



PHILIP MORRIS
OPERATIONS A.D. NIS

NALED



SCIENCE
TECHNOLOGY
PARK
NIS

VODIČ ZA POSLOVANJE NA DALEKOM ISTOKU



Izdavač:

NALED

Za izdavača:

Violeta Jovanović

Urednik:

Dušan Vasiljević

Autorski tim:

Milica Anđelković Đoković

Marija Suzić

Jovana Stefanović

© 2025 NALED. Ovaj dokument je pripremila Laboratorija inovativnih javnih politika NALED-a, u okviru StarTech projekta, uz podršku kompanije Philip Morris. Analize, tumačenja i zaključci izneti u ovom izveštaju ne moraju nužno odražavati stavove članova ili organa NALED-a. Svi napori su učinjeni kako bi se osigurala pouzdanost, tačnost i ažurnost informacija iznetih u izveštaju. NALED ne prihvata bilo kakav oblik odgovornosti za eventualne greške sadržane u izveštaju ili nastalu štetu, finansijsku ili bilo koju drugu, proisteklu u vezi sa njenim korišćenjem. Korišćenje, kopiranje i distribucija sadržaja ovog izveštaja dozvoljena je isključivo u neprofitne svrhe i uz odgovarajuće naznačenje imena, odnosno priznavanje autorskih prava NALED-a.

SADRŽAJ

<u>O VODIČU</u>	5
<u>GDE (BI ŽELELI DA POSLUJU SRPSKI STARTAPI?</u>	6
<u>PROFILI DRŽAVA SA DALEKOG ISTOKA</u>	8
<u>NARODNA REPUBLIKA KINA</u>	9
<u>Pregled osnovnih ekonomskih indikatora</u>	9
<u>Kulturni i poslovni bonton</u>	10
<u>Razvoj inovacija - prioritetne oblasti</u>	11
<u>Ulazak na tržište</u>	12
<u>Zaštita intelektualne svojine</u>	12
<u>Carinske procedure</u>	13
<u>Važni kontakti</u>	14
<u>JAPAN</u>	15
<u>Pregled osnovnih ekonomskih indikatora</u>	15
<u>Kulturni i poslovni bonton</u>	16
<u>Razvoj inovacija – prioritetne oblasti</u>	17
<u>Zaštita intelektualne svojine</u>	19
<u>Carinske procedure</u>	20
<u>Važni kontakti</u>	21
<u>REPUBLIKA KOREJA</u>	22
<u>Pregled osnovnih ekonomskih indikatora</u>	22
<u>Kulturni i poslovni bonton</u>	23
<u>Razvoj inovacija – prioritetne oblasti</u>	24
<u>Zaštita intelektualne svojine</u>	25
<u>Carinske procedure</u>	26
<u>Važni kontakti</u>	26

OSNOVNI PREGLED OSTALIH EKONOMIJA DALEKOG ISTOKA.....	27
TAJVAN.....	28
Pregled osnovnih indikatora i podrške startapima.....	28
Kulturni i poslovni bonton.....	29
Inovacioni ekosistem.....	29
Važni kontakti.....	30
REPUBLIKA SINGAPUR	31
Pregled osnovnih indikatora i podrške startapima.....	31
Kulturni i poslovni bonton.....	31
Inovacioni ekosistem.....	32
Važni kontakti.....	33
SOCIJALISTIČKA REPUBLIKA VIJETNAM	34
Pregled osnovnih indikatora i podrške startapima.....	34
Kulturni i poslovni bonton.....	35
Inovacioni ekosistem.....	35
Važni kontakti.....	36
MONGOLIJA.....	37
Pregled osnovnih indikatora i podrške startapima.....	37
Kulturni i poslovni bonton.....	37
Inovacioni ekosistem.....	38
Važni kontakti.....	39
LITERATURA I IZVORI PODATAKA.....	40



O VODIČU

Vodič za poslovanje na Dalekom istoku treba da pomogne startapima iz Srbije da bolje razumeju i lakše pristupe tržištima ovog regiona. Vodič je namenjen svim startapima, ali i drugim privrednim subjektima, koji planiraju da prošire ili uspostave svoje poslovanje u ekonomijama Dalekog istoka ili jednostavno razmišljaju o mogućnosti internacionalizacije poslovanja. Tržišta ekonomija Dalekog istoka, iako geografski bliska, obuhvataju privrede veoma različitih karakteristika, od visokotehnoloških i ekonomski moćnih centara do ekonomija u razvoju. Najveći deo Vodiča fokusiran je na NR Kinu, Japan i Republiku Koreju, kao najveća i najrazvijenija tržišta, ali je predstavljen i opšti pregled drugih ekonomija poput Tajvana, Singapura, Mongolije i Vijetnama.

Vodič je strukturisan tako da najpre pruža opšti pregled ekonomskih indikatora. Zatim je poseban deo posvećen poslovnoj kulturi, budući da su razlike u poslovnoj etici, komunikaciji i pristupu pregovorima značajne u odnosu na evropske navike. Dalje, Vodič nudi pregled inovacionog ekosistema sa fokusom na prioritetne oblasti koje se razvijaju u posmatranoj ekonomiji, da bi na kraju bio pružen i pregled ključnih procedura i kontakata koje mogu biti od pomoći prilikom uspostavljanja poslovanja ili izvoza na ova tržišta.

Ova publikacija je izrađena u okviru aktivnosti Pop-up Eksport Huba koji je uspostavljen u Nišu da bi se podržala saradnja domaćih startapa sa inostranim tržištim i olakšao plasman njihovih proizvoda i usluga. Aktivnosti Hub-a su dizajnirane da obezbede specijalizovanu podršku i resurse koji imaju za cilj katalizu rasta i konkurentnosti startapa pružanjem specifičnog znanja o pristupu konkretnim inostranim tržištima. Eksport Hub će opremiti inovativna preduzeća neophodnim alatima, znanjima i veštinama za uspešnu ekspanziju stranih tržišta kroz pružanje usluga u čijem fokusu su savetodavne aktivnosti, mentoring, prenos znanja o tržištima i slično.

Sadržaj vodiča se u velikoj meri oslanja na rezultate analiza i istraživanja koje je NALED sprovodio u proteklom periodu u okviru StarTech projekta i to: Analizi tržišta Dalekog istoka sa preporukama za radionice i mentorski program za startape (Branković, 2024), Inovacioni ekosistem Srbije: Stanje, izazovi i prilike za startape (NALED, 2024) i Stavovi o inovacionom ekosistemu – Startapi u Srbiji (NALED i Smart+, 2024). U slučaju da je izvor podatka ili informacije drugačiji od pomenutih analiza i istraživanja, to je jasno naglašeno u tekstu.

GDE (BI ŽELELI DA) POSLUJU SRPSKI STARTAPI?

Startap ekosistem u Srbiji beleži kontinuirani razvoj, ali je jedan od ključnih izazova otežan plasman proizvoda na tržište, kao i regulatorni zahtevi i troškovi koji se vezuju za plasman na inostrana tržišta.

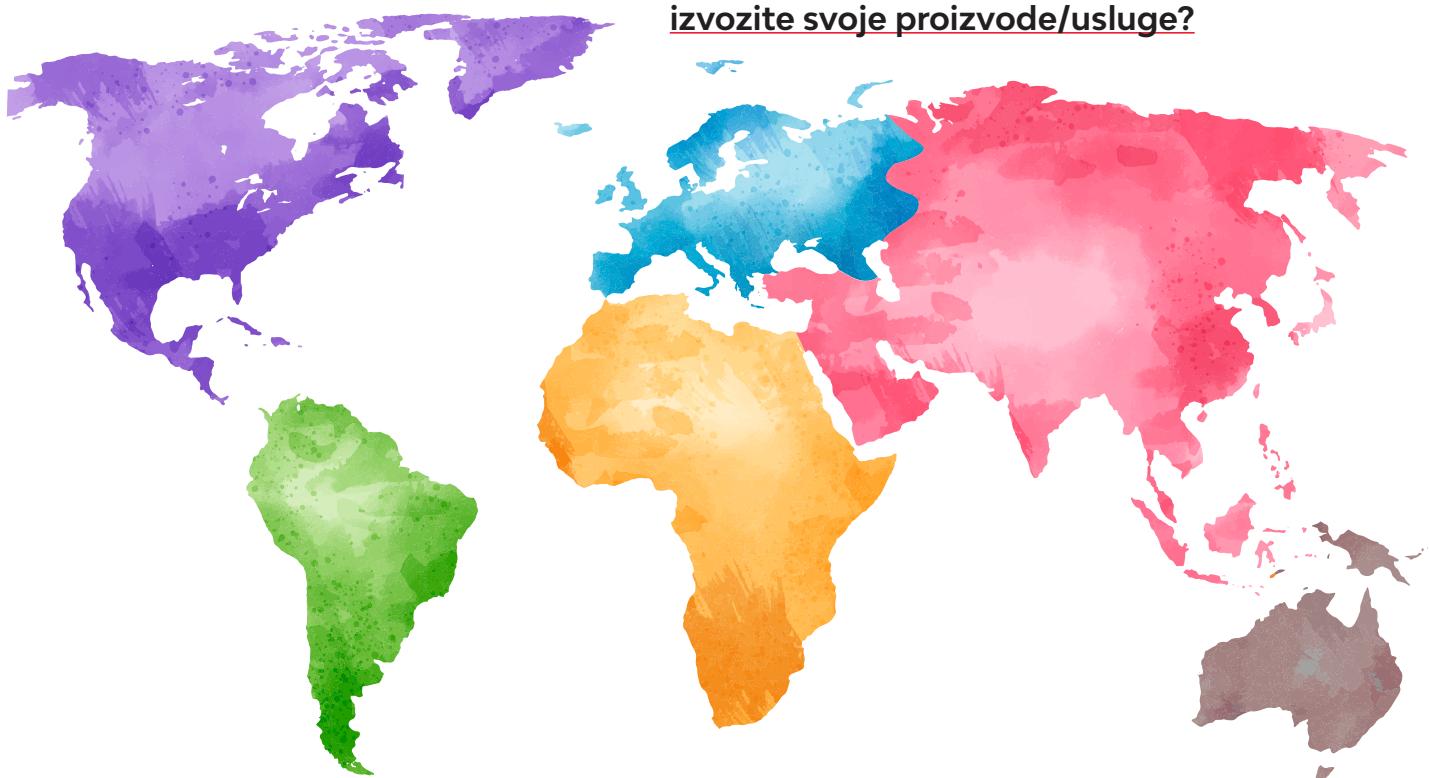
Naime, istraživanje o inovacionom ekosistemu Srbije pokazuje da 66% startapa posluje u tehnološkim delatnostima, dok se preostalih 34% raspoređuje u sektore poput trgovine, prehrambene industrije, biotehnologije, medicine, poljoprivrede i obrazovanja. Beograd se ističe kao centralni hab inovacija, sa 45% svih registrovanih startapa, dok su ostali regioni Srbije znatno manje zastupljeni, što ukazuje na potrebu za ravnomernijim ulaganjima u infrastrukturu i inovacione kapacitete.

Isto istraživanje navodi da je plasman proizvoda na tržište ključni izazov srpskih startapa, a kao dodatni problemi se navode i nedostatak finansijskih sredstava, ograničen pristup kvalifikovanom kadru i nedovoljno razvijeno finansijsko tržište, koje je i dalje dominantno oslonjeno na bankarske izvore finansiranja.

Kada je reč o internacionalizaciji poslovanja, 73% srpskih startapa već izvozi svoje proizvode i usluge na tržišta Evrope, dok 38% posluje na severnoameričkom tržištu. Trećina startapa koji izvoze morala je da prilagodi svoje proizvode ili usluge specifičnostima stranih tržišta, kroz jezička prilagođavanja, izmene dizajna pakovanja, funkcionalnosti proizvoda i digitalnih platformi. Pravni i regulatorni zahtevi, kao i visoki troškovi izvoza, predstavljaju najveće prepreke za srpske startape u procesu internacionalizacije. Ipak, uprkos izazovima, čak 95% startapa pozitivno ocenjuje iskustvo poslovanja na inostranim tržištima.

