



# Stavovi o inovacionom ekosistemu - Startapi u Srbiji -

3.



5.



7.



10.



11.



19.



28.



40.



45.



49.



53.



# CILJEVI ISTRAŽIVANJA I METODOLOGIJA



## Ciljevi i kontekst istraživanja

StarTech je šestogodišnji projekat podrške inovacijama i digitalnoj transformaciji privrede koji sprovodi NALED u saradnji sa Vladom Srbije, i ujedno najveći razvojni projekat u Srbiji koji sa 8 miliona dolara u celosti finansira privatni sektor – kompanija Philip Morris International. Od 2021, StarTech se pozicionirao kao važan partner inovatorima, kojima pomaže da brže razviju i komercijalizuju svoje ideje kroz program dodele finansijskih sredstava, ali i pruža podršku čitavom inovacionom ekosistemu kroz rad na uspostavljanju povoljnog zakonskog okvira i repliciranju najboljih svetskih praksi za podršku inovacijama.

Osnovni cilj ovog istraživanja je ispitivanje stavova privrede, odnosno inovativnih preduzeća - startapa registrovanih u Srbiji o srpskom inovacionom ekosistemu, sa posebnim osvrtom na uslove za izvoz proizvoda i usluga na strana tržišta.

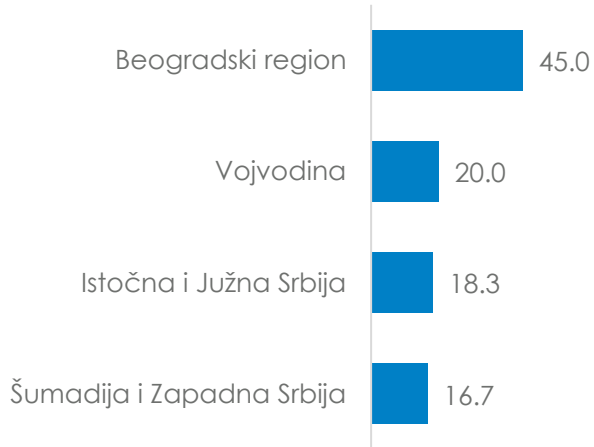
## Metodologija

- CATI – telefonske ankete uz opcionu mogućnost popunjavanja ankete online putem (CAWI)
- Startapi registrovani u Srbiji – kompanije u ranim fazama razvoja, fokusirane na brzo širenje i rast prema skalabilnom ekonomskom modelu, a na temelju neke inovativne ideje, usluge ili proizvoda
- Ciljna grupa ispitanika:
  - Direktori
  - Vlasnici preduzeća
  - Viši menadžment zadužen za organizaciju i poslovanje preduzeća
- Veličina uzorka:
  - $n = 60$  startapova (greška merenja  $\pm 12\%$ )
- Dužina upitnika:
  - Oko 15 minuta

**UZORAK**

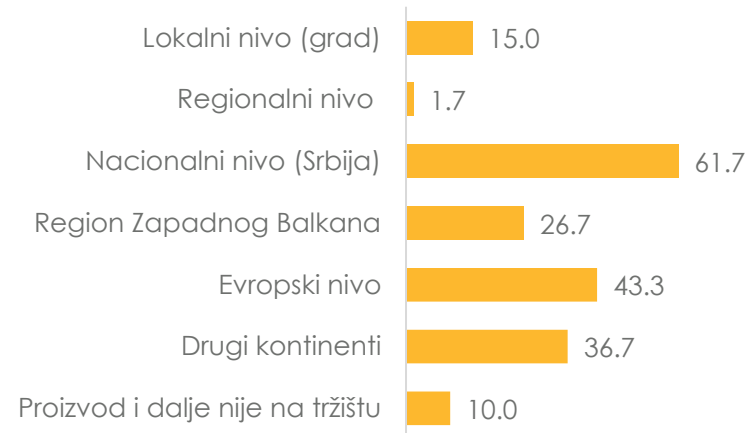


## SEDIŠTE

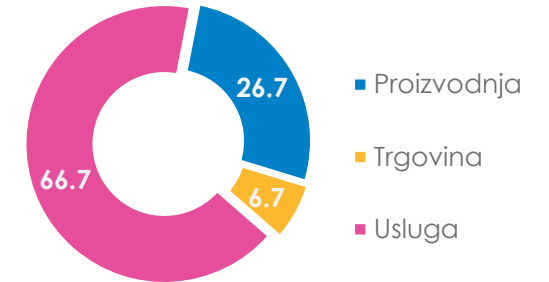


## TERITORIJA POSLOVANJA

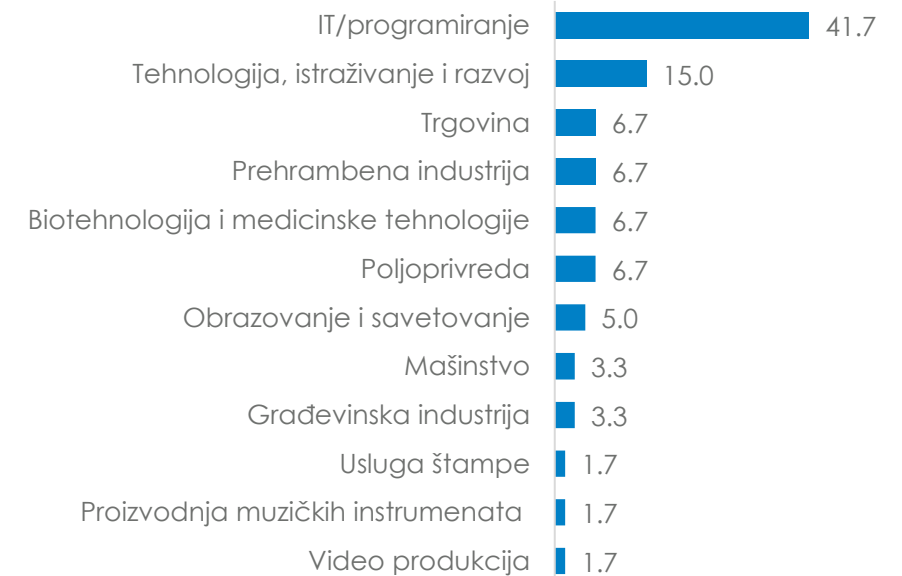
Moguće više odgovora



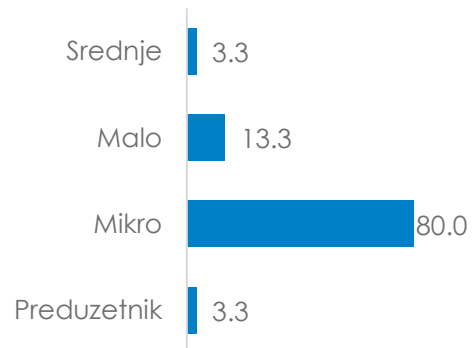
## DELATNOST



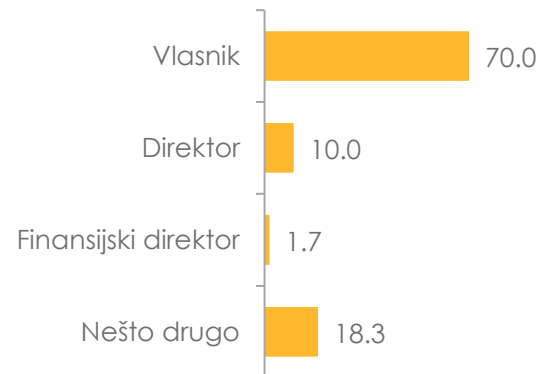
## IZ KOJE DELATNOSTI DOLAZI VAŠA KOMPANIJA?



## VELIČINA PREDUZEĆA



## FUNKCIJA ISPITANIKA



Otvoreno pitanje

# KLJUČNI NALAZI



Većina startapova nastalo je iz želje da se reši prepoznat problem svakodnevnog života (63%). Rešenja su najčešće fokusirana na razvoj inovativnih proizvoda/usluga (80%) ili, ređe, na inovativne procese (20%). Na inovativne ideje startapi su došli samostalno (68%) i/ili u suradnji sa drugim ekspertima iz oblasti (28%). Inovacije su najčešće vezane za razvoj potpuno novog proizvoda, usluge ili procesa (70%).

Startapi se najčešće suočavaju sa izazovima prilikom plasiranja svojih proizvoda ili usluga na tržište (48%). Za olakšanje ovog procesa, najkorisniji bi im bio pristup mreži i investitorima (41%), kao i mentorstvo i ekspertska podrška (31%). Nedostatak finansijskih sredstava izazov je za 45% startapa, sa čim bi im najviše pomogla finansijska podrška, posebno u vidu programa podrške.

Najvažniji izvori finansiranja za startape su sopstvena sredstva (58%) i grantovi (38%). Svaki drugi startap u svrhe istraživanja i razvoja izdvaja više od 50% budžeta.

Devet od deset startapa koristilo je neki program podrške, uglavnom bespovratna sredstva (100%) i mentorsku podršku (49%). Najčešće korišćeni programi podrške su Program ranog razvoja pod pokroviteljstvom Fonda za inovacioni delatnost, kao i programi NALED-a (najčešće StarTech) koje je koristio svaki drugi startap. Međutim, startapi nisu uvek sigurni gde da svrstaju NALED programe, te ih navode kao program Fonda za inovacioni razvoj, Vlade RS, lokalne samouprave, donatorski program ili drugi oblik podrške.

Kada je reč o poreskim olakšicama, 60% startapa nije apliciralo za iste, a u tome ih je obeshrabrio nedostatak informacija o poreskim olakšicama (42%) i komplikovana procedura za konkurisanje (22%). Oni koji su konkurisali dobili su pravo na korišćenje ovih pogodnosti, najčešće u vidu oslobađanja od plaćanja 70% poreza na zarade i 100% doprinosa za angažovane na projektu (58%). ¼ startapova nije konkurisalo ni za jedan od alternativnih izvora finansiranja, dok je 8% koristilo poslovnog anđela, 3% početni preduzetnički kapital i 3% privatno kapitalno ulaganje, dok grupno finansiranje nije dobio nijedan startap koji je aplicirao za isto (5%).

Sa portalom eInovacije upoznato je 47% startapa, a u registar je upisano tek 26% njih, dok 17% ima u planu da se upiše u budućnosti.

Na inostranom tržištu posluje 62% startapova. Od njih, 38% izvozi svoje proizvode i usluge u SAD, 30% u Nemačku, a 19% u Italiju. Najčešći model ulaska na inostrano tržište je direktna prodaja (84%), dok partnerstva koristi 46% startapa. Najveći izazovi sa kojima su se susretali tokom izvoza jesu pravni i regulatorni zahtevi (43%), kao i visoki troškovi (32%). Za finansiranje izvoznih aktivnosti, 81% startapa koristi sopstveni budžet, dok se 24% oslanja (i) na grantove. Većina startapa (68%) nije morala da dodatno prilagođava svoje proizvode ili usluge inostranom tržištu. Kada su promene bile potrebne, obično su se odnosile na jezičko prilagođavanje i izmenu deklaracije ili dizajna pakovanja. U globalu, 68% startapa svoje iskustvo poslovanja na inostranom tržištu ocenjuje pozitivno, a 27% čak veoma pozitivno.



Većina startapova koji ne izvoze svoje proizvode/usluge ima izvoz u planu (70%). U tom koraku vide priliku za internacionalizaciju poslovanja (88%) i rast preduzeća (81%). Najveći broj njih želeo bi da posluje na tržištima Mongolije (44%) i Ruande (38%), dok četvrtina razmatra Austriju, Finsku i Hrvatsku. Pri izboru tržišta najvažnije im je da postoji potražnja (56%), da je tržište dovoljno veliko (50%) i da konkurencija nije tako jaka (31%). Startapi koji se spremaju da otpočnu sa izvozom smatraju da su donekle upućeni u procedure (44%), a od sopstvenih kapaciteta najbolje ocenjuju tehničke i proizvodne, dok nešto slabije finansijske i administrativne. Svi startapi bili bi spremni da izmene svoj proizvod prema specifičnim potrebama inostranog tržišta. Startapi koji još uvek ne planiraju izvoz bili bi motivisani na ovaj korak kada bi postojala podrška u tom procesu, a značila bi im i finansijska i mentorska i savetodavna podrška. Sve od navedenog bilo bi od velike koristi i onima koji već imaju izvoz u planu.

Trećina startapova uvozila je komponente namenjene istraživanju i razvoju, najčešće iz Kine (67%), Nemačke (24%) ili SAD (24%). Tokom procesa, 48% je nailazilo na prepreke – predug proces na carini (90%), regulatorni problemi (50%), visoke takse (50%).

Poslovanje tek 3% startapa uključuje vršenje kliničkih ispitivanja lekova, mada nijedan od njih još uvek nema iskustva u tom procesu.

Sa naučnom zajednicom saraduje 62% startapova, najčešće kroz partnerstvo u razvoju proizvoda i usluga (70%), koje je većini glavni način saradnje (54%) i oblik saradnje koji žele da dodatno unaprede (60%). Oni koji još uvek ne saraduju sa naukom, potencijal za saradnju vide upravo u ovoj aktivnosti (60%). Eksperte iz akademske zajednice je u svrhe unapređenja poslovnih procesa, proizvoda ili usluga angažovalo 68% startapova i 66% njih ovu saradnju je ocenilo kao veoma korisnu.

Saradnju sa velikim kompanijama ostvarilo je 68% startapova. Velike kompanije uglavnom pomažu startapima u plasiranju proizvoda ili usluga na tržište (49%), u komercijalizaciji proizvoda ili usluga (46%), ali i kroz deljenje znanja i iskustva (37%). Startapi koji ne saraduju sa privredom potencijal za otpočinjanje saradnje vide, takođe, najčešće u plasmanu proizvoda/usluga na tržište preko veće kompanije (58%), u saradnji na unapređenju proizvoda usluga (26%), kao i u komercijalizaciji (26%).

Platforma za saradnju između malih i velikih biznisa bila bi veoma korisna za 55% startapova, a donekle korisna za trećinu.

Kada naiđu na regulatornu prepreku, 40% startapa se obraća direktno nadležnoj instituciji, dok se isto toliko startapa služi ličnim kontaktima sa ciljem zaobilaženja institucija. Kada se suoče sa manjkom kadrovskih kapaciteta, startapi najčešće angažuju eksternu osobu (73%).

Ideju o platformi za udruživanje malih biznisa 85% startapova je ocenilo kao korisnu ili veoma korisnu, dok bi 82% startapova želelo i da bude član takvog udruženja. Usluge u okviru udruženja koje bi im bile najkorisnije jesu promocija startapa (61%), monitoring i izveštavanje o regulatornim promenama (55%), kao i mogućnost za jačanje kapaciteta kroz npr. treninge (51%). Od startapa zainteresovanih za pridruživanje udruženju, 67% je spremno da plati članarinu i to u iznosu od 50 do 100 eura godišnje (51%) ili od 100 do 200 eura godišnje (28%).

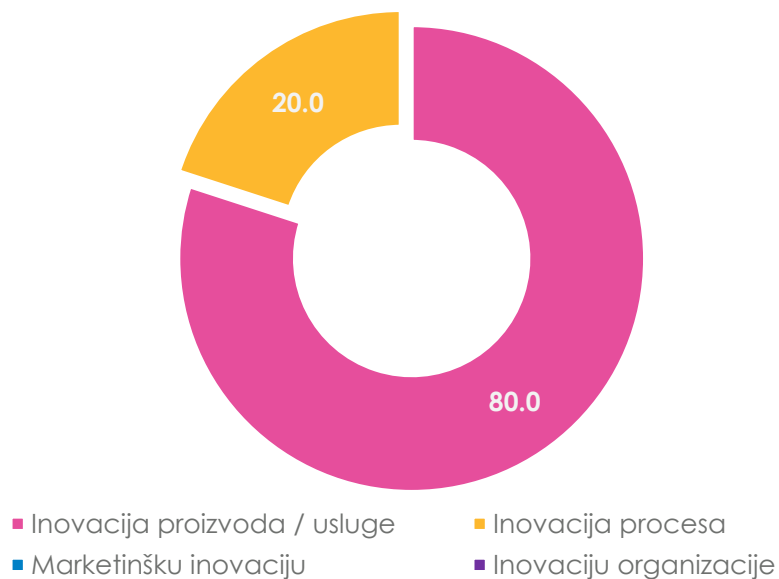
# REZULTATI



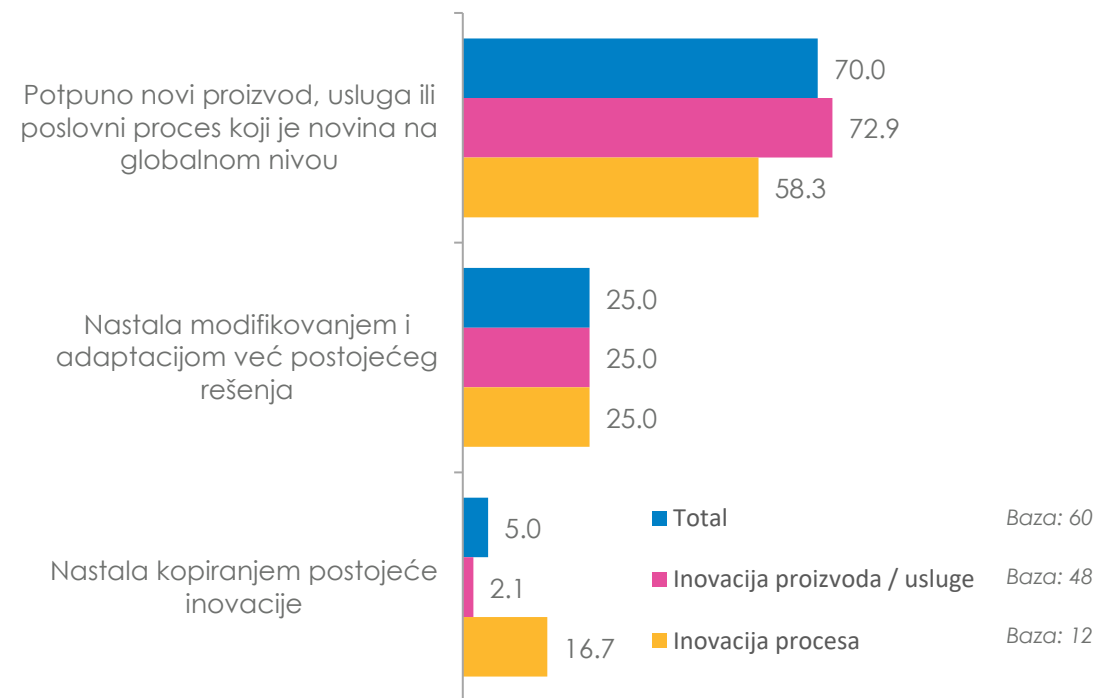
# ○ STARTAPOVIMA



# Da li Vaša inovacija predstavlja... Da li je Vaša inovacija...

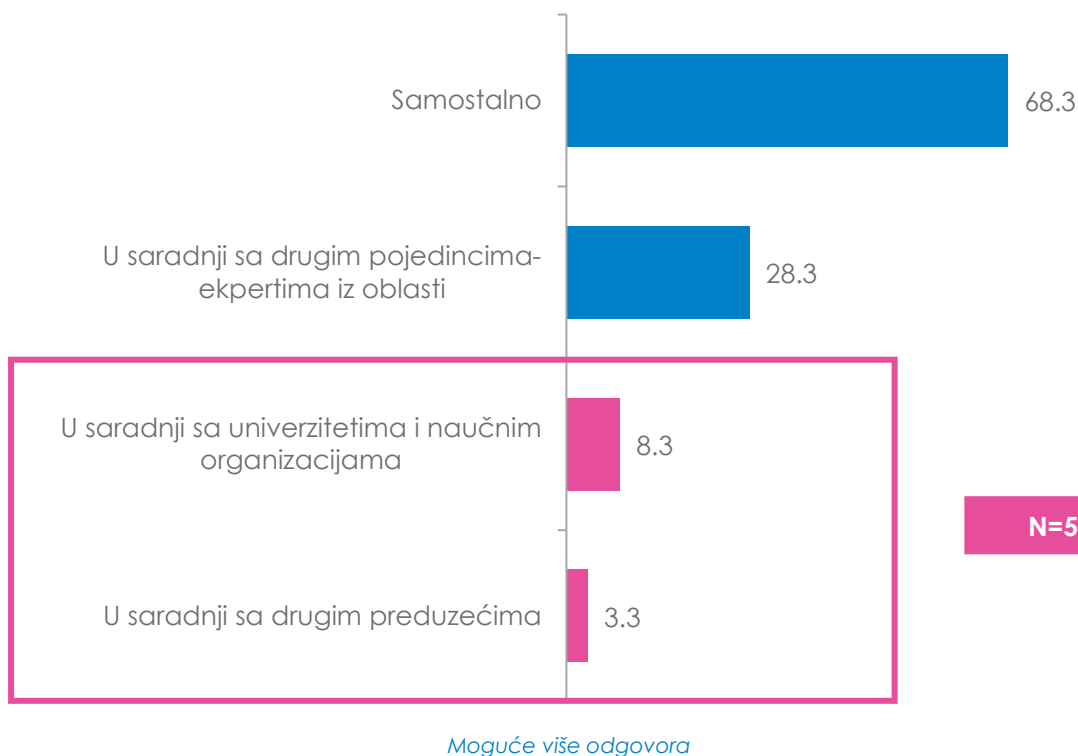


Baza: 60



- Osam od deset startapa je zasnovano na inovacijama proizvoda ili usluge, dok je 20% razvilo inovativni proces.
- Većina inovacija proizvoda ili usluga predstavlja nešto potpuno novo na globalnom tržištu (73%) ili, u manjem broju slučajeva modifikaciju postojećih proizvoda ili usluga (25%). Inovacije procesa su takođe potpuno novi procesi (58%) ili modifikacije postojećih (25%), dok je 17% inovativacija procesa nastalo kopiranjem već postojećih rešenja.

