

Kvalitativna raziskava Skriti kupec

POROČILO O IZVEDENI RAZISKAVI SKRITI KUPEC NA LOKACIJAH PODJETNIŠKEGA PODPORNEGA OKOLJA V SLOVENIJI

Naročnik: Javna agencija Republike Slovenije za spodbujanje podjetništva,
internacionalizacije, tujih investicij in tehnologije (SPIRIT Slovenija, javna agencija)

Izvajalec: KUPA komunikacije, Biserka Povše Tašič, s.p.

junij 2016

VSEBINA

	Uvod	1	5
	Predmet raziskave	1	
	Cilji raziskave	1	2
	Vzorec	2	3
	Metoda	3	
	Struktura raziskave	4	5
I.	Telefonska izkušnja z VEM točko	6	33
1.	Kako dolgo ste čakali na telefonski odziv?	7	
2.	Kako dolgo je trajal telefonski pogovor?	9	
3.	Vas je svetovalec samoiniciativno vprašal, kako vam lahko pomaga?	10	11
4.	Ali vam je svetovalec že pred sestankom ponudil kakšen nasvet po telefonu?	11	15
A.	<i>Vsebinska analiza 17 dejanskih nasvetov po telefonu</i>	14	15
	Stanje	15	
	Izziv	15	16
4.	Kako se je svetovalec predstavil po telefonu?	16	17
	Stanje	18	
	Izziv	18	
5.	Ali ste zaznali v tonu glasu slabo voljo svetovalca?	19	20
6.	Kako bi s stopnjevanjem od 1 do 4 označili prijaznost svetovalca po telefonu?	20	21
7.	Ali se vam je svetovalec skušal prilagoditi pri izbiri termina za sestanek?	22	
B.	<i>Vsebinska analiza o prilagoditvi svetovalca za termin sestanka</i>	23	24
8.	Kaj vam je po koncu telefonskega pogovora ostalo v prijetnem in kaj v slabem spominu?	24	25
C.	<i>Vsebinska analiza o slabem in dobrem spominu na telefonski klic</i>	24	26
9.	Se vam je svetovalec ob koncu zahvalil za klic?	26	27
10.	Kako bi s šolsko oceno od 1 do 5 označili splošno izkušnjo telefonskega pogovora s svetovalcem?	28	30
	<i>Priloga št. 1: Ocene po telefonski komunikaciji po posameznih VEM točkah</i>	31	33
II.	Ravnanje svetovalca ob prihodu stranke	34	44
II./1	Stik s stranko ob prihodu in odhodu	35	38
11.	Ali vas je svetovalec pozdravil ob prihodu?	36	
12.	Je ob prihodu svetovalec vzpostavil očesni stik z vami?	36	37
13.	Vas je svetovalec povabil, da se usedete?	37	
14.	Se vam je svetovalec ob koncu pogovora zahvalil za obisk?	38	
	Stanje	38	
	Izziv	38	
II./2	Vpliv komuniciranja na kakovost storitve svetovanja	39	44
15.	Kaj je svetovalec počel, ko ste vstopili?	39	40
	Ali je opravilo prekinil?		

16.	Ali vas je svetovalec samoiniciativno povprašal, kako vam lahko pomaga?	40	41
17.	Ali vas je ob odhodu opozoril še na kakšne druge storitve?	42	
18.	Če so vam bile ponujene kakšne druge storitve, opišite kakšne?	42	
Č.	<i>Vsebinska analiza ponujenih dodatnih storitev ob koncu obiska</i>	42	43
	Stanje	44	
	Izziv	44	
II./3	Vse nianse gradiv	45	48
19.	Vam je svetovalec izročil kakšnokoli gradivo; če je, kakšno?	45	
D.	<i>Vsebinska analiza vrste ponujenega dodatnega informativnega gradiva</i>	46	47
	Stanje	47	48
	Izziv	48	
20.	Kako dolgo je trajal pogovor s svetovalcem?	49	
III.	Storitev svetovanja	50	74
21.	Natančno opredelite problem, ki ste ga kot bodoči podjetnik predstavili svetovalcu?	51	53
22.	Kakšne strokovne rešitve vam je svetovalec ponudil?	54	
23.	Ste bili zadovoljni s ponujeno rešitvijo?	54	59
E.	<i>Vsebinska analiza o razlogih nezadovoljstva s svetovanjem na 23 VEM točkah</i>	55	57
24.	Ali mislite, da bi vam moral svetovalec dati še kakšne dodatne informacije, ki bi vam bile kot potencialnemu podjetniku v oporo (če "da", kakšne)?	59	61
F.	<i>Vsebinska analiza o potrebnih dodatnih informacijah</i>	60	61
25.	Kaj vam je bilo všeč in kaj vam ni bilo všeč med obiskom VEM točke?	62	64
G.	<i>Vsebinska analiza o splošnem vtisu "všeč mi je bilo"</i>	62	63
H.	<i>Vsebinska analiza o splošnem vtisu "motilo me je"</i>	64	
26.	<i>Ocena svetovalca na VEM točki s šolsko oceno od 1 do 5</i>	65	71
I.	<i>Vsebinska analiza o argumentaciji izbrane ocene</i>	68	70
	Stanje	70	
	Izziv	70	
	<i>Priloga št. 2: Ocene po opravljenem obisku VEM točk po obiskanih lokacijah glede na doseženo oceno</i>	72	74
IV.	Analiza komunikacijske spretnosti svetovalca	75	88
27.	Vas je svetovalec pozorno poslušal?	76	77
28.	Vam je svetovalec zastavljal odprta vprašanja?	78	79
29.	Je svetovalec govoril preveč in prehitro?	80	81
30.	Je torej govoril ustrezno, razumljivo in dovolj počasi?	82	83
31.	Se je svetovalec skušal vživeti v vašo kožo, vas razumeti?	84	85
32.	Je bil svetovalec prepričljiv s svojimi argumenti?	86	87
	Stanje	88	
	Izziv	88	

V.	Prepoznavnost VEM točke kot podporno podjetniškega okolja	89	101
V./1	Lokacija	90	
33.	Je lokacija info točke dobro označena?	90	92
J.	<i>Vsebinska analiza glede lokacije stavbe in posledično VEM točke</i>	91	
34.	Se pisarna zlahka najde, je na dobri lokaciji?	92	93
V./2	Vidik urejenosti	93	99
35.	Ali so v prostoru za stranke zložene brošure?	94	
36.	Ali imajo svetovalci oznake z imenom in priimkom?	94	95
V./3	Gradivo in podjetniško podporno okolje	95	
37.	Ali ima svetovalec na svoji mizi informativno gradivo za stranke?	95	96
	Je v prostoru za stranke na voljo dovolj informativnega gradiva?	96	97
38.			
39.	Ali imate že ob prvem vstopu vtis, da ste v prostorih podjetniško podpornega okolja?	97	100
K.	<i>Vsebinska analiza o vtisu podjetniško podpornega okolja na VEM točki</i>	98	99
	Stanje	100	
	Izziv	100	101
VI.	Vtisi in predlogi	102	107
40.	Kaj bi lahko bilo boljše na VEM točki, ki ste jo obiskali?	103	
41.	Zakaj (ne)potrebujemo VEM točko?	103	
M.	<i>Vsebinska analiza: Zakaj potrebujemo VEM točko?</i>	104	106
42.	Katera misel vam je ostala v spominu potem, ko ste VEM točko že zapustili?	106	107
	Ocenjevalna lestvica na podlagi izbranih kazalcev	108	114
43.	Izbrani primerjalni kriteriji za ocenjevalno lestvico	109	
N.	<i>Vsebinska analiza primerjalnih ocen na vzorcu VEM Spirit in razvojne</i>	110	
	Zaključek	115	124
	Dejstva	115	
	Ugotovitve		
	V telefonskem kontaktu s potencialnimi podjetniki smo zaznali več odklonov, ki bi jih bilo treba z dodatnim usposabljanjem odpraviti ali zmanjšati na najmanjšo možno mero.	116	117
1.			
	Pri interpersonalni komunikaciji ob obisku VEM točke obstajajo primeri odličnega ravnanja, a tudi nedopustni spodrsilaji.	117	118
2.			
	Storitev svetovanja je odvisna tako od komunikacijskih veščin kot od znanja in izkušenosti svetovalca.	119	120
3.			
	Analiza komunikacijskih spretnosti svetovalcev pokaže največ rezerve pri odprtih vprašanjih, empatiji in tudi prepričljivosti.	120	121
4.			
	Potrebna boljša označenost lokacij in več gradiva za večjo prepoznavnost VEM točk.	121	122
5.			
6.	Med vtisi in predlogi tudi o potrebnosti VEM točk	122	
	SWOT ANALIZA: VEM danes in jutri	123	124
	Priloga: Spisek obravnavanih VEM točk	125	127

SPISEK TABEL IN GRAFOV

Tabela št. 1	7	
Odzivnost na telefonski klic na celotnem vzorcu		
Graf št. 1	7	
Prikaz hitrosti odgovorov za celoten vzorec ne glede na obisk		
Tabela št. 2	8	
Odzivnost pri posameznih statističnih enotah znotraj celotne populacije		
Graf št. 2	8	
Primerjava odzivnosti po telefonu po treh skupinah		
Tabela št. 3	9	
Odzivnost po enotah, kjer je sledil obisk		
Tabela št. 4	9	
Odzivnost po enotah, kjer ni bil izpeljan obisk		
Tabela št. 5	10	
O tem, če vas je svetovalec povprašal, kako vam lahko pomaga		
Graf št. 3	10	
Več kot dve tretjini svetovalcev ni zaznalo potrebe, da bi sogovornika povprašali, kako mu lahko pomagajo		
Tabela št. 6	11	
Podatki kažejo, da ni bistvenih odklonov med preučevanimi enotami		
Tabela št. 7	11	
Odzivnost svetovalcev, ki so samoiniciativno ponudil nasvet ...		
Graf št. 4	12	
V kar 83% svetovalci v prvem telefonskem pogovoru potencialnemu podjetniku niso samoiniciativno ponudili nasveta		
Tabela št. 8	12	13
Odziv z nasvetom po telefonu na 22 lokacijah		
Tabela št. 9	14	
Odgovori, uvrščeni v 1. rared - za boljšo pripravo na sestanek		
Tabela št. 10	14	15
Odgovori, uvrščeni v 2. razred - konkretni napotki za izziv stranke		
Tabela št. 11	16	
(Ne)popolna predstavitev po telefonu po obravnavanih enotah		
Graf št. 5	16	
Le 27 od skupaj 107 ali 25,23% se je sogovornikom po telefonu predstavilo z navedbo ustanove, VEM točke in imenom, priimkom		
Tabela št. 12	19	
Zanimalo nas je, če je potencialni podjetnik po telefonu zaznal slabo voljo svetovalca		
Graf št. 6	19	
Podatek o zaznani slabi volji v tonu glasu svetovalca v višini 12,15% pomeni, da 13 od 107 uporabnikov ni imelo dobre izkušnje		
Tabela št. 13	20	
Stopnja (ne)prijaznosti svetovalca po telefonu glede na oceno potencialnih podjetnikov		
Graf št. 17	20	
Prikaz ravni prijaznosti v telefonskem kontaktu svetovalca s potencialnim podjetnikom		
Tabela št. 14	21	
In kako se je stopnja zaznane prijaznosti odražala znotraj posameznih		

preučevanih enot?		
Graf št. 8	21	
Stopnja zaznavanja prijaznosti znotraj posameznih enot		
Tabela št. 15	22	
Odgovori so na ravni celotnega vzorca spodbudni za vse enote		
Tabela št. 16	23	24
Oblike dogovarjanja za termin sestanka, ki so jih potencialni podjetniki dojeli kot prijazno prilagajanje		
Tabela št. 17	24	25
Slab spomin po telefonskem klicu ob zavrženih obiskih		
Tabela št. 18	25	
Slab spomin po telefonskem pogovoru		
Tabela št. 19	26	
Dober spomin po končanem telefonskem pogovoru		
Tabela št. 20	27	
Na celotnem preučevanem vzorcu vidimo, da se skoraj tretjina svetovalcev ne zahvali stranki za telefonski klic		
Graf št. 9	27	
Brez zahvale ob koncu telefonskega pogovora 35 od 107 svetovalcev		
Tabela št. 21	28	
Šolska ocena stranke o celotni telefonski izkušnji na celotnem vzorcu		
Graf št. od 10 do 14	29	30
Ocene telefonskega pogovora za posamezne skupine in primerjalno		
Graf št. 15	30	
Kako ste ocenili celotno telefonsko izkušnjo s svetovalcem?		
Graf št. 16	35	
Pozdrav ob prihodu		
Graf št. 17	35	
Vzpostavljen očesni stik		
Graf št. 18	35	
Vabilo, da se usedete		
Graf št. 19	35	
Zahvala ob koncu obiska		
Tabela št. 22	36	
Pozdrav ob prihodu		
Tabela št. 23	37	
Očesni stik ob prihodu		
Tabela št. 24	38	
Vabilo stranki naj se usede		
Tabela št. 25	38	
Zahvala ob koncu obiska		
Graf št. 22	40	
Od 90 svetovalcev jih je 74 ali 82,22% delo takoj prekinilo in se posvetilo stranki		
Tabela št. 26	41	
Na skupnem vzorcu realiziranih obiskov in po enotah glede tega, če je svetovalec na lastno pobudo povprašal stranko, kako ji lahko pomaga		
Graf št. 23	41	
Na celotnem vzorcu realiziranih obiskov je 63,33% svetovalcev povprašalo stranko, kako ji lahko pomaga ...		
Tabela št. 27	42	
Ponudba drugih storitev na VEM točki		
Tabela št. 28	43	

Vsebina ponujenih dodatnih storitev potencialnemu podjetniku ob koncu obiska		
Tabela št. 29	45	
Primerjava po enotah o tem, če je svetovalec stranki izročil kakršnokoli informativno gradivo		
Graf št. 24	46	
Informativno gradivo so potencialni podjetniki prejeli le na 39 od skupaj 90 info točkah		
Tabela št. 30	46	
Vsebina ponujenega dodatnega informativnega gradiva na posameznih VEM točkah		
Tabela št. 31	49	
Na vseh VEM točkah je v 60 primerih ali 66,67% pogovor trajal 21 minut in dlje		
Tabela št. 32	54	
Ocena zadovoljstva s ponujeno rešitvijo		
Graf št. 25	55	
Prikaz ocene zadovoljstva za celoten vzorec, kjer je bil obisk izveden		
Tabela št. 33	55	57
Pregled po posameznih VEM točkah, kjer so se potencialni podjetniki opredelili, da s ponujenimi rešitvami niso zadovoljni		
Tabela št. 34	57	58
Grupiranje dobljenih sporočil o razlogih za nezadovoljstvo s ponujenimi rešitvami		
Tabela št. 35	58	
Primerjava: odstotek zadovoljstva znotraj posameznih enot in glede na poprečje celotne populacije		
Graf št. 26	59	
Primerjava zadovoljstva znotraj posameznih enot		
Tabela št. 36	59	
Od 90 vprašanih jih je 25 bilo prepričanih, da bi morali dobiti še kakšne dodatne informacije od svetovalca.		
Graf št. 27	60	
Na primeru vzorca (N=90) bi si jih 25 želelo še dodatne informacije		
Tabela št. 37	60	61
Grupiranje dodatnih informacij, ki bi jih potencialni podjetniki še želeli		
Tabela št. 38	62	
Predstavitev vsebine po besedilnih temah o tem, kaj je bilo potencialnim podjetnikom všeč na VEM točkah		
Tabela št. 39	64	
Predstavitev vsebine po besedilnih temah o tem, kaj je potencialne podjetnike motilo na VEM točkah		
Graf št. 28	65	
Poprečne ocene obiska VEM točk		
Tabela št. 40	65	
Primerjava: poprečne ocene in izračunan standardni odklon		
Tabela št. 41	66	
Šolska ocena stranke o kakovosti opravljene storitve		
Graf št. od 29 do 33	66	67

Primerjalno: ocene obiska VEM točke		
Tabela št. 42	68	69
Argumenti ocene obiska točke VEM		
Grafa št. 34, 35	71	
Šolska ocena celotnega vtisa svetovalca po telefonskem in osebni stiku		
Graf št. 36	76	
Kar 76% odličnih in 15% prav dobrih ocen kaže na to, da se svetovalci v glavnem zavedajo pomena poslušanja pri pogovoru s stranko		
Tabela št. 43	77	
Komunikacijska analiza: Vas je pozorno poslušal?		
Graf št. 37	77	
O pozornem poslušanju, lestvica ocen od 1 do 5		
Tabela št. 44	78	
Komunikacijska analiza: Vam je zastavljal odprta vprašanja, lestvica od 1 do 3		
Graf št. 38	79	
Več kot 2 odprti vprašanji je zastavilo 62% svetovalcev, skrb pa zbuja tistih 13%, ki niso stranki zastavili nobenega vprašanja odprtega tipa		
Graf št. 39	79	
O odprtih vprašanjih, lestvica od 1 do 3		
Tabela št. 45	80	
Komunikacijska analiza: Je svetovalec govoril preveč in prehitro? (lestvica 0,1)		
Graf št. 40	81	
Pretiran in prehiter govor, lestvica od 0 do 1		
Graf št. 41	81	
Kar v 90% potencialni podjetniki ob obisku VEM točk niso imeli pripomb na to, da bi svetovalci govorili preveč ali prehitro		
Tabela št. 46	82	
Komunikacijska analiza: Je torej govoril ustrezno, razumljivo in dovolj počasi?		
Graf št. 42	83	
Ustreden, razumljiv in dovolj počasen govor, (lestvica 0,1)		
Graf št. 43	83	
Kar na 90% obiskanih VEM točk so bili zadovoljni z ustreznostjo govora.		
Tabela št. 47	84	
Komunikacijska analiza: Se je svetovalec skušal vživeti v vašo kožo, vas razumeti?		
Graf št. 44	84	
Sposobnost empatije (lestvica 1-3-5)		
Graf št. 45	85	
Dobra polovica svetovalcev se bo z vprašanjem doseganja empatije še morala ukvarjati, da bi dosegla 56% tistih, ki so jim potencialni podjetniki pripisali visoko stopnjo empatije		
Tabela št. 48	86	
Komunikacijska analiza: Je bil svetovalec prepričljiv s svojimi argumenti?		
Graf št. 46	86	
Prepričljivost svetovalca (lestvica: 1-3-5)		

Graf št. 47	87	
Čeprav je bilo 62% svetovalcev po mnenju potencialnih podjetnikov prepričljivih, ostaja izziv za izboljšanje med 30% srednje in 8% najslabše ovrednotenih		
Graf št. 48	90	
Je lokacija info točke dobro označena?		
Tabela št. 49	90	
Označenost lokacije stavbe, kjer se nahaja VEM točka		
Graf št. 49	92	
Se pisarna zlahka najde, je na dobri lokaciji?		
Tabela št. 51	92	
Se pisarna zlahka najde, je na dobri lokaciji?		
Tabela št. 52	94	
O tem, če so v prostoru zložene brošure, ki so namenjene strankam?		
Graf št. 51	95	
Ali imajo svetovalci oznake z imenom in priimkom?		
Tabela št. 53	95	
Ali ima svetovalec na mizi informativno gradivo za stranke?		
Graf št. 52	96	
Informativno gradivo o podjetništvu na mizah svetovalcev		
Tabela št. 54	96	97
O tem, če je v prostoru za stranke dovolj gradiva za podjetnike		
Graf št. 53	97	
O zadostnosti gradiva v prostoru za stranke		
Tabela št. 55	98	
Ali imate že ob prvem vstopu vtis, da ste v prostorih podporno podjetniškega okolja?		
Tabela št. 56	98	
Brez gradiva brez podjetniško podpornega okolja		
Tabela št. 57	99	
Korelacija med gradivom in podpornim podjetniškim okoljem		
Graf št. 54	99	
Primer korelacije dveh ključnih dejavnikov		
Tabela št. 58	104	
VEM točka "da", ampak ne konkretna, ne s tem svetovalcem		
Tabela št. 59	104	105
Razlogi za obstoj VEM točk tudi za potencialne podjetnike		
Tabela št. 60	105	
O razlogih zakaj VEM točka ni potrebna?		
Tabela št. 61	106	107
Vtis o točki VEM: prednosti, slabosti		
Tabela št. 62	109	
Primernalni ocenjevalni list z ocenjevalno lestvico		
Tabela št. 63	110	111
Vzorec zajetih VEM točk ocenjevalno primerjalno		
Tabela št. 64	111	112

Rangiran vzorec VEM Spirit in razvojne (Ostali) po doseženem številu točk
in oceni

Tabela št. 65

Razvojne agencije kot del VEM Spirit in skupine Ostali

113

114

Uvod

Predmet raziskave

Predmet raziskave so bile VEM točke, zbrane na seznamu, ki ga je naročnik po naboru lokacij posredoval izvajalcu na dan podpisa pogodbe dne 23.5.2016. VEM točke za potrebe te raziskave smo opredelili na podlagi dokumenta Službe Vlade RS za lokalno samoupravo in regionalno politiko¹, kjer piše, da v Sloveniji obstaja več subjektov podjetniškega okolja, med katerimi so vstopne točke VEM eden izmed njih. Predstavljene so kot »osnovna oblika podpornih institucij, ki potencialnim in obstoječim podjetnikom zagotavljajo možnosti registracije podjetja in sprememb njegove statusne organiziranosti, nudijo začetne informacije ob ustanovitvi in delovanju podjetja, jih usmerjajo pri svetovalnih storitvah in povezujejo z drugimi podpornimi institucijami.«²

Glede na navedbe, objavljene na podjetniškem portalu Agencija SPIRIT Slovenija v okviru mreže VEM točk zagotavlja »celovite brezplačne podpirne storitve na 29 lokacijah po Sloveniji.« Isti vir navaja, da so vstopne točke namenjene potencialnim podjetnikom in podjetjem v vseh fazah razvoja. Preberemo lahko tudi, da »na VEM točkah delujejo svetovalci, ki z brezplačnim informiranjem in svetovanjem tvorijo podjetnikom prijazno podporno okolje.«

Med nalogami svetovalca so poleg osnovnega svetovanja, povezanega z zagonom, poslovanjem in razvojem podjetij omenjene tudi naloge osnovnega svetovanja potencialnim podjetnikom, ki zajema tudi pripravo odgovorov na kompleksnejša vprašanja, svetovanje glede različnih podpornih instrumentov, usmerjanje k državnim vzpodbudam za razvoj podjetništva ... Ob tem pa se izvajajo tudi postopki registracij podjetij prek portala e-VEM ter osnovno svetovanje za izvajanje teh postopkov.

Scenarij kvalitativne raziskave Skriti kupec je izvajalec pripravil na podlagi vsebine javnega naročila in po osebнем sestanku z naročnikom, ko je bila dorečena vloga stranke kot potencialnega podjetnika, ki bo s konkretnimi situacijskimi vprašanji na podlagi pripravljenega vprašalnika preveril način in kakovost izvajanja storitev na VEM točki za ta segment uporabnikov storitev.

Poleg tega dela podpornega okolja (VEM točke agencije SPIRIT) pa smo glede na dostavljen spisek naročnika preverili tudi kakovost svetovanja v okviru VEM točk, ki delujejo v preostalih podpornih okoljih, od obrtnih in drugih zbornic do regionalnih agencij.

Cilji raziskave

Ključni cilji raziskave, opredeljeni s strani naročnika, ki jim je z vprašalnikom in načinom predstavitve rezultatov sledil tudi izvajalec, bi lahko strnili v tri točke:

¹ Vir: Projekt Innovation 2020, izvajalec: IRP, Inštitut za raziskovanje podjetništva: Uporabni napotki za raziskovalce, podjetnike in tiste, ki se v podjetništvo šele podajajo: Kaj in kdo je slovensko podporno okolje in kako vam lahko pomaga pri realizaciji vašega inovativnega produkta ali storitve, Maribor, september 2011

² Ibidem, stran 9

- 1) da se preveri učinkovitost delovanja VEM točk tudi za potencialne podjetnike;
- 2) da se glede na spremenjene okoliščine, ko se VEM točkam »konkurira« s podobnimi istoimenskimi storitvami v okviru upravnih enot preveri prepoznavnost in potreba po korekciji obstoječe strategije izvajanja VEM točk v praksi;
- 3) da se zazna upravičenost neformalnih pripomb s terena o nihanju kakovosti storitev na VEM točkah, in to predvsem v smislu obsega neplačljivega svetovanja in dostopnosti storitev tako za dejanske kot potencialne podjetnike;

Na kratko bi osrednji cilj raziskave lahko opredelili: Preveriti kakšen obseg in kakovost storitve na VEM točki na 107 lokacijah na območju Republike Slovenije dobi potencialni podjetnik najprej po telefonu in za tem še ob osebnem obisku.

Rezultati raziskave naj bi bili v prvi vrsti v pomoč naročniku pri snovanju nadaljnje strategije delovanja VEM točk tako v smislu njihove prepoznavnosti kot morebitnega popravka nabora potrebnih osnovnih in dodatnih storitev, ki naj bi jih izvajalci kot brezplačne in dostopne zagotavljali tudi potencialnim podjetnikom.

Značilnosti raziskave

Vzorec

Vzorec preučevanih enot se je oblikoval na podlagi posredovanih podatkov naročnika na dan podpisa pogodbe in je bil za tem glede na pričakovane cilje raziskave razdeljen v tri skupine: VEM Spirit (29 enot ali 27,10% celotnega vzorca), VEM Obrtna (62 ali 57,94% celotnega vzorca) in Ostali (16 ali 14,95% celotnega vzorca). Skupaj 107 enot je geografsko razporejenih po širšem območju Slovenije in zajema vse regije.³ Predmet raziskave so bile svetovalne točke za podjetnike, ki delujejo pod okriljem agencije⁴, znotraj obrtnih zbornic, nekaterih območnih, gospodarskih in razvojnih agencij.

Celotno statistično populacijo smo razdelili v tri primerljive enote: VEM Spirit, kjer so po strukturi raznorodne točke, ker prihajajo tako iz zasebnih podjetij, razvojnih agencij, obrtnih agencij, inštitutov. Skupno jim je, da vsem tem 29 zagotavlja brezplačno svetovanje dejanskim in potencialnim podjetnikom agencija.

Pomembno je poudariti, da so na željo naročnika pri ključnih odgovorih ločeno predstavljeni še kazalci za razvojne agencije, ki so zajete tako znotraj razreda VEM Spirit kot tudi v razredu Ostali (kamor smo uvrstili tudi gospodarske zbornice, ki ne sodijo v prva dva razreda). Vendar njihova uvrstitev v tabelarnih prikazih ni namenjena neposredni primerjavi z omenjenimi tremi razredi.

Glede na način izvedbe raziskave so potencialni podjetniki najprej poklicali na vse enote in zaprosili za pogovor s svetovalcem VEM točke, in sicer z namenom, da se z njim dogovorijo za sestanek. Na podlagi teh telefonskih komunikacij je iz nadaljnje obravnave izpadlo 17 lokacij, in sicer iz različnih razlogov.

³ Posebna priloga: Spisek obravnavanih VEM točk

⁴ S pojmom agencije mislimo na naročnika raziskave s polnim imenom SPIRIT, Javna agencija

Ponekod so sogovorniki pojasnili, da pri njih VEM točka ne deluje oziroma ne deluje več⁵. Na eni od VEM točk ni prišlo do sestanka kljub dogovoru po telefonu in izvedenem obisku potencialne podjetnice, in sicer zaradi smrti, ki jo je imela svetovalka v družini in njene predvidene večdnevne odsotnosti⁶.

V nekaterih primerih VEM točke delujejo, vendar so svetovalci pojasnili, da so storitve brezplačne le za njihove člane in potemtakem obisk ni prišel v poštev za potencialnega podjetnika. Toda težko izvedljivo bi bilo, da bi se nekdo že včlanil v zbornico v fazi pridobivanja potrebnih informacij za vstop v svet podjetništva in obrtništva⁷ in zato se na takšne lokacije nismo odpravili na obisk.

V enem primeru do obiska sicer delujoče VEM točke ni prišlo, ker se je v telefonskem kontaktu vztrajno preusmerjalo potencialnega podjetnika na elektronsko komunikacijo in morebiten obisk brezplačnega seminarja konec tedna, medtem ko dogovor za sestanek v želenem enotedenskem roku ni bil možen.⁸

Metoda

Bistvo kvalitativne raziskave, ki jo v KUPA komunikacije poimenujemo Skriti kupec, v strokovni javnosti pa se zanjo uporablja tudi pojem Skrivnostni nakup, je v tem, da ni pomembna ponovljivost obiskov preučevanega vzorca, ker šteje izkušnja vsake stranke.

Ne govorimo torej o statističnih napakah pri vzorcu, res pa je, da moramo pri vrednotenju končnih rezultatov raziskave vendarle upoštevati, da je na posamezni lokaciji prav med našim obiskom prišlo do neljubih odklonov, ki morda niso značilni za kakovost izvajanja storitev na dotični VEM točki.

Rezultati bi se iz tega vidika lahko komu na terenu zdeli tudi krivični, zato je toliko bolj pomembno vedeti, da je bistvo tovrstne raziskave v tem, da je pomembna vsaka stranka in se od poslovnega okolja pričakuje, da je vsaka stranka obravnavana na enako visoki kakovostni ravni. Le ob takšni predpostavki je namreč mogoče težiti k temu, da bi bilo neljubih odklonov tako v komunikaciji kot sami kakovosti svetovanja na VEM točki čim manj.

Zato statistični del raziskave, predvsem v vrednotenju številčnih prikazov razlagamo bolj subtilno, in za številke velikokrat pogledamo še na podlagi vsebinske analize. Če lahko za kakovostne raziskave in druge metode preverjanja kakovosti morda rečemo, da 10% nezadovoljnih strank v odnosu na celotno populacijo ni skrb zbujajoč podatek, pa nas pri kvalitativni raziskavi še kako zanima zakaj je bilo na primer nezadovoljnih 9 od skupaj 90 potencialnih podjetnikov. Prav zato poleg statistične analize vprašalnika v precejšnji meri uporabljamo tudi vsebinsko analizo na podlagi

⁵ Šaleško gospodarska zbornica, samostojna regionalna zbornica Velenje, Območna obrtna zbornica Mozirje, Območna obrtna zbornica Kranj, Območna zbornica Koroške Dravograd, Razvojni center Zasavje, Regionalna gospodarska zbornica Celje, Mariborska razvojna agencija, GZ Dolenjske in Bele krajine, samostojna regionalna zbornica, Območna obrtna zbornica Grosuplje, Podjetniška trgovska zbornica, Regionalna razvojna agencija Ljubljana, Primorska gospodarska zbornica Koper, Območna obrtna zbornica Sežana.

⁶ Območna obrtna zbornica Dravograd

⁷ Takšen primer smo imeli pri Obrtni zbornici Laško in Obrtni zbornici Ljubljana Vič.

⁸ Gre za delujočo VEM točko pri podjetju DATA d.o.o. Ljubljana

izbora ključnih tem, besed in rangiranja istovetnih ali podobnih besedilnih podatkov v posamezne razrede.

Vprašalnik, ki je vseboval 41 vprašanj je bil vsebinsko razdeljen na štiri ključne teme, in sicer: I. telefonska izkušnja z VEM točko, II. obisk z vidika komunikacije svetovalca in vsebine samega svetovanja, III. lokacija VEM točke in IV. vtisi in predlogi potencialnih podjetnikov za morebitne spremembe in izboljšave pri samem delovanju tega dela podporno podjetniškega okolja.

Struktura raziskave

Raziskava je vsebinsko razdeljena v sedem poglavij.

Prvo poglavje je namenjeno predstavitvi podatkov in analizi telefonske izkušnje z VEM točko. Zanimajo nas odgovori na vprašanja o tem, kako dolgo je potencialni podjetnik čakal na telefonski odziv svetovalca, ali ga je tako samoiniciativno vprašal, kako mu lahko pomaga, mu je morda že pred sestankom ponudil po telefonu tudi kakšen nasvet, se je ustrezno predstavil; v tem delu je potencialni podjetnik pozoren na to, če je v glasu svetovalca zaznal slabo voljo, ocenjuje njegovo prijaznost in pripravljenost na prilagoditev termina za sestanek in se na koncu vpraša, kaj mu je po telefonskem pogovoru s svetovalcem VEM točke ostalo v prijetnem in kaj v slabem spominu. V sklepnem delu tega poglavja potencialni podjetnik splošno izkušnjo telefonskega pogovora s svetovalcem tudi primerno oceni.

V drugem poglavju se lotimo analize ravnanja svetovalca ob prihodu potencialnega podjetnika na sedež točke VEM. V tem delu preverjamo primernost svetovalčevega ravnanja od pozdrava do vzpostavitve očesnega stika, zahvale ob koncu obiska, ponudbe morebitne dodatnih storitev in gradiva potencialnemu podjetniku.

Tretje poglavje se posveča sami storitvi svetovanja. Natančno opredelimo strukturo in vsebino problemov za katere so PP iskali rešitve na VEM točkah. Poglobimo se v odgovore na vprašanje »Ste bili zadovoljni s ponujeno rešitvijo; če ne, zakaj ne?«. Sledi analiza splošnega vtisa po ključnih vsebinskih temah, in sicer »všeč mi je bilo« ter »motilo me je«. Potencialni podjetniki zdaj ocenijo še izkušnjo interpersonalne komunikacije in ponujene storitve ter ocene tudi argumentirajo.

V četrtem poglavju v okviru komunikacijske analize preverjamo predvsem komunikacijske spretnosti svetovalcev na VEM točkah, pri čemer nas zanimajo pojmi kot so: poslušanje, zastavljanje odprtih vprašanj, način govora, zmožnost vživljanja v vlogo potencialnega podjetnika in njegovega problema ter na koncu tudi prepričljivost ob ponujenih storitvah.

Peto poglavje odmerjamo vprašanju prepoznavnosti VEM točke kot poslovnega okolja. Zanima nas, če je lokacija VEM točke dobro označena, vidik urejenosti, preverjamo pa tudi korelacijo med prepoznavnostjo podjetniško podpornega okolja glede na založenost s primernim gradivom na temo podjetništva.

Šesto poglavje je priložnost, da se strnejo vtisi in predlagane rešitve, ki so jih potencialni podjetniki zaznali ob koncu obiska in smo jih v analizi povzeli v dve

skupini odgovorov: prednosti (ali pozitivni vtisi) ter slabosti (ali izzivi) kar se tiče samega delovanja VEM točk in njihove (ne)potrebnosti tudi v prihodnje. Sklepne misli potencialnih podjetnikov o tem, katera misel jim je ostala v spominu ob omembi obiska pa so prav tako popotnica za razmislek o morebitnih popravkih ali spremembah pri zasnovi nadaljnjega vsebinskega, finančnega in izvedbenega delovanja tega dela slovenskega podjetniško podpornega okolja.

In zadnje, sedmo poglavje je namenjeno primerjalni ocenjevalni lestvici za obravnavani dve skupini VEM točk, in sicer vse Spiritove VEM točke in posebej rangiramo na podlagi dobljenih ocen še razvojne agencije, ki nastopajo sicer v dveh razredih, znotraj VEM Spirit in v enoti Ostalo. Posebnost pristopa pri tej ocenjevalni lestvici je v tem, da smo se naravnali v prihodnost, kar pomeni, da smo iz nabora 41 obdelanih vprašanih izbrali le sedem numerično obdelanih in primerljivih, ki pa so glede na vsebino po našem mnenju ključnega pomena za vrednotenje kakovostne storitve na VEM točkah. Prav nabor teh 7 vprašanj bi lahko postal tudi merilo nadaljnjega preverjanja in periodičnega merjenja izboljšanja kakovosti izvajanja storitev na VEM točkah tako za potencialne podjetnike kot tudi za obstoječe podjetnike in obrtnike.

Zaključek te raziskave je narejen po SWOT analizi. Na podlagi raziskave se namreč sprašujemo: 1) kaj so ta hip prednosti in slabosti za VEM danes ter 2) kakšne so nevarnosti in priložnosti za VEM jutri.

Grafikoni in tabele so navedeni v spisku po kazalu vsebine, sicer pa so sestavni del glavnega teksta. Posebej na ključku je priložena datoteka z vsemi izpolnjenimi vprašalniki, v spremnem dopisu ob oddaji raziskave pa pojasnjena tudi časovnica vseh faz izvedbe, od predpriprav, dela na terenu, zajema podatkov in obdelave ter interpretacije.

Sodelavci pri izvedbi raziskave:

Za računalniški-aplikacijski del raziskave je skrbel poslovni partner, specialist za računalniške storitve, podjetje Solitus, Matjaž Lenhart s.p., pri pripravi statističnega dela raziskave je sodelovala organizatorka informacijskih sistemov Mateja Podvratnik, za strukturo in interpretacijo ter komunikacijsko obdelavo podatkov sem skrbela Biserka Povše Tašič, terenski del raziskave pa je bil izveden v sodelovanju s pogodbenimi partnerji KUPA komunikacije – skritimi kupci. V vlogi potencialnih podjetnikov jih je tokrat sodelovalo 30 iz vseh regij Slovenije, ki so kot potencialni podjetniki opravili terenski del raziskave na podlagi različne izobrazbene, starostne in spolne strukture. Kot stranke VEM točk so nastopali v različnih vlogah: od študentov, zaposlenih s podjetniško idejo, brezposelnih, diplomantov, bodočih podjetnikov srednjih let, do mladih izobraženih podjetnikov in podjetnic.

KUPA komunikacije, Biserka Povše Tašič, s.p.
20. junij 2016



I. Telefonska izkušnja z VEM točko

Telefonska komunikacija svetovalca na VEM točki bi morala ustrezati vsem temeljnim zakonitostim uspešne poslovne komunikacije, kar pomeni, da je ob dvigu slušalke treba pomisliti, da je na drugi strani stranka, ki verjetno potrebuje naše storitve, od nas torej pričakuje pomoč, sodelovanje.

Prav pripravljenost na sodelovanje, sposobnost vživljanja (empatije) v predstavljen problem sogovornika, pozitivno razmišljanje s celotnim spektrom obvladovanja lastnih čustev – vse to je nekakšen osnovni nabor, ki se po dvigu slušalke pričakuje tudi od svetovalca na VEM točki.

Zato v kvalitativni raziskavi skrite stranke preverjamo, kako dolgo je moral potencialni podjetnik čakati na telefonski odziv in seveda kakšen je ta odziv na koncu tudi bi. Zanima nas v prvi vrsti način predstavitve. Sicer pa kot nezapisano zlato pravilo v poslovnem svetu velja, da so dopuščeni največ trije signali preden dvignemo slušalko. Še boljše je seveda, da se odzovemo takoj, na prvi klic. Nedopustno pa je, da telefon zvoní v prazno v nedogled. Prav tako, da ti v dobi digitaliziranega sveta za tem nihče ne vrne klica.

Po vzpostavitvi kontakta, ko nimamo možnosti preverjanja obstoja asertivne komunikacije, torej ocenjevanja skladnosti med izrečenim (ustna komunikacija) in pokazanim (telesna govorica) se pričakuje, da bomo sogovorniku še posebej skrbno prisluhnili. Poznavalci pravijo, da sogovornika na »oni strani žice« v kar 80% presojamo prav po tonu glasu.

Če stranki, ki nas pokliče na VEM točko že vnaprej s kakšnim nasvetom rešimo del problema ji pokažemo, da nam je mar zanjo. Hkrati pa tudi sebi olajšamo priprave na trenutek po doseženem cilju telefonske komunikacije, to je v primeru našega potencialnega podjetnika sestanek s svetovalcem.

Na končno oceno o telefonski izkušnji s svetovalcem VEM točke vpliva več že omenjenih dejavnikov: ton glasu, morda zaznana slaba volja, nalezljiva prijaznost in vljudnost, ustrežljivost pri izbiri datuma za sestanek, zastavljanje vprašanj z namenom seznanitve s stranko in njenimi problemi; in ob koncu seveda ne bi smel manjkati pozdrav in morda še napotek »kako nas najdete«.

Telefonsko izkušnjo z VEM točko v raziskavi tako spremljamo predvsem z vidika potencialnega podjetnika, ki se želi s svetovalcem dogovoriti za sestanek. Ob tem pa ne zanemarjamo prav tako pomembno vlogo svetovalca, ki bi se moral pripraviti na sestanek tako, da bi čim več izvedel o stranki in njenih pričakovanjih. Vse to z namenom, da bi po odlično ocenjeni telefonski izkušnji stranka podoživela enako odlično izkušnjo tudi na sestanku s svetovalcem VEM točke. Ampak v praksi seveda obstaja nešteto odtenkov kakovostne telefonske komunikacije; tudi v kvalitativni raziskavi Skrita stranka Potencialni podjetnik ni prav nič drugače.

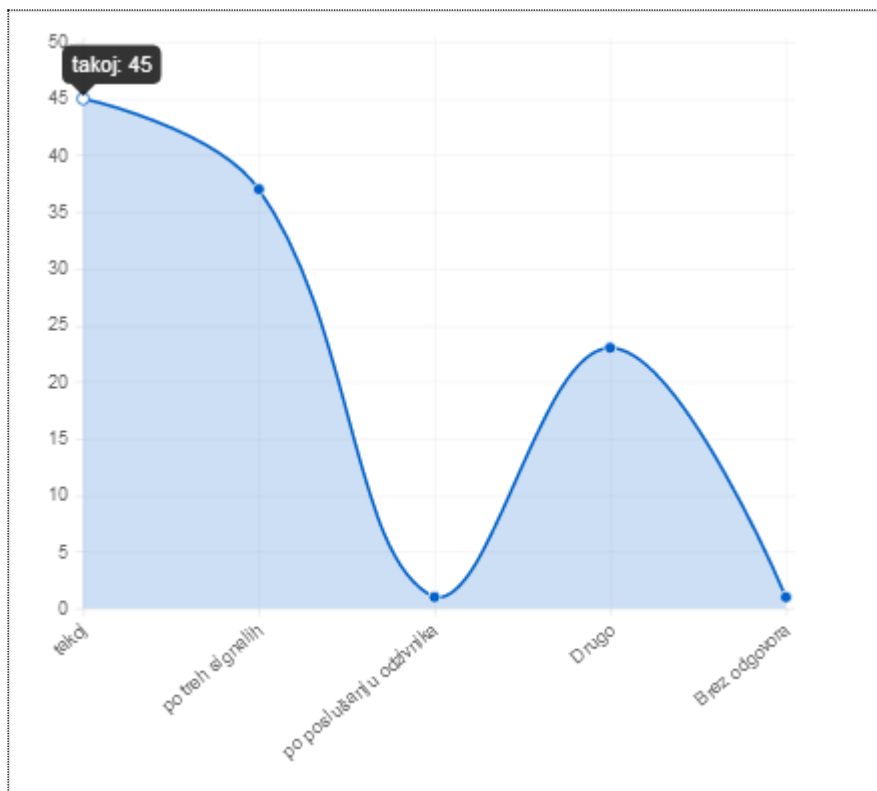
1. Kako dolgo ste čakali na telefonski odziv?

Na točki telefonske odzivnosti se celotna preučevana populacija 107 enot razdeli v nadaljevanju analize v dva dela, poimenovana Zaključeni odzivi (90 enot) in Nepopolni odzivi (17 enot). Samo pri statistični obravnavi v tem poglavju upoštevamo obe preučevani enoti, in sicer najprej celotni vzorec in potem takoimenovane zaključene odzive, torej tisti del vzorca, kjer je po telefonskem stiku tudi dejansko prišlo do obiska VEM točke.

Tabela št.: 1
Odzivnost na telefonski klic na celotnem vzorcu (N=107)

Odgovor	Število	Odstotek
Takoj	45	42,06%
Po treh signalih	37	34,58%
Po poslušanju odzivnika	1	0,93%
drugo	23	21,50%
Brez odgovora	1	0,93%
Skupaj	107	100%

Graf št.: 1
Prikaz hitrosti odgovorov za celoten vzorec ne glede na realizacijo obiska



Čakanje na telefonski odziv smo preverili še primerjalno, torej po posameznih preučevanih skupinah glede na populacijo kot celoto. Primerjalni graf nazorno prikazuje odstopanja. V skladu z merili poslovne komunikacije lahko kot odličen način telefonskega odziva opredelimo opciji »takoj« in »po treh signalih«.

Upoštevati je treba tudi besedilni del analize, ki kaže, da obstajajo pri opciji »drugo« oziroma pisnih pojasnilih potencialnih podjetnikov v vlogi skritih strank zabeležke, da jim so jim svetovalci v 3 primerih samoiniciativno po zvonjenju v prazno naposled vrnil klic. To pomeni, da lahko pri tej opciji govorimo o 20 primerih slabe prakse (dolgo čakanje na odziv, tudi pol minute in več, prekinitve telefonskih povezav, ipd.), medtem ko imamo v 3 primerih pravilno reakcijo vrnitve klica na katerega svetovalac v nekem trenutku ni mogel odgovoriti (je bil zaseden v pisarni ali pa je bil fizično odsoten z lokacije VEM točke).

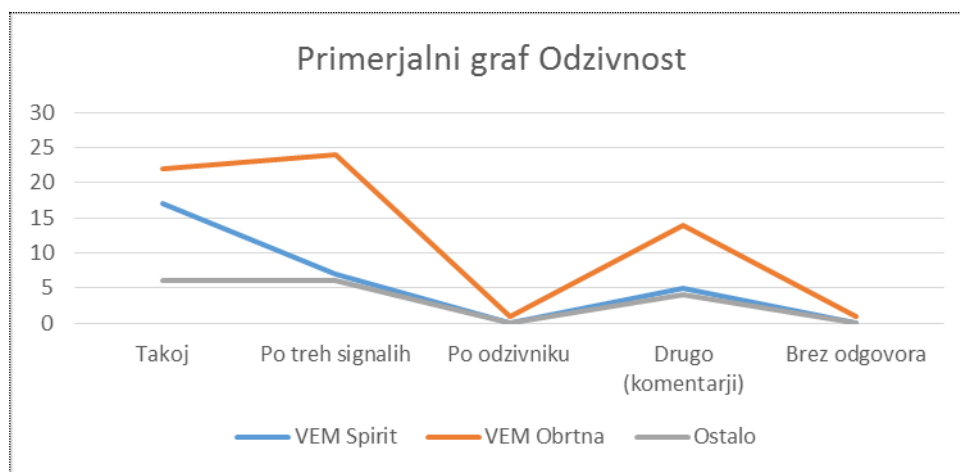
Tabela št.: 2

Odzivnost pri posameznih statističnih enotah znotraj celotne populacije (N=107)

Vrsta enote	Takoj	Po treh signalih	Po odzivniku	Drugo (komentarji)	Brez odgovora	Skupaj
VEM Spirit	17 58,62%	7 24,14%	/	5 17,24%	/	29 100%
VEM Obrtna	22 35,48%	24 38,71%	1 1,61%	14 22,58%	1 1,61%	62 100%
Ostalo	6 37,50%	6 37,50%	/	4 25,00%	/	16 100%
Skupaj	45	37	1	23	1	107

Graf št. 2

Primerjava odzivnosti po telefonu po treh skupinah



Pri primerjalnem grafu lahko med drugim vidimo, da je bila odzivnost po telefonu najbolj razgibana znotraj skupine VEM Spirit, kjer je največji delež svetovalcev v primerjavi z drugima dvema statističnima enotama odgovoril na klic »takoj« in »po treh signalih«.

Tabela št.: 3
 Odzivnost pri enotah, kjer je telefonskemu klicu sledil tudi obisk info točke (N=90)

Odgovor	Število	Odstotek
Takoj	38	42,22%
Po treh signalih	31	34,44%
Po poslušanju odzivnika	1	1,11%
drugo	19	21,11%
Brez odgovora	1	1,11%
Skupaj	90	100%
<i>Standardni odklon</i>	<i>15,153</i>	

Tabela št.: 4
 Odzivnost pri enotah, kjer obisk ni bil izpeljan po
 (ne)vzpostavljenem telefonskem kontaktu (N=17)

Odgovor	Število	Odstotek
Takoj	7	41,18%
Po treh signalih	6	35,29%
Po poslušanju odzivnika	0	0,00%
drugo	4	23,53%
Brez odgovora	0	0,00%
Skupaj	17	100%
<i>Standardni odklon</i>	<i>2,9394</i>	

Pri sami odzivnosti ni bistvene razlike med predvidenimi enotami obiska in tistimi enotami, kjer je potencialni podjetnik VEM točko na koncu tudi obiskal. Čeprav pozneje ugotavljamo, med obema enotama vendarle obstaja bistvena razlika v tem primeru, in sicer v oceni prijaznosti, ki je praviloma dosti nižja v primerih, ko se potencialni podjetnik ni mogel dogovoriti za sestanek s svetovalcem.