Od startapa koji trenutno ne izvoze svoje proizvode ili usluge, čak 70% njih je zainteresovano za internacionalizaciju poslovanja. Pored evropskih ekonomija, **azijske ekonomije, prevashodno ekonomije Dalekog istoka jedna su od najatraktivnijih destinacija za ekspanziju srpskih startapa, sa 62.5% interesovanja**. Konkretna tržišta koja se izdvajaju su: Mongolija sa 44%, Kina sa 12.5%, Japan sa 6.3% i Koreja sa 6.3%.

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

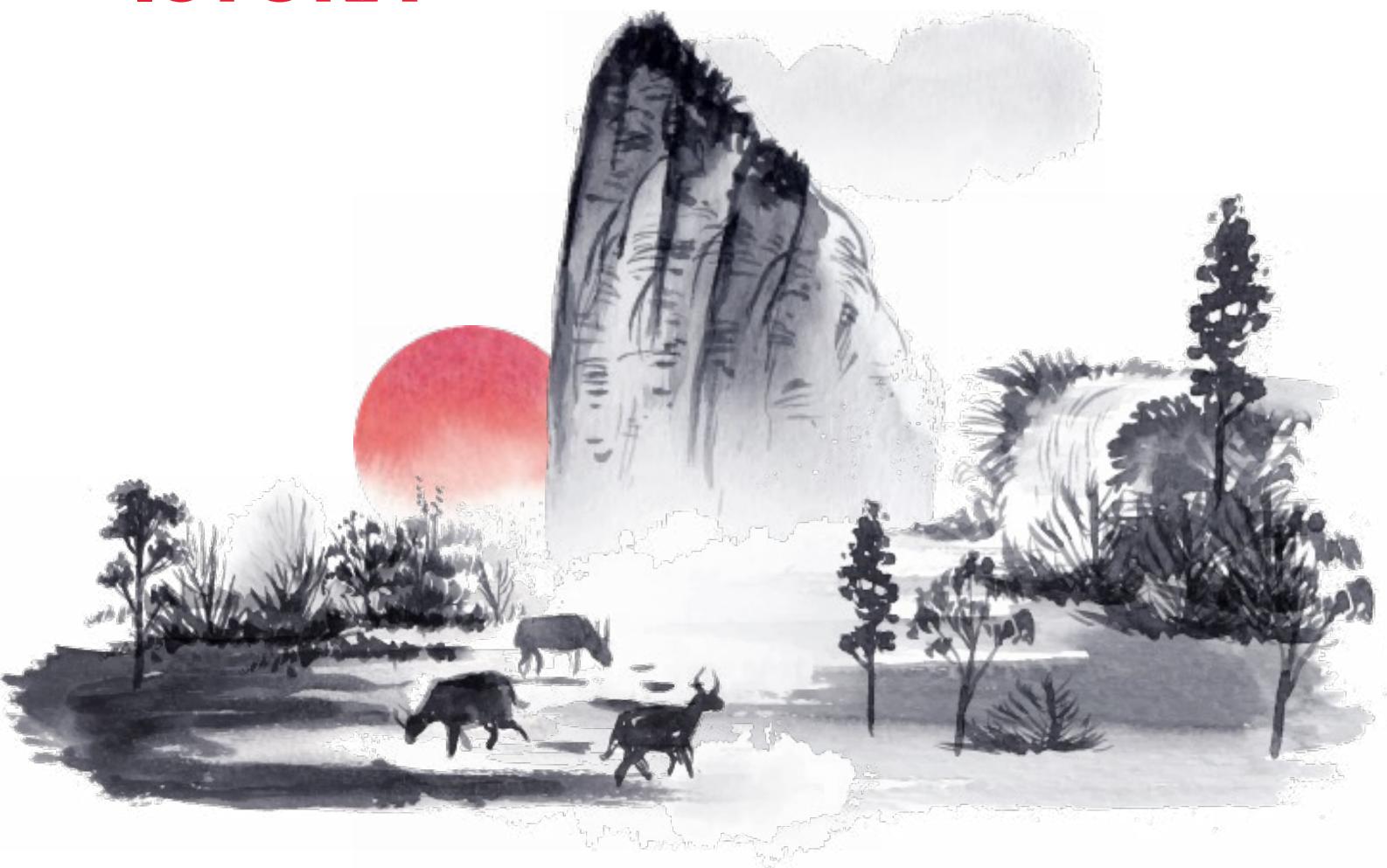


Austrija	25.0	Zap. Balkan	31.3%
Hrvatska	25.0	BiH	18.8
Slovenija	18.8	S. Makedonija	12.5
Nemačka	18.8	Crna Gora	6.3
Italija	18.8		
Evropa	12.5	Skandinavija	31.3%
Češka	6.3		
Slovačka	6.3	Finska	25.0
Poljska	6.3	Švedska	12.5
Švajcarska	6.3		
Ostale zemlje Europe	68.8%		

Azija	62.5%	Afrika	56.3%	S. Amerika	12.5%
Mongolija	43.8	Ruanda	37.35	SAD	6.3
Kina	12.5	Gana	12.5	Kanada	6,3
Turska	12.5	Egipat	12.5		
Japan	6.3			J. Amerika	12.5%
Koreja	6.4			Čile	12.5
Azija	6.3				

Izvor: Stavovi o inovacionom ekosistemu - Startapi u Srbiji; NALED i Smart+ Research, 2024

PROFILI DRŽAVA SA DALEKOG ISTOKA



NARODNA REPUBLIKA KINA



Pun naziv	Narodna Republika Kina
Glavni grad	Peking
Populacija	1,4 milijardi (2023)
BDP pc PPP	12,175 (2023)
Prosečna stopa rasta BDP-a (2019-2023)	4.9 %
Prosečna inflacija (2019-2023)	1.7 %
Valuta	Juan CNY
Glavni sektori/oblasti čiji se razvoj podržava u domenu inovacija	Primjena tehnologija (veštačka inteligencija, mobilni internet, potrošačka elektronika i električna vozila); Primjena inovativnih rešenja u tradicionalnim delatnostima – poljoprivredi i tradicionalnoj medicini; Oblasti prepoznate kao prioritetne za dalji razvoj: svemirska tehnologija, biotehnologija, neurologija, veštačka inteligencija, kvantno računarstvo i poluprovodnici.

Izvor: Svetska banka, <https://data.worldbank.org/country/china?view=chart>

Izvor za inovativni ekosistem: Analiza tržišta Dalekog istoka, NALED, prezentacije o tržištu Kine navedene u literaturi

Pregled osnovnih ekonomskih indikatora

Narodna Republika Kina (u daljem tekstu Kina) predstavlja drugu najveću ekonomiju sveta, nakon SAD, sa učešćem od **17% u ukupnoj vrednosti svetske proizvodnje robe i usluga** u 2023. godini i kontinuiranim rastom ekonomije¹. U pitanju je jedna od najmnogoljudnijih ekonomija na svetu, sa **stanovništvom od preko 1,4 milijardi**, a kupovna moć njenih građana raste što je čini vrlo interesantnom destinacijom za izvoz i poslovanje. Zanimljivo je da Kina ima **vrlo razvijenu elektronsku trgovinu i populaciju koja je aktivna onlajn i naviknuta na elektronsko poslovanje**, elektronska plaćanja i funkcionisanje preko aplikacija.

Razvoj Kine baziran je prevashodno na snažnom izvozu prerađivačke industrije. Što se tiče uvoza, **Kina najviše uvozi proizvode mašinske i elektroindustrije, kao i sirovine i energente**. Ukoliko se

1 Izvor: Svetska banka https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?most_recent_value_desc=true

posmatra uvoz iz ekonomija Evropske unije, Kina najviše uvozi specijalizovane industrijske mašine, mašine za istraživanje i razvoj, automobile i laka motorna vozila, motocikle, prikolice, farmaceutske proizvode za ljude i životinje i druge medikamente. **Ako posmatramo samo zemlje Balkana i istočne Evrope, u kontekstu izvoza u Kinu, one se najviše oslanjaju na raznovrsne komercijalne usluge** poput: a) transportnih usluga (uključujući pomorski, avionski, železnički i drumske transport), b) telekomunikacionih, računarskih i informatičkih usluga (posebno računarske usluge, razvoj softvera i informacione tehnologije), c) usluga u oblasti istraživanja i razvoja, d) komercijalne usluge (osiguranje, finansijske usluge i usluge vezane za intelektualnu svojinu). Ukupno, ekonomije Balkana i istočne Evrope značajno doprinose izvozu komercijalnih usluga u Kinu, posebno u oblastima transporta, IT-a, poslovnog savetovanja i istraživanja².

Kulturni i poslovni bonton

Kineska kultura se u mnogome razlikuje od evropske. Zbog toga u nastavku izdvajamo nekoliko ključnih specifičnosti, kako opšte, tako i poslovne kulture³, koje je dobro znati pre donošenja odluke o početku poslovanja na ovom tržištu:

- 1) **Hijerarhija u poslovnim odnosima se veoma ceni.** Kinezi će očekivati da sastanak vode osobe na najvišim pozicijama u vašoj kompaniji, a prekidanje govornika i upadanje u reč smatraju se neprištajnim;
- 2) Prikladan način da nekome persirate jeste **najpre reči njegovu funkciju u kompaniji, a zatim njegovo prezime;**
- 3) U komunikaciji će retko direktno odbiti ponudu, te **nakon odgovora poput „Možda“ ili „Videćemo“ ne treba previše da insistirate na daljem dogovoru;**
- 4) **„Ugovor je samo dogovor o razumevanju“.** Vrlo je verovatno da će i nakon potписанog ugovora pokušati da poboljšaju uslove za sebe. Kineska strana će u pregovorima uvek očekivati neke ustupke;
- 5) Dobro je da **materijal ili prezentacije koje spremate budu crno-bele**, što smanjuje mogućnost za greške, jer Kinezi u bojama vide različita značenja. Recimo crvena boja je boja sreće u Kini, a bela boja je boja tugovanja;
- 6) **Kinezi retko čak i u poslovnoj komunikaciji koriste elektronsku poštu**, te vodite računa na koji način i formalno komunicirate sa njima. Dominantna je mobilna aplikacija WeChat ili desktop aplikacija QQ. Često će se desiti da rukovodioci imaju svoje profile sa ovih aplikacija na vizit kartama;
- 7) U Kini postoji preko 300 subdijalekata koji se govore, a **najčešći je Mandarinski koji je i zvanični jezik u Kini**. Prilikom prevoda materijala verovatno ćete većinom koristiti ovaj dijalekat, **ali budite sve-sni da postoje i drugi dijalekti**. Ukoliko su vaši proizvodi namenjeni specifičnoj grupi ili specifičnom lokalnom tržištu, važno je i istražiti koji dijalekat je najzastupljeniji kod targetiranih krajnjih korisnika.

2 Izvor: WTO Stats, <https://stats.wto.org/?idSavedQuery=5425e3ef-4fb3-4db0-8127-47f17993b5db>

3 Izvori: <https://www.gourmetpro.co/blog/china-business-etiquette-ultimate-guide>; <https://www.tradecommissioner.gc.ca/china-chine/107932.aspx?lang=eng>;

Razvoj inovacija - prioritetne oblasti

Kina ističe kao globalni lider u naučnim i tehnološkim klasterima, sa čak 26 prepoznatih centara koji predstavljaju ključne epicentre inovacija i tehnološkog razvoja i preko 38.000 patentnih prijava vezanih za generativnu veštačku inteligenciju. U Kini postoji preko 90 hiljada startapa i blizu 250 jednoroga poput Alibabe, Xiaomi, Tencent, Pinduoduo (vlasnik Temu-a).

