

Poduzeća i kriza 2011. – Temeljni podatci istraživanja (tablični pregled, N = 371)

I. VLASNIK / MENADŽER I PODUZEĆE

Tablica 1. **Raspodjela poduzeća prema regionalnoj pripadnosti (%)**

1. Zagrebačka županija	31,3
2. ostale županije	68,7

Tablica 2. **Pravni / institucionalni oblik sadašnjeg poduzeća (%)**

1. društvo s ograničenom odgovornošću	92,7
2. dioničko društvo	7,3

Tablica 3. **Godina osnivanja poduzeća (%)**

1. prije 1990. godine	21,6
2. od 1991. do 1995.	39,1
3. 1995. godine i kasnije	35,6

Tablica 4. **Sadašnja funkcija ispitanika u anketiranim poduzećima (%)**

1. predsjednik uprave/ direktor poduzeća	85,7
2. direktor/rukovoditelj sektora	14,3

Tablica 5. **Spolna struktura ispitanika (%)**

1. muškarci	82,7
2. žene	17,3

Tablica 6. **Dobna struktura ispitanika (%)**

1. od 24 do 35 godina	15,6
2. od 36 do 45 godina	23,7
3. od 46 do 55 godina	32,1
4. od 56 do 65 godina	24,8
5. 66 godina i više	3,8

Tablica 7. **Raspodjela ispitanika prema radnome stažu (%)**

1. od 1 do 10 godina	12,1
2. od 11 do 20 godina	21,3
3. od 21 do 30 godina	32,6
4. 31 i više godina	34,0

Tablica 8. **Raspodjela ispitanika prema godinama službe na rukovodećim položajima (%)**

1. od 1 do 3 godine	13,2
2. od 4 do 10 godina	24,3
3. od 11 do 20 godina	34,5
4. od 21 do 30 godina	23,7
5. 31 i više godina	4,3

* **Uvodna napomena:** Zbrojevi postotaka mogu biti niži od 100 jer dio ispitanika nije odgovorio na sva pitanja iz anketnog upitnika.

Tablica 9. **Raspodjela ispitanika prema godinama rada u sadašnjem poduzeću (%)**

1. od 1 do 3 godine	11,3
2. od 4 do 10 godina	31,8
3. od 11 do 20 godina	46,1
4. od 21 do 43 godine	10,8

Tablica 10. **Raspodjela ispitanika prema godinama službe na rukovodećim položajima u sadašnjem poduzeću (%)**

1. od 1 do 3 godine	22,6
2. od 4 do 10 godina	34,5
3. od 11 do 20 godina	39,6
4. od 21 na više	3,2

Tablica 11. **Raspodjela poduzeća prema broju zaposlenih radnika 31.12. 2010. godine (%)**

1. od 1 do 10 radnika	33,4
2. od 11 do 50 radnika	41,5
3. od 51 do 250 radnika	18,9
4. 251 radnik i više	6,2

Tablica 12. **Raspodjela poduzeća prema broju žena među ukupno zaposlenim radnicima 31.12. 2010. godine (%)**

1. od 1 do 5 radnica	72,8
2. od 6 do 10 radnica	8,9
3. od 11 do 50 radnica	13,5
4. 51 radnica i više	4,9

Tablica 13. **Raspodjela ispitanika prema mjestima službe prije zapošljavanja u sadašnjem poduzeću (%)**

1. sadašnje poduzeće /tvrtka	41,5
2. privatno poduzeće /tvrtka	38,0
3. državno / javno poduzeće	13,2
4. drugi tipovi službe/ institucija	7,3

Tablica 14. **Raspodjela ispitanika prema tipu vlasništva u poduzeću zaposlenja (%)**

1. jedini vlasnik poduzeća	43,1
2. nije jedini vlasnik, ali ima kontrolni vlasnički paket	18,3
3. nije vlasnik, ima u vlasništvu manji dio dionica / udjela poduzeća	11,3
4. ovdje radi samo kao menadžer, nije su/vlasnik poduzeća	23,2