2. Kako dolgo je trajal telefonski pogovor?

Telefonski pogovor je v poprečju trajal 5 minut in 33 sekund. Rezultati kažejo, da so se pogovori, ki niso pripeljali do sestanka praviloma končali hitro, v razponu od 50 sekund do poldruge minute.

3. Vas je svetovalec samoiniciativno vprašal, kako vam lahko pomaga?

To vprašanje je predvsem namenjeno temu, da svetovalec pokaže interes za sogovornika po telefonu, mu prisluhne in pogovor nadaljuje s tipom odprtih vprašanj, da bi lahko o stranki in njenih težavah čim več izvedel. In takšno izhodiščno vprašanje, čeprav morda drugače formulirano, je uporabilo premalo, le 27,10% svetovalcev.

Tabela št.: 5
O tem, če vas je svetovalec povprašal, kako vam lahko pomaga

Odgovor	Število	Odstotek
NE	78	72,90%
DA	29	27,10%
Brez odgovora		
Skupaj	107	100%

Graf št. : 3
Več kot dve tretjini svetovalcev ni zaznalo potrebe, da bi sogovornika povprašali, kako mu lahko pomagajo.

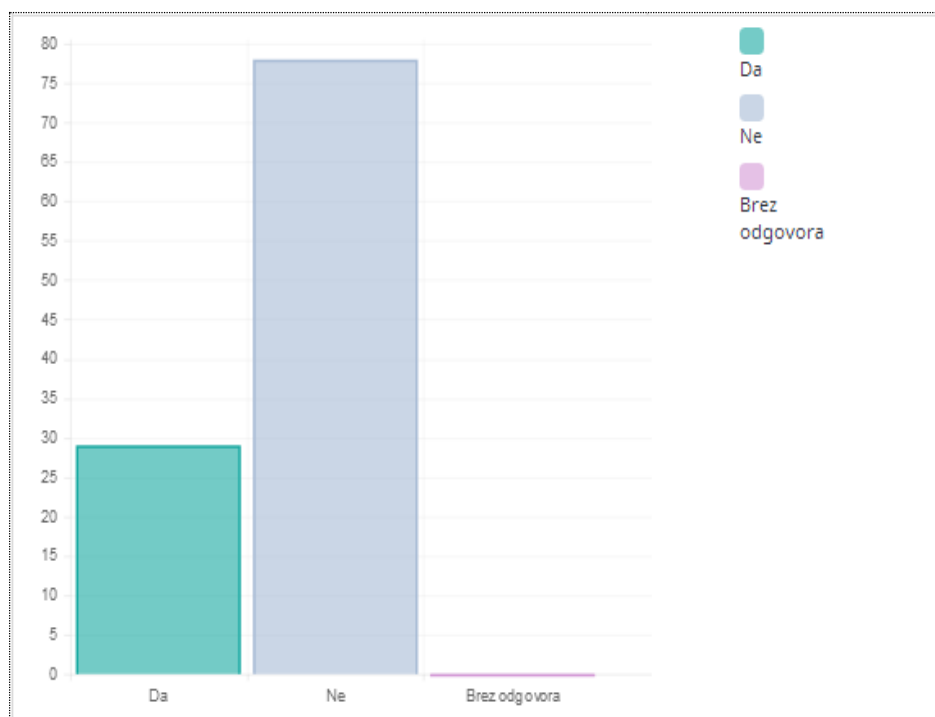


Tabela št.: 6

Podatki kažejo, da pri tem ni bistvenih odklonov
med posameznimi preučevanimi enotami, če primerjamo samo odgovor NE

Odgovor	Število	Odstotek
NE – na ravni celotnega vzorca	78	72,90%
NE – VEM Spirit	21	72,41%
NE – VEM Obrtne	48	77,42%
NE – ostali	9	56,25%
NE – razvojne /razreda Spirit in Ostali/	9	56,25%

4. Ali vam je svetovalec že pred sestankom ponudil kakšen nasvet po telefonu?

To vprašanje je na prvi pogled morda podobno prejšnjemu, vendar razlika obstaja. Kako vam lahko pomagam je namreč že bolj vljudnostna fraza, s katero pa svetovalec prevzame proaktivno vlogo, torej pokaže pripravljenost, da bo sogovorniku po telefonu prisluhnil in zaznal problem. To vprašanje samo po sebi še ne pomeni, da mu svetovalec tudi karkoli svetuje.

Po tem torej, ali je svetovalec v telefonskem stiku s stranko, ki je namenjena k njemu na sestanek, karkoli svetoval sprašujemo v tem delu. V poslovni komunikaciji je telefonski klic ponavadi namenjen dogovoru za sestanek, razjasnitvi kakšnega poslovnega izziva, praviloma pa ne zavrnitvi sogovornika, nikakor ne na grob način. Ključni namen telefonskega klica potencialnega podjetnika v tej raziskavi je bil, da se s svetovalcem na VEM točki dogovori za sestanek, kjer bi lahko pridobil potrebne informacije in nasvete za splošno ali čim bolj konkretno vprašanje, ki je povezano s tem, da se podaja v svet podjetništva in ima pred to dokončno odločitvijo še kar nekaj dilem in zadreg. In stranka v tej vlogi je svetovalca ocenjevala ob podmeni, da je tudi on zainteresiran, da o potencialni stranki, ki želi k njemu na sestanek, seveda čim več izve že po telefonu; prav tako o temi pogovora; oboje zato, da bi se kot svetovalec lahko čim bolj kakovostno pripravil na predvideno poslovno srečanje.

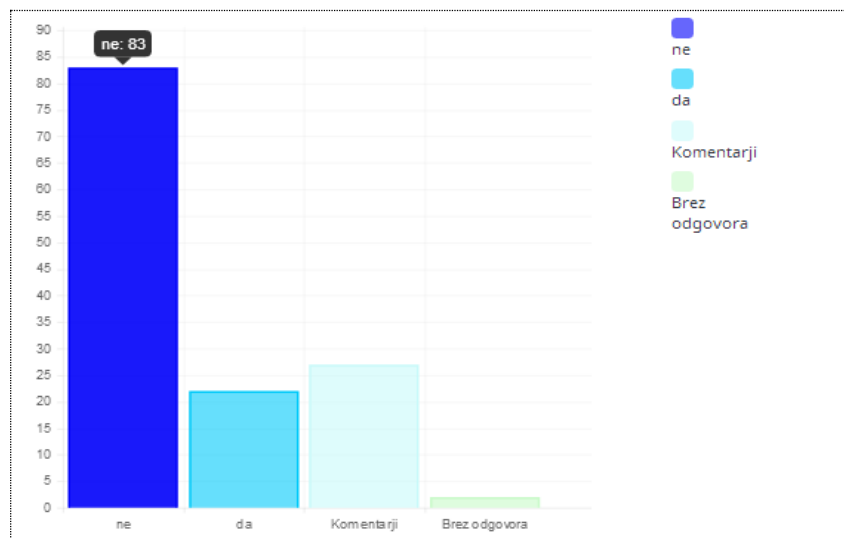
Tabela št.: 7

Odzivnost svetovalcev, ki so samoiniciativno ponudili nasvet ob telefonskem pogovoru pri tistih enotah, kjer je klicu sledil tudi obisk info točke je 20,56 odstotna.

Odgovor	Število	Odstotek (%)
Da	22	20,56%
Ne	83	77,57%
Brez odgovora	2	1,87%
Skupaj	107	100%

Graf št.: 4

V kar 83% svetovalci v prvem telefonskem pogovoru potencialnemu podjetniku niso samoiniciativno ponudili kakšnega nasveta.



Rezultati kažejo, da je to možnost prvega nasveta po telefonu (npr. ali ste že pogledali določene vire informacij, kaj pa o zadevi že veste, kaj si lahko še ogledate pred sestankom, kaj bi glede vprašanja želeli od mene...) izkoristilo premalo svetovalcev, in sicer le 22 od skupaj 107 oziroma le 20,56%. V kar 83% svetovalci torej prvega telefonskega pogovora niso izkoristili za to, da bi stranki karkoli svetovali.

Sprašujemo se, katerih 22 svetovalnih točk, kar kaže statistika, se je, geografsko in po strukturi vzorca (VEM Spirit, VEM Obrtna, Ostali) že v prvem telefonskem kontaktu odzvalo z nasvetom? Besedilna analiza nam, kot bo razvidno v nadaljevanju, samo številčne rezultate vendarle malo postavi na glavo.

Tabela št.: 8

Odziv z nasvetom po telefonu na naslednjih lokacijah,
od katerih jih 6 spada pod VEM Spirit, 11 pod VEM Obrtna in 5 k skupini Ostalo.

Koper, 6000, Območna obrtno podjetniška zbornica Koper
Slovenske Konjice, 3210, Šolski center Slovenske Konjice - Zreče
Šmarje pri Jelšah, 3240, Razvojna agencija Sotla
Celje, 3000, Območna obrtna zbornica Celje
Ruše, 2342, Območna obrtna zbornica Ruše
Celje, 3000, Razvojna agencija Savinjske regije
Nazarje, 3331, Savinjska območna razvojna agencija

Kranj, 4000, Območna obrtna zbornica

2370, Dravograd, Obrtna zbornica Dravograd

Ljubljana, 1000, Območna obrtna zbornica Ljubljana Vič

Ljubljana, 1000, DATA, poslovne storitve d.o.o.

Jesenice, 4270, Razvojna agencija Zgornje Gorenjske

Jesenice, 4270, Območna obrtna zbornica Jesenice

Postojna, 6230, Obrtna zbornica Postojne

Novo mesto, 8000, GZ Dolenjske in Bele krajine, samostojna regionalna zbornica

Ilirska Bistrica, 6250, Območna obrtna zbornica Ilirska Bistrica

Kočevje, 1330, Območna obrtna zbornica Kočevje

Koper, 6000, Primorska gospodarska zbornica

Logatec, 1370, Območna obrtna zbornica Logatec

Postojna, 6230, Gospodarska zbornica Postojna

Pivka, 6257, RRA Zeleni kras d.o.o.

Piran, 6320, Območna obrtna zbornica Piran

Na primeru celotne populacije (vzorec N=107) imamo znotraj nasveta po telefonu tudi nekaj posebnih primerov, ki ne sodijo niti v prvi niti v drugi razred grupiranih podatkov. Zato smo jih v zgornji tabeli lokacije označili s krepko pisavo in iz prvotnega nabora nasvetov izločili. Zakaj?

V enem primeru zato, ker je svetovalka pojasnila, da pri njih ni več VEM točke in se naj stranka obrne drugam, kar ni nasvet, kot smo ga opredelili pri obeh izbranih razredih. V drugem primeru je svetovalka zadirčno sporočila, da pri njih ne dajejo nobenih informacij brezplačno, da so nasveti brez plačila le za njihove člane in naj se stranka obrne drugam. Tudi to torej ni nasvet, ki bi si ga potencialni podjetnik želel slišati. Oba primera, torej tako Obrtno zbornico Kranj kot Obrtno zbornico Ljubljana Vič lahko iz statističnega zajetja nasvetov torej po besedilni analizi izločimo in pristanemo na vzorcu 20 realnih nasvetov.

Primer svetovanja, ki ga je stranka razumela predvsem kot »oviranje«, da pride do realizacije sestanka imamo v primeru, ko je svetovallec izredno prijazno svetoval po telefonu in stranki posredoval podatke tudi po e.-pošti, jo povabil na brezplačen seminar konec tedna, a pripomnil, da za sestanek ni potrebe, naj se najprej izpolni anketni list, podrobnejše informacije na samem sestanku pa so potem plačljive. Zato izločamo tudi DATA d.o.o. iz Ljubljane kot primer dobrega nasveta, namenjenega temu, da do sestanka naposled pride. Vzorec se po besedilni analizi tako skrči na 19 pravih nasvetov.

Znotraj teh 19 nasvetov imamo dva primera, ko točke VEM ne delujejo, a v obeh primerih so stranke deležne prijaznega nagovora z nasvetom, kam se naj obrnejo. Gre za GZ Dolenjske in Bele krajine s sedežem v Novem mestu, samostojno regionalno zbornico ter Primorsko gospodarsko zbornico s sedežem v Kopru. Vendar tudi ta dva nasvet nista v smislu razporeditve v dva omenjena razreda besedilne analize, torej namenjene realizaciji sestanka na VEM točki.

Tako na koncu po prečiščenem rezultatu s pomočjo besedilne analize pridemo do tega, da so bili potencialni podjetniki dejansko deležni le 17 in ne 22 nasvetov po telefonu. Posredovani nasveti so v nadaljevanju znotraj vsebinske analize razdeljeni v dva razreda:

1. razred: Nasvet z namenom boljše priprave na sestanek (tako svetovalca kot stranke)
2. razred: Že konkretni napotki za reševanje poslovnega izziva stranke

A. Vsebinska analiza 17 dejanskih nasvetov po telefonu

Pri besedilni analizi merimo frekvenco (torej pogostost ponovitve izbranih ključnih besed, ki pa jih predstavljamo uporabljene v celotnem kontekstu, torej izrečenem stavku) in odstotek glede na število dejansko opredeljenih nasvetov.

Tabela št. 9

Odgovori, uvrščeni v 1. razred – Nasvet z namenom boljše priprave na sestanek

KLJUČNA TEMA:	NASVET /povzeti zapisi potencialnih podjetnikov iz vprašalnika/
Priprava na sestanek	
1x	Povprašala me je, o čem bi se želela pogovoriti, kaj bo tema pogovora.
1x	Glede na moje vprašanje, da bi se želela samozaposliti, a še nimam prave ideje, mi je svetovalec dejal, da bova skušala najti nekaj primerne zame, neko tržno nišo.
1x	Povprašala me je, kaj me zanima, da bi se lahko pripravila.
1x	Svetovalec se je pozanimal o zadevah, ki me zanimajo, da bi se lahko boljše pripravil na sestanek z menoj in moja vprašanja.
1x	Da se lahko glede popoldanskega s.p. in dopolnilne kmetijske dejavnosti obrnem tudi na T.P. na upravni enoti M., da mi bo tudi ona znala svetovati. Lahko pa pridem do nje.
1x	Svetovalka me je povprašala, če že imam izbrane prve kupce oziroma vsaj malo zagotovljenih kupcev, ker so stroški delovanja s.p. na mesec približno 300 evrov.
Skupaj: 6x	35,29 % od skupaj 17 dejanskih nasvetov

Tabela št. 10

Odgovori, uvrščeni v 2. razred – Že konkretni napotki za reševanje poslovnega izziva stranke

KLJUČNA TEMA:	NASVET /povzeti zapisi potencialnih podjetnikov iz vprašalnika/
Ponudba rešitev, nasvetov	
2x	Svetovala mi je, katera opcija bi bila najboljša zame in predlagala, da se oglasim.
2x	Povedala mi je, kakšne dokumente prinesem s seboj in kje lahko že pred sestankom pridobim kakšne informacije.
1x	Omenila mi je, da je možno odpreti s.p. kot popoldansko obrt ne glede na to, če sem zaposlena za polni delovni čas.
2x	Na vprašanje, da se ne morem odločiti med s.p. in d.o.o. mi je takoj na kratko razložila, da je pri s.p. vse odvisno od prometa, pri odprtju d.o.o. pa je potreben začetni kapital v višini 7.500 evrov.
3x	Svetovalka mi je povedala, da lahko poleg celotne registracije mojega s.p. preveri tudi, če bi moral zadostiti posebnim pogojem za opravljanje moje dejavnosti, omenila mi je možnost najema prostorov na območju

	podjetij, ki so šla v stečaj in bi morda tam lahko izvajal svojo dejavnost.
1x	Svetovalec je opisal vlogo ustanove in pojasnil, kaj lahko pričakujem brezplačno, kaj pa je plačljivo in se bolj podrobno zanimal o tem, kaj me zanima, da bi se, kot je dejal, lahko pripravil na sestanek.
Skupaj: 11x	64,70% od skupaj 17 dejanskih odgovorov.

Stanje

Telefonska komunikacija kot priložnost za izmenjavo informacij v smislu priprave na sestanek v primeru VEM točk še ni v zadostni meri izkoriščena oziroma prepoznana kot nujnost za kakovostno izpeljavo sestanka.

Odstotek, ki kaže na že obstoječo dobro tovrstno prakso je dejansko po opravljeni besedilni analizi, ko se ozremo za zgolj številčne statistične kazalce še nižji in dejanskim nasvetom v prvi telefonski komunikaciji lahko priznamo le 15,55% realno vrednost oziroma govorimo o dejansko 17 nasvetih od prvotno, statistično opredeljenih 22, med katerimi pa jih vsebinska analiza 5 izloči.

Tudi v primeru uspešne komunikacije po telefonu namreč lahko govorimo le takrat, ko sta oba deležnika zadovoljna z izplenom oziroma sta v vzpostavljenem telefonskem komunikacijskem procesu oba pridobila.

Potencialni podjetnik se v tem primeru lahko počuti zaželenega, ker je nekdo pokazal interes za njegov problem in se bo skušal na reševanje le-tega v osebnem stiku čim bolj dobro pripraviti. Svetovalec pa se lahko bolj suvereno in dobro pripravi na sestanek, da bi, glede na poslanstvo ki ga ima na VEM točki, lahko čim bolj kakovostno opravil svojo nalogo. Oviranje same izvedbe sestanka s sklicevanjem na to, da se izčrpajo vsi ostali kanali komuniciranja ne moremo šteti za poslovanje v dobri veri, saj potencialni stranki, ki morda ni vešča digitalnega komuniciranja, ne moremo vnaprej odrekati osebnega stika na točki brezplačnega podjetniškega podpornega okolja.

Izziv

Svetovalci v podjetniško podpornem okolju morajo telefonsko komunikacijo razumeti predvsem kot prvi korak nadaljnje obravnave potencialnega podjetnika, pri čemer pa mora biti v njihovem interesu, da do sestanka tudi dejansko pride. V osebni komunikaciji je namreč mogoče zastaviti več odprtih vprašanj, ki so edina prava pot do vživetja v situacijo stranke in iskanje pravih rešitev zanjo. Tudi v primeru, da se želi prek sodobnih poti komuniciranja (izpolnjevanje vprašalnikov prek e-maila npr.) predhodno pridobiti podatke o stranki, pa je treba termin osebnega stika z njo ob prvem telefonskem kontaktu vseeno uskladiti.

4. Kako se je svetovalec predstavil po telefonu?

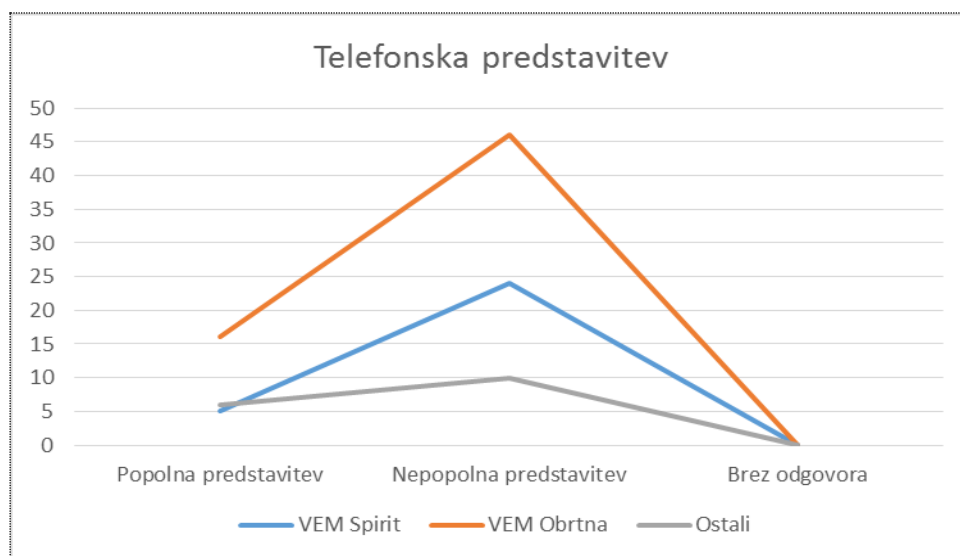
Popolno predstavitev smo opredelili z navedbo: ime, priimek, naziv ustanove in VEM točke, vse ostalo smo obravnavali kot nepopolno predstavitev. Besedilna analiza pokaže, da na terenu ob predstavitev po telefonu prevladuje močno nepoenotena praksa, kar potrjuje tudi statistika, saj se je le 27 od skupaj 107, kar je 25,23% od celotne populacije svetovalcev predstavilo pravilno.

Velika večina, več kot 60% se praviloma sploh ne predstavi, in sogovornike nagovori le s »prosim«, preostali del pa omeni zgolj eno od opcij: le pozdrav in ime ustanove, samo ime ustanove, pozdrav in ime ustanove ... Variacij na temo »nepopolna« predstavitev je veliko, bolj bistveno je, da se vprašamo, kaj dejansko pomeni nepopolna predstavitev za samo učinkovitost dostopanja do VEM točke. Nepopolna predstavitev prevladuje pri vseh vrstah točk, kar potrjuje tudi graf, za naročnika pa to pomeni, da bi bilo tako v vsebinskem kot tehničnem smislu potrebno poenotiti način predstavitev.

Tabela št.: 11
(Ne)popolna predstavitev po telefonu po obravnavanih enotah (N=107 enot)

Odgovor / Enote / N, %	VEM Spirit	VEM Obrtna	Ostali	Razvojne
Popolna predstavitev	5 17,24%	16 25,81%	6 37,50%	3 18,75%
Nepopolna predstavitev	24 82,76%	46 74,19%	10 62,50%	13 81,25%
Brez odgovora	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%	0 0,00%
Skupaj	29 100%	62 100%	16 100%	16 100%

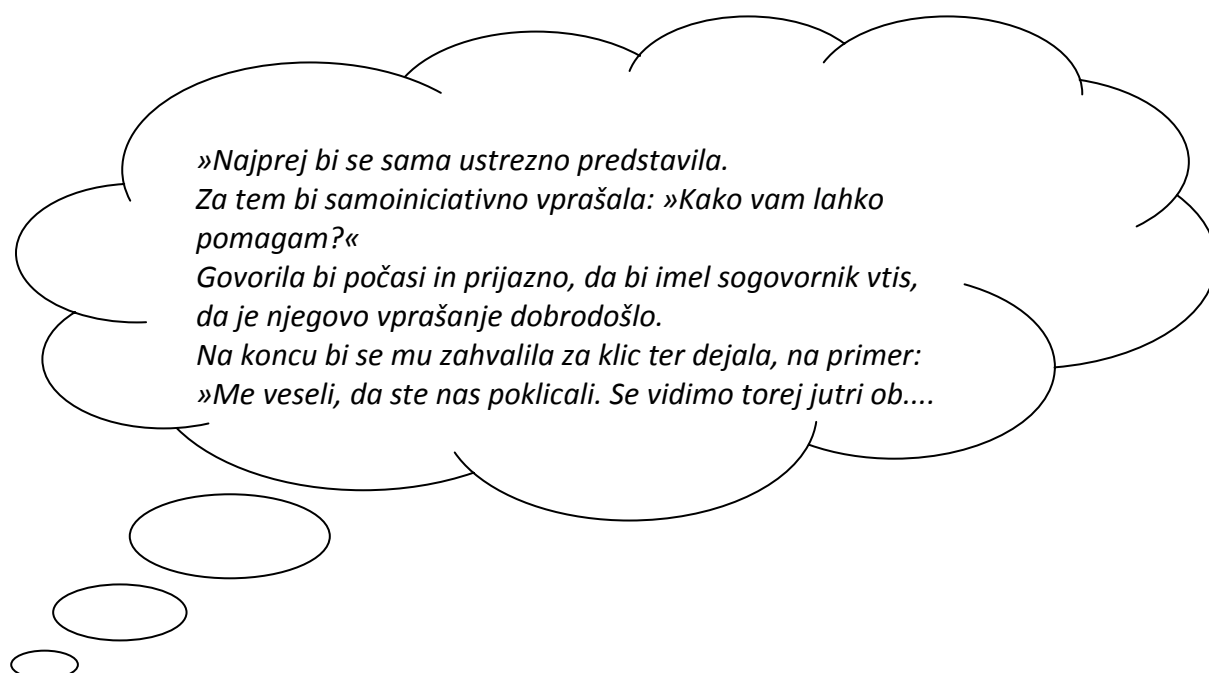
Graf št.: 5
Le 27 od skupaj 107 ali 25,23% se je sogovornikom po telefonu predstavilo z navedbo ustanove, omembo VEM točke in lastnim imenom in priimkom.



Ko smo v vprašalniku kvalitativne raziskave potencialne podjetnike povprašali, kako bi izboljšali telefonsko komunikacijo s stranko, če bi bili sami v vlogi svetovalca, so dejansko vsi najprej poudarili, da bi se za začetek predstavili z imenom in priimkom.

Nasveti potencialnih podjetnikov gredo še korak naprej. Po predstavitvi ustanove in navedbi »VEM točke« ne bi pozabili vprašati stranke, kako ji lahko pomagajo. In dobra tretjina je ob tem še dodala, da je pomemben tudi zaključek telefonske komunikacije, ko je treba sogovornika še enkrat prijazno opomniti na dogovorjen termin in temo sestanka.

Poglejmo primer odgovora ene od potencialnih podjetnic, ki jih je med terensko raziskavo zapisala v vprašalniku:



Med rešitvami, ki jih potencialni podjetniki omenjajo v primeru telefonske komunikacije so tudi odzivniki in preusmerjanje telefonskega klica na zasebni mobilni aparat svetovalca VEM točke.

V razmislek še dva predloga potencialnih podjetnikov o tem, kako bi se moral glasiti uvodni pozdrav.

- 1) »Pozdravljeni, poklicali ste Savinjsko-Šaleško razvojno agencijo Nazarje, z vami Klavdija Šemenc, kako vam lahko pomagam?«
- 2) »Dober dan, Saša Pegan iz Obrtne zbornice Trbovlje in točke VEM, kako vam lahko pomagam?«

Prvi primer opozarja na zadrego, ko posameznik v vlogi VEM svetovalca zastopa več ustanov, matično, kjer točka gostuje in morda opravlja znotraj hiše še kakšno drugo vlogo kontaktiranja s strankami. Pol minute pa se tudi ni mogoče predstavljati po telefonu, kajne? Ob predstavitvi stanja v nadaljevanju zato še kakšen namig v delu izziv.

Stanje

Nepopolna predstavitev prevladuje pri vseh vrstah točk, kar potrjujejo tudi statistični kazalci, ne le vtis potencialnih podjetnikov na terenu, ki so v povratni telefonski komunikaciji ob oddajanju vprašalnikov predvsem poudarjali, da se jim svetovalci po telefonu ne želijo predstaviti z imenom in priimkom. Ključen vpliv na nejasnosti pri predstavljanju po telefonu ima dejstvo večopravnosti, torej v nobeni ustanovi, kjer se izvaja tudi storitev VEM tam zaposleni praviloma ne opravlja samo te dejavnosti.

Izziv

Ker pa je kljub objektivni situaciji, da točka VEM dejansko gostuje znotraj obstoječih ustanov in organizacij (zbornic, razvojnih agencij, podjetij) nepoenoten odziv po telefonu moteč za stranko, se mora naročnik raziskave tega izziva čimprej lotiti. Možnosti je zagotovo več, tako s tehnološkega kot izvedbenega vidika, na primer: uvedba posebne telefonske številke (npr. brezplačne za stranke) na izbranih lokacijah, kjer se bodo izvajale storitve VEM točke.

Morda bi bilo izvedljivo sodelovanje s kakšnim od klicnih centrov ali zagotovitev brezplačne telefonske številke na VEM točkah, kjer se bo vedno oglašal za storitve tega podjetniško podpornega okolja pristojen svetovalec.

In pri odzivanju na telefon je treba sprejeti znotraj dokumentov o izvajanju storitev VEM točk tudi poenoten način predstavitve, na primer: Pozdravljeni, Katarina Novak z vami, VEM točka Radenci, kako vam lahko pomagam....

Stranko, ki se po telefonu obrne na VEM točko zanimajo namreč storitve, ki naj bi jih (in jih ponekod v večji, drugje v manjši meri) ponujala potencialnemu podjetniku brezplačno. Zanj je povsem drugotnega pomena, če se ta storitev VEM izvaja v prostorih zbornice z njihovimi izvajalci, v kakšnem od svetovalno-računovodskih-davčnih podjetij ali razvojni agenciji.

5. Ali ste zaznali v tonu glasu slabo voljo svetovalca?

Podatek, da je 12,15% potencialnih podjetnikov zaznalo slabo voljo v glasu svetovalca kaže, da so zaznali problem, ki pa glede na odstotek nima velikih razsežnosti. Je pa, glede na zastavljen standard profesionalne poslovne komunikacije, kljub temu nesprejemljiv.

Težiti bi bilo treba k ničelni toleranci, torej k profesionalni telefonski komunikaciji, kjer bi za odgovor »da« veljala usmeritev ničelne stopnje. Slaba volja, prepoznavna po telefonu, preprosto ne sodi na »delovno mesto« svetovalca na VEM točki. Če je 13 sogovornikov imelo slabo izkušnjo ob telefonski komunikaciji to zagotovo ni zanemarljiv podatek. Tudi zaradi tega, ker vemo, da dober glas seže v deveto vas, slabši pa še dlje in lahko to številko pomnožimo glede »delitve slabe izkušnje« vsaj še s faktorjem 4. In tudi tako nastaja vtis o prepoznavnosti VEM točke.

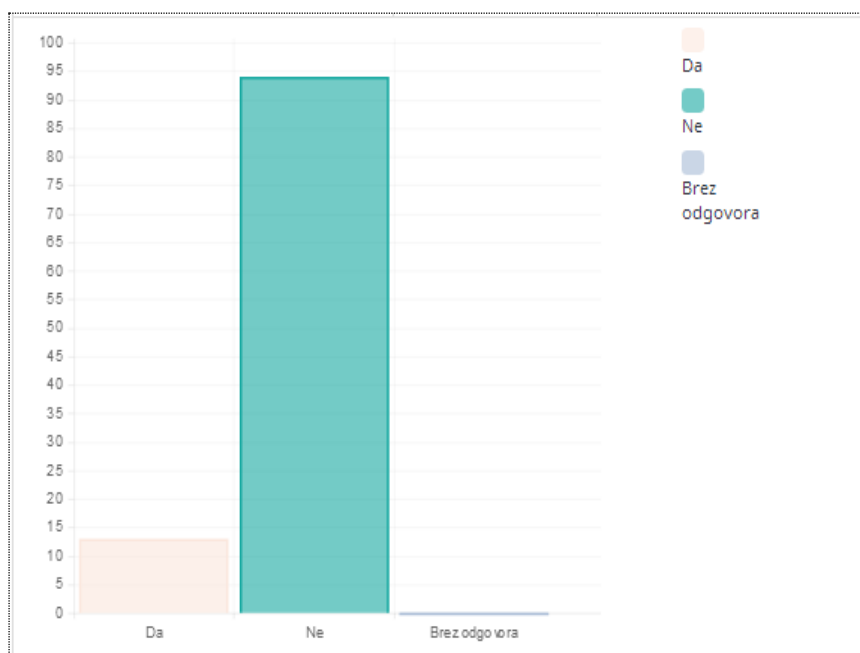
Tabela št.: 12

Zanimalo nas je, če je potencialni podjetnik v telefonskem klicu zaznal slabo voljo svetovalca.

Odgovor	Število	Odstotek
DA	13	12,15%
NE	94	87,85%
Brez odgovora	0	0,00%
Skupaj	107	100%

Graf št.: 6

Podatek o zaznani slabi volji v tonu glasu svetovalca v višini 12,15% med drugim pomeni, da 13 od skupaj 107 uporabnikov storitev info točke ni imelo dobrega občutka po koncu telefonskega pogovora.



Prav tako zaznana slaba volja v glasu sogovornika vpliva tudi na splošno oceno, vtis ob koncu telefonskega pogovora; in lahko zamegli tudi sicer povsem solidno posredovanje želene vsebine.

6. Kako bi s stopnjevanjem od 1 do 4 označili prijaznost svetovalca po telefonu?

(Lestvica: 1-zelo neprijazen, 2 – neprijazen, 3 – prijazen in 4 – zelo prijazen)

Prav ocena prijaznosti ključno vpliva na splošen vtis telefonske komunikacije in zaznana slaba volja v glasu sogovornika je z njo vselej v obratnem sorazmerju. Višja kot je stopnja zaznave slabe volje, nižja je stopnja občutka prijaznosti.

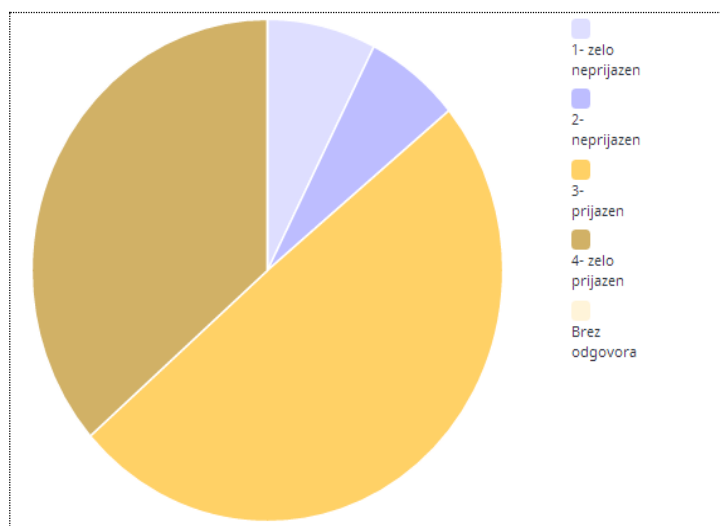
Tabela št.: 13

Stopnja (ne)prijaznosti svetovalca po telefonu glede na oceno potencialnih podjetnikov

Odgovor	Število	Odstotek
1- zelo neprijazen (1)	8	7,48%
2- neprijazen (2)	7	6,54%
3 – prijazen (3)	53	49,53%
4 – zelo prijazen (4)	39	36,45%
Brez odgovora	0	0,00%
Skupaj	107	100%

Graf št: 7

Prikaz ravni prijaznosti v telefonskem kontaktu svetovalca s potencialnim podjetnikom.



Zanimalo nas je, kako potencialni podjetnik zaznava in ocenjuje stopnjo (ne)prijaznosti, pri čemer je 1 veljala za izredno neprijaznost, ki se je na terenu v enem primeru končala z nadiranjem, da naj nikar ne hodi na obisk, ker je ta plačljiv,

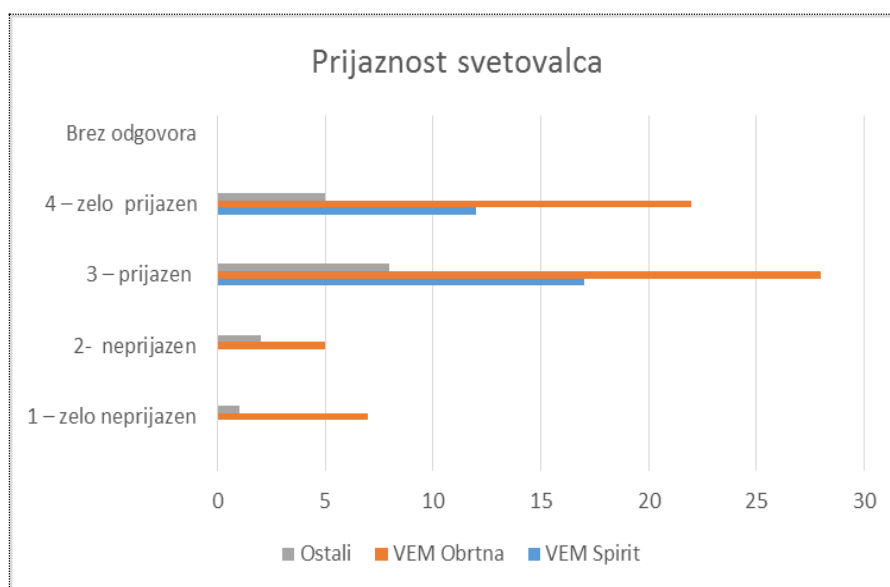
brezplačni nasveti pa le za člane. Neprijaznost 2 so potencialni podjetniki opisali predvsem kot odsotnost prijaznosti, vendar ne na ravni prej omenjene nesramnosti. Prijazen 3 so zaznavali kot običajno prijaznost, ki jo v poslovnem svetu ob telefonskem klicu stranka nekako pričakuje. Zelo prijazen 4 pa je bil za potencialne podjetnike sogovornik, ki se je že ob zaznavi glasu in vsebinskem angažiranju resnično potrudil, da bi lahko stranki čim bolj ustregel.

In svetovalci, ki so se trudili, da so se pri dogovarjanju o terminu za obisk stranki čim bolj prilagodili, so si praviloma zaslužili najvišjo oceno 4. Njihova gesta, da ustrežejo se je namreč razumela kot izredna prijaznost. Nekateri so tako poudarili, da so naslednji dan na primer uradne ure res do 12-ih, vendar pa bodo oni tam do 16. ure in se lahko stranka oglasi kadarkoli želi. Pri tem pa jo prijazno opomnili, da se lahko zgodi, da bo ob prihodu morda že kdo prej na vrsti in zato bo mogoče treba malo počakati.

Tabela št.: 14
In kako se je stopnja zaznane prijaznosti odražala znotraj posameznih preučevanih enot?

Odgovor po enotah / število, odstotek	VEM Spirit	VEM Obrtna	Ostali	Razvojne
1 – zelo neprijazen	0 0,00%	7 11,29%	1 6,25%	1 6,25%
2- neprijazen	0 0,00%	5 8,06%	2 12,50%	1 6,25%
3 – prijazen	17 58,62%	28 45,16%	8 50,00%	6 37,50%
4 – zelo prijazen	12 41,38%	22 35,48%	5 31,25%	8 50,00%

Graf št.: 8
Stopnja zaznavanja prijaznosti znotraj posameznih enot



7. Ali se vam je svetovalec skušal prilagoditi pri izbiri termina za sestanek?

Podatek, da se je kar 66,35% svetovalcev vendarle skušalo prilagoditi strankam pri izbiri želenega termina, je spodbuden in kaže pravilno naravnost svetovalcev.

Tabela št.: 15

Odgovori so na ravni celotnega vzorca spodbudni za vse obravnavane enote.

Odgovor	Število	Odstotek
NE	35	32,71%
DA	71	66,36%
Brez odgovora	1	0,93%
Skupaj	107	100%

Izziv za izboljšanje v tej smeri je še pri tistih 35 primerih, kjer bodisi ni bilo potrebe po prilagoditvi s strani stranke bodisi svetovalec ni zaznal, da bi se moral stranki morda bolj prilagoditi pri izbiri primerne dneva in ure za sestanek. Pri enoti VEM Spirit sta bila takšna primera 2 ali 6,09% glede na vse Spiritove info točke, pri enoti VEM Obrtna je bilo takšnih 26 primerov oziroma 41,94% glede na vse Obrtne info točke, med razvojnimi agencijami, obravnavanimi ločeno, pa so bili 4 takšni primeri oziroma 25% se jih ni prilagodilo pri izbiri termina.

Razloge za to, da se posamezni svetovalci niso posebej prilagajali dogovarjanju za termin je treba poiskati vsaj še v dodatnih dveh dejavnikih poleg osnovnega. Osnovi je v tem, da stranka ni nakazala želje oziroma potrebe po izrecnem prilagajanju. Preostala dva dejavnika pa sta, da je pogovor že vnaprej potekal v smislu srečanja v okviru predvidenih uradnih ur ali pa, da se svetovalec kljub željam stranke njenemu terminu ni mogel ali ni želel prilagoditi. Kaj pokaže vsebinska analiza vprašanja o tem, kako se vam je svetovalec skušal prilagoditi pri izbiri primerne dneva in ure sestanka?

B. Vsebinska analiza o prilagoditvi svetovalca za termin sestanka

Tabela št. 16

Oblike dogovarjanja za termin sestanka, ki so jih potencialni podjetniki dojemali kot prijazno prilagajanje.

KLJUČNA Oblike prilagoditve na termin sestanka	TEMA: RAVNANJE SVETOVALCA pri dogovarjanju za sestanek
12 ⁹	Svetovalec prijazno skuša uskladiti svoje obveznosti s pričakovanji stranke in skupaj uskladita termin sestanka.
6	Svetovalec predlaga termin sestanka izključno znotraj uradnih ur. ¹⁰
3	Možnost za izvedbo sestanka kadarkoli med delovnim časom. ¹¹
15	Svetovalec le potrdi termin, ki ga predlaga stranka. ¹²
2	Uskladitev termina po povratnem klicu svetovalca. ¹³
3	Ko svetovalec pokaže izredno pripravljenost, da se prilagodi stranki pri izbiri termina. ¹⁴

Po preučevanju odgovorov na to vprašanje lahko zaznamo naslednje pozitivne tipe prilagajanja svetovalca stranki:

- 1) Svetovalec le potrdi termin, ki ga predlaga stranka in se ji tako v celoti prilagodi.
- 2) Svetovalec skuša prijazno uskladiti svoje obveznosti s pričakovanji stranke in izbereta termin, ki naposled ustreza obema stranema.
- 3) Na tretjem mestu je sicer prijazno dogovarjanje za termin, vendar vztrajanje znotraj običajnih uradnih ur za stranke.
- 4) Nasprotje zgornjemu bolj rigidnemu, seveda povsem legitimnemu in zakonitemu načinu dogovarjanja, ki ob prijaznem in argumentiranem pristopu nikakor ni vprašljiv, pa je bolj sproščena opcija z možnostjo sestanka kadarkoli

⁹ Primer s terenskega dela raziskave, ki dopolnjuje prosto izbiro termina stranke s pozitivno, preventivno gesto svetovalke: »Vprašala me je, kdaj bi želela priti na sestanek, vendar me je zaprosila za ime in priimek ter kontaktno številko, da bi mi lahko pozneje sporočila, če bi karkoli prišlo vmes in bi morali sestanek prestaviti.«

¹⁰ Tudi v tem primeru gre za prijazno dogovarjanje, vendar znotraj predvidenih uradnih ur za stranke. Primer s terenskega dela raziskave: »Svetovalka mi je povedala, kdaj so njihove uradne ure VEM točke in me je vprašala, kdaj bi v tem tednu najlažje prišel do nje in dodala: »Kdaj bi vam torej ustrezalo?« »Omenil sem, da bi prišel v petek, pa me je opomnila, da so uradne ure ob ponedeljkih in torkih in sva se na koncu dogovorila za ponedeljek ob uri, ki meni najbolj ustreza.«

¹¹ Primer s terenskega dela raziskave, ko je svetovalka pojasnila stranki, da so uradne ure sicer med 10. in 12., ampak ona bo v službi do 16. ure in se lahko v pisarno VEM oglasi kadarkoli naslednji dan.

¹² Pri tej opciji svetovalec naslovi stranko: »Povejte, kdaj bi vam ustrezalo, kdaj bi lahko prišli?«

¹³ Primer s terenskega dela raziskave: »Ker je bila sekretarka zbornice, obenem tudi svetovalka VEM zasedena, mi je zagotovila, da me pokliče nazaj, da se bova dogovorila za termin. Prosila me je za telefonsko številko, ki sem ji jo dal. Svetovalka me je čez 12 minut resnično poklicala in ugodila moji želji za datum sestanka, medtem ko sva se glede ure uskladila v obojestransko zadovoljstvo, ker je imela ona še nekaj dopoldanskih obveznosti.«

¹⁴ Svetovalec me je vprašal, kdaj bi želela priti na sestanek: »Povejte, kdaj vam ustreza? Jutri imam sicer en sestanek, ampak ga bom prestavil, če bo treba, kar pridite.«

znotraj predvidenega delovnega časa ustanove, pri kateri deluje tudi VEM točka.

- 5) Zadnji, peti tip prilagajanja bi lahko označili še kot posebno mero prijazne prilagodljivosti svetovalca, npr., da prestavi druge obveznosti, ki jih ima v načrtu ali pa se namesto fiksne ure strinja s predlagano, bolj fleksibilno časovnico obiska (npr. namesto točno ob uri, v času od – do).

8. Kaj vam je po koncu telefonskega pogovora ostalo v prijetnem in kaj v slabem spominu?

95 ali 88,97% strank je predlagalo, kako bi izboljšali telefonsko komunikacijo, 12 ali 11,21% jih na to vprašanje ni odgovorilo s konkretnimi predlogi, ker so se že znotraj ocene opredelili za odlično, kar pomeni, da niso imeli pripomb na samo telefonsko komunikacijo.

Med tistimi, ki so vendarle predlagali določene izboljšave so bili posamezniki, ki so telefonsko komunikacijo sicer ocenili tudi z oceno prav dobro. Vtis po končanem telefonskem pogovoru pa so potencialni podjetniki lahko zapisali v eno izmed dveh rubrik, in sicer: »ostalo mi je v prijetnem spominu« ter »ostalo mi je v slabem spominu«. In vsebinske poudarke predstavljamo v naslednji vsebinski analizi.

C. Vsebinska analiza o slabem in dobrem spominu na telefonski klic

Zaradi različnega vtisa o telefonski komunikaciji v primeru, da je prišlo do dogovora o izvedbi obiska (vzorec 90) ali pa telefonska komunikacija glede dogovora za termin obiska ni bila uspešna (17), odstopajo tudi ocene, in sicer pričakovano v smeri večjega števila negativnih in zadostnih ocen, kar je razvidno tudi ob koncu tega poglavja pri vprašanju o splošni oceni telefonske izkušnje.

Tabela št. 17

Prav v primeru zavrženih obiskov v besedilni analizi o tem, kaj vam je ostalo v slabem spominu zasledimo največ pripomb. Poglejmo nekaj primerov:

Celje, 3000, Regionalna gospodarska zbornica Celje:

« Pogovor je svetovalac končal v pičli minuti, mi povedal, da pri njih ni VEM točke, naj pokličem drugam. »

Ljubljana, 1000, Območna obrtna zbornica Ljubljana Vič:

« Nadiranje, grda zavrnitev, češ, da je vse plačljivo, svetovanje le za člane. Zavrnitev za dogovor o sestanku je bila jasna in nesramna, brez možnosti nadaljnjega pogovora. »

Sežana, 6210, Območna obrtna zbornica:

« Ko sem povedala, da bi se rada naročila za sestanek pri VEM svetovalcu, mi je ta po telefonu povedal, da je njihova točka namenjena le postopkom za registracijo poslovnih subjektov in mi pri vprašanih ne morejo pomagati. »

Laško, 3270, Območna obrtna zbornica Laško:
 « Izredna aroganca svetovalke, češ, da prej brezplačnega svetovanja ni in mi tja tudi ni treba hodit
 odpirat s.p. ,to lahko uredim na upravni enoti v Laškem.»

Tabela št. 18:
 Slab spomin po telefonskem pogovoru

KLJUČNA TEMA Slab spomin	Splošen vtis po telefonskem pogovoru
6	Neprijaznost, neprijeten ton govora (tudi aroganca, napadalnost svetovalke)
1	Slaba volja
1	Zmedenost
4	Nepopolna predstavitev ¹⁵
1	Način govora (prehitro, naveličano, zlovoljno)
2	Izogibanje konkretnim odgovorom, sestanku
1	Bolj energičen nastop svetovalke
1	Hitra odslopitev po telefonu
7	Brez odziva po večih klicih

Na prvem mestu je vsekakor slab občutek, da potencialni podjetnik ob klicu na podjetniško podporno okolje ni dobil vrnjenega klica tudi po tem, ko je klical večkrat. Po dogovoru z naročnikom raziskave smo se v tem primeru odpravili neposredno na teren v času objavljenih uradnih ur za stranke, izkušnje pa so bile različne.

Na drugo mesto se je uvrstila neprijaznost, ki so jo potencialni podjetniki zaznali v različnih odtenkih, kot aroganco in napadalnost sogovornika in tudi prek neprijetnega tona glasu, ki ga v nekaterih primerih povezujejo z nezainteresiranostjo, naveličanostjo v drugih pa s pretirano, že kar osladno prijaznostjo.

Tretje mesto po številu primerov, ki ustrezajo ključni temi slabega spomina pa se uvrsti nepopolna predstavitev, torej slab občutek stranke, ker se njen sogovornik na drugi strani žice ni predstavil z imenom in priimkom.

