



Nataša Užmah  
Svetovalka  
Katja Mušič  
Raziskovalka

9. junij 2011

# Zadovoljstvo uporabnikov s storitvami JAPTİ



Javna agencija  
Republike Slovenije  
za podjetništvo  
in tuje investicije



REPUBLIKA SLOVENIJA  
MINISTRSTVO ZA GOSPODARSTVO

# Vsebina raziskave

- A** Izhodišča in cilji raziskave
- B** Metodologija in vzorec
- C** Rezultati raziskave
- D** Povzetek glavnih ugotovitev in sklepna misel
- E** Priloga



## Izhodišča in cilji raziskave

3

- ❑ Javna agencija RS za podjetništvo in tuje investicije (v nadaljevanju JAPTI) je razvojno implementacijska agencija, ki skrbi za izvajanje razvojne politike na področju razvoja podjetništva in konkurenčnosti v Sloveniji, ob tem pa izvaja tudi programe s področja spodbujanja tujih neposrednih investicij in internacionalizacije.

Osnovno poslanstvo agencije je dvig podjetniške kulture in vzpostavitev učinkovitega sistema ukrepov za izboljšanje konkurenčnosti, spodbujanje inovativnosti, pomoč slovenskim podjetjem pri prodoru na tuje trge, širitev mreže predstavništev slovenskega gospodarstva v tujini in vzpostavitev prijaznejšega administrativnega in poslovnega okolja za tuje investicije. V javni agenciji delujejo tako za podjetja na začetku njihove poti, za podjetja, ki se razvijajo in rastejo kot tudi za podjetja, ki želijo internacionalizirati svoje poslovanje.

- ❑ V namen, da pridobijo informacije o **uporabnosti, koristnosti** in **zadovoljstvu uporabnikov s storitvami Izvozno okno** in **internacionalizacije**, so se odločili za izvedbo raziskave, in sicer za naslednje storitve:
  1. Izvozno okno → mednarodno trgovanje, podatki o državah, informacije o poslovnih priložnostih in svetovanje,
  2. predstavništva slovenskega gospodarstva v tujini (v nadaljevanju PSG),
  3. sejemski nastopi,
  4. vhodne in izhodne gospodarske delegacije in
  5. slovenski poslovni klubi v tujini.

### Cilji raziskave

- ❑ Strnemo jih lahko v naslednje točke, in sicer pridobiti:
  1. informacije o **koristnosti** in **uporabnosti** prej navedenih storitev Izvozno okno in internacionalizacije JAPTI,
  2. informacije o **splošnem zadovoljstvu** in **zadovoljstvu z nekaterimi elementi** pri posamezni storitvi,
  3. informacije o tem, **kaj bi bilo** za uporabnike **še zanimivo** in kaj **pogrešajo** pri posamezni storitvi.

## Vsebina raziskave

- A** Izhodišča in cilj raziskave
- B** Metodologija in vzorec
- C** Rezultati raziskave
- D** Povzetek glavnih ugotovitev in sklepna misel
- E** Priloga

# Metodologija



5

## Obdobje anketiranja

anketiranje je potekalo **maja 2011**

## Baza kontaktov

Baza kontaktov je zajemala **1545 uporabnih kontaktov** (472 kontaktov za storitve Izvozno okno, 362 za storitve PSG, 73 za sejemski nastop, 520 za vhodne in izhodne gospodarske delegacije in 118 za slovenske poslovne klube)

## Ciljna oseba

uporabnik storitev Izvozno okno oz. internacionalizacije JAPTI

## Metoda anketiranja

**Internetna** anketira z vključenim **najavnim pismom ter dodatnim telefonskim naborom** sodelujočih, kjer je bilo to potrebno. Za doseg višje stopnje odziva smo anketiranje izvajali **dodatno še preko telefona**.

# Vzorec



6

## Velikost vzorca

**n=251**

1. Izvozno okno (mednarodno trgovanje, podatki o državah, informacije o poslovnih priložnostih, svetovanje) → **n=208**
  - 1.1 mednarodno trgovanje → **n=132**
  - 1.2 podatki o državah → **n=149**
  - 1.3 informacije o poslovnih priložnostih → **n=139**
  - 1.4 svetovanje → **n=53**
2. storitve predstavništva slovenskega gospodarstva v tujini → **n=103**
3. sejamski nastopi → **n=42**
4. vhodne in izhodne gospodarske delegacije → **n=86**
  - 4.1 vhodne delegacije → **n=94**
  - 4.2 izhodne delegacije → **n=62**
5. slovenski poslovni klubi → **n=36**

## Delež odgovorov za posamezno storitev

Delež odgovorov glede na število uporabnih naslovov za posamezno storitev:

- Izvozno okno → 44%
- PSG → 28%
- Sejmi → 56%
- Gospodarske delegacije → 16%
- Poslovni klubi → 30%

## Vsebina raziskave

- A** Izhodišča in cilj raziskave
- B** Metodologija in vzorec
- C** Rezultati raziskave
- D** Povzetek glavnih ugotovitev in sklepna misel
- E** Priloga

## **C** Rezultati raziskave

- 1** Storitve Izvozno okno in internacionalizacije JAPTI v splošnem
- 2** Izvozno okno
- 3** Predstavništva slovenskega gospodarstva v tujini (PSG)
- 4** Sejemske aktivnosti
- 5** Gospodarske delegacije
- 6** Slovenski poslovni klubi v tujini
- 7** Viri informiranja





## Uporaba storitev (1/2)

osnova: vsi anketiranci (n=251)

Vprašanje 2: Ali ste v preteklih 2 letih kdaj obiskali portal  
Izvozno okno? In potrebovali informacije o ....

### Izvozno okno

Mednarodno trgovanje  
Podatke o državah  
Informacije o poslovnih priložnostih  
Svetovanje

**Da**

**82,9%**

63,5%

71,6%

66,8%

25,5%

**Ne**

(ne vem/se ne spomnim)

17,1%

36,5%

28,4%

33,2%

74,5%

V.28: Ali ste v preteklem letu uporabili pomoč ...?

### PSG v tujini

**41%**

59%

V.36: Ali ste se v letu 2010 udeležili katerega izmed skupinskih ...

### Sejemski nastopi

**16,7%**

83,3%

V.43: Ali ste se v preteklem letu udeležili ...?

### Vhodne ali izhodne gospodarske delegacije

**34,3%**

65,7%

V.49: Ali ste v letu 2010 uporabili pomoč kateregakoli slovenskega  
poslovnega kluba v tujini?

### Slovenski poslovni klubi v tujini

**15,1%**

84,9%

**GfK**

## 2 Izvozno okno

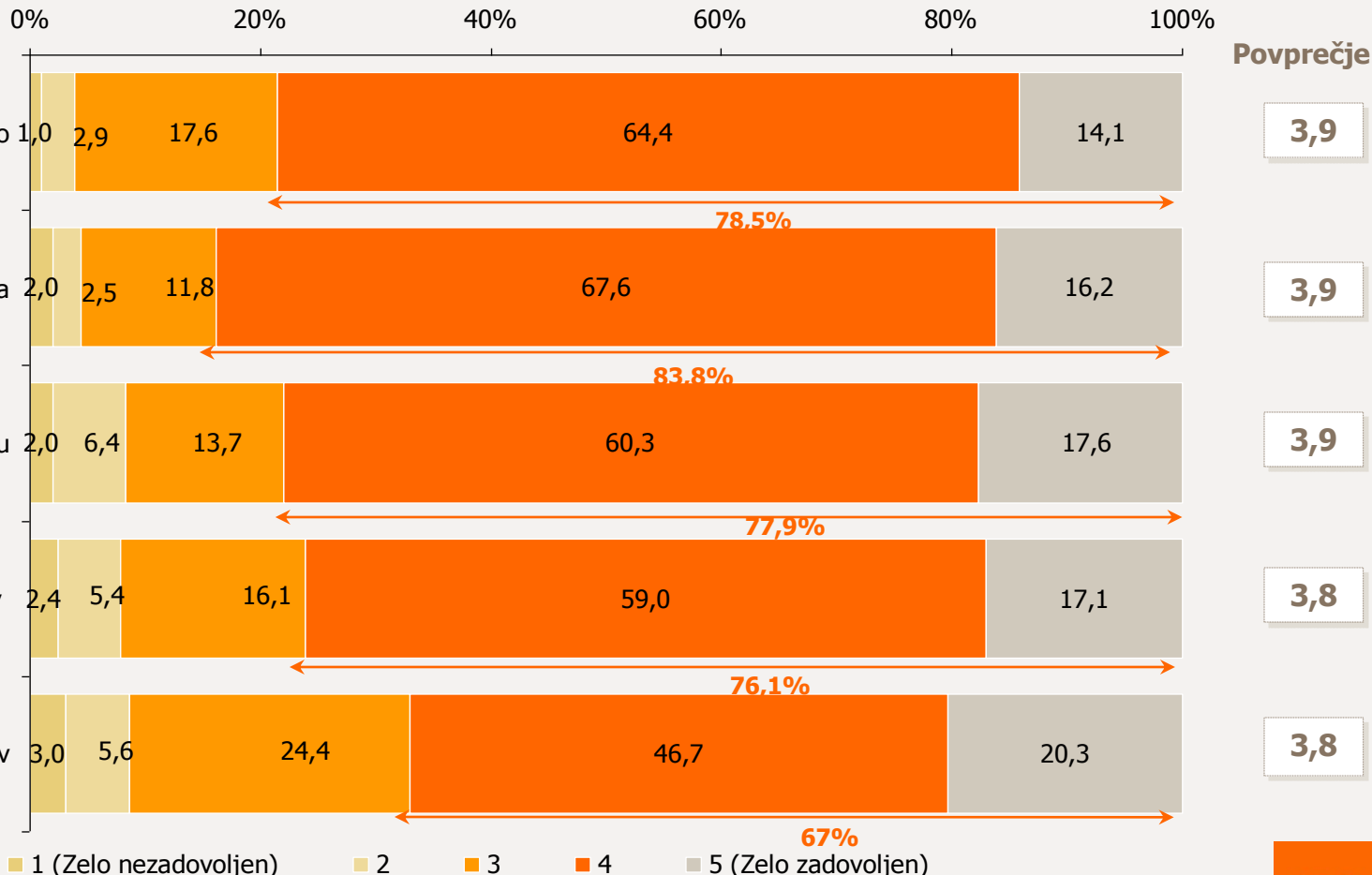
# Splošno zadovoljstvo s portalom Izvozno okno in posameznimi elementi



osnova: anketiranci, ki so v zadnjih 2 letih obiskali portal Izvozno okno (n=208)

Vprašanje 4,6: V kolikšni meri ste v splošnem s portalom Izvozno okno zadovoljni? Kako pa ste na portalu Izvozno okno zadovoljni z naslednjimi elementi ...? Ocene na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni 'zelo nezadovoljen', 5 'zelo zadovoljen'.

11



Nekaj več kot ¾ anketirancev je v **splošnem zadovoljnih s portalom**, od tega 14,1% zelo zadovoljnih. Anketiranci so nekoliko bolj zadovoljni s **strukturo podatkov na portalu** in **dostopnostjo do podatkov** kot pa z **izgledom portala** in **ažurnostjo podatkov**, čeprav je pri slednjem elementu zadovoljstvo le nekoliko manjše. Razlogi za nezadovoljstvo v prilogi (V.5).



## Vrste informacij (1/3)

osnova: anketiranci, ki so v zadnjih 2 letih obiskali portal Izvozno okno (n=208)

12

*Vprašanje 7: Katere vrste informacije običajno iščete na portalu Izvozno okno?*

Možnih več odgovorov.



Med različnimi **vrstami informacij**, ki jih anketiranci na portalu **iščejo**, v večji meri le-ti iščejo **informacije o poslovnih priložnostih** in **informacije s področja mednarodnega trgovanja**. Dobra tretjina jih tudi išče **informacije o sejmih** in **različne podatke o državah**, manj pa preostale navedene vrste informacij. Odgovori navedeni pod drugo v prilogi.



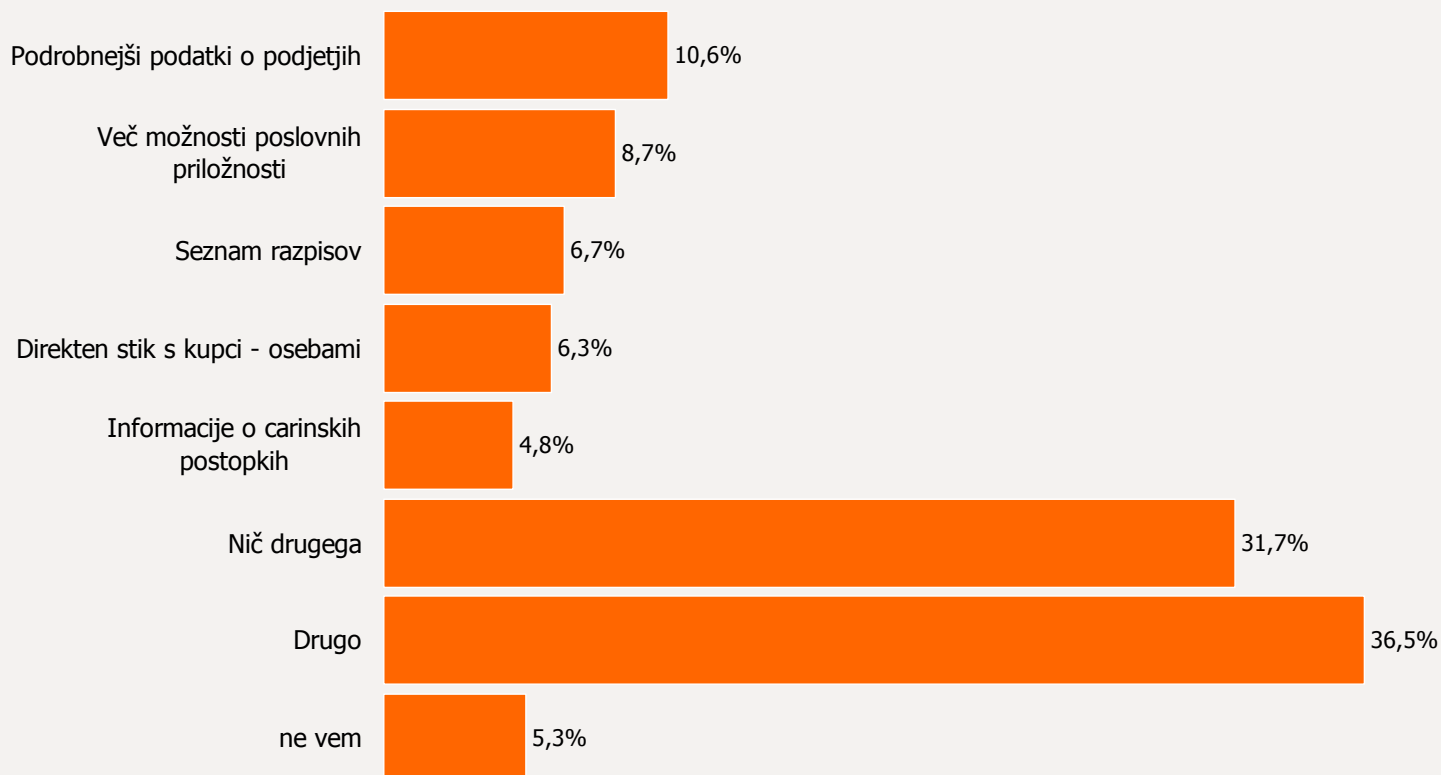
## Vrste informacij (2/3)

osnova: anketiranci, ki so v zadnjih 2 letih obiskali portal Izvozno okno (n=208)

13

*Vprašanje 8: Katere informacije bi bile, poleg že obstoječih, za vas še zanimive oz. bi si jih želeli?*

Možnih več odgovorov.



