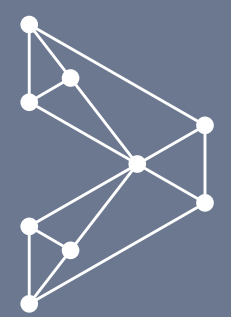
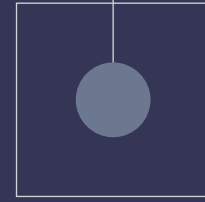
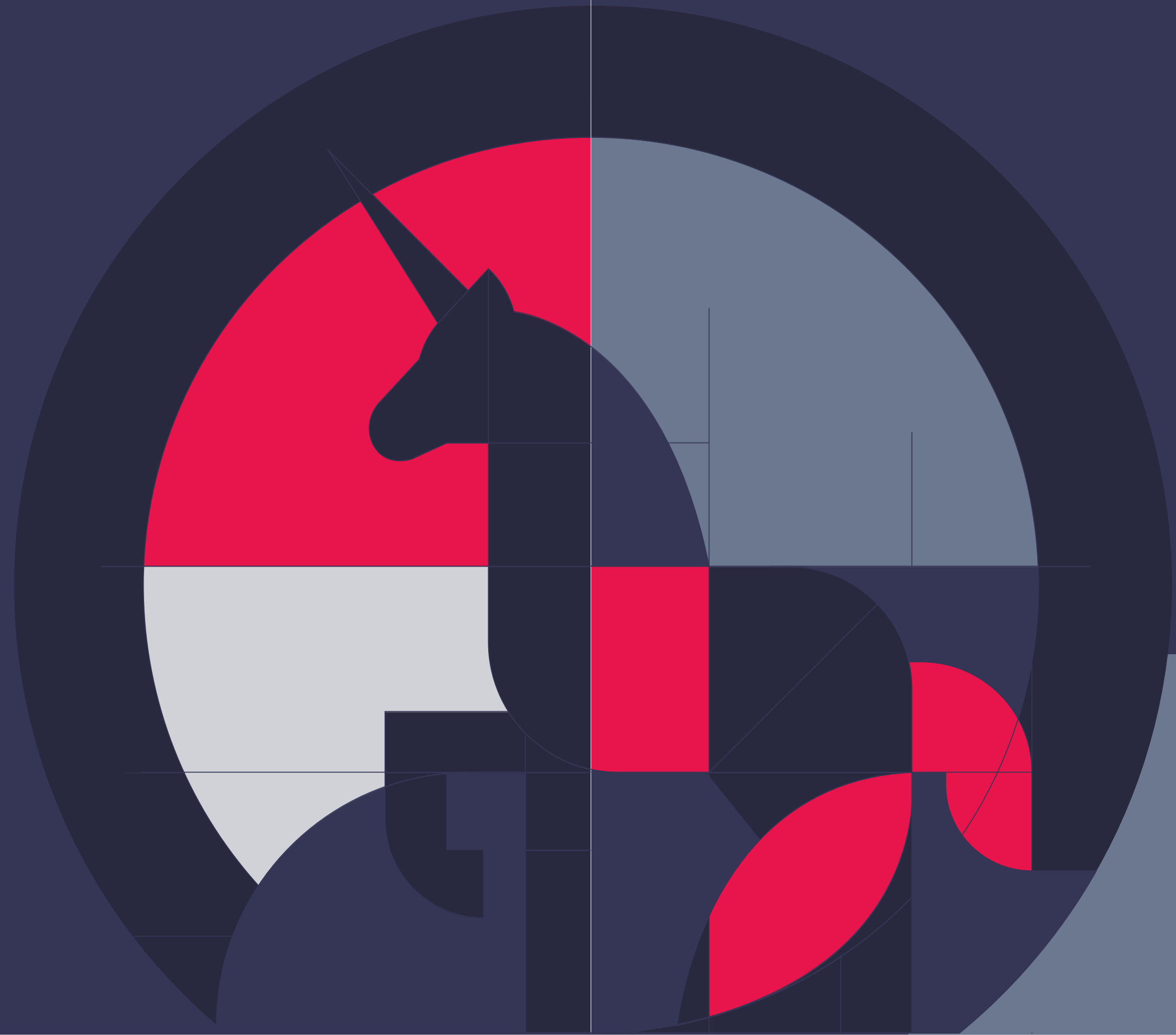


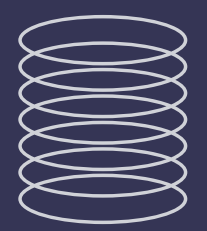


# STARTAP SKENER

2026



Inicijativa  
Digitalna  
Srbija





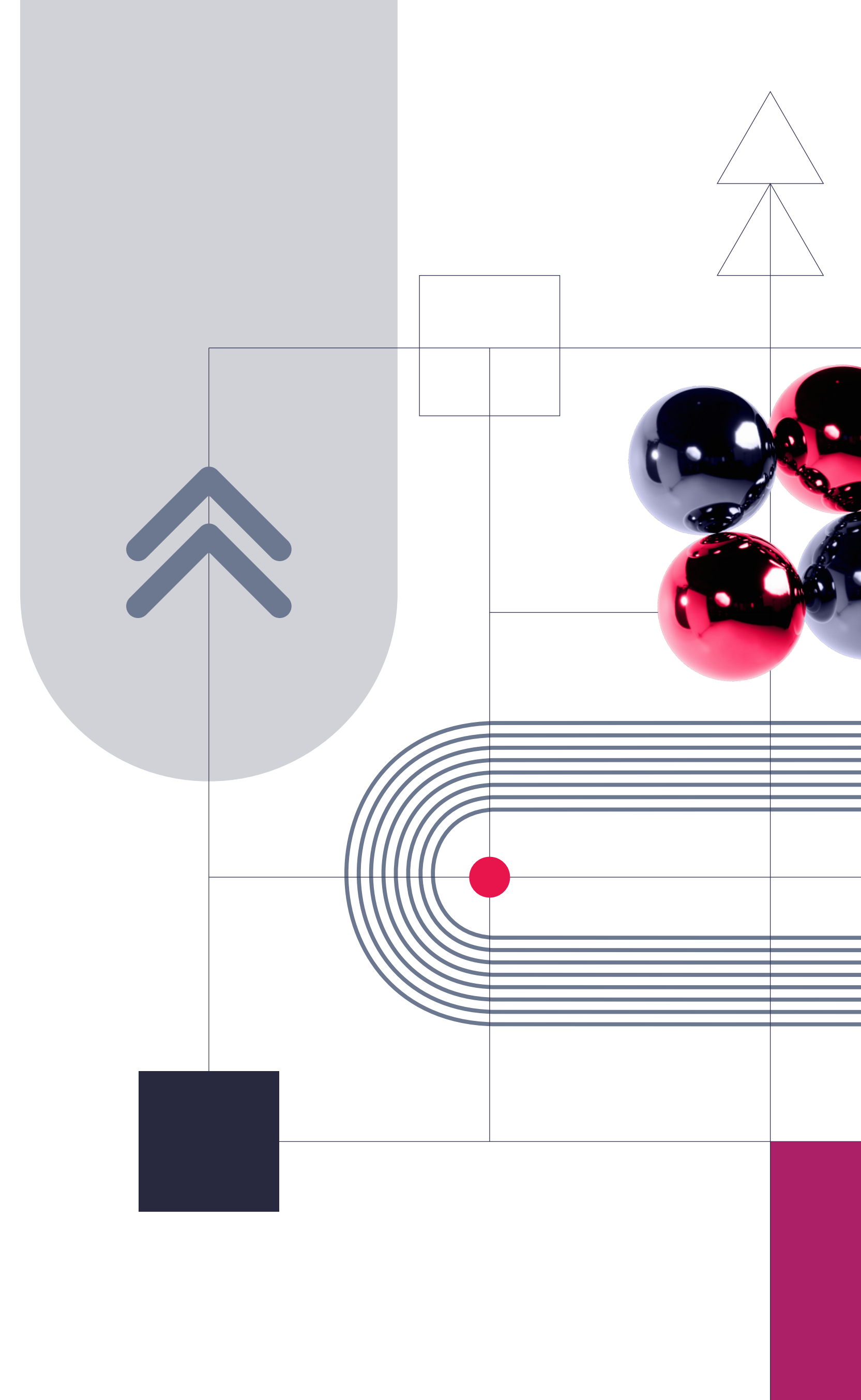
## U PISANJU OVOG IZVEŠTAJA UČESTVOVALE SU:

Tanja Kuzman

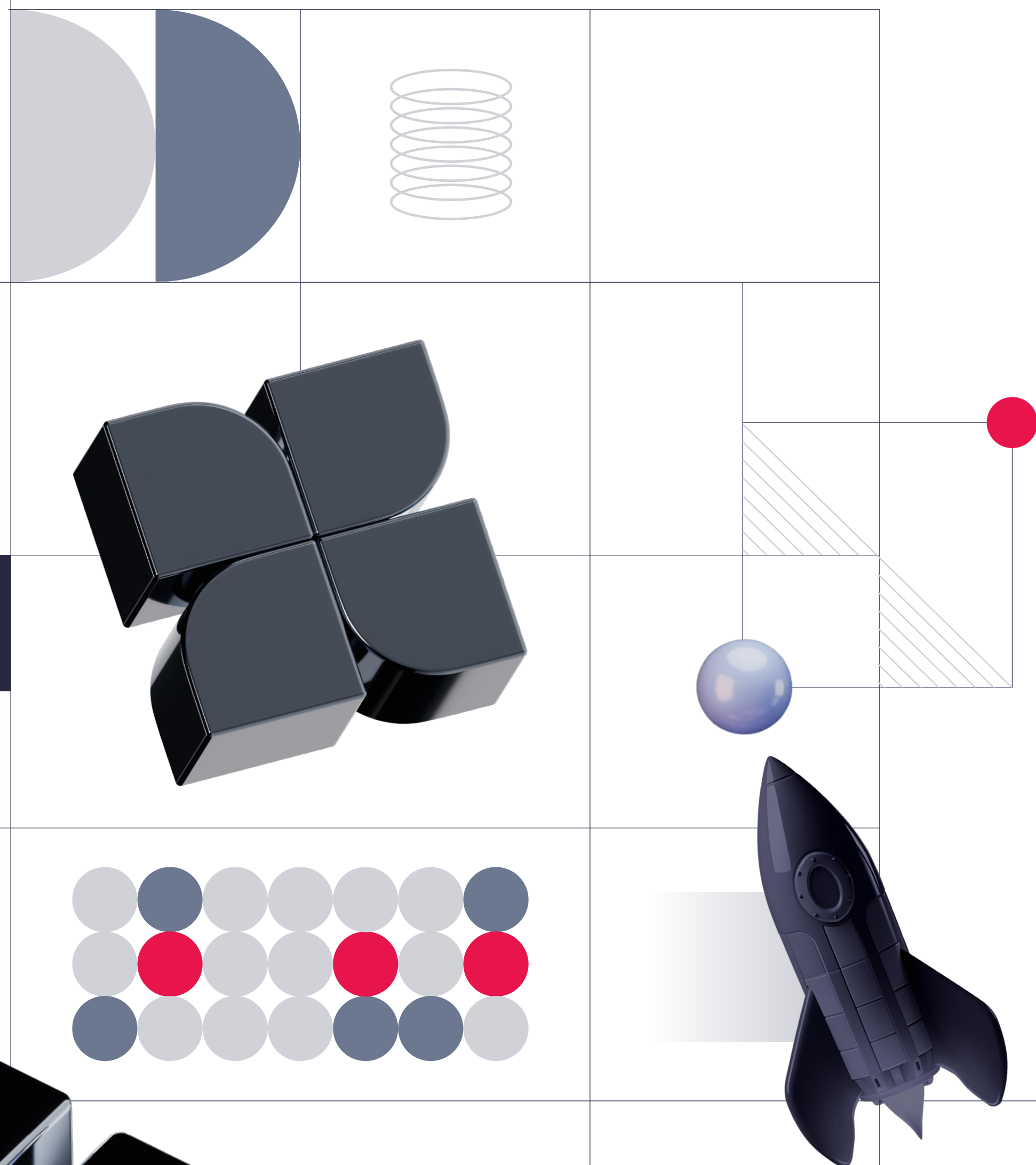
Danijela Grubnić

Nevena Milošević

© 2026 Inicijativa "Digitalna Srbija". Ovaj dokument je zaštićen autorskim pravima i može se deliti uz navođenje izvora i isključivo u nekomercijalne svrhe.



# Sadržaj



/01

**OSVRT NA REZULTATE** ..... 04

/02

**KLJUČNI NALAZI** ..... 05

Održivost i skalabilnost ekosistema ..... 05

Profil startapa ..... 07

Finansiranje i podrška startapima ..... 08

/03

**METODOLOGIJA** ..... 09

Kako je sprovedeno istraživanje ..... 10

Uzorak istraživanja ..... 11

/04

**STARTAP EKOSISTEM U SRBIJI** ..... 12

Profil startapa ..... 13

Poslovne strategije ..... 22

Finansiranje ..... 33

Povezanost, podrška i ljudski kapital ..... 39

Sistem podrške startapima ..... 40

Ljudski kapital ..... 43

Profil osnivača ..... 46



**Tanja Kuzman**

Direktorka, Inicijativa Digitalna Srbija

## Osvrt na rezultate

Nakon šest godina, Startup skener se etablirao kao primarna referentna tačka za startup ekosistem Srbije, prateći ne samo njegovo trenutno stanje, već i pravac i tempo njegovog razvoja tokom vremena. Nalazi ove godine ne ukazuju jednoznačno u jednom smeru. Oni ukazuju u dva smera istovremeno.

Skup strukturnih uslova ostaje uglavnom nepromenjen, dok su se u nekim slučajevima i pogoršali. Većina ekosistema nastavlja da radi ispod značajnih pragova mesečnih prihoda, a procenat startapa starijih od tri godine koji ostaju ispod milion evra godišnjeg prihoda naglo se povećao. Veliki broj osnivača nastavlja da tretira svoje startape kao sekundarnu profesionalnu obavezu. Ishodi zapošljavanja bili su lošiji od navedenih planova u svakoj od poslednje tri uzastopne godine.

Istovremeno, nekoliko indikatora odražava merljiv pomak u strateškoj orijentaciji. Više startapa planira da prikupi eksternu investiciju nego u bilo kom prethodnom izdanju. Startapi ciljaju na veće runde finansiranja. Ekosistem je zabeležio primetan pomak sa samostalnih softverskih komponenti ka

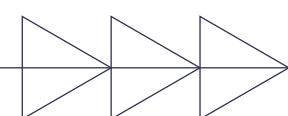
kompletnim platformama i proizvodima koji su izvorno zasnovani na veštačkoj inteligenciji (AI-native). Osnivači su obrazovaniji, sa više komercijalnog iskustva i više međunarodno orijentisani nego u bilo kom trenutku u prošlosti. Posmatrani sami za sebe, ovi indikatori bi mogli da ukazuju na pozitivnu budućnost lokalnog ekosistema.

Međutim, postoji dosledan i merljiv jaz između navedenih namera i operativnih indikatora koji bi trebalo da ih podrže. To je jasno vidljivo u projekcijama rasta prihoda - 53% startapa očekuje da će njihov MRR rasti za više od 10% u 2026. godini, dok samo 9,5% trenutno postiže tu stopu. Ciljevi prikupljanja sredstava nisu usklađeni sa tržišnom trakcijom prihoda.

Slično kao i prošle godine, rezultati ukazuju na potrebu dodatnog usklađivanja među organizacijama koje pružaju podršku startapima. Potrebno je na isti način definisati kroz koje faze razvoja startapi prolaze, koja vrsta podrške im je potrebna u kojoj od tih faza, kao i kreirati finansijske instrumente podrške koji su isključivo tržišno orijentisani.

Mala, ali stvarna kohorta visokoperformansnih startapa pokazuje kako izgleda zamah rasta. Zadatak koji je pred svima nama - startapima, organizacijama za podršku i donosiocima politika - jeste da zatvorimo jaz između aspiracija i realizacije, i da izgradimo uslove pod kojima više startapa može pratiti put kojim već idu oni najuspešniji.

Ovaj rad ne bi bio moguć bez angažovanja naših partnera i učešća startapa, na čijem doprinosu smo zahvalni. Cilj za sve nas ostaje isti: da dokaze pretočimo u delo i da izgradimo ekosistem u kojem su uslovi za rast startapa sistematski bolji nego što su danas.

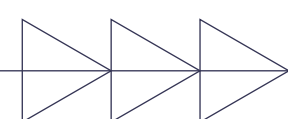
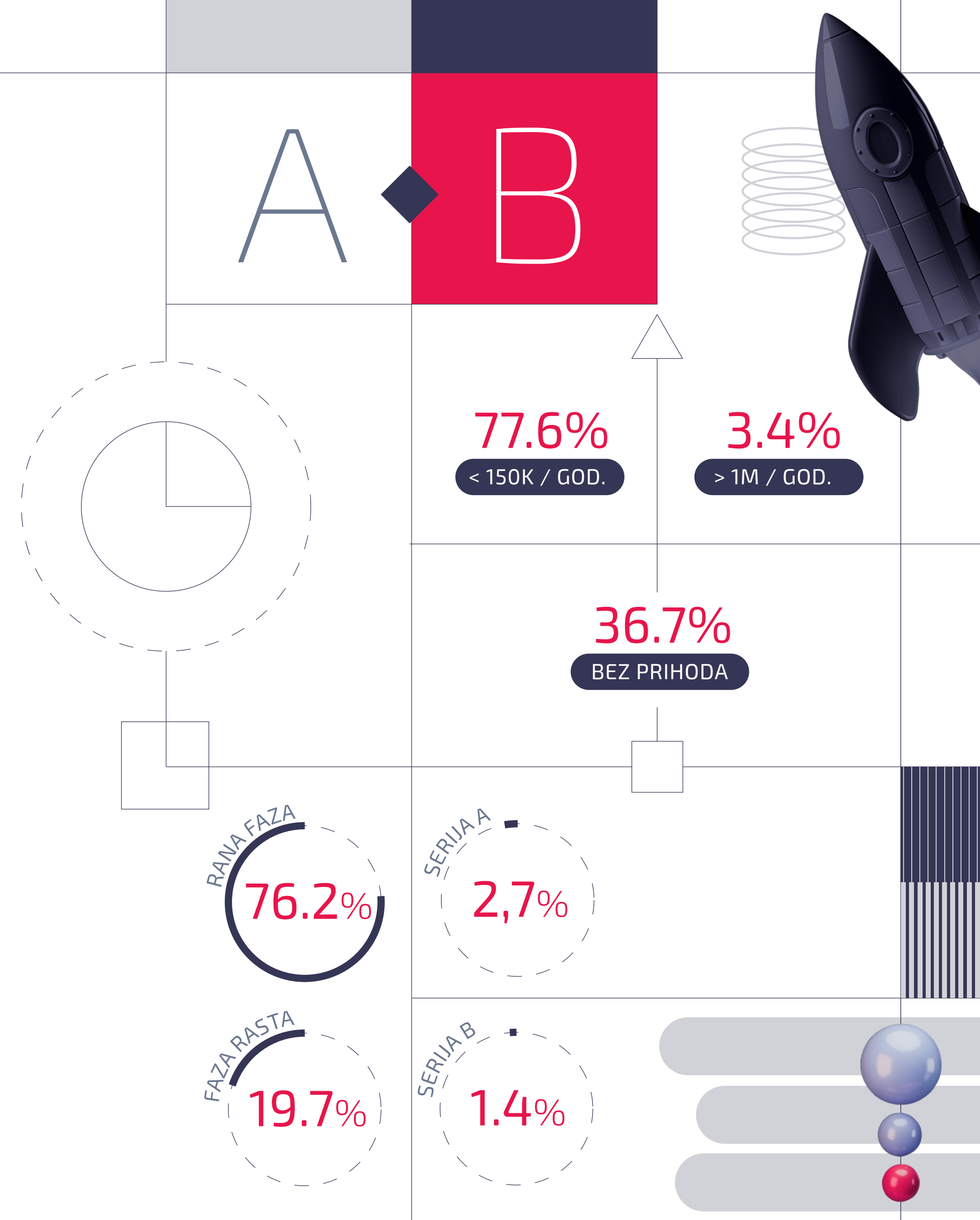


# Ključni nalazi

## Održivost i skalabilnost ekosistema

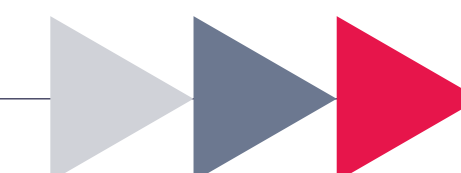
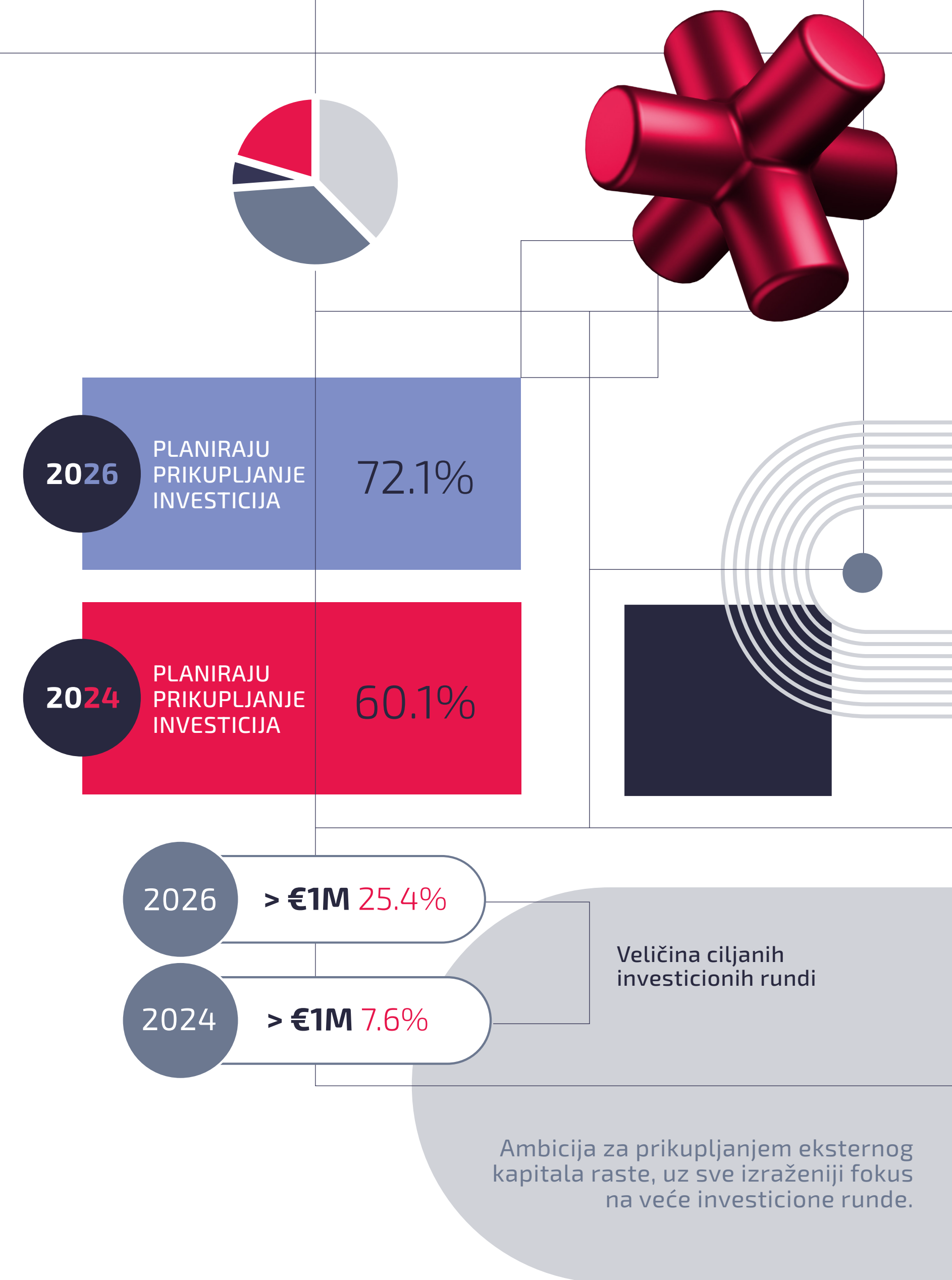
Srpski startup ekosistem nastavlja da raste u širinu, ali se suočava sa izazovima vezanim za produbljivanje. U fazi ideacije, pre-seed fazi, MVP ili seed fazi nalazi se 76,2% ispitanika, što je proporcija koja je uglavnom ostala stabilna tokom prethodna tri izdanja ovog izveštaja. Udeo startapa u fazi rasta iznosi 19,7%, pri čemu Serija A čini 2,7%, a Serija B 1,4%. Proces napredovanja startapa iznad rane faze ostaje mali, a stopa po kojoj startapi uspešno prolaze tranziciju od validacije proizvoda do komercijalne trakcije nije se značajno poboljšala.

Slika o prihodima to dodatno potvrđuje. Čak 36,7% startapa navodi da uopšte nema prihode. Među onima koji ostvaruju prihode, 77,6% generiše manje od 150.000 evra godišnje, dok je samo 3,4% prešlo prag od milion evra godišnjeg prihoda. Među startapima koji posluju duže od tri godine, značajan deo još uvek nije ostvario dosledan mesečni prihod, što je indikator koji bi po globalnim standardima VC fondova podigao ozbiljna pitanja o postizanju product-market fit-a i održivosti poslovnog modela. Ovi rezultati, značajno utiču na veličinu sredstava koja startapi mogu očekivati i posledično prikupiti. Sa druge strane, ambicija za prikupljanjem ozbiljnog kapitala je stvarna i raste, a temeljna podrška u tome predstavlja cilj za sve aktere u ekosistemu.



Kohorta startapa sa rastom MRR-a iznad 10% ostaje mala i predstavlja 9,5% uzorka. Kod njih je veća verovatnoća da su zaposlili nove radnike, obezbedili eksterne investicije i da aktivno ciljaju međunarodna tržišta. Ova grupa predstavlja jezgro ekosistema koje je skalabilno, a odluke koje donose organizacije podrške i investitori o tome kako identifikuju i podržavaju kompanije na toj putanji oblikovaće izgled ekosistema za tri godine. Ono što je važno jeste da se brzorastući startapi namenski fokusiraju na prikupljanje većih rundi kako bi nastavili sa skaliranjem.

Obrazac oslanjanja na grantove nastavlja da raste i produbljuje se. Grantove je koristilo 59,2% startapa, dok 77,4% startapa bez MRR-a planira da se ponovo osloni na njih u 2026. godini. Dodatno, 61,9% celokupnog uzorka oslanjalo se isključivo na sopstvena sredstva (bootstrap) i/ili grantove, bez uključivanja pametnog novca. Istovremeno, 72,1% startapa planira da potraži eksterne investicije u 2026. godini, što je porast u odnosu na 2024. kada je 39,9% reklo da neće tražiti eksterni kapital. Istovremeno, 72,1% startapa planira da traži spoljne investicije u 2026. godini — što je porast u odnosu na 60,1% u 2024. godini, dok 25,4% cilja na runde iznad milion evra, u poređenju sa svega 7,6% u 2024. godini.



## Profil startapa

Tipičan domaći startap koji je učestvovao u ovogodišnjem istraživanju ima tim od dvoje do troje ljudi (83% ima više od jednog osnivača, uz prosek od 2,62), registrovan je u roku od godinu dana od početne ideje (85%) i posluje u oblasti BioTech/MedTech (15%), obrazovanja (10,2%) ili u nekom od drugih sektora sa značajnijom zastupljenošću. Čak 51% svih ispitanih startapa okupilo je svoje osnivačke timove u periodu između 2022. i 2024. godine, što odražava kontinuirani razvoj ekosistema u nepromenjenom obimu.

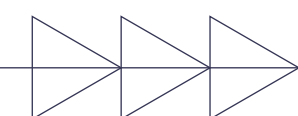
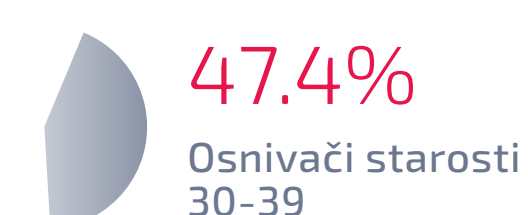
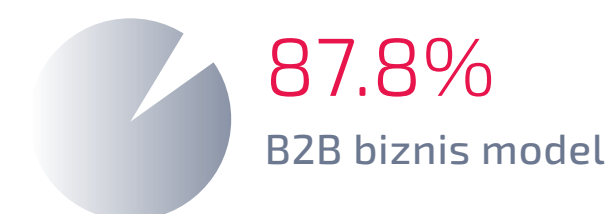
B2B nastavlja da bude dominantan poslovni model sa 87,8%, blagi porast u odnosu na 81,8% u 2024. godini. 76,2% ukupno ispitanih startapa razvija intelektualnu svojinu.

Osnivački timovi koje čine isključivo muškarci predstavljaju 59,2% uzorka, a isključivo muški menadžment timovi čine 57,8%. Udeo netehničkih osnivača (non-tech) porastao je na 68%, u odnosu na 62,6% u 2024. godini. Menadžment i ekonomija (23,8%), marketing (22,4%) i prodaja (17,7%) predstavljaju najčešća netehnička iskustva uz tehničke suosnivače.

Veštačka inteligencija i mašinsko učenje su sada ugrađeni u sistem tehnologija kod 51% startapa, što je porast u odnosu na 41% pre godinu dana. Ovaj skok od 10 procenata u jednom anketnom ciklusu verovatno odražava rastuću integraciju u proizvode i širu dostupnost alata za razvoj veštačke inteligencije.

Osnivač koji stoji iza ovih startapa sve češće je u srednjim godinama karijere: 47,4% osnivača sa podacima iz ličnog profila ima između 30 i 39 godina, a prosečna starost je porasla na 38 godina, u odnosu na 36 u 2024. godini. Udeo osnivača mlađih od 30 godina pao je sa 24,9% na 14,8%. Neki stepen visokog obrazovanja ima 88,9% osnivača, a 16,3% je završilo doktorat - što je visok udeo po regionalnim standardima i u skladu je sa orijentacijom ekosistema ka sektorima koji se intenzivno oslanjaju na istraživanja.

Najznačajniji uvidi kada su osnivači u pitanju nisu demografski, već bihevioralni. Samo 44,4% osnivača radi na svom startapu kao jedinom zanimanju, što je pad u odnosu na 60,1% u 2024. godini. Istovremeno, 43,7% ima poziciju u privatnom sektoru. Većina srpskih osnivača startapa su zapravo preduzetnici sa skraćenim radnim vremenom, što je činjenica koja ima direktne implikacije na tempo razvoja, spremnost za investicije i ukupne rezultate ekosistema.



## Finansiranje i podrška startapima

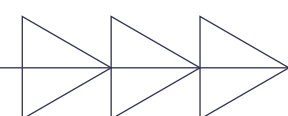
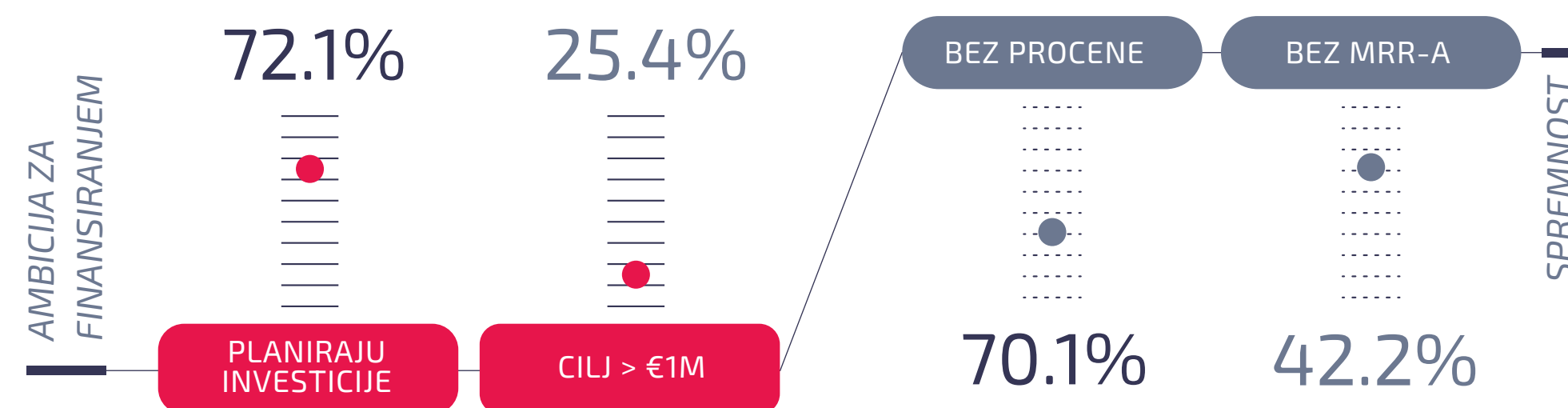
Eksterne investicije primilo je 29,9% startapa, što je skroman porast u odnosu na 27,8% u 2024. godini. Među onima koji su prikupili investicije, 68,2% je pronašlo investitore putem preporuka, što je porast u odnosu na 49,1%. Ovo je značajna promena koja naglašava koliko okruženje za finansiranje zapravo zavisi od dostupne mreže kontakata. Takođe, ova promena naglašava da naš ekosistem postaje skloniji saradnji, sa jačom kulturom preporuka i uzajamne podrške. Formalni kanali za prikupljanje sredstava, takmičenja u predstavljanju ideja i onlajn platforme igraju sekundarnu ulogu.

