

STARTAP SKENER 2025



U PISANJU OVOG IZVEŠTAJA
UČESTVOVALI SU:

Tanja Kuzman

Marija Vitaz

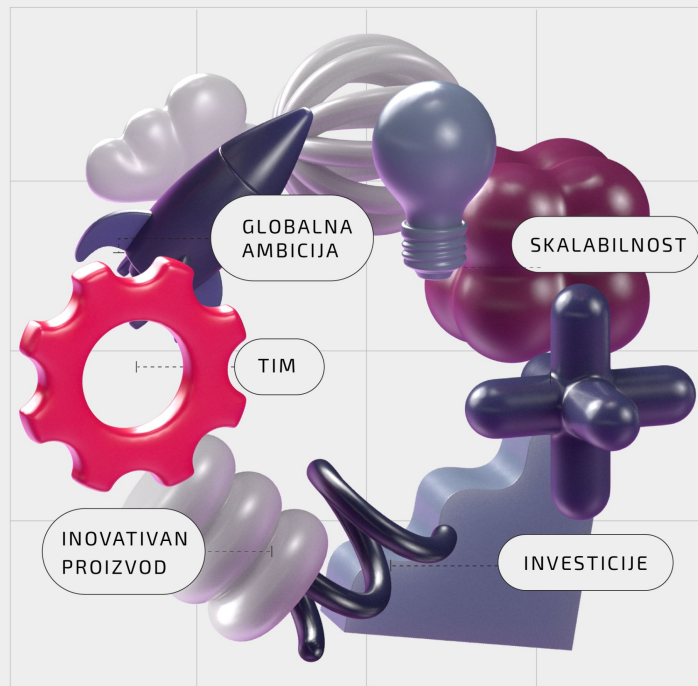
Marija Janjušević

Jovana Čedomirović

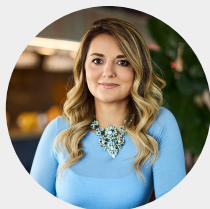
© 2025 Inicijativa „Digitalna Srbija“. Ovaj dokument je zaštićen autorskim pravima i može se deliti uz navođenje izvora i isključivo u nekomercijalne svrhe.



SADRŽAJ



OSVRT NA REZULTATE	04
KLJUČNI NALAZI	05
METODOLOGIJA	10
Kako smo sprovedi istraživanje?	11
Uzorak	12
STARTAP EKOSISTEM U SRBIJI	13
Profil startapa	14
Poslovne strategije	24
Finansiranje	38
Povezanost, podrška i ljudski kapital	44
Sistem podrške startapima	46
Ljudski kapital	48
Profil osnivača	54



Tanja Kuzman

Generalna direktorka Inicijative
„Digitalna Srbija“

OSVRT NA REZULTATE

Ovogodišnji Startap skener je peti po redu osvrt na stepen razvoja srpskog startap ekosistema koji priprema Inicijativa „Digitalna Srbija“. Cilj je omogućavanje svim lokalnim i globalnim akterima da bolje razumeju stepen razvoja ekosistema i vidove podrške koji su startapima potrebni u narednom vremenskom periodu.

U odnosu na prethodne godine, potrudili smo se da ukrstimo podatke i na taj način ukažemo na ključne faktore koji mogu značajno uticati na budućnost startap ekosistema. S tim u vezi, u istraživanju za 2024. godinu uveden je dodatni nivo analize i detalja kroz uvođenje definicije startapa koju koriste VC investitori — inovativni poduhvati koji imaju potencijal brzog rasta u kratkom roku i koji su okrenuti globalnim tržištima.

Rezultati ukazuju na manji broj startapa u ranim fazama razvoja i marginalno veći broj startapa u fazama rasta. Jasno je primetan problem koji startapi imaju u kontekstu podizanja serije A i serije B koji je primarno posledica neispunjavanja kriterijuma u vezi sa rastom MRR-a (ponavljajućih prihoda) koji investitori očekuju.

Ohrabrujući je podatak da startapi koji su osnovani nakon 2022. godine imaju nešto veće globalne ambicije, iako je nedostatak ove ambicije jedan od ključnih izazova za dalji razvoj ekosistema. Povezanost prihoda/profita i prisustva članova tima koji imaju znanja iz prodaje i marketinga uglavnom nije prepoznata kao važna u startapima koji imaju izuzetno nizak MRR, ukazujući na nedostatak razumevanja načina na koji se skalabilnost postiže.

Nesporno je da je startap ekosistem u prethodnim godinama doživeo ubrzani rast, da su kreirane različite podsticajne mere i da su razrešeni određeni izazovi koji su prepoznati pre nešto više od šest godina. Istovremeno, čini se da smo imali nedostatak kontinuiranog prenošenja tržišnih pritisa u kontekstu očekivanog rasta, da je kreirana zamka finansiranja putem grantova, da nismo uspeali da unapredimo globalne ambicije osnivača i da smo koristili definiciju startapa koja nije globalno prihvaćena.

Podaci ukazuju na neophodnost većeg konsenzusa između organizacija podrške o načinu na koji podržavaju razvoj startapa, kreiranje većeg stepena podrške za prelazak startapa u kasnije faze razvoja i kreiranje novih finansijskih instrumenata koji će biti tržišno utemeljeni. Nama će ovaj izveštaj poslužiti kao osnova za kreiranje preporuka za dalji razvoj startap ekosistema.

Nadamo se da ćemo zajedno sa svim našim partnerima, kojima se zahvaljujemo na podršci ovom istraživanju, uticati na unapređenje uslova za razvoj startapa i razrešenje izazova koji trenutno postoje, a sve sa ciljem ubrzanog razvoja startap ekosistema.

KLJUČNI NALAZI

Analiza rasta prihoda i prisutnosti na globalnim tržištima ukazuje na postepeno smanjenje broja startapa u ekosistemu i prisustvo izazova vezanih za skalabilnost poslovanja. Iako značajan broj startapa nastaje u ekosistemu svake godine, podaci pokazuju da mnogi od njih ne uspevaju da održe kontinuitet u razvoju. Ovaj trend je izražen kod startapa koji nisu uspeali da ostvare rast MRR-a, kao i kod onih koji nisu usmereni ka međunarodnim tržištima, a postoje u ekosistemu više od četiri godine.

Istovremeno vidljivo je i smanjenje broja startapa koji prelaze u kasnije faze razvoja. Iako je broj onih u fazi Serije A i B neznatno povećavan u odnosu na 2023. godinu, veliki deo ekosistema se i dalje nalazi u fazi razvoja MVP-a i testiranja *product-market-fit*-a. U tim fazama provedu značajno duže nego što je uobičajeno u razvijenijim ekosistemima. Startapi koji nemaju validiran poslovni model, brz rast MRR-a i međunarodno prisustvo nisu prepoznati kao atraktivni za investitore, što dovodi do manjeg broja eksterno finansiranih startapa u odnosu na prethodne godine.

Startapi koji su od početka razvijali proizvode za globalno tržište imaju veće šanse za brži rast, skaliranje i privlačenje investicija. Sa druge strane, oslanjanje na grantove može biti korisno u ranim fazama razvoja startapa. Dugoročno podaci ukazuju na činjenicu da grantovi usporavaju rast startapa i smanjuju njihov tržišni potencijal, zbog stvaranja *safety net*. Za privlačenje investicija od strane VC fondova, ključno je pokazati visoku stopu rasta i jasno definisan plan za skaliranje, i ovakve prakse vide se među startapima koji su nastali u prethodne tri godine.



Profil osnivača

Prosečna starost osnivača startapa u Srbiji je 36,5 godina.

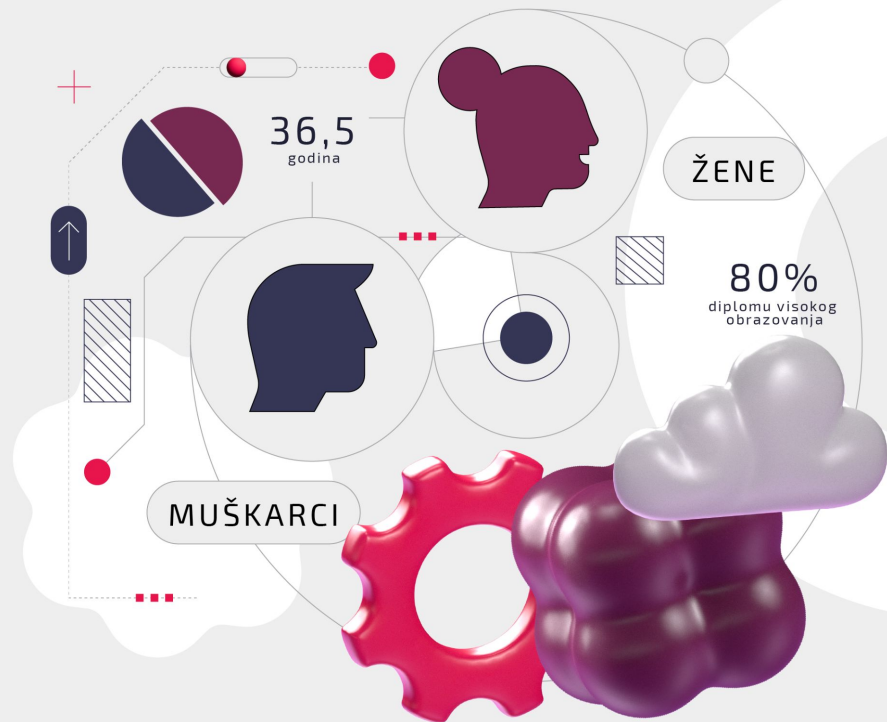
80% osnivača startapa ima diplomu visokog obrazovanja, dok je 77% osnivača ključna znanja za osnivanje i rad startapa steklo kroz prethodno radno iskustvo.

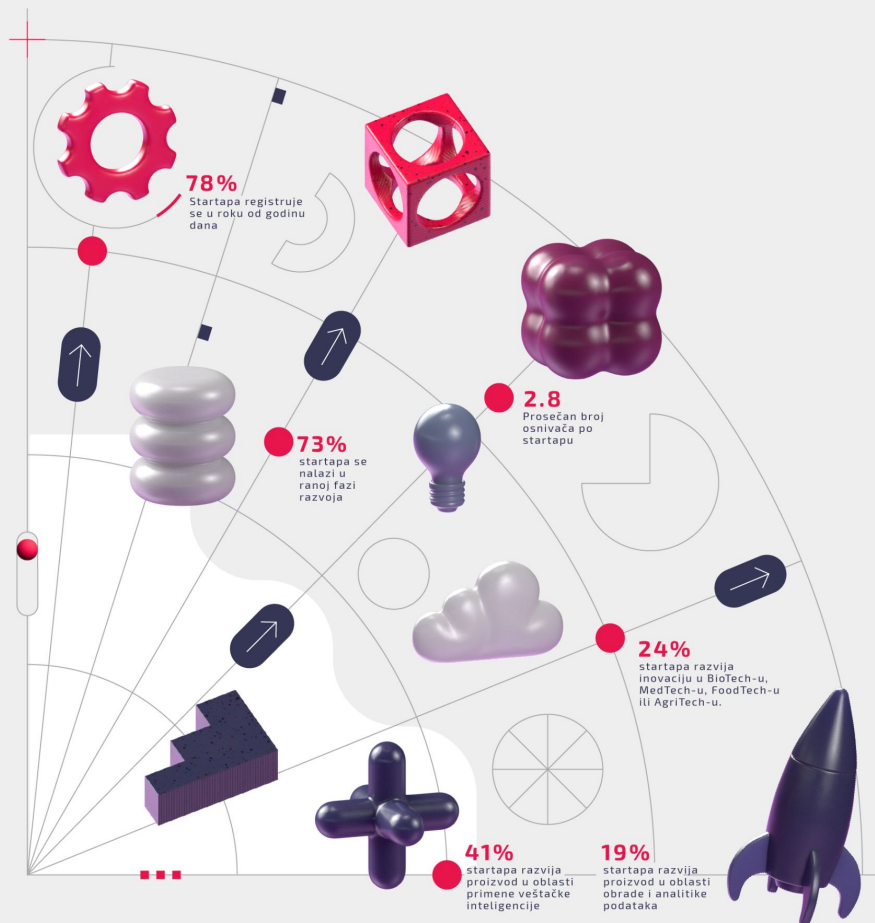
Povratnici iz inostranstva čine 22% osnivača, što je porast od 5% u odnosu na 2023. godinu.

Četvrtina osnivača su serijski preduzetnici, dok je 27% osnivača prethodno radilo u drugim startapima.

Broj osnivača koji poseduju znanja i ekspertizu iz oblasti marketinga (36,3%) i prodaje (33,1%), su u porastu (6% u odnosu na 2023. godinu).

Dve trećine timova ima isključivo muške osnivače (65,2%), dok 26,3% startapa u osnivačkom timu ima samo jednu ženu.





Profil startapa

Većina startapa (78%) registruje se u roku od godinu dana od trenutka okupljanja tima.

Veliki broj startapa se i dalje nalazi u ranim fazama razvoja (73%), dok je marginalno porastao broj startapa koji se nalaze u procesu podizanja Serije A ili B (6,5%).

Prosečan broj osnivača po startapu iznosi 2,8 sa čak 62% osnivačkih timova koji imaju dva ili tri člana.

24% startapa koji su učestvovali u istraživanju, razvija inovaciju u BioTech-u, MedTech-u, FoodTech-u ili AgriTech-u.

41% startapa razvija proizvod u oblasti primene veštačke inteligencije, a 19% u oblasti obrade i analitike podataka.

Poslovne strategije

01

Većina startapa (67%) još uvek nije profitabilna, od kojih 68% postoji manje od tri godine, dok među onima koji postoje više od tri godine, 6,6% ne plasira proizvode, a 33% ostvaruje godišnji prihod manji od milion evra.

02

Skoro polovina startapa (45%) još uvek nema ponavljajuće prihode (MRR), dok 29% beleži mesečni rast MRR do 10%, među kojima 55% postoji duže od 3 godine bez izlaska na inostrano tržište.

03

12% startapa ostvaruje rast MRR-a preko 10%, a čak 83% njih su podigli investicije.

04

Startapi sa većim rastom MRR-a u većoj meri razvijaju proizvode za globalno tržište i rano započinju međunarodnu prodaju (62%).

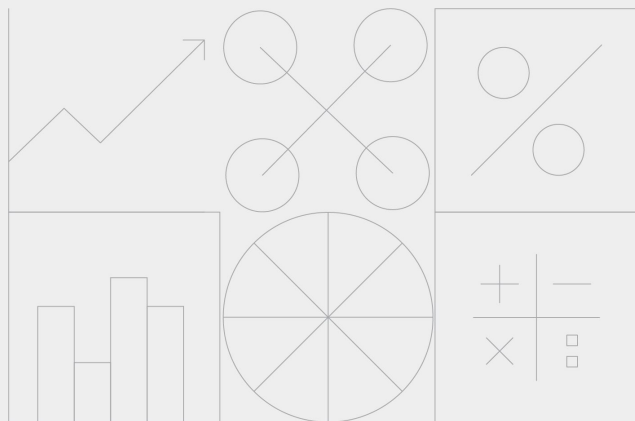
05

Prisustvo srpskih startapa na evropskom tržištu i tržištu SAD-a poraslo je za 6% u odnosu na 2023. godinu

06

Startapi sa većim rastom MRR-a češće zapošljavaju - 29% onih sa rastom MRR-a preko 10% proširilo je tim za više od tri osobe, dok je taj procenat među startapima sa nižim rastom manji za 15%, a 96,6% startapa bez mesečnih prihoda nije povećalo tim.

Finansiranje i podrška startapima



1

Startapi sa visokom stopom rasta MRR-a rede planiraju finansiranje putem grantova (25%) ili programa inkubatora i akceleratora (12%), dok oni koji imaju niži rast MRR-a (56%) ili nemaju rast MRR-a (69%) češće razmatraju grantove kao ključni izvor finansiranja u 2025. godini.

2

Grantove i ostala bespovratna sredstva koristi 64% startapa, što je povećanje od 8% u odnosu na 2023. godinu.

5

Među startapima bez mesečnih prihoda, 69% planira da se u 2025. osloni na grantove, dok 70% startapa sa rastom MRR-a do 10% planira da se finansira iz sopstvenih sredstava, a 67% startapa sa rastom MRR-a preko 10% cilja na VC fondove.

4

Velika većina domaćih startapa učestvuje u programima podrške (79,8%).

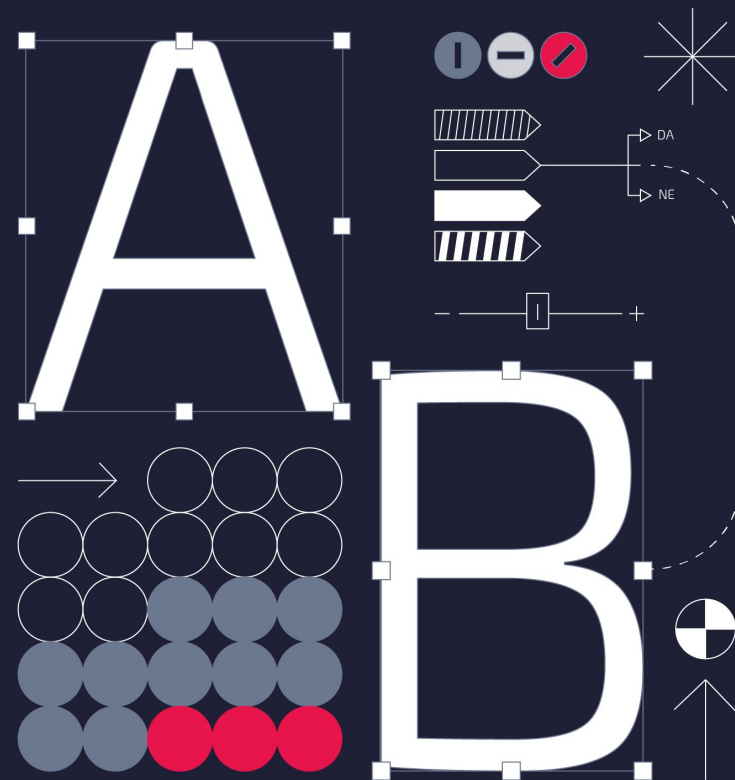
3

Manje od trećine startapa obezbedilo je eksterne investicije (27,8%), što je smanjenje od 17% u odnosu na 2023. godinu.



