



slovenija  
magyarország  
hrvatska



Republika Slovenija  
Služba vlade Republike Slovenije za lokalno  
samoupravo in regionalno politiko

Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

## EMPIRIČNA ANALIZA MEDNARODNE KONKURENČNE SPOSOBNOSTI MALIH PODJETIJ V POMURJU

**Avtor: mag. Leon Filipič**



## I EMPIRIČNA ANALIZA MEDNARODNE KONKURENČNE SPOSOBNOSTI MALIH PODJETIJ V POMURJU

Primarna raziskava je bila izvedena z anketiranjem pretežno malih in nekaj srednje velikih pomurskih podjetij, ki so večinoma že prisotna na tujih trgih, v naslednjih letih pa želijo svojo navzočnost še okrepiti. Osrednji vir za analizo konkurenčne sposobnosti pomurskih malih podjetij pri vstopu na tuje trge je Raziskava, opravljena med pomurskimi podjetji v zvezi z obravnavano tematiko.

### 1 IZVEDBA PRIMARNE RAZISKAVE

Izvedba primarne raziskave je bila osredotočena na mala podjetja v Pomurju. Za njene potrebe je bil izdelan vprašalnik z naslovom Vzpostavitev Poslovno – informacijskih centrov na obmejnem območju za pospeševanje gospodarskega sodelovanja.

V vzorec je bilo vključenih 300 pomurskih podjetij iz naslednjih sektorjev:

- prehrambena industrija;
- kovinska/strojna industrija;
- lesna/pohištvena industrija;
- storitvene dejavnosti.

Vzorec podjetij, ki so bila vključena v anketiranje, je vključeval tri skupine podjetij, in sicer:

- podjetja z 0–9 zaposlenimi – mikro podjetja;
- podjetja z 10–49 zaposlenimi – mala podjetja;
- podjetja s 50–249 zaposlenimi – srednje velika podjetja.

V vzorcu so prevladovala mikro in mala podjetja (cca 62%).

Del anketiranja je potekal s pisno anketo, del po telefonu, del pa z osebnimi intervjuji. Za kombinacijo omenjenih metod anketiranja smo se odločili, ker ima vsaka metoda prednosti in slabosti. Odziv podjetij na anketo je bil 15-odstoten, kar pomeni, da smo pridobili 45 odgovorov (300 anketiranih podjetij).

Z vprašalnikom smo pridobili ocene podjetij, ki jih ta namenjajo posameznim dejavnikom konkurenčne sposobnosti za vstop in delovanje na sosednjih trgih Madžarske in Hrvaške. Z vidika zaposlenih je šlo pretežno za mala podjetja, ki zaposlujejo do 50 zaposlenih, nekaj je bilo tudi takih, ki imajo tudi do 250 zaposlenih.



## Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

Ker je vprašalnik vseboval večinoma vprašanja zaprtega tipa, so bili odgovori jasni in jih ni bilo težko obdelati in analizirati. Z navedeno anketo pridobljene ugotovitve lahko služijo kot izhodišče konkurenčne sposobnosti pomurskih malih podjetij za vstop na sosednje obmejne trge in za pripravo podrobnejših, bolj specifičnih raziskav.

## 2 UGOTOVITVE RAZISKAVE

Raziskava je bila osredotočena na oblikovanje naslednjih dejstev o vstopu in delovanju pomurskih podjetij na sosednjih trgih Madžarske in Hrvaške:

- A/ Splošni podatki o anketiranih podjetjih**
- B/ Stopnja in oblike internacionalizacije podjetja na obravnavanem področju**
- C/ Ovire in problemi pri internacionalizaciji poslovanja**
- D/ Pričakovana pomoč, poslovne informacije in storitve**

### **A/ Splošni podatki o anketiranih podjetjih**

Večina anketiranih podjetij deluje od 10-19 let (37,8%), sledijo jim podjetja, ki delujejo od 5-10 let (24,4%), podjetja, ki delujejo več kot 30 let (22,2%), podjetja, ki delujejo od 20-29 let (8,9%). Tistih, ki delujejo manj kot 5 let je bilo 6,7%.

Največ anketiranih podjetij je bilo iz področja kovinske in strojne industrije ter storitvenih dejavnosti (26,6%), sledila so jim podjetja iz lesne in pohištvene industrije (12,3%) ter prehranske industrije (10,3%). Podjetij iz ostalih sektorjev je bilo bistveno manj.

Skupno število zaposlenih je bilo največ v kategoriji od 10-49 zaposlenih (37,8%), sledila so jim podjetja, ki zaposlujejo od 0-9 zaposlenih (24,4%), Od 100-249 je zaposlovalo 17,8% podjetij, od 50-99 pa 11,1% podjetij. Podjetij, ki so zaposlovala 250 in več zaposlenih je bilo 8,9%.

51,1% podjetij je v letu 2004 ustvarilo več kot 500.000 EUR prometa, sledila so jim podjetja, ki so ustvarila od 300.000 do 500.000 EUR prometa, podjetja, ki so ustvarila od 100.000 do 300.000 EUR prometa. Najmanj je bilo podjetij, ki so ustvarila manj kot 100.000 EUR prometa (6,7%).



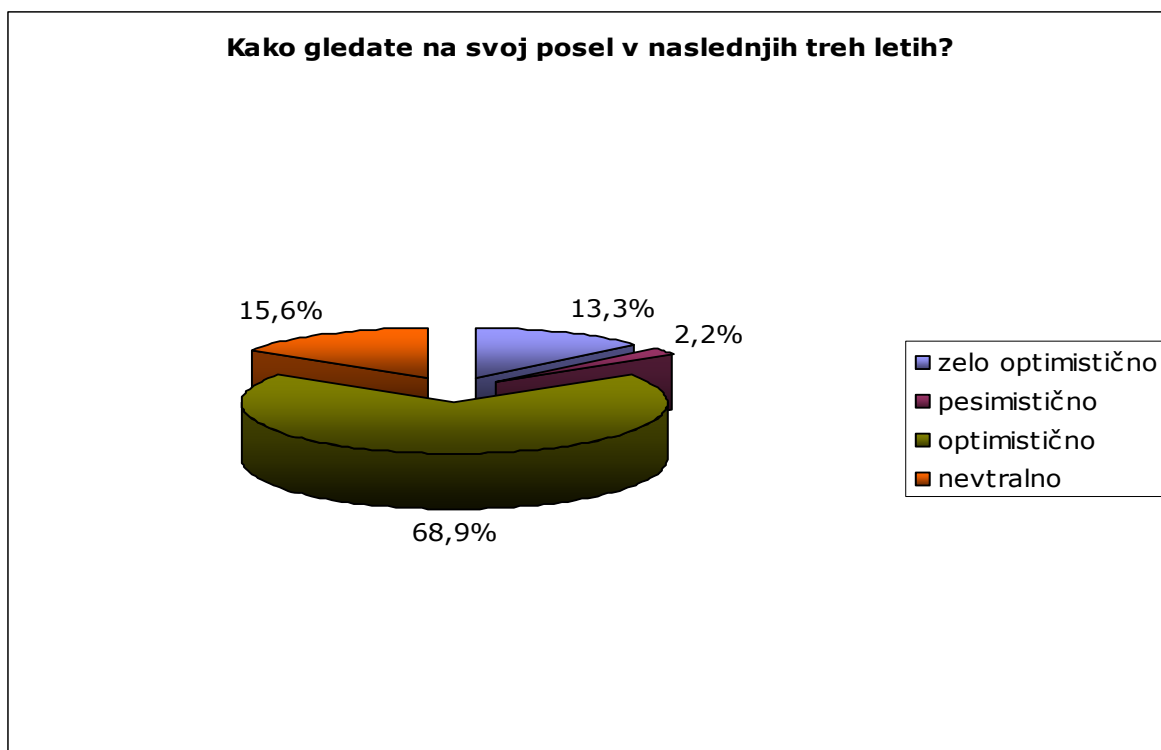
## Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

V večini podjetij je delež izvoza znašal manj kot 10% (50,0%). Od 10-25% izvoza je ustvarilo 18,5% anketiranih podjetij, po ostalih kategorijah (od 26-50%; od 51-75% in nad 75%) pa 10,5% anketiranih podjetij.

### B/ Stopnja in oblike internacionalizacije podjetja na obravnavanem področju

Izsledki raziskave so predstavljeni v naslednjih grafih:

#### Graf 1: Stopnja in oblika internacionalizacije podjetja na obravnavanem območju



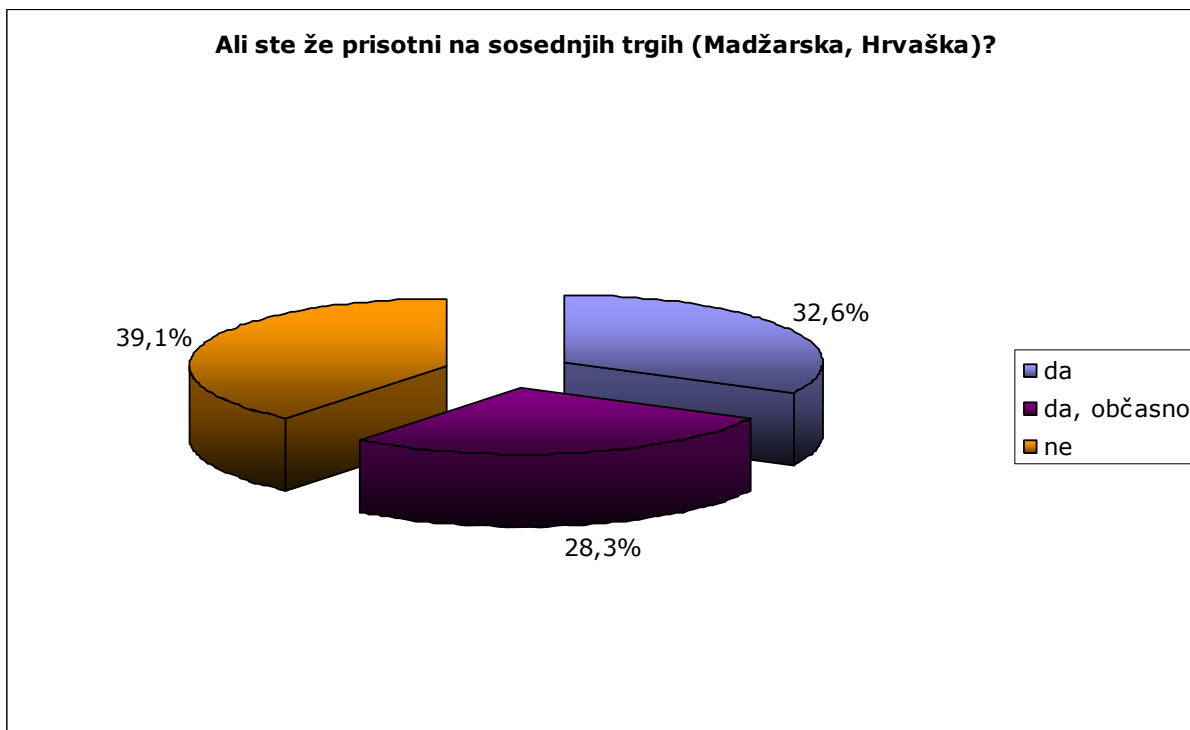
Vir: Raziskava.

Anketirana mala pomurska podjetja so pretežno optimistična (68,9%) glede svojega poslovanja v naslednjih treh letih. 13,3% podjetij je zelo optimističnih, 15,6% nevtrarnih, medtem ko jih je le 2,2% pesimističnih.



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 2: Ali ste že prisotni na sosednjih trgih (Madžarska, Hrvaška)?**

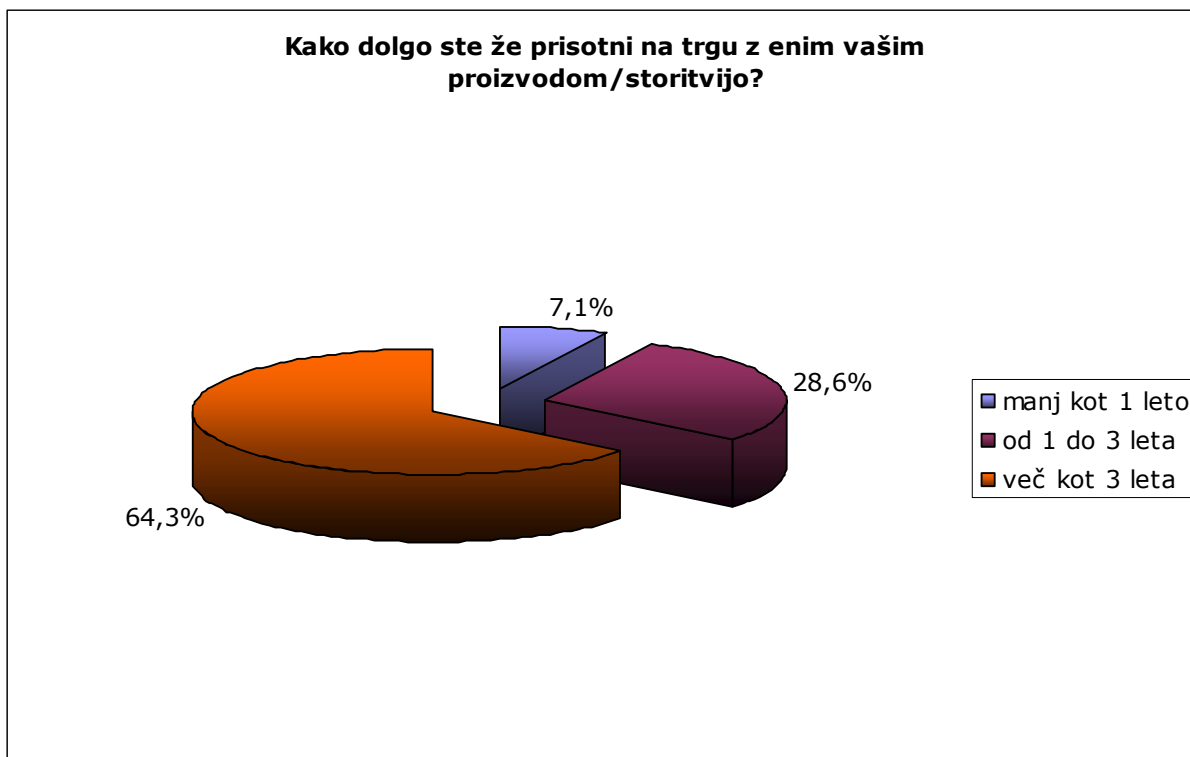


Vir: Raziskava.

32,6% anketiranih podjetij je že prisotnih na trgih Madžarske in Hrvaške, 28,3% podjetij je prisotnih občasno, medtem ko 39,1% anketiranih podjetij, ki so odgovorila na vprašanje, ni prisotnih na navedenih trgih, kar kaže na to, da je obstaja še relativno veliko število podjetij, ki še niso prisotna na obravnavanih sosednjih trgih Hrvaške in Madžarske.



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju  
**Graf 3: Kako dolgo ste že prisotni na obravnavanih tujih trgih z vašim proizvodom / storitvijo?**

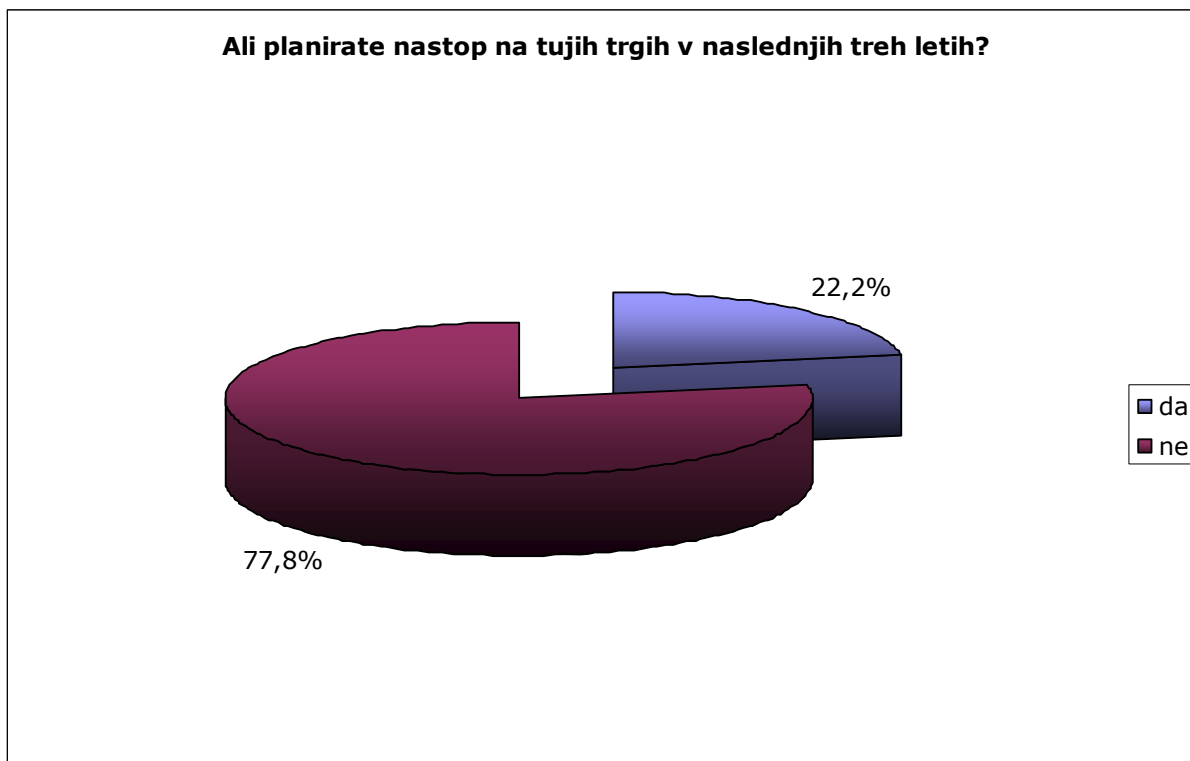


Vir: Raziskava.

Anketirana podjetja, ki so na predhodno vprašanje odgovorila pritrdilno, so v 64,3% na teh trgih prisotna že več kakor 3 leta, iz česar je razvidno, da so se tam že uveljavila. 28,6% jih je na teh trgih prisotnih med 1 in 3 leti, medtem ko jih 7,1% prisotnih manj kot eno leto, kar kaže na to, da se podjetja v vse večji meri zavedajo nujnosti poslovanja na obravnavanih sosednjih trgih Madžarske in Hrvaške. Od podjetij, ki so odgovorila na zastavljeno vprašanje, prevladujejo tista (cca 40%), katerih delež znaša od 10 – 50% celotne prodaje podjetja (v nekaterih primerih znaša tudi do 80%), preostala podjetja (60%) pa se gibljejo od 1 do 10% celotne prodaje, ki jo plasirajo na tržišča Madžarske in Hrvaške. Zanimivo je predvsem dejstvo, da več kot 80 % podjetij planira povečanje svojega tržnega deleža v naslednjih treh letih.



**Graf 4:** Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju  
**Če je vaš odgovor negativen, torej še niste prisotni na obravnavanih tujih trgih, ali planirate nastop na teh trgih v naslednjih treh letih?**



Vir: Raziskava.

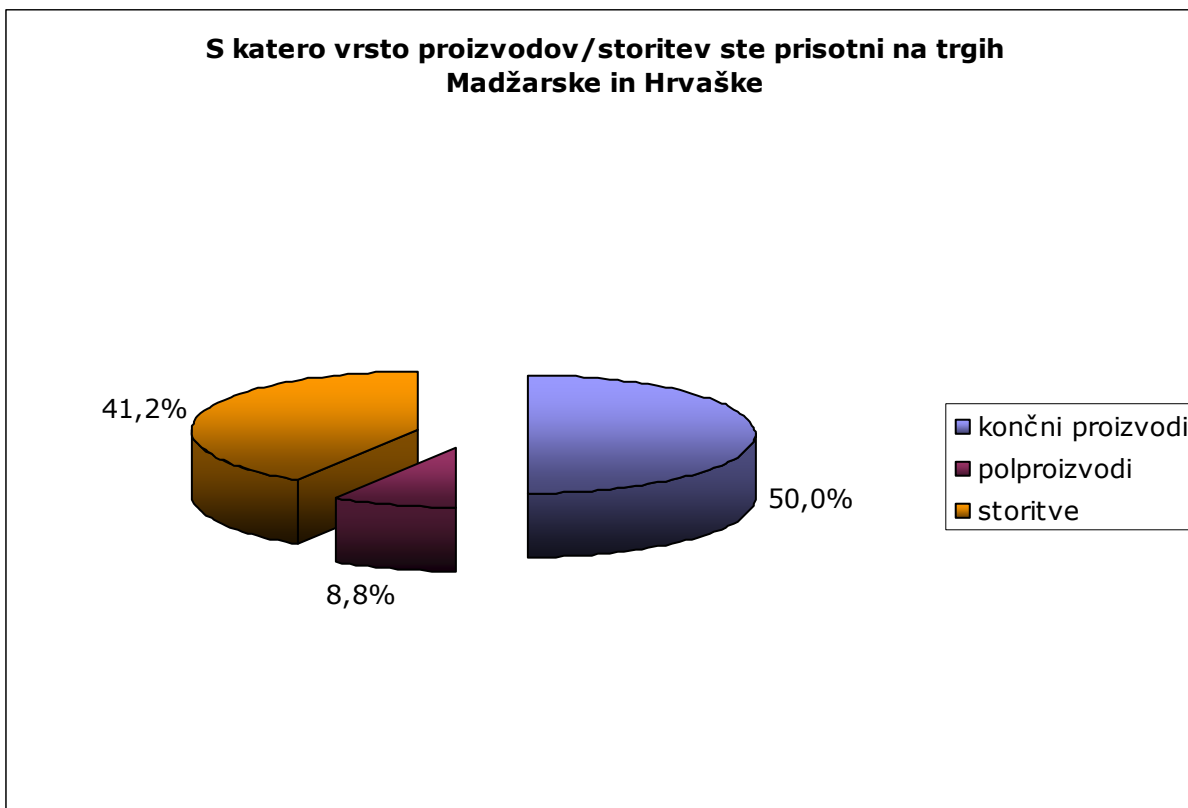
Izmed anketiranih podjetij, ki so odgovorila na vprašanje ali planirajo vstop na navedeni tržišči v naslednjih treh letih, jih je 22,2% odgovorilo pritrdilno, kar 77,8% pa negativno. Kot glavne vzroke za to, da se ne bodo preizkusili in vstopili na navedene trge, so navedli predvsem:

- neraziskano tržišče;
- neustrezna oprema;
- dejavnost tega ne zahteva;
- dovolj povpraševanja na domačem trgu;
- lokalno delovanje;
- ni potrebe itd.



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 5: S katero vrsto proizvodov/storitev ste prisotni na trgih Madžarske in Hrvaške?**



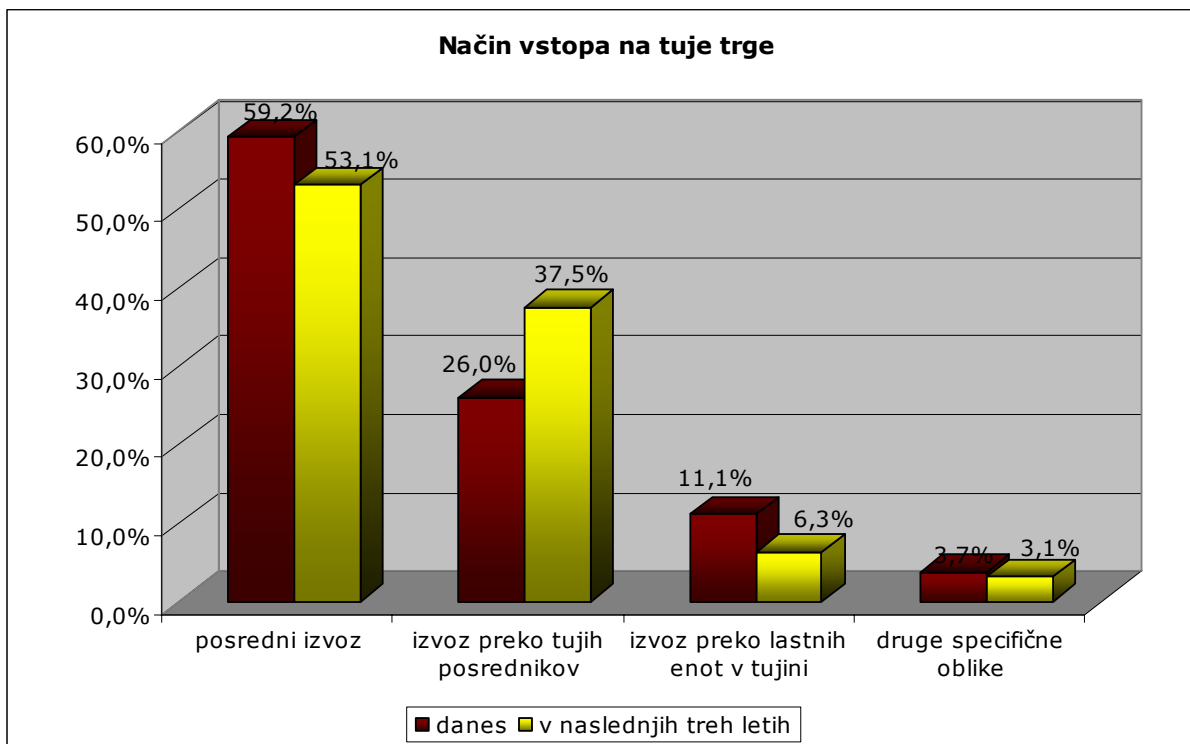
Vir: Raziskava.

Več kot polovica anketiranih podjetij, ki so odgovorila na zastavljeno vprašanje je na navedenih trgih prisotna s končnimi proizvodi (50%), 41,2% s storitvami, medtem ko je le 8,8% tistih, ki so na teh trgih prisotni s polproizvodi, kar kaže na pravilno usmeritev podjetij, saj je dodana vrednost pri končnih proizvodih in storitvah bistveno višja, kot pri polproizvodih.



