekosistema, za koji procenjujemo da u ovom trenutku obuhvata oko 750 startapa, može se zaključiti da je ekosistem u celini tokom 2023. godine angažovao oko 1350 novozaposlenih, a planira da u narednoj godini otvori 3000 novih radnih mesta.

Uprkos smanjenju broja planiranih novih pozicija sa 5,7 u 2023. na 3,95 u 2024. godini, činjenica da preko 90% startapa planira zapošljavanje novih članova tima pokazuje da su zadržali ambicije i optimizam, uprkos objektivnim izazovima sa kojima se suočavaju.

Od startapa koji su otvorili nova radna mesta u 2023. godini, trećina (32,8%) je pojačala tim novim članovima sa IT ekspertizom.

Kada posmatramo druge ekspertize koje su startapima potrebne, treba posebno istaći prodaju i marketing koje su u prošlogodišnjem istraživanju dominirale među pozicijama koje su startapi planirali da popune u 2023: 51,5% startapa planiralo je zapošljavanje u sektoru prodaje, a 49,1% u sektoru marketinga. Međutim samo je 17,4% startapa zaposlilo nove članove tima u oblasti prodaje, i 16,4% u oblasti marketinga, što je drastično manje ne samo od planova koje su imali za 2023. već i od zapošljavanja u ovim oblastima u 2022. godini kada je 29,1% startapa zaposlilo nove kolege u prodaji, i 32% u marketingu.

Tabela prikazuje trendove u zapošljavanju i planiranju zapošljavanja u oblastima marketinga i prodaje unutar startap ekosistema od 2021. do 2024. godine. Na osnovu Startap skenera 2022 su navedeni podaci za 2021. godinu i planovi zapošljavanja za 2022. Na osnovu Startap skenera 2023 su navedeni podaci za 2022. godinu i planovi zapošljavanja za 2023. Na osnovu ovogodišnjeg istraživanja su navedeni podaci za 2023. i planovi zapošljavanja za 2024.

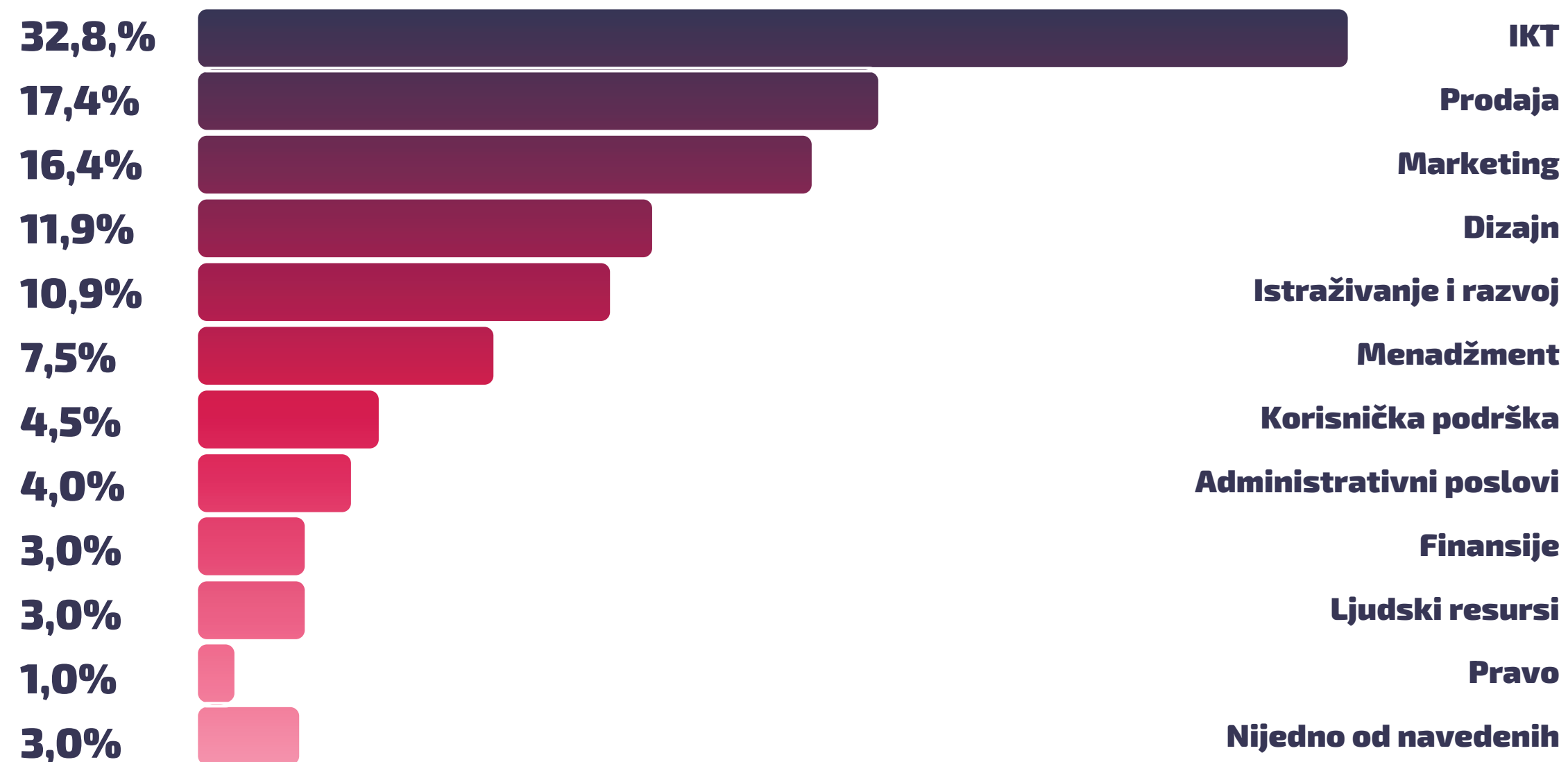
PREGLED POTREBA I ZAPOS LJAVANJA U OBLASTI PRODAJE I MARKETINGA

GODINA	2021	2022	2023	2024
IMA ZAPOSLENE SA EKSPERTIZOM U MARKETINGU	45,7%	44,3%	43,8%	
IMA ZAPOSLENE SA EKSPERTIZOM U PRODAJI	38,4%	43,7%	37,3%	
PLANIRANO ZAPOS LJAVANJE U MARKETINGU		50,3%	49,1%	44,3%
PLANIRANO ZAPOS LJAVANJE U PRODAJI		11,3%	51,5%	56,2%
PROŠIRILI TIM U OBLASTI MARKETINGA		32%	16,4%	
PROŠIRILI TIM U OBLASTI PRODAJE		29,1%	17,4%	
SMATRA DA JE NAJTEŽE POPUNITI POZICIJE U MARKETINGU	17,2%	16,2%	17,9%	
SMATRA DA JE NAJTEŽE POPUNITI POZICIJE U PRODAJI	30,5%	44,3%	44,3%	

Iz tabele sa pregledom potreba i zapošljavanja u oblasti prodaje i marketinga uočavamo da je tokom 2022. godine, na nivou ekosistema, većina startapa osvestila koliko je prodaja bitna. Na samom početku godine je svega 11,3% startapa imalo planove za zapošljavanje u sektoru prodaje, a do kraja 2022. je 32% zaposlilo nove članove tima sa zadatkom da se bave prodajom. Ovaj porast svesti o važnosti prodaje poklopio se sa periodom kada su troškovi kapitala porasli, a pristup finansiranju postao teži, uz pomeranje fokusa za rane investicije, sa MVP razvojne faze na seed fazu. Sticanje prvih korisnika, testiranje product-market fit-a, prodajne aktivnosti i marketinške inicijative postale su ključne za rast i razvoj startapa.

U tom smislu je veoma značajan nalaz da je početkom 2023. godine 51,5% startapa planiralo zapošljavanje u oblasti prodaje, a da je do kraja godine samo 17,4% uspeo da zaposli nove članove tima sa ovom ekspertizom. Ovaj jaz između planiranog i ostvarenog je još drastičniji ako bliže pogledamo uzorak: 51,5% je rezultat upita na celom uzorku prošlogodišnjeg istraživanja, a 17,4% je rezultat upita na onom delu uzorka ovogodišnjeg istraživanja koji je zaposlio barem jednog novog člana tima u 2023. godini. Ako pogledamo u odnosu na ceo uzorak, videćemo da je od 201 startapa koji su učestvovali u istraživanju manje od 10% zaposlilo nove članove tima u oblasti prodaje.

SEKTORI ŠIRENJA TIMA U 2023



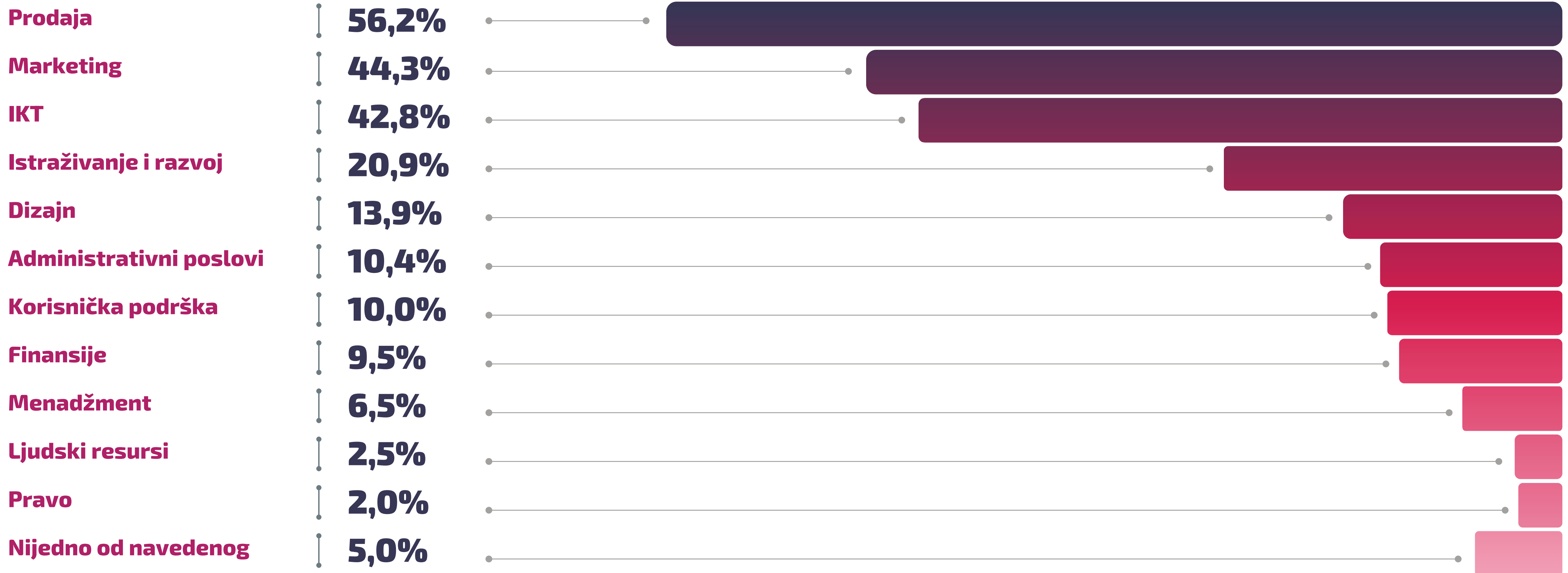
N= 114

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

U planovima startapa za 2024. godinu, najtraženiji sektori su prodaja (56,2%), zatim marketing (44,3%) i IKT (42,8%). Sa znatno manjim procentima slede oblasti istraživanja i razvoja (20,9%), dizajna (13,9%), administrativnih poslova (10,4%), korisničke podrške (10,0%). Ovi podaci se poklapaju i sa prošlogodišnjim istraživanjem kada su isti sektori bili najtraženiji, i u skladu su sa ključnim ciljevima za 2024. godinu: rast prodaje (takođe pogledati segment CILJEVI).

Ne može se dovoljno naglasiti koliki značaj za srpski startap ekosistem ima zapošljavanje u sektoru prodaje u 2024. godini, koji će biti ili ključni pokretač rasta i širenja poslovanja, ili će postaviti granicu daljeg rasta ekosistema.

SEKTORI ŠIRENJA TIMA U 2024



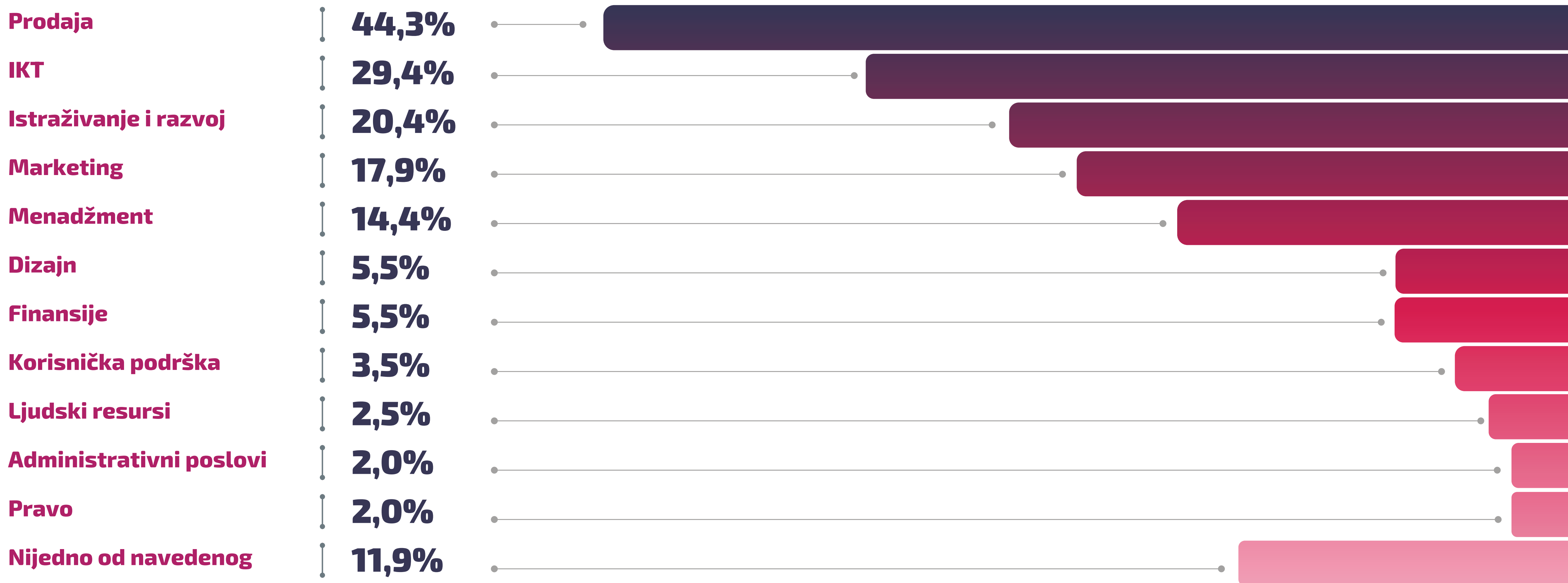
N=201

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

Kao treći najveći izazov u svom poslovanju, odmah nakon finansiranja i pridobijanja kupaca, 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, 29,4% iz oblasti IKT-a, 20,4% istraživanja i razvoja, 17,9% marketinga, posle čega slede pozicije menadžmenta kod 14,4% startapa.