## 2.5 Storitve portala Izvozno okno

2.5.1 Mednarodno trgovanje

2.5.2 Podatki o državah

2.5.3 Informacije o poslovnih priložnostih

2.5.4 Svetovanje

## 2.5.1 Mednarodno trgovanje

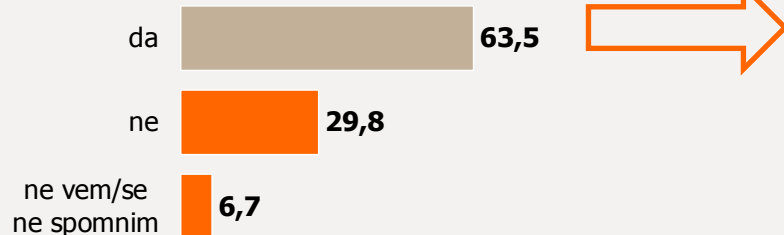


# Mednarodno trgovanje

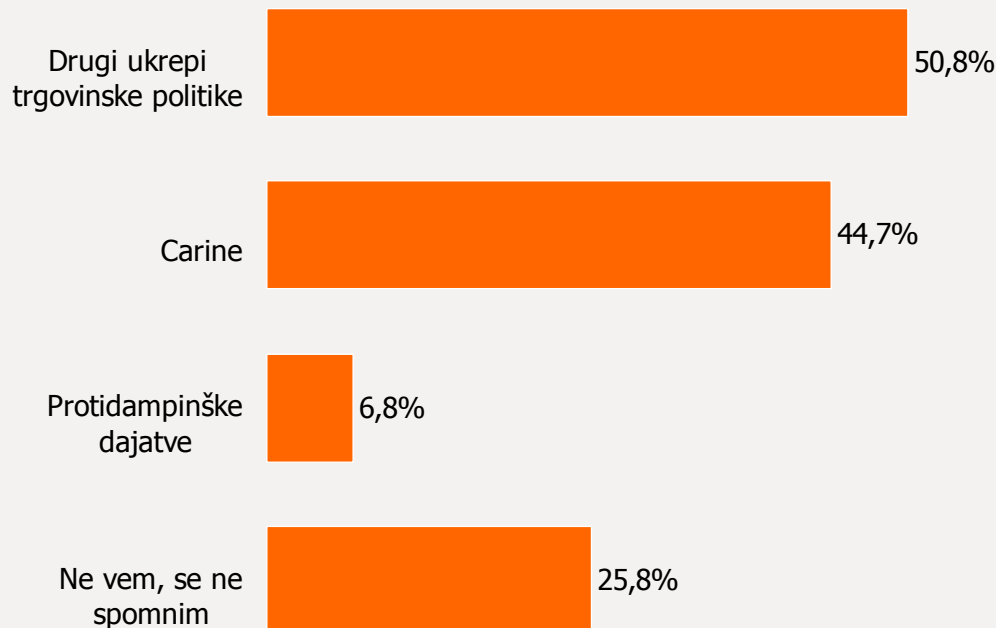
osnova: anketiranci, ki so v zadnjih 2 letih potrebovali informacije s področja mednarodnega poslovanja (n=132)

16

*Vprašanje 9: Ste informacije s področja mednarodnega poslovanja v preteklih 2 letih kdaj potrebovali?*



*Vprašanje 10: S katerega področja pa ste omenjene podatke potrebovali?*



Izmed vseh anketirancev, ki so v preteklih 2 letih obiskali portal Izvozno okno, jih je 63,5% potrebovalo informacije s področja mednarodnega poslovanja.

V kolikor so anketiranci v preteklih 2 letih na portalu Izvozno okno iskali informacije s področja mednarodnega poslovanja, jih je polovica od vseh (50,8%) potrebovala podatke o **drugih ukrepih trgovinske politike**. Skoraj polovica (44,7%) je potrebovala podatke s področja **carine**, 7% pa jih je podatke potrebovalo s področja protidampinške dajatve.

Četrtnina anketiranih pa ne ve, oziroma se ne spomni s katerega področja so bili ti podatki.



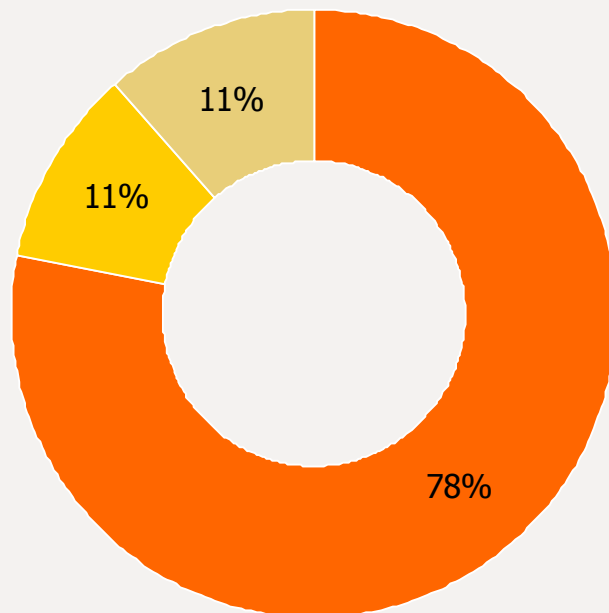


# Splošno zadovoljstvo

osnova: anketiranci, ki so v zadnjih 2 letih potrebovali informacije s področja mednarodnega poslovanja (n=132)

17

*Vprašanje 11: Ste zadovoljni s podatki ki so na voljo?*



78% anketirancev **je zadovoljnih** s podatki, ki so na voljo s področja mednarodnega poslovanja.

- da
- ne
- nevem, se ne spomnim

## 2.5.2 Podatki o državah

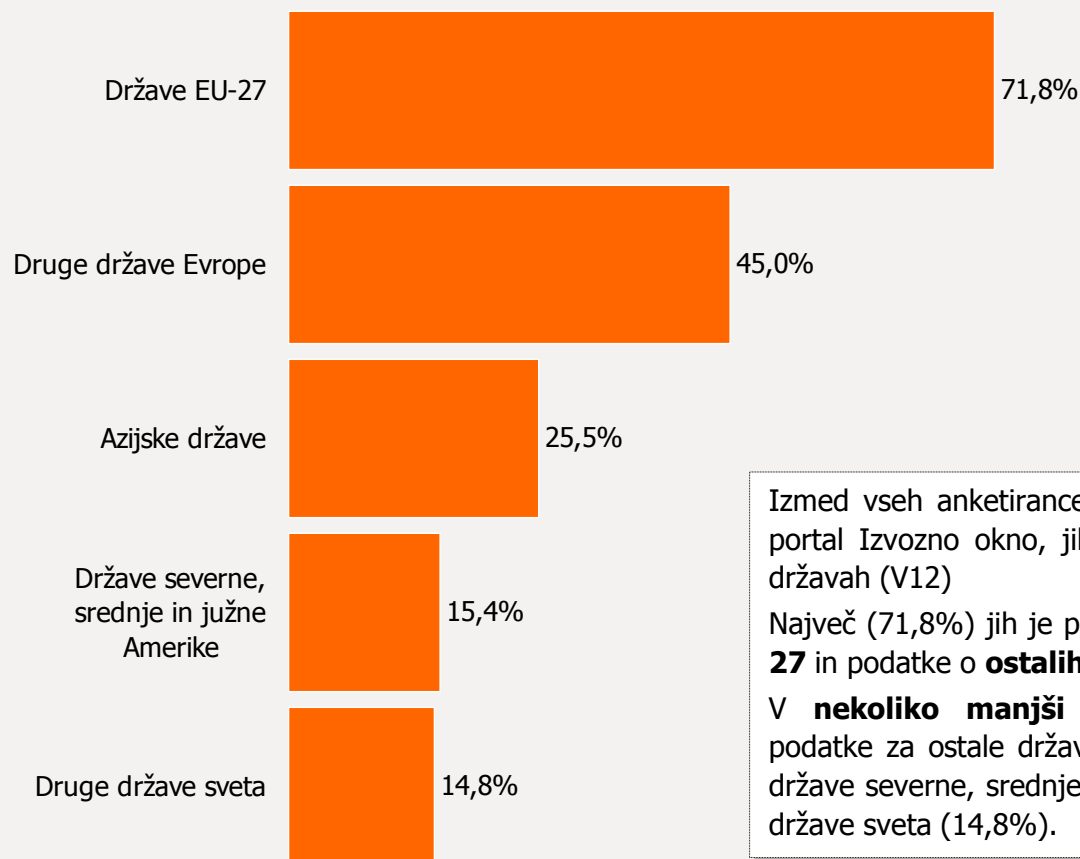


## Podatki o državah (1/2)

osnova: anketiranci, ki so v zadnjih 2 letih uporabili podatke o državah (n=149)

19

*Vprašanje 13: Za katere države pa ste omenjene podatke potrebovali?*



Izmed vseh anketirancev, ki so v preteklih 2 letih obiskali portal Izvozno okno, jih je 71,6% potrebovalo podatke o državah (V12)

Največ (71,8%) jih je potrebovalo podatke **o državah EU-27** in podatke o **ostalih državah Evrope**.

V **nekoliko manjši meri** so anketiranci potrebovali podatke za ostale države, in sicer Azijske države (25,5%), države severne, srednje in južne Amerike (15,4%) in ostale države sveta (14,8%).

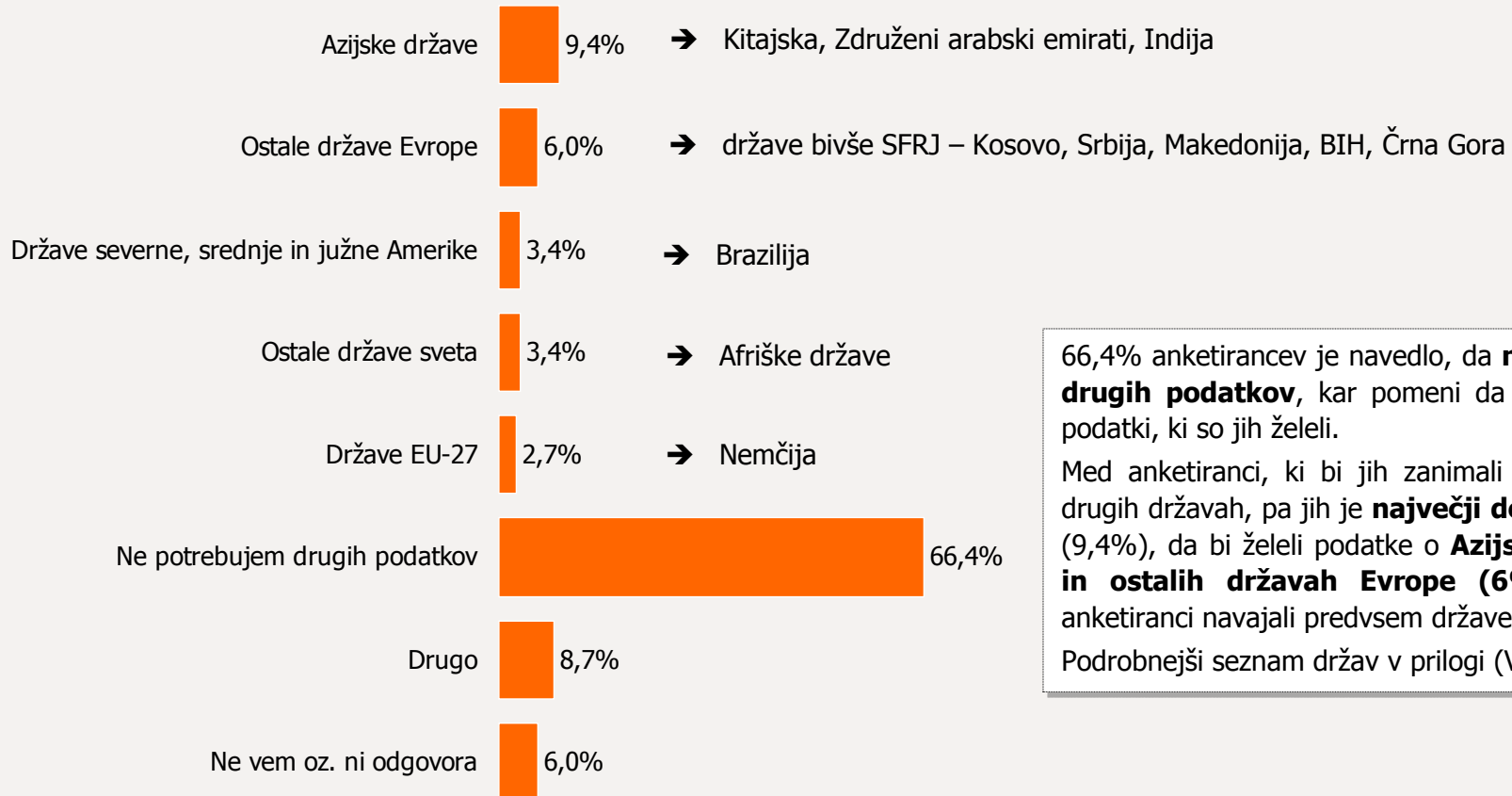


## Podatki o državah (2/2)

osnova: anketiranci, ki so v zadnjih 2 letih uporabili podatke o državah (n=149)

20

*Vprašanje 14: Ste morda iskali podatke o poslovnem okolju držav, pa jih niste našli? PROSIMO, NAVEDITE PODATKE O KATERIH DRŽAVAH BI ŠE POSTREBOVALI NA IZVOZNEM OKNU!*



66,4% anketirancev je navedlo, da **ne potrebuje drugih podatkov**, kar pomeni da so dobili vse podatke, ki so jih želeli.

Med anketiranci, ki bi jih zanimali še podatki o drugih državah, pa jih je **največji delež navedel (9,4%)**, da bi želeli podatke o **Azijskih državah in ostalih državah Evrope (6%)**, kjer so anketiranci navajali predvsem države bivše SFRJ.