Tablica 15. **Raspodjela ispitanika prema tipu manjinskoga vlasništva u poduzeću zaposlenja (%)**

1. većinski vlasnici poduzeća su pojedinačni/obiteljski vlasnici iz Hrvatske	25,3
2. vlasnici poduzeća su drugi tipovi vlasnika (menadžeri poduzeća, država, poduzeća iz Hrvatske, inozemna poduzeća)	14,6
3. ispitanik je jedini / većinski vlasnik poduzeća	60,1

Tablica 16. **Raspodjela poduzeća prema broju zaposlenih radnika 31.12. 2005. godine (%)**

1. od 1 do 10 radnika	45,8
2. od 11 do 50 radnika	33,7
3. od 51 do 250 radnika	14,8
4. 251 radnik i više	5,7

Tablica 17. **Raspodjela poduzeća prema broju žena među ukupno zaposlenim radnicima 31.12. 2010. godine (%)**

1. od 1 do 5 radnica	74,9
2. od 6 do 10 radnica	7,8
3. od 11 do 50 radnica	12,4
4. 51 radnica i više	4,9

Tablica 18. **Raspodjela poduzeća prema broju zaposlenih radnika 31.12. 2008. godine (%)**

1. od 1 do 10 radnika	36,9
2. od 11 do 50 radnika	39,6
3. od 51 do 250 radnika	17,0
4. 251 radnik i više	6,5

Tablica 19. **Raspodjela poduzeća prema broju žena među ukupno zaposlenim radnicima 31.12. 2008. godine (%)**

1. od 1 do 5 radnica	71,4
2. od 6 do 10 radnica	8,1
3. od 11 do 50 radnica	15,1
4. 51 radnica i više	5,4

Tablica 20. **Raspodjela ispitanika prema tipu završenoga obrazovanja (%)**

1. srednja škola (gimnazija, tehnička/ industrijska i druge)	31,3
2. viša škola (različitih profila)	19,1
3. ekonomski fakultet	13,7
4. fakultet elektro/tehničkih znanosti	21,6
6. neki drugi fakultet/ vrste visokoga obrazovanja	12,4

Tablica 21. **Struktura ispitanika prema njihovome zanimanju krajem 1988. godine (%)**

1. poljoprivrednik, radnik ili obrtnik	23,2
2. stručnjak / službenik višeg ili visokog obrazovanja	15,6
3. rukovodilac različitih profila u gospodarstvu	28,3
4. bio/bila je na školovanju / nije radio/la	32,9

Tablica 22. **Mišljenja ispitanika o budućnosti poduzeća kao obiteljskoga poduzetništva (%)**

1. ovaj posao će nastaviti sin / kći	42,0
2. ovaj posao će nastaviti netko drugi od članova obitelji	12,1
3. zaposlit će profesionalnoga menadžera za vođenje posla u budućnosti	5,7
4. kada ne bude mogao više raditi, posao će prodati / zatvoriti	6,5
5. ne zna što će biti u budućnosti, ovdje radi samo kao menadžer	24,3
6. nešto drugo	9,4

Tablica 23. **Raspodjela poduzeća prema ključnim gospodarskim granama (%)**

1. metalna i metaloprerađivačka industrija	65,0
2. drvna i drvoprerađivačka industrija	24,3
3. bez jasnog određenja djelatnosti	10,8

II. KRIZA I PODUZEĆE

Tablica 24. **Raspodjela poduzeća prema vremenskom utjecaju ekonomske krize na poslovanje poduzeća (%)**

1. kriza je počela utjecati na poslovanje 2008. godine	28,3
2. kriza je počela utjecati na poslovanje 2009. godine	46,1
3. kriza je počela utjecati na poslovanje u prvoj polovici 2010. godine	18,3
4. nisu bili posebno pogođeni ekonomskom krizom	7,3