STARTAP SKENER 2025

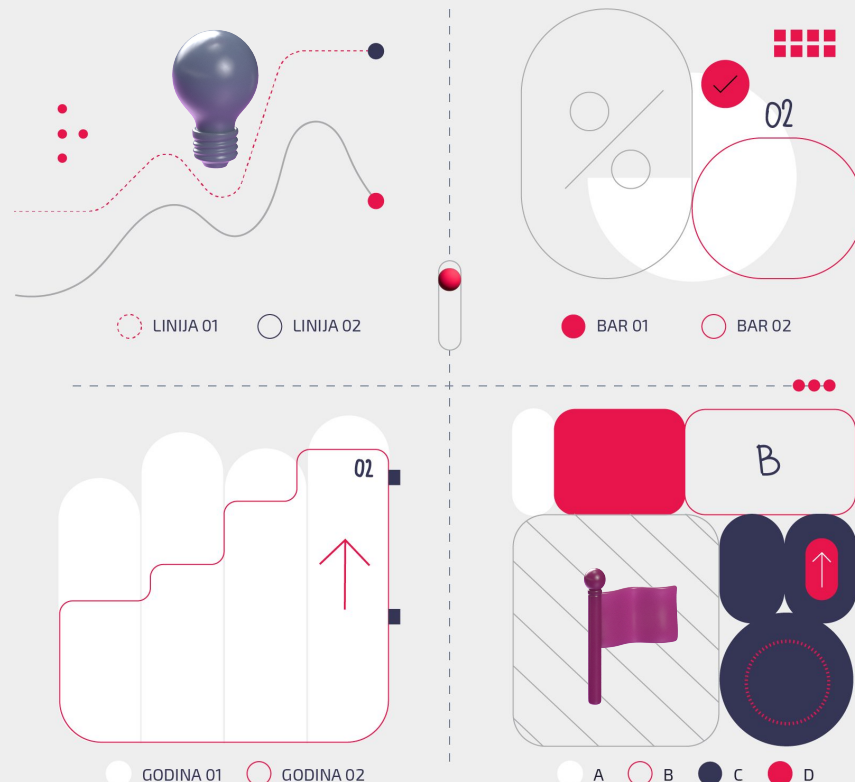
METODOLOGIJA



Kako smo sproveli istraživanje?

Startup skener 2025 je izveštaj koji je baziran na istraživanju koje je rađeno po ugledu na relevantna međunarodna istraživanja¹.

U istraživanju su korišćeni primarni podaci. Za prikupljanje primarnih podataka korišćen je online upitnik koji su popunjavali osnivači startapa, a prikupljeni podaci su nakon obrade analizirani primenom deskriptivne statističke metode. Online upitnik je sproveden u periodu novembar — decembar 2024. godine i rezultati Startup skenera 2025 se odnose na 2024. godinu.



¹[EU Startup Monitor / Austrian Startup Monitor](#)

Uzorak

Kod određivanja uzorka za ovo istraživanje imali smo nekoliko izazova. Naime, utvrditi ukupan broj startapa u jednom ekosistemu predstavlja veliki izazov s obzirom na dinamičnost kreiranja, razvoja i gašenja startapa. Dodatno, na određivanje broja startapa u ekosistemu utičaće i definicija startapa koja se koristi.

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.

Kroz istraživanje Startup Genome 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” u decembru 2024. godine u svojoj bazi ima nešto više od 500 startapa, po navedenoj definiciji, koji su bili aktivni u periodu od 2022. do 2024. godine.

Pošto se ova baza ne smatra konačnom i pod pretpostavkom da ona predstavlja oko 80% realnog broja startapa, može se zaključiti da je startup ekosistem Republike Srbije na kraju 2024. godine činilo oko 600 startapa. Dodatno, ukoliko bi definiciju startapa suzili i uveli parametre vezane za skalabilnost u određenom vremenskom periodu, kao i prisutnost na globalnom tržištu, broj startapa u ekosistemu bi bio značajno manji.

Upitnik je prosleđen svim startapima u DSI bazi startapa, kao i organizacijama i programima podrške, relevantnim institucijama, naučno-istraživačkoj zajednici i ekspertima, kako bi ga prosledili startapima koji učestvuju u njihovim programima ili su u njihovoj mreži kontakata. Kao rezultat ovih napora, ukupno 198 startapa je popunilo upitnik, što predstavlja 33% od procenjenog broja startapa u Srbiji. Imajući u vidu sve navedeno, rezultate predstavljene u Startup skeneru 2025 treba posmatrati ne kao apsolutne vrednosti, već kao pokazatelje glavnih tendencija u startup ekosistemu.



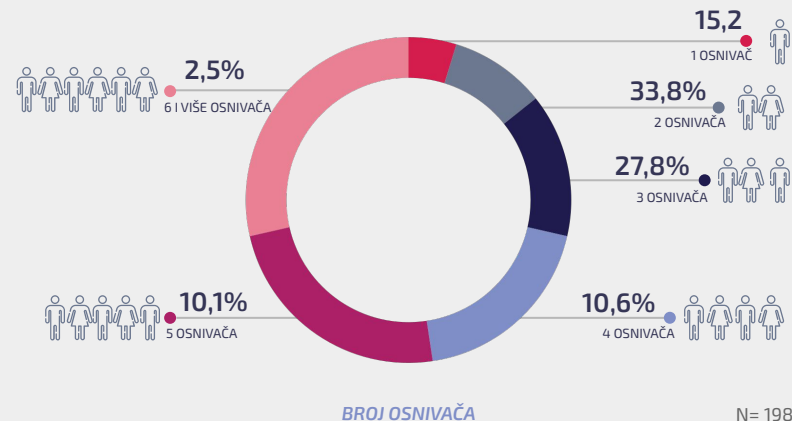
Startap ekosistem u Srbiji

13

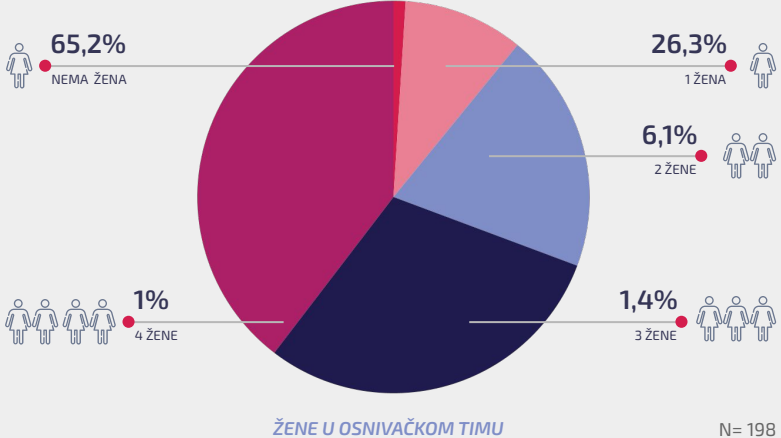
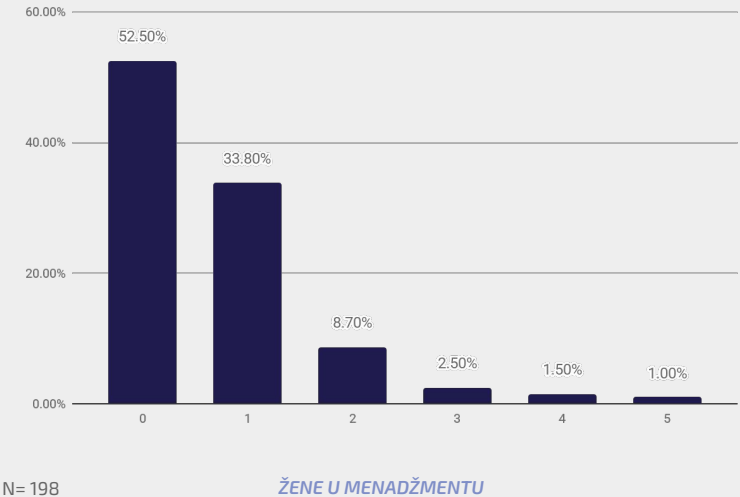
PROFIL STARTAPA

STRUKTURA OSNIVAČKOG TIMA

Suprotno stereotipu o uspešnom preduzetniku koji samostalno razvija svoju inovativnu ideju i ostvaruje veliki uspeh, podaci prikupljeni tokom ove i prethodne tri godine iznova potvrđuju da je osnivanje startapa najčešće timski poduhvat, u čak 85% slučajeva. Prosečan broj osnivača po startapu iznosi 2,8, sa čak 61,6% osnivačkih timova koji imaju dva ili tri člana, što je u skladu sa najboljom praksom. Investitori preferiraju ulaganje u takve timove jer znaju da to omogućava kombinovanje različitih znanja i veština. Takođe, veći broj osnivača obezbeđuje kontinuitet poslovanja u slučaju povlačenja/odustajanja jednog od osnivača. Pozitivan signal za investitore je i neparan broj osnivača koji obezbeđuje brzo donošenje odluka. Sa druge strane, startapi sa jednim osnivačem, kojih je u našem istraživanju 15,2%, nose veći rizik jer njihov opstanak zavisi isključivo od pojedinca.



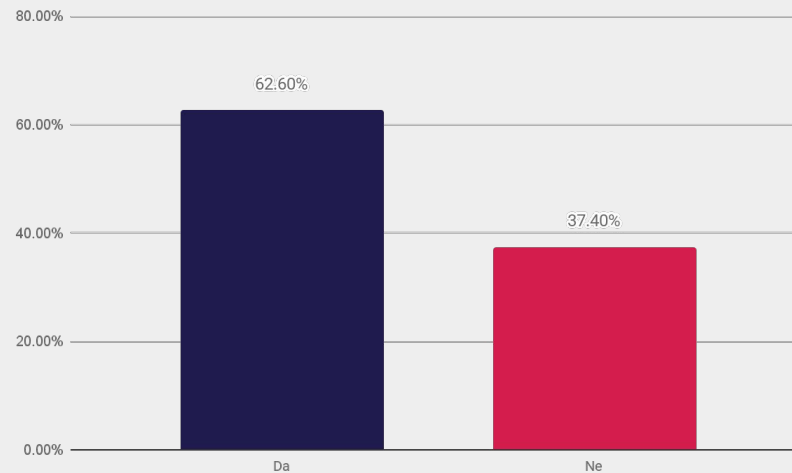
Analiza sastava osnivačkih timova prema polu potvrdila je trend zabeležen u drugim istraživanjima — dve trećine timova ima isključivo muške osnivače (65,2%), dok 26,3% startapa u osnivačkom timu ima samo jednu ženu. Ovaj rezultat se podudara sa istraživanjem **Empowering Europe-a**, prema kojem 25% startapa iz Centralne i Istočne Evrope ima bar jednu ženu u osnivačkom timu.



Analiza sastava menadžmenta startapa u Srbiji otkriva značajan disbalans u zastupljenosti polova koji je u 2024. godini povećan. Broj startapa sa isključivo muškim menadžmentom značajno je porastao, sa 37,8% na 52,5% u odnosu na 2023. godinu. Pored toga što preko polovine startapa nema ni jednu ženu u menadžment timu, smanjen je i udeo startapa sa samo jednom ženom u menadžment timu za 15,5%. Prosečan broj muškaraca u ulozi menadžera, po startapu, iznosi 2,18, dok je prosečan broj žena 0,72. Posebno je interesantan podatak da u okviru uzorka od 198 startapa, od ukupno 2.342 startap osnivača i zaposlenih u startapima, četvrtina (24,6%) ima C-level menadžerske pozicije (CEO, CTO, COO, CMO, itd.) i druge slične pozicije koje podrazumevaju donošenje strateških odluka.

Duži vremenski period u okviru startap ekosistema osnivači startapa su predominantno bili inženjeri, programeri ili stručnjaci iz tehnoloških oblasti. Ipak, zbog neophodnosti različitih znanja, veština i ekspertize, kao i promene u strukturama industrija i važnosti pojedinih oblasti na svetskom nivou, ovaj trend je promenjen. Rezultati istraživanja pokazuju da skoro dve trećine (62,6%) startapa ima u svom osnivačkom timu netehničke osnivače (*non-tech*) koji dolaze iz oblasti poput marketinga, finansija, društvenih nauka ili kreativnih industrija.

Da li u osnivačkom timu ima netehničkih osnivača?

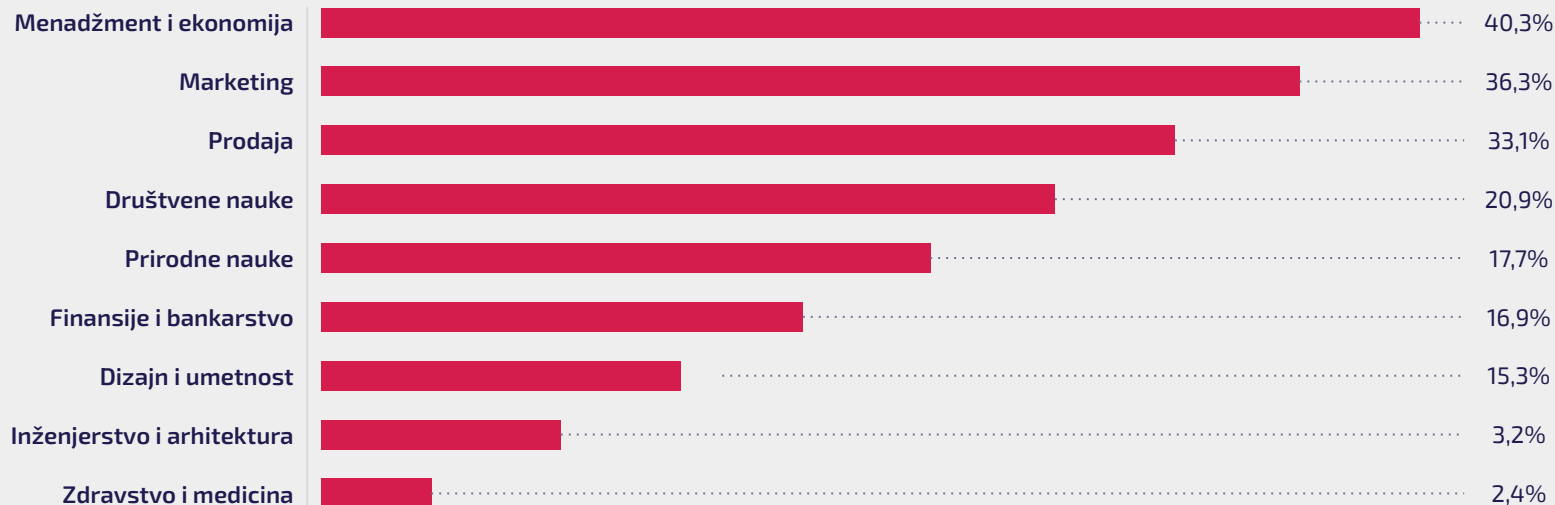


SASTAV OSNIVAČKOG TIMA PREMA TECH I NON-TECH POZADINI

N= 198

Analizirajući stručne oblasti netehničkih osnivača startapa, primećujemo da najveći broj njih (40,3%) dolazi iz oblasti menadžmenta i ekonomije predstavljajući smanjenje od 8,8% u odnosu na 2023. godinu. Ako uporedimo prethodne godine jasno vidimo rast iz godine u godinu udela osnivača sa ekspertizom u marketingu (sa 17,2% u 2021. godini na 36,3% u 2024. godini) i prodaji

(sa 16,6% u 2021. godini na 33,1% u 2024. godini). Ovaj porast osnivača sa relevantnim znanjima iz oblasti prodaje i marketinga uklapa se sa većim oslanjanjem na znanja osnivača i konceptom prodaje koju vode osnivači (*founder-led sales*). Dodatno, ovaj podatak može ukazivati na prepoznavanje neophodnosti ovih znanja i ekspertize za osnivačke timove koji žele da sa svojim startapom kreiraju globalni uspeh.



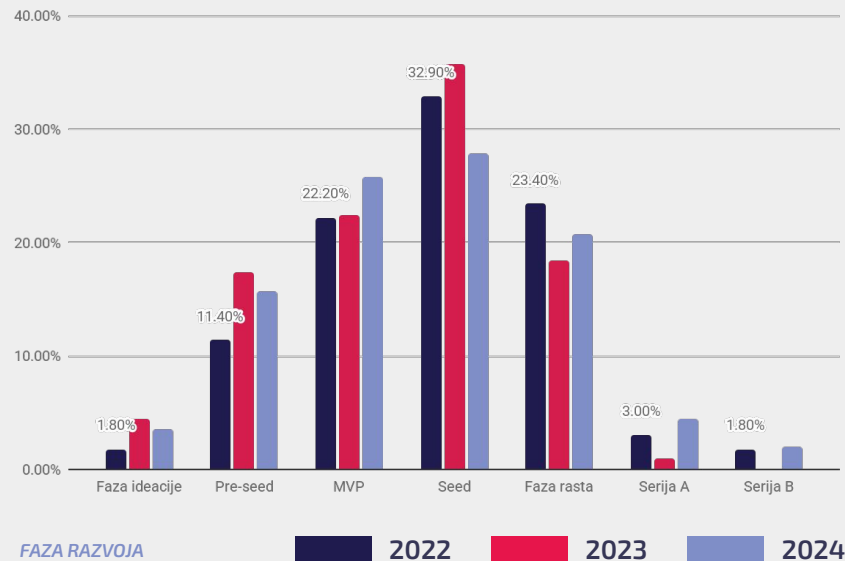
STRUČNE OBLASTI NETEHNIČKIH OSNIVAČA

N= 124; Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

FAZA RAZVOJA

Iz godine u godinu postoje promene u broju startapa koji se nalaze u određenim fazama razvoja. Ove godine vidimo blago smanjenje broja startapa u fazi ideacije (3,5%) i *pre-seed* fazi (15,7%), u odnosu na 2023. godinu. Istovremeno, faza minimalno održivog proizvoda (MVP) beleži blagi porast, sa 22,4% u 2023. na 25,8% u 2024. godini. Najveća promena primećuje se u *seed* fazi, u kojoj se udeo startapa smanjuje — 35,8% u 2023. godini na 27,8% u 2024. godini. Faza rasta beleži porast sa 18,4% na 20,7%, dok je udeo startapa koji se nalaze u seriji A povećan sa 1% na 4,5%. Startapi koji se nalaze u fazi podizanja serije B su sada prisutni (2%), za razliku od 2023. godine kada ih nije bilo u toj fazi.

