

# ISTRAŽIVANJE O JAVNO- PRIVATNOM DIJALOGU U SRBIJI

JUN 2018



# Metodološke napomene

	PRIVREDNICI	POSLOVNA UDRUŽENJA	JAVNI SEKTOR
<b>Realizacija:</b>	Telefonsko istraživanje sprovedeno u periodu od maj-jun 2018. godine	Telefonsko istraživanje sprovedeno u periodu od maj-jun 2018. godine	Online istraživanje sprovedeno u periodu od maj-jun 2018. godine
<b>Uzorački okvir:</b>	Privredni subjekti koji su predali završni račun 2016. godine, sa 3 i više zaposlenih	Poslovna udruženja u Srbiji	Državne, pokrajinske i lokalne institucije javne uprave
<b>Uzorak:</b>	257 privrednika (kvotni, stratifikovani, reprezentativan za domen preduzeća registrovanih u Srbiji)	30 predstavnika poslovnih udruženja	50 predstavnika institucija javne uprave
<b>Tip istraživanja:</b>	Telefonsko istraživanje, upitnik prosečne dužine 25 minuta	Telefonsko istraživanje, upitnik prosečne dužine 25 minuta	Online istraživanje, upitnik prosečne dužine 25 minuta
<b>Poststratifikacija:</b>	Prema regionu, delatnosti i veličini poslovnih entiteta	-	-

# STAVOVI O JPD

Ocena postojećeg stanja

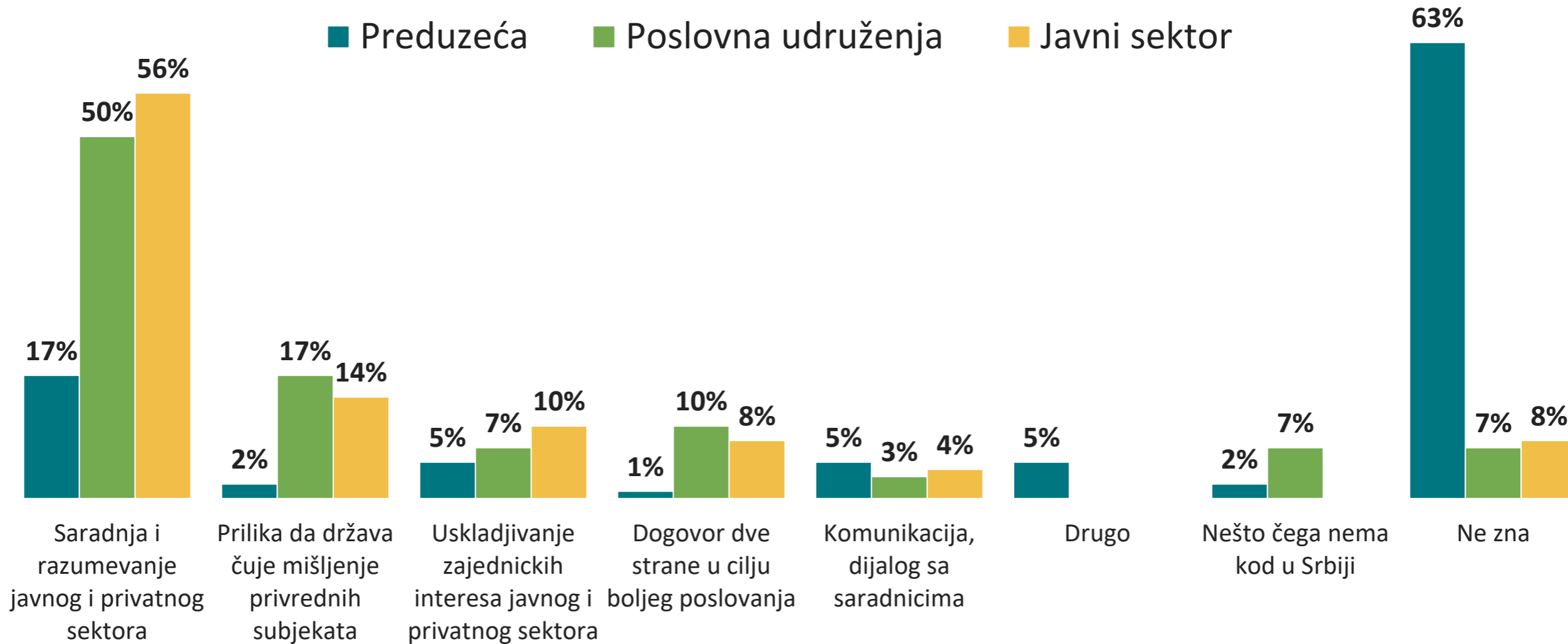


Ipsos Strategic Marketing



# Javno privatni dijalog

Šta je, po vašem mišljenju, javno-privatni dijalog?



Višestruki odgovori; Baza: Ukupna ciljna populacija - Preduzeća; Poslovna udruženja; Javni sektor

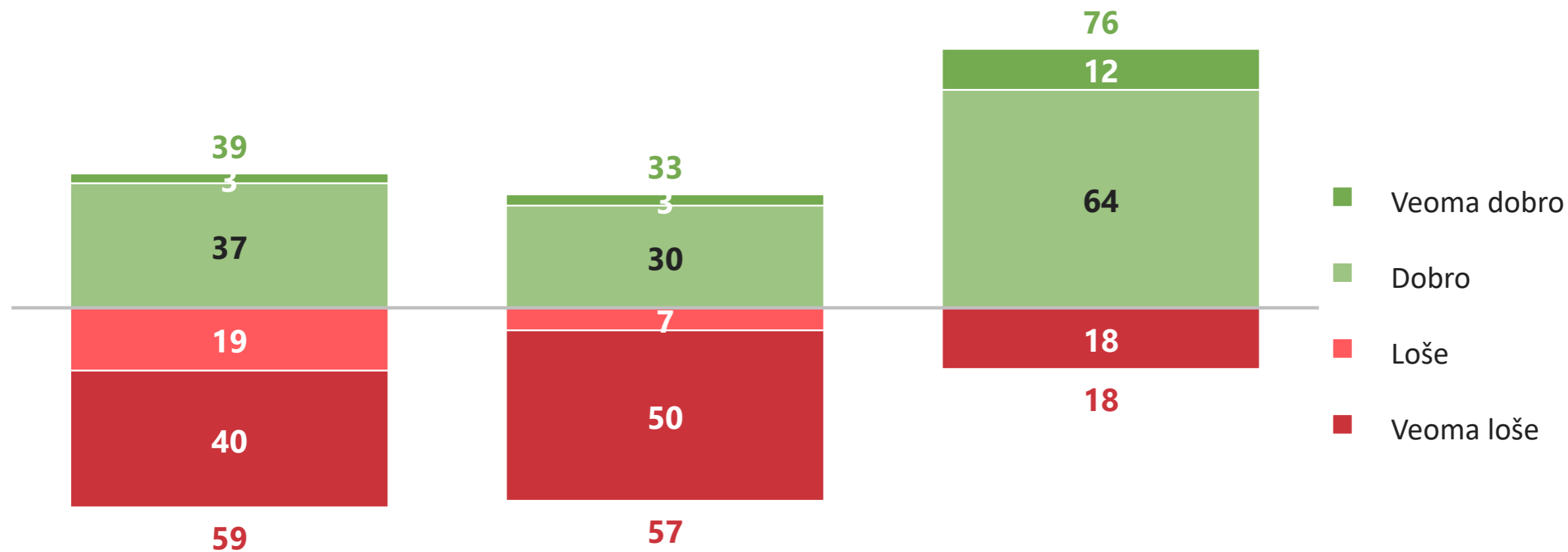
# Ocena dijaloga između privrede i države

Kako biste ocenili komunikaciju (dijalog) između privrede i države?

Privrednici

Poslovna udruženja

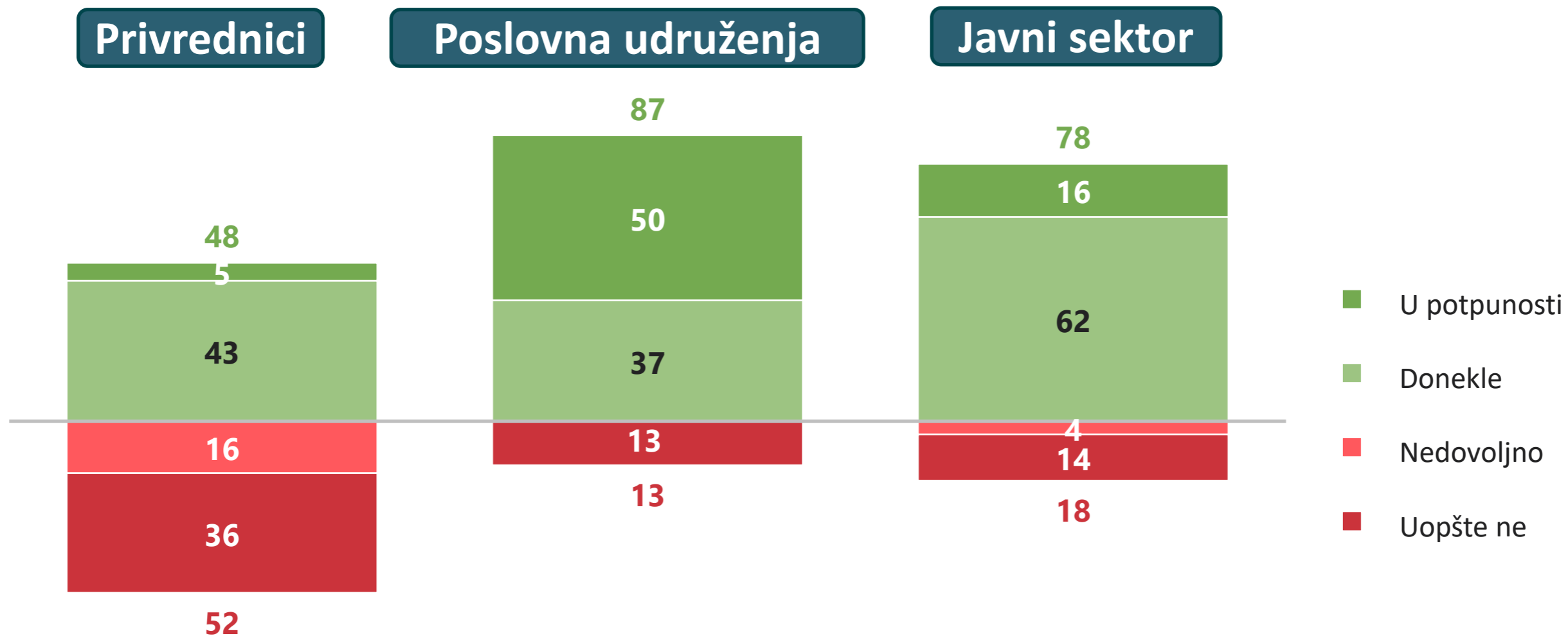
Javni sektor



Baza: Ukupna ciljna populacija - Preduzeća; Poslovna udruženja; Javni sektor

# Upoznatost sa praksom javno-privatnog dijaloga u Srbiji

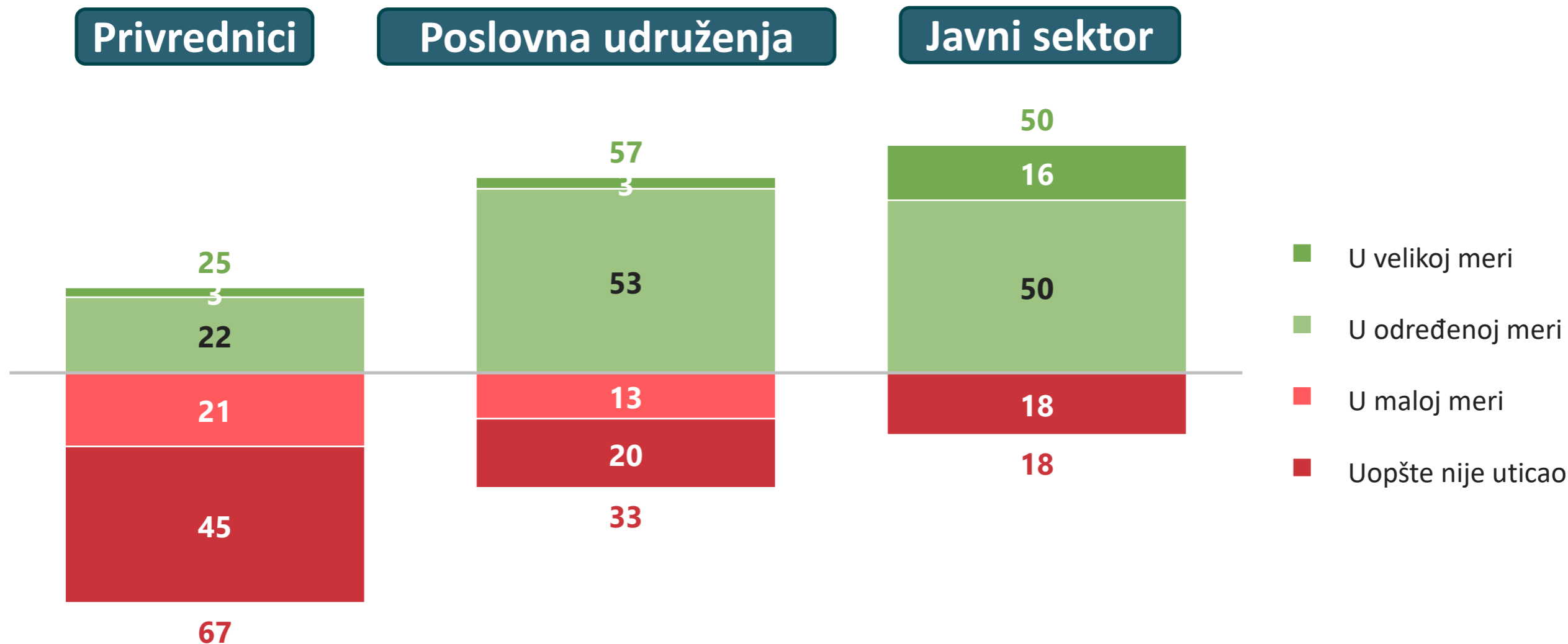
U kojoj meri ste upoznati sa praksom JPD u Srbiji?



Baza: Ukupna ciljna populacija - Preduzeća; Poslovna udruženja; Javni sektor

# Uticaj JPD na poboljšanje poslovnog okruženja u Srbiji u poslednjih 12 meseci

U kojoj meri smatrate da je JPD uticao na poboljšanje poslovnog okruženja u Srbiji u poslednjih 12 meseci?