Jaz u pogledu ambicija za finansiranje je definišuća karakteristika ovogodišnjih podataka. Prikupljanje eksternog kapitala u 2026. godini planira 72,1% startapa, a 25,4% cilja na runde iznad milion evra. U kontekstu u kojem 42,2% startapa nema MRR, 70,1% nema procenu vrednosti iz prethodne runde, a samo mali broj kompanija je pokazao putanju prihoda koju zahtevaju investitori koji ulažu u startape u fazi rasta, izazov koji postoji između izrečenih namera i spremnosti za investicije je veliki. Ovo nije nužno novost, ali je izraženiji trend nego prethodnih godina.

Učešće u programima podrške palo je na 74,8%, sa 79,8% u 2024. godini. Među onima koji su učestvovali, programi Fonda za inovacionu delatnost ostaju ubedljivo najkorišćeniji, a navodi ih 79,1% učesnika. Na pitanje koje vrste programa najviše cene, osnivači na prvo mesto stavljaju grantove i

bespovratna sredstva (59,9%), a na drugo akceleratore (36,1%). Preferencija prema bespovratnom kapitalu u odnosu na mentorstvo i programe umrežavanja dosledna je ponašanju startapa: 53,7% njih traži više programa podrške kao svoje glavno očekivanje od javnih politika, što je rast u odnosu na 37,9% u 2024. godini.

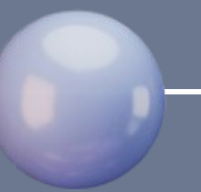
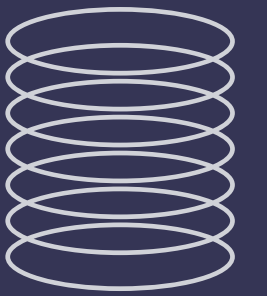
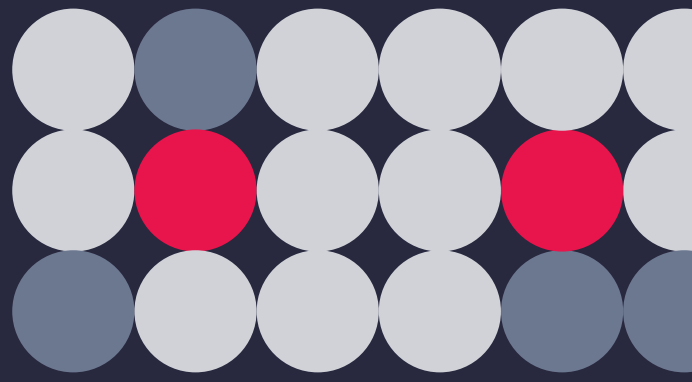
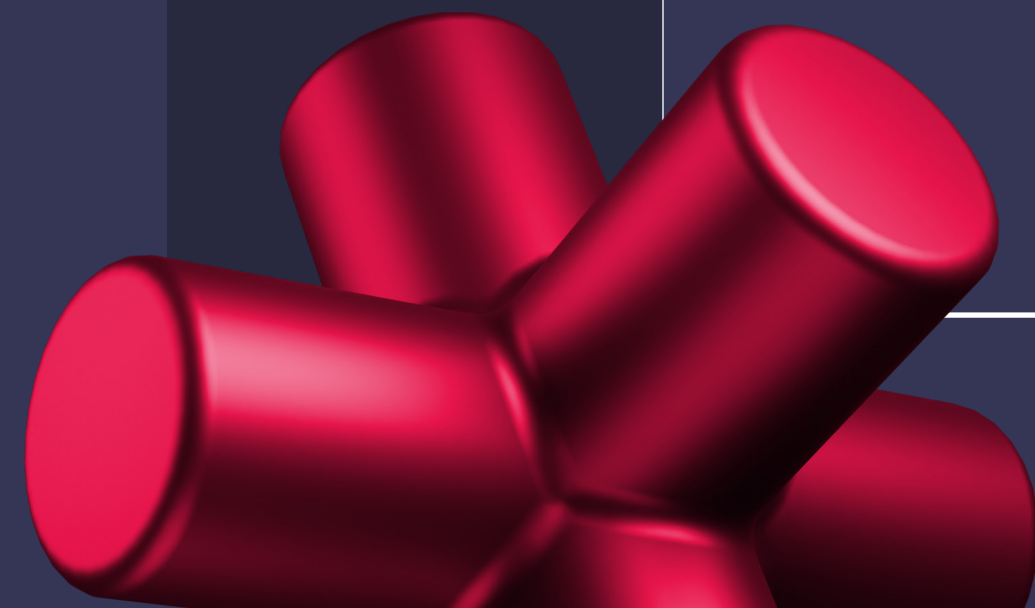
Jaz u zapošljavanju, koji ovaj izveštaj prati već tri uzastopne godine, i dalje postoji. Startapi u prošlogodišnjem istraživanju planirali su da zaposle 806 novih članova tima u 2025. godini, dok ovogodišnji uzorak izveštava o ukupno 175 stvarnih zapošljavanja. Obrazac značajnog prebacivanja projekcija sada se ponovio u 2023. , 2024. i 2025. godini. Za 2026. godinu, 86,4% startapa ponovo planira zapošljavanje, sa 453 ukupno predviđene pozicije. Potreba za kadrom u prodaji je najveća (48,3%), a prate je inženjerske uloge (39,5%) i marketing (34%). Da li će se ti planovi pretvoriti u stvarna zapošljavanja po višoj stopi nego prethodnih godina, manje zavisi od iskazane namere, a više od rasta prihoda koji zapošljavanje čini finansijski održivim.



# Metodologija



A ♦ B



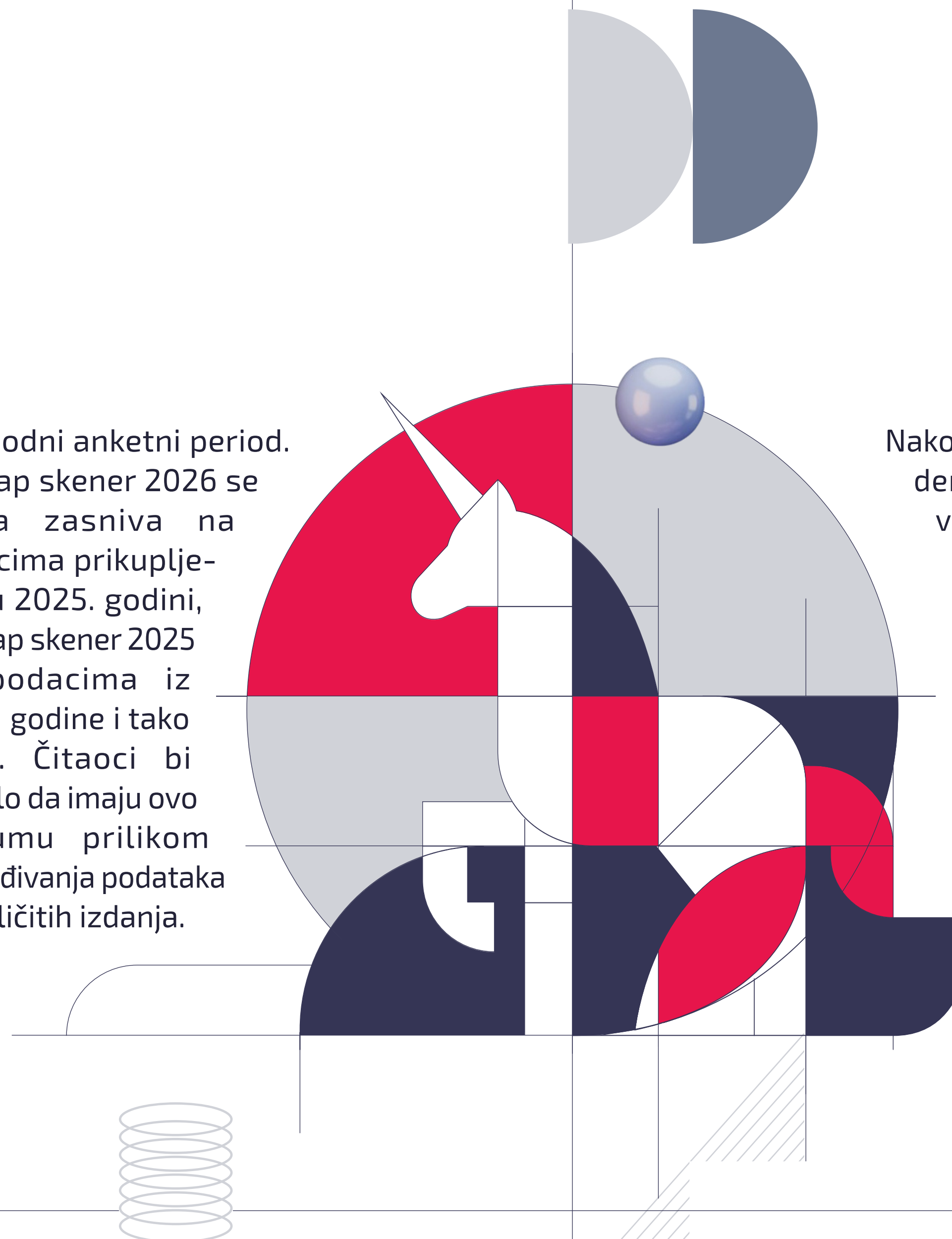
# Metodologija

## Kako je sprovedeno istraživanje

Startup skener 2026 prati istraživački model uspostavljen u prethodnim izdanjima ovog izveštaja, oslanjajući se na međunarodno priznate studije kao što su EU Startup Monitor i Austrian Startup Monitor kao referentne okvire. Podaci na kojima se zasniva ovaj izveštaj prvenstveno se prikupljaju direktno od osnivača startapa putem onlajn upitnika. Odgovori su naknadno obrađeni i analizirani metodama deskriptivne statistike. Anketa je sprovedena tokom novembra i decembra 2025. godine, a ovde predstavljeni nalazi odražavaju dešavanja tokom 2025. godine. Svako izdanje Startup skenera nosi naziv po godini objavljivanja, dok osnovni podaci odražavaju

prethodni anketni period. Startup skener 2026 se stoga zasniva na podacima prikupljenim u 2025. godini, Startup skener 2025 na podacima iz 2024. godine i tako dalje. Čitaoci bi trebalo da imaju ovo na umu prilikom upoređivanja podataka iz različitih izdanja.

Nakon početne analize, sprovedena je fokus grupa sa relevantnim zainteresovanim stranama (uključujući predstavnike organizacija podrške, VC fondova i poslovnih anđela) kako bi se dobilo njihovo tumačenje i mišljenje o preliminarnim podacima. Njihovi uvidi oblikovali su način uokvirivanja i kontekstualizacije ključnih nalaza kroz ceo izveštaj.



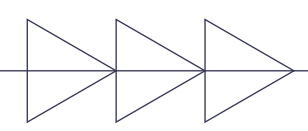
## Uzorak istraživanja

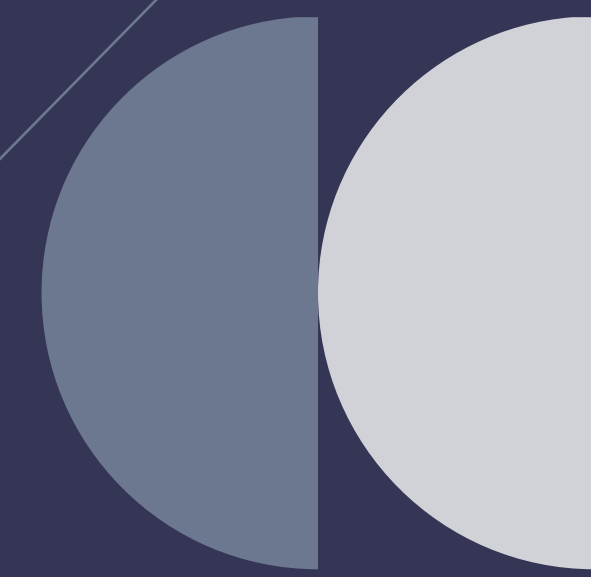
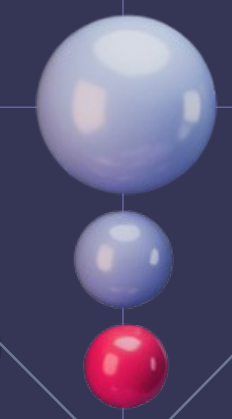
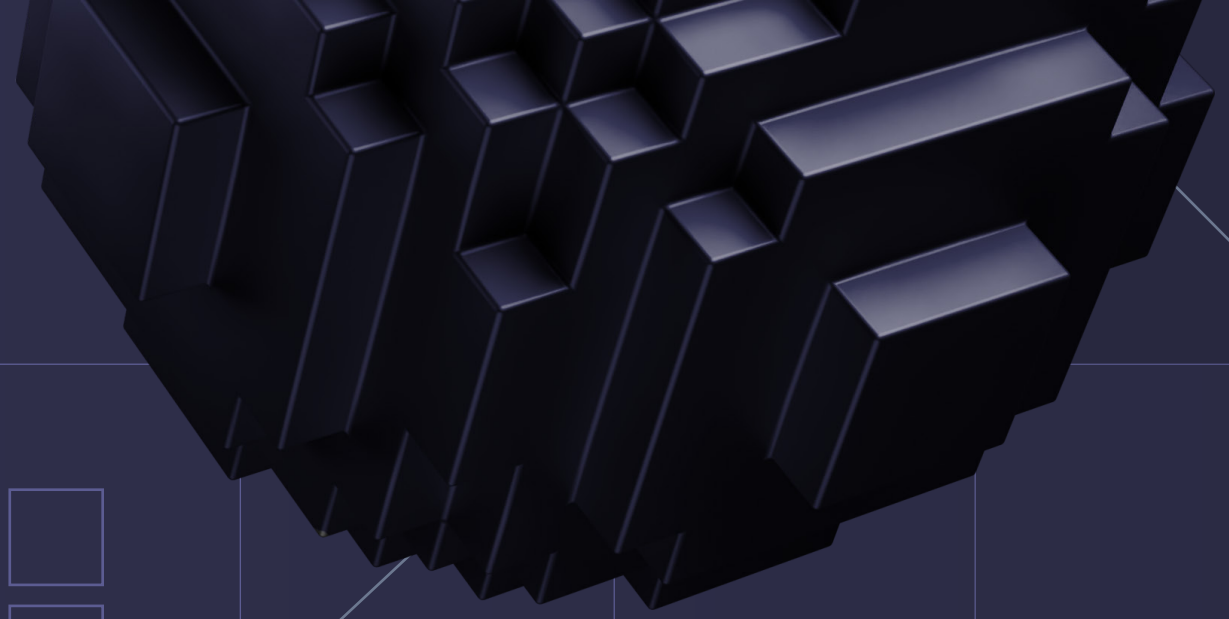
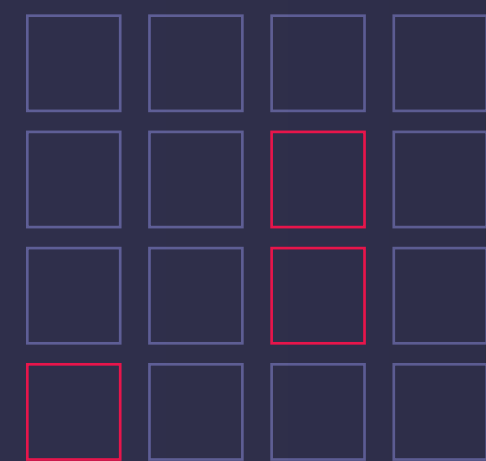
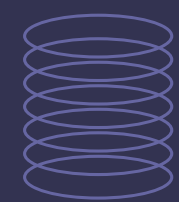
Definisanje obima srpskog startup ekosistema nosi sa sobom niz inherentnih izazova. Ukupan broj aktivnih startapa teško je proceniti s obzirom na to koliko se fluidno formiraju, razvijaju i gase. Ovaj broj je dodatno oblikovan definicijom startapa koja se primenjuje u datom trenutku.

Startup je novoosnovani, inovativni privredni subjekat sa potencijalom za brz i značajan rast. On pokazuje kapacitet 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, pri čemu takođe nosi rizik od tehnološkog ili tržišnog neuspeha.

ŠTA JE STARTAP?

Upitnik je distribuiran svim startapima u DSI bazi, kao i preko organizacija podrške, akceleratorских i inkubatorskih programa, relevantnih institucija, istraživačke zajednice i eksperata iz domena, od kojih je zatraženo da podele anketu unutar svojih mreža. Upitnik je popunilo ukupno 170 startapa. Rezultate u ovom izveštaju najbolje je posmatrati kao indikatore ključnih trendova u ekosistemu, a ne kao apsolutne brojeke.



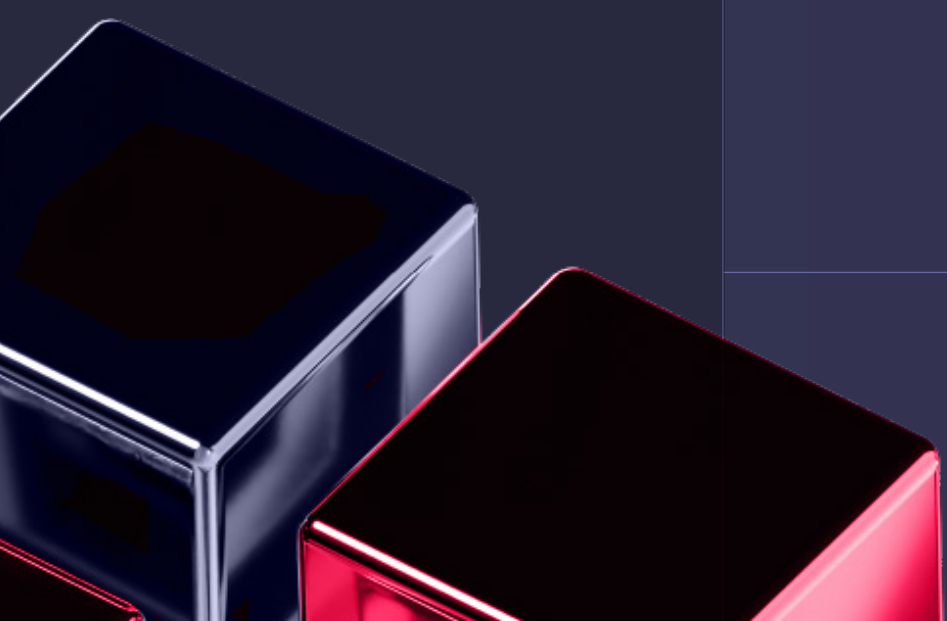


DA

ili

NE

# Startup ekosistem u Srbiji



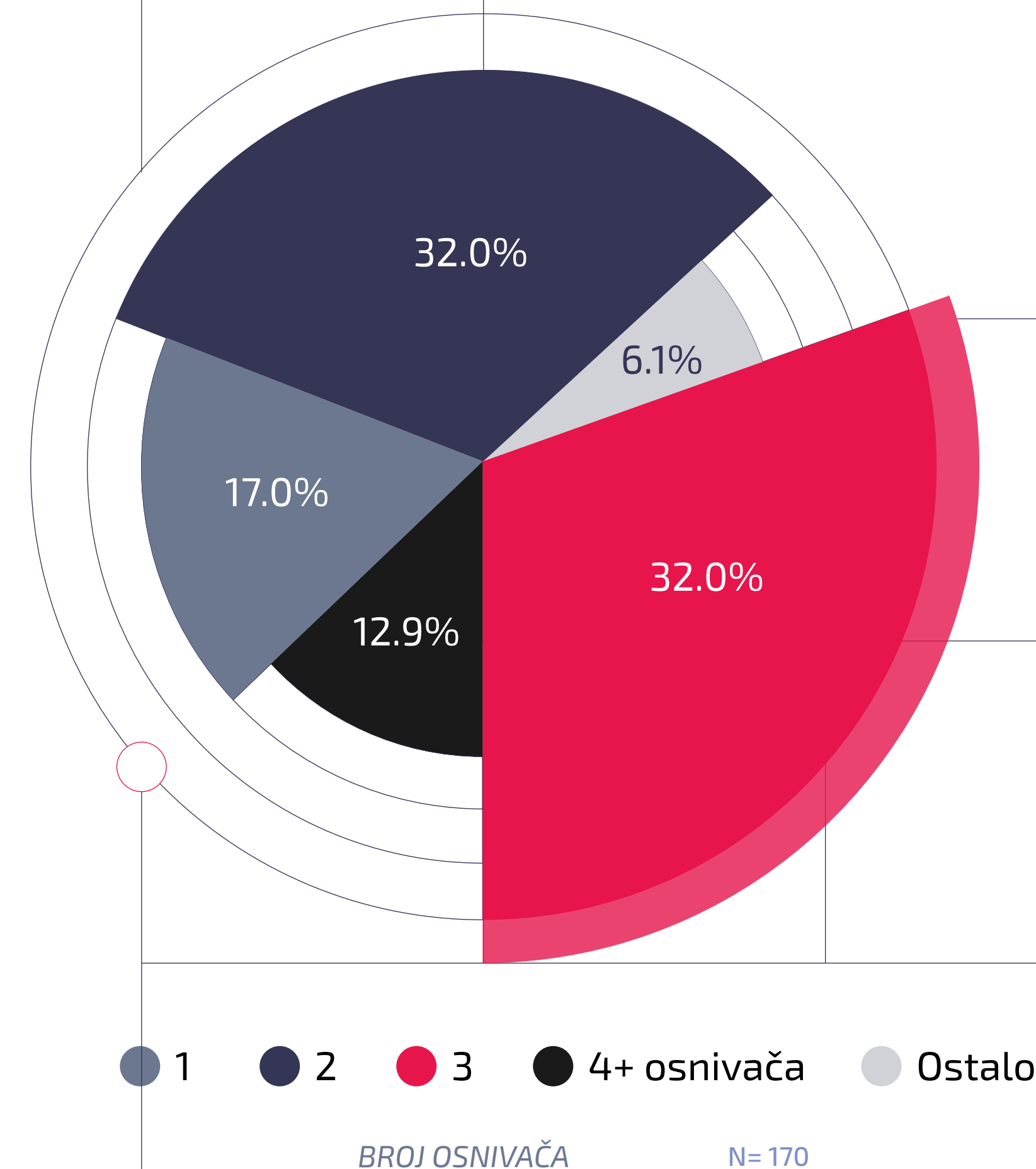
# Startap ekosistem u Srbiji

## Profil startapa

### Struktura osnivačkog tima

Ovogodišnje istraživanje pokazuje da je osnivanje startapa u Srbiji u ogromnoj meri timski poduhvat. Čak 83% startapa izgradila su dva ili više suosnivača, a 63,9% timova sastavljeno je od tačno dvoje ili troje ljudi. Prosečan broj osnivača po startapu iznosi 2,62, dok samostalni osnivači čine 17% uzorka.

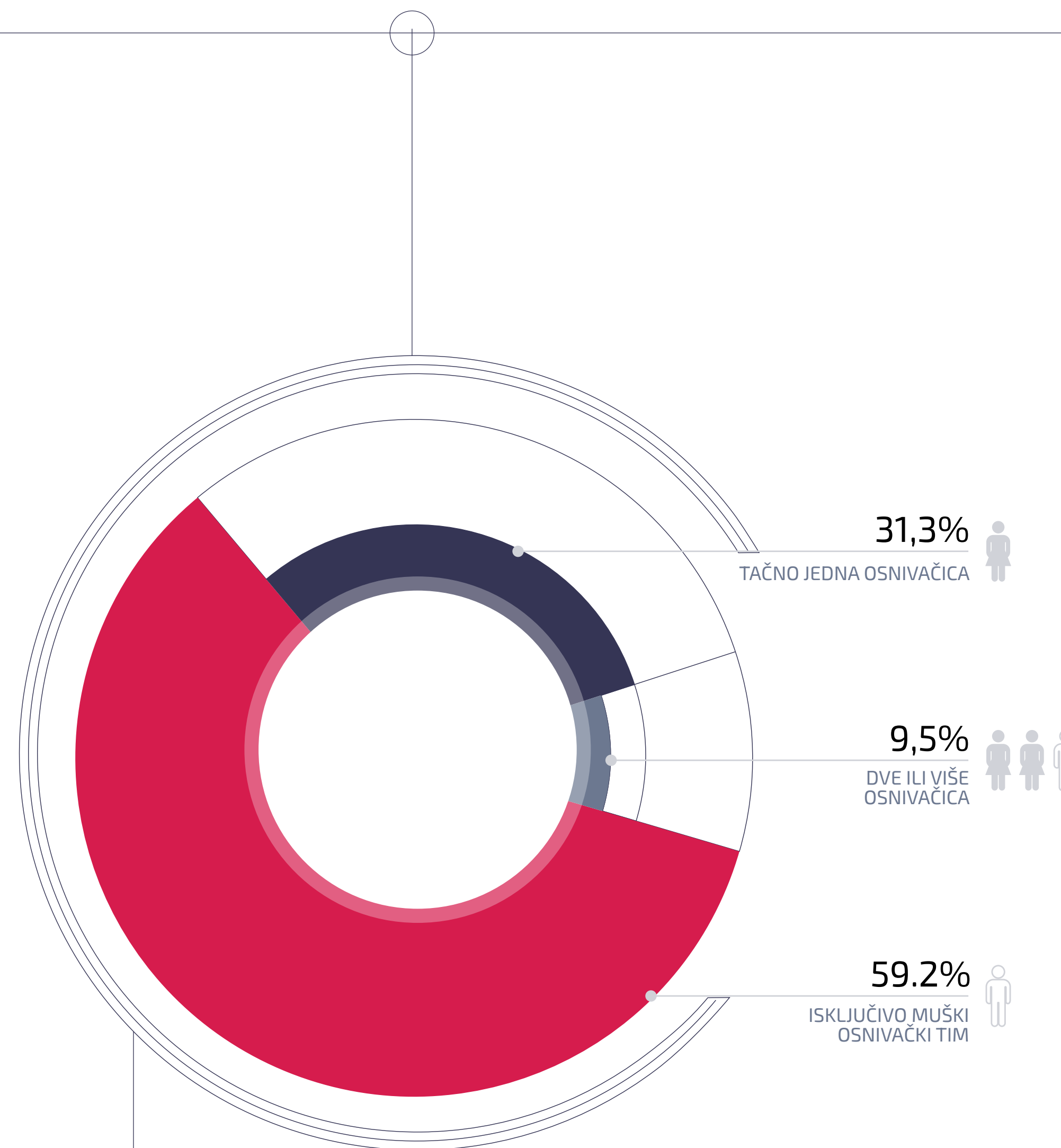
Timovi od dvoje ili troje članova i dalje se uglavnom posmatraju kao optimalni od strane investitora. Oni donose dovoljno raznolikosti u znanju i veštinama da se smanji rizik oslanjanja na jednu osobu, a istovremeno ostaju dovoljno mali za brzo skaliranje. Kao što je pomenuto u prethodnim izveštajima, osnivački timovi sa neparnim brojem članova nose dodatnu praktičnu prednost rešavanja zastoja u donošenju odluka. Na drugom kraju spektra, startapi sa jednim osnivačem nose strukturno viši rizik, jer kontinuitet poduhvata u potpunosti zavisi od jedne osobe.



### Rodna struktura osnivačkih timova

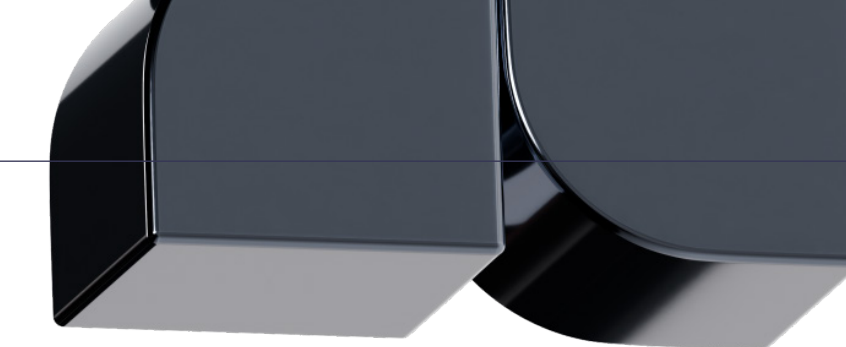
Rodna struktura osnivačkih timova i menadžerskih nivoa nastavlja da ima značajnu neravnotežu. Osnivački timovi sastavljeni isključivo od muškaraca čine 59,2%, dok 31,3% uključuje tačno jednu osnivačicu. Timovi sa dve ili više osnivačica čine 9,5% uzorka.

Na nivou menadžmenta slika je slično neujednačena. Startapi koji prijavljuju isključivo muški menadžment čine 57,8%, dok 42,2% ima barem jednu ženu u menadžerskoj ulozi. U proseku, menadžment tim startapa se sastoji od 1,86 muškaraca i 0,61 žena. Ovi podaci pokazuju stabilan rast broja osnivačica i takođe predstavljaju trend koji je primećen tokom godina.



RODNA STRUKTURA

N= 170



## Tehnički i netehnički osnivači

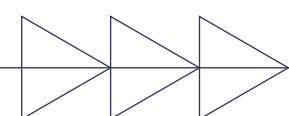
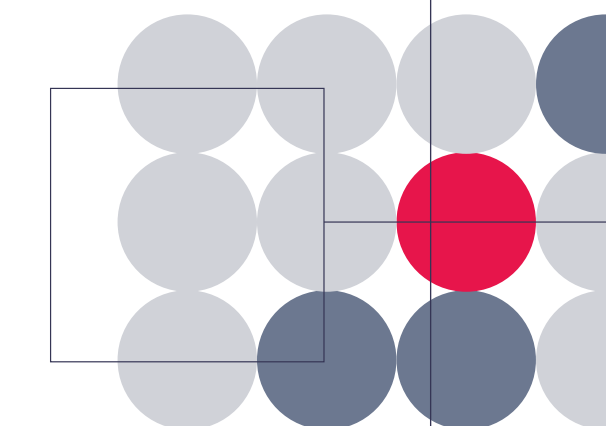
Kao što je pomenuto u prethodnim izveštajima, osnivači sa inženjerskim i tehničkim obrazovanjem su godinama dominirali ekosistemom. Ipak, ovaj obrazac se menja u poslednjih nekoliko godina, pa danas 68% startapa u Srbiji ima barem jednog netehničkog suosnivača (non-tech), dok je 32% izgrađeno isključivo od strane tehničkih timova.

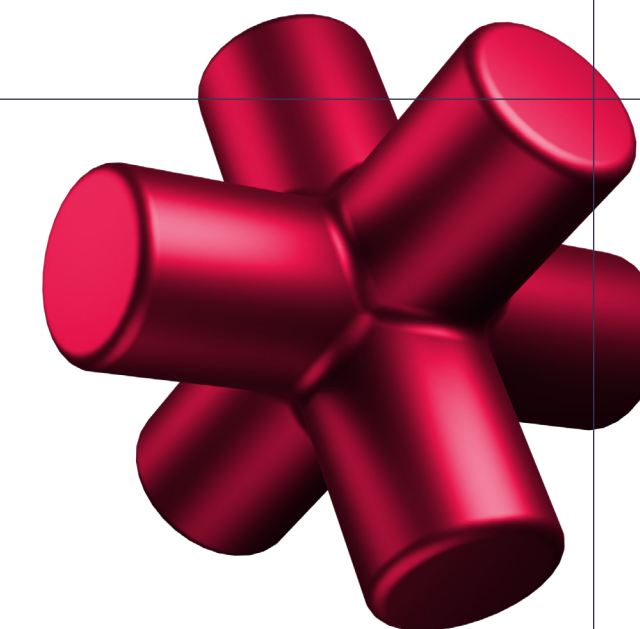
Među zastupljenim netehničkim profilima, menadžment i ekonomija

prednjače u 23,8% startapa, a prate ih marketing (22,4%) i prodaja (17,7%). Društvene nauke su zastupljene u 16,3% startapa, dok su prirodne nauke, finansije i bankarstvo zastupljeni sa po 15%. Ova rastuća raznolikost u sastavu osnivačkih timova odražava šire prepoznavanje činjenice da izgradnja globalno skalabilnog startapa zahteva više od same ekspertize za proizvod - komercijalna, strateška i sektorska znanja igraju sve važniju ulogu od najranijih faza.