Tablica 25. **Raspodjela poduzeća prema tipu financijske zaduženosti prema bankama/financijskim institucijama zbog planiranih poslovnih ulaganja uoči izbijanja ekonomske krize (%)**

1. niska financijska zaduženost	52,3
2. srednja financijska zaduženost	38,5
3. visoka financijska zaduženost	9,2

Tablica 26. **Percepcija utjecaja prvog vala ekonomske krize na poslovanje poduzeća (%)**

Aspekti poslovanja	Način utjecaja ekonomske krize						
	<i>Izrazito negativno</i>	1	2	3	4	5	<i>Izrazito pozitivno</i>
1. visina prihoda / dobit	25,1	39,4	27,5	6,2	1,1		
2. udio na domaćem tržištu	12,9	31,3	39,9	10,2	3,0		
3. platežna sposobnost / likvidnost	19,9	35,3	33,2	8,1	2,2		
4. udio na stranome tržištu	27,2	22,9	30,7	7,0	4,0		
5. kreditna / financijska zaduženost	17,8	25,9	43,9	5,1	5,4		
6. uvjeti nabave	13,7	27,5	41,5	12,9	3,2		
7. dostupnost novih kredita / novca	29,6	25,3	34,5	5,9	3,0		
8. konkurentna pozicija na tržištu	9,4	25,6	47,2	12,9	3,8		
9. cijena proizvoda	11,9	28,0	42,0	12,4	4,9		
10. kvaliteta proizvoda	1,3	3,8	40,4	30,5	22,6		
11. ulaganja u poduzeće / projekte	24,5	21,3	33,2	12,1	6,5		
12. ulaganja u istraživanje i razvoj	28,8	22,1	31,0	11,6	5,4		
13. naplata za isporučene proizvode	34,2	29,6	24,3	8,6	1,9		

Napomena: Ispitanici su utjecaj ekonomske krize na poslovanje poduzeća ocjenjivali uz pomoć ocjena od 1 do 5, pri čemu brojke znače sljedeće: 1= izrazito negativno, 2= donekle negativno, 3= ni negativno ni pozitivno, 4= donekle pozitivno, 5= izrazito pozitivno!

Tablica 27. **Poslovne mjere poduzete radi stabilizacije poslovanja poduzeća na početku ekonomske krize (%)**

Poslovna mjera	Stupanj primjene		
	1	2	3
1. smanjivanje svih troškova poslovanja	5,9	46,6	46,6
2. traganje za novim kupcima na domaćem tržištu	15,1	35,6	48,5
3. zatvaranje pogona / smanjenje proizvodnje	52,6	34,2	9,7
4. smanjivanje cijena ulaznih troškova	12,7	54,7	31,0
5. traganje za novim kupcima na stranome tržištu	26,1	25,1	46,9
6. otpuštanje radnika zaposlenih na određeno vrijeme	50,7	27,8	18,1
7. usmjeravanje na glavne poslove (core business)	24,3	43,4	28,8
8. pronalaženje novih obrtnih/kreditnih sredstava	43,1	33,4	20,2
9. otpuštanje stalno zaposlenih radnika	65,8	20,5	11,6
10. bolje planiranje poslovanja	10,5	38,3	46,9

Napomena: Ispitanici su stupanj poduzimanja određenih poslovnih mjera ocjenjivali uz pomoć ljestvice od 1 do 3, pri čemu brojke u ljestvici za ocjenu mjera znače sljedeće: : 1) ne, gotovo ništa, 2 = donekle, u određenoj mjeri, 3 = izrazito, u velikoj mjeri!