Baza: Ukupna ciljna populacija - Preduzeća; Poslovna udruženja; Javni sektor

# Ocena stanje u sledećim oblastima

Preduzeća

Kako biste ocenili stanje u sledećim oblastima...?



% odgovora –  
uglavnom dobro +  
veoma dobro

Baza: Ukupna ciljna populacija - Preduzeća



# Ocena stanje u sledećim oblastima

## Poslovna udruženja

Kako biste ocenili stanje u sledećim oblastima...?



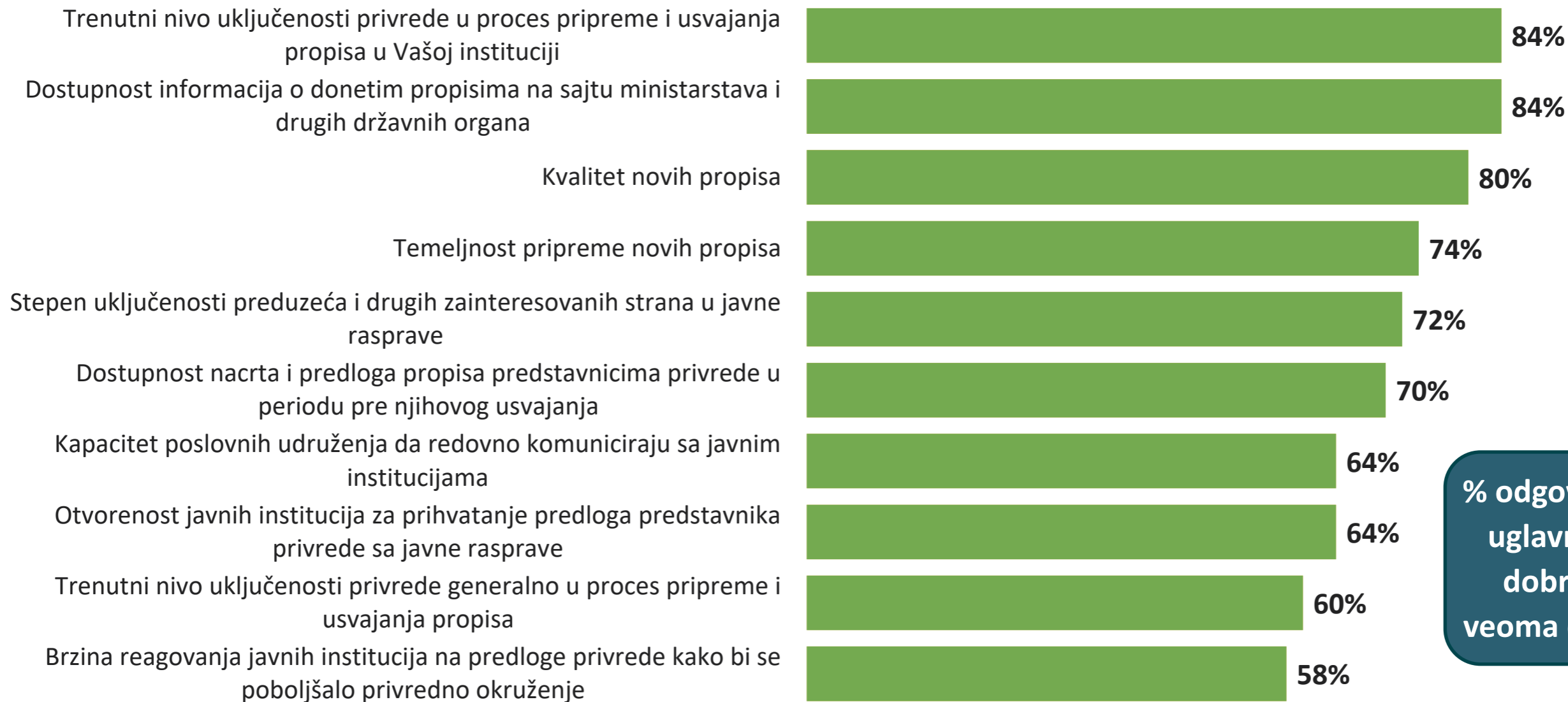
% odgovora –  
uglavnom dobro +  
veoma dobro

Baza: Ukupna ciljna populacija - Poslovna udruženja

# Ocena stanje u sledećim oblastima

Javni sektor

Kako biste ocenili stanje u sledećim oblastima...?



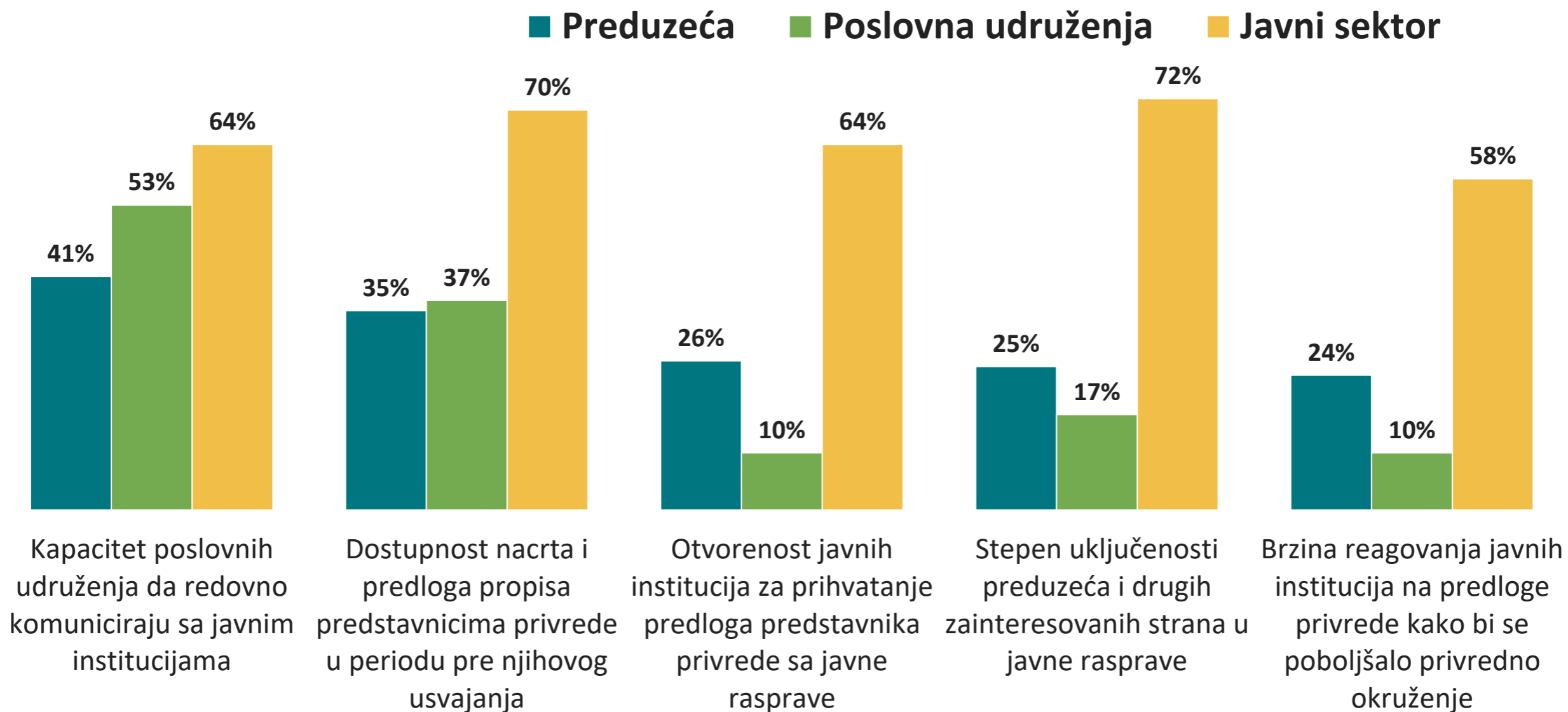
% odgovora –  
uglavnom  
dobro +  
veoma dobro

Baza: Ukupna ciljna populacija - Javni sektor

# Ocena stanje u sledećim oblastima

% odgovora – uglavnom dobro + veoma dobro

Kako biste ocenili stanje u sledećim oblastima...?



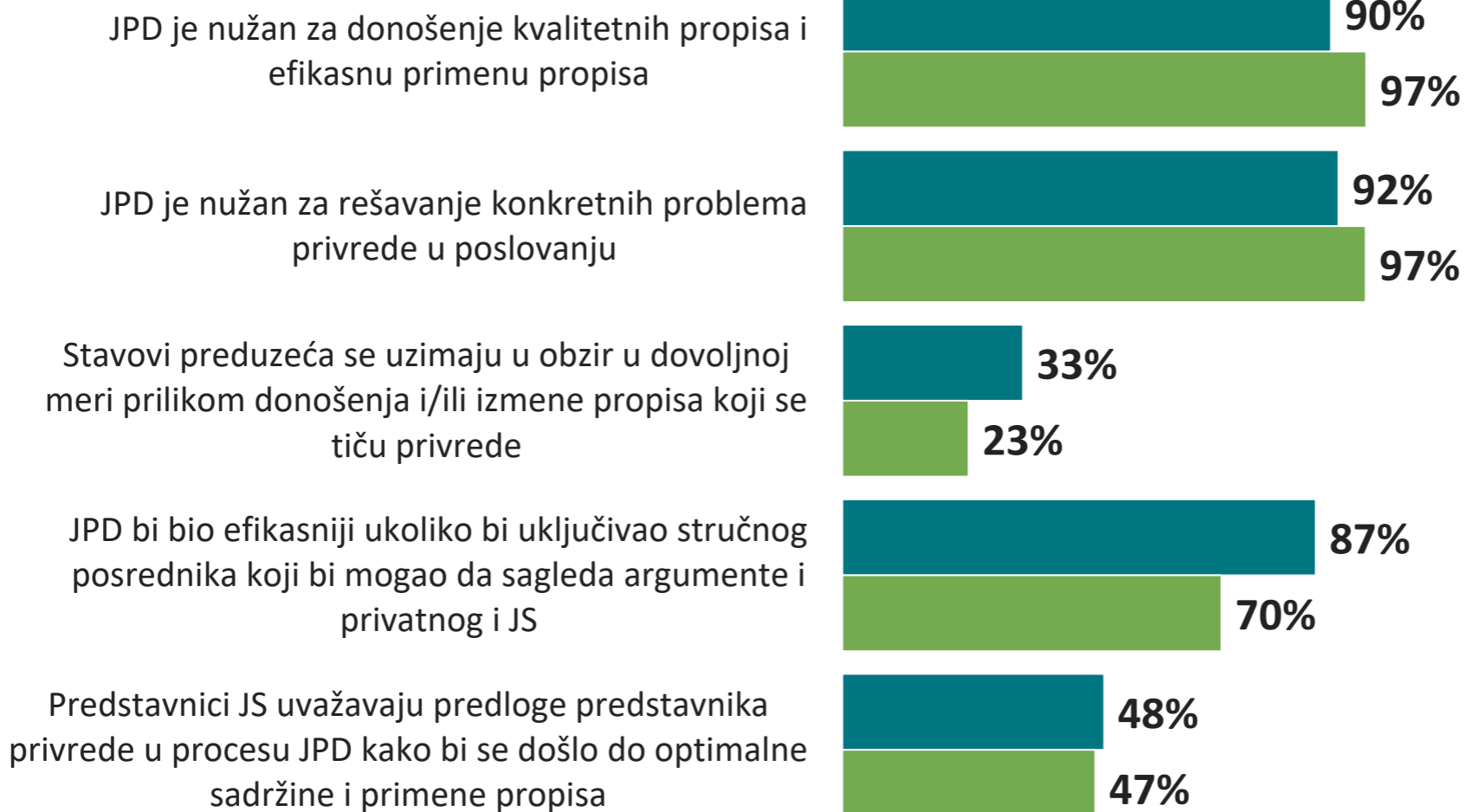
Baza: Ukupna ciljna populacija – Preduzeća, Udruženja i Javni sektor

# Slaganje sa sledećim stavovima u vezi JPD

U kojoj meri se slažete sa sledećim stavovima?

% onih koji se slažu

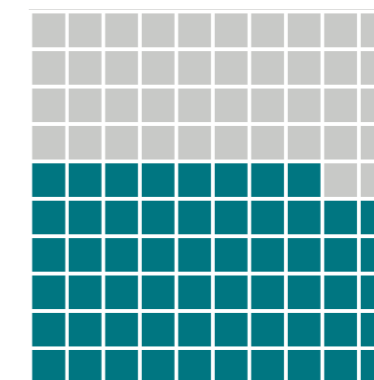
■ Preduzeća ■ Poslovna udruženja



Baza: Preduzeća; Poslovna udruženja – ukupna ciljna populacija

Javni sektor

58%



**Predstavnici javnog sektora koji smatraju da su tokom poslednjih 12 meseci javne institucije donele značajan broj propisa koji bi bili znatno bolji da su pre donošenja temeljnije prodiskutovani sa predstavnicima privrede**

Baza: Javni sektor – ukupna ciljna populacija

# Zainteresovanost/otvorenost za JPD - samoprocena

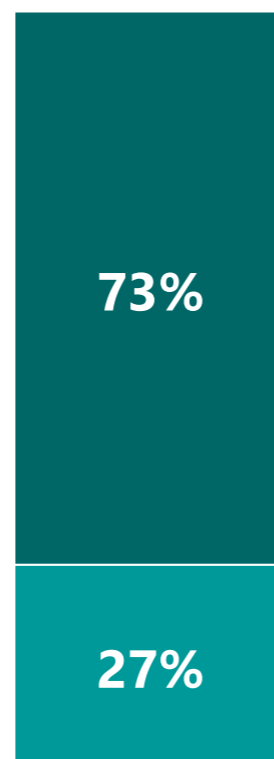
Da li ste zainteresovani za dijalog sa javnim institucijama? / Koja od navedenih tvrdnji najviše odgovara Vašem stavu u vezi sa JPD?