Podrobnejši seznam držav v prilogi (V.8).

### 2.5.3 Informacije o poslovnih priložnostih

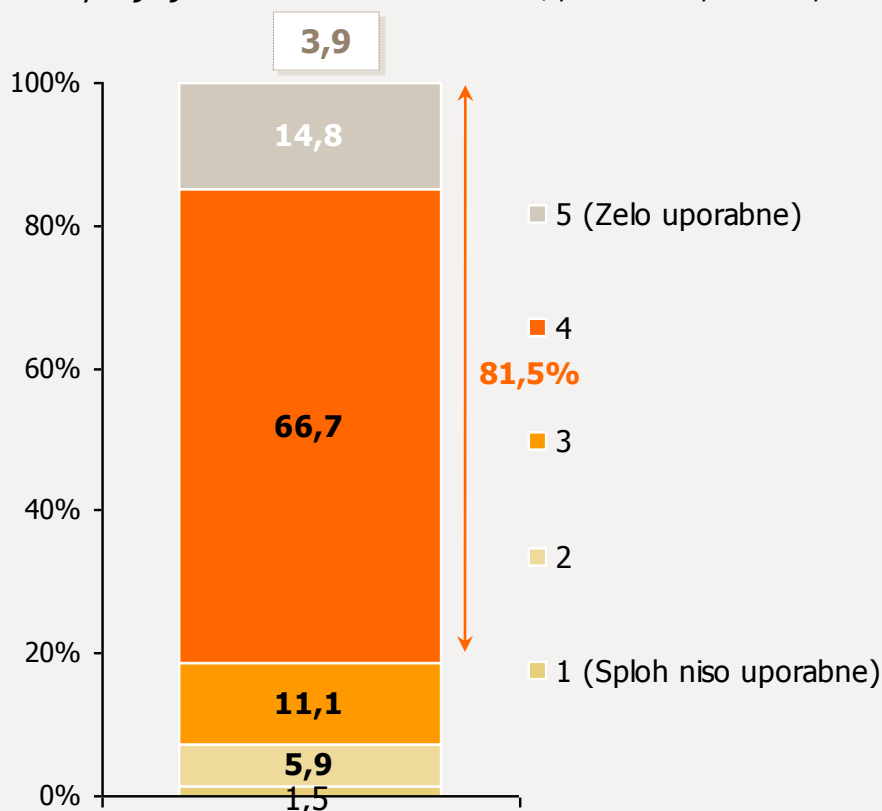
## Uporabnost informacij (1/2)



osnova: anketiranci, ki so v zadnjih 2 letih uporabili informacije o poslovnih priložnostih (n=139)

22

**Vprašanje 16:** Če sedaj pomislite na splošno, v kolikšni meri se vam zdijo informacije o poslovnih priložnostih uporabne za vaše podjetje? Ocene na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni 'sploh niso uporabne', 5 'zelo uporabne'.



**Vprašanje 17: Razlogi za nezadovoljstvo** (nekaj navedb anketirancev je navedenih v narekovajih, preostale pa so podrobneje predstavljene v prilogi)

"Ker ponujamo izdelke, s katerimi se ne moremo neposredno prijaviti na razpise, saj delamo B2B in se prijavljamo z opremo na razpise prek moneterskih firm na določenih tržiščih".

"Zaradi tega ker smo pošiljali ponudbe in dajali odgovore raznim podjetjem, pa od tega ni bilo nič!".

"Premalo natančno: smo majhno podjetje z ozko specializiranim proizvodom".

"Neažurni podatki, povpraševanja kjer iščejo praktično samo kitajske cene in jih slovenska podjetja ne morejo ponuditi. Nemogoče dostopati do podatkov iz povpraševanj za Nemčijo, v kolikor nisi proizvodno podjetje (nesmisel)".

Izmed vseh anketirancev, ki so v preteklih 2 letih obiskali portal Izvozno okno, jih je 66,8% uporabilo informacije o poslovnih priložnostih (V15).

Več kot ¾ anketirancev je mnenja, da so **informacije o poslovnih priložnostih uporabne**, za 14,8% celo zelo uporabne. 7,4 % anketiranih meni, da so informacije manj uporabne (ocena 1 in 2).

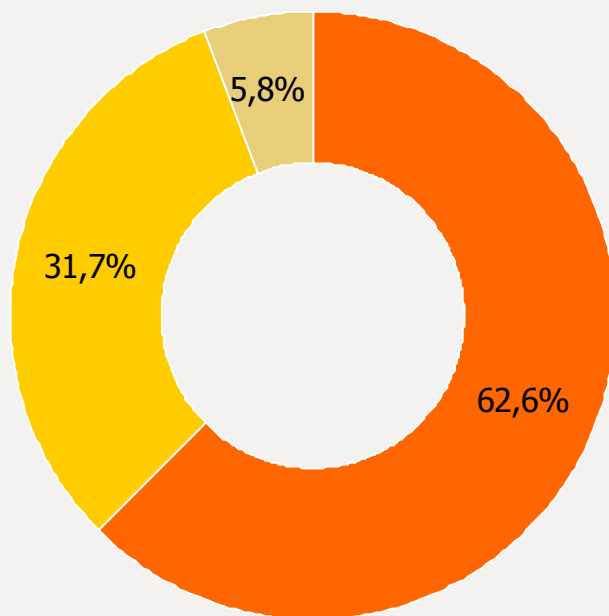


## Rezultat posredovanih informacij (2/2)

osnova: anketiranci, ki so v zadnjih 2 letih uporabili informacije o poslovnih priložnostih (n=139)

23

*Vprašanje 20: Ali ste se na katero od poslovnih priložnosti, ki je bila objavljena na portalu Izvozno okno, odzvali?*



*Vprašanje 21: Navedli ste, da ste se odzvali na poslovno priložnost, ki je bila objavljena na portalu Izvozno okno. Do kakšne oblike sodelovanja pa je zaradi tega prišlo?*

Možnih več odgovorov.

- ➔ navezali smo samo kontakt (79,3%)
- ➔ pričeli smo poslovno sodelovati (19,5%)
- ➔ izvedli smo posel (3,4%)
- ➔ ne želim povedati (3,4%)

Odgovori pod drugo so predstavljeni v prilogi.

- da
- ne
- nevem

**62,6%** anketirancev se **je odzvalo** na **poslovno priložnost**, ki je bila objavljena na portalu Izvozno okno, **preostali se niso oz. ne razpolagajo z informacijo o tem**. Anketirance, ki so navedli da so se odzvali na poslovno priložnost smo nato še vprašali do kakšne oblike sodelovanja je prišlo. Največji anketirancev, 79,3% je **navezalo samo kontakt s tujim podjetjem**.

## 2.5.4 Svetovanje





# Namen uporabe svetovanja

25

osnova: anketiranci, ki so v zadnjih 2 letih uporabili storitev svetovanja (n=53)

Vprašanje 23: V kakšen namen ste potrebovali svetovanje?

Možnih več odgovorov.

## Iskanje poslovnih partnerjev... (21%)

"iskanje informacij glede možnih stikov s morebitnimi tujimi partnerji".

"Informacije in seznam distributerjev na našem ciljnem trgu".

"Iskal sem naslove za poslovno sodelovanje iz Nemčije, Rusije, Srbije, Ukrajine in BiH".

## Pomoč pri vstopu na tuji trg (14%)

"Pri svetovanju za prodor na tuje trge".

"Kako vstopiti na določen trg, operativno".

## Svetovanje



## Podatki o uvoznih postopkih (3%)

"Podatki o dajatvah v dani deželi in uvoznih postopkih".

"Uvoz iz Azije".

## Svetovanje, pomoč, nasveti (3%)

"Pomoč in nasveti".

"Podrobnejše informacije".

Izmed vseh anketirancev, ki so v preteklih 2 letih obiskali portal Izvozno okno, jih je 25,5% uporabilo storitev svetovanja (V.22).

Anketiranci so navajali **različne namene** zaradi katerih so **uporabili svetovanje** na Izvoznem oknu, največ anketirancev pa je iskalo **poslovne partnerje**. Sledijo anketiranci, ki so iskali pomoč pri vstopu na tuj trg, podatke o uvoznih postopkih ter svetovanje/pomoč/nasvete. Nekaj **navedb anketirancev** je navedenih v narekovajih, preostale pa so podrobneje predstavljene v prilogi.

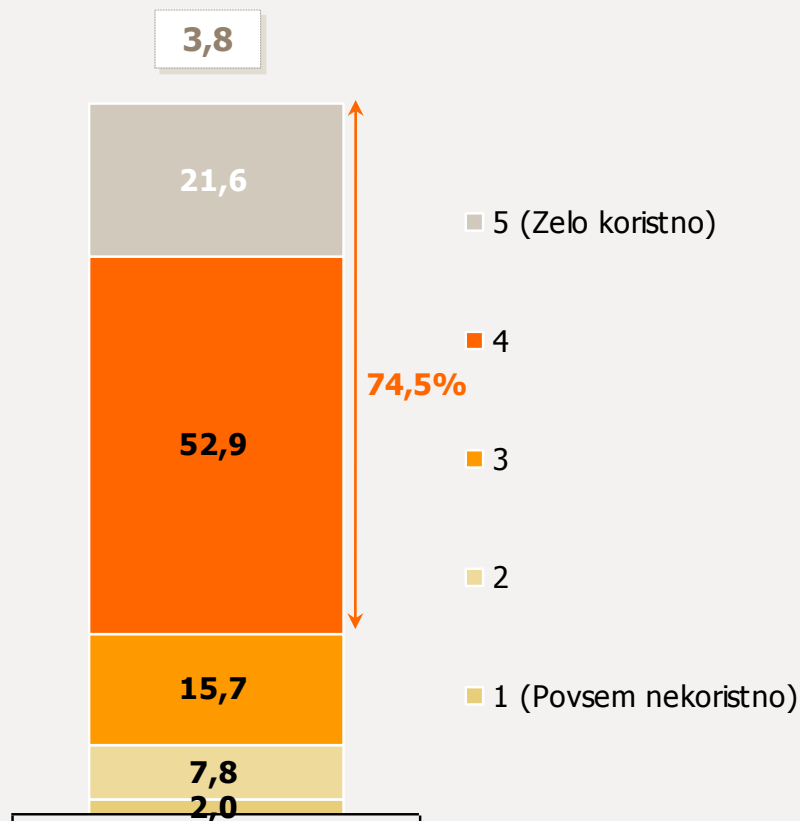
# Koristnost svetovanja



osnova: anketiranci, ki so v zadnjih 2 letih uporabili storitev svetovanja (n=53)

*Vprašanje 24: V kolikšni meri so vam svetovanja koristila pri nadaljnjih aktivnostih?*

Ocene na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni 'povsem nekoristno', 5 'zelo koristno'.



74,5% anketirancev je ocenilo svetovanje, ki so ga prejeli **kot koristno**, če ne celo **zelo koristno**.



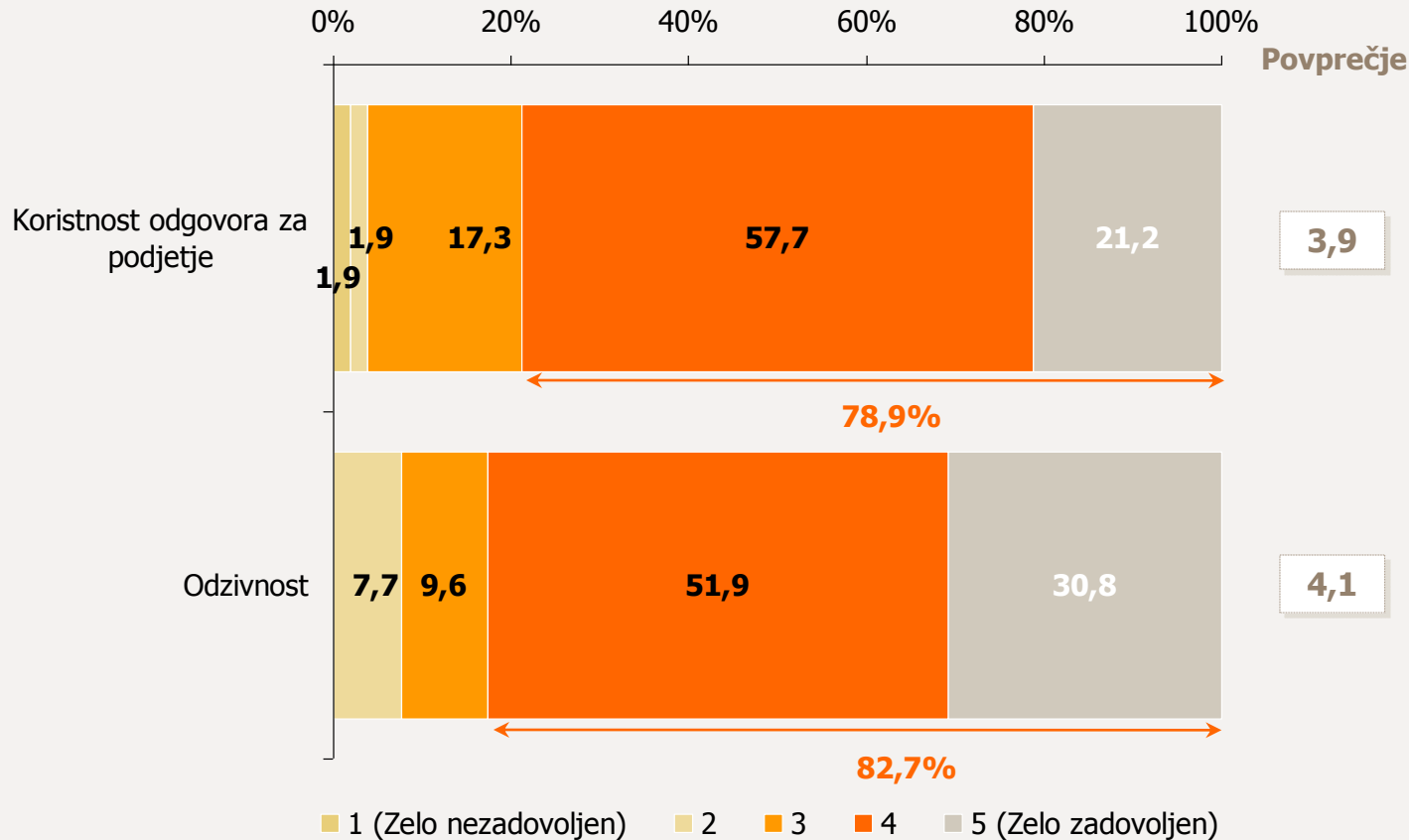
# Zadovoljstvo z nekaterimi elementi svetovanja

27

osnova: anketiranci, ki so v zadnjih 2 letih uporabili storitev svetovanja (n=53)

Vprašanje 25: Kako pa ste na portalu Izvozno okno zadovoljni z naslednjimi elementi svetovanja...?