Kina je vrlo otvorena i za inostrane startape i svojim strateškim planovima pokazuje koji sektori su im u fokusu što vam može biti od značaja za odluku da li poslovati na ovom tržištu. Naime, četrnaesti plan razvoja inovacija u Kini u fokus stavlja **modernizaciju industrije** i dostizanje ugljenično-neutralne privrede, kao i jačanje sektora usluga. Poseban fokus se stavlja i na **primenu inovativnih rešenja u tradicionalnim delatnostima** poput poljoprivrede ili kineske medicine. Prioritetne oblasti koje su prepoznate u strateškim dokumentima su svemirske tehnologije, biotehnologije, neurologija, veštačka inteligencija, kvantno računarstvo i poluprovodnici.

Kineska vlada poslednjih godina sprovodi politiku „masovnog preduzetništva i inovacija“ u okviru koje je osnovna mreža domaćih inkubatora, demonstracionih centara za inovacije, a tu su i različiti lokalni fondovi u vrednosti od nekoliko milijardi juana. **Interesantno je da nijedan zakon koji uređuje podsticanje i podršku inovatorima ne isključuje strana preduzeća, već su ona na kineskom tržištu ravnopravna domaćim.** Kina je obezbedila raznovrsne poreske olakšice za mala i srednja inovativna preduzeća, pa tako je snižena efektivna stopa poreza na dobit, a mali biznisi sa mesečnim prometom ispod 100.000 juana su oslobođeni plaćanja poreza na dodatu vrednost.

Mnogi akceleratori koji su osnovani u Kini nude programe na engleskom jeziku, ali i pravne i računovodstvene usluge, pristup kineskoj investicionoj mreži. Na ovaj način su barijere ulasku na kinesko tržište svedene na minimum. Neki od važnih akceleratora i inkubatora su:

- U **TusParku, naučno-tehnološkom parku i inkubatoru u okviru Univerziteta Tsinghua u Pekingu**, smešteno je i do nekoliko stotina startap kompanija koje zajedno sa stranim partnerima ovde imaju pristup laboratorijama, a istovremeno se ostvaruje saradnja i sa akademskom zajednicom.
- U **Šangaju posluju akceleratorski programi Chinaaccelerator i Xnode**, koji su uglavnom fokusirani na hardverske startape i tu su da pruže mentorstvo, ali i da pomognu u prikupljanju investicija kroz umrežavanje sa investitorima.
- **Takođe, u Hangdžou posluje akcelerator NiHUB, koji predstavlja inovacioni centar posvećen startapima iz inostranstva** i koji im pomaže da se nastane u Kini, da pronađu investitore i da prilagode proizvode lokalnom tržištu.

Kinesko *venture capital* tržište je jedno od najvećih na svetu i najviše su zainteresovani za ulaganje u firme koje posluju u oblastima veštačke inteligencije, biotehnologije, fintech-a, e-trgovine i zelenih tehnologija, što se podudara i sa strateškim prioritetima države. Važno je imati u vidu da su velike

kineske kompanije poput Alibabe, Tencenta i Baidu takođe veliki investitori u startape i da njihovi fondovi traže perspektivne startape širom sveta.

Ulazak na tržište

Strane firme, uključujući i srpske, uglavnom poslju na kineskom tržištu osnivanjem lokalnog pravnog lica, takozvanog „WFOE“-a (Wholly Foreign-Owned Enterprise). Za osnivanje „WFOE“ nije definisan minimalni početni kapital, a sama registracija zavisi od administrativnih procedura grada u kome se osniva. Pojedini gradovi su u potpunosti digitalizovali ovu proceduru koja u proseku traje do nekoliko nedelja.

Pre započinjanja poslovanja u Kini, važno je proveriti da li je sektor u kome poslujete posebno regulisan, jer u tom slučaju nije moguće osnovati „WFOE“, već je firmu moguće osnovati isključivo kao zajedničko ulaganje sa kineskim partnerom. Oblasti koje su regulisane su: telekomunikacije, mediji, obrazovanje i poljoprivreda.

Postoji i treća opcija, a to je osnivanje predstavnštva. Međutim, u ovom slučaju ćete se susresti sa određenim ograničenjima. Na primer, predstavnštva ne mogu obavljati prodajne poslove, već samo marketinške i istraživačke aktivnosti.

Neki gradovi u Kini, recimo Šangaj, u cilju privlačenja stranih startapa uveli su i poseban preduzetnički vizni režim, koji omogućava dobijanje jednogodišnje boravišne dozvole radi osnivanja kompanije. Postoji i mogućnost produženja na još godinu dana. Više informacija o poslovanju u Šangaju i dobijanju poslovne vizeme možete pronaći na linku: <https://english.shanghai.gov.cn/en-DoBusiness/index.html>

Zaštita intelektualne svojine

Da biste zaštitili svoju intelektualnu svojinu u Kini, nevezano za to da li ste je već registrovali u Srbiji ili nekoj drugoj ekonomiji, ovaj proces se mora obaviti i u Kini.

Imajući u vidu veliku agilnost kineskih proizvođača, **u poslovnoj zajednici često se mogu sresti preporuke da se intelektualna svojina registruje u Kini u svakom slučaju, čak iako ne planirate izvoz na to tržište**, jer jedino tako postoji mogućnost da se spreči piraterija od strane kineskog proizvođača.

U Kini su Zakonom o patentima iz 1984. godine uspostavljeni različiti načini zaštite intelektualne svojine: a) Patent; b) Korisni modeli; c) Industrijski dizajn; d) Žig; e) Autorska i srodnna prava. Dok su poslovna tajna i know-how regulisani posebnim Zakonom o spoređivanju nelojalne konkurenkcije.

Preporuka je da prijave podnesete Kancelariji Nacionalne uprave za intelektualnu svojinu (CNIPA) preko registrovanog agenta – ukoliko nemate prebivalište ili mesto poslovanja u Kini. Agencije koje pružaju usluge registrovanih agenata su odobrene od strane CNIPA i nalaze se na ovom linku: https://english.cnipa.gov.cn/col/col2996/index.html?utm_source=chatgpt.com

Kada je reč o **zaštiti softvera u Kini, organi Evropske unije preporučuju da, ukoliko je moguće, primenite više oblika zaštite intelektualne svojine** – npr. da izvorni kod zaštitite autorskim delom, da ime brenda zaštitite žigom (trade mark), a da patentom zaštitite dizajn grafičkog korisničkog interfejsa (GUI design), kao i sam softver, pod uslovom da je neophodan za funkcionisanje patentom zaštićenog pronalaska.

Više o procedurama registrovanja za različite oblike zaštite intelektualne svojine možete saznati na linku <https://english.cnipa.gov.cn/col/col2995/index.html>

Carinske procedure

Relevantni aspekti za lakše međunarodno poslovanje	Odgovori vezani za NR Kinu	Važne napomene
Da li je ekonomija članica Svetske trgovinske organizacije (STO)?	Da	Srbija ima status najpovlaćenije nacije što znači da se na robu iz Srbije koja se izvozi na tržište Kine primenjuju iste carinske stope kao da je poreklok iz STO iako Srbija nije član STO
Da li ekonomija ima potpisane bilateralne sporazume u oblasti trgovine sa Srbijom?	Da Sporazum o slobodnoj trgovini sa Kinom koji je stupio na snagu 1.jula 2024. godine Tekst sporazuma je na sledećem linku .	OVaj sporazum uvodi preferencijalni trgovinski status Srbiji što znači da se na određene proizvode primenjuje niža ili nulta carinska stopa. Neophodno je da ovaj proizvod zadovoljava pravila o poreklu.
Koje carinske stope važe za izvoznike iz Srbije?	Konkretnе carinske stope u zavisnosti od proizvoda možete videti na zvaničnom sajtu Ministarstva unutrašnje i spoljne trgovine na sledećem linku u delu „Izvoz u Kinu”. Takođe, carinske stope možete videti i na sajtu PKS-a pretragom po tarifnoj oznaci za konkretnu robu https://kina.pks.rs/ . Dodatne uslove za izvoz pojedinih proizvoda na tržište Kine možete pronaći na sledećim portalima: Market Access Map https://www.macmap.org/	Kina je jedna od najpovoljnijih ekonomija za izvoz proizvoda na Daleki Istok pored Tajvana i Japana: - Neponderisana carinska stopa 6.4% - Podnerisana carinska stopa 2.2%
Druge korisne napomene	Pre početka izvoza neophodna je registracija izvoznika i proizvoda u Upravi carina NR Kinu. Više na sledećem linku .	

Važni kontakti

Od svih ekonomija Dalekog Istoka, Srbija ima najdublju i najintenzivniju saradnju sa Kinom. Na diplomatskoj osnovi, Srbija ima **uspostavljenu Ambasadu u Pekingu i Konzulat u Šangaju**. Kontakt Ambasade Srbije u Pekingu možete naći na linku:

<http://arhiviranisajt.msp.gov.rs/sr/index.php/diplomatsko-konzularna-predstavnistva/diplomaticke-misije/ambasade/79---/79---?lang=lat>

Kontakt Konzulata Srbije u Šangaju možete naći na linku:

<http://arhiviranisajt.msp.gov.rs/sr/index.php/diplomatsko-konzularna-predstavnistva/diplomaticke-misije/konzulati/26---/26---?lang=lat>

Privredna komora Srbije (PKS) predstavlja glavnu kontakt tačku za poslovanje sa NR Kinom u Srbiji. Od 2020. godine PKS ima i **otvorenu kancelariju u Šangaju, a od 2023. godine u gradovima Peking i Čangša**. Kontakte ovih predstavnštava možete pronaći na linku <https://en.pks.rs/offices> kao i preko kontakt mejla u Srbiji china@pks.rs.

Kontakte u Kini možete steći i prisustvom na sajmovima koji se često organizuju. PKS i RAS godišnje organizuju minimum tri sajma:

1. China-CEEC Expo and International Consumer Goods Fair, Ningbo
2. China International Trade and Investment Fair (CIFIT), Xiamen
3. China International Import Expo (CIIE), Šangaj

Relevantne veb-stranice koje možete koristiti za istraživanje tokom pripreme za sajam u Kini jesu:

www.en.china.cn

www.alibaba.com

www.banggood.com

www.tmall.com

www.global.jd.com

Ostali korisni linkovi:

Vodič za poslovanje sa Kinom, PKS

<https://api.pks.rs/storage/assets/Vodic%20sa%20poslovanje%20sa%20Kinom2.pdf>

JAPAN



Pun naziv	Japan
Glavni grad	Tokio
Populacija	124.5 miliona (2023)
BDP pc PPP	36.990 (2023)
Prosečna stopa rasta BDP-a (2019-2023)	0.2% ¹
Prosečna inflacija (2019-2023)	1.2 %
Valuta	Japanski Jen (JPY)
Glavni sektori koji se podržavaju u startap ekosistemu	- veštačka inteligencija, - sajber bezbednost, - IKT infrastruktura, robotika Generalni pristup: ulaganje u inovacije u svim sektorima. Nema specifičnih sektorskih politika.

1 Ukoliko se isključi 2020. godina, kao godina sa velikim uticajem Korona virusa, prosečan rast BDP-a je 1.2% što je prosečan rast i u poslednjih par decenija.

Izvor: Svetska banka, <https://data.worldbank.org/country/japan>

Izvor za inovativni ekosistem: Analiza tržišta Dalekog istoka, NALED

Pregled osnovnih ekonomskih indikatora

Japan je jedna od najrazvijenijih ekonomija sveta, četvrta po veličini privrede (iza SAD, Kine i Nemačke)¹. Iako trenutno ima **populaciju od 124.5 miliona stanovnika**, Japan se u poslednjim decenijama suočava sa izrazitom depopulacijom, što, zajedno sa sve većim udelom starijeg stanovništva u populaciji, značajno utiče na smanjenje raspoloživosti radne snage i stvaranje potrebe za intenzivnijom automatizacijom proizvodnje dobara i pružanja usluga.