Promene u broju startapa koji se nalaze u različitim fazama razvoja ukazuju na probleme sa startup *funnel-om*. Podaci nam ukazuju na kontrakciju startup ekosistema i nedovoljan broj onih koji uspevaju da pređu iz jedne u drugu fazu razvoja. U narednim segmentima izveštaja detaljnije ćemo se pozabaviti ovom temom.



FAZA RAZVOJA

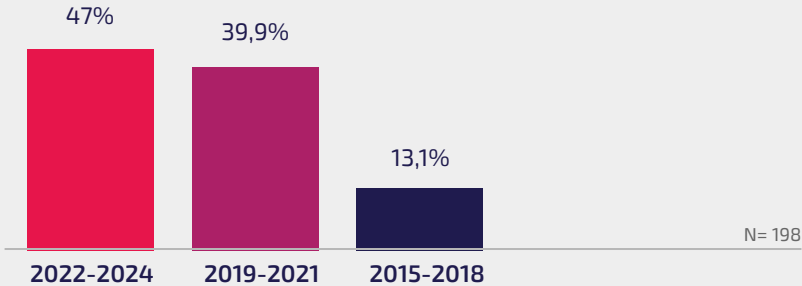
 2022
 2023
 2024

GODINA OKUPLJANJA TIMA

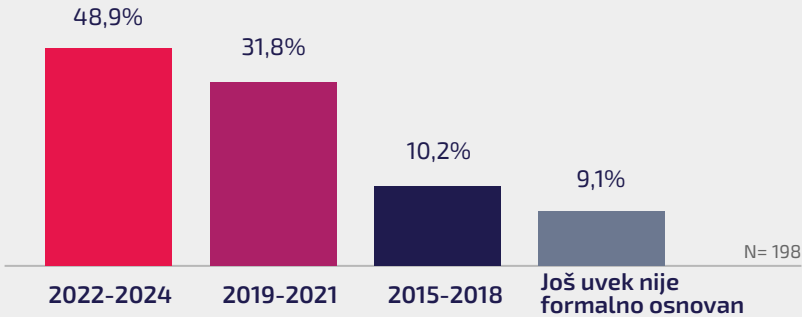
Rezultati istraživanja pokazuju da je 47% startapa formiralo timove i započelo sa radom tokom prethodne tri godine (2022-2024). Ako napravimo poređenje sa prethodnim godinama, možemo primetiti da je stopa formiranja novih startapa usporila u odnosu na veličinu ekosistema. Ovo se najbolje vidi kada uporedimo podatke o timovima mlađim od tri godine — u 2021. godini bilo ih je 68%, u 2022. i 2023. godini po 56%, dok u 2024. godini taj udeo iznosi 47%.

Analiza perioda od formiranja tima do registracije startapa pokazuje da se većina startapa (78,3%) registruje u roku od godinu dana nakon početnog okupljanja tima, dok manji procenat startapa čeka duže od 2 godine. Globalna praksa pokazuje da se startapi najčešće registruju u roku od godinu dana kako bi ubrzali razvoj, stvorili mogućnost za prikupljanje investicija i izbegli da slične ideje steknu prednost. Naša analiza pokazuje da se deo startapa osnovanih između 2015. i 2021. godine i dalje nalazi u početnim fazama (5,6%), bez razvijenog MVP-a, što ukazuje da se njihov razvoj ne uklapa u dinamiku karakterističnu za startape.

Ovogodišnji podaci takođe pokazuju da je udeo startap timova koji nisu formalno registrovani značajno opao, sa 18,4% u 2023. godini na 9,1% u 2024. godini.



GODINA OKUPLJANJA TIMA

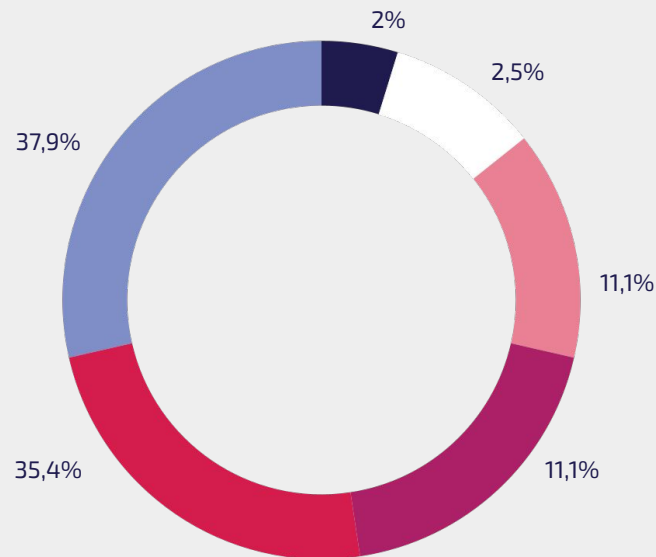


GODINA REGISTRACIJE

IDEJA ZA OSNIVANJE

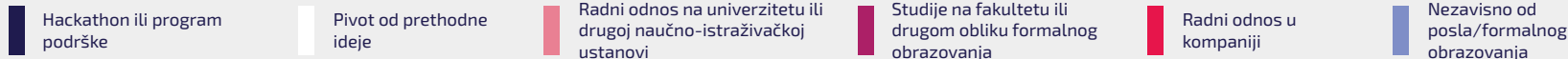
Osnivanje startapa počinje razvojem inovativne ideje koja predstavlja osnovu za razvoj novog proizvoda ili usluge namenjene rešavanju određenog problema ili korišćenju tržišne prilike. Iako inovativna ideja može biti pokretač uspešnog startapa, sama po sebi nije dovoljna — ključni su globalna ambicija i skalabilnost. Ako ideja rešava problem prisutan samo lokalno, verovatno nema potencijal za rast na globalnom tržištu, što otežava privlačenje investicija i skalabilno povećanje broja korisnika. Osnivači od početka moraju razmišljati o međunarodnim tržištima i prilagođavanju ideje za globalna tržišta. Uz takav pristup, odgovarajući tim i finansijske resurse, šanse za uspeh značajno rastu.

Naše istraživanje pokazuje da je 37,9% timova razvilo svoju ideju nezavisno od posla ili formalnog obrazovanja, dok je 35,4% došlo do svoje ideje kroz rad u kompanijama. Formalno obrazovanje i rad na fakultetima, ili u naučno-istraživačkim ustanovama, bili su izvor inspiracije za ukupno 22,2% startapa. Iako udeo startapa koji dolaze iz akademske zajednice u Srbiji ostaje nizak, u poređenju sa razvijenim inovacionim ekosistemima, podaci pokazuju određeni stepen rasta — od 1,6% do 3,3%.



NASTANAK IDEJE O OSNIVANJU STARTAPA

N= 198



SEKTORI

Najveći broj startapa koji je učestvovao u istraživanju dolazi iz sektora BioTech/MedTech sa udelom od 16,2%, što predstavlja blagi porast u odnosu na 2023. godinu (11,9%). AgriTech i FoodTech se takođe ističu kao veoma zastupljen sektor u kome posluje 12,1% startapa, pokazujući potencijal za inovacije u oblasti poljoprivrede i prehrambene tehnologije, tradicionalno jakih industrija u Srbiji.



BioTech / MedTech
16,2%



AgriTech / FoodTech
12,1%



Civil engineering / Energy
8,1%



Gaming
7,6%



eCommerce
7,1%



Construction / Real estate
7,1%



Education
6,6%



FinTech
6,6%



Human resources
6,6%



Media and entertainment
6,6%



Marketing / Design
5,6%



Logistics and transportation
5,1%



Sport
4,5%



LegalTech
4,5%



Social and public services
4,5%



Cyber security
3,5%



Smart cities
2,5%



Hospitality and travel
2%



Event industry
1,5%

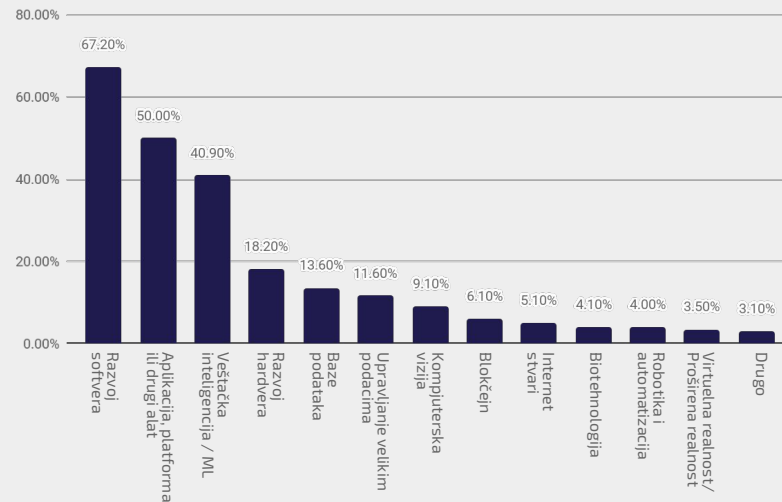


Telco
1,5%



Drugo
5%

Pored očekivanog fokusa na razvoj softvera i aplikacija, zapažamo porast zastupljenosti korišćenja AI tehnologija, sa porastom od 14,2% u odnosu na 2022. godinu. Veštačka inteligencija, baze podataka i upravljanje velikim podacima predstavljaju ključne pokretače inovacija unutar ekosistema, (*Data is the New Oil*) reflektujući globalne trendove. Prema podacima *Crunchbase* izveštaja, ulaganja u AI kompanije tokom 2024. godine zabeležila su rast od preko 80% u odnosu na prethodnu godinu, potvrđujući da se AI sve više prepoznaje kao tehnologija sa visokim potencijalom za skaliranje. Pored toga, i dalje je prisutno interesovanje za razvoj hardvera (18,2%), iako nešto niže nego 2023. godine kada je iznosilo 21,9%.

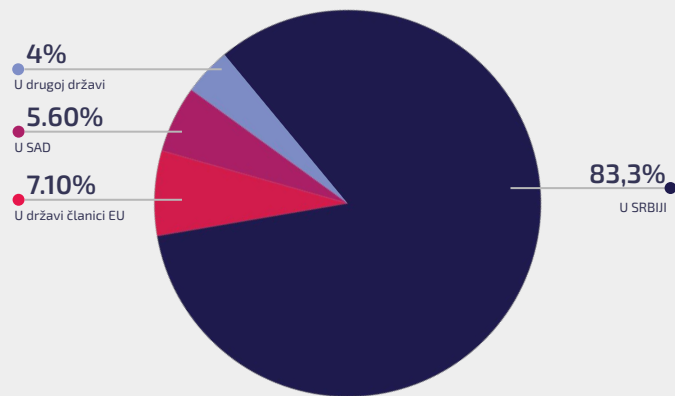


TEHNOLOŠKA OBLAST RAZVOJA STARTAPA

N= 198; Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

SEDIŠTE STARTAPA

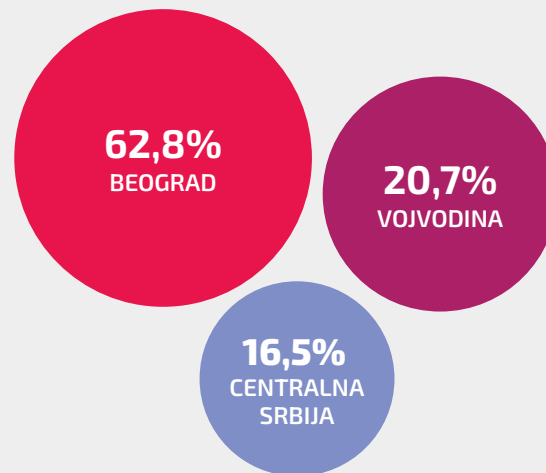
Većina startapa bira da svoje sedište ima u Srbiji (83,3%). Svi startapi koji imaju svoje sedišta u nekoj od država članica EU (7,1%) ili u SAD (5,6%) su timovi koji postoje već nekoliko godina, dok su svi startapi koji su nastali pre manje od godinu dana registrovani samo u Srbiji. Možemo pretpostaviti da su odluke o premeštanju sedišta startapa van Srbije motivisane faktorima kao što su specifični zahtevi investitora, lakši pristup korisnicima ili pojednostavljeni i brži administrativni procesi.



N= 198

SEDIŠTE STARTAPA

Analiza distribucije sedišta startapa po regionima i gradovima u Srbiji pokazuje još veću koncentraciju u regionu Grada Beograda — porast na 62,8%, u odnosu na 57,9% u 2023. godini. Ovo odražava status Beograda kao poslovnog i tehnološkog jezgra zemlje, sa najrazvijenijom infrastrukturom i najvećim pristupom resursima.



REGION SEDIŠTA STARTAPA

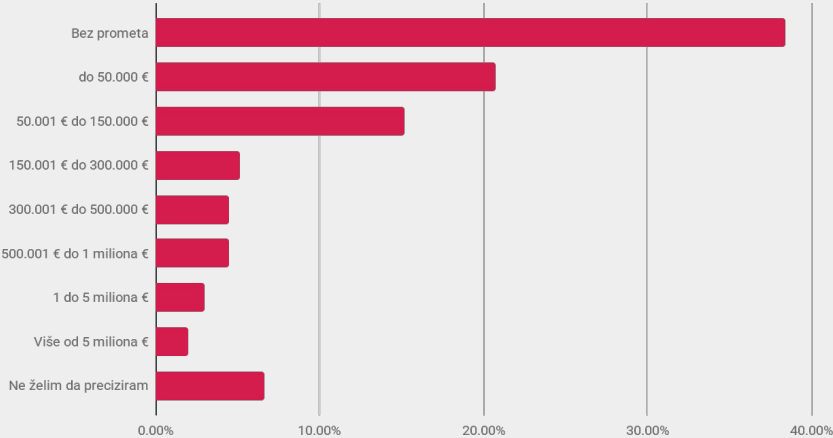
N= 164

POSLOVNE STRATEGIJE

POSLOVANJE

U velikom procentu, startapi se suočavaju sa izazovima generisanja prihoda i postizanja profitabilnosti. 38,4% startapa je u 2024. godini poslovalo bez prihoda. Među onima koji su generisali prihode, 35,9% ostvarilo je godišnji prihod do 150.000 evra. U segmentu godišnjeg prihoda između pola miliona i milion evra zabeležen je porast od 1%, a udeo startapa sa prihodom većim od milion evra porastao je za 1,5% u odnosu na 2023. godinu.

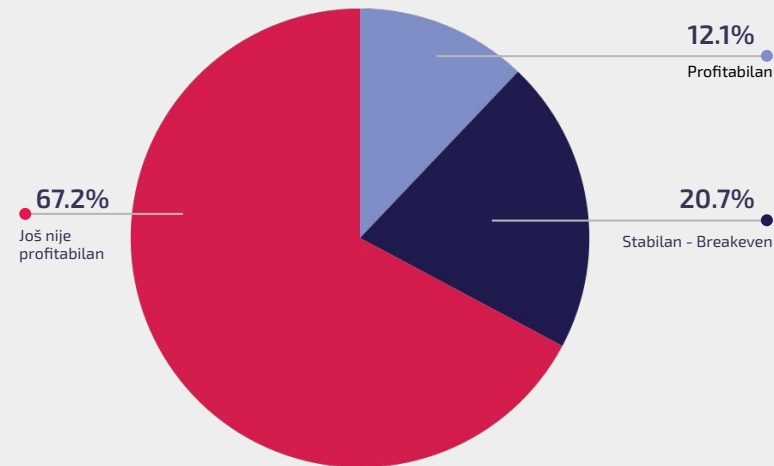
Posebno zabrinjava podatak da među startapima starijim od 3 godine, 6,6% još uvek ne plasira proizvode na tržište, dok 32,8% ostvaruje prihod manji od milion evra. Za njih možemo pretpostaviti da postaju inovativna mala i srednja preduzeća koja nemaju skalabilnost i stope rasta koje su očekivane od startapa. Za njih je ključno da se fokusiraju na povećanje prihoda i prisustvo na lokalnom tržištu, kao i da ne usmeravaju svoje napore na dobijanje investicije od VC fondova, imajući u vidu da ne ispunjavaju uslove za investicije.



PROMET U PRETHODNOJ FINANSIJSKOJ GODINI

N= 198

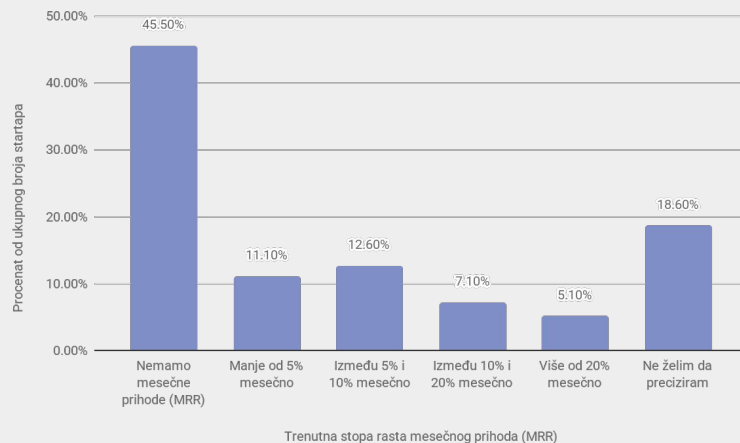
Što se tiče profitabilnosti, 67,2% startapa u Srbiji i dalje posluje bez profita. Sa druge strane, udeo startapa koji su ostvarili profit ove godine iznosi 12,1%. Ovaj procenat je u 2023. godini bio skoro identičan (12,4%). Iako pojedini startapi pokazuju napredak, nedovoljno znanja i ekspertize u ekosistemu, nepovoljna ekonomska klima i drugi izazovi u skaliranju i dalje predstavljaju značajnu prepreku za većinu njih u postizanju održivog rasta i finansijske stabilnosti.