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 6: Način vstopa na tuje trge Hrvaške in Madžarske z izvozom proizvodov**

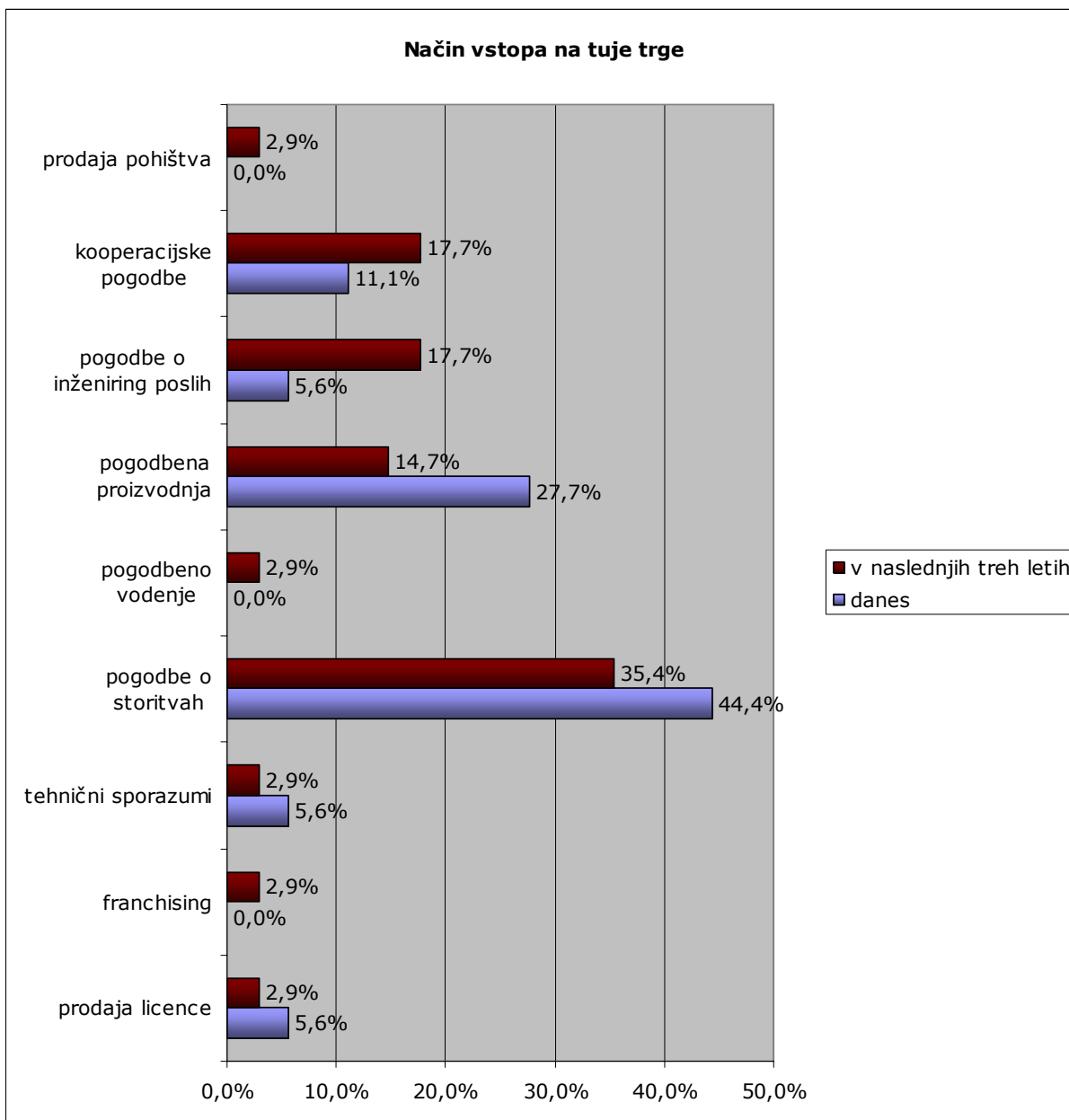


Vir: Raziskava.

Večina anketiranih podjetij vstopa na tuje trge preko posrednega izvoza (59,2%), sledi izvoz preko tujih posrednikov (26%), izvoza preko lastnih enot je za 11,1%. Zanimivo je dejstvo, da bo v naslednjih treh letih upadel posredni izvoz (na 53,1%) in izvoz preko lastnih enot v tujini (6,3%). Anketirana podjetja, ki so odgovorila na vprašanje, menijo, da se bo povečal le izvoz preko tujih posrednikov in sicer z zdajšnjih 26% na 37,5%, ostale oblike vstopa pa bodo začele upadati.



**Graf 7: Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju**  
**Pogodbene oblike vstopa na hrvaški in madžarski trg**



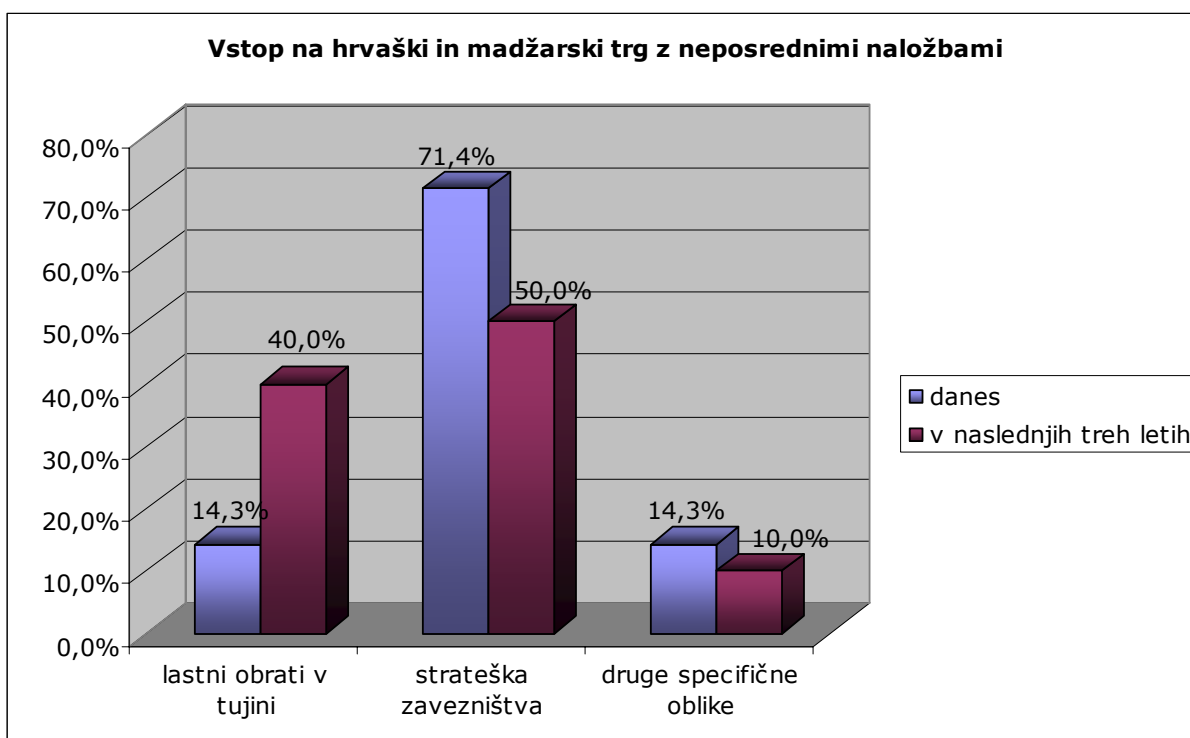
Vir: Raziskava.



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

Anketirana podjetja se danes izmed pogodbenih oblik vstopa na madžarski in hrvaški trg najpogosteje poslužujejo pogodb o storitvah (44,4%), sledi pogodbena proizvodnja (27,7%) in kooperacijske pogodbe (11,1%). Ostale oblike vstopa na tuje trge ne presegajo 6%. V naslednjih treh letih se bo vstop preko pogodb o storitvah zmanjšal na 35,4%, vstop preko pogodbene proizvodnje na 14,7%, povečali pa se bodo vstopi preko kooperacijskih pogodb in pogodb o inženiring poslih, ki bodo predvidoma znašali 17,7%.

**Graf 8: Vstop na hrvaški in madžarski trg z neposrednimi naložbami**



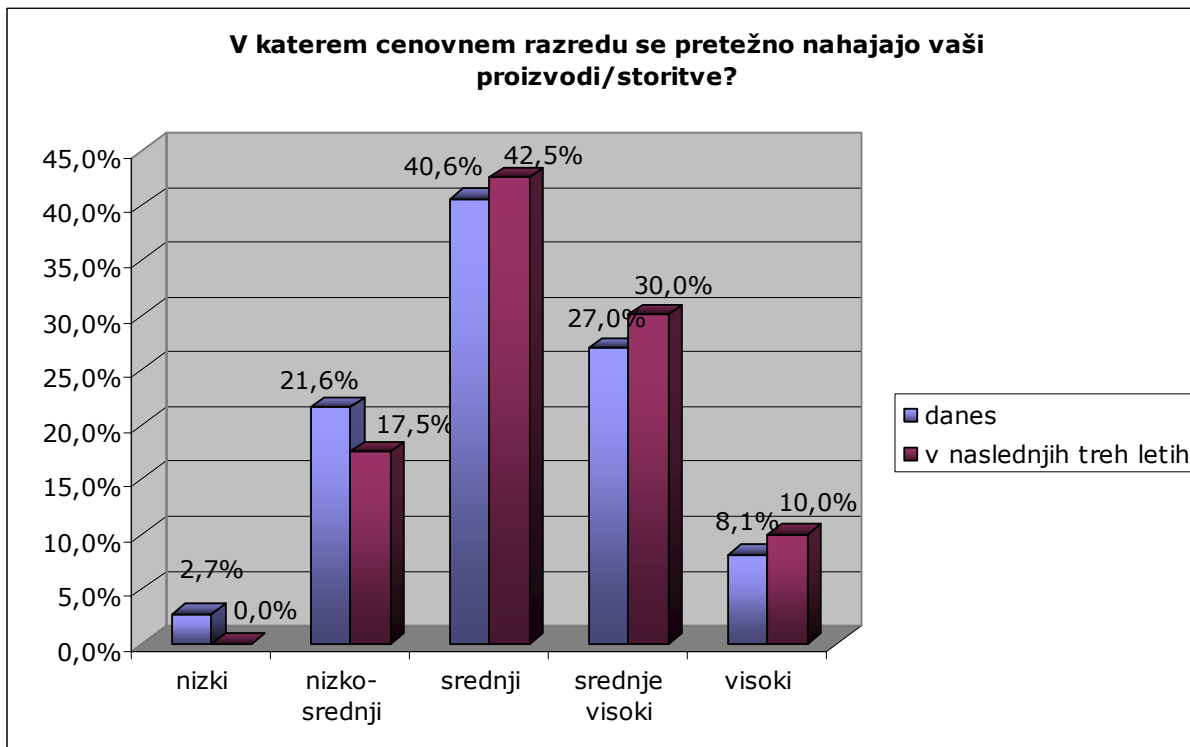
Vir: Raziskava.

Kot kaže graf vstopajo danes anketirana podjetja na navedena trga največ v okviru strateških zavezništev (71,4%), sledi jim vstop preko lastnih obratov v tujini in druge specifične oblike (14,3%). V naslednjih treh letih se bo vstop na navedene trge najbolj povečal na preko lastnih obratov v tujini (z zdajšnjih 14,3% na 40%), upadel pa bo vstop preko strateških zavezništev (50%) in preko drugih specifičnih oblik.



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 9: V katerem cenovnem razredu se pretežno nahajajo vaši proizvodi /storitve?**

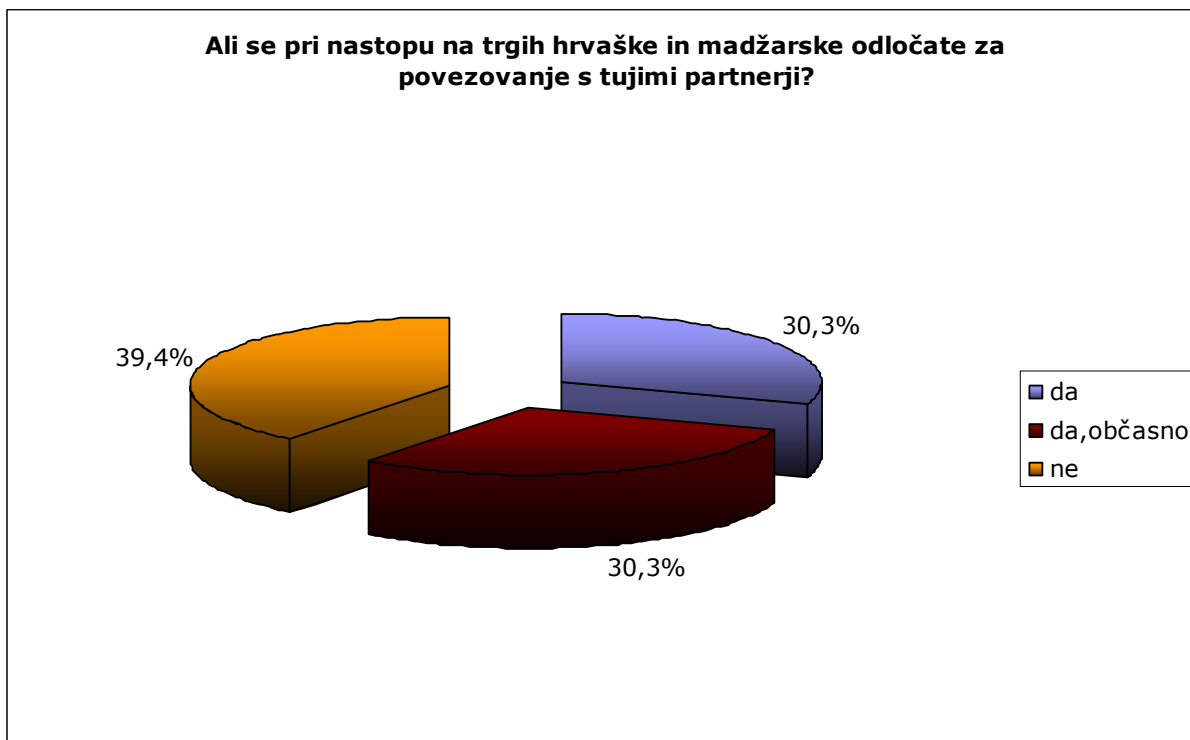


Vir: Raziskava.

Večina anketiranih podjetij meni, da se danes njihovi proizvodi/storitve nahajajo v srednjem cenovnem razredu (40,6%), sledita jim srednje visoki cenovni razred (27%) in nizko-srednji cenovni razred (21,6%), šele na četrtem mestu se nahaja visoki cenovni razred (8,1%). Proizvodov ali storitev v nizkem cenovnem razredu je zanemarljivo (2,7%). Spodbudno je dejstvo, da anketirana podjetja pričakujejo, da bodo v naslednjih treh letih njihovi proizvodi/storitve v srednjem cenovnem razredu povečali na 42,5%, v srednjem visokem cenovnem razredu na 30%, v visokem na 10%, zmanjšalo pa se bo število tistih v nizko-srednjem in nizkem cenovnem razredu, kjer ne bo več nobenega proizvoda ali storitve. (0%).



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju  
**Graf 10: Ali se pri nastopu na trgih Hrvaške in Madžarske odločate za povezovanje s tujimi partnerji?**



Vir: Raziskava.

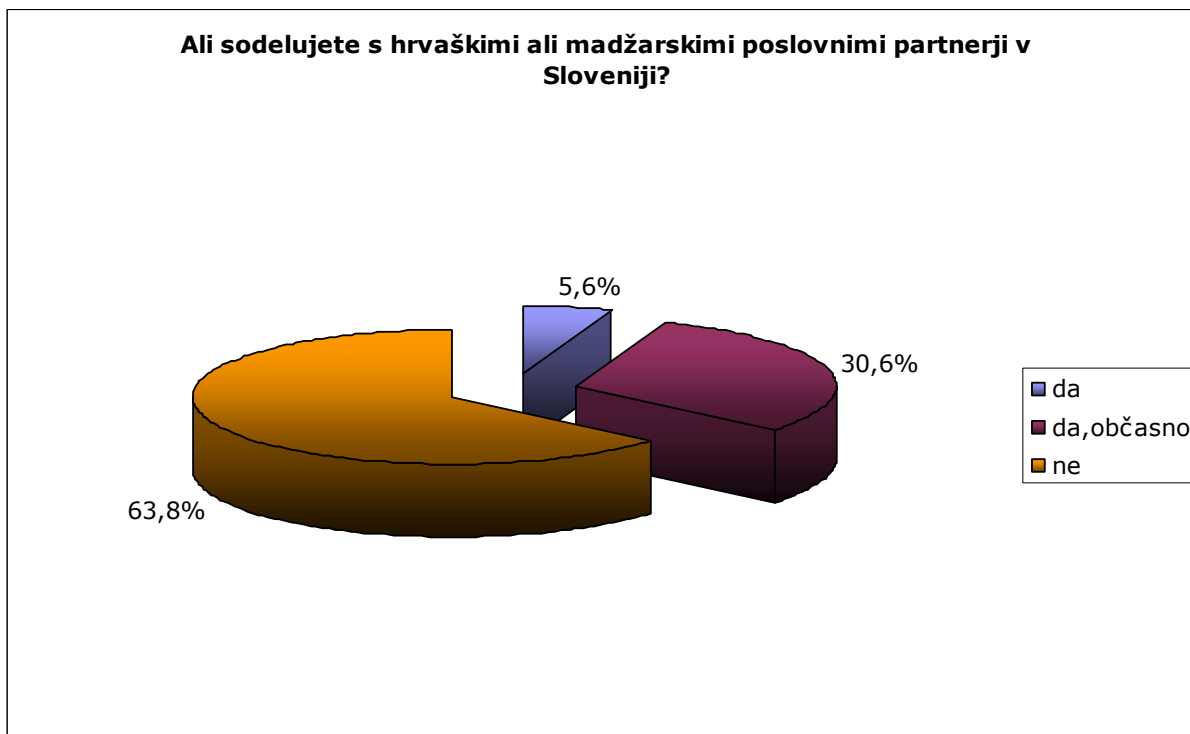
Anketirana podjetja se v enakih odstotkih odločajo za to ali se občasno povezujejo s tujimi partnerji na trgih Madžarske in Hrvaške (30,3%). 39,4% anketiranih podjetij se pri nastopu na trgih Hrvaške in Madžarske ne povezuje s tujimi partnerji.

**Graf 11: Ali sodelujete s hrvaškimi ali madžarskimi poslovnimi partnerji v Sloveniji?**

Projekt delno financira Evropska unija v okviru Programa pobude Skupnosti INTERREG IIIA Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006.  
Organ upravljanja Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006 je Služba Vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko  
Za vsebino dokumenta je odgovoren Razvojni center Lendava in v nobenem primeru ne odraža stališča Evropske unije.



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



Vir: Raziskava.

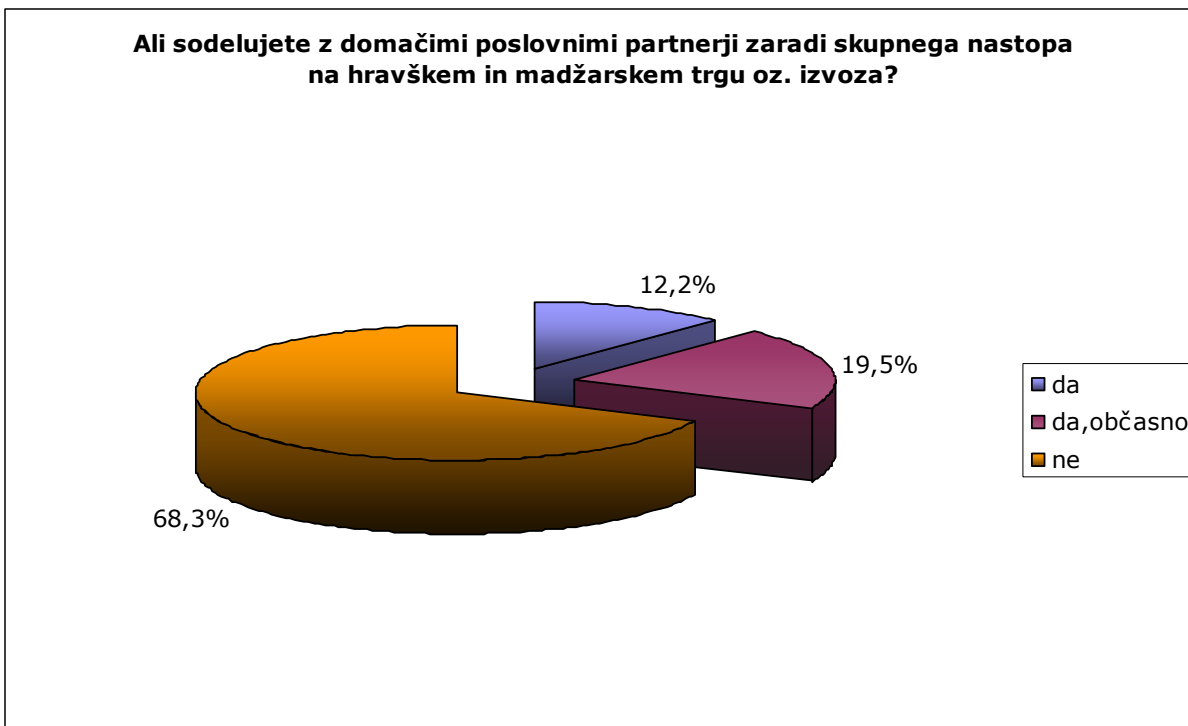
Večina od anketiranih podjetij na sodeluje s hrvaškimi ali madžarskimi v Sloveniji (63,8%), kar kaže na to, da obstaja še veliko možnosti za obojestransko povečevanje gospodarskega sodelovanja. 30,6% anketiranih podjetij, ki so odgovorila na vprašanje se občasno povezuje s hrvaškimi ali madžarskimi podjetji v Sloveniji, le 5,6% slovenskih podjetij pa se stalno povezuje s hrvaškimi ali madžarskimi podjetji pri poslovanju v Sloveniji.

### **Graf 12: Ali sodelujete z domačimi poslovnimi partnerji zaradi skupnega nastopa na hrvaškem in madžarskem trgu oziroma izvoza?**

Projekt delno financira Evropska unija v okviru Programa pobude Skupnosti INTERREG IIIA Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006.  
Organ upravljanja Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006 je Služba Vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko  
Za vsebino dokumenta je odgovoren Razvojni center Lendava in v nobenem primeru ne odraža stališča Evropske unije.



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



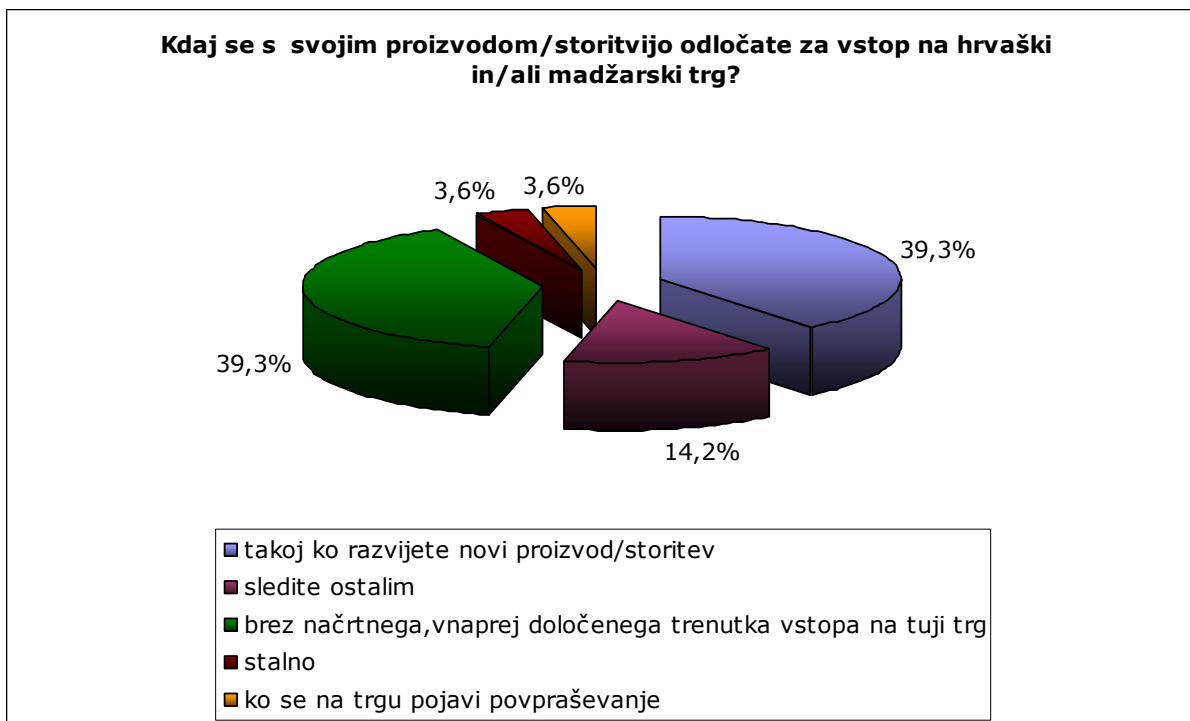
Vir: Raziskava

Večina anketiranih podjetij (68,3%) ne sodeluje z domačimi partnerji zaradi skupnega nastopa na sosednjih, obmejnih trgih Hrvaške in Madžarske, iz česar je razvidno, da obstaja še veliko možnosti prav na področju povezovanja in skupnega nastopa na sosednjih trgih. Občasno se z domačimi partnerji zaradi skupnega nastopa povezuje 19,5% podjetij, stalno pa 12,2% anketiranih podjetij.