Ono što je specifično za Japan jeste da je nivo upotrebe digitalnih servisa na veoma niskom nivou kako od strane pojedinaca, tako i od strane kompanija, za razliku od recimo Kine, te ovo treba imati u vidu ukoliko se planira izvoz bilo koje digitalne usluge na ovo tržište. Japanska vlada svojim politikama

1 Izvor: Svetska banka https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?most_recent_value_desc=true

podržava digitalnu transformaciju preduzeća i pruža podršku preko platforme **MiraDigi**.

Kada je reč o industrijama koje su od značaja za spoljnu trgovinu, što može pomoći u odabiru vama relevantnog tržišta, **u izvozu Japana dominiraju automobili**, kao i drugi proizvodi mašinske i elektroindustrije, dok **u uvozu dominiraju sirovine i energetici**, a značajno je učešće i mehaničkih i električnih mašina i uređaja. Kada je u pitanju izvoz u Japan iz zemalja Zapadnog Balkana i Istočne Evrope, zastupljene su: a) transportne usluge, b) licenciranje audio-vizuelnih proizvoda, c) licenciranje softverskih i drugih proizvoda, d) računarske i telekomunikacijske usluge, e) usluge finansija. U spoljnoj trgovini sa Srbijom², Japan prevashodno **uvozi prerađen duvan, stočnu hranu, kao i proizvode od voća** ili druge prehrambene proizvode.

Kulturni i poslovni bonton

Japanska kultura se u mnogome razlikuje od evropske, te izdvajamo nekoliko specifičnosti, kako opšte, tako i poslovne³ kulture, koje je dobro znati pre odluke o započinjanju poslovanja na ovom tržištu:

- **Hijerarhija u poslovnim odnosima se veoma ceni.** Prilikom ugovaranja poslovne saradnje sastaju se ljudi istih pozicija, a posebno poštuju starije, te će sigurno na sastancima uvažiti njihovo mišljenje;
- Ako niste bliski sa osobom, **u obraćanju koristite njeno prezime**, uz dodatak društvene ili profesionalne titule (gospodine/gospođo, doktore, direktore i sl.);
- **Sve što predajete domaćinu koristite obe ruke** (poklon, vizit karta...);
- **Razmena vizit kartica se smatra učitivom.** Vizit kartu primite sa obe ruke i odvojite nekoliko trenutaka da proučite njen sadržaj pre nego što je odložite u novčanik ili džep;
- U Japanu se ljubaznim smatra donošenje malog poklona na svaki poslovni sastanak koji se uručuje vodi tima. Nije potrebno brinuti oko izgleda poklona, ali je **potrebno paziti da poklon ne sadrži četiri predmeta** jer se broj četiri povezuje sa smrću, kao i da ne bude upakovan u crno zbog iste konotacije;
- Od ostalih interesantnih podataka iz opšte kulture izdvajamo: a) Smatra se učitivim sa srčete svoje nudle; b) Japanski sistem javnog prevoza je poznat po veoma velikoj tačnosti; c) Skoro 100% Japana čine Japanci (98,5% Japanci, 0,5% Korejci, 0,4% Kinezi).

2 Izvor: RZS <https://data.stat.gov.rs/Home/Result/170303?languageCode=sr-Cyrl&displayMode=table&guid=f9cfa8a7-afea-4c74-97a5-ca51a88a455d>

3 Izvori: <https://exporttojapan.co.uk/guide/getting-started/business-etiquette/>; <https://mai-ko.com/travel/culture-in-japan/manners-in-japan/business-etiquette-in-japan/>

Razvoj inovacija – prioritetne oblasti

Analiza tržišta Dalekog istoka pokazuje da startapi imaju veliki značaj za razvoj privrede Japana, jer je većina najznačajnijih i najvećih japanskih kompanija započela kao startap. U 2022. godini u Japanu je poslovalo oko 10 hiljada startapa i 9 jednoroga.

Kada razmišljate o sektorima ili oblastima za razvoj startapa koji su od značaja Japanu, korisno je sagledati njihove programe razvoja inovacija. Naime, **u poslednjem programu razvoja usvojen je pristup kojim se ne favorizuju neke specifične oblasti**, već je odlučeno da podrška bude pružena startapima iz svih sektora. Međutim, srednjoročni program razvoja akcentuje „horizontalne“ oblasti koje se mogu primeniti u različitim industrijama, **poput veštačke inteligencije, sajber bezbednosti, IKT infrastrukture i robotike**. Japan je posebno prepoznat kao lider u primeni robotike u industriji.

U cilju promocije startapa, u saradnji nekoliko državnih organa, uspostavljen je portal **J-startup**, na kome japanski, ali i strani startapi mogu da se informišu o merama podrške koje im stope na raspolaganju.

Značajno je pomenuti da je **Japan uveo startap vizu koja omogućava stranim preduzetnicima da borave šest meseci u Japanu zarad pokretanja biznisa**. Razlika između ove vize i standardne poslovne je u tome što su uslovi za dobijanje startap vize značajno relaksirani.

Posmatrajući po gradovima, najznačajniji startap centri sa razvijenim ekosistemima su:

1. Startup ekosistem Tokio konzorcijum
2. Centralni Japan Startup ekosistem konzorcijum
3. Osaka, Kyoto, Hyogo Kobe konzorcijum
4. Fukuoka Startup konzorcijum
5. Sapporo/Hokkaido startup ekosistem promocijni savet
6. Sendai Startup ekosistem akceleratorski savet
7. Hiroshima strategijski savet za promociju regionalnih inovacija
8. Kitakyushu SDGs Startup ekosistem konzorcijum

Grad Tokio ima za cilj da u narednim godinama postane „najprijateljskiji grad za startape“. Sa tim ciljem, tokijske vlasti su počele sa sprovođenjem **Strategije 10x10x10**, koja podrazumeva povećanje broja jednoroga, startapa i inovativnih partnerstava desetostruko do 2027. godine.

Važno je znati da je:

- U Tokiju 2023. godine otvoren veliki **Tokio Inovacioni Centar (Tokyo Innovation Base)**, gde japanski, ali i međunarodni startapi mogu osim prostora, dobiti i mentorsku podršku za pokretanje poslovanja.
- Grad Tokio je u Singapuru, San Francisku, Parizu i Londonu otpočeo sa programom **Access Tokyo**, odnosno u ovim gradovima su osnovani centri u kojima se mogu dobiti besplatni saveti o japanskom

tržištu i procesu osnivanja startap kompanije u Tokiju. Ukoliko vam je potrebna podrška prilikom sprovodenja analiza tržišta, pomoći pri identifikaciji poslovnih partnera i simulaciji ulaska na tržište, u ovim centrima je možete pronaći.

- **Administrativna podrška za strane preduzetnike je oličena i kroz Business Development Center Tokyo, koji pomaže stranim preduzetnicima u birokratskim procedurama prilikom osnivanja firme, ali nudi i subvencije za inicijalne troškove osnivanja firme. Ovi centri nude i dodatni program subvencija za firme koje posluju u oblasti zelene transformacije.**
- Grad Tokio je osnovao i **Tech Business Camp Tokyo** namenjen stranim startapima sa inovativnim tehnologijama. Program omogućava startapima da se upoznaju sa specifičnostima japanskog tržišta i potrebama domaćih firmi, a sa druge strane, japanskim kompanijama pruža uvid u tehnologije koje razvijaju strani startapi. Program ima za cilj promociju međunarodnog umrežavanja i podsticanje inostranih startapa da posluju u Tokiju.

Osaka, Kjoto, Hjogo Kobe Konzorcijum takođe, pružaju mnoge programe podrške kako domaćim, tako i inostranim startapima poput:

- **Osaka Springboard**, poseban program **Osaka inovacionog haba, koji pruža stranim startapima individualno savetovanje o pokretanju biznisa u Osaki i Japanu**. Nude se poslovne i pravne konsultacije, vodič kroz lokalne administrativne procedure, ali i poslovno povezivanje kroz individualne sastanke međunarodnih startapa sa japanskim kompanijama iz regiona Kansai.
- Povezivanje sa inovacionim ekosistemom u regionu Kansaj, odnosno sa Osakom znači pristup velikom broju *venture capital* fondova i investitora. Podaci govore da je u poslednjih par godina oko 300 startapa koji su bili povezani sa Osaka inovacionim habom prikupilo investicije u vrednosti od 42 miliona američkih dolara⁴.
- Kjoto nudi „one stop“ podršku strancima za osnivanje biznisa preko **Kyoto Overseas Business Center-a**. Ova podrška počinje još u fazi planiranja, pa ide sve do realizacije poslovne ideje. Osoblje govori engleski i pomaže u birokratskim procedurama, ali i pri pronalaženju stana, zdravstvenog osiguranja, plaćanja poreza i ostalim pratećim životnim pitanjima.
- Takođe, Kjoto je pokrenuo i „**90 Days Kyoto stay**“, program koji omogućava potencijalnim stranim preduzetnicima da dođu u Kjoto na tri meseca, uz organizovanu podršku, obezbeđen co-working prostor, povezivanje sa lokalnim preduzećima i ekosistemom i učešće na pitch događajima.

Više o načinima započinjanja poslovanja u Japanu i podršci koja se tiče startapa možete videti na linku https://www.jetro.go.jp/en/invest/investment_environment/whyjapan/ch4.html

⁴ <https://j-startup-city.csti-startup-policy.go.jp/builder/oih#:~:text=Investment%20in%20Osaka%E2%80%99s%20ecosystem%20has,Bureau%20of%20Osaka%20City%20Government>

Zaštita intelektualne svojine

U Japanu su, kroz više zakona, uspostavljeni različiti načini zaštite intelektualne svojine:

- Patent (*Patent Act, Act No. 121 of 1959*) – koristi se za proizvode/procese gde postoji visok nivo inovativnosti.
- Korisni model (*Utility Model Act, Act No. 123 of 1959*) – koristi se u slučaju jednostavnijih tehničkih inovacija jer omogućava jednostavan i brz postupak, dok zaštita traje šest godina.
- Industrijski dizajn (*Design Act, Act No. 125 of 1959*) – koristi se kao zaštita za estetske osobine proizvoda koje su nove i originalne. Zaštita traje 15 godina.
- Žig (*Trademark Act, Act No. 127 of 1959*) – koristi se za zaštitu prepoznatljivog znaka koji traje 10 godina. Pored nacionalne procedure moguće je pokrenuti i međunarodni postupak kod Svetske organizacije za intelektualnu svojinu (WIPO)
- Autorska i srodnna prava (*Copyright Act of Japan, Act No. 48 of 1970*)

Za registrovanje intelektualne svojine vaš prvi korak treba da bude angažovanje ovlašćenog zastupnika (*Benrishi*) koji će u vaše ime podneti i voditi postupak prijave pred Japanskim zavodom za patente (Japan Patent Office). Spisak svih ovlašćenih zastupnika se nalazi na linku: <https://www.jpaa.or.jp/en/about-us/> Više korisnih informacija o registraciji intelektualne svojine možete pročitati na zvaničnoj stranici Zavoda za patente na linku <https://www.jpo.go.jp/e/faq/yokuaru/patent.html#anchor6-1>

Pored podnošenja zahteva za patent po nacionalnim zakonima u Japanu, moguće je zaštiti intelektualnu svojinu u Japanu i putem međunarodne prijave patenta (PCT postupak). Razlike između ovih postupaka objašnjene su u tabeli ispod.