¹⁵ Splošen vtis s terena je, da bi si potencialni podjetniki želeli predvsem zvedeti ime in priimek svetovalca VEM točke, manj pa jim je pomembno, ali ta deluje potem znotraj Spirita, podjetja, obrtne zbornice ali razvojne agencije. Opredelevitev s terenskega dela raziskave: «Najbolj me je motilo, da nisem vedela s kom se pogovarjam.»

Tabela št.19:
Dober spomin po končanem telefonskem pogovoru

KLJUČNA Dober spomin	TEMA	Splošen vtis po telefonskem pogovoru
4		Svetovalec je pokazal zanimanje za problem stranke
24		Prijaznost svetovalca
8		Prilagajanje glede termina
5		Ton glasu (mehak, prijeten, nasmejan glas)
10		Naklonjenost, pripravljenost pomagati (ustrežljivost)
4		Prepričljivost svetovalca

Na prvem mestu je prijaznost svetovalca, sledi njegova pripravljenost in naklonjenost, da potencialnemu podjetniku pomaga pri sami vsebini vprašanj; takoj za tem, na tretjem mestu je pohvaljeno prilagajanje svetovalca pri dogovarjanju za termin sestanka s stranko. Na četrtem mestu je prijeten ton glasu, medtem ko si peto mesto delita prepričljivost svetovalca ter hkrati njegovo zanimanje za sam problem stranke.

9. Se vam je svetovalec ob koncu zahvalil za klic?

Pozdrav na začetku telefonskega pogovora in zahvala za klic sta neločljivo povezani vsebini kakovostnega poslovnega telefonskega komuniciranja. Podatki kažejo, da problem obstaja v vseh preučevanih enotah, in je glede na izračunane srednje vrednosti približno enako porazdeljen.

To pomeni, da takorekoč na nobeni od obravnavanih info točk za potencialne podjetnike ni v zadostni meri ponotranjena potreba po primerni zahvali ob koncu pogovora. Ta je povezana tudi s primernim zaključkom, ki ga lahko ponazorimo z dvema primeroma t.i. zlatega standarda v telefonski komunikaciji, ki bi se lahko glasilo:

a) v primeru dogovorjenega termina za sestanek:

»Hvala za klic. Veselim se sestanka, se torej vidiva.... dan-ura/

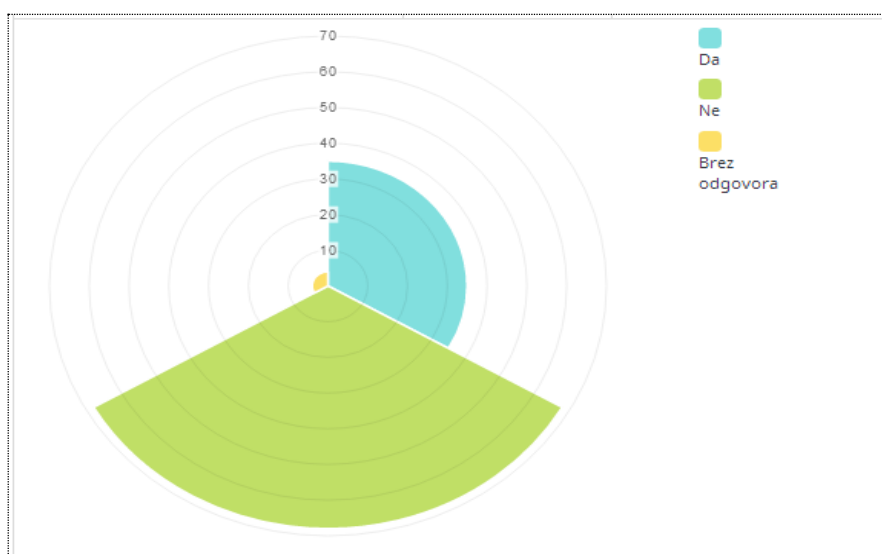
b) v primeru, da do sestanka ne bo prišlo, ker stranki ne moremo ugoditi:

» Hvala za klic. Žal mi je, ker vam ne morem pomagati... morda bi se lahko obrnili na.... Če pa boste kdaj potrebovali naše razpoložljive storitve, se seveda obrnite na nas, z veseljem vam bomo pomagali.«

Tabela št.: 20
Na celotnem preučevanem vzorcu vidimo,
da skoraj tretjina svetovalcev ne zaključi telefonskega pogovora z zahvalo stranki za klic.

Odgovor	Število	Odstotek
DA	35	32,71%
NE	68	63,55%
Brez odgovora	4	3,74%
Skupaj	107	100%

Graf št: 9
Brez zahvale ob koncu telefonskega klica 35 od 107



10. Kako bi s šolsko oceno od 1 do 5 označili splošno izkušnjo telefonskega pogovora s svetovalcem?

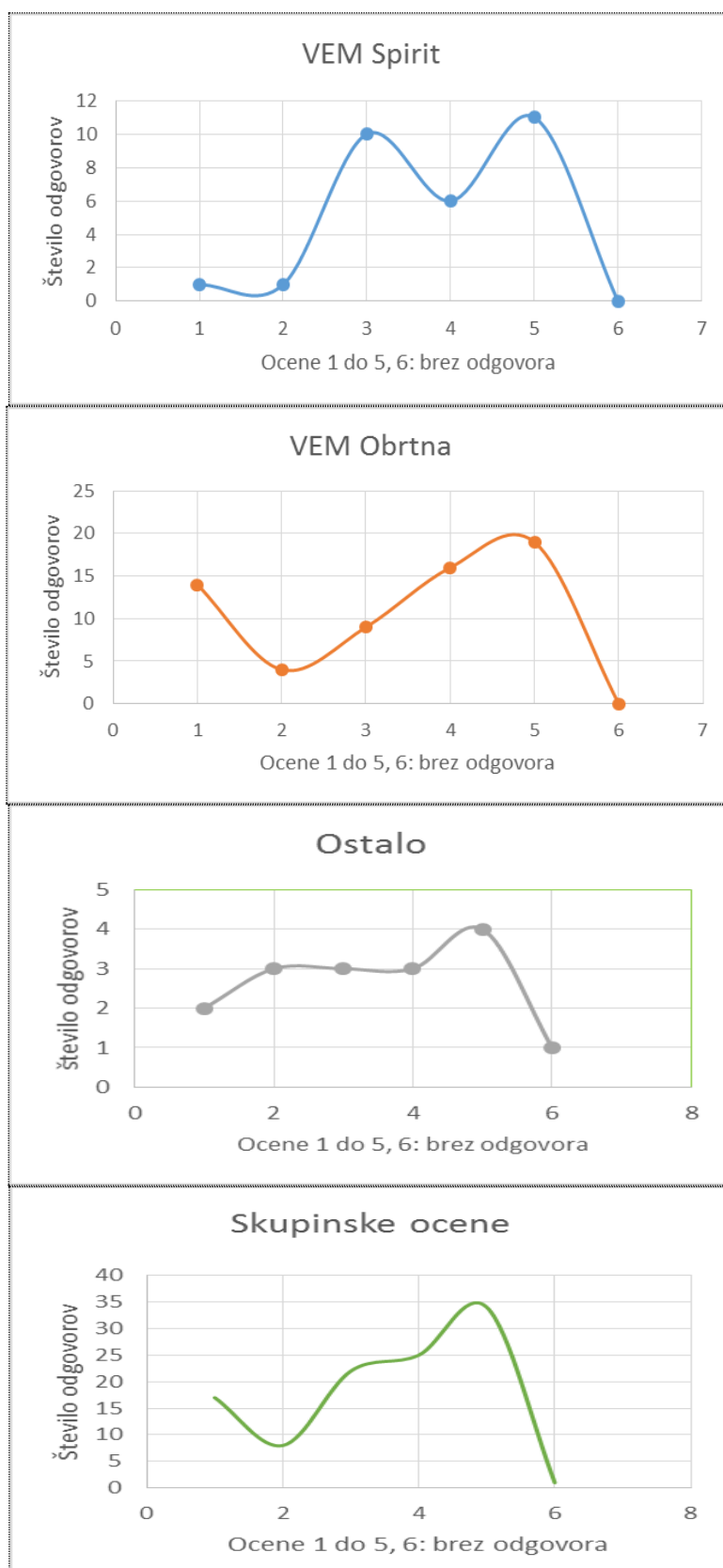
Na končno oceno svetovalca po telefonu je vplival zbir dobljenih vtisov, od začetka klicanja, do hitrosti odzivnosti, ocena prijaznosti sogovornika, morebiti zaznan ton slabe volje v glasu, pripravljenost svetovalca, da se čim bolj prijazno skuša prilagoditi želenemu terminu za sestanek, ki bi ustrezal stranki. In pika na i je potem tudi končen vtis, ko potencialni podjetnik odloži slušalko in se vpraša, kaj mi je ostalo v slabem in kaj v dobrem spominu, kar smo pojasnjevali pri predhodnem vprašanju.

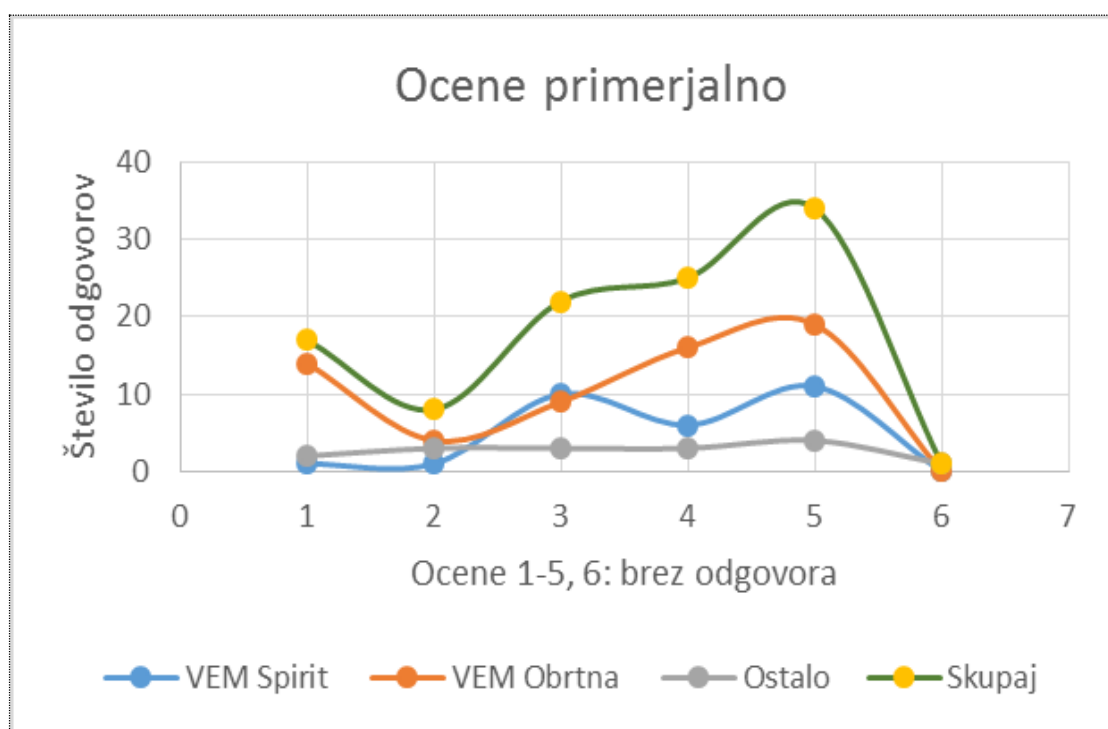
Tabela št: 21
Šolska ocena stranke o celotni telefonski izkušnji potencialnega podjetnika za celotne vzorec (N=107)

Odgovori Enote/N,%	VEM Spirit	VEM Obrtna	Ostalo	Skupaj	Razvojne ¹⁶
1- nezadostno	1 3,45%	14 22,58%	2 12,50%	17 15,89%	1 6,25%
2- zadostno	1 3,45%	4 6,45%	3 18,75%	8 7,48%	3 18,75%
3 -dobro	10 34,48%	9 14,52%	3 18,75%	22 20,56%	2 12,50%
4 – prav dobro	6 20,69%	16 25,81%	3 18,75%	25 23,36%	6 37,50%
5- odlično	11 37,93%	19 30,65%	4 25,00%	34 31,78%	4 25,00%
Brez odgovora	0 0,00%	0 0,00%	1 6,25%	1 0,93%	0 0,00%
Skupaj	29 100%	62 100%	16 100%	107 100%	18 100%
Poprečna ocena	3,86	3,35	3,06	3,44	3,16
Standardni odklon	4,450343	6,699917081	0,942809	10,88449	/
Mediana	6	11,5	3	19,5	/

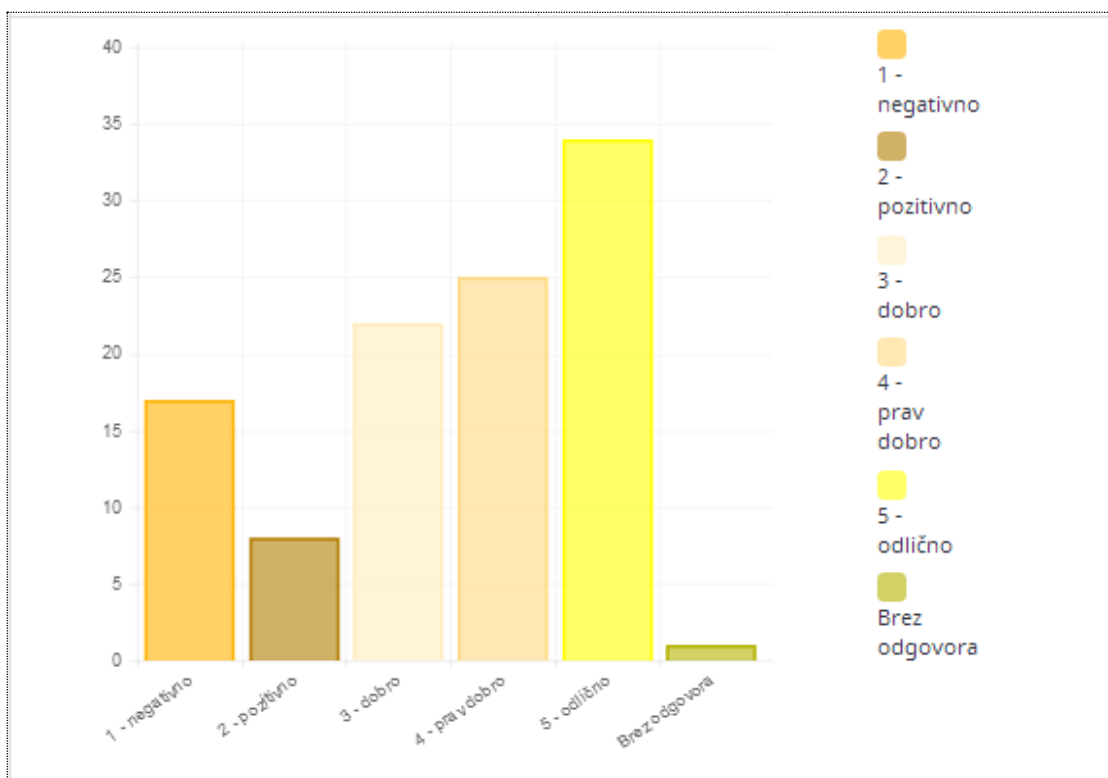
¹⁶ Razvojna je tudi v tej tabeli kot v predhodnih navedena ločeno kot sui generis. Kot smo pojasnili že v uvodu k raziskavi so razvojne agencije razdeljene v dva razreda, nekatere so v VEM Spirit, druge, ki niso pod njenim okriljem pa znotraj skupine Ostalo, kjer so še nekatere gospodarske zbornice. Kazalci, ki so bili za razvojne agencije kot celoto, torej tiste v VEM Spirit in Ostalo izračunani posebej torej nikakor niso primerljivi s prvimi tremi statističnimi enotami, ki jih med seboj primerjamo.

Graf št. 10-14: Ocene telefonskega pogovora za posamezne skupine in primerjalno





Graf št. 15: Za celotno populacijo (N-107)
 Kako ste ocenili celotno telefonsko izkušnjo s svetovalcem (z oceno od 1 do 5)?



Priloga št. 1 : Ocene po telefonski komunikaciji s svetovalcem VEM točke oziroma osebo ustanove, kjer naj bi točka delovala

(1) Negativna ocena

Idrija, 5280, Območna obrtna zbornica Idrija
Krško, 8270, Območna zbornica
Mozirje, 3330, Območna obrtna zbornica Mozirje
Slovenj Gradec, 2380, Območna obrtna zbornica Slovenj Gradec
Radlje ob Dravi, 2360, Območna obrtna zbornica Radlje ob Dravi
Celje, 3000, Regionalna gospodarska zbornica Celje
Maribor, 2000, Mariborska razvojna agencija
Ljubljana, 1000, Območna obrtna zbornica Ljubljana Vič
Nova Gorica, 5000, Območna obrtna zbornica Nova Gorica
Grosuplje, 1290, Območna obrtna zbornica Grosuplje
Litija, 1270, Razvojni center SRCA Slovenije
Ljubljana, 1000, Podjetniška trgovska zbornica
Ajdovščina, 5270, Območna obrtna zbornica Ajdovščina
Sežana, 6210, Območna obrtna trgovina
Laško, 3270, Območna obrtna zbornica Laško
Ljubljana Center, 1000, Območna obrtna zbornica Ljubljana Center
LITIJA, 1270, Območna obrtna zbornica Litija

Struktura: 1 VEM Spirit, 14 VEM Obrtna, 2 Ostalo

(2) Pozitivna ocena

Domžale, 1230, Območna obrtna zbornica Domžale
Slovenska Bistrica, 2310, Obrtna zbornica Slovenska Bistrica
Pesnica pri Mariboru, 2211, Območna obrtna zbornica Pesnica pri Mariboru
Zagorje ob Savi, 1410, Razvojni center Zasavje
Ljubljana, 1000, DATA, poslovne storitve d.o.o.
Novo mesto, 8000, GZ Dolenjske in Bele krajine, samostojna regionalna zbornica
Murska Sobota, 9000, Območna obrtna zbornica Murska Sobota
Ljubljana, 1000, Regionalna razvojna agencija

Struktura: 1 VEM Spirit, 4 VEM Obrtna, 3 Ostalo

(3) Dobra ocena

Kranj, 4000, BSC, Poslovno podporni center Kranj d.o.o.
 Zagorje ob Savi, 1410, Območna obrtna zbornica
 Vrhnika, 1360, Območna obrtna zbornica Vrhnika
 Krško, 8270, Center za podjetništvo in turizem Krško
 Hrastnik, 1430, Obrtna zbornica Hrastnik
 Trbovlje, 1420, Obrtna zbornica Trbovlje
 Ptuj, 2250, Območna obrtna zbornica Ptuj
 Ravne na Koroškem, 2390, A.L.P. Peca
 Dravograd, 2370, Koroška regionalna razvojna agencija
 Ravne na Koroškem, 2390, Območna obrtna zbornica Ravne na Koroškem
 Slovenj Gradec, 2380, Podjetniški center Slovenj Gradec
 Kranj, 4000, Območna obrtna zbornica
 Trebnje, 8210, Območna obrtna zbornica Trebnje
 Novo mesto, 8000, Razvojni center novo mesto d.o.o.
 Moravske Toplice, 9226, Razvojna agencija Sinergija d.o.o. Martjanci
 Murska Sobota, 9000, Pomurska gospodarska zbornica, samostojna regionalna zbornica
 Ljutomer, 9240, Območna obrtna zbornica
 Koper, 6000, Primorska gospodarska zbornica
 Tolmin, 5220, Območna obrtna zbornica
 Ptuj, 2250, Znanstveno raziskovalno središče Bistra Ptuj
 Lendava, 9220, Območna obrtna zbornica Lendava
 Izola, 6310, Območna obrtna zbornica

Struktura: 10 VEM Spirit, 9 VEM Obrtna, 3 Ostalo

(4) Prav dobra ocena

Sevnica, 8290, Območna obrtna zbornica Sevnica
 Kamnik, 1241, Območna obrtna zbornica Kamnik
 Šmarje pri Jelšah, 3240, Območna obrtna zbornica Šmarje pri Jelšah
 Šmarje pri Jelšah, 3240, Razvojna agencija Sotla
 Krško, 8270, Regionalna razvojna agencija Posavje
 Cirkulane, 2282, PRJ HALO, Lokalno pospeševalni center Haloze
 Ljubljana Šiška, 1000, Območna obrtna zbornica Šiška
 Slovenske Konjice, 3210, Območna obrtna zbornica Slovenske Konjice
 Nazarje, 3331, Savinjska območna razvojna agencija
 Metlika, 8330/Območna obrtna zbornica Metlika
 Jesenice, 4270, Razvojna agencija Zgornje Gorenjske
 Novo mesto, 8000, Območna obrtna zbornica Novo mesto
 Ljubljana Moste Polje, 1000, Območna obrtna zbornica Moste-Polje
 Koper, 6000, Regionalni razvojni center Koper
 Šentjur, 3230, Območna obrtna zbornica Šentjur
 Cerknica, 1350, Območna obrtna zbornica Cerknica
 Gornja Radgona, 9250, Območna obrtna zbornica Gornja Radgona
 Ribnica, 1310, Obrtna območna zbornica Ribnica
 Idrija, 5280, Idrijsko-cerkljanska razvojna agencija Idrija
 Krško, 8270, Območna obrtna zbornica
 Maribor, 2000, Štajerska gospodarska zbornica Maribor
 Žalec, 3310, Obrtna zbornica Žalec
 Žalec, 3310, Razvojni center Savinja
 Škofja Loka, 4220, Območna obrtna zbornica Škofja Loka
 Piran, 6320, Območna obrtna zbornica Piran

Struktura: 6 VEM Spirit, 16 VEM Obrtna, 3 Ostalo

(5) Odlična ocena

Koper, 6000, Območna obrtno podjetniška zbornica Koper
Kranj, 4000, Območna zbornica za Gorenjsko Kranj
4220, Škofja Loka, Razvojna agencija Sora d.o.o.
Slovenske Konjice, 3210, Šolski center Slovenske Konjice - Zreče
Velenje, 3320, Območna obrtna zbornica Velenje
Brežice, 8250, Območna obrtno-podjetniška zbornica Brežice
Ormož, 2270, Obrtna zbornica Ormož
Lenart, 2230, Območna obrtna zbornica Lenart
Slovenska Bistrica, 2310, Razvojno informacijski center Slovenska Bistrica
Celje, 3000, Območna obrtna zbornica Celje
Maribor, 2000, Območna obrtna zbornica Maribor
Ruše, 2342, Območna obrtna zbornica Ruše
Celje, 3000, Razvojna agencija Savinjske regije
Cerknica, 1380, Notranjski ekološki center Cerknica
Maribor, 2000, Ekonomski inštitut Maribor
Dravograd, 2370, Območna zbornica Koroške Dravograd
2370, Dravograd, Obrtna zbornica Dravograd
Tržič, 4290, Obrtno podjetniška zbornica Tržič
Radovljica, 4240, Območna obrtna zbornica Radovljica
Jesenice, 4270, Območna obrtna zbornica Jesenice
Črnomelj, 8340, Območna obrtna zbornica Črnomelj
Postojna, 6230, Obrtna zbornica Postojne
Ljubljana Bežigrad, 1000, Območna obrtna zbornica Ljubljana Bežigrad
Nova Gorica, 5000, Regionalna razvojna agencija Severne Primorske
d.o.o.
Ilirska Bistrica, 6250, Območna obrtna zbornica Ilirska Bistrica
Kočevje, 1330, Območna obrtna zbornica Kočevje
Kočevje, 1330, Razvojni center Kočevje Ribnica d.o.o.
Logatec, 1370, Območna obrtna zbornica Logatec
Postojna, 6230, Gospodarska zbornica Postojna
Pivka, 6257, RRA Zeleni kras d.o.o.
Ajdovščina, 5270, Razvojna agencija ROD
Tolmin, 5220, Posoški razvojni center Tolmin
Sežana, 6210, Območna razvojna agencija Sežana
Nova Gorica, 5000, Gospodarska zbornica Slovenije

Struktura: 11 VEM Spirit, 19 VEM Obrtna, 4 Ostali

II. Ravnanje svetovalca ob prihodu stranke

Interpersonalna komunikacija, torej, ko se svetovalec in potencialni podjetnik srečata iz oči v oči, se usedeta in pogovorita, se v marsičem seveda razlikuje od telefonske komunikacije. In prav tako zelo vpliva na končen, splošen vtis stranke o obisku VEM točke.

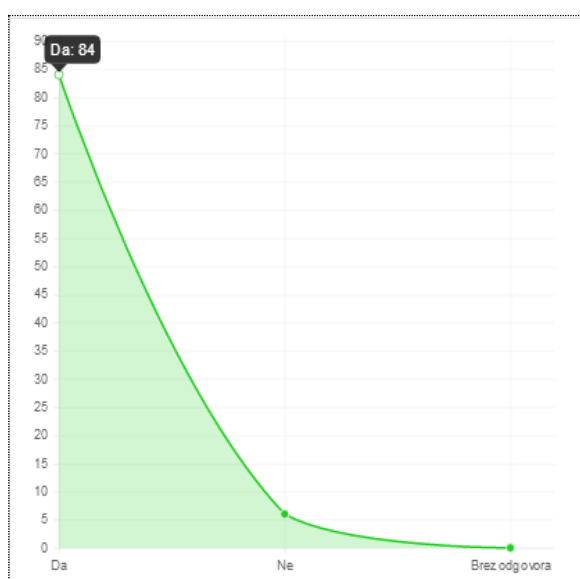
Na ravni interpersonalne komunikacije, torej medosebnega pogovora, smo preverili, če je svetovalec pozdravil ob začetku in koncu obiska, je ob pozdravu, pa tudi vmes, vzpostavil s sogovornikom očesni stik in mu tako dal vedeti, da ga posluša, spremlja in se preprosto zanima zanj in njegove težave. O tem govorimo v prvem sklopu tega poglavja.

V drugem delu se sprašujemo kako komuniciranje svetovalca vpliva na samo kakovost storitve svetovanja. Zanima nas, če se je zadržal le pri pričakovanem standardnem okviru temeljnih pojmov o ustanovitvi podjetij in osnovnih napotkov glede računovodskih, davčnih in drugih stroškov ali pa je stranki ponudil »kaj več«, dodatne storitve, dodatno gradivo.

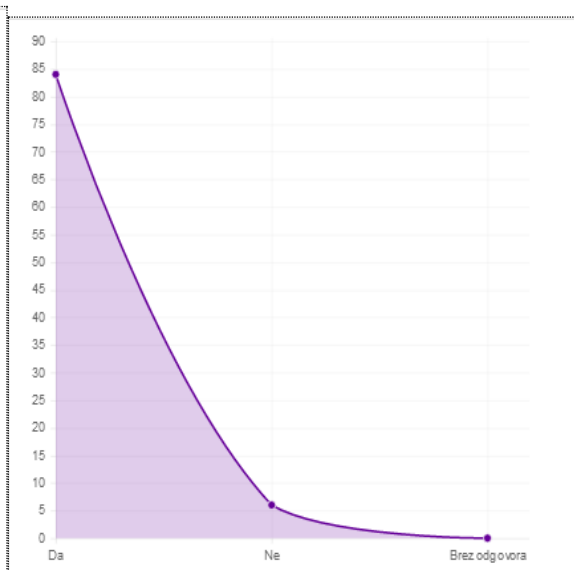
S pomočjo besedilne analize odgovorov predstavljamo vrsto ponujenega dodatnega gradiva in dodatnih storitev, ki jih je svetovalec ponudil potencialnemu podjetniku.

II./1 Stik s stranko ob prihodu in odhodu

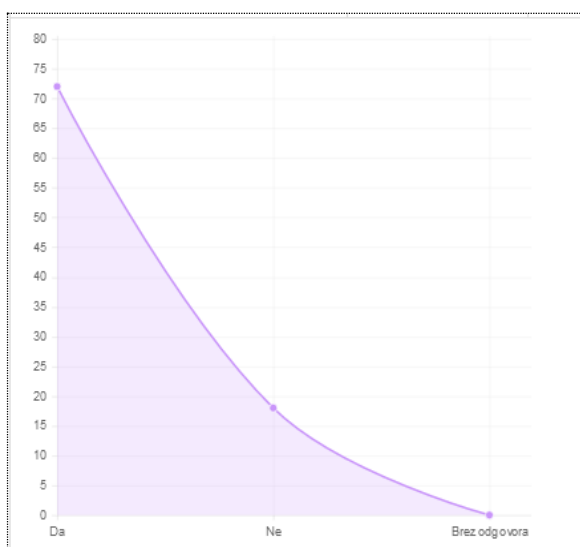
Prvi del vprašanj, ki bi jih lahko uvrstili tudi v pravila lepega vedenja ali osnovni bonton, se nanaša na prvi stik stranke s svetovalcem ob prihodu v pisarno VEM točke. Potencialni podjetniki so se na 90 obiskanih info točkah opredelili do štirih vprašanj, in sicer: ali je svetovalec pozdravil ob prihodu, pri tem vzpostavil očesni stik, vas povabil, da se usedete in se vam je ob koncu tudi zahvalil za obisk. Kar pokažejo grafi, potrdijo tudi številke, ki jih v nadaljevanju povzemamo v tabelah, in to je, da med posameznimi info točkami ni velikih odstopanj, da pa je »zahvala za obisk« ob koncu izostala tako rekoč povsod vsaj v polovici primerov, prav tako, da svetovalci ponekod pozabijo nagovoriti stranko, da se lahko usede.



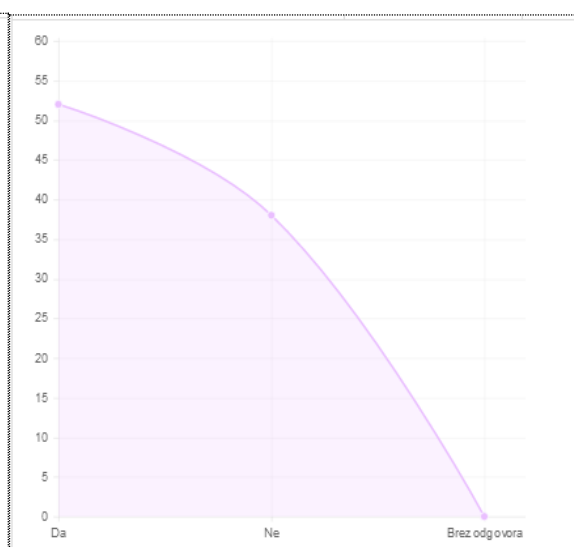
Graf št.: 16
Pozdrav ob prihodu (N=90)



Graf št.: 17
Vzpostavljen očesni stik (N=90)



Graf št.: 18
Vabilo, da se usedete (N=90)



Graf št.: 19
Zahvala ob koncu obiska (N=90)

11. Ali vas je svetovalec pozdravil ob prihodu?

Izziv za to, da se vsako stranko pozdravi (oziroma se ji lepo in glasno odzdravi) ob prihodu imajo na naslednjih lokacijah:

Domžale, 1230, Območna obrtna zbornica Domžale
 Vrhnika, 1360, Območna obrtna zbornica Vrhnika
 Kamnik, 1241, Območna obrtna zbornica Kamnik
 Trbovlje, 1420, Obrtna zbornica Trbovlje
 Dravograd, 2370, Koroška regionalna razvojna agencija
 Radlje ob Dravi, 2360, Območna obrtna zbornica Radlje ob Dravi

Tabela št: 22
 Pozdrav ob prihodu

Odgovori	DA	NE	Skupaj
VEM Spirit	27 96,43%	1 3,57%	28
VEM Obrtna	49 92,45%	4 7,55%	53
Ostali	8 88,89%	1 11,11%	9
Vsi	84 93,33%	6 6,67%	90 100%

12. Je ob prihodu svetovalec vzpostavil očesni stik z vami?

Očesni stik je v medosebni komunikaciji pomemben iz večih razlogov. Med najpomembnejše lahko uvrstimo vsaj tri:

- prvič, sogovorniku pokažemo spoštovanje s tem, ko ga ob prihodu in tudi med pogovorom pogledamo v oči;
- drugič, na ta način pokažemo interes za vsebino, ki nam jo sogovornik posreduje v pogovoru oziroma za problem, ki ga pesti;
- tretjič, s pogledom »v dušo« človeka pokažemo, da smo se vživeli v njegovo situacijo, se torej postavili v »njegovo kožo« oziroma izražamo empatijo;

Na pomen vzpostavljenega očesnega stika opozarjajo tudi potencialni podjetniki.

Med 6 lokacijami, kjer svetovalci po oceni potencialnih podjetnikov ob prihodu s stranko niso vzpostavili očesnega stika, kar pomeni, da imajo pred seboj še komunikacijski izziv za nadaljnje usposabljanje, so:

Zagorje ob Savi, 1410, Območna obrtna zbornica
 Trbovlje, 1420, Obrtna zbornica Trbovlje
 Ptuj, 2250, Območna obrtna zbornica Ptuj
 Nova Gorica, 5000, Območna obrtna zbornica Nova Gorica
 Žalec, 3310, Obrtna zbornica Žalec
 Piran, 6320, Območna obrtna zbornica Piran

Glede na prvo vprašanje se problem vzpostavljanja očesnega stika se problem ponovi v primeru ene točke¹⁷, medtem ko so ostale tokrat »novinke«. Če lahko pri uvodnem pozdravu še govorimo pretežno o bontonu, pa je namreč vzpostavljanje očesnega stika bolj področje nezavedne, meta komunikacije, ki pa se seveda s primernim usposabljanjem lahko tudi »priuči«. Odziva med seboj nista povezana, kažeta pa na manjko v komunikacijskih spretnostih svetovalcev.

Tabela št.: 23
Očesni stik ob prihodu

Odgovori	DA	NE
VEM Spirit	26 92,86%	2 7,14%
VEM Obrtna	49 92,45%	4 7,55%
Ostali	9 100,00%	/
Vsi	84 93,33%	6 6,67%

13. Vas je svetovalec povabil, da se usedete?

»Dober dan, izvolite, usedite se,« pa je nagovor, ki je bil odsoten v kar 18 primerih obiskanih info točk podjetniško podpornega okolja. Tokrat so se med nosilce tovrstnega spodrslljaja v pravih lepega vedenja, v poslovnem svetu še toliko bolj pomembnega, uvrstile naslednje lokacije:

Kranj, 4000, BSC, Poslovno podporni center Kranj d.o.o.
 Zagorje ob Savi, 1410, Območna obrtna zbornica
 Domžale, 1230, Območna obrtna zbornica Domžale
 Vrhnika, 1360, Območna obrtna zbornica Vrhnika
 Šmarje pri Jelšah, 3240, Razvojna agencija Sotla
 Ptuj, 2250, Območna obrtna zbornica Ptuj
 Slovenske Konjice, 3210, Območna obrtna zbornica Slovenske Konjice
 Slovenj Gradec, 2380, Območna obrtna zbornica Slovenj Gradec
 Nazarje, 3331, Savinjska območna razvojna agencija
 Radlje ob Dravi, 2360, Območna obrtna zbornica Radlje ob Dravi
 Metlika, 8330/Območna obrtna zbornica Metlika
 Nova Gorica, 5000, Območna obrtna zbornica Nova Gorica
 Litija, 1270, Razvojni center SRCA Slovenije
 Ptuj, 2250, Znanstveno raziskovalno središče Bistra Ptuj
 Maribor, 2000, Štajerska gospodarska zbornica Maribor
 Žalec, 3310, Obrtna zbornica Žalec
 Žalec, 3310, Razvojni center Savinja
 Litija, 1270, Območna obrtna zbornica Litija

¹⁷ Obrtna zbornica Trbovlje

Tabela št.: 24
Vabilo stranki naj se usede

Odgovori	DA	NE
VEM Spirit	21 75%	7 25%
VEM Obrtna	43 81,13%	10 18,87%
Ostali	8 88,89%	1 11,11%
Vsi	72 89%	18 20%

14. Se vam je svetovalec ob koncu pogovora zahvalil za obisk?

Na zahvalo ob koncu obiska pozabi več kot polovica svetovalcev na VEM točkah in zato tokrat naštevane ne pride v poštev, le ugotovitev, da bo treba osnovne veščine komuniciranja, še posebej zato, ker gre za poslovno javnost, osvežiti.

Tabela št.: 25
Zahvala ob koncu obiska

Odgovori	DA	NE
VEM Spirit	14 50%	14 50%
VEM Obrtna	32 60,38%	21 39,62%
Ostali	6 66,67%	3 33,33%
Vsi	52 57,78%	38 42,22%

Stanje

Uvodni in zaključni nagovor, ki še nista povezana s samo vsebino svetovanja, prav tako pomembno oblikujeta zavedanje stranke o kakovosti opravljene storitve. Toliko bolj pomembno je zato, da se omenjeni spodrsjlaji odpravijo.

Izziv

Z namenom enotne, tudi komunikacijske prepoznavnosti VEM točk bi bilo treba izoblikovati tako imenovan zlati standard zelene komunikacije, ki bo poenotena oblika ravnanja oziroma kodeksa pravil tako ob prihodu kot odhodu strank. Seveda to ni dovolj, če se zapiše zgolj na papirju, svetovalci morajo takšno ravnanje s pridobivanjem novih veščin in znanj preprosto ponotranjiti.

II./2 Vpliv komuniciranja na kakovost storitve svetovanja

Drugi sklop vprašanj, ki so povezana s komunikacijskim ravnanjem že globlje posegajo na samo raven kakovostnega opravljanja storitev. Uvodno vprašanje o tem, kako vam lahko pomagam še ni ponotranjeno pri vseh svetovalcih. Bolj spodbuden je kazalec zavedanja, da je treba opravilo ob prihodu stranke prekiniti, ali pa se ji vsaj opravičiti s pojasnilom, da počaka nekaj minut dokler dela ne zaključite, ker ga tisti hip ne morete takoj odložiti. Pomembno je tudi, kaj svetovalec počne med samim pogovorom s stranko, torej ali se ji v celoti posveti ali pa, kar so prav tako ugotavljali potencialni podjetniki, pogleduje na uro, si nenehno popravlja pričesko ali vmes za svoje potrebe še kaj natisne na računalniku.

Ob koncu pogovora naj bi svetovalec vendarle preveril, če je kot predstavnik ustanove, ki predstavlja pomemben del podjetniškega podpornega okolja v državi morda spregledal kakšno storitev, ki bi konkretni stranki lahko bila v pomoč. Zanimalo nas torej je, če se je svetovalec v stiku s stranko držal zgolj okvira zastavljenih vprašanj, ali pa je z razmišljanjem po načelu »out of the box« znal na pravšnji način ponuditi še druge storitve.

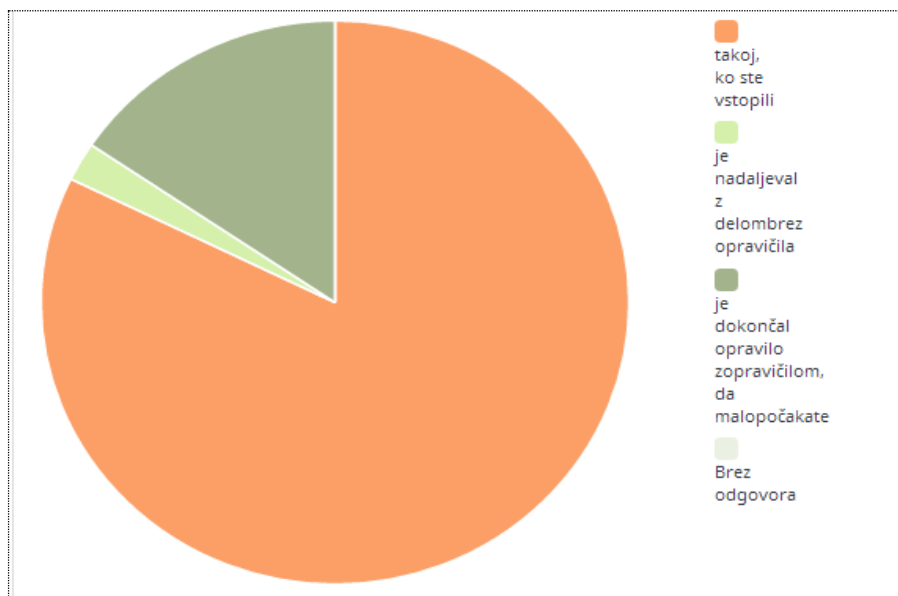
15. Kaj je svetovalec počel, ko ste vstopili? Ali je opravilo prekinil?

Ob vstopu potencialnih podjetnikov v pisarniško okolje VEM točke so nekateri svetovalci delali za računalnikom, drugi urejali dokumentacijo, tretji prišli morda ravno z malice ali iz sosednje pisarne. Spodbuden je podatek, da jih je od 90 kar 74 oziroma 82,22% delo takoj prekinilo in se posvetilo stranki, ki je vstopila. Le v dveh primerih, in sicer na Območni obrtni zbornici Nova Gorica ter v Razvojnem centru Savinja v Žalcu, so z delom nadaljevali brez opravičila.

Iz statističnih kazalcev in besedilne analize lahko sklepamo, da so svetovalci torej v glavnem ozaveščeni glede tega, da je treba opravilo prekiniti ob prihodu stranke oziroma stranki pojasniti, da naj malo počaka in se ji ob tem za to opravičiti. Nekateri svetovalci so se namreč s potencialnimi podjetniki dogovorili bolj za okvirno uro sestanka (npr. med 10. in 11. uro) in seveda do začetka srečanja so vsi opravljali svoje redno delo. V primerih, ko je bila ura točno dogovorjena, svetovalci pa v nekaterih primerih, kot smo že ugotovili, tudi vnaprej pripravljeni, do prekinitve dela ni prihajalo. Svetovalci so imeli na svoji delovni mizi praviloma že pripravljeno dokumentacijo, ki je bila povezana s problemom, ki ga bodo obravnavali s predvideno stranko, napovedano za obisk točke VEM.

Graf št.: 22

Od 90 svetovalcev jih je 74 ali 82,22% delo takoj prekinilo in se posvetilo stranki.



16. Ali vas je svetovalec samoiniciativno povprašal, kako vam lahko pomaga?

Čeprav morda klasičen »prodajni« nagovor, ki ga lahko največkrat slišimo v prodajalnah, češ, kako vam lahko pomagam, deluje odbijajoče, pa je to vprašanje še vedno lahko standarden način prevzemanja pobude za začetek pogovora. Svetovalec, ki se je predhodno pozanimal o problemu stranke ga bo seveda izpustil in lahko takoj preide na samo vsebino, na primer: »Po našem pogovoru sem preveril in vam lahko za začetek morda pojasnim...«

Sicer pa pričakujemo, da je stranka vstopila v prostor VEM točke zato, da ob naši pomoči reši neko vprašanje in z ljubeznivim nagovorom ji lahko pri »prebijanju« uvodne zadrege pomagamo z vljudnostnim vprašanjem, ki se lahko glasi tudi drugače od omenjenega. Več kot tretjina svetovalcev na terenu v tej začetni situaciji deluje pasivno, kar pomeni, da tiho počakajo na to, da stranka sama začne nagovor o namenu obiska.

Iz tabele v nadaljevanju je razvidno, da več kot polovica svetovalcev na info točkah VEM Spirit in VEM Obrtna vendarle povpraša stranko, kako ji lahko pomaga, na ravni celotnega vzorca izpeljanih obiskov tako ravna 57 od skupaj 90 ali 63,33% svetovalcev. Izziv za podoben nagovor oziroma prevzemanje proaktivnega vloge ob stiku s stranko preostaja še 33 VEM točkam ali 36,67%, ki glede na rezultate raziskave ravna drugače.

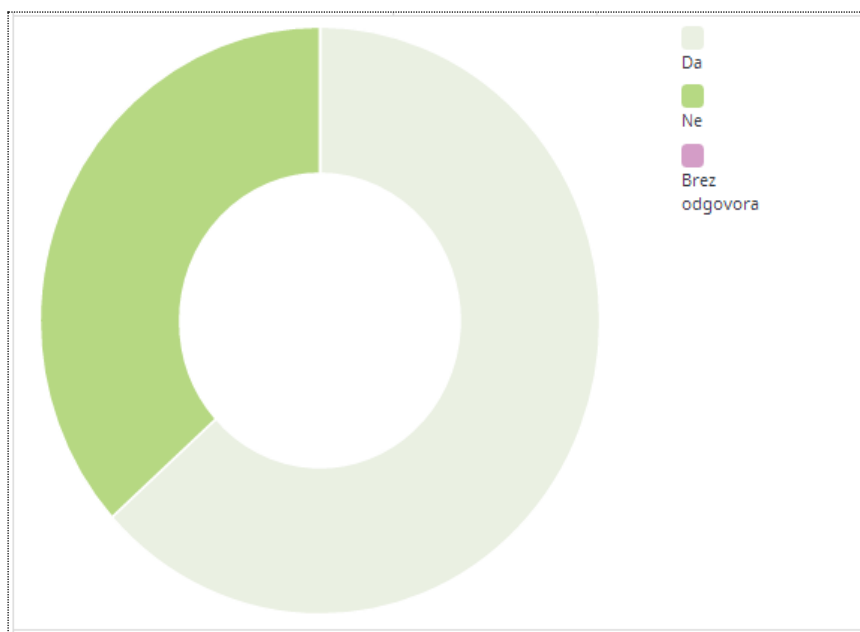
Tabela št. : 26

Na skupnem vzorcu realiziranih obiskov in po enotah glede tega, če je svetovalec na lastno pobudo povprašal stranko, kako ji lahko pomaga.

Odgovori	DA	NE
VEM Spirit	16 57,14%	12 42,86%
VEM Obrtna	36 67,92%	17 32,08%
Ostali	5 55,56%	4 44,44%
Vsi	57 63,33%	33 36,67%

Graf št.: 23

Na celotnem vzorcu (N=90) realiziranih obiskov je 63,33% svetovalcev povprašalo stranko, kako ji lahko pomaga, v drugih primerih se je počakalo na to, da stranka sama pove, zakaj je prišla.



17. Ali vas je ob odhodu opozoril še na kakšne druge storitve?

Kar 65,56% svetovalcev oziroma 59 od skupaj 90 je stranko ob odhodu opozorilo še na druge storitve podjetniškega podpornega okolja in drugih ustanov v državi. Tovrstno ravnanje pa je še vedno izziv za dvig kakovosti delovanja na 31-ih preostalih info točkah.

Tabela št.: 27
Ponudba drugih storitev na VEM točki

Odgovori	DA	NE
VEM Spirit	11 39,29%	16 70,71%
VEM Obrtna	15 28,30%	38 71,70%
Ostali	5 55,56%	4 44,44%
Vsi	31 34,44%	59 65,56%
Razvojne kot celota (Ostali+Spirit, N=90)	5 41,67%	7 58,33%

18. Če so vam bile ponujene kakšne druge storitve, opišite kakšne?

Kaj so stranke v vlogi potencialnih podjetnikov dojele kot druge storitve? Poenostavljeno povedano je bilo to vse, kar ni bil samo odgovor na njihovo vprašanje, ampak morda dodaten konkreten nasvet, napotek (na osebo, ustanovo), razširjena informacija o možnostih, ki jih nudijo druga podporna podjetniška okolja v državi, dodatne informacije glede finančnih spodbud za nove podjetnike, predstavitev primernih aktualnih razpisov, ipd.

Č. Vsebinska analiza ponujenih dodatnih storitev ob koncu obiska

Pri analizi merimo frekvenco (torej pogostost ponovitve izbranih ključnih besed, ki pa jih predstavljamo uporabljene v celotnem kontekstu, torej izrečenem stavku) in odstotek glede na število dejansko opredeljenih nasvetov.