STRUČNE OBLASTI NETEHNIČKIH OSNIVAČA



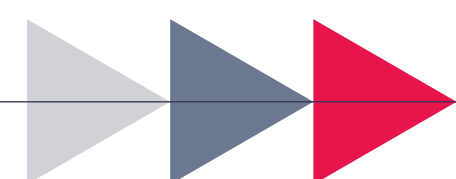
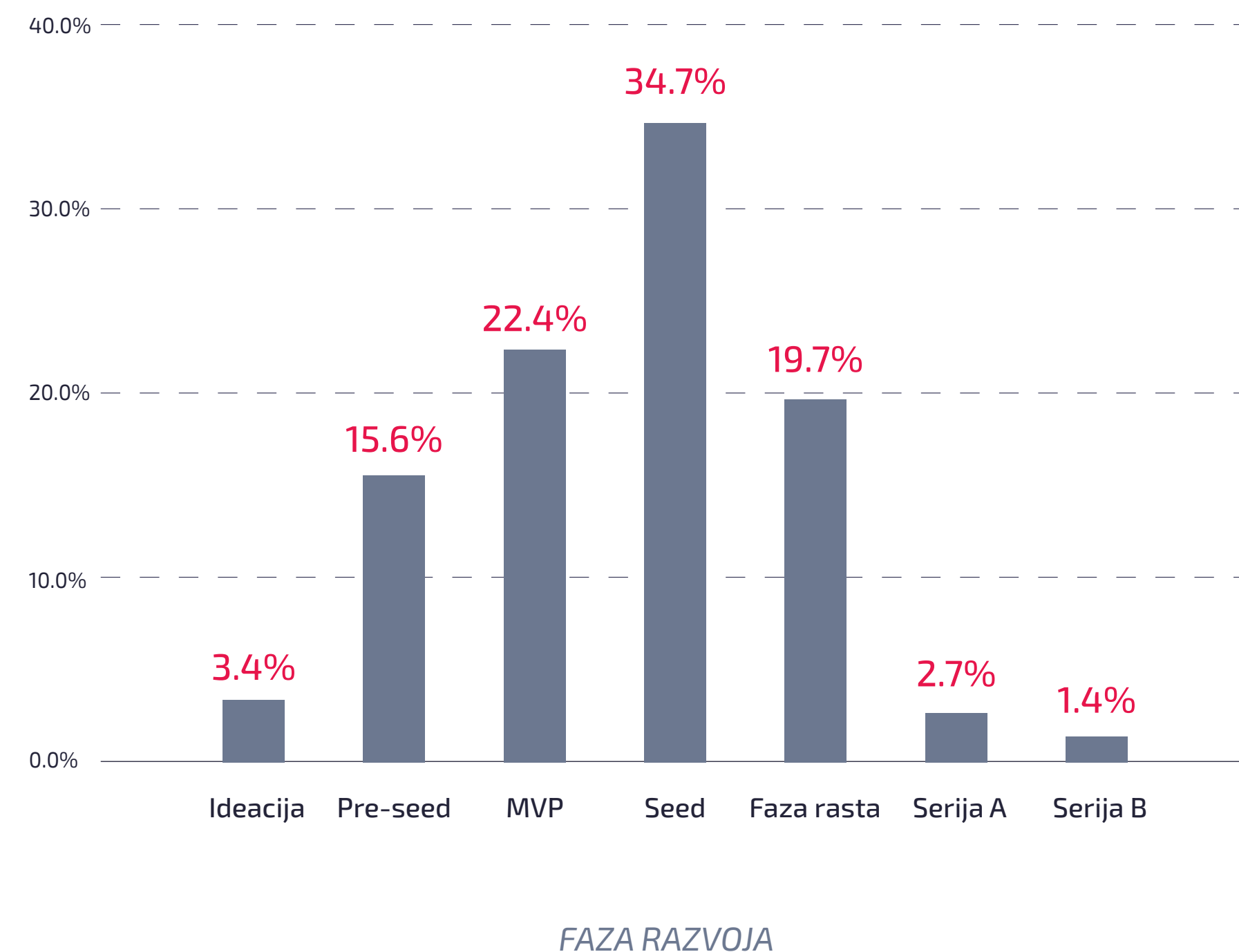


## Faza razvoja

Distribucija po fazama razvoja otkriva ekosistem koji je i dalje u velikoj mjeri usmeren ka ranim fazama. Čak 76,2% startapa nalazi se u fazama ideje (ideation), pre-seed-a, MVP-a ili seed-a, pri čemu je seed najčešća pojedinačna faza sa 34,7% startapa, a prati je MVP sa 22,4%. Faza rasta (growth phase) čini 19,7%, dok Serije A i B zajedno predstavljaju svega 4,1% uzorka (2,7%, odnosno 1,4%).

Promene u fazama u poređenju sa 2024. godinom ukazuju na kontinuirani pritisak na startap levak. Pad zastupljenosti Serija A i B, u kombinaciji sa koncentracijom startapa u MVP i seed fazi, signalizira da put od rane validacije do kasnijih faza rasta i dalje predstavlja težak prelaz za mnoge.

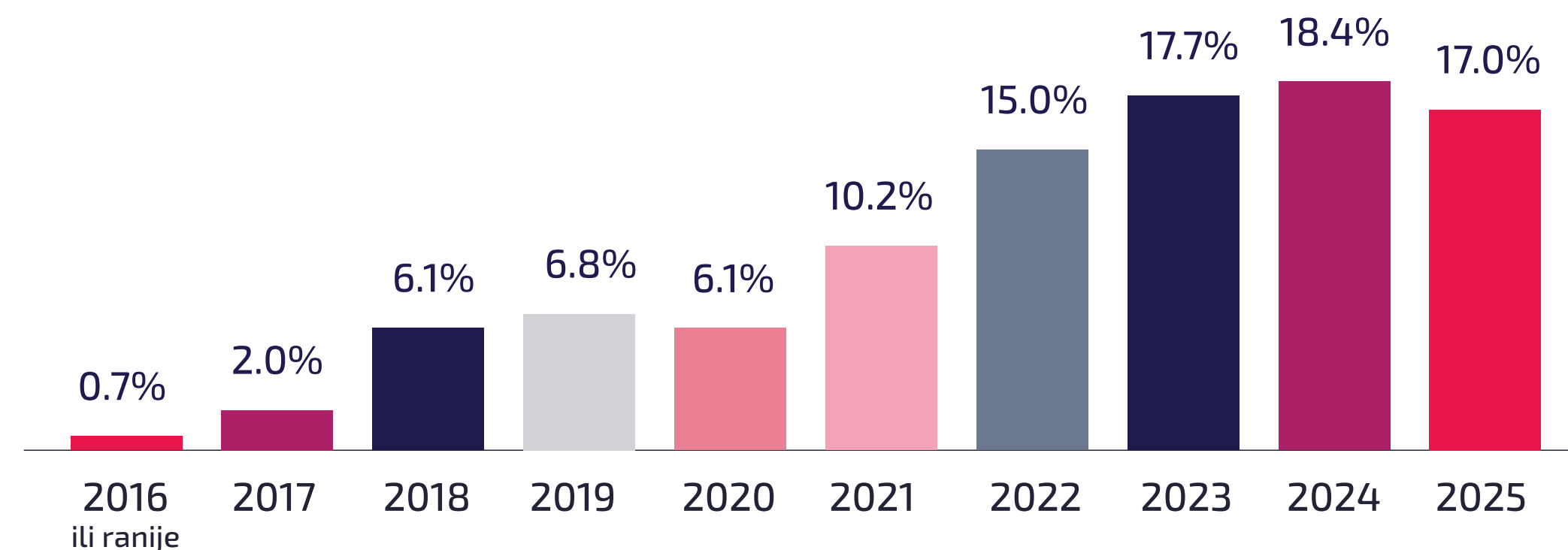
Među startapima starijim od tri godine koji su i dalje u fazi ideje ili pre-seed-a, 4,7% još uvek nije izašlo na tržište sa gotovim proizvodom. Međutim, ako posmatramo takve startape koji su i dalje u MVP fazi, taj broj raste na 17%. Ovo je indikacija da se značajan deo ekosistema kreće tempom koji odstupa od onoga što se tipično očekuje od brzorastućih poduhvata.



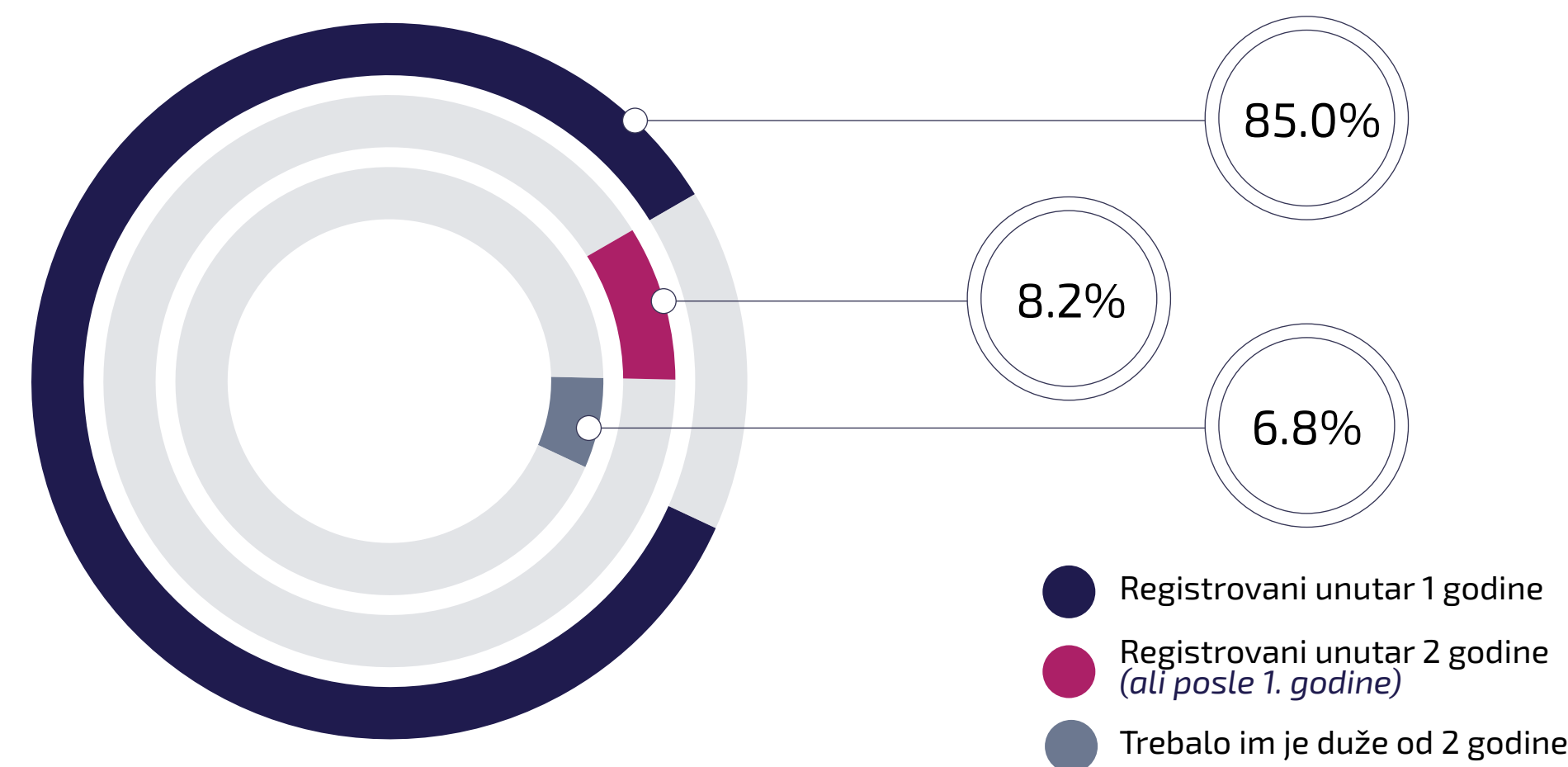
### Formiranje tima

Čak 68% anketiranih startapa formiralo je svoje osnivačke timove 2022. godine ili kasnije, pri čemu su 2024. i 2025. bile najaktivnije godine za formiranje novih timova (18,4%, odnosno 17% ukupnog uzorka). Ovo ukazuje na kontinuirani zamah u kreiranju novih startapa.

Većina timova se brzo kreće ka formalizaciji: 93,2% se registrovalo kao pravno lice u roku od dve godine od formiranja, dok je 85% njih to učinilo već u prvoj godini. Samo 6,8% je čekalo duže od dve godine na registraciju, što je značajan pad u poređenju sa ranijim generacijama i u skladu je sa širim razumevanjem u ekosistemu da je rana registracija važna za podobnost za prikupljanje sredstava i tržišni kredibilitet. U trenutku sprovođenja istraživanja, 7,5% ispitanika još uvek nije završilo proces registracije, što je podatak uglavnom dosledan sa 9,1% zabeleženih 2024. godine i sugeriše da mali, ali stabilan udeo ekosistema posluje u fazi pre registracije.



GODINA OKUPLJANJA TIMA

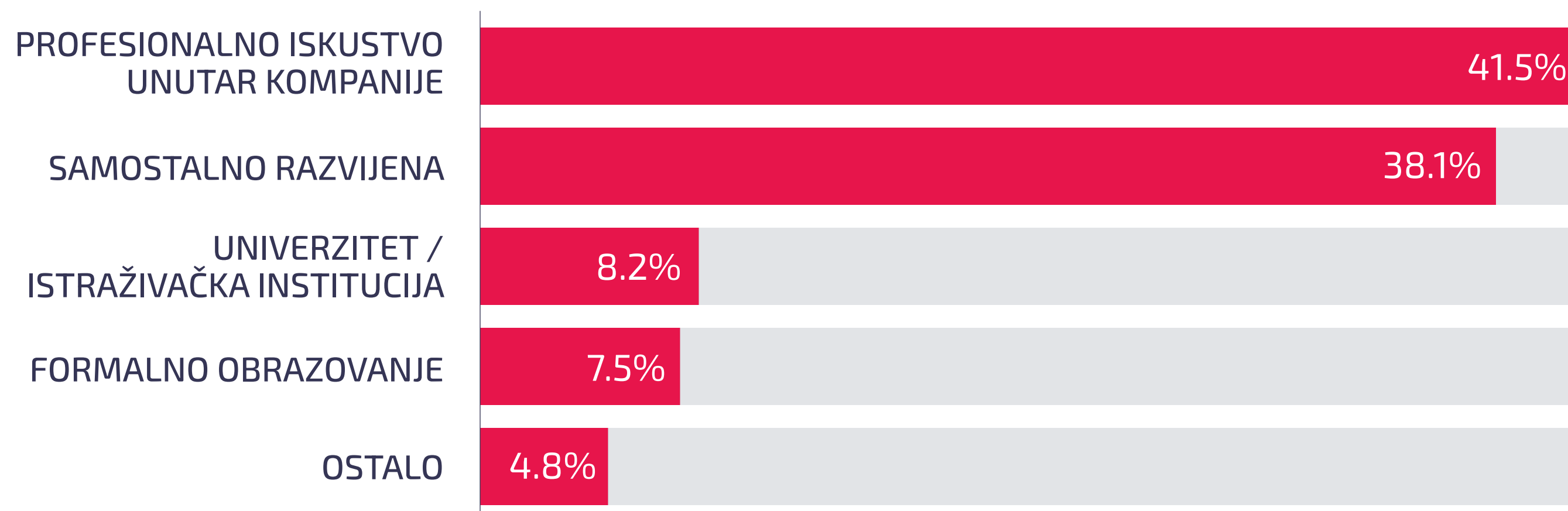


TRAJANJE PROCESA REGISTRACIJE

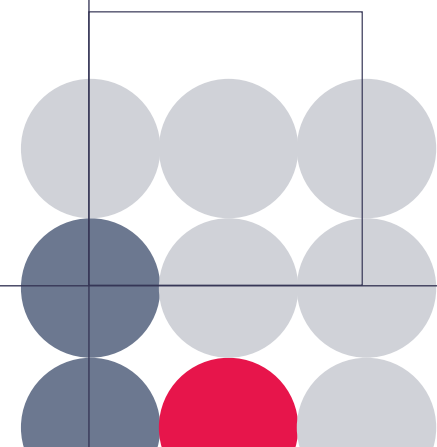
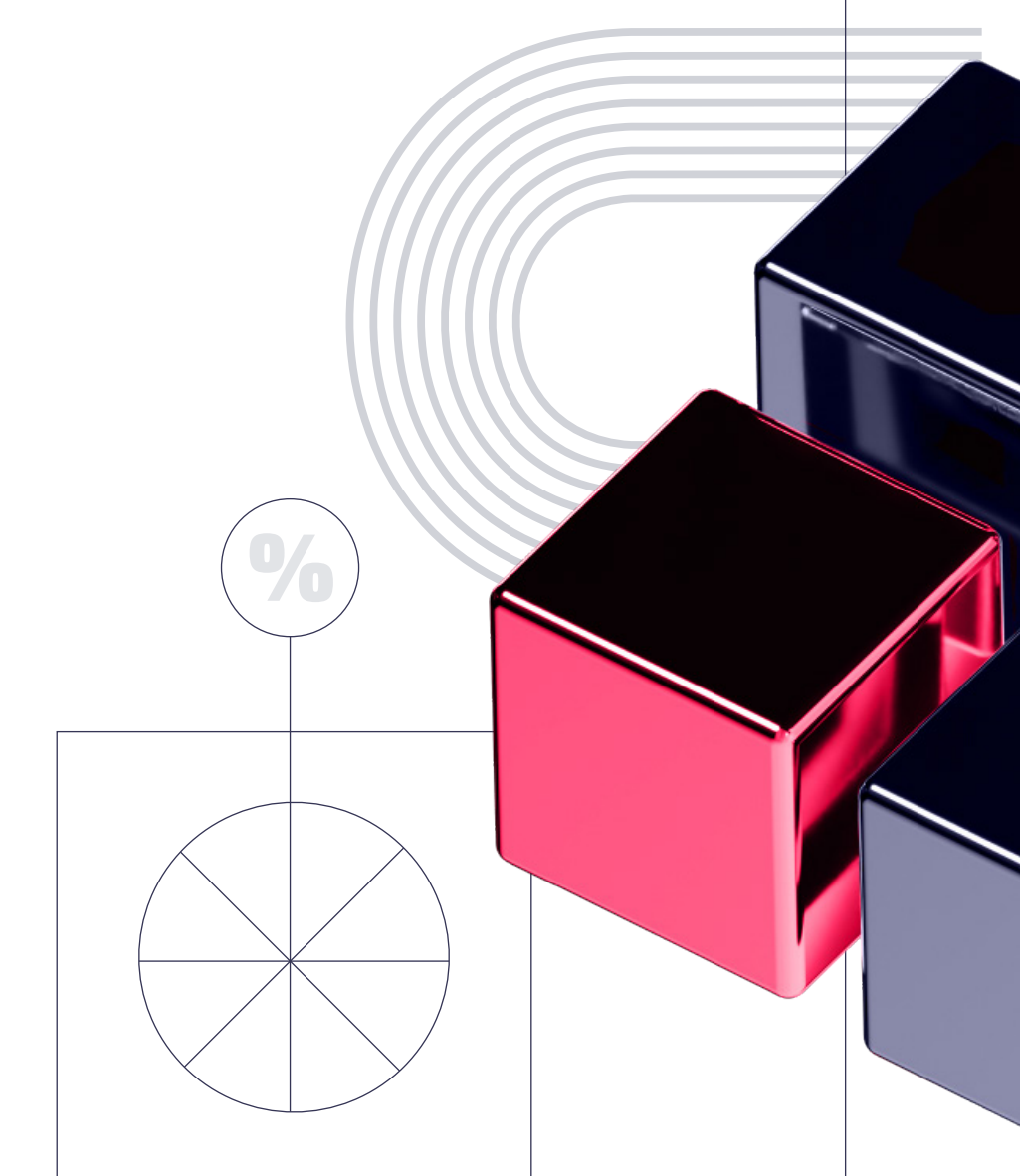
### Ideja za osnivanje

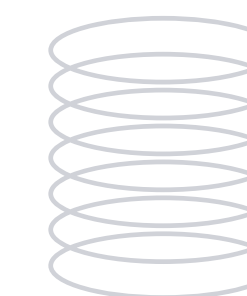
Poreklo osnivačke ideje startapa je važno - ono oblikuje opseg problema koji se rešava, a samim tim i potencijalnu veličinu rešenja. Ideje nastale u lokalnim ili specifičnim sektorskim kontekstima često nemaju globalnu primenljivost neophodnu za privlačenje međunarodnih investicija i potreban potencijal za izgradnju velike baze korisnika. U ovogodišnjem

istraživanju, 41,5% startapa svoje poreklo vodi iz profesionalnog iskustva unutar kompanije, dok je 38,1% ideju razvilo nezavisno. Akademska i istraživačka okruženja poslužila su kao izvor za ukupno 15,7% njih, 8,2% iz rada na univerzitetima ili istraživačkim institucijama i 7,5% iz formalnog obrazovanja.



NASTANAK IDEJE O OSNIVANJU STARTAPA

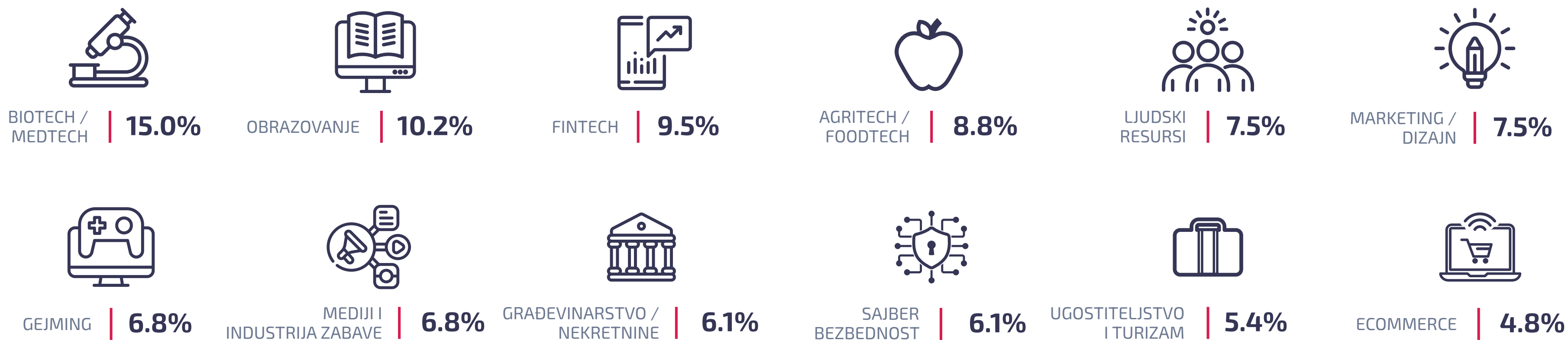




## Sektori

BioTech i MedTech ostaju najzastupljeniji sektori sa 15% ispitanika koji razvijaju proizvode ili usluge u ovim industrijama. Obrazovanje sledi sa 10,2%, a zatim FinTech sa 9,5%. AgriTech i FoodTech čine 8,8%, što odražava kontinuirano interesovanje za inovacije u okviru

tradicionalno jake poljoprivredne baze u Srbiji. Ljudski resursi, marketing i dizajn, gejming, kao i mediji i industrija zabave pojedinačno predstavljaju između 6,8% i 7,5% uzorka. Građevinarstvo i nekretnine, kao i sajber bezbednost, prisutni su kod po 6,1% startapa.



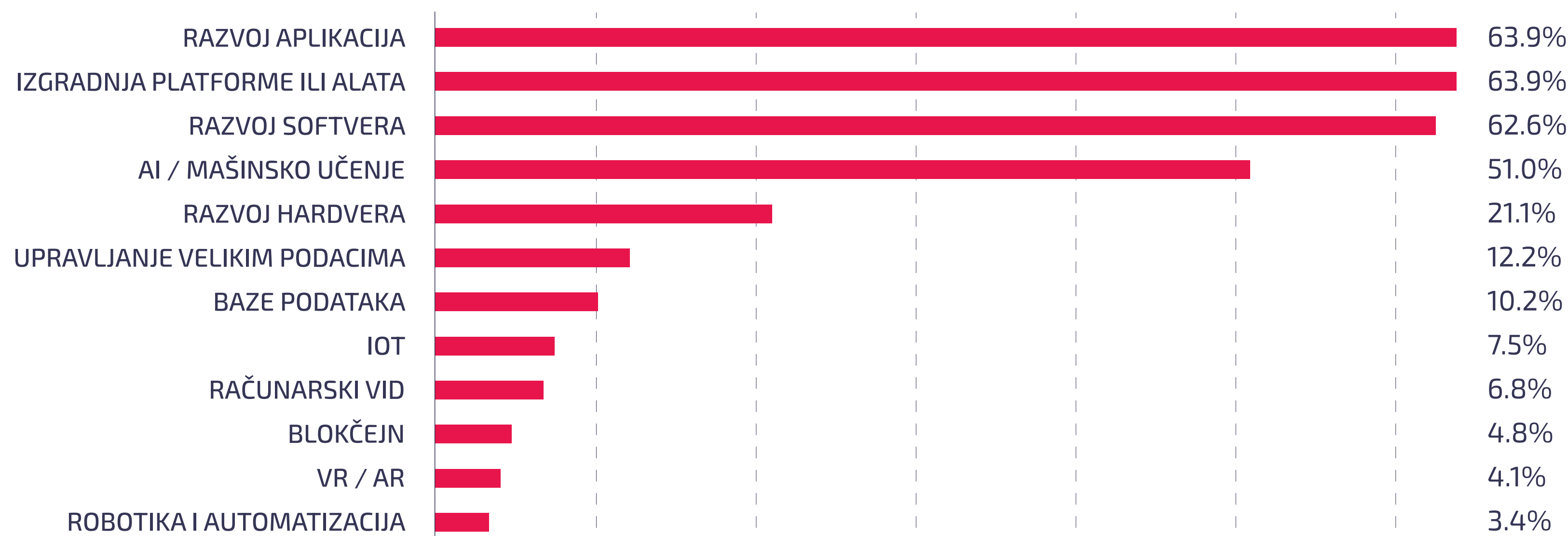
INDUSTRIJA U KOJOJ STARTAP POSLUJE  
Ispitanicima je bilo dozvoljeno da izaberu više odgovora

## Tehnološki fokus

Razvoj softvera (62,6%), razvoj aplikacija (63,9%) i izgradnja platformi ili alata (63,9%) ostaju dominantne oblasti tehničkog fokusa, što je u skladu sa širim profilom ekosistema u kojem primat ima softver. Najznačajniji pomak zabeležen je u oblasti veštačke inteligencije (AI) i mašinskog učenja, koje sada navodi 51% startapa, što predstavlja nastavak rasta u odnosu na prethodnu godinu. Razvoj hardvera prisutan je kod 21,1% startapa, a prate ga upravljanje velikim podacima (big data management) sa 12,2% i baze podataka sa 10,2%. Interesovanje za internet stvari (IoT)

7,5%, računarski vid (computer vision) sa 6,8% i blokčejn (blockchain) sa 4,8% je takođe prisutno, mada u manjem obimu.

Učesnici fokus grupa su napomenuli da naglo usvajanje veštačke inteligencije širom ekosistema treba pažljivo pratiti, konkretno - da li startapi suštinski integrišu AI u svoje proizvode ili usvajaju tu "etiketu" bez stvarne pozadinske sposobnosti. Postoji opšta saglasnost da organizacije za podršku imaju važnu ulogu u osposobljavanju osnivača praktičnim veštinama potrebnim za efikasno korišćenje veštačke inteligencije.



TEHNOLOŠKA OBLAST RAZVOJA STARTAPA  
Ispitanicima je bilo dozvoljeno da izaberu više odgovora

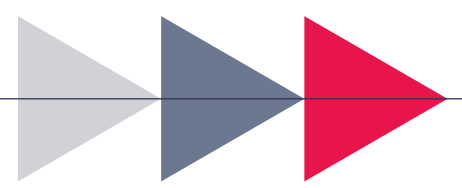
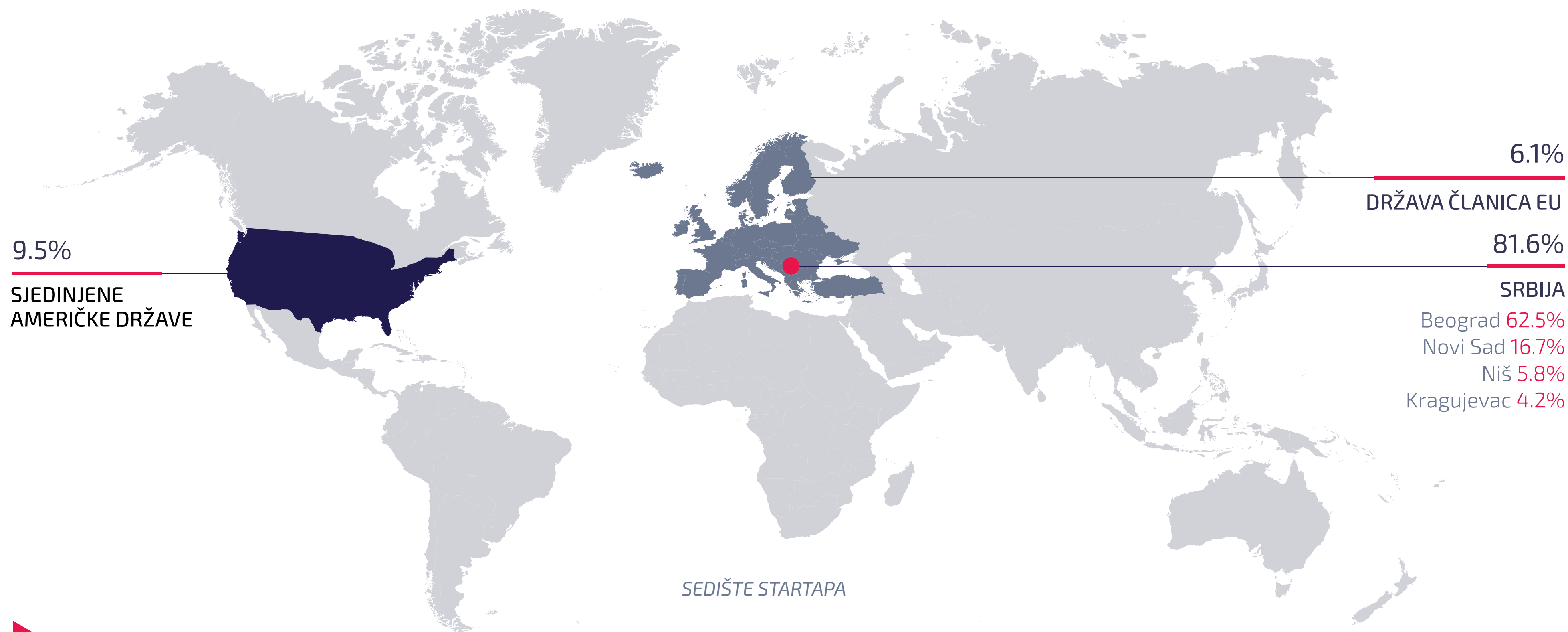


### Sedište startapa

Kada su lokacije startapa u pitanju, domaći ekosistem nastavlja da se širi van Beograda, iako glavni grad zadržava dominantnu poziciju. Od startapa čije je sedište u Srbiji, koji čine 81,6% ukupnog uzorka, 62,5% je bazirano u Beogradu. Novi Sad je drugi najzastupljeniji grad sa 16,7% startapa, a zatim slede Niš (5,8%) i Kragujevac (4,2%).

Izvan Srbije sedište ima 9,5% startapa koji su registrovani u SAD-u, dok je

6,1% registrovano u državama članicama EU, a mali broj je u Švajcarskoj i na Novom Zelandu. Kao što je primećeno i prethodnih godina, startapi koji su preselili svoja sedišta u inostranstvo obično su zreliji timovi. Oni su na to uglavnom usmereni zahtevima investitora, blizinom ključnih ciljnih tržišta ili efikasnijim administrativnim okruženjem.