NAJTEŽE POZICIJE ZA POPUNJAVANJE



N=201

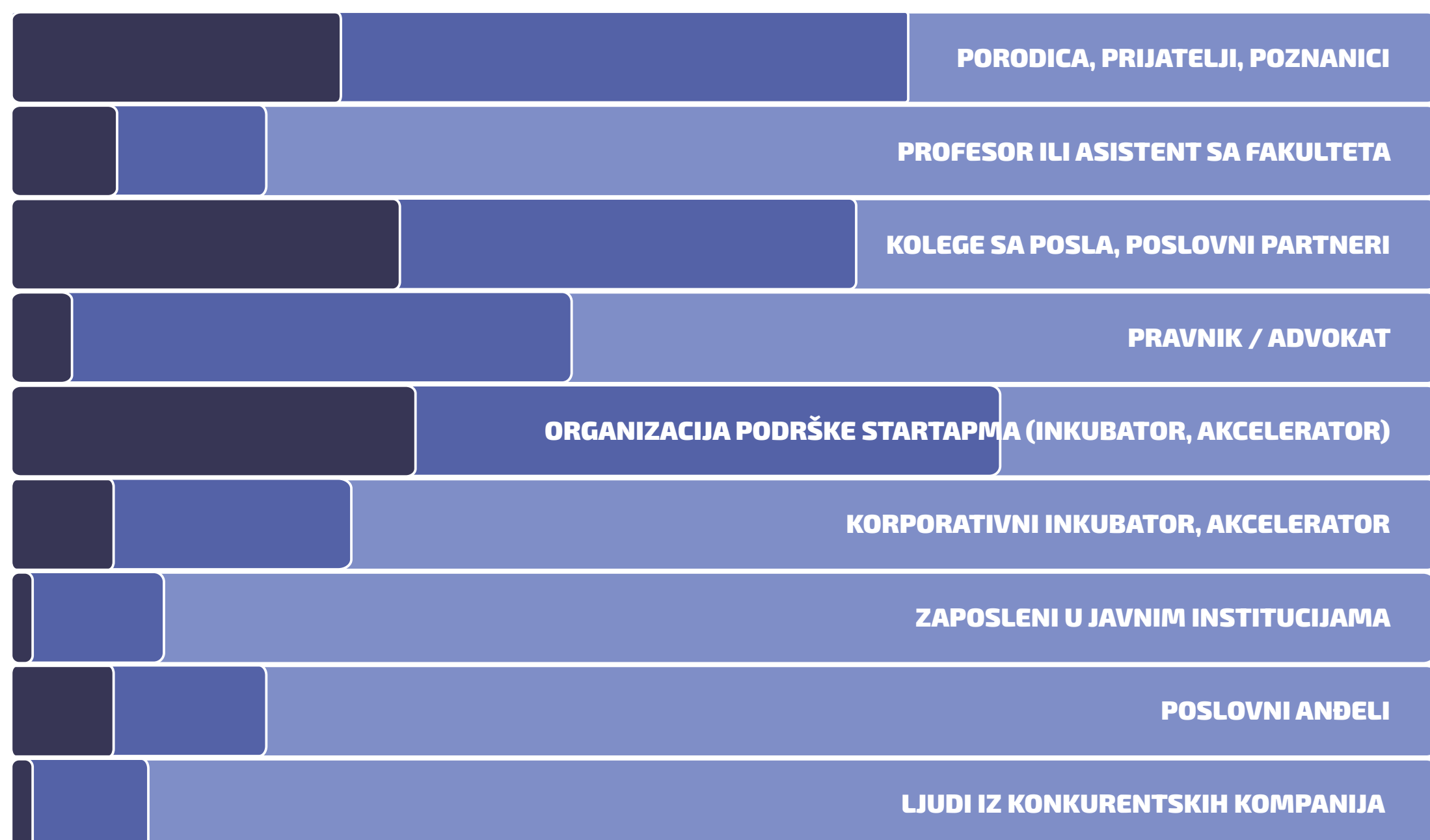
* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

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“.¹² Akteri odnosno pojedinci ili grupe dobijaju olakšan ili povoljniji pristup potrebnim resursima zahvaljujući svojim društvenim vezama (u ovom kontekstu socijalne mreže [engl. social networks] ne odnose se na social media networks kao što su npr. LinkedIn, Instagram 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

Imali su ključnu ulogu ■ Pomogli su ■ Nisu pomogli ■



N=201

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

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,¹³ ispitanici su mogli da izaberu jednu od sledećih opcija — nisu pomogli, pomogli su, imali su ključnu ulogu.

Na osnovu distribucije svih pozitivnih odgovora ispitanika, ove godine vidimo da organizacije podrške startapima po prvi put na prvom mestu i u segmentu "imali su ključnu ulogu" i u segmentu "pomogli su". Ovi podaci jasno ukazuju na sve veću važnost organizacija podrške, ističući njihovu ključnu ulogu i pomoć koju pružaju u razvoju i uspehu startapa. Njihov doprinos ne samo da je prepoznat od strane ispitanika, već postavlja dobru osnovu za buduće strategije i politike razvoja inovacionog ekosistema, naglašavajući potrebu za kontinuiranom podrškom i saradnjom.

Pored toga i dalje su mnogi osnivači za osnivanje i razvoj podršku dobijali kroz svoje neformalne socijalne mreže — kolege sa posla, kao i porodicu, prijatelje, poznanike.

POMOĆ FORMALNIH I NEFORMALNIH MREŽA

POMOĆ	NISU POMOGLI	POMOGLI SU	IMALI SU KLJUČNU ULOGU
NEFORMALNE MREŽE			
PORODICA, PRIJATELJI, POZANICI	37,3%	39,3%	23,4%
PROFESOR ILI ASISTENT SA FAKULTETA	82,1%	10,4%	7,5%
KOLEGE SA POSLA, POSLOVNI PARTNERI	40,8%	31,8%	27,4%
FORMALNE MREŽE			
PRAVNIK / ADVOKAT	60,7%	34,8%	4,5%
ORGANIZACIJA PODRŠKE STARTAPMA (INKUBATOR, AKCELERATOR)	30,8%	40,8%	28,4%
KORPORATIVNI INKUBATOR, AKCELERATOR	76,1%	16,4%	7,5%
ZAPOSLENI U JAVNIM INSTITUCIJAMA	89,1%	9,5%	1,5%
POSLOVNI ANĐELI	82,1%	10,4%	7,5%
LJUDI IZ KONKURENTSKIH KOMPANIJA	90,0%	9,0%	1,0%

¹² Human capital, OECD, <https://www.oecd.org/insights/37966934.pdf>

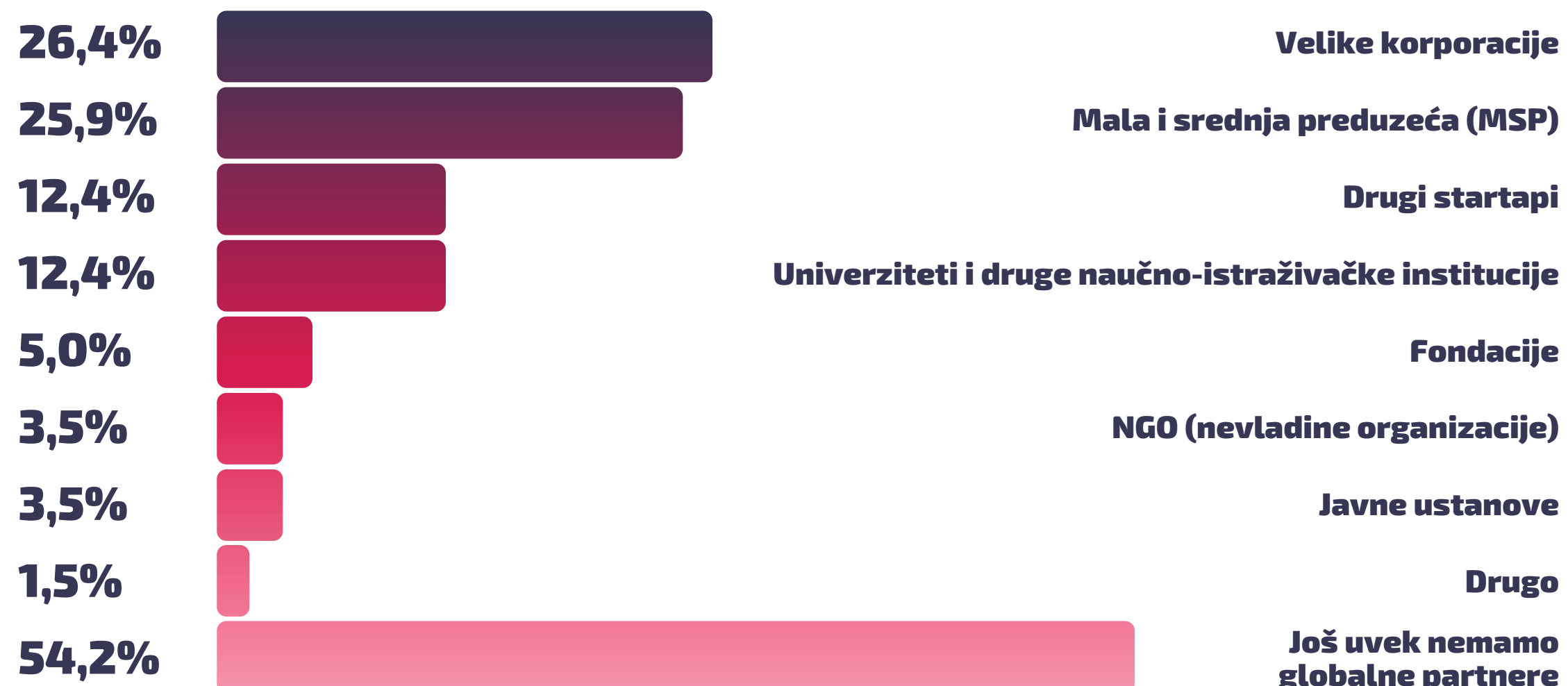
¹³ Social Networks in Entrepreneurial Startups Development, Durda L., Ključnikov A., Economics and Sociology, 12(3), 192-208. doi:10.14254/2071-789X.2019/12-3/13

GLOBALNA POVEZANOST

Globalna povezanost se može meriti na više načina. Prateći Startup 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.¹⁴ Gledano iz ugla socijalnog kapitala suština globalne povezanosti je u tome koliko su domaći startapi povezani sa igračima u globalnom ekosistemu ili razvijenim startup ekosistemima. Međunarodne veze, tokovi razmene informacija i znanja, su značajni jer putem njih domaći startapi mogu da povećaju svoje znanje, potencijal za razvoj i uspeh na globalnom tržištu.

Istraživanje pokazuje da više od polovine startapa još uvek nema ni jednog globalnog partnera (54,2%) što je veći procenat u odnosu na prošlogodišnji Skener kada 44,3% startapa do tog trenutka nije imalo globalne partnere. Imajući u vidu da se većina startapa nalazi u ranoj fazi razvoja, ovakvi rezultati ne iznenađuju, ali istovremeno i ukazuju na neophodnost razvoja jačih globalnih veza kako startapa, tako i celog ekosistema.

STRUKTURA GLOBALNIH PARTNERA



N= 201

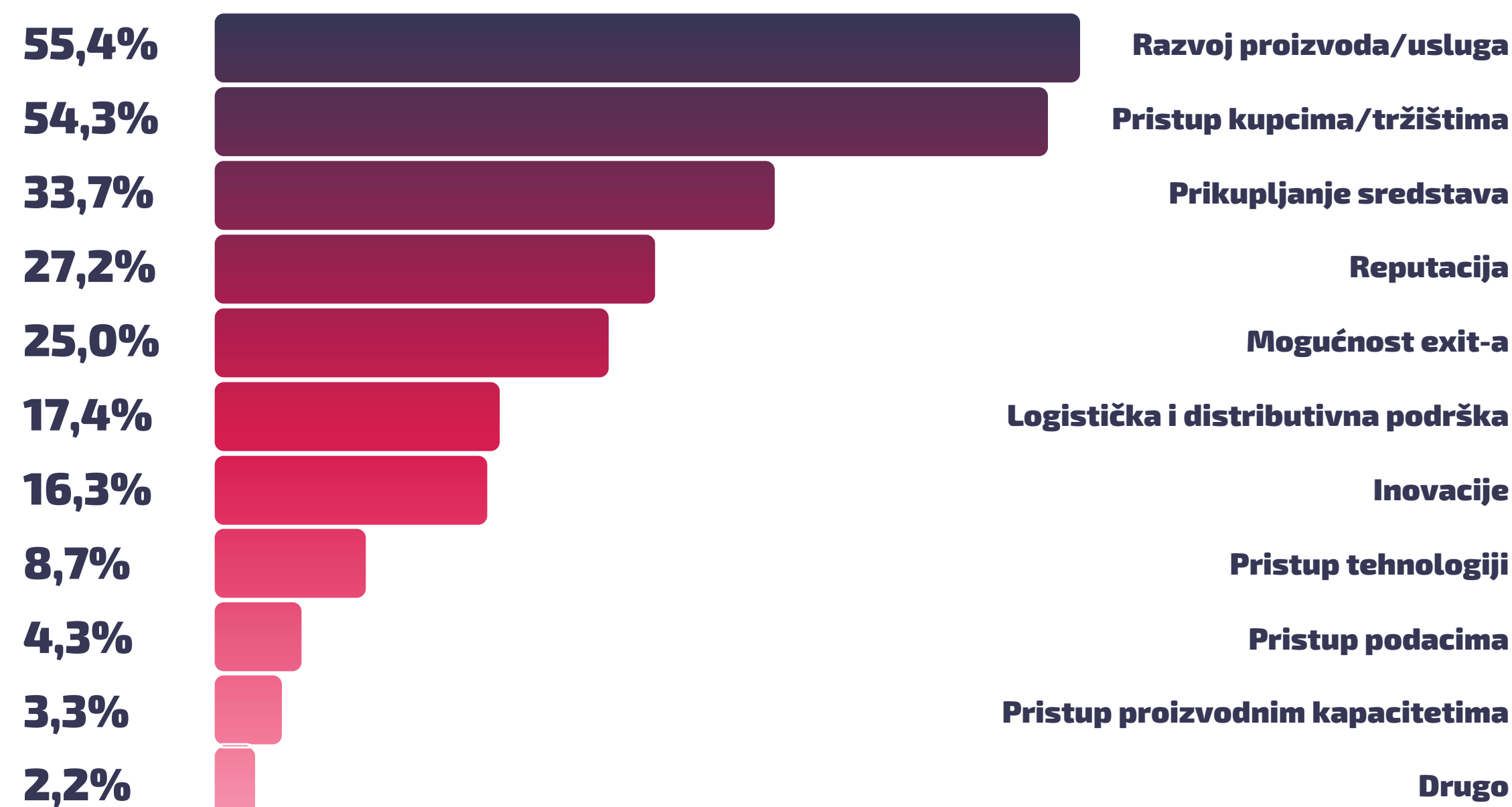
* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

¹⁴ Startup skener 2019, Kako ide startapima u Srbiji?, Inicijativa Digitalna Srbija, str. 48.