## Privatni sektor

- Veoma smo zainteresovani
- Uglavnom smo zainteresovani
- Uglavnom nismo zainteresovani
- Uopšte nismo zainteresovani
- Ne znam



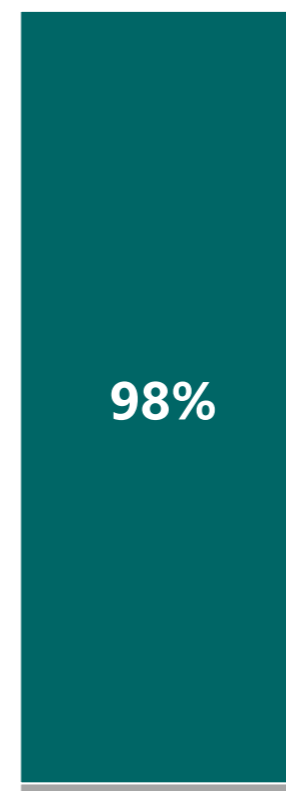
Privrednici



Poslovna  
udruženja

## Javni sektor

- Jako sam zainteresovan/a za JPD jer smatram da je on ključan za uspešnu primenu propisa
- Ne zna



Javni sektor

Baza: Privrednici i udruženja - Ukupna ciljna populacija

Baza: Javni sektor - Ukupna ciljna populacija

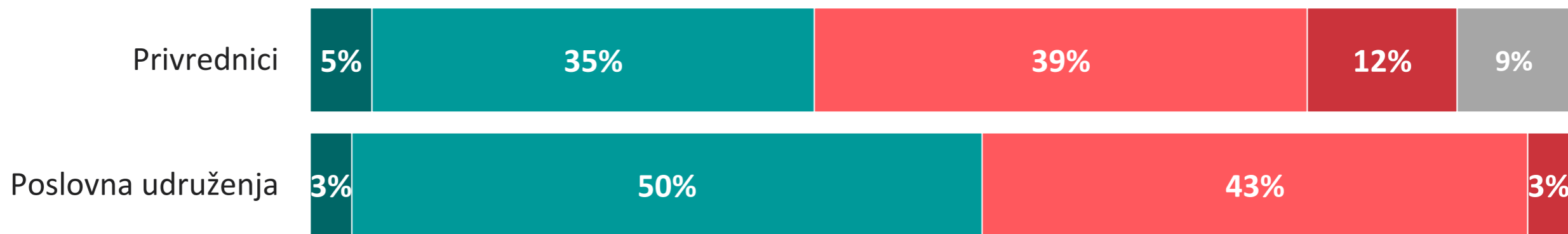
# Zainteresovanost/ otvorenost za JPD – ocena druge strane

Kako biste ocenili otvorenost javnih institucija za dijalog sa predstavnicima privrede u poslednjih 12 meseci? / Koliko su, po Vašem mišljenju, privredna udruženja i privrednici uopšte zainteresovani za dijalog sa javnim institucijama?

Privatni sektor

Javni sektor

■ U potpunosti su otvorene    ■ Uglavnom su otvorene    ■ Uglavnom nisu otvorene  
■ Uopšte nisu otvorene    ■ Ne znam

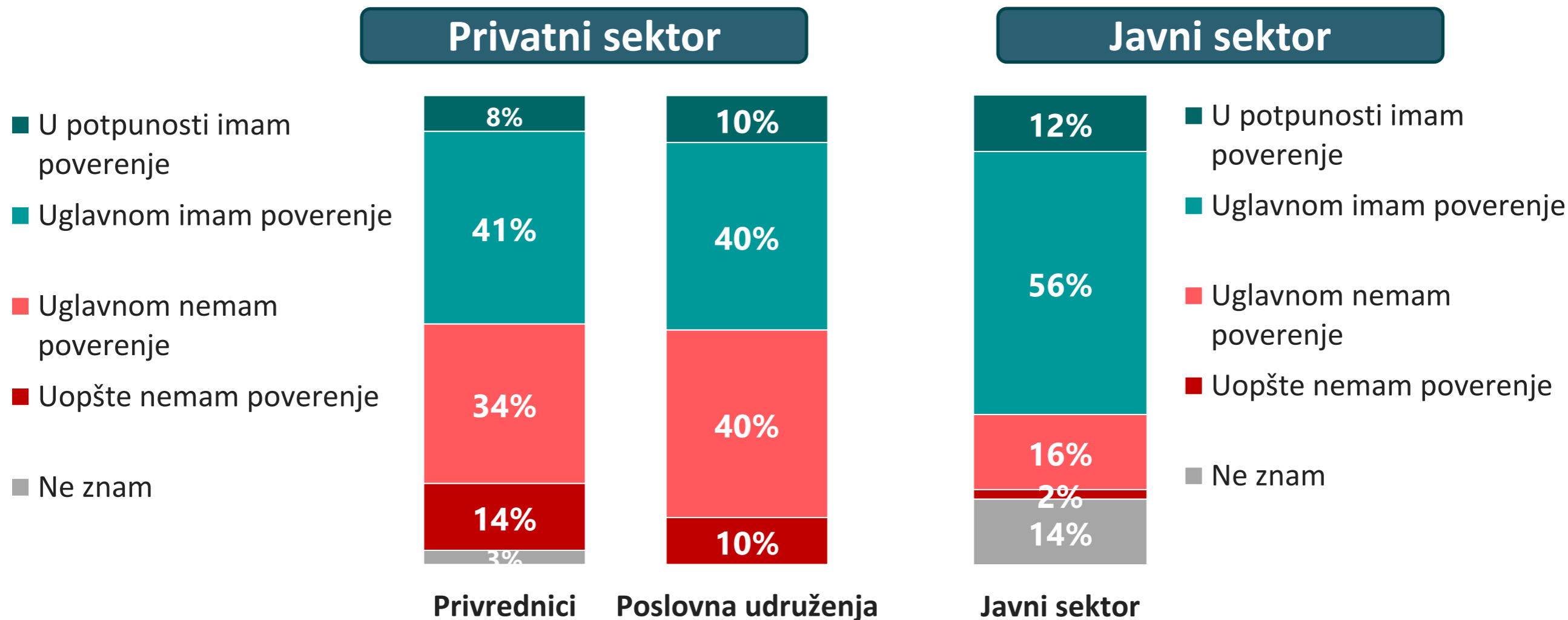


■ Veoma su zainteresovani    ■ Uglavnom su zainteresovani  
■ Uglavnom nisu zainteresovani    ■ Uopšte nisu zainteresovani  
■ Ne znam

Baza: Privrednici, Udruženja i Javni sektor - Ukupna ciljna populacija

# Poverenje u drugu stranu u dijalogu

U kojoj meri imate poverenja da javni sektor učestvuje u JPD imajući za cilj poboljšanje opšteg poslovnog okruženja? / U kojoj meri imate poverenja da predstavnici privrede učestvuju u JPD vodeći računa o javnom interesu?



Baza: Privrednici, udruženja i Javni sektor - Ukupna ciljna populacija

# GENERALNO UČEŠĆE U JPD



Ipsos Strategic Marketing





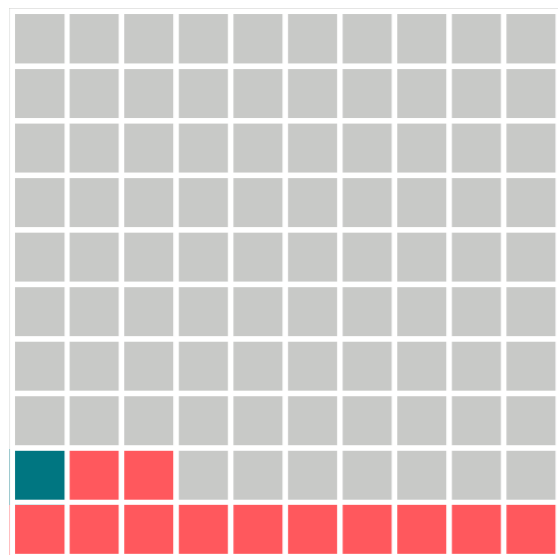
# Uključenost u JPD

Da li je vaše udruženje/ preduzeće samostalno ili kao član udruženja bilo uključeno u bilo koji vid JPD u poslednjih 12 meseci? / Da li ste u poslednjih 12 meseci u Vašoj instituciji imali priliku da lično ostvarite kontakt sa privredom u vezi sa nekim propisom ili problemom u poslovanju?

## Privatni sektor

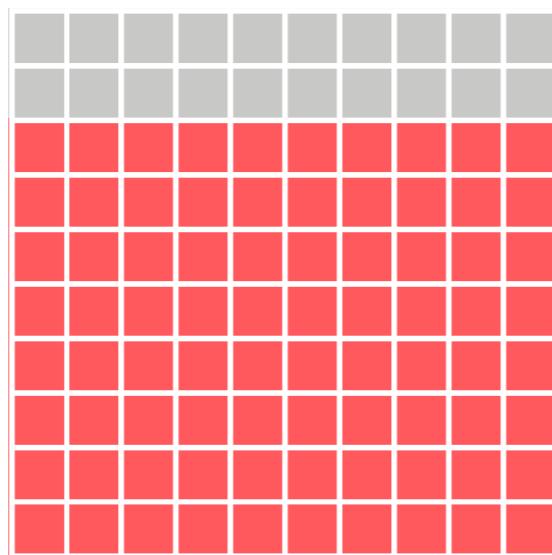
13% preko udruženja

11% samostalno



Privrednici

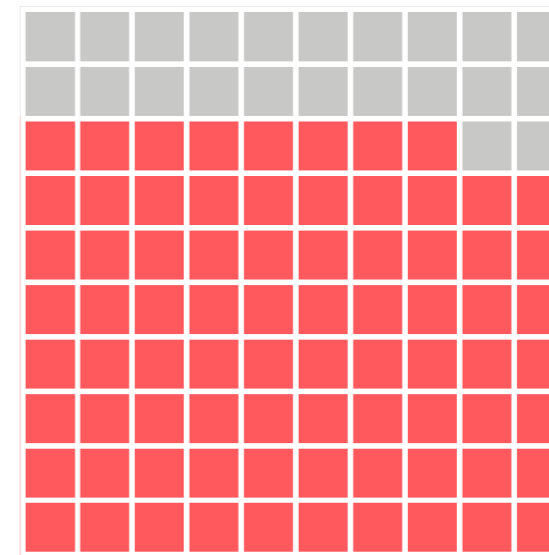
80%



Poslovna udruženja

## Javni sektor

78%



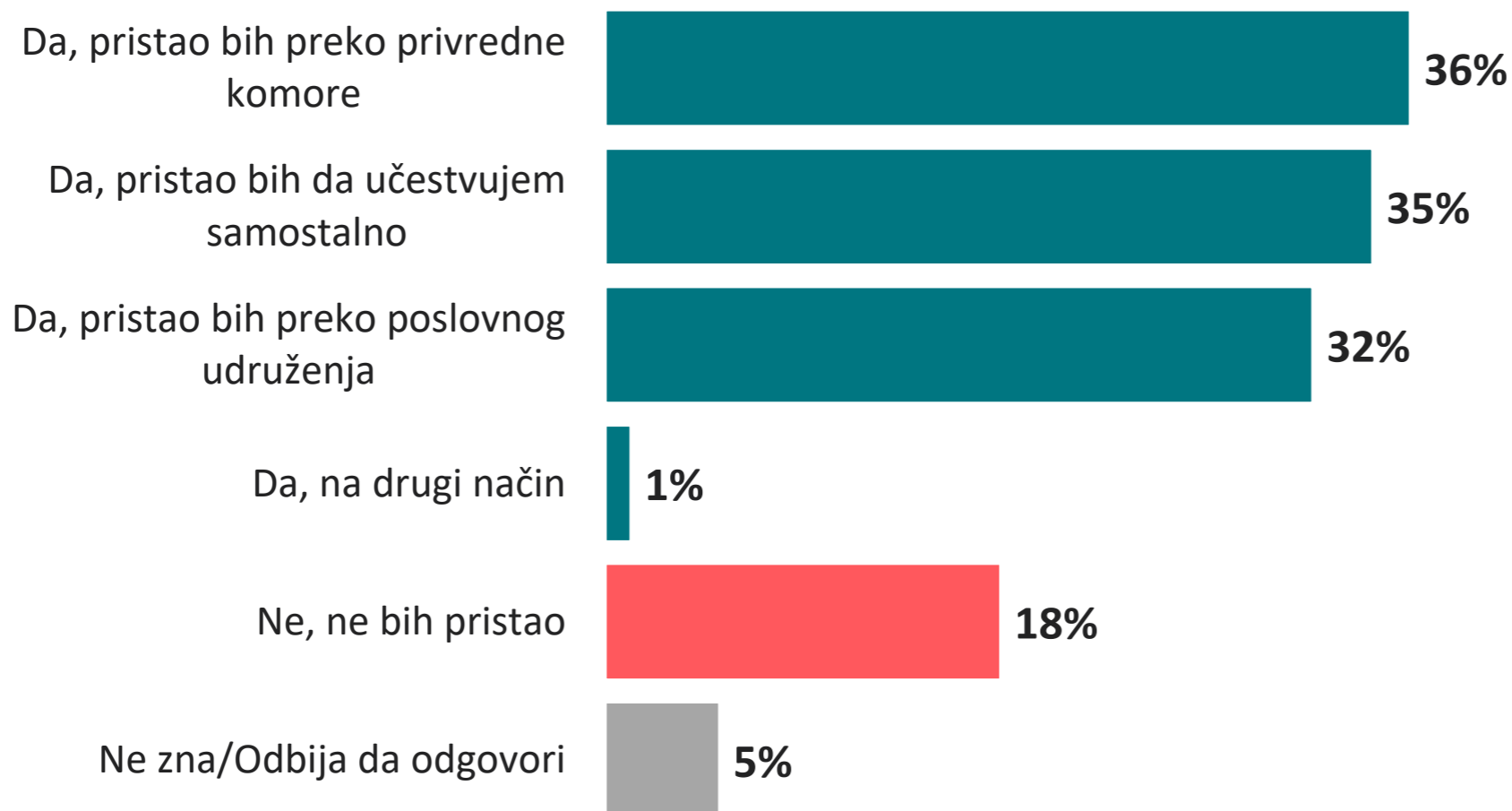
Javni sektor

Baza: Privrednici, Udruženja i Javni sektor - Ukupna ciljna populacija

# Učestovanje u JPD u slučaju da se ukaže prilika

Da Vam se ukaže prilika da učestvujete u nekoj formi JPD da li biste pristali da učestvujete?