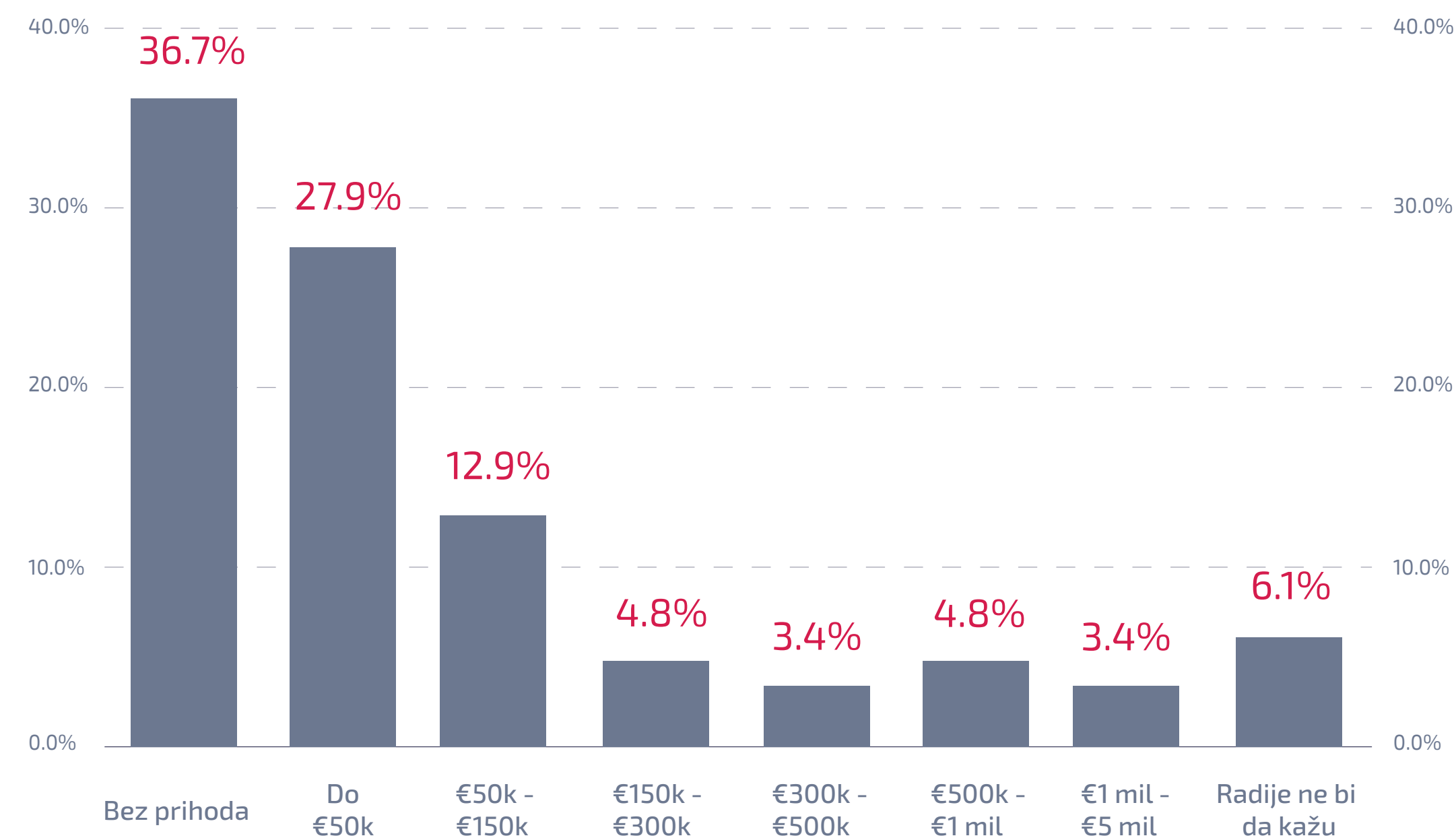


## Poslovne strategije

### Poslovni rezultati

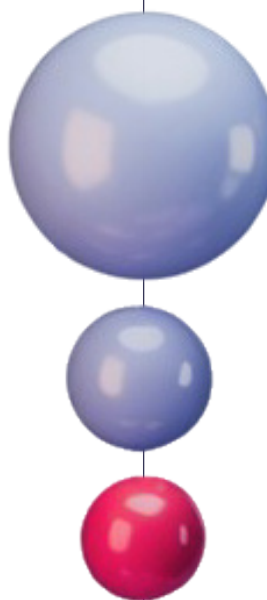
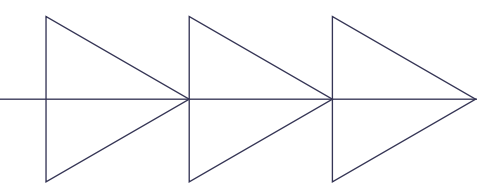
Generisanje prihoda ostaje ograničeno u većem delu ekosistema. Čak 36,7% startapa prijavilo je da uopšte nije imalo prihode u 2025. godini, dok je dodatnih 27,9% ostvarilo do 50.000 evra, što znači da skoro dve trećine uzorka tek treba da pokaže značajnu komercijalnu trakciju. Među startapima koji ostvaruju prihode, najčešći je opseg od 50.001 do 150.000 evra (12,9%). Samo 3,4% njih prijavljuje godišnji prihod veći od milion evra.

Slika postaje još složenija kada se podaci filtriraju prema starosti startapa. Od 69 startapa koji posluju duže od tri godine, 20,3% i dalje prijavljuje nulte prihode, dok 82,6% generiše manje od milion evra godišnje. Reč je o poduhvatima koji su imali dovoljno vremena da dostignu značajne prekretnice, ipak, značajan deo ostaje ispod pragova prihoda koji se obično povezuju sa spremnošću za investicije (investment readiness) ili eksponencijalnim rastom. Za takve startape strateški prioritet bi trebalo da bude izgradnja i monetizacija jake baze korisnika kako bi demonstrirali nivo skalabilnosti i brzinu rasta (growth velocity) koju zahtevaju zreliji oblici finansiranja, poput VC fondova.



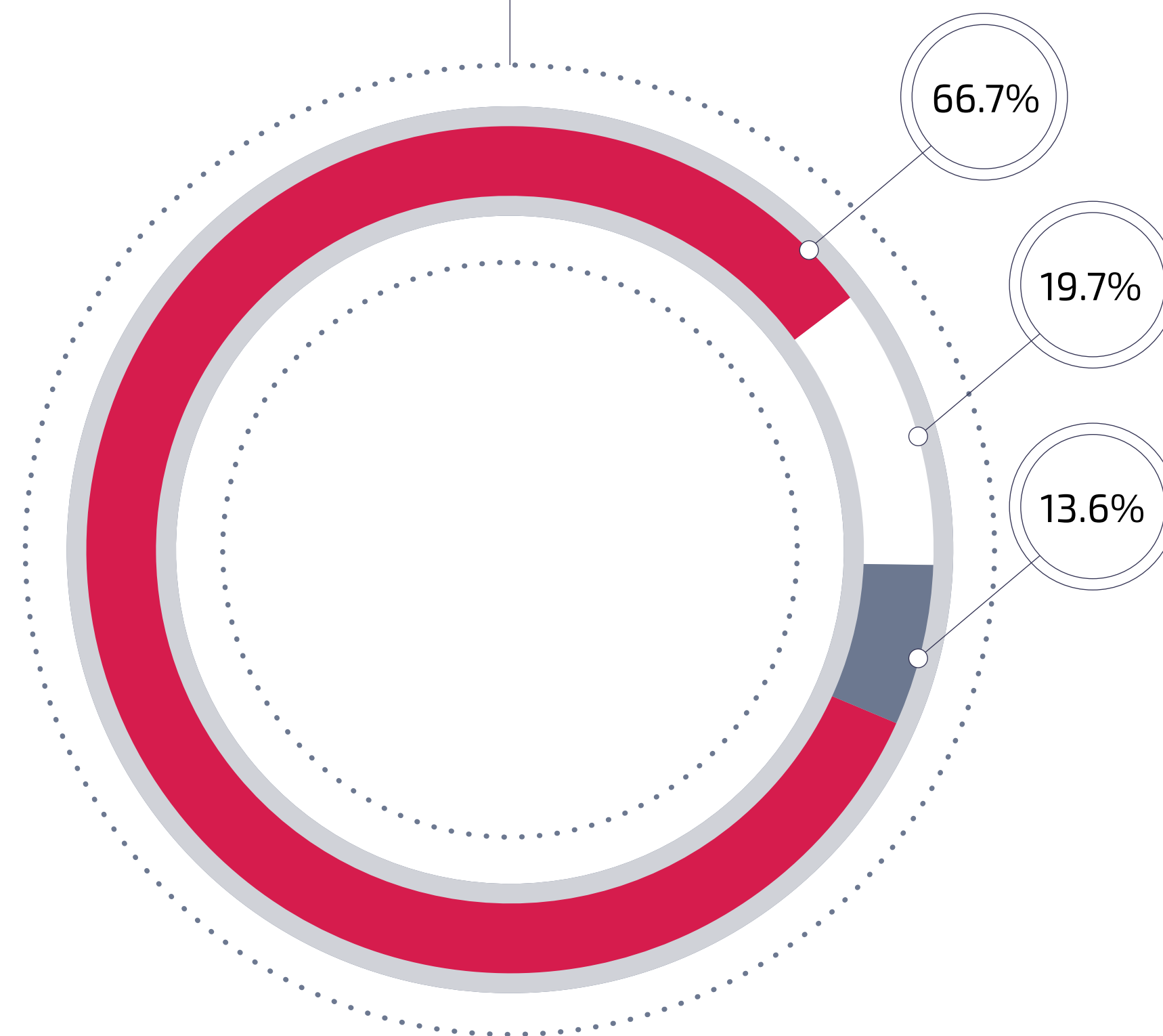
PROMET U PRETHODNOJ FINANSIJSKOJ GODINI

N= 170



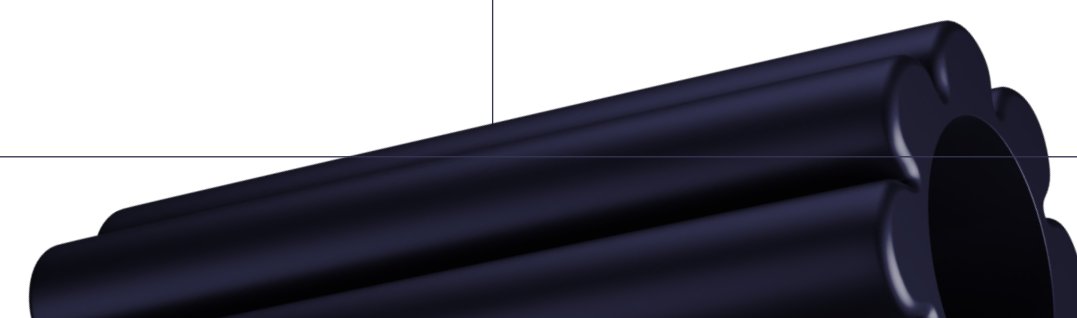
### Profitabilnost

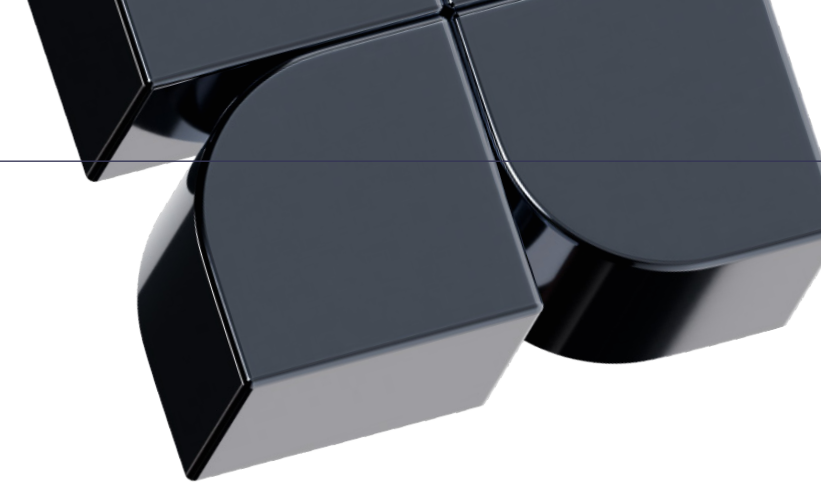
Čak 66,7% startapa još uvek nije profitabilno, 19,7% je dostiglo tačku pokrića (break-even), dok 13,6% prijavljuje da posluje sa profitom. Među startapima koji su u prve tri godine postojanja, udeo onih koji još nisu profitabilni raste na 71,8%. Ovo je u skladu sa očekivanjima za poduhvate u ranoj fazi koji i dalje investiraju u razvoj proizvoda i tržišta. Ono što se teže može objasniti jeste upornost neprofitabilnosti među iskusnijim timovima, što još jednom ukazuje na strukturne izazove u prevođenju aktivnosti ekosistema u startape koji rastu.



● Nije profitabilno    ○ Tačka pokrića    ● Profitabilno

PROFITABILNOST STARTAPA

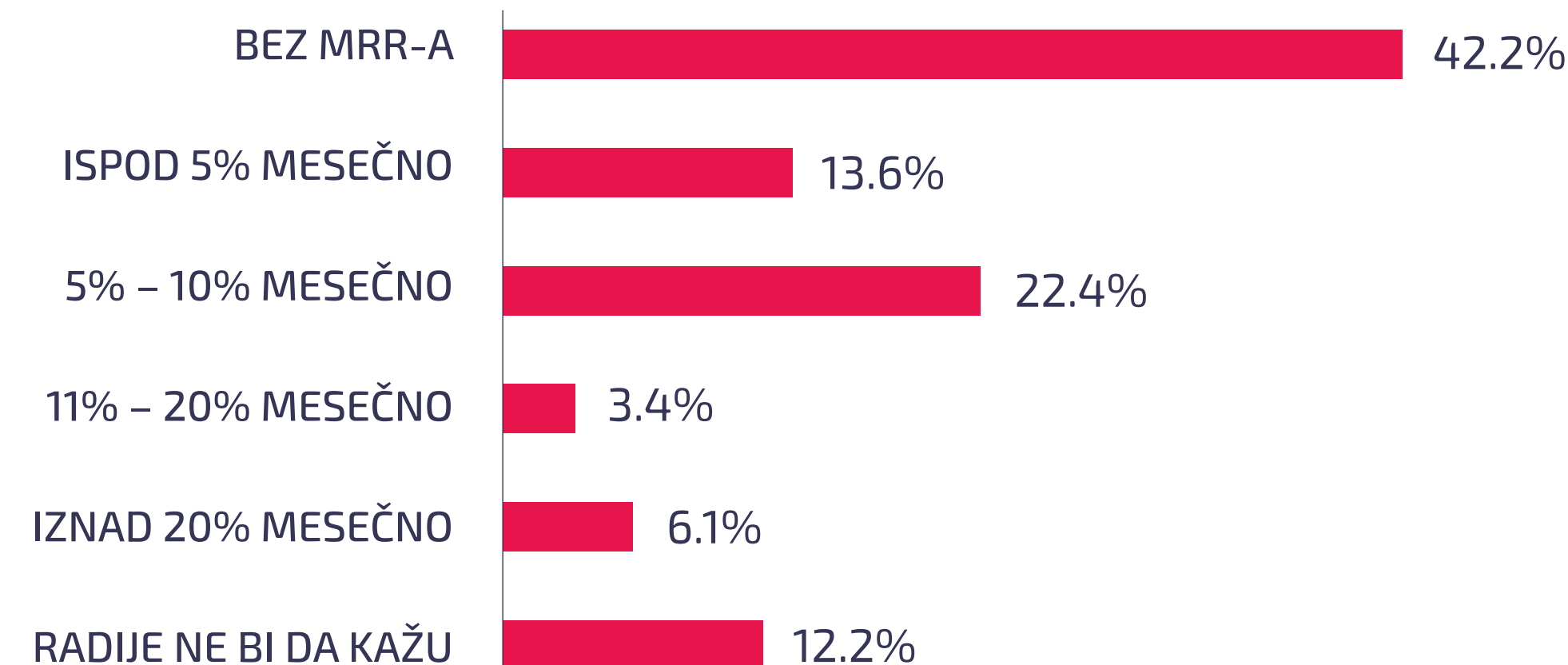




### Rast MRR-a

Čak 42,2% startapa ne ostvaruje mesečni ponavljajući prihod (MRR), dok 13,6% beleži rast manji od 5% mesečno, a 22,4% se nalazi u opsegu od 5% do 10%. Na samom vrhu distribucije, svega 9,5% uzorka prijavilo je rast MRR-a iznad 10%: od toga 3,4% beleži rast između 11% i 20%, dok 6,1% raste brže od 20% mesečno. Dodatnih 12,2% ispitanika odbilo je da precizira svoju stopu rasta MRR-a.

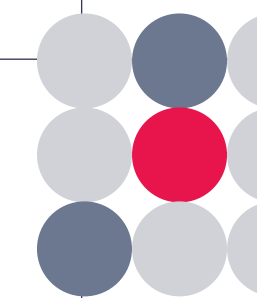
Ponašanje ovih grupa u pogledu finansiranja drastično se razlikuje. Među startapima koji nemaju MRR, 74,2% nije obezbedilo nikakvu eksternu investiciju, a 77,4% planira da se osloni na grantove u 2026. godini. Startapi u kategoriji niskog rasta (do 10%) u velikoj meri se oslanjaju na sopstvene resurse, pri čemu više od 62,3% planira da nastavi sa bootstrapping-om. Startapi sa visokim rastom MRR-a pokazuju potpuno drugačiji obrazac: polovina njih planira da traži VC investicije u 2026. godini, dok 42,9% i dalje uključuje grantove u svoje planove finansiranja.



STOPA RASTA MESEČNOG PRIHODA (MRR)

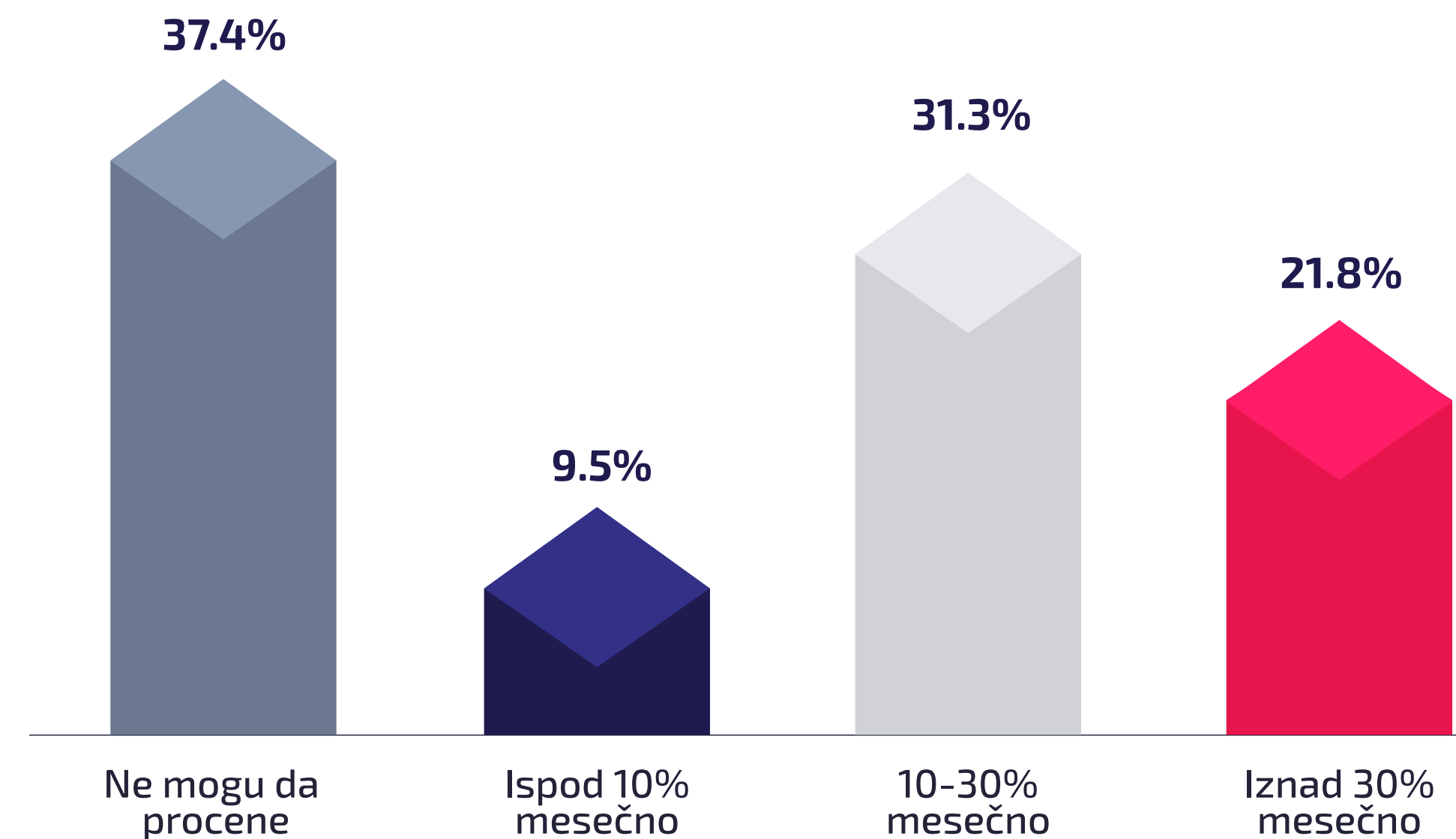
N= 170





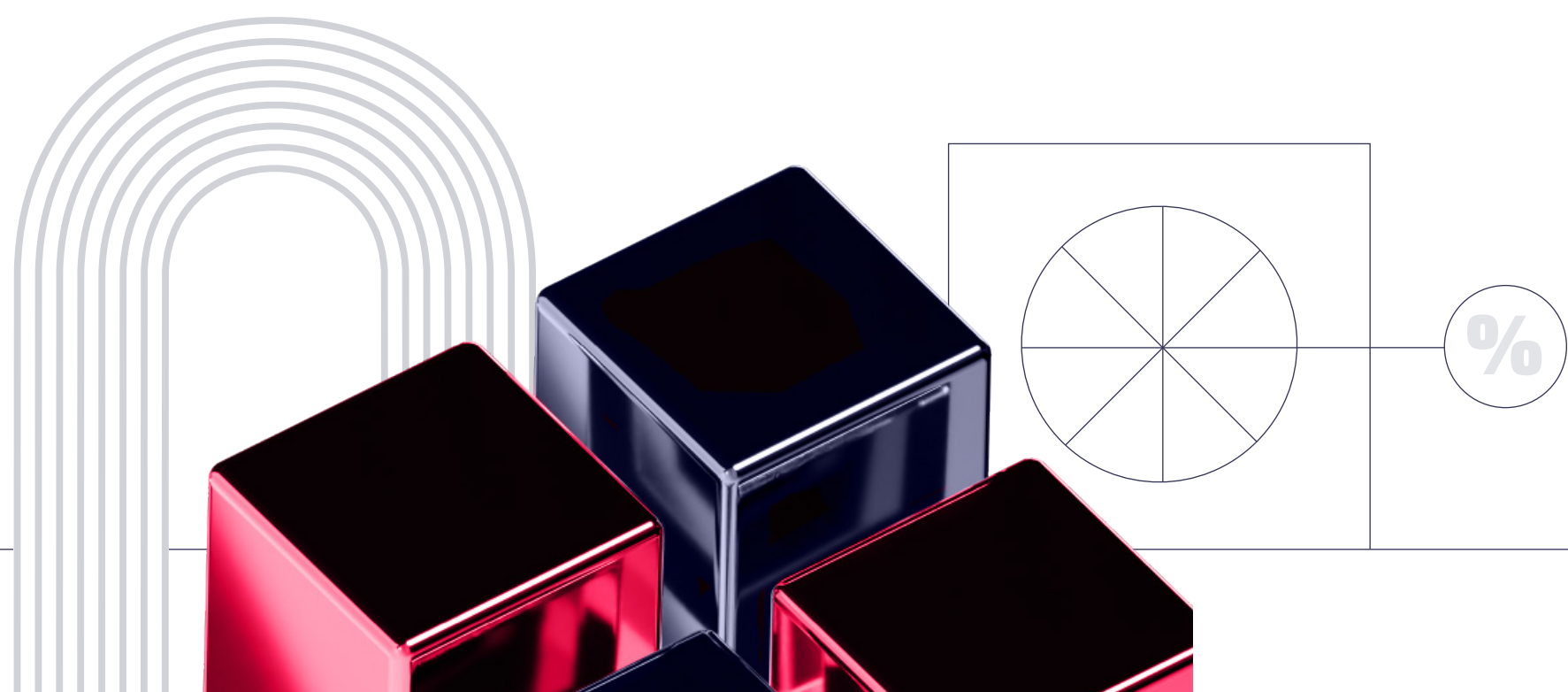
Odnos između rasta MRR-a i spremnosti za investicije jasno je vidljiv u podacima, ali vredi napomenuti da je čak i unutar grupe sa visokim rastom, 71,43% njih do danas obezbedilo eksternu investiciju. Ovo može odražavati malu apsolutnu veličinu ove grupe, rano fazu nekih od tih poduhvata ili kontinuirane poteškoće u povezivanju visokopotencijalnih srpskih startapa sa pravim investitorima.

Gledajući unapred, projekcije osnivača za rast MRR-a u 2026. godini znatno su optimističnije nego što trenutni učinak sugerije: 31,3% očekuje rast između 10% i 30%, dok 21,8% predviđa da će premašiti 30% mesečno. Samo 9,5% projektuje rast ispod 10%, dok 37,4% navodi da ne može da proceni svoju putanju rasta. S obzirom na to da svega 14 startapa trenutno prijavljuje rast MRR-a iznad 10%, jaz između projektovanog i stvarnog učinka je značajan.



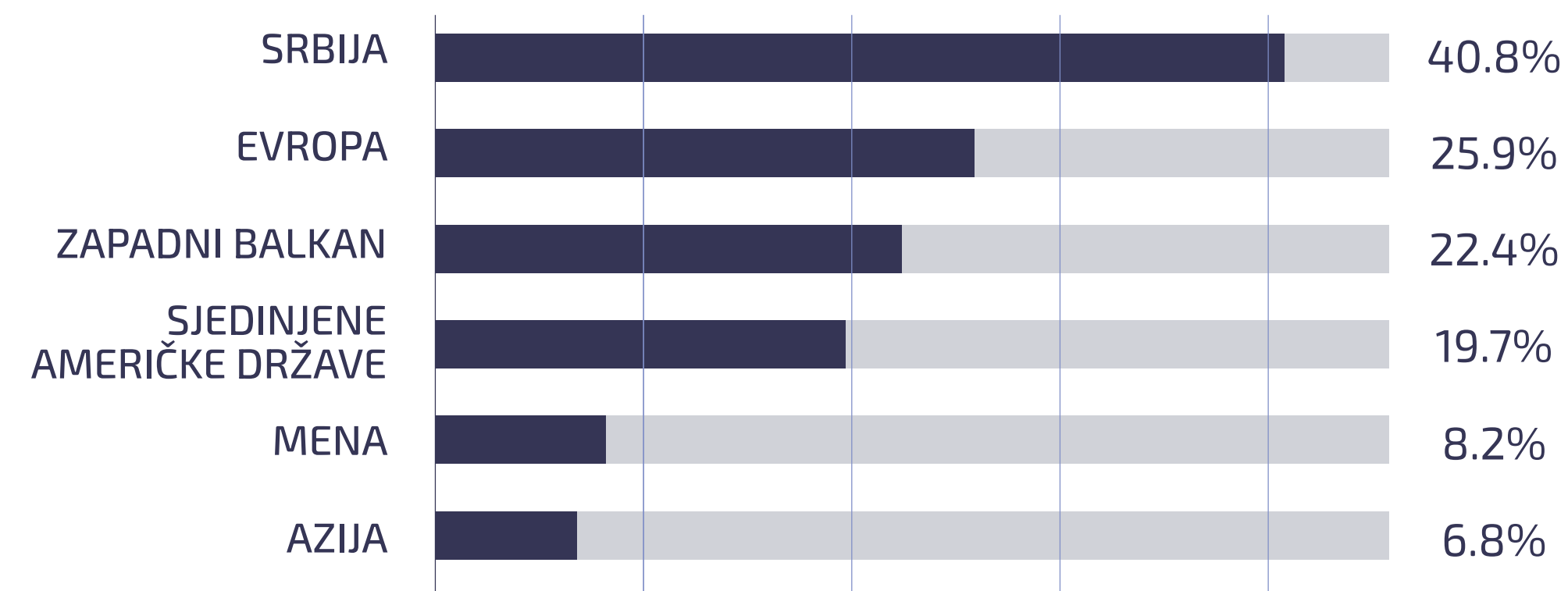
PROCENA RASTA MRR-A U 2026. GODINI

Zatvaranje tog jaza zahtevaće više od same ambicije. Ono će zavistiti od toga da li startapi mogu da pretoče svoje navedene ciljeve u komercijalnu aktivnost, prodajne kapacitete i tržišnu prisutnost koje održivi rast prihoda zapravo zahteva.



### Ciljna tržišta

Srbija ostaje najčešće navođeno aktivno tržište na kojem prodaje 40,8% startapa, a prate je Zapadni Balkan (22,4%), Evropa (25,9%) i SAD (19,7%). Azija i MENA (Bliski istok i Severna Afrika) su prisutne, ali u manjem obimu, sa 6,8%, odnosno 8,2%. Kada je reč o primarnim tržištima (tamo gde startapi ostvaruju najveću bazu korisnika ili kupaca), Srbija prednjači sa 25,9%, a slede SAD (13,6%) i Evropa (12,2%). Među startapima čije je primarno tržište van Srbije i Zapadnog Balkana, SAD su najčešća pojedinačna destinacija (46,5% startapa), neznatno ispred Evrope (41,9%).



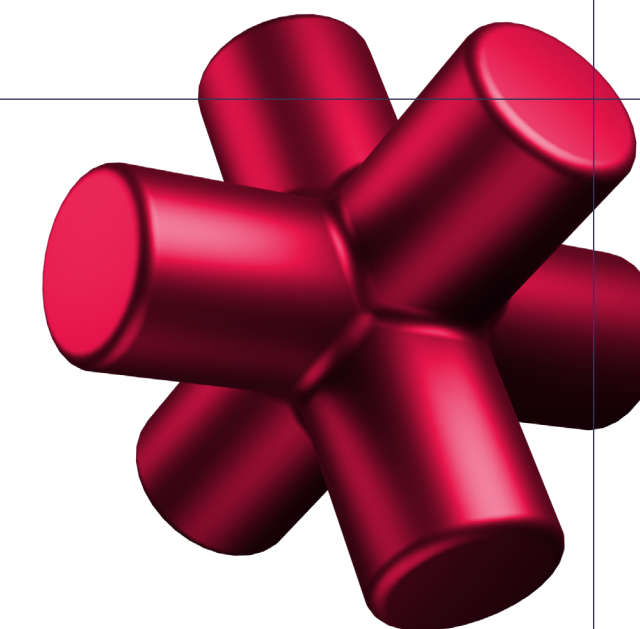
TRŽIŠTA PLASIRANJA PROIZVODA

N= 170

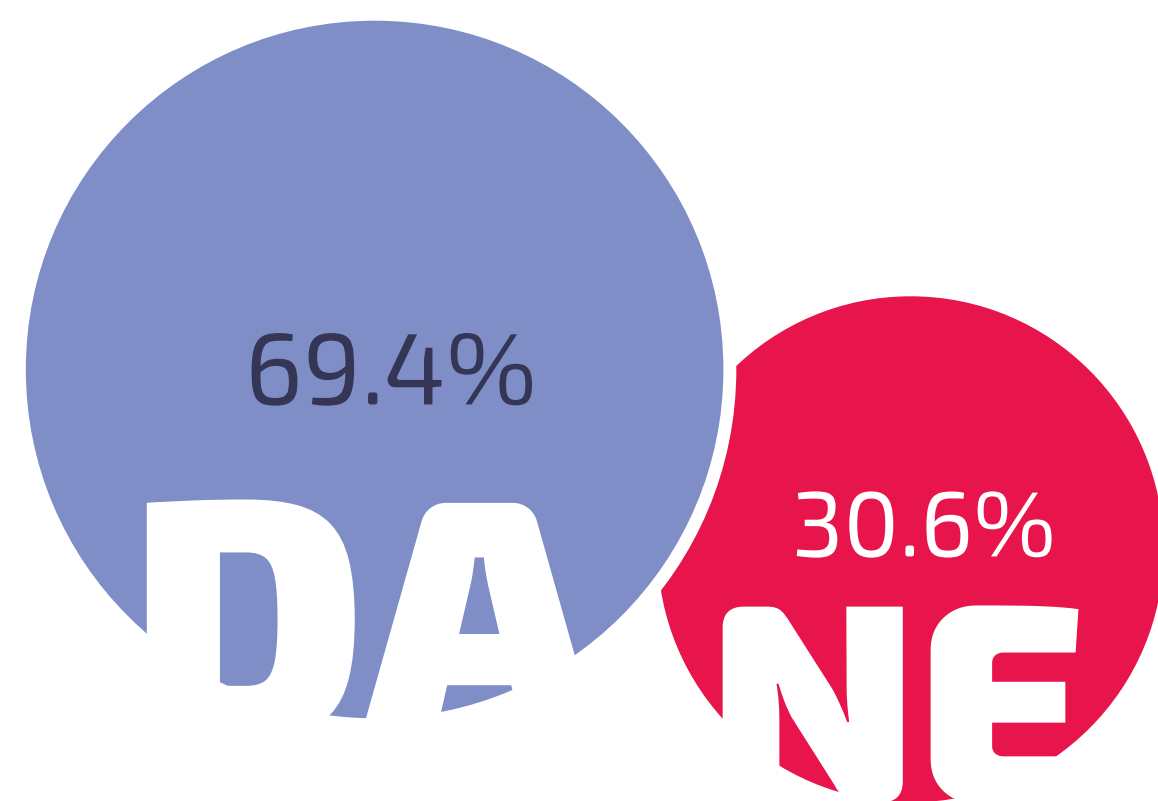
Ispitanicima je bilo dozvoljeno da izaberu više odgovora

**JOŠ NE PRODAJU**

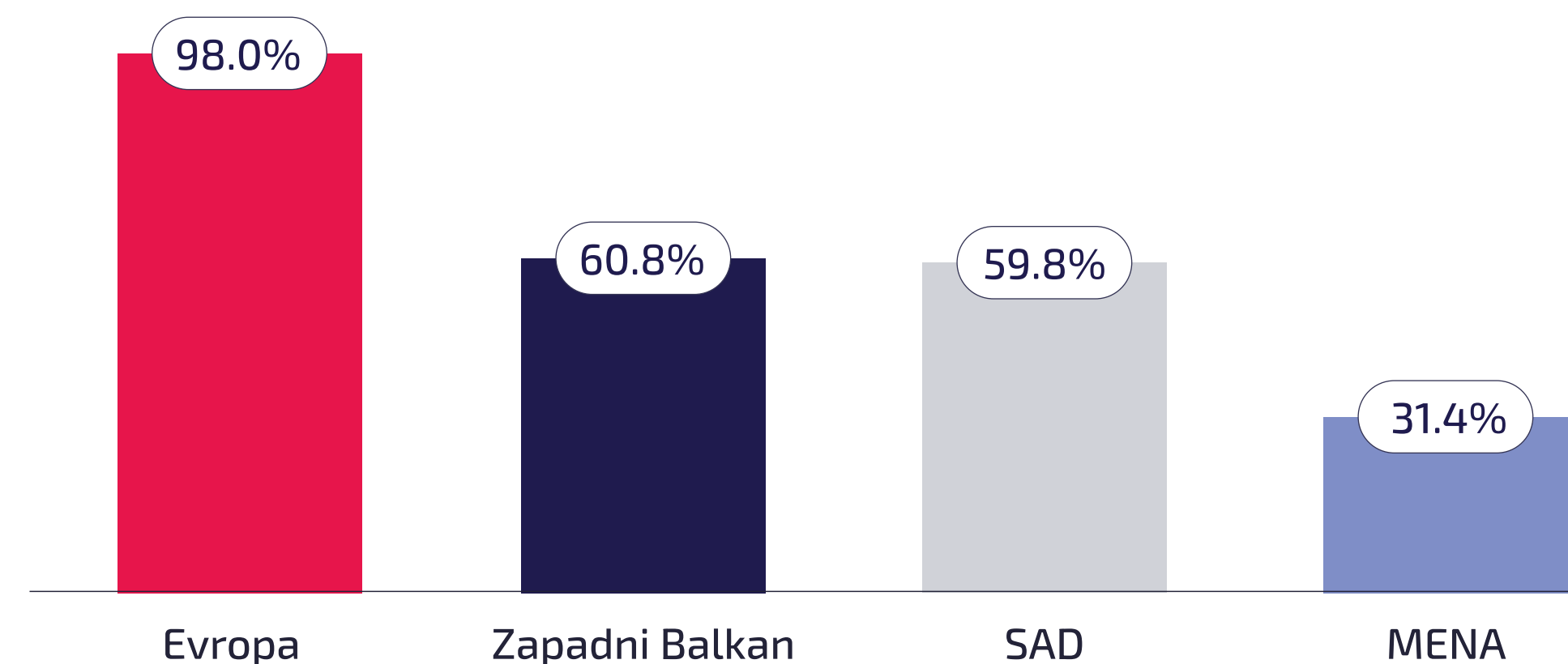
**18.4%**



27,2% startapa je od samog početka gradilo proizvod za globalno tržište i odmah krenulo sa međunarodnom prodajom, što je najčešće navođeni faktor uspešne internacionalizacije. Pronalaženje lokalnog partnera za globalno širenje zauzima drugo mesto (23,8%), a prate ga obezbeđivanje velikih međunarodnih ugovora (7,5%) i otvaranje fizičkog predstavništva u inostranstvu (6,1%).