Analiza strukture globalnih partnera startapa pokazuje da su među njima najzastupljenije druge kompanije, od toga velike kompanije 26,4%, mala i srednja preduzeća 25,9%, drugi startapi 12,4%. Univerziteti i naučno-istraživačke institucije, kao međunarodni partneri domaćih startapa, zastupljene su kod 12,4% startapa. Orijentisanost ka privrednim subjektima ne iznenađuje, imajući u vidu da velike kompanije često imaju globalno prisustvo i veze sa drugim velikim kompanijama, dok su mala i srednja preduzeća često povezana sa lokalnom zajednicom što ih čini dobrim partnerima za startape koje žele da uđu na određeno tržište.

Kada je reč o ciljevima saradnje sa najvažnijim globalnim partnerima, startapi su većinom označili razvoj proizvoda ili usluga (55,4%), pristup kupcima i tržištima (54,3%), prikupljanje sredstava (33,7%), reputaciju (27,2%) i mogućnost exit-a (25,0%). Ostali ciljevi su zastupljeni sa udelom manjim od 20%. Poređenjem rezultata o ciljevima globalne saradnje i ciljeva koji su posebno važni za startape (takođe pogledati segment CILJEVI) zaključujemo da primarni značaj za startape imaju povećanje prodaje i razvoj proizvoda.

CILJEVI GLOBALNE SARADNJE



N= 92

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora



Blanka Šupe

Osnivačica Haos Community Space

Izgradnja startup kulture u Srbiji između lokalnih izazova i globalnih prilika

S obzirom na to da sam se nedavno preselila u Srbiju posle dve decenije provedene u Rusiji i preko 10 godina provedenih u San Francisku, prijatno sam iznenađena ovdašnjom izuzetno živom startup scenom. U poslednje 2-3 godine, Srbija je doživela veliki rast interesovanja i prilika za investicije, povećava se broj akceleratora i događaja namenjenih osnivačima startupova. Ali i pored ovog napretka, da bi startup ekosistem zaista napredovao, neophodno je da se suočimo sa izazovima koji nas koče. Glavni problemi nisu nužno nedostatak investicija ili podrške vlade, već stanje preduzetničkog mentaliteta, zajednice i povezanosti kako na lokalnom tako i na globalnom nivou.

Trenutno imamo pristup izgradnji startup ekosistema i podsticanju inovacija koji odlikuje struktura "odozgo nadole".

To je vrlo slično mnogim evropskim zemljama, ali ne mislim da je to najuspešniji način. Po mom mišljenju, postoji vrlo jednostavan razlog zašto su Silicijska dolina i najveće i najuspešnije kompanije (bez obzira da li su li iz IT industrije ili ne) nastale u SAD.

Da, SAD pružaju stimulušu infrastrukturu, a državne politike stavljaju snažan naglasak na preduzetničko obrazovanje i istraživanje i razvoj. Ali tajna zašto sve pomenuto postoji, na prvom mestu leži u kulturi

inovacija i preduzetništva. Preduzetnički duh duboko je ukorenjen u SAD i podstiče kulturu koja slavi inovacije, preuzimanje rizika i prihvatanje neuspeha kao prilike za učenje. Taj kulturni aspekt kao temelj preduzetničke zajednice značajan je faktor uspeha startup ekosistema u SAD.

Kakve ovo ima veze sa srpskim startup ekosistemom?

Evo glavnih problema koje sam uočila:

Težnja da se ostane na bezbednom: Ako želimo da budemo na istom nivou kao startapi u Silicijskoj dolini, treba da podstičemo osnivače da preuzimaju rizik i postavljaju hrabrije ciljeve kada biraju koje probleme da reše ili koje vrste poslovanja da pokrenu.

Nedostatak istraživanja tržišta i kupaca: Nedovoljan broj osnivača sprovodi dubinsko istraživanje tržišta, odnosno kupaca, pre nego što razvije svoj proizvod. Mnogi ne znaju ko su im konkurencija ili šta su njihovi TAM/SAM/SOM i retko sprovode intervjue s potencijalnim klijentima. To je kao da uđete u igru, a ne znate pravila.

Nepovezanost zajednice: Ovo je veliki problem. Trenutno srpskom startup ekosistemu je potrebna snažna zajednica koja podstiče saradnju, deljenje znanja i podršku među osnivačima. A ovo je zapravo najbrži način da se izgradi preduzetnička kultura u Srbiji.

Dakle, kako snažna zajednica može da pomogne?

Validacija ideja i rast: Postojanje čvrsto povezane zajednice ima ključnu ulogu u validaciji poslovnih ideja, privlačenju prvih kupaca i kreiranju proizvoda koji odgovaraju tržištu.

Regrutacija: Pronalaženje pravog talenta je teško, ali startapi koji su povezani sa ekosistemom i poznati u zajednici uvek su uspešniji u tome.

Finansijska podrška: Bolja povezanost pruža osnivačima pristup potencijalnim investitorima, mentorima i partnerima, stvarajući prilike za finansijsku podršku i strateško usmeravanje.

Prenos znanja: Zajednica deli iskustva, tako da ne morate iznova otkrivati toplu vodu. Učite iz uspeha, ali i iz neuspeha.

Globalna povezanost: Globalna povezanost startupima omogućava interakciju s globalnim kupcima od najranijih faza: globalne veze omogućavaju osnivačima, i celom ekosistemu, da se uključe u globalnu mrežu ideja, talenata, kapitala i stručnog znanja. Pristup toj mreži pomaže startupima da skaliraju svoj biznis, što podstiče regionalni ekonomski rast i stvaranje novih radnih mesta.

Mentalni podsticaj: Pozicija osnivača zna da bude usamljenička. Ne može se potceniti u kojoj meri podrška zajednice može da vam pomogne da se podignete kada osećate da ste u lošoj fazi ili stagnirate.

Moj savet osnivačima bi bio da se manje fokusiraju samo na izgradnju proizvoda i da se više druže, razgovaraju s drugim osnivačima i potencijalnim klijentima. Proverite koji su vam događaji i prilike za umrežavanje na raspolaganju i počnite da gradite odnose sa zajednicom koja deli vaše vrednosti.

Verujem da je veća lokalna i globalna povezanost temelj svakog uspešnog startup ekosistema, ali i njegov akcelerator. Ako želimo više uspešnih startapa, više kvalifikovanih talenata, više izvora kapitala i poslovnih "anđela", moramo da stavimo prioritet na stvaranje zajednice.

FINANSIRANJE I POSLOVANJE

Kada je reč o startapima, finansijski kapital se može posmatrati kroz dve dimenzije — odakle dolazi početni finansijski kapital i koliko je startap 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 startap finansira iz sopstvenog poslovanja i sredstava osnivača. Uspeh startapa i razvoj ekosistema usko su povezani sa mogućnostima za pristup finansiranju (eng. access to finance). Posebno je značajno da se u ranoj fazi razvoja startapa, finansiranje obezbedi na adekvatan način i u što kraćem vremenskom roku.¹⁵

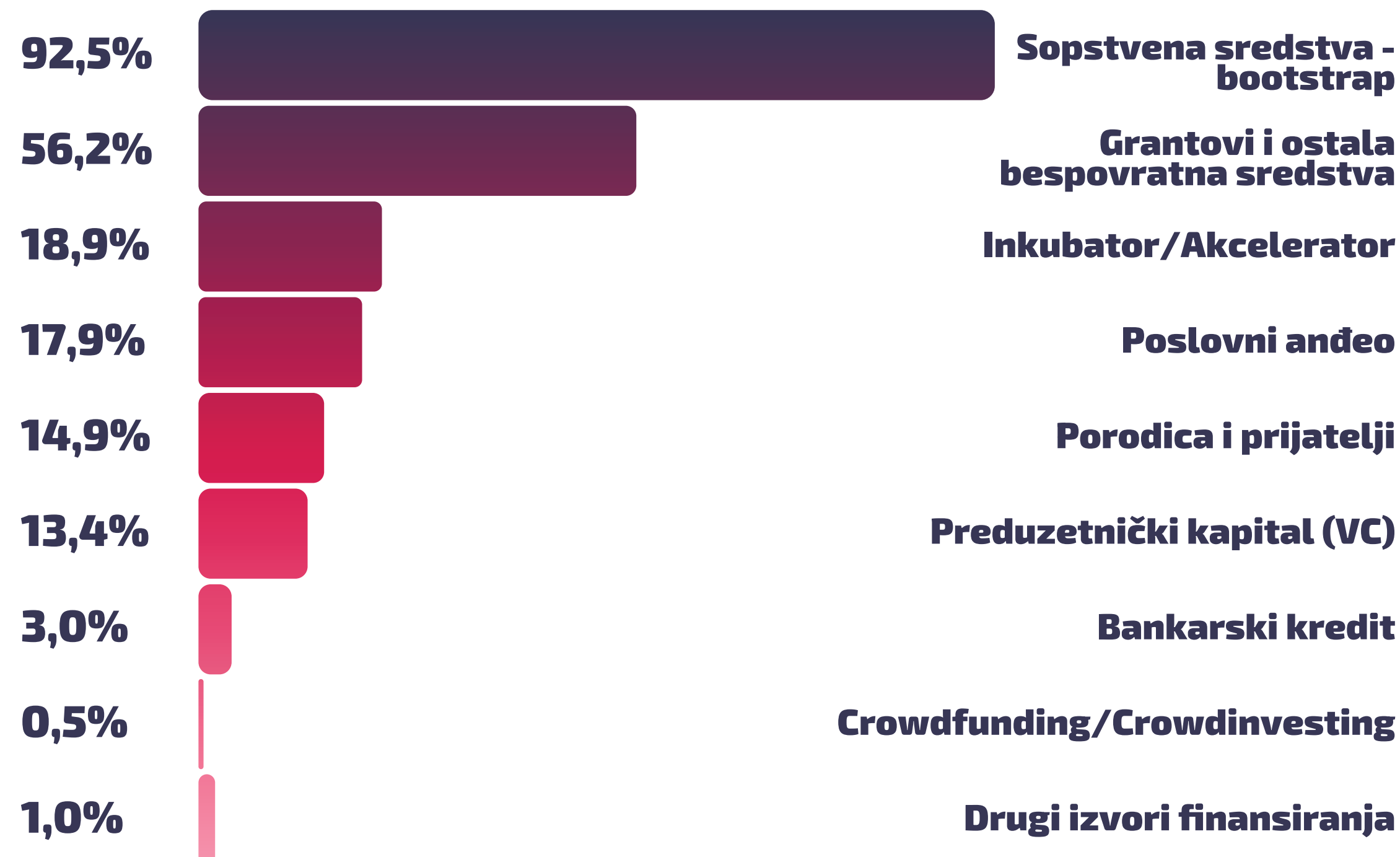
IZVORI FINANSIRANJA

Na osnovu prikupljenih podataka, uočava se da velika većina startapa (92,5%) koristi sopstvena sredstva za finansiranje. Moglo bi se pretpostaviti da ovo ukazuje na sklonost osnivača prema samofinansiranju u ranoj fazi poslovanja. Međutim, u našem istraživanju, gotovo jednoj trećini startapa (29,35%) ovo je bio jedini izvor finansiranja do sada, što jasno ukazuje na ograničen pristup kapitalu. Grantovi i ostala bespovratna sredstva predstavljaju drugi najčešći oblik finansiranja sa zastupljenošću od 56,2%. Preko polovine svih ispitanih startapa (51,2%) osim grantova i sopstvenih sredstava do sada nisu imali ni jedan drugi izvor finansiranja. Jasno je da su grantovi trenutno glavni izvor finansiranja u ranoj fazi. Za startap ekosistem Republike Srbije neophodan je dalji razvoj programa podrške koji objedinjuju stručnu podršku i edukaciju, sa grantovima kao komponentom za prevazilaženje finansijskih izazova u ranoj fazi. U suprotnom, bićemo suočeni sa sporijim rastom i većom stopom neuspeha startapa u ranoj fazi koji se suočavaju sa "dolinom smrti" (eng. valley of death), odnosno raskorakom između činjenice da još uvek nisu interesantni investitorima i potrebe za sredstvima za razvoj tehnologije i biznisa.

Opcije koje se smatraju "pametnim novcem", i pored pristupa finansiranju pružaju i mentorstvo i mrežu kontakata, kako na lokalnom, tako i na globalnom nivou, zastupljene su ispod 20%: inkubatori i akceleratori (18,9%), poslovni anđeli (17,9%) i preduzetnički kapital (VC) (13,4%). Relativno mala zastupljenost "pametnog novca" naglašava potrebu za snažnijom podrškom, poput podsticaja za poslovne anđele, novih izvora finansiranja, razvoja alternativnih finansijskih mehanizama za stimulisanje inovacija i rasta u ekosistemu.