PROFITABILNOST STARTAPA

N= 198

Trendovi koje primećujemo u prethodnim pitanjima o poslovanju i prodaji, jasno se potvrđuju kada je reč o analizi rasta mesečnih ponavljajućih prihoda (MRR). Podaci pokazuju da značajan udeo startapa (45%) još uvek nema ponavljajuće prihode, što je tipično za startape u ranoj fazi razvoja ili testiranja tržišta. Startapi sa minimalnim mesečnim rastom MRR-a do 5% čine 11,1% uzorka, dok mesečni rast MRR-a između 5% i 10% ostvaruje 12,6% startapa. Startapi sa značajnim rastom, između 10% i 20%, čine 7,1%, dok 5,1% startapa postiže rast veći od 20%.



N= 198

STOPA RASTA MESEČNOG PRIHODA (MRR)

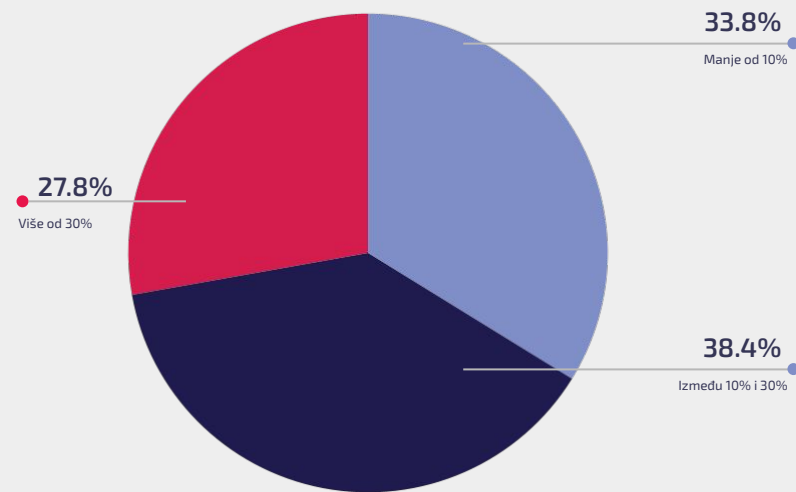
U daljoj analizi smo grupisali startape u tri grupe: one koji nemaju MRR, one koji imaju rast MRR-a niži od 10% mesečno, i one koji imaju rast MRR-a veći od 10% mesečno. U apsolutnim brojevima, svega 24 startapa od 198 ispitanih ima rast MRR-a koji je veći od 10%. Imajući u vidu period postojanja startapa i period u okviru kog startapi plasiraju ili ne plasiraju svoje proizvode na globalno tržište, stope rasta MRR-a ukazuju na sve veći broj startapa koji će prerasti u inovativna mala i srednja preduzeća.

Dalja analiza otkriva snažnu povezanost između rasta MRR-a i sposobnosti privlačenja eksternih investicija. Od startapa koji nemaju rast prihoda čak 84% startapa nije uspeo da obezbedi bilo kakvo eksterno finansiranje. Ovo pokazuje da vrednost i brzina rasta MRR-a značajno povećavaju privlačnost startapa za investicije. Čak 83% startapa koji su podigli investicije ima visok rast MRR-a. Investitori na taj način prepoznaju potencijal startapa sa visokom stopom rasta MRR-a, što im olakšava pristup kapitalu. U samo 3,3% slučajeva je investitor samoinicijativno kontaktirao i uložio u startap koji nema MRR, dok je taj procenat kod startapa sa visokim stopom rasta MRR-a 25%.

Startapi sa visokom stopom rasta MRR-a ređe planiraju finansiranje putem grantova (25%) ili programa inkubatora i akceleratora (12,5%), dok oni koji imaju niži rast MRR-a (56%) ili bez rasta MRR-a (69%) češće razmatraju grantove kao ključni izvor finansiranja u 2025. godini. Ovo ukazuje na razlike u strategijama finansiranja između startapa u ranoj fazi razvoja koji nemaju prihode ili imaju vrlo niske prihode i onih koji beleže značajan rast prihoda.

Kada je reč o internacionalizaciji, startapi sa većim rastom MRR-a u većoj meri ističu da su od početka razvijali proizvode za globalno tržište i započeli međunarodnu prodaju (62%). Ovo dodatno potvrđuje da rast MRR-a nije samo indikator trenutnog uspeha, već i ključni pokazatelj sposobnosti startapa da se pozicioniraju na globalnom tržištu.

Prema samoproceni startapa, očekivane stope rasta MRR-a za 2025. godinu pokazuju da trećina startapa (33,8%) očekuje sporiji rast, manji od 10% mesečno. Nešto više od trećine (38,4%) očekuje značajan rast MRR-a u rasponu od 10% do 30% mesečno, dok 27,8% predviđa rast MRR-a od preko 30% na mesečnom nivou. Među onima koji predviđaju najbrži rast, 67,3% razvija softverska rešenja, a više od polovine (56,4%) posluje kraće od 4 godine. Imajući u vidu da trenutno 24 startapa od 198 u uzorku zapravo ima rast MRR-a veći od 10%, planovi čak 131 startapa za isti ili veći rast u 2025. godini deluju optimistično. Stvarni rezultati mogu biti skromniji usled uticaja spoljnih faktora i činjenice da osnivači često imaju pozitivna očekivanja koja se u praksi ne ostvare na taj način.



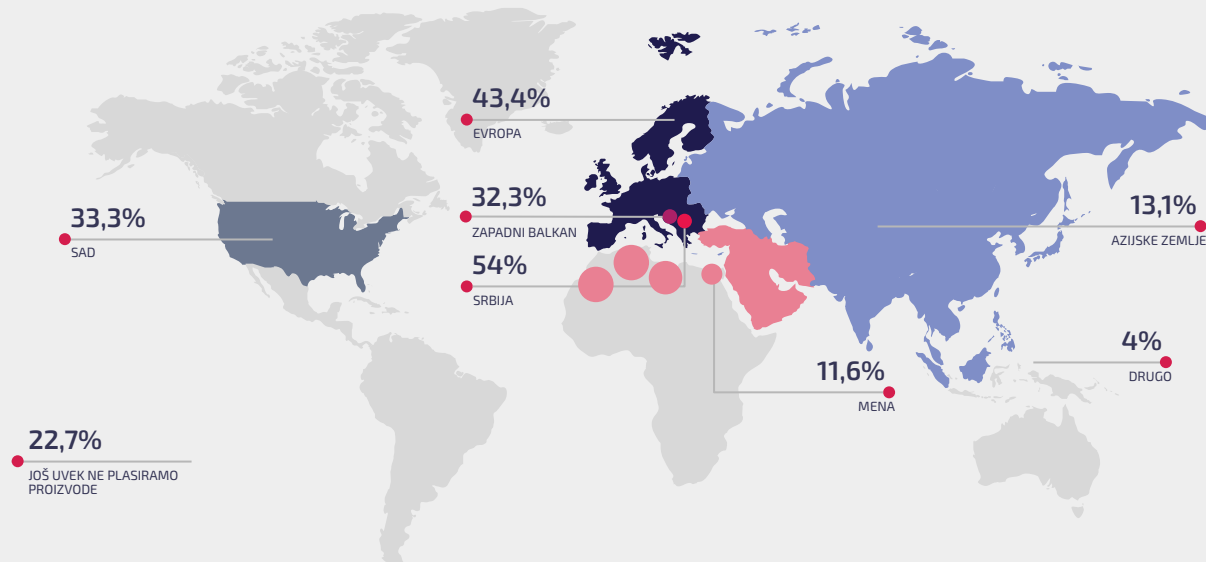
PROCENA STOPE RASTA MRR-a U 2025. GODINI

N= 198

TRŽIŠTA PLASIRANJA PROIZVODA

Više od polovine startapa (54%) posluje na domaćem tržištu, dok trećina (32,3%) posluje u zemljama Zapadnog Balkana. U poređenju sa prošlogodišnjim podacima, primećen je rast prisustva i poslovanja

srpskih startapa na svim inostranim tržištima od kojih se posebno izdvajaju Evropa (43,4%), SAD (33,3%), Azija (13,1%) i MENA region (11,6%). Značajno je napomenuti da je broj startapa koji još uvek ne plasiraju proizvode smanjen za 6,7% u odnosu na 2023. godinu.

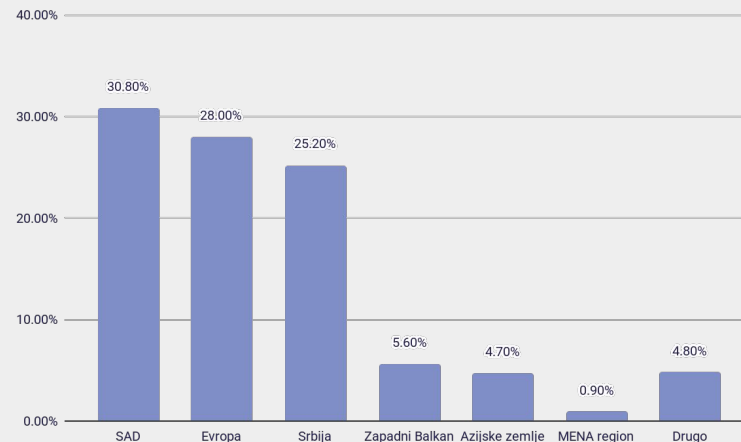


TRŽIŠTA PLASIRANJA PROIZVODA

N= 198; Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

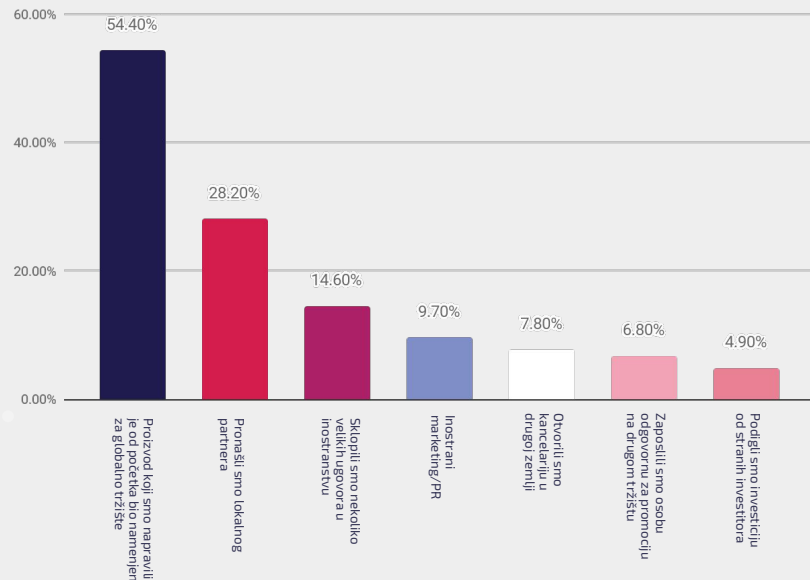
Posmatrajući primarna tržišta startapa koji posluju van Srbije i regiona Zapadnog Balkana vidimo da se najčešće orijentišu na SAD (30,8%) i Evropu (28%), privučeni većim mogućnostima za rast i širenje poslovanja. Ipak, preko 30% startapa koji posluju globalno i dalje primarno orijentiše svoje poslovanje na tržište Srbije i Zapadnog Balkana.

Kada se ovi rezultati prenesu na celokupan uzorak, dobijamo da 16,7% startapa primarno plasira svoje proizvode na tržištu SAD-a, a 15,2% startapa na evropska tržišta. Evidentno je da postoji relativno mali segment ekosistema koji ima globalne aspiracije, ali je neophodno uložiti dodatne napore u podršku startapima za rast i internacionalizaciju.



N= 198

PRIMARNA TRŽIŠTA PLASIRANJA PROIZVODA



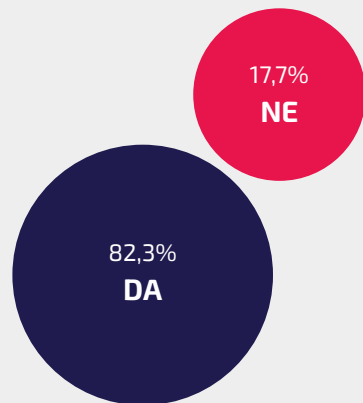
Podaci ukazuju na nekoliko ključnih faktora koji su doprineli uspešnom izlasku domaćih startapa na međunarodna tržišta. Među startapima koji posluju van Srbije i regiona, najveći broj je od početka razvijao proizvode namenjene globalnom tržištu (54,4%), što pokazuje da je vizija i globalna aspiracija ključna. Na sledećem mestu, je sklapanje partnerstava i ugovora na inostranim tržištima (42,8%) zahvaljujući kojima je olakšan izlazak na novo tržište. Četvrti faktor koji je doprineo izlasku na međunarodno tržište za 7,8% startapa je otvaranje kancelarije u inostranstvu.

N= 103

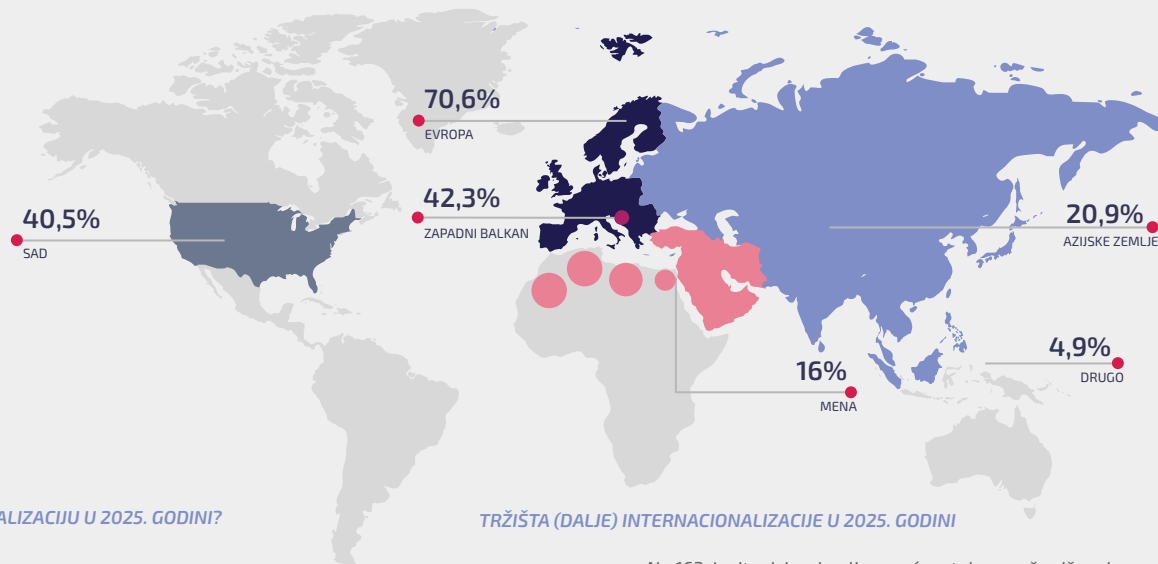
POMOĆ PRILIKOM IZLASKA NA MEĐUNARODNO TRŽIŠTE

Velika većina startapa (82,3%) planira internacionalizaciju u 2025. godini. Kada se pogledaju ciljna tržišta za narednih 12 meseci, Evropa predstavlja primarni fokus za 70,6% startapa koji planiraju internacionalizaciju, što je neočekivano imajući u vidu geografsku i kulturnu bliskost. Zapadni Balkan je identifikovan kao jedno od ciljnih tržišta za dalju internacionalizaciju u 2024. godini za 42,3% startapa, pri čemu 6,1% startapa planira širenje poslovanja isključivo na ovaj region.

Dodatnom analizom faza razvoja i godina postojanja, uočava se da su ti startapi stariji od 4 godine, što ukazuje da nemaju ambiciju za dalji globalni rast i da postaju inovativna mala i srednja preduzeća. Sa druge strane, novonastali startapi od samog početka imaju izraženiji fokus na međunarodna tržišta i širenje van regiona. Na tržište SAD-a planira da se proširi 40,5% startapa, što je za 3,7% više u odnosu na 2023. godinu. Pored toga 20,9% startapa planira izlazak na tržište Azije, dok je MENA region cilj za 16% startapa.



N= 198 DA LI VAŠ STRATAP PLANIRA (DALJU) INTERNACIONALIZACIJU U 2025. GODINI?



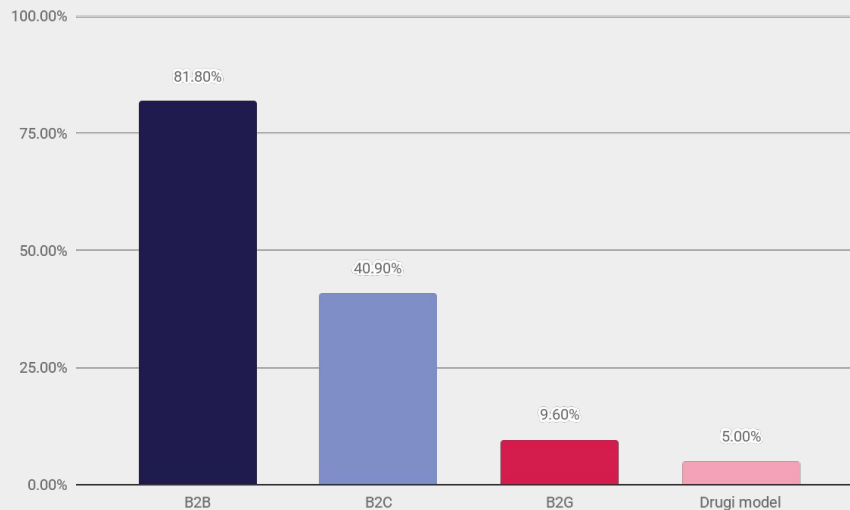
TRŽIŠTA (DALJE) INTERNACIONALIZACIJE U 2025. GODINI

N= 163; Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

BIZNIS MODEL

Iz analize biznis modela startapa u Srbiji, primećujemo da najveći broj startapa posluje po modelu B2B (*business to business*), sa udelom od 81,8%. Došlo je do smanjenja u B2C segmentu (*business to consumer*), sa 50,2% u 2023. godini na 40,9%. Po modelu B2G (*business to government*) ove godine posluje 9,6% startapa. Ako se uzme u obzir da većina osnivača ima radno iskustvo u privredi, podaci ukazuju da mnogi osnivači koriste svoje prethodno radno iskustvo i mrežu kontakata za testiranje MVP-a i lakši izlazak na tržište kroz saradnju sa kompanijama.