Tablica 28. **Percepcija razloga otpuštanja radnika od strane poslodavaca (%)**

1. otpuštaju ih iz drugih razloga, a ne zbog ekonomske krize	10,8
2. donekle ih otpuštaju i zbog ekonomske krize	58,5
3. otpuštaju ih samo zbog ekonomske krize	29,6

Tablica 29. **Raspodjela poduzeća prema tipu radne snage koju zapošljavaju (%)**

Tip radnika	Stupanj zastupljenosti u poduzeću		
	Ne	Donekle	Izrazito
1. NKV i PKV radnici	50,1	35,3	13,7
2. VKV radnici sa srednjom školom	11,6	36,9	50,9
3. radnici sa završenom višom školom	46,4	44,7	7,5
4. radnici s fakultetskom naobrazbom	41,5	39,9	18,1

Tablica 30. **Percepcija ostvarenja pojedinih poslovnih ciljeva u posljednjih godinu dana radi jačanja tržišnoga položaja poduzeća (%)**

Poslovni cilj	Ocjena stupnja ostvarenja				
	1	2	3	4	5
1. povećanje proizvodnje	6,5	13,2	14,0	31,8	32,9
2. povećanje prodaje temeljem tržišnoga vodstva	11,1	12,4	26,7	27,8	19,1
3. očuvanje sadašnjeg tržišnoga udjela	1,9	4,6	19,7	28,8	43,7
4. smanjenje cijene proizvoda radi prednosti na tržištu	9,4	14,3	23,7	31,3	19,7
5. poboljšavanje osobina proizvoda radi posebnih zahtjeva kupaca	3,5	5,1	16,7	28,8	44,7
6. usmjerenost na segmente kupaca prema posebnoj kvaliteti proizvoda	5,1	4,0	19,1	30,5	39,4
7. stvaranje poslovnih saveza s poduzećima u zemlji	30,7	14,0	22,6	17,5	11,9
8. usmjerenost na segmente kupaca prema posebnoj cijeni proizvoda	17,0	10,2	29,4	24,0	17,8
9. razvoj posve novih proizvoda	15,6	11,6	18,3	25,9	27,2
10. veći prodor na stranome tržištu	22,4	9,4	14,6	20,8	31,5
11. uvođenje nove tehnologije i opreme	15,9	12,9	21,3	21,8	27,2

12. temeljito restrukturiranje poduzeća	22,9	17,5	27,2	18,1	12,4
13. ulaganje u tržišne marke/ brandiranje proizvoda	35,6	14,3	25,6	13,2	8,4
14. veće širenje tržišta u zemlji	17,8	14,8	21,0	27,0	17,8
15. stvaranje poslovnih saveza s poduzećima u inozemstvu radi novih tržišta	39,6	11,6	16,7	17,3	12,9
16. promjena vlasničke strukture poduzeća	74,4	5,7	10,5	3,8	4,3
17. preuzimanja drugih poduzeća u zemlji	84,4	4,0	7,5	1,3	1,1
18. zapošljavanje novih menadžera	67,1	8,6	12,4	7,5	2,4
19. preuzimanja drugih poduzeća u inozemstvu	84,1	4,3	7,0	0,8	1,3
20. veće korištenje državnih potpora/subvencija	39,1	16,4	17,5	16,2	8,9
21. veće korištenje sredstava iz EU-fondova	59,3	10,8	12,4	9,2	5,9

Napomena: Ispitanici su stupanj ostvarenja pojedinih poslovnih ciljeva ocjenjivali uz pomoć ljestvice od 1 do 5, pri čemu brojke znače sljedeće: 1 = uopće se ne radi na tome, 2 = ne radi se na tome, 3 = niti se ne radi niti se radi, 4 = radi se na tome, i 5 = izrazito se radi na tome.