¹⁵ Startap skener 2019, Kako ide startapima u Srbiji?, Inicijativa Digitalna Srbija, str. 61.

IZVORI FINANSIRANJA

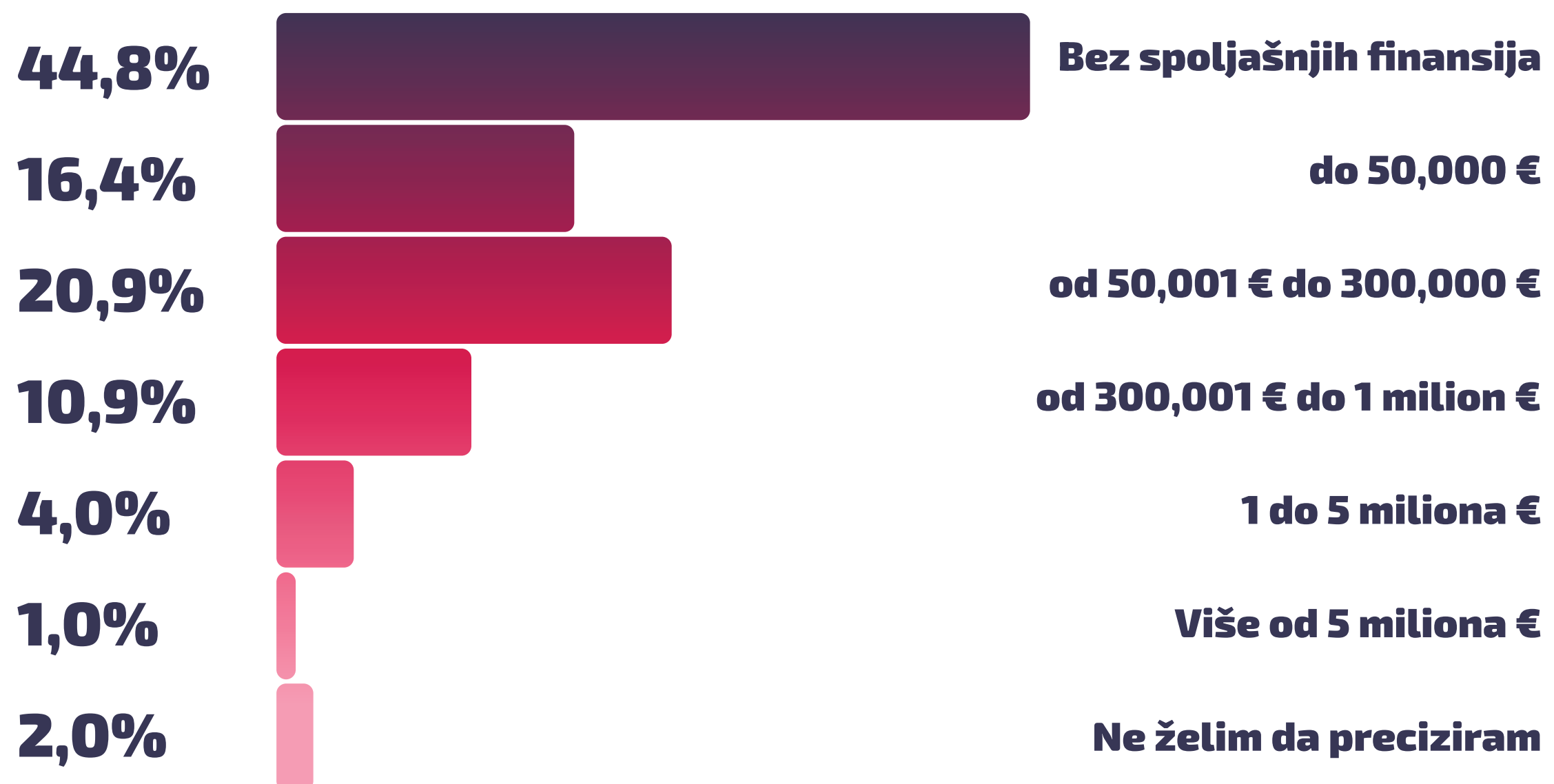


N= 201

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

Kao i prošle godine, pristup kapitalu kroz prodaju ili privlačenje spoljnih investicija ostaje primarni izazov, kao i ključni cilj za startape u Srbiji. Skoro polovina startapa, 44,8%, do sada nije dobila nikakve spoljne investicije, dok je 16,4% startapa do sada dobilo ukupno manje od 50.000 evra. Ovo je još jedan od pokazatelja ograničenog pristupa eksternom kapitalu, i oslanjanja startapa u našem ekosistemu na sopstvena sredstva i grantove. Samo 5,0% startapa je uspjelo da prikupi spoljašnje investicije veće od milion evra, i to ne u pojedinačnoj rundi nego ukupno.

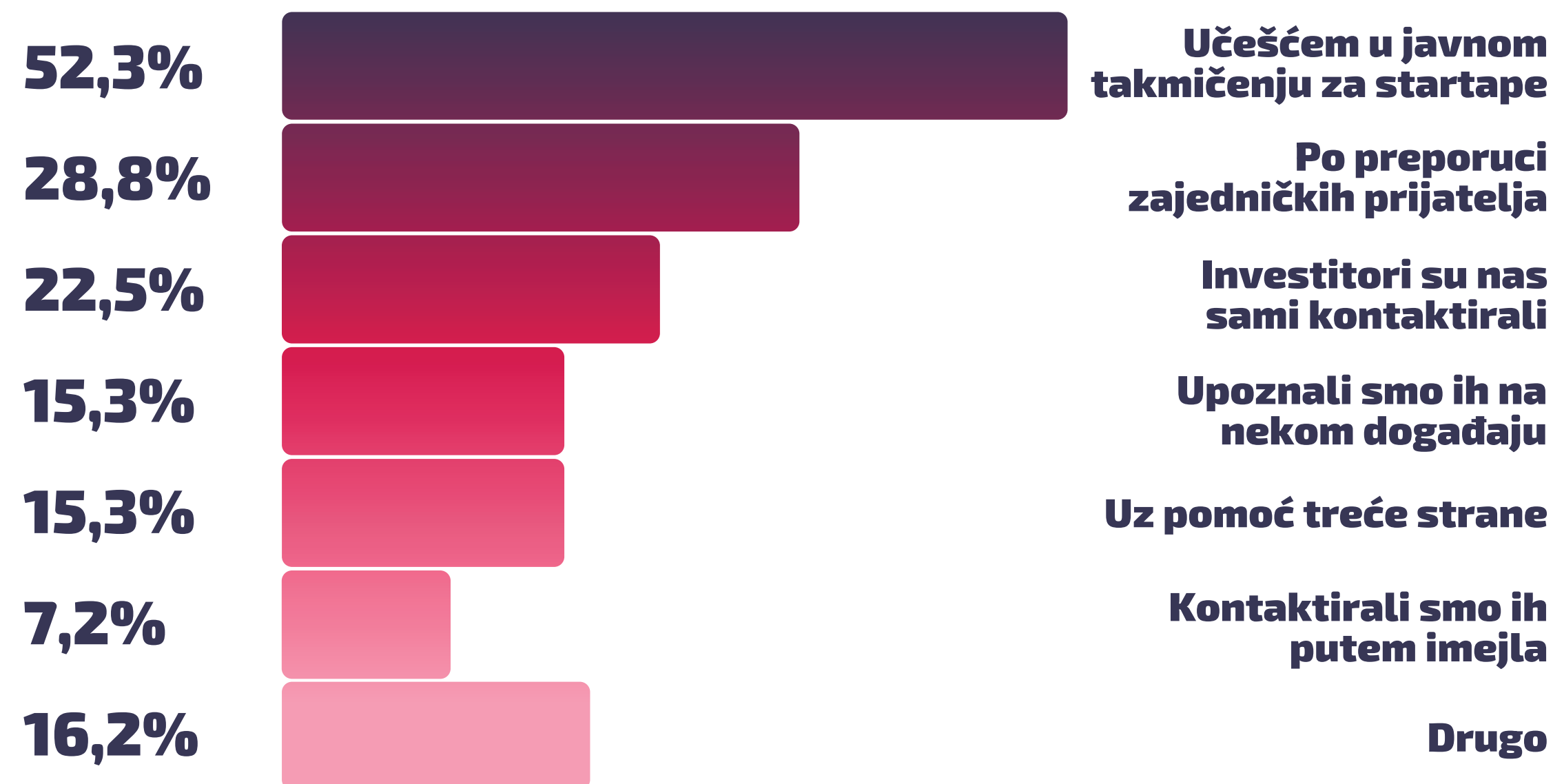
SPOLJNE INVESTICIJE



N= 201

Među startapima koji su uspjeli da privuku spoljne investicije, najzastupljeniji način stupanja u kontakt sa investitorima je učešće u javnim takmičenjima za startape (pičevima) sa značajnih 52,3%. Na drugom mestu su preporuke zajedničkih prijatelja (28,8%), što potvrđuje važnost mreže kontakata i ukazuje na efikasnost principa pay-it-forward povezivanja u obezbeđivanju investicija koje bi inače možda bile nedostupne. Upravo zato postoji veza između stepena lokalne povezanosti i uspešnosti ekosistema u celini (takode pogledati segment LOKALNA POVEZANOST).

NAČIN DOLASKA DO INVESTITORA



N= 111

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

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. Startap skener, iz godine u godinu pokazuje da vrednost preko dve trećine startapa (68,2%) u Srbiji nije procenjena. Sa druge strane, zapaža se da skoro četvrtina 24,5% startapa ima procenjenju vrednost od 1 milion evra ili više, što sugerise da imaju tržišno prisustvo i prve rezultate. Sigurno je da bi podaci izgledali drugačije kada bi veći broj startapa prošao kroz proces procene vrednosti. Pri interpretaciji ovih rezultata treba imati u vidu stepen iskrenosti i preciznosti odgovora startapa, kao i broj startapa koji je učestvovao u istraživanju.

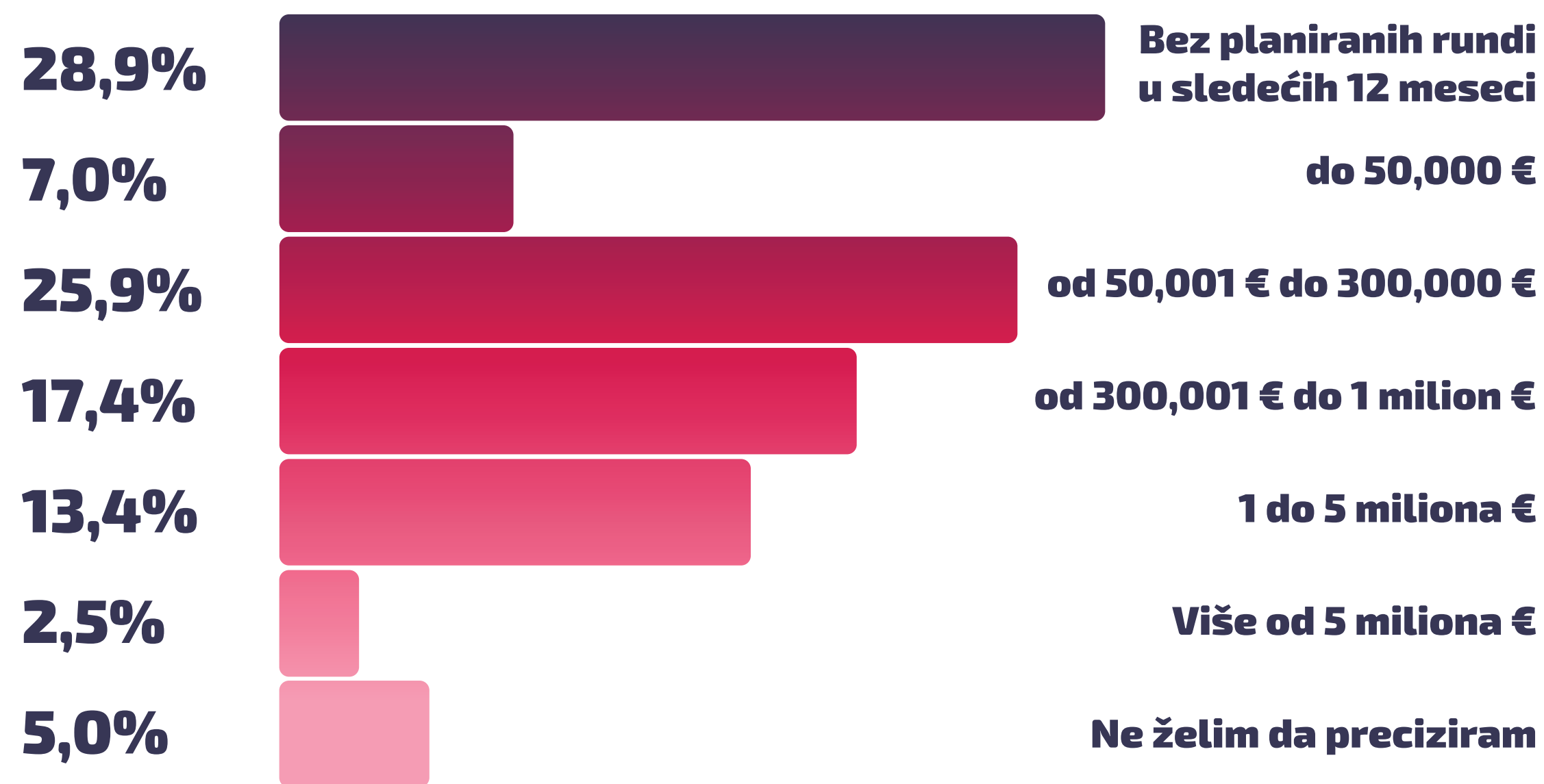
U pogledu budućih planova finansiranja, podaci pokazuju da 28,9% startapa ne predviđa prikupljanje eksternog kapitala u narednih 12 meseci, što je značajno više nego prethodnih godina, kada je ovaj procenat iznosio 18,6% u Startap skeneru 2023, odnosno 13,2% u Startap skeneru 2022. U celini, u poređenju sa prošlom godinom, startapi pokazuju tendenciju planiranja prikupljanja manjih iznosa kapitala u narednoj godini, jer se težište pomerilo sa iznosa od 300,001 evra do 1 million evra (prošle godine 30,6%, ove godine 17,4%) na iznos od 50,001 evra do 300,000 evra (prošle godine 17,4%, ove godine 25,9%). Ovi podaci ukazuju na svest među startapima o težem pristupu eksternom kapitalu do koga dolazi usled objektivnih spoljnih faktora, poput "poskupljenja" novca i povećanja kamatnih stopa, usporavanja globalnog ekonomskog rasta i geopolitičkih tenzija.

