



Indija - kako najti kupce?

Znan slovenski poslovnež, ki večino časa preživi na poslovnih poteh po prekomorskih državah, mi je pred 10 leti, ko smo Slovenci ponovno začeli odkrivati potenciale hitro rastočih prekomorskih gospodarstev, na poti v Peking z nasmeškom na obrazu zaupal, da se počuti domače kjerkoli na svetu, da le lahko zavije v bližnji Starbucks. In prav Starbucks je letošnje leto najavil resno namero po postavitvi svojih prvih prodajaln v Indiji, po indijskih zakonodaji z obvezno kapitalsko povezavo z lokalnim partnerjem, v tem primeru delom korporacije Tata.

Indijsko povpraševanje po tujih industrijskih izdelkih in izdelkih končne potrošnje je v nenehnem vzponu in se krepi na račun zdrave in zložne rasti indijske industrijske proizvodnje ter rasti kupne moči milijardnega, mladega in dinamičnega potrošniškega trga. Indija bo v novem petletnem planu gospodarskega razvoja, ki bo začel veljati aprila 2012, podvojila znesek, namenjen razvoju infrastrukturnih projektov (v katerih lahko sodelujejo tudi tuja podjetja), na bilijon ameriških dolarjev. V liberalnejše dele Indije množično prihajajo neposredni tuji investitorji, na primer iz avtomobilske industrije, z namenom oskrbe lokalnega in regionalnih trgov.

V prejšnji številki smo začeli z osnovo - teoretičnimi pripravami na maraton, ki naj bi vodile do začrtanega obsega poslov na indijskem trgu. Predlagam, da se danes lotimo pregleda možnosti neposrednega navezovanja izbranih poslovnih stikov, ki jih ponuja GZS-jevski CEMP (Center za mednarodno poslovanje).

Glede na to, da je CEMP zaradi dolgoletne, dnevne, neposredne vpletenosti v identifikacijo poslovnih priložnosti za slovenska podjetja v Indiji

in obratno primarno vozlišče poslovnih kontaktov na teritorijih obeh držav in celo širše in hkrati relativno dobro pozna omejen nabor proizvodnih in prodajnih aktivnosti slovenskega gospodarstva, marsikdaj poskrbimo za pred-selekcijo pri vzpostavitvi prvega stika med potencialnima klientoma. Kaj, kdaj in kako se klienta med seboj dogovorita o poslu, če se, je stvar neposrednega odnosa med strankama, nas zanima predvsem povratna informacija, ali je sodelovanje korektno, da vemo, kako z obravnavanimi kontakti ravnati v prihodnje.

Aktualne poslovne/investicijske poizvedbe po slovenskih proizvodih in storitvah objavljamo na GZS portalu Indija 2011 – 2013, ki obsega:

- povpraševanja,
- sodelovanja v skupnih projektih,
- javna naročila.

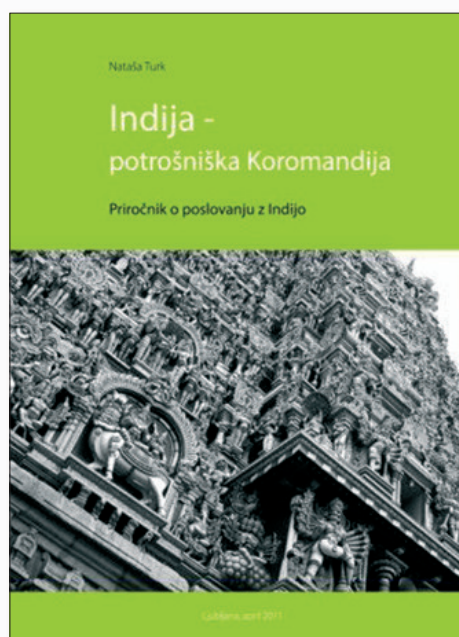
Slovenske poslovneže, uveljavljene na mednarodnih trgih, ki želijo postati del izbrane skupine vozlišča poslovnih kontaktov za Indijo, vabimo, da svoj interes sporočijo preko e-pošte na: natasata.turk@gzs.si.



Trenutno je v naboru aktualnih povpraševanj fokus na zelenih tehnologijah – podrobneje fotovoltaika, distribucija energije / pametna omrežja, biomasa / gorivne celice / skladiščenje energije, energetska učinkovitost / zeleni objekti, ravnanje s trdimi odpadki, zrak, voda in odpadne vode, biologija; sledijo orodja in čistilne naprave. Povpraševanja dopolnjujemo sproti, tako da vabljeni k večkratnemu ogledu portala.

Identifikacija projektov javno-zasebnega partnerstva za področje izgradnje indijske letališke, izobraževalne, zdravstvene, luške, energetske, železniške, cestne in turistične infrastrukture je mogoča preko portala [PPP India Database](#), ki uporabniku nudi možnost pregleda projektov, bodisi v izvedbeni, bodisi ponudbeni fazi ter eksplicitno navaja kontakte javnega in zasebnega investitorja.

Aktualna [javna naročila](#) na zvezni in državni ravni, v subjektih v javni lasti, bankah in ostalih institucijah so objavljena na [državnem portalu](#), medtem ko se javna naročila na ravni posameznih subjektov objavljajo na različnih spletnih straneh, od [centralne banke](#) do različnih pooblaščenih [komercialnih bank](#).



[Več o priročniku](#)



Poslovno srečanje v organizaciji GZS v Chennaiu decembra 2010.

Vse lepo in prav, do kontaktov potencialnih kupcev ali pogodbenih partnerjev smo prišli, tudi s pomočjo GZS-jevskega CEMP-a, pa vendarle je danes, tako kot nekdaj, še vedno treba vzeti pot pod nogo in se odpraviti v Indijo Koromandijo, kamor drvi cel svet in kjer se bodo mnogi počutili še bolj domače ob Starbucksovi kavi.

Med neštetimi argumenti, zakaj v Indijo, pa še to. Ste vedeli, da se izbrani slovenski proizvodi prodajajo tudi po pet krat višji ceni, kot v povprečju to dela globalna konkurenca v Indiji, in da je še danes marsikdaj aktualno omeniti prijateljstva voditeljev držav in nosilcev gibanja neuvrščene, ki nas razlikuje od svetovnega povprečja? Toda, to je že druga zgodba, za naslednjo številko.

Ste vedeli?

Indijski maharadža Dharampurja je bil eden prvih eminentnih gostov, ki so si Postojnsko jamo ogledali, z novim jamskim vlakom leta 1924.

Kontakt:

Nataša Turk, mag. posl. ved

Center za mednarodno poslovanje pri GZS

T: 01/5898 152

E-pošta: natasa.turk@gzs.si