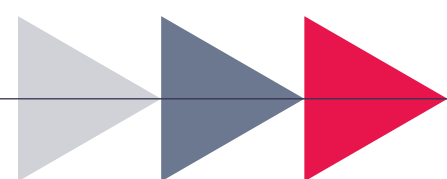


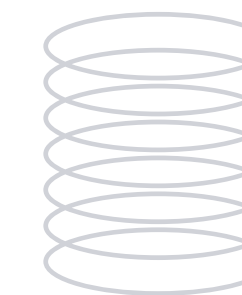
DA LI VAŠ STARTAP PLANIRA (DALJU) INTERNACIONALIZACIJU U 2026. GODINI? N= 170



TRŽIŠTA (DALJE) INTERNACIONALIZACIJE U 2026.  
Ispitanicima je bilo dozvoljeno da izaberu više odgovora

U 2026. godini, 69,4% startapa planira širenje na nova tržišta. Evropa je gotovo univerzalni cilj među onima koji planiraju internacionalizaciju (navodi je 98% njih), a prate je Zapadni Balkan (60,8%) i SAD (59,8%). Region MENA (Bliski istok i Severna Afrika) nalazi se na mapi planova za 31,4% startapa koji teže međunarodnom širenju.

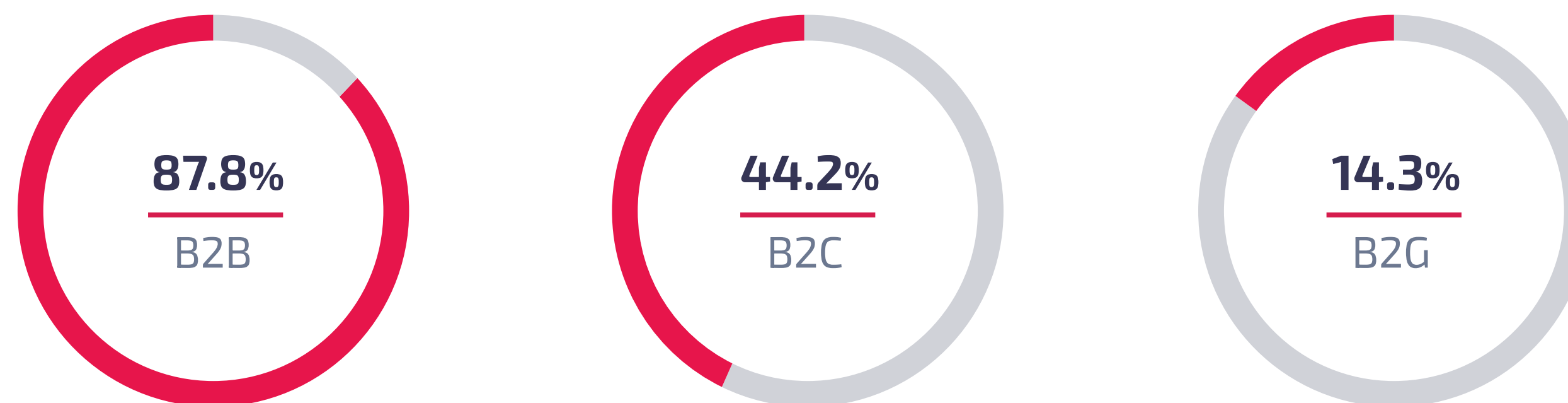




## Poslovni model

B2B ostaje dominantan model u celom ekosistemu, što navodi 87,8% startapa. Ovo predstavlja porast u odnosu na 81,8% iz 2024. godine. B2C model je prisutan kod 44,2% startapa, dok B2G (prodaja državi i javnim institucijama) čini 14,3%. Visoka zastupljenost B2B modela odražava kako profesionalno iskustvo mnogih osnivača, koji koriste postojeće korporativne mreže za pronalaženje prvih kupaca, tako i šire prepoznavanje činjenice da ugovori sa preduzećima nude predvidljivije prihode od potrošačkih proizvoda. Kompromis je brzina: prodajni ciklusi u radu sa preduzećima rutinski traju od tri do dvanaest meseci, što može ograničiti stope rasta i smanjiti privlačnost za investitore ako se od samog početka pažljivo ne vodi.

Učesnici fokus grupa vide ovo kao dugotrajan trend koji ukazuje na konkretan nedostatak u sistemu podrške: startapima su potrebni strukturirani načini za rano povezivanje sa korporacijama, kako bi mogli da validiraju svoje proizvode u stvarnim poslovnim okruženjima i ubrzaju put do usvajanja na tržištu. Izgradnja ovih mehanizama, bilo kroz pilot programe, ubrzane procese nabavke (procurement fast-tracks) ili partnerstva za korporativne inovacije identifikovana je kao prioritarna oblast za organizacije za podršku.

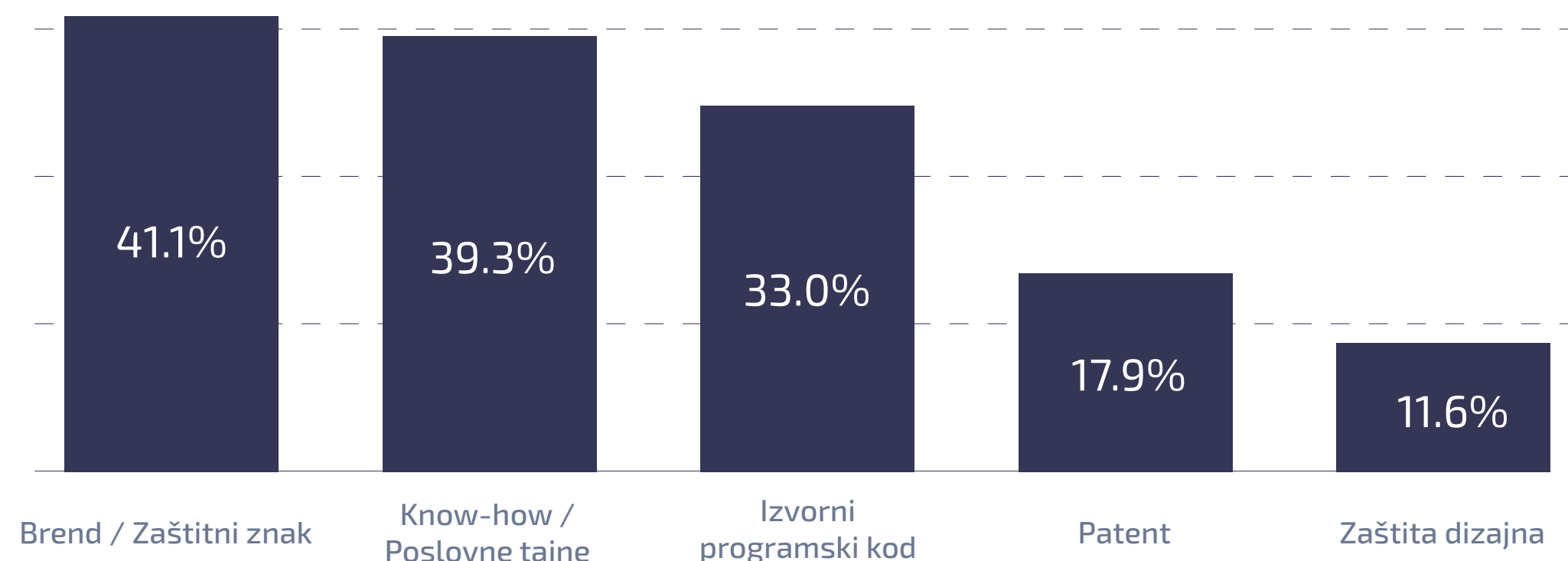


BIZNIS MODEL

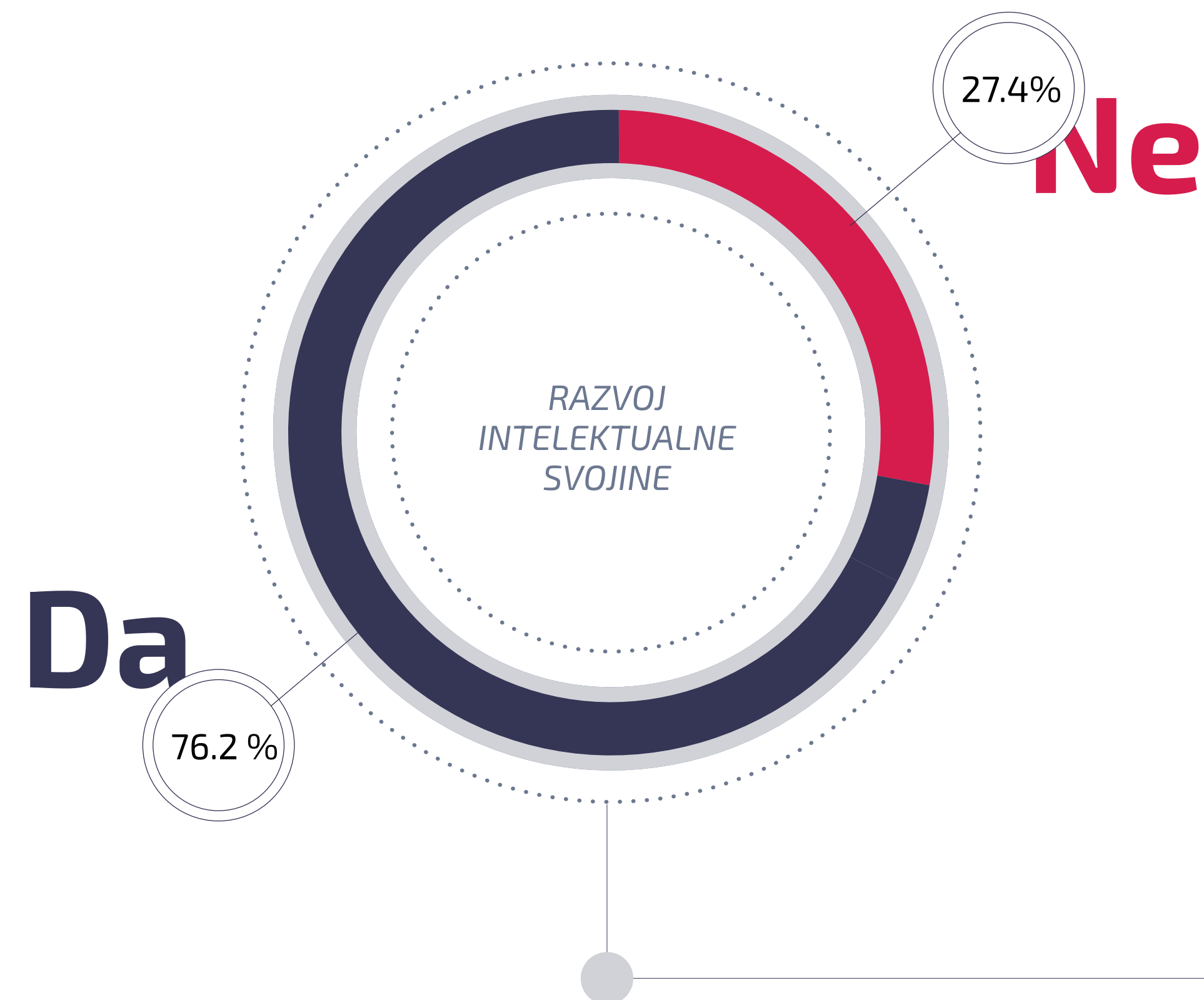
Ispitanicima je bilo dozvoljeno da izaberu više odgovora

### Zaštita intelektualne svojine

Čak 76,2% startapa razvija sopstvenu intelektualnu svojinu, a od tog broja većina je preduzela korake da je zaštiti. Zaštita brenda i žiga (trademark) je najčešći izbor (41,1% startapa koji razvijaju IP), a blisko je prate zaštita know-how-a i poslovne tajne (39,3%) i zaštita izvornog koda (33%). Patente koristi 17,9%, dok se zaštita dizajna primenjuje u 11,6% slučajeva. Kontinuirano davanje prioriteta zaštiti brenda i žiga (kao relativno dostupnom obliku registracije IP-a) sugerise rastuću svest o vrednosti intelektualne svojine, čak i ako dublji oblici zaštite (poput patenata i zaštite koda) i dalje nisu univerzalno prihvaćeni.



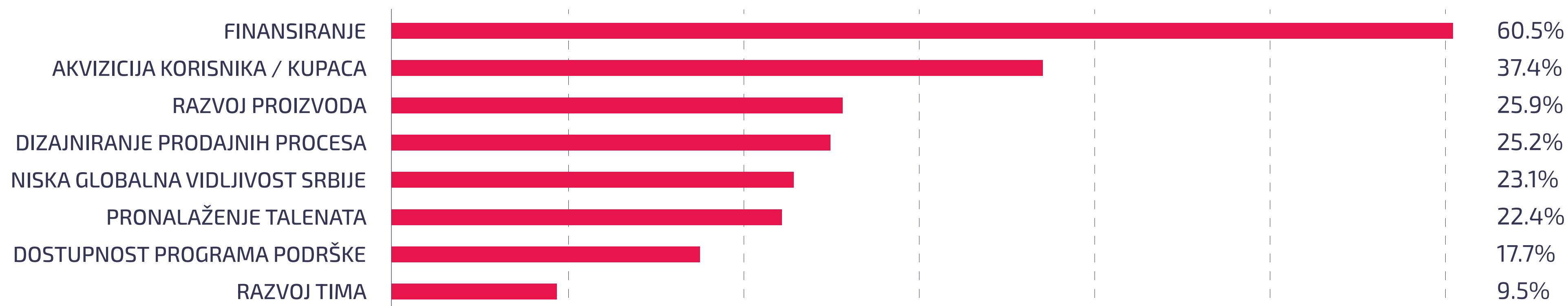
ZAŠTIĆENA PRAVA INTELJEKTUALNE SVOJINE  
Ispitanicima je bilo dozvoljeno da izaberu više odgovora



## Izazovi za startape u Srbiji

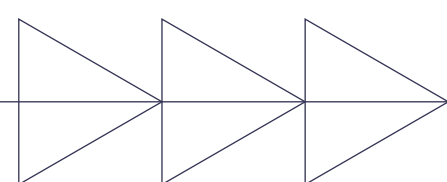
Finansiranje predvodi na listi izazova za 60,5% startapa, što je veći udeo nego prethodnih godina i pored ukupnog porasta raspoloživog kapitala u ekosistemu. Upornost ovog izazova ne oslikava sam nedostatak sredstava, već neusklađenost: mnogi startapi još nisu dostigli prekretnice koje investitori zahtevaju, poput konstantnog rasta MRR-a, validiranog poslovnog modela i dokazive trakcije na međunarodnom tržištu. Kao dodatak ovome, finansiranje putem grantova u ranoj fazi sve više popunjava praznine u budžetu, umesto da služi za ubrzanje progresije ka tim prekretnicama.

Akvizicija korisnika i kupaca dolazi sledeća sa 37,4%, a usko je prate razvoj proizvoda sa 25,9% i dizajn prodajnih procesa sa 25,2%. Slaba globalna vidljivost Srbije spomenuta je u 23,1% slučajeva. Ovo je posebno akutan izazov za startape koji ciljaju na inostrana tržišta, a polaze iz manjeg ekosistema sa ograničenim globalnim dosegom. Pronalazak talenta sa pravim veštinama je razlog za brigu kod 22,4% startapa, iako je pozicija koju je najteže popuniti ipak prodaja, a to ističe 46,9% svih ispitanika. Ta pozicija ubedljivo nadmašuje inženjerske uloge (25,9%), I&R (17%) i marketing (15%).



NAJVEĆI IZAZOVI ZA STARTAPE

Ispitanicima je bilo dozvoljeno da izaberu više odgovora

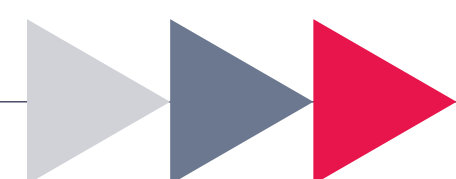
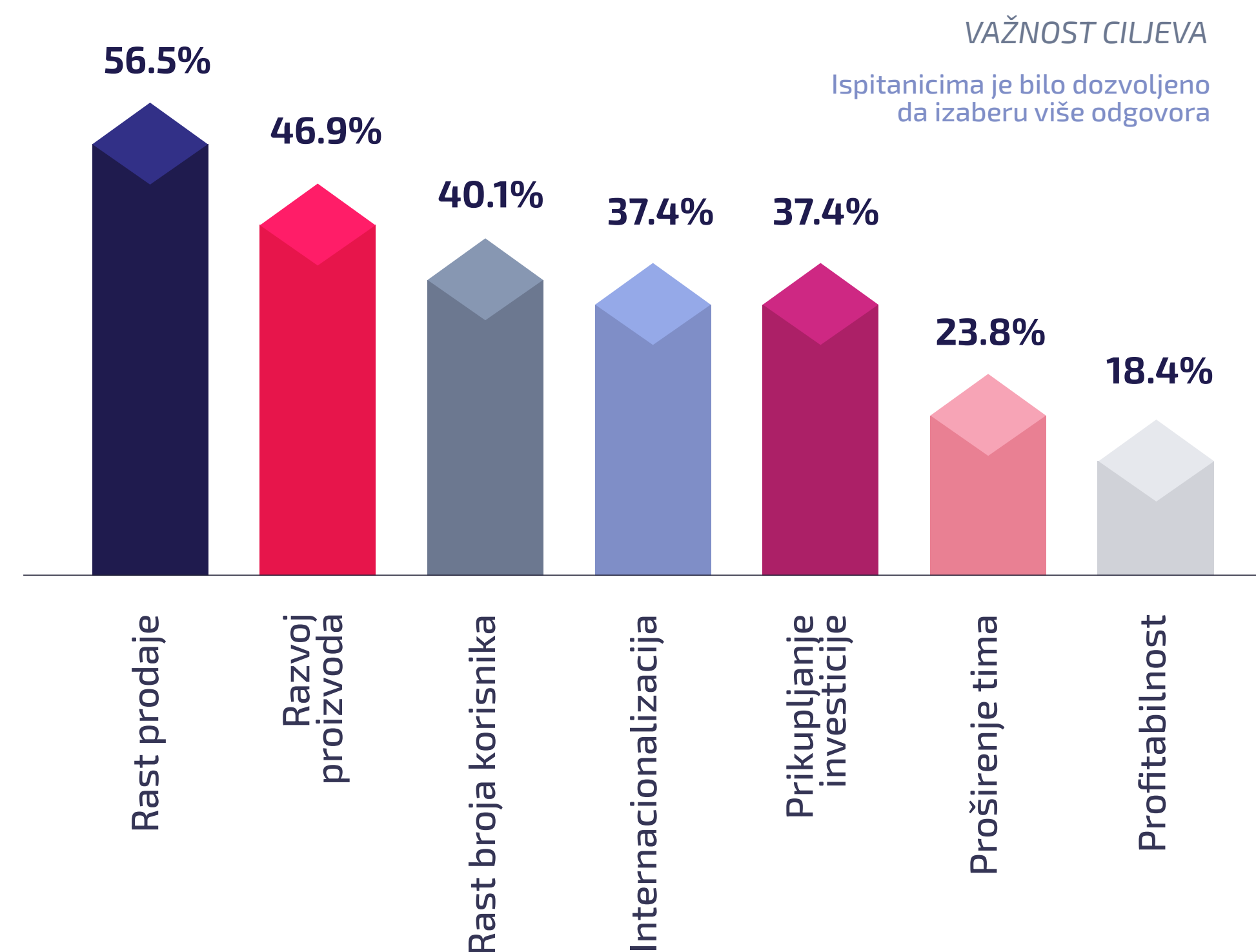




## Ciljevi

Rast prodaje je glavni prioritet za 56,5% startapa, a prate ga razvoj proizvoda (46,9%) i rast broja korisnika (40,1%). Internacionalizacija i podizanje nove runde investicija izjednačeni su sa po 37,4%. Profitabilnost kao samostalan cilj navodi samo 18,4% ispitanika, što može odražavati ili rane faze u kojima se većina nalazi, ili strateško opredeljenje za rast nauštrb marži.

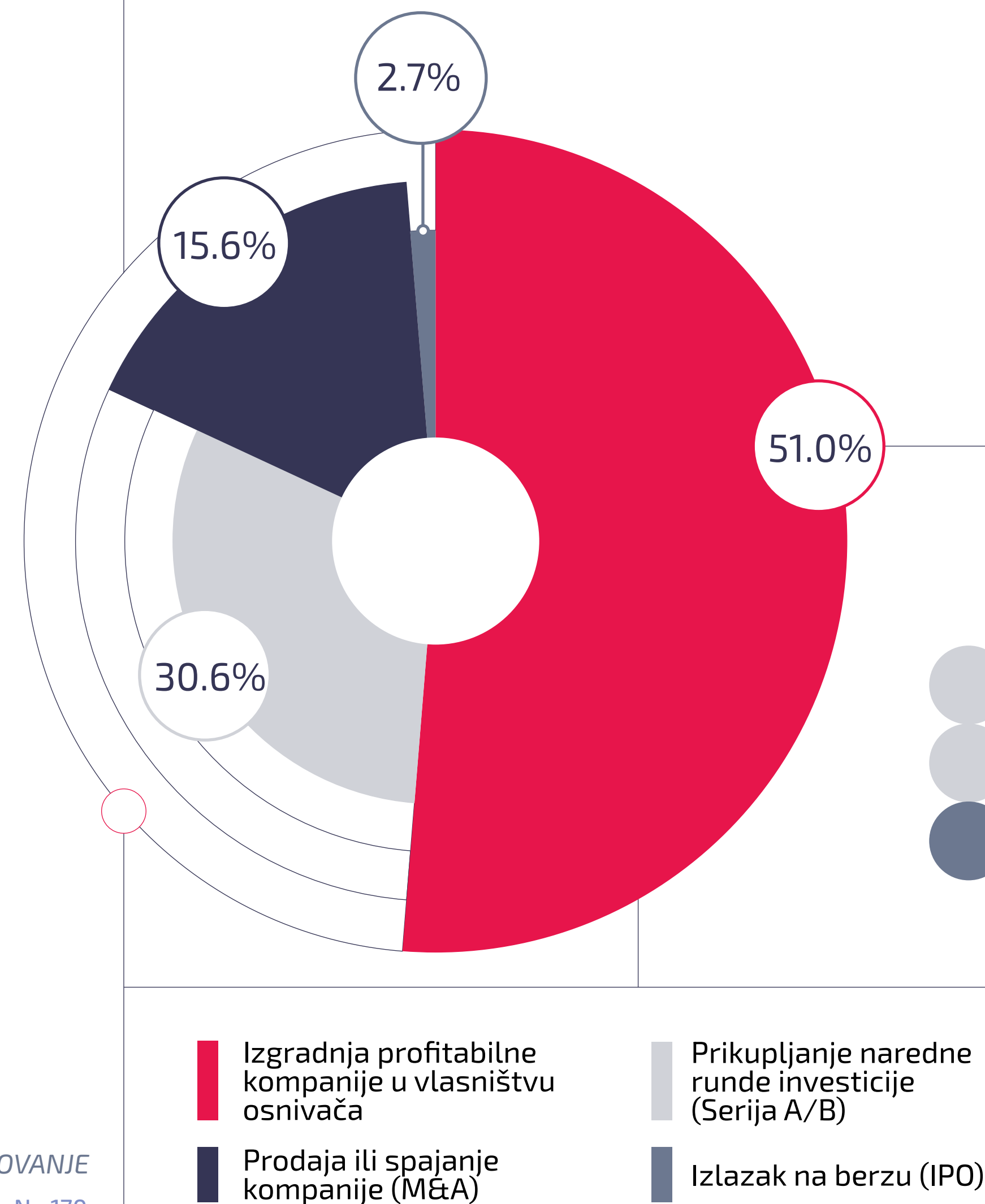
Čak 67,2% startapa koji su još uvek u fazama pre postizanja uklapanja proizvoda sa tržištem (pre-product-market-fit) navodi razvoj proizvoda kao ključni cilj, što je logičan prioritet, ali onaj koji može istisnuti komercijalni fokus neophodan da bi se to uklapanje zapravo postiglo. Među starijim startapima (onima koji posluju duže od tri godine), 40,6% i dalje navodi razvoj proizvoda kao jedan od tri glavna cilja, što sugerise da za značajan deo ekosistema proizvod i dalje nije završen, čak i godinama nakon početka rada.



### Planovi za buduće poslovanje

Izgradnja profitabilne kompanije u vlasništvu osnivača ostaje najčešća trogodišnja ambicija, koju navodi 51% startapa, što je pad u odnosu na 63,6% iz 2024. godine. Podizanje sledeće runde investicija (Serija A ili B) navedeno je kao plan za 30,6%, dok 15,6% cilja na prodaju ili spajanje kompanije (exit kroz merger & acquisition). Izlazak na berzu (IPO) i dalje je daleka opcija za većinu, koju navodi svega 2,7% startapa.

Pomak sa puta "profitabilnosti i nezavisnosti" (pad od preko 12%) je značajan. On može odražavati rastuću otvorenost osnivača ka rastu vođenom investicijama, ili je jednostavno reč o efektu sastava uzorka, s obzirom na veći udeo novijih startapa u ovogodišnjem istraživanju. U svakom slučaju, podaci pokazuju raznovrsniji skup orijentacija ka rastu i izlaznim strategijama (exit strategies) nego prethodnih godina.



PLANOVI ZA BUDUĆE POSLOVANJE  
N= 170

## Finansiranje

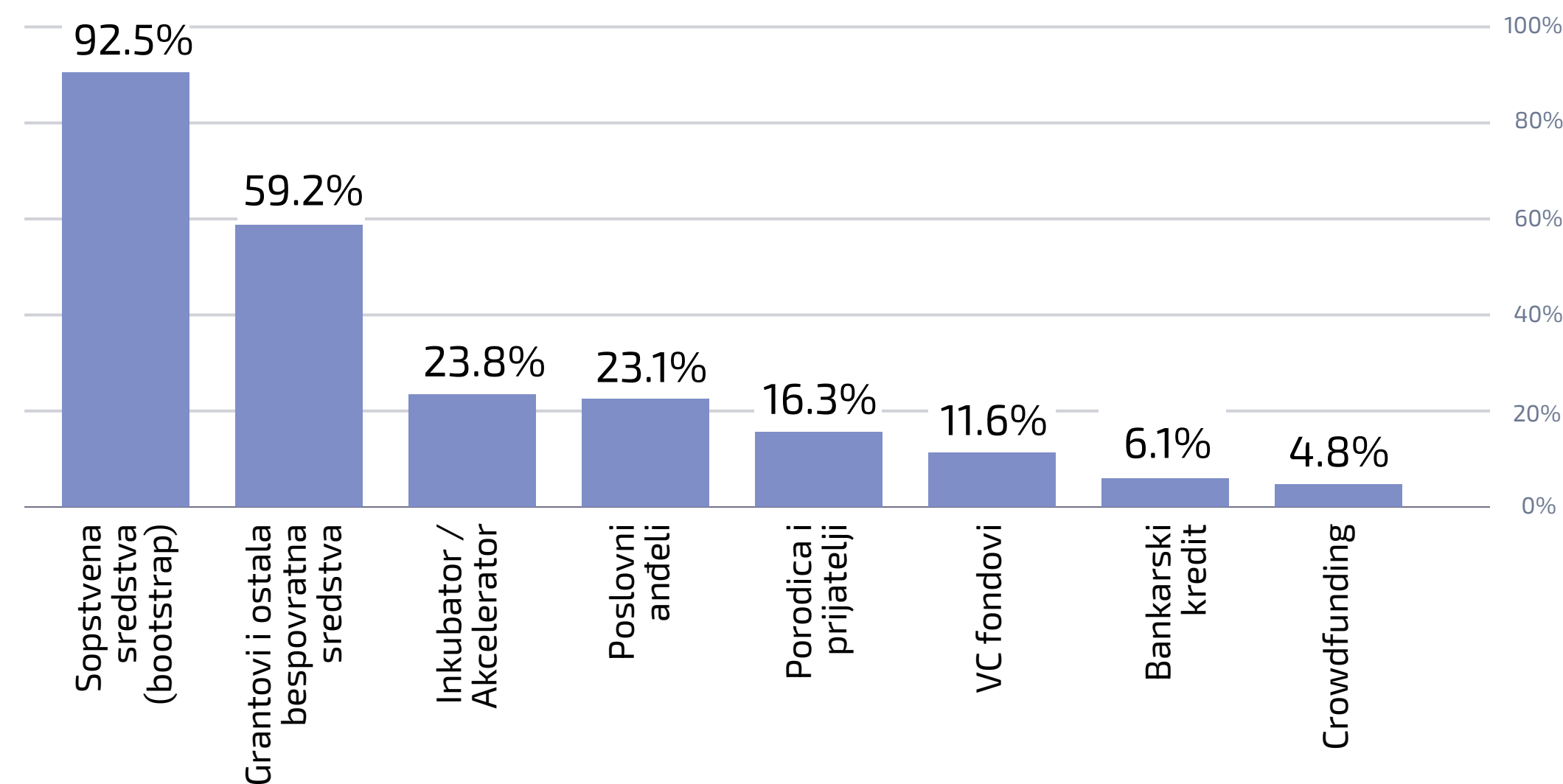
Prilikom pokretanja, 92,5% startapa se i dalje oslanja na bootstrapping (sopstvena sredstva) kao deo svog miksa finansiranja. Za mnoge startape koji su učestvovali u istraživanju, to je jedini izvor koji su ikada koristili. Grantovi i bespovratna sredstva su drugi najzastupljeniji instrument, koji je do danas koristilo 59,2% startapa. Obrazac koji se pojavljuje je podjednako poznat i zabrinjavajući: grantovi su najviše koncentrisani među startapima koji još uvek nisu ostvarili mesečni prihod (53,2% onih bez MRR-a koristilo je grantove), što sugerise da bespovratno finansiranje sve više popunjava prazninu koju bi, idealno, trebalo da popuni tržišna trakcija.