PROCENJENA VREDNOST U POSLEDNJOJ RUNDI FINANSIRANJA



N= 201

PLAN FINANSIRANJA U 2024

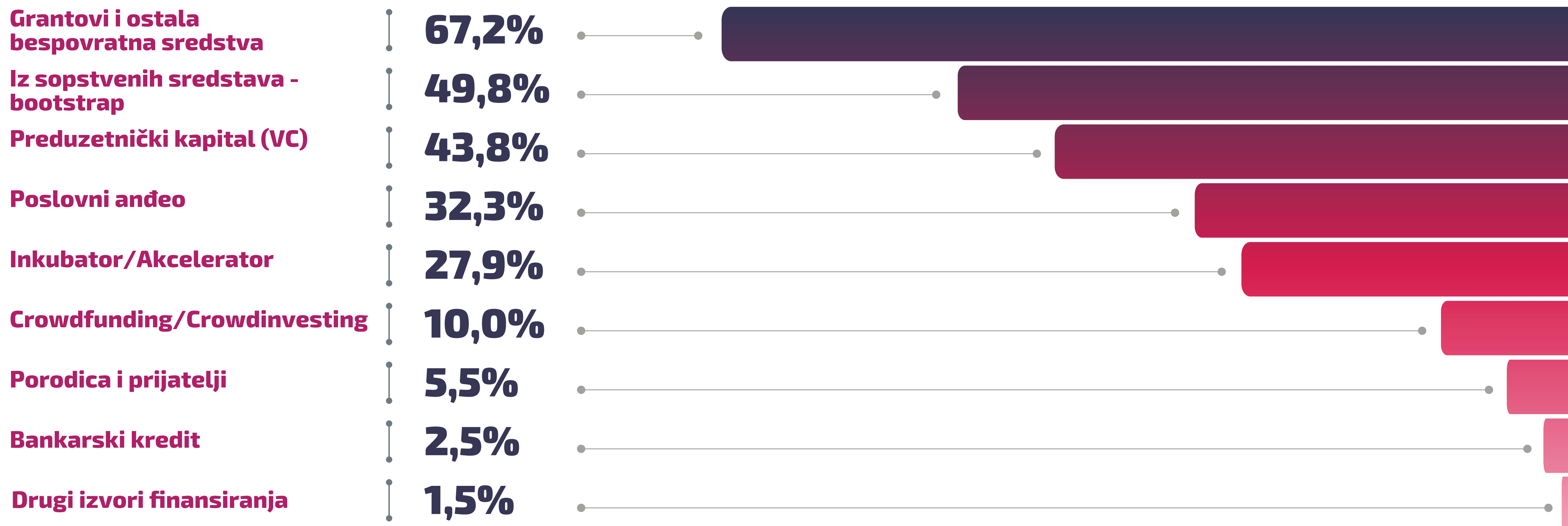


N= 201

Kada je reč o izvorima iz kojih startapi planiraju da prikupe kapital u narednih godinu dana, vidimo sliku konzistentnu otežanom pristupu finansiranju. Većina planira da aplicira za grantove i druga bespovratna sredstva (67,2%), kao i da se osloni na sopstvena sredstva (49,8%). Indikativno je da 28,9% startapa koji su učestvovali u istraživanju u ovoj godini uopšte i ne planira druge izvore finansiranja pored grantova i bootstrap-a.

Uprkos većem prisustvu VC fondova i većoj aktivnosti poslovnih anđela, nešto su niži procenti startapa koji planiraju da se oslone na ove izvore kapitala u odnosu na prethodnu godinu - preduzetnički kapital (VC) je na trećem mestu sa 43,8% (prošle godine je bilo 52,7%), a na četvrtom mestu su poslovni anđeli sa 32,3% (prošle godine je bilo 39,5%).

PLANIRANI IZVORI KAPITALA U 2024





kat_pult

Maja Anđelković

Vođa tima, Katapult, Svetska banka

Izbor pravih investitora u ranoj fazi: Poverenje na osnovu transparentnosti

Akceleratori program **Katapult**, koju zajedno implementiraju Inovacioni fond i Svetska banka, uz podršku Evropske unije, je sada u svojoj trećoj godini, pa se čini prikladnim da podelimo jedan od naša tri "tajna sastojka," a to je: poverenje.

Poverenje u Katapult je direktno povezano sa pažljivim i transparentnim odabirom svih ljudi koji su deo Katapulta. To uključuje i način na koji osnivači pronalaze, procenjuju i na kraju prihvataju investitore u svoje kompanije. U zemljama ograničenih resursa, kao što je Srbija, osnivačima koji se suočavaju s izazovima da isplate plate ili da ispune druge finansijske obaveze, može biti primamljivo da prihvate kapital od investitora bez detaljnijih provera. To može izazvati znatne rizike. Prihvatiti investitora koji nije pravi izbor za vašu kompaniju može dovesti do: 1) sumnje u vašu zrelost i sposobnost donošenja odluka od strane investitora u kasnijim fazama prikupljanja kapitala, 2) problema u upravljanju i nadzoru kompanije, ukoliko dati investitor dobije mesto u odboru, i 3) rizika da propustite kvalitetnije investitore. Postoje različiti razlozi iz kojih dati investitor može biti nepovoljan izbor za vašu kompaniju. Neki od razloga su očigledniji od drugih, na primer, kada je potencijalni investitor imućni pojedinac čiji su izvori finansiranja nepoznati. Naravno, znati odakle dolaze sredstva za vašu kompaniju je osnovni zahtev za izgradnju čvrstog temelja za razvoj vašeg biznisa. Investitor koji je entuzijastičan klijent vaše kompanije, ali nema iskustva u investiranju ili ne može da vas spoji

sa ključnim ljudima u vašoj industriji, predstavlja manje očigledan, ali ipak loš izbor. Šta osnivači mogu da preduzmu u takvim situacijama?

Smernice koje slede će vam pomoći da bolje ocenite svoje potencijalne investitore i kao ljude i kao profesionalne saradnike.

Reputacija i transparentnost:

- **Prethodno iskustvo:** Istražite njihove prethodne investicije i poslovne aktivnosti. Da li su ostvarili uspešne exit-e? Postoje li razlozi za zabrinutost ili oprez u njihovoj istoriji?
- **Preporuke:** Pronadjite i kontaktirajte druge osnivače u koje su investirali. Kakvo je bilo njihovo iskustvo?
- **Prisutnost u javnosti:** Da li imaju snažno prisustvo na internetu? Da li su uključeni u industrijske događaje ili publikacije?
- **Pravni i finansijski istorijat:** Proverite da li postoje zabeleženi pravni ili finansijski problemi.

Relevantnost i znanje:

- **Specijalizacija:** Da li imaju iskustvo i stručnost u vašoj industriji? Mogu li vam ponuditi dragocene opaske i upoznati vas sa partnerima, dobavljačima, klijentima ili drugim investitorima?
- **Fokus:** Da li obično investiraju u kompanije u vašoj fazi razvoja? Njihova očekivanja i tolerancija rizika trebalo bi da budu usklađeni s vašima.
- **Portfolio:** Analizirajte njihove prethodne investicije. Da li su već investirali u kompanije slične vašoj? Postoji li strateško uklapanje?

Iskrenost i radna etika:

- **Proces investiranja:** Da li je njihov proces jasan i transparentan? Da li direktno i iskreno odgovaraju na pitanja?
- **Uslovi i očekivanja:** Da li su uslovi investicije pravedni i jasno komunicirani? Da li su njihova očekivanja realistična za vašu kompaniju?
- **Nivo posvećenosti:** Da li su iskreno zainteresovani za uspeh vaše kompanije? Da li su spremni da vam pruže kontinuiranu podršku i vođstvo?

Dodatne Informacije:

- **Strategija exit-a:** Kakve su njihove strategije za izlazak, odnosno "exit" iz investicije? Da li se podudaraju sa vašim ciljevima?
- **Sukobi interesa:** Da li imaju sukobe interesa sa vašom kompanijom ili konkurentima?
- **Stil odlučivanja:** Da li su saradljivi i lako komuniciraju?
- **Znaci za uzbunu:** Budite oprezni sa investitorima koji vas pritiskaju, daju nerealna obećanja, ili izbegavaju da direktno odgovaraju na vaša pitanja.

Ne bojte se da postavite teška pitanja i da odustanete ako nešto ne deluje u redu. Prihvatanje investicije zapravo znači uvođenje novih ljudi u vašu kompaniju. Pristupite ovom procesu s istom ozbiljnošću i pažnjom kao kada birate suosnivače. Isto tako, kada pronađete uglednog i iskusnog investitora s kojim se slažete, ne dozvolite da vam ego stane na put. Kvalitetni investitori će analizirati vaš poslovni model sa komercijalnog stanovišta, koristeći svoje vreme, znanje i kapital kako bi podstakli dalji razvoj i rast vaše firme.

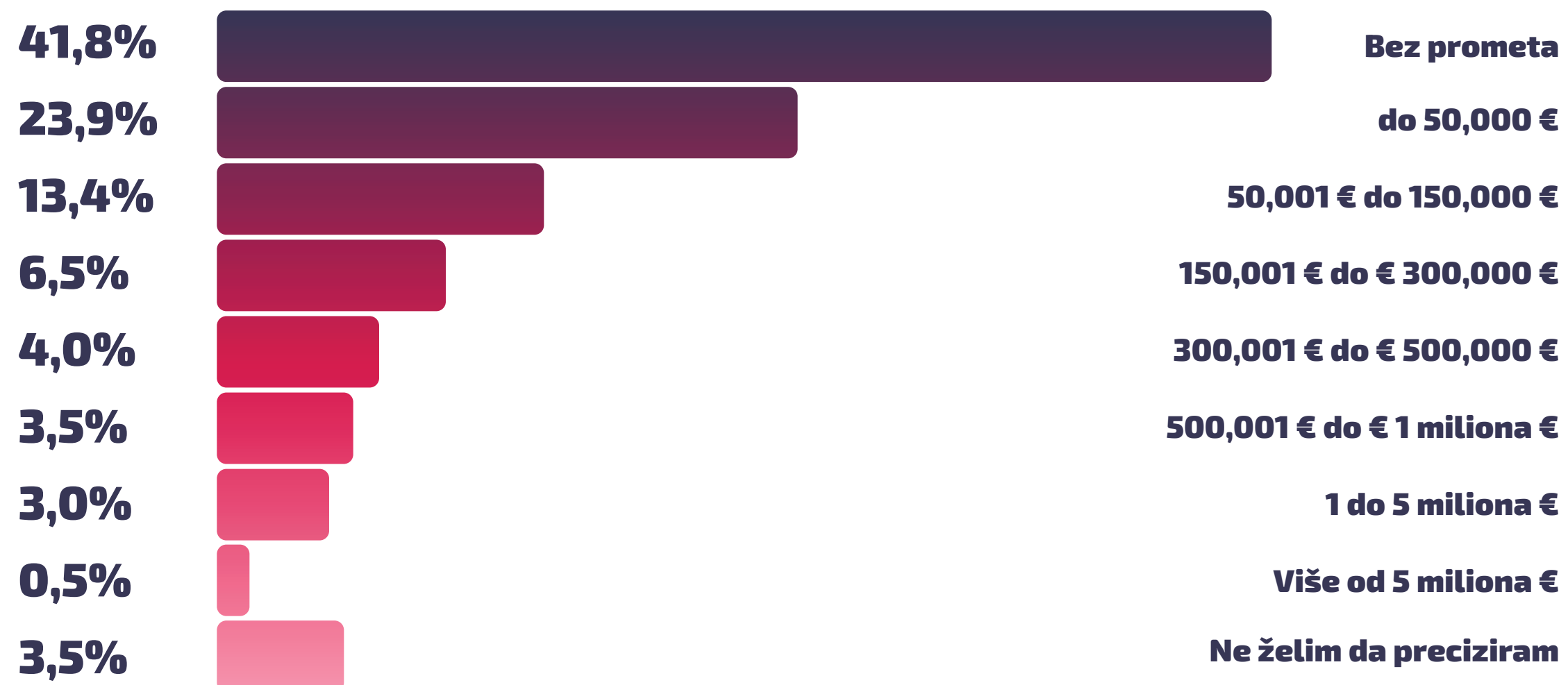
PRODAJA

U većini slučajeva, startapi se suočavaju sa izazovima generisanja prvih prihoda i postizanja profitabilnosti, zbog čega ne iznenađuje da je značajan deo startapa (41,8%) poslovaao bez prometa. To je za skoro 10% veći broj startapa u odnosu na prošlu godinu kada je 31,7% startapa poslovalo bez prometa, što može biti indikacija ubrzanja rasta ekosistema, odnosno ukazuje da se u periodu između dva istraživanja u ekosistemu pojavio veći broj startapa koji su u početnim fazama razvoja. Od onih koji su generisali promet, 23,9% startapa je zabeležilo promet do 50,000 evra. U segmentu između 50,001 i 150,000 evra godišnjeg prometa se nalazi 13,4% startapa. Značajan je i nalaz da je 3,5% startapa imalo promet veći od 1 miliona evra, dok je prošle godine milionski promet imalo 6,6% startapa.