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 13: Kdaj se s svojim proizvodom/storitvijo odločate za vstop na hrvaški in/ali madžarski trg?**



Vir: Raziskava

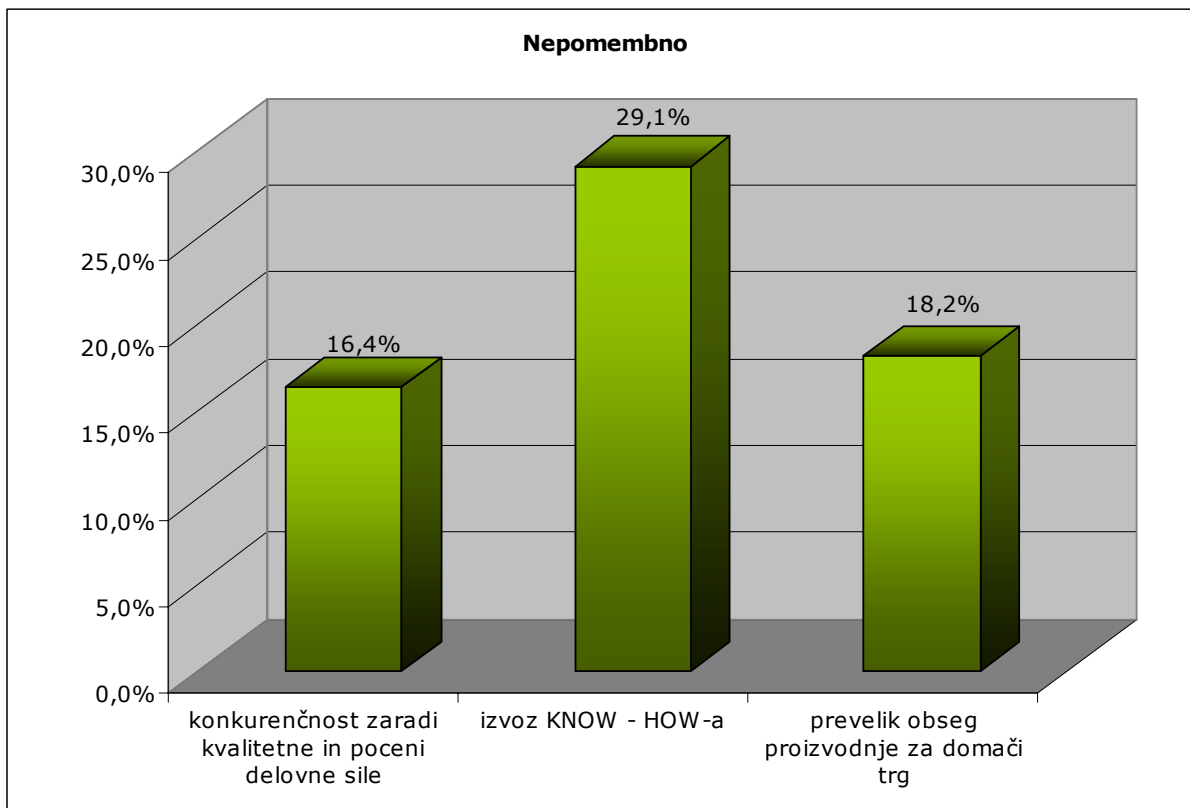
39,3% anketiranih podjetij se odloči za vstop na sosednje obmejne trge takoj ko razvije novi proizvod ali storitev, enako je število tistih podjetij, ki vstopajo na sosednje trge brez načrtnega, vnaprej določenega trenutka. Sledijo tista podjetja (14,2%), ki sledijo ostalim, ki so se odločili za vstop na navedene trge, ostali (3,6%) pa vstopajo na te trge stalno oziroma, ko se pojavi povpraševanje, ki ga lahko zadovoljijo.

**Graf 14: Kateri so vaši motivi za vstop na sosednje trge? (nepomembni)**

Projekt delno financira Evropska unija v okviru Programa pobude Skupnosti INTERREG IIIA Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006.  
Organ upravljanja Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006 je Služba Vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko  
Za vsebino dokumenta je odgovoren Razvojni center Lendava in v nobenem primeru ne odraža stališča Evropske unije.



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

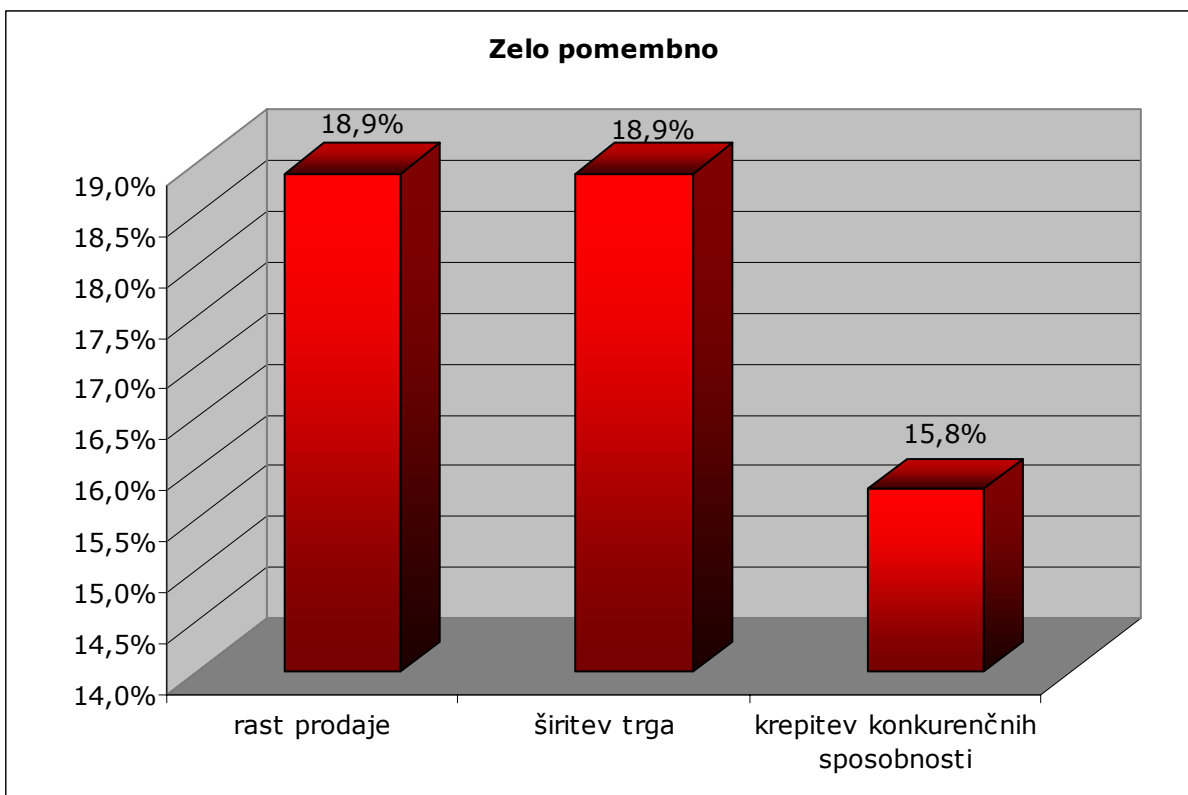


Vir: Raziskava

Anketiranim podjetjem se najbolj kot najbolj nepomembni motivi za vstop na tuje trge zdi izvoz KNOW-HOW (29,1%), prevelik obseg proizvodnje za domači trg (18,2%) in konkurenčnost zaradi kakovostne in poceni delovne sile.



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju  
**Graf 15: Kateri so vaši motivi za vstop na tuje trge? (zelo pomembni)**



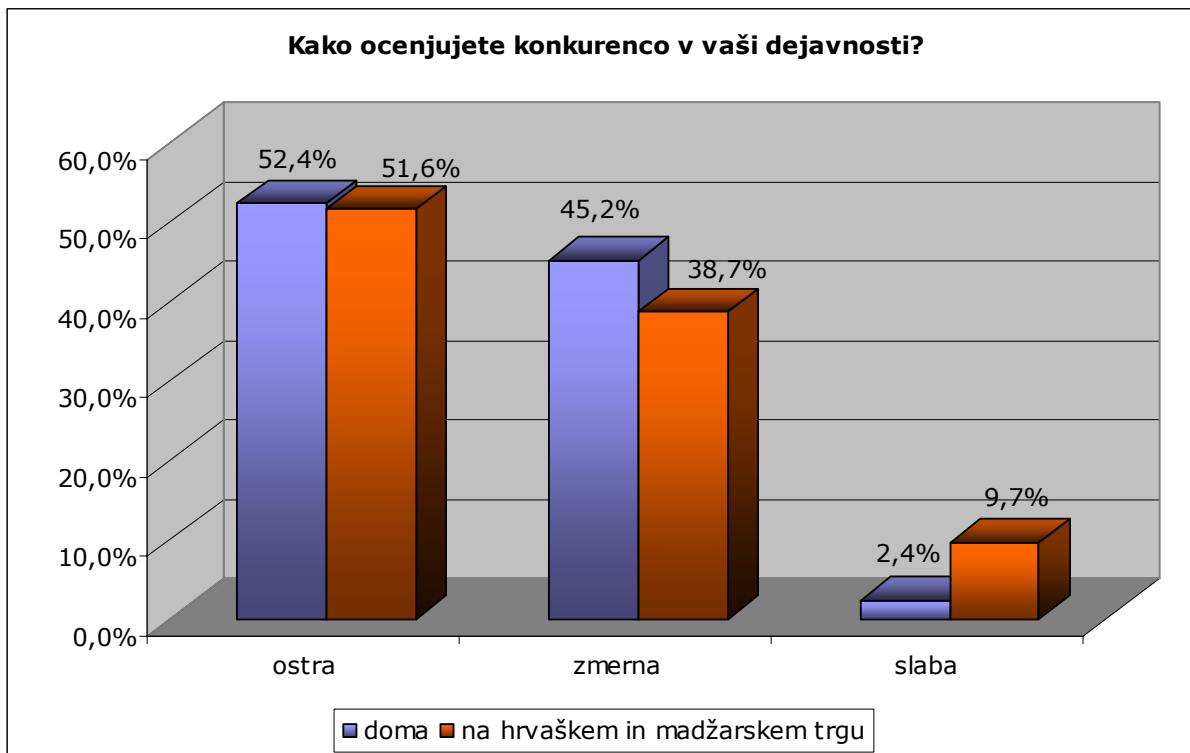
Vir: Raziskava

Najpomembnejši motivi za vstop na obravnavane sosednje tuje trge sta rast prodaje in širitev trga (18,9%) ter krepitev konkurenčnih sposobnosti (15,8%).



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 16: Kako ocenjujete konkurencu v vaši dejavnosti?**

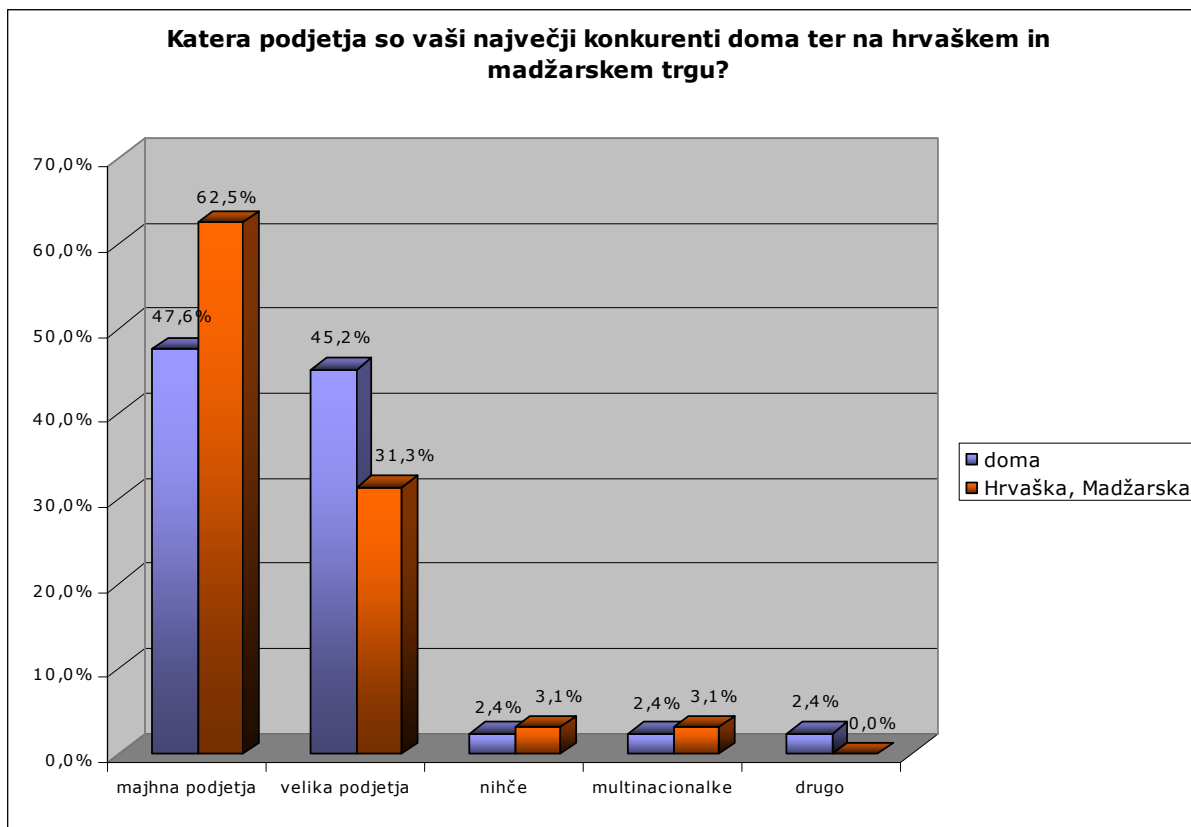


Vir: Raziskava

Anketirana podjetja ocenjujejo konkurencu tako doma (52,4%), kakor tudi na hrvaškem in madžarskem trgu (51,6%) kot ostro, nekaj manj je takih, ki jo opredeljujejo kot zmerno (45,2% doma) in 38,7% na obravnavanih tujih trgih, le zelo malo anketiranih podjetij konkurencu tako na domačem kakor tudi na sosednjih trgih Hrvaške in Madžarske ocenjujejo kot slabo (2,4% oziroma 9,7%), kar pomeni, da je konkurencu vse večja na vseh področjih in v vseh državah sveta, kar je vsekakor tudi vpliv pospešena globalizacije.



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju  
**Graf 17: Katera podjetja so vaši največji konkurenti doma ter na hrvaškem in madžarskem trgu?**

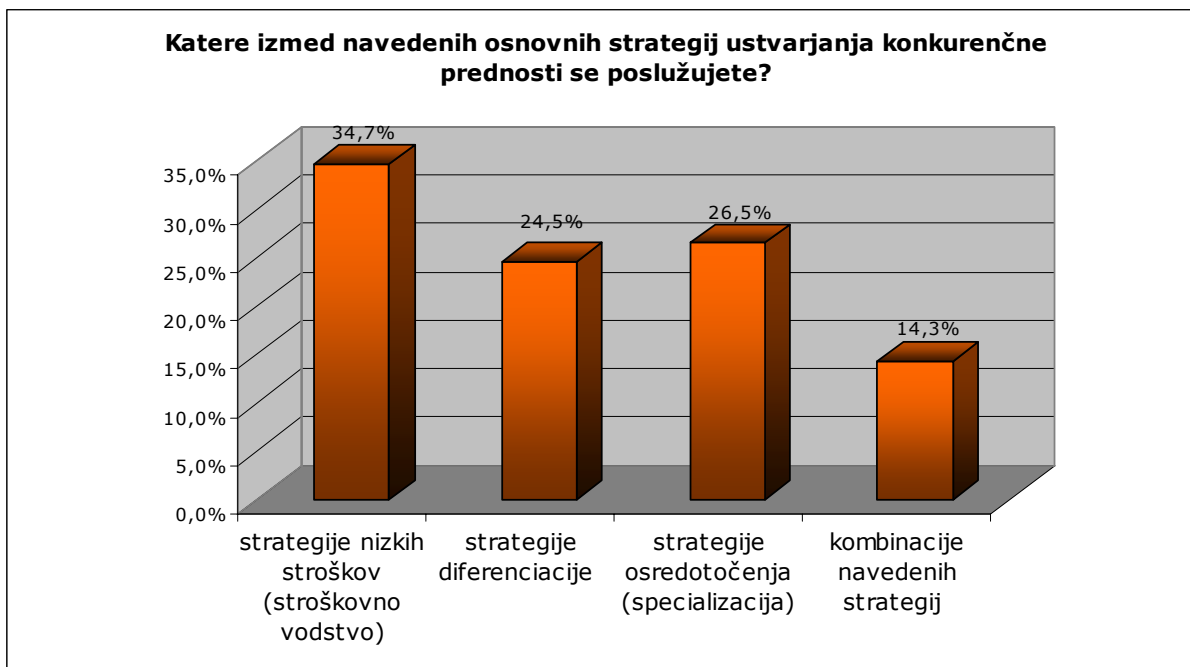


Vir: Raziskava

V obeh primerih (doma in na obravnavanih tujih trgih) so anketiranim podjetjem največji konkurenti mala podjetja (47,6% oziroma 62,5%), sledijo pa jim velika podjetja (45,2% oziroma 31,3%). Ostali konkurenti ne dosegajo več kot 3%.



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju  
**Graf 18: Katere izmed navedenih osnovnih strategij ustvarjanja konkurenčne prednosti se poslužujete?**



Vir: Raziskava

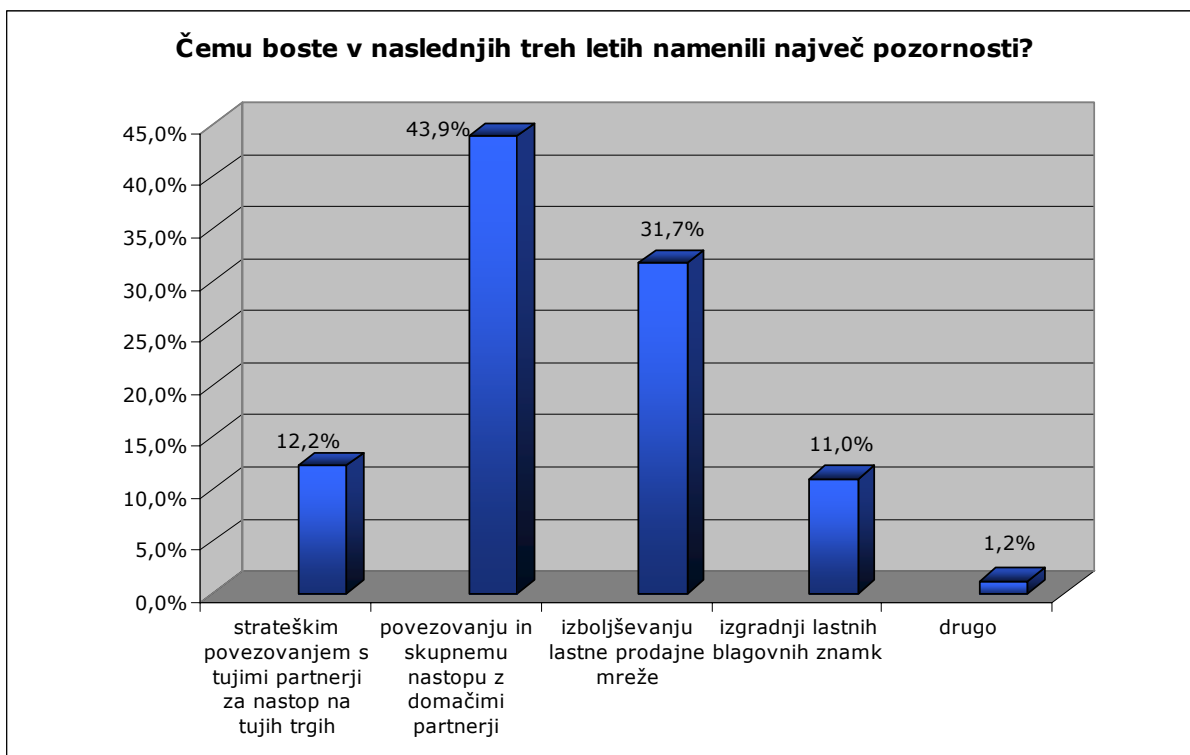
Največ anketiranih podjetij se pri ustvarjanju konkurenčne prednosti poslužuje strategije nizkih stroškov – stroškovno vodstvo (34,7%), sledijo jim tista, ki se poslužujejo strategijo osredotočenja in diferenciacije (26,5% oziroma 24,5%).

**Graf 19: Čemu boste v naslednjih treh letih namenili največ pozornosti?**

Projekt delno financira Evropska unija v okviru Programa pobude Skupnosti INTERREG IIIA Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006.  
Organ upravljanja Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006 je Služba Vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko  
Za vsebino dokumenta je odgovoren Razvojni center Lendava in v nobenem primeru ne odraža stališča Evropske unije.



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



Vir: Raziskava

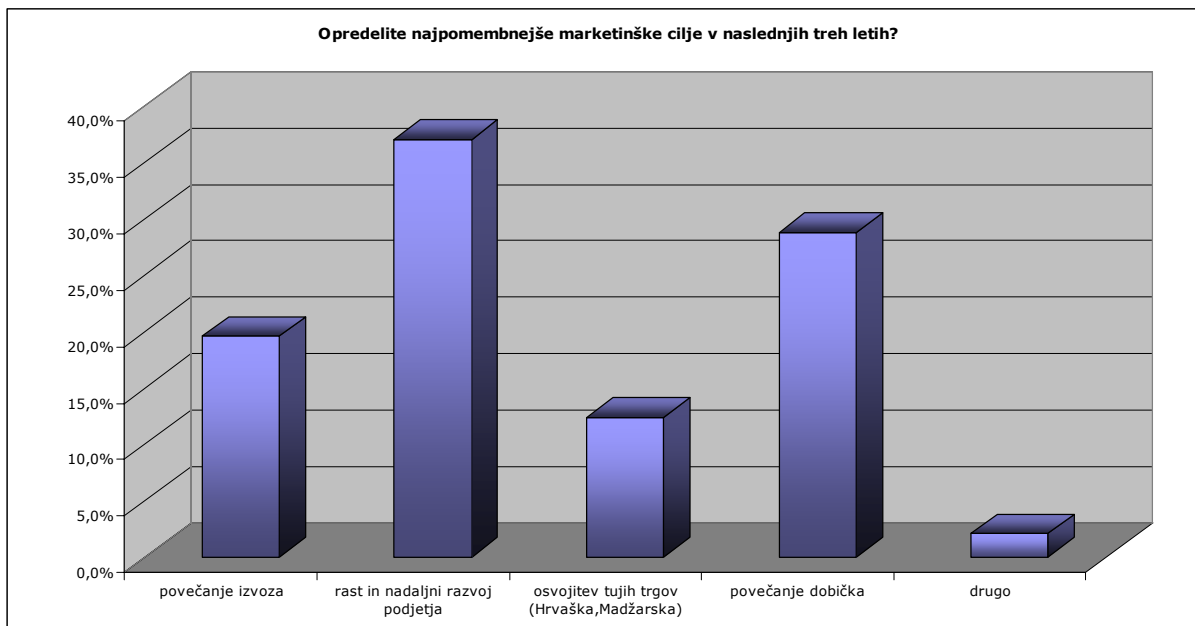
Večina anketiranih podjetij (43,9%) bo v naslednjih letih namenilo največ pozornosti povezovanju in skupnemu nastopanju z domačimi partnerji na izbranih tujih trgih, temu sledi izboljševanje lastne prodajne mreže (31,7%) ter strateško povezovanje s tujimi partnerji pri nastopu na tujih trgih (12,2%) in izgradnji lastnih blagovnih znamk (11,0%). Iz tega je razvidno, da so podjetja spoznala, da skupaj lažje nastopajo na tujih trgih in se na njih tudi lažje obdržijo.

### Graf 20: Opredelite najpomembnejše marketinške cilje v naslednjih treh letih?

Projekt delno financira Evropska unija v okviru Programa pobude Skupnosti INTERREG IIIA Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006.  
Organ upravljanja Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006 je Služba Vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko  
Za vsebino dokumenta je odgovoren Razvojni center Lendava in v nobenem primeru ne odraža stališča Evropske unije.



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



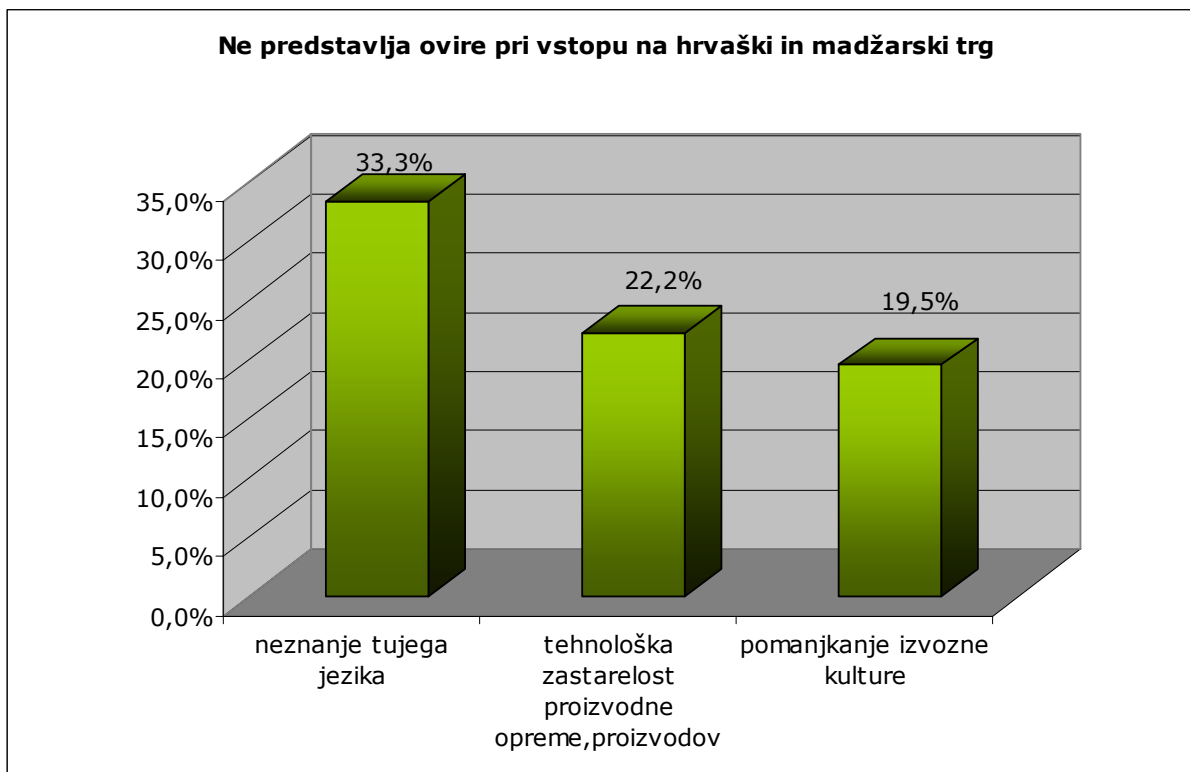
Vir: Raziskava

Rast in nadaljni razvoj podjetja (37,1%) ter povečanje dobička (28,8%) sta najpomembnejša marketinška cilja za anketirana podjetja, ki so odgovorila na zastavljeno vprašanje. Sledijo jim povečanje izvoza (19,6%), osvojitvev tujih trgov – Madžarska, Hrvaška (12,4%). Dobljeni rezultati kažejo, da se večina podjetij zaveda, da je domači trg premajhen tudi za njih in njihove proizvode/storitve, kakovost in stik s konkurenco pa je lažje ohraniti tudi tako, da se na tujih trgih in tudi domačem trgu z njo srečuješ in spremljaš njen razvoj.