Učesnici fokus grupa su ovo označili kao potencijalnu "zamku grantova" (grant trap): startapi kojima postane udobno u ciklusima grantova rizikuju da izgube fokus na tržište, efektivno postajući "zombi startapi" koji održavaju operacije bez napretka ka komercijalnoj održivosti. Diskusija je ukazala na potrebu za strožim kriterijumima selekcije pri dodeli grantova i promišljenijom podelom uloga unutar ekosistema podrške — gde bi se neke organizacije fokusirale na masovnost i ranu aktivaciju, dok bi se druge koncentrisale na kvalitet, usmeravajući startape ka tržišnoj spremnosti, a dalje od zavisnosti od grantova.

Finansiranje koje uz kapital donosi mentorstvo i mreže kontakata (smart money) i dalje je manje zastupljeno. Inkubatori i akceleratori su finansirali 23,8% startapa, poslovni anđeli 23,1%, a VC fondovi 11,6%. Zajedno, ovi podaci predstavljaju značajan napredak u odnosu na prethodne godine, ali

IZVORI FINANSIRANJA

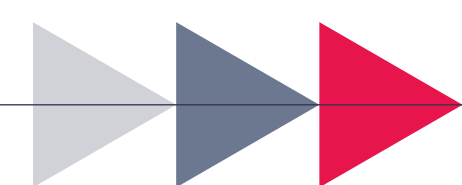
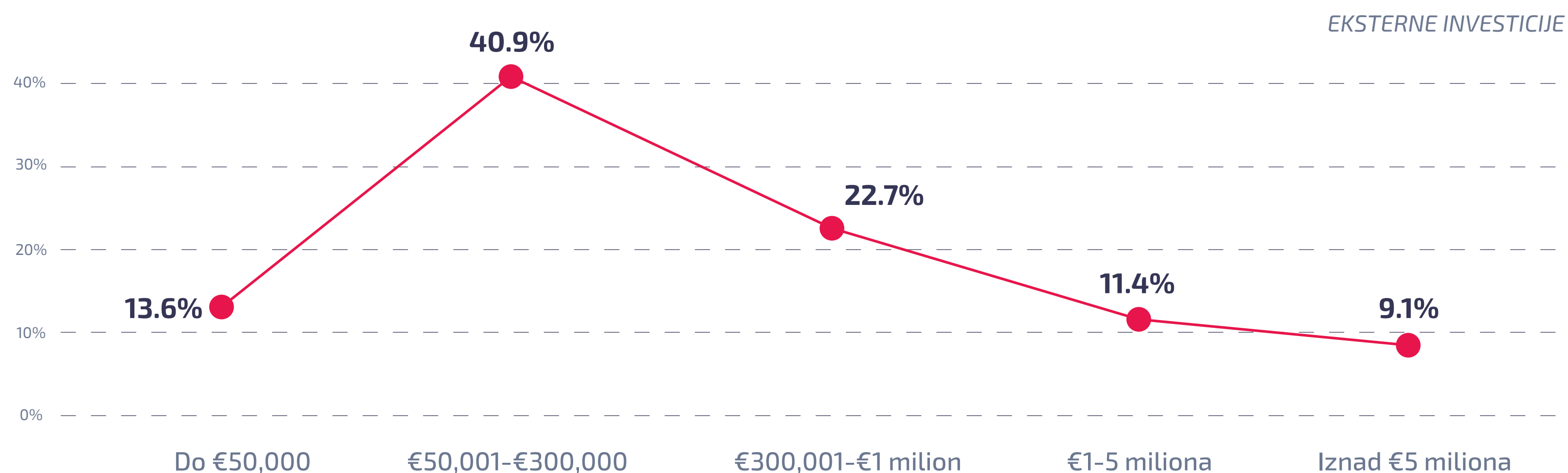
Ispitanicima je bilo dozvoljeno da izaberu više odgovora



šira slika i dalje ukazuje na ograničen pristup kapitalu koji pomaže startapima da rastu, a ne samo da prežive. Posmatrano ukupno, 61,9% startapa oslanjalo se isključivo na bootstrapping i/ili grantove, bez ikakvog kontakta sa izvorima "pametnog novca", što znači da, iako je samofinansiranje gotovo univerzalno, za veliku većinu ono nikada nije bilo dopunjeno investicijama anđela, VC fondova ili akceleratora. Ovaj udeo je dovoljno visok da predstavlja strukturnu karakteristiku ekosistema, a ne privremeno stanje.

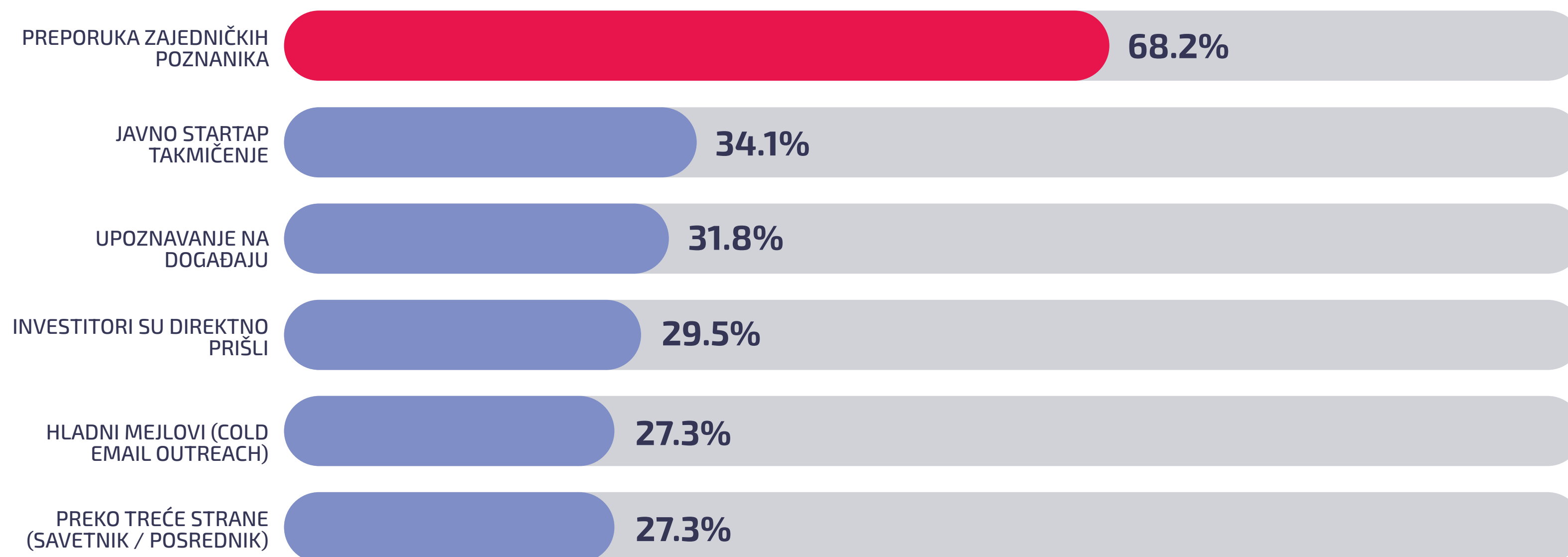
## Eksterne investicije

Eksterne investicije je do sada u nekom trenutku prikupilo 29,9% startapa. U pitanju je blago povećanje u odnosu na 27,8% u 2024. godini, mada je to i dalje mnogo ispod 44,8% koliki je procenat zabeležen za 2023. godinu. Između 50.001 i 300.000 evra je prikupilo 40,9% njih koji su prikupili eksterni kapital, a 22,7% je prikupilo vrednost od 300.000 do milion evra. U višem razredu, 11,4% je prikupilo od 1 milion do 5 miliona evra, uz 9,1% onih iznad 5 miliona evra. Sumu manju od 50.000 evra podiglo je 13,6%, što je kategorija koja tipično oslikava anđeoske isplate ili rane instrumente podrške nalik grantovima, a ne institucionalne runde.



Preporuke putem zajedničkih poznanika ostaju ubedljivo najefikasniji put do investicije, što navodi 68,2% startapa koji su prikupili eksterni kapital. Ovo predstavlja značajan skok u odnosu na 49,1% iz 2024. godine i naglašava koliko proces investiranja i dalje zavisi od ličnih mreža, a ne od strukturiranih kanala protoka prilika (dealflow channels). Da su im

investitori direktno prišli, prijavilo je 29,5% ispitanika, dok su učešće na javnim startup takmičenjima (34,1%) i događajima (31,8%) takođe igrali značajnu ulogu. Direktno kontaktiranje putem imejla (cold outreach) i podrška trećih strana (savetnika, posrednika) pomogli su u po 27,3% slučajeva startupima koji su primili investiciju.



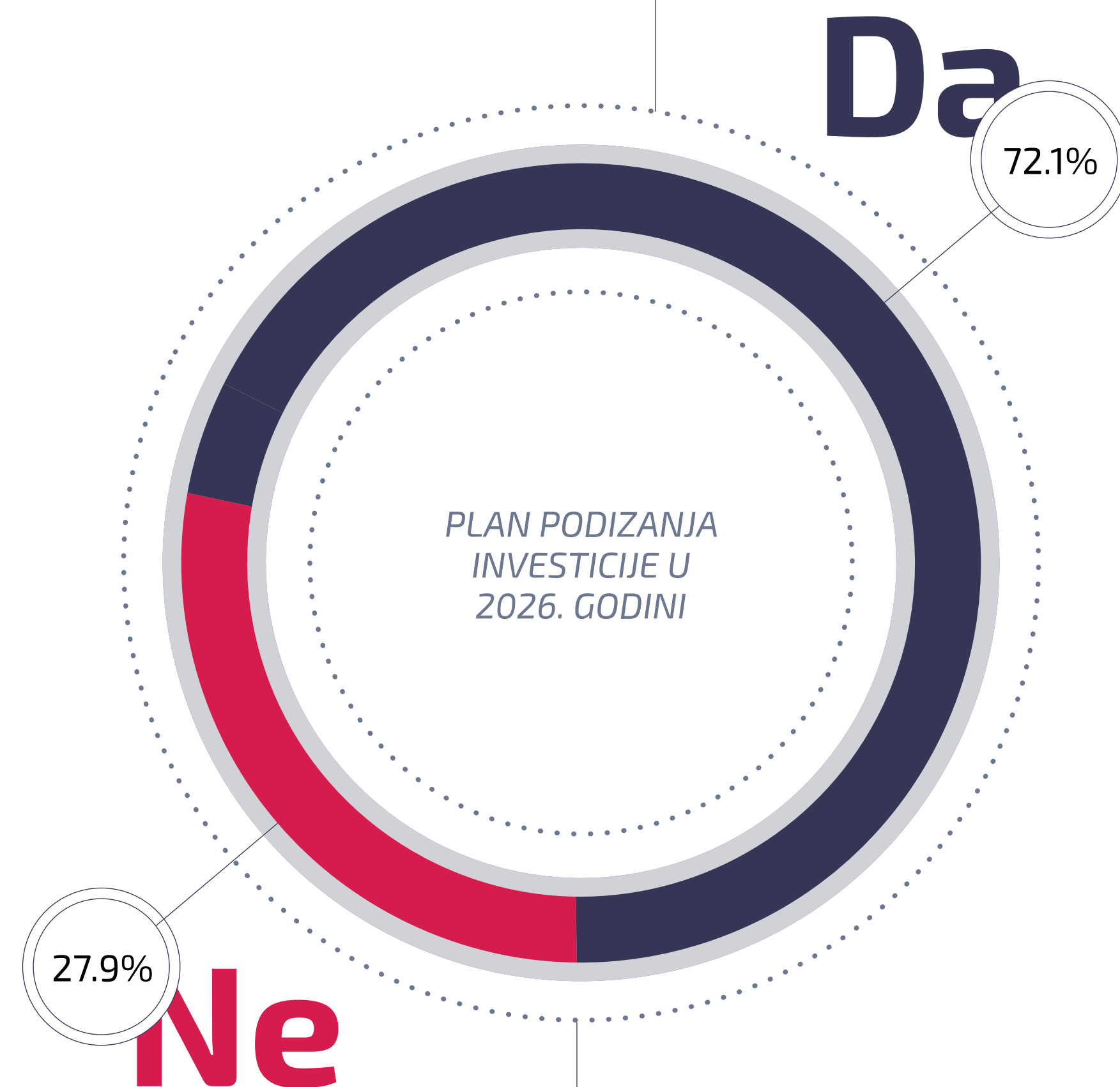
#### NAČIN DOLASKA DO INVESTICIJA

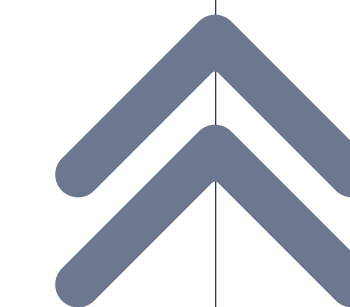
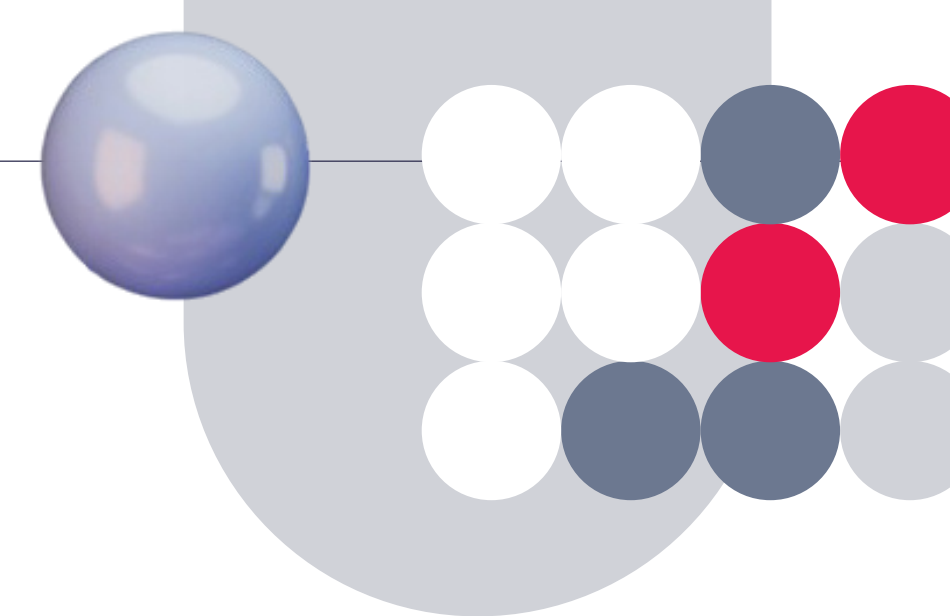
Ispitanicima je bilo dozvoljeno da izaberu više odgovora

Kada je reč o valuaciji, 70,1% startapa (uključujući i one koji nisu prikupili investicije) nema procenjenu vrednost. Među onima koji je imaju, 7,5% navodi vrednost iznad 5 miliona evra, 8,2% u okvirima 2,5 do 5 miliona evra, a 6,8% je između 1 i 2,5 miliona evra. Kao i u prethodnim izdanjima ovog izveštaja, ove brojke treba tumačiti sa oprezom: valuacije startapa u ranim fazama su inherentno subjektivne, a podaci koje osnivači samostalno prijavljuju obično odražavaju optimizam jednako koliko i tržišnu realnost.

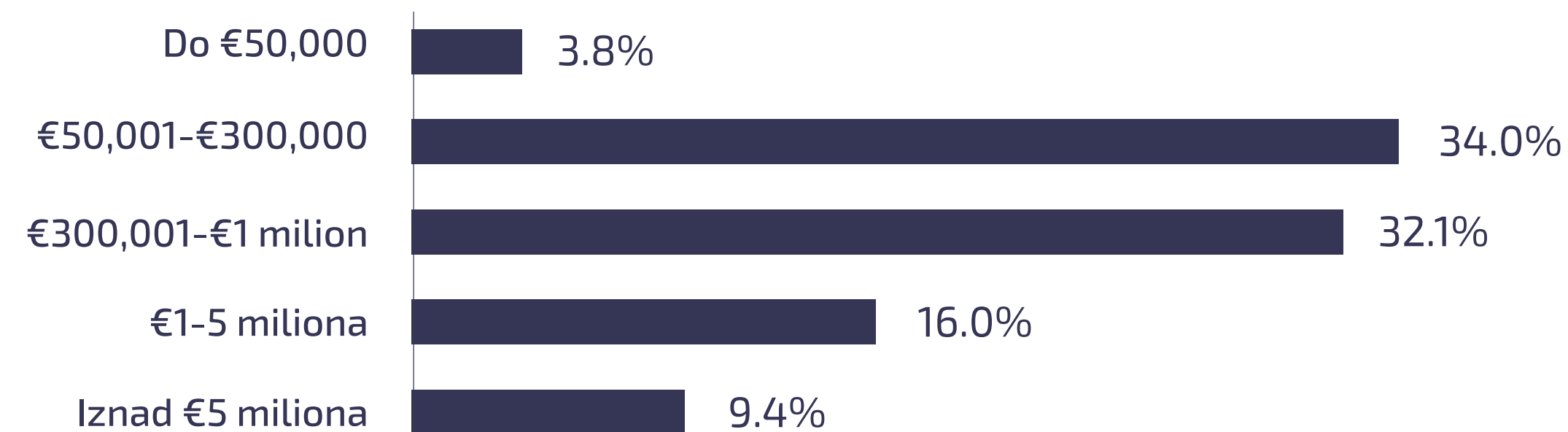
### Planovi finansiranja za 2026. godinu

Čak 72,1% startapa planira da prikupi investiciju u 2026. godini, dok 27,9% to ne planira, što predstavlja značajan preokret u odnosu na prethodnu godinu, kada je 39,9% izjavilo da neće tražiti eksterni kapital. Bilo da ovo odražava obnovljeno samopouzdanje ili jednostavno širu svest o tome da je rast bez eksternog kapitala teško održiv, pravac je jasan: apetit za prikupljanjem sredstava (fundraising) značajno je porastao.

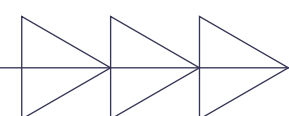




Planirane veličine investicionih rundi znatno su ambicioznije nego u 2024. godini. Opseg od 50.000 do 300.000 evra ostaje najčešći (kod 34% onih koji planiraju prikupljanje kapitala), a prati ga opseg od 300.000 do milion evra sa 32,1%. Primetno je da 16% startapa cilja na runde od jedan do pet miliona evra, dok 9,4% teži iznosima iznad pet miliona evra, što predstavlja izrazit pomak naviše u odnosu na 2024. godinu, kada je distribucija bila snažno nagnuta ka manjim rundama. Imajući u vidu da 42,2% startapa trenutno nema mesečni ponavljajući prihod (MRR) i da 70,1% nikada nije dobilo eksternu procenu vrednosti (valuation), ove ambicije u pogledu veličine rundi treba uzeti sa određenom dozom rezerve.



PLAN FINANSIRANJA U 2026. GODINI



Korelacija između rasta MRR-a i strategije finansiranja ostaje jedan od najjasnijih obrazaca u podacima. Među startapima bez mesečnih prihoda, 77,4% planira da se osloni na grantove u 2026. godini, što je porast u odnosu na 69% iz 2024. signalizirajući produbljanje zavisnosti od grantova u donjem delu distribucije prihoda. Startapi sa niskim MRR-om (do 10% mesečnog rasta) primarno se oslanjaju na bootstrapping, pri čemu 62,3% planira da nastavi sa samofinansiranjem. Među 14 startapa sa visokim rastom MRR-a, slika je raznolikija: polovina planira da traži VC finansiranje, dok 42,9% i dalje uključuje grantove u svoje planove za 2026. godinu, što je podsetnik da su čak i najbrže rastući startapi u ovom ekosistemu i dalje povezani sa instrumentima bespovratnog finansiranja. To je ili iz navike, ili zato što još uvek nisu prešli pragove koji bi ih učinili isključivo privlačnim za institucionalne investitore.

Svega 33,3% startapa planira da se u 2026. godini osloni isključivo na grantove i/ili bootstrapping, bez "pametnog novca" (smart money) u svojim planovima, što je manji udeo od 43,4% onih koji su se do danas isključivo oslanjali na ove izvore. Ovo sugerise da barem veći broj osnivača teži pristupu "pametnijem" kapitalu, čak i ako je jaz između aspiracija i realizacije bio širok u prethodnim izdanjima ovog izveštaja.

Posmatrano zajedno, podaci o finansiranju ukazuju na ekosistem koji je u pokretu, ali još uvek nije u tranziciji. Rastući udeo startapa se barem orijentiše ka pametnijem kapitalu, ambicije za prikupljanje sredstava rastu, a pristup poslovnim anđelima i akceleratorima je poboljšán. Izazov je u tome što ambicija i spremnost nisu ista stvar, a podaci dosledno pokazuju da veliki deo ekosistema još uvek nije pozicioniran da izvrši tu tranziciju. Zatvaranje tog jaza, kroz strožu selekciju pri dodeli grantova, bolje puteve ka "pametnom novcu" i sistem podrške koji aktivno usmerava startape ka komercijalnim prekretnicama ostaje odlučujući zadatak za period koji je pred nama.

## Povezanost, podrška i ljudski kapital

### Lokalna povezanost

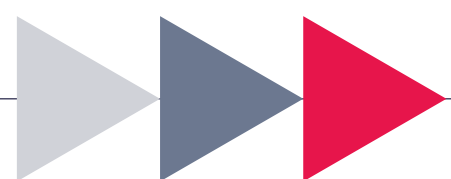
Lokalna povezanost opisuje koliko se akteri u startup ekosistemu poznaju, podržavaju i preporučuju jedni drugima. Kako bi se procenilo stanje ovih mreža u Srbiji, istraživanje je tražilo od osnivača da ocene doprinos različitih aktera u dve faze: fazi osnivanja i fazi razvoja.

U fazi osnivanja, organizacije za podršku (inkubatori i akceleratori) predstavljaju najznačajniji izvor ključne podrške, što je navelo 28,2% startapa kao kritično važno. Kolege i poslovni partneri slede odmah iza, sa kombinovanom ulogom „korisnih“ ili „kritičnih“ aktera za veliki udeo osnivača. Porodica, prijatelji i poznanici takođe igraju primetnu ulogu, posebno u najranijoj fazi pre samog osnivanja, dok osnivači još uvek testiraju ideje. U fazi razvoja, među 84 startapa koji su dali ocene za ovu fazu, organizacije za podršku ponovo prednjače, identifikovane kao kritične od strane 29,8% ispitanika. Kolege i poslovni partneri ostaju značajni saradnici, dok uloga porodice i prijatelja prirodno opada kako poslovanje sazreva.

UČEŠĆE U INKUBATORIMA/AKCELERATORIMA



Ono što više privlači pažnju od izvora pomoći, jesu igrači koji su identifikovani da ne pomažu. Zaposleni u javnim institucijama, profesori i ljudi iz konkurentskih kompanija dosledno postižu niske ocene u obe faze, uz veoma visoke stope odgovora „nisu pomogli“ ili „nismo saradivali“. Ovo ukazuje na sistemske praznine u ekosistemu: veza između univerziteta i startapa ostaje slaba, a saradnja sa konkurencijom gotovo i ne postoji.

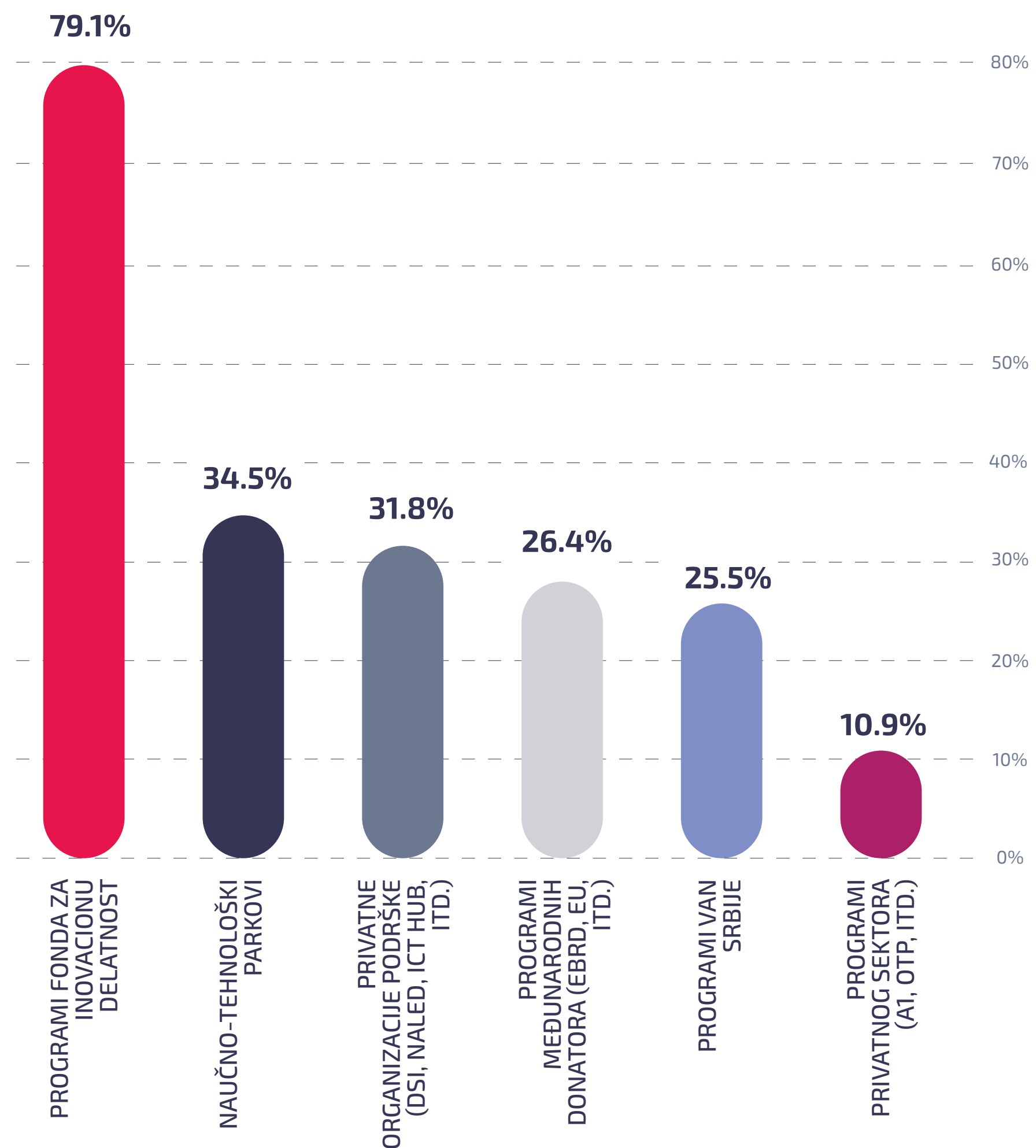


## Sistem podrške: Inkubatori i akceleratori

Čak 74,8% startapa učestvovalo je u barem jednom programu podrške, što je blagi pad u odnosu na 79,8% iz 2024. godine. Među onima koji su učestvovali, programi Fonda za inovacionu delatnost su najzastupljeniji, što navodi 79,1% učesnika, naglašavajući ogromnu strukturnu ulogu Fonda u domaćem startap ekosistemu. Programi Naučno-tehnoloških parkova (NTP) slede sa 34,5%, dok su programi privatnih organizacija za podršku (kao što su DSI, Garaža, NALED, ICT Hub) zastupljeni sa 31,8%. Programi međunarodnih donatora (EBRD, EU, SWISS Connect, British Council, IFC) obuhvatili su 26,4% startapa, dok je programima koji se organizuju potpuno van Srbije pristupilo 25,5% njih. Programi koje organizuju kompanije iz privatnog sektora (A1, OTP, Mozart, Delta) predstavljaju 10,9%.

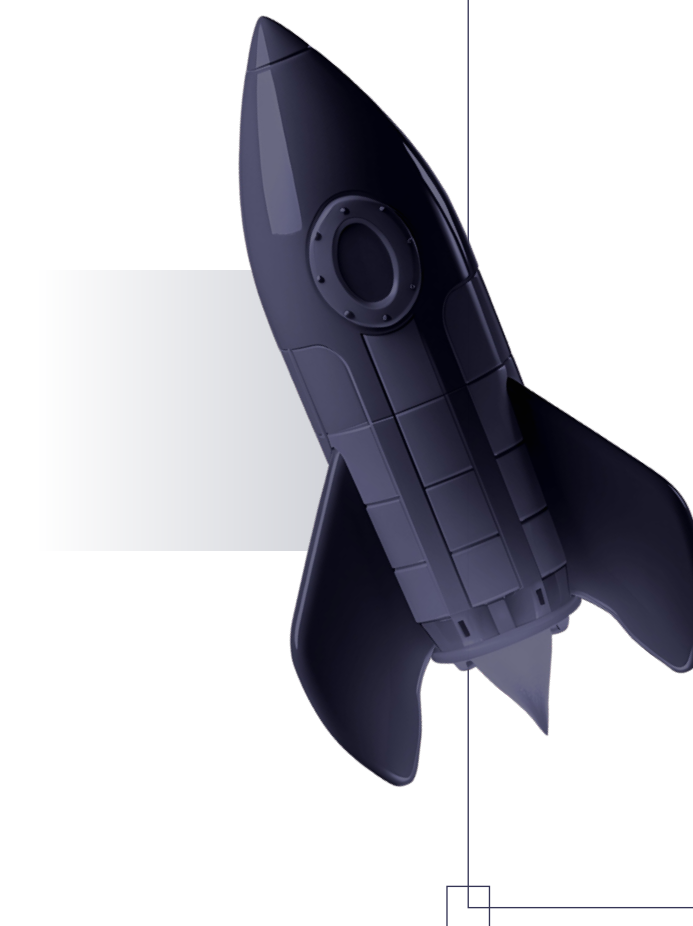
**74.8%**

UČEŠĆE U PROGRAMIMA  
INKUBATORA/  
AKCELERATORA

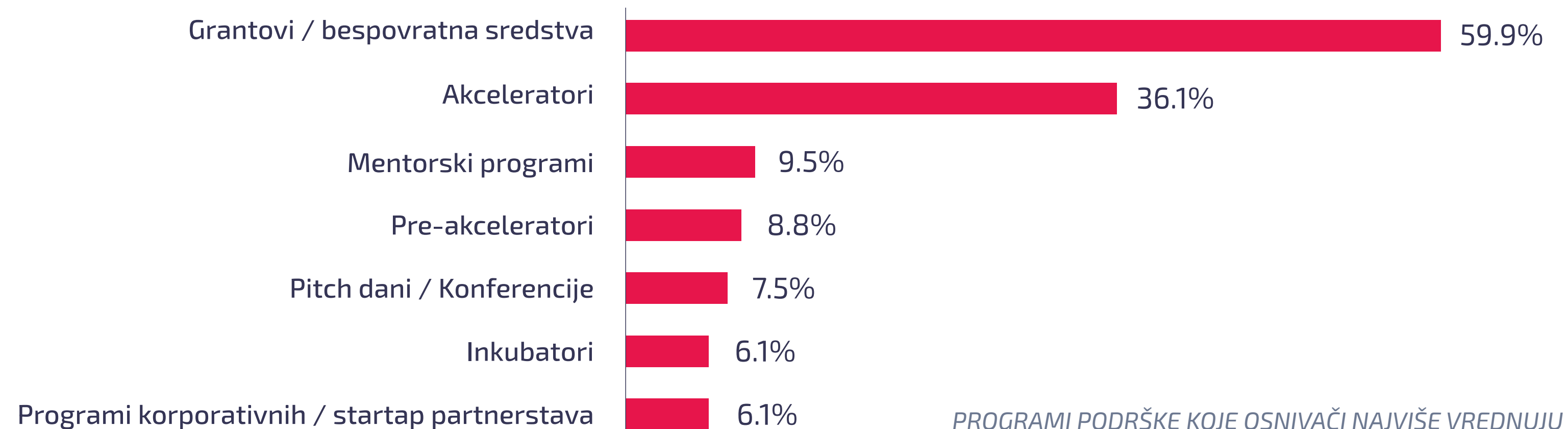


PROGRAMI PODRŠKE

Ispitanicima je bilo dozvoljeno da izaberu više odgovora

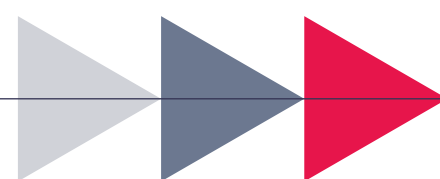


Pri sagledavanju najpoželjnjih programa, osnivači sa velikom razlikom na prvo mesto stavljaju grantove i bespovratna sredstva, koja navodi 59,9% njih. Akceleratori ih prate sa 36,1%, dok mrežu dopunjuju mentorski programi sa 9,5%, pre-akceleratori sa 8,8%, kao i pitch dani i konferencije sa 7,5%. Snažna preferencija prema grantovima u odnosu na programe bazirane na znanju odražava obrazac viđen i u finansijskom profilu ekosistema: bespovratni kapital je ono što većina startapa navodi kao najveću potrebu, iako se smatra da bi mentorstvo i mreža kontakata mogli ponuditi trajniju vrednost.