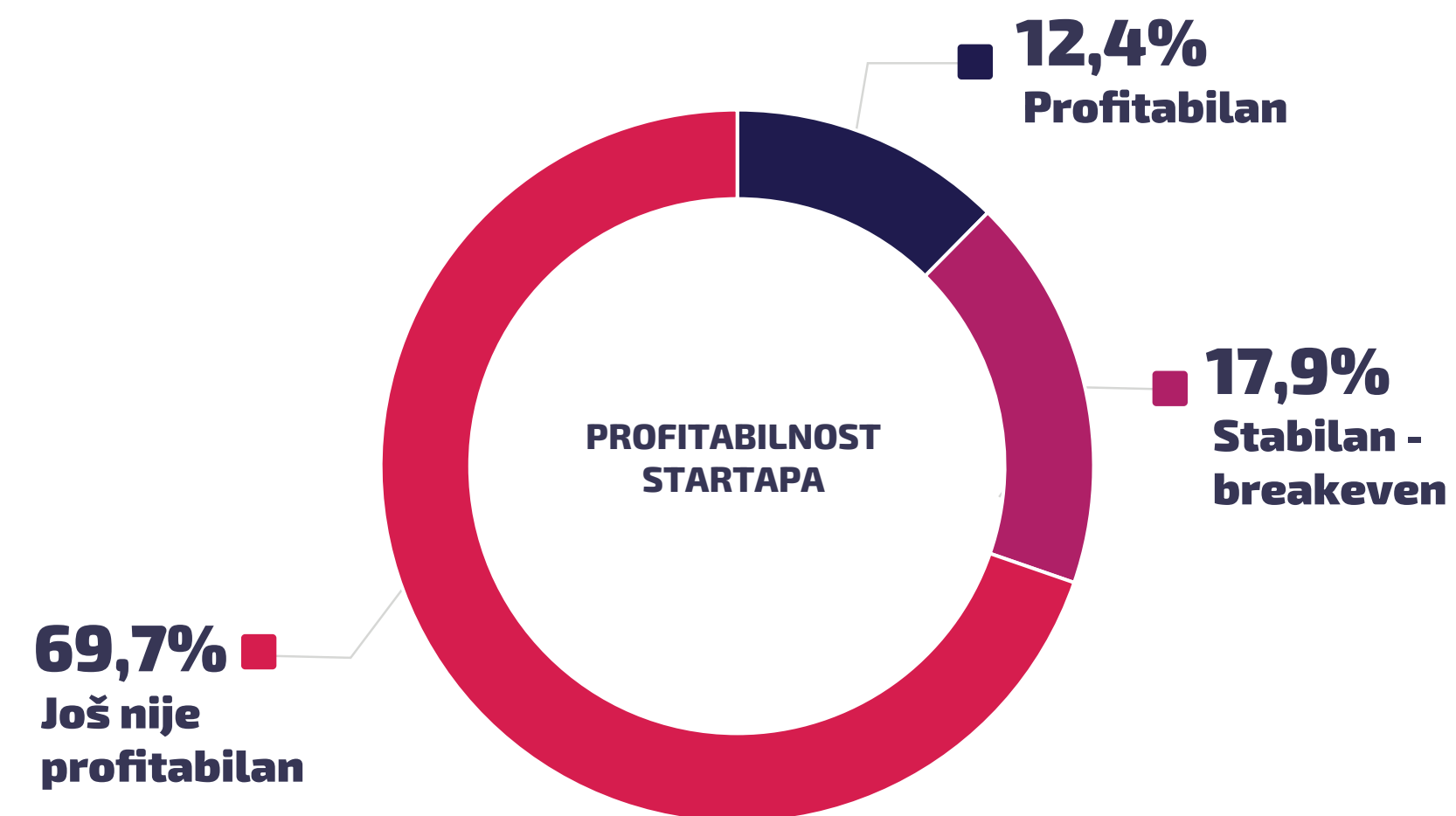
Kada je reč o profitabilnosti, 69,7% startapa u Srbiji još uvek nije profitabilno, što je neznatno više nego prošle godine. Međutim, kada pogledamo procenat startapa koji navode da jesu profitabilni vidimo značajniju razliku između 12,4% startapa ove godine i 18% u prošlogodišnjem istraživanju.

Povećanje broja startapa bez prometa primarno ukazuje na dalje ubrzanje rasta ekosistema, dok smanjenje udela startapa sa milionskim prometom i smanjenje startapa koji su profitabilni, pored rasta ekosistema ukazuje i na postojanje izazova u skaliranju i postizanju finansijskog uspeha u trenutnoj ekonomskoj klimi.

PROMET U PRETHODNOJ FINANSIJSKOJ GODINI

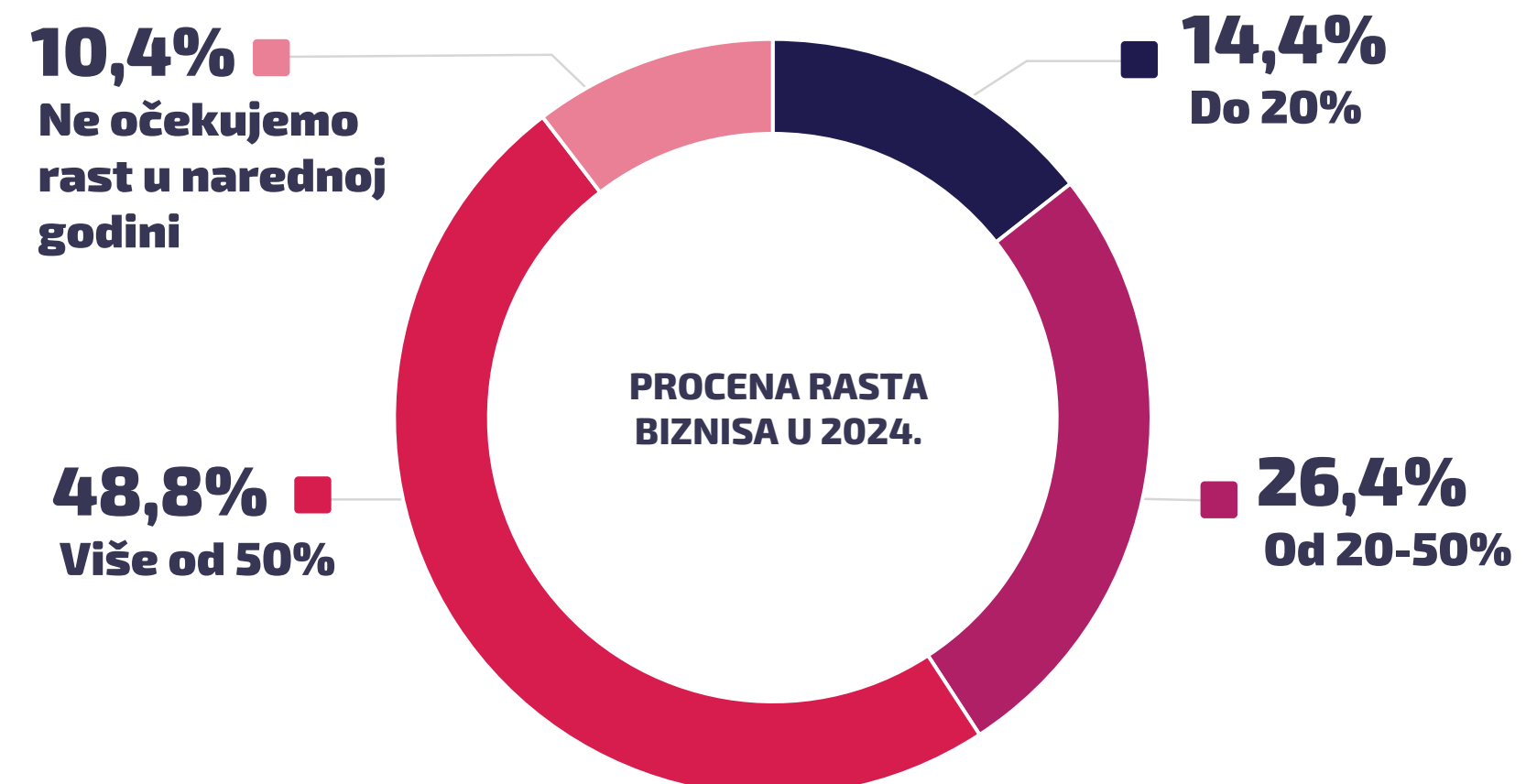


N= 201



N=201

Trend koji se primećuje u prethodnim pitanjima vezanim za finansiranje i prodaju, ovde se naročito jasno potvrđuje. U odnosu na prošlogodišnje istraživanje, očekivanja rasta startapa za 2024. godinu su dosta skromnija. Dok je u prošlogodišnjem istraživanju skoro dve trećine startapa (62,9%) izjavilo da planira rast veći od 50% u 2023. godini, za 2024. godinu ovako veliki rast planira manje od polovine startapa (48,8%). Slično je i kada uporedimo druge opcije, rast 20-50% planira 26,4% startapa (prošle godine 22,2%), a rast do 20% planira 14,4% (prošle godine 10,8%). Posebno je indikativan porast udela startapa koji ne očekuju rast u 2024. godini od 10,4%, dok je prethodne godine ovaj udeo iznosio 4,2%. S obzirom na to da je težnja ka brzom i značajnom rastu jedna od osnovnih osobina koje izdvajaju startape od mikro i malih preduzeća, ovo pitanje predstavlja jedno od ključnih indikatora stanja domaćeg startap ekosistema.



N=201

BIZNIS MODEL

Istraživanje je pokazalo i kome startapi prodaju svoje proizvode ili pružaju svoje usluge. Iz analize biznis modela startapa u Srbiji, primećuje se značajan rast u broju startapa koji posluju po modelu B2B - business to business, sa prošlogodišnjih 67,3% na ovogodišnjih 82,6% (imajući u vidu da su ispitanici imali mogućnost odabira više opcija). Takođe, došlo je do povećanja i u segmentu modela B2C - business to consumer, sa prošlogodišnjih 27,7% na 50,2%. Za razliku od prošle godine kada nijedan startap nije označio da posluje po modelu B2G - business to government, ove godine je 11,4% startapa navelo da posluju na ovaj način. Ako se uzme u obzir da većina osnivača ima radno iskustvo u privredi, ovaj trend ukazuje da mnogi osnivači koriste svoje prethodno radno iskustvo i mrežu kontakata za lakše testiranje MVP-a i izlazak na tržište.

CILJEVI

Razumevanje trenutnih ciljeva startapa pruža uvid u fazu razvoja u kojoj se oni nalaze i omogućava bolje usmeravanje podrške njihovom rastu. Rezultati istraživanja ukazuju da je za većinu startapa najvažniji cilj rast prodaje, s obzirom na to da 58,2% startapa to ističe kao svoj prioritet, dok 48,3% prioritizuje rast broja korisnika. Razvoj proizvoda je ključan za 49,3% startapa, a 34,8% teži ka podizanju nove runde investicija. Manji procenat, 24,4%, se fokusira na proširenje tima, a 29,9% na internacionalizaciju. Ovi podaci su u skladu sa trenutnom fazom razvoja ekosistema i činjenicom da većina startapa prolazi kroz Seed fazu, koju karakteriše sticanje prvih korisnika i testiranje product-market fit-a. Ostali ciljevi, poput organizacionog razvoja i jačanja korporativne kulture, daleko su manje zastupljeni jer ih postavljaju kompanije koji su u naprednijim fazama razvoja, kada ostvaruju profit ili dobijaju značajne investicije.

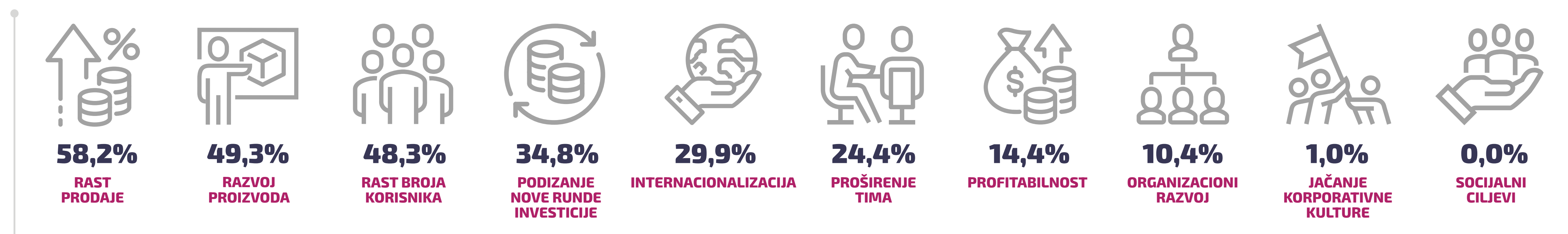
BIZNIS MODEL



N= 201

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

VAŽNOST CILJEVA



N=201

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

SISTEM PODRŠKE STARTAPIMA

ORGANIZACIJE PODRŠKE, INKUBATORI, AKCELERATORI

Inkubatori i akceleratori imaju ključnu ulogu u razvoju startapa, pružajući ne samo finansijsku, već i mentorsku podršku, kao i pristup mreži kontakata koji su ključni za rast i skaliranje. Organizacije podrške startapima i inkubatori / akceleratori su akteri koji su imali ključnu ulogu za osnivanje i razvoj startapa. Zato je ohrabrujuće videti da velika većina domaćih startapa učestvuje u ovim programima (78,1%), što je značajan porast u poređenju sa prošlom godinom (56,9%). To pored veće orijentisanosti startapa ka organizacijama i programima podrške, govori i o većoj dostupnosti i povećanju broja programa podrške unutar domaćeg startap ekosistema. Takođe, ne treba zaboraviti da startapi ističu inkubatore i akceleratoru u prvih pet planiranih izvora za prikupljanje kapitala u 2024. godini.



N=201



Nevena Janković Borožan

Koordinator programa podrške early-stage startapima

Organizacije podrške, inkubatori, akceleratori

Startup ekosistemi u fazi aktivacije¹ se često susreću sa "kokoška-jaje" izazovima u različitim segmentima razvoja. Kako bi organizacije podrške uspele da isporuče ključne vrednosti ekosistemu, moraju svoje mehanizme podrške uskladiti sa nivoom razvoja zajednice, kako bismo izbegli da radimo prave stvari u pogrešno vreme. Takođe je važno da deluju u međusobnoj koordinaciji, posebno u kontekstu prepoznavanja nedostataka i prilika za unapređenje, i u skladu sa tim, razvoja novih programa podrške i prilagođavanja postojećih.

Generisanje većeg broja startup kompanija u fazi aktivacije je prepoznato kao glavni korak iz iskustva naprednijih ekosistema. Prepoznajući ovaj jaz, razvili smo Raising Starts program uz podršku vlade Švajcarske, na koji je u prethodne 3 godine stiglo 770 aplikacija, što daje prilično optimističan signal o daljem razvoju našeg ekosistema. U zajednici u kojoj je startup iskustvo limitirano, dok čekamo na više uspešnih priča osnivača koji su prošli put prikupljanja investicija u kasnijim fazama ili prodaju kompanije, inkubatori i akceleratori pružaju vitalnu funkciju kroz mentorstvo i pristup međunarodnom iskustvu. Sam koncept mentorstva je potrebno dublje razumeti i posvetiti posebnu pažnju razvoju metodologije uparivanja startapa i mentora, kao i obezbeđivanju kontinuirane podrške i monitoringa tog procesa. Ovo ujedno i jeste glavna uloga akceleratora. Upravo je umrežavanje ljudi pokretačka snaga i jedna od najznačajnijih vrednosti programa podrške.