## C/ Ovine in problemi pri internacionalizaciji poslovanja



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju  
**Graf 21: Ne predstavlja ovire pri internacionalizaciji poslovanja (Hrvaška, Madžarska)**



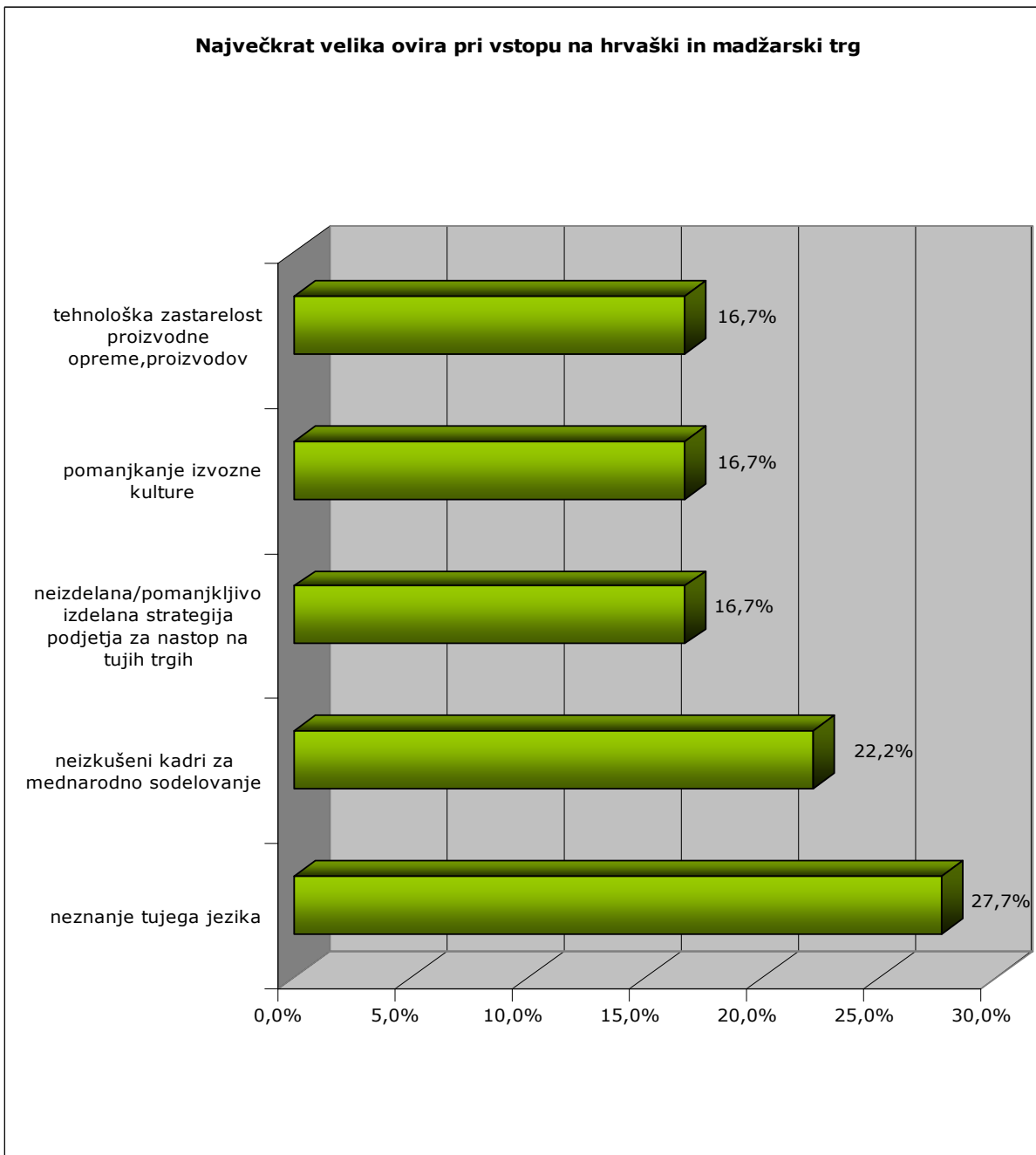
Vir: Raziskava

Najmanjše ovire pri internacionalizaciji poslovanja predstavljajo anketiranim podjetjem, ki so odgovorila na vprašanje neznanje tujega jezika (33,3%), sledi jim tehnološka zastarelost proizvodne opreme oziroma proizvodov (22,2%) in pomanjkanje izvozne kulture (19,5%).

**Graf 22: Predstavlja velike ovire pri vstopu na hrvaški in madžarski trg**



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



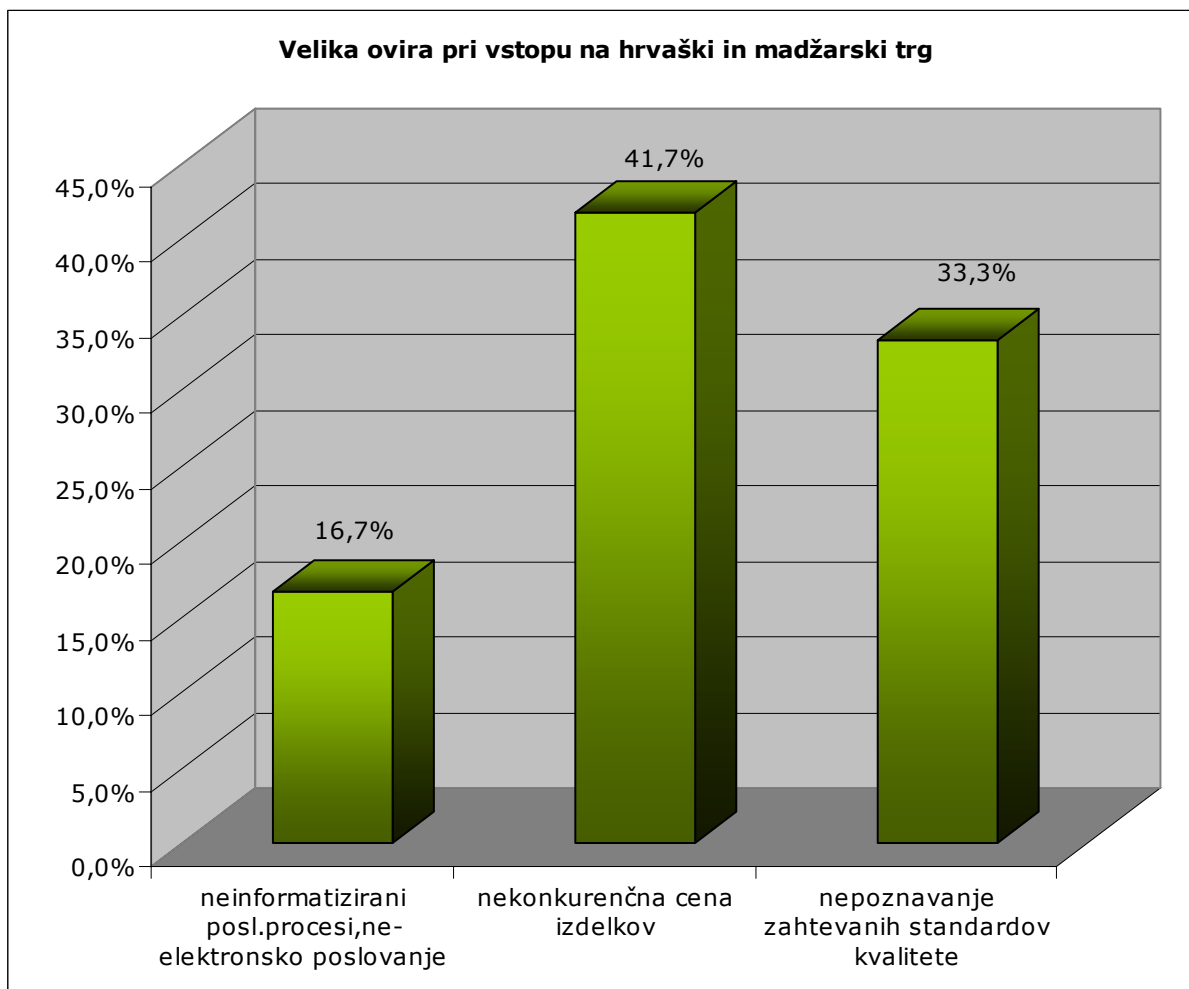
Vir: Raziskava

Kot največjo oviro pri vstopu na sosednje trge Hrvaške in Madžarske so podjetja navedla neznanje tujega jezika (27,7%), sledijo jim neizkušeni kadri 22,2% ter pomanjkljivo ali slabo



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju izdelana marketinška strategija, pomanjkanje izvozne kulture in tehnološka zastarelost proizvodne opreme oziroma proizvodov (16,7%).

**Graf 23: Predstavlja velike ovire pri vstopu na hrvaški in madžarski trg**



Vir: raziskava

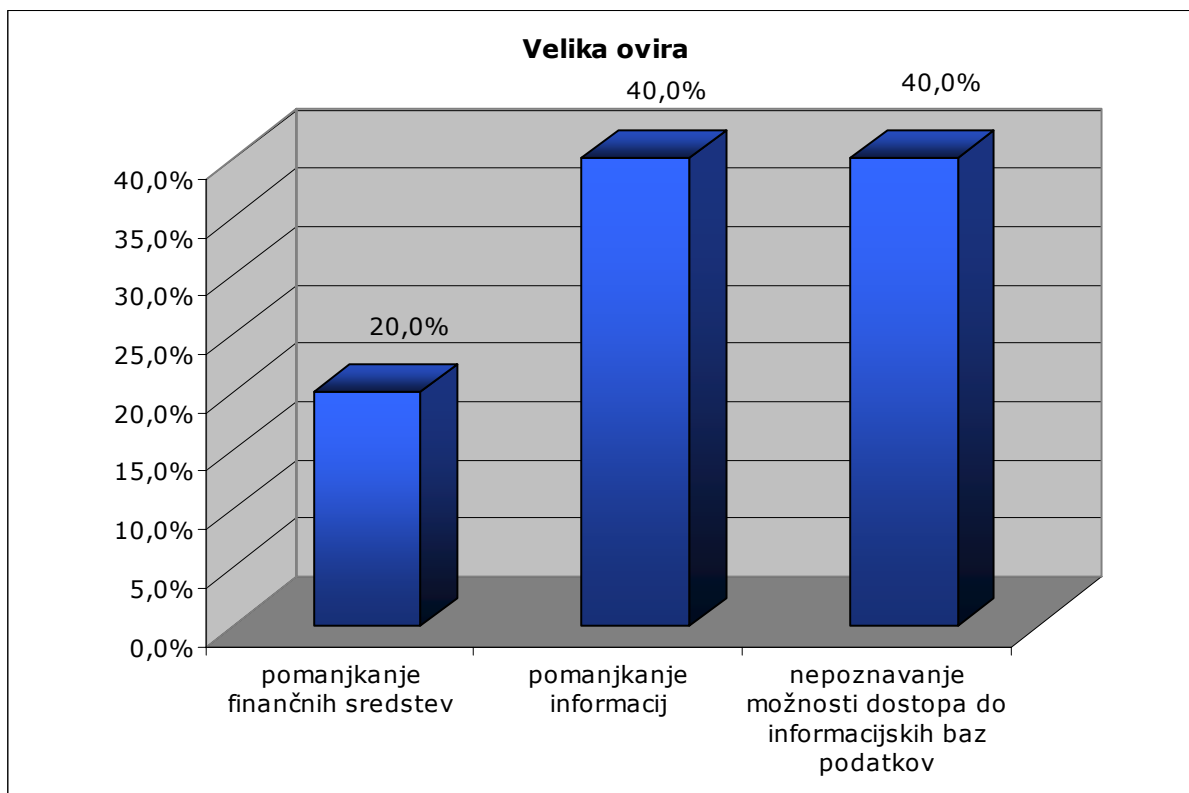
Velike ovire pri vstopu na hrvaški in madžarski trg pa po mnenju anketiranih podjetij predstavljajo nekonkurenčna cena proizvodov/storitev (41,7%), sledi jim nepoznavanje

zahtevanih standardov kakovosti (33,3%) in ne-informatizirani poslovni procesi, ne-elektronsko poslovanje (16,7%).



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 24: Predstavlja velike ovire pri vstopu na hrvaški in madžarski trg**

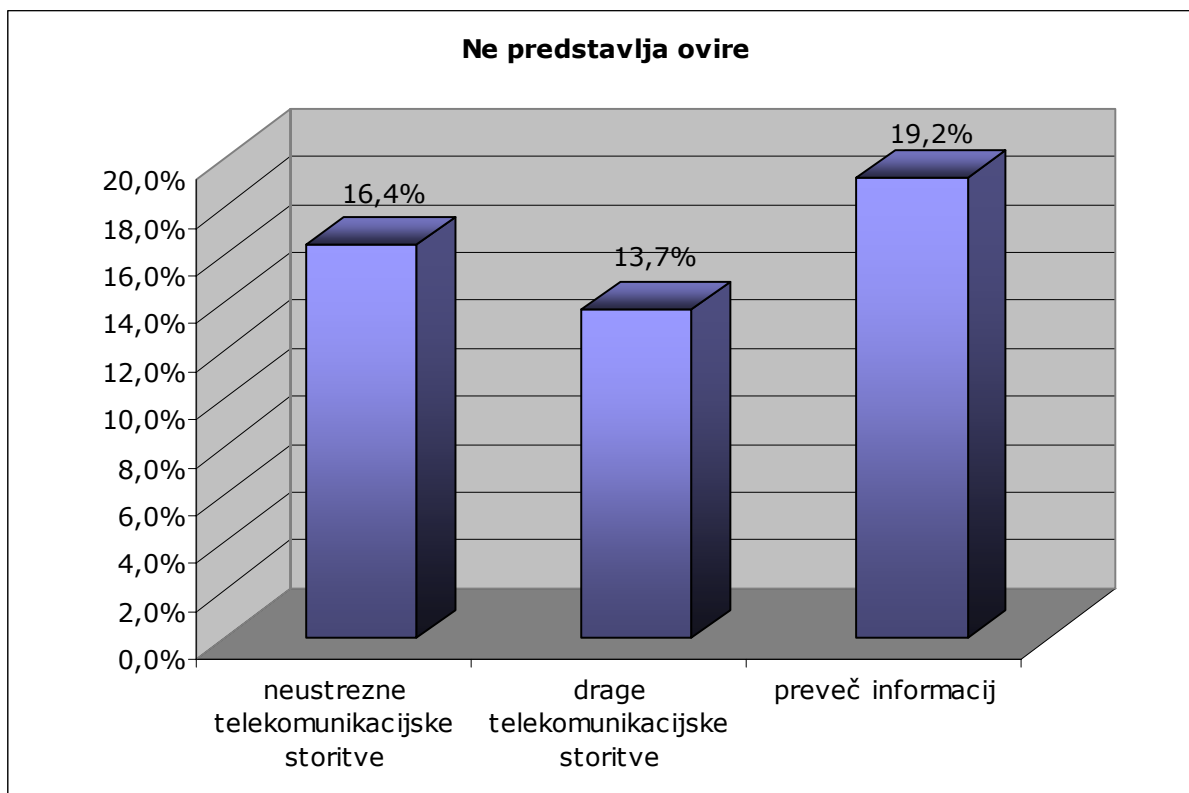


Vir: Raziskava

Ovire pri vstopu na hrvaški in madžarski trg predstavljajo tudi pomanjkanje informacij in nepoznavanje možnosti dostopa do informacijskih baz podatkov (40,0%), kakor tudi pomanjkanje finančnih sredstev (20,0%).



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju  
**Graf 25: Na katere ovire najpogosteje naletite v poslovnem okolju pri vstopu na hrvški in madžarski trg? (na predstavlja ovire)**

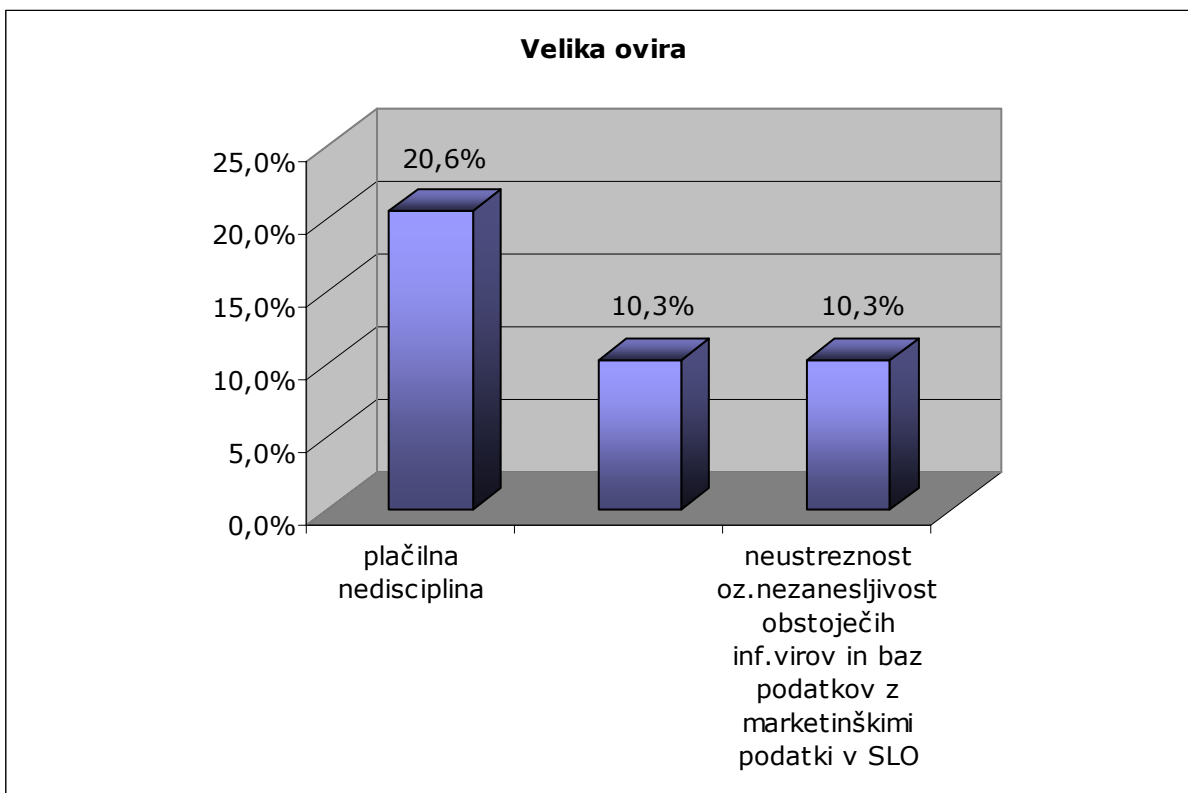


Vir: Raziskava

Ovir pri vstopu na trge Madžarske in Hrvaške ne predstavlja preveč informacij (19,2%), neustrezne telekomunikacijske storitve (16,4%) in drage telekomunikacijske storitve (13,7%).



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju  
**Graf 26: Na katere ovire najpogosteje naletite v poslovnem okolju pri vstopu na hrvaški in madžarski trg? (velike ovire)**



Vir: raziskava

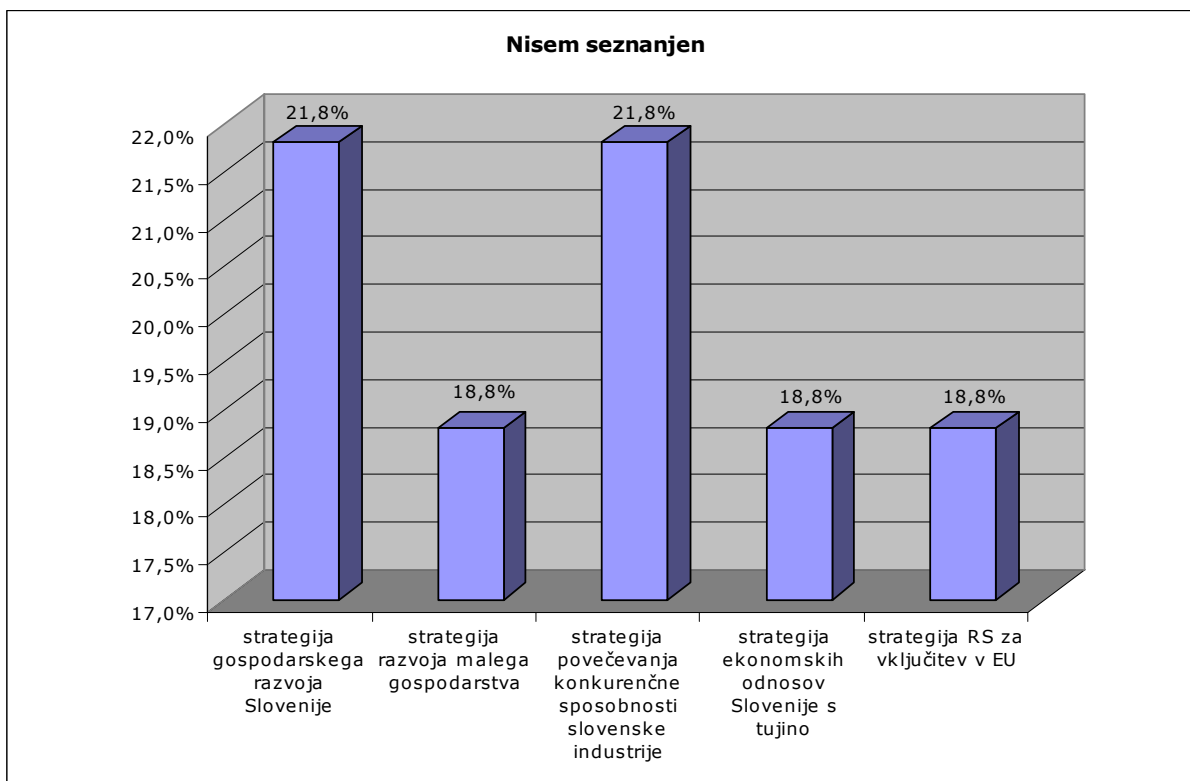
Najveće ovire v poslovnem okolju pri vstopu na hrvaški in madžarski trg predstavljajo plaćilna nedisciplina (20,6%), sledijo pa drage svetovalne storitve in neustreznost oziroma nezanesljivost obstojećih informacijskih virov in baz podatkov (10,3%). Ostale ovire ne presegajo 5%.



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

## D/ Pričakovana pomoč, poslovne informacije in storitve

**Graf 27: Kako dobro ste seznanjeni z naslednjimi nacionalnimi strategijami?**

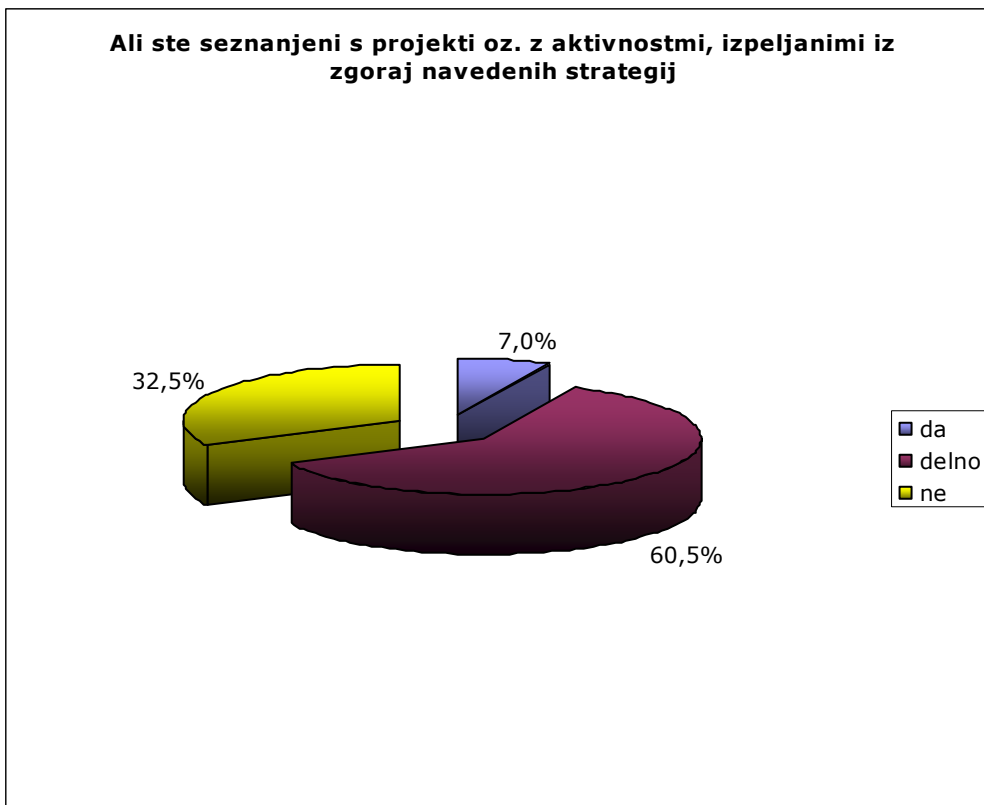


Vir: Raziskava

Največ anketiranih podjetij, ki je odgovorilo na vprašanje je seznanjeno s Strategijo gospodarskega razvoja Slovenije in Strategijo povečevanja konkurenčne sposobnosti slovenske industrije (21,8%), sledijo jim seznanjenost s Strategijo razvoja malega gospodarstva, Strategijo ekonomskih odnosov s tujino in Strategijo RS za vključitev v EU (18,8%).