Tabela št. 28
Vsebina ponujenih dodatnih storitev potencialnemu podjetniku ob koncu obiska

KLJUČNA BESEDA: Vrsta storitve (f=31)	NASVET /povzeti zapisi potencialnih podjetnikov iz vprašalnika/
3x 9,67%	Ponujena pomoč pri izdelavi poslovnega načrta
1x	Po dodatne informacije na Kmetijsko svetovalno službo
1x	Napotitev na Štajersko gospodarsko zbornico glede spletne trgovine z oblačili.
3x 9,67%	Prednosti članstva v obrtni zbornici
1x	Prijave na e-novice za podjetnike
1 x	Na plačljive storitve računovodstva pri zbornici.
2x 6,45%	Naslovi nepremičninskih agencij v kraju glede poslovnega prostora
4x 12,90%	Napotitev na dodatne informacije ja portal:http://evem.gov.si
1x	Opozorilo glede raznih aktualnih razpisov
1x	Napotitev na podjetniški inkubator glede dodatnega svetovanja in možnosti najema prostora.
1x	Na pridobitev certifikata za unikatna dela in postavitve stojnice na ribniškem sejmu.
1x	Glede iskanja primerne delovne sile za izvedbo dejavnosti možnost oglaševanja v lokalnih medijih.
1x	Napotitev na različne spletne vire in e-naslove ustanov: ARSO, lokalnih komunalnih služb, služb upravne enote ...
1x	Napotitev na Ajpes
1x	Napotitev na različne podjetniške portale
1x	Možnost plačljivega svetovanja pri davčnem svetovalcu zbornice.
8x 25,80%	Lahko kadarkoli pokliče za dodatne nasvete (izročena vizitka svetovalca), ali piše po e-pošti (npr. pošljite nam osnutek poslovnega načrta, ga bomo pregledali in vam potem svetovali)

Največ nasvetov ob koncu obiska, in sicer 12,90% je povezanih z napotitvijo na portal eVEM, drugo mesto v deležu 9,67% od vseh nasvetov si delita ponujena pomoč potencialnim podjetnikom pri izdelavi poslovnega načrta in ponujene prednosti v obrtni zbornici potencialnim podjetnikom. Spodbuden je delež tistih, ki so potencialnemu podjetniku ponudili možnost dodatnega kontakta, v obliki klica, e-maila ali vnovičnega obiska (npr. sporočilo svetovalke: «Ko se boste drugič oglasili – vi kar pokličite – se bova pogovorili pa še o davkih in drugih zadevah, ki danes morda niso bilo najbolj razumljive.»

Glede same vsebine pa izstopa ponujena pomoč pri izdelavi poslovnega načrta bodočemu podjetniku in napotitev na podjetniški inkubator za dodatne nasvete in možnost ugodnejšega najema poslovnega prostora ob začetku poslovanja.

Stanje

Premalo, le 34,44% svetovalcev na VEM točkah je potencialnim podjetnikom ponudilo še druge storitve. Prav tako je nabor ponujenih rešitev zelo vsebinsko razpršen, nepoenoten.

Izziv

Naročnik izvajanja VEM točk bi lahko znotraj pravilnika poenotil oziroma predpisal nabor osnovnih dodatnih storitev, ki bi bile povezane z/s:

- *aktualnimi razpisi za finančno pomoč potencialnim podjetnikom,*
- *poudarki aktualne zakonodaje v podjetniškem okolju,*
- *naborom strokovnjakov za posamezna področja (davčno, računovodsko, pravno, nepremičninsko svetovanje v kraju) na podlagi morebitnega*
- *vaučerskega sistema svetovanja;*

II./3 Vse nianse gradiv

Raziskava v delu besedilne analize pri vprašanju, ali ste imeli občutek, da se nahajate v podjetniško podpornem okolju pri tistih 22 potencialnih podjetnikih, ki so odgovorili negativno namreč kaže, da ljudje še vedno precejšen pomen pripisujejo temu, da se v poslovnem okolju nahaja primerno tiskano gradivo (brošure, letaki, plakati...). Več o tem bo govora v 5. poglavju.

Na tem mestu se osredotočamo na to, da so stranke dejansko med samim svetovanjem in po njem prejele različne oblike gradiva, ne le v tiskani obliki, temveč tudi tako, da so jim svetovalci nekatere informacije že med pogovorom povzeli z računalniki in natisnili ali pa so jim obljubljeno gradivo posredovali na naslove elektronskih pošt, po katerih so povprašali potencialne podjetnike.

19. Vam je izročil kakršnokoli informativno gradivo? Če je, kakšno ...

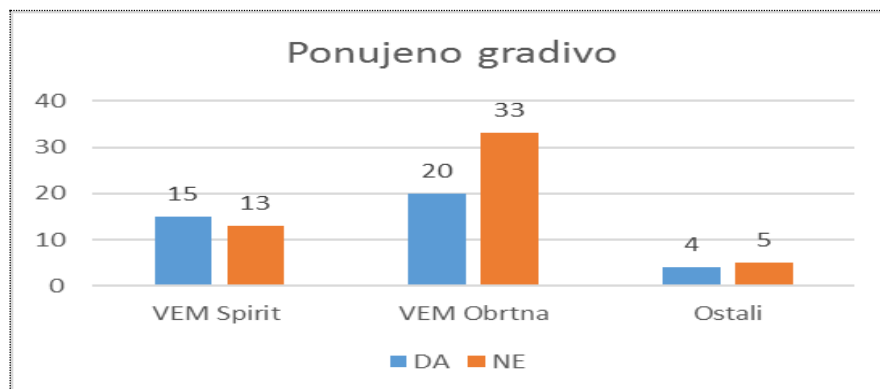
Več kot polovica vprašanih, kar je 56,67% od skupaj 90 potencialnih podjetnikov ni prejela nobenega dodatnega gradiva od svetovalca, kar pomeni, da so po končanem pogovoru podjetniško podporno okolje zapustili brez letaka, brošure, naknadnega gradiva posredovanega po e-mailu, sproti prek računalnika natisnjene informacije ali izvoda kakšne druge vrste publikacije.

Tabela št.: 29

Primerjava po enotah o tem, če je svetovalec stranki izročil kakršnokoli informativno gradivo (brošure, časopisi, letaki, informacije natisnjene na tiskalniku, informacije posredovane na e-pošto stranke...).

Odgovori	DA	NE
VEM Spirit	15 53,57%	13 46,43%
VEM Obrtna	20 37,74%	33 62,26%
Ostali	4 44,44%	5 55,56%
Vsi	39 43,33%	51 56,67%
Razvojne kot celota (Ostali+Spirit, N=90)	5 41,67%	7 58,33%

Graf št.: 24
 Informativno gradivo so potencialni podjetniki prejeli
 le na 39 od skupaj 90 info točkah.



D. Vsebinska analiza vrste ponujenega dodatnega informativnega gradiva

Pri analizi merimo frekvenco (torej pogostost ponovitve izbranih ključnih besed, ki pa jih predstavljamo uporabljene v celotnem kontekstu, torej izrečenem stavku) in vrsto gradiva, ki ga je svetovalec dal potencialnemu podjetniku glede na obiskano VEM točko.

Na posameznih VEM točkah od 39 tistih, kjer so potencialnemu podjetniku zagotovili še dodatno informativno gradivo so posamezni svetovalci ponudili več tovrstnih informacij (npr. natisnili vlogo prek tiskalnika, stranki izročili izvod časopisa za obrtnike, mu dali tudi izvod brošure o razlikah med s.p. in d.o.o.). To pomeni, da pri vsebini ponujenega dodatnega informativnega gradiva količina le tega ni identična s številom obravnavanih VEM točk.

Tabela št.30
 Vsebina ponujenega dodatnega informativnega gradiva na posameznih VEM točkah

Vrsta gradiva	VEM Spirit	VEM Obrtna	Ostali
Strokovni časopisi in revije			
Obrtne novice	1		
Mozaik podjetnih	1	1	
Lokalno glasilo Krpan		1	
Pomurski obrtnik		1	
Obrtnik podjetnik		2	
Mesečno glasilo OZS		2	
Katalog ugodnosti in popustov za člane OZS		1	
	1		
Obrazci/dokumenti			
Natisnjena lestvica za odmero dohodnine	1	1	
Izjava za lastnika (obrazec VEM)	1	2	

Izjava za članstvo v zbornici		1	
O razgradnji nekaterih vrst odpadkov		1	

Sproti natisnjene informacije

O delovanju potujočih trgovin/gostiln	1		
O ustanovitvi podjetij, v lični mapi zbornice		1	
Pogoji za dejavnost, poudarki za s.p.			1

Brošure

O plačevanju prispevkov za s.p. in prvih podjetniških korakov		1	
O davčnih blagajnah		1	
O prednostih in pomanjkljivostih za s.p. in d.o.o.		1	
Ustanovitev s.p. in d.o.o.		2	
Vitko inoviranje	1		
Projekt Art Cicle 2016	1		
Obisk pri računovodji	1	1	
Co-working prostor Lokomotiva		1	

Po e-mailu

Šifrant dejavnosti SKD 2008	1		
Kontaktne podatke, obljubljeni med sestankom	1	1	
Priročnik Pogoji za opravljanje dejavnosti		1	
Povezave do področja varstva predšolskih otrok			

Vabila na dogodke

Brezplačna delavnica Izzivi Evrope v finančni perspektivi 2014-2020		1	
Brezplačni seminar Pot do uspešne spletne trgovine		1	

Stanje

Podatek, da več kot polovica svetovalcev, in sicer 51 od 90 ali 56,67% potencialnim podjetnikom ni posredovala gradiva v nobeni obliki kaže, da bo na tem področju treba pristop spremeniti.

Hkrati pa lahko ugotovimo, da vendarle obstaja pozitiven trend v ravnanju nekaterih svetovalcev, ki se že poslužujejo različnih oblik dodatnega gradiva za stranke, pač glede na to, s čim razpolagajo in kako dovzetni so za reševanje konkretnih težav potencialnih podjetnikov, ki so jih obiskali.

Informacije, ki se na tiskalniku natisnejo vnaprej kot priprava na sestanek ali sproti med pogovorom potrjujejo, da obstaja zavest o potrebi po posredovanju napisanih informacij kot dodatek ali dopolnilo ustnemu svetovanju.

Vabila na dogodke, obstoječi panožni in drugi strokovni časopisi so prav tako lahko primerno dopolnilo glede na konkretne potrebe strank, kar je v presoji posameznega svetovalca in odvisno od njegove sposobnosti empatije oziroma vživljanja v potrebe sogovornika.

Izziv

Tako kot pri naboru dodatnih storitev bi bilo treba tudi pri naboru dodatnega gradiva vsem VEM točkam zagotoviti osnovne informativne brošure za potencialne podjetnike, jim pripraviti tudi nabor osnovnih temeljnih povezav do financiranja in različnih slovenskih ter evropskih razpisov in morda oblikovati skupen portal ali nadgraditi že obstoječi podjetniški portal z vsemi, lokalno pomembnimi podatki (npr. aktualni podjetniški dogodki v kraju, kjer deluje VEM točka).

Oblika tovrstnega dodatnega gradiva bi bila tudi na enem mestu zbrana ponudba vseh bank v kraju za odprtje poslovnega računa bodočega podjetnika, seznam ponudnikov poslovnih prostorov, ipd. Nabor raznovrstnih informacij, ki se jih lahko pripravi vnaprej ali natisne sproti in bi predstavljale osnoven nabor gradiva, dodatno gradivo pa bi se prilagajalo glede na posebne potrebe strank.

20. Kako dolgo je trajal pogovor s svetovalcem?

Koliko minut so svetovalci namenili stranki je vprašanje, ki bi lahko bilo vodilo za temeljno, tudi časovno opredeljeno brezplačno storitev na info točki za potencialne podjetnike. Zgolj trajanje pogovora s svetovalcem še ne pomeni, da je bilo svetovanje tudi kakovostno, čeprav se v besedilnem delu analize kaže, da so bili svetovalci, ki so si za potencialnega podjetnika vzeli več časa za pogovor, praviloma boljše ocenjeni.

Tabela št.: 31

Na vseh VEM točkah je v 60 primerih ali 66,67% pogovor trajal 21 minut in dlje.

Odgovori	Do 5 minut	Od 6 do 10 minut	Od 11 do 20 minut	21 minut in več, koliko	N %
VEM Spirit	0	0	5 17,86%	23 82,14%	28 100%
VEM Obrtna	0	1 1,89%	22 41,51%	30 56,60%	53 100%
Ostali	0	1 11,11%	1 11,11%	7 77,78%	9 100%
Vsi (N=90)	0 0,00%	2 2,22%	28 31,11%	60 66,67%	90 100%
Razvojne kot celota (Ostali+Spirit, N=90)	0	1 8,33%	1 8,33%	10 83,33%	12 100%

Zanimal nas je poprečen čas pogovora v primerih, ko so se potencialni podjetniki v pisarni VEM točke zadržali 21 minut in več. Poprečen čas pogovora, ki so ga imeli s svetovalcem je znašal 42,55 minut, najdaljši pogovor pa je trajal kar 136 minut.

III. Storitve svetovanja

Na kakovost storitve vselej vplivata oba partnerja v poslovnem stiku. Potencialni podjetnik mora imeti pri sebi čim bolj razdelano podjetniško idejo, da bi lahko pridobil čim bolj konkretne, bolj poglobljene, dodatne nasvete. V primeru, da kot laik povprašuje po začetku podjetniške poti pa pričakuje od svetovalca, da ga skozi pogovor tudi vodi, mu torej svetuje, saj za nekoga s premalo predznanja predstavlja problem že zastavljanje pravih vprašanj.

Svetovalec mora torej prepoznati raven znanja in poznavanja sogovornika na VEM točki in vsebino podati na njemu dojemljiv in primeren način. Zgolj nize postopkov za ustanovitev ene ali druge oblike podjetja seveda še ne moremo opredeliti kot svetovanje. Takšna postopkovna navodila so lahko predstavljena tudi v pisni obliki in postopki taksativno naštet. Od svetovalca na VEM točki se torej pričakuje več kot zgolj pojasnjevanje, kateri dokumenti so potrebni za ustanovitev podjetja in katere korake je v procesu registracije treba opraviti.

Raziskava kaže, da potencialni podjetniki pričakujejo od svetovalca na VEM točki, da jim posreduje še vse druge nasvete in konkretne napotke, ki bi jih potrebovali pri uresničitvi svoje poslovne ideje.

Na storitev svetovanja, ki jo analiziramo v tem poglavju tako vpliva: sama ponujena rešitev, ki jo potencialni podjetnik vrednoti glede na to, ali je dobil odgovore na zastavljena vprašanja, hkrati pa zaznava tudi komunikacijske spretnosti svetovalca, torej način, kako mu vsebino svetovanja predstavi in na kakšen način mu rešitve za njegov poslovni izziv ponudi. Kako ste zadovoljni s ponujeno rešitvijo je tako eno izmed vprašanj v tem poglavju. V besedilni analizi med drugim ugotavljamo, da so imeli potencialni podjetniki v tokratni raziskavi največ, kar 65,21% pripomb na sam način podajanja vsebine.

Zanimalo nas je tudi, kakšne dodatne informacije bi še potrebovali tisti, ki so ocenili, da ponujenimi rešitvami svetovalcev niso zadovoljni. Sama po sebi pa je zgovorna tudi besedilna analiza, povezana z argumentacijo ocen, od nezadostno do odlično, ki so jih potencialni podjetniki izbrali na podlagi splošnega vtisa o opravljenem svetovanju na info točki VEM.

21. Natančno opredelite problem, ki ste ga kot bodoči podjetnik predstavili svetovalcu

Potencialni podjetnik je ob obisku VEM točk nastopal v različnih vlogah, kar se tiče izbrane dejavnosti in zastavljenih problemov. V grobem lahko problem oziroma scenarij obiska razdelimo v dve skupini. V prvi so bila splošna vprašanja, povezana s temeljnimi razlikami in prednostmi, slabostmi in nevarnostmi pri odločanju med statusom samostojnega podjetnika in družbo omejene odgovornosti. Ob tem so se podvprašanja PP (potencialnih podjetnikov) nanašala tudi na druge organizacijske oblike, kot so socialna podjetja, zadruge. Druga skupina vprašanj pa je povezana s posameznimi dejavnostmi, ko so podjetnike zanimali pogoji, posebnosti, predpisi za bolj konkretno izbran problem, ipd.

Skrite stranke v vlogi potencialnih podjetnikov so tako nastopale v naslednjih vlogah:

- 1) Študentka in nosečnica, sicer že mamica enega malčka, ki jo zanima, če bo ob odprtju s.p. izgubila ugodnosti statusa študenta (kot je bivanje v študentskem domu, štipendija, dr.) v primeru ustanovitve podjetja. Zanimalo jo je, kakšno obliko organizacije svetovalec predlaga v primeru, da bi ob s.p. ali d.o.o. izgubila status študenta (npr. zavod, zadrugo, socialno podjetje...).
- 2) Redno zaposlena v vrtcu je pred kratkim odprla popoldanski s.p. za opravljanje administrativnih opravil v krajevni skupnosti. Zanima jo, če lahko v okviru obstoječega s.p. začne organizirati tudi praznovanja za otroke, kakšnim prostorskim in drugim pogojem mora zadostiti ter kako je urejeno glede konkurenčne klavzule, ker v službi opravlja podobno dejavnost.
- 3) Brezposelna mlajša ženska z visoko izobrazbo razmišlja o samozaposlitvi ali ustanovitvi d.o.o., zanimajo pa jo predvsem možnosti subvencij za ženske s terciarno izobrazbo in morebitne druge ugodnosti, od ugodnejšega najema poslovnih prostorov do najcenejše opcije poslovanja prek s.p.
- 4) Starejša ženska po izgubi službe razmišlja o izvajanju pomoči na domu za starejše, vzporedno pa o odprtju spletne trgovine za izdelke, ki bi bili namenjeni starejši populaciji, zanimajo pa jo pogoji za vzpostavitev spletne trgovine in morebitni posebni pogoji za izvajanje pomoči na domu.
- 5) Še zaposlena ženska srednjih let razmišlja o podjetništvu, bi pa rada najprej izvedela, če obstajajo kakšne finančne spodbude ob odprtju podjetja. Ukvarjala pa bi se s šiviljstvom.
- 6) Brezposelna mlajša ženska razmišlja o ustanovitvi zasebnega vrtca in rada bi vedela, če ji lahko na VEM točki zberejo vse potrebne pogoje, ki jih mora izpolniti za to dejavnost in kako ji lahko pomagajo pri odprtju s.p. oziroma d.o.o.?

- 7) O dejavnosti registracije pekarnice, in sicer za peko kruha in peciva razmišlja ženska srednjih let, ki je trenutno na porodniškem dopustu, sicer še zaposlena v eni izmed slaščičarn, ampak bi postopno začela razvijati svojo dejavnost, sprva morda kot popoldanski s.p.
- 8) Mladi mamici se septembra zaključi porodniška in je na razpotju, ko se odloča med nadaljnjim, za zdaj neuspešnim, iskanjem službe in podjetniško potjo. Končala je ekonomsko fakulteto, kaj točno bi počela pa še ne ve točno oziroma razmišlja o večih možnostih. Bi pa rada zvedela vse o prednostih in pasteh ustanovitve s.p. ali d.o.o. preden se v karkoli spusti na trgu.
- 9) Potencialni podjetniki so spraševali tudi o pogojih za:
- odprtje masažnega salona,
 - potujoče trgovine, potujočega gostilniškega obrata (kombi),
 - kozmetičnega salona, kjer bi se poleg manikure izvajala tudi pedikura,
 - najemu gostinskega lokala,
 - odprtja podjetja, ki bi se ukvarjalo z izdelovanjem nerjavečih kovinskih ograj,
 - dejavnost fasaderstva,
 - spletno trgovino kovanih in drugih izdelkov,
 - podjetje, ki bi se ukvarjalo z organizacijo javnih prireditev in turizma,
 - za trženje izdelkov in pridelkov iz grozdja, ker imajo doma vinsko trto in pridelajo dobrih tisoč litrov vina,
 - podjetje, ki bi se ukvarjalo z organizacijo dogodkov,
 - storitev odvažanja, odkupovanja, razgradnje, predelave in prodaj odpadnih surovin, kot so odpadne kovine, vse vrste elektronike in organski odpadki,
 - izvajanje izobraževanj, lektoriranja in prevajanja,
 - doregistracijo upokojenca, ki se ukvarja z oblikovanjem lesa in ima že prve izdelke za prodajo,
 - spletno trgovino ročnih izdelkov
 - nepremičninsko agencijo
 - prevoz globoko zamrznjenih izdelkov
 - odprtje zasebnega vrtca skupaj s somišljeniki (poslovnimi partnerji)

Glede same vzpostavitve s.p. in d.o.o. so potencialne podjetnike zanimala nekatera osnovna vprašanja, kot so:

- katera oblika se mi glede na predvidene prihodke na letni ravni bolj izplača, s.p. ali d.o.o.;
- koliko davkov in prispevkov bo treba plačati pri s.p., kakšni bi bili stroški ob zaposlitvi v d.o.o.;
- kaj se bolj izplača, imeti samo en, osebni transakcijski račun pri s.p. tudi v poslovne namene ali vendarle dva, torej ločena računa za osebno in poslovno rabo;
- kakšna je razlika med normiranim in navadnim s.p. in kolikšni bi bili prispevki v prvem in kolikšni v drugem primeru;
- kot intelektualka, ki se v srednjih letih podaja v podjetništvo, ker so otroci odrasli, bi se rada seznanila predvsem s finančnimi posledicami v primeru ustanovitve s.p., d.o.o. in morebitnih subvencij ali ugodnih razpisov za nova podjetja;
- ali kot prijavljena na zavodu za zaposlovanje lahko dobim kakšne subvencije ob odprtju podjetja;

- ali je kakšna razlika med s.p. in statusom samozaposlenega;
- kakšne dokumente je treba pripraviti za registracijo s.p. in kakšno za enoosebno družbo;
- ali mi lahko na VEM točki pomagajo pri razpisih za spodbujanje podjetništva;
- ali lahko po registraciji s.p. spremenim glavno dejavnost brez spreminjanja imena;
- ali lahko ustanovim s.p. tudi, če še ne izpolnjujem vseh pogojev za opravljanje izbrane dejavnosti (npr. manikuro lahko izvajam, za pedikuro pa potrebujem še dokumente);
- če načrtujem za prvo leto poslovanja 18 tisoč evrov bruto prihodka, kaj bi se mi bolj izplačala odpreti, s.p. ali d.o.o. in zakaj; se naj že na začetku prijavim tudi kot davčni zavezanec za ddv;
- ali imate na enem mestu zbrane vse razpise in bi mi lahko svetovali, če je morda ta hip primeren kakšen razpis za mojo poslovno idejo in dejavnost, s katero bi se ukvarjala;
- potrebovala bi nasvet, kako naj se čim bolj poceni lotim raziskave trga, da vidim, če bi moja ideja lahko preživela, če bom torej imela dovolj strank;
- zanima me, kakšne davke bi morala plačevati kot s.p. in na kolikšne fiksne stroške na mesec moram računati;
- slišala sem, da se lahko kakšna firma d.o.o. kupi tudi na trgu za nekaj sto evrov in v tem primeru potem ne potrebuješ ustanovitvenega kapitala; me zanima, če je to varno, kaj menite vi;
- kako je s plačilom prispevkov za s.p., če kmalu po odprtju firme zanosim in odidem na porodniško;
- ali imam ob prvem odprtju s.p. kakšne olajšave pri plačilu prispevkov;
- kaj pomeni, če bi se za s.p. prijavila kot normiranec;
- ali imam kot mlada mamica, ki je vnovič noseča ob odprtju s.p. po porodu kakšne olajšave pri plačilu prispevkov;

Znotraj druge skupine vprašanj se je od svetovalcev pričakovalo bolj poglobljeno znanje in dodatno svetovanje. Potencialne podjetnike je tako zanimalo:

- zanimajo me gospodarski kazalci za področje organizacije prireditev in turizma; kaj mi lahko svetujete glede te dejavnosti;
- ali mi lahko svetujete, kje bi na enem mestu dobila čim več informacij o razpisih za spodbujanje podjetništva, še posebej visoko izobraženih žensk na primer;
- ali lahko tudi pri vas uredim vse potrebno za pridobitev dovoljenja za obratovanje;
- katere pogoje moram izpolnjevati za organizacijo prireditev; mi lahko svetujete na koga v upravni enoti oziroma na občini se lahko obrnem, da bi dobila vse na enem mestu glede vseh dovoljenj, izpolnjevanja pogojev, ipd.;
- zanima me kakšne so slabosti in prednosti, če se odločim za premično prodajalno namesto za premičen gostinski objekt;
- ali potrebujem kakšno dovoljenje ali licenco, če vzamem v najem gostinski lokal v obratovanju;
- ali obstajajo kakšne finančne spodbude za ustanovitev zasebnega vrtca;
- trenutno imam s.p., vendar bi ga želela preoblikovati v d.o.o., zanima me postopek in vsi stroški preoblikovanja, ki so s tem povezani;
- ali lahko ostanem zaposlena pri delodajalcu in istočasno npr. prek svojega s.p. vodim lastno spletno trgovino;

22. Kakšne strokovne rešitve vam je svetovalec ponudil?

Tudi ponujene rešitve svetovalcev lahko razdelimo v dva osnovna razreda. V prvem so splošni napotki, ki so jih svetovalci v večini spretno predstavili, povezani pa so s ključnimi postopki za ustanavljanje podjetja, potrebne dokumentacije, s temeljnimi razlikami v smislu prednosti in slabosti ter primernosti ustanovitve s.p. ali d.o.o. Poenostavljeno povedano, gre v teh primerih predvsem za naštevane in kratko opisovanje postopkov, ki jih mora potencialni podjetnik opraviti ob registraciji podjetja.

V drugi razred rešitev pa lahko uvrstimo nasvete in informacije, ki so presegli osnovno razlikovanje med posameznimi oblikami gospodarskih družb, temeljne napotke o vodenju poslovnih knjig, primernosti izbire poslovnih računov, olajšave ob prvi ustanovitvi s.p. glede plačevanja prispevkov za pokojninsko zavarovanje, razlike pri obdavčitvi med s.p. in d.o.o. ter tudi predvidene fiksne stroške za pokritje prispevkov v obeh primerih.

Svetovalci so na tej ravni svetovanja torej že posegli bolj na konkretne ravni svetovanja za konkreten problem podjetnika (specifično dejavnost) in zanj skušali poiskali še morebitne dodatne informacije in nasvete (npr. sofinanciranje, razpisi, poslovni prostori, itd.).

23. Ste bili zadovoljni s ponujeno rešitvijo?

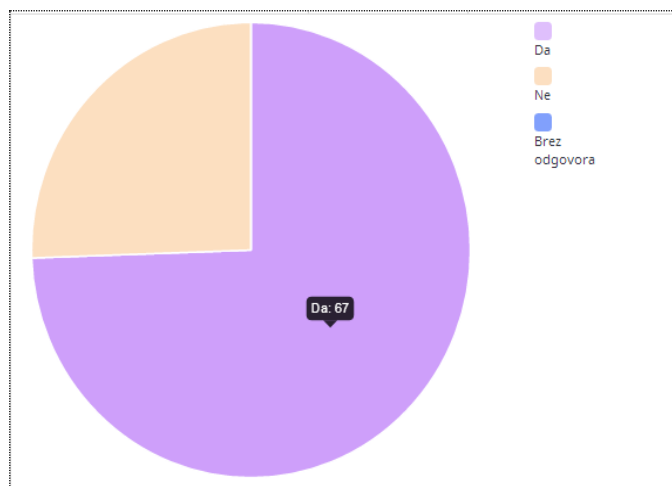
Čeprav je bilo 74,44% potencialnih podjetnikov, kar je 67 od skupaj 90 zadovoljnih s ponujenimi rešitvami, pa si v nadaljevanju z namenom izboljšanja razmer pogledimo drugo plat medalje, torej zakaj s ponujenimi rešitvami ni bilo zadovoljnih 23 od skupaj 90 oziroma 25,56% strank, kar je četrtnina vseh skritih strank.

Tabela št.: 32
Ocena zadovoljstva s ponujeno rešitvijo

Odgovor	Število	Odstotek
DA	67	74,44%
NE	23	25,56%
Skupaj	90	100%

Graf št.: 25

Prikaz ocene zadovoljstva za celoten vzorec (N=90), kjer je bil obisk izveden.



E. Vsebinska analiza o razlogih nezadovoljstva s svetovanjem na 23 točkah

Zanima nas, zakaj potencialni podjetniki na 23 obiskanih lokacijah od skupaj 90 niso bili zadovoljni s ponujenimi rešitvami.

Najprej za vsako od omenjenih lokacij povzemamo mnenje, ki so ga skrite stranke zapisale na to temo v vprašalnik, v nadaljevanju pa povzete odgovore grupiramo še glede na samo sporočilno vrednost. Če je namreč ena četrtna strank nezadovoljnih z opravljeno storitvijo potem je prav, da pogledamo vzroke tega nezadovoljstva, torej, kaj je najbolj vplivalo potem tudi na njihovo končno oceno o obisku podjetniško podpornega okolja VEM.

Tabela št. 33

Pregled po posameznih VEM točkah, kjer so se potencialni podjetniki opredelili, da s ponujenimi rešitvami niso zadovoljni.

Lokacija VEM točke	Mnenje potencialnega podjetnika
TEMA: razlog nezadovoljstva	
Sevnica, 8290, Območna obrtna zbornica Sevnica (1)	Zmotilo me je, ker je priredil, lahko bi temu rekla, predavanje, v katerem sem se že po 10 minutah izgubila. Kup podatkov, nekaj stvari vmes niti razumela nisem. Skušal je biti izčrpen in je tudi bil, a vseeno preveč, tako da sem se v njegovem pojasnjevanju povsem izgubila.
Cirkulane, 2282, PRJ HALO, Lokalno pospeševalni center Haloze (2)	Zmotilo me je, ker mi ni dala več pojasnil glede enega ali dveh TRR in me je napotila kar na računovodjo.
Slovenska Bistrica, 2310, Obrtna zbornica Slovenska Bistrica (3)	Ni mi npr. glede preoblikovanja s.p. potem v kapitalsko družbo d.o.o. omenil drugih stroškov, kot so notarski in odvetniški za pripravo dokumentacije za preoblikovanje s.p. v d.o.o. Nič mi ni znal svetovati glede računa na banki in računovodje. Svetovalec je bil sicer zelo

	prijazen, ampak zeloooo zmeden; karkoli sem ga vprašala mi ni znal odgovoriti natančno ali pa je načel kar drugo temo.
Ptuj, 2250 , Območna obrtna zbornica Ptuj (4)	Zmotilo me je, da je s konkretnih pojasnil na kakšno od mojih vprašanj prešla na ponujanje prednosti članstva v obrtni zbornici.
Slovenj Gradec, 2380, Območna obrtna zbornica Slovenj Gradec (5)	Zmotilo me je, da sem iz svetovalke morala dobesedno vleči odgovore. Ne zna svetovati popolnemu začetniku v podjetništvu.
Pesnica pri Mariboru, 2211, Območna obrtna zbornica Pesnica pri Mariboru (6)	Pogovor je bil prehitro zaključen in dobil sem premalo informacij.
Radlje ob Dravi, 2360, Območna obrtna zbornica Radlje ob Dravi (7)	Oseba, ki dela v takšni ustanovi, torej obrtna zbornica, bi, po mojem morala vedeti, kakšne ugodnosti imaš pri plačilu prispevkov za s.p., olajšave in kakšen račun ti priporočajo; tudi če to ni VEM točka, kar pa sem zvedela šele med obiskom samim.
Metlika, 8330/Območna obrtna zbornica Metlika (8)	Informatorka je ves čas pogovora pogledovala na uro, poudarila je, da so tudi tovrstna svetovanja (z izjemo prvega) plačljiva, da naj bi se posamezniki včlanili v obrtno zbornico, v sklopu katere so organizirani tečaji. Vsi njeni odgovori so bili zelo površinski in kratki. Glede na svoje na fakulteti že pridobljeno znanje lahko trdim, da nisem izvedela čisto nič novega. Ponujen mi ni bil niti stol, ko pa sem slišala, da se tovrstne storitve plačajo, sem se zahvalila za čas in zaključila pogovor.
Nova Gorica, 5000, Območna obrtna zbornica Nova Gorica (9)	Praktično nisem dobil nobenega nasveta ali odgovora na svoja vprašanja.
Ljubljana Moste Polje, 1000, Območna obrtna zbornica Moste-Polje (10)	Zmotilo me je, da me je hotel prepričati, naj kar odprem s.p., zdelo se mi je namreč, kot da me hoče na hitro odpraviti. Lahko bi mi na primer svetoval, da bi skupaj s kakšnimi družbeniki oziroma poslovnimi partnerji oblikovali d.o.o. in si delili stroške in odgovornost za poslovanje.
Murska Sobota, 9000, Območna obrtna zbornica Murska Sobota (11)	Potrebovala bi razlago na konkretnih primerih, zelo laičen in plastičen prikaz, kaj lahko pomeni s.p. in kaj d.o.o npr. na konkretnem primeru, tudi iz moje dejavnosti, ki sem jo omenila; zakaj se bolj izplača prvo in zakaj drugo?
Koper, 6000, Regionalni razvojni center Koper (12)	Od tam sem odšla z enakim predznanjem, ki sem ga imela že ob vstopu; če bi res želela organizirati prireditve, ne bi vedela kam naj se obrnem naprej (npr. prijava dogodkov, ipd...).
Šentjur, 3230, Območna obrtna zbornica Šentjur (13)	Lahko bi imeli tudi podatke o dopolnilnih registracijah in možnostih, da se to opravi na VEM točkah.
Gornja Radgona, 9250, Območna obrtna zbornica Gornja Radgona (14)	Odgovor na vprašanje je ostal odprt. Res pa je vprašanje (op. zasebni vrtec in morebitne finančne spodbude zanj) dokaj neobičajno za takšen manjši kraj. Na splošno se je svetovalka zelo trudila, da bi mi dala čim več informacij, vse pa so bile splošnega značaja.
Kočevje, 1330, Območna	Bila sem zadovoljna s podatki, ki mi jih je svetovalka podala, samo da

obrtna zbornica Kočevje (15)	moram vsako besedo izvleči iz nje pa se mi ni zdelo korektno do stranke. Stranka pride na posvet tako, da bo svetovalka povedala veliko sama od sebe; ne pravim, da mora imeti samogovor, temveč, da mora bolj samostojno govoriti, ne pa samo odgovarjati na vprašanja strank.
Ljutomer, 9240, Območna obrtna zbornica (16)	Nisem dobila nobene rešitve, niti namiga o morebitnih finančnih ali drugih virih. Mislim sicer, da svetovalka zaradi tega ni nujno slaba, verjetno je dejansko stanje pač takšno, da za to dejavnost ni razpisov, ni denarja.
Tolmin, 5220, Posoški razvojni center Tolmin (17)	Nisem bila zadovoljna, ker me je pri svetovalcu zmotila njegova nesamozavest, negotovost pri odgovarjanju in njegova nepripravljenost na sestanek glede na to, da sva vnaprej dogovorila dan in uro obiska.
Ptuj, 2250, Znanstveno raziskovalno središče Bistra Ptuj (18)	Nisem imel občutka, da bi mi dala dovolj informacij, čeprav sem bil kot potencialni podjetnež prepričan, da mi je svetovala v dobri veri, me napotila na računovodkinjo.
Maribor, 2000, Štajerska gospodarska zbornica Maribor (19)	Pogrešal sem še kakšno zloženko, več informacij, da bi potem razmišljal o tem, kaj bi se mi bolj izplačalo odpreti, kakšna bi bila optimalna izbira zame.
Žalec, 3310, Obrtna zbornica Žalec (20)	Napačno mi je določila šifro dejavnosti iz SKD.
Lendava, 9220, Območna obrtna zbornica Lendava (21)	Nisem dobila nobenega namiga, ki bi mi bil v pomoč pri mojem nadaljnjem razmišljanju o podjetništvu.
Škofja Loka, 4220, Območna obrtna zbornica Škofja Loka (22)	Pričakovala bi še malo več informacij o možnih finančnih spodbudah, razpisih za mlade podjetnike; zbrane tako na enem mestu npr. kot je VEM točka.
Izola, 6310, Območna obrtna zbornica (23)	Obrazložitev je bila preveč tehnična, teoretična in formalna.

Celovite odgovore potencialnih podjetnikov o tem, zakaj niso bili zadovoljni s ponujenimi rešitvami smo v tabeli razvrstili v tri razrede, in sicer nastop svetovalca, kakovost svetovanja ter ostalo.

Tabela št. 34
Grupiranje dobljenih sporočil o razlogih za nezadovoljstvo s ponujenimi rešitvami

Razvrstitev v razrede	Opis problema	Frekvenca
1. NASTOP SVETOVALCA N=5 f°= 21,73%	Nepoznavanje področja	1
	Le odgovori na vprašanja, brez svetovanja	1
	Negotovost in nesamozavest svetovalca	1
	Zmedenost svetovalca	1
	Sklicevanje na plačljivost storitev	1
2. KAKOVOST SVETOVANJA N=15 f°= 65,21%	Neprilagoditev predznanju stranke	2
	Premalo pojasnil	4
	Premalo informacij	6
	Brez pravih nasvetov glede vprašanj	2
	Preveč teoretična, tehnična obrazložitev	1

3.	Odsotnost vloženj o odprtju firme	1
OSTALO	Nič o finančnih spodbudah	2
N=3		
f°= 13,04%		
Skupaj: 100%		23

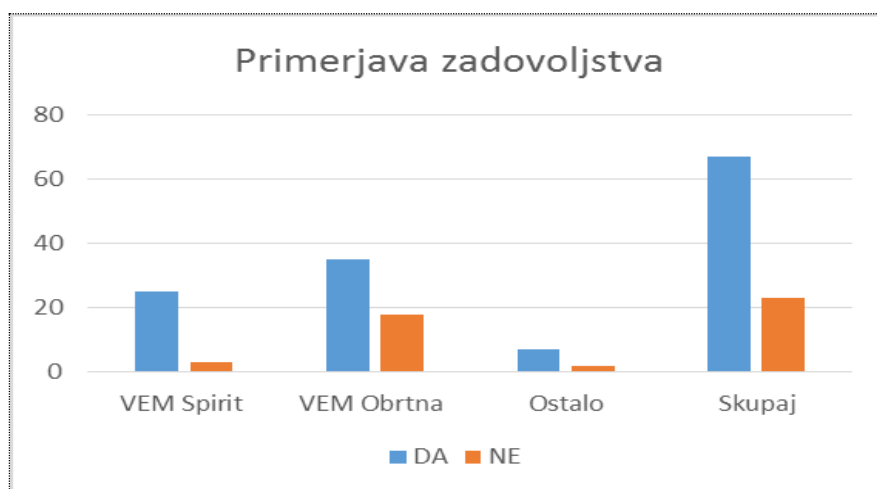
Največ pripomb, in sicer 65,21% je na račun samega podajanja vsebine, ki je neprilagojena predznanju stranke, preveč skopa s pojasnili posameznih pojmov in področij, premalo informativna in neprimerno posredovana. Sledi nastop svetovalca, ki je razlog za nezadovoljstvo z rešitvijo znotraj obravnavanih 23 primerov v 21,73%, pri čemer izstopajo sam nastop (komuniciranje s stranko, ki ni dovolj suvereno in prepričljivo), nezadostno poznavanje področja in neprimerno ravnanje, kot je sklicevanje na plačljivost svetovanja.

Tretji vsebinski razred »ostalo« pa kljub slabi oceni ni povezana zgolj s svetovalcem, saj je povsem možno, da finančne spodbude za posamezno želeno dejavnost podjetnika na trgu dejansko ne obstajajo; prav tako pa je seveda enako verjetno, da svetovalec področja subvencioniranja in slovenskih ter evropskih razpisov in drugih spodbud za razvoj podjetništva tudi dejansko ne pozna v zadostnem obsegu. Kar se tiče odsotnosti vloženj na temo podjetništva, s poudarkom na osnovnih postopkih ustanavljanja družb pa je prav tako področje, ki presega sam delokrog svetovalca. Tisk marketinškega in informativnega gradiva je glede vsebine, obsega in stroškov verjetno predmet dogovora s samim naročnikom izvajanja storitev za VEM točko.

Tabela št.: 35
Primerjava: odstotek zadovoljstva znotraj posameznih enot
in glede na poprečje celotne populacije

Odgovori	DA	NE	N %
VEM Spirit	25 89,29%	3 10,71%	28 100%
VEM Obrtna	35 66,04%	18 33,96%	53 100%
Ostali	7 66,78%	2 22,22%	9 100%
Vsi	67 74,44%	23 25,56%	90 100%

Graf št: 26
Primerjava zadovoljstva znotraj posameznih enot



24. Ali mislite, da bi vam moral svetovalec dati še kakšne dodatne informacije, ki bi vam bile kot potencialnemu podjetniku v oporo?
V primeru odgovora »da« pojasnite, kaj bi potrebovali?

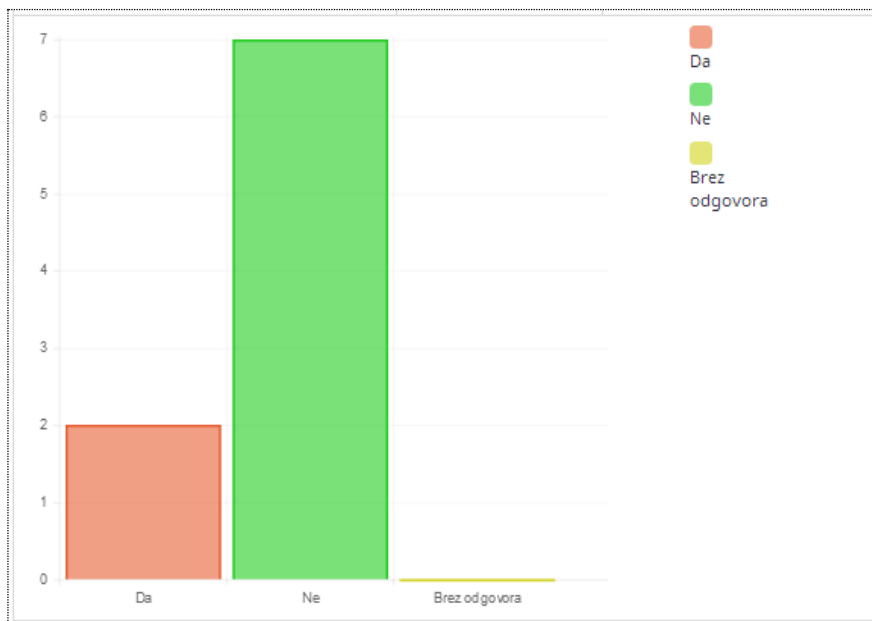
Skoraj tretjina vprašanih od 90 potencialnih podjetnikov je zapisala, da bi potrebovala od svetovalca še kakšne druge informacije, kar lahko pomeni, da s svetovanjem niso bili popolnoma zadovoljni.

Če pogledamo znotraj posameznih skupin, potem takšne potrebe ni čutilo 85,71% potencialnih podjetnikov, ki so obiskali Spiritove VEM točke. Delež pri obiskanih točkah na obrtnih zbornicah je najnižji in znaša 64,15%.

Tabela št.: 36
Od 90 vprašanih jih je 25 bilo prepričanih,
da bi morali dobiti še kakšne dodatne informacije od svetovalca.

Odgovori	DA	NE	N %
VEM Spirit	4 14,29%	24 85,71%	28 100%
VEM Obrtna	19 39,85%	34 64,15%	53 100%
Ostali	2 22,22%	7 77,78%	9 100%
Vsi	25 27,78%	65 72,22%	90 100%

Graf št.: 27
Na primeru celotnega vzorca realiziranih obiskov (N=90)
bi si jih 25 želelo še dodatne informacije



F. Vsebinska analiza o potrebnih dodatnih informacijah

Dobra četrtina potencialnih podjetnikov oziroma 25 od 90, kar ustreza približno vzorcu tistih, ki niso bili zadovoljni s ponujeno rešitvijo, je prepričanih, da bi jim morali svetovalci posredovati še dodatne informacije glede predmeta njihovega vprašanja. Zanimalo nas je, kakšne informacije bi si še želeli. Posamezni podjetniki opozarjajo na več vrst potrebnih dodatnih informacij, zato frekvenca ni 25, ampak je višja in se nanaša na število podanih odgovorov. Te pa smo razdelili v tri razrede, in sicer: 1 – bolj konkretne informacije in kontakti, 2 – več dodatnega gradiva, 3 – točnost informacij.

Tabela št. 37
Grupiranje dodatnih informacij, ki bi jih potencialni podjetniki še želeli pridobiti od svetovalca.

RAZVRSTITEV V RAZREDE	OPIS PROBLEMA	FREKVENCA
BOLJ KONKRETNE INFORMACIJE IN KONTAKTI N=21 f°= 67,74%	Pojasnitev pogojev za izvajanje dejavnosti	1
		5
	Spisek dovoljenj in kontaktnih oseb ob napotitvi na zunanje ustanov glede dodatnih informacij	1
	Več primerov iz podjetniške prakse glede samega delovanja s.p. in d.o.o.	1
	Boljše poznavanje podjetniških priložnosti na lokalni ravni	5

VEČ DODATNEGA GRADIVA N=8 f°= 25,80% TOČNOST INFORMACIJ N=2 f°= 6,45%	Argumentacija stališč svetovalca z nazornimi primeri	2
	Več samoiniciativnosti svetovalca, ne le odgovori na vprašanja	1
	Poznavanje finančnih spodbud za nove podjetnike	1
	Osnovno poznavanje področne zakonodaje za posamezne dejavnosti	4
	Portal skupnih informacij v kraju VEM točke	
	Priročnik za podjetnike z razlikami med s.p. in d.o.o.	3
	Brošure o postopkih formiranja podjetij, davkih, računovodstvu	3
	Osnovne informacije v papirnati obliki, svetovanje naj bo nekaj več kot zgolj postopki	2
	Napačne informacije o spremembi naslova, imena in dejavnosti v primeru kupljenega d.o.o.	1
	Napačna razvrstitev dejavnosti po šifrantu	1
Skupaj		31 odgovorov

Besedilna analiza pokaže, da bi si potencialni podjetniki želeli več konkretnih informacij glede določenega podjetniškega izziva. V primeru napotitve na druge ustanove in osebe pa bi želel več konkretnih kontaktnih naslovov in podatkov (npr. glede najema poslovnih prostorov, ki so v lasti občine se obrnite na to konkretno osebo; za ustanovitev večosebne d.o.o. sta kontaktni številki za notarja, ki to ureja naslednji, strošek na katerega lahko računate pa znaša...). Vsebinsko bi si želeli še več informacij s področij financiranja podjetniških začetkov (npr., da bi lahko ob pripravi na sestanek s potencialnim podjetnikom glede na pričakovano dejavnost svetovalec vnaprej pripravil informacijo o razpoložljivih virih financiranja v konkretnem lokalnem okolju VEM in tudi na državni ravni;) ter večjo vpetost VEM točk v lokalno podjetniške priložnosti glede financ, poslovnih prostorov in napotitve na ustrezne ustanove.

25. Kaj vam je bilo všeč in kaj vam ni bilo všeč med obiskom VEM točke?

Iz odgovorov smo skušali potegniti 10 ključnih tematskih vsebin za oba razreda, torej, kaj je bilo po koncu obiska VEM točke všeč potencialnim podjetnikom (1. razred), kar smo poimenovali kot OPIS PREDNOSTI in kaj je potencialne podjetnike na VEM točki motilo (2. razred), kar smo poimenovali OPIS SLABOSTI.

Na odprto vprašanje o tem, kaj jim je bilo všeč je od skupaj 90 odgovorilo 80 potencialnih podjetnikov, medtem ko jih je moteče dejavnike pojasnilo 38 ali 42,42%.

G. Vsebinska analiza o splošnem vtisu – »všeč mi je bilo«

Tabela št.38:

Besedilni razredi o tem, kaj je bilo potencialnim podjetnikom všeč na VEM točki

RAZVRSTITEV V RAZREDE »VŠEČ MI JE BILO«	OPIS PREDNOSTI	FREKVENCA
DELO SVETOVALCA N=57, 71,25%	Pojasnjevanje: kratko, jedrnato, bistvo	3
	Empatija ¹⁸	6
	Prijaznost, ustrežljivost	10
	Proaktivnost ¹⁹	5
	Pripravljenost pomagati	1
	Sprejem	4
	Razlaga svetovalca	4
	Sproščen pogovor	2
	Verodostojnost svetovalca	2
	Vnaprejšnja pripravljenost na sestanek	4
	Aktivno spraševanje	3
	Profesionalnost, strokovnost	4
	Odmerjen čas	4
	Izročila mi je vizitko za nadaljnje kontakte	1
	Ponujena pomoč tudi za v prihodnje	4
VSEBINA SVETOVANJA N=9, 11,25%	Ogromno informacij	1
	Ponujena nadaljnja pomoč	1
	Širše svetovanje, ne le odgovori na vprašanja	1
	Zadovoljstvo s konkretnimi odgovori	3
	Takoj nakazane možne rešitve	2
GRADIVO N=5, 6,25%	Posredovanje dodatnih informacij po e-pošti	3
	Izročitev dodatnega gradiva	9

¹⁸ Empatijo so potencialni podjetniki opredelili predvsem kot pripravljenost poslušati, občutek, da se je svetovalec vživel v njihovo vlogo.