Sa druge strane, iskustva naprednijih ekosistema nam pokazuju i da previše besplatnog novca može proizvesti negativan efekat i tu, kao organizacije podrške, moramo prepoznati sebe i u ulozi edukatora. Okupljanje poslovnih anđela u okviru Inicijative Digitalna Srbija je naročito značajno i doprinosi premošćavanju nedostatka 3F² finansiranja. U prethodnoj godini naš ekosistem je dobio više vidljivosti i našao se na mapi evropskih VC fondova, a otvoren je i prvi srpski VC. Istorija pokazuje da su krize često plodno tlo za stvaranje uspešnih kompanija, a zahlađenje u VC svetu neretko i pogoduje zajednicama u povelju. Kako bismo razvili uspešne startup kompanije neophodno je finansiranje, a za privlačenje fondova potrebne su nam atraktivne firme spremne da podignu novac. Upravo na ovom stepenu razvoja značajna je uloga inkubatora koji se paralelno bore na dva fronta - priprema kompanija da bi bile spremne za fundraising i privlačenje fondova rizičnog kapitala.

Kroz tri generacije Raising Starts-a podržano je 54 startapa koji su do sada prikupili \$4,5 miliona dodatnog finansiranja, dok se rezultati podrške ovako rane faze razvoja tek očekuju. Pozitivan impuls stiže i kroz praćenje uspeha startapa podržanih kroz Katapult akcelerator.

Gde treba više da radimo?

- Transfer tehnologije iz nauke u privredu je ogroman potencijal gde sa više inicijativa možemo napraviti značajan pomak.
- Otkrivanje novih tržišta za startape koji imaju momentum da pokažu brz rast je takodje prostor za napredak. Pozitivan je porast inicijativa za podršku domaćih startapa u posetama svetskim konferencijama i drugim ekosistemima, sledi nam dublje razumevanje uspostavljanja biznisa u inostranstvu.
- Integracija preduzetništva u obrazovanje, ohrabrivanje većeg broja poslovnih anđela i njihova edukacija, kao i vidljivost ovih priča su svakako polja za napredak.
- Ne zaboravimo i decentralizaciju i razvoj mreže podrške u svim delovima zemlje uz obavezno prilagođavanje lokalnim uslovima kako bi se odgovorilo potrebama i podstaklo osnivanje novih startapa.

¹ Prema životnom ciklusu startup ekosistema u skladu sa *Startup Genome* istraživanjem, faza aktivacije je prva faza razvoja koju karakteriše ograničeno startup iskustvo (znanje i iskustvo osnivača, investitora, mentora i sistema podrške), kao i nizak broj startapa (manje od 1,000).

² Akronim 3F odnosi se na "friends, family and fools" i označava finansiranje u veoma ranoj fazi razvoja startapa kada finansijska podrška dolazi od porodice, prijatelja i investitora koji, obično zbog ličnih odnosa ili verovanja u ideju, preuzimaju rizik investiranja iako uglavnom nemaju prethodnog iskustva u investiranju u startape.



NAUČNO-TEHNOLOŠKI PARK
Beograd

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. Najčešća očekivanja odnose se na poreške olakšice za ulaganja od strane anđela i VC fondova u startape (38,8%), povećanje transparentnosti i opcija za finansiranje (38,8%), neophodnost bržeg prilagođavanja propisa i zakona novim poslovnim modelima (32,3%) i zastupljenost većeg broja programa podrške (31,3%).

Nešto ređe su isticali promovisanje preduzetničkog razmišljanja i veština u obrazovnom sistemu (18,9%), olakšano korišćenje digitalnih platformi za isplate i uplate iz inostranstva (18,4%), unapređenje položaja preduzetništva u društvu (17,9%), više mogućnosti za uključivanje zaposlenih u vlasničku strukturu kompanije (11,9%) i veću podršku za transfer tehnologije (11,4%). Ostala očekivanja (uvođenje posebnih pravila za osnivanje društava (SPV) za ulaganje u startape, olakšavanje zapošljavanja stručnjaka iz inostranstva, dodeljivanje regulatornih sandboks-a, više fleksibilnosti u pogledu radnog vremena i njihovog evidentiranja) zastupljena su sa manje od 10%.

38,8%

PORESKA SMANJENJA/OLAKŠICE
ZA ULAGANJA OD STRANE ANĐELA
I VC FONDOVA U STARTAPE

38,8%

POVEĆANJE TRANSPARENTNOSTI
I OPCIJA ZA FINANSIRANJE

32,3%

BRŽE PRILAGOĐAVANJE
PROPISA I ZAKONA NOVIM
POSLOVNIM MODELIMA

31,3%

VIŠE PROGRAMA
PODRŠKE

18,9%

PROMOVISANJE PREDUZETNIČKOG
RAZMIŠLJANJA I VEŠTINA
U OBRAZOVNOM SISTEMU

18,4%

OLAKŠANO KORIŠĆENJE DIGITALNIH
PLATFORMI ZA ISPLATE
I UPLATE IZ INOSTRANSTVA

17,9%

UNAPREĐENJE POLOŽAJA
PREDUZETNIŠTVA U DRUŠTVU

11,9%

VIŠE MOGUĆNOSTI ZA
UKLJUČIVANJE ZAPOSLENIH
U VLASNIČKU STRUKTURU
KOMPANIJE

11,4%

PODRŠKU ZA
TRANSFER TEHNOLOGIJE

8,5%

POJEDNOSTAVLJENJE PROCESA
POKRETANJA STARTAPA

8,5%

POSEBNA PRAVILA ZA
SNIVANJE DRUŠTAVA (SPV)
ZA ULAGANJE U STARTAPE

7,5%

OLAKŠAVANJE
ZAPOŠLJAVANJA STRUČNJAKA IZ
INOSTRANSTVA

5,5%

KREIRANJE
EGULATORNIH
SANDBOKS-A

4,0%

VIŠE FLEKSIBILNOSTI U
POGLEDU ORGANIZOVANJA I
EVIDENTIRANJA
RADNOG VREMENA

5,0%

DRUGA OČEKIVANJA

N=201

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

Pre svega ističemo da startup zajednica ulazi u narednu godinu sprovođenja Strategije za razvoj startup ekosistema od 2021. do 2025. godine, dok je Vlada RS usvojila Akcioni plan za 2024. godinu. Opšti cilj ovogodišnjeg plana je rast broja registrovanih startapa za 300, dok od posebnih ciljeva izdvajamo podizanje startup preduzetničkog kapaciteta kroz obrazovne programe, unapređenje infrastrukturne i programske podrške, kao i unapređenje mehanizma finansiranja startapa.

Dobra vest je da je sa radom počeo novi Registar subjekata nacionalnog inovacionog sistema koji vodi Fond za inovacionu delatnost. U registar mogu da se upišu svi inovativni subjekti (startapi, spinofovi, istraživačko-razvojni centri, centri za transfer tehnologije), inovaciona infrastruktura (organizacije podrške, naučno-tehnološki parkovi), kao i investitori (poslovni anđeli). Registar će doprineti boljem povezivanju inovacionog ekosistema i olakšati korišćenje poreskih olakšica i ostalih benefita inovativnim subjektima koji su upisani u registar.

U pogledu novih modela za prikupljanje kapitala, DSI zagovara mogućnost tokenizacije udela u društvima sa ograničenom odgovornošću. Ovaj model će primarno doprineti efikasnom grupnom finansiranju startapa (crowdfunding), ali i lakšem i bržem sekundarnom trgovanju takvih udela, bez preterane birokratizacije. Pored tokenizacije udela, novi model za efikasno prikupljanje kapitala za startape je i zaključivanje SAFT ugovora (Simple Agreement for Future Tokens) čije prednosti su detaljno opisane u Vodiču za SAFT ugovore objavljenog na Startup Portalu.¹⁶

DSI takođe nastavlja sa naporima za unapređenje regulatornog okvira za finansiranje startapa, od kojih su finansiranje putem konvertabilnog zajma i SAFE ugovora (Simple Agreement for Future Equity) prioritet. Takođe, ukoliko budu usvojena, dodatno olakšanje za anđele predstavljaće i nova pravila u vezi sa osnivanjem posebnih fondova za investiranje koji će olakšati i ubrzati investiranje od strane većeg broja investitora u startup (SPV za investiranje).

Pored usvojenog seta poreskih olakšica za razvoj ekonomije znanja i inovacija, DSI nastavlja da radi na uvođenju novih poreskih olakšica, od kojih su najbitnije one koje se tiču finansiranja startapa u ranoj fazi.

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 startup zajednice, koja može da i ubuduće računa na podršku Inicijative Digitalna Srbija.



¹⁶ <https://startup.gov.rs/baza-znanja/vodic-za-saft-ugovore/>



Ivan Nonković

Partner / Advokat u saradnji sa Karanovic & Partners

Startapi u Srbiji:

Napredak i prepreke na putu ka inovacijama

TLDR - Dosta je urađeno, ali mora još.

U prethodnim godinama su i privreda i država, ali i nevladin sektor prepoznali značaj startapa za srpsku ekonomiju i uložili su velike napore da stvore okruženje u kome startapi mogu lakše da napreduju i da se razvijaju.

Država je sa svoje strane donela Strategiju razvoja startup ekosistema 2021-2025, Zakon o inovacionoj delatnosti i niz drugih propisa kojima se olakšava osnivanje i rad startapa. Kroz institucije čiji je osnivač (na primer Fond za inovacionu delatnost) država je omogućila i značajnu finansijsku, stručnu i drugu pomoć. Uveden je i niz poreskih podsticaja ne samo za startape već i IT industriju u celini.

Privreda je takođe značajno investirala – neke kompanije su napravile svoje inkubatore i akceleratora, a mnoge su ušle u partnerstva sa startapima radi inoviranja sopstvenog poslovanja.

Nevladin sektor je takođe uključen kroz različite programe u partnerstvu sa međunarodnim institucijama kroz koje se startapima pruža mentorska i finansijska podrška. Napravljene su i značajne grupe, odnosno mreže poslovnih anđela koje pomažu ne samo finansijski već i kroz mentorisanje i mrežu kontakata (smart money).

Ipak, neke stare boljke su ostale. Pre svega tu je „red tape“, odnosno preobimna regulativa naročito u oblasti deviznih propisa i platnih usluga koja manje-više potpuno onemogućava razvoj fintech startapa u Srbiji. Ali ne samo kod njih, već i svaki drugi startap koji u svom biznis modelu ima intezivna plaćanja, na primer naplate u ime i za račun drugih, nailazi na dosta problema u dnevnom poslovanju.

Sam rad državne administracije je takođe često problem. Naime, iako postoje brojni poreski podsticaji, u praksi se javljaju mnoge nedoslednosti u primeni i tumačenju podsticaja od strane poreske uprave što stvara dosta nesigurnosti. Nije samo državna administracija neprilagođena brzini rada startapa – srpski bankarski sektor je takođe vrlo rigidan i sporo reaguje (što je dobrim delom posledica pomenute striktne kontrole koja onemogućava inovacije).

Finansiranje je znatno bolje nego što je bilo pre par godina ali i dalje daleko od nivoa zrelih ekosistema. Bitan razlog za to je i dalje relativno siromašna ekonomija i mali nivo viška kapitala koji bi išao ka startapima, ali postoji i dosta prostora za bolji institucionalni okvir. Na primer, poreski režim alternativnih investicionih fondova i dalje nije sjajan, a i sam proces osnivanja i rada je dosta komplikovan.

Neke od ovih izazova nije moguće rešiti preko noći (na primer dalje jačanje ekonomije koje će stvoriti višak kapitala za finansiranje startapa). Ali ono što se može uraditi relativno brzo i puno bi pomoglo jeste izmena propisa koja bi dodatno olakšala poslovanje i bolja koordinacija državnih organa radi ujednačenije primene postojećih olakšica. Ovo je značajno ne samo za startape već i za privredu u celini.

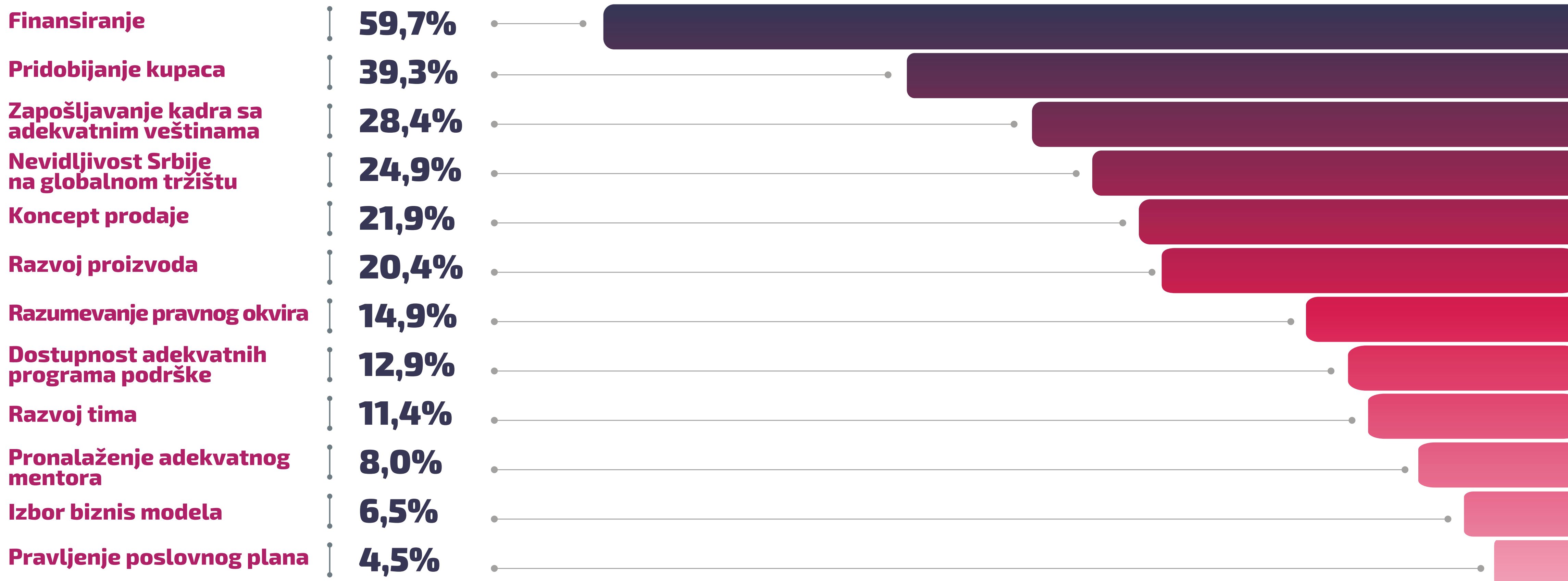
karanovic / partners

IZAZOVI ZA STARTAPE U SRBIJI

U kontekstu startap ekosistema u Srbiji koji je još uvek u fazi aktivacije prema Startap Džinom metodologiji, nedostatak zajedničkog iskustva i znanja unutar zajednice dodatno otežava prevazilaženje postojećih izazova. Analiza izazova sa kojima se startapi suočavaju pokazuje da je finansiranje i dalje glavni izazov za startape u Srbiji (59,7%). To je praćeno problemom pridobijanja kupaca, što ističe 39,3% startapa, dok 28,4% ima izazov sa zapošljavanjem kadra sa odgovara-

jućim znanjima i veštinama. Ova tri ključna izazova bila su navedena i u Startap skeneru 2022 i 2023, s tim što je u ovogodišnjem istraživanju pridobijanje kupaca izbilo na drugo mesto što govori o povećanju tržišnog fokusa domaćih startapa. Pored toga, kao i prethodnih godina, značajan broj ispitanika (24,9%) kao izazov navodi nevidljivost Srbije na globalnom tržištu. Neophodno je obratiti posebnu pažnju na dalju analizu ovih izazova i razviti ciljne programe podrške koji direktno adresiraju trenutne potrebe startapa, čime se doprinosi ubrzanom napretku ekosistema.