*PROGRAMI PODRŠKE KOJE OSNIVAČI NAJVIŠE VREDNUJU*

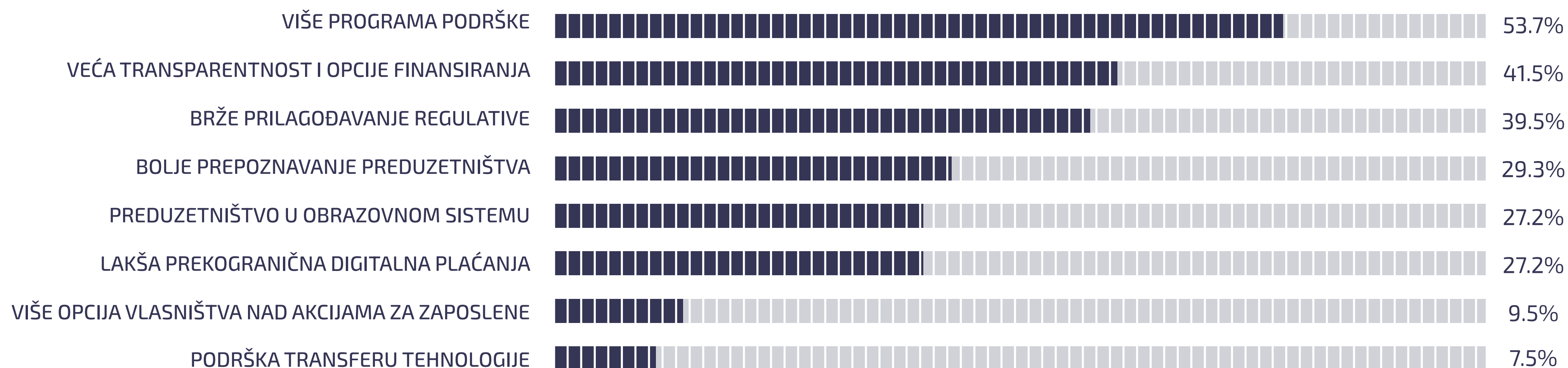
*Ispitanicima je bilo dozvoljeno da izaberu više odgovora*



## Javne politike i regulativa

Najčešće navođeno očekivanje od javnih politika je više programa podrške, što je istaklo 53,7% startapa i predstavlja značajan porast u odnosu na 37,9% iz 2024. godine. Veća transparentnost i proširene opcije finansiranja slede sa 41,5%, dok 39,5% ispitanika priželjkuje brže prilagođavanje regulative i zakona novim poslovnim modelima. Skoro trećina (29,3%) želi bolje prepoznavanje preduzetništva kao društvene vrednosti, dok 27,2% poziva na uvođenje

preduzetničkog razmišljanja u obrazovni sistem. Isti procenat (27,2%) specifično naglašava potrebu za lakšim korišćenjem digitalnih platformi za prekogranična plaćanja i naplate, što je problem koji je direktno povezan sa aktivnostima na međunarodnom tržištu, posebno kod startapa koji imaju klijente u SAD i Evropi.



OČEKIVANJA OD JAVNIH POLITIKA I PRAVNE REGULATIVE

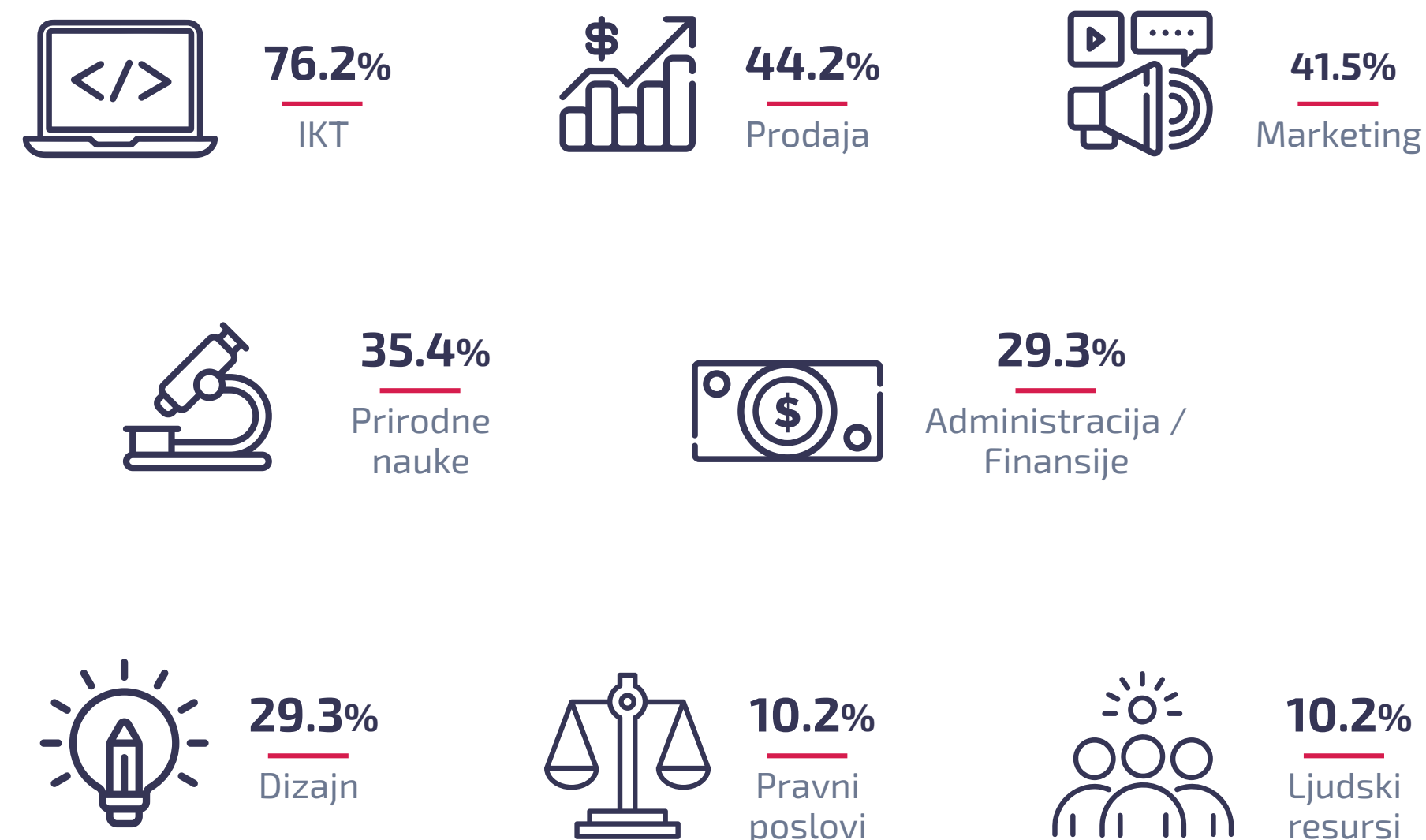
N= 170

Ispitanicima je bilo dozvoljeno da izaberu više odgovora

## Ljudski kapital

Na osnovu dostupnih podataka, 19,7% startapa zapošljava strane državljane, što odgovara broju od 93 strana zaposlena u celom uzorku, što je pad u odnosu na 22,2% iz 2024. godine. Iako je ovaj procenat niži, on i dalje signalizira postepenu internacionalizaciju radne snage, naročito kada se uzme u obzir da 14,3% startapa ima barem jednog stranog suosnivača.

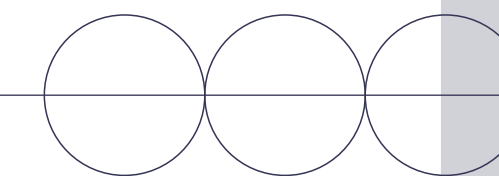
S druge strane, 13,6% startapa prijavljuje da uopšte nema zaposlenih, što je blagi porast u odnosu na 9,6% zabeleženih 2024. godine. IKT (informaciono-komunikacione tehnologije) ostaje dominantna oblast stručnosti zaposlenih, prisutna u 76,2% startapa, što je u skladu sa prethodnim godinama. Prodaja (44,2%) i marketing (41,5%) slede, dok su prirodne nauke zastupljene sa 35,4%, a administracija i finansije, kao i dizajn, sa po 29,3%. Pravna ekspertiza prisutna je u svega 10,2% startapa, kao i ljudski resursi (HR). Ovo su tipično oblasti kojima se pažnja obično posvećuje tek kada se zadovolje ostale operative potrebe.



OBLAST EKSPERTIZE ZAPOSLENIH

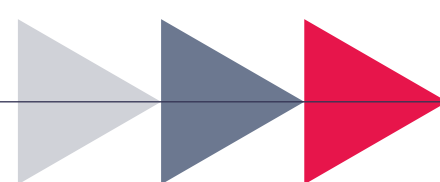
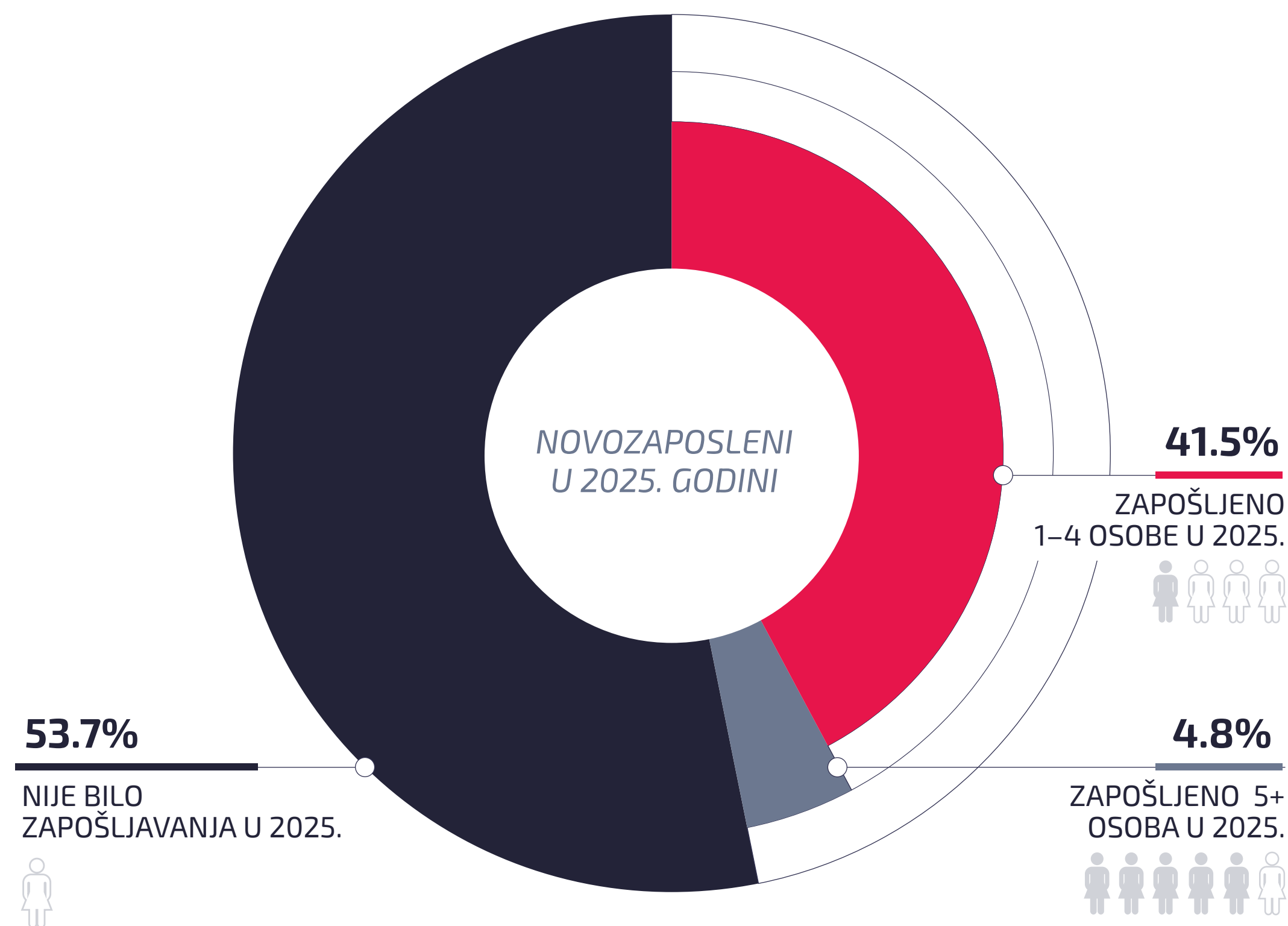
N= 170

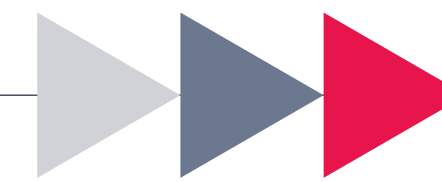
Ispitanicima je bilo dozvoljeno da izaberu više odgovora



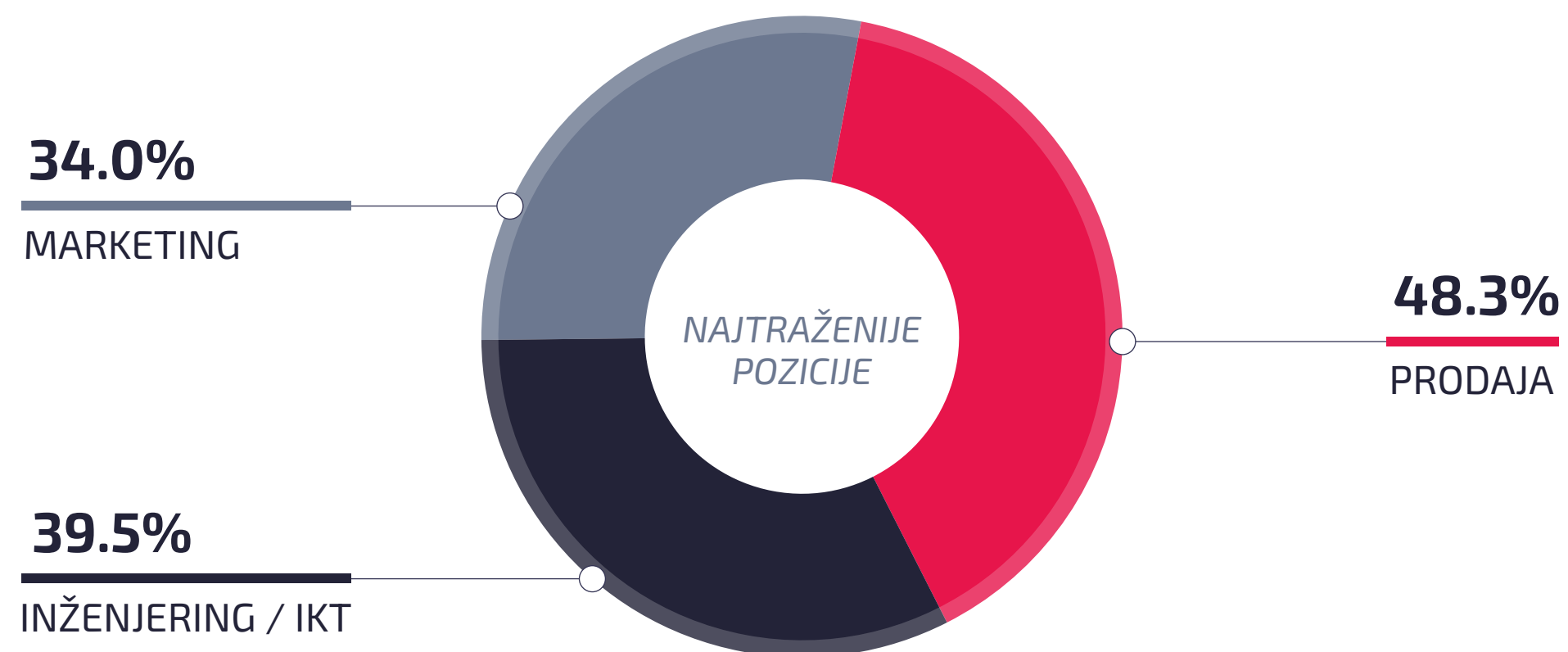
## Zapošljavanje

Tokom 2025. godine 53,7% startapa nije zaposlilo nijednog novog člana tima u 2025. godini, a ukupan broj novozaposlenih u celom uzorku iznosio je svega 175. Među onima koji su zapošljavali, IKT sektor je bio zastupljen kod 27,9% startapa, a prate ga prodaja i istraživanje i razvoj (R&D) sa po 13,6%, dok je marketing zastupljen sa 10,2%. Udeo startapa koji ili nisu zaposlili nikoga, ili su zaposlili između jednog i četiri čoveka, iznosi visokih 95,2%, što znači da je značajan rast timova u apsolutnim brojkama bio ograničen na veoma mali broj kompanija. Među startapima sa visokim MRR-om, 35,7% je zaposlilo više od tri osobe, u poređenju sa svega 8,1% startapa bez mesečnih prihoda, što je obrazac koji potvrđuje direktnu vezu između zamaha prihoda i organizacionog rasta.

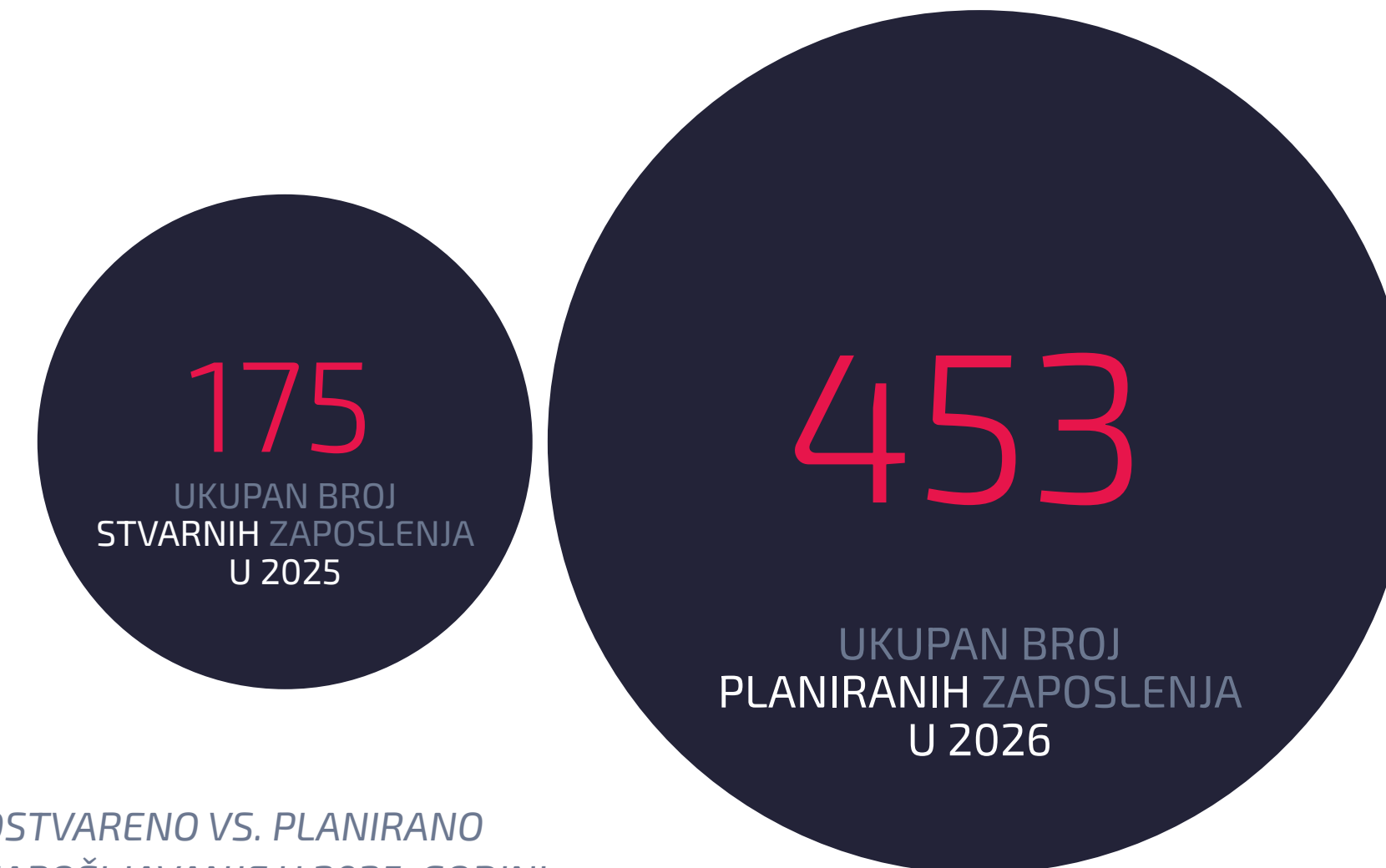




Kada se uporedi stvarni broj zaposlenih u 2025. godini sa 806 novozaposlenih koje su startapi planirali u prošlogodišnjem Startap skeneru, jaz je jako veliki. Startapi u ovogodišnjem istraživanju generisali su ukupno 175 novih radnih mesta, dok je prošlogodišnjih 198 ispitanika planiralo njih 806. Čak i kada se uzme u obzir razlika u veličini uzorka, stvarno zapošljavanje je podbacilo u odnosu na navedene namere, nastavljajući višegodišnji obrazac u kojem startapi značajno precenjuju svoje kapacitete za izgradnju tima.



Ispitanicima je bilo dozvoljeno da izaberu više odgovora



OSTVARENO VS. PLANIRANO  
ZAPOSŁJAVANJE U 2025. GODINI

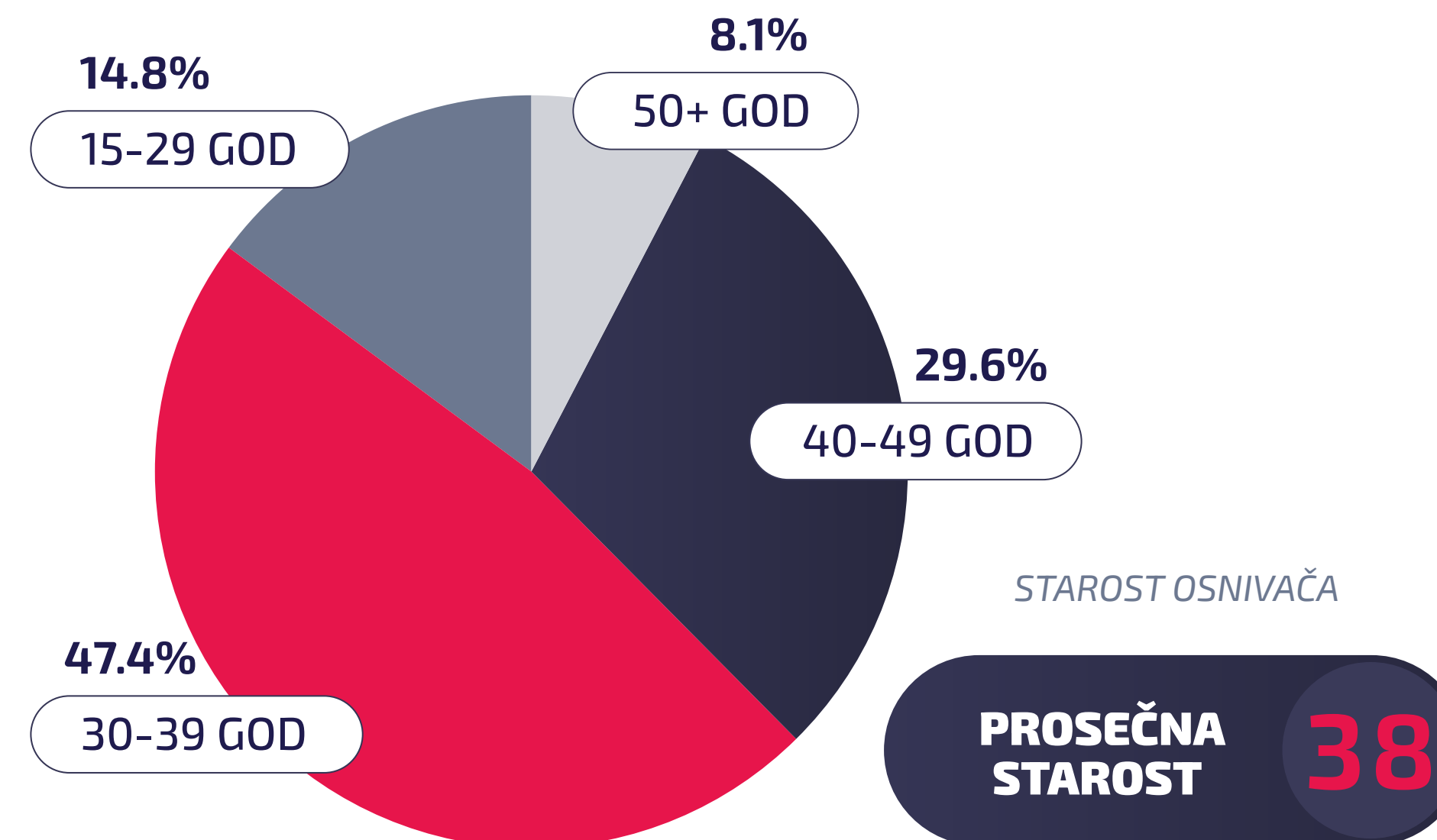
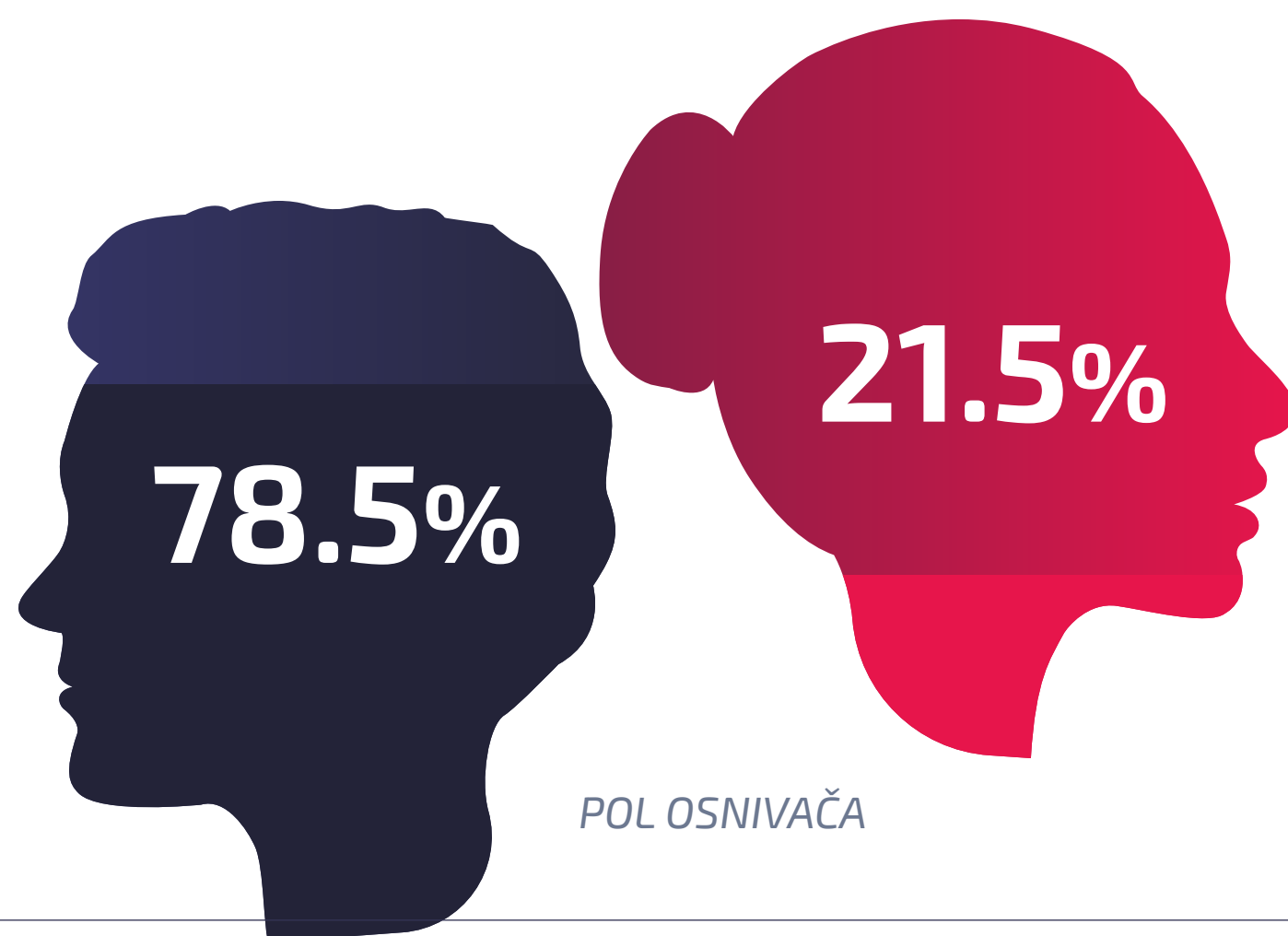
Ipak, 86,4% startapa planira zapošljavanje u 2026. godini, sa ukupno 453 planirana nova radna mesta i prosekom od 3,6 po startapu među onima koji aktivno regrutuju. Prodajne pozicije su na vrhu liste najpotrebnijih uloga (48,3%), a prate ih inženjering (39,5%) i marketing (34%). Ukrštanje podataka o MRR-u i planovima za zapošljavanje u prodaji otkriva stalnu tenziju: 40,3% startapa bez prihoda planira zapošljavanje u prodaji, u poređenju sa 54,7% startapa sa niskim i 50% onih sa visokim MRR-om. Ovo sugeriše da čak i startapi koji su najdalje od generisanja prihoda prepoznaju nedostatak u prodaji, mada podaci dosledno pokazuju da samo prepoznavanje problema ne donosi promenu kada je reč o stvarnom broju novozaposlenih.

## Profil osnivača

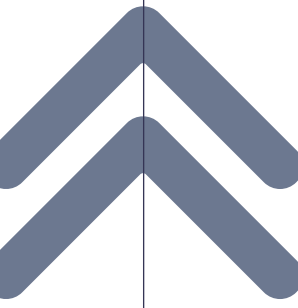
### Starosna i rodna struktura

Startup Skener 2026 potvrđuje široke konture profila osnivača startapa u Srbiji uspostavljene prethodnih godina: to su pretežno muškarci, obrazovani, u tridesetim godinama i sa prebivalištem u Srbiji. Istovremeno, nekoliko metrika signalizira značajne strukturne promene koje vredi pratiti.

Starosna grupa od 30 do 39 godina ostaje najveća i čini 47,4% ispitanika — što je porast u odnosu na 42,8% iz 2024. godine. Udeo mladih osnivača između 15 i 29 godina nastavio je da opada i sada iznosi 14,8%, u poređenju sa 24,9% iz 2024. Kohorta od 40 do 49 godina porasla je na 29,6% (sa 21,4%), dok osnivači stariji od 50 godina čine 8,1% (pad sa 10,9% u 2024). Opšti trend starenja baze osnivača se nastavlja, sa prosečnom starošću od 38 godina, u poređenju sa 36 godina iz 2024. godine.