¹⁹ Proaktivnost so potencialni podjetniki opredelili kot poskus svetovalca, da razmišlja »Out of the box«, torej skuša najti rešitev tudi za področja, ki so izven njihovega pričakovanja. Nekateri so takšno ravnanje svetovalcev v pozitivnem smislu opisovali kot zagnanost, delo z žarom, izredna zavzetost, prizadevnost, zainteresiranost za celovito rešitev problema, ipd.

OSTALO

N=9, 11,25%

Kar 71,25% ali 57 od 80 odgovorov se nanaša na samo delo svetovalca, kar pomeni, da je na splošen dober vtis v veliki meri vplivalo, kako je svetovalec pojasnil zadeve, je bil pri tem prijazen, ustrežljiv in je potencialnemu podjetniku dajal vtis, da se je vživel v njegov problem.

Na prvem mestu se tako znajde prav pomen prijaznosti in ustrežljivosti, na drugem empatija; približno enako pomembni dejavniki so: sam sprejem stranke, strokovnost in profesionalnost svetovalca, čas, ki ga odmeri stranki, kar pomeni, da ne hiti, ne pogleduje na uro. Tudi ponujena pomoč in seveda sama razlaga zelo vplivata na to, kako stranka dojema delo svetovalca na sploh in to poveže z občutkom »všečnosti« opravljene storitve na VEM točki.

Vsebina svetovanja zajema znotraj 80 odgovorov 11,25%, kar je torej dosti manj kot sam odnos svetovalca do stranke.

Pa vendar potencialni podjetniki poudarjajo, da so zadovoljni predvsem s konkretnimi odgovori in tudi nakazanimi rešitvami za njihov podjetniški izziv. Pričakujejo oziroma nagradijo torej svetovalce, ki poleg osnovnih razlag o ustanovitvi podjetja ponudijo tudi dodatne nasvete.

Na oceno o »všeč mi je« vpliva tudi gradivo; kot izjemno pozitivno potencialni podjetnik ocenjuje situacijo, ko se med samim pogovorom s svetovalcem dogovori, da mu bo le-ta posredoval dodatno gradivo ali kontaktne podatke še po elektronski pošti in potem se to tudi resnično zgodi. Na občutek všečnosti obiska vplivajo tudi »ostali« dejavniki, ki jih tokrat nismo analizirali, ker niso povezani z izbranimi razredi, ki smo jih analizirali.

Kot bomo videli v nadaljevanju, v analizi vsebine motečih dejavnikov, pa se v tem primeru na prvem mestu znajde občutek potencialnega podjetnika, da se svetovalec ni vživel v njegovo kožo, torej da ni pokazal neke empatije.

Na drugem mestu v razredu delo svetovalca je občutek, da ima ta premalo znanja, s čimer se lahko posredno povežeta tudi naslednja dva dejavnika, in sicer prevelika redkobesednost (včasih tudi zaradi strahu, da bi povedali kaj napačno) in pa izmikanje očesnemu stiku (ki ga deloma lahko razumemo tudi kot umikanje pogleda zaradi negotovosti, ki je lahko tudi pomanjkanje ustreznega znanja).

Pripombe, ki letijo na račun dela svetovalca so v primerih tistih VEM točk, ki delujejo v okviru obrtnih zbornic povezane tudi z očitki, da so jim nekateri svetovalci vsiljevali članstvo v zbornici, drugje kakšne plačljive računovodske in davčne storitve.

Na račun dela svetovalcev pri motečih dejavnikih odpade kar 50% od vseh pripomb.

H. Besedilna analiza o splošnem vtisu – »motilo me je«

Tabela št. 39

Predstavitev vsebine po besedilnih temah, razvrščenih v razrede o tem, kaj je potencialne podjetnike motilo na VEM točkah.

RAZVRSTITEV V RAZREDE »MOTILO ME JE«	OPIS SLABOSTI	FREKVENCA
DELO SVETOVALCA N=19, 50%	Premalo znanja Dolgovezenje Prevelika redkobesednost Rutinski pogovor Vsiljevanje članstva v zbornici Brez empatije za problem podjetnika Pasivnost svetovalca Opozarjanje na plačljivost svetovanj Vsiljevanje plačljivih računovodskih storitev Osnovni bonton ²⁰ Izmikanje očesnemu stiku Brez osebne predstavitve	3 1 2 1 1 4 1 1 1 1 1 2 1
VSEBINA SVETOVANJA N=12, 31,57%	Premalo informacij Prevelika količina informacij Nerazumljiva razlaga Brez odprtih vprašanj, le suhoparni odgovori Nepoznavanje finančnih spodbud Pomanjkanje specifičnih področij	3 2 1 2 3 1
GRADIVO N=3, 7,89%	Brez kakršnegakoli gradiva Ni deloval portal eVem ²¹	1 2
OSTALO, N=4, 10,52%		4

Kar se tiče drugega razreda, to je same vsebine svetovanja je delež nekoliko nižji, znaša 31,57%. Kot moteči dejavniki so opisani predvsem: premalo prejetih informacij na eni strani, tesno za tem pa po drugi prevelika količina, očitno neustrezno predelanih ali razumljenih informacij. Nepoznavanje finančnih spodbud za potencialne podjetnike je prav tako očitek, ki visoko kotira, sledi pa tudi pripomba o premajhnem postavljanju odprtih vprašanj, ki pri sogovorniku po eni strani zbujajo občutek, da se mu želi pomagati, po drugi strani pa prav ta vrsta vprašanj svetovalcu omogoča, da se globlje seznani s problemom stranke.

²⁰ Svetovalec po začetnem vikanju sredi pregovora preide na tikanje stranke.

²¹ Med pogovorom s stranko so nekateri svetovalci večje iskali dodatne informacije tudi po računalniku, jih vmes natisnili, nekajkrat pa se je zgodilo, da ob vstopanju na portal Evem ta ni deloval in stranka je to zaznala.

26. Ocena svetovalca na VEM točki s šolsko oceno od 1 do 5

Če sodimo po šolskih ocenah, ki so jih potencialni podjetniki ob koncu izkušnje, torej po obisku info točke pripisali posameznim lokacijam, potem so v poprečju prejeli trdno štirico, torej prav dobro oceno. Največ odstopanj od tega poprečja je v primeru VEM točk v okviru obrtne zbornice, kjer je ocena malo manj kot prav dobro.

Glede razpršenosti ocen prav tako ugotavljamo, da je delež nezadostne ocene pripadel obrtnim VEM točkam, ocena zadostno je znotraj Spiritovih in obrtnih VEM točk približno številčno enako razporejena, prav tako imata obe »vrsti« enot približno enako število prav dobrih ocen, odstopanje je spet opazno pri oceni dobro. Tretja skupina VEM točk, opredeljena pod ostalo pa tudi v tem primeru ni najbolj primerljiva s prvima dvema skupinama glede na samo številčnost in strukturo vzorca.

Graf št. 28
Poprečne ocene obiska VEM točk

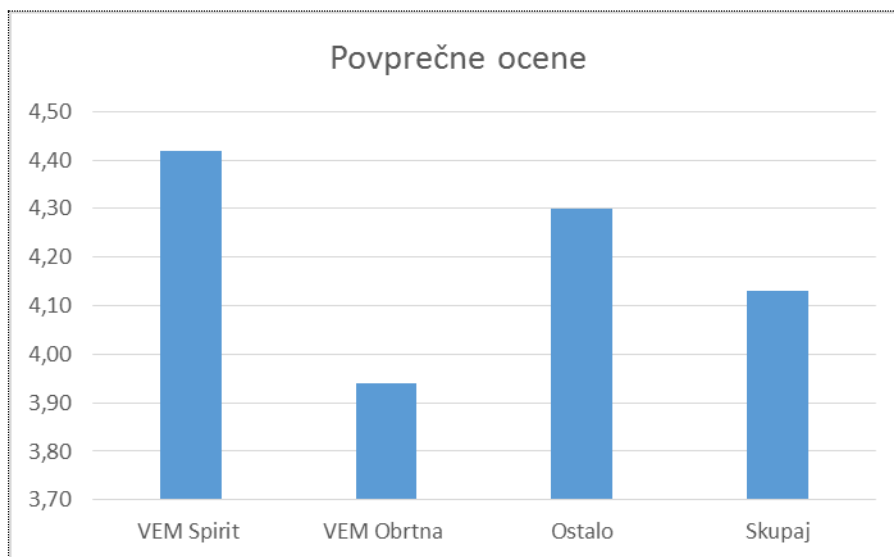


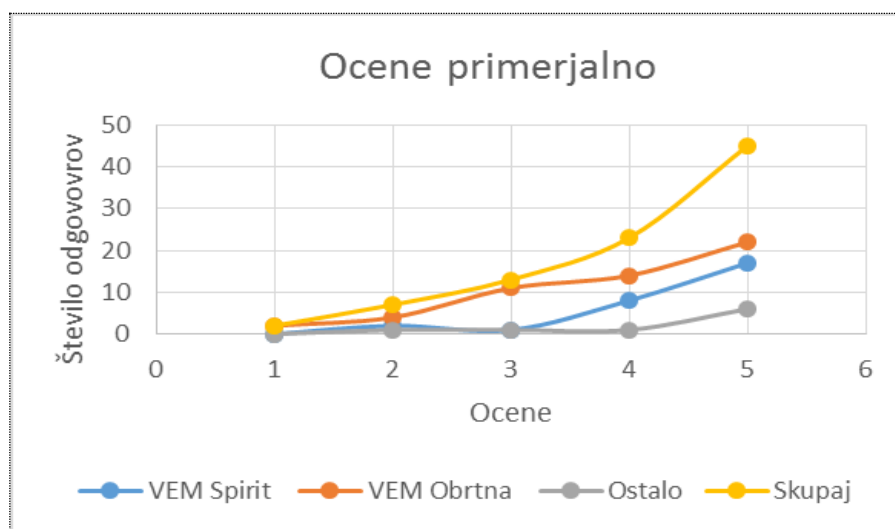
Tabela št. 40
Primerjava: poprečne ocene in izračunan standardni odklon za celoten vzorec

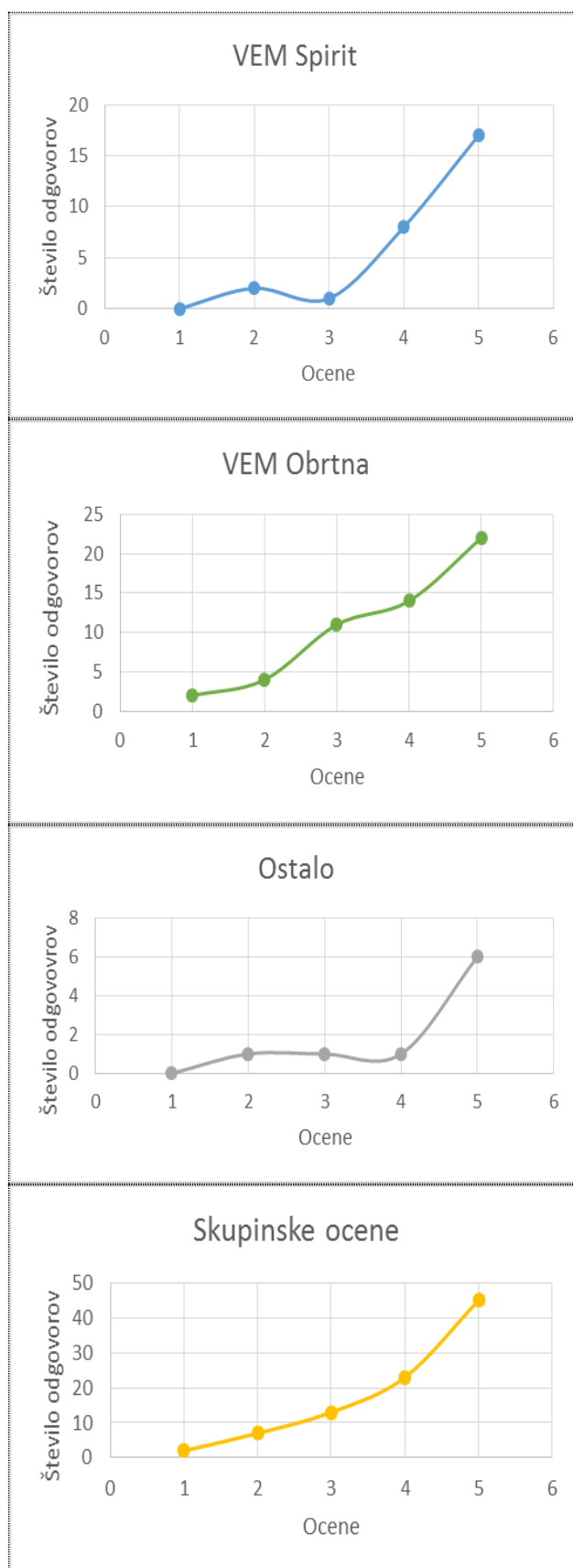
Odgovori	VEM Spirit	VEM Obrtna	Ostalo	Skupaj
Poprečna cena	4,42	3,94	4,33	4,13
Aritmetična sredina povprečnih ocen				4,20
Standardni odklon od povprečnih ocen				0,18

Tabela št: 41
Šolska ocena stranke o kakovosti opravljene storitve

Odgovori	VEM Spirit	VEM Obrtna	Ostalo	Skupaj
Enote/N,%				
1- nezadostno	0 0,00%	2 3,77%	0 0,00%	2 2,22%
2- zadostno	2 7,14%	4 7,55%	1 11,11%	7 7,78%
3 -dobro	1 3,57%	11 20,75%	1 11,11%	13 14,44%
4 – prav dobro	8 28,57%	14 26,42%	1 11,11%	23 25,56%
5- odlično	17 60,71%	22 41,51%	6 66,67%	45 50,00%
Najmanjša vrednost	2	1	2	1
Najvišja vrednost	5	5	5	5
Število	28	53	9	90
Vsota vseh ocen	124	205		375
Najvišja možna vsota ocen	140	310		450
Najnižja možna vsota ocen	28	53	9	90
Poprečna ocena	4,42	3,94	4,33	4,13

Graf št: 29 od – do 33
Primerjalno : ocene obiska VEM točke





I. Vsebinska analiza o argumentaciji izbrane ocene

Potencialne podjetnike smo v vprašalniku pozvali, da celotno izkušnjo obiska VEM točke ocenijo s šolsko oceno od negativno do odlično, numerično torej od 1 do 5 ter zatem izbrano oceno tudi argumentirajo.

V analizi smo tako izbrali 5 tematskih razredov, to so ocene: negativno, zadostno, dobro, prav dobro in odlično in jim pripisali ključne besede potencialnih podjetnikov v vlogi skritih strank, ki odražajo razloge za izbiro te ocene.

Tabela št. 42:
Argumenti ocene obiska točke VEM

RAZVRSTITEV V RAZREDE »OCENA OD 1 DO 5«	ARGUMENT OCENE	f ²²
1 - NEZADOSTNO	Sestanek pri odprtih vratih pisarne, svetovalec pisarno zapusti po nekaj minutah in se brez opravičila vrne, stalno napeljevanje na plačljive storitve zbornice;	1
	Informatorka je kazala apatičnost, odgovori so bili kratki in površinski, nobeno odprto vprašanje, pogledovanje na uro, bila sem ji očitno odveč;	1
	Nepoznavanje, neprijaznost	
2 - ZADOSTNO	Premalo znanja svetovalca	6
	Preskopi odgovori, napotitev za vse na Evem	1
	Očitna nesamozavest svetovalca zaradi neznanja, neprijetno počutje zaradi nenehnega popravljanja pričeske	1
	Vmes med pogovorom z mano delala na računalniku stvari zase in si tudi natisnila dokumente zase	1
	Apatična svetovalka, površni odgovori, pogledovanje na uro, brez odprtih vprašanj; bil sem ji očitno odveč;	1
3 – DOBRO	Svetovalec se je trudil, a...	
	Preveč strokovno podajanje informacij	1
	Premalo samoiniciativnosti glede finančnih vprašanj	1
	Premalo razgledanosti, širokega znanja	2
	Premalo osnovnih informacij	1
	Neprijetno, prehitro podajal informacije	1
	Svetovalec se ni trudil in ...	
	Zaključil pogovor, ko se mu je zdelo, da je dovolj	1
	Svetovalka se ni vživela v moj problem	1
	Svetovalka nima dovolj širokega znanja in izkušenj	1
	Branje na računalniku med pogovorom z menoj	1
	Premalo širokega znanja za svetovanje začetniku	1
	Premalo znanja o možnostih financiranja	1

²² Število argumentov znotraj posameznega razreda ocen ne ni skladno s samim številom dodeljenih ocen v tem razredu, ker je lahko ponekod za posamezno oceno več, drugje manj vsebinskih argumentov.

4 – PRAV DOBRO	Z informacijami zadovoljna, več prijaznosti, boljši pozdrav	1
	Veliko znanja in informacij svetovalke, bila pa nezainteresirana	1
	Z informacijami zadovoljna, premalo o finančni pomoči	2
	Svetovalec pripravljen pomagati, nič dodatnega gradiva za stranko	1
	Informacije dobre, toda preveč preusmerjanja na druge	1
	Informacije dobre, govor zaspan in monoton	1
	Strokovna med pogovorom, neprimeren le sprejem	1
	Izvedela sem skoraj vse, kar sem vprašala	1
	Veliko informacij, a nič konkretnih za spletno trgovino	1
	Svetovalka je bila prijazna	1
	Vljudna in korektna svetovalka, ki pa ni našla moje dejavnosti	1
	Prijazen, vendar preveč tog, birokratski svetovalec, brez izkušenj	1
	Svetovalec se ni prilagodil moji ravni znanja, vedel je veliko	1
	Svetovalka prijazna in uslužna, kar pa je tudi vse	1
	Svetoval brez, da bi moral kje brati, a čisto prepričal me ni	1
	Povedal veliko, a imel sem občutek, da študenta ne jemlje resno	1
	Kar sem vprašala, sem izvedela; kaj več pa ne	1
	Veliko informacij, a napačen podatek šifre za premično prodajalno	1
	Strokovna pripravljena, v komunikaciji premalo sproščena	1
	Prijazna, dovolj informacij, a ni se vživela v moj položaj	1
5 - ODLIČNO	Maksimalen trud svetovalke, da bi konkretno rešila moj problem.	1
	Pripravljena na pogovor, skušala v vsem ugoditi	2
	Svetovalka se je povsem vživela v mojo vlogo	1
	Trudila se je z iskanjem pravih informacij za rešitev problema	2
	Veliko informacij in praktičnih izkušenj	1
	Svetovalka odlično obvlada svoj posel	3
	Veliko informacij, svetovalec pa prijazna in pozitivna oseba	1
	Dobri nasveti, podani prijazno in argumentirano	1
	Prijazna svetovalka s koristnimi odgovori	1
	Takšno osebo bi si želela v svojem podjetju	1
	Strokovno podkovana oseba	1
	Argumentirane in temeljite odgovore	1
	Razumljivi in izčrpni odgovori na vprašanja	3
	Celoviti odgovori in napotki na več strokovnih virov	1
	Primerna podvprašanja, odlični odgovori, napotitev na druge ustanove	1
	Odlične informacije in nasveti	1
	Dobre informacije in pripravljenost na dosegljivost v prihodnje	1
	Odgovori na vsa vprašanja in vživetev v mojo vlogo	1
	Odlično poslušanje, primerna podvprašanja, dobri odgovori	1
	Odlični odgovori in še dodatne natisnjene informacije med pogovorom	1
	Obilica zanimivih, koristnih informacij in jasna razlaga	1
	Spoštljivo ravnanje podvprašanja, predstavitev posebnosti za dejavnost	1
	Na sestanek pripravljena svetovalka, z natisnjenimi informacijami zame	1
	Zagnan svetovalec z iskanjem najboljših rešitev zame	1
	Odgovori svetovalca »na pamet«, veliko zna	1
	Strokovna, prilagodljiva in proaktivna svetovalka	
	Kljub počasnosti pri delu je bila pridna, vestna, informativna	1
	Vse informacije ustno in za tem dodatne še po e-mailu, zelo strokovna	1
	Vživela se je v moj problem, zanimivo na primerih razložila davčne in računovodske prednosti s.p. in d.o.o.	1
	Odlična predstavitev VEM točke, odlično poznavanje podjetništva	1

Pri dodeljeni zadostni oceni je na prvem mestu ugotovitev potencialnega podjetnika, da svetovalec nima dovolj znanja.

Pri dobri oceni so se potencialni podjetniki odločali na podlagi dveh osnovnih premis, ki smo ju razdelili v besedno zvezo »trudil se je, toda...« in pa »ni se trudil...«. V prvem primeru gre za to, da ni bilo sporno samo ravnanje svetovalca, ampak očitno premalo posredovanih relevantnih podatkov in informacij, v drugem primeru pa je bil odnos svetovalca verjetno dojet kot premalo angažiran, proaktiven, zainteresiran v odnosu do stranke.

Pri prav dobri oceni vidimo, da je do odlične ocene zmanjkalo zaradi občutka, da potencialni podjetnik enega segmenta informacij ni prejel ali ni prejel na ustrezen način, nasploh pa je bil s storitvijo zadovoljen.

Pri odlični oceni prevladuje spoznanje, da svetovalec odlično obvlada svoj posel in se je na sestanku resnično trudil, da bi poiskal konkretne odgovore na zastavljena vprašanja in probleme. Ob tem pa svetovalec informacije in podatke tudi primerno, na stranki razumljiv in dostopen način tudi posreduje.

Stanje

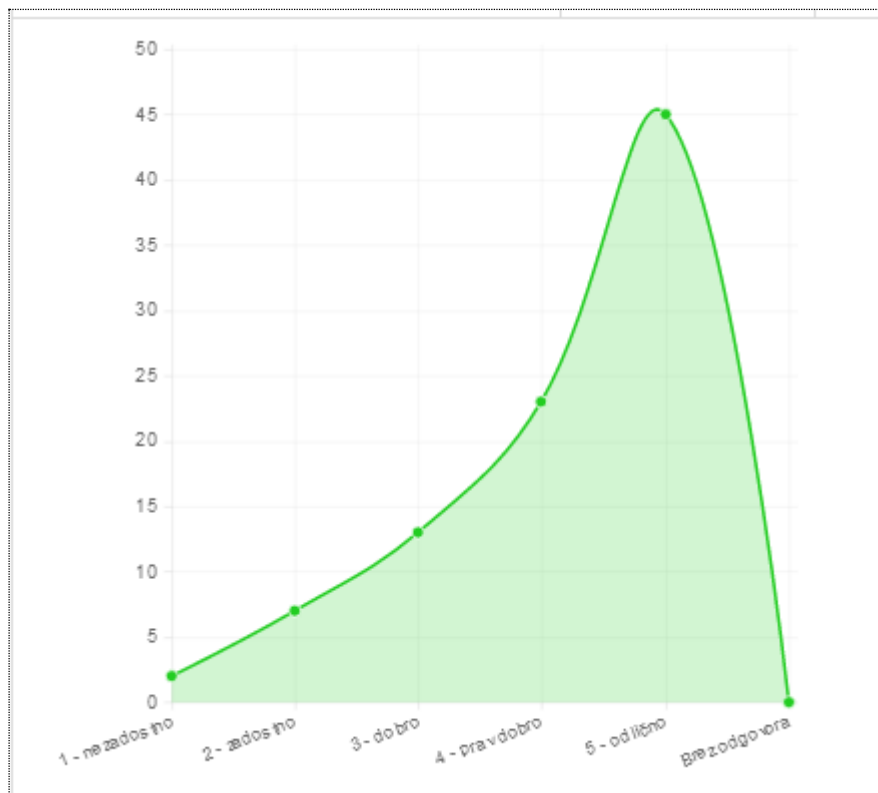
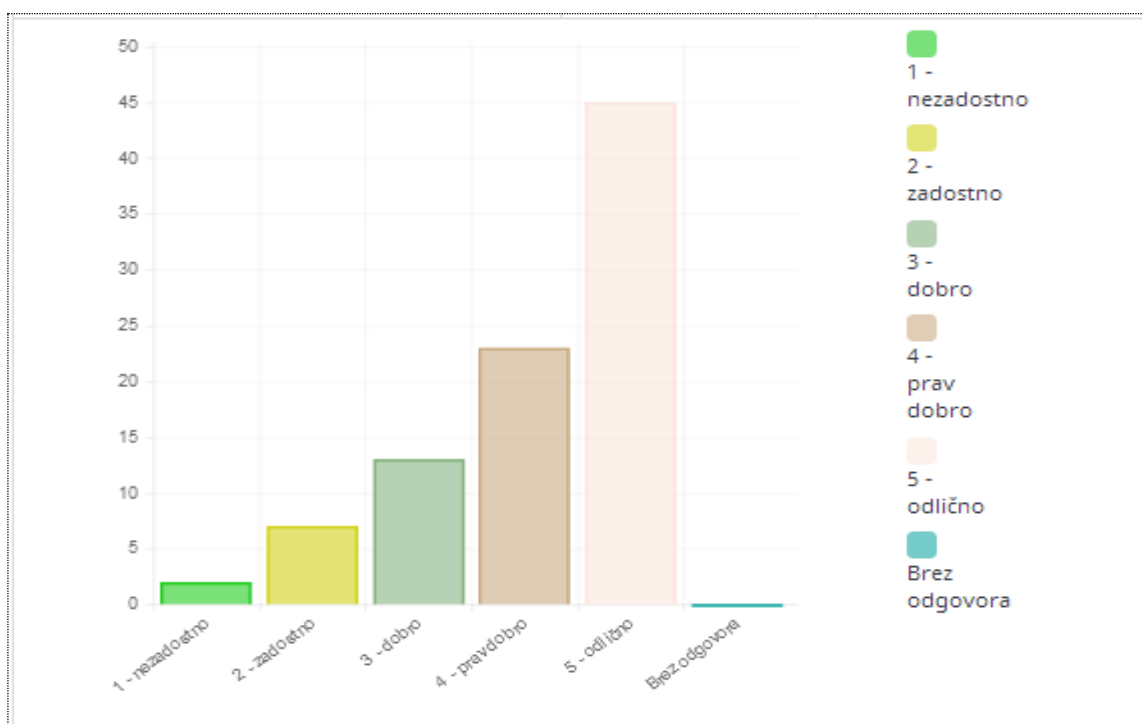
Potencialnim podjetnikom ni dovolj le strokovno podajanje informacij in odgovorov na vprašanja, želijo celosten paket, torej tudi primeren odnos svetovalca in ustrezen način podajanja podjetniškega znanja.

Izziv

Pred naročnikom raziskave o VEM točkah je izziv, kako s pravo kombinacijo brezplačne vsebine svetovanja in kakovostnega komuniciranja svetovalca zagotoviti odličnost. To pomeni, da je trend ravnanja usmerjen k ničelni stopnji nezadovoljnih strank in k oceni 5.00. Poprečna ocena izkušnje obiska VEM točke je zdaj 4,20, razpon pa kaže, da imajo najnižjo poprečno oceno v višini 3,94 točke znotraj obrtnih zbornic, najvišjo pa Spiritove VEM točke, in sicer 4,42 (nad poprečjem celote). Prostora za izboljšanje pa je kljub temu še kar nekaj.

Grafa št.: 34, 35

Šolska ocena celotnega vtisa dela svetovalca po telefonskem in osebnem kontaktu, tako z vidika komuniciranja kot kakovosti same storitve in z vtisom o sami lokaciji info točke.



Priloga št. 2: Ocene po opravljenem obisku potencialnega podjetnika na VEM točkah podjetniško podpornega okolja

(1) Nezadostna ocena

Metlika, 8330/Območna obrtna zbornica Metlika
Nova Gorica, 5000, Območna obrtna zbornica Nova Gorica

Struktura: 2x VEM Obrtna

(2) Zadostna ocena

Domžale, 1230, Območna obrtna zbornica Domžale
Slovenska Bistrica, 2310, Obrtna zbornica Slovenska Bistrica
Radlje ob Dravi, 2360, Območna obrtna zbornica Radlje ob Dravi
Murska Sobota, 9000, Območna obrtna zbornica Murska Sobota
Koper, 6000, Regionalni razvojni center Koper
Tolmin, 5220, Posoški razvojni center Tolmin
Ptuj, 2250, Znanstveno raziskovalno središče Bistra Ptuj

Struktura: 2x VEM Spirit, 4x VEM Obrtna, 1x Ostali

(3) Dobra ocena

Sevnica, 8290, Območna obrtna zbornica Sevnica
Vrhnika, 1360, Območna obrtna zbornica Vrhnika
Cirkulane, 2282, PRJ HALO, Lokalno pospeševalni center Haloze
Slovenj Gradec, 2380, Območna obrtna zbornica Slovenj Gradec
Pesnica pri Mariboru, 2211, Območna obrtna zbornica Pesnica pri Mariboru
Novo mesto, 8000, Območna obrtna zbornica Novo mesto
Gornja Radgona, 9250, Območna obrtna zbornica Gornja Radgona
Kočevje, 1330, Območna obrtna zbornica Kočevje
Ljutomer, 9240, Območna obrtna zbornica
Maribor, 2000, Štajerska gospodarska zbornica Maribor
Lendava, 9220, Območna obrtna zbornica Lendava
Škofja Loka, 4220, Območna obrtna zbornica Škofja Loka
Izola, 6310, Območna obrtna zbornica

Struktura: 1x VEM Spirit, 11x VEM Obrtna, 1x Ostali

(4) Prav dobro

Idrija, 5280, Območna obrtna zbornica Idrija
 Kranj, 4000, BSC, Poslovno podporni center Kranj d.o.o.
 Zagorje ob Savi, 1410, Območna obrtna zbornica
 4220, Škofja Loka, Razvojna agencija Sora d.o.o.
 Kamnik, 1241, Območna obrtna zbornica Kamnik
 Brežice, 8250, Območna obrtno-podjetniška zbornica Brežice
 Krško, 8270, Območna zbornica
 Trbovlje, 1420, Obrtna zbornica Trbovlje
 Ptuj, 2250, Območna obrtna zbornica Ptuj
 Ljubljana Šiška, 1000, Območna obrtna zbornica Šiška
 Slovenske Konjice, 3210, Območna obrtna zbornica Slovenske Konjice
 Cerknica, 1380, Notranjski ekološki center Cerknica
 Moravske Toplice, 9226, Razvojna agencija Sinergija d.o.o. Martjanci
 Nova Gorica, 5000, Regionalna razvojna agencija Severne Primorske d.o.o.
 Murska Sobota, 9000, Pomurska gospodarska zbornica, samostojna regionalna zbornica
 Šentjur, 3230, Območna obrtna zbornica Šentjur
 Cerknica, 1350, Območna obrtna zbornica Cerknica
 Kočevje, 1330, Razvojni center Kočevje Ribnica d.o.o.
 Ajdovščina, 5270, Območna obrtna zbornica Ajdovščina
 Krško, 8270, Območna obrtna zbornica
 Tolmin, 5220, Območna obrtna zbornica
 Žalec, 3310, Obrtna zbornica Žalec
 Piran, 6320, Območna obrtna zbornica Piran

Struktura: 8x VEM Spirit, 14x VEM Obrtna, 1x Ostali

(5) Odlično

Koper, 6000, Območna obrtno podjetniška zbornica Koper
 Kranj, 4000, Območna zbornica za Gorenjsko Kranj
 Šmarje pri Jelšah, 3240, Območna obrtna zbornica Šmarje pri Jelšah
 Slovenske Konjice, 3210, Šolski center Slovenske Konjice - Zreče
 Šmarje pri Jelšah, 3240, Razvojna agencija Sotla
 Velenje, 3320, Območna obrtna zbornica Velenje
 Krško, 8270, Center za podjetništvo in turizem Krško
 Krško, 8270, Regionalna razvojna agencija Posavje
 Hrastnik, 1430, Obrtna zbornica Hrastnik
 Ormož, 2270, Obrtna zbornica Ormož
 Lenart, 2230, Območna obrtna zbornica Lenart
 Slovenska Bistrica, 2310, Razvojno informacijski center Slovenska Bistrica
 Celje, 3000, Območna obrtna zbornica Celje
 Maribor, 2000, Območna obrtna zbornica Maribor
 Ruše, 2342, Območna obrtna zbornica Ruše
 Ravne na Koroškem, 2390, A.L.P. Peca
 Dravograd, 2370, Koroška regionalna razvojna agencija
 Ravne na Koroškem, 2390, Območna obrtna zbornica Ravne na Koroškem

./ odlično

Slovenj Gradec, 2380, Podjetniški center Slovenj Gradec
Celje, 3000, Razvojna agencija Savinjske regije
Nazarje, 3331, Savinjska območna razvojna agencija
Maribor, 2000, Ekonomski inštitut Maribor
Tržič, 4290, Obrtno podjetniška zbornica Tržič
Radovljica, 4240, Območna obrtna zbornica Radovljica
Jesenice, 4270, Razvojna agencija Zgornje Gorenjske
Jesenice, 4270, Območna obrtna zbornica Jesenice
Črnomelj, 8340, Območna obrtna zbornica Črnomelj
Postojna, 6230, Obrtna zbornica Postojne
Trebneje, 8210, Območna obrtna zbornica Trebnje
Novo mesto, 8000, Razvojni center novo mesto d.o.o.
Ljubljana Moste Polje, 1000, Območna obrtna zbornica Moste-Polje
Ljubljana Bežigrad, 1000, Območna obrtna zbornica Ljubljana Bežigrad
Ilirska Bistrica, 6250, Območna obrtna zbornica Ilirska Bistrica
Litija, 1270, Razvojni center SRCA Slovenije
Ribnica, 1310, Obrtna območna zbornica Ribnica
Logatec, 1370, Območna obrtna zbornica Logatec
Postojna, 6230, Gospodarska zbornica Postojna
Pivka, 6257, RRA Zeleni kras d.o.o.
Idrija, 5280, Idrijsko-cerkljanska razvojna agencija Idrija
Ajdovščina, 5270, Razvojna agencija ROD
Sežana, 6210, Območna razvojna agencija Sežana
Nova Gorica, 5000, Gospodarska zbornica Slovenije
Žalec, 3310, Razvojni center Savinja
Ljubljana Center, 1000, Območna obrtna zbornica Ljubljana Center
LITIJA, 1270, Območna obrtna zbornica Litija

Struktura: 17x VEM Spirit, 22x VEM Obrtna, 6x Ostalo

IV. Analiza komunikacijske spretnosti svetovalca

Rezultati vsebinskih analiz v prejšnjih poglavjih kažejo, da je ravnanje svetovalca v smislu njegovih komunikacijskih spretnosti, tako pri samem sprejemu stranke kot tudi pri podajanju vsebine svetovanja, ključnega pomena za končno zadovoljstvo potencialnega podjetnika. Odlična ocena oziroma odličen vtis ob koncu obiska VEM točke je tako vselej preplet dveh dejavnikov: samega dela svetovalca (kot smo ugotovili je ta delež visok, znaša 71,25%) in vsebine svetovanja (ta pa znotraj 80 odgovorov potencialnih podjetnikov predstavlja 11,25%). Poleg teh dveh dejavnikov seveda na končen in celoten vtis vplivajo še drugi.

V poglavju o ocenjevanju komunikacijske spretnosti nas zanima ta prvi segment, ki je v največji meri povezan s komunikacijskim znanjem in spretnostmi svetovalcev. Za odlično komuniciranje je med drugim pomembno, da je v neposrednem stiku zagotovljeno komunikacijsko ugodno okolje. To pomeni, da se med sogovornikoma razvija asertivno komuniciranje, ki bi ga lahko preprosto povzeli z ugotovitvijo, da je pogovor iskren, verbalno in neverbalno (torej med izrečenimi besedami in govorico telesa) usklajen, v samem pogovoru pa se iščejo in sprejemajo povratne informacije. Bistvo takšnega asertivnega komuniciranja pa je, da imamo odprta vsa štiri ušesa, kar pomeni, da smo pozorni na vsebino, na samega govornika, na odnos, ki ga imamo do sogovornika in tudi na pomen in vpliv sporočil, ki mu jih posredujemo.

Tudi na terenu te raziskave smo lahko slišali pripombe, češ »da svetovalec veliko pove, a tega znanja ne zna sogovorniku na primeren način posredovati«, ali pa »da je povedal veliko informacij, deloval pa je nezainteresirano, naveličano, kar je bilo moteče...«. Da bi lahko presodili, kako večji so svetovalci v komuniciranju, smo v vprašalnik vnesli 6 ključnih tem in jih poimenovali: poslušanje, odprta vprašanja, način govora I. (neustrezno: preveč in prehitro), način govora II (ustrezno: razumljivo in dovolj počasi), empatija, prepričljivost.

Poslušati ni isto kot »slišati«. Zagotavlja pa, da lahko opravimo vse naslednje korake v pogovoru, torej, ker vemo, kaj nam govorijo, lahko postavljamo ob pravem trenutku primerna vprašanja. In prav izbor tipa vprašanj je ključnega pomena, da dosežemo točko empatije. Zaprt tip vprašanj, na katera odgovarjamo v stilu »da«, »ne« gre namreč v smer potrditve tistega, kar že vemo, pričakujemo, predvsem pa nam ne omogoča, da bi razvili pogovor do te mere, da bi se sogovornik lahko razgovoril o problemu, ki ga ima. S postavljanjem odprtih vprašanj prihaja v ospredje stranka, ki tako dobi priložnost, da nam kot svetovalcu zaupa »kaj jo muči«. Odsotnost postavlja takšnih vprašanj (tipa vprašalnic: kaj, kako, zakaj....) pri sogovorniku, tudi v tej raziskavi potencialnega podjetnika, pušča vtis, da ne obstaja dovolj velika zainteresiranost za njegove težave. Cilj medosebne, torej interpersonalne komunikacije, kar takšen sestanek na VEM točke je, je predvsem v tem, da se zna svetovalec vživeti v vlogo potencialnega podjetnika, pokaže torej čim višjo možno stopnjo empatije. In na koncu, čeprav ne najmanj pomembno, je vrh odličnosti komunikacije prav v prepričljivosti. Je bil ob koncu pogovora potencialni podjetnik res prepričan, da je dobil od svetovalca tiste »prave, koristne, točne« napotke?!

Komunikacijska analiza: POSLUŠANJE

27. Vas je svetovalec pozorno poslušal?

(Izberite šolsko oceno, od 1 do 5)

Med devetdesetimi potencialnimi podjetniki, ki so svetovalce ocenjevali glede stopnje pozornega poslušanja, so bile minimalne razlike. V poprečju so vse VEM točke iz tega vidika ocenjene visoko, in sicer na skali v razponu od 1 do 5 je doseženo poprečje 4,47. Na podlagi tega bi lahko ocenili, da so, razen nekaterih izjem, svetovalci pozorno, na visoki ravni poslušali svoje stranke. Ker pa pri kvalitativni raziskavi skrite stranke šteje čisto vsak obiskovalec je prav, da omenimo tudi odklone.

Pred izzivom, da na podlagi terenske izkušnje, postanejo boljši poslušalci so glede na najnižjo pripisano oceno v tem delu komunikacijske analize, to je zadostno (2) naslednje VEM točke:

Domžale, 1230, Območna obrtna zbornica Domžale
 Cirkulane, 2282, PRJ HALO, Lokalno pospeševalni center Haloze
 Radlje ob Dravi, 2360, Območna obrtna zbornica Radlje ob Dravi
 Metlika, 8330, Območna obrtna zbornica Metlika
 Nova Gorica, 5000, Območna obrtna zbornica Nova Gorica
 Ptuj, 2250, Znanstveno raziskovalno središče Bistra Ptuj

Na ravni celotne populacije so si VEM točke glede pozornega poslušanja prislužile od skupnih ocen od 1 do 5 kar 76% odličnih. Na preostali delež šolskih ocen od 1 do 4 odpade četrtina, kar pomeni, da je vendarle še prostor za izboljšave.

Graf št.: 36

Kar 76% odličnih in 15% prav dobrih ocen kaže na to, da se svetovalci na VEM točkah v glavnem zavedajo pomena poslušanja pri pogovoru s stranko.

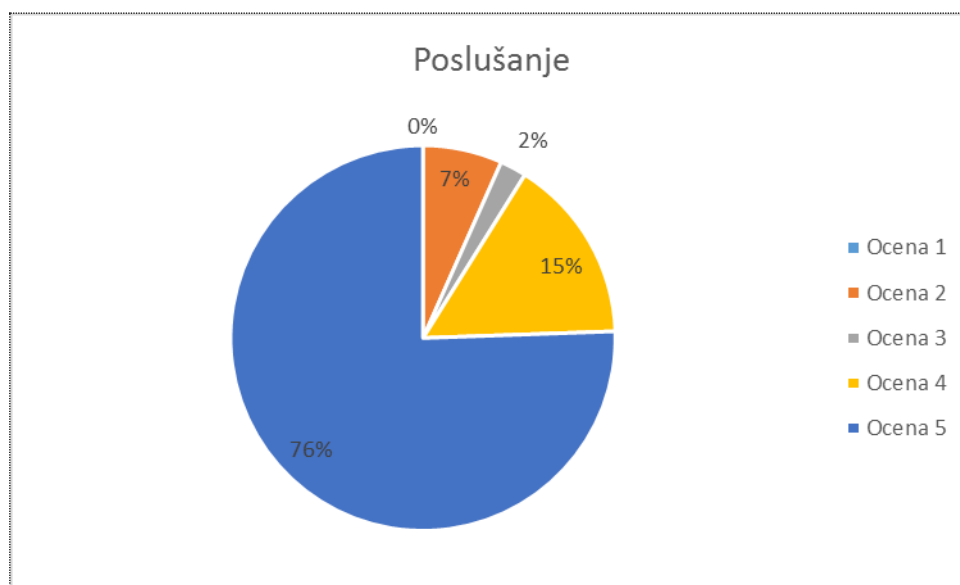
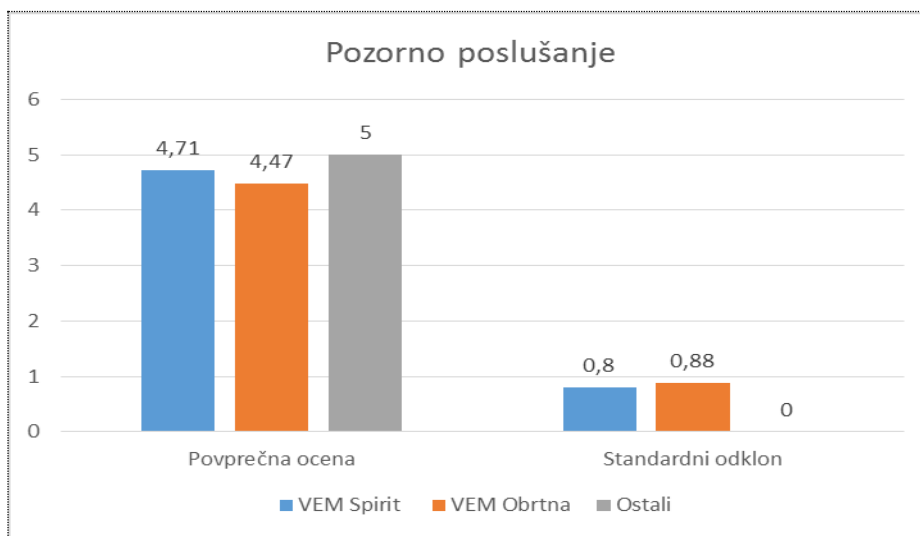


Tabela št.: 43
Komunikacijska analiza: / Vas je pozorno poslušal? (ocena od 1 do 5)

Odgovori	Poprečje	Prvi kvartil	Drugi kvartil /Me	Tretji kvartil	Število	Standardni odklon
VEM Spirit	4,71	5,00	5,00	5,00	28	0,80
VEM Obrtna	4,47	4,00	5,00	5,00	53	0,88
Ostali	5,00	5,00	5,00	5,00	9	0
Vsi	4,60	4,75	5,00	5,00	90	0,83
Razvojna (Spirit + Ostali)	5,00	5,00	5,00	5,00	12	0

Graf št.: 37
O pozornem poslušanju, vzorec: 90, lestvica ocen od 1 do 5



Komunikacijska analiza: ODPRTA VPRAŠANJA

28. Vam je svetovalec zastavljal odprta vprašanja?

Lestvica: 1-ne, 2-samo eno vprašanje, 3- več kot dve odprti vprašanji

Pri vseh treh enotah so se v povprečju pojavljale podobne vrednosti glede številčnosti zastavljanja odprtih vprašanj. Vsi ocenjeni svetovalci na obiskanih VEM točkah so torej v približno enakem razmerju postavljali po več kot dve odprti vprašanji, pa tudi približno enako je razmerje med njimi, kar se tiče nedopustnega molka, torej situacij, ko svetovalec ni postavljaj odprtih vprašanj. Malce višji standardni odklon se kaže pri skupini VEM Obrtna, čeprav so na splošno odkloni od poprečja nizki.

Ker pa gre torej pri kvalitativni raziskavi skrite stranke za to, da je vsaka stranka kralj, torej, da je treba raven kakovosti vzdrževati vedno na enaki ravni za čisto vse stranke, pa ne smemo spregledati 13% tistih primerov, ko na VEM točki svetovalec ni zastavil stranki nobenega odprtega vprašanja. Odsotnost odprtih vprašanj namreč lahko pomeni, da svetovalec ni pokazal primerno visokega interesa za stranko, saj le s postavljanjem odprtih vprašanj lahko izve, kaj stranko dejansko muči oziroma kako bi ji lahko pomagal. Samo odgovarjanje na postavljena vprašanja še ni opravičuje vloge svetovalca.

Izziv za »več odprtih vprašanj« imajo tako na naslednjih 12 enotah VEM točk, in sicer:

Radlje ob Dravi, 2360, Območna obrtna zbornica Radlje ob Dravi,
Metlika, 8330, Območna obrtna zbornica Metlika,
Ptuj 2250, Znanstveno raziskovalno središče Bistra Ptuj,
Pesnica pri Mariboru, 2211, Območna obrtna zbornica Pesnica pri Mariboru,
Sevnica, 8290, Območna obrtna zbornica Sevnica,
Škofja Loka, 4220, Razvojna agencija Sora d.o.o.,
Slovenska Bistrica, 2310, Obrtna zbornica Slovenska Bistrica,
Moravske Toplice, 9226, Razvojna agencija Sinergija d.o.o. Martjanci,
Koper, 6000, Regionalni razvojni center Koper
Ljutomer, 9240, Območna obrtna zbornica
Škofja Loka, 4220, Območna obrtna zbornica Škofja Loka
Izola, 6310, Območna obrtna zbornica Izola

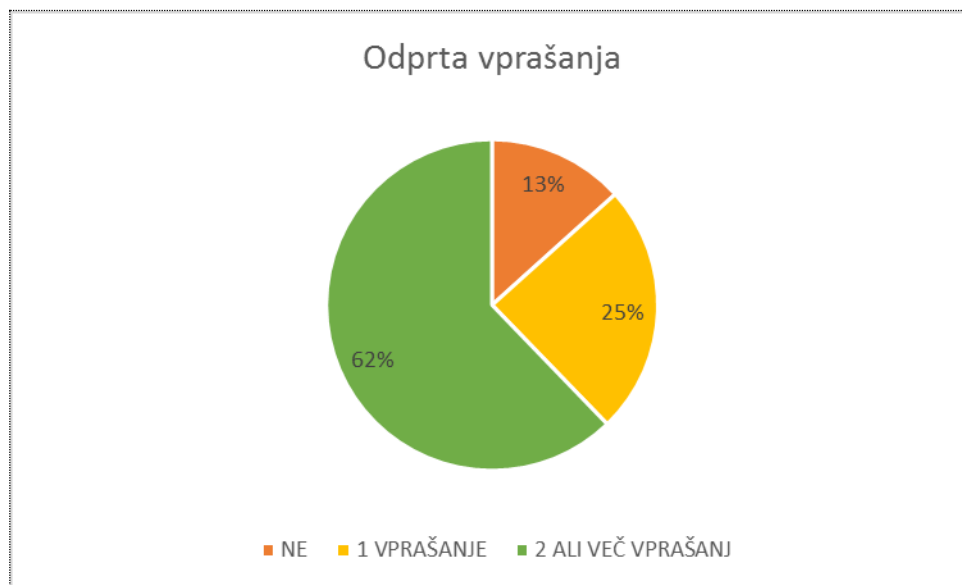
Tabela št.: 44

Komunikacijska analiza: Vam je zastavljal odprta vprašanja? (Lestvica od 1 do 3)

Odgovori	Poprečje	Prvi kvartil	Drugi kvartil /Me	Tretji kvartil	Število	Standardni odklon
VEM Spirit	2,57	2	3	3	28	0,68
VEM Obrtna	2,51	2	3	3	53	0,84
Ostali	2,56	2	3	3	9	0,68
Vsi	2,53	2	3	3	90	0,78
Razvojna (Spirit + Ostali)	2,58	2	3	3	12	0,64

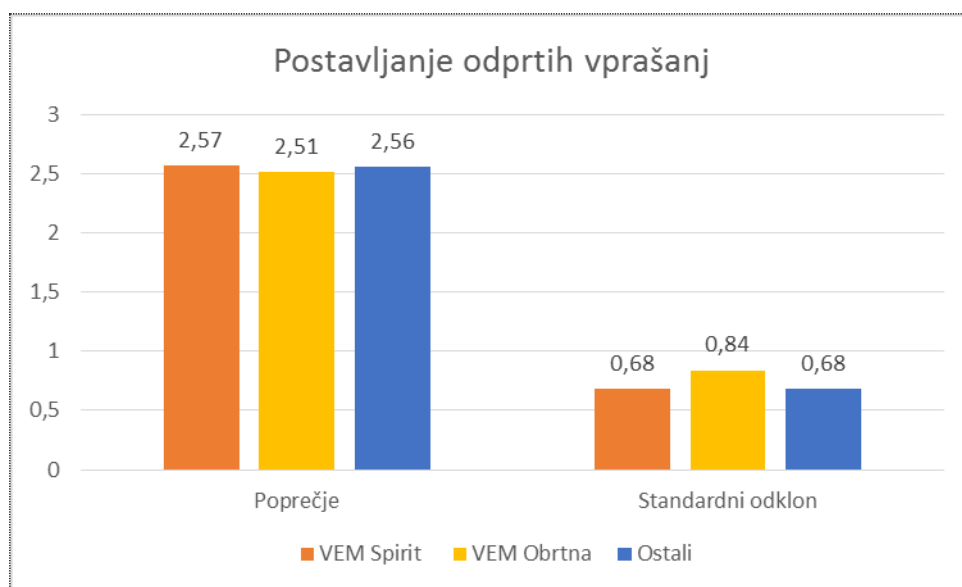
Graf št.: 38

Več kot 2 odprti vprašanji je zastavilo 62% svetovalcev, skrb pa zbuja 13% tistih, ki niso stranki zastavili nobenega vprašanja odprtega tipa.