NAJVEĆI IZAZOVI



N=201

* Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora



Nevenka Rangelov

Direktorka za razvoj preduzetništva

Kako prevazići tri ključna izazova za startape u Srbiji?

Prethodne dve godine su za startape globalno bile među najtežima u poslednjoj deceniji — dramatični padovi u valuacijama, teži pristup kapitalu, sasecanje troškova i smanjenje broja zaposlenih. Ovi trendovi su se uz malo kašnjenje preneli i na Srbiju i u nekoj meri osetili i u našem ekosistemu. Međutim, u skladu sa ranom fazom u kojoj se naš ekosistem nalazi, veliki broj startapa verovatno nije osetio značajnije posledice ovih ekonomskih promena.

To naravno ne znači da se lokalni startapi nisu suočavali sa svojim setom izazova. Tri izazova se iz godine u godinu, kako kroz istraživanje ekosistema tako i kroz anegdotalne uvide izdvajaju kao najrelevantniji. Na prvom mestu je uvek novac, to jest finansiranje, a blisko iza su prodaja i dolazak do kadra sa adekvatnim veštinama.

Show me the money

Novac za većinu startapa generalno važi za najoskudniji resurs, stoga ne iznenađuje da uvek prednjači i kada su u pitanju izazovi za lokalne startape. Ipak, na ovom planu kao ekosistem imamo čime da budemo zadovoljni.

Jedna od bitnih prepreka daljem razvoju startapa u Srbiji dugo je bila rupa u finansiranju startapa u ranoj fazi - nakon što neki obećavajući startap dobije grant od Fonda za inovacionu delatnost, nije imao dodatnih izvora

finansiranja dok ne stasa za dosta zrelije fondove poput South Central Ventures-a. Iako se ta rupa nije u potpunosti zatvorila, napravljen je veliki pomak novim programima Inovacionog Fonda, Start Tech-a i drugih, kao i aktiviranjem poslovnih anđela.

Međutim, startapima novca i dalje manjka i to nas dovodi do drugog, i možda ključnog izazova: gde su klijenti?

Always be closing!

Izvikano je koliko je prodaja velika manjkavost našeg ekosistema, ali moramo to i ovde ponoviti. Nedostatak klijenata i trakcije su u dosta slučajeva zapravo koren problema kod onih startapa koji kao glavni izazov identifikuju finansiranje. Nećete dobiti pažnju investitora ako nemate solidan business case, a čak je i grantove teže dobiti bez toga nego pre nekoliko godina.

Startapi to prepoznaju, što se između ostalog vidi iz podataka Startup skenera gde osnivači navode prodaju kao oblast u kojoj je najteže zaposliti nove članove tima, a gde postoje najveće potrebe za pojačanjem. Ekosistem je naprosto siromašan kada je u pitanju to znanje, i to je veliki zadatak kako za same osnivače koji moraju razviti tu ekspertizu, tako i za organizacije podrške koje treba da potpomognu stvaranje takvog kadra.

Ključni korak u tom naporu jeste povezivanje i razmena znanja sa stranim tržištima koja imaju tradicionalno jaku prodaju, što je pre svega Severna Amerika.

You complete me

Kroz priču o prodaji smo se već dotakli trećeg izazova - dolaska do kadra sa odgovarajućom ekspertizom. Međutim, jedan interesantan uvid povezan sa ovom temom do kog sam došla tokom prošle godine kroz rad sa startapima u vrlo ranoj fazi je koliko se primetno povećao broj netehničkih osnivača u ekosistemu.

To je super vest jer netehnički osnivači često sa sobom donose domensko znanje i poslovne veštine i kontakte (često imaju i bolje oko za identifikovanje problema vrednih rešavanja), ali ovaj pozitivan trend ima i svoje naličje, u slučaju kada iz priče izostanu tehnički suosnivači (što se makar anegdotalno pokazalo kao vrlo čest slučaj). Tu se javlja situacija da startapi bez tehničkog suosnivača apliciraju na grantove kako bi mogli da unajme osobu ili tim koji će im razviti MVP i kako bi uopšte krenuli sa validacijom svog koncepta na tržištu.

Startapi moraju jako brzo da iteriraju na osnovu inputa sa tržišta i iako to nije nemoguće u slučaju kada unajmite eksternog saradnika da vam radi razvoj, značajno je teže, sporije i skuplje. Zato mi se čini da smo kao ekosistem zreli da podstaknemo spajanja između tehničkih i netehničkih talenata koji bi zajednički radili na startapima, jer znamo koliko su jedni drugima potrebni.

Za kraj, iako smo se u ovom tekstu bavili preprekama za naše startape, one su nam istovremeno i naznaka potencijala i pomažu nam da zamislimo naš ekosistem u njegovoj narednoj iteraciji. Stoga se nadam da će nam diskusija o izazovima poslužiti kao inspiracija i da će nas pogurati da još vrednije radimo da ih prevaziđemo.

SRBIJA - MAKROEKONOMSKI POKAZATELJI



MAKROEKONOMSKI POKAZATELJI

U Srbiji, prema zvaničnim podacima, živi 6.641.197 stanovnika.¹⁷

Prema proceni Republičkog zavoda za statistiku (RZS) s kraja 2023. godine, realni BDP je u 2023. godini porastao 2,5% u odnosu na prethodnu godinu.¹⁸ Vrednost izvoza roba i usluga u periodu od januara do novembra 2023. godine je iznosila 40,57 milijardi dolara (rast od 11,92% u odnosu na isti period prethodne godine), a vrednost uvoza je bio 43,74 milijardi dolara.¹⁹ Deficit u spoljno trgovinskoj razmeni roba i usluga je iznosio 3,17 milijardi dolara. Srbija je od januara do novembra 2023. godine u oblasti IKT usluga ostvarila izvoz u vrednosti od 3,3 milijarde dolara (povećanje od 34% u odnosu na isti period prošle godine), dok je uvoz usluga u oblasti IKT iznosio 780 miliona dolara.

Ukupan broj registrovanih zaposlenih u 2023. godini je iznosio 2.360.588 zaposlenih, što je godišnje povećanje od 2,2%.²⁰ Od tog broja, najveći deo (80,2%) je zaposlen u pravnim licima, 17,5% su preduzetnici i lica zaposlena kod njih i lica koja samostalno obavljaju delatnost, a ostatak registrovani individualni poljoprivrednici.²¹ U oblasti Računarsko programiranje, konsultantske i s tim povezane delatnosti je registrovano 64.900 ili 2,81% od ukupno zaposlenih u 2023. godini. U trećem kvartalu 2023. stopa zaposlenosti starijih od 15 godina je iznosila 50,7%, a stopa nezaposlenosti 9%.²² NEET stopa tj. procenat mladih koji niti rade niti su u procesu obrazovanja ili obuke je u starosnoj grupi 15-24 godina bio 12,8%, odnosno 15,8% u starosnoj grupi 15-29 godina.

U novembru 2023. je prosečna mesečna neto zarada u Srbiji iznosila 89.956 dinara (832 dolara - USD), dok je polovina zaposlenih (medijalna zarada) u novembru primila neto zaradu do 69.088 dinara (639 USD).²³ U oblasti Računarsko programiranje, konsultantske i s tim povezane delatnosti prosečna neto plata je i dalje 3 puta (3,1) veća od prosečne i 4 puta veća od medijalne neto zarade u Srbiji i ona je iznosila 281.991 dinara (2611 USD). Prema podacima dostupnima na sajtu HelloWorld, u Srbiji je prosečna neto plata na junior poziciji u poslednjih 12 meseci iznosila 886 evra, a na senior poziciji 2220 evra.²⁴ Rezultati istraživanja o platama u IT sektoru 2023. godine su pokazali da se u okviru profesije softverskih inženjera medijalne zarade kreću od 1150 evra (junior), pa 3030 evra (senior), do 3650 evra (lead) i 4500 eura (principal), dok je visina plate za menadžerske pozicije (npr. Head of Engineering i CTO) viša od navedenih.²⁵

Prema redovnom godišnjem istraživanju RZS, u Srbiji je 2023. godine, 75,9% domaćinstava posedovalo računar, 94,4% mobilni telefon, a 55% laptop.²⁶ Razlike u podacima postoje po regionima, kao i tipu naselja i visini prihoda domaćinstva. Znatno manje domaćinstava koja žive van gradskih naselja koristi računar (66,1% prema 81,5% u gradovima). U kategoriji domaćinstva čiji prihodi ne

prelaze 30.000 dinara samo 30,9% poseduje računar, 57,7% domaćinstava sa prihodima između između 30.000 i 50.000 dinara, dok čak 99,3% domaćinstava čiji prihodi prelaze 90.000 dinara ima računar. U Srbiji najveći deo domaćinstava (85,6%) ima širokopoljnu internet konekciju i to 89,3% fiksnu i 76,9% a mobilnu. Ovo istraživanje je pokazalo i da 100% svih kompanija ima pristup internetu, 85,1% ima svoj sajt, dok je 28,2% prodavalo proizvode preko interneta.

Ako posmatramo ukupna (ne samo državna) izdvajanja, prema podacima RZS u Srbiji je 2022. godine za naučno istraživanje i istraživačko-razvojnu (R&D) delatnost izdvojeno 68 milijardi dinara ili 0,97% BDP. U EU su tokom 2022. godine izdvajanja za istraživanje i razvoj iznosila 2,23% BDP.²⁸ Od svih članica Unije 2022. godine su najviše za istraživanje i razvoj izdvajale Belgija (3,44%), Švedska (3,40%), Austrija (3,20%), a sledile su ih Nemačka (3,13%) i Finska (2,95%).²⁹ U cilju poređenja ovih brojkii pomenućemo izdvajanja SAD (3,46%) i Japana (3,34%), ili Kine (2,41%),³⁰ dok su dve države koje najveći deo BDP izdvajaju za R&D Južna Koreja (4,93%) i Izrael (5,56%).³¹

U strukturi organizacija koje se bave istraživanjem i razvojem u Srbiji privredni sektor učestvuje sa 54,9%, visoko obrazovanje sa 29%, državni sektor sa 15,6%, a neprofitni sektor sa 0,5%.³² Privredni sektor je u istraživanje i razvoj uložio 61% svojih sredstava, dok su državna i sredstva lokalnih samouprava koristili državni sektor (71,7%) i visoko obrazovanje (62,2%).

¹⁷ Republički zavod za statistiku (RZS), 29/01/2023, <https://www.stat.gov.rs/>.

¹⁸ Ekonomska kretanja 2023 - Procena, RZS, <https://publikacije.stat.gov.rs/G2023/Pdf/G20231354.pdf>.

¹⁹ Statistika ekonomskih odnosa sa inostranstvom, NBS, 29/01/2023, https://nbs.rs/sr/drugi-nivo-navigacije/statistika/platni_bilans/

²⁰ Резистрована запосленост, 2023. 30.01.2024. <https://www.stat.gov.rs/vesti/statisticalrelease/?p=15000&a=24&s=2402>

²¹ Резистрована запосленост, 2023. 30.01.2024. <https://www.stat.gov.rs/vesti/statisticalrelease/?p=15000&a=24&s=2402>

²² Анкета о радној снази, III квартал 2023. Саопштење број 327 - год. LXXIII, 30.11.2023. <https://publikacije.stat.gov.rs/G2023/Pdf/G20231327.pdf>

²³ Просечне зараде по запосленом, новембар 2023. <https://publikacije.stat.gov.rs/G2024/Html/G20241017.html>

²⁴ HelloWorld, Kolike su IT plate?, 29/01/2023, https://www.helloworld.rs/plate/junior?time_span=2; https://www.helloworld.rs/plate/senior?time_span=2.

²⁵ Анкета о платата - Transparentnost zarada u IT industriji, Fishingbooker, <https://inside.fishingbooker.com/anketa-o-platama/>.

²⁶ Upotreba informaciono-komunikacionih tehnologija u Republici Srbiji, 2023. <https://publikacije.stat.gov.rs/G2023/Pdf/G202316018.pdf>

²⁷ Научноистраживачка и развојна делатност, 2022, <https://publikacije.stat.gov.rs/G2023/Pdf/G20231238.pdf>, Podaci za 2023. godinu će biti objavljeni tokom 2024.

²⁸ R&D expenditure, Eurostat, 29/01/2024, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=R%26D_expenditure

²⁹ R&D expenditure, Eurostat, 29/01/2024, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=R%26D_expenditure#Gross_domestic_expenditure_on_R.26D

³⁰ R&D expenditure Bar chart, Eurostat, 29/01/2024, https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=R%26D_expenditure#Gross_domestic_expenditure_on_R.26D

³¹ Prema podacima World Bank iz 2021, videti https://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS?most_recent_value_desc=true.

³² Statistički godišnjak Republike Srbije 2023, str. 379, <https://publikacije.stat.gov.rs/G2023/Pdf/G20232056.pdf>.

ZAHVALNICA

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



www.preduzmi.rs