Ocene na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni 'zelo nezadovoljen', 5 'zelo zadovoljen'.



Več kot 3/4 anketirancev je v **splošnem zadovoljnih** s koristnostjo odgovora za podjetje, ki so ga prejeli preko portala Izvozno okno, od tega jih je 21% zelo zadovoljnih. Prav tako je velika večina anketirancev zadovoljnih z **odzivnostjo** svetovalcev na portalu Izvozno okno.

## **3 Predstavništva slovenskega gospodarstva v tujini (PSG)**

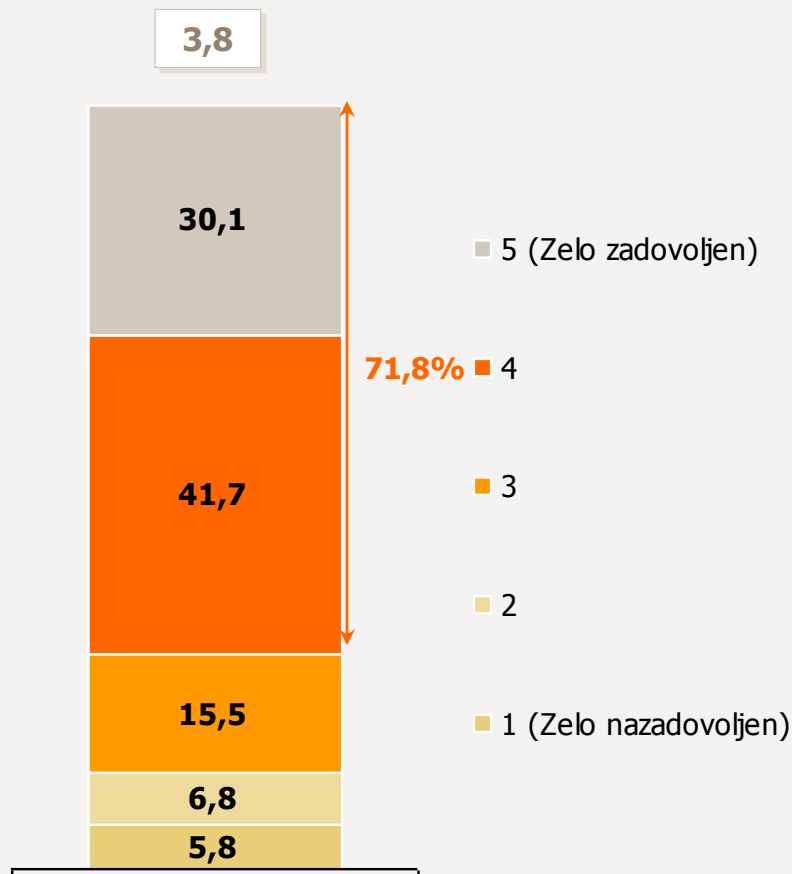


# Splošno zadovoljstvo

osnova: vsi anketiranci, ki so v preteklih 2 letih uporabili pomoč PSG (n=103)

29

Vprašanje 29: Kako ste bili v splošnem zadovoljni z delom predstavništev?



71,8% anketirancev je v **splošnem zadovoljnih** z informacijami o poslovnih priložnostih, 30,1% od teh celo **zelo zadovoljnih**.  
V preteklem letu je **uporabilo pomoč predstavništev** 41% anketiranih (V.28).

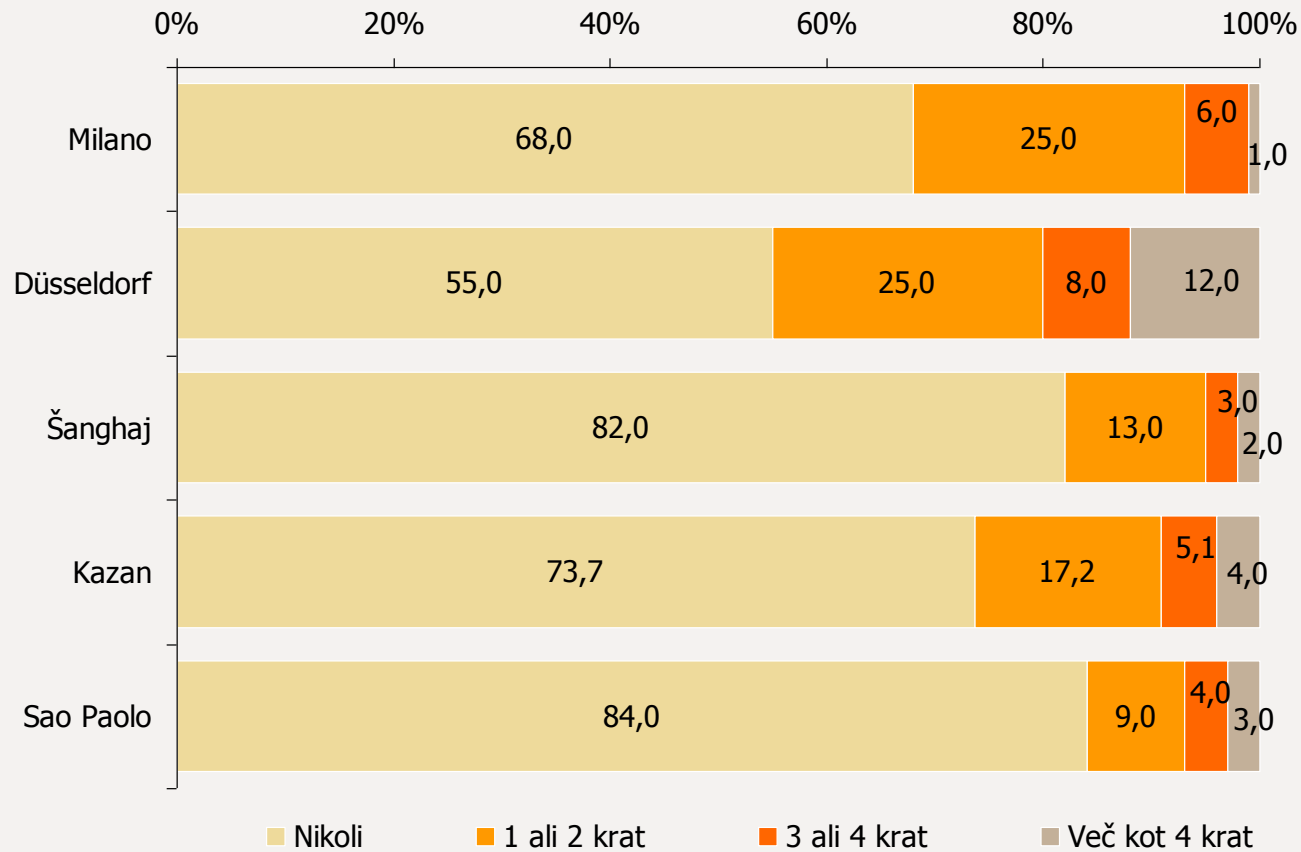


# Uporaba storitev predstavništva

osnova: vsi anketiranci, ki so v preteklih 2 letih uporabili pomoč PSG (n=103)

30

*Vprašanje 30: Kako pogosto ste uporabili pomoč predstavništva slovenskega gospodarstva Javne agencije RS za podjetništvo in tuje investicije v ...*



Večina anketirancev, ki je sodelovala v raziskavi, ni nikoli uporabila oz. potrebovala pomoči predstavništva. Med vsemi PSG-ji pa je največ anketirancev uporabilo pomoč predstavništva slovenskega gospodarstva Javne agencije RS za podjetništvo in tuje investicije **v Düsseldorfu**.

### **3.3 Ocena storitev posameznega PSG**

3.1.1 Koristnost pomoči

3.1.2 Splošno zadovoljstvo

3.1.3 Zadovoljstvo z nekaterimi aspekti dela predstavništev

3.1.4 Uporaba in zadovoljstvo s storitvami predstavništev

3.1.5 Rezultat posredovanih informacij



# Ocena storitev posameznega PSG (1/5)

osnova: vsi anketiranci, ki so v preteklih 2 letih uporabili pomoč PSG Milan (n=32)

## PSG Milano

### *Koristnost pomoči*

Večini anketirancev (77,4%) je bila pomoč PSG Milano **koristna**, 22,6% od teh celo **zelo koristna**.

### *Splošno zadovoljstvo*

Največ anketirancev (76,7%) je bilo s pomočjo **zadovoljnih** oz. **zelo zadovoljnih** (3,9).

### *Zadovoljstvo z nekaterimi aspekti...*

Anketiranci so najbolj zadovoljni **s posredovanimi odgovori** (3,9), sledi **odzivni čas** (3,8) in **ustreznost storitev** (3,6).

### *Uporaba storitev*

Med različnimi storitvami PSG Milano je največ anketirancev (87,5%) uporabilo storitev „**Iskanje primernih poslovnih partnerjev za posamezno podjetje (kupcev, dobaviteljev ali podizvajalcev)**“ vse ostale storitve je uporabljalo manj anketirancev.

### *Zadovoljstvo s storitvami*

V največji meri so anketiranci zadovoljni z naslednjimi 3 storitvami:

- (1) Svetovanje podjetjem pri opredelitvi ustreznega načina vstopa na trg ter priprava plana aktivnosti... (3,4)
- (2) Priprava sektorskih poročil in poročil o izdelkih (3,3)
- (3) Organizacija, pomoč in sodelovanje pri obiskih potencialnih poslovnih partnerjev (3,3)

Najmanj pa so zadovoljni z:

- (1) Koordinacija pri izdelavi poglobljenih tržnih raziskav (2,9)
- (2) Spremljanje aktivnosti specifičnega slovenskega podjetja ter koordinacija dela s poslovnim partnerjem (agentom, distributerjem, ipd.) (3,0).

### *Rezultati posredovanih informacij*

Največ anketirancev je **vzpostavilo kontakt s podjetjem v tujini** (62,5%).





# Ocena storitev posameznega PSG (2/5)

osnova: vsi anketiranci, ki so v preteklih 2 letih uporabili pomoč PSG Düsseldorf (n=45)

## PSG Düsseldorf

### *Koristnost pomoči*

Večini anketirancev (75,6%) je bila pomoč PSG Düsseldorf **koristna**, 24,4% od teh celo **zelo koristna**.

### *Splošno zadovoljstvo*

Največ anketirancev (74,4%) je bilo s pomočjo **zadovoljnih** oz. **zelo zadovoljnih** (3,9).

### *Zadovoljstvo z nekaterimi aspekti...*

Anketiranci so najbolj zadovoljni z **odzivnim časom** (4,0), sledi **posredovanje odgovorov** (3,9) in **ustreznost storitev** (3,9).

### *Uporaba storitev*

Med različnimi storitvami PSG Düsseldorf je največ anketirancev (88,9%) uporabilo storitev "Iskanje primernih poslovnih partnerjev za posamezno podjetje (kupcev, dobaviteljev ali podizvajalcev)", vse ostale storitve je uporabljalo manj anketirancev

### *Zadovoljstvo s storitvami*

V največji meri so anketiranci zadovoljni z naslednjimi 3 storitvami:

- (1) Iskanje primernih poslovnih partnerjev za posamezno podjetje (kupcev, dobaviteljev ali podizvajalcev) (3,7)
- (2) Pomoč pri ustanavljanju podjetij ali podružnic (3,4)
- (3) Spremljanje aktivnosti specifičnega slovenskega podjetja ter koordinacija dela s poslovnim partnerjem (agentom, distributerjem, ipd.) (3,4)

Najmanj pa so zadovoljni z:

- (1) Pridobivanje razpoložljivih informacij o bonitetah in finančnem poslovanju podjetij (3,2)

### *Rezultati posredovanih informacij*

Največ anketirancev je **vzpostavilo kontakt s podjetjem v tujini** (60%).



## Ocena storitev posameznega PSG (3/5)

osnova: vsi anketiranci, ki so v preteklih 2 letih uporabili pomoč PSG Šanghaj (n=18)

### PSG Šanghaj

#### *Koristnost pomoči*

Večini anketirancev (57,1%) je bila pomoč PSG Šanghaj **koristna**, 35,7% od teh celo **zelo koristna**.

#### *Splošno zadovoljstvo*

Največ anketirancev (78,6%) je bilo s pomočjo **zadovoljnih oz. zelo zadovoljnih** (3,9).

#### *Zadovoljstvo z nekaterimi aspekti...*

Anketiranci so najbolj zadovoljni s **posredovanimi odgovori** (4,2), sledita **odzivni čas** (4,1) in **ustreznost storitve** (4,0).

#### *Uporaba storitev*

Med različnimi storitvami PSG Šanghaj je 66,7% anketirancev uporabilo storitev "**Iskanje primernih poslovnih partnerjev za posamezno podjetje** (kupcev, dobaviteljev ali podizvajalcev)" in "**Pridobivanje razpoložljivih informacij o bonitetah in finančnem poslovanju podjetij**", vse ostale storitve je uporabljalo manj anketirancev.

#### *Zadovoljstvo s storitvami*

V največji meri so anketiranci zadovoljni z naslednjima 2 storitvama:

- (1) Iskanje primernih poslovnih partnerjev za posamezno podjetje (kupcev, dobaviteljev ali podizvajalcev) (3,3)
- (2) Pridobivanje razpoložljivih informacij o bonitetah in finančnem poslovanju podjetij (3,3)

Najmanj pa so zadovoljni z:

- (1) Koordinacija pri izdelavi poglobljenih tržnih raziskav (3,0)

#### *Rezultati posredovanih informacij*

Največ anketirancev je **vzpostavilo kontakt s podjetjem v tujini** (66,7%).



# Ocena storitev posameznega PSG (4/5)

osnova: vsi anketiranci, ki so v preteklih 2 letih uporabili pomoč PSG Kazan (n=26)

## PSG Kazan

### *Koristnost pomoči*

Večini anketirancev (64%) je bila pomoč PSG Kazan **koristna**, 32% celo zelo koristna.

### *Splošno zadovoljstvo*

Največ anketirancev (87,5%) je bilo s pomočjo predstavništva **zadovoljnih** oz. **zelo zadovoljnih** (4,3).

### *Zadovoljstvo z nekaterimi aspekti...*

Anketiranci najbolj zadovoljni z **odzivnim časom** (4,3), sledijo **posredovani odgovori** (4,2) in **ustreznost storitev** (4,0).

### *Uporaba storitev*

Med različnimi storitvami PSG Kazan je največ anketirancev (92,3%) uporabilo storitev "Iskanje primernih poslovnih partnerjev za posamezno podjetje (kupcev, dobaviteljev ali podizvajalcev)", vse ostale storitve je uporabljalo manj anketirancev.