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju  
**Graf 28: Ali ste seznanjeni s projekti oziroma z aktivnostmi, izpeljanimi iz zgoraj navedenih strategij?**

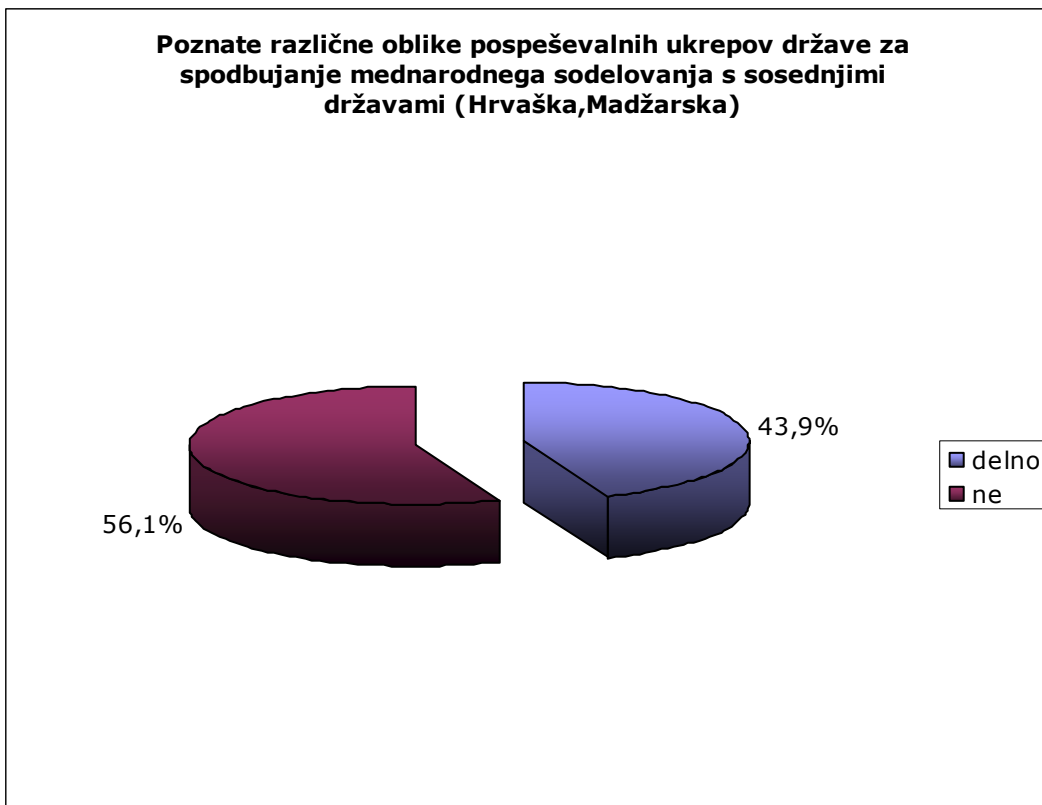


Vir: Raziskava

Večina anketiranih podjetij je delno seznanjena s projekti in aktivnostmi (60,5%), 32,5% z njimi ni seznanjena, 7,0% podjetij pa je z njimi dobro seznanjena.



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju  
**Graf 29: Poznate različne oblike pospeševalnih ukrepov države za spodbujanje mednarodnega sodelovanja s sosednjimi državami (Hrvaška, Madžarska)?**



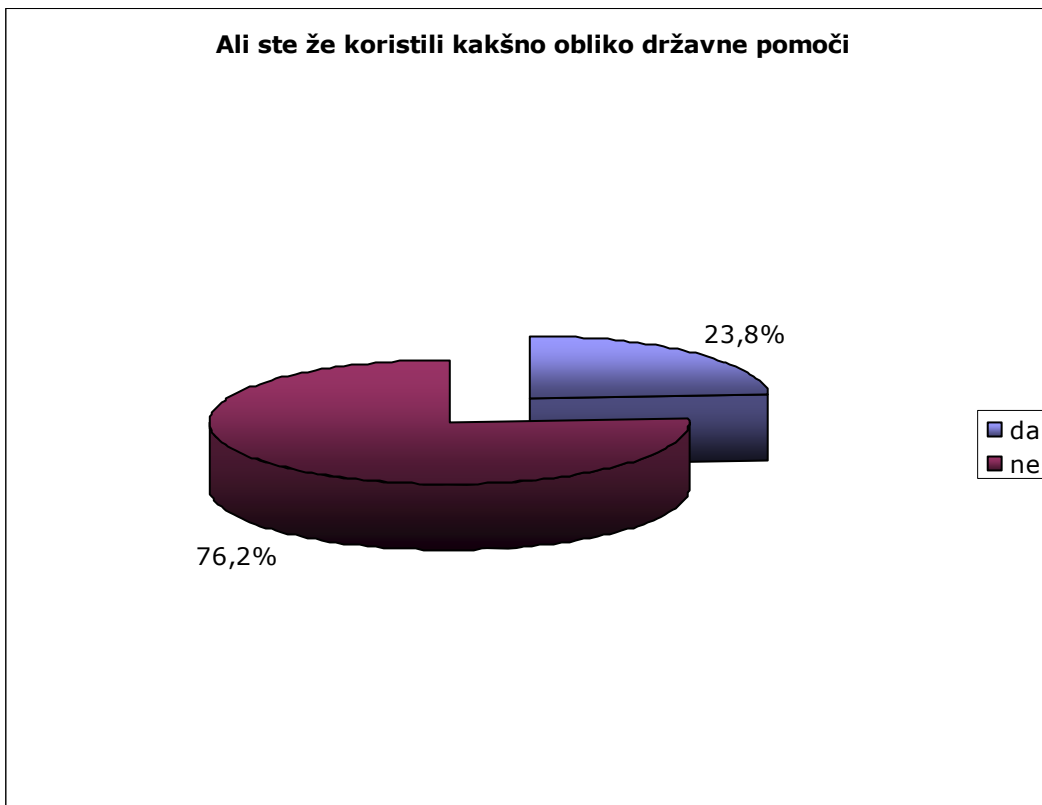
Vir: Raziskava

Večina anketiranih podjetij ne pozna različnih oblik pospeševalnih ukrepov države za spodbujanje mednarodnega sodelovanja (56,1%), 43,9% pa jih te ukrepe pozna le delno.



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 30: Ali ste že koristili kakšno obliko državne pomoči?**

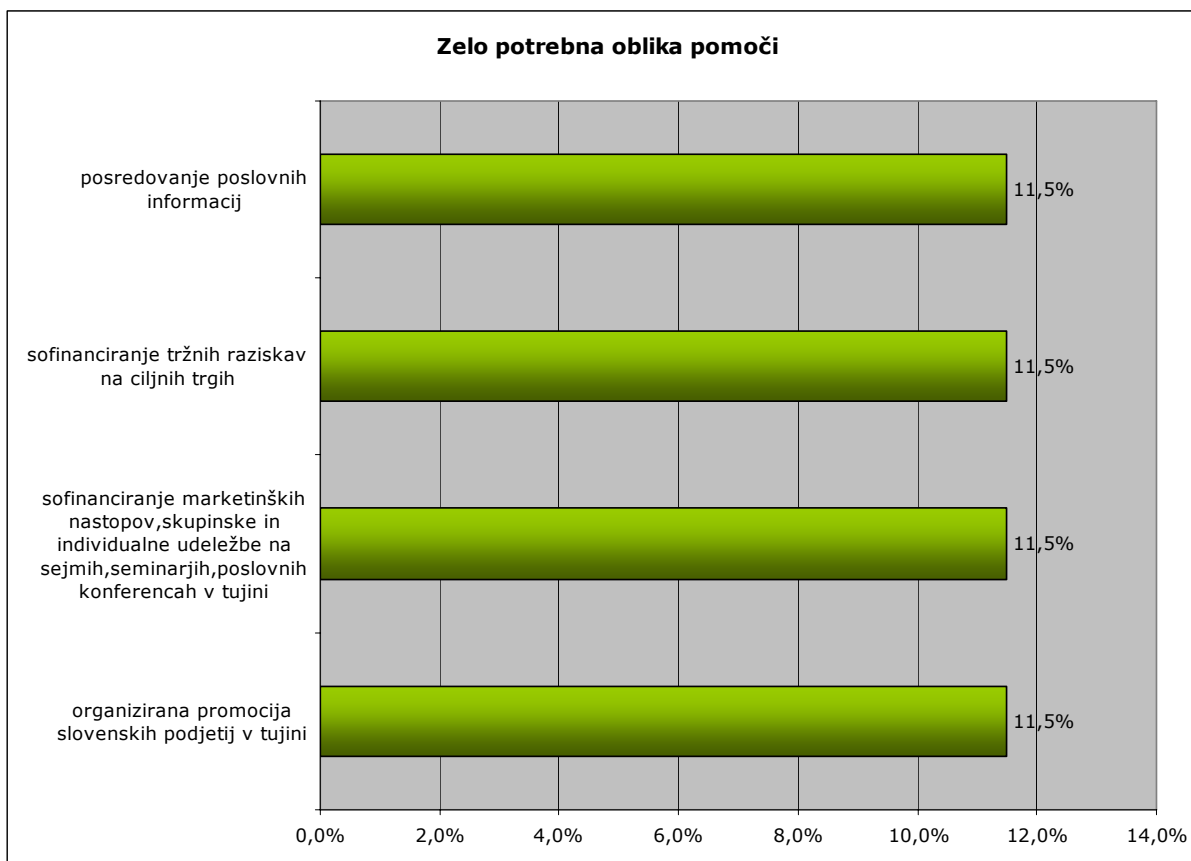


Vir: Raziskava

Večina anketiranih podjetij, ki so odgovorila na vprašanje še ni koristila državne pomoči 76,2%, le 23,8% anketiranih podjetij je že koristilo kakšno izmed državnih pomoči.



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju  
**Graf 31: Na nacionalnem nivoju je možno zaslediti naslednje oblike pomoči izvezno usmerjenim podjetjem. Katere so za vas zelo potrebne oblike pomoči?**



Vir: Raziskava

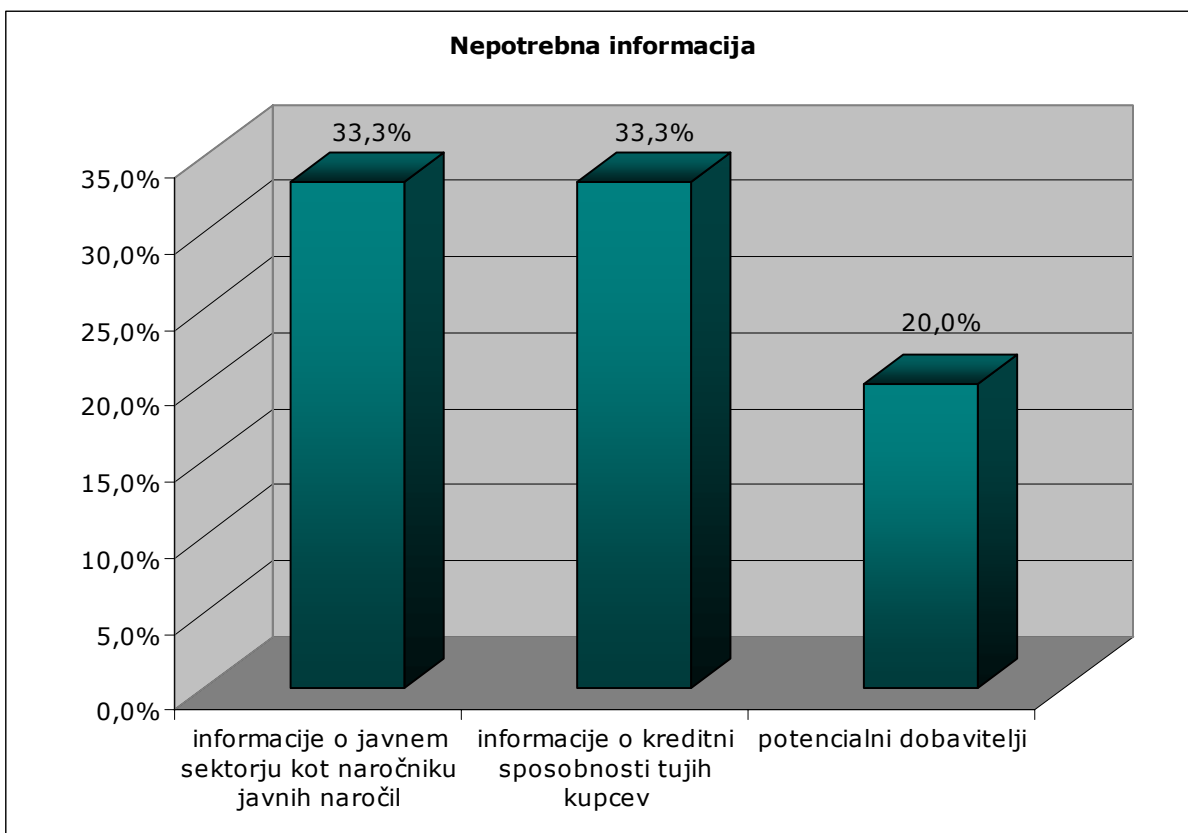
Zelo potrebne oblike pomoči za anketirane podjetje so posredovanje poslovnih, sofinanciranje tržnih raziskav, sofinanciranje marketinških nastopov, skupinske in individualne udeležbe na sejnih, seminarjih, poslovnih konferencah v tujini in organizirana promocija podjetij v tujin. Ostale oblike zelo potrebne pomoči so bile neznatne.



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

## POSLOVNE INFORMACIJE

**Graf 32: Kakšno vrsto informacij najmanj potrebujete?**



Vir: Raziskava

Po navedbah anketiranih podjetij so najbolj nepotrebne poslovne informacije o javnem sektorju kot naročniku javnih naročil in informacije o kreditni sposobnosti tujih kupcev (33,3%). Sledijo jim informacije o potencialnih dobaviteljih z 20,0%.

**Graf 33: Kakšno vrsto informacij najbolj potrebujete?**

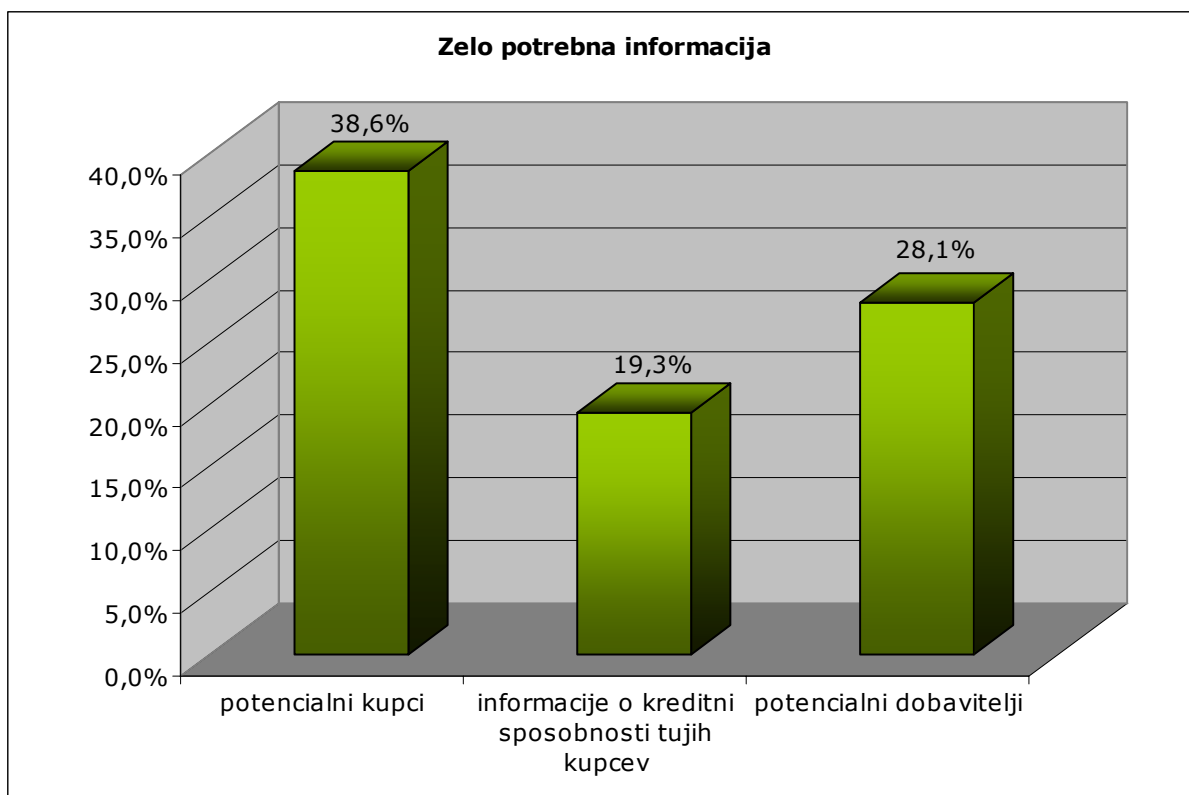
Projekt delno financira Evropska unija v okviru Programa pobude Skupnosti INTERREG IIIA Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006.

Organ upravljanja Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006 je Služba vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko

Za vsebino dokumenta je odgovoren Razvojni center Lendava in v nobenem primeru ne odraža stališča Evropske unije.



## Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



Vir: Raziskava

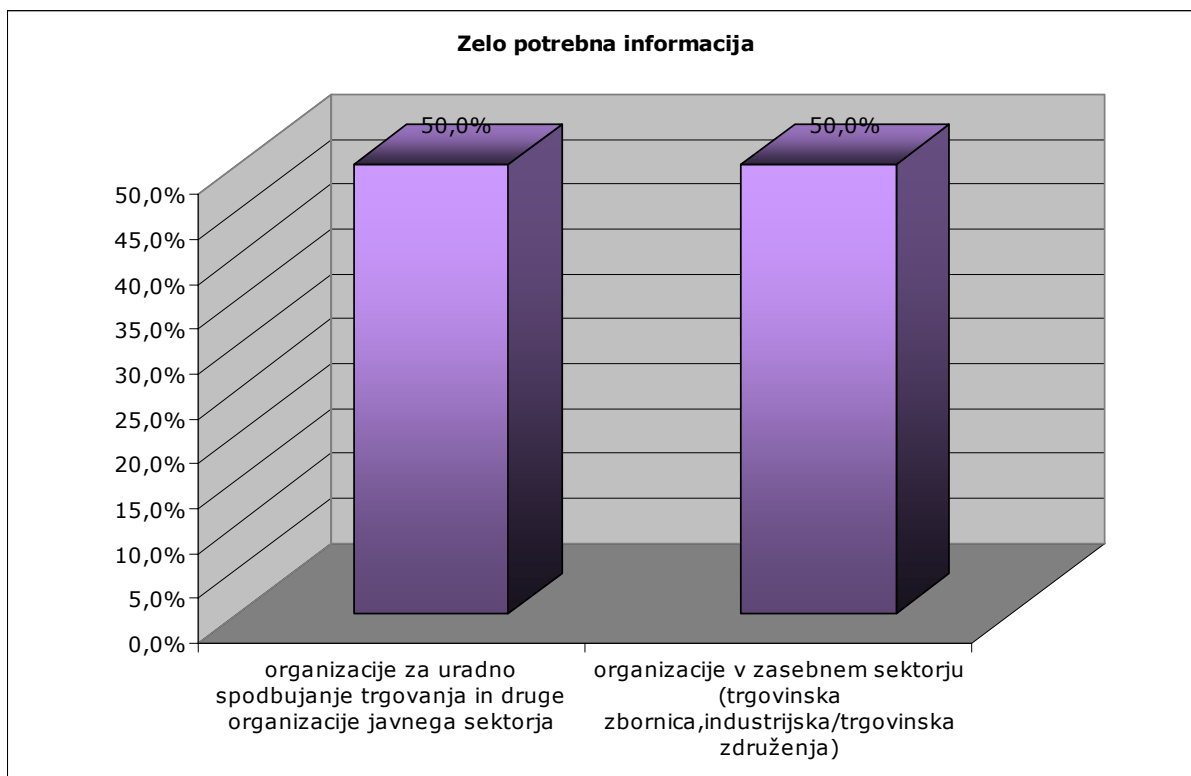
Na isto vprašanje o najbolj potrebnih informacijah pa so anketirana podjetja navedla, da najbolj potrebujejo informacije o potencialnih kupcih (38,6), informacije o potencialnih dobaviteljih (28,1%) in informacije o kreditni sposobnosti tujih kupcev (19,3%).

## INSTITUCIJE, TRGOVINSKE ORGANIZACIJE



## Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 34: Kakšno vrsto informacij potrebujete?**



Vir: Raziskava

Anketirana podjetja najbolj potrebujejo informacije o organizacijah za uradno spodbujanje trgovanja in druge organizacije javnega sektorja, kakor tudi organizacije v zasebnem sektorju (trgovina, zbornice, združenja itd.).

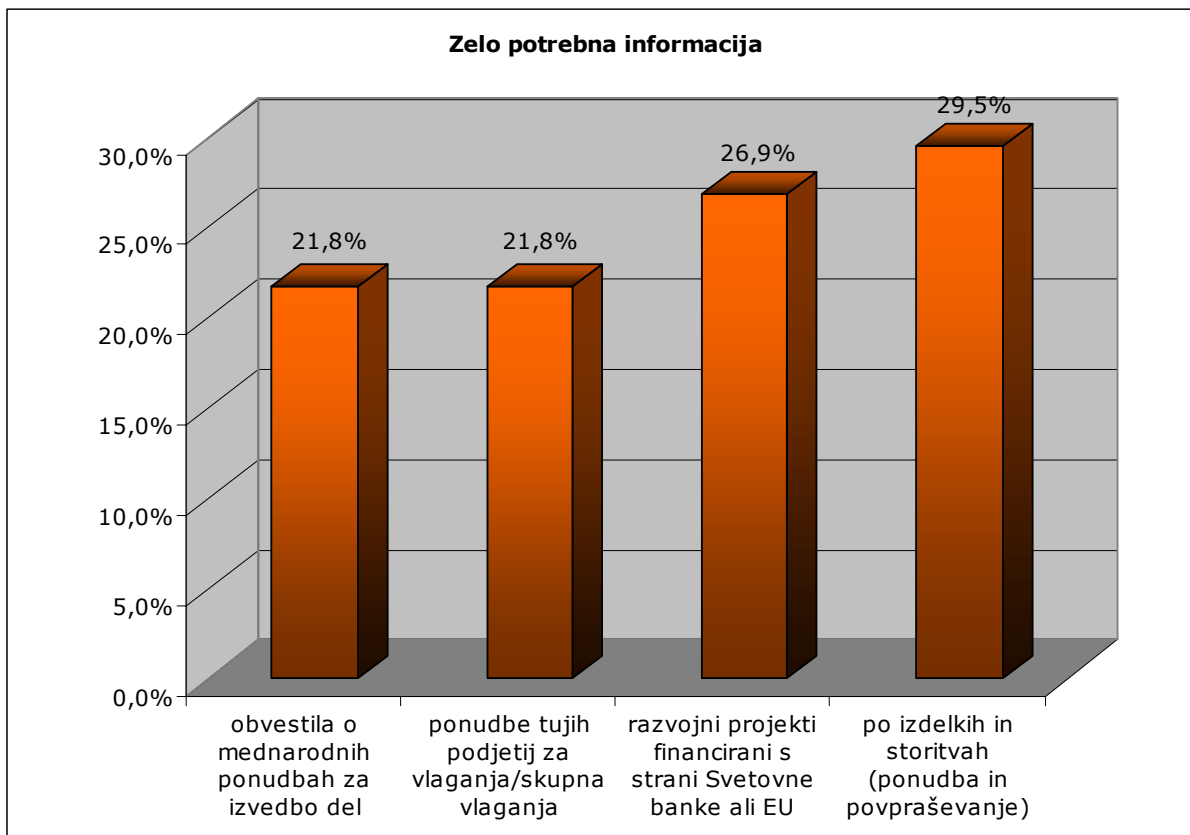
## POSLOVNE PRILOŽNOSTI

Projekt delno financira Evropska unija v okviru Programa pobude Skupnosti INTERREG IIIA Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006.  
Organ upravljanja Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006 je Služba vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko  
Za vsebino dokumenta je odgovoren Razvojni center Lendava in v nobenem primeru ne odraža stališča Evropske unije.



## Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 35: Kakšno vrsto informacij najbolj potrebujete?**



Vir: Raziskava

Anketirana podjetja na področju poslovnih priložnosti najbolj potrebujejo informacije o proizvodih in storitvah – ponudba in povpraševanje (29,5%), sledijo jim informacije s področja razvojnih projektov financiranih s strani Svetovne banke ali EU (26,9%) ter ponudbe tujih podjetij za skupna vlaganja in obvestila o mednarodnih ponudbah za izvedbo del (21,8%).