Ipak, uprkos visokoj zastupljenosti B2B modela, treba imati u vidu da sklapanje poslovnih ugovora sa kompanijama može trajati dugo — između tri i dvanaest meseci, što usporava rast i otežava privlačenje investicija. VC fondovi retko investiraju u startape koji ne mogu da skaliraju prodaju u kratkom roku. Samim tim, startapi koji se oslanjaju na ovaj biznis model moraju od početka obratiti pažnju na usklađenost sa najvišim tehničkim, bezbednosnim i industrijskim standardima kako bi osigurali veću spremnost kompanija da u kratkom roku postanu korisnici proizvoda ili usluge.



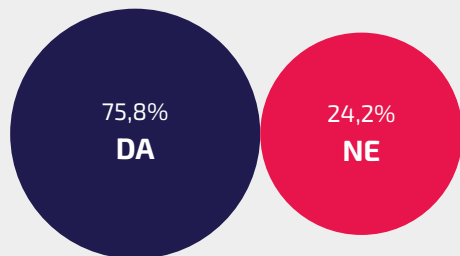
BIZNIS MODEL

N= 198; Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

ZAŠTITA INTELEKTUALNE SVOJINE

Inovativne ideje i rešenja koje startapi razvijaju često zahtevaju njihovu zaštitu korišćenjem odgovarajućih pravnih sredstava u domenu intelektualne svojine. Naše istraživanje je pokazalo da 75,8% startapa razvija intelektualnu svojinu. Poređenje rezultata iz ranijih godina pokazuje neznatan rast broja startapa koji su preduzeli konkretne korake u pogledu zaštite intelektualne svojine — sa 48,3% u 2021. godini na 52% u 2024. godini.

Da li startap razvija intelektualnu svojinu²?



RAZVOJ INTELEKTUALNE SVOJINE

N= 198

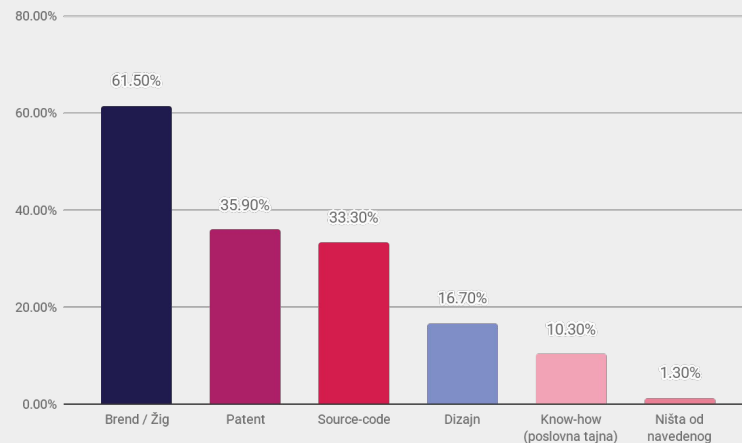
Da li je startap zaštitio neka od prava intelektualne svojine?



ZAŠTITA INTELEKTUALNE SVOJINE

N= 150

Najveći broj startapa odlučuje se za zaštitu brenda ili žiga (61,5%), čiji je udeo u značajnom porastu tokom godina sa 26,5% u 2021. godini na 61,5% u 2024. godini. Zaštita patenata ima udeo od 35,9%, dok je *source-code* zaštitilo 33,3%. Primećen je i rast zaštite dizajna, sa 7,1% u 2023. godini na 16,7%. Poslovne tajne kao *know-how* čuva 10,3% startapa.



ZAŠTIĆENA PRAVA INTELEKTUALNE SVOJINE

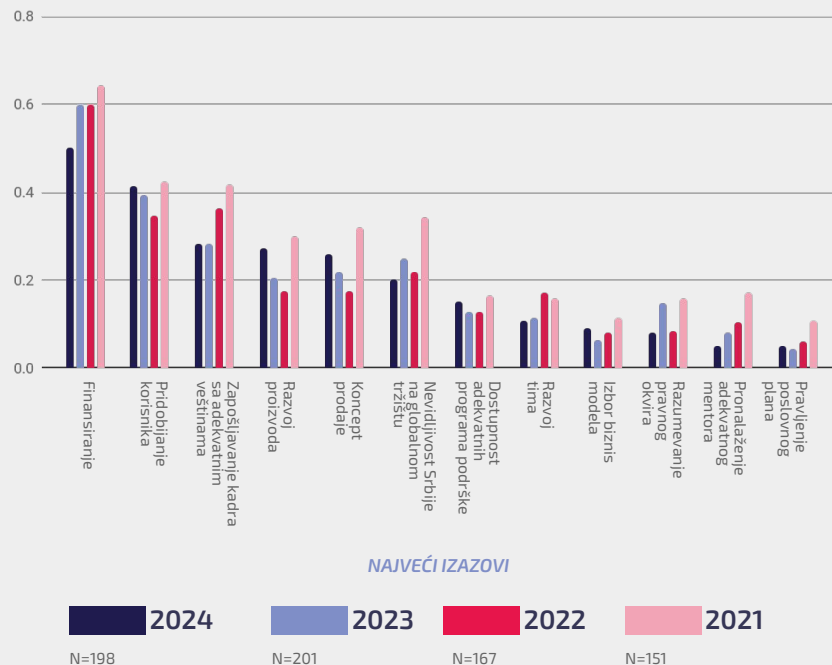
N= 78; Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

² U istraživanju se pod intelektualnom svojinom podrazumevaju: brend/žig, patent, source-code, dizajn, know-how.

IZAZOVI ZA STARTAPE U SRBIJI

Analiza izazova sa kojima se startapi suočavaju pokazuje da je finansiranje i dalje glavni izazov za startape u Srbiji (50%), ali je evidentno smanjenje od preko 14% u odnosu na 2021. godinu. Problem finansiranja ne proizilazi iz nedostatka dostupnih sredstava — naprotiv, količina kapitala za startape danas je gotovo duplirana u odnosu na pre pet godina. Mnogi startapi još uvek prolaze kroz fazu usklađivanja sa tržišnim kriterijumima i postizanja *product-market fit-a*, što potvrđuje činjenica da se gotovo polovina nalazi u ranim fazama — 25,8% u fazi razvoja MVP-a, a 27,8% u *seed* fazi. Ovo ukazuje da izazov nije samo u pristupu kapitalu, već i u spremnosti startapa da ispune zahteve investitora i tržišta.

Uz izazove vezane za finansiranje, izazov vezan za povećanje broja korisnika ističe 41,4% startapa, dok 28,3% ima izazov sa zapošljavanjem kadra sa odgovarajućim znanjima i veštinama. Ova tri ključna izazova isticala su se i u prethodnim istraživanjima, kao što se može videti na uporednom grafikonu. Pored toga, u porastu je broj startapa koji kao izazov navode razvoj proizvoda (27,3%), dok je u blagom padu broj onih kojima je izazov nevidljivost Srbije na globalnom tržištu (20,2%).



IZAZOVI ZA STARTAPE U SRBIJI

Zapošljavanje kvalifikovanih članova tima ističe se kao treći najveći izazov za startape, pri čemu 48,5% startapa navodi poteškoće u pronalaženju stručnjaka u oblasti prodaje, a 31,3% iz oblasti IKT-a.

Procenat od ukupnog broja startapa



PRODAJA
48,5%



IKT
31,3%



MARKETING
18,2%



ISTRAŽIVANJE I RAZVOJ
18,2%



MENADŽMENT
13,6%



FINANSIJE
6,1%



PRAVO
4%



DIZAJN
4%



ADMINISTRATIVNI POSLOVI
2,5%



KORISNIČKA PODRŠKA
1,5%



LJUDSKI RESURSI
0,5%



NIJEDNA OD NAVEDENIH
10,1%

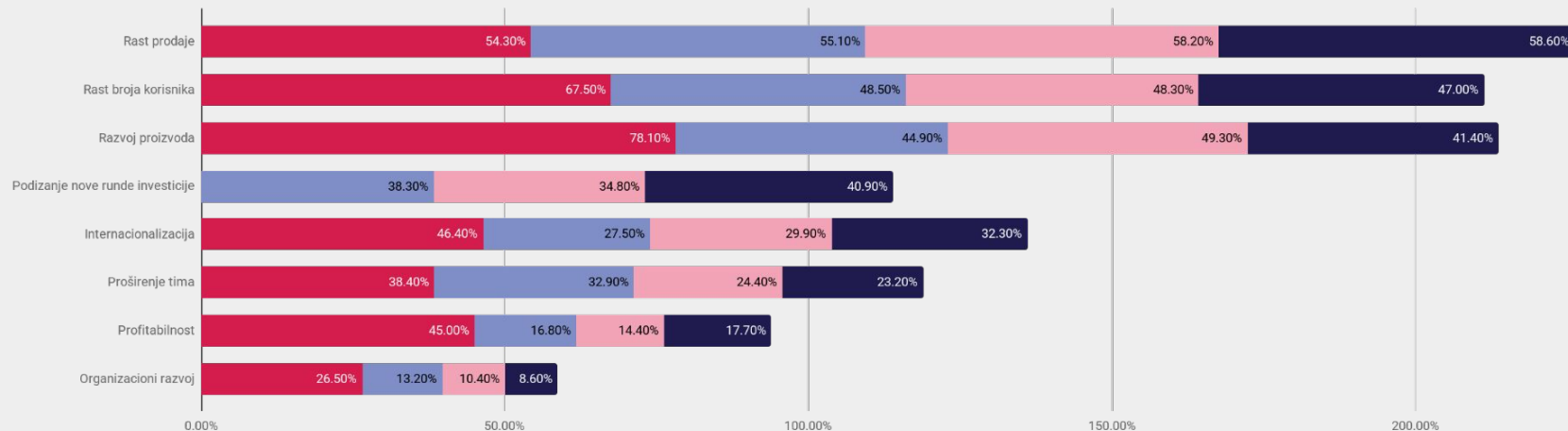
NAJTEŽE POZICIJE ZA POPUNJAVANJE

N= 198; Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

CILJEVI

Rezultati naših istraživanja pokazuju da su više godina za redom tri cilja prioriteta za startape u Srbiji — rast prodaje (58,6%), rast broja korisnika (47%) i razvoj proizvoda (41,4%). Detaljnijom analizom startapa kojima je prioritet razvoj proizvoda može se videti da oko 23% njih nema *product-market-fit*, a da postoje duže od dve godine.

Ovaj podatak dalje ukazuje na nezrelost našeg ekosistema i određeni broj timova koji imaju potencijal da stvore uspješne startape na osnovu inovativne ideje, ali prestanu da postoje ili postanu inovativna mala preduzeća. Podizanje investicije je cilj 40,9% startapa, što predstavlja porast u odnosu na 34,8% u 2023. godini. Procenat startapa koji se fokusira na internacionalizaciju je 32,3%, a 23,2% startapa ima za cilj proširenje tima.

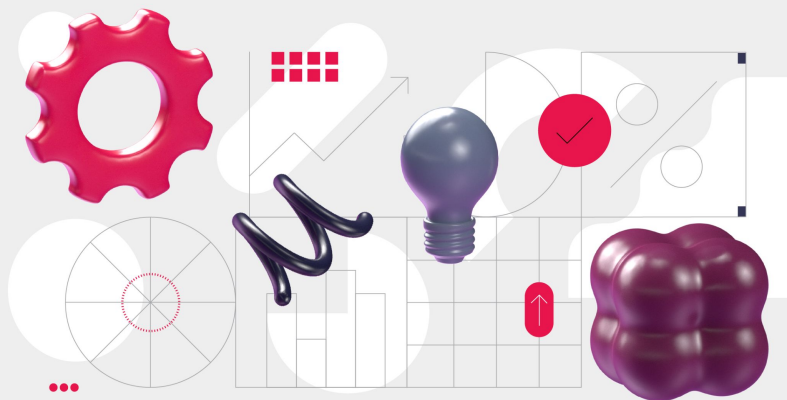


VAŽNOST CILJEVA

2021 N= 151 2022 N= 167 2023 N= 201 2024 N= 198

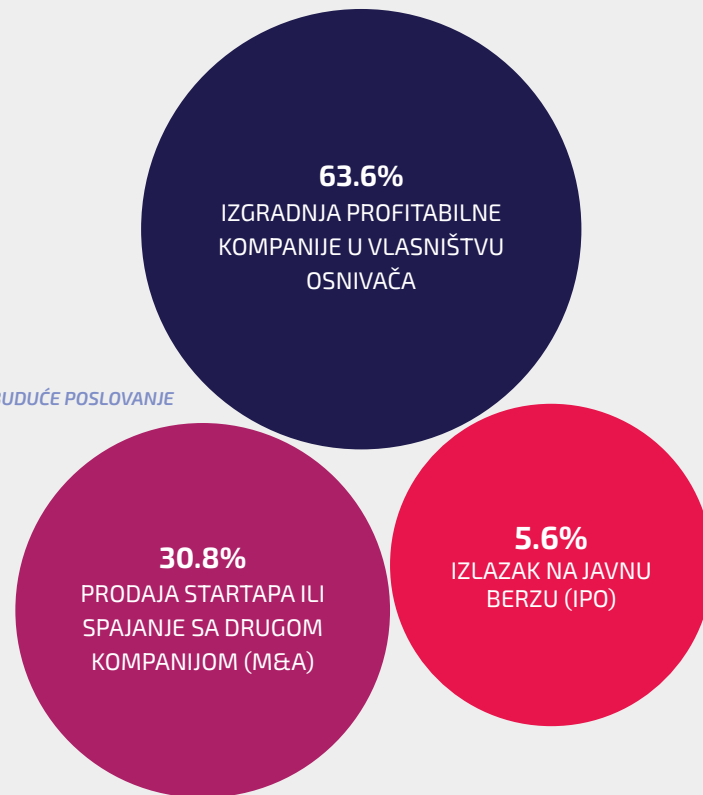
PLANOVI ZA BUDUĆE POSLOVANJE STARTAPA

Kao i prethodnih godina, daleko je više osnivača (63,6%) koji planiraju izgradnju profitabilne kompanije u sopstvenom vlasništvu, od onih koji žele *exit* (30,8%) u vidu prodaje ili spajanja sa drugim kompanijama (M&A). Ova težnja ostaje u centru preduzetničkih ambicija domaćih osnivača. Sa druge strane, 5,6% startapa ima u planu izlazak na berzu (IPO), što imajući u vidu fazu razvoja startap ekosistema u Srbiji možemo smatrati izuzetno ambicioznim ciljem.



PLANOVI ZA BUDUĆE POSLOVANJE

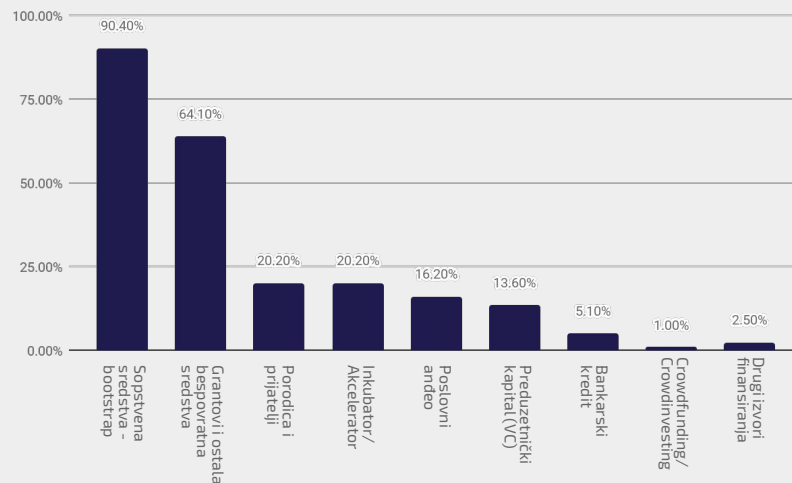
N= 198



FINANSIRANJE

Istraživanje pokazuje da pored grantova, sredstava koje ulažu inkubatori/akceleratori, poslovni anđeli, i VC fondovi, i dalje velika većina startapa (90,4%) koristi i sopstvena sredstva za finansiranje. Podaci ukazuju i da značajno manji procenat startapa, 16,2% u odnosu na 29,35% u 2023. godini, uspeva da se finansira samo iz sopstvenih izvora. Grantovi i ostala bespovratna sredstva predstavljaju drugi najčešći oblik finansiranja sa zastupljenošću od 64,1%, što je povećanje u odnosu na 56,2% u 2023. godini. Prevelika oslonjenost na grantove i bespovratna sredstva usporava njihov razvoj i limitira tržišni pritisak koji startapi osećaju. Dodatna analiza pokazuje da grantove najčešće koriste startapi koji nisu profitabilni i nemaju mesečne prihode, tako prepoznajući da teško mogu dobiti investiciju od VC fondova. Udeo startapa koji osim grantova i sopstvenih sredstava do sada nisu imali ni jedan drugi izvor finansiranja iznosi 43,4%, što je smanjenje u odnosu na 51,2% u 2023. godini.

Opcije koje se smatraju „pametnim novcem“ su manje zastupljene – inkubatori i akceleratori (20,2%), poslovni anđeli (16,2%) i preduzetnički kapital (VC) (13,6%). Pored pristupa finansiranju, ove opcije finansiranja pružaju i mentorstvo i mrežu kontakata, kako na lokalnom, tako i na međunarodnom nivou. I dalje relativno mala zastupljenost „pametnog novca“ naglašava potrebu za kontinuiranom podrškom, poput poreskih podsticaja za poslovne anđele, novih izvora finansiranja i razvoja alternativnih finansijskih mehanizama za stimulisanje inovacija i rasta u ekosistemu.