### *Zadovoljstvo s storitvami*

V največji meri so anketiranci zadovoljni z naslednjimi 3 storitvami:

- (1) Organizacija, pomoč in sodelovanje pri obiskih potencialnih poslovnih partnerjev (4,0)
- (2) Spremljanje aktivnosti specifičnega slovenskega podjetja ter koordinacija dela s poslovnim partnerjem (agentom, distributerjem, ipd.) (3,9)
- (3) Svetovanje podjetjem pri opredelitvi ustreznega načina vstopa na trg ter priprava plana aktivnosti... (3,8)

Najmanj pa so zadovoljni z:

- (1) pridobivanje razpoložljivih informacij o bonitetah in finančnem poslovanju podjetij (3,3)

### *Rezultati posredovanih informacij*

Največ anketirancev je **vzpostavilo kontakt s podjetjem v tujini** (64%).



# Ocena storitev posameznega PSG (5/5)

osnova: vsi anketiranci, ki so v preteklih 2 letih uporabili pomoč PSG Sao Paolo (n=16)

## PSG Sao Paolo

### *Koristnost pomoči*

Največ anketirancem (80%) je bila pomoč PSG Sao Paolo **koristna**, 33,3% celo **zelo koristna**.

### *Splošno zadovoljstvo*

Največ anketirancev (86,7%) je bilo s pomočjo predstavnštva **zadovoljnih oz. zelo zadovoljnih** (4,1).

### *Zadovoljstvo z nekaterimi aspekti...*

Anketiranci najbolj zadovoljni s **posredovani odgovori** (4,4), sledijo **odzivni čas** (4,3) in **ustreznost storitev** (4,1). V povprečju najvišje ocene zadovoljstva med vsemi PSG-ji.

### *Uporaba storitev*

Med različnimi storitvami PSG Sao Paolo je največ anketirancev (81,3%) uporabilo storitev "Iskanje primernih poslovnih partnerjev za posamezno podjetje (kupcev, dobaviteljev ali podizvajalcev)", vse ostale storitve je uporabljalo manj anketirancev.

### *Zadovoljstvo s storitvami*

V največji meri so anketiranci zadovoljni z naslednjimi 3 storitvami:

- (1) Priprava sektorskih poročil in poročil o izdelkih (3,9)
- (2) Organizacija, pomoč in sodelovanje pri obiskih potencialnih poslovnih partnerjev (3,9)
- (3) Pridobivanje razpoložljivih informacij o bonitetah in finančnem poslovanju podjetij (3,9)

Najmanj pa so zadovoljni z:

- (1) Spremljanje aktivnosti specifičnega slovenskega podjetja ter koordinacija dela s poslovnim partnerjem (agentom, distributerjem, ipd.) (3,4)

### *Rezultati posredovanih informacij*

Največ anketirancev je **vzpostavilo kontakt s podjetjem v tujini** (62,5%).

## 4 Sejemске aktivnosti

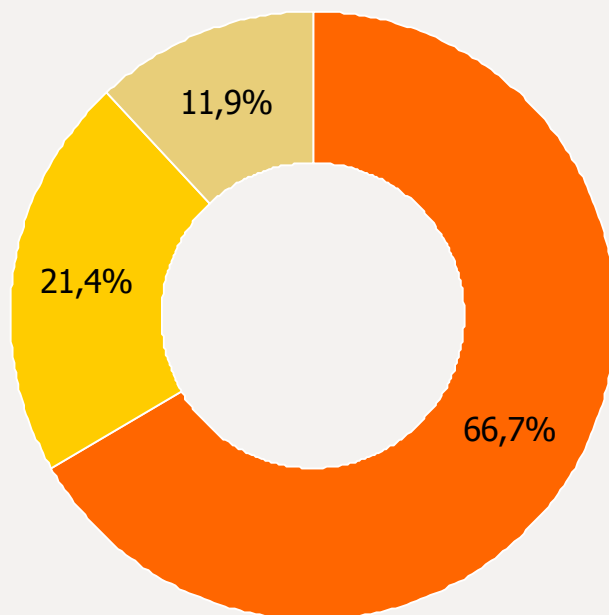


# Novi poslovni kontakti

osnova: vsi anketiranci, ki so se v letu 2010 udeležili katerega izmed skupinskih sejmskih nastopov v tujini (n=42)

38

*Vprašanje 37: Ali je udeležba na sejmu pripomogla k pridobitvi novih poslovnih kontaktov?*



- da
- ne
- Ne vem/ne želim povedati

**Večina anketirancev** (66,7%), meni, da jim je udeležba na skupinskem sejmskem nastopu v tujini pripomogla k pridobitvi novih poslovnih kontaktov.

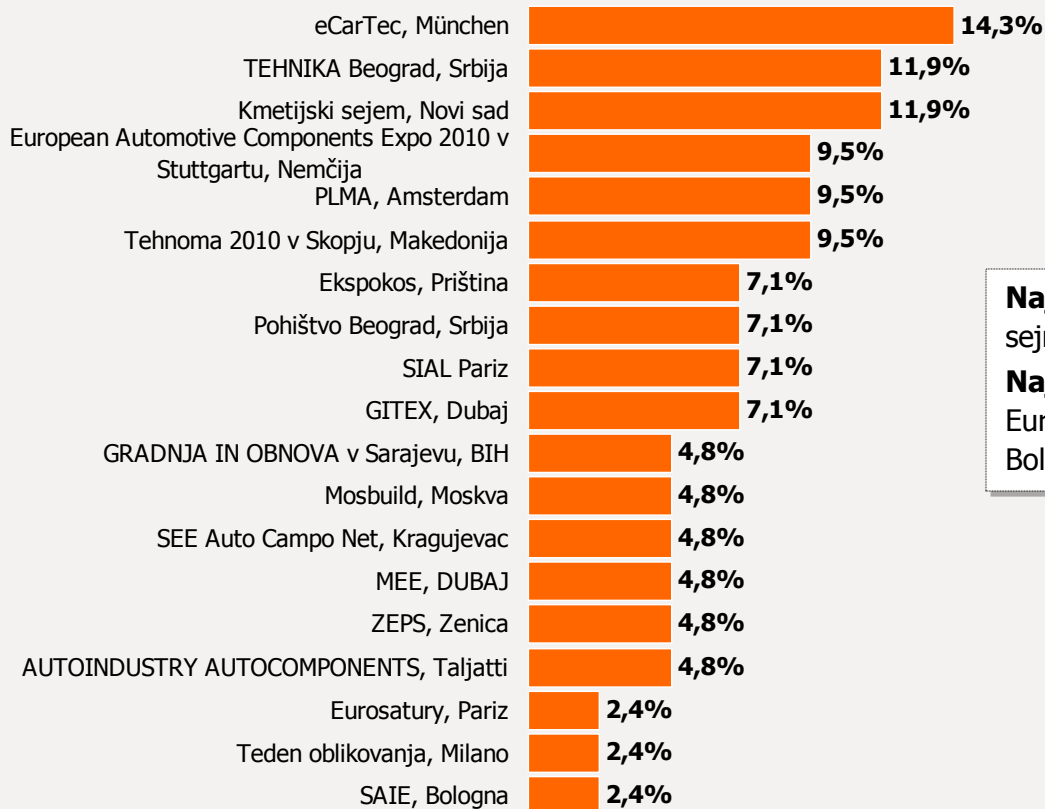


# Udeležba na sejmi

osnova: vsi anketiranci, ki so se v letu 2010 udeležili katerega izmed skupinkih sejmskih nastopov v tujini (n=42)

39

*Vprašanje 38: Katerega skupinskega sejmskega nastopa v tujini ste se udeležili?*



**Največji delež anketirancev** (14,3%), se je udeležil sejma eCarTec, München v Nemčiji.

**Najmanjši delež anketirancev** (2,4%) je obiskal sejme Eurosatury v Parizu, Teden oblikovanja v Milanu in SAIE v Bologni.

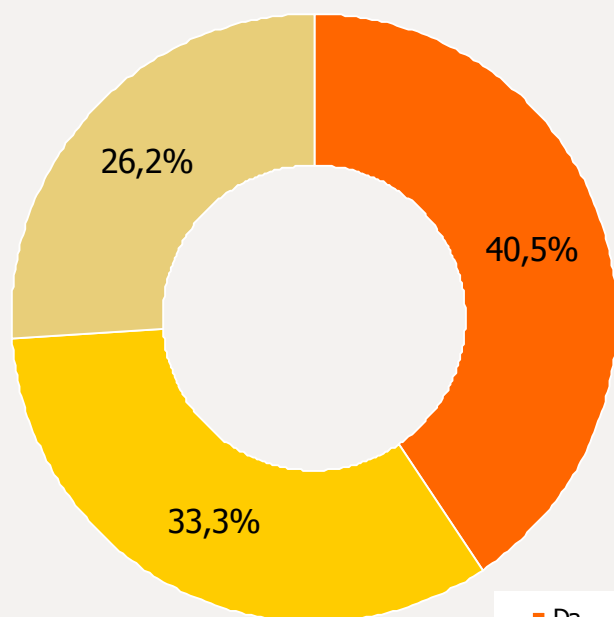


## Konkretni novi posli

osnova: vsi anketiranci, ki so se v letu 2010 udeležili katerega izmed skupinkih sejmskih nastopov v tujini (n=42)

40

*Vprašanje 39: Ali je udeležba na sejmu že pripeljala do sklenitve kakšnega konkretnega novega posla?*



■ Da

■ Ne

■ Trenutno še ne, ampak pričakujemo, da bo v prihodnosti prišlo do sklenitve posla

**Skoraj polovica anketirancev** (40,5%) je zaradi udeležbe na sejmu že sklenila kakšen konkreten nov posel, **dobra četrtnina** (26,2%) pa sklenitev posla pričakuje v prihodnosti.



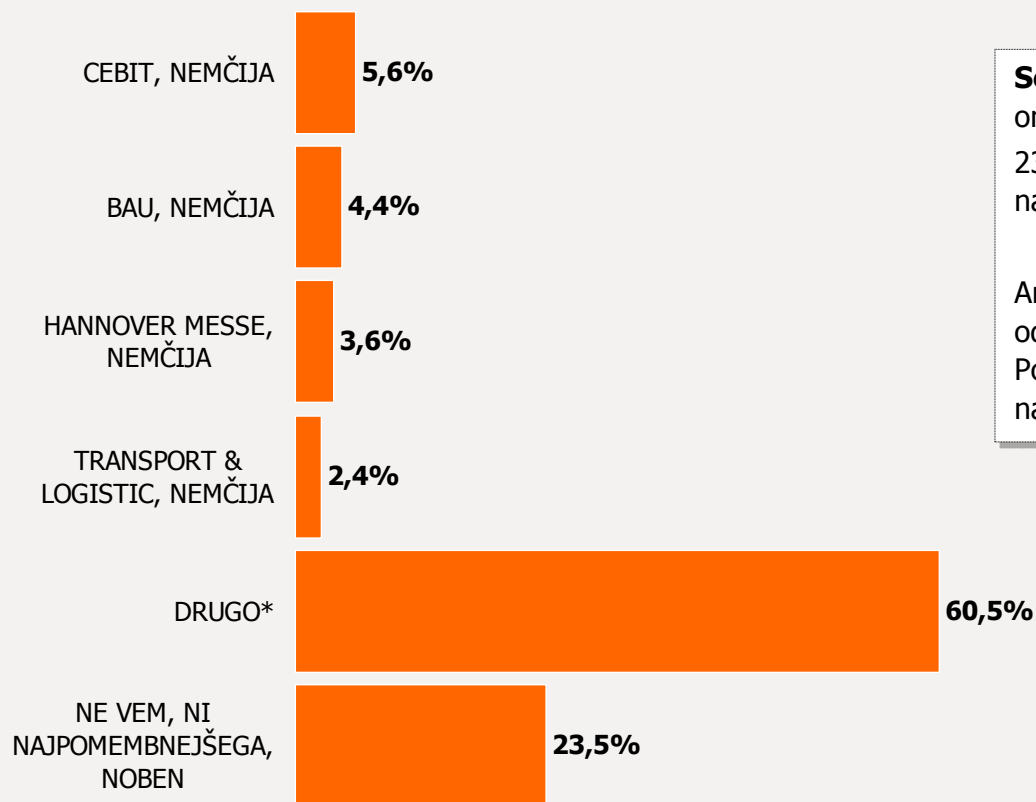


# Seznam najpomembnejših sejmov

osnova: vsi anketiranci (n=251)

41

Vprašanje 40: Kateri pa so najpomembnejši sejmi v tujini za vaše podjetje?



**Sejem** v tujini **Cebit** v Nemčiji je kot najpomembnejši omenilo (5,6%) **anketirancev**.

23,5% anketirancev ne ve kateri je, ali pa nima najpomembnejšega sejma v tujini za njihovo podjetje.

Anketiranci v tujini obiskujejo **različne vrste sejmov**, odvisno od osnovne dejavnosti posameznega podjetja. Podrobneje so **sejmi, ki jih obiskujejo** s številom navedb posameznega sejma, predstavljeni v prilogi.

## 5 Gospodarske delegacije



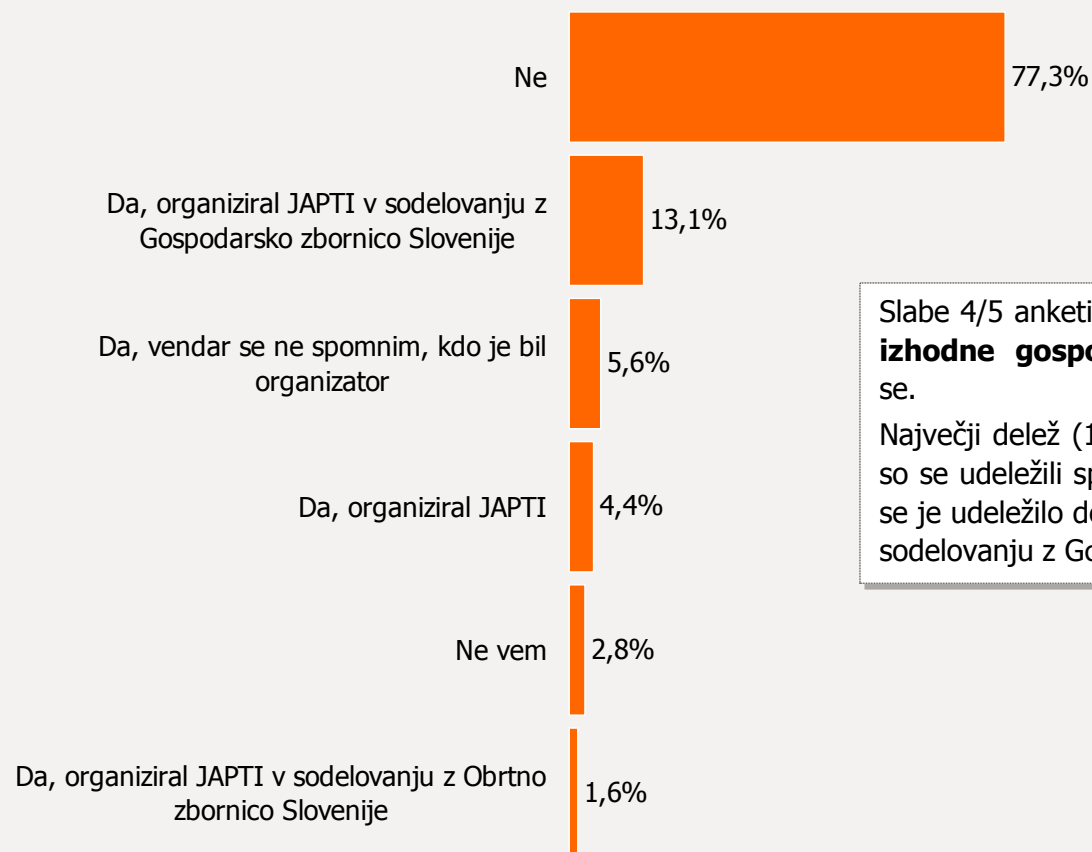
# Udeležba na izhodnih delegacijah

osnova: vsi anketiranci (n=251)

43

*Vprašanje 43: Ali ste se v preteklem letu udeležili katere izmed gospodarskih delegacij v tujino?*

Možnih več odgovorov!