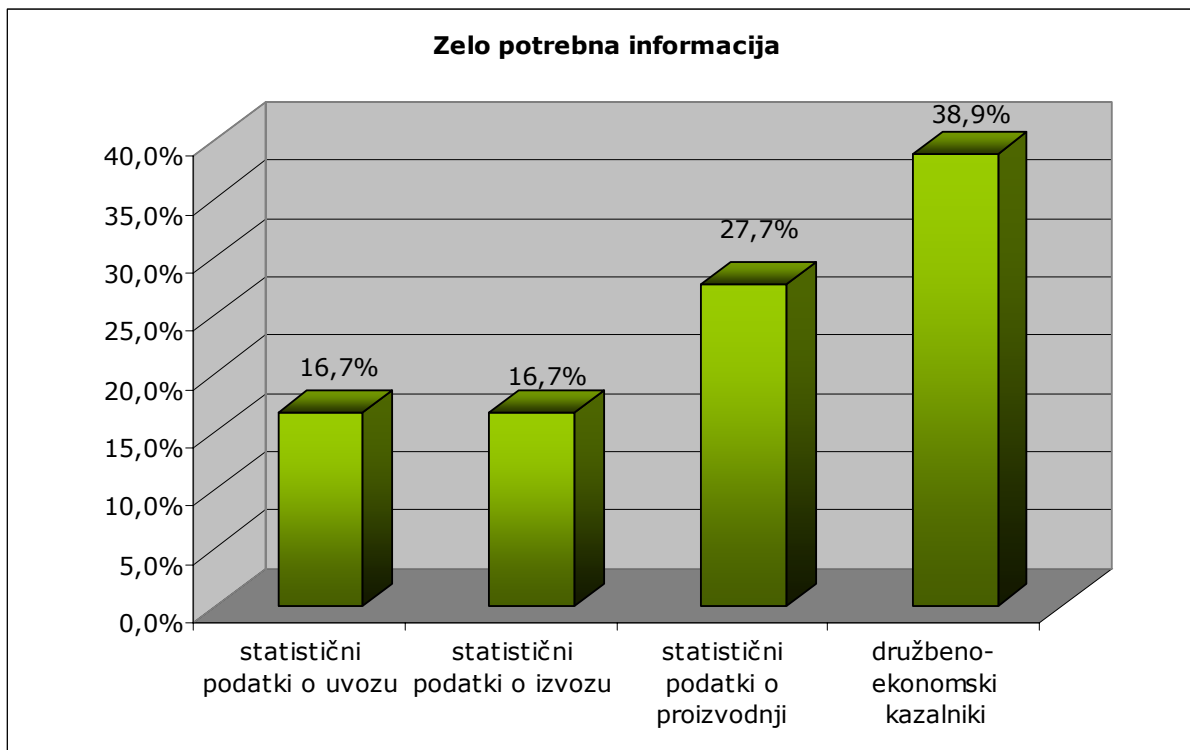
## STATISTIČNI PODATKI

Projekt delno financira Evropska unija v okviru Programa pobude Skupnosti INTERREG IIIA Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006.  
Organ upravljanja Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006 je Služba Vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko  
Za vsebino dokumenta je odgovoren Razvojni center Lendava in v nobenem primeru ne odraža stališča Evropske unije.



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 36: Kakšno vrsto informacij najbolj potrebujete?**



Vir: Raziskava

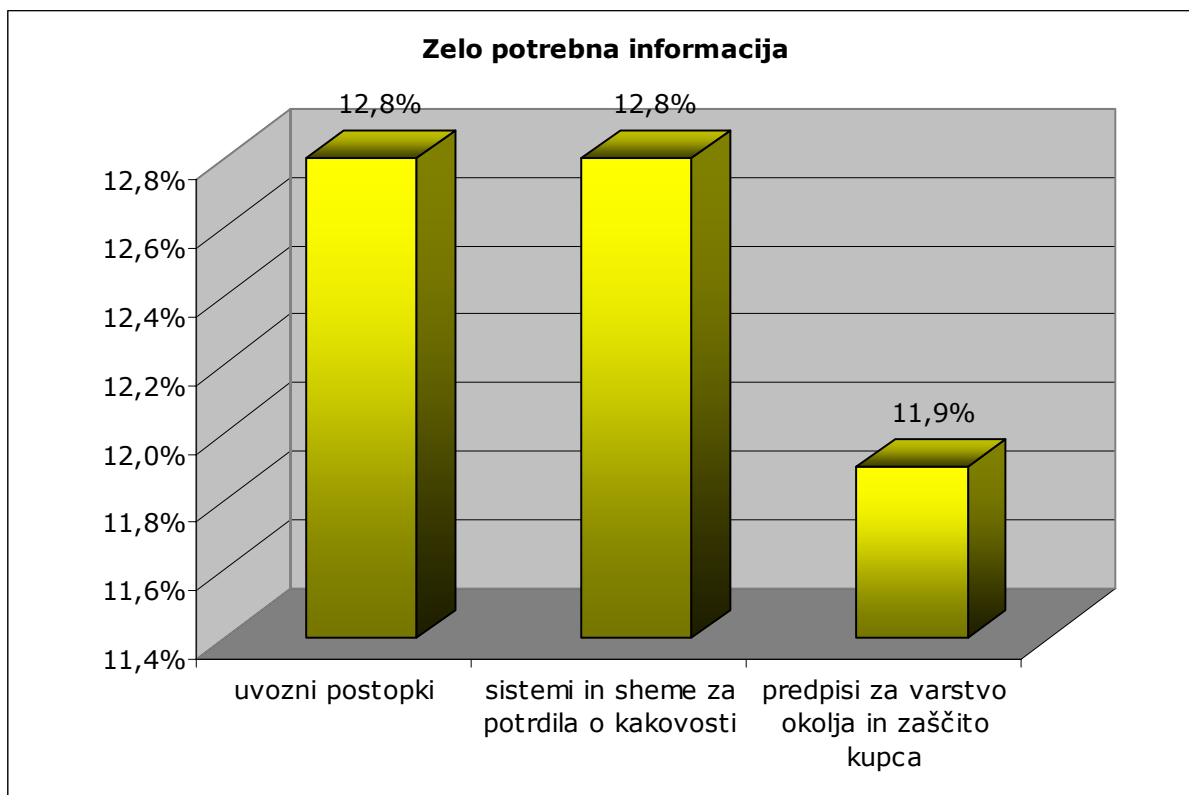
Anketirana podjetja najbolj potrebujejo informacije o družbeno-ekonomskih kazalnikih v izbrani državi (38,9%), sledijo jim statistični podatki o proizvodnji (27,7%), statistični podatki o izvozu in statistični podatki o uvozu (16,7%).

## POGOJI ZA VSTOP NA TUJI TRG



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 37: Kakšno vrsto informacij najbolj potrebujete?**



Vir: Raziskava

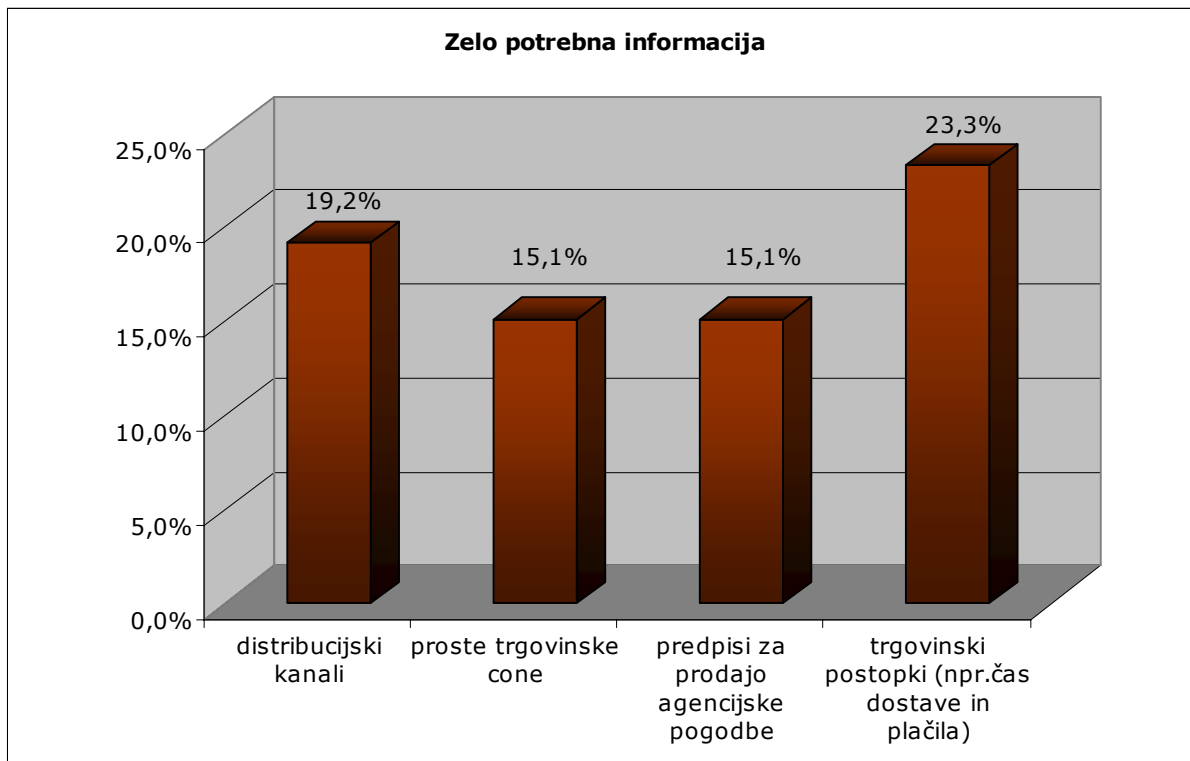
Najbolj potrebne informacije za vstopne pogoje na tuji trg se nanašajo na uvozne postopke in sisteme ter sheme za potrdila o kakovosti (12,8%) . Informacije o predpisih, ki se nanašajo na varstvo okolja in zaščito kupcev potrebuje 11,9%.

## DISTRIBUCIJA



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 38: Kakšno vrsto informacij najbolj potrebujete?**



Vir: Raziskava

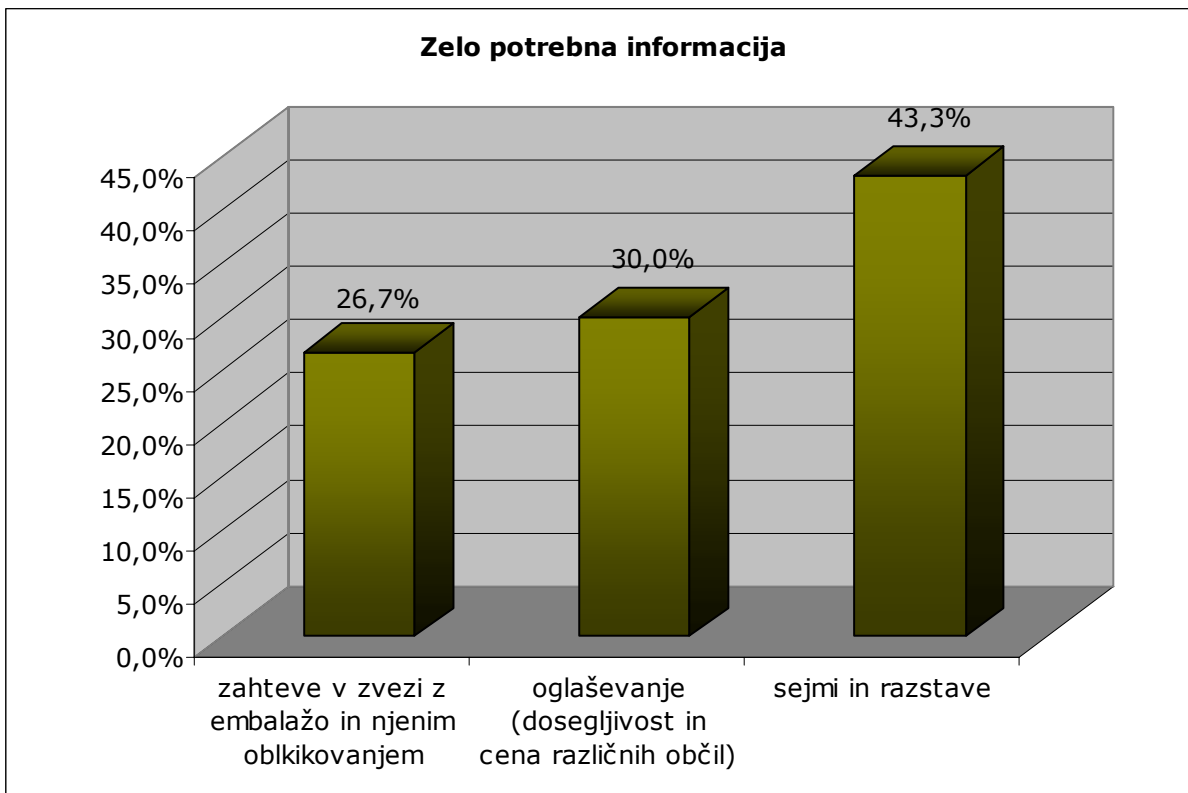
Najbolj zaželene informacije s področja distribucije se nanašajo na trgovinske postopke (23,3%), distribucijske kanale (19,2%) in proste trgovinske cone ter predpise za prodajo (15,1%).

## SPODBUJANJE PRODAJE



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 39: Kakšno vrsto informacij najbolj potrebujete?**



Vir. Raziskava

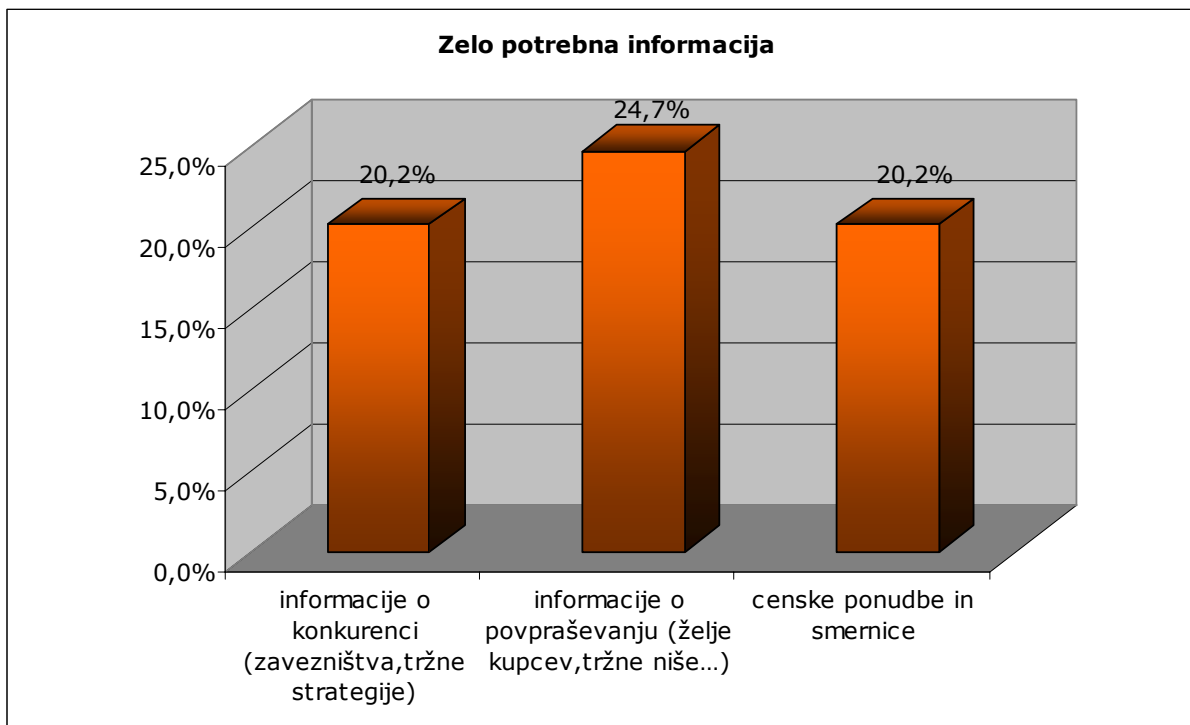
Anketirana podjetja, ki so odgovorila na vprašanje najbolj potrebujejo informacije s področja prirejanja sejmov in razstav (43,3%), oglaševanja – dosegljivost in cena različnih občil (30,0%) ter informacije v zvezi z embalažo in njenim oblikovanjem (26,7%).

## POZNAVANJE TRGA



## Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 40: Kakšno vrsto informacij najbolj potrebujete?**



Vir: Raziskava

Podjetja, ki so odgovorila na vprašanje o poznavanju trga zelo potrebujejo informacije o povpraševanju (24,7%) ter informacije o konkurenci in cenovni ponudbi (20,2%).

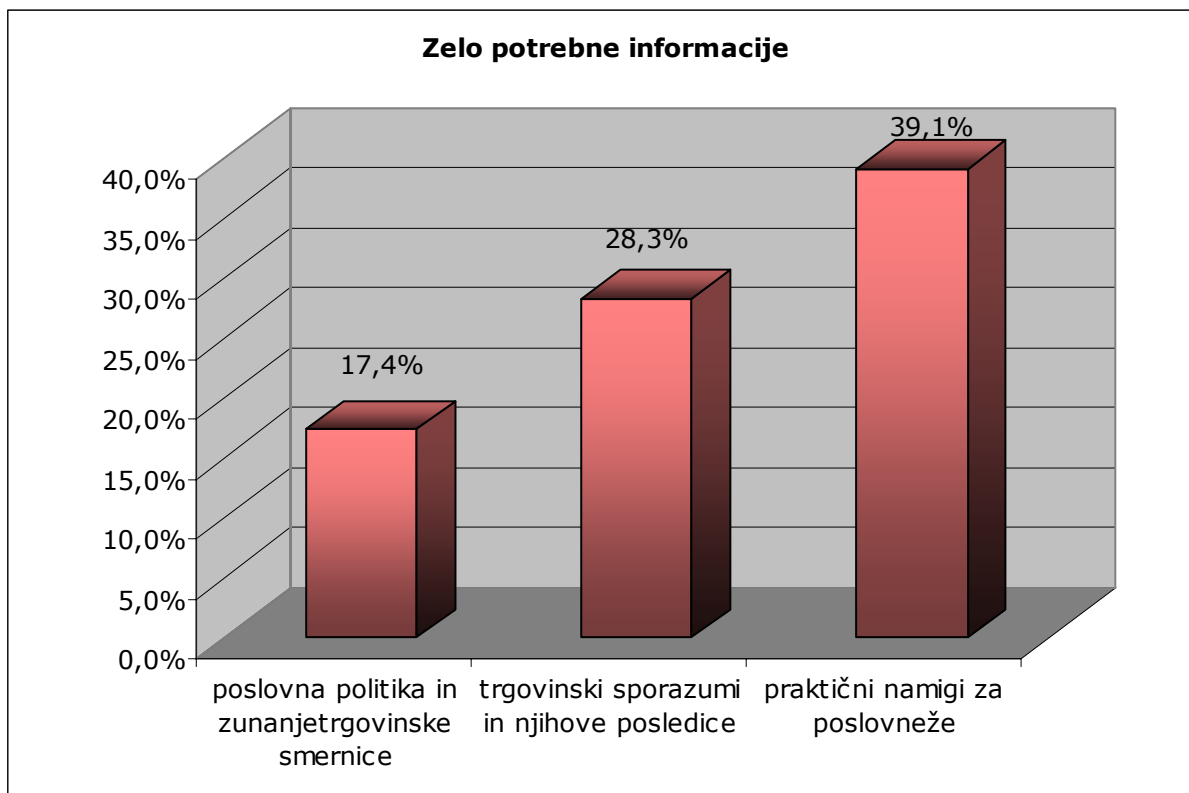
## GLOBALNE INFORMACIJE O TUJIH TRGIH

Projekt delno financira Evropska unija v okviru Programa pobude Skupnosti INTERREG IIIA Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006.  
Organ upravljanja Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006 je Služba vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko  
Za vsebino dokumenta je odgovoren Razvojni center Lendava in v nobenem primeru ne odraža stališča Evropske unije.



## Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 41: Kakšno vrsto informacij najbolj potrebujete?**



Vir: Raziskava

Na področju globalnih informacij o tujih trgih anketirana podjetja najbolj potrebujejo informacije praktičnih namigih za poslovneže (39,1%), informacije s področja trgovinskih sporazumov in njihovih posledicah (28,3%) ter informacije o poslovni politiki in zunanjetrgovinskih smernicah obravnavanih držav (17,4%).

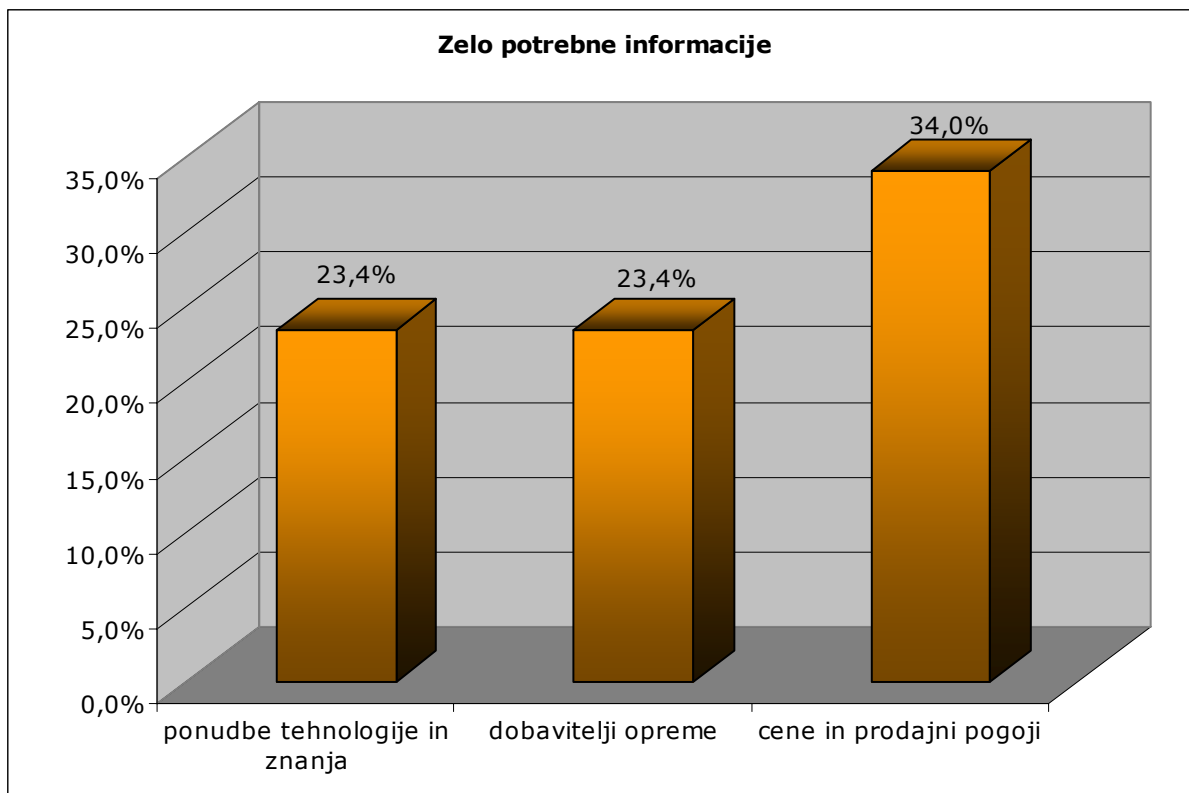
## UVOZ PROIZVODNIH SUROVIN

Projekt delno financira Evropska unija v okviru Programa pobude Skupnosti INTERREG IIIA Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006.  
Organ upravljanja Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006 je Služba Vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko  
Za vsebino dokumenta je odgovoren Razvojni center Lendava in v nobenem primeru ne odraža stališča Evropske unije.



## Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 42: Kakšno vrsto informacij najbolj potrebujete?**



Vir: Raziskava

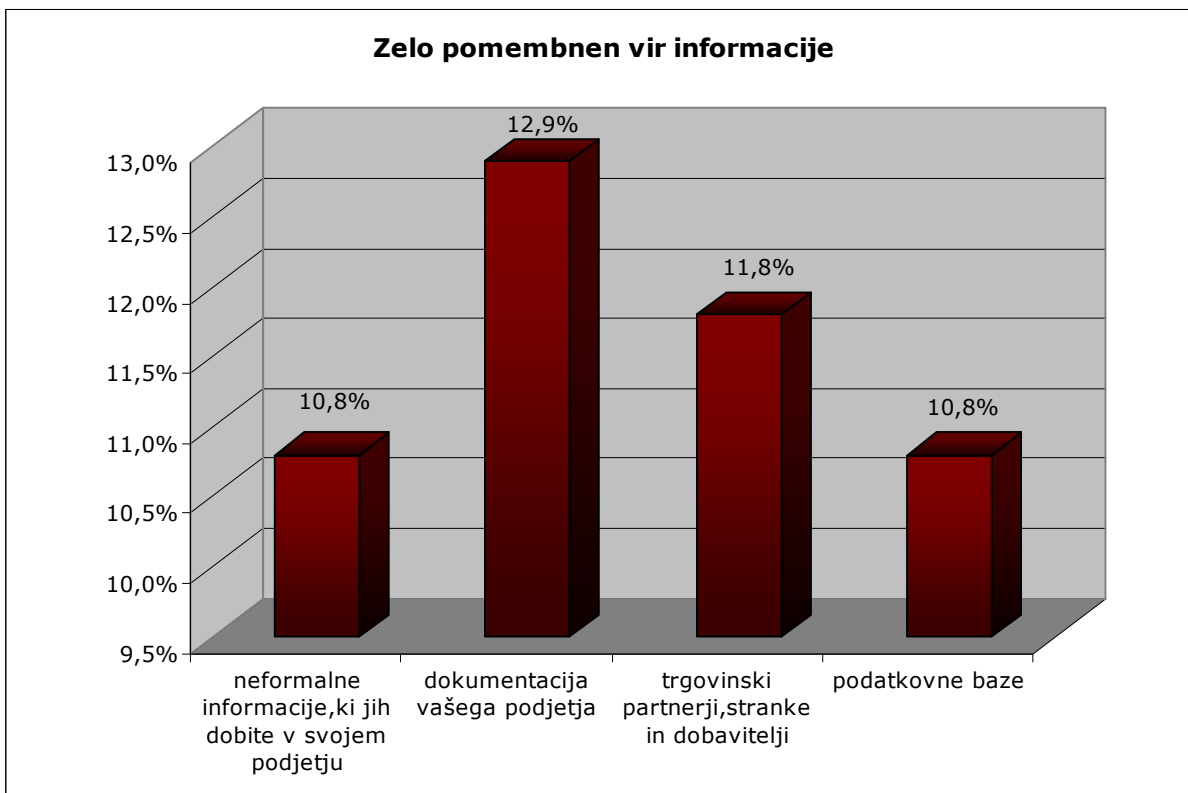
Največ informacij s tega področja podjetja potrebujejo na področju cen in prodajnih pogojev (34,0%), sledijo pa informacije s področja dobaviteljev in opreme ter ponudbe tehnologije in znanja (23,4%).