# Da li ste inovaciju razvili: Ukoliko ste u mogućnosti navedite tačno kompaniju/NIO sa kojom ste razvili inovaciju:



N=5

„Artdata, Growius“

„Članovi tima su članovi univerziteta“

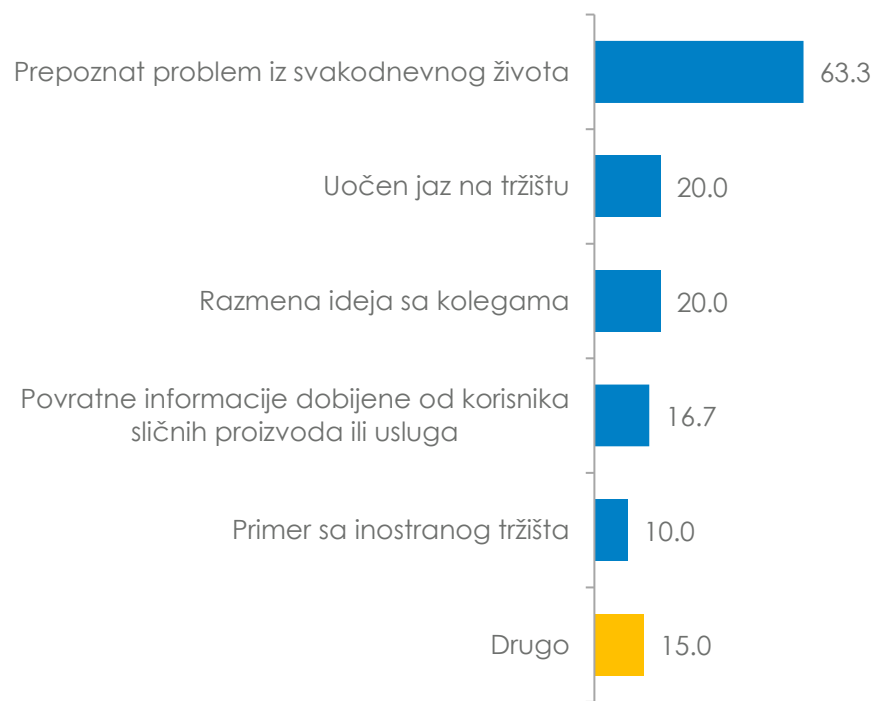
„Inovacioni centar tehnološkog fakulteta Beograda, Agronomski fakultet u Čačku, institut za vočarstvo ČaČak, Institut IMS a.d.“

„Sika, DSF, BTC, Bayer, Kovesto, Tetragon, Cukanovic doo, Plazmateh, Alfa term“

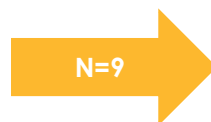
Otvoreno pitanje

- Većina startapa inovaciju je razvila samostalno (68%), što je još češći slučaj kada su u pitanju startapi čija delatnost je uslužna (76%). Kroz saradnju sa drugim ekspertima iz oblasti inovaciju je razvilo 28% startapova, a ovo je češće za startape iz proizvodnih delatnosti (50%). Manji je broj onih koji su na inovaciji radili u saradnji sa univerzitetima i naučnim organizacijama (8%) ili sa drugim preduzećima (3%).

# Šta je bila inspiracija za pokretanje startapa?



Moguće više odgovora

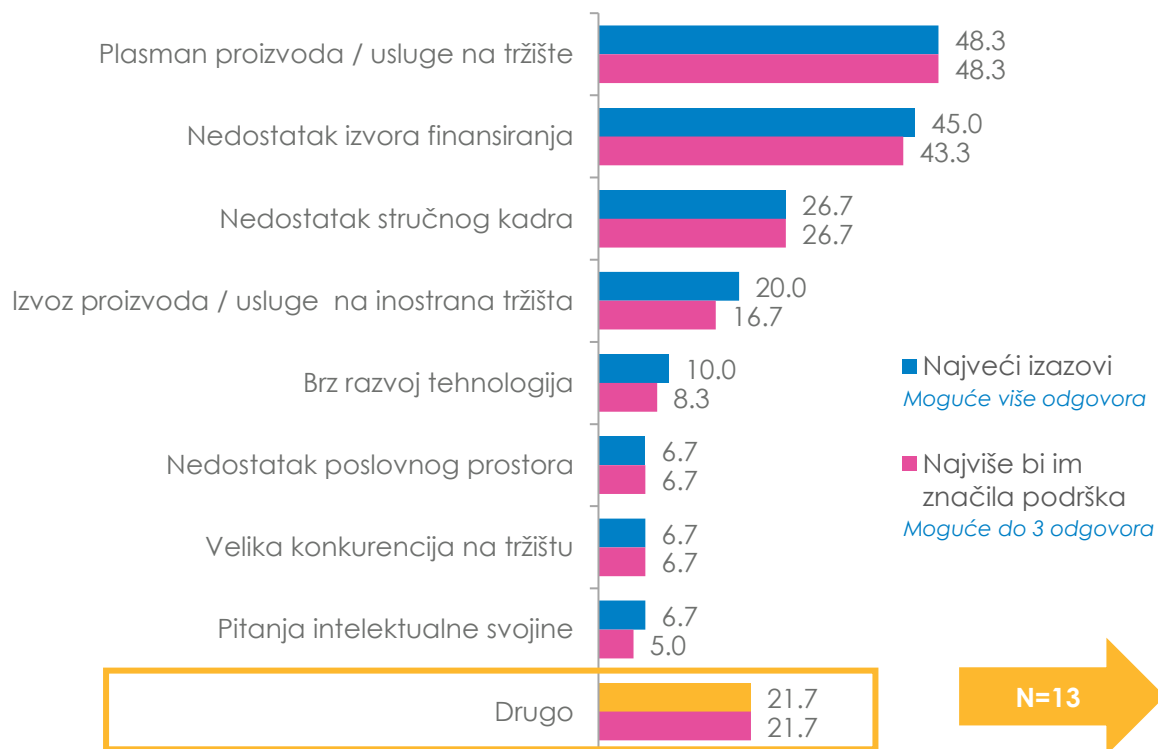


„Lična životna priča“  
„Želja da se lični naučni rezultati komercalizuju“  
„Globalni problem ekologije“  
„Olakšanje pacijentima na licu mesta, pravovremena pomoć“  
„Potreba za izgradnjom novog muzičkog instrumenta“  
„Prilika za primer u tehnologiji“  
„Umetnička izložba“  
„Virtuelna realnost“

Otvoreno pitanje

- Glavna inspiracija za pokretanje startapa jeste želja za rešavanjem prepoznatog problema iz svakodnevnog života (63%). Motivacija se pronalazi i u uočenom jazu na tržištu (20%), inspirativanom razgovoru sa kolegama (20%) ili se do ideja dolazi na osnovu povratnih informacija dobijenih od korisnika sličnih proizvoda/usluga (17%).

# Koji su najveći izazovi sa kojima se susrećete u poslovanju? Za koje od izazova koje ste naveli bi Vam najviše koristila podrška?



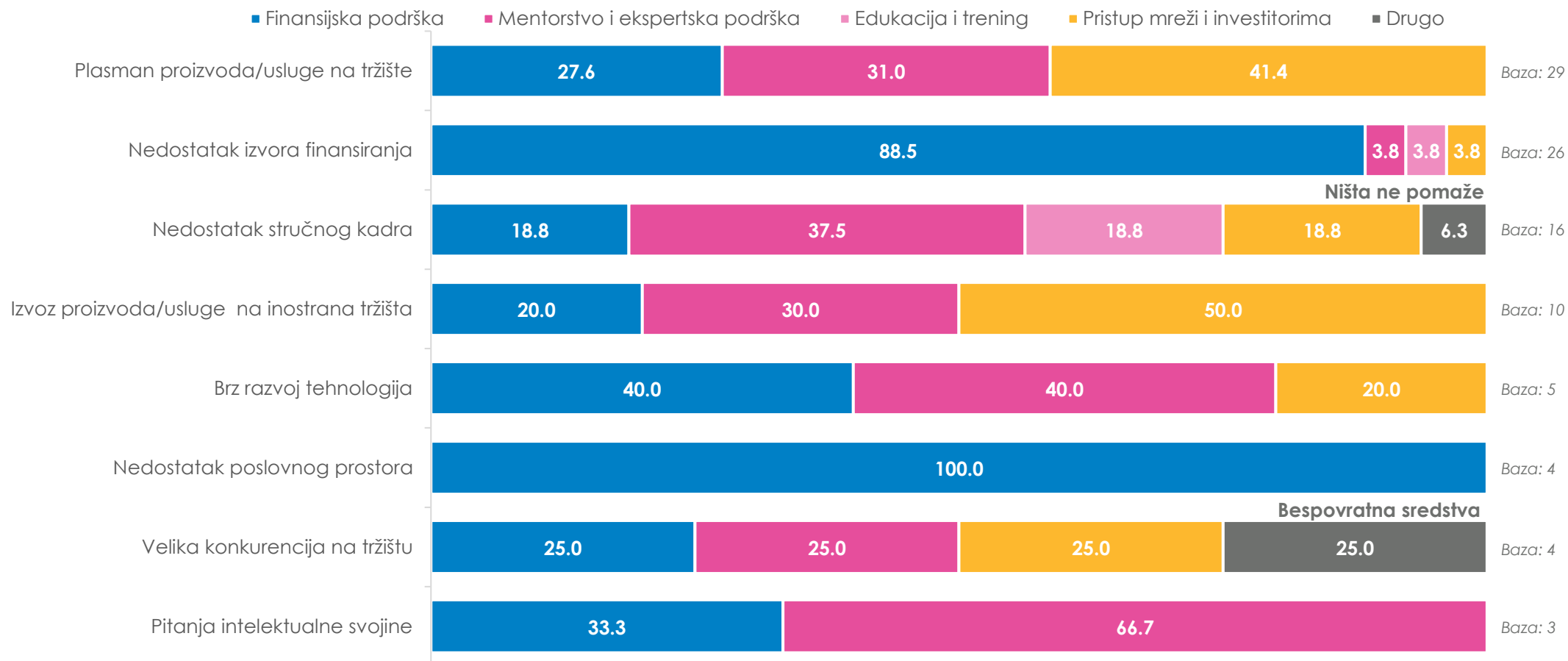
„Administracija“  
 „Nedostatak vremena“  
 „Proizvod ne bi mogao da opstane samo na našem tržištu“  
 „Naplata potraživanja“  
 „Neizvesnost razvoja“  
 „Nepoverenje tržišta“

„Nerazumevanje koliko prodajni ciklus traje“  
 „Pravna regulativa“  
 „Visoke cene poslovnog prostora“  
 „Zakonodavni okvir za reciklažu, daljina eko osvešćenog tržišta“  
 „Nemamo izazove“

Otvoreno pitanje

- Startapi se najčešće suočavaju sa izazovima na polju plasmana proizvoda ili usluge na tržište (48%), pogotovo startapi iz uslužnih delatnosti (60%), dok je startapima iz proizvodnih delatnosti ovo ređe izazov (25%). Drugi najčešći izazov je nedostatak izvora finansiranja (45%). Ova dva izazova su upravo oni za koje bi startapima najviše značila podrška.
- Još neki od izazova sa kojima se susreću su i nedostatak stručnog kadra (27%) i izvoz proizvoda/usluga na inostrano tržište (20%). Startapi koji posluju na lokalnom tržištu češće se suočavaju sa nedostatkom poslovnog prostora (33%), a oni koji posluju na evropskom nivou sa velikom konkurencijom na tržištu (15%).

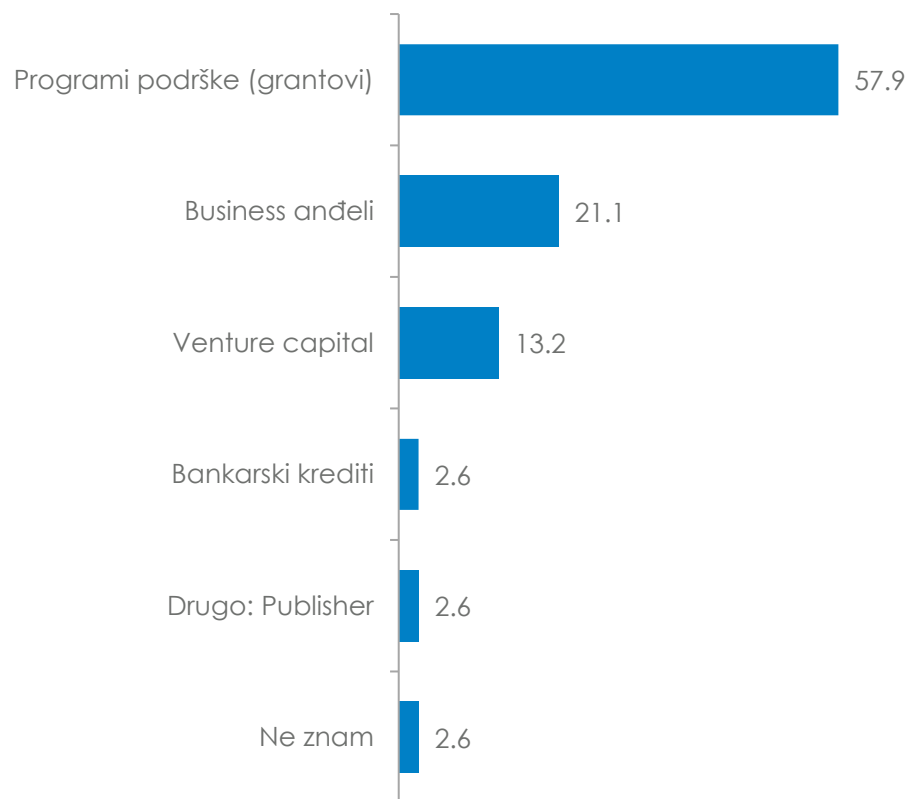
# Koji vid podrške bi bio najprikladniji za...



- Financijska podrška bila bi najprikladnija za rešavanje problema nedostatka poslovnog prostora (100%) i nedostatka izvora finansiranja (89%), dok bi bila od značajne pomoći i kada je reč o suočavanju sa brzim razvojem tehnologije (40%), zajedno sa mentorstvom i ekspertskom podrškom (40%). Mentorstvo je najpoželjniji vid podrške u slučaju nedostatka stručnog kadra (38%). Pristup mreži i investitorima bio bi od pomoći za izvoz proizvoda/usluga na inostrano tržište (50%), kao i za plasman proizvoda/usluge (41%). Ipak, za startape koji posluju na lokalnom nivou i suočavaju se sa izazovima vezanim za plasman na tržište, više bi značila mentorska podrška (71%), a onima koji posluju na nacionalnom nivou više bi značile bespovratna sredstva (47%).



# Koji vid finansijske podrške bi Vam najviše odgovarao?

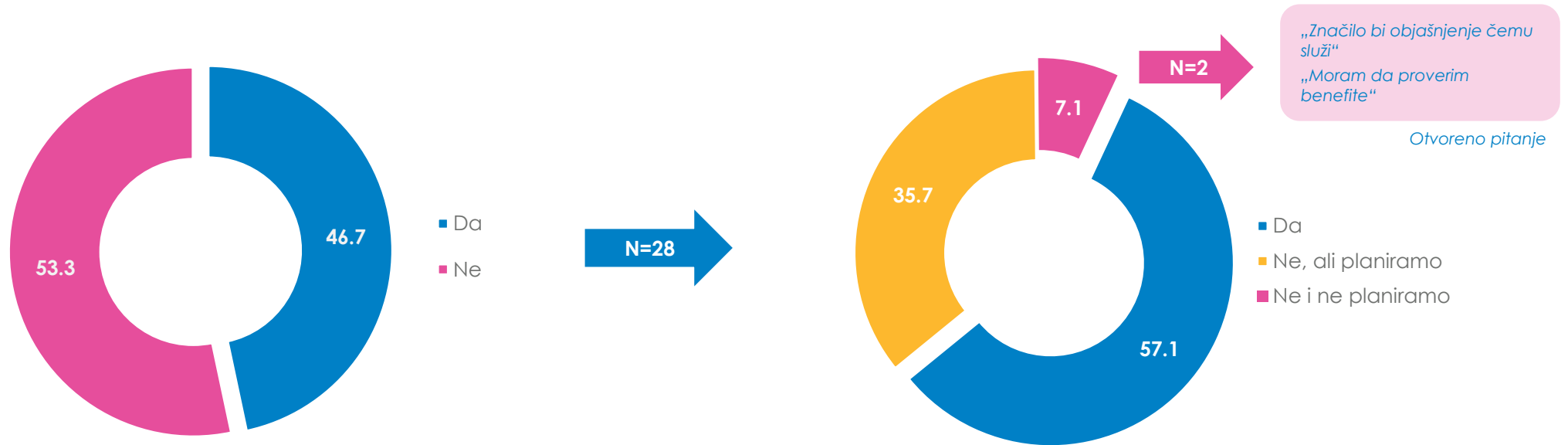


- Najpoželjniji vid finansijske podrške među startupovima su grantovi (58%). Petini startupova od najveće pomoći bi bila forma poslovnih anđela, dok bi za 13% to bio početni preduzetnički kapital.

# Da li ste upoznati sa portalom elnovacije, odnosno Registrom subjekata nacionalnog inovacionog sistema?

## Da li ste upisani u Registar subjekata nacionalnog inovacionog sistema?

### A da li planirate da se upišete?



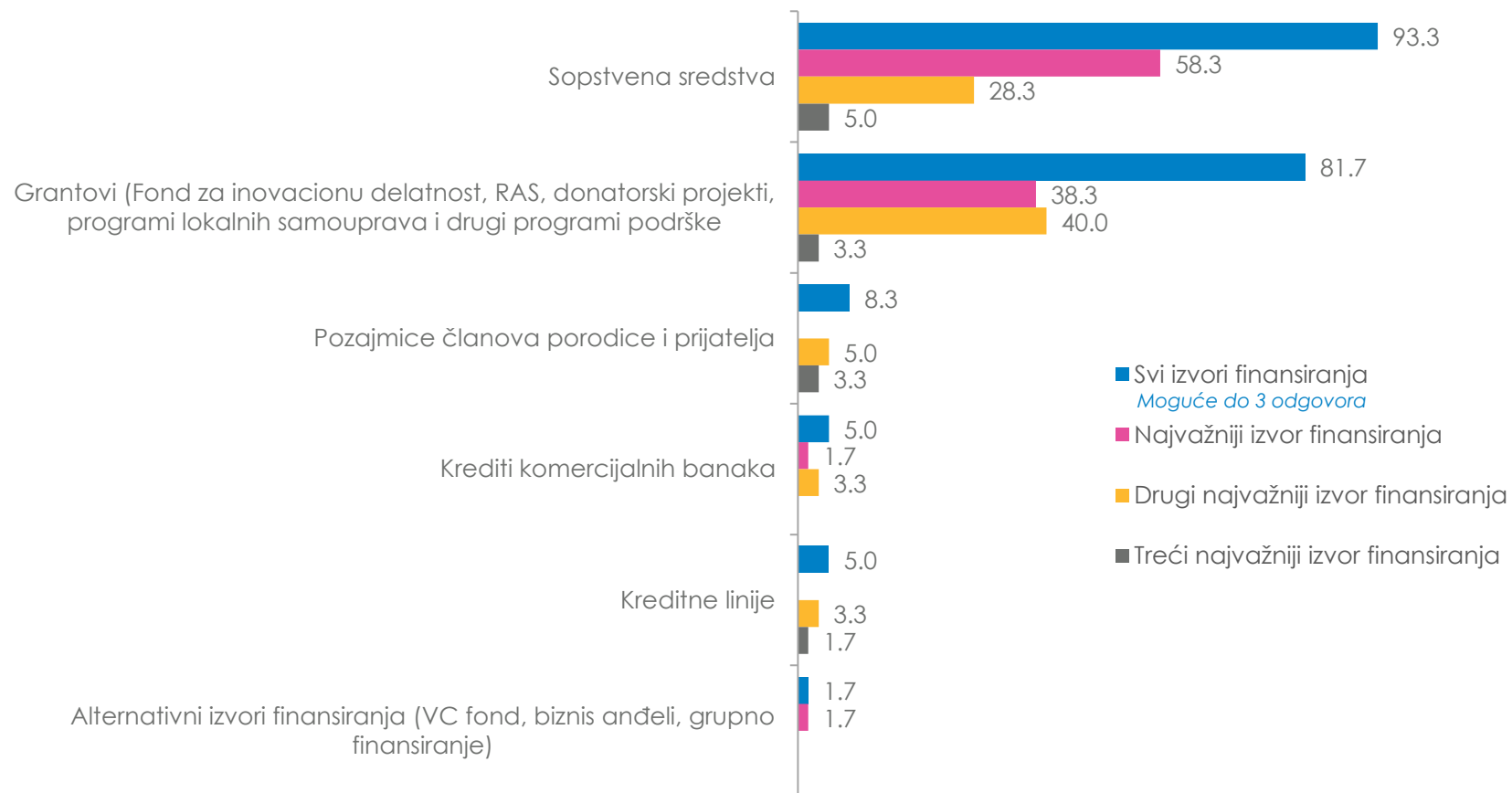
- Sa portalom elnovacije upoznato je tek 47% startapova.
- Od onih koji su čuli za Registar subjekata nacionalnog inovacionog sistema, 57% je i upisano u isti, dok 36% ima u planu da se upiše. Oni kojima nije u planu da se upišu u registar, još uvek nisu sigurni koji su benefiti i čemu registar tačno služi.