Tablica 31. **Ocjena poslovanja od 2008. do 2010. godine u odnosu na ključne konkurente u industrijskoj grani (%)**

Dimenzije poslovanja	Kakvoća poslovanja u odnosu na konkurenciju						
	Znatno lošiji	1	2	3	4	5	Znatno bolji
1. reagiranje na nove prijetnje na tržištu		1,3	9,4	46,6	30,7	9,4	
2. razvoj nove primjene postojećih proizvoda		2,4	6,7	46,9	30,7	10,5	
3. osvajanje / otvaranje novih tržišta		3,8	7,8	46,9	28,3	9,7	
4. prilagodba proizvoda promjenljivim potrebama potrošača		1,1	5,7	32,6	39,4	18,6	
5. pružanje stvarne vrijednosti potrošačima		1,1	5,1	27,8	43,1	19,9	
6. prilagodba marketinške strategije promjenama u poslovnom okruženju		5,4	11,9	46,4	25,3	8,6	

Napomena: Kakvoća poslovanja ocjenjivala se uz pomoć ljestvice od 1 do 5, pri čemu brojke ocjenjivačke ljestvice znače: 1 = znatno lošiji od konkurencije, 2 = uglavnom lošiji, 3 = niti lošiji, niti bolji, 4 = uglavnom bolji, 5 = znatno bolji od konkurencije!

Tablica 32. **Ocjena Vladinih anti-kriznih mjera (za obrtna sredstva – model A, za jamstvene kvote – model B) kao sredstava za savladavanja teškoća u poslovanju (%)**

1. nisu nam uopće pomogle / za nas su one nevažne	75,7
2. donekle / izrazito su nam pomogle	8,1
3. uopće ne znamo što je to /nešto drugo	16,2

Tablica 33. **Utjecaj sadašnje ekonomske krize na rukovođenje poduzećem (%)**

1. sada je sve usmjereno na kontrolu troškova, planiranje i kontrolu planiranoga	39,1
2. sada je sve usmjereno na potragu za novim kupcima / tržištima	43,7
3. sada je sve usmjereno na brandiranje proizvoda i marketing	10,5
4. sada je sve usmjereno na kvalitetne ljude i njihove sposobnosti	6,7

III. PODUZEĆE, TRŽIŠTE I INSTITUCIJE

Tablica 34. **Raspodjela poduzeća prema tipu najčešćih kupaca njihovih proizvoda/usluga (%)**

1. potrošači robe široke potrošnje	14,6
2. potrošači posebnih ili usko profiliranih proizvoda	81,4

Tablica 35. **Raspodjela poduzeća prema ukupnom prihodu poduzeća u 2010. godini u kunama (%)**

1. do 1.000.000,00	12,4
2. 1.000.001,00 do 5.000.000,00	26,1
3. 5.000.001,00 do 10.000.000,00	12,1
4. 10.000.001,00 do 20.000.000,00	14,3
5. 20.000.001 do 50.000.000,00	10,5
6. 50.000.001 do 2.660.882.701,00	12,9
7. bez podataka	11,6

Tablica 36. **Raspodjela poduzeća prema zastupljenosti prodaje na različitim tipovima tržišta (%)**

Tip tržišta	Postotna zastupljenost toga tržišta u ukupnoj prodaji			
	1. do 25%	2. 26-50%	3. 51-75%	4. 76-100%
1. lokalna sredina i/ili županija	62,5	13,2	8,6	15,6
2. nekoliko okolnih županija	79,0	14,0	3,8	3,2
3. ostatak zemlje / cijela zemlja	59,6	20,2	9,4	10,8
4. inozemstvo	61,7	13,7	7,0	17,5

Tablica 37. **Raspodjela poduzeća prema visini prihoda iz 2010. godine u odnosu na prihod u 2008. godini (%)**

1. prihod iz 2010. bio je značajno niži	46,4
2. prihod iz 2010. bio je donekle niži	19,9
3. prihod iz 2010. ostao je (približno) isti	12,4
4. prihod iz 2010. bio je donekle viši	13,5
5. prihod iz 2010. bio je značajno viši	7,8

Tablica 38. **Raspodjela poduzeća prema postotnoj zastupljenosti pojedinih tipova tržišta u ukupnome prihodu poduzeća u posljednje dvije (2) godine (%)**

Tip tržišta	Postotna zastupljenost tržišta u ukupnome prihodu			
	1. do 25%	2. 26-50%	3. 51-75%	4. 76-100%
1. domaće tržište	18,3	9,7	12,7	59,3
2. inozemno tržište	60,6	14,3	8,1	17,0