## Privrednici



## Poslovna udruženja

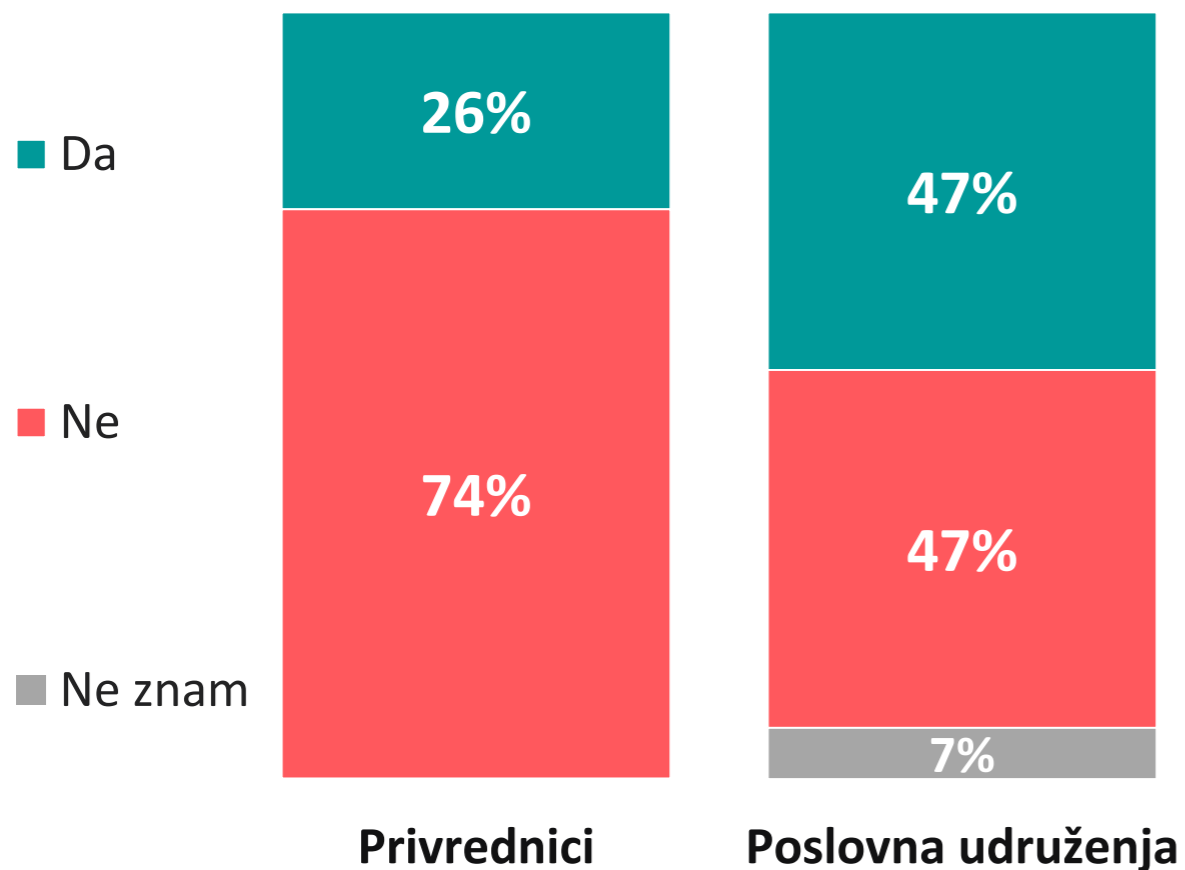
Od 4 poslovnih udruženja u poslednjih 12 meseci nisu učestvovala ni u jednom od oblika komunikacije sa javnim sektorom 3 udruženja navode da bi pristali da učestvuju samostalno, a 2 ističu da bi učestvovali preko privredne komore.

Baza: Višestruki odgovori; 77% ciljne populacije, preduzeća koja u poslednjih 12 meseci nisu učestvovala ni u jednom od oblika komunikacije sa javnim sektorom

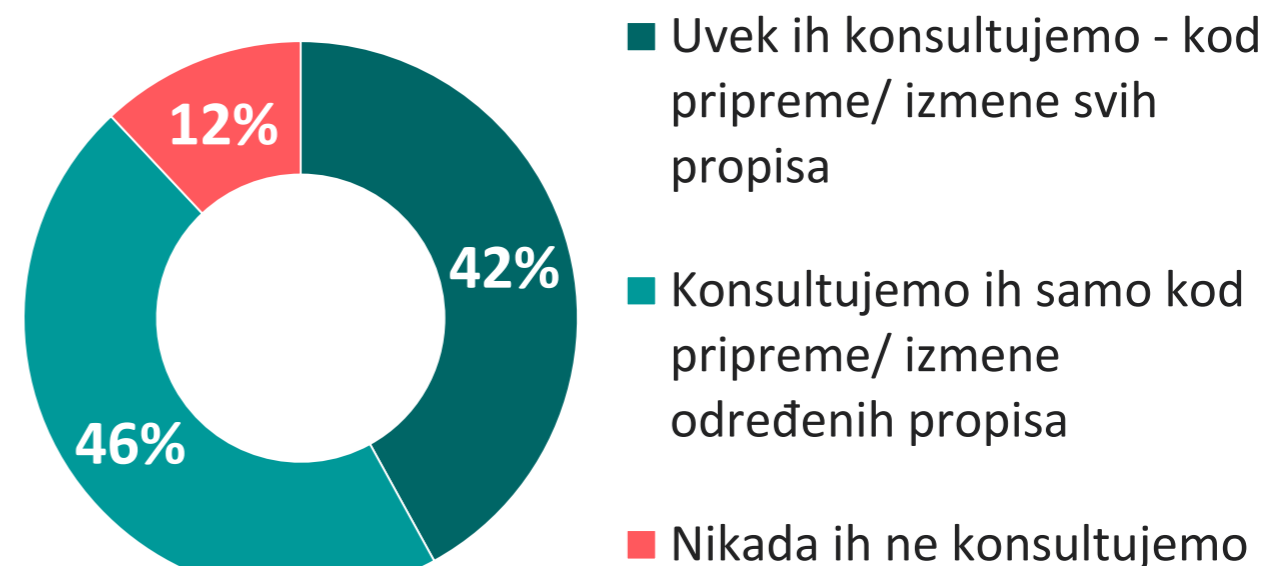
# Učestvovanje u JPD u proteklih 12 meseci

Da li ste u poslednjih 12 meseci čuli da je neka javna institucija uputila poziv privredi za učešće u konsultacijama u vezi sa pripremom/primenom propisa ili problemom u poslovanju? / U kojoj meri uključujete predstavnike privrede u proces pripreme/ donošenja/ izmene propisa?

## Privatni sektor



## Javni sektor

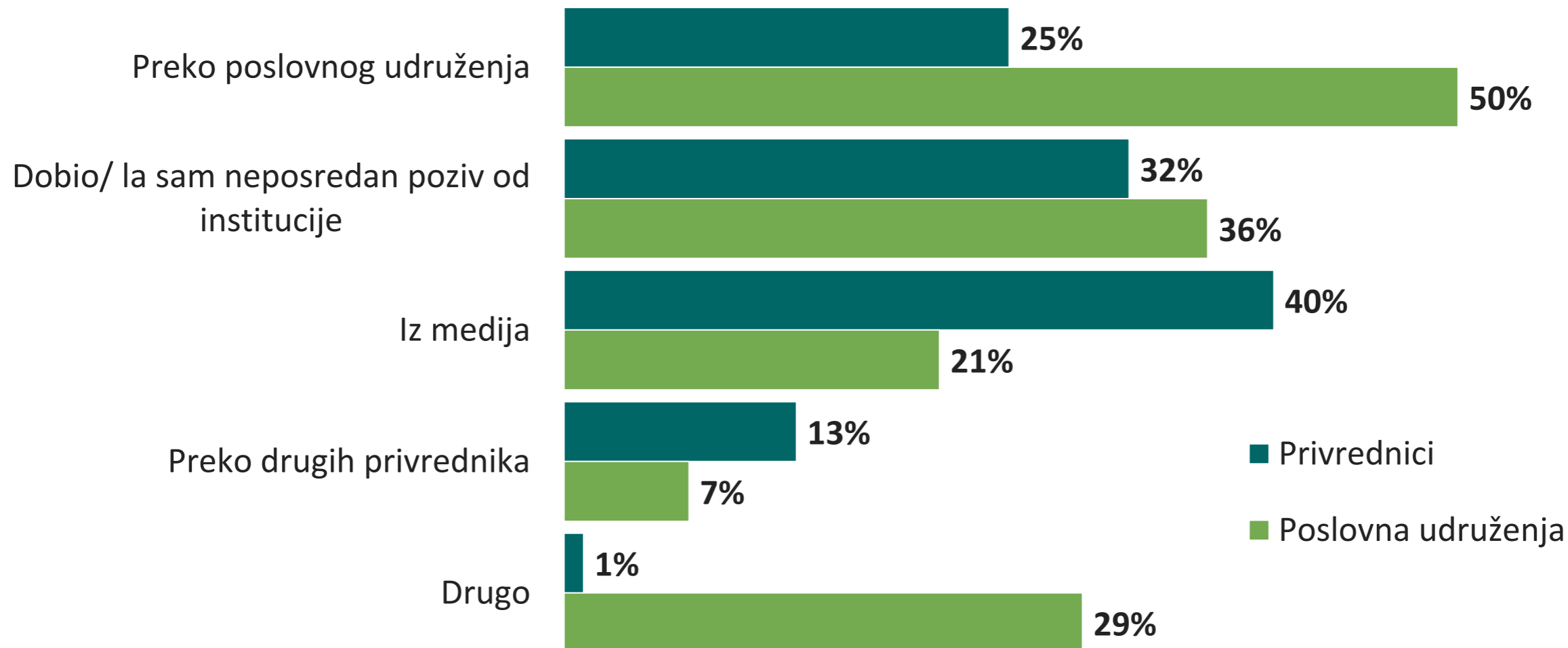


Baza: Privrednici, Udruženja, Javni sektor - Ukupna ciljna populacija

# Načini na koje je privatni sektor saznao o JPD

Privatni sektor

Na koji način ste čuli za ovaj poziv?



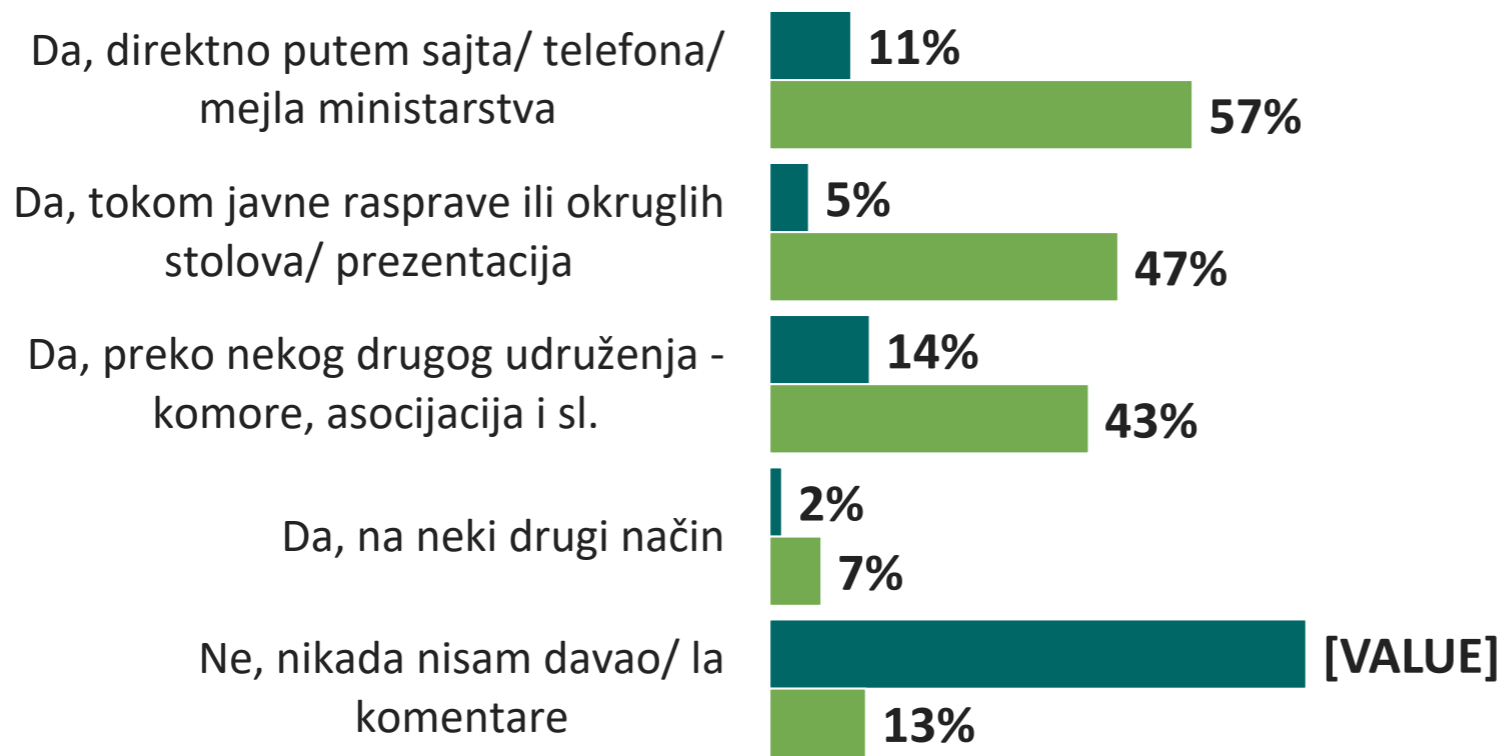
Baza: Višestruki odgovori; 47% populacije udruženja, 26% populacije preduzeća

# Davanje komentara na propis ili primenu propisa

Da li ste nekada davali primedbe/komentare na neki zakon/propis ili primenu propisa ministarstvu ili Vladi? / Da li je Vama lično neko od predstavnika privrede davao primedbe/ komentare na neki propis ili primenu propisa u poslednjih 12 meseci?