# IZVORI FINANSIRANJA



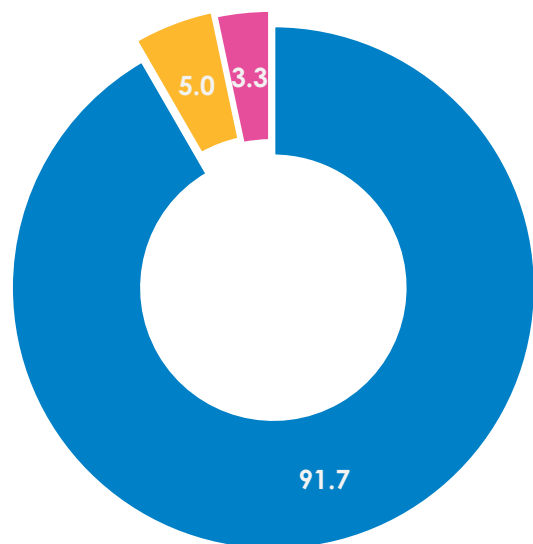
# Koja su tri najvažnija izvora finansiranja Vašeg poslovanja? A koji od navedenih izvora finansiranja je NAJVAŽNIJI (sa najvećim učešćem)? Koji je drugi, a koji treći?



- Jedan od izvora finansiranja za skoro sve startapove su sopstvena sredstva (93%). To je ujedno i glavni izvor finansiranja za 58% startapova, dok je za 28% ovaj izvor na drugom mestu po važnosti. Drugi najčešći vid finansiranja su grantovi (81%), a ovaj izvor je najvažniji za 38% startapa, dok je za 40% njih na drugom mestu po učešću u ukupnim finansijama. Znatno ređi načini finansiranja su pozajmice od bliskih ljudi (8%), dok 5% koristi kredite komercijalnih banaka i/ili kreditne linije.

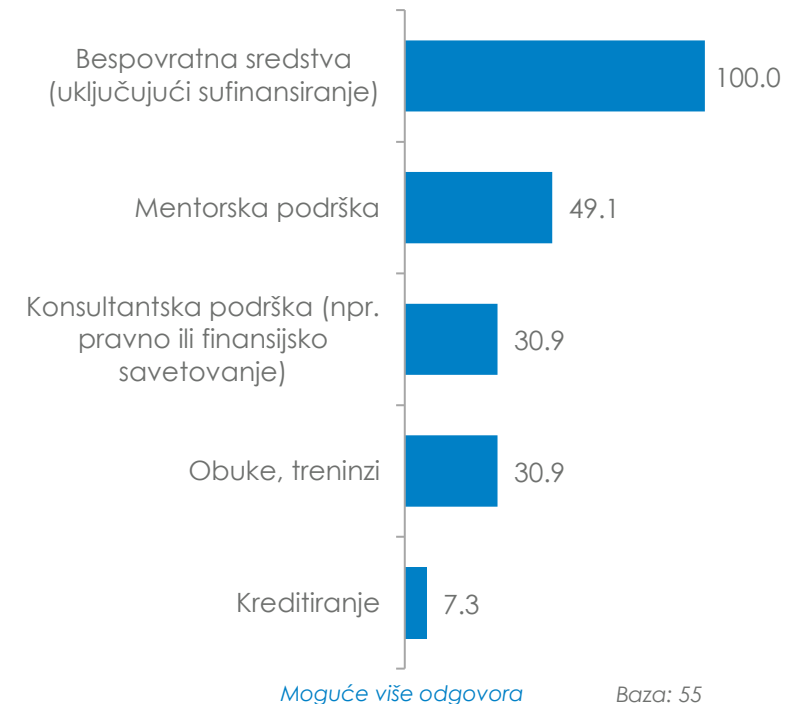
# Da li ste do sada aplicirali za neki program podrške? (npr. bespovratna sredstva, kreditiranje, mentorska podrška i sl.)

## Koji tip podrške ste koristili?



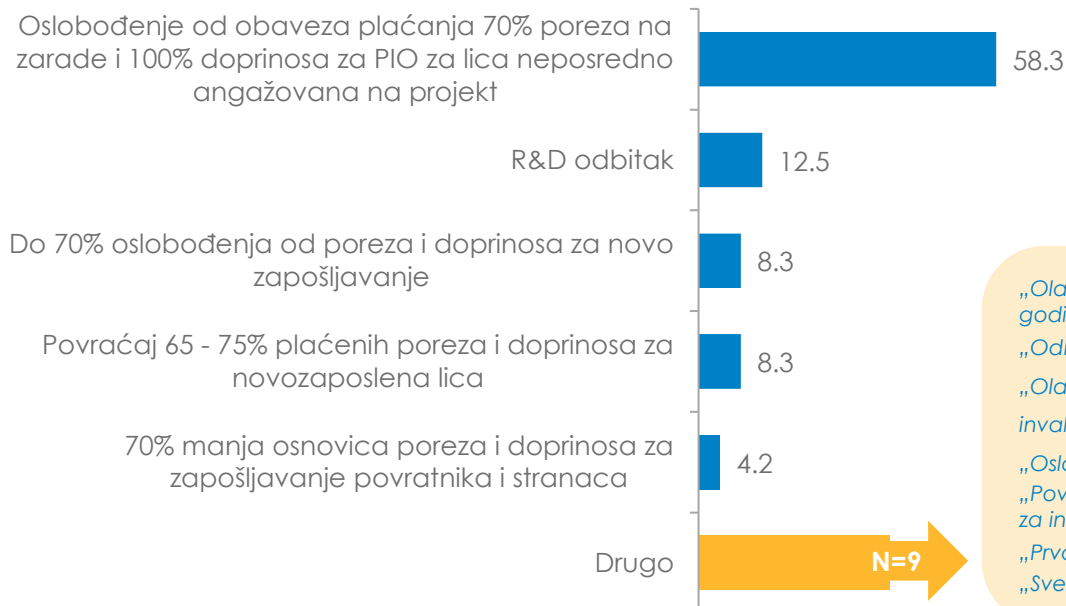
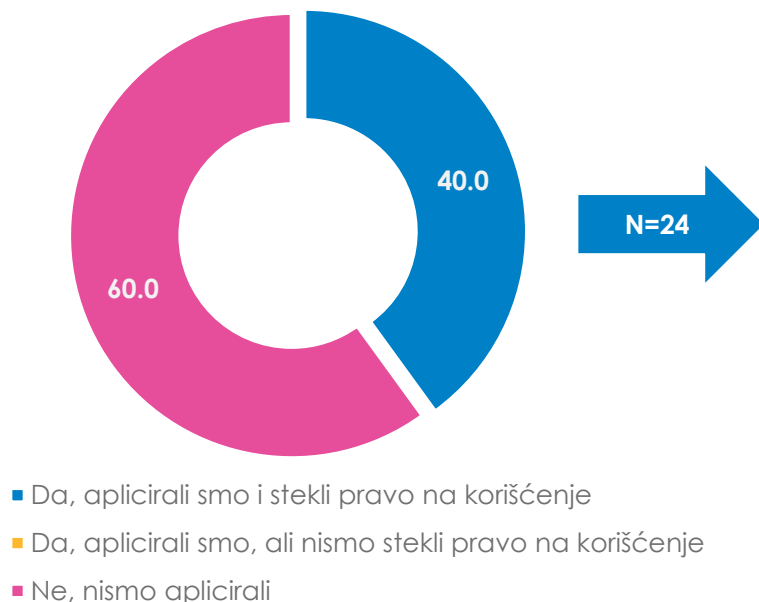
- Da, aplicirali smo i dobili smo podršku
- Da, aplicirali smo, ali nismo dobili podršku
- Ne, nismo aplicirali za programe podrške

N=55



- Devet od deset startapa je apliciralo i dobilo podršku kroz neki od programa.
- Svi startapovi dobili su podršku u vidu bespovratnih sredstava ili sufinansiranja. Svaki drugi startap je koristio i mentorsku podršku, a 31% (i) konsultatsku podršku i/ili obuke i treninge. Kreditiranje je kroz programe podrške koristilo tek 7% startapa.

# Da li ste do sada aplicirali za neki vid poreskih olakšica? Koje ste poreske olakšice koristili?



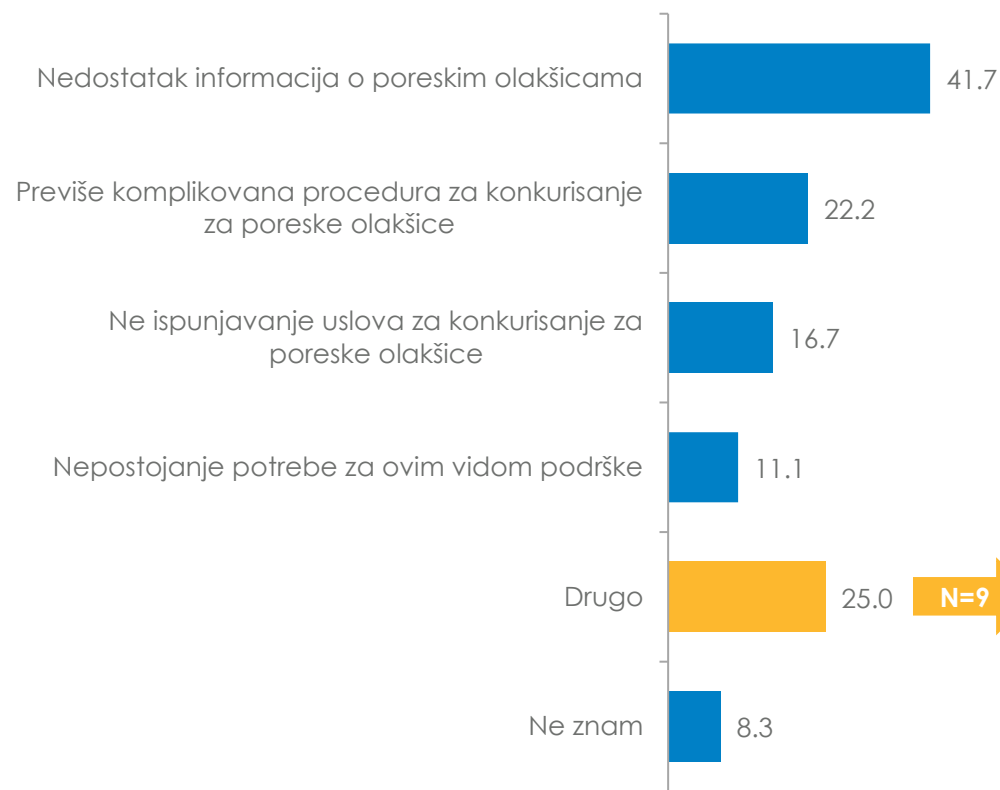
Moguće više odgovora

„Olakšica za zapošljavanje osnivača (3 godine)“  
 „Odbitak za osnivače“  
 „Olakšica za zapošljavanje lica sa invaliditetom“  
 „Oslobođanje od PDV-a u okviru projekta“  
 „Povraćaj poreza i doprinosa do tri godine za inovaciju“  
 „Prva plata“  
 „Sve što kupujemo plaćamo bez poreza“

Otvoreno pitanje

- Za pomoć u vidu poreskih olakšica apliciralo je 40% startapova i svima je odobreno pravo na korišćenje ove pogodnosti. Startapi koji posluju na tržištu Zapadnog Balkana ređe apliciraju za poreske olakšice (13%).
- Najviše startapova koristilo je oslobađanje od obaveze plaćanja 70% poreza na zarade i 100% doprinosa za neposredno angažovana lica (54%), dok je 13% startapova dobilo R&D odbitak, a 8% oslobođenje do 70% poreza i doprinosa za novo zapošljavanje i/ili povraćaj 65-75% plaćenih poreza i doprinosa za novozaposlena lica.

# Zašto niste aplicirali za poreske olakšice?



Moguće više odgovora

N=9

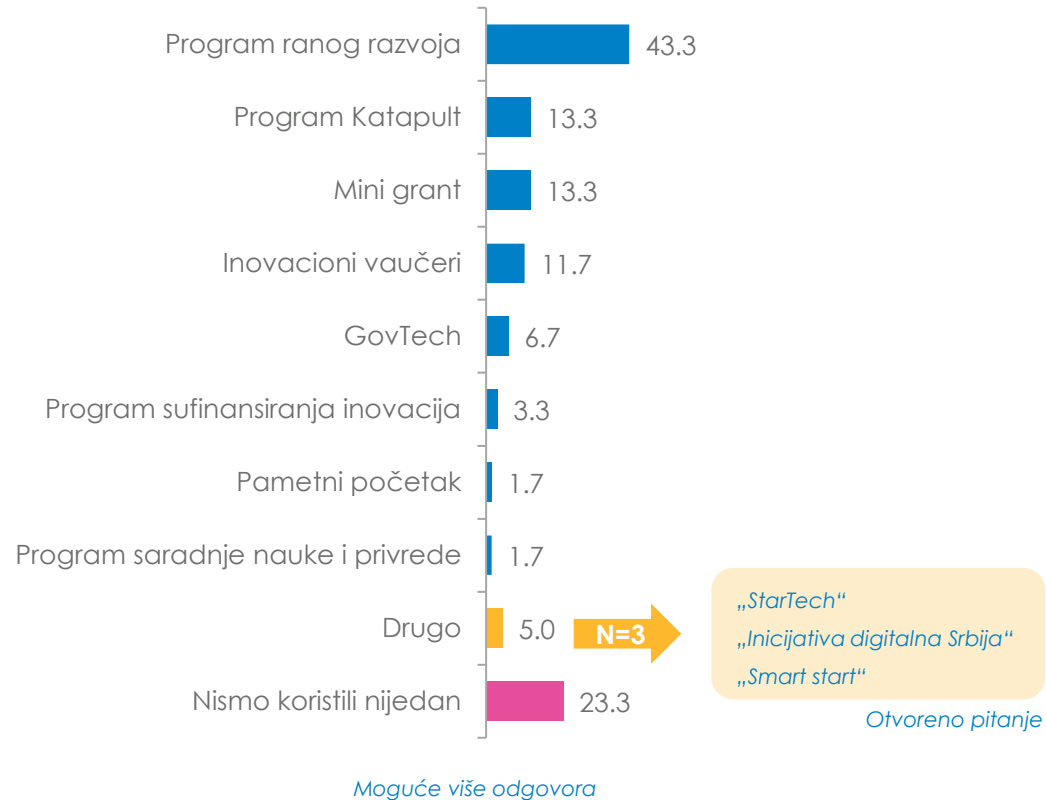
„Nismo znali da imamo pravo na olakšice“  
„Nisam siguran imam pravo i kako da dođem do tih informacijam o poreskim olakšicama“  
„Prvi put sada čujem da imam pravo na neku poresku olakšicu“  
„Nedostatak vremena“  
„Nismo stigli do sada, sada prikupljanjamo dokumentaciju za ulazak u proces“  
„Desio se propust i isпустиli smo sami da se prijavimo“  
„Prevelik rizik, nismo imali da platimo dodatno osobu koja bi vodila sve što se tiče poreskih olakšica i u saradnji sa finansijskim savetnikom odustali smo od prijavljivanja“  
„Planiramo uskoro“  
„Poreska uprava ne primenjuje kako im padne na pamet i onda se razni tehnološki startapovi nalaze u situaciji da posle dve godine zbog proizvoljnog ponašanja poreskog inspektora dodju u situaciju da duguju desetine hiljade eura poreskoj službi“

Otvoreno pitanje

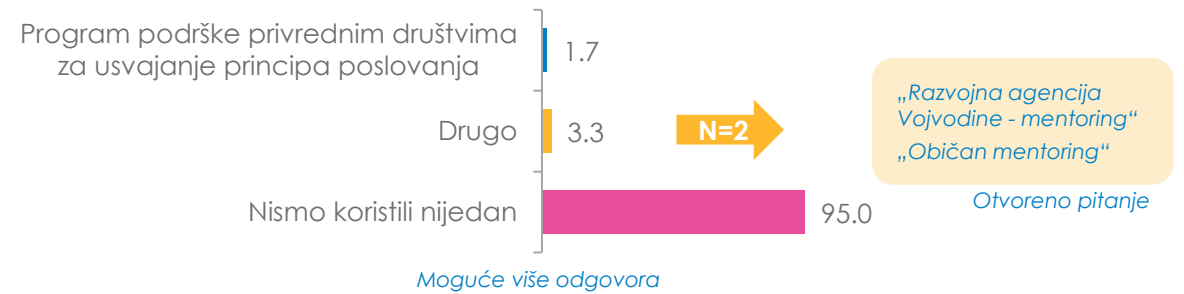
- Startapove koji se nisu odlučili da apliciraju za poreske olakšice je sprečilo to što nema dovoljno informacija o tome (42%), pogotovo one koji posluju na nivou Zapadnog Balkana (64%). Percepcija da je procedura prijave previše komplikovana jeda je od razloga zašto 22% startapa nije apliciralo (22%). Neki startapovi nisu ispunjavali uslove (17%) ili smatraju da nemaju potrebu za ovim vidom podrške (11%). Startape sprečava i to što nisu sigurni da li imaju pravo na poreske olakšice, ni kako da se informišu o tome.

# Da li ste koristili neki od navedenih programa:

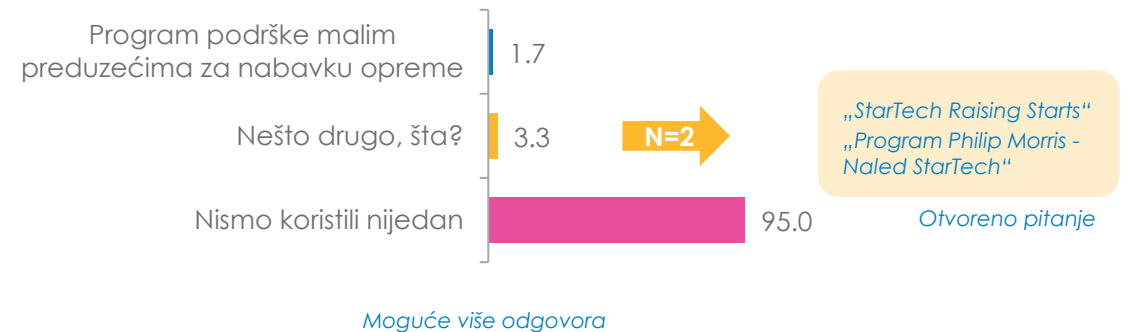
## Fonda za inovacionu delatnost



## Programi Razvojne agencije Srbije



## Programi Vlade Republike Srbije



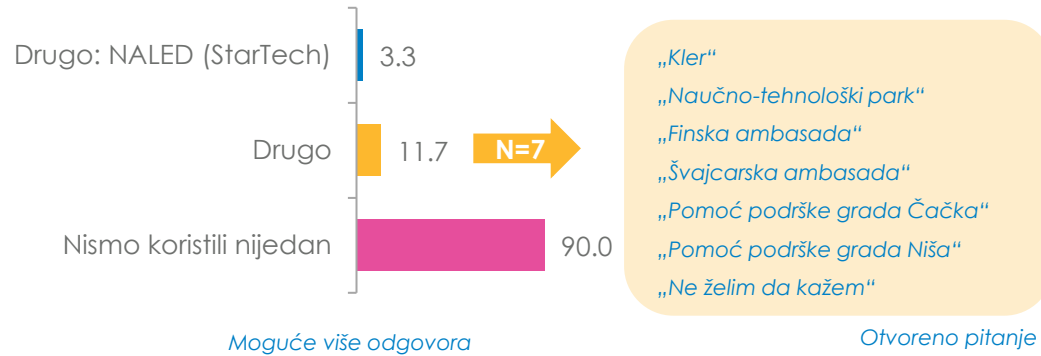
- Među programima Fonda za inovacionu delatnost najviše startapa koristilo je program ranog razvoja (43%). Program Katapult i/ili Mini grant koristilo je 13% njih. Sa druge strane, većina nije koristila nijedan program Razvojne agencije Srbije (95%) i programe Vlade Republike Srbije (95%).