Graf št.: 39

O odprtih vprašanjih, vzorec N=90, na lestvici od 1 do 3



Komunikacijska analiza: NAČIN GOVORA I.

29. Je svetovalec govoril preveč in prehitro?

Lestvica: 0 – da, 1 - ne

Svetovalci v povprečju niso govorili prehitro in preveč. Je pa treba upoštevati, da so pri vseh treh merjenih enotah zaznani odkloni, ki se gibljejo na meji med prvo in drugo tretjino aritmetične sredine, kar kaže na nekoliko povečane standardne odklone.

Med devetimi obiskanimi enotami so imeli potencialni podjetniki pripombe, češ, da so svetovalci govorili preveč, torej premalo poslušali, ali pa do so sicer zanimive informacije podajali na prehiter način. Na to bodo morali biti v prihodnje bolj pozorni na naslednjih VEM točkah:

Cirkulane, 2282, PRJ HALO, Lokalno pospeševalni center Haloze

Radlje ob Dravi, 2360, Območna obrtna zbornica Radlje ob Dravi

Metlika, 8330, Območna obrtna zbornica Metlika

Nova Gorica, 5000, Območna obrtna zbornica Nova Gorica

Ptuj, 2250, Znanstveno raziskovalno središče Bistra Ptuj

Pesnica pri Mariboru, 2211, Območna obrtna zbornica Pesnica pri Mariboru

Novo mesto, 8000, Območna obrtna zbornica Novo mesto

Sevnica, 8290, Območna obrtna zbornica Sevnica

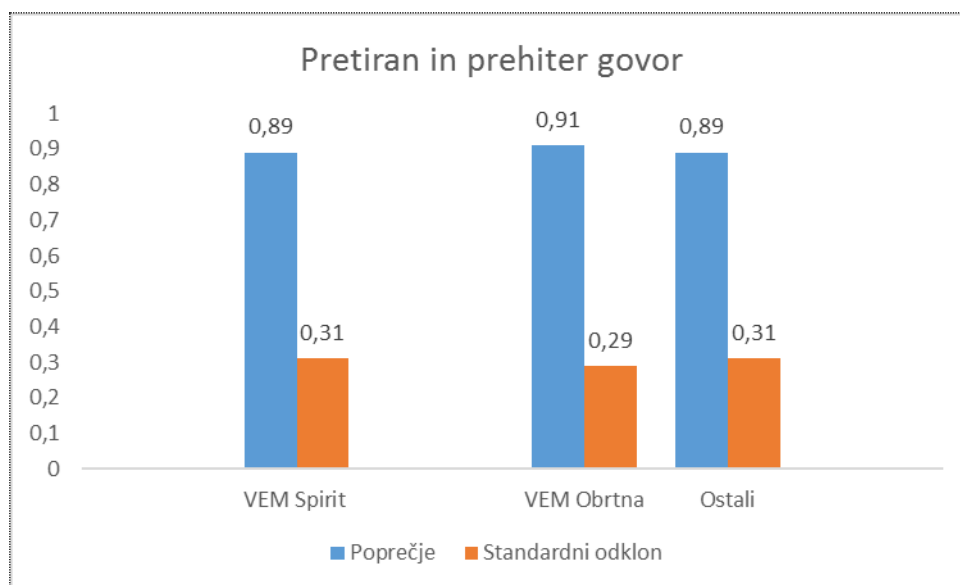
Zagorje ob Savi, 1410, Območna obrtna zbornica Zagorje ob Savi

Tabela št.:45

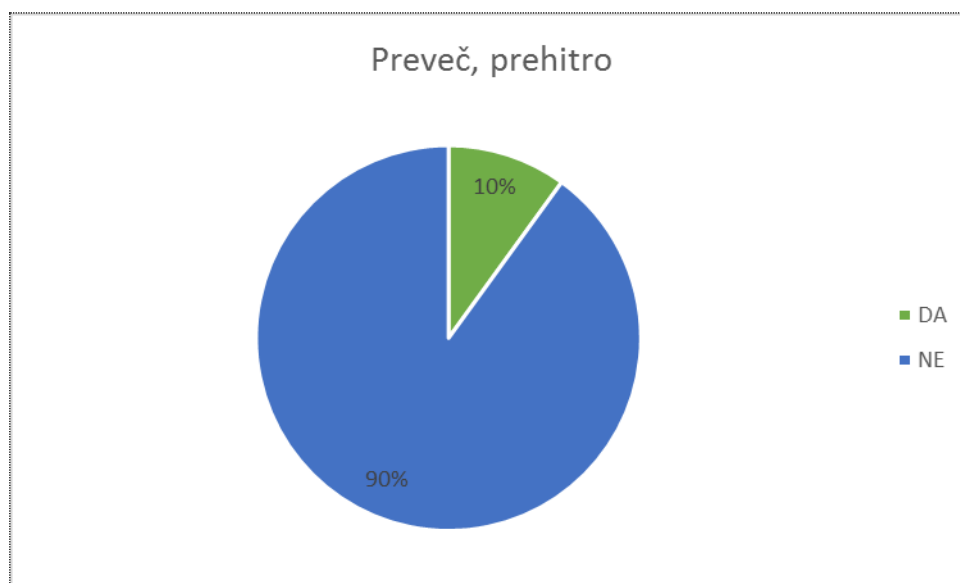
Komunikacijska analiza: Je svetovalec govoril preveč in prehitro? (Lestvica od 0 do 1)

Odgovori	Poprečje	Prvi kvartil	Drugi kvartil /Me	Tretji kvartil	Število	Standardni odklon
VEM Spirit	0,89	1	1	1	28	0,31
VEM Obrtna	0,91	1	1	1	53	0,29
Ostali	0,89	1	1	1	9	0,31
Vsi	0,90	1	1	1	90	0,30
Razvojna (Spirit + Ostali)	0,92	1	1	1	12	0,28

Graf št: 40
Pretiran in prehiter govor, vzorec N=90, na lestvici od 0 do 1



Graf št:41
Kar v 90% potencialni podjetniki ob obisku VEM točk
niso imeli pripomb na to, da bi svetovalci govorili preveč ali prehitro.



Komunikacijska analiza: Način govora II

30. Je torej govoril ustrezno, razumljivo, dovolj počasi?

Lestvica: 0 – da, 1- ne

V povprečju so svetovalci odgovarjali ustrezno, razumljivo in dovolj počasi, kar smo merili na lestvici od 0 do 1. Pri Vem Obrtni in Ostali so zaznani odkloni, ki se gibljejo na spodnji meji druge tretjine aritmetične sredine, kar kaže na nekoliko povečano rast odklonov merjenja.

Na 9 od skupaj 90 obiskanih VEM točk so potencialni podjetniki imeli pripombo na račun razumljivosti in hitrosti govora, da so ocenili, da svetovalci niso govorili ustrezno, dovolj razumljivo in dovolj počasi, da bi bilo razumevanje posredovanih informacij in podatkov kakovostno na naslednjih lokacijah:

Sevnica, 8290, Območna obrtna zbornica Sevnica

Krško, 8270, Center za podjetništvo in turizem Krško

Brežice, 8250, Območna obrtno-podjetniška zbornica Brežice

Cirkulane, 2282, PRJ HALO, Lokalno pospeševalni center Haloze

Slovenj Gradec, 2380, Območna obrtna zbornica Slovenj Gradec

Ljubljana Moste Polje, 1000, Območna obrtna zbornica Moste-Polje

Murska Sobota, 9000, Območna obrtna zbornica Murska Sobota

Murska Sobota, 9000, Pomurska gospodarska zbornica, samostojna regionalna zbornica

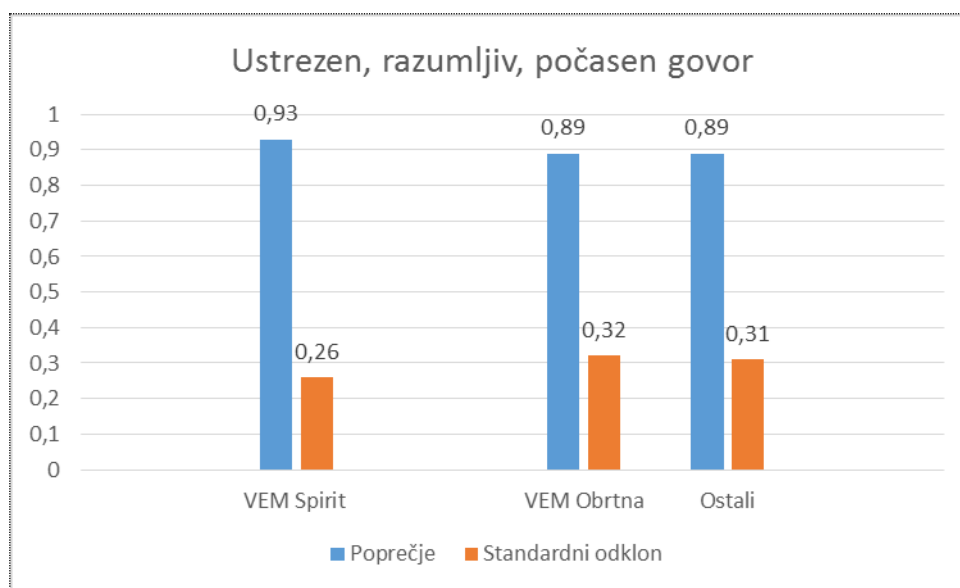
Izola, 6310, Območna obrtna zbornica Izola

Tabela št.: 46

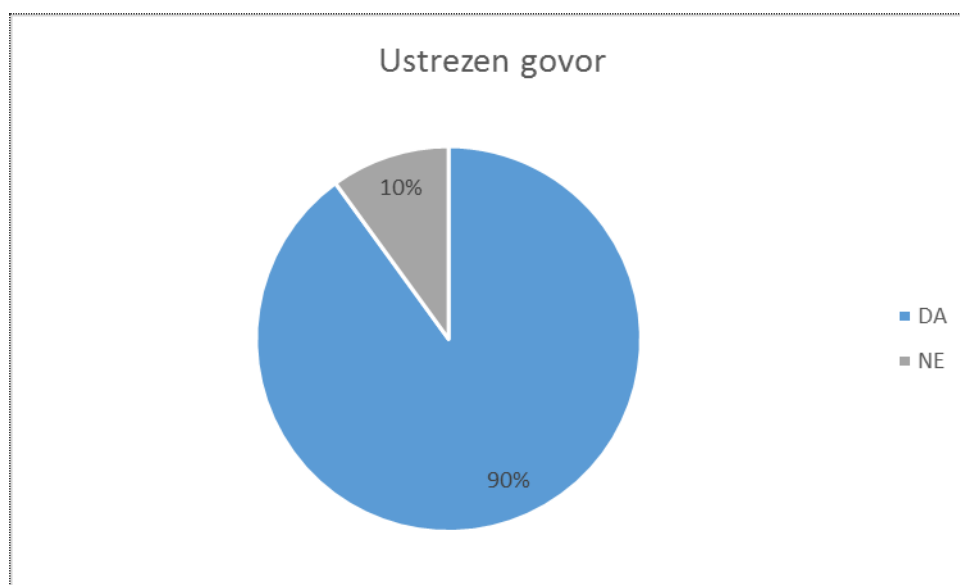
Komunikacijska analiza: Je torej govoril ustrezno, razumljivo, dovolj počasi?
(Lestvica od 0 do 1)

Odgovori	Poprečje	Prvi kvartil	Drugi kvartil /Me	Tretji kvartil	Število	Standardni odklon
VEM Spirit	0,93	1	1	1	28	0,26
VEM Obrtna	0,89	1	1	1	53	0,32
Ostali	0,89	1	1	1	9	0,31
Vsi	0,90	1	1	1	90	0,30
Razvojna (Spirit + Ostali)	1	1	1	1	12	0

Graf št: 42
Ustrezen, torej razumljiv in dovolj počasen govor, N=90, lestvica od 0 do 1



Graf št: 43
Glede ustreznosti govora so bili potencialni podjetniki tudi v tem primeru zadovoljni kar v 90% obiskanih VEM točk.



Komunikacijska analiza: EMPATIJA

31. Se je svetovallec skušal vživeti v vašo kožo, vas razumeti?

Lestvica: 5 – zelo, 3- srednje, 1 – sploh ne

Pri podrobnejši analizi odgovorov se je pokazalo, da empatija svetovalcev ni dosegla tako visokih povprečij kot predhodne ocene. Od zgornje ocene 5, ki kaže na zelo veliko stopnjo empatije, je v povprečju najmanj dosegla VEM Obrtna, katere središčnica je postavljena nižje kot ostali dve. Njena uspešnost odgovorov je bila v tem primeru samo 72%, kar je najmanjša dosedanja ocena komunikacijskih sposobnosti svetovalcev. Standardni odkloni so povečani v primeru VEM Spirit in prav tako VEM Obrtna, kar kaže na odstopanje od povprečja.

Tabela št.: 47

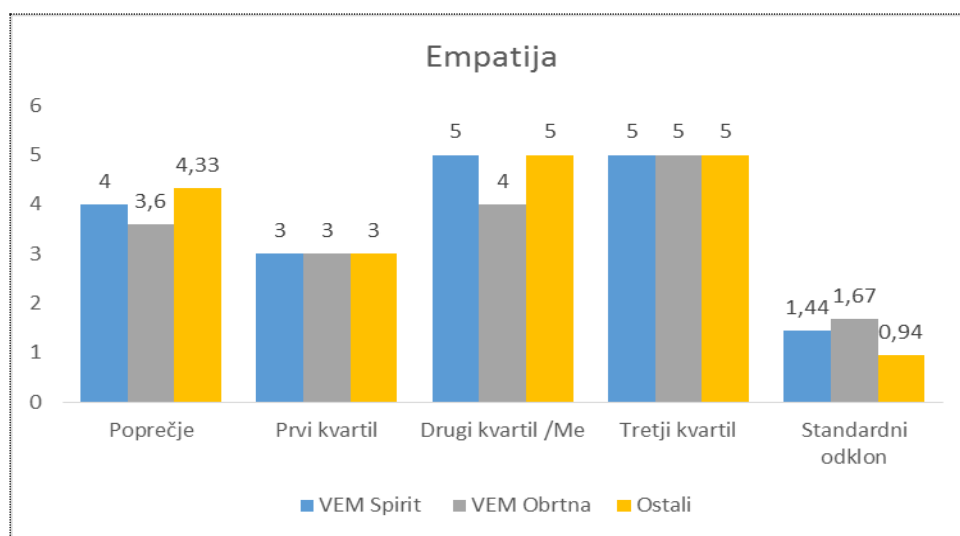
Komunikacijska analiza:/ Se je svetovallec skušal vživeti v vašo kožo, vas razumeti?

Zelo-5, srednje-3, sploh ne-1

Odgovori	Poprečje	Prvi kvartil	Drugi kvartil /Me	Tretji kvartil	Število	Standardni odklon
VEM Spirit	4,00	3	5	5	28	1,44
VEM Obrtna	3,6	3	4	5	53	1,67
Ostali	4,33	3	5	5	9	0,94
Vsi	3,80	3	5	5	90	1,56
Razvojna (Spirit + Ostali)	4,67	5	5	5	12	0,75

Graf št: 44

Sposobnost empatije, N=90, lestvica: 1-3-5



Na 9 lokacijah VEM točk potencialni podjetniki pri pogovoru s svetovalci niso zaznali empatije, kot smo jo uvodoma opredelili, torej predvsem kot zmožnost razumevanja in vživetja v vlogo stranke.

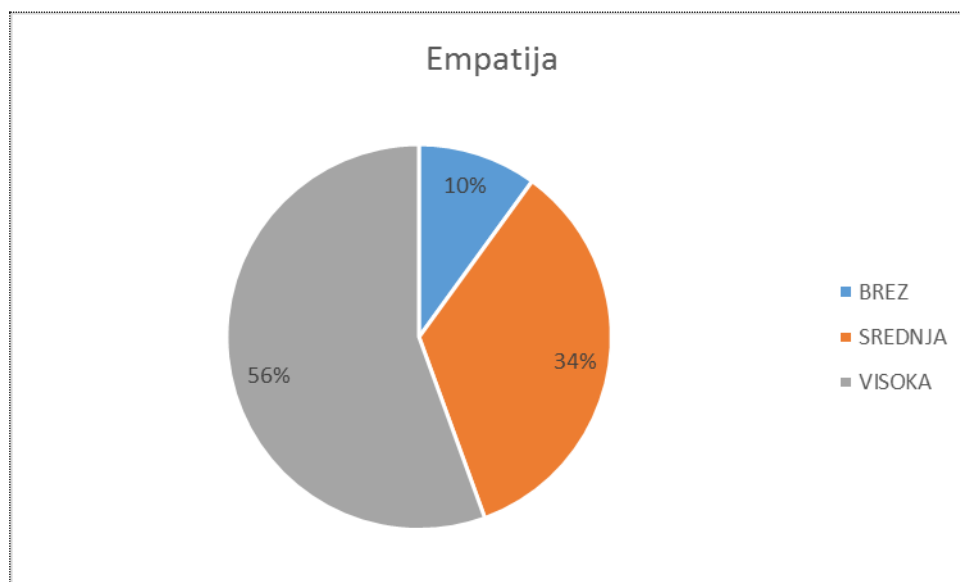
Ena lastovka sicer še ne prinese pomladi, ampak čar kvalitativne raziskave skrite stranke je ravno v tem, da moramo enako obravnavati vse stranke, ki na vrata VEM točke potrkajo kadarkoli, s kakršnimkoli problemom. Eno odstopanje je tako spodbuda oziroma izziv, da o večji stopnji empatičnosti razmislijo svetovalci na naslednjih točkah:

Domžale, 1230, Območna obrtna zbornica Domžale
 Radlje ob Dravi, 2360, Območna obrtna zbornica Radlje ob Dravi
 Metlika, 8330, Območna obrtna zbornica Metlika
 Nova Gorica, 5000, Območna obrtna zbornica Nova Gorica
 Ptuj, 2250, Znanstveno raziskovalno središče Bistra Ptuj
 Pesnica pri Mariboru, 2211, Območna obrtna zbornica Pesnica pri Mariboru
 Zagorje ob Savi, 1411, Območna obrtna zbornica Zagorje ob Savi
 Slovenska Bistrica, 2310, Obrtna zbornica Slovenska Bistrica
 Murska Sobota, 9000, Območna obrtna zbornica Murska Sobota

Izboljšave so možne seveda tudi pri tistih, ki so si na lestvici 1-3-5 prislužili srednjo oceno, torej 3 in takšnih je kar 34% VEM točk. To pomeni, da so jim potencialni podjetniki dejansko povedali, da še imajo precej manevrskega prostora, da bi dosegli visoko stopnjo empatičnosti, se bolj doživeto in prepričljivo torej postavili v vlogo stranke, njen izziv oziroma težavo, ki bi jo ta rada rešila na VEM točki.

Graf št: 45

Dobra polovica svetovalcev se bo z vprašanjem vživljanje v vlogo sogovornika, torej stranki, ki je bil v tem primeru potencialni podjetnik, še morala ukvarjati, da bi dosegla tistih 56%, ki so jim sogovorniki pripisali visoko stopnjo empatije.



Komunikacijska analiza: PREPRIČLJIVOST

32. Je bil svetovalec prepričljiv s svojimi argumenti?

Lestvica: 5 – zelo prepričljiv, 3 - srednje prepričljiv, 0 - sploh ni bil prepričljiv- 0

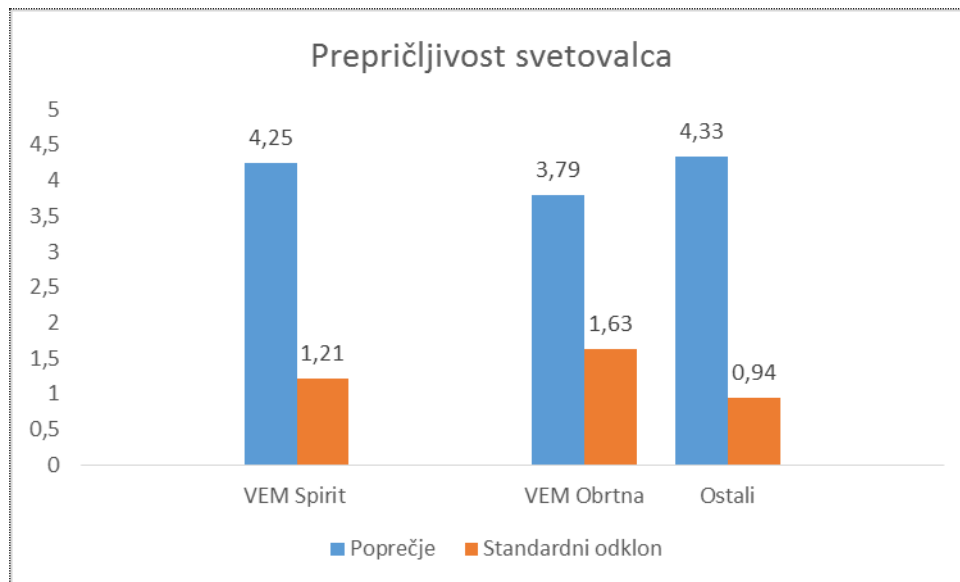
Tabela št.: 48

Komunikacijska analiza: Je bil svetovalec prepričljiv s svojimi argumenti?
(Lestvica: 0-ne, 3-srednje, 5-zelo)

Odgovori	Poprečje	Prvi kvartil	Drugi kvartil /Me	Tretji kvartil	Število	Standardni odklon
VEM Spirit	4,25	3	5	5	28	1,21
VEM Obrtna	3,79	3	5	5	53	1,63
Ostali	4,33	3	5	5	9	0,94
Vsi	3.99	3	5	5	90	1.47
Razvojna (Spirit + Ostali)	4,25	3,5	5	5	12	1,48

Graf št: 46

Prepričljivost, N=90, lestvica: 1-3-5



Rezultati kažejo, da glede najvišje ocene prepričljivosti na lestvici (torej 5) zaseda VEM Obrtna zadnje mesto. To pomeni, da naj bi bili svetovalci na obrtnih zbornicah najmanj prepričljivi s svojimi argumenti. Standardni odklon pri tej skupini kažejo na drugo tretjino aritmetične sredine in je povečan. Kot najbolj prepričljive so se pokazale VEM točke znotraj skupine Ostali, ki dosegajo znatno višjo poprečno oceno z zelo malo odstopanja.

Med VEM točkami, kjer se svetovalci ob srečanju s skrito stranko v vlogi potencialnega podjetnika niso izkazali kot najbolj prepričljivi pri podajanju vsebine svetovanja in svojega komunikacijskega nastopa so:

Izola, 6310, Območna obrtna zbornica

Radlje ob Dravi, 2360, Območna obrtna zbornica Radlje ob Dravi

Metlika, 8330, Območna obrtna zbornica Metlika

Koper, 6000, Regionalni razvojni center Koper

Slovenska Bistrica, 2310, Razvojno informacijski center Slovenska Bistrica

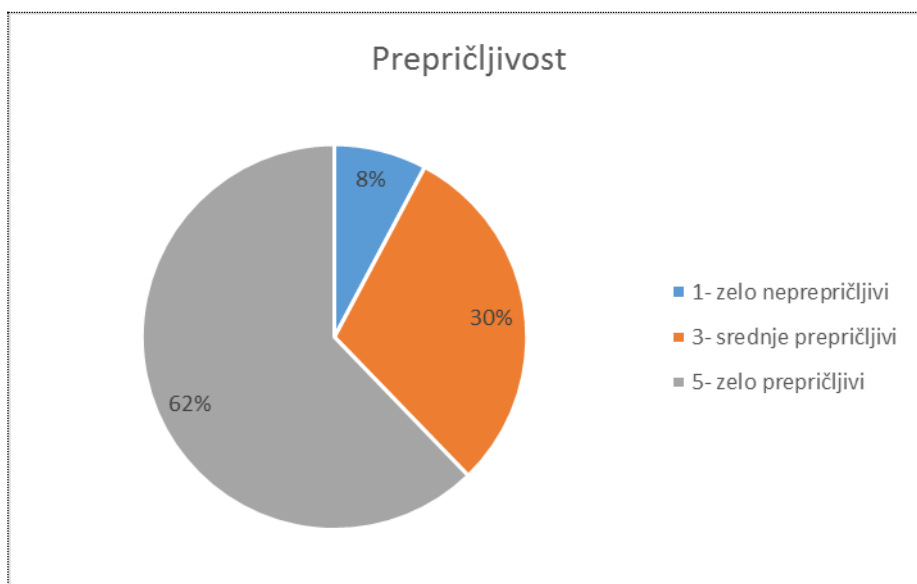
Ilirska Bistrica, 6250, Območna obrtna zbornica Ilirska Bistrica

Koper, 6000, Regionalni razvojni center Koper

Ajdovščina, 5270, Razvojna agencija ROD

Graf št.: 47

Čeprav je bilo 62% svetovalcev po mnenju potencialnih podjetnikov prepričljivih, pa obstaja priložnost za izboljšanje, z vidika bolj prepričljivega nastopa in podajanja vsebine tako za 30% srednje prepričljivih kot tudi za 8% tistih, pri katerih prepričljivost sploh ni bila zaznana.



Stanje

Na prvi pogled statistični kazalci komunikacijske analize ne zbujaajo skrbi, kar se tiče delovanja VEM točk. Tako glede **poslušanja** stranke kar 76% svetovalcev na info točkah doseže odlično oceno na lestvici od 1-negativno, 2-zadostno, 3-dobro, 4-prav dobro in 5-odlično. Pri **odprtih vprašanjih** se odstotek pozitivno ovrednotenih že nekoliko zniža, tako je le 62% svetovalcev zastavilo najmanj dve in več vprašanj odprtega tipa, medtem ko jih 13% vprašanj, s katerimi bi želeli o problemu stranke izvedeti čim več ni niti postavilo, kar je skrb zbujaajoče ne glede na to, da delež le-teh ni tako visok. V 90% VEM točk so bili svetovalci glede **govora** pohvaljeni, kar pomeni, da so potencialni podjetniki presodili, da so govorili razumljivo, ravno prav hitro in količinsko primerno (ne preveč, ne premalo). Toda 10% jih je sodilo drugače. Kar 56% svetovalcev so njihovi sogovorniki pripisali visoko raven **empatije**, srednjo oceno si je prislužilo 34%, da pa niso pokazali niti kanček empatije je bilo prepisano 10% svetovalcev. Oboji, skupaj 44% je torej takšnih, ki se bodo prvi manj in drugi bolj morali priučiti sposobnosti vživljanja v vlogo stranke in njenega problema. Kar se tiče prepričljivosti pa vidimo, da jih je bila več kot polovica zelo prepričljivih, dobrih 7% pa povsem neprepričljivih, bodisi zaradi nastopa samega ali vsebine podajanja snovi, ki je bila predmet svetovanja.

Toda komunikacijsko usposabljanje za svetovalce na VEM točkah bi bilo dobrodošlo, če upoštevamo, da nas kvalitativna raziskava opozarja na to, da je treba na primeren način obravnavati vsako stranko, ki vstopi v podjetniško podporno okolje in da na točki kakovostnega komuniciranja torej ni dovoljenih odklonov, popuščanj, ampak lahko velja izključno ničelna toleranca do vseh komunikacijskih odklonov, ki so povezani s poslušanjem stranke, zastavljanjem vprašanj, še posebej odprtega tipa, primerne načina govora, sposobnosti vživljanja v položaj potencialnega podjetnika in na koncu tudi prepričljivost, ki je vselej idealna kombinacija ravnanja in znanja svetovalca.

Izziv

V hitri statistični obdelavi vzorca smo ugotovili, da se je določena kvota VEM točk pojavljala kot »problematična« v smislu najslabše ocenjenih za izbrana področja preverjanja v komunikacijskem delu raziskave.

V 52 primerih so zaznani komunikacijski odkloni, in sicer iz različnih razlogov: nekovostnega poslušanja, neprimernega načina govora, pomanjkljive empatije, nezadostne prepričljivosti. Od tega v 26 enotah od skupaj 90 enot, kar pomeni, da imajo ponekod več vrst komunikacijskih težav (od sposobnosti poslušanja, načina govora, empatije, prepričljivosti ... svetovalcev). Z drugimi besedami, izraženo v odstotkih to pomeni, da na 28,88% VEM točkah potencialni podjetniki vsaj po eni od karakteristik komunikacijske analize niso bili zadovoljivo obravnavani, kar vendarle ni zanemarljiv delež in je lahko dovolj velik argument za nadaljnja komunikacijska usposabljanja tako na tem delnem vzorcu kot tudi znotraj celotne populacije ne le obravnavanih 90 enot, kjer je bil obisk opravljen, tudi na tistih VEM točkah, kjer ga tokrat po telefonskem pogovoru iz različnih razlogov ni bilo.

V. Prepoznavnost VEM točke kot podporno podjetniškega okolja

Potem ko je država pred leti uvedla VEM točke za registracijo podjetij in osnovno svetovanje tudi na upravnih enotah pri AJPES na terenu obstaja precej zmede o tem, katera točka je zdaj »prava«. To je še posebej očitno takrat, ko je več VEM točk v kraju lociranih blizu skupaj, le v različnih ustanovah. Na terenu se tako pojavlja vtis, da se gre podjetje brezplačno registrirati na upravno enoto oziroma AJPES, za kakšne druge nasvete ti pa na VEM točkah zbornic in podjetij računajo.

Toliko bolj pomembno je zato vlaganje v prepoznavanje VEM točk, ki spadajo na področje poslovno podpornega okolja in delujejo v okviru SPIRITA, obrtnih zbornic in razvojnih agencij ter nekaterih zasebnih podjetij.

Lokacija v smislu nahajanja VEM točke v kraju in tudi primerno označene dostopnosti pisarne VEM točke znotraj stavbe je tako tema tega poglavja. Pred vstopom v stavbo si obiskovalec ustvari vtis tudi o sami ustanovi, ki jo namerava obiskati. Ker pa pripomb na (ne)urejenost v raziskavi nismo zaznali, te točke ne bomo posebej obravnavali.

Ob vstopu v stavbo si potencialni podjetnik oziroma sleherna stranka ustvari vtis glede notranje urejenosti. Najprej glede samih svetovalcev. Sledi vprašanje glede same urejenosti pisarne. Najprej nas je zanimalo, če je pisarna čista in potem smo v vprašalniku želeli zvedeti še, kaj je tisto, kar je potencialnega podjetnika najbolj zmotilo.

V zadnjem delu tega poglavja nas najprej zanima, če so v prostoru za stranke zložene brošure, namenjene potencialnim podjetnikom. Za tem, če ima svetovalec na svoji mizi informativno gradivo za stranke. In naposled poiščemo še odgovor na vprašanje, če ima potencialni podjetnik že ob prvem vstopu vtis, da se nahaja v prostoru podjetniško podpornega okolja. Na tej točki se lotimo korelacijske analize in izračuna Pearsonovega koeficienta po katerem ugotavljamo (ne)odvisnost v smislu pozitivne ali negativne korelacije med dvema spremenljivkama: dovolj gradiva v prostoru in vtis o podjetniško podpornem okolju.

V zadnjem delu tega poglavja Sklep in Izziv se sprašujemo, kakšna je prepoznavnost VEM točk glede na izkušnje terenske raziskave in navedenih rezultatov. Ter seveda predlagamo priporočila v smeri izboljšav.

V./1 Lokacija

Označenost lokacije info točke ni isto kot označenost same pisarne znotraj stavbe, kjer se ta info točka nahaja. Sprašujemo se torej najprej po zunanji prepoznavnosti VEM točke saj nas kot potencialnega podjetnika v kraju najprej zanima kje, v kateri stavbi se nahaja pisarna, ki jo potrebujemo.

33. Je lokacija info točke dobro označena?

Na ravni vseh 90 info točk jih je po mnenju potencialnih podjetnikov dobro označenih 66 ali 77,77%, medtem ko jih je 24 ali 26,67% izjavilo, da lokacija stavbe, kjer se nahaja info točka v obiskanem kraju ni dobro označena.

Graf št.: 48

Je lokacija info točke dobro označena? Graf prikazuje stanje za celotno populacijo (N=90) obiskanih info točk.

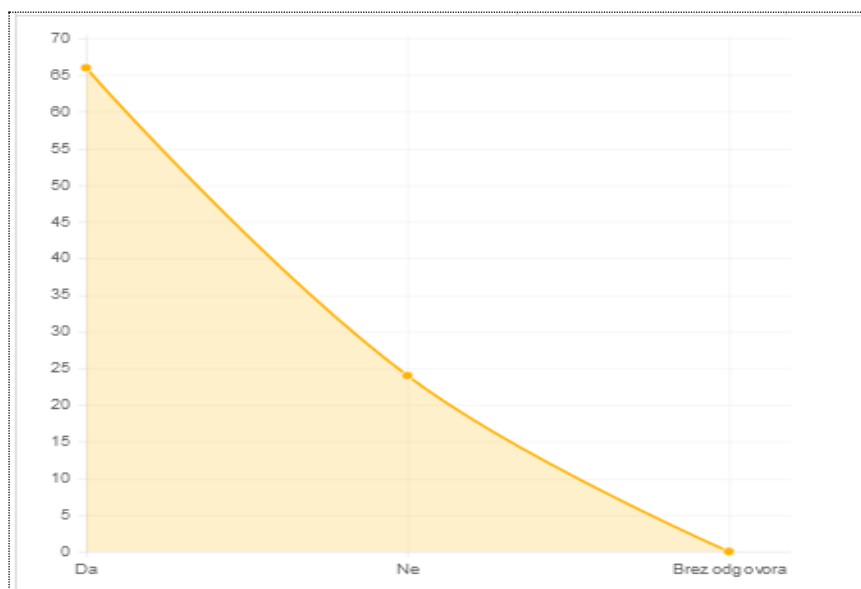


Tabela št.: 49

Označenost lokacije stavbe, kjer se nahaja info točka VEM

Odgovor	DA	NE	Skupaj N, %	Standardni odklon
VEM Spirit	22 78,57%	6 21,43%	28 100%	
VEM Obrtna	37 69,81%	16 30,19%	53 100%	
Ostali	7 77,78%	2 22,22%	9 100%	
Vsi	66 73,33%	24 26,67%	90 100%	
Razvojna	8 66,67%	4 33,33%	12 100%	

Poglejmo si nekaj pripomb na samo označenost VEM Spiritovih točk s povzetkom ugotovitev potencialnih podjetnikov, ki so jih ti zapisali v vprašalniku.

J. Besedilna analiza glede lokacije stavbe in posledično VEM točke

Tabela št.: 50
O neprimernosti lokacij VEM točk

Lokacija VEM točke TEMA: neprimernost lokacije	Mnenje potencialnega podjetnika
Vrhnika, 1360, Območna obrtna zbornica Vrhnika	Slaba označenost info točke. Tabla za obrtno zbornico je v stavbi, kjer se nahaja pekarna, dejansko pa je obrtna zbornica precej za to stavbo...
Hrastnik, 1430, Obrtna zbornica Hrastnik	Pisarna VEM točke bi lahko bila boljše označena, nekaj podobnega kot plakat neposredno zraven te stavbe, ki ga ima Regionalni center ali pa plakat pred Sparom, ki bi obvestil kupce, da se v bližini nahaja pisarna OZ in VEM točka.
Ajdovščina, 5270, Območna obrtna zbornica Ajdovščina	Da bi se ena VEM točka morda prestavila na drugo lokacijo v mestu, da bi bila ljudem dostopna na dveh različnih koncih v mestu.
Litija, 1270, Razvojni center SRCA Slovenije	Na zunanji strani stavbe, v kateri je več pisarn, ni označbe VEM točke.
Šmarje pri Jelšah, 3240, Razvojna agencija Sotla	Nisem mogla najti poslovnih prostorov. Nikjer nisem zasledila kakšne označbe, ki bi vodila do njih. Na googlu sem sicer našla nekaj, kje naj bi se nahajali, vendar me je prav to zavedlo, saj je bila puščica bliže knjižnici, njihov sedež pa je v drugi stavbi ob cesti, vhod iz druge strani.
Trbovlje, 1420, Obrtna zbornica Trbovlje	Lokacija nasproti občine je dobra, toda sama obrtna zbornica je slabo označena, še slabše točka VEM, saj zanjo ni table, le majhna nalepka na vhodnih vratih. Na oknih, kjer je oznaka obrtne zbornice pa ne piše, da se v teh prostorih nahaja tudi VEM točka.
Slovenske Konjice, 3210, Območna obrtna zbornica Slovenske Konjice	Meni ni bilo težko najti stavbe, ker sem si na googlu ogledala pot in kakšna je stavba. Vendar pa nisem takoj našla vhoda, saj je na zunaj zelo majhna tabla z njihovim napisom.

Posebnost je pri Obrtni zbornici Žalec, kjer potencialni podjetnik piše, »da sta tukaj OOOZ in VEM točka, toda tabla slednje je skrita za smreko in se ne vidi.« Druga posebnost, ki je razvidna iz besedilnega dela analize pa se nanaša na Notranjski ekološki center Cerknica, kjer potencialna podjetnica zapiše, da se ji zdi neprimerno, ker se točka VEM nahaja v zasebni hiši, ne pa v kakšnem drugem, bolj poslovnem delu mesta. Opozorila glede same zunanje lokacije lahko strnemo v dve ugotovitvi: ponekod, kot v navedenih primerih, bi bila potrebna boljše usmerjevalna tabla do stavbe, kjer se VEM točka nahaja. Prav tako pa bi bilo treba preveriti, če je tabla z VEM točko nameščena tudi na zunanjem delu stavbe, kjer se pisarna nahaja.

34. Se pisarna zlahka najde, je na dobri lokaciji?

In ko potencialni podjetnik naposled najde stavbo, v kateri je VEM točka, se zgodi, da je pred njim nov izziv, in sicer kako najti pravo pisarno in svetovalca. Devetnajst od skupaj 90, kar je 21,11% vseh potencialnih podjetnikov, se je pri tem soočilo s težavami.

Graf št.: 49

Se pisarna zlahka najde, je na dobri lokaciji? Graf prikazuje stanje za celotno populacijo (N=90) obiskanih info točk.

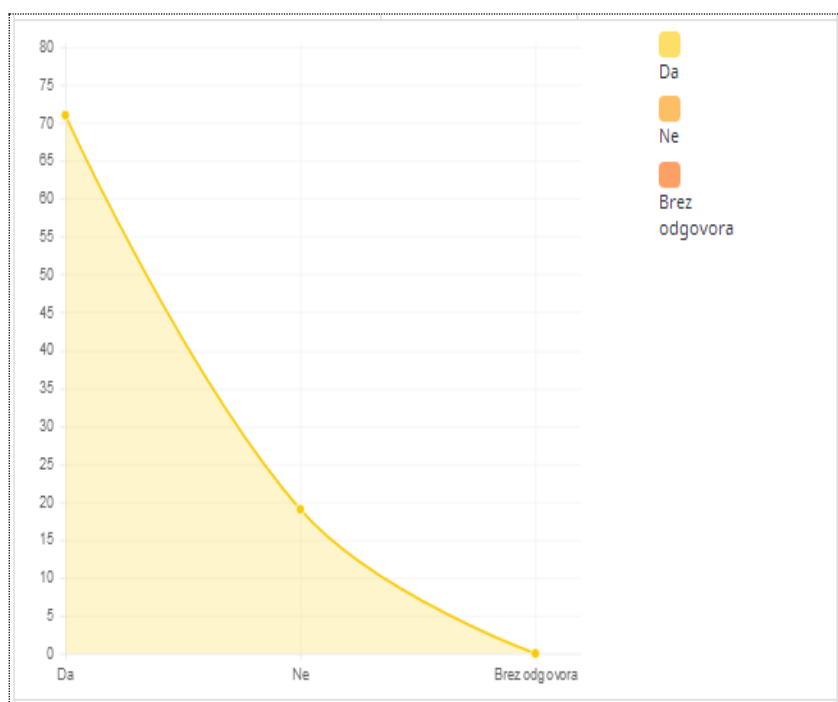


Tabela št.: 51

Se pisarna zlahka najde, je na dobri lokaciji?

Odgovor	DA	NE	Skupaj N, %
VEM Spirit	20 71,43%	8 28,57%	28 100%
VEM Obrtna	43 81,13%	10 18,87%	53 100%
Ostali	8 88,89%	1 11,11%	9 100%
Vsi	71 78,89%	19 21,11%	90 100%
Razvojnja	8 66,67%	4 33,33%	12 100%

Najbolj nazorno je iskanje pisarne opisal potencialni podjetnik, ki je obiskal VEM točko v Znanstveno raziskovalnem središču Bistra Ptuj, rekoč:« Ko sem našel vhod in stopil v notranjost stavbe, sem po škripajočih stopnicah zmedeno iskal pot do pisarne.»

Glede same pisarne je posameznike zmotilo tudi pomanjkanje zasebnosti, saj je ponekod svetovanje potekalo v pisarni, kjer so bili poleg svetovalca še njegovi sodelavci. Tako sta na potrebo po ločenem prostoru za stranke na VEM točki opozorili potencialni podjetniki, ki sta obiskali Območno razvojno agencijo Sežana ter PRJ HALO, Lokalni pospeševalni center Haloze.

Na to, da bi morala biti boljše označena sama VEM točka tudi znotraj stavbe je opozorila potencialna podjetnica ob obisku Razvojnega centra Novo mesto d.o.o., medtem ko je, kar se tiče vstopa v predprostor VEM točke zagotovo dovolj zgovorno tudi opozorilo potencialne podjetnice, ki je po obisku Območne obrtne zbornice Idrija glede splošnega vtisa ob obisku info pisarne zapisala:« Mogoče bi bilo dobro, da te ob prihodu ne bi pozdravil ravno cenik svetovanja na oglasni deski, saj se stranka VEM točke ustraši, da bo morala za svetovanje takoj plačati.»

V./2 Vidik urejenosti

Kar v 86 primerih oziroma 95,56% urejenost pred vhodom ni problematična, kar pomeni, da ta vidik ne potrebuje posebne obravnave. Potencialni podjetniki so bili pozorni predvsem na urejenost v smislu čistoče, kar pomeni, da pred stavbo, kjer se nahaja VEM točka ni bilo razmetanih odpadkov, polnih košev za smeti, cigaretnih ogorkov ali kakšne druge vrste nesnage, ki ne spada v poslovno podporno okolje.

Tudi glede same čistoče pisarne pripomb ni bilo, dejansko je 98,98% vprašanih ocenilo, da je bila pisarna VEM točke, ki so jo obiskali čista. So pa bili nekateri potencialni podjetniki pozorni tudi na samo urejenost delovne površine svetovalca in v okviru tega vprašanja je potencialna podjetnica, ki je obiskala Območno obrtno podjetniško zbornico Koper opozorila, »da bi lahko bila urejenost papirjev in registrov v pisarni nekoliko boljša«. Potencialni podjetnik je med obiskom v Štajerski gospodarski zbornici Maribor zaznal:«Pisarniško okolje delovalo neurejeno, tudi kakšne koristne stvari sem videl na tleh.»

Na zunanjo urejenost svetovalcev obiskovalci v vlogi potencialnih podjetnikov niso imeli pripomb. Kljub odlični oceni o urejenosti pa so nekatere zmotile malenkosti, pri čemer v enem primeru lahko govorimo o bontonu poslovnega oblačenja, v drugih treh pa o posrednih dejavnikih, ki vplivajo na občutek o tem, ali so svetovalci urejeni, uvrstimo pa jih lahko bolj na področje neverbalne komunikacije in pa zaznave zunanjih dejavnikov, ki so povezane z dojemanjem svetovalca (npr. označbe).²³

²³ Pri Razvojni agenciji Sotla v Šmarju pri Jelšah je stranko zmotilo, da je imel svetovalec odprte gumbе na srajci. Pri obrtni zbornici Ormož je stranka posebej opozorila, da jo je zmotilo, kar svetovalec ni imel nobene oznake ustanove, ki jo zastopa, in sicer niti na suknjiču niti na mizi. Na območni zbornici Trebnje ter v Posoškem razvojnem centru Tolmin pa je stranki zmotilo, da sta si svetovalka in svetovalec med pogovorom nenehno popravljala sicer urejeni pričeski.

35. Ali so v prostoru za stranke zložene brošure?

Tisti, ki so na VEM točki zaznali brošure in drugo tiskano gradivo pa so v 31 primerih, kar je 34,44% ocenili, da gradivo, namenjeno strankam ni bilo primerno zloženo.

Med tistimi, ki so odgovorili »ne«, kar pomeni, da so zaznali, da gradivo ni urejeno zloženo, jih je 18 ali 58,06% obiskalo VEM Obrtna, 10 ali 32,26% VEM Spirit in 3 ali 9,68% skupino Ostali.

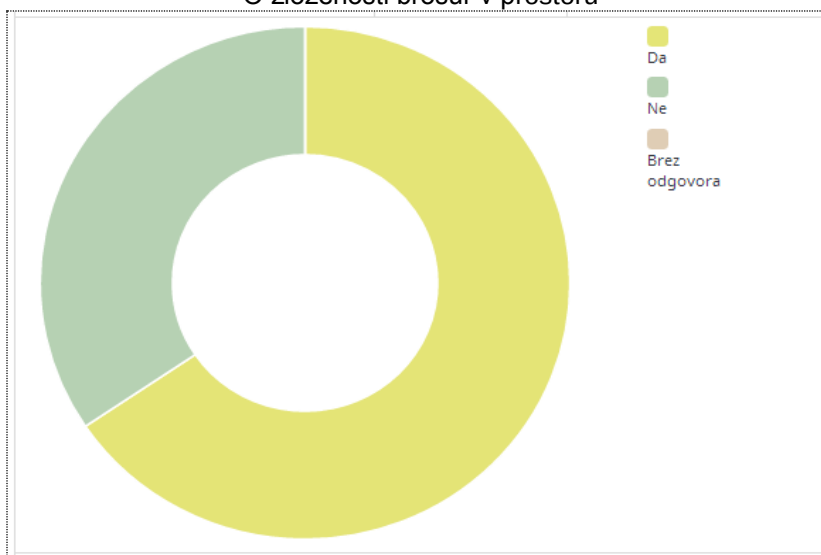
Tabela št.: 52

O tem, če so v prostoru zložene brošure, ki so namenjene strankam?