Slabe 4/5 anketirancev se v letu 2010 **ni udeležilo izhodne gospodarske delegacije**, preostali so se.

Največji delež (13,1%) anketirancev izmed tistih, ki so se udeležili spremljajoče gospodarske delegacije, se je udeležilo delegacije, ki jo je organiziral JAPTI v sodelovanju z Gospodarsko zbornico Slovenije.



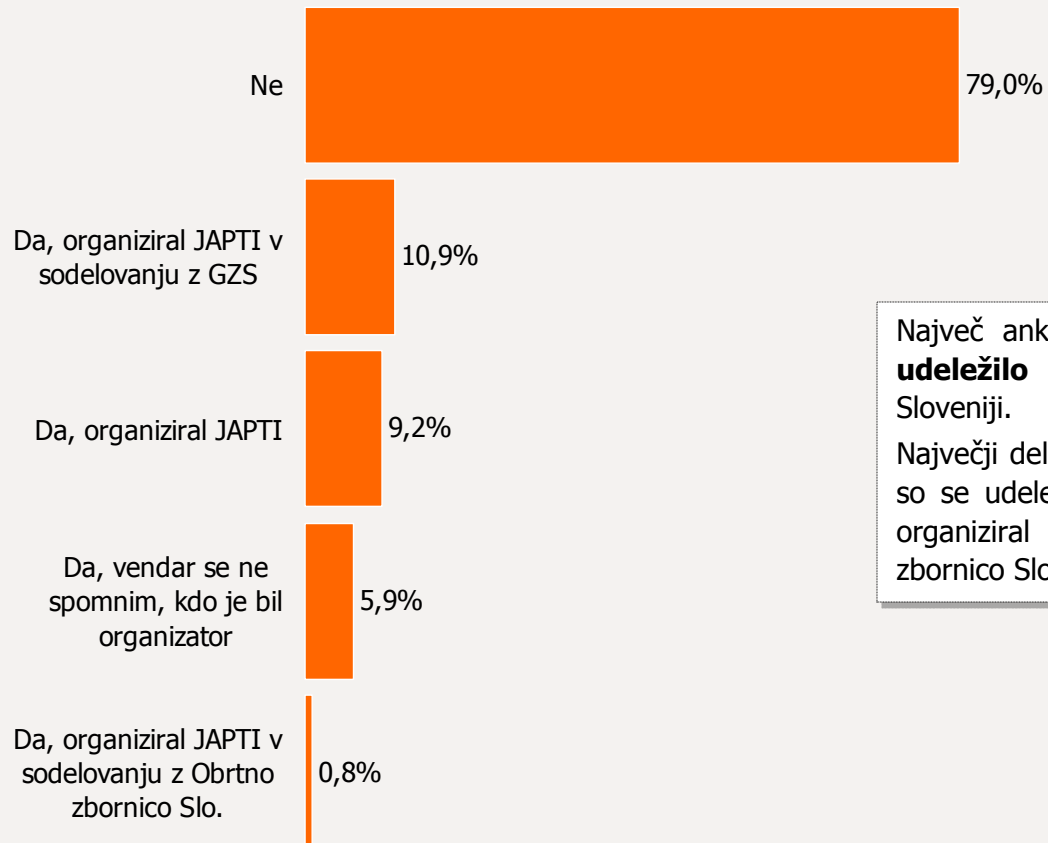
# Udeležba na vhodnih delegacijah

osnova: vsi anketiranci (n=251)

44

*Vprašanje 43: Ali ste se v preteklem letu udeležili katerega izmed obiskov tuje gospodarske delegacije v Sloveniji?*

Možnih več odgovorov!



Največ anketirancev (66,9%) se v letu 2010 **ni udeležilo** obiska tuje gospodarske delegacije v Sloveniji.

Največji delež (19,9%) anketirancev izmed tistih, ki so se udeležili, se je udeležilo delegacije, ki jo je organiziral JAPTI v sodelovanju z Gospodarsko zbornico Slovenije.

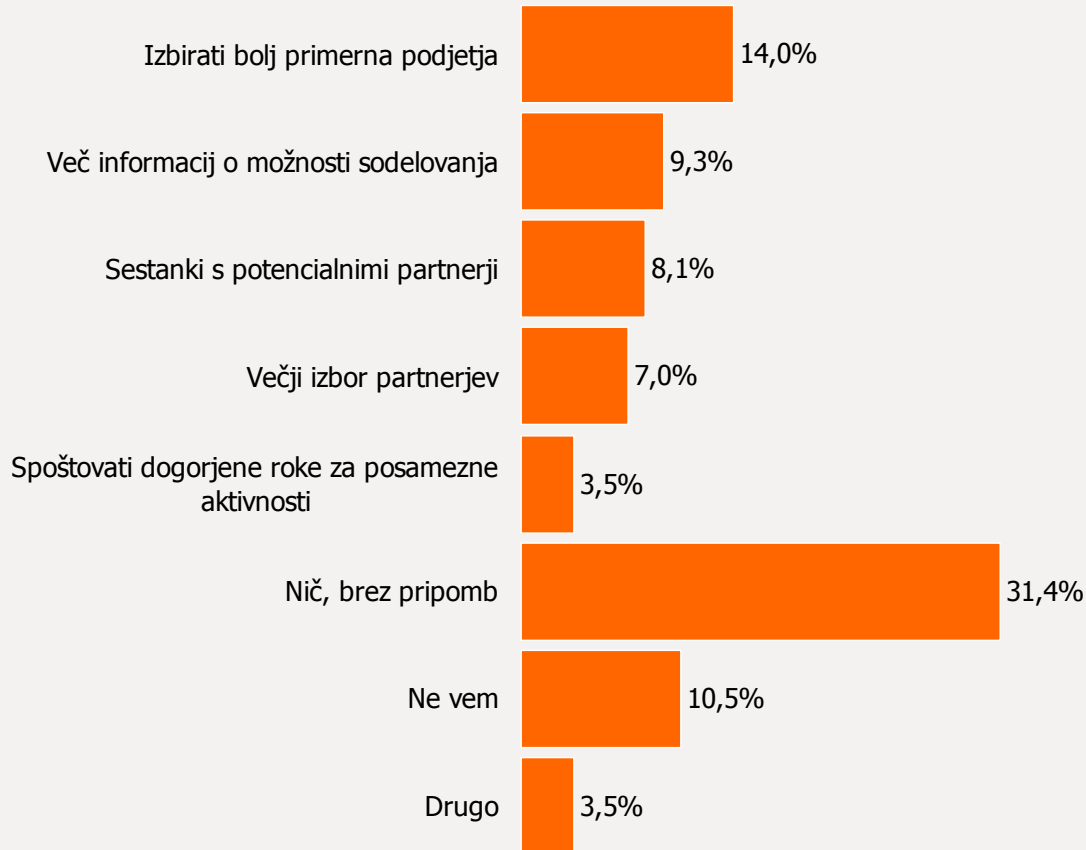


# Izboljšave?

osnova: anketiranci, ki so se udeležili vhodne ali izhodne gospodarske delegacije (n=86)

45

Vprašanje 47: Kaj bi bilo po vašem mnenju pri organizaciji obiska potrebno izboljšati?



Anketiranci so kot najpogostejše izboljšave navajali primernejši izbor podjetij (14%), več informacij o možnosti sodelovanja (9,3%), sestanki s poslovnimi partnerji (8,1%) in večji izbor partnerjev (7%).

Slaba tretjina anketirancev (31,4%) je navedla, da ne bi bilo pri organizaciji obiska **nič potrebno izboljšati**.

Odgovori pod 'drugo' predstavljeni v prilogi.

# Kam?

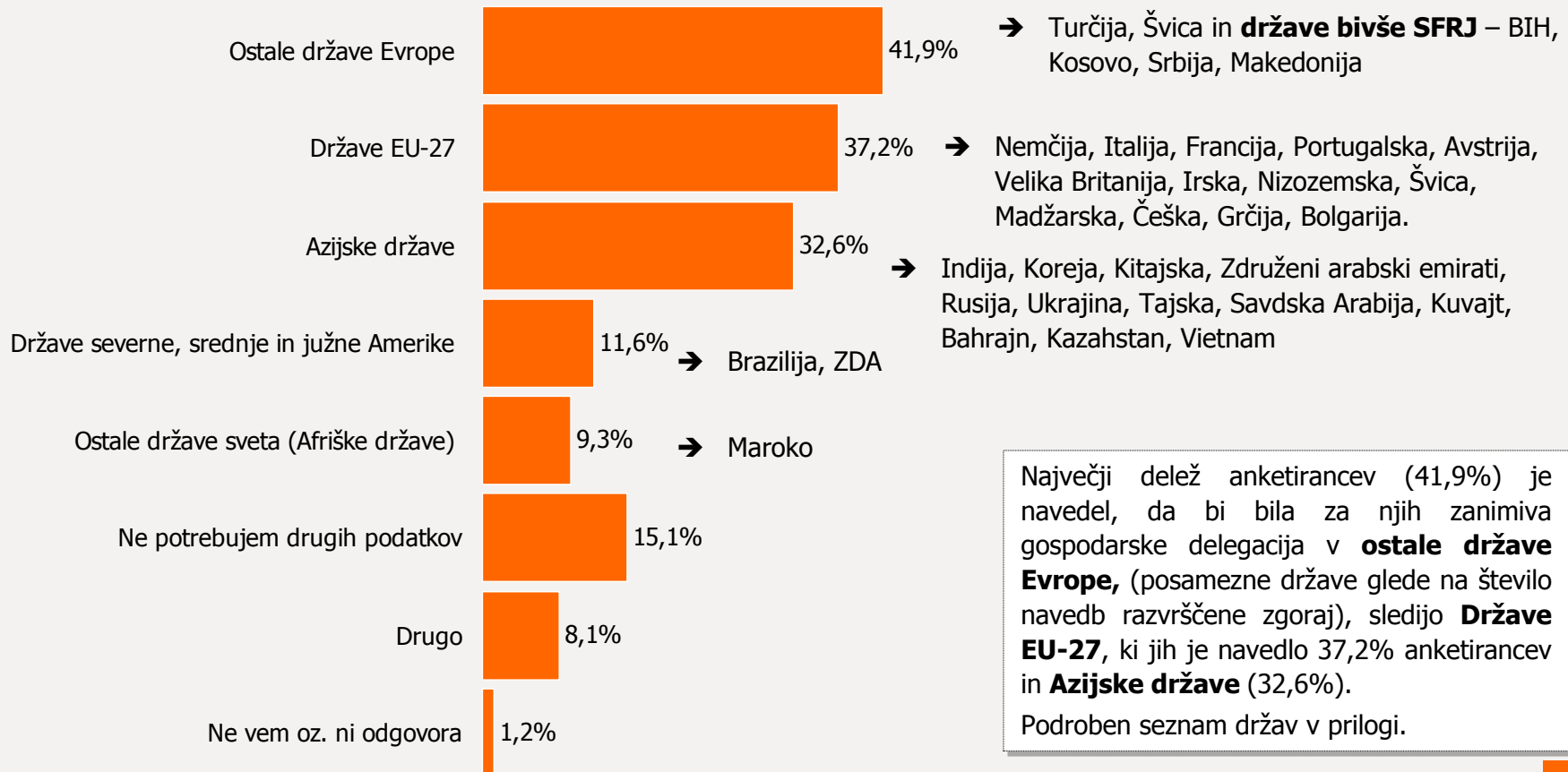


osnova: anketiranci, ki so se udeležili vhodne ali izhodne gospodarske delegacije (n=86)

46

## Vprašanje 48: Gospodarske delegacije v katere države bi bile za vaše podjetje še zanimive?

Možnih več odgovorov!



Največji delež anketirancev (41,9%) je navedel, da bi bila za njih zanimiva gospodarska delegacija v **ostale države Evrope**, (posamezne države glede na število navedb razvrščene zgoraj), sledijo **Države EU-27**, ki jih je navedlo 37,2% anketirancev in **Azijske države** (32,6%).  
Podroben seznam držav v prilogi.