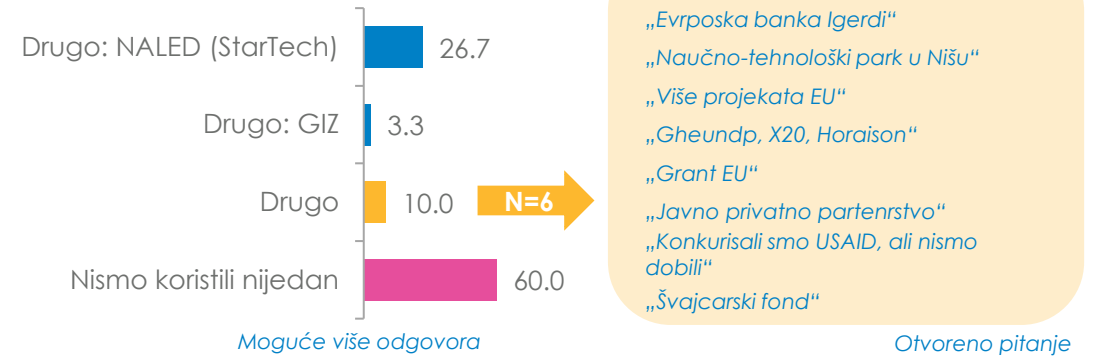
# Da li ste koristili neki od navedenih programa:



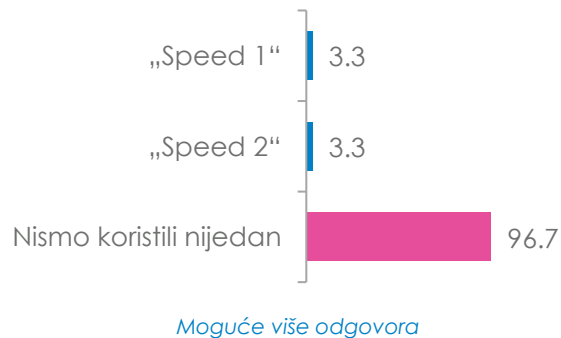
## Programe lokalne samouprave



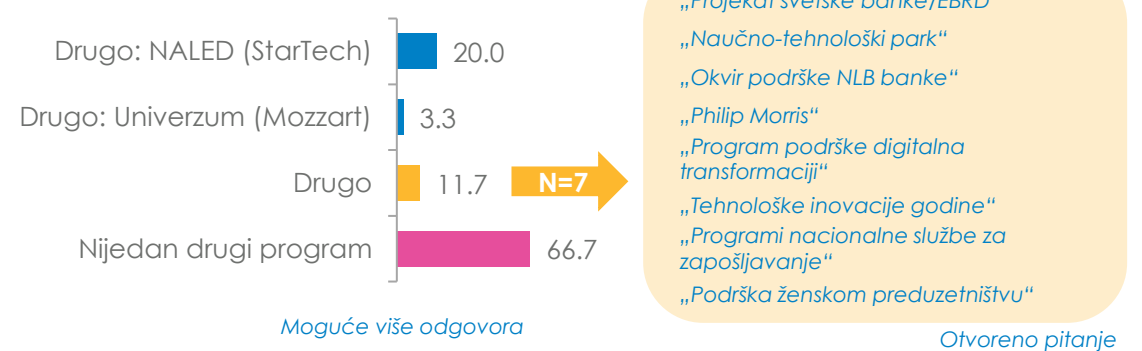
## Donatorski programi



## Konsultantske programe

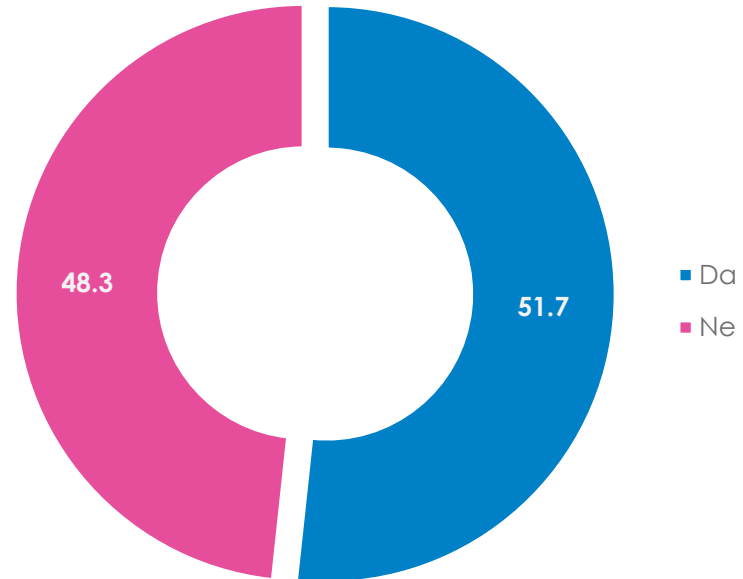


## Druge programe



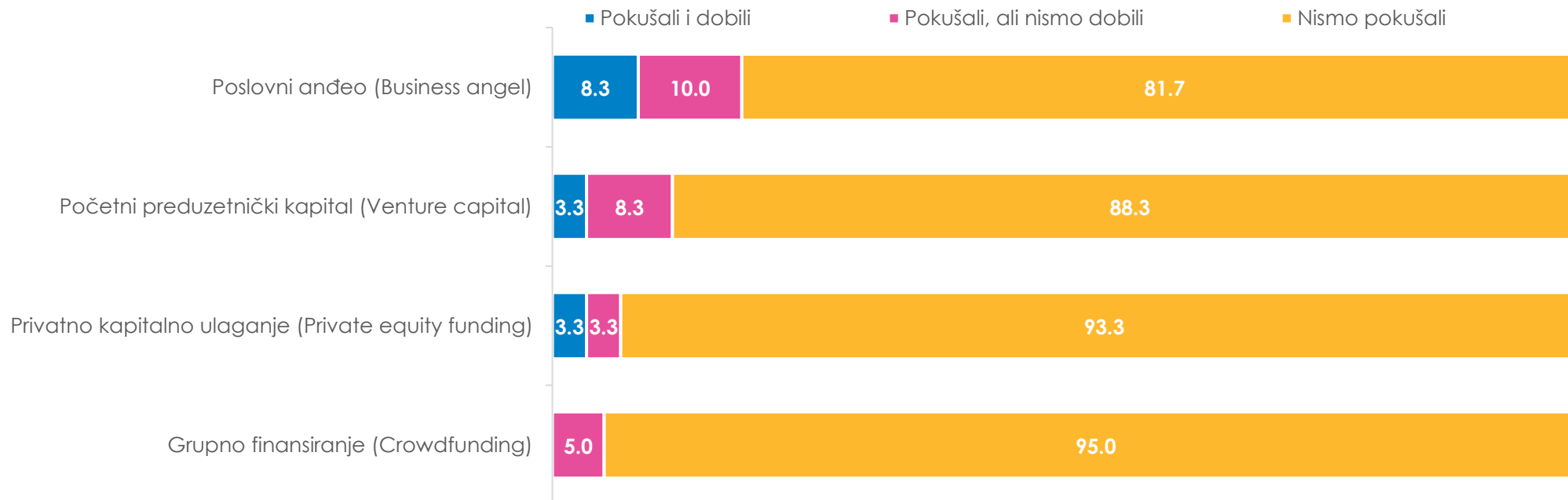
- Većina nije koristila programe lokalne samouprave (90%), niti konsultantske programe (97%). Neki vid donatorskih programa koristilo je 40% startapova, a trećina navodi druge programe podrške.

## Da li ste koristili NALED (StarTech) programe:



- Nešto više od polovine startapova koristilo je NALED (StarTech) programe podrške, mada startapi često nisu sigurni u koju grupu programa bi ih svrstali.

# Da li ste pokušali da dobijete sredstva od nekog od alternativnih izvora finansiranja?

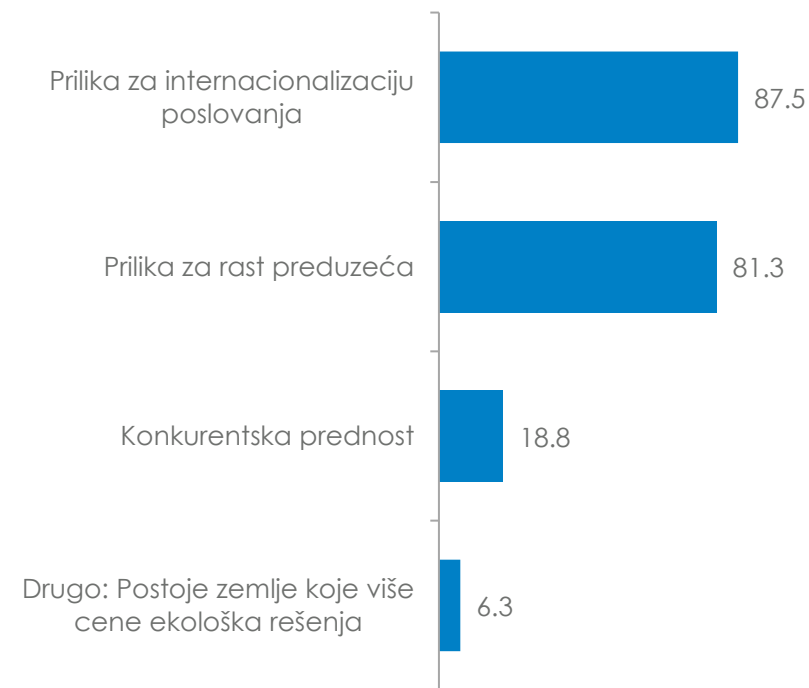
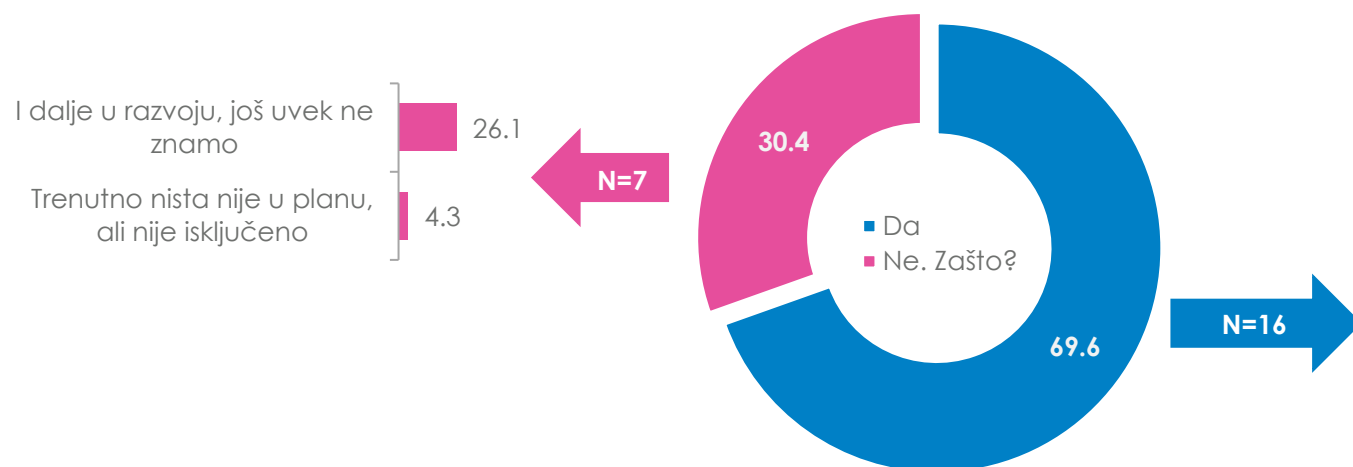


- Za alternativni vid finansiranja poput poslovnog anđela apliciralo je 18% startapova, a dobilo 8% njih, dok je za početnički preduzetnički kapital apliciralo 12%, a ovaj vid finansiranja odobren je za tek 3% startapova. Preko 93% nije apliciralo za privatno kapitalno ulaganje ili za grupno finansiranje. Privatno kapitalno ulaganje dobilo je 3% startapova, dok grupno finansiranje nikome nije odobreno.

# **IZVOZ NA INOSTRANO TRŽIŠTE**



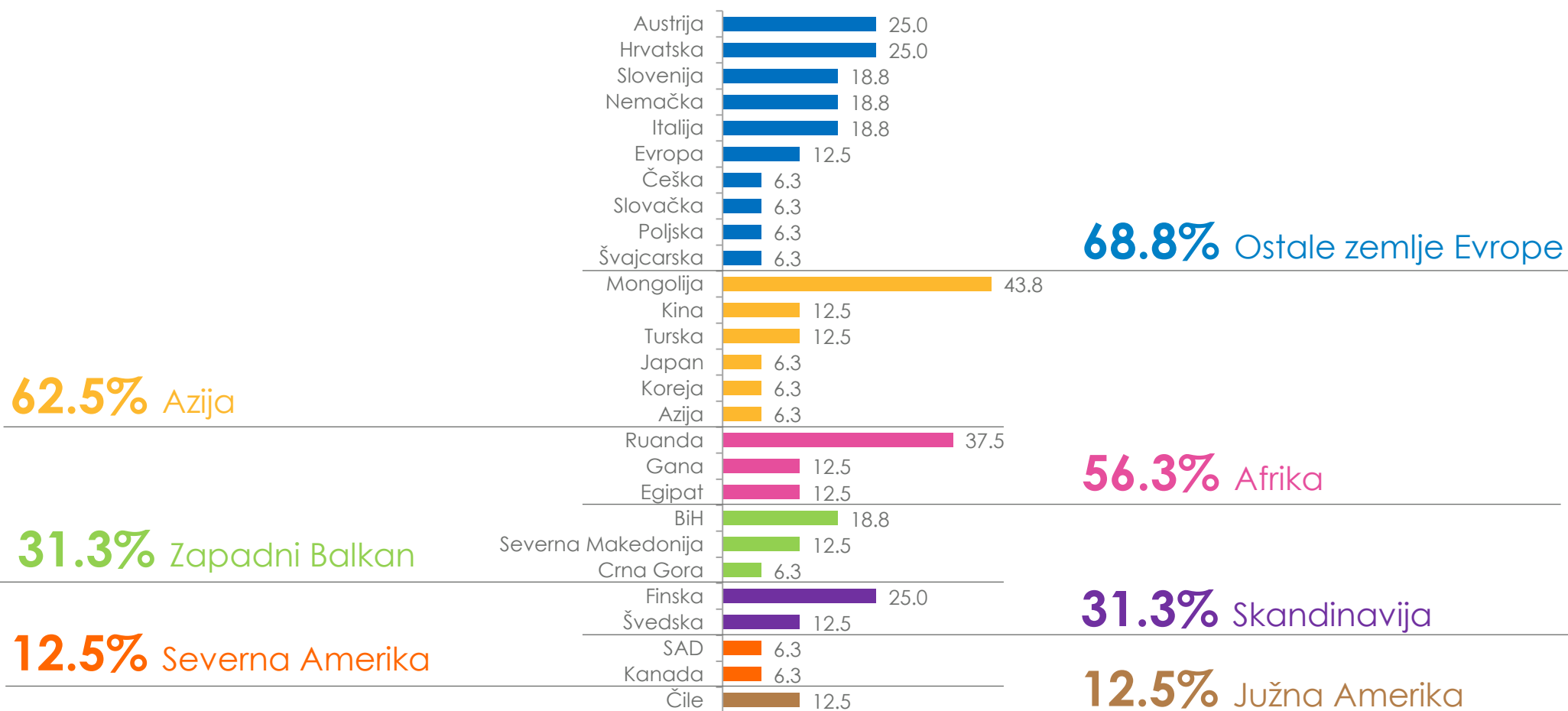
# Da li ste zainteresovani da počnete da izvozite svoje proizvode/usluge na inostrano tržište? Koji su ključni faktori koji Vas motivišu da počnete da izvozite svoje proizvode/usluge?



Moguće više odgovora

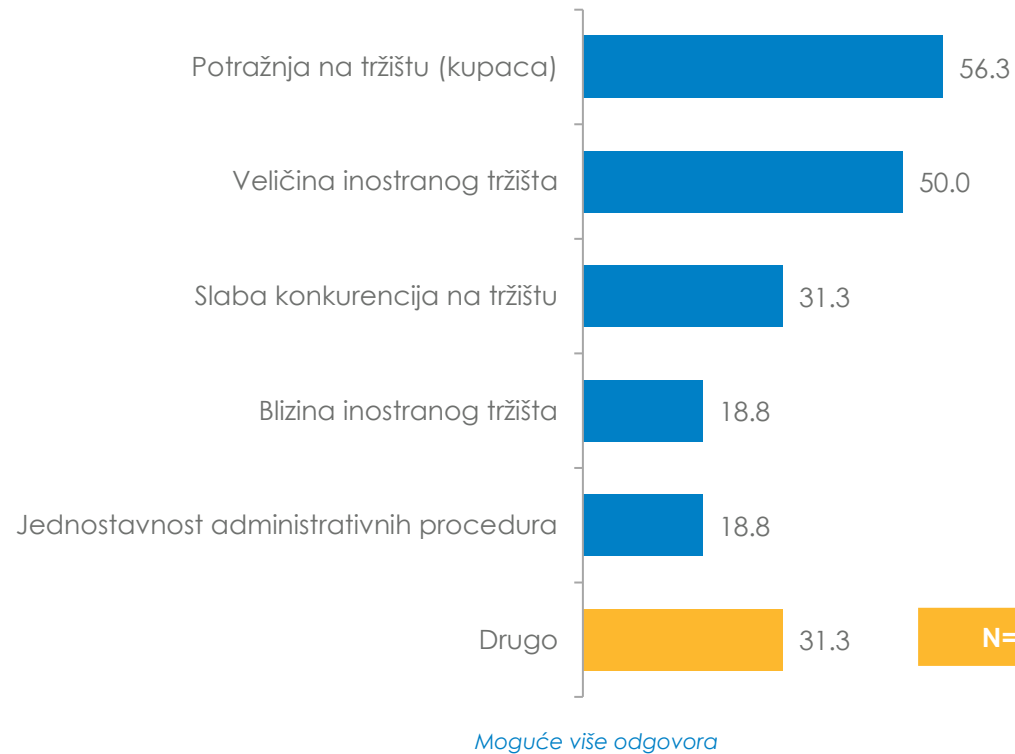
- Sedam od deset startapova koji trenutno ne izvoze svoje proizvode/usluge planira da u budućnosti posluje i na inostranom tržištu. Trećina startapova koji ne planiraju izvoz i dalje su u razvoju i još uvek ne razmišljaju o ovom koraku.
- Glavni motivi za širenje na inostrana tržišta su želja za internacionalizacijom poslovanja (88%) i za rastom preduzeća (81%). Konkurentska prednost dodatno pokreće 19% startapova, dok neki smatraju da će njihovi proizvodi/usluge biti više cenjeni na inostranom, nego na domaćem tržištu (6%).

# Na koja tržišta biste želeli da počnete da izvozite svoje proizvode/usluge?



- Najveći broj startapova planira izvoz na evropsko tržište (69%), tržište Azije (63%) i Afrike (56%). Konkretna države na čije tržište 44% startapova planira da zakorači jeste tržište Mongolije, dok je sledeće najpopularnije tržište Ruanda (38%).

# Koji su ključni faktori koji utiču na Vaš izbor tržišta?



„Ciljna grupa“

„Kontakti od ranije“

„Veća svest o ekologiji“

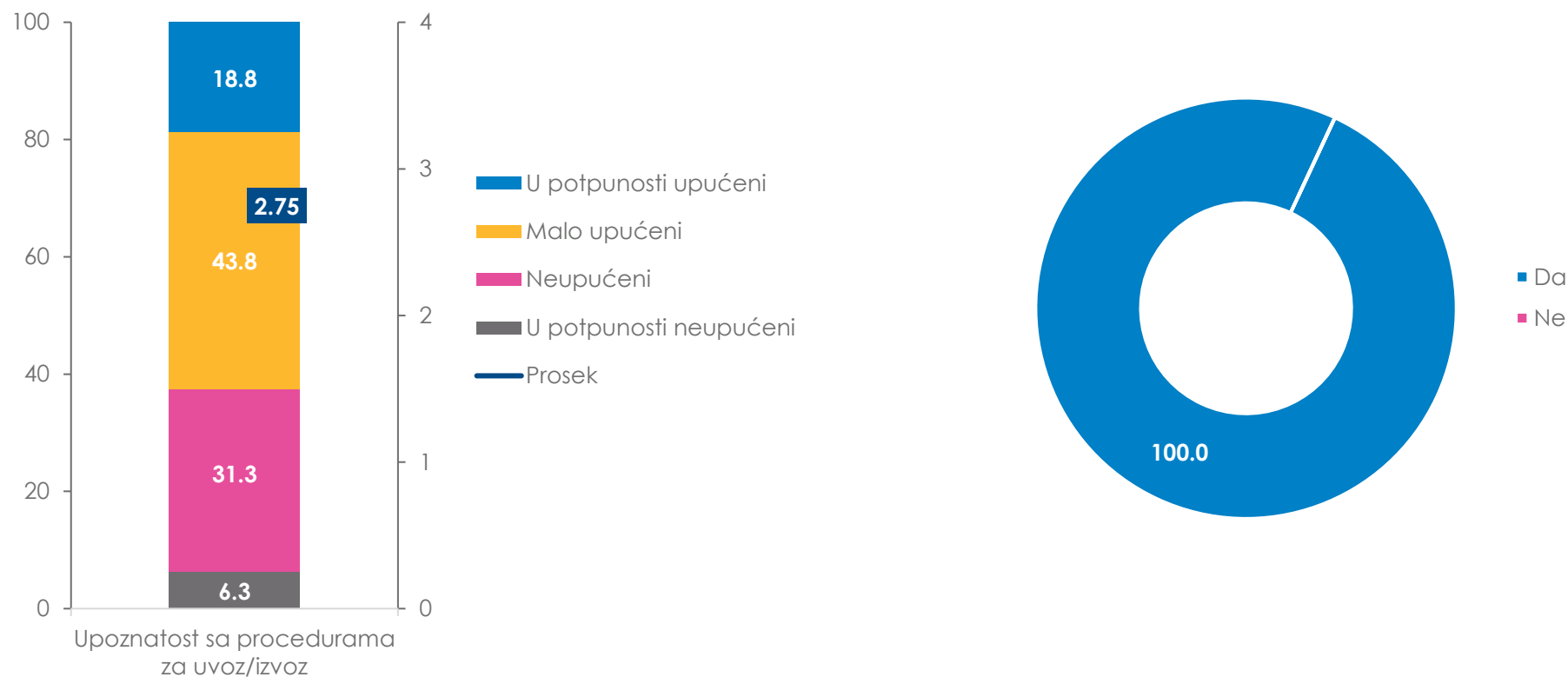
„Vrednosni potencijal tržišta koje gađamo“

„Zakonska regulativa države u koju se izvozi i udeo organske poljoprivrede u ukupnoj poljoprivrednoj poroizvodnji“

Otvoreno pitanje

- Izbor inostranog tržišta se najpre vrši prema tome kolika je potražnja za tim proizvodom/uslugom na konkretnom tržištu (56%), ali i prema veličini samog tržišta (50%). Neki startapi određena tržišta biraju i zbog manjka konkurencije (31%), zbog blizine (19%) kao i zbog jednostavnosti administrativnih procedura (19%).