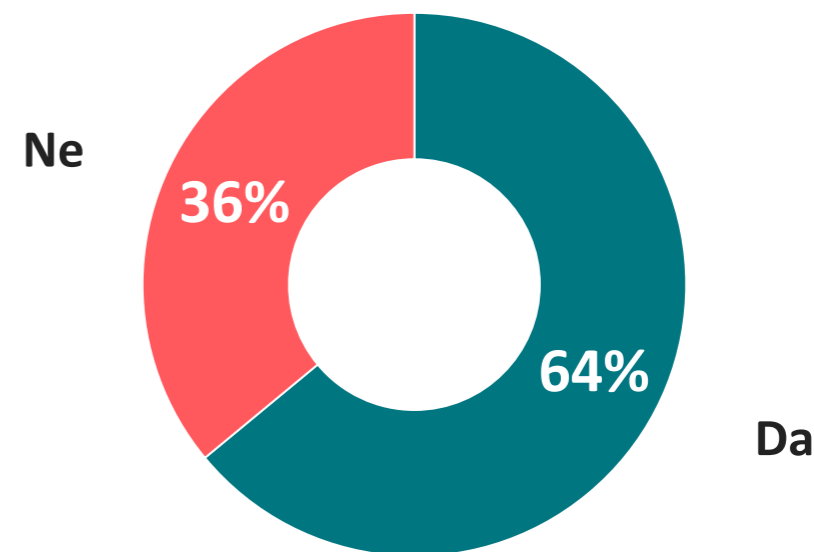
## Privatni sektor

■ Privrednici ■ Poslovna udruženja



Višestruki odgovori; Baza: Privrednici i Udruženja - Ukupna ciljna populacija

## Javni sektor

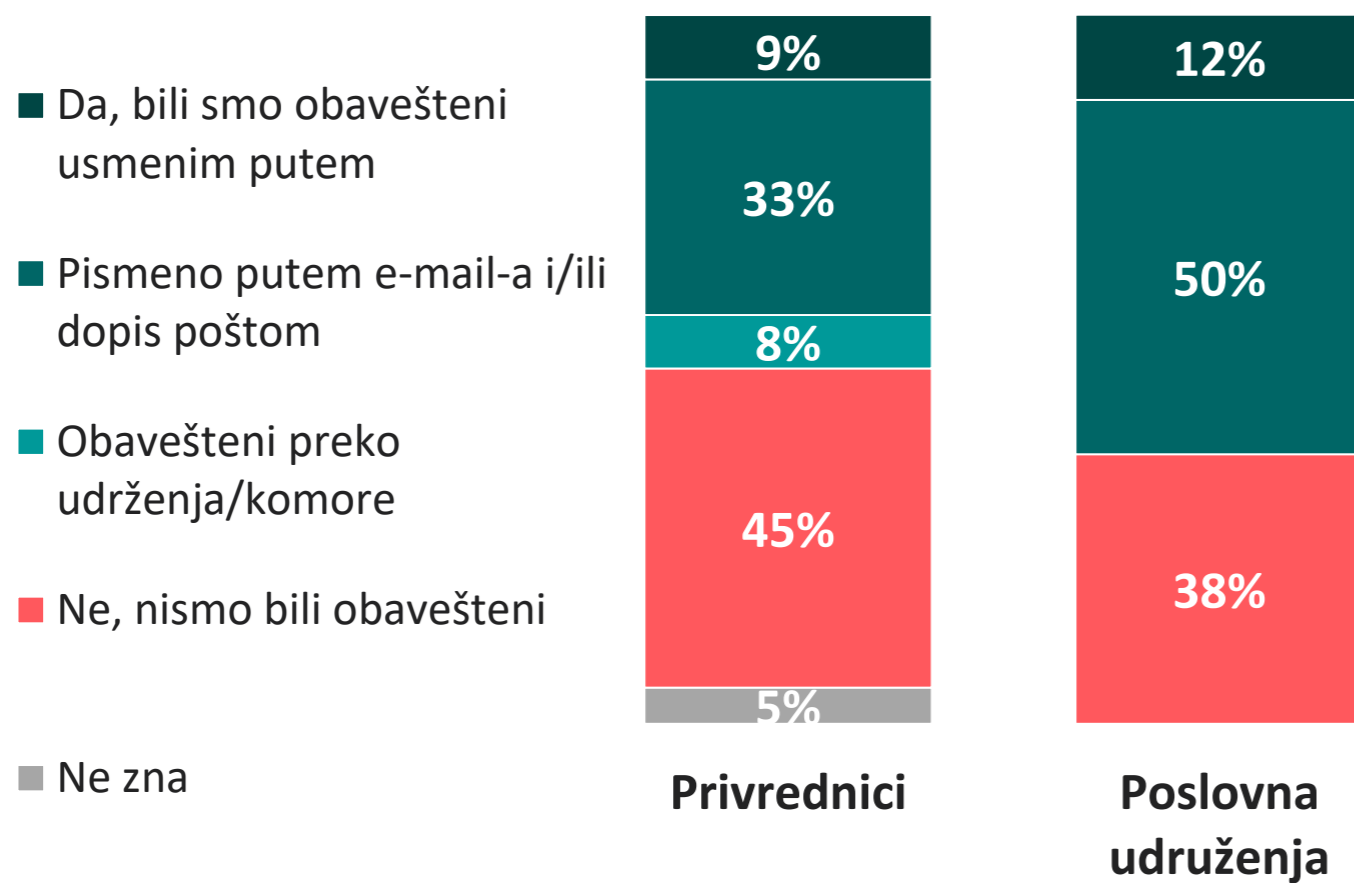


Baza: Javni sektor - Ukupna ciljna populacija

# Odgovori na komentare na propis ili primenu propisa

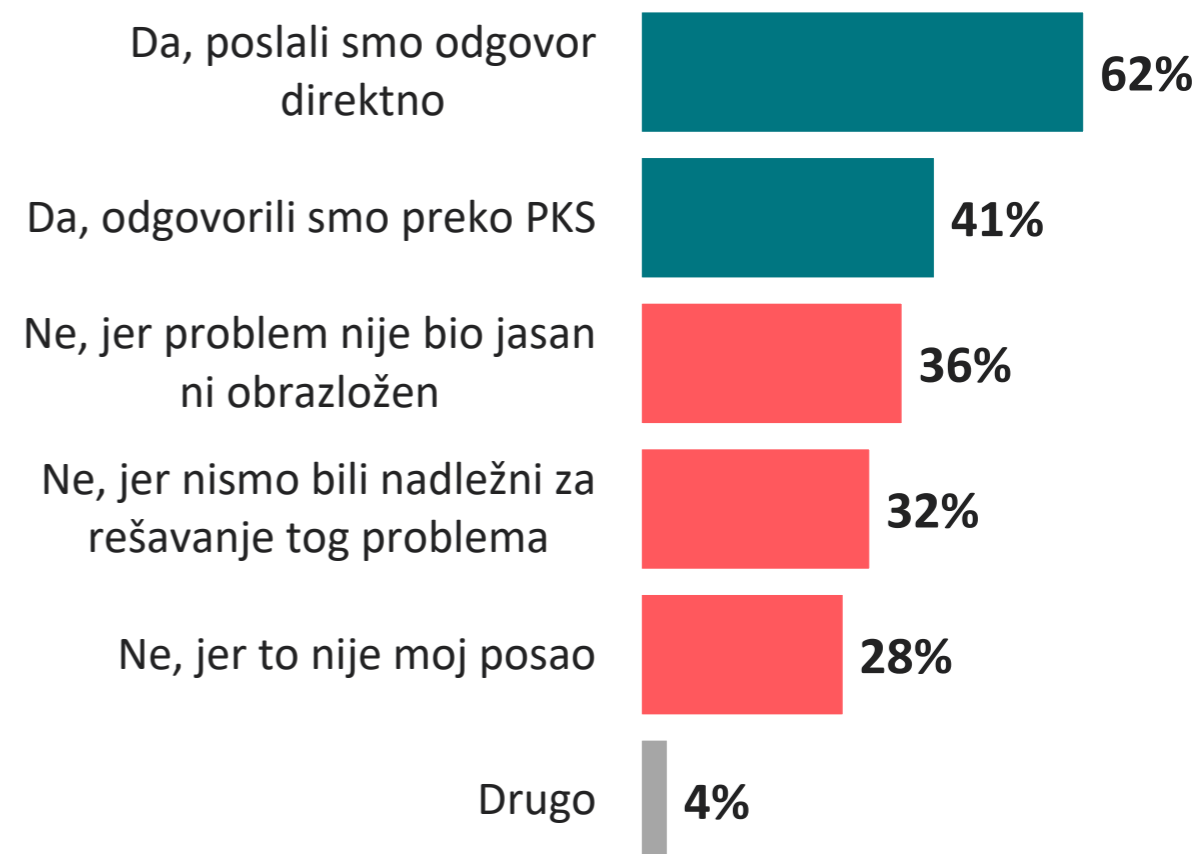
Da li Vam je u najvećem broju slučajeva ministarstvo/Vlada odgovorilo na Vaše primedbe/komentare? / Da li ste u najvećem broju slučajeva odgovorili na dobijene primedbe/komentare predstavnika privrede?

## Privatni sektor



Baza: 87% od populacije udruženja, 27% od populacije privrednika

## Javni sektor



Baza: Javni sektor - Ukupna ciljna populacija

# Reakcije na komentare

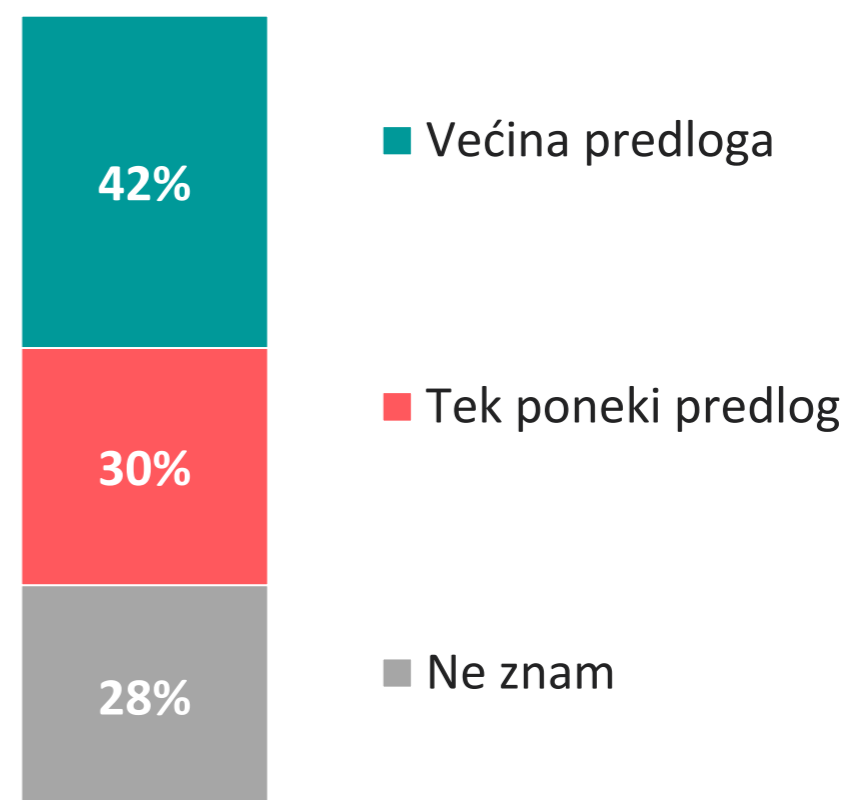
Kakav je uglavnom bio odgovor javnih institucija na Vaše komentare? / Po Vašoj proceni, koliko se ovakvih podnetih predloga od strane predstavnika privrede usvoji, odnosno koliko ovakvih predloga dovede do promene propisa?

## Privatni sektor



Baza: 60% populacije udruženja, 14% populacije privrednika

## Javni sektor



Baza: Ukupna ciljna populacija

# Razlozi za nedavanje komentara

Privatni sektor

Koji je presudan razlog zbog kojeg nikada niste davali primedbe/komentare?

## Privrednici



## Poslovna udruženja

Od ukupno 4 udruženja koja su istakla da nikada nisu davali komentare, 2 udruženja ističu da nisu dovoljno informisani da bi učestvovali u izmeni propisa, a po jedno udruženje navodi da nema kadrovskih i finansijskih kapaciteta za bavljenje propisima, odnosno se ništa neće uraditi, čak i ako neko pročita njihove komentare

Baza: 13% populacije udruženja, 72% populacije privrednika



**SPECIFIČNI OBLICI SARADNJE  
I RAZLIČITE PRAKSE PRILIKOM  
PRIPREME, DONOŠENJA I  
IZMENE PROPISA**



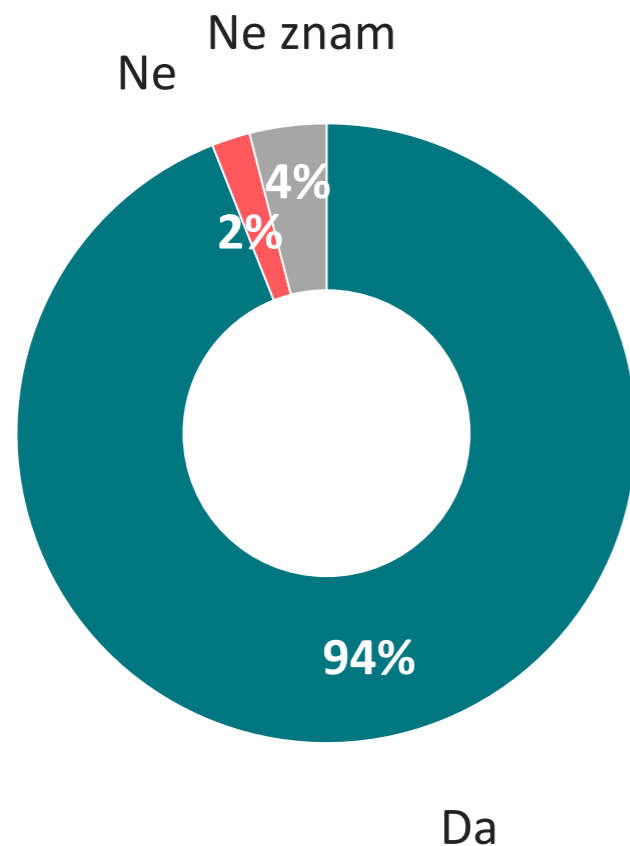
**Ipsos Strategic Marketing**



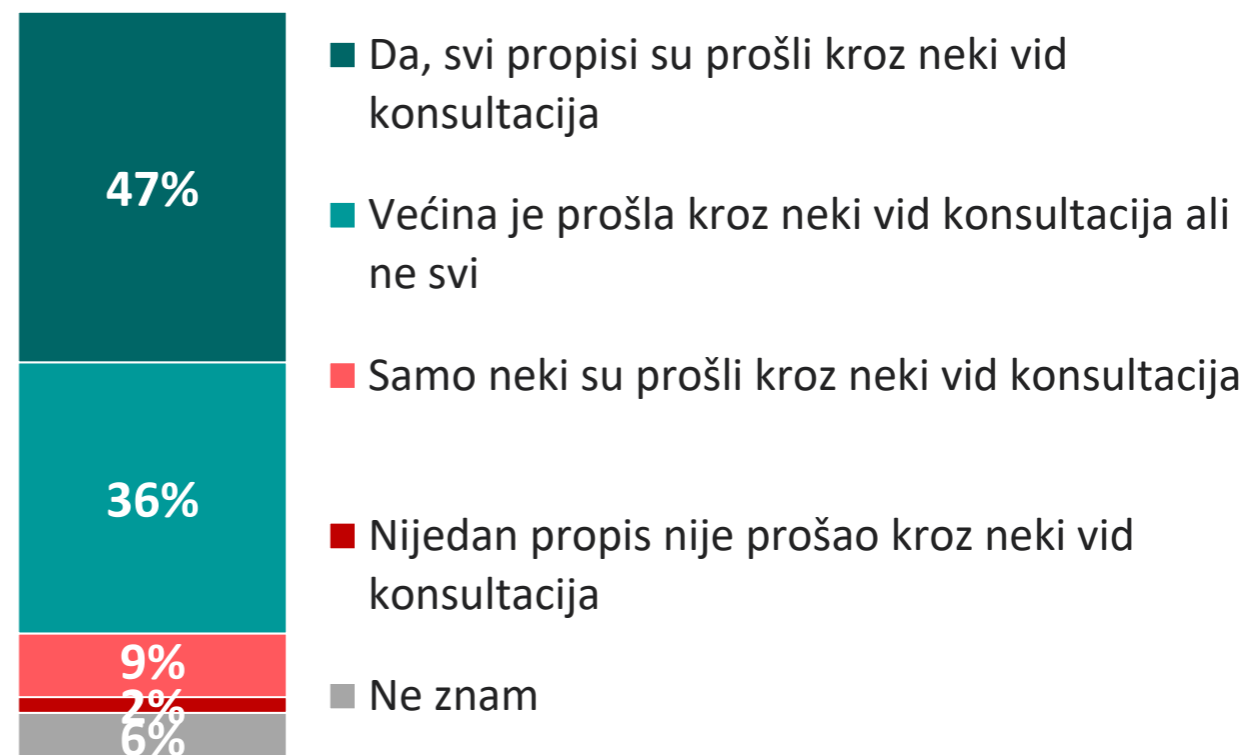
# Izmene propisa i konsultacije u okviru javnog sektora

Javni sektor

Da li je Vaša institucija u poslednjih 12 meseci pripremala/ donosila/ izmenila bilo kakav propis (zakon, strategiju, akcioni plan, podzakonski akt)? / Da li ste u toku pripreme/ donošenja/ izmene datih propisa organizovali bilo kakav vid konsultacija sa predstavnicima privrede?