Faktor	Postupak preko JPO-a (nacionalna prijava)	Postupak preko PCT-a (internacionalna prijava)
Podnošenje prijave	Direktno JPO-u u Japanu	Podnošenje preko PCT sistema, označavajući Japan
Ispitivanje sadržaja	Podnositelj mora tražiti ispitivanje u roku od 3 godine	Ispitivanje može početi tek nakon ulaska u nacionalnu fazu (30 meseci)
Međunarodna pretraga	Ne postoji, osim ako je podnesena PCT prijava	PCT pruža međunarodnu pretragu i mišljenje o patentabilnosti
Ulazak u nacionalnu fazu	Odmah nakon podnošenja prijave	Nakon 30 meseci, prijava mora biti predata JPO-u za dalji postupak
Ispitivanje od strane JPO-a	JPO ispituje izum odmah nakon podnošenja i zahteva za ispitivanje	JPO ispituje prijavu tek kada uđe u nacionalnu fazu, nakon PCT postupka

Izvor: IP Kompas, Primer Kine i Japana, Advokat Lazar S. Pavlović

Carinske procedure

Relevantni aspekti za lakše međunarodno poslovanje	Odgovori vezani za Japan	Važne napomene
Da li je ekonomija članica Svetske trgovinske organizacije (STO)?	Da	Srbija ima status najpovlašćenije nacije što znači da se na robu iz Srbije koja se izvozi na tržište Japana primenjuju iste carinske stope kao da je porekлом iz STO.
Da li ekonomija ima potpisane bilateralne sporazume u oblasti trgovine sa Srbijom?	Ne	
Koje carinske stope važe za izvoznike iz Srbije?	Uslove i carinske stope za izvoz pojedinih proizvoda na tržište Japana možete pronaći na sledećim portalima: Market Access Map https://www.macmap.org/	Japan je najpovoljnija ekonomija za izvoz proizvoda na Daleki Istok: - Neponderisana carinska stopa 2.4% Podnerisana carinska stopa 1%
Drugi korisni saveti	Japan ima stroge tehničke propise, standarde i procedure koje se moraju zadovoljiti kako bi se proizvod uvezao i stavio na njihovo tržište. Tu su tzv. Tehničke barijere zaštite domaćeg tržišta. Informacije o merama koje pojedine ekonomije uvode ili menjaju, mogu se ispratiti na portalu Eping alert .	

Važni kontakti

Na diplomatskoj osnovi, Srbija ima uspostavljenu Ambasadu u Tokiju. Kontakt podatke predstavnika iz Ambasade možete naći na linku: <http://www.tokyo.mfa.gov.rs/lat/>

Kao glavne kontakte za započinjanje poslovanja u Japanu izdvajamo:

Japansku agenciju za spoljnu trgovinu (*Japan External Trade Agency - JETRO*), iako nema predstavništvo u Srbiji, povremeno sprovodi programe u našoj zemlji.

Japansku poslovnu alijansu (JBAS) koja predstavlja podružnicu privredne komore u Japanu (JCCI). Iako su joj u fokusu pre svega japanski investitori u Srbiji, može da pruži određenu vrstu podrške i srpskim kompanijama koje su zainteresovane za nastup na japanskom tržištu, i to pre svega informativnu i savetodavnu pomoć.

Japansku Agenciju za međunarodnu saradnju (JICA) koja predstavlja izvršnu agenciju Japanske zvanične razvojne pomoći (ODA). JICA posluje u oko 140 zemalja i regionala i ima oko 100 kancelarija širom sveta. Kancelarija u Beogradu je osnovana 2006. godine i pokriva čitav region Zapadnog Balkana.

U kontekstu saradnje sa Japanom u domenu inovacija važno je pomenuti **Projekat „NINJA“ - Next INnovation with Japan**. U pitanju je inicijativa za podršku startapima koju je pokrenula Japanska agencija za međunarodnu saradnju (JICA), a u Srbiji se sprovodi u saradnji sa ICT Hub-om i Inicijativom Digitalna Srbija sa ciljem promocije preduzetništva, inovacija i stvaranja novih preduzeća kako bi se ojačao startap ekosistem u zemljama u razvoju. NINJA ima za cilj podršku srpskim startapima za širenje na tržište Japana ali i generalno tržište Azije. Tokom 2024. godine otvoren je NINJA akcelerator za srpske startape. Više o programu na linku: <https://www.dsi.rs/ninja/>

REPUBLIKA KOREJA



Pun naziv	Republika Koreja
Glavni grad	Seul
Populacija	51,7 miliona (2023) – 82% urbano stanovništvo
BDP pc PPP	34.121 (2023)
Prosečna stopa rasta BDP-a (2019-2023)	2%
Prosečna inflacija (2019-2023)	2.4%
Valuta	Južnokorejski von (KRW)
Ključne industrije i vladine politike	Tehnologije, Automobilska industrija Vlada podržava: Zelenu energiju, AI, IT, biotehnologiju
Ključni ekonomski hub-ovi	Seul: Finansije, tehnologija, mediji Busan: Pomorska industrija, trgovina Daegu i Gieongsang: Automobilska industrija i proizvodnja Provincija Jeola: Poljoprivreda i eko-industrije Provincija Gangwon: Turizam i eko-industrije

Izvor: Svetska banka, <https://data.worldbank.org/country/korea-rep>
Izvor za inovativni ekosistem i ključne industrije: Analiza tržišta Dalekog istoka, NALED; Country Profile: South Korea

Pregled osnovnih ekonomskih indikatora

Zvanično Republika Koreja, ali poznatija kao Južna Koreja ili samo Koreja, u periodu nakon Drugog svetskog rata uspela je da se od nerazvijene ruralne ekonomije transformiše u jednu od najrazvijenijih ekonomija sveta. Ono što je **karakteristično za privredu Koreje jeste da u industriji dominiraju veliki porodični konglomerati** (poznati kao „čeboli”), kao što su *Samsung*, *LG*, ili *Hyundai*, dok sektor malih i srednjih preduzeća ima više prostora da se razvije u uslužnim delatnostima.

Kada razmišljate o sektorima ili proizvodima koji su relevantni za razvoj Južne Koreje, korisno je sagledati strukturu spoljne trgovine ove ekonomije. Naime, **uvoz Južne Koreje pretežno čine energenti** (nafta, zemni gas, ugalj), kao i proizvodi mašinske i elektroindustrije, **dok izvoze uglavnom**

automobile (Hyundai, Daewoo, Kia...). Iz regiona Zapadnog Balkana i Istočne Evrope, upadljiv je iz sektora telekomunikacija, računarskih i informacijskih usluga, kao i usluga vezanih za intelektualnu svojinu i licenciranje. Izvoz Srbije u Koreju je veoma ograničen u poređenju sa drugim zemljama iz regiona i, prevashodno **uvozi rude bakra**, ali i **sapune i druge preparate za higijenu, kao i jestive proizvode i prerađevine**¹.

Više o ekonomiji Koreje možete pročitati na linku

https://drive.google.com/file/d/1vnp_4OKuEWbrNPxnf6uk1e07n0rE3tfp/view.

Kulturni i poslovni bonton

Korejska kultura se u mnogome razlikuje od evropske, te izdvajamo nekoliko specifičnosti koje je dobro znati pre odluke o započinjanju poslovanja na ovom tržištu²:

- Iako je u današnje vreme rukovanje prihvaćeno i u Koreji, **može se desiti da sagovornik odbije rukovanje i blago se nakloni**. Ukoliko dođe do rukovanja, koristite obe ruke ukoliko je to moguće;
- **Razmena vizitkarti je vrlo bitna pri prvom susretu**. Dok traje sastanak nemojte ih sklanjati sa stola;
- Vrlo je važno da se u prvim komunikacijama naglasi titula kako bi se odmah utvrdio odnos između vas i sagovornika imajući u vidu da **Korejci vrlo poštuju hijerarhiju**, te da će za poslovne sastanke želeti da odrede nekog ko je istog ranga kao vi;
- **Sastanke bi trebalo zakazati barem dve nedelje unapred**;
- **Darivanje je uobičajeno pri prvom sastanku**. Posebno obratite pažnju na starije članove delegacije;
- **Za građenje poverenja jako je bitno da kontakte održavate i van poslovnog sveta**, te je uobičajeno da će Korejci očekivati druženje i van poslovnih obaveza;
- **Agresivne taktike pregovora uglavnom ne funkcionišu sa Korejcima**. Oni pre traže dugoročna partnerstva nego brze poslovne saradnje;
- Od ostalih interesantnih činjenica izdvajamo: a) **Crvena boja u Južnoj Koreji simbolizuje smrt** imajući u vidu da se tradicionalno koristi u zvaničnim dokumentima preminulog. b) **Broj četiri se takođe, smatra nesrećnim**; c) **Nošenje šminke od strane muškaraca je uobičajeno** - preko 20% muškaraca u Južnoj Koreji se šminka na redovnoj bazi.
- **Korejci vole i cene luksuzna pakovanja**, tako da ukoliko planirate da izvezete svoj proizvod u Koreju, bilo bi dobro da posebnu pažnju obratite na pakovanje.

1 Izvor: RZS <https://data.stat.gov.rs/Home/Result/170303?languageCode=sr-Cyrl&displayMode=table&guid=f9cfa8a7-afea-4c74-97a5-ca51a88a455d>

2 Izvori: <https://www.tnation.eu/blog/juzna-koreja/> ; <https://me.ekapija.com/business-advice/2777252/poslovanje-sa-korejcima-budite-uporni-i-istrajni-ali-dostojanstveni> ; <https://www.sourceofasia.com/business-culture-guide-doing-business-in-south-korea/>

Razvoj inovacija – prioritetne oblasti

U poslednjih desetak godina razvoj startapa u Koreji u je posebnom fokusu, **naročito u oblasti digitalne ekonomije i biotehnologija**. Koreja trenutno ima više od 35 hiljada startapa i 31 jednoroga³. Ključne oblasti za razvoj inovacija koje Vlada podržava, a koje vam mogu biti od značaja prilikom odluke da li poslovati na ovom tržištu, su pre svega **automobilska industrija**, ali i podrška **korišćenju zelene energije, upotreba veštačke inteligencije** i informacionih tehnologija u poslovanju, kao i razvoj **biotehnologije**.

Tokom 2024. korejska vlada je počela da **razvija mere orijentisane na privlačenje perspektivnih inostranih startapa**. Neke od aktivnosti uključuju organizovanje obuka na kojima se polaznici upoznaju sa Korejom i uslovima poslovanja za startape; mentorsku podršku; olakšanu proceduru za dobijanje radne vize za startape ([Oasis visa](#)); različite poreske olakšice i oslobođenja od poreza ukoliko uložite kapital (kao stranac) u pokretanje nove kompanije u određenom visokotehnološkom sektoru, kao i *co-working* prostor u okviru koga mogu da počnu sa poslovanjem. Sve potrebne informacije zainteresovanim stranim startapima dostupne su na portalu [Global Startup Center](#). Jedna od mera uključuje i osnivanje S fonda, kao *venture* fonda u kome zajednički učestvuju država i privatni investitori koji će finansirati odabrane startape u periodu od 2024. do 2027. godine. Takođe, oprema i kapitalna dobra koja strani startap uveze mogu biti oslobođeni carine, uvoznom PDV-a i akciza. U pojedinim inovacionim klasterima novi tehnološki startapi dobijaju 100% oslobođanje od poreza na dobit prve tri godine.

Neki od značajnih programa podrške za inostrane startape koje sprovodi korejska vlada su:

K-Startup Grand Challenge - vodeći akceleratorski program korejske vlade. Namenjen je isključivo startapima čiji osnivači ne dolaze iz Koreje. Ovaj program traje već deset godina. Program uključuje i dodelu novčanih sredstava za najboljih deset, dok 30 timova ulazi u intenzivan mentorski program i bivaju povezani sa velikim korejskim kompanijama i investitorima.

Global Accelerator Program for Startups – sprovodi Korejska državna agencija za mala preduzeća od 2016. godine, a u okviru koga svake godine bude odabранo do 15 perspektivnih inostranih startapa za dodelu bespovratnih sredstava u svrhe komercijalizacije, iznajmljivanja i/ili kupovine kancelarijskog prostora. Program nudi i mentore i obuke, kao i podršku u prolasku kroz birokratske procedure.