Tablica 39. **Raspodjela poduzeća prema visini prihoda sa inozemnoga tržišta iz 2010. godine u odnosu na prihod iz inozemstva u 2008. godini (%)**

1. prihod iz 2010. bio je značajno niži	18,6
2. prihod iz 2010. bio je donekle niži	12,7
3. prihod iz 2010. ostao je (približno) isti	14,8
4. prihod iz 2010. bio je donekle viši	10,0
5. prihod iz 2010. bio je značajno viši	9,4

Tablica 40. **Raspodjela poduzeća prema broju osnovanih ili kupljenih stranih poduzeća u inozemstvu u zadnje tri godine radi širenja izvoznih poslova (%)**

1. bez osnovanih i/ili kupljenih poduzeća u inozemstvu	59,6
2. s jednim (1) osnovanim/kupljenim poduzećem u inozemstvu	3,8
3. s dva (2) osnovana /kupljena poduzeća u inozemstvu	2,7
4. s četiri (4) osnovana /kupljena poduzeća u inozemstvu	0,3
5. bez odgovora	33,7

Tablica 41. **Procjena konkurencije na glavnim tržištima (%)**

1. nema prave konkurencije	1,9
2. konkurencija je donekle prisutna	33,2
3. konkurencija je vrlo izražena	65,0

Tablica 42. **Procjena utjecaja pojedinih elemenata tržišnog položaja na ukupnu tržišnu moć ključnih konkurenata poduzeća (%)**

Elementi tržišnog položaja	Utjecaj na tržišnu moć konkurencije		
	1	2	3
1. cijena proizvoda	4,6	31,3	56,9
2. ključna obilježja proizvoda	15,4	49,3	25,6
3. načini/obilježja distribucije	27,8	50,4	11,9
4. načini/obilježja oglašavanja	34,5	42,9	12,7
5. proizvodne sposobnosti	11,9	42,0	36,9
6. tehnološke sposobnosti	10,5	41,8	38,8
7. rukovodno-upravljačke sposobnosti	14,8	51,2	24,3
8. financijska moć poduzeća	10,2	34,0	46,9
9. politička moć poduzeća	36,7	22,9	31,8
10. subvencije i zaštita države	34,2	27,2	26,7

Napomena: Ispitanici su ocjenjivali uz pomoć ocjena od 1 do 3, koje znače: 1 = bez utjecaja, 2 = s određenim utjecajem, 3 = sa izrazitim utjecajem

Tablica 43. **Najvažnija inozemna tržišta u posljednje tri godine (%)**

1. posluju samo u RH / uglavnom ne izvoze	35,6
2. neka od zemalja bivše Jugoslavije	24,3
3. neka od europskih zemalja	24,0
4. Rusija, SAD i druge zemlje	16,2

Tablica 44. **Iznos prosječne neto plaće radnika u prosincu 2010. godine u kunama (%)**

1. od 2.000,00 do 3.000,00	20,8
2. od 3.001,00 do 4.000,00	30,7
3. od 4.001,00 do 5.000,00	22,9
4. od 5.001,00 do 15.000,00	19,7

Tablica 45. **Odnos prosječne mjesečne neto plaće u 2010. godini u odnosu na prosinac 2008. godine (%)**

1. bila je nešto niža	19,1
2. bila je značajno niža	11,6
3. ostala je ista	32,1
4. bila je nešto viša	33,2
5. bila je značajno viša	2,4

 Tablica 46. **Razlozi smanjivanja broja zaposlenih radnika i u 2011. godini (%)**

1. stari poslovni partneri su propali ili su veze s njima prekinute	2,2
2. ne uspijevaju naplatiti potraživanja od poslovnih partnera/ države/javnih poduzeća	8,4
3. nemaju nove proizvode za tržište/ ne uspijevaju otvoriti nova tržišta/ kriza rukovođenja	8,4
4. neće smanjivati broj zaposlenih / uzimat će nove radnike	81,1