Baza: Ukupna ciljna populacija

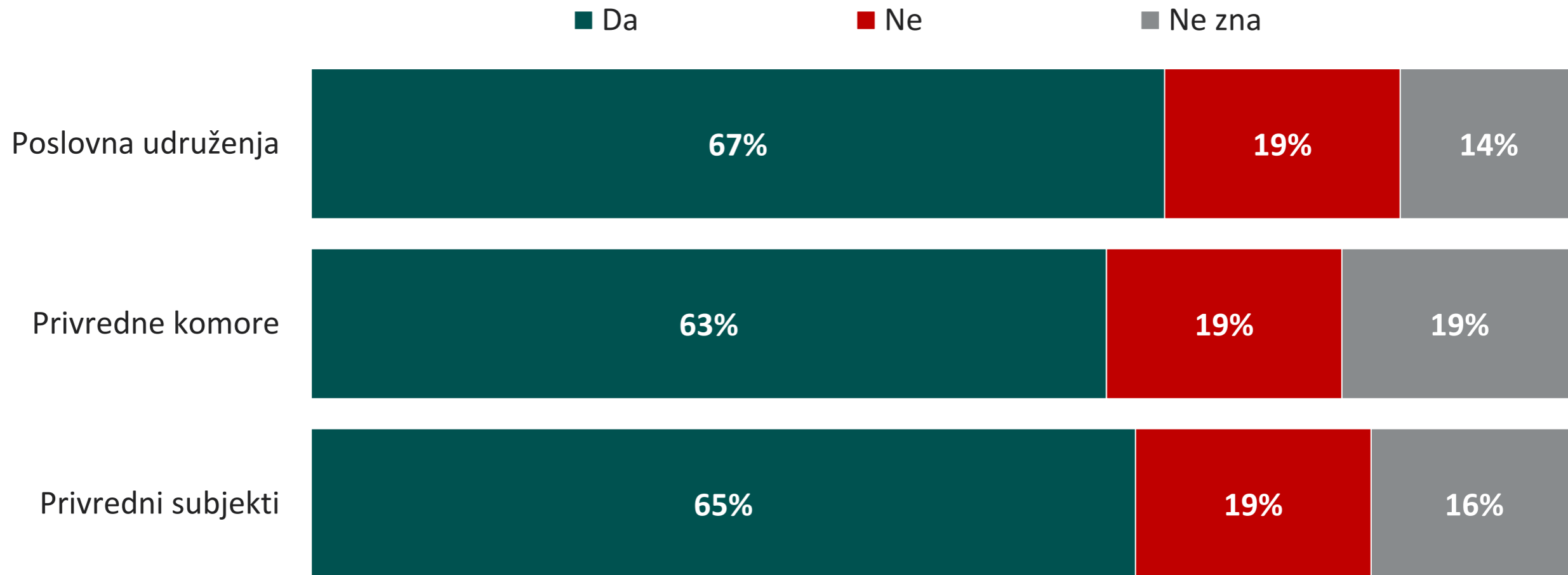


Baza: Oni koji su u poslednjih 12 meseci pripremali / donosili/ menjali neki propis

# Uključivanje u proces proces rada na propisima u poslednjih 12 meseci

Javni sektor

Da li su poslovna udruženja, privredne komore i/ili privredni subjekti bili uključeni u proces rada na propisima u poslednjih 12 meseci?

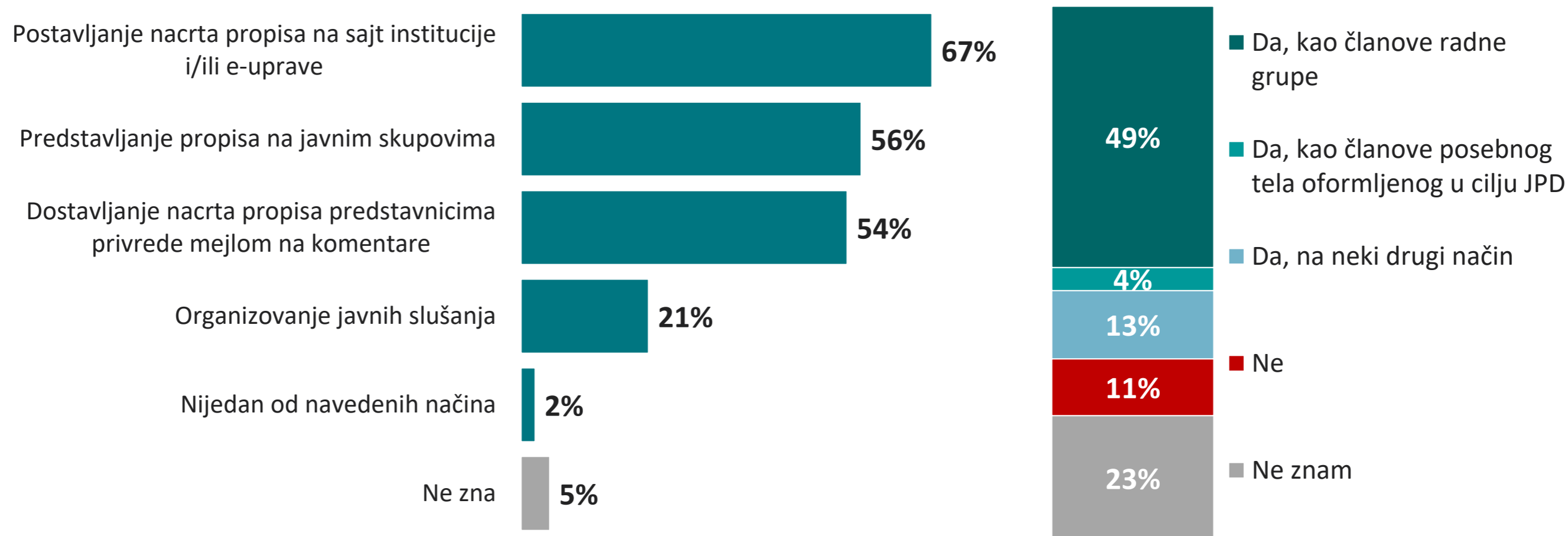


Baza: Javni sektor, 86% ciljne populacije – institucije koje organizovale neki vid konsultacije sa predstavnicima privrede za bar jedan propis koji su pripremale/ donosile/ izmenile u poslednjih 12 meseci

# Izmene propisa i konsultacije u okviru javnog sektora

## Javni sektor

Koje ste sve načine predstavljanja Nacrta propisa koristili u procesu konsultacija u poslednjih 12 meseci / Da li ste uključivali predstavnike privrede (ne računajući privredne komore) kao članove Radne grupe ili na neki drugi način tokom pripreme/donošenja/izmene propisa iz Vaše nadležnosti u poslednjih 12 meseci?



Baza: One institucije koje su konsultovale privredu

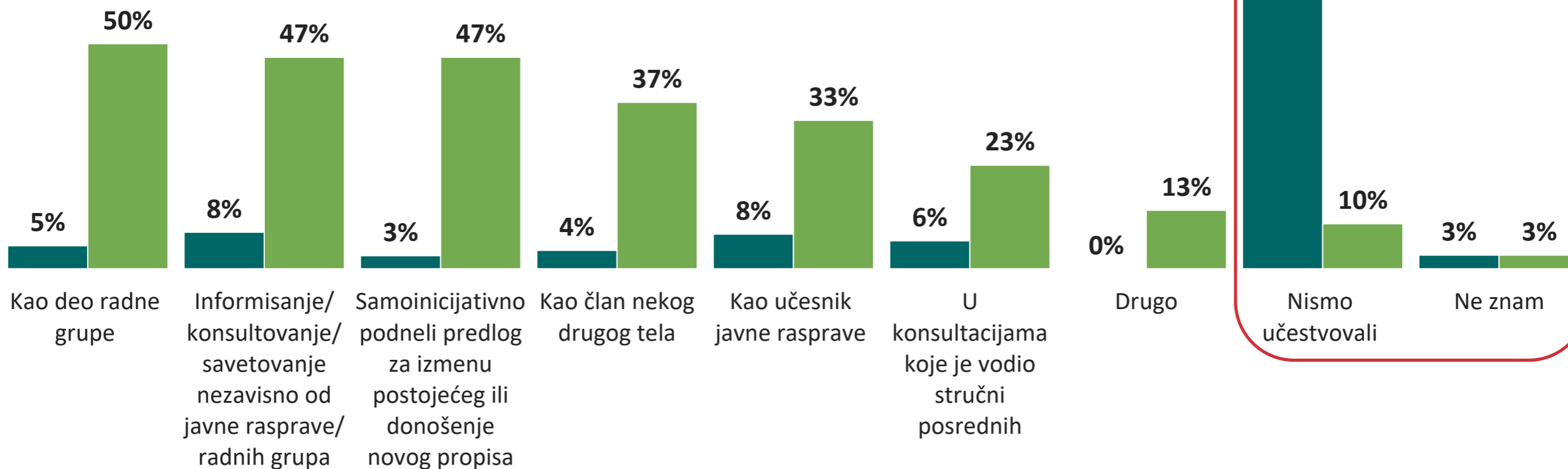
Baza: One institucije koje su u poslednjih 12 meseci radile na nekom propisu

# Učešće u JPD od strane privatnog sektora

## Privatni sektor

Da li je Vaše preduzeće/udruženje učestvovalo u nekom od navedenih oblika komunikacije u poslednjih 12 meseci?

■ Privrednici ■ Poslovna udruženja



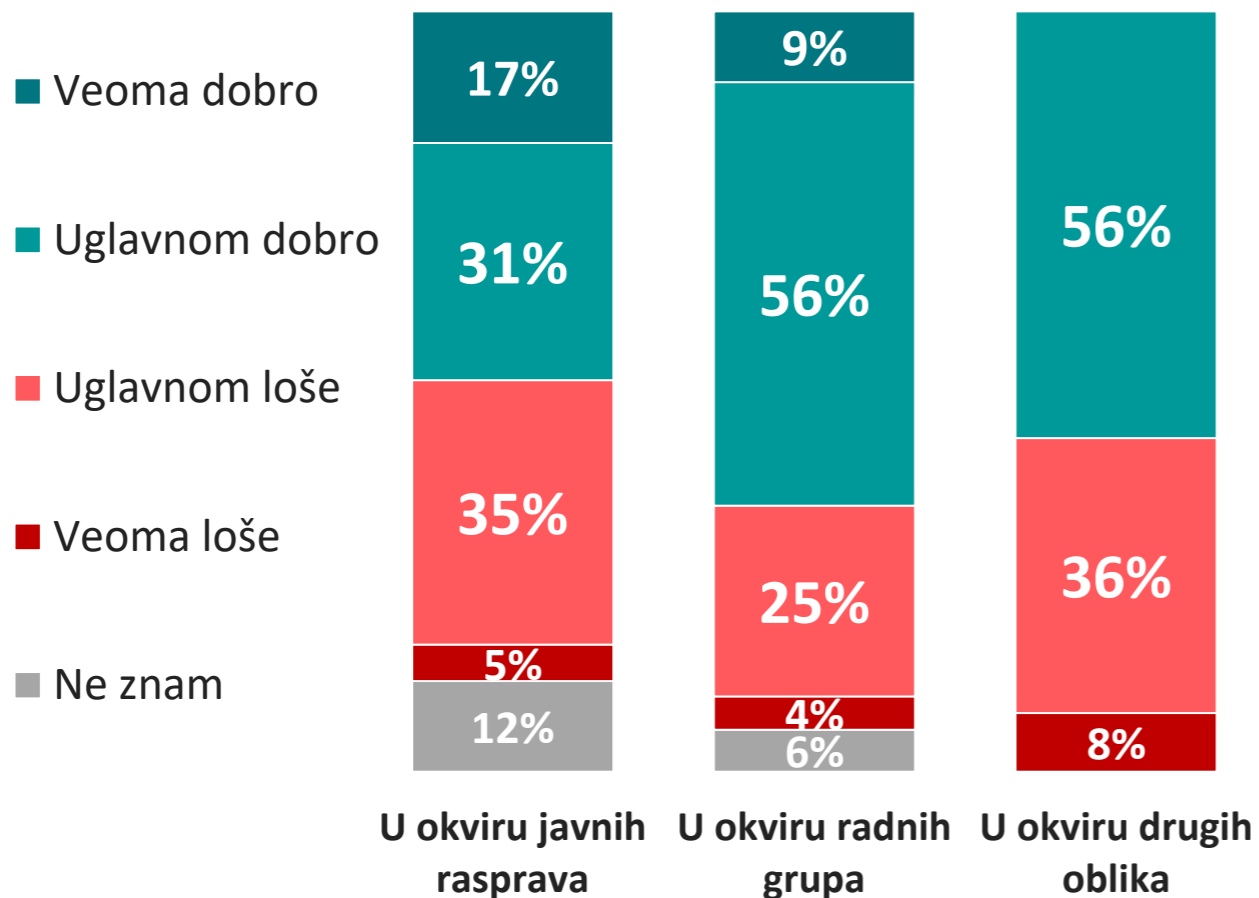
Baza: Ukupna ciljna populacija (30 udruženja, 257 privrednika)