Javno-privatni akceleratorski model **TIPS (Tech Incubator Program for Startups)** – funkcioniše tako što privatni investitori odaberu perspektivan startap, investiraju manjim delom, dok država kroz TIPS obezbeđuje dodatno finansiranje za razvoj biznisa. Ovaj program nije namenjen samo stranim startapima, već mogu konkurisati i domaće korejske kompanije.

Seoul Global Startup Center – inkubacioni centar namenjen isključivo strancima, koji se nalazi u

³ Izvor: [tracxn.com](#)

samom centru Seula. Ovde se može dobiti besplatno poslovni prostor u trajanju do šest meseci, mentorski i trenerski programi, neki od njih organizovani po principu 1-na-1. Na kraju programa startapi učestvuju na *Big Think Demo Day* događaju gde svoje biznise predstavljaju potencijalnim investitorima i partnerima.

Program komercijalizacije stranih startapa – namenjen firmama mlađim od sedam godina koje žele da svoj proizvod ili uslugu komercijalizuju na korejskom tržištu. Program je pokrenut 2024. godine i njime je opredeljeno oko 45.000 američkih dolara bespovratnih sredstava za troškove razvoja i prilagođavanja proizvoda korejskom tržištu, povezivanje startapa sa lokalnim mentorima i industrijskim liderima, medijska vidljivost i umrežavanje sa partnerima iz javnog i privatnog sektora.

Zaštita intelektualne svojine

Južna Koreja posvećuje veliku pažnju zaštiti intelektualne svojine, što je ključno za podsticanje inovacija i privlačenje međunarodnih kompanija. Koreja ima stroge zakone koji obuhvataju različite aspekte intelektualne svojine, uključujući patente, korisne modele, žigove i industrijski dizajn i autorska prava.

Za registraciju patenta, korisnih modela, dizajna ili žiga, potrebno je podneti prijavu Korejskom zavodu za intelektualnu svojinu (KIPO). Proces registracije zahteva detaljan opis pronalaska ili žiga, kao i ispunjavanje određenih formalnosti. Nakon odobrenja, prava intelektualne svojine su zaštićena prema južnokorejskom zakonu. Proces je moguće započeti i preko Svetske organizacije za intelektualnu svojinu (WIPO), odnosno putem PCT procedure.

Više o procedurama zaštite intelektualne svojine pronađite na zvaničnom sajtu KIPO na linku https://www.kipo.go.kr/en/HtmlApp?c=10101&catmenu=ek01_01_01

Carinske procedure

Relevantni aspekti za lakše međunarodno poslovanje	Odgovori vezani za Koreju	Važne napomene
Da li je ekonomija članica Svetske trgovinske organizacije (STO)?	Da	Srbija ima status najpovlašćenije nacije što znači da se na robu iz Srbije koja se izvozi na tržište Koreje primenjuju iste carinske stope kao da je poreklom iz STO.
Da li ekonomija ima potpisane bilateralne sporazume u oblasti trgovine sa Srbijom?	Ne	U septembru 2024. godine pokrenuti su pregovori o zaključenju ekonomskog sporazuma između Srbije i Koreje koji bi u budućnosti mogao olakšati trgovinsku saradnju između ovih ekonomija omogućavajući primenu preferencijalnog trgovinskog režima.
Koje carinske stope važe za izvoznike iz Srbije?	Uslove i carinske stope za izvoz pojedinih proizvoda na tržište Koreje možete pronaći na sledećim portalima: <i>Market Access Map</i> https://www.macmap.org/	Koreja je jedna od „skupljih“ ekonomija za izvoz proizvoda na Daleki Istok u poređenju sa Kinom, Japonom i Tajvanom. - Neponderisana carinska stopa 6.5% - Podnerisana carinska stopa 3.4%

Važni kontakti

Srbija ima uspostavljenu Ambasadu u Seulu. Kontakt podatke možete naći na linku <http://www.seoul.mfa.gov.rs/cir/>.

Posebno predstavništvo za ekonomsku saradnju Srbije i Koreje - KOTRA predstavlja glavnu kontakt tačku za poslovanje sa Južnom Korejom. U pitanju je međunarodna agencija za promociju trgovine i investicija koja od 2015. godine ima svoje predstavništvo i u Beogradu. KOTRA pruža besplatnu podršku u uspostavljanju saradnje između korejskih i lokalnih institucija i kompanija kroz podršku u pregovorima, organizaciju sajmova i drugih poslovnih događaja za umrežavanje i razmenu znanja. Kontakt Kancelarije u Srbiji je office@kotra.rs.

OSNOVNI PREGLED OSTALIH EKONOMIJA DALEKOG ISTOKA



TAJVAN



Pun naziv	Tajvan (ili Kineska provincija Tajvan)
Glavni grad	Tajpej
Populacija	23,5 miliona (2023)
BDP pc PPP	32.442 (2023)
Prosečna stopa rasta BDP-a (2019-2023)	3,4%
Prosečna inflacija (2019-2023)	1,6%
Valuta	Novi tajvanski dolar (TWD)
Glavni sektori koji se podržavaju u startap ekosistemu	Elektronika, zdravstvo, svemirske i zelene tehnologije, veštačka inteligencija, Big Data, biotehnologija, e-trgovina, pametna poljoprivreda i sl.

Izvor: Zvanična statistika Tajvana <https://eng.stat.gov.tw/Default.aspx>

Izvor za startap ekosistem: Analiza tržišta Dalekog istoka, NALED

Pregled osnovnih indikatora i podrške startapima

Tajvan je ostrvo u Tihom okeanu, sa specifičnim geopolitičkim položajem. Narodna Republika Kina smatra Tajvan delom svoje teritorije, a Tajvan smatra ostatak Kine delom svoje teritorije. U međunarodnoj upotrebi su različiti nazivi, kao što su Tajvan, Republika Kina/Tajvan, Kineski Tajpej, ili Kineska provincija Tajvan. Uprkos specifičnoj situaciji, Tajvan je uspeo da se razvije nakon Drugog svetskog rata i da **postane jedna od najrazvijenijih i tehnološki najnaprednijih ekonomija Azije**, kao i sveta, svrstavajući se u ekonomije poznate kao „Azijski tigrovi”.

Što se tiče spoljne trgovine, Tajvan svoj izvoz većinski bazira na **izvozu elektronskih komponenti, informatičke i audio-vizuelne opreme**, dok uglavnom uvozi proizvode visokih faza prerade poput mašina i elektronskih komponenti. Spoljna trgovina između Srbije i Tajvana nije razvijena. Podaci¹ pokazuju da **Srbija u Tajvan najčešće izvozi mehaničke uređaje**, ali i stočnu hranu i preparate za čišćenje.

¹ Izvor: RZS <https://data.stat.gov.rs/Home/Result/170303?languageCode=sr-Cyril&displayMode=table&guid=c9ffcb12-0add-4ae8-ae85-c114fd74080c>

Kulturni i poslovni bonton

Tajvanska kultura se u mnogome razlikuje od evropske, te izdvajamo nekoliko specifičnosti njihove kulture, kako opšte, tako i poslovne, koje je dobro znati pre odluke o započinjanju poslovanja na ovom tržištu²:

- U poslovnoj kulturi Tajvana **ključni su koncepti *mianzi* (lice) i *guanxi* (odnosi)**. *Mianzi* se odnosi na očuvanje ugleda i poštovanja u međuljudskim odnosima, izbegavanje neprijatnosti i obezbeđivanje harmonične komunikacije. *Guanxi* podrazumeva izgradnju dubokih, dugoročnih odnosa zasnovanih na međusobnom poverenju i uzajamnoj pomoći. Razumevanje koncepata na kojima se bazira komunikacija u Tajvanu je ključno za poslovnu komunikaciju.
- **Obavezno dođite na vreme ili pre zakazanog vremena** na sastanak, time pokazujete da ste profesionalni i da poštujete vreme svojih sagovornika.
- Kada **razmenjujete vizitkarte, radite to sa obe ruke**, uz kratko proučavanje pre nego što ih odložite. Tako pokazujete poštovanje prema osobi i njenoj poziciji.
- U tajvanskoj poslovnoj kulturi, **hijerarhija igra značajnu ulogu**. Vodite računa da se starijim osobama ili osobama na višim pozicijama obraćate s odgovarajućim poštovanjem.
- **Komunikacija je često formalna i indirektna**, te izbegavajte direktnе kritike ili neslaganja.
- Imajte u vidu da se na Tajvanu **prioritizuje kolektiv u odnosu na individuu** te donošenje odluka može potrajati.
- **Negovanje dugoročnih odnosa je ključno**. Poslovni sastanci često uključuju neformalne aktivnosti poput zajedničkih obroka kako bi se izgradilo poverenje.
- **Poslovni stil oblačenja je konzervativan**. Preporučuje se da nosite odela tamnijih boja i izbegavajte upadljive modne detalje.

Inovacioni ekosistem

Tajvan je u prethodnim godinama u velikoj meri radio na razvoju mera usmerenih na **privlačenje startapa iz inostranstva**.

Otvorene su tzv. **startap terase u gradovima Linku i Kaošiung**, koji predstavljaju jedan od ključnih hub-ova za startape u okviru kojih se sprovode programi namenjeni povezivanju i jačanju saradnje između inostranih i lokalnih startapa, ali i povezivanju sa eventualnim klijentima ili investitorima sa Tajvana. **Napravljene su da pružaju usluge „one-stop“ šaltera za administrativnu pomoć i podršku startapima**, čime se obezbeđuje da svi preduzetnici, i domaći i strani, dobiju svu potrebnu pomoć. Stranci ovde mogu dobiti informacije o vizama i subvencijama, podršku u računovodstvu i odgovore na poreska i pravna pitanja u vezi sa poslovanjem na Tajvanu.

2 Izvor: <https://www.internsinasia.com/blog/things-to-know-about-business-etiquette-in-taiwan>

Takođe, **Startap terase** pružaju informacije o programima podrške koje tajvanska vlada nudi stranim startapima. Neki od njih su:

Soft Landing Program koji je vlada osmisnila za privlačenje stranih startapa, a koji traje tri nedelje i omogućava odabranim stranim firmama da bez troškova istraže tajvansko tržište i ekosistem. Program obuhvata i obuke, umrežavanja i poslovne posete.

Taiwan Tech Arena je nacionalna platforma koju je Ministarstvo nauke i tehnologije uspostavilo u cilju povezivanja domaćeg inovacionog ekosistema sa međunarodnim. Interesantan je i sajam *InnoVEX* na kome inostrani startapi mogu predstaviti svoje proizvode i usluge lokalnoj publici.

Jedan od najvećih svetskih akceleratora, **AppWorks**, ima sedište u Tajpeju, a tu je i **Garage+** akcelerator, kome su u fokusu hardverski i *deep tech* startapi i koji u okviru svog **Startup Global programa** omogućava odabranim međunarodnim startapima da dođu na Tajvan.

Tajvanje, 2015. godine, uveo takozvanu preduzetničku vizu koja stranim preduzetnicima omogućava boravak na Tajvanu radi pokretanja poslovanja. Ova viza se odobrava na dve godine i interesantno je da je moguća i grupna prijava – za do tri člana tima. Više informacija o ovoj vizi i kako aplicirati (potpuno digitalno) za nju možete pronaći na sajtu: <https://www.sme.gov.tw/>.