## **6 Slovenski poslovni klubi v tujini**

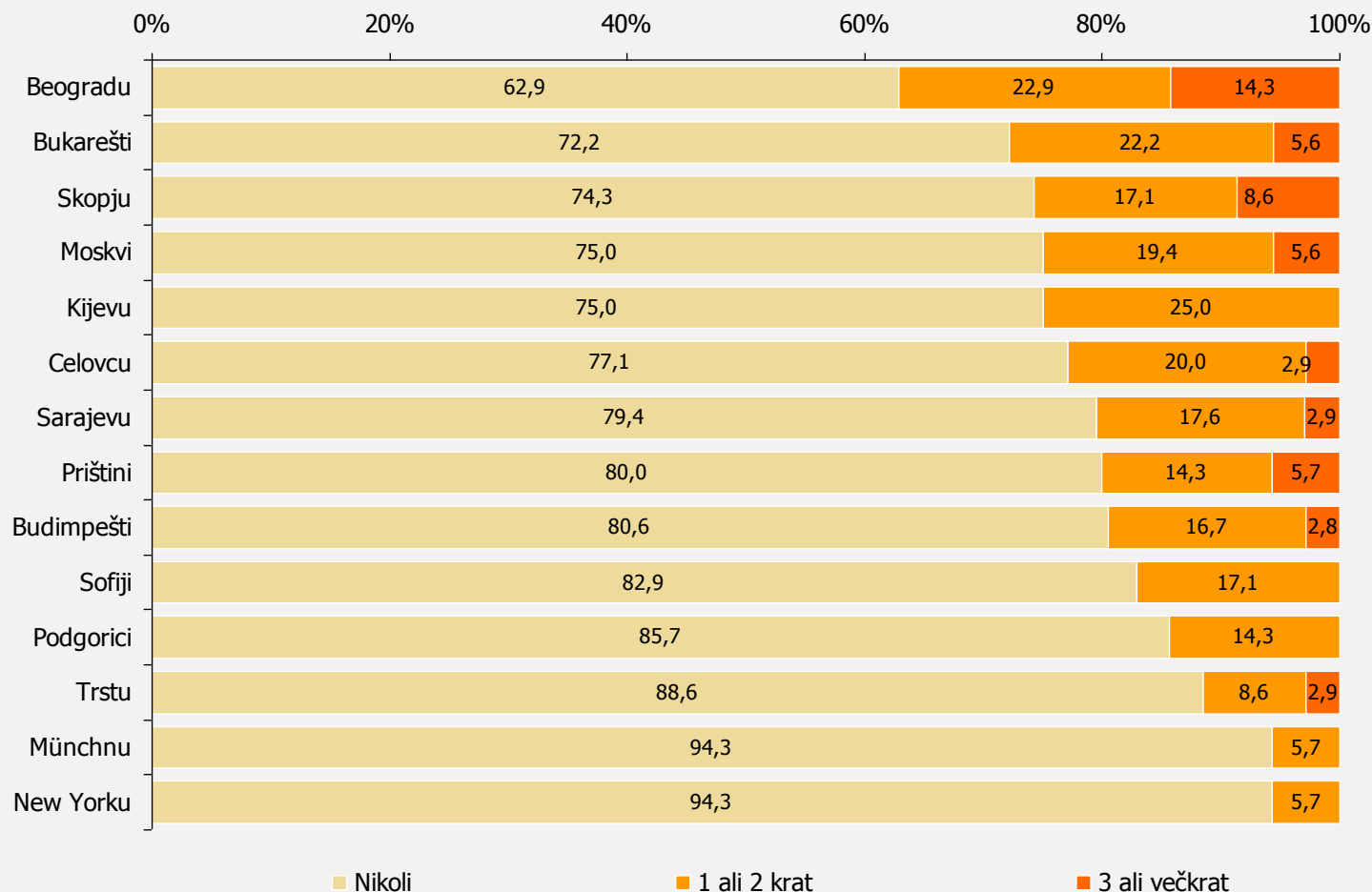


# Uporaba storitev slovenskih poslovnih klubov

osnova: vsi anketiranci, ki so v letu 2010 uporabili pomoč kateregakoli slovenskega poslovnega kluba v tujini (n=36)

Vprašanje 50: Kako pogosto pa ste uporabili pomoč slovenskega poslovnega kluba v...

48



Večina anketirancev, ki je sodelovala v raziskavi, ni nikoli uporabila oz. potrebovala pomoči slovenskega poslovnega kluba. Pomoč vsaj enega slovenskega poslovnega kluba je v letu 2010 uporabilo 15,1% udeležencev. Med vsemi slovenskimi poslovnimi klubi v tujini so največkrat anketiranci uporabili **pomoč v Beogradu**, sledi klub v **Skopju in Prištini** (uporabili pomoč 3 ali večkrat).



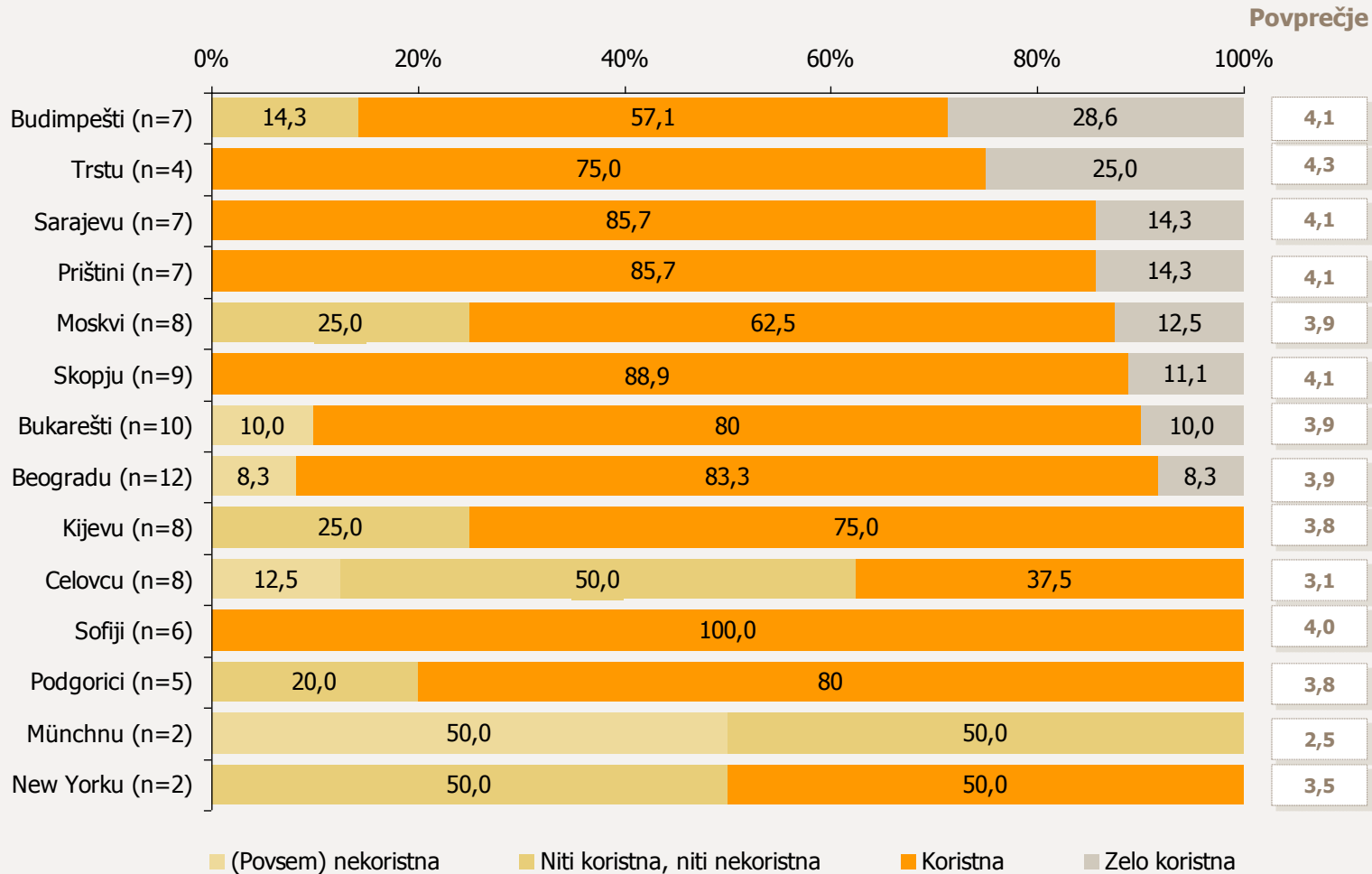


# Koristnost pomoči

osnova: vsi anketiranci, ki so v letu 2010 uporabili pomoč kateregakoli slovenskega poslovnega kluba v tujini (n=36)

*Vprašanje 51: V kolikšni meri vam je bila njihova pomoč koristna?*

Ocene na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni 'povsem nekoristna, 5 'zelo koristna'.



Največ anketiranih je ocenilo, da jim je bila pomoč slovenskega poslovnega kluba **zelo koristna** v **Budimpešti, Trstu, Sarajevu in Prištini.**

\* Ker je numerus pri posameznem poslovnem klubu manjši od 30 je potrebna pozornost pri interpretaciji odgovorov.

## **7** Viri informiranja

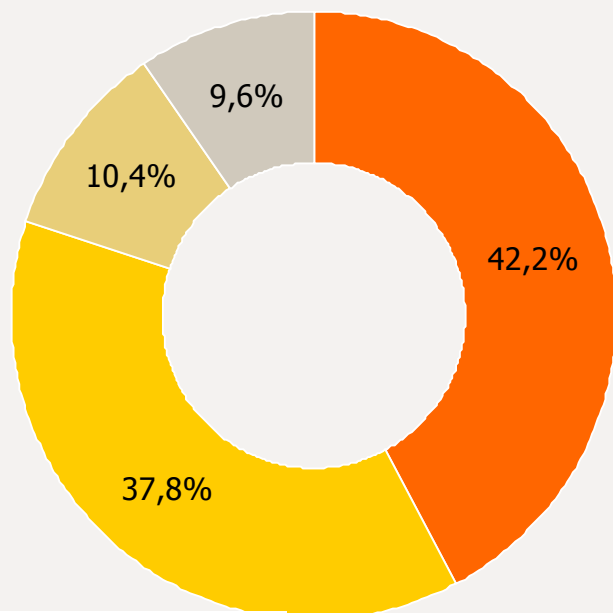


## Vir informiranja (E-Info)

51

osnova: vsi anketiranci (n=251)

Vprašanje 53: Informacije (kot npr. o poslovnih priložnosti, o gospdarskih delegacijah, izobraževanju itd.) se lahko prejema tudi preko elektronske pošte. Ste naročeni na **E-info portala Izvozno okno**?



- Da, sem naročen(a)
- Ne, nisem naročen(a)
- Ne poznam
- Ne vem

**Največji delež** anketirancev (42,2%) je navedlo, da **so naročeni** na informacije E-info portala Izvozno okno, torej informacije o poslovnih priložnostih prejema preko elektronske pošte, **37,8% anketirancev pa na takšne informacije ni naročenih.**

Preostala **petina** anketirancev **ne pozna** oz. **ne ve**, da se lahko informacije o poslovnih priložnostih prejema tudi preko elektronske pošte.

# Obveščanje preko socialnih omrežij

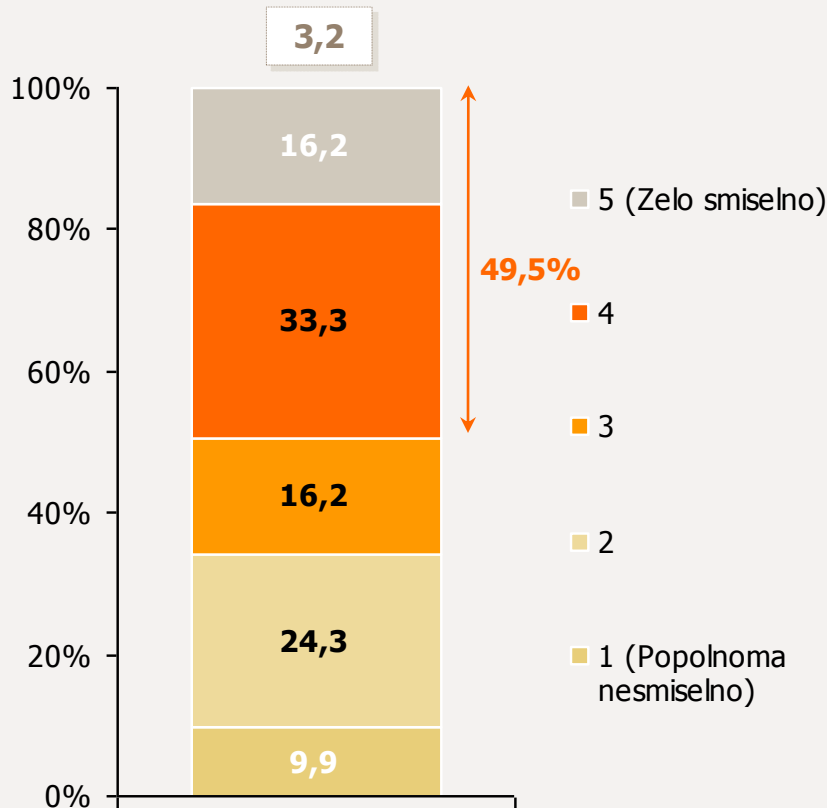


52

osnova: vsi anketiranci (n=251)

*Vprašanje 54: V kolikšni meri se vam zdi smiselno obveščanje podjetij o vseh njihovih storitvah, dogodkih preko Facebook-a in drugih socialnih omrežij?*

Ocene na lestvici od 1 do 5, pri čemer 1 pomeni 'popolnoma nesmiselno', 5 'zelo smiselno'.



Polovica anketirancev je mnenja, da je obveščanje podjetij o vseh njihovih storitvah, dogodkih preko Facebook-a in drugih socialnih omrežij, **smiselno**, za 16,2% celo zelo smiselno.

## Vsebina raziskave

- A** Izhodišča in cilj raziskave
- B** Metodologija in vzorec
- C** Rezultati raziskave
- D** Povzetek glavnih ugotovitev in sklepna misel
- E** Priloga



## Povzetki & sklepna misel (1/6)

54

Portal Izvozno okno in storitve internacionalizacije so na splošno anketirancem zanimive oz. zelo zanimive, med vsemi so jim v največji meri zanimive storitve na portalu Izvozno okno, sledijo storitve predstavništev slovenskega gospodarstva, v najmanjši meri so jim za poslovanje zanimive storitve slovenskih poslovnih klubov.

### ***Izvozno okno***

Storitve portala Izvozno okno je izmed vseh sodelujočih v raziskavi, uporabilo **82,9%** anketirancev. Največ anketirancev (44,2%) je za portal Izvozno okno izvedelo **preko spletnih iskalnikov**. Če k tem prištejemo anketirance, ki so za portal izvedeli preko **spletnih oglasnih pasic**, lahko rečemo, da je skoraj polovica anketirancev za portal izvedela preko interneta. Preostali anketiranci so za portal izvedeli preko drugih virov, poslovnih partnerjev in preko sodelavcev. 9,1% anketirancev med vsemi ne ve oz. se ne spomni, kje so izvedeli oz. prvič slišali za portal.

Več kot  $\frac{3}{4}$  ali 78,5% anketirancev je v **splošnem zadovoljnih s portalom** (ocena 4 in 5), od tega jih je 14,1% zelo zadovoljnih (ocena 5). Anketiranci so nekoliko bolj zadovoljni z **izgledom portala in strukturo podatkov na portalu**, kot pa z **dostopnostjo in ažurnostjo podatkov**, čeprav je pri slednjem elementu zadovoljstvo le nekoliko manjše.

Med različnimi **vrstami informacij**, ki so objavljene na portalu, so bolj iskane informacije **poslovne priložnosti** (68,3%) in **informacije s področja mednarodnega poslovanja** (60,1%). Dobra tretjina jih tudi išče **informacije o sejmih in različne podatke o državah**, manj pa preostale navedene vrste informacij. Poleg obstoječih informacij bi bili **zanimivi še podrobnejši podatki o podjetjih**, želeli bi si še več **možnosti poslovnih priložnosti, seznam razpisov**, bolj **direkten stik s kupci-osebami, informacije o carinskih postopkih** in drugo.