# Ocena saradnje sa predstavnicima javnih institucija

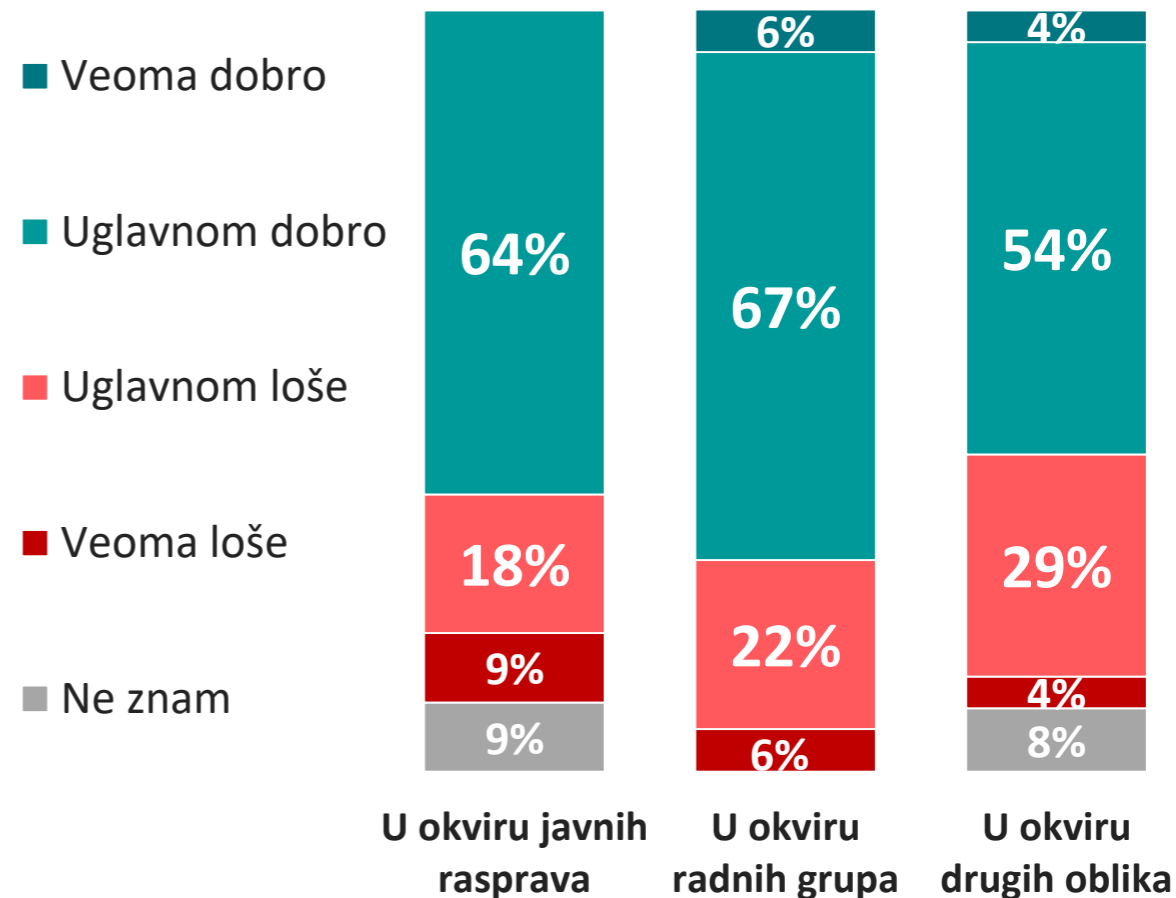
Privatni sektor

Kako biste ocenili saradnju sa predstavnicima javnih institucija u okviru procesa javno-privatnog dijaloga u poslednjih 12 meseci?

## Privrednici



## Poslovna udruženja

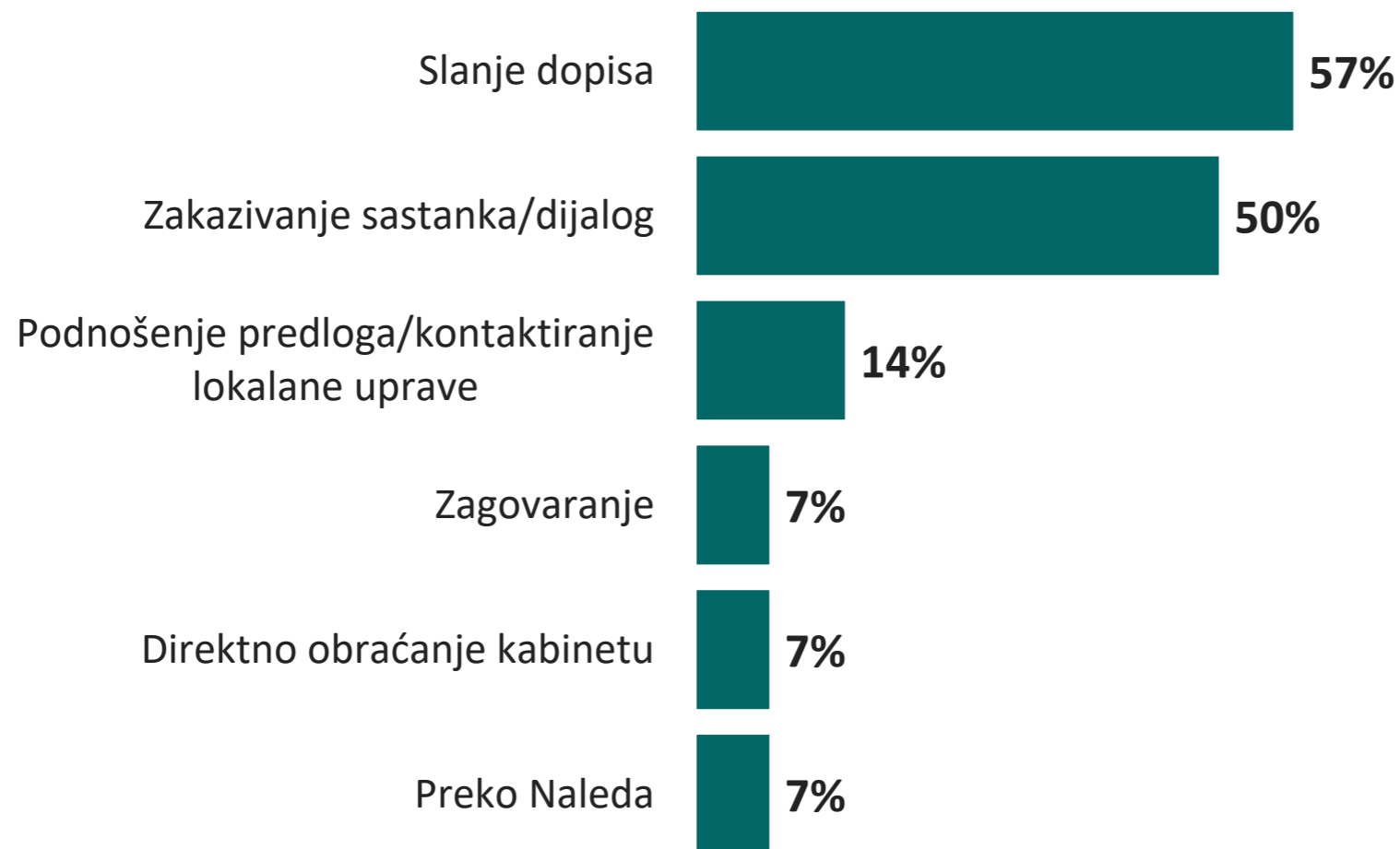


Baza: Udruženja: 37% za javne rasprave, 60% za radne grupe i 80% za druge oblike; Privrednici: po 8% za javne rasprave i radne grupe, 12% za druge oblike

# Mehanizmi za iniciranje razgovora sa javnim sektorom oko propisa

Koje mehanizme za iniciranje izmene postojećih propisa ili za donošenje novih propisa koristite?

## Poslovna udruženja



## Privrednici

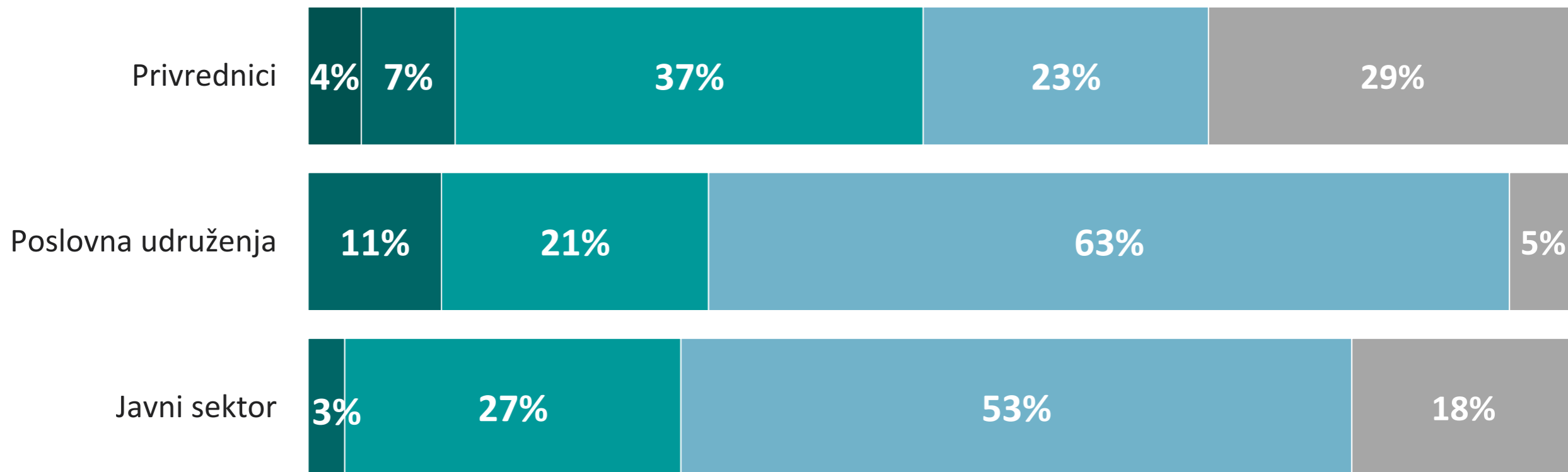
Od ukupno 7 privrednika koji su ustakli da su samoinicijativno podneli predlog za izmenu određenog postojećeg propisa ili za donošenje novog propisa dvoje privrednika je podnelo predlog lokalnoj samoupravi, dok jedan privrednik ističe da je podnet amandman skupštini. Ostali privrednici nisu znali da precizirju nakoji način su podnosili predleg.

Baza: Višestruki odgovori; 3% populacije privrednika, 47% populacije privrednih udruženja

# Udeo predstavnika privrede unutar radnih grupa ili drugih tela

Od ukupnog broj članova radne grupe ili drugog tela, u proseku koji udeo čine članovi iz privrede?

■ Preko 75%   ■ 51% - 75%   ■ 26% - 50%   ■ Do 25%   ■ Ne znam



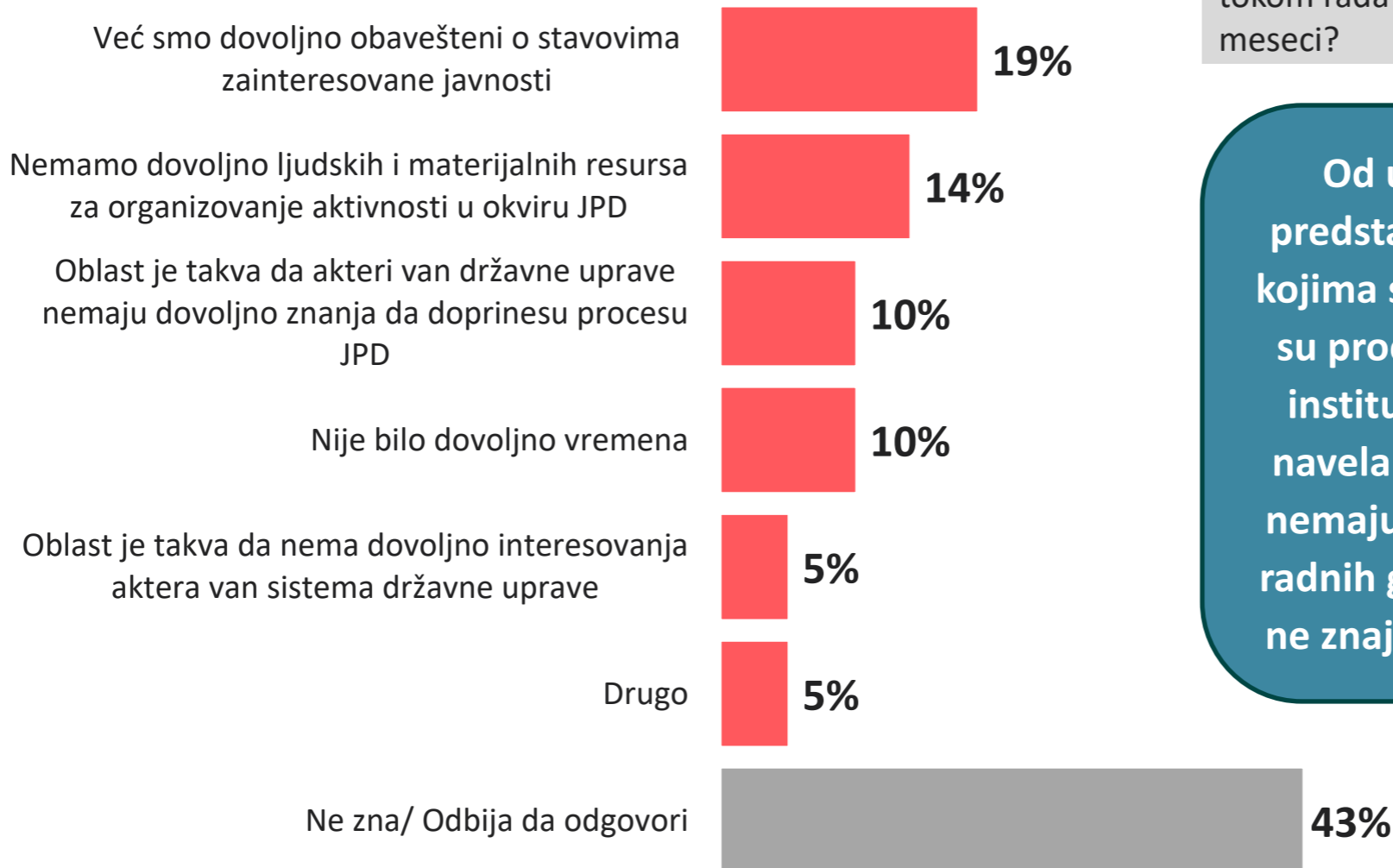
Baza: 63% populacije udruženja, 5% populacije privrednika, 68% populacije javnog sektora



# Razlozi za ne uključivanje privrede u različite forme JPD

Javni sektor

Zbog čega nisu organizovane konsultacije u toku rada na pojedinim propisima?