Odgovor	DA	NE	Skupaj N, %
Vsi	59 65,56%	31 34,44%	90 100%

Graf št.: 50

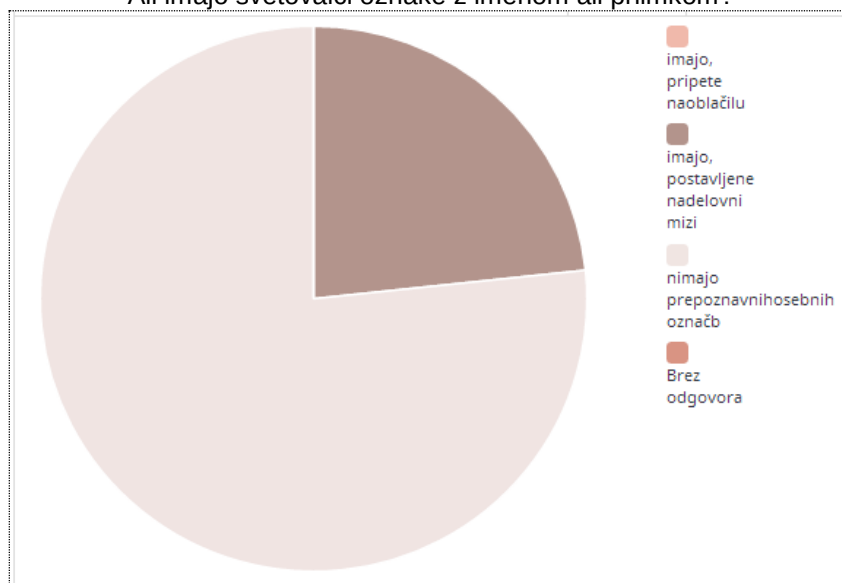
O zloženosti brošur v prostoru



36. Ali imajo svetovalci oznake z imenom in priimkom?

To vprašanje prav tako lahko uvrstimo v sklop ugotavljanja urejenosti svetovalcev. Hkrati pa bi primerna označenost z imenom in priimkom ter ustanovo VEM prispevala k večji prepoznavnosti in uveljavitvi tega dela podjetniško podpornega okolja. Rezultati namreč kažejo, da potencialni podjetniki pri 69 od skupaj 76,67% niso zaznali, da bi imeli svetovalci na sebi pripeto oznako z imenom in priimkom, prav tako tega niso opazili na delovni mizi svetovalca. Preostalih 21 ali 23,33% pa jih je opazilo, da imajo svetovalci tablico z imenom in priimkom postavljeno na svoji delovni mizi. In od teh 21 je bilo takšnih napisov na mizi opaženih: 7 iz skupine VEM Spirit, 11 iz VEM Obrtna in 3 iz skupine Ostali.

Graf št.: 51
Ali imajo svetovalci oznake z imenom ali priimkom?



V./3 Gradivo in podjetniško podporno okolje

Iz besedilne analize vprašanj o tem, kaj je potencialnega podjetnika zmotilo ali kaj bi lahko bilo boljše, je razvidno, da si želijo več gradiva na temo podjetništva ob obisku VEM točk, bodisi v samem predprostoru ali pa v pisarni, neposredno pri svetovalcu.

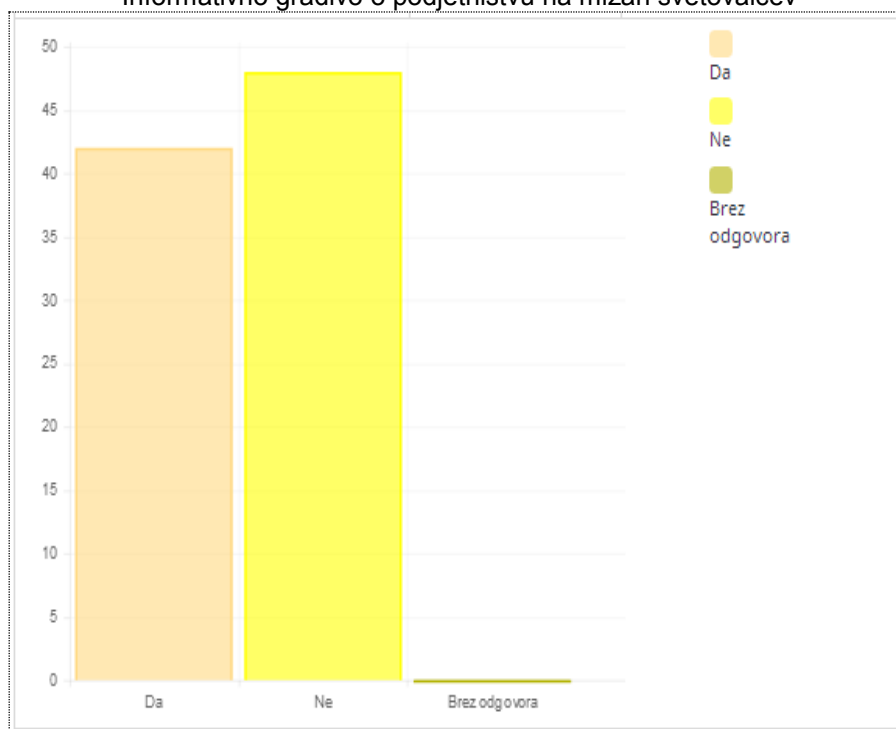
37. Ali ima svetovalac na svoji mizi informativno gradivo za stranke?

Več kot polovica vprašanih ali 53,33%, kar je 48 potencialnih podjetnikov, je ob obisku ugotovila, da svetovalci nimajo gradiva na svoji mizi. Približno enak odstotek, in sicer 42 potencialnih podjetnikov oziroma 46,67% pa jih je na mizi svetovalca opazilo različno gradivo o podjetništvu in obrtništvu.

Tabela št.: 53
O informativnem gradivu na mizi svetovalca

Odgovor	Število	Odstotek
DA	42	46,67 %
NE	48	53,33%

Graf št.: 52
Informativno gradivo o podjetništvu na mizah svetovalcev



38. Je v prostoru za stranke na voljo dovolj informativnega gradiva?

Na naslednjih lokacijah enote VEM Spirit so potencialni podjetniki posebej opozorili, da niso zaznali dovolj gradiva, ki bi prostoru dajalo vtis, da se nahajajo v podjetniško podpornem okolju:

Škofja Loka, 4220, Razvojna agencija Sora d.o.o.

Trbovlje, 1420, Obrtna zbornica Trbovlje

Cirkulane, 2282, PRJ HALO, Lokalno pospeševalni center Haloze

Slovenska Bistrica, 2310, Razvojno informacijski center Slovenska Bistrica

Ravna na Koroškem, 2390, A.L.P. Peca

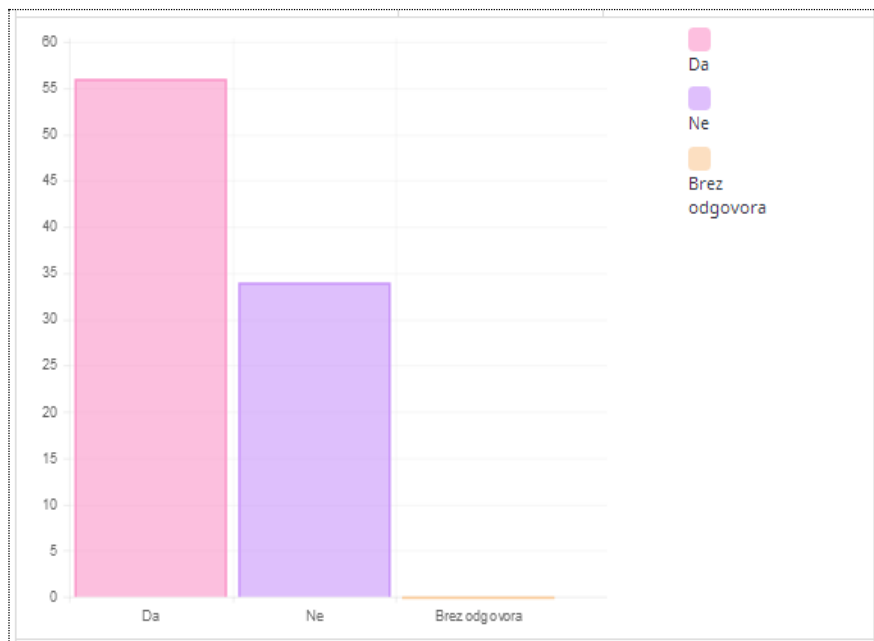
Slovenj Gradec, 2380, Podjetniški center Slovenj Gradec

Litija, 1270, Razvojni center SRCA Slovenije

Tabela št. 54
O tem, če je v prostoru za stranke dovolj gradiva za podjetnike

Odgovor	DA	NE	Skupaj, N, %
VEM Spirit	17 60,71%	11 39,29%	28 100%
VEM Obrtna	33 62,62%	20 37,74%	53 100%
Ostali	6 66,67%	3 33,33%	
Vsi	56 62,22%	34 37,78%	90 100%
Razvojna	7 58,33%	5 41,67%	12 100%

Graf št: 53
O zadostnosti gradiva v prostoru za stranke



39. Ali imate že ob prvem vstopu vtis, da ste v prostorih podjetniško podpornega okolja?

Od vseh vprašanih jih je 22, kar je 24,44% odgovorilo, da nimajo vtisa, da se nahajajo v podjetniško podpornem okolju. Od teh 22 jih je kar 12 oziroma 63,36% odgovorilo, da takšnega vtisa nimajo, ker niso opazili gradiva o podjetništvu.

Tudi iz pogovora s potencialnimi podjetniki pri oddaji vprašalnikov je bilo zaznati, da imajo največ pripomb na to, da se na VEM točkah ne nahaja dovolj gradiva, ki bi jim dajalo vtis, da so obiskali lokacijo, ki je namenjena spodbujanju podjetništva v državi. Preverili smo, če se ta njihova ad hoc zaznava odraža tudi v statističnih kazalcih in v vsebinski analizi, s katero praviloma pogledamo v ozadje na prvi pogled suhoparnih števil.

Tabela št.: 55

Ali imate že ob prvem vstopu vtis, da ste v prostorih podjetniško podpornega okolja?

Odgovor	DA	NE	Skupaj N, %
VEM Spirit	18 64,29%	10 35,71%	28 100%
VEM Obrtna	41 77,63%	12 22,64%	53 100%
Ostali	9 100%	0 0,00%	9 100%
Vsi	68 75,56%	22 24,44%	90 100%
Razvojna	11 91,67%	1 8,33%	12 100%

L. Vsebinska analiza o vtisu podjetniško podpornega okolja (PPO)

Tabela št. 56

Brez gradiva brez podjetniško podpornega okolja

VEM točka	Zakaj potencialni podjetnik VEM točko ne zaznava kot podjetniško podporno okolje?
4220, Škofja Loka, Razvojna agencija Sora	Nisem imela občutka, da sem v podjetniško podpornem okolju, ker ni bilo brošur in gradiva za podjetnike.
Domžale, 1230, Območna obrtna zbornica Domžale	Zaradi dejstva, da ni ničesar vidnega, kar bi opozarjalo na to, da gre za VEM točko oziroma obrtno zbornico (plakati, vabila na izobraževanja ipd.), da nimajo dodatnega gradiva, ki bi ga ponudili.
Kamnik, 1241, Območna obrtna zbornica Kamnik	Ker nimajo torej nobenega dodatnega gradiva, ki bi ga lahko ponudili bodočemu podjetniku.
Šmarje pri Jelšah, 3240, Območna obrtna zbornica Šmarje pri Jelšah	Zato, ker nikjer nisem zasledila brošur ...
Trbovlje, 1420, Obrtna zbornica Trbovlje	Ni vidnega lepo zloženega gradiva, ni informacije, da se nahajam na VEM točki.
Cirkulane, 2282, PRJ HALO, Lokalno pospeševalni center Haloze	Ravno zato, ker vsaj jaz nisem na vidnem mestu opazila kakšnega gradiva o podjetništvu.
Slovenska Bistrica, 2310, Razvojno informacijski center Slovenska Bistrica	Ne, ker nisem na vidnem mestu opazila kakšnega gradiva o podjetništvu.
Slovenska Bistrica, 2310, Obrtna zbornica Slovenska Bistrica	Ne, ker nisem opazila informativnega gradiva o podjetništvu za stranke.
Ptuj, 2250, Območna obrtna zbornica Ptuj	Ne, prav zaradi odsotnosti gradiva za podjetnike.
Ravne na Koroškem, 2390, A.L.P. Peca	Zato ne, ker je premalo podjetniških informacij v sami pisarni in pred njo, ni brošur, plakatov, led zaslona...

Slovenj Gradec, 2380, Območna obrtna zbornica Slovenj Gradec	Zato, ker je premalo vidnega gradiva (brošure, plakati...), ki bi opominjalo na podjetniško okolje.
Slovenj Gradec, 2380, Podjetniški center Slovenj Gradec	Mogoče zato ne, ker se selijo in so večino gradiva verjetno že prenesli v drug poslovni prostor.
Pesnica pri Mariboru, 2211, Območna obrtna zbornica Pesnica pri Mariboru	Nisem opazil nič gradiva, ki bi bilo namenjeno podjetnikom.
Radlje ob Dravi, 2360, Območna obrtna zbornica Radlje ob Dravi	Razen table za obrtno zbornico nič ne kaže, da bi bilo to podjetniško okolje, sploh podporno.
Litija, 1270, Območna obrtna zbornica Litija	Ne, ker nisem opazil nobenega gradiva za podjetnike, le nekaj ženskih revij.

Poglejmo si še, kaj nam na primeru vtisa ob prvem vstopu v prostor VEM in zaznavi, če je v prostoru dovolj gradiva pove korelacijska analiza in izračunan Pearsonov koeficient.

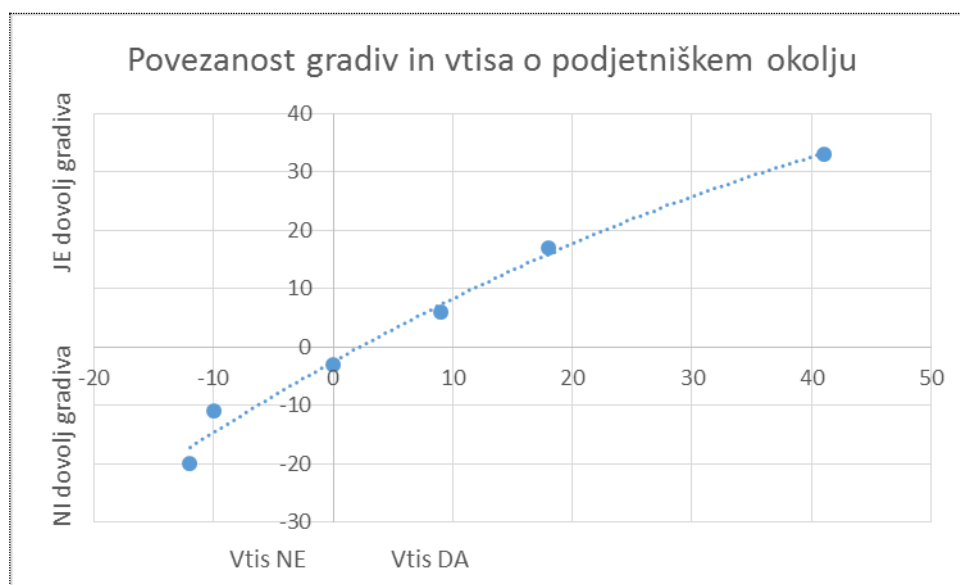
Tabela št. 57
Korelacija med odvisno spremenljivko (gradivo) in neodvisno (vtis o PPO)

Odgovor	DOVOLJ	GRADIVA	VTIS O PODJETNIŠKEM OKOLJU			
	GRADIVO DA	GRADIVO NE	N	VTIS DA	VTIS NE	N
VEM Spirit	17	11	28	18	10	28
VEM Obrtna	33	20	53	41	12	53
Ostali	6	3	9	9	0	9
Vsi	56	34	90	68	22	90
	odvisna Y				Neodvisna X	

Pearson (r)= 0,934508529

(zelo visoka povezanost)

Graf št. 54
Primer korelacije dveh ključnih dejavnikov



Glede na to, da Pearsonov koeficient kaže moč linearne povezanosti in se njegove vrednosti nahajajo na intervalu od -1 do 1, lahko v tem primeru ugotovimo, da obstaja zelo visoka pozitivna povezanost, ki jo označuje tudi naraščajoča premica v spodnjem grafu. To pomeni, da večje kot so vrednosti spremenljivke x, večje so tudi vrednosti spremenljivke y oziroma v našem primeru to pomeni, da večja količina gradiva na VEM točki povečuje tudi vtis potencialnih podjetnikov, da se nahajajo v podjetniško podpornem okolju. Vrednost r je 0,93 in je močno pozitivna.

Stanje

Glede na to, da je 26,67% vprašanih, kar ni zanemarljiv delež celotne populacije (N=90) odgovorilo, da lokacija VEM točke, torej zgradbe, kjer se nahaja, ni dobro označena, to pomeni, da bodo na tem področju potrebne spremembe.

Ker se VEM točke nahajajo znotraj drugih delujočih ustanov, so v nekem smislu ena od dejavnosti obrtnih zbornic, razvojnih agencij, tudi zasebnih podjetij je toliko bolj pomembno, da je v tem mikro poslovnem okolju pisarna VEM razmejena, točno označena in ločena od ostalih pisarniških prostorov. Povsod, kjer poteka storitev svetovanja imajo namreč stranke pravico do minimuma zasebnosti in niso dolžne razlagati podjetniške vsebine še vsem preostalim v pisarni, ki si delijo prostor s svetovalcem.

Svetovalci, ki delujejo na VEM točkah nimajo posebnih oznak, nekateri imajo z naslova ustanove, kjer so zaposleni identifikacijske tablice z imenom in priimkom na svoji delovni mizi, vendar takšnih je manj kot tretjina preučevane populacije.

Izredna korelacija, torej povezanost med tem, da se v prostoru nahaja gradivo za podjetnike in zaznavo prostora VEM kot podjetniško podporno okolje pa je le dodaten argument za to, da naročnik uredi primerno vsebinsko in količinsko podporo raznovrstnega tiskanega promocijskega in informativnega gradiva za izbrane lokacije.

Izziv

Glede izboljšanja lokacije bi se dalo v posameznih lokalnih okoljih marsikaj postoriti v dogovoru z lokalnimi skupnostmi na področju usmerjanja in signalizacije, torej postavitve usmerjevalnih table za VEM točko do samega kraja, kjer se potem pisarna tudi nahaja.

Pri dodeljevanju statusa VEM točke bi bilo treba v prihodnje upoštevati tudi samo zgoščenost le teh (npr. opozorilo v primeru Kranja, da se v isti stavbi nahajata dve VEM točki, le pri različnih ustanovah). Prav tako je pomembno, da ima VEM točka ločen prostor od preostalega pisarniškega okolja ustanove, kjer ta točka deluje. To bi

lahko bil eden od pogojev v pravilniku dodeljevanja statusa za izvajanje tovrstnih svetovalnih storitev.

Izziv pred naročnikom raziskave je tudi v označevanju svetovalcev, ki opravljajo storitev na VEM točki (to je lahko broška z imenom in priimkom ali obvezen, dobro viden in z logotipi primerno opremljen napis na posebni delovni mizi svetovalca).

Najprej bi bilo treba pripraviti strategijo nabora, kaj je osnova tiskanega gradiva, ki jo mora imeti z logotipi SPIRIT opremljena VEM točka. Naslednja stopnja je, da se določi vsebinski nabor gradiva, po katerem se na VEM točkah najbolj povprašuje in se tisk zagotovi v sodelovanju z izvajalcem svetovanja. Tretja stopnja pa je, da se za vse VEM točke pripravi enotno promocijsko gradivo v obliki letakov, plakatov in tudi javno objavljen pravilnik s točnim pojasnilom vsebine in obsega vseh brezplačnih storitev. Tudi ta tiskovina bi morala biti vidno obešena oziroma dostopna obiskovalcu VEM točke.

VI. Vtisi in predlogi

Z besedno zvezo »splošni vtis« smo zajeli celotno izkušnjo, ki jo je imel potencialni podjetnik od iskanja lokacije stavbe, kjer je locirana pisarna, do vstopa vanjo, sprejema s strani svetovalca tako v komunikacijskem kot storitvenem, torej svetovalnem pogledu ter zaključek obiska s pridobitvijo morebitnih dodatnih nasvetov in gradiva ter primernega slovesa.

Pri merjenju vtisa na odprto vprašanje o splošnem vtisu smo obdelovali dve skupini, in sicer, kaj vam je ostalo v prijetnem spominu in kaj vam je bilo ob obisku VEM točke najbolj moteče. Slednjo razlago smo tako rekoč v celoti obdelali v prejšnjih poglavjih, ko smo opozarjali na pomen pomanjkanja gradiva in neprimerno ali nezadostno označenost lokacije stavbe, kjer se VEM točka nahaja. Tudi izboljšave se nanašajo na to področje, torej boljša označenost VEM točk, več gradiva v pisarnah.

Logično vprašanje ob koncu obiska je tako bilo, če se obiskovalcu zdi VEM točka za potencialne podjetnike potrebna ali ne. In prav tako vprašanje, po čem si bo skrita stranka v vlogi potencialnega podjetnika izkušnjo obiska najbolj zapomnila.

40. Kaj bi lahko bilo boljše na VEM točki, ki ste jo obiskali?

Glede na ključne vsebinske teme lahko odgovore razdelimo v tri razrede: 1. razred zajema tiste odgovore, ki se nanašajo na pripombe glede lokacije, kar smo analizirali v okviru V. poglavja o lokaciji. V 3. razred lahko uvrstimo samo prepoznavnost VEM točke, ki smo jo prav tako obravnavali v povezavi s pripombami na račun gradiva, in sicer tako v II. kot v V. poglavju.

Odgovore smo uvrstili še v en, 2. razred, in sicer delo svetovalca. Pripombe so povezane predvsem s komunikacijskim načinom podajanja vsebine ter v nekaterih primerih z pomanjkljivim znanjem in nezadostno količino posredovanih informacij in dodatnih nasvetov ali gradiva. O tem smo podrobneje pisali v sami komunikacijski analizi.

Glede na posamezne razrede je bilo na ravni celotnega vzorca največ, kar 35% odstotkov pripomb na račun gradiva in slabe prepoznavnosti VEM točk, sledi dobrih 37% pripomb na račun lokacije in preostalih 28% se nanaša na samo delo svetovalca.

Izziv torej obstajajo na treh ključnih področjih: lokacija VEM točk (označbe in promocija same lokacije), zagotovitev potrebnega gradiva za obstoječe in potencialne podjetnike v samem prostoru za stranke in izpopolnitev komunikacijskih veščin oziroma načina posredovanja svetovalnih vsebin potencialnim podjetnikom.

41. Zakaj (ne)potrebujemo VEM ?

Na zastavljeno vprašanje o potrebnosti VEM točke za potencialne podjetnike se je za njen obstoj od 90 opredelilo 85 vprašanih, medtem ko jih 5, kar je 5,56% na to vprašanje ni odgovorilo.

V nadaljevanju v besedilni analizi na podlagi ključnih tem pojasnujemo odgovore »za«. Za tem pa povzemamo odgovore 9 od skupaj 90 vprašanih, ki so odgovorili, zakaj VEM točka ni potrebna. Delež le-teh je torej izredno nizek, predstavlja le 10% vseh potencialnih podjetnikov, ki so vendarle izrazili dvom v potrebnost nadaljnega delovanja VEM. Vendar pa so odgovori zgovorni sami po sebi, saj razkrivajo dejansko nevarnosti oziroma motnje in odklone, ki se zaznavajo na terenu in na dolgi rok lahko ogrožajo smotrnost obstoja tovrstnega dela podjetniško podpornega okolja.

M. Besedilna analiza: Zakaj potrebujemo VEM točko?

Pri vnašanju odgovorov v vprašalnike smo v telefonskem stiku z nekaterimi skritimi strankami zaznali zadrego pri odgovarjanju na to vprašanje, ki bi jo lahko povzeli z besedami, češ: »Na tej lokaciji je bil res dober svetovalec, ampak nasploh pa se mi zdi, da človek lahko najde te informacije na svetovnem spletu; ne vem, če je VEM točka ravno potrebna.«

Nam pa analiza odgovorov v vprašalniku potem nakaže še dvom v obratni smeri, ko so bili potencialni podjetniki nasploh prepričani, da je lahko VEM točka koristna in so tudi zapisali, da mislijo, da je koristna. Pri tem pa dodali, da tega ne sodijo na podlagi konkretne izkušnje, ki so jo imeli. Situacija je bipolarna: torej zapisali so, da je VEM točka potrebna, hkrati pa v odgovoru zabeležili kritiko na račun »doživeta« svetovanja na konkretni točki, ki njihovo pričakovanje po upravičenosti delovanja torej ni preživela. Na vsebinski analizi smo te odgovore uvrstili v razred »Podpora z rezervo«.

Tabela št. 58
VEM točka »da«, ampak ne konkretna, ne s tem svetovalcem

Vrsta VEM točke DA, ampak...	Podpora »z rezervo«
Slovenska Bistrica, 2310, Obrtna zbornica Slovenska Bistrica	...je pomembna za pridobivanje brezplačnih informacij, vendar mora biti svetovalec primerno podkovan z znanjem, informacijami;
Ptuj, 2250, Območna obrtna zbornica Ptuj	... če je svetovalec podkovan z informacijami je za bodočega podjetnika koristno slišati nasvete iz prve roke, od izkušene osebe, ker ti samo branje po internetu tega ne zagotavlja;
Novo mesto, 8000, Območna obrtna zbornica Novo mesto	...če je svetovalec podkovan z informacijami je za bodočega podjetnika koristno slišati nasvete iz prve roke, od izkušene osebe, ker ti samo branje po internetu tega ne zagotavlja;
Murska Sobota, 9000, Območna obrtna zbornica Murska Sobota	... nas je veliko takšnih, ki potrebujemo informacije, ki so hitro in lahko dostopne, ki jih nudi strokovna oseba, poznavalka podjetništva. Na tej konkretni točki bi bila potrebna drugačna oseba v vlogi svetovalca;
Koper, 6000, Regionalni razvojni center Koper	:«... lahko dobi potencialni podjetnik vse potrebne informacije in pomoč ter podporo od primerno usposobljenega strokovnjaka; na tej točki ni bilo ravno tako;

Po samem izpolnjevanju vprašalnikov pa so rezultati pokazali, da so potencialni podjetniki prepoznali več razlogov za to, da je VEM točka vendarle potrebna. Katere ključne besede, ki dokazujejo to potrebnost pa pri tej argumentaciji prevladujejo?

Tabela št. 59
Razlogi za obstoj VEM točk tudi za potencialne podjetnike

Analiza vsebine RAZLOGI ZA /pogostost, f=/ 12	Ključne besede, ki potrjujejo potrebnost obstoja VEM točke
12	Koristne informacije pred začetkom podjetniške poti
8	Dobiš nekaj informacij in idej, čeprav je kakovost storitve odvisna od kakovosti svetovalca

5	Usposobljeni svetovalci
5	Vsi nimamo možnosti, da bi za prve informacije pred ustanovitvijo podjetja lahko komu plačali
5	Prednost informacij »v živo«, bolj osebno, pristno kot na spletu
4	Dobiš vse informacije na enem mestu
3	Potrebno bi bilo več informacij o obstoju VEM točke, predvsem za mlade
3	Pridobitev osnovnih informacij pred začetkom podjetništva
3	Koristno, če na VEM točki deluje izkušen svetovalec, sicer pa ne

Preučili smo tiste odgovore, ki so bili po pogostosti pojavljanja največkrat omenjeni glede na ključne besede. Če povzamemo vsebino odgovorov, lahko ugotovimo, da jih največ meni, da na VEM točki pridobiš kot potencialni podjetnik koristne informacije preden sprejmeš pomembno življenjsko odločitev.

Tem sledijo tisti, ki so prav tako prepričani, da dobiš nekaj informacij in idej, vendar pa je njihova kakovost odvisna predvsem od svetovalcev, ki delujejo na posamezni VEM točki.

Na tretjem mestu je skupina prepričanih v to, da je na VEM točkah dosti usposobljenih svetovalcev, nekateri so morda še premalo izkoriščeni zaradi nezadostne prepoznavnosti podpornega okolja. Čeprav bi lahko vse te osnovne informacije o postopkih registracije in vse, kar potegne za seboj proceduralno in vsebinsko pri ustanavljanju in prvih korakih podjetja izvedeli tudi na svetovnem spletu, pa je lahko pogovor v živo bolj pristen, bolj zanimiv, daje možnost zastavljanja vprašanj in dodatnih pojasnil. Med tistimi, ki so se zavzeli za obstoj VEM točk so tudi prepričani, da lahko dobi potencialni podjetnik vse na enem mestu, nekaterim, predvsem mlajšim pa se zdi, da bi bilo potrebno še bolj promovirati VEM točke predvsem za mlade brezposelne, ki bi se ob izkušenih svetovalcih morda lažje odločali za podjetništvo.

Tabela št. 60
O razlogih zakaj VEM točka ni potrebna?

VEM točka	Zakaj »NE« VEM točka?
Hrastnik, 1430, Obrtna zbornica Hrastnik:	Če podjetnik točno ve, kaj lahko med pogovorom s svetovalcem dobi od VEM točke, kaj pa od Obrtne zbornice, potem se mi zdi obstoj te točke smiseln, če pa ta razlika stranki ni jasna oziroma je ne pozna, potem mislim, da tudi takšna info točka za potencialne podjetnike ni potrebna.
Metlika, 8330/Območna obrtna zbornica Metlika	Očitno najdeš na spletu več informacij, kot so ti jih pripravljeni brezplačno povedati na kakšni info točki
Gornja Radgona, 9250, Območna obrotna zbornica Gornja Radgona	Če svetovalka pravi, da sama ne zmore obvladati vseh področij, potem enako dobre informacije lahko dobimo tudi na internetu ali kje drugje.

Logatec, 1370, Območna obrtna zbornica Logatec	Tistim, ki se dovolj sami znajdejo na internetu takšna točka ni potrebna, čeprav je obstoj VEM zelo koristen za vse, saj lahko ob vprašanju v živo dobiš resnično odgovor od poznavalca.
Žalec, 3310, Obrtna zbornica Žalec	Osnovne informacije si lahko poiščeš tudi na spletu, za kaj več svetovanja moraš pa praviloma plačati ustanovi, kjer VEM točka obstaja.

Iz povzetih in še nekaterih drugih odgovorov iz vprašalnikov lahko naročnik kot nadaljnji izziv izlušči predvsem troje:

- 1) Natančno bo treba razmejiti kaj spada v okvir brezplačnega svetovanja na VEM točki.
- 2) Očitno bo treba, glede na mnoge zaznane občutke o »napeljevanju« na plačljivost storitev bolj jasno, v obojestransko zadovoljstvo razmejiti nabor nasvetov in gradiva ter dodatnih storitev, ki jih mora svetovalec VEM točke opraviti brezplačno, ne da bi pri tem ponujal plačljive storitve ustanove, pri kateri je sicer zaposlen ali novačil nove člane.
- 3) Poiskati bo treba še ključen razlog obiska na VEM točki v času pravega tehnološkega razcveta, ko je večino informacij možno poiskati že na svetovnem spletu (morda poseben program za starejše, morda poseben program za mlade brezposelne, da se jih privabi v svet podjetništva).

42. Katera misel vam je ostala v spominu potem, ko ste VEM točko že zapustili?

Od 90 odgovorov jih 29 povzemamo v celoti, ker so najbolj zgovorni in jih lahko s čistim rezom razvrstimo v dva vsebinska razreda: 1. razred lahko poimenujemo PREDNOSTI (ali pozitiven vtis) in 2. razred lahko poimenujemo SLABOSTI (ali izziv za naročnika).

Tabela št. 61: Vtis o točki VEM: prednosti, slabosti

VEM točka	Pozitiven vtis... PREDNOSTI
Kranj, 4000, BSC, Poslovno podporni center Kranj d.o.o.	»Da bom mogoče res ustanovila s.p., saj so trenutno dobre spodbude in tudi subvencije za izobražene ženske, za kar izpolnujem pogoje. Zadovoljna sem bila z vsebino, ki mi jo je posredovala svetovalka.«
Škofja Loka, 4220, Razvojna agencija Sora d.o.o.	»V spominu mi je ostalo to, da mi je svetovalka izredno dobro in razumljivo razložila razliko med s.p. in d.o.o. in pri tem poudarila prednosti in slabosti obeh oblik za potencialnega podjetnika.«
Slovenske Konjice, 3210, Šolski center Slovenske Konjice-Zreče	»Da je bil pogovor prijeten in bi morda res kar krenila v podjetništvo...«
Šmarje pri Jelšah, 3210, Razvojna agencija Sotla	»Če povem po pravici, sem razmišljala samo o tem, da tole s prevzemom kmetije kot mladi kmet, pa res ni slaba ideja!«
Krško, 8270, Center za podjetništvo in	»Prijaznost in ustrežljivost svetovalke, in da definitivno še

turizem Krško	pridem sem na svetovanje.«
Hrastnik, 1430, Obrtna zbornica Hrastnik	»Da sem imel stik s svetovalko, ki mi lahko tudi v prihodnje pomaga pri dokončanju registracije firme in se lahko dobro pripravim za delo.«
Cirkučane, 2282, PRJ HALO, Lokalno pospeševalni center Haloze	»VEM točka je na zelo umirjeni in lepi lokaciji.«
Celje, 3000, Območna obrtna zbornica Celje	»Prešnila me je misel, da bi po tem sestanku z veseljem odprl podjetje, ki bi se ukvarjalo s poslovnim svetovanjem.«
Ravne na Koroškem, 2390, A.L.P. Peca d.o.o.	»Da sem bila zaželeno in dobrodošla stranka.«
Slovenj Gradec, 2380, Podjetniški center Slovenj Gradec	»To gospod Veroniko bom zagotovo poklicala za še kakšen nasvet glede podjetništva.«
Maribor, 2000, Ekonomski inštitut Maribor	»Prijetna in pozitivna tako svetovalka kot pisarna VEM točke.«
Jesenice, 4270, Razvojna agencija Zgornje Gorenjske	»Prijetni občutki, saj sem spet zvedela nekaj novega o podjetništvu, kar mi lahko koristi.«
Moravske Toplice, 9226, Razvojna agencija Sinergija d.o.o. Marjanci	»To je bila prijetna izkušnja, z veseljem se bom še vrnila.«
Idrija, 5280, Idrijsko-cerkljanska razvojna agencija Idrija	»Prijetno, koristno.«
Ajdovščina, 5270, Razvojna agencija ROD	»Takšnih VEM točk kot je ta, bi moralo biti veliko več.«

Izziv ...SLABOSTI

Zagorje ob Savi, 1410, Območna obrotna zbornica	»Skriti zaklad, kajti obiskovalec točno ve, ko vstopi v predprostor, kje je in kaj lahko pričakuje, kar je dobro; pisarna sama sicer ni na najboljši lokaciji, toda označbe so vidne. Svetovalka veliko zna, a ni preveč zainteresirana za obiskovalca.«
Novo mesto, 8000, Razvojni center Novo mesto d.o.o.	»Resno sem začela razmišljati o tem, da bi se morda ukvarjala s podjetništvom, čeprav sem naenkrat dobila ogromno informacij, morda malo preveč, predstavitev je bila že malo naporna, čeprav koristna in zanimiva.
Nova Gorica, 5000, Regionalna razvojna agencija Severne Primorske	»Preden bo podjetništvo v Sloveniji vsaj za silo na evropski ravni, bo preteklo še veliko vode. Občutek, da so tovrstne pisarne ustanovljene samo zato, da zadovoljimo neke formalne zahteve, resnične koristi pa ni.«
Litija, 1270, Razvojni center SRCA Slovenije	»Svetovalka Irena Tolin je bila zelo dobra, vtis celotne ustanove razvojnega centra, kjer točka VEM deluje pa je bil bolj žalosten.«
Tolmin, 5220, Posoški razvojni center Tolmin	»Mogoče potrebujejo malo več »skrivnostnih« obiskov.«
Ptuj, 2250, Znanstveno raziskovalno središče Bistra Ptuj	Misel, ki mi je ostala v spominu je ta, da lokacija obstaja na nepreglednem mestu, pisarna je neurejena, svetovalka pa je bila tam, ker je morala biti, ne pa zato, ker bi hotela biti. Potrebuješ zelo mirne živce in veliko časa, da dokončaš delo s svetovalko na tej VEM točki, ker je zelo počasna.
Žalec, 3310, Razvojni center Savinja	

VII. Ocenjevalna lestvica na podlagi izbranih kazalcev

Za celoten nabor obravnavanih VEM točk, ki delujejo pod okriljem SPIRITA in dodatno še za preostale razvojne agencije, ki so bile uvrščene v statistično enoto Ostali, smo izdelali še ocenjevalno lestvico. Namen je izključno eden, in sicer, da bo naročniku v pomoč pri nadaljnjem dogovarjanju z že obstoječimi enotami o tem, kje morda obstajajo zaznane slabosti, kje so prednosti in kakšni so lahko še skupni izzivi za prihodnje.

Poudariti je treba bistveno razliko med kvalitativno raziskavo Skriti kupec, v našem primeru je to skrita stranka v vlogi potencialnega podjetnika in kvantitativno raziskavo. Pri slednji govorimo o statističnih vzorcih, odklonih in statističnih napakah. Pri kvalitativni pa je merilo predvsem eno, in sicer, da preprosto »šteje vsak obisk«. Rezultati zato niso tako »zabetonirani«, kajti en obisk še ne more pomeniti, da obravnavana info točko v vseh različnih situacijah zasluži v nadaljevanju »prisluženo« oceno. To bi bilo za tiste, ki so se morda ob enkratnem obisku »odrezali« slabše ali slabo tudi krivično. Zato predlagamo, da ocenjevalno lestvico obravnavate izključno v smeri tega, da je bil kakšen odklon zaznan in načrtujete izboljšave za v prihodnje.

Dejstvo pa je, da VEM točka spada na področje poslovne komunikacije in poslovnega svetovanja, kjer mora biti raven kakovostne obravnave strank standardizirana, kar pomeni, da ne sme biti odstopanj, vsaj velikih ne, če se teži k odličnosti na tem področju. Upoštevana merila pri tokratnem primerjalnem ocenjevanju so lahko podlaga za periodično preverjanje izvajanja dogovorjenih standardov na terenu.

43. Izbrani primerjalni kriteriji za ocenjevalno lestvico

Med 41 vprašanj v vprašalniku raziskave Potencialni podjetnik na VEM točkah smo izbrali 7 vprašanj, ki po naši prosti presoji odsevajo realno podobo o oceni na podlagi enkratnega stika s svetovalcem na posamezni VEM točki agencije SPIRIT. K primerjavi pa bomo na željo naročnika dodali še preostale razvojne agencije, ki sicer niso del statistične enote VEM Spirit.

Tabela št. 62
Primerjalni ocenjevalni list z ocenjevalno lestvico

Oznaka vprašanja v vprašalniku	Vprašanje	Odgovor	Točka
V32	Je lokacija VEM točke dobro označena?	DA NE	5 0
A11	Kako bi ocenili splošno izkušnjo telefonske komunikacije?	Šolska ocena	1,2,3,4,5
V36	Je v prostoru za stranke dovolj gradiva za potencialne podjetnike?	DA NE	5 0
V46	Imate značke z imenom na delovni mizi?	DA NE	5 0
V42	Ali imate že ob prvem vstopu vtis, da ste v prostorih podporno podjetniškega okolja?	DA NE	5 0
V19	Vas je svetovalec opozoril še na dodatne storitve?	DA NE	5 0
V30	Ocenite delo svetovalca v info pisarni z oceno od 1 do 5?	Šolska ocena	1,2,3,4,5

Razpon ocen ob maksimalnem številu točk: 35 t

35-33 odlično (5)
32-30 prav dobro (4)
29-25 dobro (3)
24-21 zadostno (2)
20 in manj nezadostno (1)

V tabeli so vnešene vse točke, ki smo jih obravnavali znotraj VEM Spirit ter še razvojne agencije iz skupine Ostali. Najprej je predstavljena razporednica z vnešenimi ocenami za vsa področja zajetih 7 vprašanj, za tem je pripravljena razporednica samo za razvojne agencije (Spirit+Ostali). Skupine VEM Obrtna zaradi zajetnosti vzorca nismo obravnavali na ta način.

N. Vsebinska analiza primerjanih ocen na vzorcu VEM Spirit in preostalih razvojnih agencij (v skupini Ostali)

Ocenjevalna lestvica je iztrgana iz konteksta celotnega vprašalnika in torej ni primerljiva s končnimi ocenami o telefonski izkušnji in obisku točke VEM; iz kvote 41 vprašanj je namreč potegnjenih 7 področij, ki bi morala biti sestavni del nekakšnega zlatega standarda: prepoznavna lokacija, primerna označenost svetovalcev, odlično ocenjen telefonski in osebni stik, s poudarkom na razpoložljivem gradivu in dodatnih storitvah, ne le osnovnih napotkih glede ustanovitve podjetij. Dejansko so »ocene« strožje in zgodi se, da so med negativnimi celo takšne VEM točke, ki so jim na koncu potencialni podjetniki pripisali odlično ceno. Zakaj so padli tako »nizko«? Zato, ker smo upoštevali tistih 7 ključnih parametrov, ki bi vselej, brez izjem, morali nastopati kot celota v težnji po odlično opravljeni storitvi v tem delu podjetniško podpornega okolja.

Tabela št. 63: VEM točke zajete ocenjevalno primerjalno

LOKACIJE: VEM Spirit + Ostali (razvojne)	V32	A11	V36	V46	V42	V19	V30	Skupaj
Kranj, 4000, BSC, Poslovno podporni center d.o.o.	0	3	0	0	0	0	4	7
Zagorje ob Savi, 1410, Območna obrtna zbornica	5	3	0	0	5	0	4	17
Škofja Loka, 4220, Razvojna agencija Sora d.o.o.	5	5	0	5	0	0	4	19
Slovenske Konjice, 3210, Šolski center Sl.Konjice-Zreče	5	5	5	5	5	5	5	35
Šmarje pri Jelšah, 3240, Razvojna agencija Sotla	5	4	5	5	5	5	5	34
Krško, 8270, Center za podjetništvo in turizem Krško	5	3	5	0	5	0	5	23
Hrastnik, 1430, Obrtna zbornica Hrastnik	5	3	5	0	5	5	5	28
Trbovlje, 1420, Obrtna zbornica Trbovlje	0	3	0	0	0	0	4	7
Cirkulane, 2282, PRJ HALO, Lokalno pospeševalni center Haloze	5	4	5	0	0	0	3	17
Slovenska Bistrica, 2310, Razvojno informacijski center	5	5	0	0	0	0	5	15
Celje, 3000, Območna obrtna zbornica Celje	5	5	5	0	5	5	5	30
Ravne na Koroškem, 2390, A.L.P. Peca d.o.o.	5	3	0	0	0	0	5	13
Slovenj Gradec, 2380, Podjetniški center Slovenj Gradec	5	1	0	5	0	0	3	14
Nazarje, 3331, Savinjska območna razvojna agencija	5	4	5	0	5	5	5	29
Cerknica, 1380, Notranjski ekološki center Cerknica	0	5	0	5	0	0	4	14
Maribor, 2000, Ekonomski inštitut Maribor	0	5	5	5	5	5	5	30
Jesenice, 4270, Razvojna agencija Zgornje Gorenjske	5	4	5	5	5	0	5	29
Novo mesto, 8000, Razvojni center Novo mesto d.o.o.	5	4	0	0	5	5	3	22
Moravske Toplice, 9226, Razvojna agencija Sinerija d.o.o. Martjanci	5	3	5	0	5	0	4	22
Nova Gorica, 5000, Regionalna razvojna agencija Severne Primorske d.o.o.	5	5	5	0	5	0	4	24
Litija, 1270, Razvojni center SRCA Slovenije	0	1	0	0	0	5	5	11
Kočevje, 1330, Razvojni center Kočevje Ribnica d.o.o.	5	5	5	5	5	0	4	29
Idrija, 5280, Idrijsko-cerkljanska razvojna agencija Idrija	5	4	5	0	0	0	5	19

Ajdovščina, 5270, Razvojna agencija ROD	5	5	5	0	5	5	5	30
Tolmin, 5220, Posoški razvojni center Tolmin	5	3	5	0	5	5	4	27
Sežana, 6210, Območna razvojna agencija Sežana	5	5	5	0	0	0	5	20
Ptuj, 2250, Znanstveno raziskovalno središče Bistra Ptuj	5	3	5	5	5	0	2	25
Žalec, 3310, Razvojni center Savinja	5	4	5	0	5	0	5	24
Krško, 8270, Regionalna razvojna agencija Posavje - OSTALI	0	4	0	0	5	0	5	14
Dravograd, 2370, Koroška regionalna razvojna agencija - OSTALI	0	3	5	0	5	0	5	18
Celje, 3000, Razvojna agencija Savinjske regije - OSTALI	5	5	0	0	5	0	5	20
Koper, 6000, Regionalni center Koper - OSTALI	5	4	0	0	0	0	2	11
Pivka, 6257, RRA Zeleni kras d.o.o. - OSTALI	5	5	5	5	5	5	5	35

Tabela št.: 64
Rangiran vzorec VEM Spirit in razvojne (Ostali) po doseženem številu točk in oceni

ODLIČNO	V32	A11	V36	V46	V42	V19	V30	Rang /vsota točk/
<i>Pivka, 6257, RRA Zeleni kras d.o.o. - OSTALI</i>	5	5	5	5	5	5	5	35
Slovenske Konjice, 3210, Šolski center Sl.Konjice-Zreče	5	5	5	5	5	5	5	35
Šmarje pri Jelšah, 3240, Razvojna agencija Sotla	5	4	5	5	5	5	5	34
PRAV DOBRO								
Ajdovščina, 5270, Razvojna agencija ROD	5	5	5	0	5	5	5	30
Maribor, 2000, Ekonomski inštitut Maribor	0	5	5	5	5	5	5	30
Celje, 3000, Območna obrtna zbornica Celje	5	5	5	0	5	5	5	30
DOBRO								
Jesenice, 4270, Razvojna agencija Zgornje Gorenjske	5	4	5	5	5	0	5	29
Kočevje, 1330, Razvojni center Kočevje Ribnica d.o.o.	5	5	5	5	5	0	4	29
Nazarje, 3331, Savinjska območna razvojna agencija	5	4	5	0	5	5	5	29
Hrastnik, 1430, Obrtna zbornica Hrastnik	5	3	5	0	5	5	5	28
Tolmin, 5220, Posoški razvojni center Tolmin	5	3	5	0	5	5	4	27
Ptuj, 2250, Znanstveno raziskovalno središče Bistra Ptuj	5	3	5	5	5	0	2	25
ZADOSTNO								
Žalec, 3310, Razvojni center Savinja	5	4	5	0	5	0	5	24
Nova Gorica, 5000, Regionalna razvojna agencija Severne Primorske d.o.o.	5	5	5	0	5	0	4	24
Krško, 8270, Center za podjetništvo in turizem Krško	5	3	5	0	5	0	5	23
Novo mesto, 8000, Razvojni center Novo mesto d.o.o.	5	4	0	0	5	5	3	22
Moravske Toplice, 9226, Razvojna agencija Sinerija d.o.o. Martjanci	5	3	5	0	5	0	4	22

NEZADOSTNO

Celje, 3000, Razvojna agencija Savinjske regije - OSTALI	5	5	0	0	5	0	5	20
Sežana, 6210, Območna razvojna agencija Sežana	5	5	5	0	0	0	5	20
Idrija, 5280, Idrijsko-cerkljanska razvojna agencija Idrija	5	4	5	0	0	0	5	19
Škofja Loka, 4220, Razvojna agencija Sora d.o.o.	5	5	0	5	0	0	4	19
Dravograd, 2370, Koroška regionalna razvojna agencija - OSTALI	0	3	5	0	5	0	5	18
Zagorje ob Savi, 1410, Območna obrtna zbornica	5	3	0	0	5	0	4	17
Cirkulane, 2282, PRJ HALO, Lokalno pospeševalni center Haloze	5	4	5	0	0	0	3	17
Slovenska Bistrica, 2310, Razvojno informacijski center	5	5	0	0	0	0	5	15
Krško, 8270, Regionalna razvojna agencija Posavje - OSTALI	0	4	0	0	5	0	5	14
Slovenj Gradec, 2380, Podjetniški center Slovenj Gradec	5	1	0	5	0	0	3	14
Cerknica, 1380, Notranjski ekološki center Cerknica	0	5	0	5	0	0	4	14
Ravne na Koroškem, 2390, A.L.P. Peca d.o.o.	5	3	0	0	0	0	5	13
Koper, 6000, Regionalni center Koper - OSTALI	5	4	0	0	0	0	2	11
Litija, 1270, Razvojni center SRCA Slovenije	0	1	0	0	0	5	5	11
Kranj, 4000, BSC, Poslovno podporni center d.o.o.	0	3	0	0	0	0	4	7

Za ponazoritev še razlaga, kaj se dejansko skriva za posameznimi ocenami, torej kaj nam povedo številke pri tovrstni primerjavi.