Važni kontakti

Republika Srbija **nema uspostavljeni diplomatsko predstavništvo na teritoriji Tajvana, već je Ambasada RS u Pekingu nadležna i za teritoriju Tajvana.** Kontakt Ambasade Srbije u Pekingu možete naći na linku: <http://arhiviranisajt.msp.gov.rs/sr/index.php/diplomatsko-konzularna-predstavnistva/diplomatske-misije/ambasade/79--/79---?lang=lat>

REPUBLIKA SINGAPUR



Pun naziv	Republika Singapur
Glavni grad	Singapur
Populacija	6 miliona (2023)
BDP pc PPP	65.422 (2023)
Prosečna stopa rasta BDP-a (2019-2023)	2.4% ¹
Prosečna inflacija (2019-2023)	2,7%
Valuta	Singapurski dolar (SGD)
Glavni sektori za razvoj inovativnog ekosistema	Veštačka inteligencija, zaštita intelektualne svojine, ICT, robotika, svemirska industrija, zelena ekonomija, „digital-first economy“, biomedicina, fintech

1 Ukoliko se izuzme 2020. godina zbog uticaja Korona virusa prosečan rast privrede je iznad 4%.

Izvor: Svetska banka <https://data.worldbank.org/country/singapore?view=chart>

Izvor za inovativni ekosistem: <https://www.visitsingapore.com/mice/en/why-singapore/dynamic-industries/innovation-technology/>

Pregled osnovnih indikatora i podrške startapima

Singapur je ostrvska grad-država, poznata po svom visoko razvijenom ekonomskom i tehnološkom sektoru. Važi za tzv. „mešavinu različitih kultura“, pri čemu su Kinezi najbrojniji, ali su prisutne i zajednice malajskog i indijskog porekla.

Posmatrajući spoljnu trgovinu Singapura, **najviše se izvoze mašine, ali i nafta**, dok se najviše uvoze različite rude, sirova nafta kao i različita vrsta opreme. Srbija u Singapur najviše **izvozi različite rude i koncentrate baznih metala poput olova, bakra, cinka i sl.¹**

Kulturni i poslovni bonton

Kultura u Singapuru se u mnogome razlikuje od evropske, te izdvajamo nekoliko specifičnosti koje je dobro znati pre odluke o započinjanju poslovanja na ovom tržištu²:

1 Izvor: RZS <https://data.stat.gov.rs/Home/Result/170303?languageCode=sr-Cyrl&displayMode=table&guid=e950ba6f-0e5c-46dd-a057-a78e2e859fb7>

2 Izvori: <https://abriggs.com/blog/business-etiquette-singapore>

- **Tačnost je od suštinskog značaja** u singapurskoj poslovnoj kulturi. Kašnjenje na sastanke ili događaje smatra se nepoštovanjem i neprofesionalizmom.
- **Poštovanje prema nadređenima i starijima je ključno**, a odluke se obično donose na višim nivoima organizacije.
- **Oslovljavanje osobe bi trebalo da bude formalno**, a pravila se razlikuju u zavisnosti od etničke pri-padnosti. Recimo, kod kineskih imena prvo dolazi prezime, a zatim lično ime. Kod malajske i indijske kulture uobičajeno je da se osoba predstavi ličnim imenom, zatim će reći *bin* (u prevodu sin) ili *binti* (u prevodu čerka), i na kraju očevo ime. Neki biznismeni će koristiti anglicizovanu verziju svog imena ili izabrano englesko ime.
- Razmena vizitkarti je standardna praksa. **Predajte i primajte vizitkarte s obe ruke**, a nakon prijema ih pažljivo pregledajte pre nego ih odložite, pokazujući tako poštovanje prema osobi.
- Za razliku od većine kultura na Dalekom istoku, **u Singapuru se poslovne odluke donose relativno brzo, a komunikacija je uglavnom vrlo direktna**. Zbog toga se preporučuje da na sastancima budete direktni i odmah predete na suštinu onoga što vam je potrebno.
- Poslovni stil oblačenja je formalan, ali ne previše konzervativan. **U Singapuru su mnoga pravila iz „zapadnog“ sveta usvojena**, iako i dalje postoje i neke tradicionalne norme.
- Iako nije obavezno, **davanje malih poklona može biti znak zahvalnosti i poštovanja**. Ukoliko vama uruče poklon, zahvalite se, ali ga nemojte otvarati tokom sastanka.

Inovacioni ekosistem

Singapur može biti dobra polazna tačka za ulazak na druga tržišta Dalekog istoka, pre svega jer je svrstan u sam vrh svetskih ekonomija po lakoći poslovanja i pristupa tržištu zahvaljujući efikasnim procedurama, stabilnom pravnom sistemu i podsticajima za preduzetnike. Prema Startup Genome izveštaju, Singapur je rangiran u top deset ekosistema na svetu.

U pitanju je raznovrstan ekosistem, veoma živ i dinamičan, sa preko 4.500 startapa, 400 venture capital fondova i 200 akceleratora i inkubatora³. O značaju singapurskog ekosistema govori i to da je sa Singapurom povezano skoro 65% investicionih dogovora u jugoistočnoj Aziji i 75% ukupne vrednosti startap investicija⁴ iz regiona. **Singapur je globalni fintech i finansijski centar**, te veliku podršku države kroz različite **regulatorne sandbox-ove** imaju fintech startapi, a već deset godina organizuju i **Singapski fintech festival**.

Startup SG je krovna platforma za startape u Singapuru u okviru koje je objedinjeno više programa pomoći i podrške ovim preduzećima poput:

- Programa **Startup SG Founder** koji nudi početni grant i mentorsku podršku za osnivače startapa.

3 <https://startupgenome.com/ecosystems/singapore>

4 <https://startupgenome.com/ecosystems/singapore>

- Grant šeme za ubrzanje komercijalizacije tehnologije **Startup SG Tech** čiji je cilj pružanje podrške startapima u ranim fazama razvoja patentabilnih tehnologija kroz finansiranje *Proof of Concept-a* i *Proof of Value* projekata. Uglavnom targetiraju *deep tech* i hardverske startape kojima pružaju podršku da premoste jaz između istraživanja i tržišta.
- **Startup SG Equity** program koinvesticija u okviru koga Vlada Singapura zajedno sa *venture capital* fondovima investira u perspektivne startape. Jedan od modaliteta ovog programa je i da Vlada uloži u *venture capital* fond koji se obavezuje da će investirati u startape.

Kada su u pitanju privatni programi podrške, oni su brojni, a posebno se ističu **Antler**, međunarodni akcelerator sa sedištem u Singapuru, koji je podržao stotine kompanija od njihovog prvog dana. Dodatno, već spomenuti NINJA akcelerator osim tržišta Japana, pokriva i tržište Singapura.

Kako biste poslovali u Singapuru, potrebna vam je viza. Singapur nudi EntrePass vizu, specijalnu radnu vizu namenjenu startap preduzeticima koji žele da vode svoj biznis u Singapuru. Ova viza je dostupna svima i zahtev za nju se može podneti uz odgovarajući poslovni plan i koncept, a uslovi su da biznis bude *venture-backed* ili da poseduje inovativne tehnologije i potencijal za rast, da vlasnik ima relevantno poslovno iskustvo i uspehe, podršku akceleratora, investiciju od akreditovanog investitora ili da poseduje intelektualnu svojinu i R&D vezane sa Singapurom.

Međunarodnim startapima može, takođe, biti od značaja da se lociraju u startap kampusu **JTC LaunchPad**, jer su tu okupljeni mnogobrojni startapi, inovatori i akceleratori.

Sa druge strane, neophodno je napomenuti da Singapur ima jedan od najrobustnijih sistema za zaštitu prava intelektualne svojine u Aziji i svetu. Kancelarija za zaštitu intelektualne svojine efikasno i brzo radi svoj posao, a propisane su i brze procedure za patentiranje u određenim sektorima. Postoji i mogućnost zaštite prava intelektualne svojine online. Više informacija na: <https://www.ipos.gov.sg/>

Važni kontakti

Republika Srbija **nema uspostavljenu ambasadu niti konzulat na teritoriji Republike Singapur, već je za ovu teritoriju zadužena Ambasada RS uspostavljena u Indoneziji.** Kontakte Ambasade u Indoneziji možete pronaći na linku <https://www.mfa.gov.rs/spoljna-politika/bilateralna-saradnja/indonezija/ambasade-konzulati>

Međutim, na teritoriji Singapura Srbija ima **određenog počasnog konzula** čije kontakte možete pronaći na linku

<https://www.mfa.gov.rs/spoljna-politika/bilateralna-saradnja/singapur/ambasade-konzulati#honorary>

SOCIJALISTIČKA REPUBLIKA VIJETNAM



Pun naziv	Socijalistička Republika Vijetnam
Glavni grad	Hanoj, mada je ekonomski centar države u Ho Ši Minu (Saigon)
Populacija	100 miliona (2023)
BDP pc PPP	3.760 (2023)
Prosečna stopa rasta BDP-a (2019-2023)	5,2%
Prosečna inflacija (2019-2023)	2,8%
Valuta	Vijetnamski dong (VND)
Glavni sektori koji se podržavaju u startap ekosistemu	e-trgovina, digitalni novčanik i srodne usluge

Izvor: Svetska banka <https://data.worldbank.org/country/viet-nam>

Izvor za inovativni ekosistem: Analiza tržišta Dalekog istoka

Pregled osnovnih indikatora i podrške startapima

Vijetnam je država u jugoistočnoj Aziji, poznata po bogatoj istoriji, kulturnoj raznovrsnosti i prirodnim lepotama. Iako ima mnoge karakteristike tržišne ekonomije i razvijen privatni sektor, u Vijetnamu još uvek postoji snažan upliv države, ali beleži i visoke udele korupcije¹.

Spoljna trgovina između Srbije i Vijetnama uglavnom se zasniva na neprerađenim ili proizvodima sa primarnim nivoom prerađe². Recimo **Srbija u Vijetnam uglavnom izvozi neobrađeno ili grubo obrađeno drvo, kao i različita đubriva**.

¹ Izveštaj MMF-a za 2024. godinu pohvaljuje napore Vlade za smanjenje korupcije, ali ističe da je važno nastaviti sa politikama smanjenja korupcije. Prema Indeksu percepcije korupcije (CPI) za 2024. godinu, koji objavljuje organizacija Transparency International, Vijetnam je postigao 40 poena od mogućih 100 i zauzeo 88. mesto od ukupno 180 zemalja. Ovaj rezultat predstavlja pad za jedno mesto u odnosu na prethodnu godinu, što ukazuje na blagi porast percepcije korupcije u javnom sektoru.

² Izvor: RZS <https://data.stat.gov.rs/Home/Result/170303?languageCode=sr-Cyril&displayMode=table&guid=726a1174-87f5-4088-87aa-caacc06a1395>

Kulturni i poslovni bonton

Kultura u Vijetnamu značajno je drugačija od evropske kulture zbog čega izdvajamo određene specifičnosti koje treba imati u vidu pre započinjanja poslovanja na ovom tržištu:

- Prilikom pozdravljanja **uobičajen je blag naklon glave pored rukovanja**.
- Uobičajeno je da se imena u Vijetnamu pišu i izgovaraju sledećim redosledom: **prezime, srednje ime, ime**.
- Pre nego što se **upustite u poslovne razgovore, važno je izgraditi lične odnose**. Neformalni razgovori i zajednički obroci pomažu u izgradnji poverenja.
- Razmena vizitkarti je uobičajena praksa. **Predajte i primajte vizitkarte s obe ruke**, i posvetite trenutak da ih pažljivo proučite pre nego što ih odložite.
- Vijetnamska poslovna kultura pridaje **veliku važnost hijerarhiji i statusu**. Prilikom sastanaka, obraćajte se najstarijim ili članovima tima na najvišim pozicijama s posebnim poštovanjem.
- **Dolazak na vreme na sastanke pokazuje poštovanje i profesionalizam**. Kašnjenje se smatra nepoštovanjem.
- **Poslovni stil oblačenja je konzervativan**. Muškarcima se preporučuju tamna odela s kravatom, dok žene treba da nose odela ili haljine neutralnih boja.
- Pokloni se često razmenjuju kao znak poštovanja i zahvalnosti. **Mali, promišljeni pokloni iz vaše domovine su prikladni**. Izbegavajte skupe ili previše lične poklone.
- **Komunikacija je često indirektna**. **Izbegavajte direktne kritike ili neslaganja**.
- Ako ste pozvani na obrok, **sačekajte da domaćin započne pre nego što počnete da jedete**. Takođe, uobičajeno je ponuditi da platite račun, ali domaćin obično insistira da to učini.