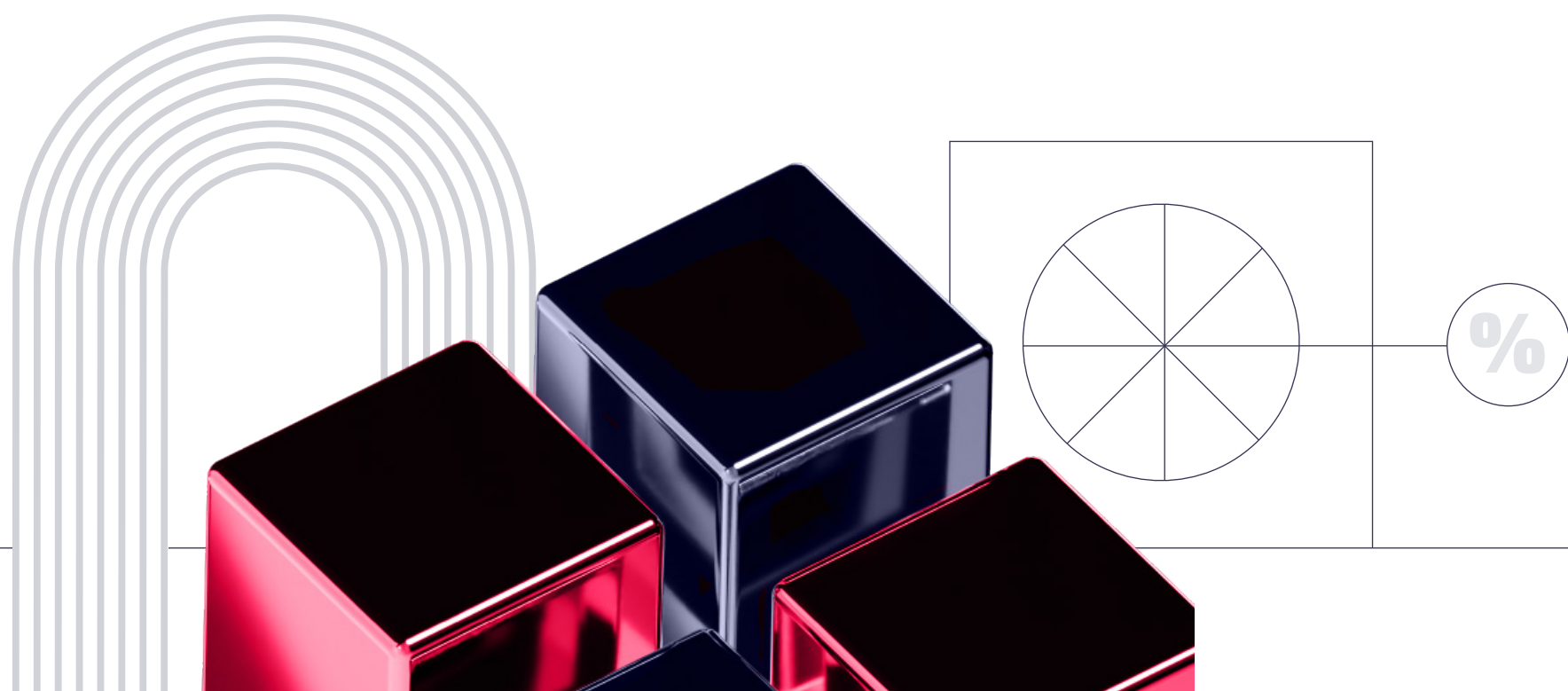
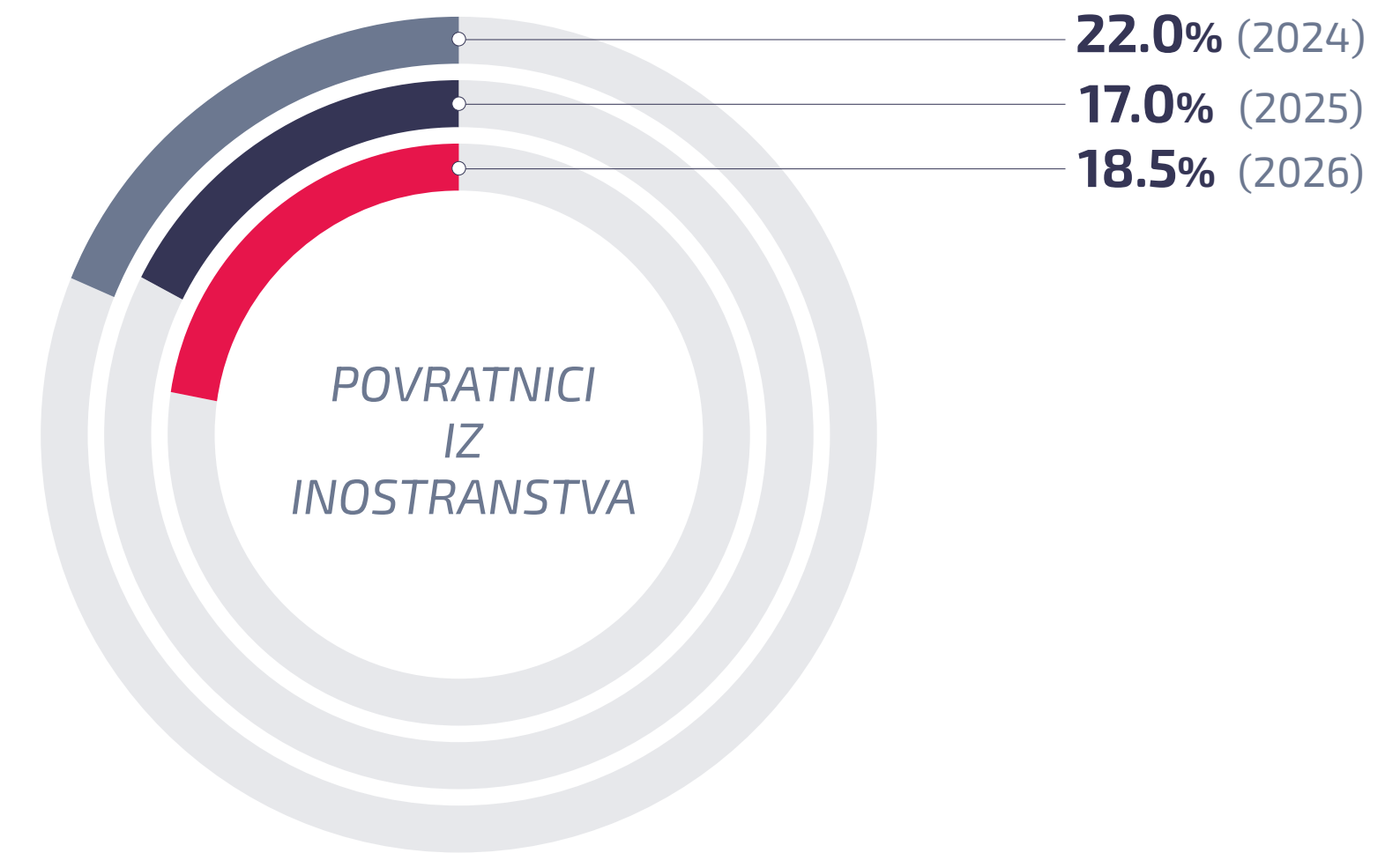
Muškarci čine 78,5% ispitanika u sekciji ličnih profila, dok žene čine 21,5%. Iako je ovo i dalje značajna neravnoteža, udeo žena se povećao sa 17,8%, koliko je prijavljeno 2024. godine, što predstavlja skroman, ali ohrabrujuć napredak. Udeo žena osnivača porastao je sa 17,8% u 2024. na 21,5% u 2025. godini, što je pozitivan pravac koji, ostavlja prostor za dalji napredak i ukazuje na stalnu potrebu za ciljanim inicijativama kako bi se proširio pristup preduzetništvu.

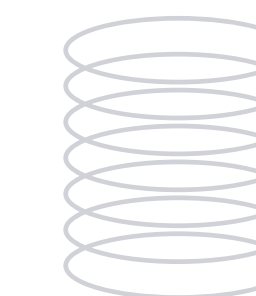


### Povratnici iz inostranstva

Povratnici iz inostranstva čine 18,5% osnivača. Oni su definisani kao pojedinci koji su proveli najmanje 12 meseci u inostranstvu radi posla, studija ili profesionalnog usavršavanja pre nego što su se vratili u Srbiju da grade svoj startup. Ovo predstavlja blagi porast u odnosu na 17% prijavljenih u prethodnom izdanju, preokrećući trend pada koji je pre dve godine iznosio 22%.

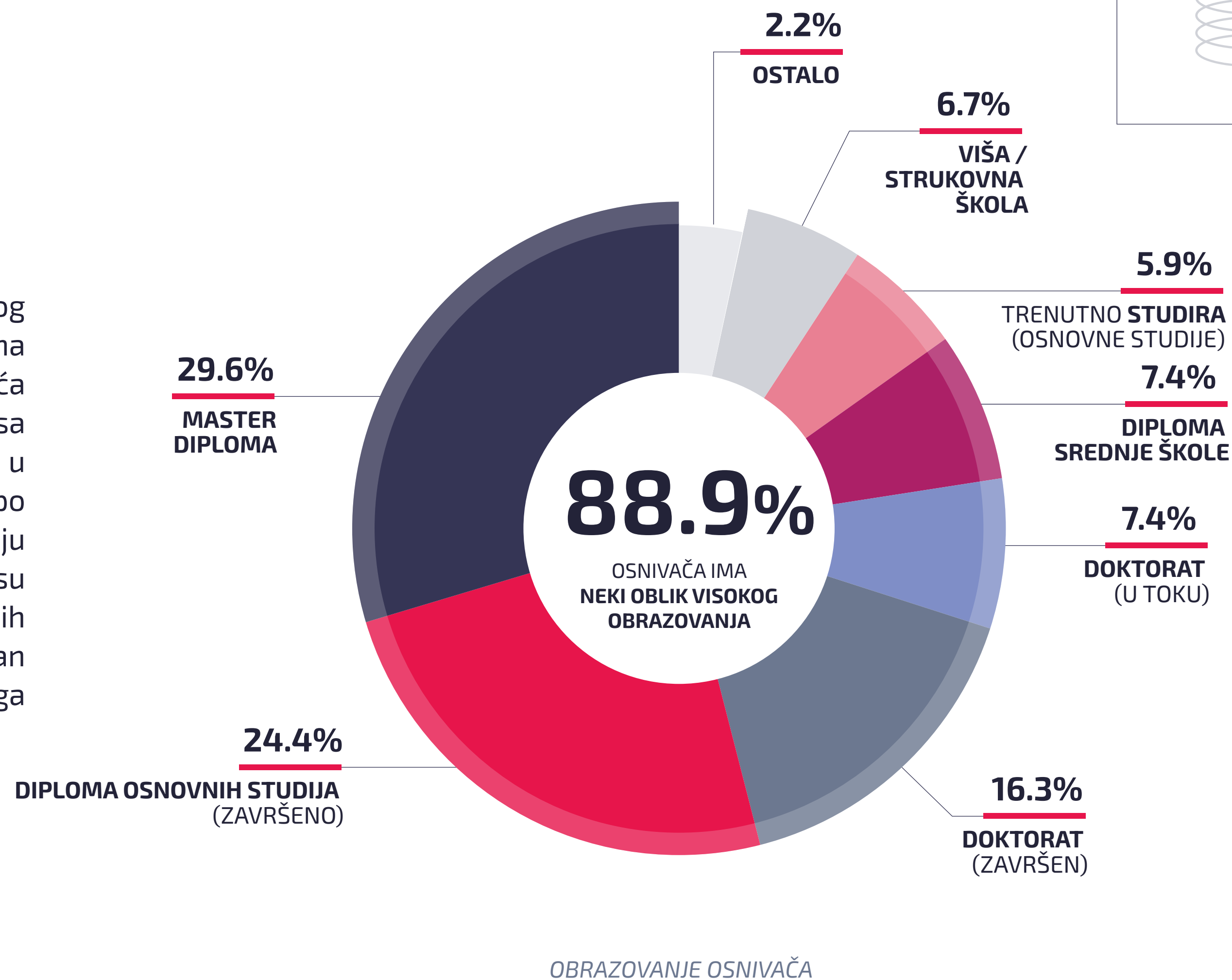
Osnivači povratnici doprinose više nego što njihovi brojevi sugerišu: oni donose iskustvo sa međunarodnih tržišta i investicionih ekosistema, često poseduju postojeće mreže kontakata u inostranstvu i neretko služe kao „vezivno tkivo“ između srpskog ekosistema i velikih globalnih centara (hubs). Njihova postepena stabilizacija kao dela osnivačke populacije, nakon dve godine pada, pozitivan je indikator.





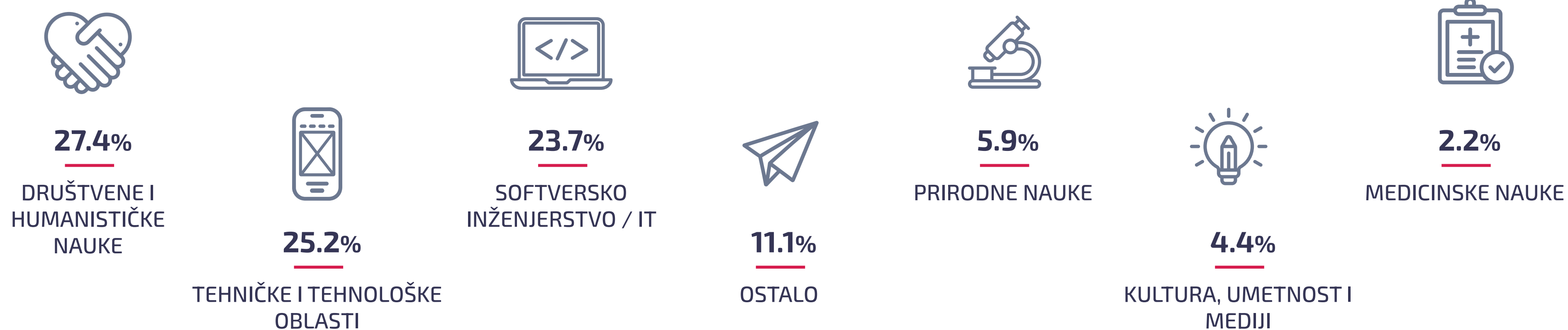
### Obrazovni profil

Ogromna većina, 88,9% osnivača, ima neki oblik visokog obrazovanja, uključujući i one koji trenutno studiraju na osnovnim ili doktorskim studijama. Master diploma je najčešća kvalifikacija sa 29,6%, a prate je završene osnovne studije sa 24,4%. Osnivači sa završenim doktoratom čine 16,3%, što je u skladu sa cifrom od 15% iz 2024. godine. To je visok udeo po regionalnim standardima i verovatno odražava koncentraciju ekosistema u istraživački intenzivnim oblastima kao što su BioTech, MedTech i duboka tehnologija (deep tech). Dodatnih 7,4% trenutno pohađa doktorske studije, što dovodi ukupan udeo onih sa doktoratom ili na putu ka njemu na 23,7%. Svega 7,4% osnivača poseduje samo srednjoškolsku diplomu.

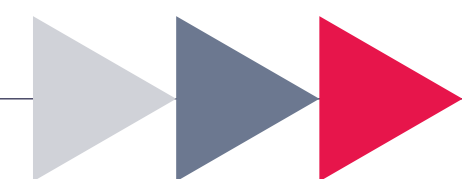


Distribucija po oblastima obrazovanja značajno se promenila. Društvene i humanističke nauke sada predstavljaju najbrojniju grupu sa 27,4%, pretekavši tehničko-tehnološke nauke (25,2%) i softversko inženjerstvo i IT (23,7%), koji su prednjačili prethodnih godina. Ovaj pomak je u skladu sa trendom porasta udela netehničkih osnivača u populaciji osnivačkih

timova, što je takođe istaknuto u sekciji Profil startapa. Prirodne nauke čine 5,9%, dok je medicinska oblast zastupljena sa svega 2,2%, što je primetan jaz s obzirom na poziciju BioTech-a i MedTech-a kao vodećih startap sektora po broju ispitanika.

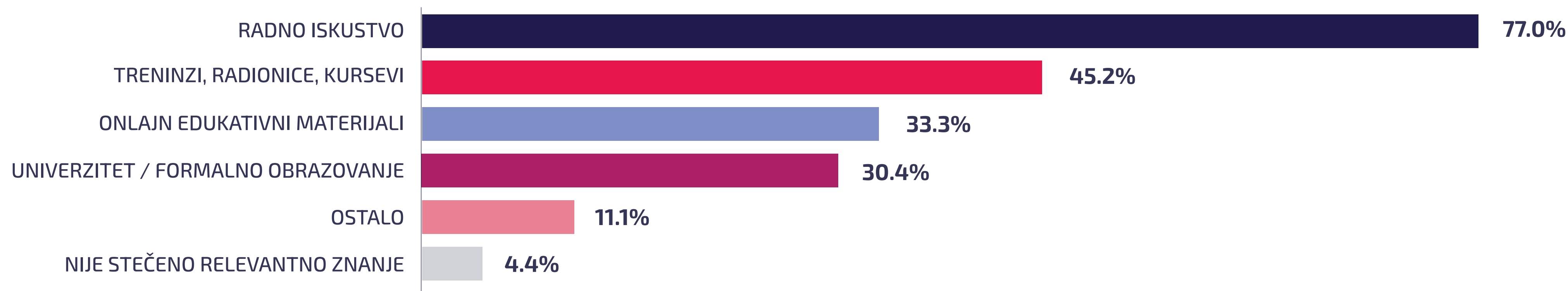


OBRAZOVNI PROFILI OSNIVAČA

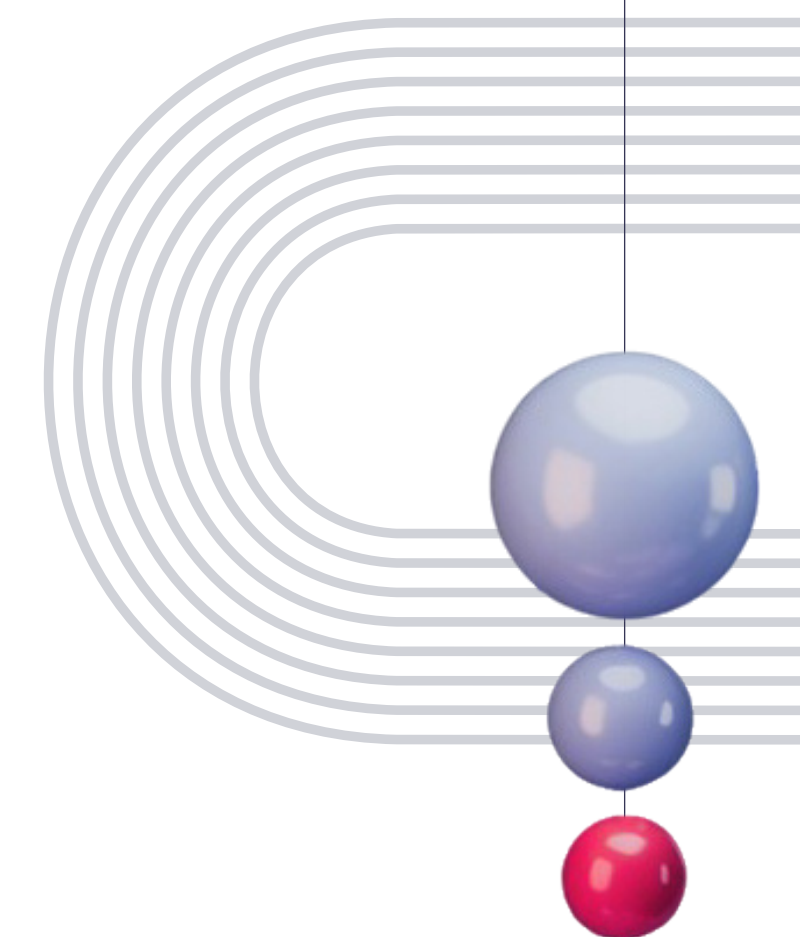


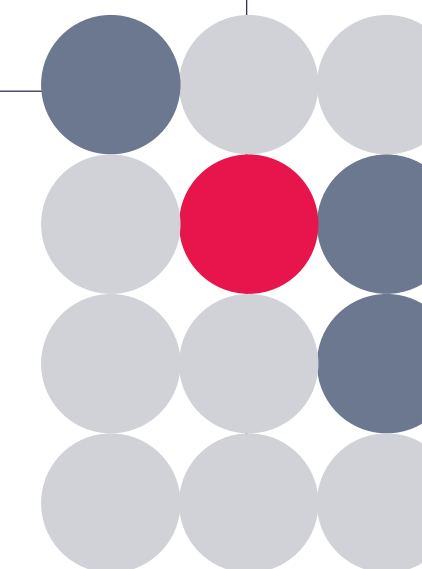
### Prethodno iskustvo

Radno iskustvo ostaje dominantan izvor znanja koje osnivači smatraju najrelevantnijim za izgradnju i vođenje startapa, što navodi 77,0% ispitanika, ostajući na nivou prethodnih godina. Obuke, radionice i kursevi slede sa 45,2%, dok su onlajn obrazovni materijali zastupljeni sa 33,3%. Formalno univerzitetsko obrazovanje navodi 30,4% ispitanika, što je pad u odnosu na 35,3% iz 2024. godine, sugerišući da percipirana relevantnost akademskog obrazovanja za preduzetništvo nastavlja da opada u odnosu na učenje zasnovano na praksi. Svega 4,4% osnivača izjavilo je da nije steklo nikakvo relevantno znanje ni iz jednog izvora.



NAČIN STICANJA RELEVANTNIH ZNANJA  
Ispitanicima je bilo dozvoljeno da izaberu više odgovora

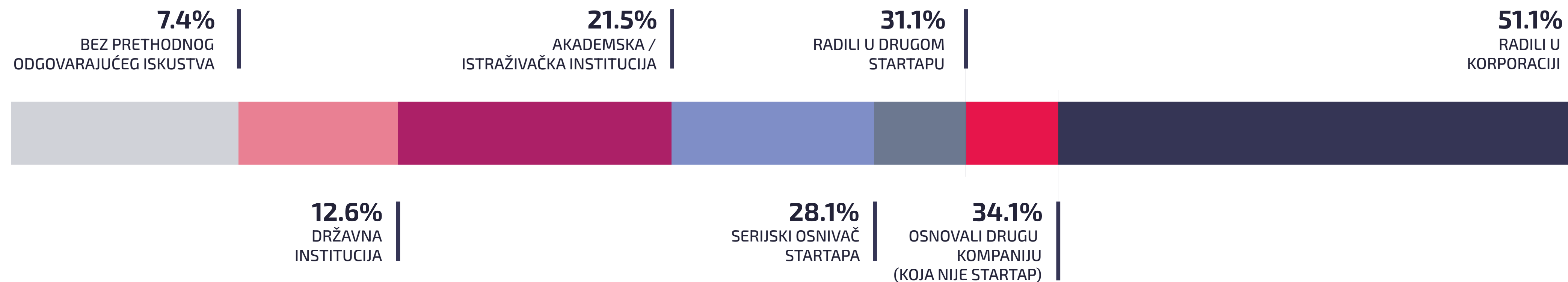




Kada je reč o tome gde su osnivači radili pre pokretanja svog trenutnog poduhvata, korporacije su najčešće radno okruženje sa 51,1%, što je porast u odnosu na 43,9% iz 2024. godine.

Značajnih 34,1% je prethodno osnovalo drugu vrstu kompanije (koja nije startup), dok je 31,1% radilo u drugom startapu. Čak 28,1% su serijski startup

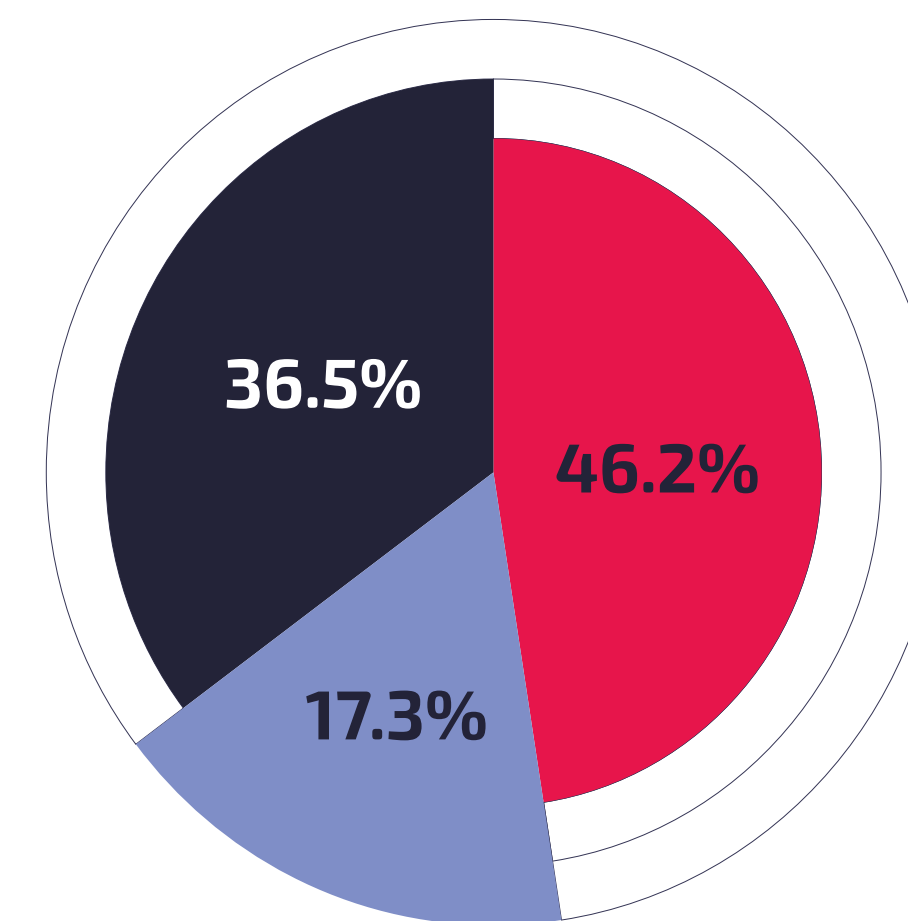
preduzetnici koji su već ranije osnovali barem jedan startup. Akademske i istraživačke institucije su izvor iskustva za 21,5% osnivača, dok je 12,6% radilo u državnoj upravi, što su procenti koji su uglavnom nepromenjeni u odnosu na prethodne godine. Svega 7,4% osnivača nema prethodno iskustvo koje odgovara bilo kojoj od navedenih kategorija.



PRETHODNO ISKUSTVO

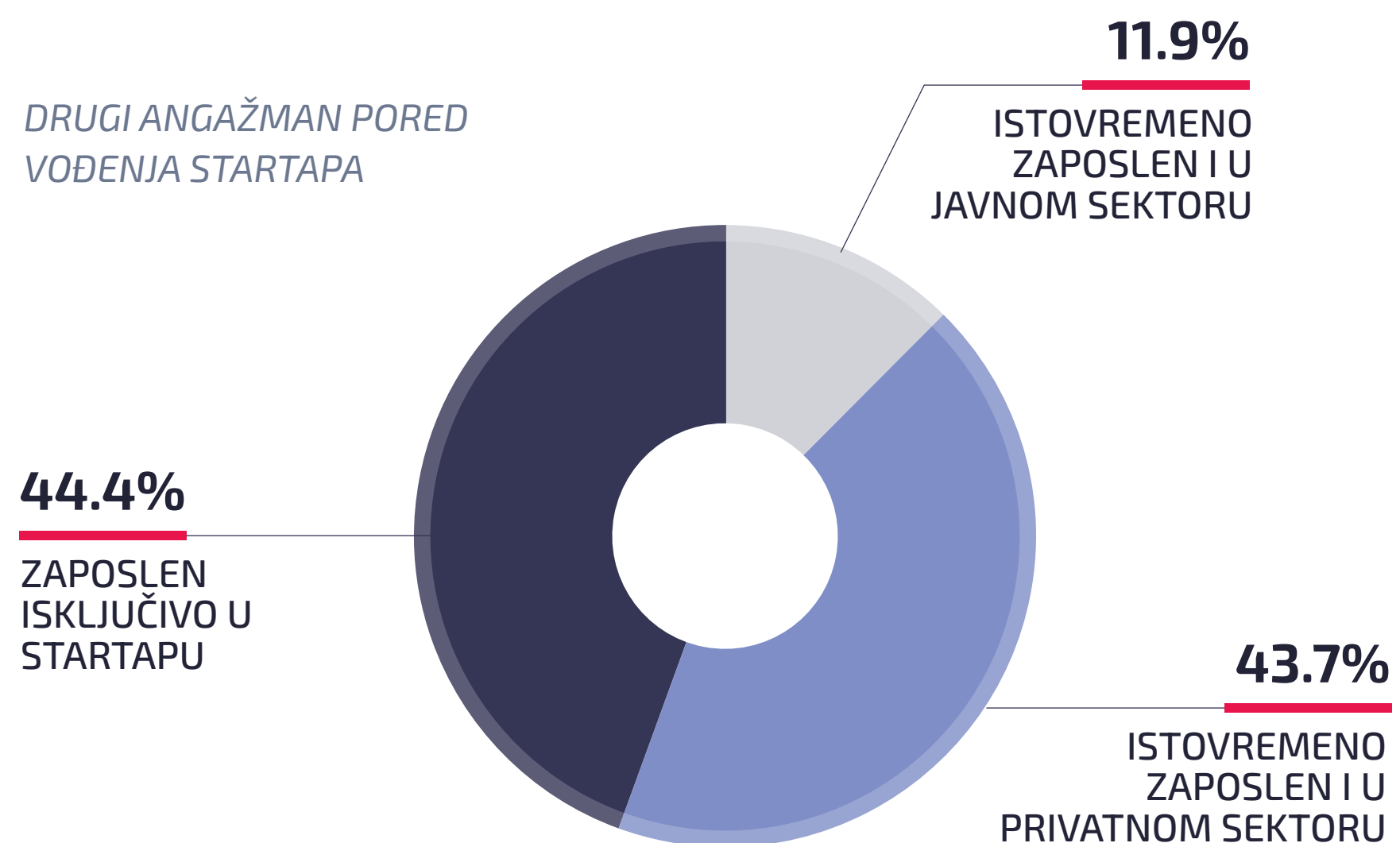
Ispitanicima je bilo dozvoljeno da izaberu više odgovora

Među 52 osnivača koji su ranije gradili startup, 46,2% izveštava da je on bio neuspešan, 36,5% kaže da je taj startup i dalje aktivan i operativan, dok je 17,3% postiglo exit kroz akviziciju ili spajanje.



ŠTA SE DESILO SA VAŠIM PRETHODNIM STARTAPOM?

- NEUSPEŠAN / ZATVOREN
- JOŠ UVEK AKTIVAN I OPERATIVAN
- EXIT (AKVIZICIJA ILI SPAJANJE)



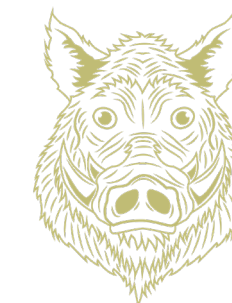
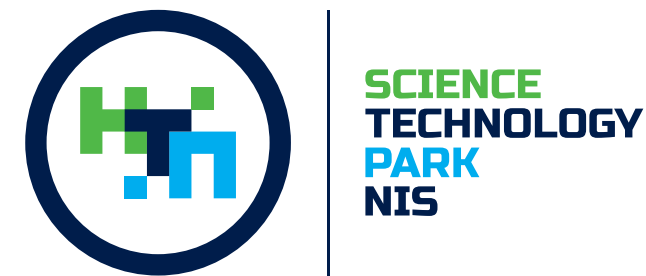
Najznačajnija promena u profilu osnivača ove godine odnosi se na puno radno angažovanje. Na svoj startup kao primarno zanimanje isključivo je fokusirano samo 44,4% osnivača, što je pad u odnosu na 60,1% u 2024. godini.

Ovo verovatno odražava kombinaciju faktora: visok udeo startapa u veoma ranoj fazi koji još uvek nisu dostigli tačku koja zahteva puno radno vreme, kao i finansijsku realnost u kojoj sa 36,7% startapa koji ne ostvaruju nikakav prihod mnogi osnivači još uvek ne mogu sebi da priušte napuštanje drugih izvora prihoda.

Čak 43,7% istovremeno drži poziciju u privatnom sektoru, dok je 11,9% uporedo zaposleno u javnom sektoru. Drugim rečima, većina osnivača srpskih startapa vodi svoje poduhvate kao sekundarnu aktivnost. Ovo je u skladu sa visokim udelom startapa u ranoj fazi i niskim podacima o prihodima u celom ekosistemu, ali takođe izaziva strukturnu zabrinutost: timovi u kojima osnivači nisu potpuno posvećeni (fully committed) manje su sposobni da brzo reaguju na povratne informacije sa tržišta, sklapaju poslove ili privuku eksterne investicije.

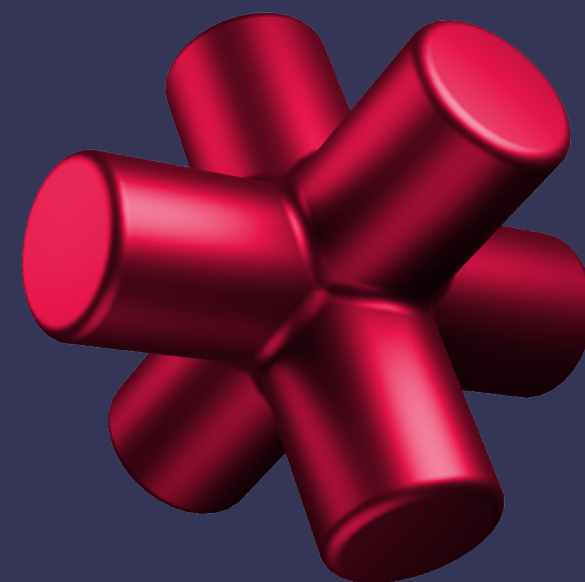
## Zahvalnica

Želeli bismo da se zahvalimo svim pojedincima i organizacijama koji su podržali projekat i, posebno, ohrabрили startape da učestvuju u istraživanju.





Inicijativa  
Digitalna  
Srbija



# STARTAP SKENER

2026