**Graf 43: Katere vire informacij ponavadi uporabljate kadar potrebujete informacije za namene internacionalizacije vašega poslovanja?**

Projekt delno financira Evropska unija v okviru Programa pobude Skupnosti INTERREG IIIA Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006.  
Organ upravljanja Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006 je Služba Vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko  
Za vsebino dokumenta je odgovoren Razvojni center Lendava in v nobenem primeru ne odraža stališča Evropske unije.



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



Vir: Raziskava

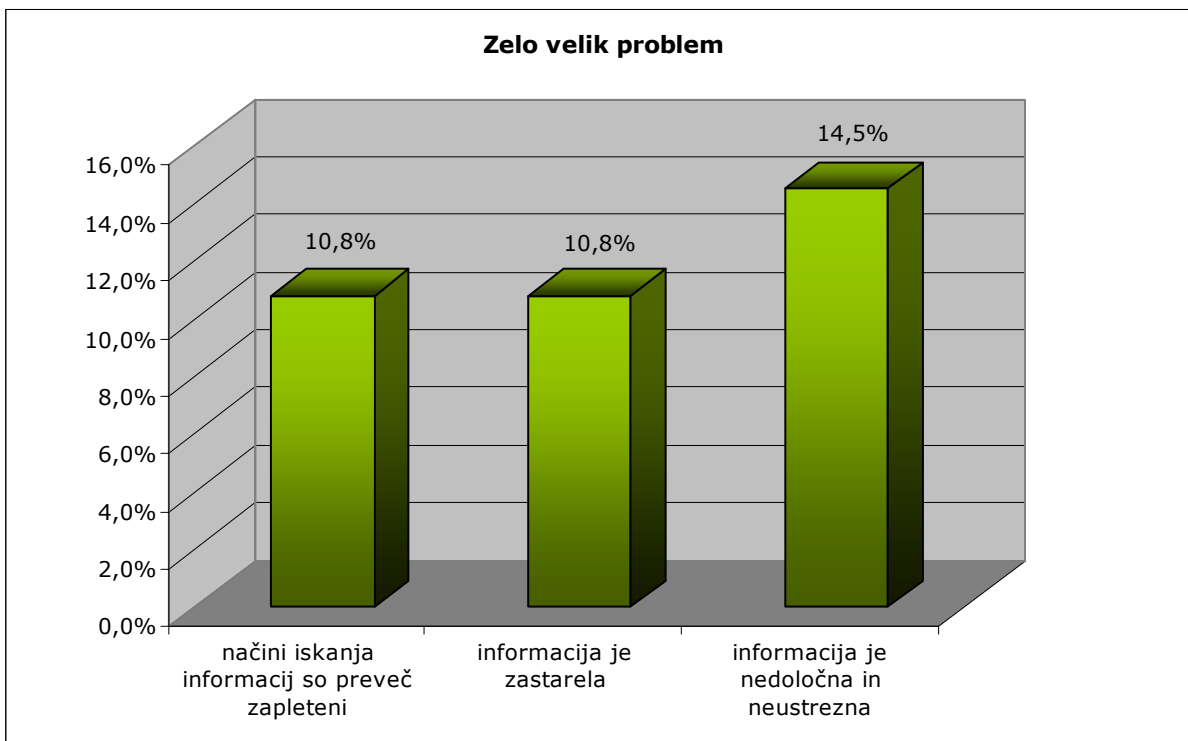
Kot najpomembnejše vire so podjetja navedla dokumentacijo lastnega podjetja (12,9%), trgovinske partnerje, stranke in dobavitelje (11,8%) ter podatkovne baze in neformalne informacije, ki jih dobijo v svojem podjetju (10,8%).

#### **Graf 44: S kakšnimi problemi se srečujete pri pridobivanju informacij in njihovi uporabi?**

Projekt delno financira Evropska unija v okviru Programa pobude Skupnosti INTERREG IIIA Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006.  
Organ upravljanja Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006 je Služba Vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko  
Za vsebino dokumenta je odgovoren Razvojni center Lendava in v nobenem primeru ne odraža stališča Evropske unije.



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



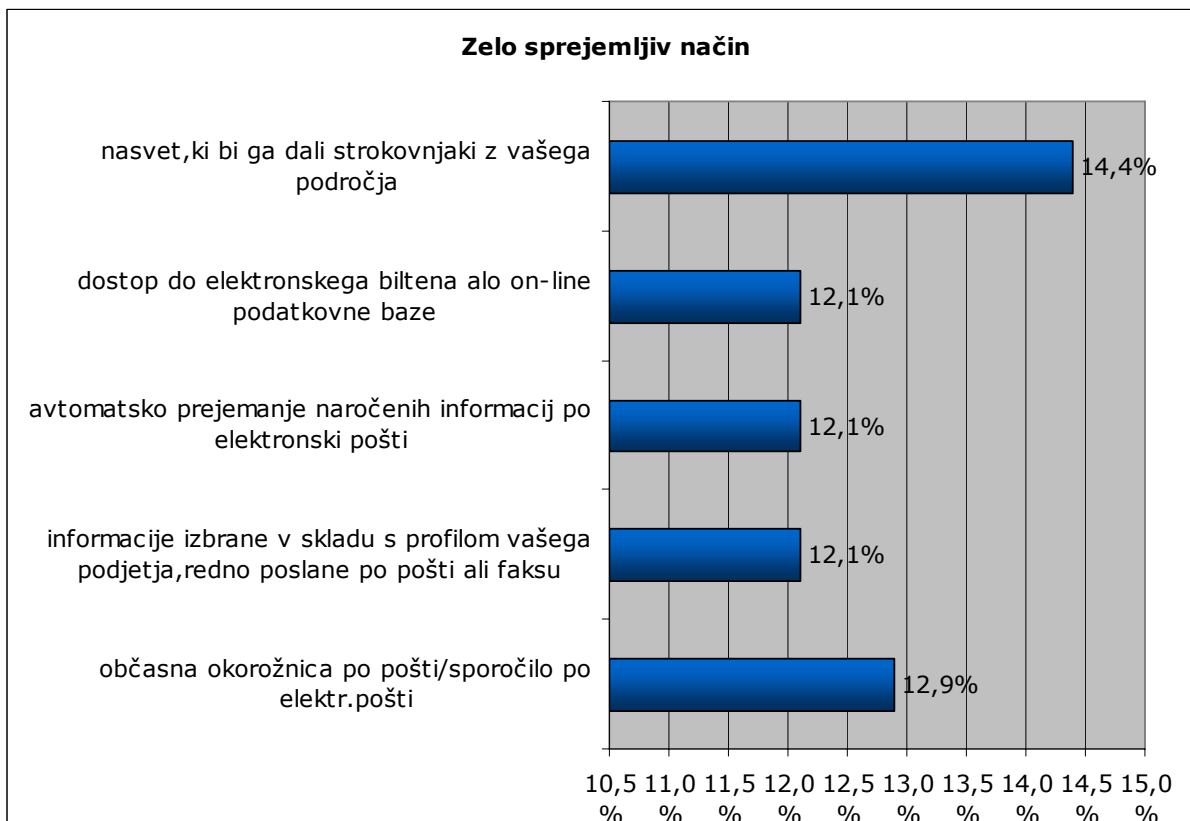
Vir: Raziskava

Največ problemov predstavljajo nedoločne in neustrezne informacije (14,5%), sledijo pa načini iskanja, ki so preveč zapleteni in zastarelost informacij (10,8%).

#### **Graf 45: Na kakšen način bi najraje pridobivali informacije?**



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



Vir: Raziskava

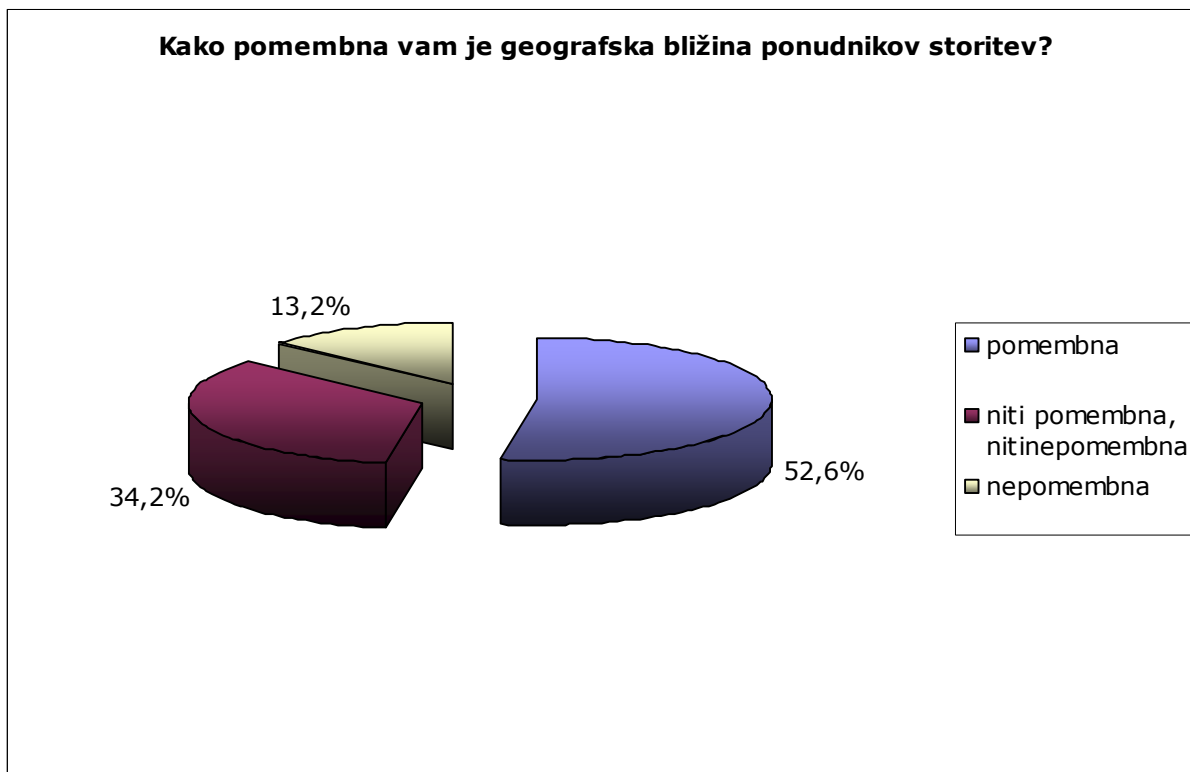
Anketirana podjetja bi informacije najraje pridobivale s pomočjo strokovnjaka iz njihovega področja (14,4%) in občasne okrožnice po elektronski pošti (12,9%). Sprejemljivi načini so še dostop do elektronskega biltena ali on-line podatkovne baze, sprejemanje preko elektronske pošte in informacije poslane preko faksa ali pošte (12,1%).

**Graf 46: Kako pomembna vam je geografska bližina ponudnikov storitev?**

Projekt delno financira Evropska unija v okviru Programa pobude Skupnosti INTERREG IIIA Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006.  
Organ upravljanja Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006 je Služba Vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko  
Za vsebino dokumenta je odgovoren Razvojni center Lendava in v nobenem primeru ne odraža stališča Evropske unije.



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



Vir: Raziskava

Anketiranim podjetje je bližina ponudnikov storitev zelo pomembna (52,6%), niti pomembna niti nepomembna je 34,2% anketirancem, 13,2% anketirancem je geografska bližina ponudnikov storitev nepomembna.

### Graf 47: Kako pogosto uporabljate zunanje storitve v vašem podjetju?



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



Vir: Raziskava

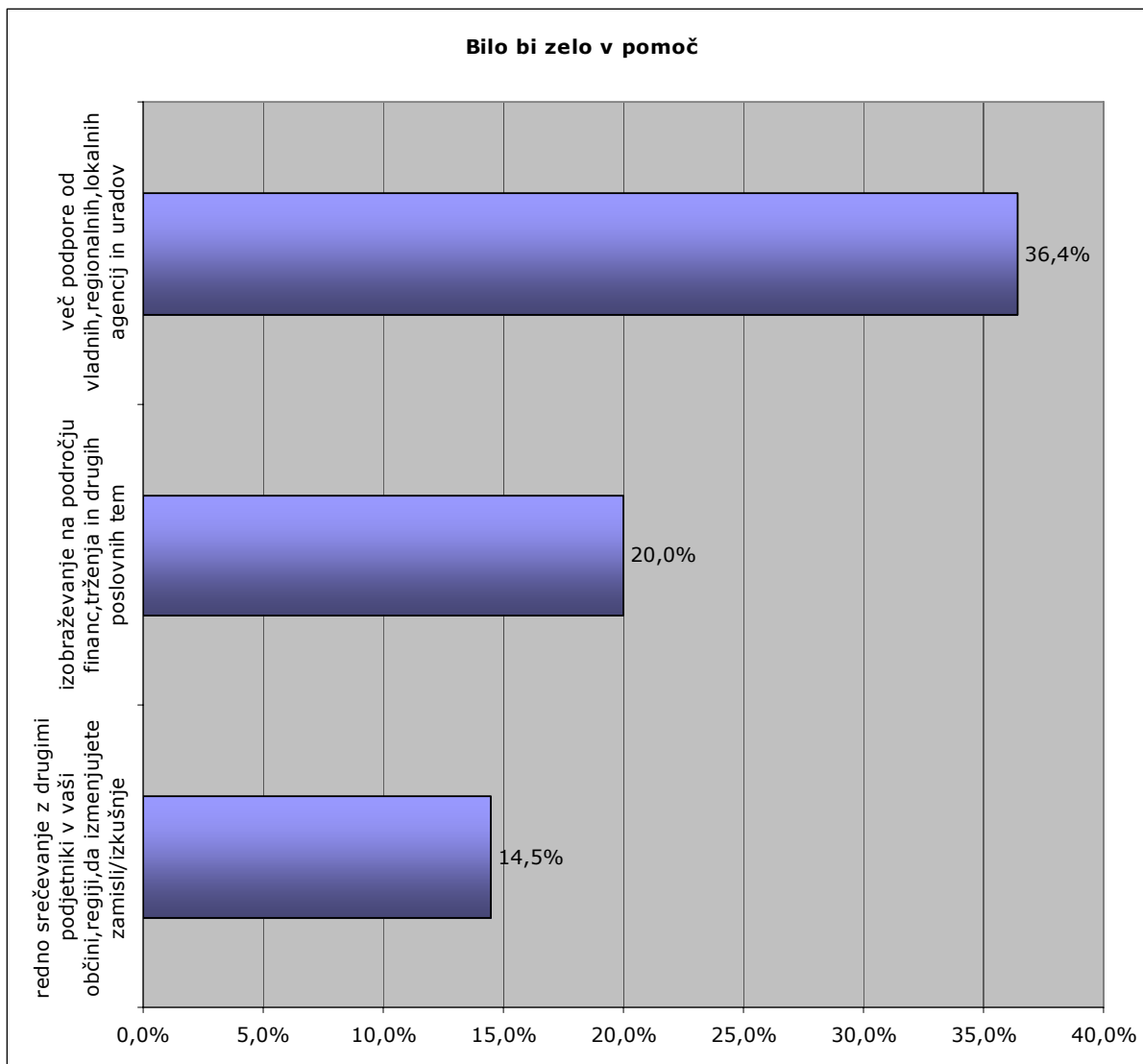
Večina anketiranih podjetij občasno uporablja zunanje storitve (81,6%), nikoli 10,5%, zelo pogosto pa 7,9% anketiranih podjetij.

### **Graf 48: Koliko bi vam bili navedeni dejavniki v pomoč pri izboljševanju poslovne rasti in uspeha?**

Projekt delno financira Evropska unija v okviru Programa pobude Skupnosti INTERREG IIIA Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006.  
Organ upravljanja Sosedskega programa Slovenija - Madžarska - Hrvaška 2004-2006 je Služba Vlade Republike Slovenije za lokalno samoupravo in regionalno politiko  
Za vsebino dokumenta je odgovoren Razvojni center Lendava in v nobenem primeru ne odraža stališča Evropske unije.



## Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

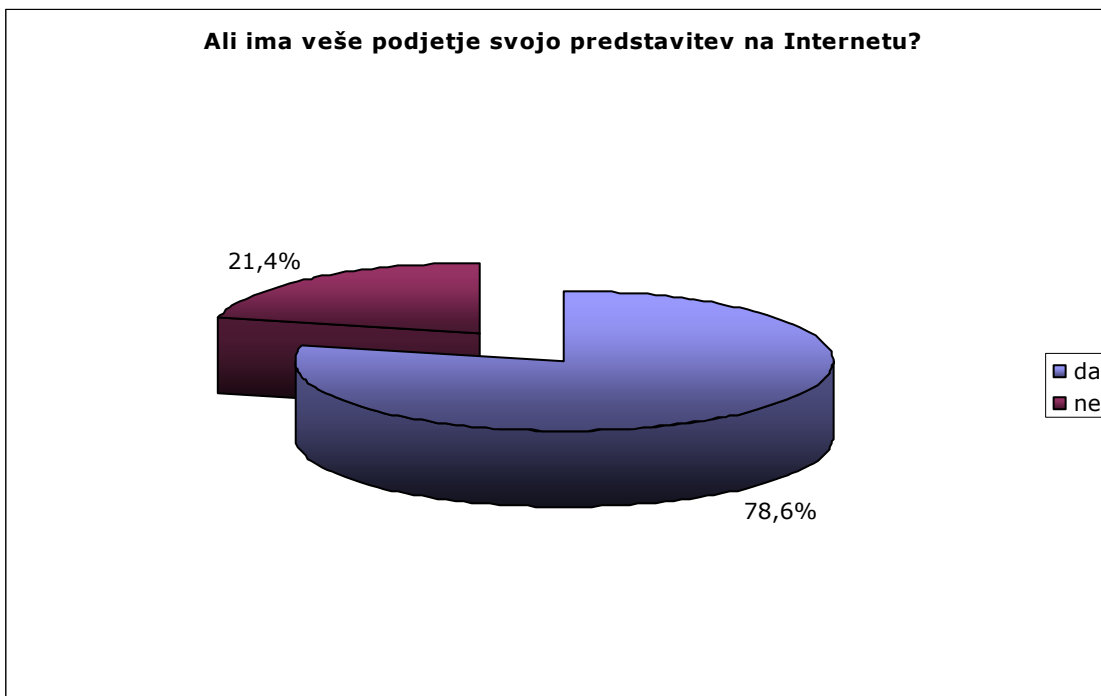


Vir: Raziskava

Več podpore od vladnih, regionalnih in lokalnih uradov bi potrebovalo 36,4% anketiranih podjetij, izobraževanje na področju financ, trženja in drugih poslovnih tem bi potrebovalo 20,0% anketiranih podjetij, redna srečanja z drugimi podjetniki v občini in regiji pa 14,5% anketiranih podjetij.



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju  
**Graf 49: Ali ima vaše podjetje predstavitev na internetu?**



Vir: Raziskava

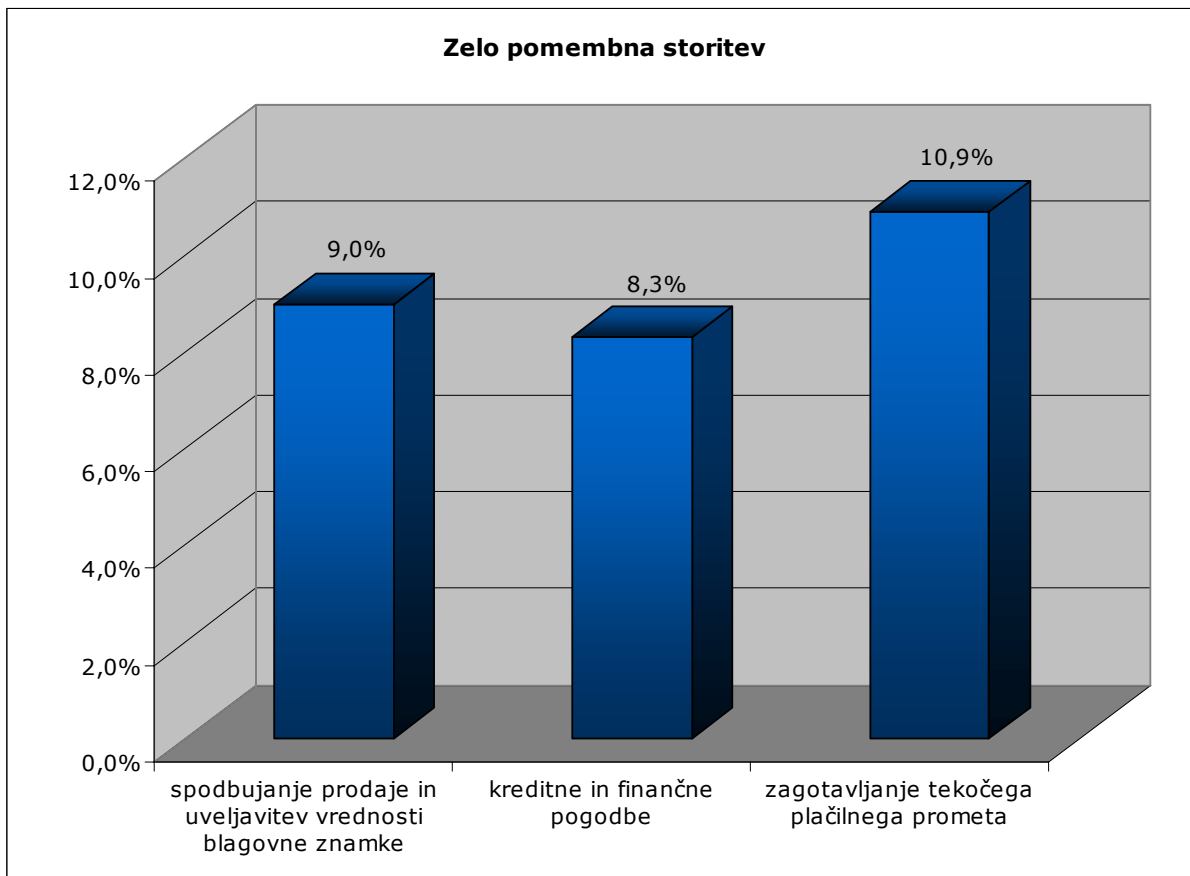
Večina anketiranih podjetij ima lastno predstavitev na internetu (78,6%), žal pa še veliko podjetij (več kot 21,4%), ki svoje predstavitve nima na svetovnem spletu.

## SVETOVALNE STORITVE



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

**Graf 50: Kako pomembne so za vas storitve, ki vam jih nudijo zunanji izvajalci?**



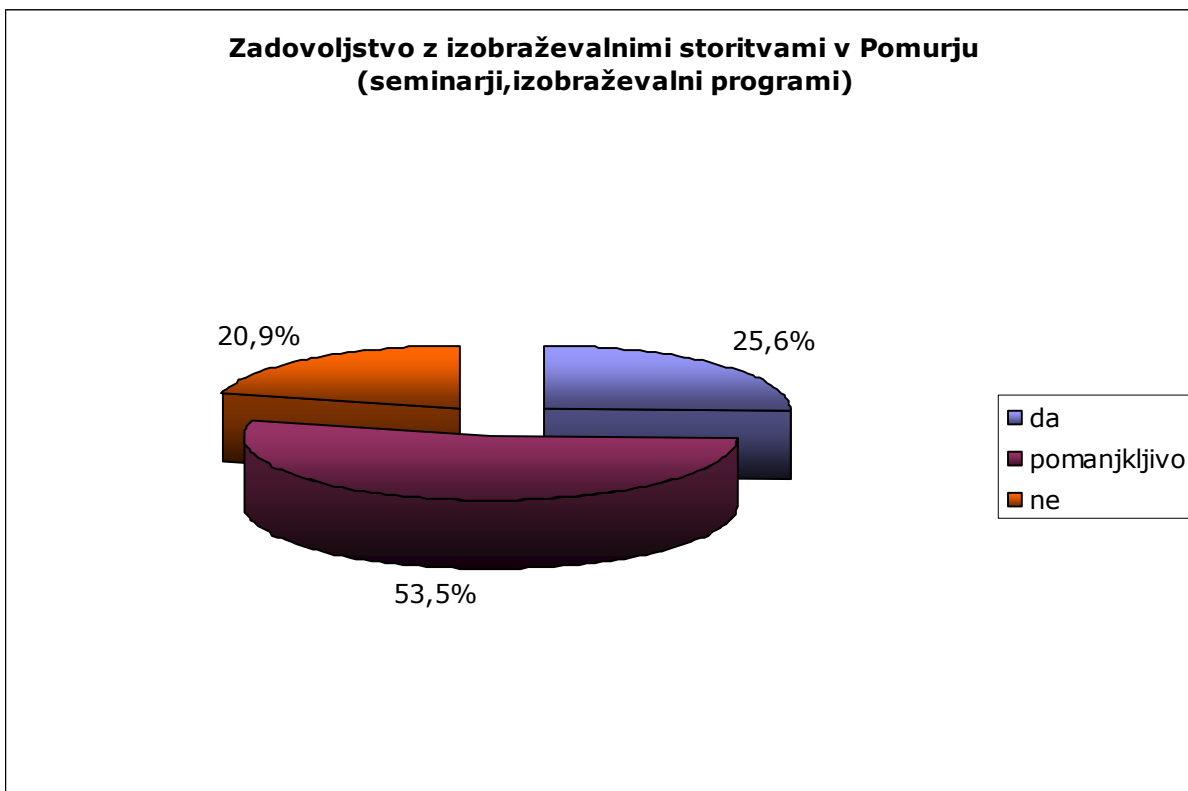
**Vir: Raziskava**

Kot zelo pomembne zunanje storitve so anketiranci navedli zagotavljanje tekočega plačilnega prometa (10,9%), spodbujanje prodaje in uveljavitev vrednosti blagovne znamke (9,0%) ter kreditne in finančne pogodbe (8,3%).