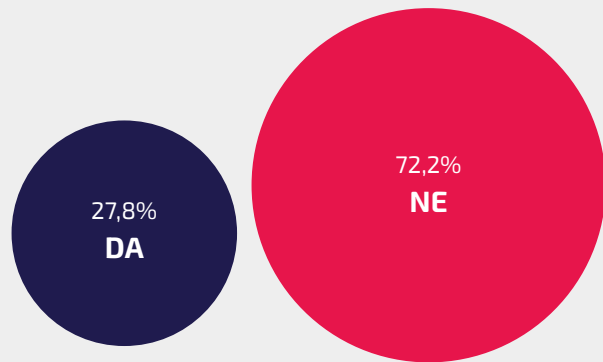


IZVORI FINANSIRANJA

N= 198; Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

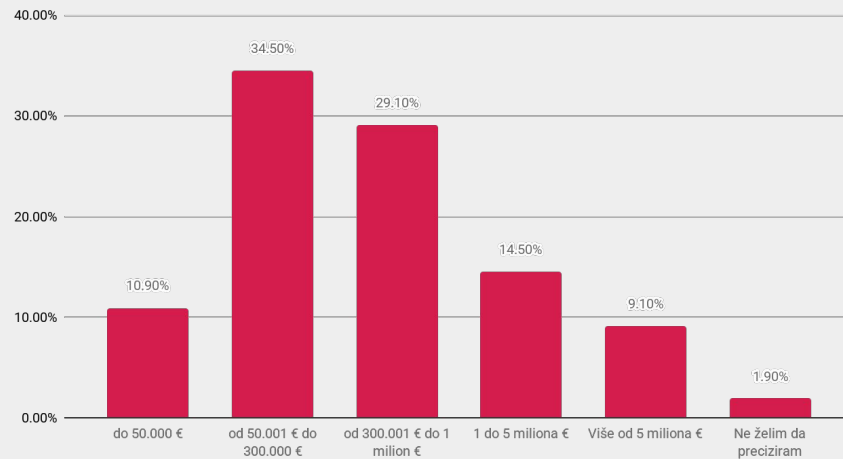
Finansiranje ostaje jedan od ključnih izazova za startape. Ove godine je manje od trećine startapa obezbedilo eksterne investicije (27,8%), što je značajno smanjenje u odnosu na 44,8% u 2023. godini. Među startapima koji su uspjeli da privuku spoljne investicije, 10,9% je do sada prikupilo manje od 50.000 evra, a najveći broj je prikupio između 50.000 evra i milion evra (63,6%). U apsolutnim brojevima, svega 13 startapa je uspjelo da obezbedi spoljne investicije veće od milion evra, i to ne u pojedinačnoj rundi, nego u svim rundama finansiranja koje su startapi dobili od osnivanja do sada.

Da li je startap dobio eksternu investiciju ili dao deo vlasništva?



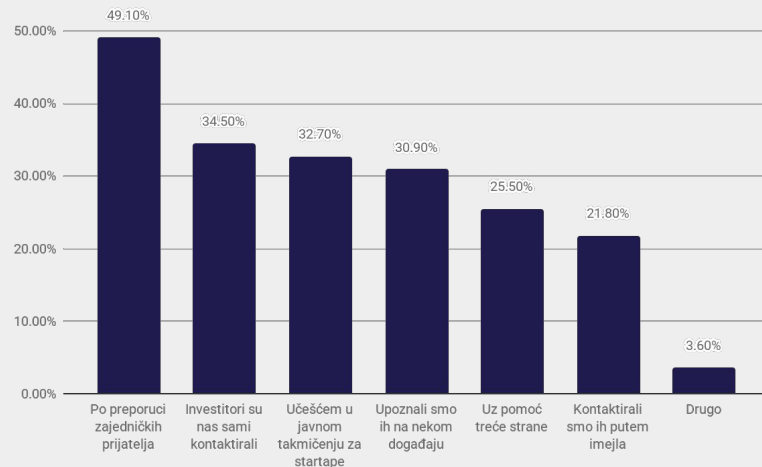
EKSTERNE INVESTICIJE

N= 198



SPOLJNE INVESTICIJE

N= 55



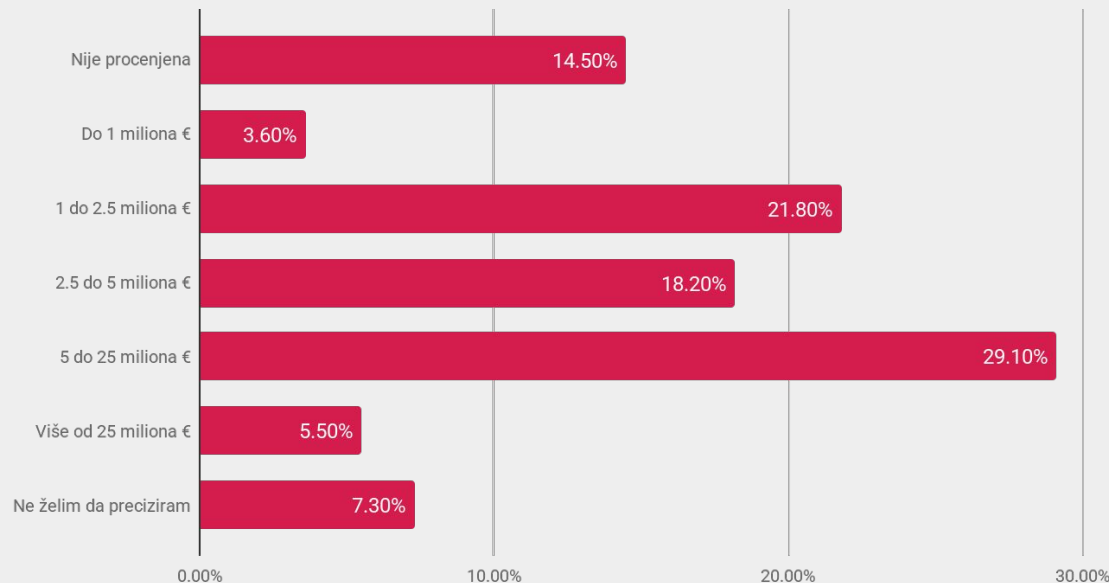
N= 55; Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

NAČIN DOLASKA DO INVESTITORA

Među startapima koji su uspeli da privuku eksterne investicije, najzastupljeniji način stupanja u kontakt sa investitorima je preko preporuke zajedničkih prijatelja (49,1%). Ovaj podatak potvrđuje važnost mreže kontakata i ukazuje na efikasnost izgradnje *pay-it-forward* kulture u obezbeđivanju investicija koje bi inače bile nedostupne. Na drugom mestu startapi ističu da su ih investitori sami kontaktirali (34,5%). Učešće na javnim takmičenjima i prisustvo na događajima namenjenim startapima pomoglo je 63,6% startapa, u pronalaženju investitora.



U kontekstu valuacije, velika većina startapa (76,7%) u Srbiji nema procenjenu vrednost. Sa druge strane, od onih startapa koji imaju procenjenu vrednost, zapaža se da 20,7% startapa ima procenjenu vrednost od 1 milion evra ili više, što sugerise da imaju tržišno prisustvo i prve rezultate. Pri interpretaciji ovih rezultata treba imati u vidu stepen subjektivnosti i preciznosti odgovora startapa, kao i broj startapa koji je učestvovao u istraživanju.



N= 55

PROCENJENA VREDNOST U POSLEDNJOJ RUNDI FINANSIRANJA

U pogledu budućih planova finansiranja, 39,9% startapa ne planira prikupljanje eksternog kapitala u narednih 12 meseci, što je za 11% više nego u 2023. godini.

U celini, u poređenju sa 2023. godinom, primetna je dalja tendencija da startapi planiraju prikupljanje manjih iznosa kapitala. Težište se pomerilo sa iznosa od 50,001 evra do 300,000 evra (sa 36,4% u 2023. godini na 26,9% u 2024. godini) na iznos do 50,001 evra (porast sa 9,8% na 40,3%). Takođe, još je manji broj onih koji planiraju da podignu rundu veću od milion evra, ove godine svega 7,6% startapa u poređenju sa 22,4% startapa u 2023. godini. Ovi podaci ne ukazuju samo na otežan pristup kapitalu već i na činjenicu da mnogi domaći startapi još uvek nisu spremni za podizanje investicija jer ne ispunjavaju kriterijume VC fondova sa razvijenijih tržišta. Čini se da u ekosistemu nedostaje razumevanje investicionih kriterijuma, jer bez značajnog rasta MRR-a i prisustva na stranim tržištima, startapi ne mogu očekivati finansiranje VC fondova.

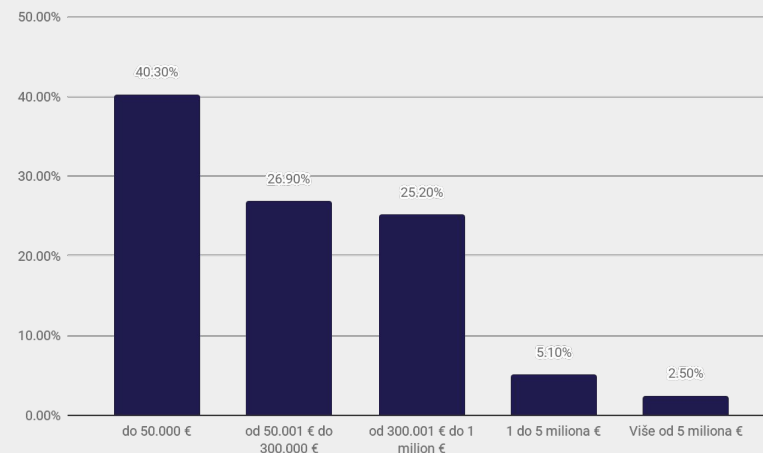
Da li startap planira da podigne investiciju ili da deo vlasništva u 2025. godini?

60.1% **DA**

39.9% **NE**

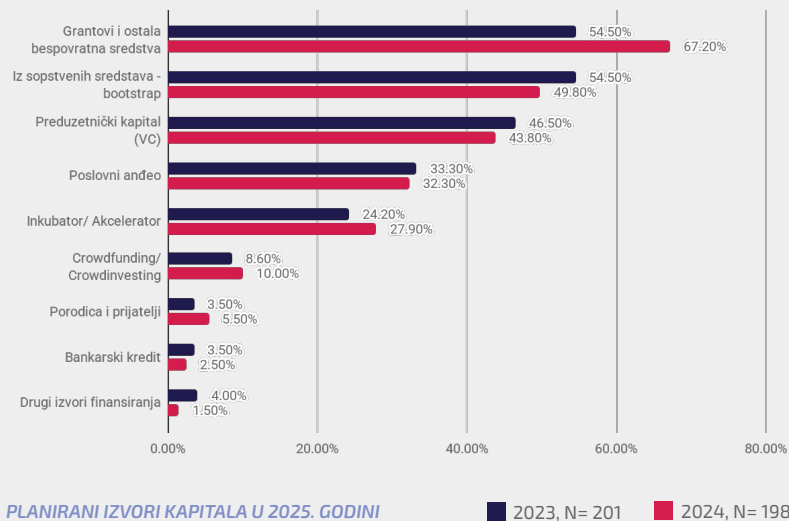
PLAN PODIZANJA INVESTICIJE U 2025. GODINI

N= 198



PLAN FINANSIRANJA U 2025. GODINI

N= 119



Detaljnija analiza planiranih izvora finansiranja pokazuje jasnu povezanost sa trenutnim rastom MRR-a. Među startapima bez mesečnih prihoda, čak 69% planira da se u 2025. godini osloni na grantove i druga bespovratna sredstva kao glavni izvor finansiranja. Startapi sa rastom MRR-a do 10% u najvećoj meri planiraju da dalji razvoj finansiraju iz sopstvenih sredstava, što je slučaj kod 70% startapa u ovoj kategoriji. Sa druge strane, kod startapa sa rastom MRR-a preko 10%, 67% startapa planira da se finansira uz pomoć VC fondova. U odnosu na prethodne godine, manje je startapa koji u ovoj godini uopšte ne planiraju da koriste druge izvore finansiranja pored grantova i *bootstrap*-a (15,7%, u poređenju sa 28,9% u 2023. godini).

POVEZANOST, PODRŠKA I LJUDSKI KAPITAL

LOKALNA POVEZANOST

Lokalna povezanost predstavlja pokazatelj nivoa povezanosti aktera u lokalnom startup ekosistemu. Uzimajući u obzir postojeće indikatore lokalne povezanosti, prema izveštaju **Startup Genome**, ovaj aspekt možemo posmatrati kao neformalne i formalne mreže i veze aktera lokalnog startup ekosistema. U nastojanju da utvrdimo kako izgleda lokalna povezanost želeli smo da ispitamo koliko koje kategorije u ekosistemu pružaju podrške tokom osnivanja i razvoja startapa.

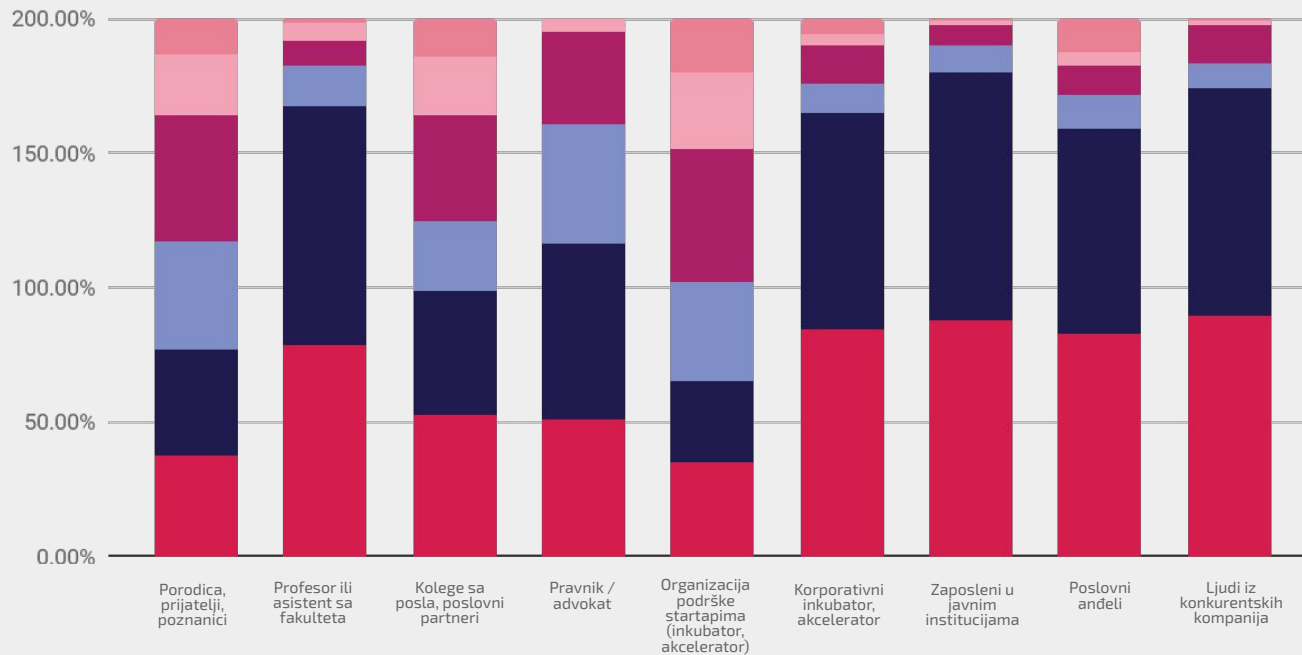
Prema analizi odgovora ispitanika, organizacije za podršku startupima igraju ključnu ulogu i u fazi osnivanja i u fazi razvoja odnosno rasta startapa. Prilikom osnivanja startapa, 28,2% je ključnu pomoć dobilo od organizacija podrške. Ovaj odnos se nastavlja i tokom razvoja startapa gde organizacije podrške takođe prednjače sa 20,2% startapa koji su od njih dobili ključnu podršku. Međutim, imajući u vidu da je 79,8% ispitanih startapa učestvovalo u nekom od programa podrške, zabrinjavajuće je što je porastao procenat startapa koji smatraju da nisu dobili nikakvu podršku od organizacija podrške, za 4,2% u odnosu na 2023. godinu.

Tokom razvoja startapa, značajno veći procenat, njih 49,5%, navodi da su im organizacije podrške pomogle, pri čemu se ovaj procenat odnosi na startape koji se nalaze u podmaklim fazama razvoja (*seed* / faza rasta / serija A ili B). Ključnu ulogu organizacije podrške su imale tokom faze razvoja kod 20,2% startapa, što je manje za 8% nego u fazi osnivanja, ali sveukupno ukazuje na to da njihova uloga ostaje veoma značajna. Tokom faze razvoja startapa, pored organizacija podrške koje prednjače sa ukupno 69,7%, značajnu pomoć pružile su kolege sa posla i poslovni partneri (53,5%), koji imaju nešto veću ulogu u odnosu na fazu osnivanja (47,4%).