Inovacioni ekosistem

Prema poslednje dostupnim podacima, u Vijetnamu posluje preko 4.000 startapa, više od 1.400 organizacija podrške, preko 200 investicionih fondova, oko 35 akceleratora i 80 inkubatora, a skoro 170 univerziteta vrši neki tip inovativnih aktivnosti. **U skladu sa nivoom razvoja ekosistema, dosta se ulaže u e-trgovinu, fintech, prehrambene tehnologije, IKT**.

Posebnu ulogu u inovacionom sistemu Vijetnama ima **Nacionalni inovacioni centar (NIC)**, koji je osnovala Vlada Vijetnama kako bi obezbedila podršku i omogućila brži razvoj inovacionog ekosistema. NIC predstavlja platformu za okupljanje startapa, investitora, korporacija i državnih programa na jednom mestu. U visokotehnološkom parku Hoa Lak mu je sedište. NIC ima uspostavljene programe saradnje sa velikim međunarodnim kompanijama poput Amazona i Google-a. **Za srpske startape je važno da u ponudi NIC-a postoje i programi podrške koji su namenjeni stranim startapima**. Na primer, strani inovatori koji rade u okviru NIC-a su oslobođeni pribavljanja radne dozvole za određene visokokvalifikovane pozicije za koje na tržištu rada u Vijetnamu nije moguće pronaći radnu snagu. NIC pruža i administrativnu podršku stranim inovatorima u procesima pribavljanja vize i dozvola boravka.

U svim većim gradovima u Vijetnamu poslju inkubatori i akceleratori koji su otvoreni ne samo za saradnju sa domaćim, već i sa stranim startapima. Neki od njih su:

VIISA akcelerator koji pomaže startapima da skaliraju svoje ideje na globalnom nivou i koji ulaže seed kapital.

Zone Startups Vietnam je deo međunarodne mreže akceleratora koji pruža mentorstvo i pristup investitorima u Vijetnamu.

Startup Wheel je jedan od najvećih startap događaja u Vijetnamu koji organizuje **Business Startup Support Center (BSSC)**, institucija osnovana od strane lokalnih vlasti Ho Ši Min grada sa ciljem povezivanja startapa sa investitorima i korporacijama, ali i da strane startape poveže sa vijetnamskim ekosistemom. Startup Wheel je otvoren šest meseci za mlade preduzetnike iz celog sveta od kojih najuspešniji mogu dobiti određena finansijska sredstva za razvoj poslovanja.

Važni kontakti

Republika Srbija **nema uspostavljeno diplomatsko predstavništvo na teritoriji Socijalističke Republike Vijetnam, već je za ovu teritoriju zadužena Ambasada RS uspostavljena u Indoneziji**. Kontakt te Ambasade u Indoneziji možete pronaći na linku <https://www.mfa.gov.rs/spoljna-politika/bilateralna-saradnja/indonezija/ambasade-konzulati>

Međutim, na teritoriji Vijetnama, Srbija ima **određenog počasnog konzula** čije kontakte možete pronaći na linku :<https://www.mfa.gov.rs/spoljna-politika/bilateralna-saradnja/vijetnam/ambasade-konzulati#honorary>

MONGOLIJA



Pun naziv	Mongolija
Glavni grad	Ulan Bator
Populacija	3,5 miliona (2023)
BDP pc PPP	4.456 (2023)
Prosečna stopa rasta BDP-a (2019-2023)	3%
Prosečna inflacija (2019-2023)	8,7%
Valuta	Mongolski tugrik (MNT)
Glavni sektori koji se podržavaju u inovativnom ekosistemu	Digitalne tehnologije u oblasti finansijskih usluga, obrazovanja, blockchain tehnologijama i obrada podataka (Big Data).

Izvor: Svetska banka <https://data.worldbank.org/country/mongolia>

Izvor za inovativni ekosistem: Analiza tržišta Dalekog istoka

Pregled osnovnih indikatora i podrške startapima

Mongolija je ekonomija u tranziciji srednjeg nivoa razvijenosti. Danas Mongolija ima pretežno tržišni sistem sa rudarstvom i stočarstvom kao najznačajnijim granama privrede.

Glavni izvozni proizvodi Mongolije uključuju minerale i metale poput uglja, bakra, zlata i sirove nafte, ali značajan deo izvoza čine i životinjski proizvodi (kašmir, vuna i sl.). Kada je uvoz u pitanju, **Mongolija uglavnom uvozi energente poput nafte, električne energije, ali i mašine i opremu uključujući rudarsku mehanizaciju**. Spoljna trgovina sa Srbijom nije previše razvijena. Mongolija iz Srbije uvozi sveže voće, ali i lakove kao i cevi od plastike¹.

Kulturni i poslovni bonton

Kultura u Mongoliji značajno se razlikuje od evropske kulture. U nastavku, izdvajamo nekoliko specifičnosti kako u opštjoj, tako i u poslovnoj kulturi, koje će vam biti od pomoći prilikom započinjanja saradnje sa partnerima iz Mongolije²:

- **Ulaganje vremena u upoznavanje poslovnih partnera na ličnom nivou je ključno.** Deljenje obroka, neformalni razgovori i iskreno interesovanje za njihov život i kulturu pomažu u izgradnji poverenja.

1 Izvor: RZS <https://data.stat.gov.rs/Home/Result/170303?languageCode=sr-Cyrl&displayMode=table&guid=26a5b147-5da4-4bb5-b83d-574b167718fd>

2 Izvor: <https://clickup.com/p/business-etiquette/mongolia>

- **Mongolska poslovna kultura pridaje veliku važnost tradiciji i hijerarhiji.** Poštovanje starijih i autoriteta je od suštinskog značaja. Odluke se često donose odozgo naniže, pa je važno dozvoliti najstarijem ili najvišem članu tima da vodi diskusiju.
- **Počnite sastanke čvrstim stiskom ruke, direktnim kontaktom očima i toplim osmehom.** Korišćenje titula i punih imena pokazuje poštovanje.
- **Tačnost je ključna - dodite na vreme ili ranije.** Sastanci mogu početi neformalnim razgovorom radi izgradnje odnosa.
- **Davanje poklona je značajno u mongolskoj kulturi.** Donosite mali, promišljeni poklon iz svoje domovine. Predajte ga s obe ruke i blagim naklonom kao znak poštovanja.
- **Odluke se često donose kolektivno i mogu zahtevati vreme** te budite spremni da duže vreme gradite odnose.

Inovacioni ekosistem

Inovacioni ekosistem Mongolije je u porastu poslednjih pet godina, što potvrđuje i činjenica da je od 400 mongolskih startapa, najveći broj njih nastao baš u tom periodu. Ipak, uzimajući u obzir da je u pitanju ekosistem u razvoju, **inovaciona politika je uglavnom koncentrisana na povezivanje mongolskih startapa sa međunarodnim tržištima, a daleko manje na privlačenje stranih inovatora.**

Međutim, ovo tržište može biti interesantno ukoliko se sagleda činjenica da je 65% stanovništva mlađe od 35 godina i da postoji ubrzani prodror digitalizacije. U 2021. godini, osnovano je Ministarstvo za digitalni razvoj i komunikacije koje ima za cilj da pretvori Mongoliju u „digitalnu naciju“. Takođe, osnovana je platforma **eMongolia** koja treba da doprinese modernizaciji administracije i da obezbedi osnov za razvoj startapa.

Ukoliko planirate širenje poslovanja na mongolsko tržište, može biti korisno istraživanje i povezivanje sa:

- **Venture builder platformom Socratus Startup Mongolia**, jer se preko ove platforme možete povezati sa partnerima sa kojima dalje mogžete razvijati biznis.
- **Founder Institute Mongolia**, lokalnim predstavništvom svetski poznatog akceleratora, čiji su programi na engleskom jeziku i dostupni su i strancima.
- **Investicionim agencijom Mongolije**, koja predstavlja one-stop shop za strane startape i investitore, gde se mogu dobiti sve potrebne informacije o procedurama registracije firme, otvaranja računa, informacije o poreskim pitanjima i o dobijanju radnih viza.

Važno je napomenuti da su Srbija i Mongolija 2021. godine potpisale Sporazum o trgovinskoj i ekonomskoj saradnji³.

³ <https://www.mfa.gov.rs/mediji/saopstenja/srbija-i-mongolija-potpisale-sporazum-o-trgovinskoj-i-ekonomskoj-saradnji>

Važni kontakti

Republika Srbija **nema uspostavljeno diplomatsko predstavništvo na teritoriji Mongolije, već je Ambasada RS u Pekingu** nadležna i za teritoriju Mongolije. Kontakt Ambasade Srbije u Pekingu možete naći na linku: <http://arhiviranisajt.msp.gov.rs/sr/index.php/diplomatsko-konzularna-predstavnistva/diplomatske-misije/ambasade/79--/79---?lang=lat>

Sa druge strane, Srbija ima određenog **počasnog konzula** za teritoriju Mongolije čije kontakte možete pronaći na linku <https://www.mfa.gov.rs/spoljna-politika/bilateralna-saradnja/mongolija/ambasade-konzulati#honorary>

LITERATURA I IZVORI PODATAKA

Celokupni Vodič napisan je većinski koristeći sledeću literaturu:

1. Branković, A. (2024). *Analiza tržišta Dalekog istoka sa preporukama za radionice i mentorski program za startape*. NALED.
2. NALED. (2024). *Inovacioni ekosistem Srbije: Stanje, izazovi i prilike za startape*. StarTech projekat.
3. NALED i Smart+. (2024). *Stavovi o inovacionom ekosistemu – Startapi u Srbiji*. StarTech projekat.

Kao i prezentacije sa edukacija, informativnih sesija i konferencija:

- China As The Global Innovation Hub, Privredna komora Srbije, Pop-up Export Hub Session, NALED, NTP Park Niš, 2024
- IP Kompas – Primer Kine i Japana, Advokat Lazar S. Pavlović, Pop-up Export Hub Session, NALED, NTP Park Niš, 2024
- China market investments to foreign tech companies, Israel Chamber of Commerce in China, Pop-up Export Hub Session, NALED, NTP Park Niš, 2024

Dodatni izvori podataka koji su korišćeni navedeni su istovremeno i citirani u fusnotama u tekstu i to su:

Baza podatka Svetske banke <https://data.worldbank.org/>

Baza o spoljnoj trgovini Republičkog zavoda za statistiku u Srbiji <https://data.stat.gov.rs/Home/Result/170303?languageCode=sr-Cyrl>

Web stranice:

- <https://www.gourmetpro.co/blog/china-business-etiquette-ultimate-guide>
- <https://www.tradecommissioner.gc.ca/china-chine/107932.aspx?lang=eng>
- <https://exporttojapan.co.uk/guide/getting-started/business-etiquette/>
- <https://mai-ko.com/travel/culture-in-japan/manners-in-japan/business-etiquette-in-japan/>
- <https://www.tnation.eu/blog/juzna-koreja/>
- <https://me.ekapija.com/business-advice/2777252/poslovanje-sa-korejcima-budite-uporni-i-istrajni-ali-dostojanstveni>
- <https://www.sourceofasia.com/business-culture-guide-doing-business-in-south-korea/>
- <https://www.internsinasia.com/blog/things-to-know-about-business-etiquette-in-taiwan>
- <https://vinova.sg/2025/01/25/foreign-owned-startups-singapore/>
- <https://www.visitsingapore.com/mice/en/why-singapore/dynamic-industries/innovation-technology/>
- <https://abriggs.com/blog/business-etiquette-singapore>
- <https://clickup.com/p/business-etiquette/mongolia>