**Graf 51: Menite, da je v Pomurju organiziranih dovolj različnih vrst seminarjev in izobraževalnih programov v zvezi z znanji, ki bi jih morali pridobiti za uspešen nastop na tujih trgih?**



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



Vir: Raziskava

Večina anketiranih podjetij ni zadovoljnih z izobraževalnimi storitvami v Pomurju (53,5%). Zadovoljnih je le 25,6% anketiranih podjetij, 20,9% jih je delno zadovoljnih.

### Graf 52: Kako pogosto se vključujete v izobraževalne programe v Pomurju?



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



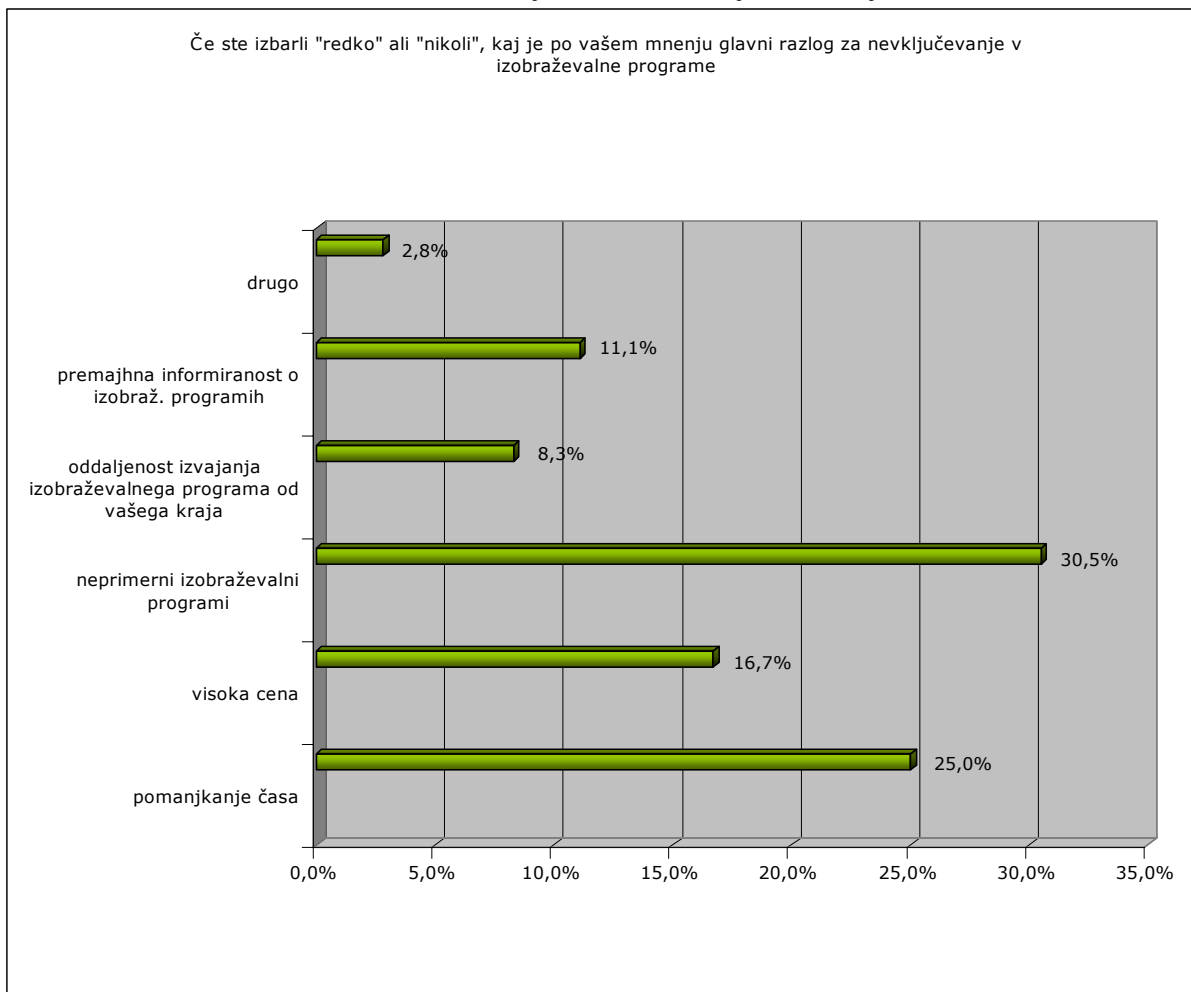
Vir: Raziskava

Največ anketiranih podjetij, ki so odgovorila na vprašanje se občasno udeležuje izobraževalnih programov v Pomurju (47,7%), redko se jih izobraževanj udeležuje 38,6%, pogosto 9,1% 4,6% pa nikoli.

### Graf 53: Če ste izbrali redko ali nikoli, kaj je po vašem glavni razlog za to?



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



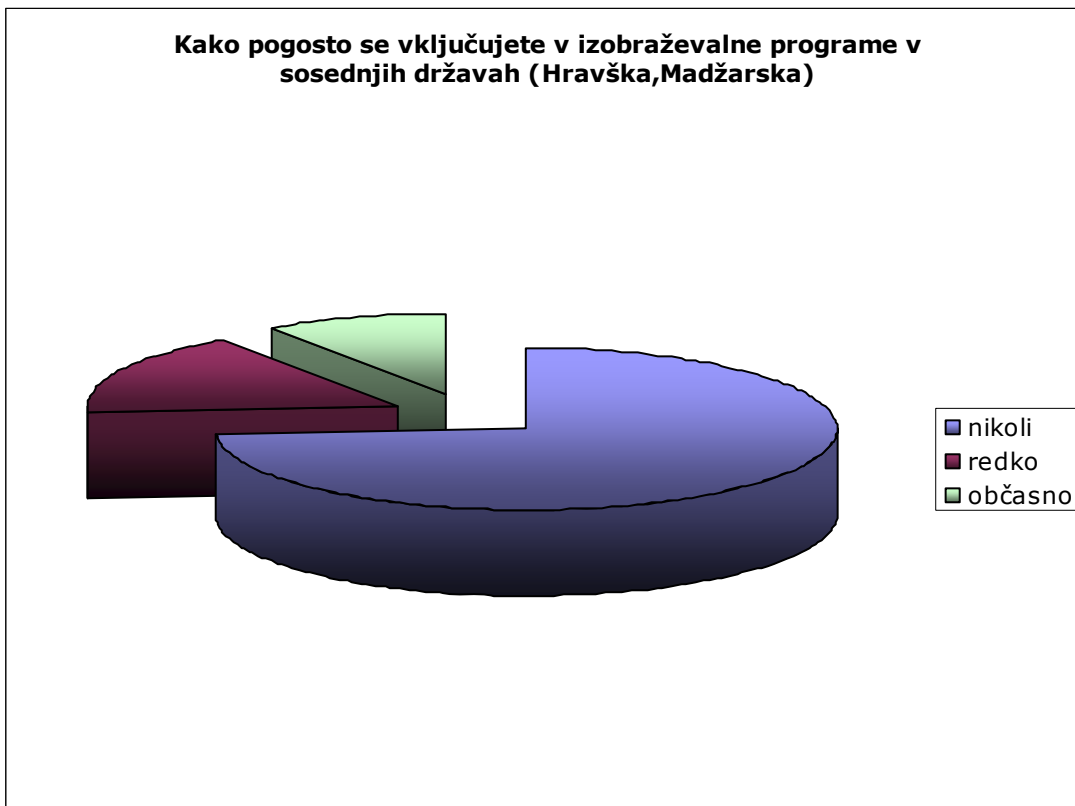
Vir: Raziskava

Podjetja so v največji meri navedla neprimerne izobraževalne programe (30,5%), sledi pomanjkanje časa (25,0%), visoka cena izobraževanj (16,7%), premajhna informiranost o izobraževalnih programih (11,1%) in oddaljenost izvajanja od vašega kraja (8,3%).

### Graf 54: Kako pogosto se vključujete v izobraževalne programe v sosednjih državah (Hrvaška, Madžarska)?



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



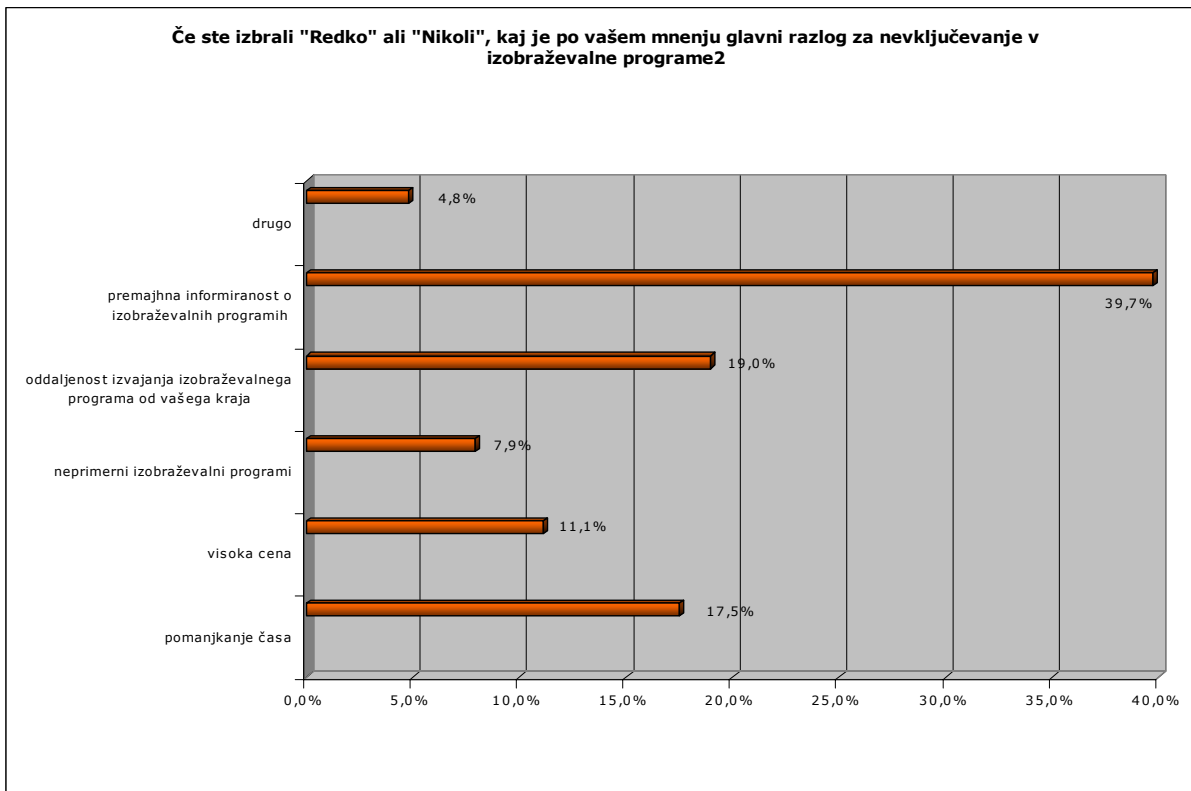
Vir: Raziskava

Večina anketiranih podjetij se nikoli ne vključuje v izobraževalne programe v sosednjih državah (73,8%), redko se jih udeležuje 16,7%, občasno pa 9,5%.

### Graf 55: Kaj je glavni vzrok za ne vključevanje v izobraževalne programe v sosednjih državah?



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



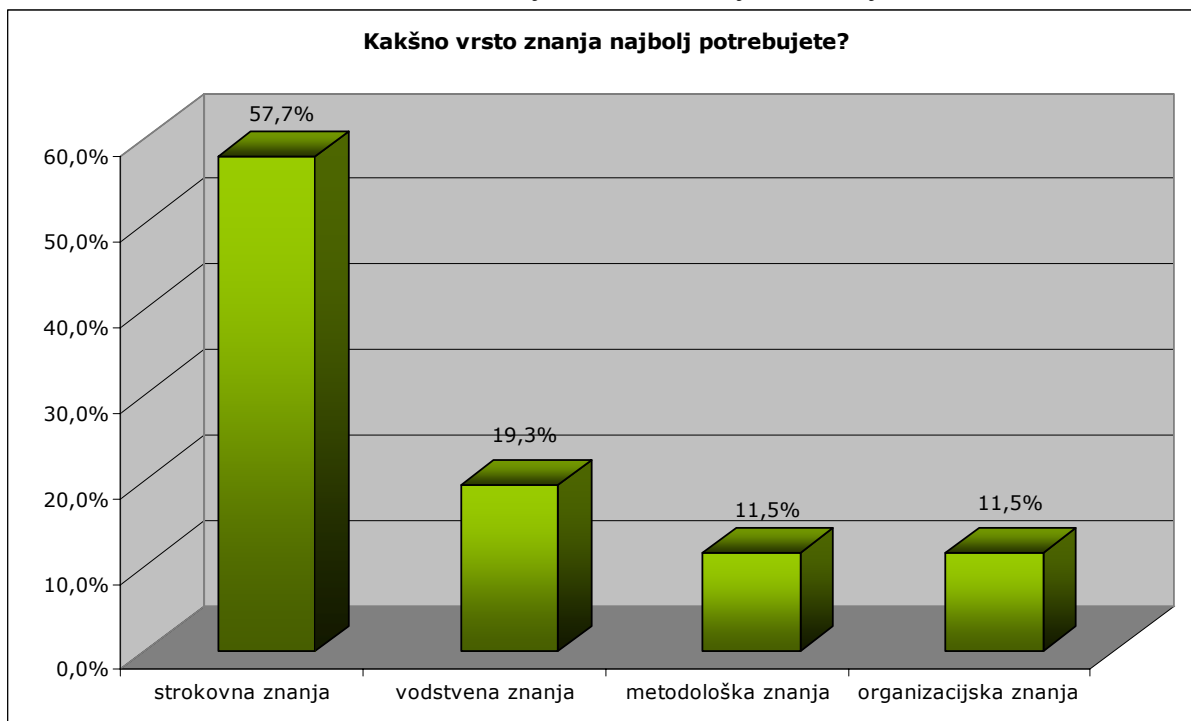
Vir: Raziskava

Daleč največ anketirancev je kot glavni razlog za to, da se ne vključuje v izobraževalne programe v sosednjih državah Hrvaške in Madžarske navedel premajhno informiranost o izobraževalnih programih (39,7%), sledi oddaljenost kraja izobraževanja (19,0%), pomanjkanje časa (17,5%), visoke cene (11,1%) in neprimerni izobraževalni programi (7,9%).

### Graf 56: Kakšno vrsto znanja najbolj potrebujete?



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



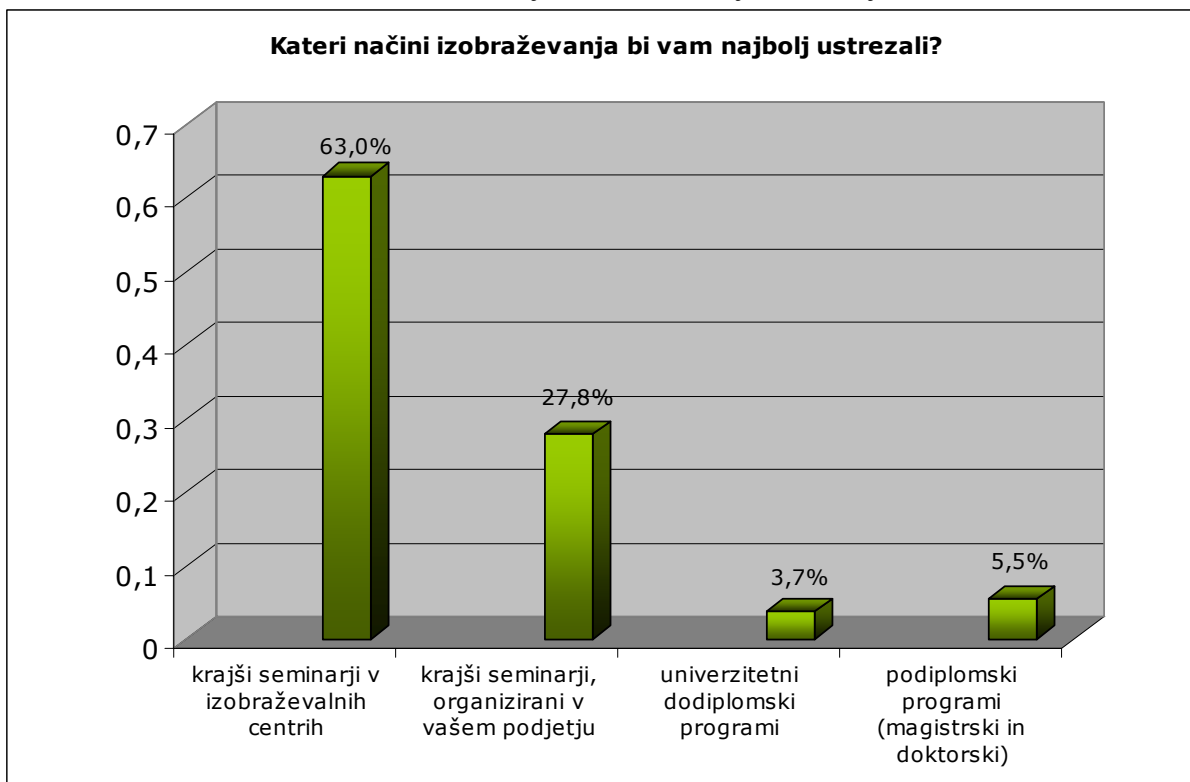
Vir: Raziskava

Anketirana podjetja najbolj potrebujejo strokovna znanja (57,7%), sledijo vodstvena znanja (19,3%) in metodološka ter organizacijska znanja (11,5%).

### Graf 57: Kateri načini izobraževanja bi vam najbolj ustrezali?



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



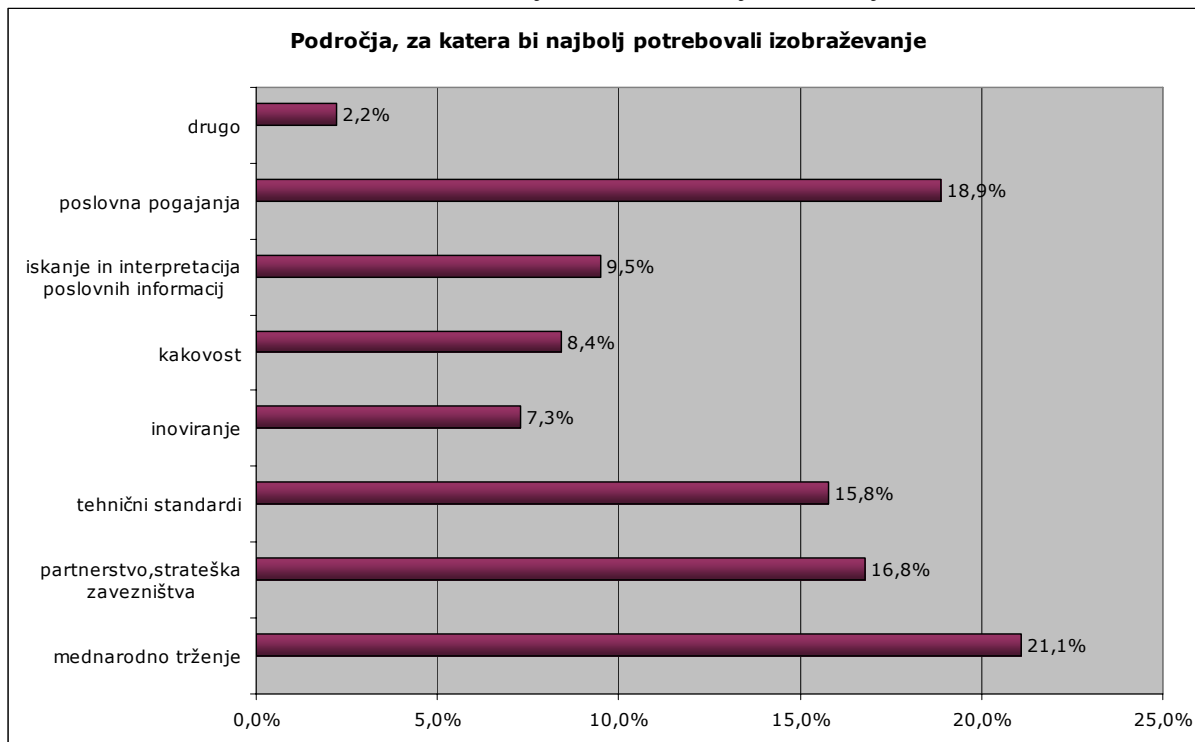
Vir: Raziskava

Podjetjem najbolj ustrezajo krajši seminarji v izobraževalnih centrih (63,0), sledijo krajši seminarji organizirani v podjetju (27,0%).

### Graf 58: Področja, za katera bi najbolj potrebovali izobraževanje?



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju



Vir: Raziskava

Anketirana podjetja največ znanj potrebujejo s področja mednarodnega trženja (21,1%), poslovnih pogajanj (18,9%), iskanju partnerstev in strateških zaveznitv (16,8%), sledijo jim tehnični standardi (15,8%), iskanje in interpretacija poslovnih informacij (9,5%), kakovosti (8,4%) in inoviranja (7,3%).

### 3.1 Konkurenčna sposobnost pomurskih podjetij za vstop in delovanje na sosednjih trgih Hrvaške in Madžarske



Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

Osnovna vprašanja malih podjetij so, kakšno pozicijo izbrati na sosednjih tujih trgih, kako zagotavljati konkurenčnost in ali internacionalizacija za mala podjetja predstavlja priložnost.

Največ anketiranih pomurskih malih podjetij, ki so prisotna na sosednjih trgih Madžarske in Hrvaške je starih od 10-19 let, pretežno so to mala in mikro podjetja, več kot 50 % jih ustvarja več kot 500.000 EUR prometa, delež izvoza na navedene trge povečini predstavlja manj kot 10% celotnega prometa anketiranih podjetij. Prevladovala so podjetja iz kovinske in strojne industrije in storitvenih dejavnosti.

Konkurenčna usposobljenost pomurskih malih podjetij iz obravnavanih panog je slaba. Glavne konkurenčne pomanjkljivosti in ovire, s katerimi se podjetja soočajo pri vstopanju in poslovanju na trgih Madžarske in Hrvaške, so:

- pomanjkanje ustreznih informacij o trgih in nedostopnost do njihovih baz podatkov (tudi interpretacija);
- pomanjkanje informacij in znanj o možnostih financiranja vstopanja na navedene tuje trge in različnih oblik financiranja izvoza (izvoznih aktivnosti),
- neizdelane ali pomanjkljivo izdelane marketinške strategije za nastop in uveljavitev na navedenih tujih trgih;
- pomanjkanje pravnih znanj o ustanavljanju in vodenju podjetja na obravnavanih tujih trgih;
- neznanje tujega jezika in neizkušenost kadrov na področju mednarodnih aktivnosti;
- tehnološka zastarelost proizvodne opreme in proizvodov;
- prenizka dodana vrednost.

Za večino pomurskih malih podjetij je značilna slabo razvita trženjska infrastruktura, raven tržne podpore v obravnavanih sosednjih državah je nizka, prepoznavnost podjetij in blagovnih znamk prav tako, kakovost poslovanja na mednarodni ravni je slaba.

Tako je popolnoma logično, da vstopa večina pomurskih podjetij nas obravnavana sosednja tuja trga z izvozom proizvodov, kjer sta najpomembnejši obliki posredni izvoz in izvoz preko tujih posrednikov. Ti dve obliki bosta prevladujoči tudi v naslednjih treh letih.

Med pogodbenimi oblikami vstopa prevladujejo pogodbe o storitvah in pogodbeni proizvodnja, druge oblike kot so npr. prodaja licence, franšizing, tehnični sporazumi, pogodbe o inženiringu so slabo zastopane.

Najslabše so zastopane neposredne naložbe, kjer prevladujejo strateška zaveznitva, drugih oblik skorajda ni. Zanimivo je, da se bo po predvidevanjih anketiranih podjetij število lastnih obratov v tujini z zdajšnjih skromnih 14,3% povečalo na kar na 40,0% v naslednjih treh letih.



### Poslovno-informacijski centri na obmejnem območju

Zanimivo je dejstvo, da se večina izvoznih proizvodov ali storitev anketiranih podjetij nahaja v srednjem cenovnem razredu, večina anketiranih malih podjetij tudi nima izdelane izvozne strategije.

Za povečanje konkurenčne sposobnosti pomurskih malih podjetij za vstop in uspešno delovanje na obravnavanih tujih trgih je za mala podjetja zanimivo predvsem povezovanje v različne mreže, formiranje lokalnih ali regionalnih grozdov, s ciljem prepletanja osvojenih obravnavanih tujih tržišč, skupnega nastopanja in s tem zmanjševanja marketinških stroškov, dopolnjevanje ponudbe in skupnega spremljanja konkurence ter povečane skrbi za kakovost in stalno inoviranje proizvodov in storitev. To bi pomurskim podjetjem omogočalo okrepiti najpomembnejše dejavnike konkurenčne sposobnosti, ki se nanašajo na:

- kakovost proizvodov in storitev;
- zanesljivost dobav;
- fleksibilnost;
- sposobnosti zaposlenih;
- cene in stroške;
- rast in razvoj podjetja.

S paketi storitev, ki bodo opredeljeni v nadaljevanju bomo skušali odpraviti ali vsaj zmanjšati probleme s katerimi se soočajo pomurska mala podjetja pri vstopanju na izbrane tuje trge ter s tem postaviti temelje za hitrejšo, predvsem pa kakovostno in uspešno internacionalizacijo poslovanja le-teh.