 Tablica 47. **Percepcija najjačih konkurenata - prema tipovima obrta/poduzeća (%)**

1. mali i srednji obrti/poduzeća	46,6
2. velika domaća poduzeća	16,7
3. velika međunarodna / transnacionalna poduzeća	28,8
4. netko drugi	7,8

 Tablica 48. **Postojanje prakse isplate tzv. trinaeste plaće / božićnice radnicima u posljednje tri (3) godine (%)**

Godine	2008.	2009.	2010.
1. ne	30,7	35,8	42,3
2. da	67,9	62,5	55,3

 Tablica 49. **Procjena kretanja broja radnika 2011. godine u odnosu na broj zaposlenih krajem 2010. godine (%)**

Dominantni trend	Kvantitativni pokazatelji			
	0. bez odgovora	1. do 5 radnika	2. 6 do 15 radnika	3. 16 i više radnika
1. broj zaposlenih će se povećati	70,6	20,5	4,3	4,6
2. broj zaposlenih će se smanjiti	84,9	9,4	3,2	2,4

 Tablica 50. **Procjena vlastite marketinške učinkovitosti u odnosu na konkurenciju (%)**

Dimenzije marketinga	Znatno 1 2 3 4 5					Znatno bolji
	lošiji					
1. ključna obilježja proizvoda (kvaliteta, pouzdanost, inovativnost)	1,6	4,0	35,6	35,0	17,3	
2. korištenje strategije visokih cijena	6,2	14,6	55,5	13,2	1,3	
3. korištenje strategije niskih cijena	5,9	13,2	57,1	12,4	3,0	
4. korištenje cjenovne diferencijacije prema proizvodima	3,5	7,3	56,3	21,3	3,2	
5. korištenje cjenovne diferencijacije prema potrošačima	3,2	8,4	56,9	18,6	4,0	
6. korištenje cjenovne diferencijacije prema količini ili sezoni	6,5	9,7	53,1	18,1	3,8	
7. pogodni uvjeti plaćanja (olakšice pri plaćanju, dulje razdoblje kreditiranja)	7,5	11,6	41,0	27,5	4,3	
8. distribucija (točnost isporuke, troškovna efikasnost)	2,7	4,0	27,5	32,9	25,1	
9. oglašavanje (prikladan izbor medija, prikladan izbor sadržaja poruke)	13,7	15,4	44,5	14,8	3,2	

Napomena: Ispitanici su ocjenjivali vlastitu marketinšku učinkovitost u odnosu na konkurenciju uz pomoć brojčanih ocjena od 1 do 5, pri čemu brojke ocjenjivačke ljestvice znače: 1 = znatno lošiji od konkurencije, 2 = uglavnom lošiji, 3= niti slabiji, niti bolji, 4 = uglavnom bolji, 5 = znatno bolji od konkurencije!

Tablica 51. **Mislite li da bi država morala pomagati razvoj vašeg poduzeća? (%)**

1. da	74,9
2. ne	22,1

Tablica 52. **Percepcija najprimjerenije vrste pomoći od strane države (%)**

1. jednokratni bespovratni novčani državni poticaji	28,3
2. višekratni državni financijski poticaji koji kompenziraju neke tržišne nesavršenosti	15,4
3. izvozni poticaji	26,4
4. nešto drugo (bankovne garancije, savjetodavne usluge, itd.)	29,9

Tablica 53. **Praksa kontakata/suradnje s državnim tijelima u vezi s unapređenjem poslovanja u razdoblju 2009. – 2010. godine (%)**

1. da, bilo je kontakata/suradnje s tijelima lokalne samouprave	19,1
2. da, bilo je kontakata/suradnje s tijelima državne uprave	19,7
3. ne, nije bilo kontakata/ suradnje s tijelima državne uprave	67,4

Tablica 54. **Percepcija rada tijela lokalne samouprave zaduženih za gospodarstvo (%)**