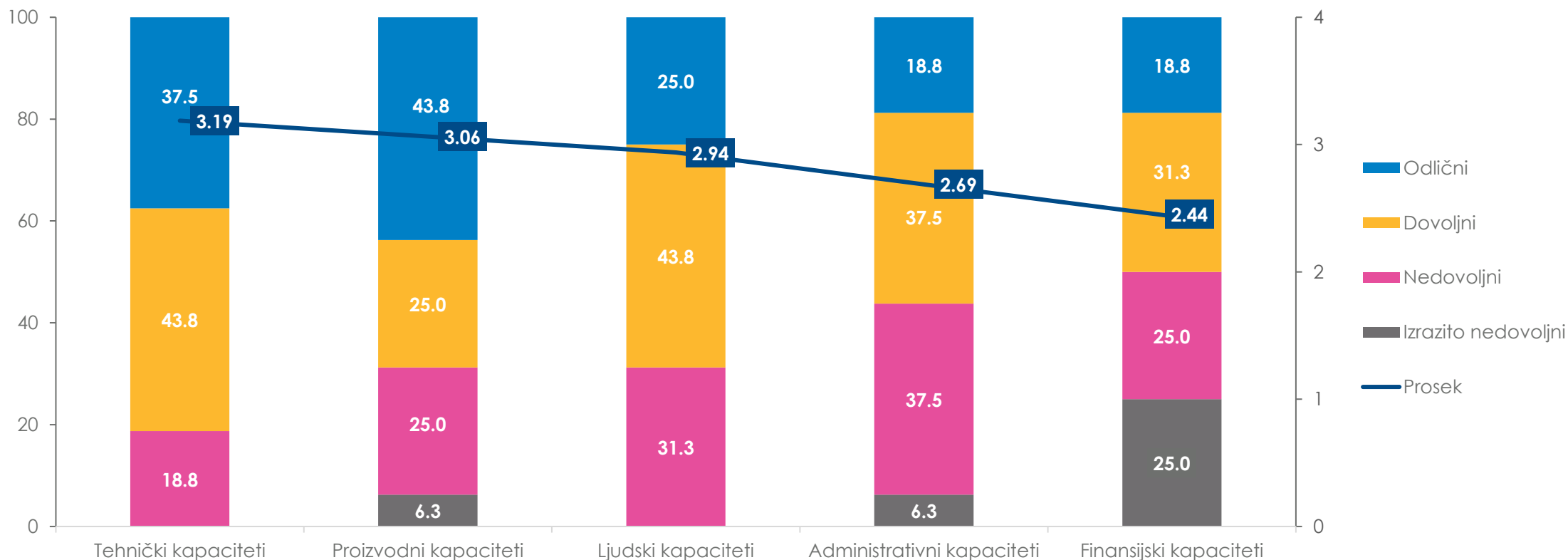
# Kako biste ocenili svoju upoznatost sa procedurama za uvoz/izvoz? Da li ste spremni da prilagodite svoj proizvod specifičnim potrebama tržišta (usled kulturoloških, jezičkih, običajnih, regulatornih zahteva)?



- Kada je u pitanju upoznatost sa procedurama za uvoz/izvoz, 31% startapova se oseća neupućeno, a 44% malo upućeno. Tek 19% smatra da su u potpunosti upućeni u to kako izgledaju procedure za ove procese.
- Svi startapovi koji planiraju da se okušaju na inostranom tržištu, spremni su da svoj proizvod prilagode specifičnim potrebama tog tržišta.

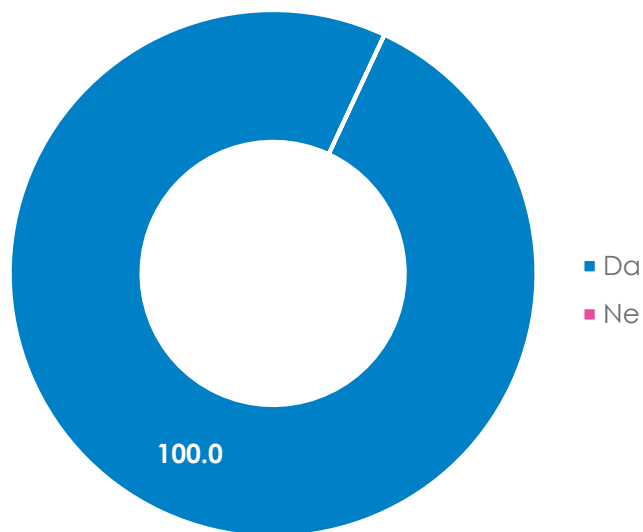


# Kako ocenjujete sledeće kapacitete Vašeg startapa za izvoz na skali od 1 do 4, gde jedan znači izrazito nedovoljni, a 4 znači odlični?

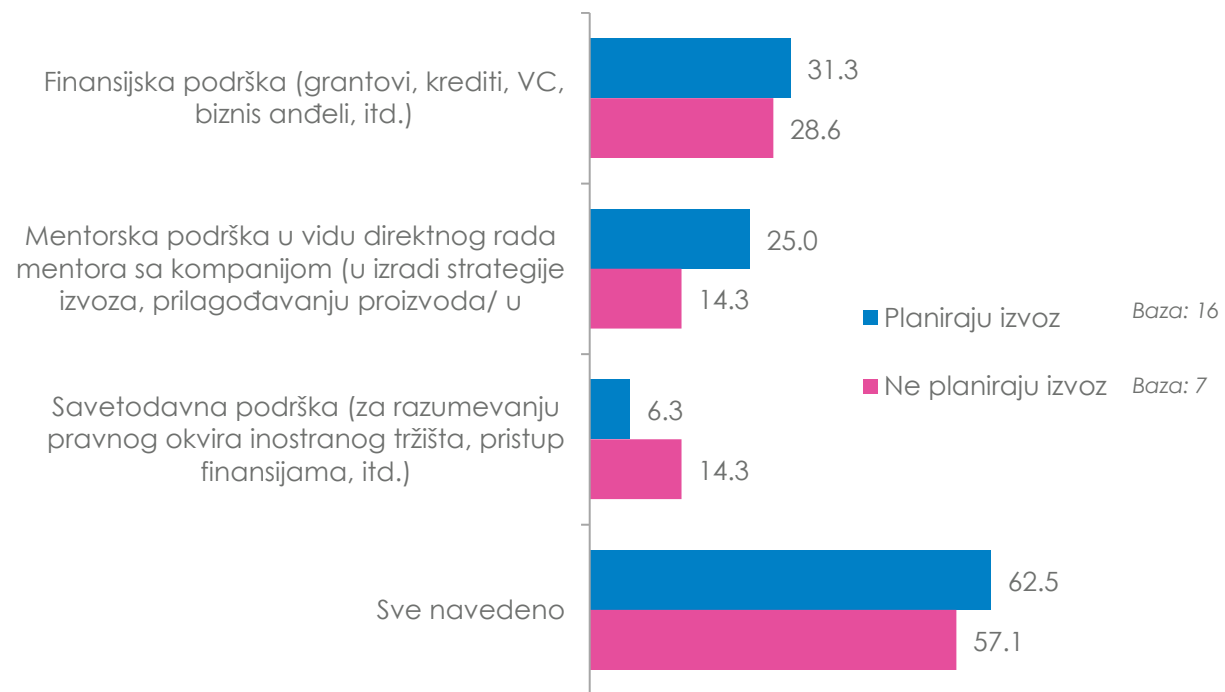


- Kada ocenjuju svoje kapacitete za izvoz, prema prosečnoj oceni startapi najpozitivnije ocenjuju svoje tehničke kapacitete, mada najveći broj startapa najvišu ocenu daje svojim proizvodnim kapacitetima (44%). Ljudski kapaciteti najčešće se ocenjuju kao dovoljni (44%), dok administrativne kapacitete podjednak broj startapa (38%) ocenjuje kao dovoljne i kao nedovoljne. Četvrtina je izrazito nezadovoljna svojim finansijskim kapacitetima, dok 31% smatra da ima dovoljno finansija za izvoz.

# Da li bi Vas postojanje podrške u plasiranju proizvoda/usluga na strano tržište motivisalo da počnete da izvozite? Koji vid podrške u plasiranju proizvoda/usluga bi Vam najviše bio od koristi?



Baza: 7 startapova koji ne planiraju izvoz



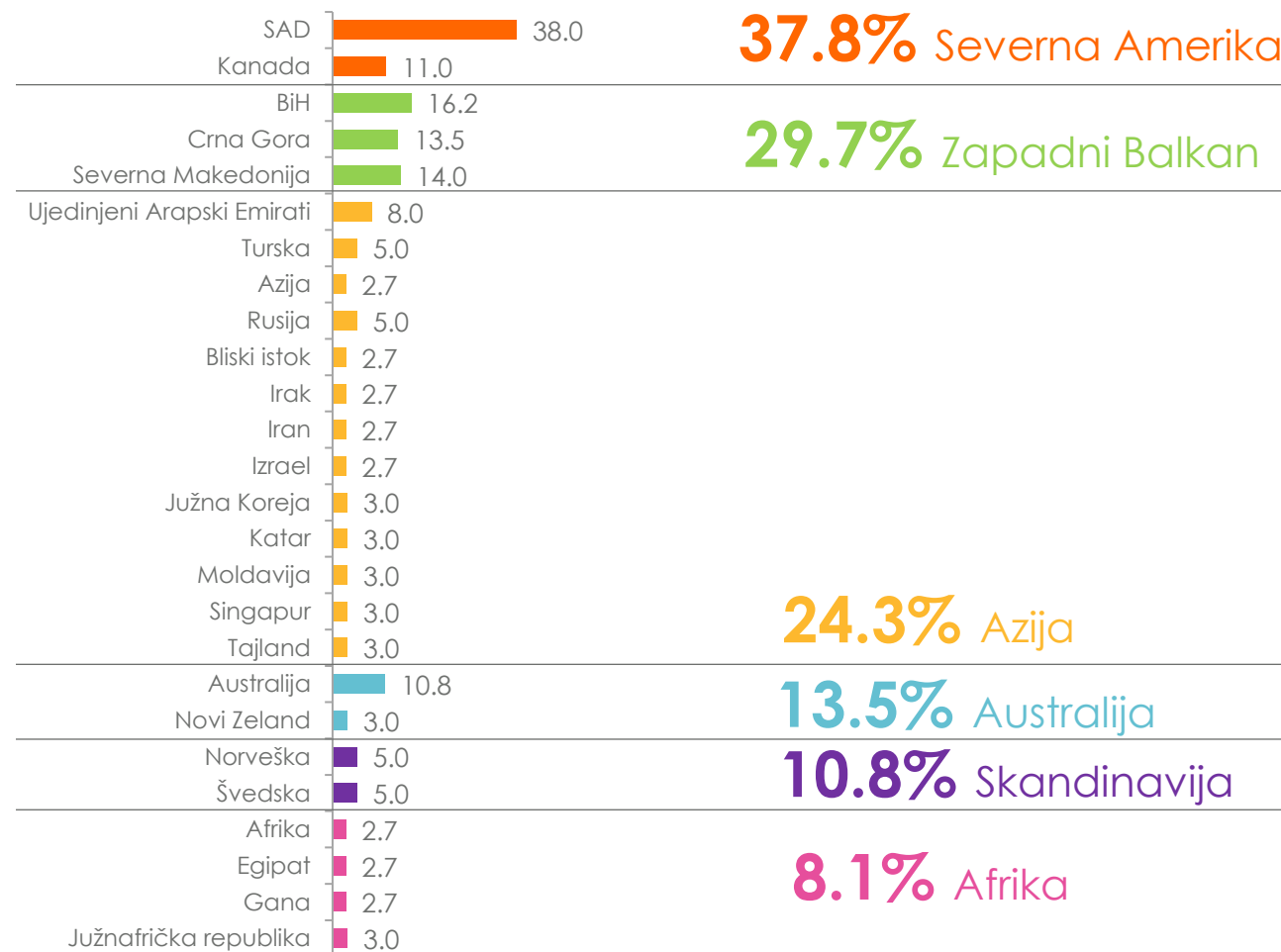
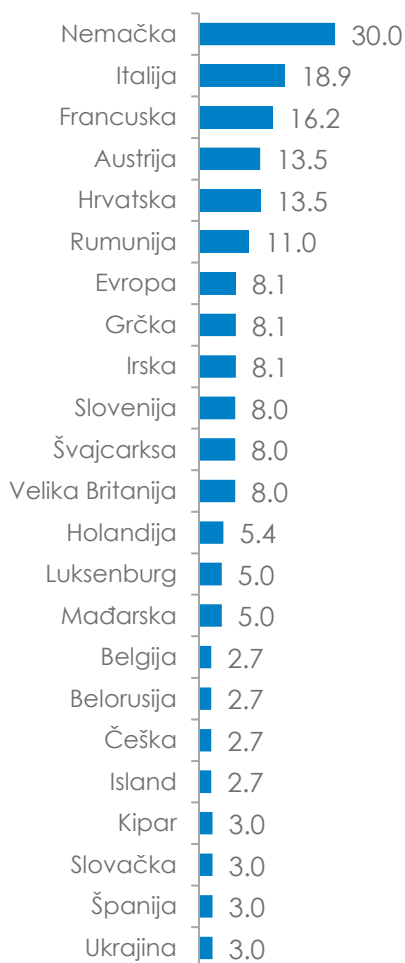
Moguće više odgovora

- Svi startapi koji još uvek ne planiraju izvoz bili bi motivisani na ovaj korak kada bi postojao neki vid podrške.
- Većina tih startapova (57%), ali i onih koji već planiraju izvoz (63%), smatraju da bi im podjednako značila i finansijska i mentorska i savetodavna podrška. Pojedinačno mentorsku podršku nešto češće navode oni koji već planiraju izvoz(25%), dok bi savetodavna podrška bila nešto korisnija onima koji još uvek razmišljaju o ovom koraku (14%).

# Na koja konkretno tržišta izvozite svoje proizvode/usluge?

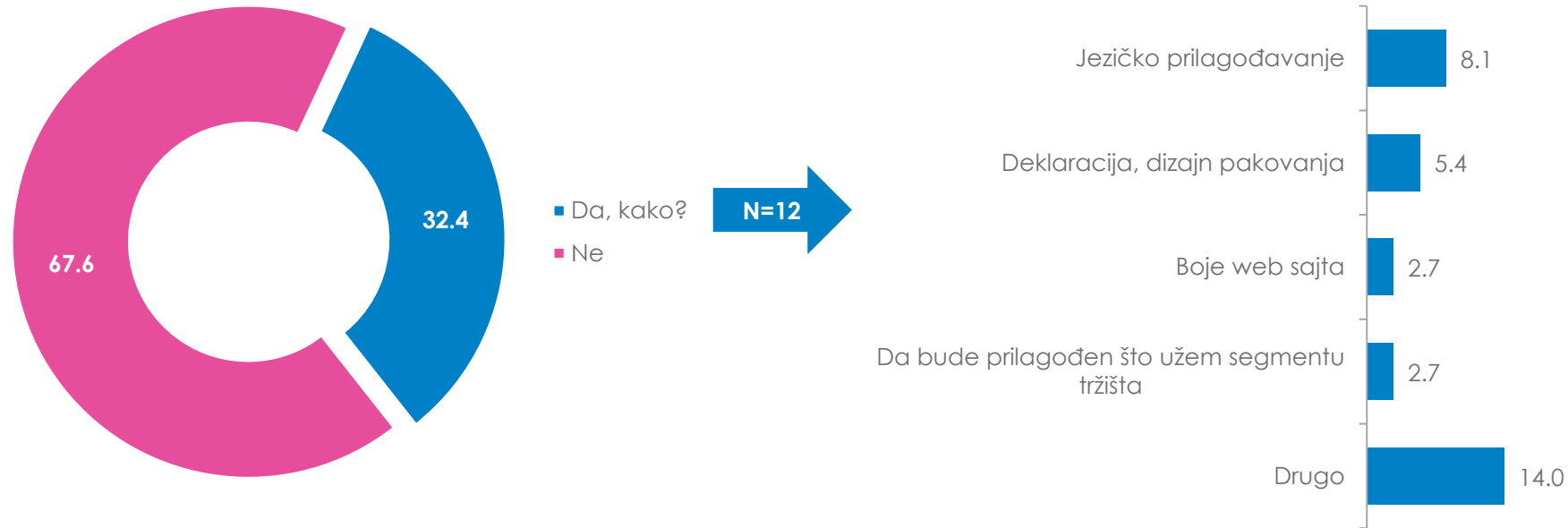


**73.0%**  
Ostale zemlje  
Evrope



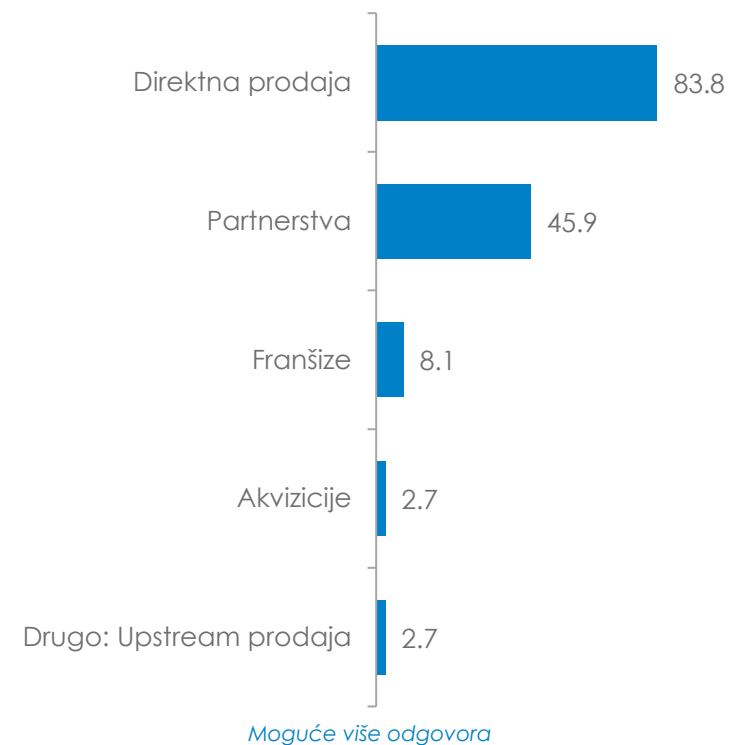
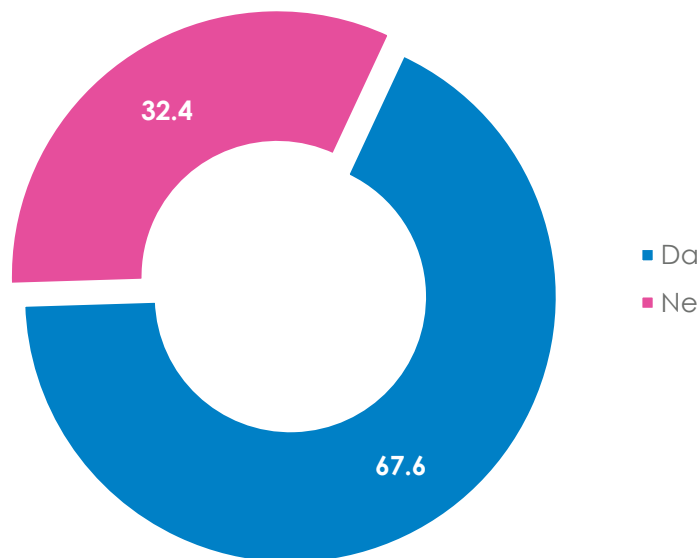
- Startapi koji već izvoze svoje proizvode ili usluge, u najvećem broju slučajeva proširili su svoje poslovanje na tržište Evrope (73%), najčešće Nemačke (30%) i Italije (19%). Znatian broj stratapova posluje i u Severnoj Americi (39%), odnosno u SAD (38%).