LOKALNA POVEZANOST

POMOĆ FORMALNIH I NEFORMALNIH
MREŽA U PROCESU OSNIVANJA ILI
RAZVOJA STARTAPA



NISU POMOGLI -
Osnivanje

NISU POMOGLI -
Razvoj

POMOGLI SU -
Osnivanje

POMOGLI SU -
Razvoj

IMALI SU KLJUČNU
ULOGU -
Osnivanje

IMALI SU
KLJUČNU ULOGU -
Razvoj

N= 177; Ukupan broj startapa koji je odgovorio na pitanje o procesu osnivanja,

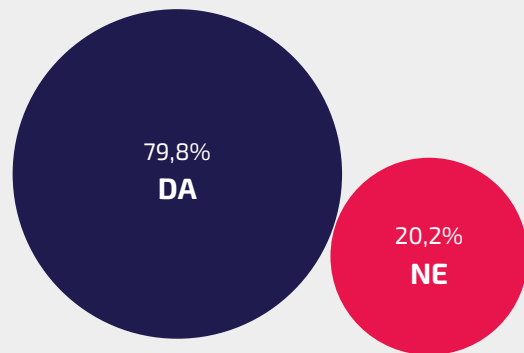
N= 99; Ukupan broj startapa koji je odgovorio na pitanje o procesu razvoja, a koji se nalaze u podmaklim fazama razvoja (*seed* / faza rasta / serija A ili B)

SISTEM PODRŠKE STARTAPIMA

ORGANIZACIJE PODRŠKE, INKUBATORI, AKCELERATORI

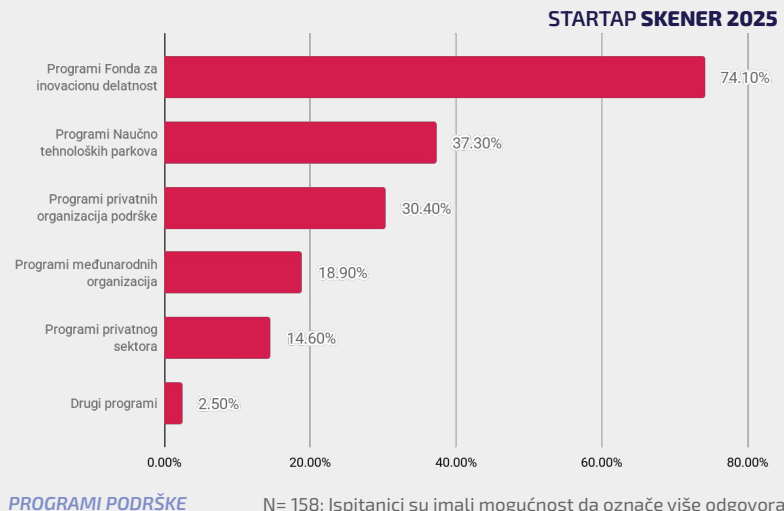
Organizacije podrške (inkubatori i akceleratori) imaju ključnu ulogu i prilikom osnivanja i tokom razvoja startapa, pružajući ne samo finansijsku, već i mentorsku podršku, kao i pristup mreži kontakata koji su ključni za rast i skaliranje. Zato je ohrabrujuće videti da velika većina domaćih startapa učestvuje u programima podrške (79,8%).

Da li je startap učestvovao u nekom od programa podrške?



UČEŠĆE U PROGRAMIMA INKUBATORA/AKCELERATORA

N= 198



Od ukupnog broja startapa koji su dobili neku vrstu podrške, najveći procenat, čak 74,1% startapa, naveo je Fond za inovacionu delatnost. Na drugom mestu su programi Naučno-tehnoloških parkova, u kojima je učestvovalo 37,3% startapa. Programi privatnih organizacija podrške, poput Inicijative „Digitalna Srbija“, Naled-a, ICT Hub-a, Impact Hub-a i drugih, zauzimaju treće mesto sa 30,4% zastupljenosti, dok je 18,9% startapa učestvovalo u nekom od programa međunarodnih organizacija (EBRD, SWISS Connect, Evropska Unija, IFC, British Council, itd). U programima podrške koje je realizovao privatni sektor, kompanije poput A1, OTP, Mozzart, Delta, itd, učestvovalo je 14,6% startapa.

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

Kroz istraživanje želeli smo da sagledamo i koja su očekivanja kada je reč o javnim politikama i pravnim propisima relevantnim za startape. Najčešća očekivanja odnose se na brže prilagođavanje propisa i zakona novim poslovnim modelima (48,5%), povećanje transparentnosti i opcija za finansiranje (44,9%), kao i zastupljenost većeg broja programa podrške (37,9%). Potrebu za olakšanim korišćenjem digitalnih platformi za isplate i uplate iz inostranstva ističe 34,8% startapa, pri čemu je posebno izražena među onima sa rastom MRR-a iznad 10% i onima koji imaju značajno prisustvo na tržištima Evrope i SAD-a.

OČEKIVANJA OD JAVNIH POLITIKA I PRAVNE REGULATIVE

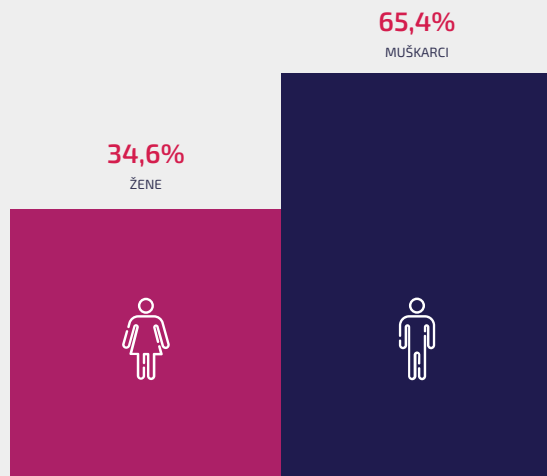
N= 198; Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

STARTAP SKENER 2025

Očekivanja od javnih politika i regulative	% od ukupnog broja startapa
Brže prilagođavanje propisa i zakona novim poslovnim modelima	48,5%
Povećanje transparentnosti i opcija za finansiranje	44,9%
Više programa podrške	37,9%
Olakšano korišćenje digitalnih platformi za isplate i uplate iz inostranstva	34,8%
Promovisanje preduzetničkog razmišljanja i veština u obrazovnom sistemu	31,8%
Unapređenje položaja preduzetništva u društvu	27,8%
Podrška za transfer tehnologije	13,6%
Više mogućnosti za uključivanje zaposlenih u vlasničku strukturu kompanije	13,1%
Druga očekivanja	4,5%

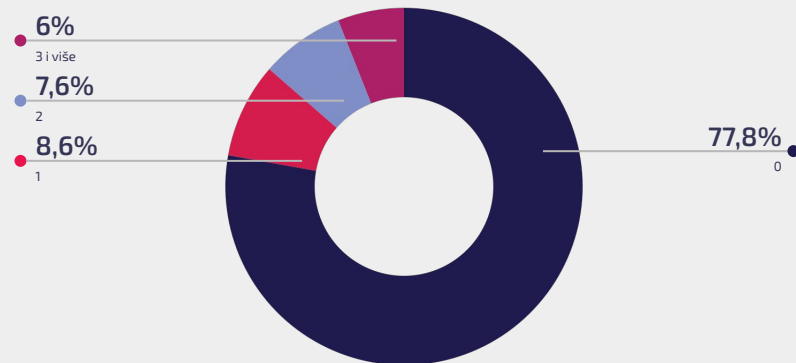
LJUDSKI KAPITAL

Procenat žena među zaposlenima je 34,6% a muškaraca 65,4%. Treba skrenuti pažnju na to da 26,3% startapa među zaposlenima nema nijednu ženu, dok samo 3% startapa nema zaposlene muškarce. Procenat startapa koji nemaju ni jednu zaposlenu osobu je 9,6%.



N= 198

POLNA STRUKTURA ZAPOSLENIH



BROJ ZAPOSLENIH STRANIH DRŽAVLJANA

N= 198

22,2% startapa ima strane državljane među svojim zaposlenima, što predstavlja porast u odnosu na 2023. godinu, kada je taj procenat iznosio 16,4%. Ovaj rast ukazuje na povećano interesovanje srpskih startapa za rast na međunarodnim tržištima, za koja su potrebna specifična znanja i iskustva. Prisustvo stranih profesionalaca u startup ekosistemu može imati značajnu ulogu u njegovom daljem razvoju, zbog kreiranja novih znanja i konekcija sa drugim ekosistemima. Ekspati takođe mogu povezati startape sa svojim kontaktima, što doprinosi boljoj međunarodnoj povezanosti i otvaranju novih poslovnih prilika za startape. Internacionalizacija poslovanja i razvoj startup ekosistema mogao bi dodatno da se poveća ukoliko bi se, između ostalog, poboljšali uslovi za zapošljavanje stranih državljana.

LJUDSKI KAPITAL

Kada govorimo o ekspertizi zaposlenih, ne čudi što 75,8% startapa ima zaposlene iz oblasti IKT-a. Mnogo više čudi podatak da čak 24,2% startapa još uvek nema zaposlene sa ovom ekspertizom.

Pored IKT-a, najveći broj startapa među zaposlenima ima stručnjake iz marketinga (41,9%) i prodaje (39,9%), što ukazuje na činjenicu da su startapi sve više svesni značaja prodaje i unapređenja marketinških strategija za ostvarivanje globalnog uspeha. Manja zastupljenost oblasti kao što su ljudski resursi (10,1%) i pravo (6,6%), ukazuje na tendenciju da se zapošljavanje kadrova u ovim segmentima odlaže za kasnije faze razvoja.



IKT
75,8%



PRIRODNE NAUKE
30,3%



DRUŠTVENE NAUKE
12,6%



MARKETING
41,9%



ADMINISTRACIJA I FINANSIJE
29,3%



LJUDSKI RESURSI
10,1%



DRUGO
13,6%



PRODAJA
39,9%



DIZAJN
28,8%



PRAVO
6,6%

OBLASTI EKSPERTIZE ZAPOSLENIH

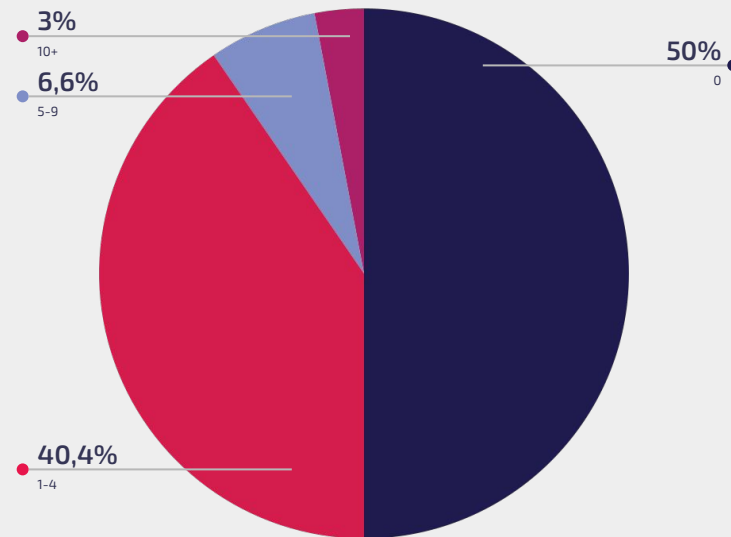
N= 198; Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

ZAPOSŁJAVANJE

U Srbiji je tokom 2024. godine, prema podacima sa [HelloWorld.rs](#), nastavljen trend smanjenja zapošljavanja u IT sektoru — za četvrtinu manje novozaposlenih u odnosu na prethodnu godinu³. Ovaj pad se nadovezuje na smanjenje broja oglasa u IT sektoru tokom 2023. godine, kada je u prvih šest meseci zabeležen pad od 49% u odnosu na isti period 2022. godine⁴.

Od ukupno 198 anketiranih startapa, polovina (50%) tokom 2024. godine nije zaposlila ni jednog novog člana tima. Oni startapi koji su zapošljavali u 2024. su zaposlili ukupno 385 ljudi, odnosno prosečno 3,89 novozaposlenih po startapu.

Ako pogledamo podatke, i na 50% startapa koji nisu zaposlili nijednog novog člana tima dodamo 40,4% koji su zaposlili između jedne i četiri osobe, videćemo da čak 90,4% startapa u ekosistemu nije bilo u mogućnosti da značajnije poveća svoj tim u 2024. godini. Analiza podataka o rastu MRR-a i zapošljavanju ukazuje na to da startapi sa većim mesečnim prihodom više zapošljavaju. Više od 3 osobe zaposlilo je 28,6% startapa sa rastom MRR-a preko 10%, dok je kod onih sa nižim rastom taj procenat manji za 15%. Nasuprot tome, 96,6% startapa bez mesečnih prihoda nije značajno povećalo tim u 2024. godini.



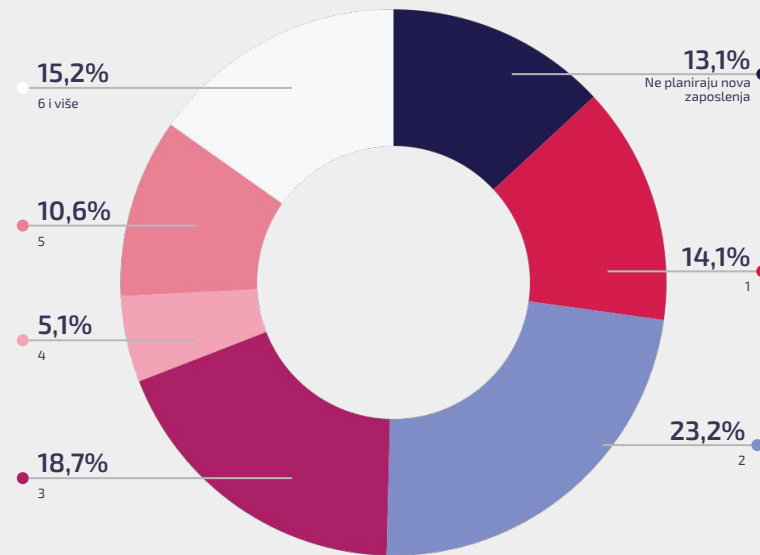
NOVOZAPOSLENI U 2024. GODINI

³helloworld.rs - [Ponuda oglasa za IT poslove i dalje u padu](#)

⁴helloworld.rs - [IT tržište Srbije: Nastupa faza stabilizacije broja oglasa](#)

Kada podatke o zapošljavanju u 2024. godini uporedimo sa planovima startapa za zapošljavanje iz prošlogodišnjeg Startap skenera, vidimo da su startapi planirali zapošljavanje 794 nova člana tokom 2024. godine. Kada uporedimo procenjenu veličinu ekosistema u trenutku Startap skenera 2024 i ovogodišnje podatke, možemo zaključiti da su startapi u Srbiji tokom 2024. godine planirali da zaposle skoro 2.500 novih članova, a da su realno zaposlili oko 1.100 ljudi. Vrlo je slična situacija bila i sa Startap sekenrom 2023 kada su rezultati pokazali da su startapi planirali da u 2023. godini zaposle preko 3.000 ljudi, ali da su ukupno zaposlili manje od 1.500. Drugim rečima, već drugu godinu zaredom startapi su imali optimistične projekcije za zapošljavanje.

Većina startapa (86,9%) planira da proširi tim u 2025. godini za ukupno 806 novih članova timova, odnosno prosečno 4,1 novih članova tima po startapu. Poređenjem podataka iz 2023. i 2024. godine, primećujemo da su planovi za zapošljavanje slični kao i prošle godine kada su startapi planirali da prošire svoje timove za prosečno 3,95 novih članova.



BROJ PLANIRANIH NOVOZAPOSLENIH U 2025. GODINI

Od startapa koji su otvorili nova radna mesta u 2024. godini, skoro trećina (29,3%) je pojačala tim novim članovima sa IT ekspertizom. Kada posmatramo druge ekspertize koje su startapima potrebne, treba posebno istaći prodaju i marketing. Pozicije u oblasti marketinga i prodaje su dominirale među pozicijama koje su startapi planirali da popune u 2024. godini — 56,2% startapa planiralo je zapošljavanje u sektoru prodaje, a 44,3% u sektoru marketinga. Međutim, samo je 13,6% startapa zaposilo nove članove u oblasti prodaje, odnosno 13,1% u oblasti marketinga, što je drastično manje ne samo od planova koje su imali za 2024. godinu, već i u odnosu na zapošljavanje u ovim oblastima u 2023. i 2022. godini. Startapi bez mesečnih prihoda rede planiraju zapošljavanje u prodaji (36,7%), što ukazuje na nedovoljno razumevanje važnosti prodajnog tima za rast i širenje na nova tržišta. Oni sa većim MRR-om češće investiraju u prodajni sektor, čak 59,6% startapa sa rastom MRR-a do 10% i 50% onih sa rastom MRR-a preko 10% planira zapošljavanje u ovom sektoru.

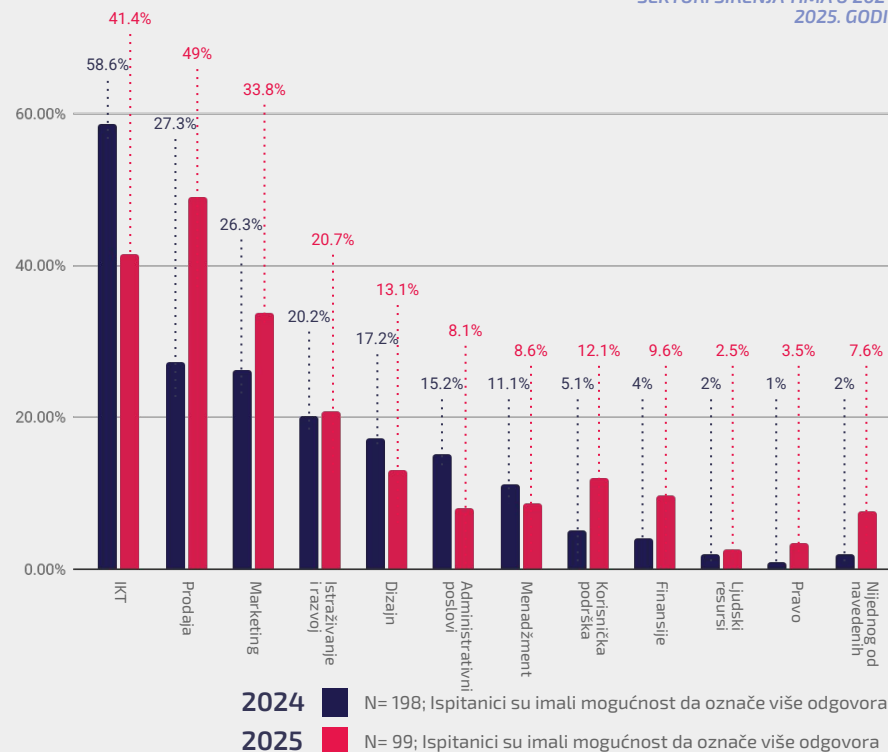
GODINA	2021	2022	2023	2024	2025
	N=151	N=167	N=201	N=198	
IMA ZAPOSLENE SA EKSPERTIZOM U MARKETINGU	45.7%	44,3%	43,8%	41,9%	
IMA ZAPOSLENE SA EKSPERTIZOM U PRODAJI	38,4%	43,7%	37,3%	39,9%	
PLANIRANO ZAPOSŁJAVANJE U MARKETINGU		50,3%	49,1%	44,3%	33,8%
PLANIRANO ZAPOSŁJAVANJE U PRODAJI		11,3%	51,5%	56,2%	49%
PROŠIRILI TIM U OBLASTI MARKETINGA		19,7%	16,4%	13,1%	
PROŠIRILI TIM U OBLASTI PRODAJE		17,9%	17,4%	13,6%	
SMATRA DA JE NAJTEŽE POPUNITI POZICIJE U MARKETINGU	17,2%	16,2%	17,9%	18,2%	
SMATRA DA JE NAJTEŽE POPUNITI POZICIJE U PRODAJI	30,5%	44,3%	44,3%	48,5%	

PREGLED POTREBA I ZAPOSŁJAVANJA U OBLASTI PRODAJE I MARKETINGA



SEKTORI ŠIRENJA TIMA U 2024. I 2025. GODINI

Planovi zapošljavanja koje startapi imaju za 2025. godinu pokazuju da su, kao i prethodnih godina, sektori prodaje, IKT-a i marketinga i dalje najtraženiji. Sa znatno manjim procentima slede istraživanje i razvoj, dizajn i korisnička podrška.