### ***Mednarodno trgovanje***

Izmed vseh anketirancev, ki so v preteklih 2 letih obiskali portal Izvozno okno (82,9%), jih je **63,5% potrebovalo informacije s področja mednarodnega poslovanja**. V kolikor so anketiranci v preteklih 2 letih na portalu Izvozno okno iskali informacije s področja mednarodnega poslovanja, jih je polovica od vseh (50,8%) potrebovala podatke o **drugih ukrepih trgovinske politike**. Skoraj polovica (44,7%) je potrebovala podatke s področja **carine**, 7% pa jih je podatke potrebovalo s področja protidampinške dajatve. 78% anketirancev je **zadovoljnih** s podatki, ki so na voljo s področja mednarodnega poslovanja.



## Povzetki & sklepna misel (2/6)

55

### ***Podatki o državah***

Izmed vseh anketirancev, ki so v preteklih 2 letih obiskali portal Izvozno okno, jih je 71,6% potrebovalo podatke o državah. Pri podatkih o državah je največ anketirancev potrebovalo podatke o **državah EU-27** (63,2%) in podatke o **ostalih državah Evrope** (52,6%), v nekoliko manjši meri pa podatke za Azijske države, države severne, srednje in južne Amerike in ostale države sveta. 66,4% anketirancev je navedlo, da **ne potrebuje drugih podatkov**, kar pomeni da so dobili vse podatki, ki so jih želeli. Zanimivi bi bili še podatki Azijskih držav (Kitajska, Združeni arabski emirati, Indija), držav bivše SFRJ (Kosovo, Srbija, Makedonija, BIH, Črna Gora), Brazilije, Afriških držav in Nemčije. Tukaj je potrebno izpostaviti, da so nekatere države in podatki o državah, ki so jih navedli anketiranci, že na portalu. Do navedb omenjenih držav (npr. Kitajska, Indija in druge države) je prišlo verjetno zato, ker so anketiranci iskali podatke o specifični državi preden so bili le-ti objavljeni.

### ***Informacije o poslovnih priložnostih***

Izmed vseh anketirancev, ki so v preteklih 2 letih obiskali portal Izvozno okno, jih je 66,8% uporabilo informacije o poslovnih priložnostih. Več kot  $\frac{3}{4}$  ali 81,5% anketirancev je mnenja, da so informacije o poslovnih priložnostih uporabne, za 14,8% celo zelo uporabne. 7,4 % anketiranih meni, da so informacije manj uporabne (ocena 1 in 2). Med vsemi vrstami informacij so anketirancem **v največji meri uporabne informacije o povpraševanjih** (78,1% anketirancev je navedlo, da so informacije uporabne oz. zelo uporabne). Sledijo **poslovna sodelovanja** za katere je 71,5% anketirancev mnenja, da so uporabne, če ne celo zelo uporabne in informacije **o javnih in NATO razpisih** (55,2% anketirancev je navedlo, da so uporabne oz. zelo uporabne).

S pomočjo objavljenih informacij na portalu je 63,3% anketirancev prišlo **do kontaktov v tuji državi**. **62,6%** anketirancev se **je odzvalo na poslovno priložnost**, ki je bila objavljena na portalu Izvozno okno. Od teh je največ anketirancev (79,3%) **navezalo samo kontakt s tujim podjetjem**, 19,5% jih je pričelo **poslovno sodelovati**. Tistih, ki so že **izvedli posel** je 3,4%.

## Povzetki & sklepna misel (3/6)



56

### ***Svetovanje na Izvoznem oknu***

Izmed vseh storitev portala Izvozno okno je v preteklih 2 letih **najmanj** anketirancev uporabilo **svetovanje** (25,5%).

Anketiranci so navajali **različne namene** zaradi katerih so **uporabili svetovanje** na Izvoznem oknu, največ anketirancev pa je iskalo **poslovne partnerje**. Sledijo anketiranci, ki so iskali pomoč pri **vstopu na tuj trg, podatke o uvoznih postopkih ter svetovanje/pomoč/nasvete**. Velika večina anketirancev (74,5%) je ocenila svetovanje, ki so ga prejeli za **koristno** ali **zelo koristno**.

Več kot 3/4 anketirancev je v **splošnem zadovoljnih s koristnostjo odgovora** za podjetje, ki so ga prejeli preko portala Izvozno okno, od tega jih je 21% zelo zadovoljnih. Prav tako je velika večina anketirancev zadovoljnih **z odzivnostjo svetovalcev** na portalu Izvozno okno. Največ anketirancev so svetovali **neposredno JAPTI oz. ekipa Izvoznega okna** (56,6%), sledijo ekonomski svetovalci v tujini in predstavniki slovenskega gospodarstva v tujini.

Poleg obstoječega svetovanja pa bi nekaj anketirancev (12%), poleg obstoječega svetovanja, **zanimalo še svetovanje** kot: pomoč pri iskanju poslovnih partnerjev, na nivoju konkretne poslovne priložnosti, kako se vključiti v tuji trg ipd.

### ***Predstavnitva slovenskega gospodarstva v tujini (PSG)***

V preteklem letu je **uporabilo pomoč** predstavnitv 41% anketiranih. 71,8% anketirancev je v **splošnem zadovoljnih** z informacijami o poslovnih priložnostih, 30,1% od teh **celo zelo zadovoljnih**.

Med vsemi 5 predstavnitvi, ki jih JAPTI trenutno ima, in sicer v Düsseldorfu, Milanu, Kazanu, Sao Paulu in Šanghaju, je do danes največ podjetij (upoštevaje število razpoložljivih kontaktnih podatkov v bazi) uporabilo pomoč predstavnitva slovenskega gospodarstva Javne agencije RS za podjetništvo in tuje investicije **v Düsseldorfu** in **Milanu**. Za večino anketirancev, ne glede na to, pomoč katerega predstavnitva so potrebovali, je bila pomoč **koristna**.

Nekoliko slabše sta pri koristnosti ocenjena PSG Istanbul in PSG Sao Paolo. Navkljub temu pa so bili anketiranci s pomočjo vseh predstavnitv v povprečju **zadovoljni**, najbolj s **pomočjo PSG Bukarešta** (pomoč predstavnitva uporabilo tudi največ anketirancev) in **PSG Kazan**.



## Povzetki & sklepna misel (4/6)



57

Poleg splošnega zadovoljstva so anketiranci ocenjevali tudi **zadovoljstvo z različnimi aspekti storitve predstavništva** (odzivni čas, posredovani odgovori, ustreznost storitve), kot tudi **zadovoljstvo z nekaterimi konkretnimi storitvami** (npr. iskanje primernih poslovnih partnerjev za posamezno podjetje, pridobivanje razpoložljivih informacij o bonitetah in finančnem poslovanju podjetij, organizacija, pomoč in sodelovanje pri obiskih potencialnih poslovnih partnerjev, pomoč pri ustanavljanju podružnic itd). **Odzivni čas** je tisti aspekt storitev, ki je najbolj prepričljiv pri PSG Düsseldorf in PSG Kazan. Pri PSG Milano, Šanghaj in Sao Paulo so to **posredovanimi odgovori**. **Ustreznost storitev** je med vsemi PSG-ji najnižje ocenjena, a še vedno z visoko povprečno oceno 3,9%. Sao Paulo ima v povprečju najvišje ocene zadovoljstva med vsemi PSG-ji.

Pri vseh PSG-jih je največ anketirancev uporabilo storitev „**Iskanje primernih poslovnih partnerjev za posamezno podjetje (kupcev, dobaviteljev ali podizvajalcev)**“, vse ostale storitve je uporabljalo manj anketirancev. V PSG Šanghaj je poleg te storitve največ anketirancev uporabilo še „**Pridobivanje razpoložljivih informacij o bonitetah in finančnem poslovanju podjetij**“ .

Pri vseh PSG-jih je bil končni rezultat posredovanih informacij v največji meri **vzpostavljen kontakt s podjetjem v tujini**.

### ***Sejemske aktivnosti***

Sejemski nastop je večini sodelujočim v raziskavi pripomogla k pridobitvi novih poslovnih kontaktov (66,7%). Gledano za vse sejme, je večina anketirancev pridobila od **1 do 5 poslovnih kontaktov**, tudi na **najbolj udeleženem sejmu eCarTec, München**. Rezultati kažejo tudi, da anketiranci obiskujejo **različne vrste sejmov**, odvisno od osnovne dejavnosti posameznega podjetja. **Največji delež anketirancev** (14,3%), se je udeležil sejma eCarTec, München v Nemčiji. **Najmanjši delež anketirancev** (2,4%) je obiskal sejme Eurosaturny v Parizu, Teden oblikovanja v Milanu in SAIE v Bologni. **Sejem** v tujini **Cebit** v Nemčiji je kot najpomembnejši omenilo (5,6%) **anketirancev**.

## Povzetki & sklepna misel (5/6)



V splošnem pa so anketiranci, ne glede nato ali se udeležujejo sejmov ali ne, izrazili naklonjenost **skupinskim sejmskim nastopom v tujini**, ki bi jih **organiziral JAPTI**, saj jih je 71,3% navedlo, da se jim zdi to primerna oblika pomoči slovenskim podjetjem.

Izmed tistih anketirancev, ki so navedli, da se jim skupinski sejmski nastopi **ne zdijo primerna oblika pomoči slovenskim podjetjem**, so le-ti kot razloge za takšno mnenje navajali, da **morajo podjetja nastopati sama, ne pa skupinsko**, saj v skupini **predstavitev ni dovolj temeljita**.

### *Gospodarske delegacije*

Večina sodelujočih v raziskavi (77,3%) se v letu **2010 ni udeležila izhodne gospodarske delegacije**. Največji delež izmed tistih (13,1%), ki so se udeležili, pa se je udeležilo delegacije, ki jo je organiziral JAPTI v sodelovanju z GZS. Izmed 24 delegacij, ki so bile do trenutka izvedbe raziskave organizirane, jih je **največ**, in sicer 15, v **glavnem izpolnila pričakovanja** anketirancev. Večini anketirancev je zaradi udeležbe na delegaciji **pridobila nove poslovne stike, ne pa konkretnih poslov**. Potrebno je opozoriti, da je posamezno delegacijo ocenjevalo samo po nekaj anketirancev, zato je potrebna previdnost pri interpretaciji podatkov. Anketiranci so najpogosteje kot splošne pridobitve podjetja navajali **kontakte, splošne informacije, promocijo in informacije o poslovanju na trgu**.

Prav tako se največ anketirancev (66,9%) se v letu 2010 **ni udeležilo gospodarske delegacije v Sloveniji (vhodne delegacije)**. Največji delež (19,9%) anketirancev izmed tistih, ki so se udeležili, se je udeležilo delegacije, ki jo je organiziral JAPTI v sodelovanju z Gospodarsko zbornico Slovenije. **Največ delegacij** je v glavnem **izpolnilo pričakovanja, povsem je izpolnil** pričakovanja seminar **Kako poslovati z Romunijo**, pričakovanj pa sploh ni izpolnil VGD Egipt (nakupno-prodajna delegacija). Pri nekaterih delegacijah je prevladovalo več ocen hkrati. Potrebno je opozoriti, da je posamezno delegacijo ocenjevalo samo po nekaj anketirancev, zato je potrebna previdnost pri interpretaciji podatkov. Večina anketirancev je zaradi udeležbe na delegaciji **pridobila nove poslovne stike, ne pa konkretnih poslov**. Anketiranci so najpogosteje kot splošne pridobitve podjetja navajali **kontakte, splošne informacije in informacije o poslovanju**.

## Povzetki & sklepna misel (6/6)



59

Slaba tretjina anketirancev (31,4%) je navedla, da ne bi bilo pri organizaciji obiska **nič potrebno izboljšati**. V okviru spremljajočih gospodarskih delegacij pa bi anketiranci želeli **primernejši izbor podjetij, več informacij o možnosti sodelovanja, sestanke s poslovnimi partnerji in večji izbor partnerjev**.

Anketiranci v največji meri želijo delegacije v ostale države Evrope (Turčija, Švica in **države bivše SFRJ** – BIH, Kosovo, Srbija, Makedonija), države EU-27 (Nemčija, Italija, Francija, Portugalska, Avstrija, Velika Britanija, Irska, Nizozemska, Švica, Madžarska, Češka, Grčija, Bolgarija) in Azijske (Indija, Koreja, Kitajska, Združeni arabski emirati, Rusija, Ukrajina, Tajska, Savdska Arabija, Kuvajt, Bahrajn, Kazahstan, Vietnam).

### ***Slovenski poslovni klubi v tujini***

Pomoč vsaj enega slovenskega poslovnega kluba je v letu 2010 uporabilo 15,1% udeležencev. Med vsemi slovenskimi poslovnimi klubi v tujini so največkrat anketiranci uporabili **pomoč v Beogradu**, sledi klub v **Skopju in Prištini** (uporabili pomoč 3 ali več krat). Največ anketiranih je ocenilo, da jim je bila pomoč slovenskega poslovnega kluba v **zelo veliko korist v Budimpešti, Trstu, Sarajevu in Prištini**.

### ***Informiranje***

**Največji delež** anketirancev (42,2%) je navedlo, da **so naročeni** na informacije E-info portala Izvozno okno, torej informacije o poslovnih priložnostih prejema preko elektronske pošte, **37,8% anketirancev pa na takšne informacije ni naročenih**. Skoraj polovica anketirancev (49,5%) je mnenja, da je obveščanje podjetij o vseh njihovih storitvah, dogodkih preko Facebook-a in drugih socialnih omrežij, **smiselno**, za 16,2% celo zelo smiselno.

## Vsebina raziskave

- A** Izhodišča in cilj raziskave
- B** Metodologija in vzorec
- C** Rezultati raziskave
- D** Povzetek glavnih ugotovitev in sklepna misel
- E** Priloga

# Struktura vzorca



61

		Vzorec (%)
<b>Tip podjetja</b>	mikro (do 9 zaposlenih)	43,0
	malo (od 10 do 49 zaposlenih)	25,1
	srednje (od 50 do 250 zaposlenih)	18,7
	veliko (nad 250 zaposlenih)	13,1
<b>Dejavnost podjetja</b>	predelovalne dejavnosti	23,9
	razne poslovne dejavnosti	13,5
	strokovne, znanstvene in tehnične dejavnosti	11,6
	gradbeništvo	8,8
	informacijske in komunikacijske dejavnosti	8,0
	promet in skladiščenje	5,2
	trgovina, vzdrževanje in popravila motornih vozil	4,8
	proizvodnja	3,6
	kmetijstvo in lov, gozdarstvo, ribištvo	2,4
	kovinarstvo	2,4
druge dejavnosti	15,8	
<b>Izvozno podjetje</b>	da	75,3
	ne	24,7
<b>Vloga anketiranca v podjetju</b>	vodstvo	47,4
	prodaja	24,3
	marketing	10,0
	nabava	2,8
	logistika	1,6
	administracija	6,0
	drugo	8,0