# Da li je bilo potrebno da proizvod/uslugu promenite kako biste je prilagodili inostranom tržištu? Kako?



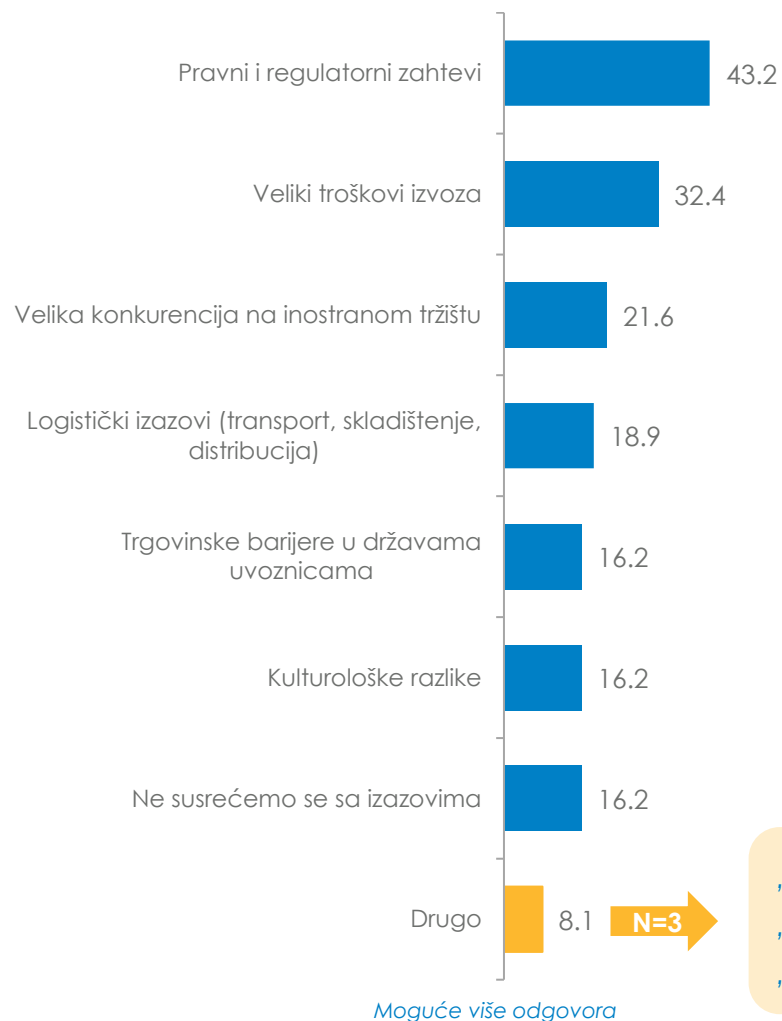
- Trećina startapa je za potrebe izvoza moralo da prilagodi svoj proizvod/uslugu inostranom tržištu, a promene su se ficale jezičkog prilagođavanja, prilagođavanja dizajna pakovanja ili web sajta, kao i u promenama funkcionalnosti i određenih procesa.

# Da li ste imali razvijenu strategiju ulaska na inostrano tržište? Koji od sledećih modela ulaska na inostrano tržište ste koristili?



- Razrađenu strategiju za ulazak na inostrano tržište imalo je 68% startapova, odnosno 81% startapova koji posluju na evropskom tržištu.
- Najčešće primenjivan model ulaska na strano tržište je direktna prodaja (84%), dok je drugo po učestalosti korišćenje partnerstava (46%).

# Sa kojim izazovima se susrećete u vezi sa poslovanjem na inostranom tržištu?



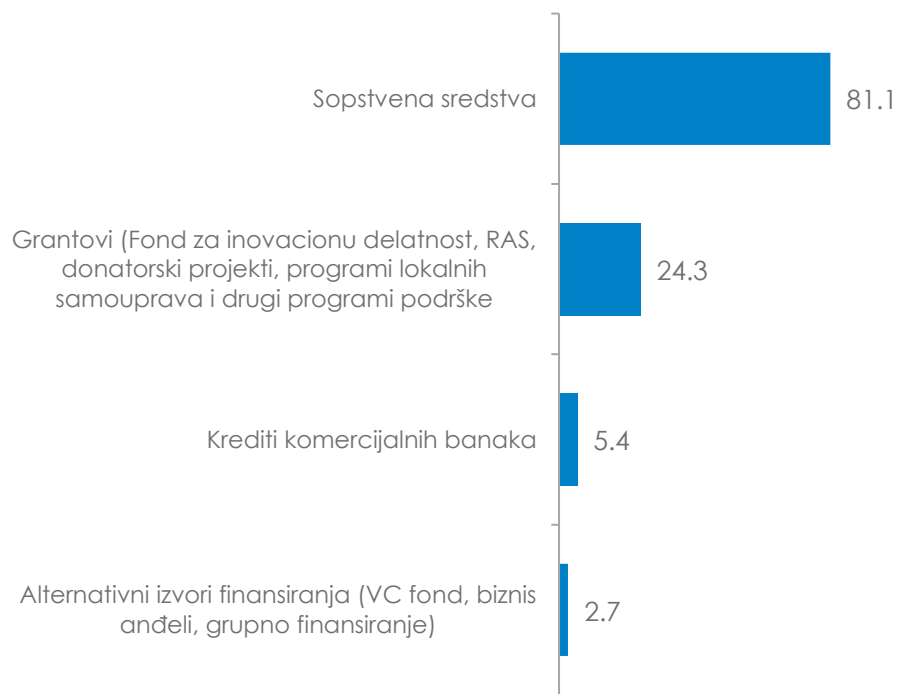
- Pravni i regulatorni zahtevi za 43% startupova predstavljaju izazov, dok trećina navodi velike troškove izvoza, a petina veliku konkurenciju na inostranom tržištu.

„Veliki troškovi marketinga“  
„Nedostatak poverenja, predrasude“  
„Naći mrežu kupaca i plasirati robu“

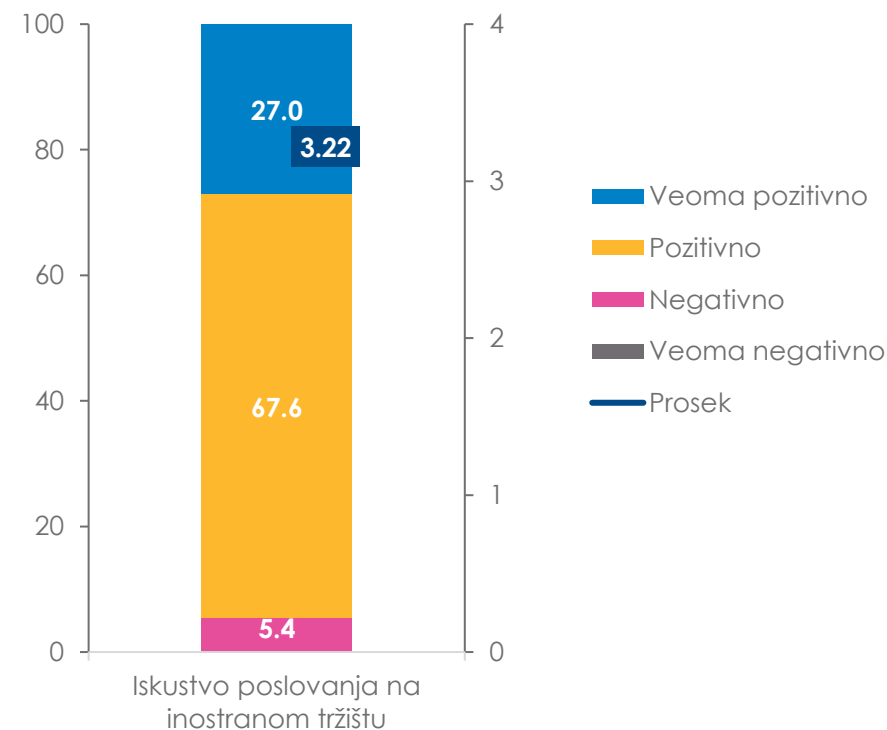
Otvoreno pitanje

# Iz kog izvora ste finansirali izvozne aktivnosti:

## Kako biste ocenili iskustvo poslovanja na inostranom tržištu ocenom od 1 do 4, gde 1 znači veoma negativno, a 4 veoma pozitivno?



Moguće više odgovora



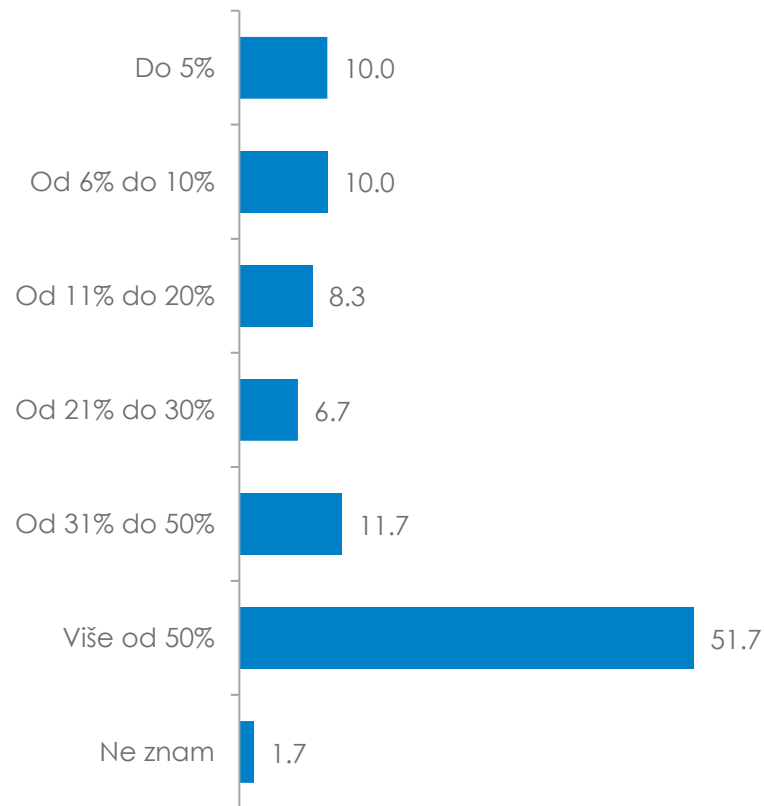
- Izvozne aktivnosti 81% startapova finansira iz sopstvenih sredstava dok 24% za to koristi (i) grantove.
- Kada je reč o ocenjivanju celokupnog iskustva poslovanja na inostranom tržištu 68% startapova daje pozitivnu ocenu, dok 27% kaže da je to iskustvo veoma pozitivno. Tek je 5% onih koji svoje iskustvo ocenjuju negativno, a niko svoje iskustvo nije ocenio kao veoma negativno. Startapi koji dolaze iz proizvodne delatnosti imaju viši prosečni skor zadovoljstva iskustvom (3.50), nego oni koji su iz uslužne delatnosti (3.08).

# ISTRAŽIVANJA I RAZVOJ



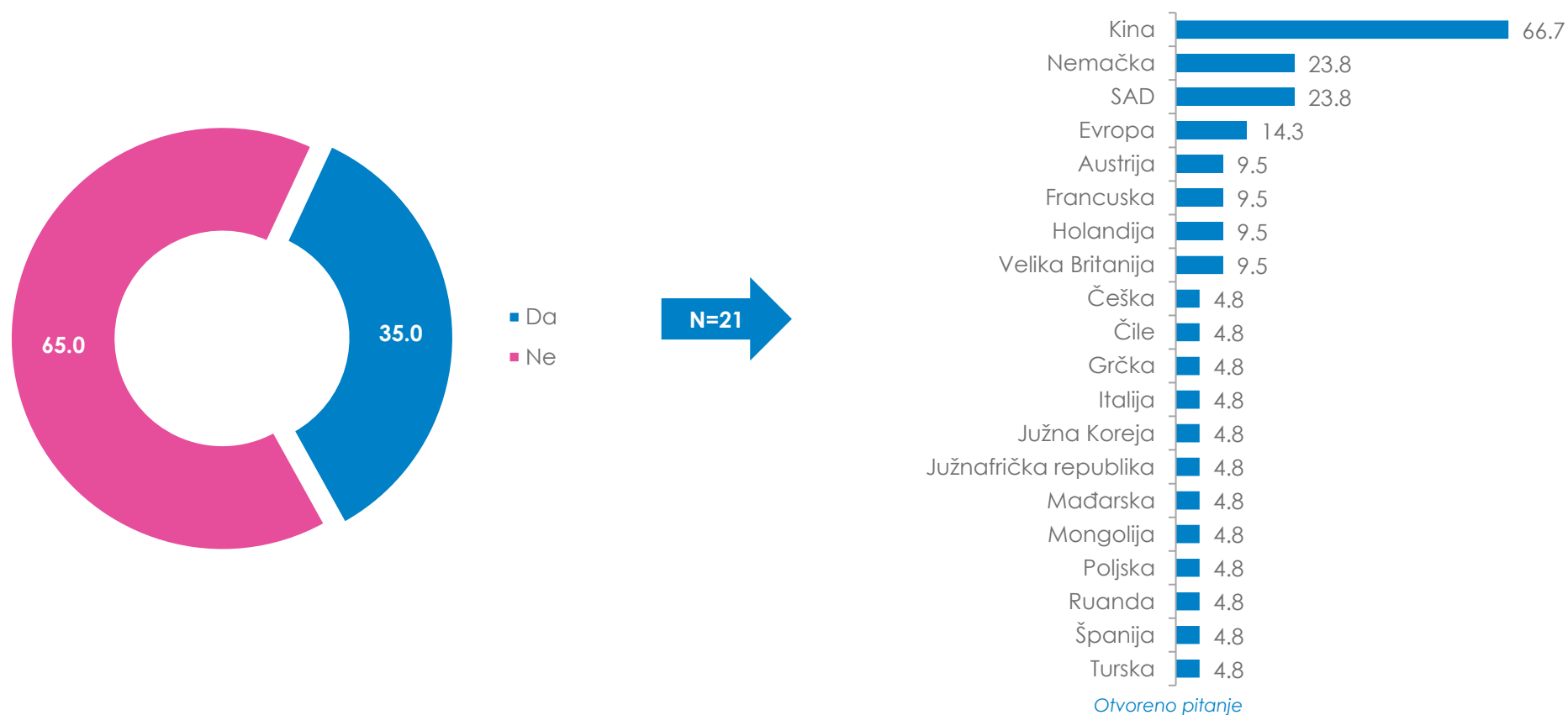


# Koliki je udeo investicija u R&D (istraživanje i razvoj) u ukupnim rashodima Vaše firme?



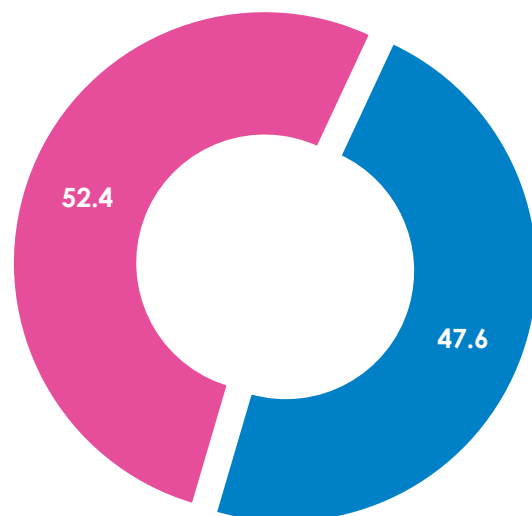
- Nešto više od polovine startupova za R&D izdvaja preko 50% budžeta, dok je za 28% statapova udeo investicija za istraživanje i razvoj u ukupnim rashodima manji od 20%.

# Da li ste uvozili komponente/uzorke namenjene istraživanju i razvoju? Navedite konkretna tržišta sa kojih ste uvozili:



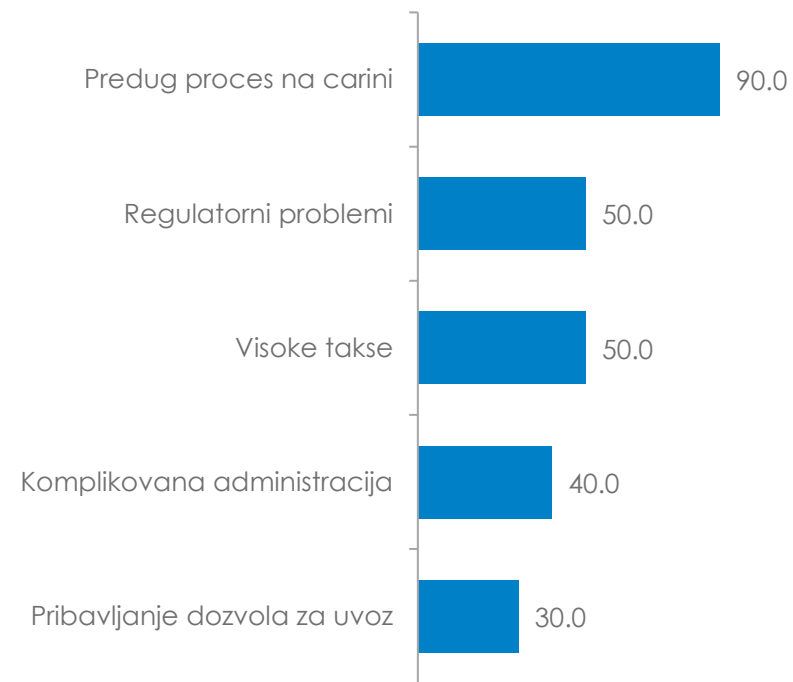
- Komponente i uzorke namenjene istraživanju i razvoju uvezilo je 35% startapova, najčešće iz Kine (67%), Nemačke (24%) i SAD (24%).

# Da li ste prilikom uvoza nailazili na određene izazove? Konkretnije, koji izazovi su u pitanju?



■ Da  
■ Ne

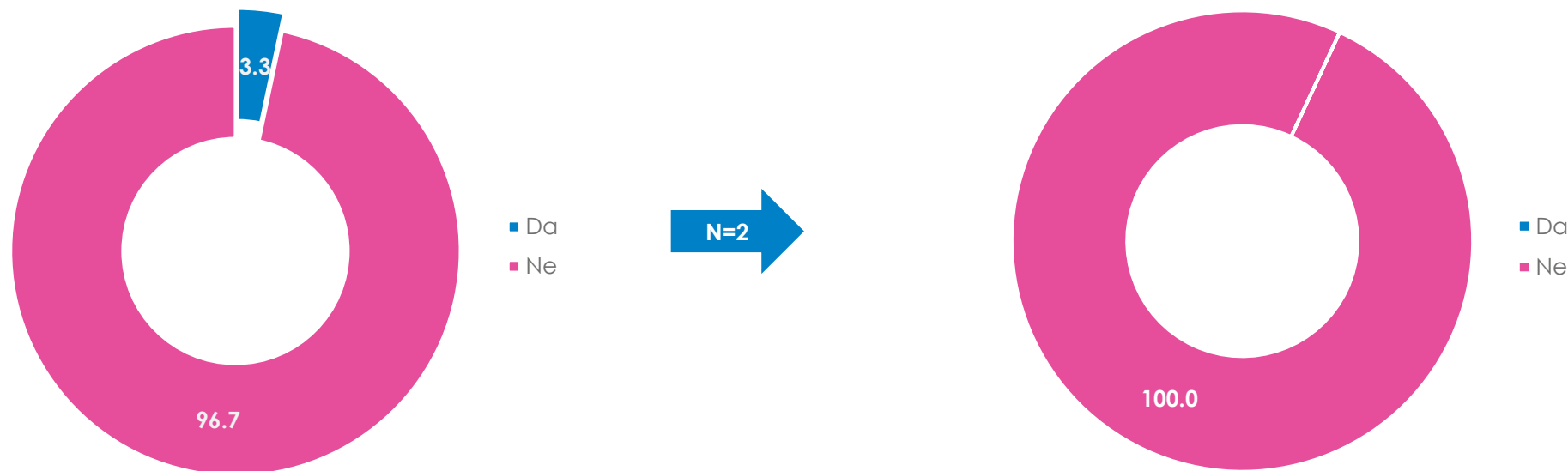
N=10



Moguće više odgovora

- Neku vrstu izazova je iskusio svaki drugi startup. Skoro svaki od njih smatra da na carini procesi traju predugo (90%), dok se polovina susrela i sa regulatornim problemima ili kao izazov navodi visoke takse.

# Da li Vaše poslovanje uključuje vršenje kliničkih ispitivanja lekova? Da li ste do sada vršili klinička ispitivanja lekova?