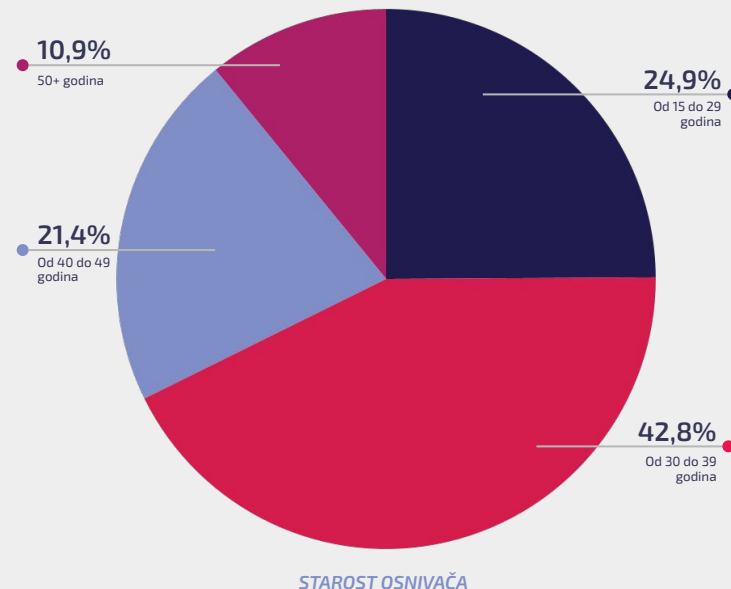
PROFIL OSNIVAČA

Startap skener 2025 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

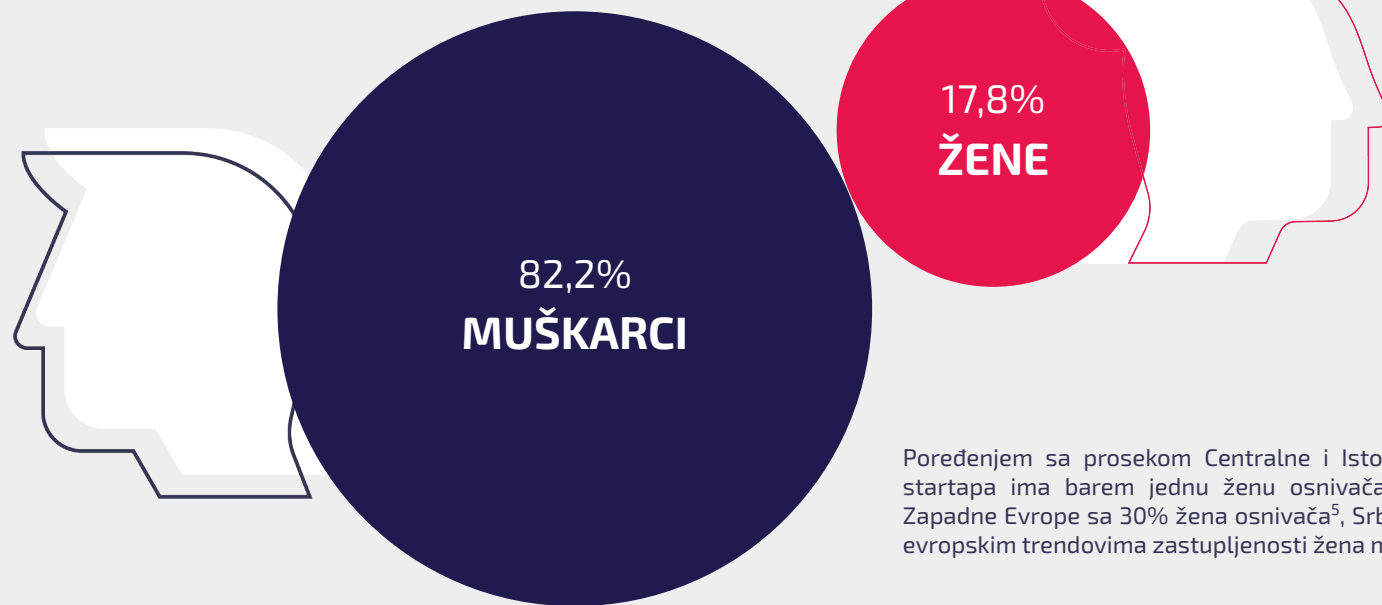
Istraživanje pokazuje da je najbrojnija starosna grupa osnivača startapa u Srbiji ona od 30 do 39 godina, koju čini 42,8% ispitanika. Osnivači u starosnoj kategoriji od 40 do 49 godina čine 21,4% ukupnog broja, dok su mladi između 15 i 29 godina osnivači u 24,9% startapa, i ono predstavlja smanjenje od 3,3% u odnosu na 2023. godinu. Sa druge strane, čak 10,9% osnivača je starije od 50 godina, što je porast u odnosu na 2023. godinu kada je taj procenat iznosio 5,3%.

**PROSEČNA STAROST OSNIVAČA
STARTAPA U SRBIJI JE 36,47 GODINA**



N= 173

Muškarci čine 82,2% osnivača startapa u Srbiji, dok žene čine 17,8% osnivača, čime se potvrđuje isti disbalans koji je zabeležen i u prošlogodišnjem izveštaju.



Poređenjem sa prosekom Centralne i Istočne Evrope, gde 25% startapa ima barem jednu ženu osnivača, i top ekosistemima Zapadne Evrope sa 30% žena osnivača⁵, Srbija osetno zaostaje za evropskim trendovima zastupljenosti žena među osnivačima.

POL OSNIVAČA

N= 545; Ukupan broj osnivača, na uzorku od 198 startapa

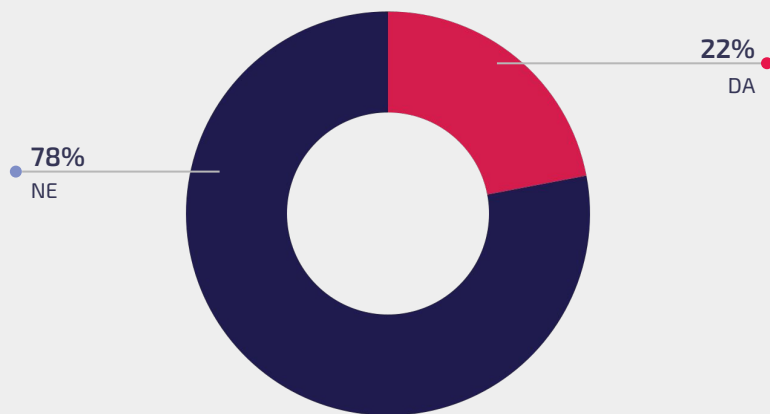
⁵

<https://emerging-europe.com/analysis/empowering-founders-in-europes-start-up-ecosystem/>

POVRATNICI IZ INOSTRANSTVA

Među učesnicima istraživanja, 22% čine povratnici iz inostranstva, što predstavlja povećanje u odnosu na 17% u 2023. godini. Oni donose sa sobom iskustvo i veštine stečene u inostranim ekosistemima, čime podstiču i unapređuju domaći startup 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.

Da li ste povratnik iz inostranstva?



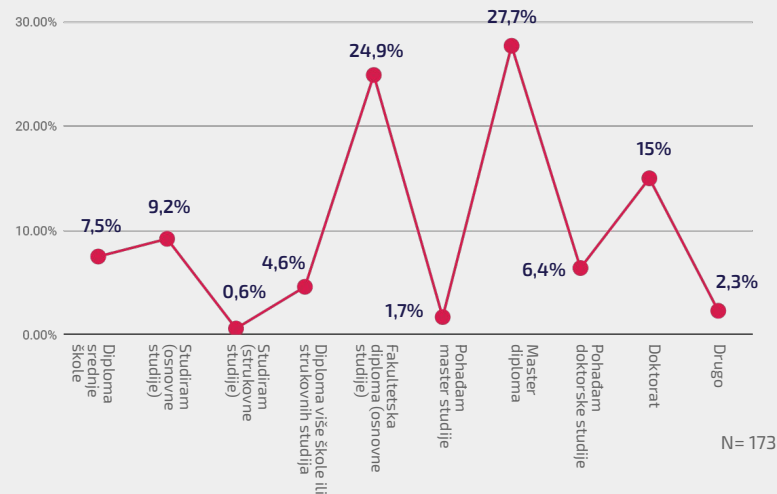
N= 173

OSNIVAČI POVRATNICI IZ INOSTRANSTVA

OBRAZOVNA STRUKTURA

Analiza obrazovne strukture osnivača startapa u Srbiji pokazuje da 80,3% osnivača ima diplomu visokog obrazovanja. Master diplomu poseduje 27,7% osnivača, diplomu osnovnih studija ima 24,9% osnivača, dok je doktorat steklo 15% osnivača što je porast u odnosu na 2023. godinu (8%). Manji procenat, od 7,5% osnivača, ima diplomu srednje škole, a 9,2% trenutno studira na osnovnim studijama i 6,4% na doktorskim studijama.

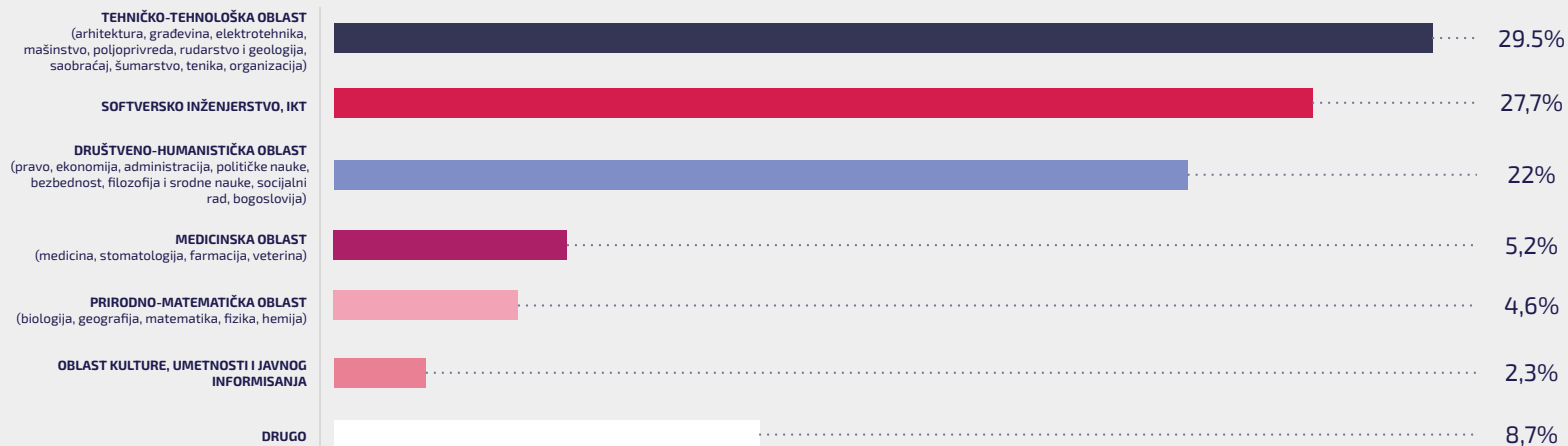
OBRAZOVANJE OSNIVAČA



N= 173

Rezultati istraživanja pokazuju da je najveći udeo osnivača startapa stekao diplomu iz tehničko-tehnoloških oblasti (29,5%). Slede osnivači sa diplomama iz oblasti softverskog inženjerstva (27,7%), dok su oblasti društveno-humanističkih nauka zastupljene kod 22% osnivača.

Treba uzeti u obzir da su ispitanici imali mogućnost da odaberu više odgovora. Oblasti medicinskih nauka zastupljene su kod 5,2% osnivača, što predstavlja blagi porast u odnosu na prethodnu godinu (1,6%) i odražava tendenciju rasta Biotech / MedTech sektora u domaćem startap ekosistemu.

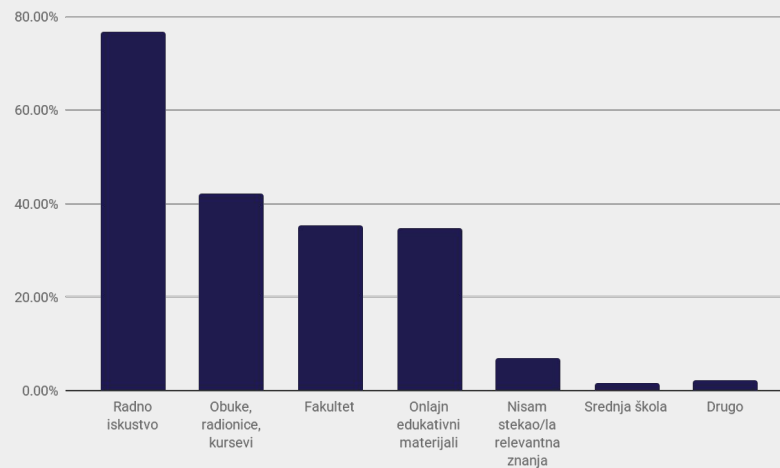


STRUČNE OBLASTI NETEHNIČKIH OSNIVAČA

N= 124; Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

PRETHODNO ISKUSTVO

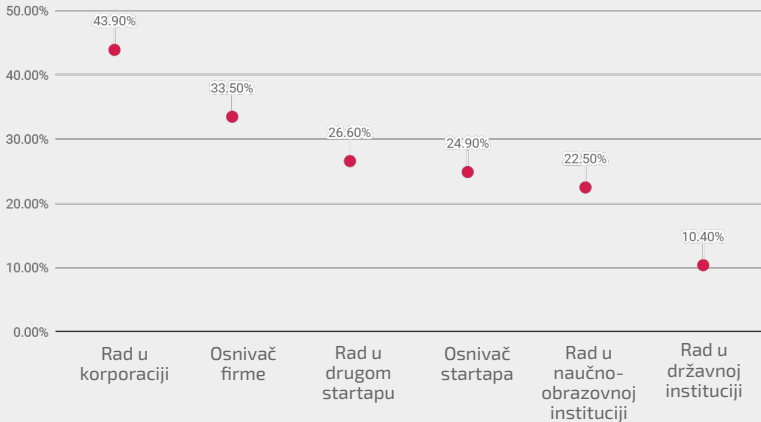
Najveći deo osnivača startapa (76,9%) ističe da su ključna znanja za osnivanje i vođenje startapa stekli kroz prethodno radno iskustvo. Obuke, radionice i kursevi su drugi najčešći izvor znanja (42,2%), dok su onlajn edukativni materijali na četvrtom mestu (34,7%), neposredno iza formalnog akademskog obrazovanja (35,3%). Ovi podaci potvrđuju da su u svetu startapa praktične veštine i iskustvo ključni u razvijanju preduzetničkih poduhvata. Samo 6,9% ispitanika, smatra da nigde nisu stekli relevantna znanja za vođenje startapa.



NAČIN STICANJA RELEVANTNIH ZNANJA

N= 173; Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

Rezultati pokazuju da značajan deo osnivača startapa u Srbiji ima prethodno radno iskustvo u korporacijama (43,9%), dok je trećina (33,5%) osnivača već imala iskustvo u vođenju sopstvene kompanije. Mnogi osnivači dolaze iz preduzetničkog okruženja, pri čemu 26,6% ima iskustvo rada u drugom startapu, a 24,9% osnivača već ima iskustva u osnivanju startapa. Ovaj rezultat se podudara sa evropskim trendovima, gde prema **Atomico** izveštaju za 2024. godinu, 26% osnivača čine serijski preduzetnici. Nešto više od petine (22,5%) osnivača startapa je steklo prethodno iskustvo u naučno-obrazovnim institucijama, dok 10,4% ispitanika ima radno iskustvo u državnim institucijama.



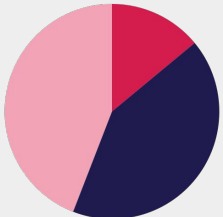
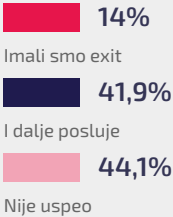
PRETHODNO ISKUSTVO

N= 173; Ispitanici su imali mogućnost da označe više odgovora

Među ispitanicima koji imaju prethodno iskustvo osnivanja startapa (43 ispitanika), polovina preduzetničkih poduhvata (44,1%) nije uspeła, dok je 41,9% i dalje aktivno i posluje. Manji udeo startapa je doživeo *exit*, odnosno prodaju ili spajanje sa drugom kompanijom, što je iskustvo koje ima 6 ispitanika.

ŠTA SE DESILO S
VAŠIM
PRETHODNIM
STARTAPOM

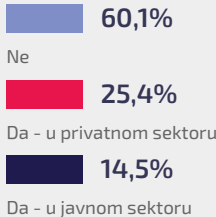
N= 43



Većina osnivača (60,1%) je u potpunosti posvećena svojim startapima kao primarnom angažmanu, dok 25,4% u paraleli ima angažman u privatnom sektoru, a 14,5% u javnom sektoru.

DRUGI ANGAŽMAN
PORED VOĐENJA
STARTAPA

N= 173



ZAHVALNICA

Zahvaljujemo se svim organizacijama koje su podržale projekat, i posebno, motivisale startape da učestvuju u anketi.



STARTAP SKENER 2025

www.dsi.rs