1. ne rade ništa	35,0
2. rade malo	27,0
3. rade prosječno	15,9
4. rade vrlo dobro	4,3
5. rade odlično	1,1
6. ne znam/ ne surađujem s njima	16,2

Tablica 55. **Percepcija rada tijela lokalne samouprave nakon ulaska Hrvatske u EU (%)**

1. promijenit će ga nabolje u kratkom roku	6,2
2. promijenit će ga nabolje u srednjem roku (od 3 do 5 godina)	38,0
3. sve će ostati isto	48,8
4. promijenit će ga nagore u kratkom roku	5,1
5. promijenit će ga nagore u srednjem roku (od 3 do 5 godina)	1,9

Tablica 56. **Procjena poželjnog stupnja državne pomoći u izvoznim poslovima (%)**

Područje izvoznog poslovanja	Stupanj pomoći		
	1	2	3
1. proizvodnja boljeg izvoznog proizvoda/usluge	17,8	20,5	23,2
2. povećanje proizvodnih kapaciteta	14,0	21,0	26,7
3. osiguranje izvoznih poslova	13,7	15,1	32,6
4. uspostava povoljnijeg deviznog tečaja	6,5	17,3	38,3
5. pravovremeno plaćanje za izvezenu robu	18,9	17,0	25,9
6. likvidnost poduzeća	10,5	22,1	29,4
7. zaštitne mjere (carine) zemlje u koju se izvozi	18,3	21,0	21,8
8. financiranje razvoja novih proizvoda/usluga	8,4	17,8	35,8
9. pribavljanje potrebnih tržišnih informacija	13,5	23,2	25,1
10. planiranje izvoza kao sastavnog dijela poslovanja	19,9	24,0	18,3
11. identifikacija izvoznih prilika/ mogućnosti	14,0	25,6	22,6

12. pronalaženje distributera / prodajnih agenata	26,7	18,9	16,4
13. pronalaženje inozemnih poslovnih partnera	20,2	18,6	23,5
14. financiranje izvoza	8,1	19,9	34,2
15. međusobna suradnja izvoznika	11,6	29,4	21,0
16. potrebne informacije o izvoznom poslovanju	13,2	28,3	19,9
17. standardizacija i certifikacija	10,5	25,6	25,6
18. poznavanje stranih jezika	22,1	19,7	19,7
19. pojednostavljenje izvozne dokumentacije	8,4	18,6	35,0
20. obrazovanje osoblja za poslove izvoza	21,3	26,7	14,3
21. transport robe	23,5	26,4	11,6
22. dugačke procedure u državnoj upravi	7,3	19,9	33,4
23. izvoz pod vlastitom markom / brandom	19,9	23,7	18,1
24. garancije za izvozne poslove	12,4	17,8	29,1
25. poslujemo samo u RH / uglavnom ne izvozimo	36,4		

Napomena: Ispitanici su poželjni stupanj državne pomoći u izvoznim poslovima ocjenjivali uz pomoć ljestvice od 1 do 3, pri čemu brojke znače sljedeće: 1= pomoć nije uopće potrebna, 2 = pomoć je donekle potrebna, 3 = pomoć nam je izrazito potrebna!

Tablica 57. **Percepcija mjera za značajnije povećanje izvoza (za 30%) u iduće tri (3) godine (%)**

1. jedino proizvodnjom novih proizvoda s većom vrijednošću	13,7
2. jedino jačim partnerstvom s poduzećima u inozemstvu	15,4
3. jedino većom proizvodnjom sadašnjih proizvoda/ usluga	17,8
4. jedino uz veću pomoć županije/grada/Vlade RH	7,8
5. jedino kupnjom poduzeća u zemlji/inozemstvu te jačim partnerstvom s poduzećima u zemlji	3,8
6. jedino promjenom tečaja (devalvacijom kune)	5,4
7. poslujemo samo u RH / uglavnom ne izvozimo	36,1