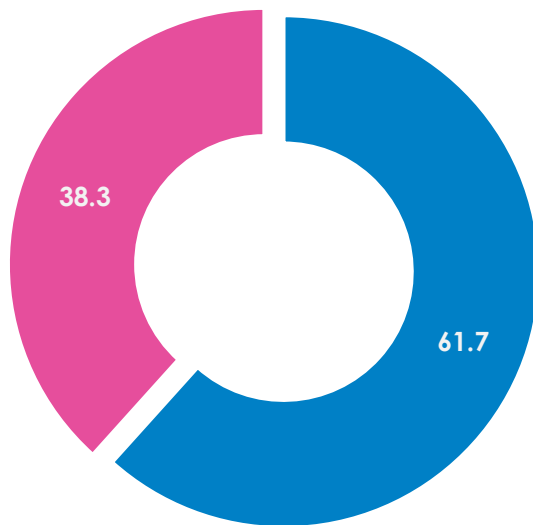
- Samo 3% startapova u okviru svoje delatnosti vrše klinička ispitivanja lekova. Međutim, nijedan startap još uvek nije imao iskustva sa ovim procesom.

# SARADNJA SA NAUKOM



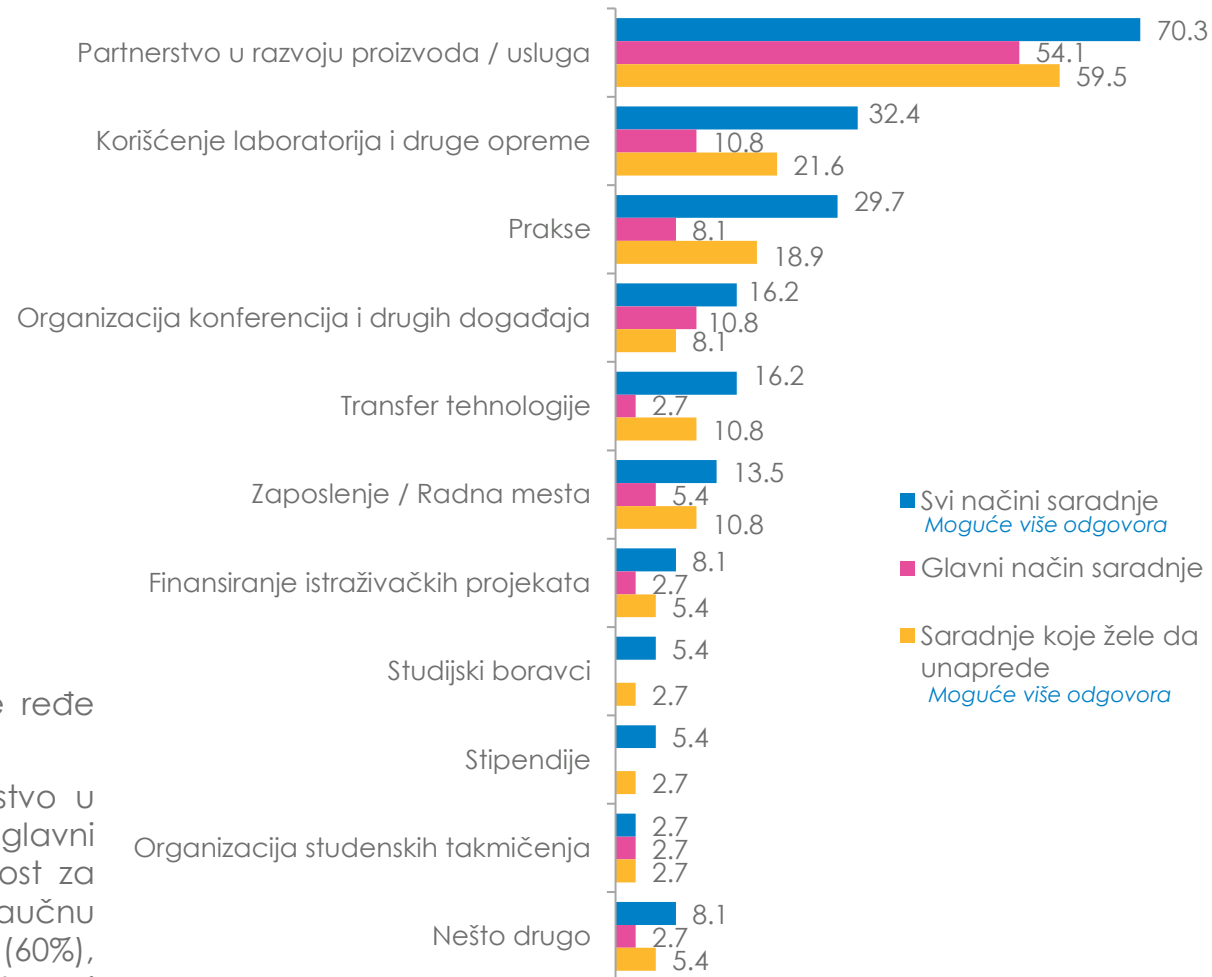
# Da li saradujete sa naučnom zajednicom?

## Na kojim sve aktivnostima saradujete sa naučnom zajednicom? A na kojim najviše? U kojim aspektima vidite mogućnost veće saradnje?



N=37

- Sa fakultetima i institutima saraduje 62% startapova. Ove saradnje ređe ostvaruju startapovi sa sedištem na istoku i jugu Srbije (27%).
- Saradnja startapa sa naukom najčešće se ostvaruje kroz partnerstvo u razvoju proizvoda ili usluga (70%). Većini startapa je ovo ujedno i glavni oblik saradnje (54%) i predstavlja područje u kojem vide mogućnost za unapređenje (60%). Trećina startapa koristi laboratorije i drugu naučnu opremu, a ovaj vid saradnje češći je za one iz proizvodnih delatnosti (60%), dok trećina organizuje prakse kao deo svoje saradnje sa naukom. Iako ovi oblici saradnje često nisu najrazvijeniji (11%; 8%), oni koji ih ostvaruju žele da ih dodatno unaprede i prošire (22% i 19%).



# Gde još vidite mogućnost saradnje sa naučnom zajednicom?

## U kojim aspektima vidite potencijal za otpočinjanje saradnje sa naučnom zajednicom?



Moguće više odgovora

Baza: 37 startapa koji saraduju sa naučnom zajednicom



Moguće više odgovora

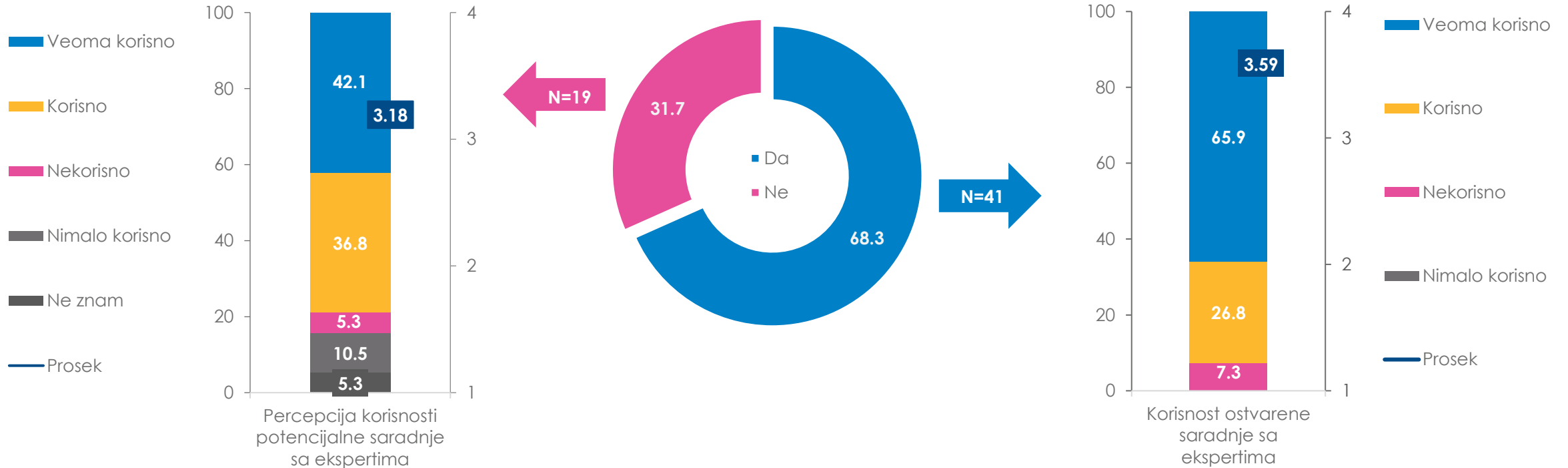
Baza: 23 startapa koji ne saraduju sa naučnom zajednicom

- Oni koji već saraduju sa naučnom zajednicom, mogućnost za nove saradnje vide u finansiranju istraživačkih projekata (30%), praksama (16%) i radnim mestima (16%).
- Sa druge strane, startapi koji još uvek ne saraduju sa naukom potencijal za saradnju vide upravo u onim aspektima u kojima je saradnja među startapima koji saraduju sa naukom najzastupljenija: razvijanje proizvoda i usluga (60%), korišćenje laboratorije i opreme (22%) i organizacija praksi (19%).

# Da li ste do sada angažovali eksperte iz akademske zajednice kako bi Vam pomogli u unapređenju poslovnih procesa, razvoju proizvoda ili usluga?

## Koliko Vam je bilo korisno to što ste angažovali eksperte iz akademske zajednice u ove namene?

## Koliko smatrate da bi bilo korisno angažovati eksperte iz akademske zajednice u ove namene?



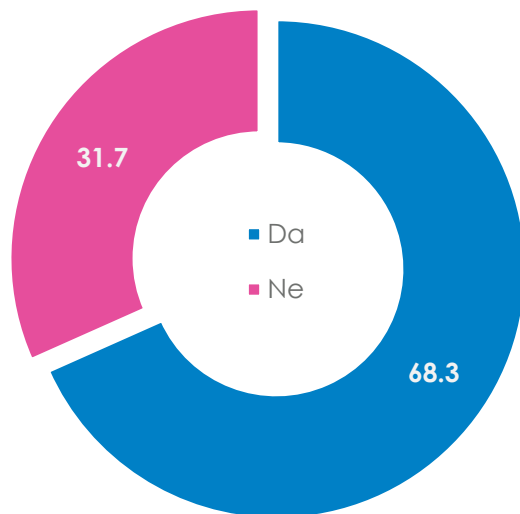
- Većina startapa je nekada angažovala eksperte iz akademske zajednice za unapređenje poslovnih procesa i proizvoda ili usluga (68%). 2/3 startapa ovu saradnju opisuje kao veoma korisnu, 27% kao donekle korisnu dok tek 7% smatra da im ona nije bila od koristi.
- Startapi koji do sada nisu sarađivali sa ekspertima procenjuju takvu saradnju nešto manje povoljno nego oni koji su već angažovali stručnjake. Većina njih smatra da bi saradnja mogla biti veoma korisna (42%) ili donekle korisna (37%), dok 11% misli da im ne bi donela nikakvu korist.



A photograph of two business professionals shaking hands in an office. One person is wearing a light blue shirt and a dark tie, while the other is wearing a light-colored jacket. They are standing in front of a wooden desk with a laptop, a clipboard, and some papers. A large blue curved graphic element is on the left side of the image.

# **SARADNJA SA PRIVREDOM**

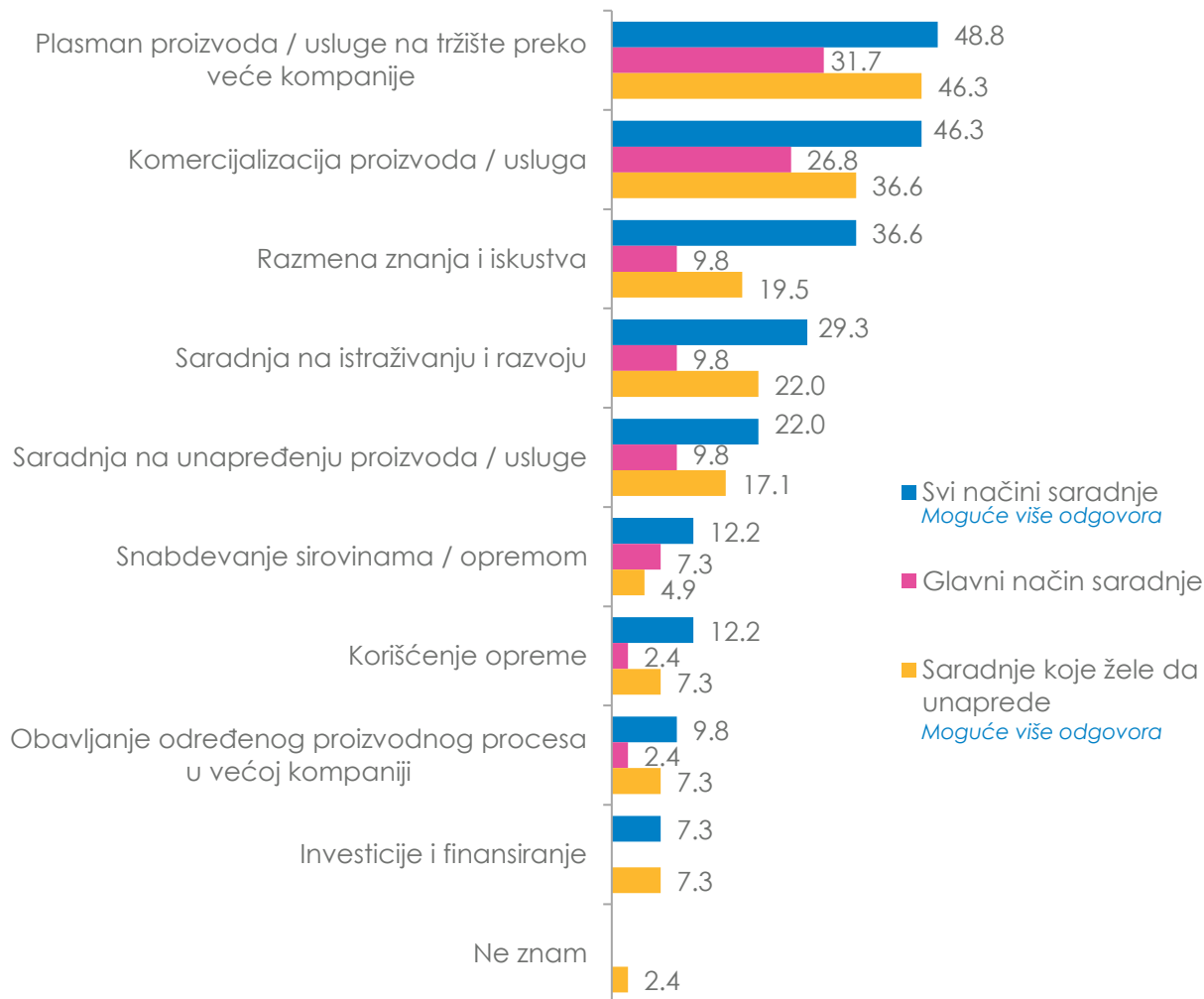
# Da li saradujete sa većim kompanijama? Da li možete navesti primer veće kompanije sa kojom saradujete (strane, domaće)?



- Sa privredom saradnju ostvaruje 68% startapova.
- Neke od većih kompanija sa kojima saraduje više od jednog startapa su Bosch, Siemens, Apatinska pivara, Bayer, Delta Agrar, Philip Morris International, Carlsberg i Coca Cola.

Bosch	3	ComTrade	1	Carnex	1	SIGIT Group	1
Siemens	3	Corteva Agriscience	1	Knjaz Miloš	1	Sika Srbija	1
Apatinska pivara	2	Covestro	1	Krojačeva škola	1	Sip Slovenija	1
Bayer	2	Danieli	1	Quantox Technology	1	Telefonika	1
Delta Agrar	2	Delhaize	1	MC-Bauchemie	1	Telekom	1
Philip Morris International	2	Dijamant	1	Microsoft	1	Unipromet	1
Carlsberg	2	EKO PAK	1	Michelin	1	Univerexport	1
Coca Cola	2	Epoksan	1	Mlekoprodukt	1	Vega IT	1
A1	1	Extreme	1	Nestlé	1	VEKA Srbija	1
ACIBADEM Srbija - Bel Medic	1	PhytoNet	1	Nion Co.	1	WKG Kragujevac	1
Advokatska kancelarija MJB	1	Galenika	1	NIS	1	Drugo	6
ArcelorMittal	1	Global Environmental Justice	1	NLB Komercijalna banka	1	Ne želim da navodim / Ne znam	4
ASS Markets	1	Grundfos	1	ORUK DOO	1		
Bambi	1	Heineken	1	Pionir	1		
BASF	1	Honeywell	1	Polyhedra	1		
Institut BioSens	1	Ikea	1	PRADA	1		
Boss	1	Infosoft	1	Red Bull	1		
CAREL	1	EastGrain	1	SICI	1		

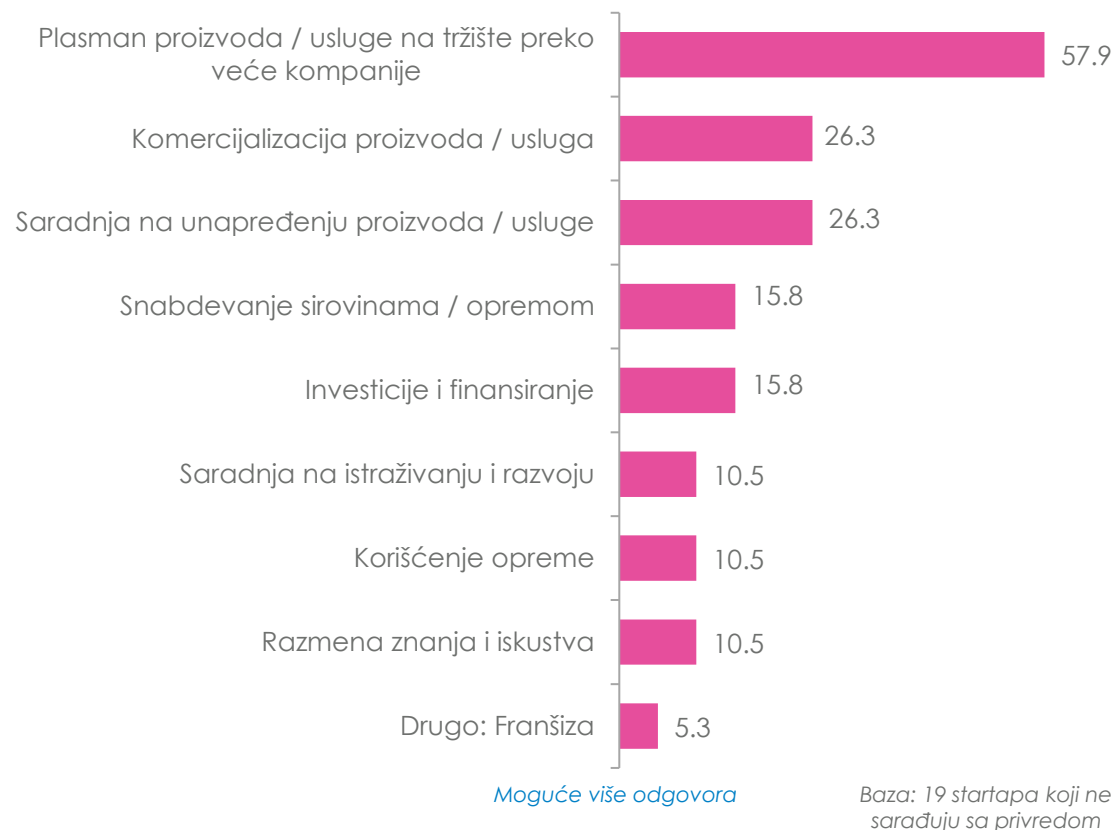
# Na kojim sve aktivnostima saradujete sa većim kompanijama? A na kojim najviše? U kojim aspektima vidite mogućnost veće saradnje?



- Startapi najčešće ostvaruju saradnje sa velikim kompanijama zbog pomoći u plasmanu proizvoda ili usluge na tržište (49%), komercijalizacije (46%) i razmene znanja i iskustva (37%). Još neke relativno česte aktivnosti na kojima startapi i privreda saraduju su istraživanje i razvoj (29%) i unapređenje proizvoda i usluge (22%).
- Svakom trećem startapu je plasman na tržište glavni vid saradnje sa kompanijama, dok 46% njih želi da dodatno unapredi ovaj oblik saradnje. Drugi najčešći glavni vid saradnje je komercijalizacija (27%), a 37% smatra da u tom području ima prostora za unapređenje.

