

---

## SADRŽAJ

### Na početku... | 5

### I. ANALIZA REZULTATA ISTRAŽIVANJA | 7

Drago Čengić, Ružica Butigan:	Uvodno: čemu ovo istraživanje?   9
Drago Čengić:	Vlasnici, menadžeri i proizvodnja post-kriznih strategija   19
Ružica Butigan:	Marketing, poduzeća i strategije uspješnosti u vrijeme gospodarske krize   39
Nada Kerovec:	Kriza, tržište rada i ne/zaposlenost: europska i hrvatska perspektiva   57
Saša Poljanec Borić:	Regulacija, kriza i poduzeća: treba li računati na pomoć države?   73

### II. ZAKLJUČNE NAPOMENE | 91

Drago Čengić:	Kriza i poduzeća: neke poruke za nove strategije djelovanja poslovne i političke elite   93
---------------	--

### III. ZUSAMMENFASSUNGEN | 99

### IV. DODATCI | 105

* Temeljni rezultati istraživanja   107
* Marketinške strategije: kvalitativna analiza   119
* Anketni upitnik   121
* Zahvala   125

---