Če težimo k odličnosti, potem to pomeni, da na nobenem od 7 vprašanj točka VEM ne sme biti ocenjena negativno.

V razred »prav dobro« so zdrsnile posamezne VEM točke zato, ker na primer lokacija ni bila dobro označena ali pa zato, ker svetovalci na delovni mizi niso imeli tablic z napisom imena in priimka.²⁴

V razredu dobro so se VEM točke znašle, ker so torej pri enem vprašanju že izgubile vse možne točke, poleg tega pa so izgubile še dodatne točke pri enem ali pri obeh od dveh vprašanj, in sicer: splošna ocena telefonske izkušnje in splošna ocena obiska info točke. To pomeni, da so imeli potencialni podjetniki samo v telefonski komunikaciji ali samo pri svetovanju v pisarni ali pa v obeh primerih nekaj pripomb, zaradi česar lokacija ni bila ocenjena z najvišjo možno oceno. Ko smo dodali še nekatere druge, po našem mnenju ključne dejavnike (torej lokacija, oznaka svetovalca in gradivo ter vtis ob vstopu v PPO²⁵) se je ocena temu primerno še znižala.

²⁴ Pri interpretaciji tega podatka se zadržujemo pri opciji ime in priimek na tablici, ki je postavljena na delovni mizi svetovalca, ker takšni primeri v praksi obstajajo, medtem ko nimamo nobenega primera, ko bi svetovalec imel pripeto oznako s kontaktnimi podatki.

²⁵ PPO kot kratico podporno podjetniško okolje

V razred zadostno so se uvrstile VEM točke, kjer so svetovalci pozabili opozoriti na dodatne storitve, niso imeli označb na delovni mizi, ob tem pa so nekaj dragocenih točk izgubili še pri oceni telefonskega in osebnega stika s potencialnim podjetnikom.

In v skupini nezadostno ocenjenih so se znašle VEM točke, ki v dosedanji celostni analizi niso izgledale porazno, še več, bile so tudi dobro ocenjene, vendar pa jim ob tem pristopu zmanjka več točk, ker njihove lokacije niso dobro označene, ker v prostoru za stranke ni gradiva, ker na mizi nimajo delovnih značk, ker so ljudje ocenili, da nimajo vtisa PPO ob vstopu v pisarno; in nekateri so ob tem pozabili še na dodatne storitve.

Tabela št. 65
Razvojne agencije kot del VEM Spirit in del skupine Ostali

ODLIČNO	V32	A11	V36	V46	V42	V19	V30	
<i>Pivka, 6257, RRA Zeleni kras d.o.o.</i>	5	5	5	5	5	5	5	35
<i>- OSTALI</i>	5	5	5	5	5	5	5	35
Slovenske Konjice, 3210, Šolski center Sl.Konjice-Zreče	5	4	5	5	5	5	5	34
Šmarje pri Jelšah, 3240, Razvojna agencija Sotla								
PRAV DOBRO								
Ajdovščina, 5270, Razvojna agencija ROD	5	5	5	0	5	5	5	30
DOBRO								
Jesenice, 4270, Razvojna agencija Zgornje Gorenjske	5	4	5	5	5	0	5	29
Kočevje, 1330, Razvojni center Kočevje Ribnica d.o.o.	5	5	5	5	5	0	4	29
Nazarje, 3331, Savinjska območna razvojna agencija	5	4	5	0	5	5	5	29
Tolmin, 5220, Posoški razvojni center Tolmin	5	3	5	0	5	5	4	27
ZADOSTNO								
Žalec, 3310, Razvojni center Savinja	5	4	5	0	5	0	5	24
Nova Gorica, 5000, Regionalna razvojna agencija Severne Primorske d.o.o.	5	5	5	0	5	0	4	24
Novo mesto, 8000, Razvojni center Novo mesto d.o.o.	5	4	0	0	5	5	3	22
Moravske Toplice, 9226, Razvojna agencija Sinerija d.o.o. Martjanci	5	3	5	0	5	0	4	22
NEZADOSTNO								
<i>Celje, 3000, Razvojna agencija Savinjske regije</i>	5	5	0	0	5	0	5	20
<i>- OSTALI</i>								
Sežana, 6210, Območna razvojna agencija Sežana	5	5	5	0	0	0	5	20
Idrija, 5280, Idrijsko-cerkljanska razvojna agencija Idrija	5	4	5	0	0	0	5	19
	5	5	0	5	0	0	4	19
Škofja Loka, 4220, Razvojna agencija Sora d.o.o.								
<i>Dravograd, 2370, Koroška regionalna razvojna agencija - OSTALI</i>	0	3	5	0	5	0	5	18
Slovenska Bistrica, 2310, Razvojno informacijski center	5	5	0	0	0	0	5	15
Krško, 8270, Regionalna razvojna agencija Posavje	0	4	0	0	5	0	5	14

	- OSTALI								
Koper, 6000, Regionalni center Koper	5	4	0	0	0	0	2	11	
	- OSTALI								
Litija, 1270, Razvojni center SRCA Slovenije	0	1	0	0	0	5	5	11	

Primerjava obravnavanih razvojnih agencij je na tem mestu verjetno najbolj realna znotraj celotne raziskave. Že uvodoma je bilo namreč pojasnjeno, da sta najbolj verodostojno primerljivi, glede na naravo statistične enote, ki se preučuje in tudi številčni vzorec dve skupini: VEM Spirit in VEM Obrtna. Čeprav so v prvi skupini tudi predstavnice 4 obrtnih zbornic, pa na celoten vzorec števila zbornic to ne vpliva bistveno. Drugače je pri razvojnih agencijah, ki so večinsko zastopane znotraj VEM Spirit, le nekaj pa jih je ostalo še izven, v skupini Ostalo. Ta tretja skupina tako skozi celotno raziskavo ni najbolj verodostojno primerljiva s prvima dvema v smislu čistosti razreda.

Glede razvojnih agencij lahko tako pri tej ocenjevalni lestvici opazimo, da so posamično kot sui generis ocenjene odlično in dobro tako znotraj enote VEM Spirit kot tudi znotraj enote Ostali. Prav tako pa opazimo, da so razvojne agencije izven VEM Spirit izredno slabo ocenjene po izbranih 7 parametrih. Na tem področju delovanja podpornega okolja je tako zagotovo še veliko priložnosti za izboljšave, ker se zdijo odkloni preveliki.

Zaključek

Kvalitativna raziskava Potencialni podjetnik in VEM točka je potekala od 23. maja 2016, dne podpisa pogodbe z javno agencijo SPIRIT (začetek priprav na podlagi dobljenega spiska statistične populacije) do oddaje zaključnega poročila 20. junija 2016.

Dejstva

Raziskava je telefonski del izkušnje potencialnega podjetnika na delu podpornega okolja, ki ga predstavljajo VEM točke, potekala na vzorcu celotne populacije, to je 107 izbranih lokacijah. Med samim telefonskim preverjanjem in dogovarjanjem za izvedbo obiska na VEM točki je iz nadaljnje obravnave iz različnih razlogov (npr. nedelovanje točke, zavrnitev obiska z navedbo nujnosti plačila za svetovanje, ipd.) odpadlo za nadaljnjo obravnavo 17 enot. Statistična populacija se je tako glede samega obiska, storitve svetovanje, komunikacijskih spretnosti svetovalca, prepoznavnosti VEM točke kot podporno podjetniškega okolja v nadaljevanju izvedla za preostalih 90 izbranih lokacij.

Med samim terenskim delom in obdelavo vprašalnikov so bili doseženi cilji raziskave, kar pomeni, da smo:

- 1) preverili učinkovitost VEM točk tudi za potencialne podjetnike in jo po segmentih znotraj 7 poglavij tudi predstavili, v okviru zaključka pa spoznanja v nadaljevanju tudi povzemamo;
- 2) rezultati raziskave so pokazali na katerih področjih bi glede na dejanske razmere na terenu bile potrebne korekcije v obstoječi strategiji izvajanja VEM točk v praksi;
- 3) rezultati so tudi potrdili upravičenost nekaterih neformalnih pripomb uporabnikov s terena, češ, da v smislu obsega neplačljivega svetovanja in dostopnosti storitev za dejanske in potencialne podjetnike obstajajo določena nihanja in odkloni, ki bi jih bilo treba odpraviti;

Osrednji cilj raziskave je torej izpolnjen, saj smo preverili kakšen obseg in kakovost storitve na VEM točkah na 107 preučevanih lokacijah dobi potencialni podjetnik najprej po telefonu in za tem v okviru zmanjšanega vzorca 90 enot tudi ob obisku. Celotno statistično populacijo smo razdelili v tri primerljive enote VEM Obrtna (62 enot), VEM Spirit (29 enot) in Ostali (16 enot). VEM Spirit je po strukturi najbolj raznorodna statistična skupina, ker so točke tako iz zasebnih podjetij, razvojnih agencij kot tudi obrtnih zbornic in inštitutov. Skupno jim je, da vsem tem 29 zagotavlja brezplačno svetovanje dejanskim in potencialnim podjetnikom agencija Spirit. Na željo naročnika so pri ključnih odgovorih ločeno predstavljeni še kazalci za razvojne agencije, ki so zajete tako znotraj razreda VEM Spirit kot tudi v razredu Ostali (kamor smo uvrstili tudi druge zbornice in ustanove, ki ne sodijo v prva dva razreda). Vendar njihova uvrstitev v tabelarnih prikazih ni namenjena neposredni primerjavi z omenjenimi tremi razredi.

Ugotovitve

1. V telefonskem kontaktu s potencialnimi podjetniki smo zaznali več odklonov, ki bi jih bilo treba z dodatnim usposabljanjem odpraviti ali zmanjšati na najmanjšo možno mero.

Preverili smo čas odzivnosti svetovalca VEM točke na telefonski klic in ugotovili, da jih 42,06% odgovori na telefonski klic takoj, 34,58% pa po treh signalih. Osredotočili smo se na preostali delež odgovorov, ki so nakazovali dvojno prakso: ali so se na telefonski klic odzvali zelo pozno, tudi po pol minute čakanja ali pa odziva ni bilo. Na podlagi vsebinske analize odgovorov v delu »drugo« smo ugotovili, da imamo dejansko v 17 primerih opravka s slabo prakso odzivnosti, v 3 primerih pa so potencialni podjetniki dobili vrnjen klic svetovalca. Primerjalno med preučevanimi enotami ugotavljamo, da je bil najvišji delež takojšnjega odziva po telefonu pri svetovalcih skupine VEM Spirit.

Na področju telefonske komunikacije je pred svetovalci VEM točk še kar nekaj izzivov, kar potrjuje tudi statistika na podlagi obravnavanega vprašalnika. Le 27,10% od vseh 107 klicanih svetovalcev jih je potencialnega podjetnika le 29 vprašalo, kako mu lahko pomagajo, torej kakšno storitev lahko opravijo zanj.

Na vprašanje, če vam je svetovalec že med telefonskim pogovorom ponudil kakšen nasvet je pozitivno odgovorilo le 20,58% vprašanih, kar pomeni, da na 85 točkah prvega stika s potencialnim podjetnikom svetovalci niso izkoristili za to, da bi mu karkoli svetovali še pred sestankom. Vsebinska analiza je pokazala, da dejansko ni bilo posredovanih 22 nasvetov (kot nasvet namreč ne moremo šteti pojasnilo, da VEM točka pri njih ne deluje in naj se potencialni podjetnik obrne na drugo ustanovo), temveč zgolj 17 dejanskih nasvetov.

Odstotek je torej realno še nižji in lahko govorimo le o 15,55% VEM enot, kjer so že po telefonu svetovali stranki. Sama struktura teh nasvetov pa kaže, da je bila glavnina vendarle že usmerjena k reševanju konkretnega strankinega podjetniškega izziva, dobra tretjina nasvetov pa je bila glede na vsebino dejansko namenjena obojestranski pripravi na sestanek.

Pri telefonski komunikaciji se je celovito predstavilo le 27 od skupaj 107 ali 25,23% svetovalcev. Pomanjkljiva predstavitev po telefonu je bila med potencialnimi podjetniki v večjih delih raziskave omenjena kot zelo moteč dejavnik, saj bi želeli vedeti s kom (po imenu in priimku) se pogovarjajo. Ugotovili smo, da je ključni problem pri nepopolnem predstavljanju (ustanova, kraj VEM točke, ime in priimek svetovalca) v tem, da svetovalci znotraj ustanov, kjer deluje info točka opravljajo več funkcij. Prav način predstavitve svetovalca po telefonu pa vpliva tudi na samo prepoznavnost institucije kot je VEM točka, saj ta v okviru drugih delujočih ustanov dejansko v prvem stiku s potencialnim podjetnikom v telefonski komunikaciji ne pride do izraza.

Kar se tiče poslovne telefonske komunikacije, kjer 80% vtisa ustvari prav ton glasu, smo spraševali po zaznani slabi volji na eni in prijaznosti na drugi strani. Rezultati kažejo, da je 13 od skupaj 107 potencialnih podjetnikov imelo izkušnjo s slabo

razpoloženim svetovalcem, medtem ko jih je bila polovica oziroma natančneje 49,53% ali 53 prepoznanih kot prijaznih in 36,45% ali 39 kot zelo prijaznih. Problem nastane torej pri dobrih 14% ali 15 primerih, ki so bili ocenjeni kot zelo neprijazni (8) ali neprijazni (7). Besedilna analiza je med drugim pokazala, da je bila zaznava neprijaznosti že na ravni nesramnosti ponavadi povezana s pojasnili svetovalca, češ, da je svetovanje brezplačno le za njihove člane. Prijaznost svetovalcev smo primerjali tudi med statističnimi enotami in ugotovili, da v skupini VEM Spirit med svetovalci prevladujeta oceni prijazen in zelo prijazen.

Na lestvici prijaznosti od 1 do najvišje 4 pa so si slednjo, torej zelo prijazen praviloma prislužili tisti svetovalci, ki so se pri dogovarjanju za termin sestanka skušali glede izbire dneva in ure čim bolj prilagoditi željam in potrebam potencialnega podjetnika. In odstotek pri vprašanju, če se vam je svetovalac skušal prilagoditi pri izbiri termina je spodbuden, kar 71 ali 66,36% od vseh se je obnašalo poslovno in se kličoči stranki skušalo čimbolj prilagoditi oziroma z njo vljudno uskladiti za obe strani sprejemljiv datum izvedbe sestanka na sedežu VEM točke.

Pri ocenjevanju telefonske komunikacije smo potencialne podjetnike povprašali tudi po tem, kaj jim je ostalo v prijetnem in kaj v slabem spominu. Na prva tri mesta negativne lestvice so se po vsebinski analizi odgovorov uvrstili pojmi: neodzivnost po telefonu, neprijaznost, neprimerna predstavitev. Prva tri mesta pozitivne lestvice pa so zasedli pojmi: prijaznost svetovalca, pripravljenost pomagati, prilagajanje pri izbiri termina sestanka.

Glede na visok odsotek negativnega odgovora na vprašanje, če se je svetovalac ob koncu telefonskega pogovora zahvalil za klic pa ugotavljamo, da bo nekaj osvežitve osnovnega bontona poslovne telefonske komunikacije koristila kar veliki večini, saj so na to »malenkost« pozabili v 68 primerih oziroma 63,55% svetovalcev.

Celotno telefonsko izkušnjo z VEM točko so potencialni podjetniki na koncu še ocenili s šolsko oceno od 1 do 5 in poprečna ocena za vse enote skupaj znaša 3,44. Ob samih statističnih kazalcih pa smo ob preverjanju vnosa podatkov v vprašalnik v telefonskem stiku s potencialnimi podjetniki zaznali precejšnjo mero opažanja, češ, da kar nekaj svetovalcev dojema telefonski klic kot vznemirjenje, kot »nebodigatreba«, ne pa kot sestavni del svetovalnega dela.

2. Pri interpersonalni komunikaciji ob obisku VEM točke obstajajo primeri odličnega ravnanja, a tudi nedopustni spodrsjlaji.

Komunikacija iz oči v oči oziroma interpersonalna komunikacija ima nekatere druge zakonitosti kot komunikacija po telefonu. Preučevali smo zaznavo potencialnega podjetnika o ravnanju svetovalca od takrat, ko je vstopil v pisarno VEM točke do odhoda in seveda celotno fazo svetovanja vmes.

Na ravni tokrat že zoženega vzorca, torej 90 enot, ki so jih potencialni podjetniki obiskali, ugotavljamo, da s pozdravom ob prihodu in vzpostavljanjem očesnega stika svetovalci nimajo pretiranih težav. V obeh primerih so pravilno ravnali kar v več kot 93%, pri čemer seveda ne smemo pozabiti, da so potencialni podjetniki glede obeh ravnanj imeli slabo izkušnjo v 6 primerih ali 6,67%. Pri povabilu stranki naj se usede

so rezultati že slabši, saj takšnega vabila ni izreklo kar 18 oziroma 20% svetovalcev. Pri zahvali ob koncu obiska na VEM točki pa je poprečje še slabše, saj je na čarobno besedo »hvala, ker ste prišli« pozabilo kar 38 oziroma 42,22% svetovalcev.

Samo obnašanje in komunikacijsko ravnanje svetovalca pa seveda vpliva tudi na samo kakovost izvajanja storitve. Sem spada zagotovo vprašanje, ali je svetovalec takoj prekinil delo, ki ga je opravljal, ko je v pisarno stopil potencialni podjetnik. Kar 74 od skupaj 90 svetovalcev se takšno ravnanje že zdi samoumevno, medtem ko to ne bi mogli trditi za vprašanje: »Kako vam lahko pomagam?«. S takšnim nagovorom lahko dokaj uspešno »prebijemo led«, ko v pisarno vstopi nekdo, ki se v svet podjetništva šele podaja in mu je morda težavno oblikovati že vprašanje, ki bi bilo relevantno, ker morda tematike ne pozna dovolj dobro. Le 57 ali 63,33% svetovalcev je to vprašanje zastavilo, medtem ko je bilo 33 ali 36,67% takšnih, ki so nemo počakali, da stranka sama pove, zakaj je prišla.

Globlje preidemo na področje izvajanja same storitve svetovanja z vprašanjem, če je svetovalec potencialnemu podjetniku ponudil še kakšne druge storitve. In rezultat ni spodbuden, kajti manj kot polovica ali 41,67% svetovalcev se je med samim svetovanjem in tik pred odhodom potencialnega podjetnika spomnila, da mu razen odgovorov na zastavljena vprašanja vendarle ponudi še kakšne druge rešitve, ga napoti na druge ustanove, kontaktne osebe, ipd. V vsebinski analizi smo pri tem segmentu ugotovili, da je več kot četrtina teh svetovalcev povabila potencialne podjetnike naj jih kontaktirajo za dodatne nasvete, če jih bodo potrebovali, za tem so jih napotili še na ogled eVEM portala, izrazili so tudi pripravljenost za pomoč pri pripravi poslovnih načrtov, nekateri pa so priložnost brezplačnega članstva izkoristili tudi za poudarjanje prednosti članstva v obrtni zbornici.

Poleg dodatnih storitev je potencialne podjetnike zanimalo tudi gradivo, in to v različnih oblikah. Več kot polovica ali kar 56,67% jih ni prejelo nobenega gradiva v širšem pomenu besede, kar pomeni, da niso prejeli brošur, prav tako jim svetovalec ni natisnil kakšne pomembne informacije prek tiskalnika in prav tako jim dodatnega pojasnila ali podatka npr. ni posredoval na e-naslov. Vse te vidike je treba namreč upoštevati, ko govorimo o gradivu za potencialne podjetnike, kamor seveda že dolgo ne sodi več le tiskana različica informacij v obliki brošur. Čeprav pa je, kot smo s korelacijsko analizo tudi ugotovili, prav navzočnost gradiva na VEM točkah ena ključnih pomanjkljivosti na katero so opozarjali mnogi potencialni podjetniki. Kar je še bolj pomembno, prav odsotnost natisnjenega gradiva (brošure, letaki, plakati na temo podjetništva) je vplivala na to, da VEM točke niso zaznali kot posebno podporno podjetniško okolje temveč kot še eno do pisarn.

Vsebinska analiza strukture gradiva, ki so ga svetovalci posredovali potencialnim podjetnikom pa kaže, da obstaja pri tem zelo raznolika praksa in je predvsem stvar zainteresiranosti, angažiranosti in sposobnosti zaznave, kaj bi lahko koristilo stranki in kaže na odsotnost strategije in navodil, kakšen obseg in katero vrsto osnovnega in dodatnega gradiva naj bi potencialni podjetnik na VEM točki vendarle prejel.

3. Storitev svetovanja je odvisna tako od komunikacijskih veščin kot od znanja in izkušenosti svetovalca.

Potencialni podjetniki so se glede na scenarij raziskave odpravili na VEM točko z različnimi podjetniškimi izzivi. Zanimale so jih tako temeljne prednosti in slabosti pri sami izbiri in delovanju ter registraciji oblik podjetij in samozaposlitve kot tudi zapletenejša vprašanja, ki terjajo od svetovalca več znanj in tudi nekaj praktičnih izkušenj. Dejstvo namreč je, da svetovanje potencialnemu podjetniku, torej nekemu, ki se v svet podjetništva na trg šele podaja nikakor ne more biti isto kot svetovanje že obstoječemu podjetniku ali obrtniku. Zato ne preseneča, da so mnogi opozorili na potrebo po več praktičnih primerih in bolj nazorni predstavitvi pojmov in prednosti ter slabosti izbranih podjetniških rešitev.

Sicer pa odstotek zadovoljstva s ponujenimi rešitvami na celotnem vzorcu ni slab, kar na 67 VEM točkah ali skupaj 74,44% so svetovalci zadostili pričakovanjem potencialnih podjetnikov. Toda v kvalitativni raziskavi, kjer šteje čisto vsaka stranka, smo se vprašali zakaj ni bilo zadovoljnih 23 oziroma dobra četrtina ali 25,56% potencialnih podjetnikov.

Vsebinska analiza nam je razkrila, da se za omenjenimi številkami skrivajo naslednja dejstva: kar 15 oziroma 65,21% od skupine 23 preučevanih nezadovoljnih potencialnih podjetnikov je imelo pripombe na kakovost dela svetovalca, in to predvsem zaradi nezadostnega obsega informacij ali ne dovolj dobrega pojasnjevanja pojmov in sklepov. Za tem jih je 5 oziroma 21,73% zmotil sam nastop svetovalca, pri čemer so očitki leteli predvsem na račun nezadostnega poznavanja področja svetovanja, zožitev svetovanja zgolj na odgovore na zastavljena vprašanja, pa tudi negotovost in zmedenost nekaterih svetovalcev sta bila omenjena moteča dejavnika. Tretja, manjša skupina razlogov pa ni povezana z neposrednim delom ali nastopom svetovalca.

Stopnjo zadovoljstva s svetovanjem smo preverjali še z enim vprašanjem, in sicer, ali menite, da bi vam moral svetovalec ponuditi še kakšne dodatne informacije. In malo več kot četrtina, približno enako kot pri prejšnjem vprašanju, je menila, da bi potrebovali še dodatne informacije. Vsebinska analiza je razkrila, da so imeli pri tem v mislih predvsem bolj konkretne, na njihov problem vezane informacije ter pojasnila, na drugem mestu je bila želja po več dodatnega gradiva, na tretjem pa so imeli pripombe glede same točnosti posredovanih informacij.

Ko smo potencialne podjetnike povprašali, kaj jim je bilo všeč ob obisku VEM točke se je na prvo mesto vnovič uvrstil svetovalec osebno, torej od njegovega dela je kar v 71,25% odvisen končni vtis stranke. Šele na drugem mestu po tej analizi prejetih odgovorov pride z 11,25% sama vsebina svetovanja. In na katere ključne besede bi morali biti pri svojem delu s potencialnimi podjetniki svetovalci na VEM točkah še posebej pozorni? Prijaznost je visoko na prvem mestu in odstopa od vseh preostalih, ki so približno na enaki stopnji pomembnosti: empatija ali sposobnost uživanja v problem podjetnika, proaktivnost ali zavzetost svetovalca, da pomaga rešiti problem in za tem sama razlaga, aktivno spraševanje, ponujena pomoč tudi v prihodnje.

Na negativni lestvici splošnega vtisa »motilo me je« najvišje kotira odsotnost empatije, za tem so na enaki stopnji pomembnosti na račun svetovalca še: premalo znanja, premalo informacij, odsotnost odprtih vprašanj.

Poprečna ocena obiska VEM točke je višja od telefonske izkušnje in znaša za celotno populacijo 4,13. Najnižjo poprečno oceno od treh skupin je dobila VEM Obrtna 3,94, na drugem mestu je skupina Ostali z oceno 4,33 in na prvem mestu je skupina VEM Spirit z 4,42. Standardni odklon poprečnih ocen je 0,18.

Primerjave med enotami smo predstavili tudi grafično, v vsebinski analizi pa nas je zanimalo na podlagi katerih argumentov so potencialni podjetniki izbirali šolske ocene. Zanimiva je interpretacija pri oceni dobro, ko je razvidna velika vloga svetovalca. V primeru, da se je ta trudil, a vendarle vsebine ni podajal dovolj poglobljeno, zanimivo je bil ocenjen enako kot v primeru, ko na samo vsebino ni bilo pripomb, a so podjetniki zaznali, da se svetovalec ni trudil, ker je imel »premalo znanja, se ni vživel v problem, je med pogovorom brskal po računalniku, zaključil pogovor, ko se je njemu zdelo, da je povedal dovolj...«.

Pri odlični oceni, ki jo je prejelo kar 50% od vseh svetovalcev ali 45 od skupaj 90 ocenjevanih je prevladalo spoznanje potencialnega podjetnika, da svetovalec odlično obvlada svoj posel. To pomeni, da je poiskal konkretne odgovore na njegova vprašanja in obenem informacije ter podatke tudi primerno, na njemu razumljiv in dostopen način, torej ob upoštevanju njegovega zaznanega predznanja in informiranosti, tudi posredoval.

4. Analiza komunikacijskih spretnosti svetovalcev pokaže največ rezervi pri odprtih vprašanjih, empatiji in tudi prepričljivosti.

Zanimali so nas ključni pojmi po katerih lahko presojamo spretnost sogovornika pri interpersonalni komunikaciji. To so: sposobnost poslušanja, zastavljanje odprtih vprašanj, način govora (neustrezen/ustrezen glede na hitrost in razumljivost), empatija in prepričljivost.

Najmanj težav, a še vedno dovolj odprtega prostora za izboljšave smo zaznali pri poslušanju. Kar 76% odličnih in 15% prav dobrih ocen namreč kaže, da se bo moralo »boljše poslušati« naučiti 9% svetovalcev. Standardni odklon kaže, da je nekoliko manj večjih poslušanja znotraj skupine VEM Obrtna.

Postavljanje odprtih vprašanj svetovalcem ne gre najbolje od rok, čeprav je to edini način, da v pogovoru ugotovimo, kaj stranka pravzaprav želi, kar nam zaprti tip vprašanj z odgovori »da« ali »ne« seveda ne omogoča v zadostni meri. Skrb zbuja 13% tistih svetovalcev, ki stranki niso zastavili niti enega odprtega vprašanja, kar potem v besedilnih analizah beremo v obliki očitkov, češ »samo skopo je odgovarjal na moja vprašanja, sam ni spraševal, to ni bilo svetovanje«.

Izračunane srednje vrednosti in standardni odklon kažejo, da je bilo najmanj težav zaznanih pri samem načinu govora, torej bi lahko rekli, da velika večina svetovalcev odgovore posreduje dovolj počasi, na razumljiv način.

Empatija ali sposobnost vživljanja v vlogo potencialnega podjetnika kaže, da gre za najslabše ocenjeno vrednost znotraj komunikacijske analize. Poprečje na lestvici od 1- brez empatije, 3 – srednja in 5- zelo visoka stopnja empatije znaša 3,80.

Povedano drugače to pomeni, da na podlagi besedilne analize na 9 lokacijah ali 10% VEM točk potencialni podjetniki niso imeli občutka, da se je svetovallec vživel v njihov položaj, občutek, da so se v zadevo potencialnega podjetnika vživali srednje dobro pa je zabeležen na 34% VEM točk. Tudi empatija je pri komunikacijskem usposabljanju za svetovalce na VEM točkah torej izziv, toliko bolj, ko imajo opravka z bolj občutljivi strankami, kar potencialni podjetniki, praviloma brez podjetniških izkušenj in širokega spektra znanj, tudi so. Morda naštevanje osnovnih dejstev ali pojasnjevanje pojmov, ki so že obstoječim podjetnikom in obrtnikom del njihovega poslovnega vsakdana ta skupina naslovnikov pričakuje na drugačen način.

Pika na i ob koncu sporočila, ki ga svetovallec posreduje naslovniku pa je seveda stopnja prepričljivosti. Torej, ali je svetovallec s svojim pristopom in argumenti, znanjem in izkušnjami uspel prepričati potencialnega podjetnika ali pa je ta VEM točko zapustil poln dvomov glede tega, kar je videl in slišal.

Čeprav je bilo 62% svetovalcev po kazalcih sodeč prepričljivih, pa obstaja priložnost za izboljšanje tako z vidika komunikacijskega nastopa kot samega podajanja vsebine za 8% tistih, pri katerih ni bilo zaznane prav nobene prepričljivosti. Dodatna znanja in spretnosti pa ne bi škodila niti 30% svetovalcem, za katere so potencialni podjetniki ocenili, da so jih srednje dobro prepričali s posredovano vsebino in pristopom.

5. Potrebna je boljša označenost lokacij in več gradiva za večjo prepoznavnost VEM točk.

V tem poglavju smo najprej preverjali lokacijo in označenost samih VEM točk in ugotovili, da v 24 primerih ali 26,67% lokacija stavbe, kjer se nahaja svetovalna pisarna za potencialne podjetnike ni dobro označena. V vsebinski analizi tudi razkrivamo na katerih lokacijah v Sloveniji so imeli potencialni podjetniki največ težav. Nekoliko manj, in sicer v 19 primerih, kar je 21,11% delež glede na 90 VEM točk pa so potencialni podjetniki opozorili tudi na pomanjkljive označbe samih pisarn znotraj stavb.

Glede samega vidika urejenosti, tako stavbe pred vhodom, kjer se nahaja VEM točka kot same pisarne ni večjih pripomb, je pa zato kot odklon zaznan problem označb samih svetovalcev. Če smo namreč pri telefonski komunikaciji ugotavljali, da se svetovalci neradi predstavijo z imenom in priimkom, pa pri obisku » v živo« vidimo, da osebnih brošk z napisom dejansko nima nihče, so pa potencialni podjetniki zaznali, da imajo v 21 primerih svetovalci napise z imenom in priimkom na svojih delovnih mizah.

V delu o prepoznavnosti VEM točke skrb zbuja podatek, da kar v 22 primerih oziroma skoraj v četrtini ali 24,44% svetovalci niso imeli občutka, da se sploh nahajajo v podporno podjetniškem okolju. Vsebinska analiza nam je razkrila, da jih kar 12 od teh, kar je 63,66% tako misli zato, ker v prostoru za stranke niso zaznali nobenega gradiva, ki bi bilo namenjeno podjetnikom ali večji prepoznavnosti VEM točke

(plakati, led zasloni, letaki, brošure, ipd.). Korelacijska analiza z visoko vrednostjo Pearsonovega koeficienta pa prikazuje pozitivno korelacijo ravno med tema dvema spremenljivkama, in sicer več gradiva v dojemljanju potencialnih podjetnikov pomeni tudi več podporno podjetniškega okolja in ne zgolj zavedanje, da »gre pač za eno pisarno«.

6. Med vtisi in predlogi tudi o potrebnosti VEM točk.

Z besedno zvezo »splošni vtis« smo zajeli celotno izkušnjo, ki jo je imel potencialni podjetnik od iskanja lokacije stavbe, kjer je pisarna, do vstopa vanjo, sprejema pri svetovalcu tako v komunikacijskem kot storitvenem smislu, zaključek obiska s pridobitvijo dodatnih nasvetov in gradiva ter primerno slovo. Ker smo večino odgovorov na vprašanje, kaj bi lahko bilo boljše oziroma kaj je bilo moteče analizirali že znotraj tematsko zajetih poglavij (npr. gradivo, sprejem, pisarna, lokacija) se v tem delu osredotočamo na ključno vprašanje: »Zakaj potrebujemo VEM točko?«.

Odgovor smo zastavili odprto in torej nismo merili zaprtega tipa v smislu, ali jo potrebujemo oziroma ali je ne potrebujemo. Zanimali so nas argumenti, ki smo jih tudi izluščili z vsebinsko analizo. Pri tem zaznavamo dva zanimiva pomisleka pri potencialnih podjetnikih. Eden je ta, da se je nekaterim nasploh zdela VEM točka potrebna, vendar pa sami niso bili zadovoljni z izkušnjo obiska in so zapisali, da je »koristen obstoj VEM točke, če na njej deluje izkušen svetovalec, sicer pa ne.«. Spet drugi pa so bili sicer zelo navdušeni nad izkušnjo obiska, a so vendarle nakazali prepričanje, da je mogoče to, kar so sicer izvedeli od zelo prijaznega in angažiranega svetovalca najti samostojno na svetovnem spletu. In v tem smislu zapisali na primer, da »tistim, ki se dovolj znajdejo na spletu takšna točka ni potrebna; čeprav pa je njen obstoj vendarle koristen za vse, ki bi si želeli odgovore in še kakšno izkušnjo slišati v živo«.

Ključno sporočilo zagovornikov VEM točk je, da kot potencialni podjetnik vendarle pridobiš koristne in brezplačne informacije preden sprejmeš pomembno odločitev o vstopu v svet podjetništva. Med predlogi je tudi namig, da bi morali obstoj točk bolj promovirati med mladimi.

Najbolj zgovoren argument, s katerim lahko povzamemo razmisleke proti obstoju VEM točk pa je, da je takšna točka lahko koristna le, če potencialni podjetnik točno ve, kaj lahko od nje pričakuje, seveda brezplačno, in tudi, da svetovalec pozna obseg svojega dela, kar se tiče osnovnih in morebitnih dodatnih storitev, ki naj bi jih nudil stranki. S tem so potencialni podjetniki opozorili tudi na zaznane odklone, torej omenjanje plačil za svetovanje, pomanjkanje gradiva, »konkurenčnost« VEM točk na Ajpesu in upravnih enotah in potrebno razmejitev pravil, ko točke delujejo znotraj ustanov, katerih delovanje je odvisno od članarin in dela na trgu. Torej VEM točke ne bi smele biti ali postati vir pridobivanja novih članov in nudenja plačljivih storitev posameznikom, ki se v podjetništvo šele podajajo.

SWOT ANALIZA - VEM danes in jutri**Ohranitev PREDNOSTI****Odprava SLABOSTI**

DOSEGLJIVOST
VEM TOČK
PO TELEFONU

POPRAVITI ODZIVNOST

Načini: uvedba brezplačne številke 080 za VEM točke, prevezava na mobilne aparate svetovalcev, če ti niso v pisarni, ampak na terenu; uvedba posebne telefonske številke ali telefonskega aparata z odzivnikom, da se lahko nesprejet klic vrne;

DOLOČITI ZLATI STANDARD PREDSTAVITVE

Način: Ob tehnični zagotovitvi posebne številke bi bila mogoča enostavnejša predstavitev: VEM točka, kraj, ime in priimek svetovalca

DOLOČITI TELEFONSKI NASVET KOT ZLATI STANDARD

Način: telefonska komunikacija svetovalca naj izpolnjuje dva cilja: prvič, da čim več izve o stranki in njenih potrebah z namenom priprave obeh na sestanek in drugič, da stranki nekatere osnovne napotke, nasvete posreduje že pred sestankom, ki bo tako lahko bolj kakovostno svetovalen in manj povezan z naštevanjem določenih registracijskih opravil;

DOSEGLJIVOST
VEM TOČK
PO SPLETU

PREVERITI DELOVANJE OMREŽJA

Nekateri potencialni podjetniki so opozorili na izkušnjo, da se med sestankom na VEM točki svetovalec ni mogel povezati s portalom eVEM, ker ta ni deloval.

DOSEGLJIVOST
VEM TOČK
V INFO PISARNAH

KOMUNIKACIJSKO USPOSABLJANJE SVETOVALCEV

Področja: sprejem stranke, način komunikacije, od poslušanja, empatije, odprtih vprašanj do prepričljivosti;

ZAGOTOVITEV GRADIVA

Določitev nabora temeljnega, osnovnega gradiva, s katerim naj bodo enakomerno in enakovredno založene vse VEM točke in zagotovitev sprotnega informiranja svetovalcev o vseh za potencialne podjetnike pomembnih dogodkih (razpisi, finančne spodbude, ipd.); informativna seznanitev svetovalcev glede vseh obstoječih in sproti glede vseh novo nastajajočih virov informacij za potencialne podjetnike;

DOLOČITI ZLATI STANDARD ZA OSNOVNE IN DODATNE STORITVE

Ob vstopu na VEM točko mora potencialni podjetnik vedeti kakšne osnovne in dodatne brezplačne storitve lahko pričakuje, svetovalec pa mora imeti tudi znan nabor teh storitev in biti primerno usposobljen za posredovanje vsebin in znanj, ki so predmet svetovanja;

DOLOČITI KRATKOROČNO, SREDNJEROČNO IN DOLGOROČNO

STRATEGIJO VEČJE PREPOZNAVNOSTI VEM točk

Kratkoročno: tisk plakatov in nalepk za oznake pisarn VEM točk

Srednjeročno: dogovor z lokalnimi skupnostmi in izvajalci glede ureditve usmerjevalnih tabel in signalizacijskega sistema do lokacije objektov, kjer VEM točke delujejo;

Dolgoročno: marketinško-piarovska promocija VEM točk za širšo javnost

Izkoristiti PRILOŽNOSTI**Preprečiti NEVARNOSTI****ZNANJE SVETOVALCEV****ZMEDENOST ZARADI ISTOIMENSKIH TOČK NA DRUGIH USTANOVAH**

Med splošno javnostjo na terenu je vse večja stopnja zavedanja, da se gre registrirat podjetje na VEM Ajpes (upravna enota).

UVELJAVLJENE VEM TOČKE**DVOM V DOVOLJ ŠIROKO, VSESTRANSKO USPOSOBLJENOST SVETOVALCEV**

Zgolj naštevanje postopkov za ustanovitev podjetij in temeljnih informacij o razlikah med s.p. in d.o.o. se da nadomestiti z drugimi viri informacij, treba je upravičiti drugo vsebino, ki jo VEM točke s svetovalci nudijo potencialnim podjetnikom /del marketinško-piarovske promocije VEM/

ZVODENELOST VEM TOČK

Nujno je treba s pravilniki in drugimi akti zavezati izvajalce k jasno preverljivemu naboru brezplačnih storitev, ki jih izvajajo pod blagovno znamko VEM.

ZLORABA VEM TOČK

Glede na to, da ustanove, kjer delujejo VEM točke izvajajo druge storitve, ta svetovalna dejavnost pa je ena izmed mnogih, obstaja realna in v javnosti ter med raziskavo zaznana nevarnost, da se sestanki lahko izkoristijo predvsem za novačenje članstva ali izvajanje plačljivih storitev znotraj podjetja.

Priloga: Spisek obravnavanih VEM točk

VEM SPIRIT (29)	
1	Kranj, 4000, BSC, Poslovno podporni center Kranj d.o.o.
2	Zagorje ob Savi, 1410, Območna obrtna zbornica
3	4220, Škofja Loka, Razvojna agencija Sora d.o.o.
4	Slovenske Konjice, 3210, Šolski center Slovenske Konjice - Zreče
5	Šmarje pri Jelšah, 3240, Razvojna agencija Sotla
6	Krško, 8270, Center za podjetništvo in turizem Krško
7	Hrastnik, 1430, Obrtna zbornica Hrastnik
8	Trbovlje, 1420, Obrtna zbornica Trbovlje
9	Cirkulane, 2282, PRJ HALO, Lokalno pospeševalni center Haloze
10	Slovenska Bistrica, 2310, Razvojno informacijski center Slovenska Bistrica
11	Celje, 3000, Območna obrtna zbornica Celje
12	Ravne na Koroškem, 2390, A.L.P. Peca
13	Slovenj Gradec, 2380, Podjetniški center Slovenj Gradec
14	Nazarje, 3331, Savinjska območna razvojna agencija
15	Cerknica, 1380, Notranjski ekološki center Cerknica
16	Maribor, 2000, Ekonomski inštitut Maribor
17	Ljubljana, 1000, DATA, poslovne storitve d.o.o.
18	Jesenice, 4270, Razvojna agencija Zgornje Gorenjske
19	Novo mesto, 8000, Razvojni center novo mesto d.o.o.
20	Moravske Toplice, 9226, Razvojna agencija Sinergija d.o.o. Martjanci
21	Nova Gorica, 5000, Regionalna razvojna agencija Severne Primorske d.o.o.
22	Litija, 1270, Razvojni center SRCA Slovenije
23	Kočevje, 1330, Razvojni center Kočevje Ribnica d.o.o.
24	Idrija, 5280, Idrijsko-cerkljanska razvojna agencija Idrija
25	Ajdovščina, 5270, Razvojna agencija ROD
26	Tolmin, 5220, Posoški razvojni center Tolmin
27	Sežana, 6210, Območna razvojna agencija Sežana
28	Ptuj, 2250, Znanstveno raziskovalno središče Bistra Ptuj
29	Žalec, 3310, Razvojni center Savinja
VEM Obrtna (62)	
1	Idrija, 5280, Območna obrtna zbornica Idrija
2	Koper, 6000, Območna obrtno podjetniška zbornica Koper
3	Sevnica, 8290, Območna obrtna zbornica Sevnica
4	Kranj, 4000, Območna zbornica za Gorenjsko Kranj
5	Domžale, 1230, Območna obrtna zbornica Domžale
6	Vrhnika, 1360, Območna obrtna zbornica Vrhnika
7	Kamnik, 1241, Območna obrtna zbornica Kamnik
8	Šmarje pri Jelšah, 3240, Območna obrtna zbornica Šmarje pri Jelšah
9	Velenje, 3320, Območna obrtna zbornica Velenje
10	Brežice, 8250, Območna obrtno-podjetniška zbornica Brežice
11	Krško, 8270, Območna zbornica
12	Ormož, 2270, Obrtna zbornica Ormož
13	Lenart, 2230, Območna obrtna zbornica Lenart
14	Slovenska Bistrica, 2310, Obrtna zbornica Slovenska Bistrica
15	Ptuj, 2250, Območna obrtna zbornica Ptuj
16	Mozirje, 3330, Območna obrtna zbornica Mozirje
17	Maribor, 2000, Območna obrtna zbornica Maribor
18	Ljubljana Šiška, 1000, Območna obrtna zbornica Šiška
19	Ruše, 2342, Območna obrtna zbornica Ruše

- 20 Slovenske Konjice, 3210, Območna obrtna zbornica Slovenske Konjice
- 21 Slovenj Gradec, 2380, Območna obrtna zbornica Slovenj Gradec
- 22 Ravne na Koroškem, 2390, Območna obrtna zbornica Ravne na Koroškem
- 23 Kranj, 4000, Območna obrtna zbornica
- 24 Pesnica pri Mariboru, 2211, Območna obrtna zbornica Pesnica pri Mariboru
- 25 Dravograd, 2370, Območna zbornica Koroške Dravograd
- 26 2370, Dravograd, Obrtna zbornica Dravograd
- 27 Radlje ob Dravi, 2360, Območna obrtna zbornica Radlje ob Dravi
- 28 Metlika, 8330/Območna obrtna zbornica Metlika
- 29 Ljubljana, 1000, Območna obrtna zbornica Ljubljana Vič
- 30 Tržič, 4290, Obrtno podjetniška zbornica Tržič
- 31 Radovljica, 4240, Območna obrtna zbornica Radovljica
- 32 Jesenice, 4270, Območna obrtna zbornica Jesenice
- 33 Črnomelj, 8340, Območna obrtna zbornica Črnomelj
- 34 Nova Gorica, 5000, Območna obrtna zbornica Nova Gorica
- 35 Postojna, 6230, Obrtna zbornica Postojne
- 36 Novo mesto, 8000, Območna obrtna zbornica Novo mesto
- 37 Trebnje, 8210, Območna obrtna zbornica Trebnje
- 38 Ljubljana Moste Polje, 1000, Območna obrtna zbornica Moste-Polje
- 39 Ljubljana Bežigrad, 1000, Območna obrtna zbornica Ljubljana Bežigrad
- 40 Ilirska Bistrica, 6250, Območna obrtna zbornica Ilirska Bistrica
- 41 Murska Sobota, 9000, Območna obrtna zbornica Murska Sobota
- 42 Grosuplje, 1290, Območna obrtna zbornica Grosuplje
- 43 Šentjur, 3230, Območna obrtna zbornica Šentjur
- 44 Cerknica, 1350, Območna obrtna zbornica Cerknica
- 45 Gornja Radgona, 9250, Območna obrtna zbornica Gornja Radgona
- 46 Ribnica, 1310, Obrtna območna zbornica Ribnica
- 47 Kočevje, 1330, Območna obrtna zbornica Kočevje
- 48 Ljutomer, 9240, Območna obrtna zbornica
- 49 Ljubljana, 1000, Podjetniška trgovska zbornica*
- 50 Logatec, 1370, Območna obrtna zbornica Logatec
- 51 Ajdovščina, 5270, Območna obrtna zbornica Ajdovščina
- 52 Krško, 8270, Območna obrtna zbornica
- 53 Tolmin, 5220, Območna obrtna zbornica
- 54 Žalec, 3310, Obrtna zbornica Žalec
- 55 Sežana, 6210, Območna obrtna trgovina
- 56 Laško, 3270, Območna obrtna zbornica Laško
- 57 Ljubljana Center, 1000, Območna obrtna zbornica Ljubljana Center
- 58 Lendava, 9220, Območna obrtna zbornica Lendava
- 59 Škofja Loka, 4220, Območna obrtna zbornica Škofja Loka
- 60 Izola, 6310, Območna obrtna zbornica
- 61 Piran, 6320, Območna obrtna zbornica Piran
- 62 LITIJA, 1270, Območna obrtna zbornica Litija

OSTALI (16)

- 1 Velenje, 3320, Šaleško gospodarska zbornica, samostojna regionalna zbornica
- 2 Krško, 8270, Regionalna razvojna agencija Posavje
- 3 Dravograd, 2370, Koroška regionalna razvojna agencija
- 4 Celje, 3000, Razvojna agencija Savinjske regije
- 5 Zagorje ob Savi, 1410, Razvojni center Zasavje
- 6 Celje, 3000, Regionalna gospodarska zbornica Celje
- 7 Maribor, 2000, Mariborska razvojna agencija
- 8 Novo mesto, 8000, GZ Dolenjske in Bele krajine, samostojna regionalna zbornica
- 9 Murska Sobota, 9000, Pomurska gospodarska zbornica, samostojna regionalna zbornica

- | | |
|----|---|
| 10 | Koper, 6000, Regionalni razvojni center Koper |
| 11 | Ljubljana, 1000, Regionalna razvojna agencija |
| 12 | Koper, 6000, Primorska gospodarska zbornica |
| 13 | Postojna, 6230, Gospodarska zbornica Postojna |
| 14 | Pivka, 6257, RRA Zeleni kras d.o.o. |
| 15 | Maribor, 2000, Štajerska gospodarska zbornica Maribor |
| 16 | Nova Gorica, 5000, Gospodarska zbornica Slovenije |

* Spisek je povzet iz aplikacije za vnos vprašalnikov glede na datum vnosa podatkov.