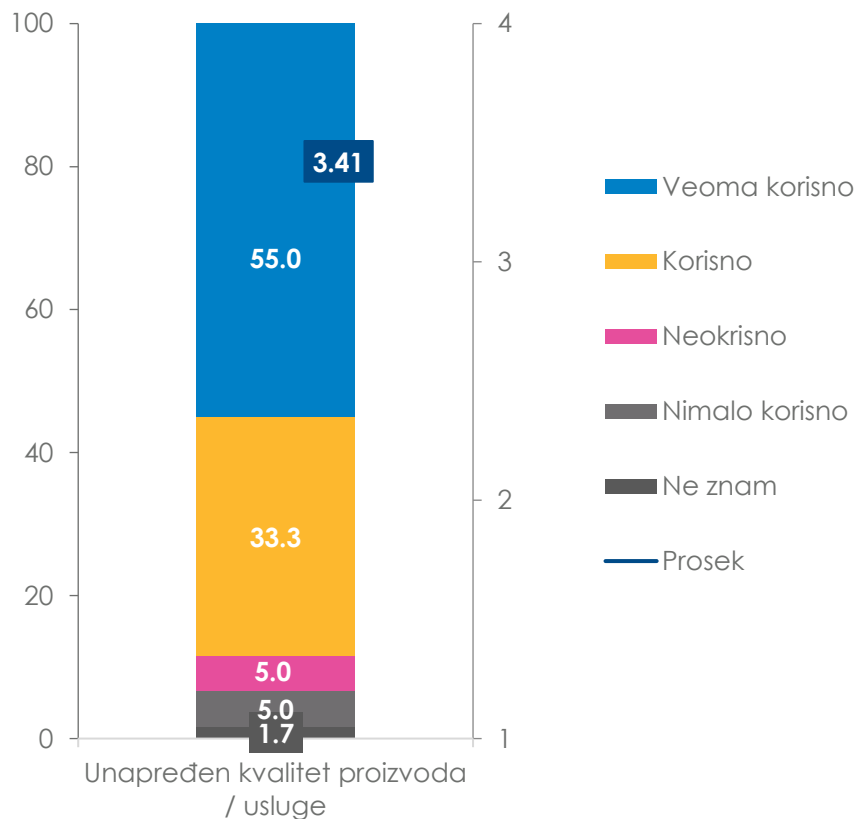
# Gde još vidite mogućnost saradnje sa velikim kompanijama?

## U kojim aspektima vidite potencijal za otpočinjanje saradnje sa velikim kompanijama?



- Pomoć u plasmanu proizvoda ili usluga na tržište bio bi i najpoželjniji vid saradnje za one koji saraduju sa kompanijama, ali još uvek ne na ovaj način (29%), dok mogućnost novih saradnji 27% startapa vidi i u saradnji za unapređenje usluge ili proizvoda, odnosno za komercijalizaciju (27%).
- Sa druge strane, startapi koji još uvek nemaju nikakav vid saradnje sa većim kompanijama, takođe bi u najvećem broju slučajeva želeli da preko većih kompanija plasiraju svoje proizvode ili usluge (58%), da saraduju na komercijalizaciji (26%), ali i na unapređenju samih proizvoda i usluga (21%).

# Koliko bi Vam bila od koristi platforma za saradnju između malih i velikih biznisa, koja nastoji da poveže male i velike biznise, nudeći mogućnost oglašavanja i rešavanja problema/izazova velikih firmi od strane malih biznisa i plasiranja proizvoda malih biznisa?



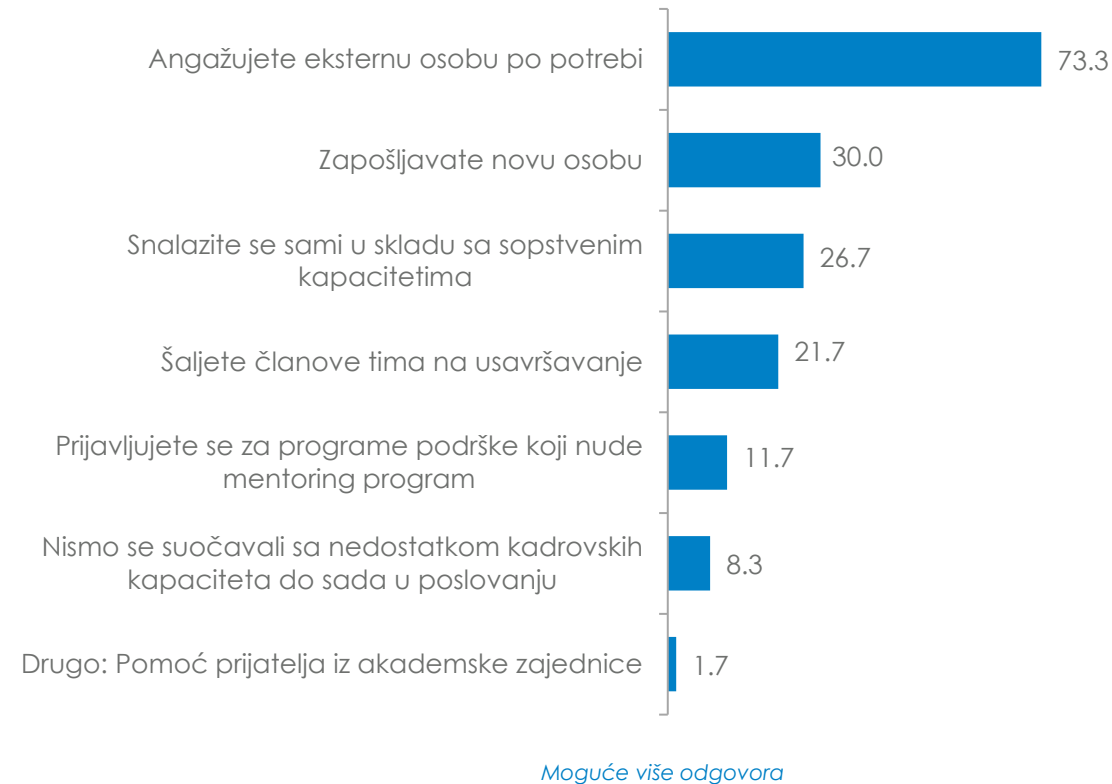
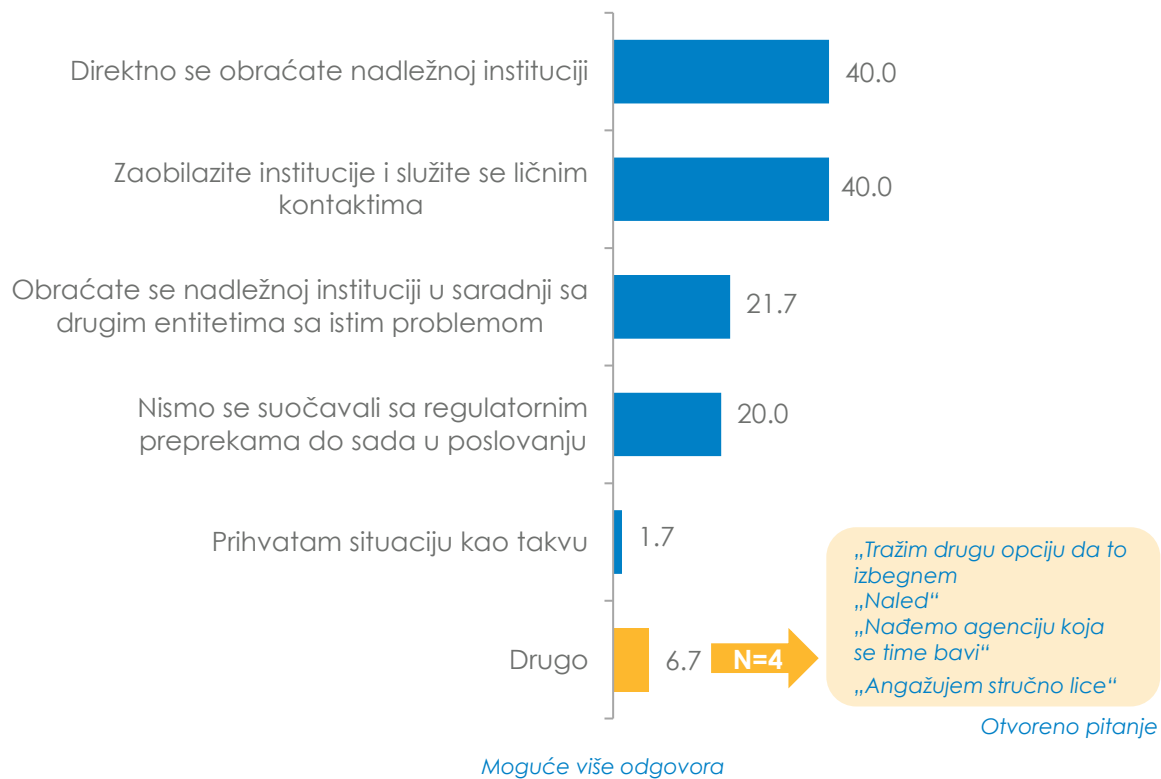
- Platformu za saradnju između malih i velikih biznisa većina startapova percipira kao veoma korisnu (55%) ili korisnu (33%).

# **SAVETI MALIH BIZNISA**



# Kako postupate u situaciji kada nađete na neku regulatornu prepreku koja Vas sprečava da dalje razvijate svoje poslovanje?

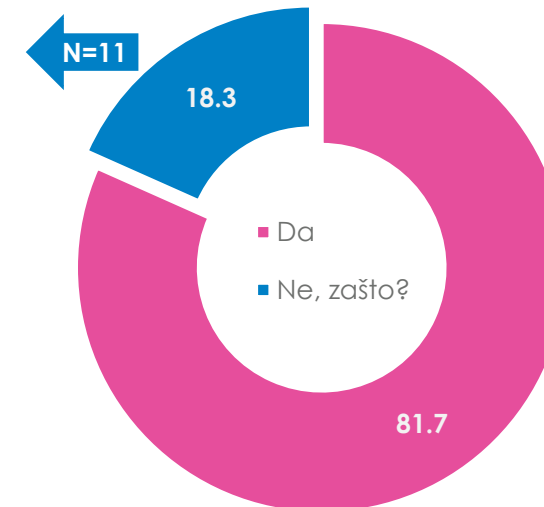
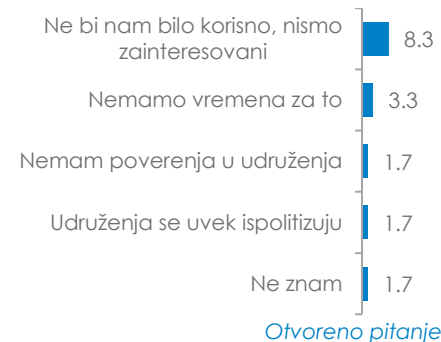
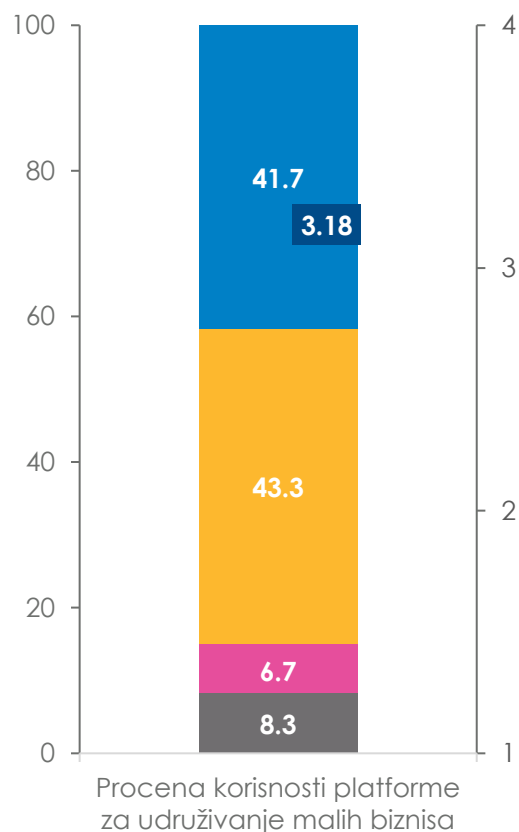
## Kako postupate u situaciji kada u okviru tima nemate kadrovskih kapaciteta da pokrijete neku oblast neophodnu za dalji razvoj poslovanja?



- Kada se susretne sa nekom regulatornom preprekom, 40% startapova se direktno obraća nadležnoj instituciji, a podjednak je i procenat onih koji zaobilaze institucije i služe se ličnim kontaktima za rešavanje problema.
- Najčešći način suočavanja sa nedovoljnim kadrovskim kapacitetima je angažovanje eksterne osobe (73%) ili zapošljavanje nove osobe (30%). U skladu sa sopstvenim kapacitetima nastoji da se snađe 27% startapova, a nešto češće su to startapovi iz uslužnih delatnosti (35%).

# Koliko bi Vam bilo od koristi postojanje forme udruživanja malih biznisa, koja bi služila kao platforma za dijalog i zagovaranje regulatornih i administrativnih unapređenja uslova za poslovanje malih biznisa?

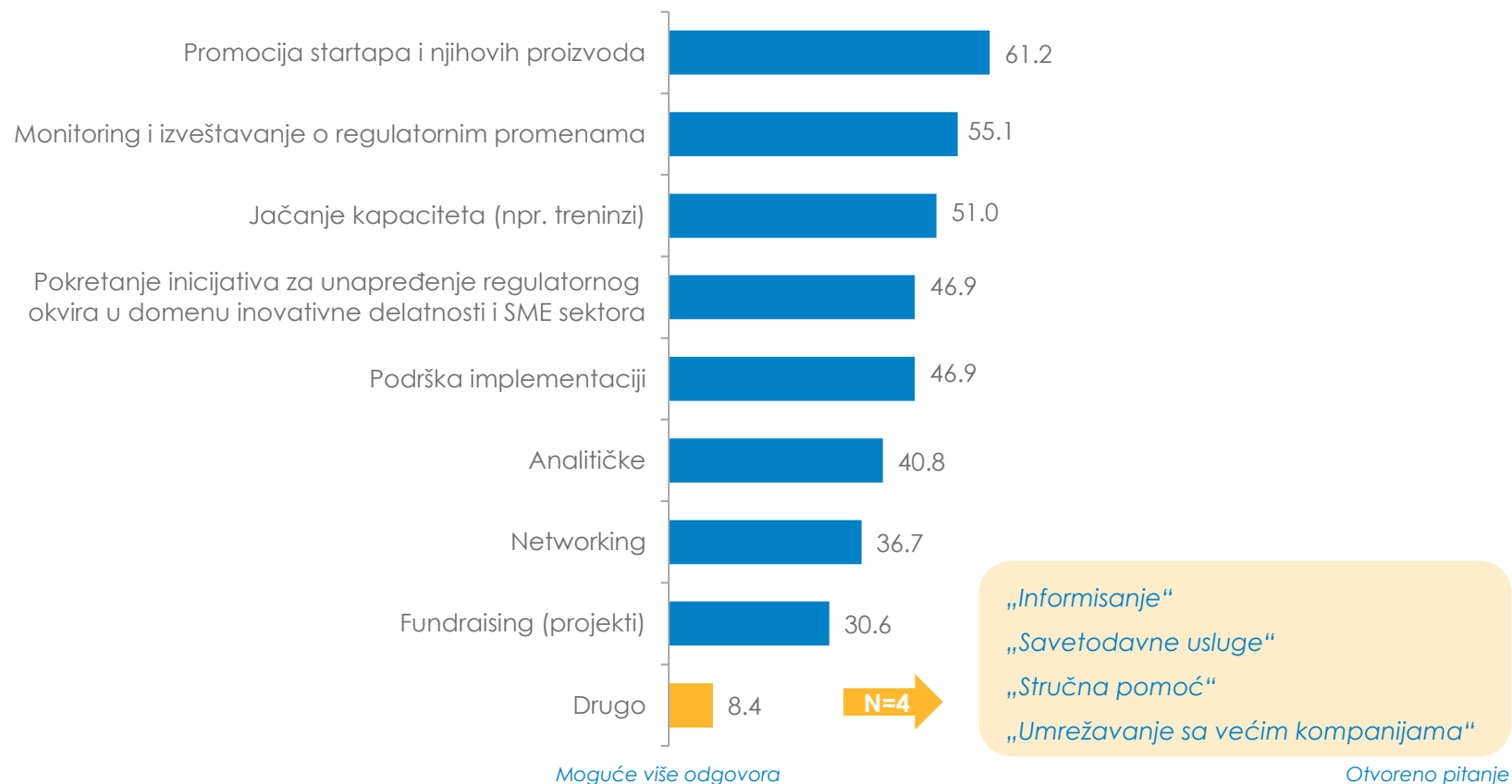
## Da li biste potencijalno želeli da budete član takve forme udruživanja?



- Formiranje platforme za udruživanje malih biznisa naišlo je na pozitivan prijem kod većine: 85% startapova smatra da bi im ona bila veoma ili donekle korisna, a 82% želelo bi da bude član ovakve forme udruživanja. Startapovi koji se ne bi učlanili u ovakvo udruživanje smatraju da to ne bi bilo korisno za njihovo poslovanje, procenjuju da nemaju vremena za to ili nemaju poverenja u udruženja.

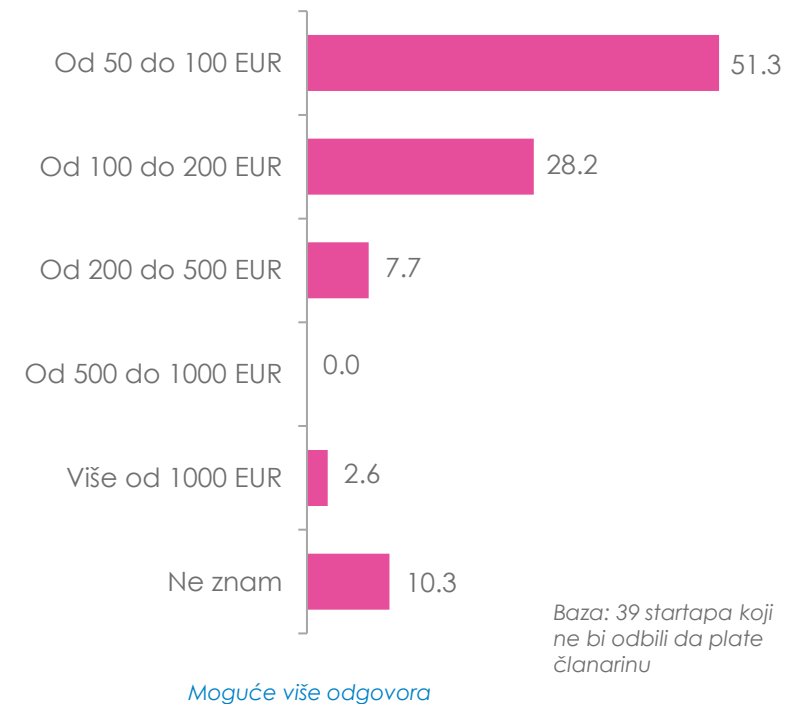
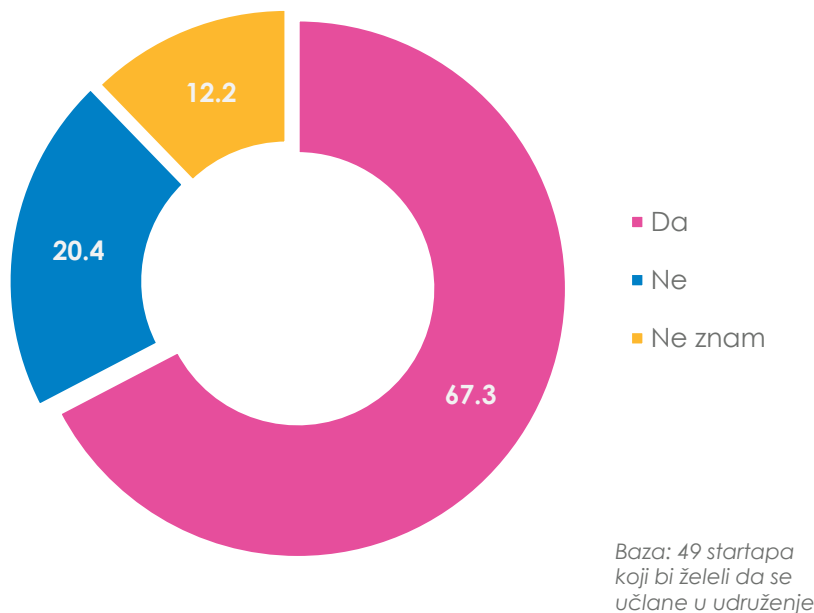


# Koje usluge bi Vam bile korisne da takvo udruženje pruža?



- Oni koji bi želeli da postanu članovi udruženja malih biznisa, smatraju da bi im najkorisnija bila podrška u promociji startapa (61%), monitoring i izveštavanje o regulatornim promenama (55%). Jačanje kapaciteta kroz treninge ili edukacije bilo bi korisno svakom drugom startapu, a bilo bi od nešto većeg značaja za startapove sa juga i istoka Srbije (80%).

# Da li biste bili spremni da platite članarinu takvom udruženju? Koliko bi bio prihvatljiv iznos godišnje članarine u takvom udruženju?



- Članarinu za ovakvo udruženje spremno je da plati dva od tri startapa koji bi želeli da budu članovi, dok 20% ne bi bilo spremno da plati.
- Prihvatljiv iznos godišnje članarine za većinu onih koji ne bi odbili da plate bio bi od 50 do 100 eura (51%), dok bi 28% njih bilo spremno da plati od 100 do 200 eura.



**Hvala na pažnji!**