Zašto niste uključivali predstavnike privrede (ne računajući privredne komore) kao članove Radne grupe ili na neki drugi način tokom rada na propisima iz Vaše nadležnosti u poslednjih 12 meseci?

Od ukupno 8 institucija koje nisu uključivale predstavnike privrede u toku pripreme propisa na kojima su radili u poslednjih 12 meseci, 4 institucije su procenile da nije bilo potrebe, dok je po jedna institucija istakla da nije bilo vremena, odnosno navela da je oblast takva da predstavnici privrede nemaju dovoljno znanja da doprinesu radu unutar radnih grupa. Dodatno, dve institucije su navele da ne znaju zašto predstavnici privrede nisu uključeni.

Baza: Višestruki odgovori, Javni sektor, 44% ciljane populacije – institucije koje su radile na propisima u poslednjih 12 meseci, ali nisu uvek konsultovale privredu

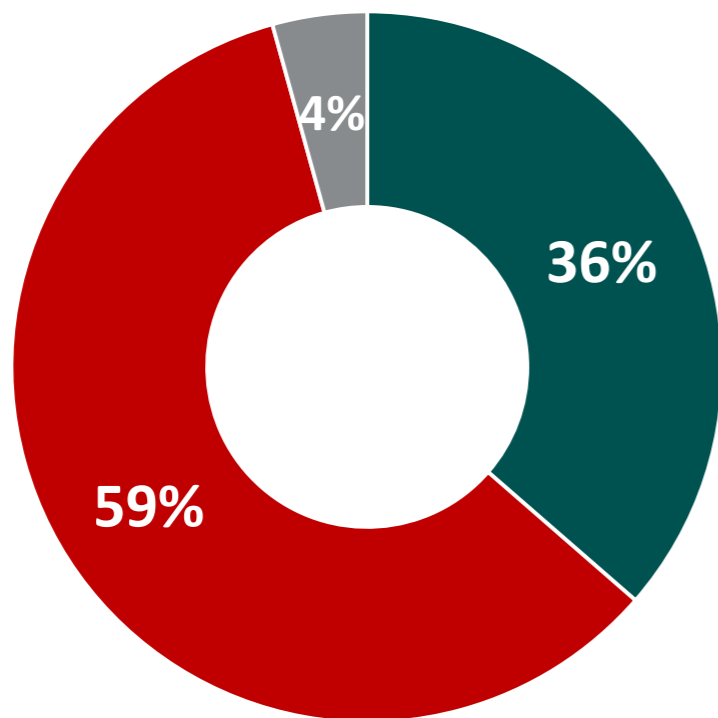
Baza: Višestruki odgovori; Javni sektor, 16% ciljane populacije – institucije koje su radile na propisima u poslednjih 12 meseci ali nisu uvek uključivale predstavnike privrede

# Dobijanje nacрта propisa na vreme

Privatni sektor

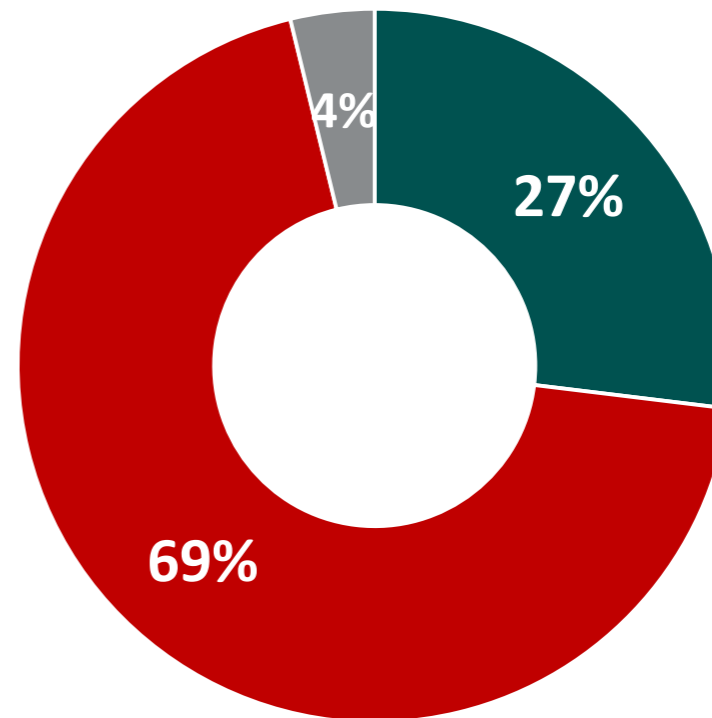
Kakva su Vaša iskustva, da li na vreme dobijate nacрте propisa na koje možete dati komentare i sugestije?

## Privrednici



- Da
- Ne
- Ne zna

## Poslovna udruženja



Baza: 21% ciljne populacije, preduzeća koja su u poslednjih 12 meseci učestvovala u nekom od oblika komunikacije sa javnim sektorom, a da to nije isključivo samoinicijativno podneli predlog za izmenu određenog postojećeg propisa ili za donošenje novog propisa

Baza: 87% ciljne populacije, poslovna udruženja koja su u poslednjih 12 meseci učestvovala u nekom od oblika komunikacije sa javnim sektorom, a da to nije isključivo samoinicijativno podneli predlog za izmenu određenog postojećeg propisa ili za donošenje novog propisa

# KOMUNIKACIJA JAVNOG I PRIVATNOG SEKTORA

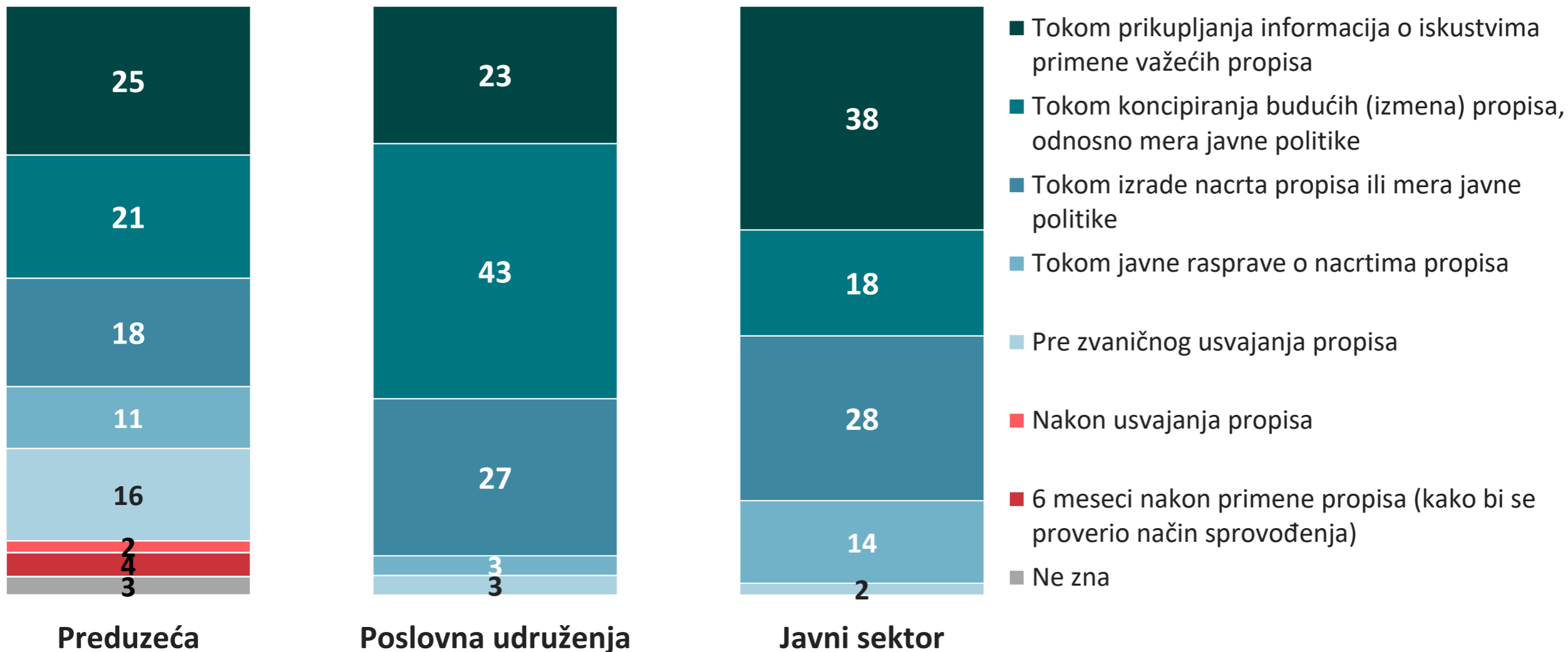


Ipsos Strategic Marketing



# U kojoj fazi je najefikasnije uspostaviti dijalog

Po Vašem mišljenju u kojoj fazi je najefikasnije uspostaviti dijalog?

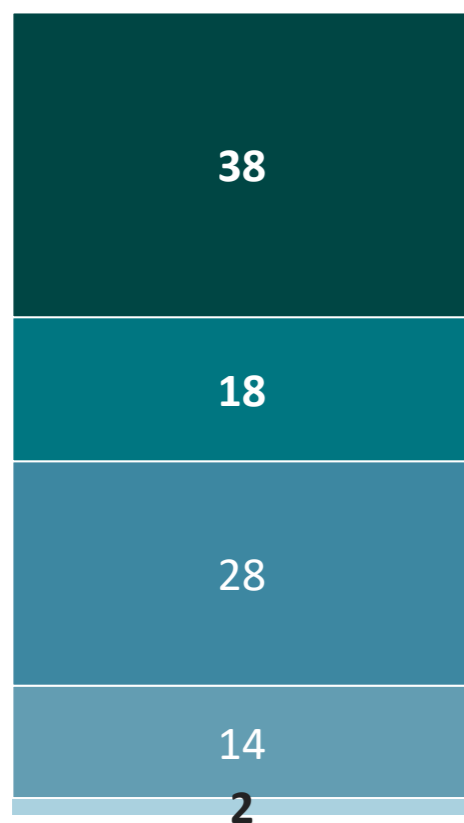


Baza: Ukupna ciljna populacije - Preduzeća; Poslovna udruženja; Javni sektor

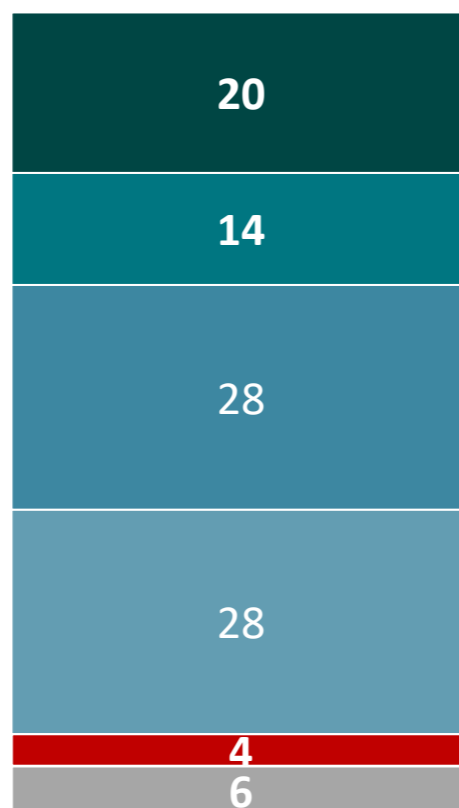
# Najefikasnija / najčešća faza za uspostavljanje dijaloga

Javni sektor

Po Vašem mišljenju u kojoj fazi je najefikasnije uspostaviti dijalog? / U kom trenutku ste najčešće uspostavljali dijalog sa privredom u poslednjih 12 meseci?



U kojoj fazi je najefikasnije uspostaviti dijalog



U kom trenutku ste najčešće uspostavljali dijalog

- Tokom prikupljanja informacija o iskustvima primene važećih propisa
- Tokom koncipiranja budućih (izmena) propisa, odnosno mera javne politike
- Tokom izrade nacrtu propisa ili mera javne politike
- Tokom javne rasprave o nacrtima propisa
- Pre zvaničnog usvajanja propisa
- Nismo imali dijalog sa predstavnicima privrede
- Ne zna

Baza: Ukupna ciljna populacija - Javni sektor

# Različiti vidovi komunikacije u toku dijaloga

Privatni sektor

Kada je u pitanju proces javno-privatnog dijaloga, koji vid komunikacije, po Vašem mišljenju, predstavnici privrede najčešće koriste? / A koji vid komunikacije smatrate da bi predstavnici privrede najradije koristili?

■ E-mailom ■ Usmeno - direktnim kontaktom ■ Telefonom ■ Putem online formulara ■ Poštom ■ Drugo ■ Ne zna

Vid komunikacije koji predstavnici privrede najčešće koriste u JPD

Preduzeća



Poslovna udruženja



Vid komunikacije koji bi predstavnici privrede najradije koristili u JPD

Preduzeća



Poslovna udruženja



Baza: Ukupna ciljna populacija - Preduzeća, Poslovna udruženja

# Različiti vidovi komunikacije u toku dijaloga

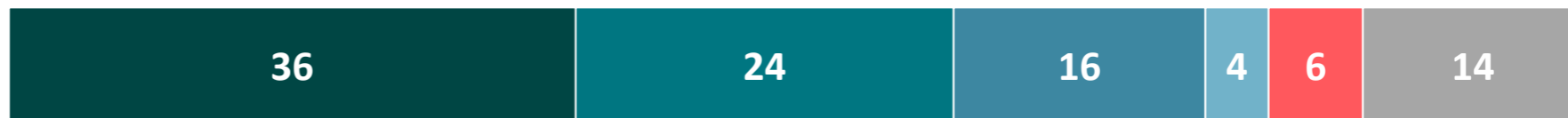
Javni sektor

Na koji način Vi najčešće komunicirate sa predstavnicima privrede kada ih konsultujete o budućim merama javne politike, odnosno kada ih obaveštavate o novousvojenim merama i propisima? / Uzevši u obzir različite aktere u procesu javno-privatnog dijaloga, na koji način oni daju najkonstruktivniji doprinos po Vašem mišljenju?

■ E-mailom ■ Usmeno - direktnim kontaktom ■ Poštom ■ Putem online formulara ■ Nikada ih ne konsultuju ■ Ne zna

Vid komunikacije koji javni sektor najčešće koristi

Privredne subjekte



Poslovna udruženja



■ Usmeno - direktnim kontaktom ■ E-mailom ■ Poštom ■ Putem online formulara ■ Ne zna

Najkonstruktivniji vid komunikacije sa predstavnicima privrede

Privredne subjekte



Poslovna udruženja

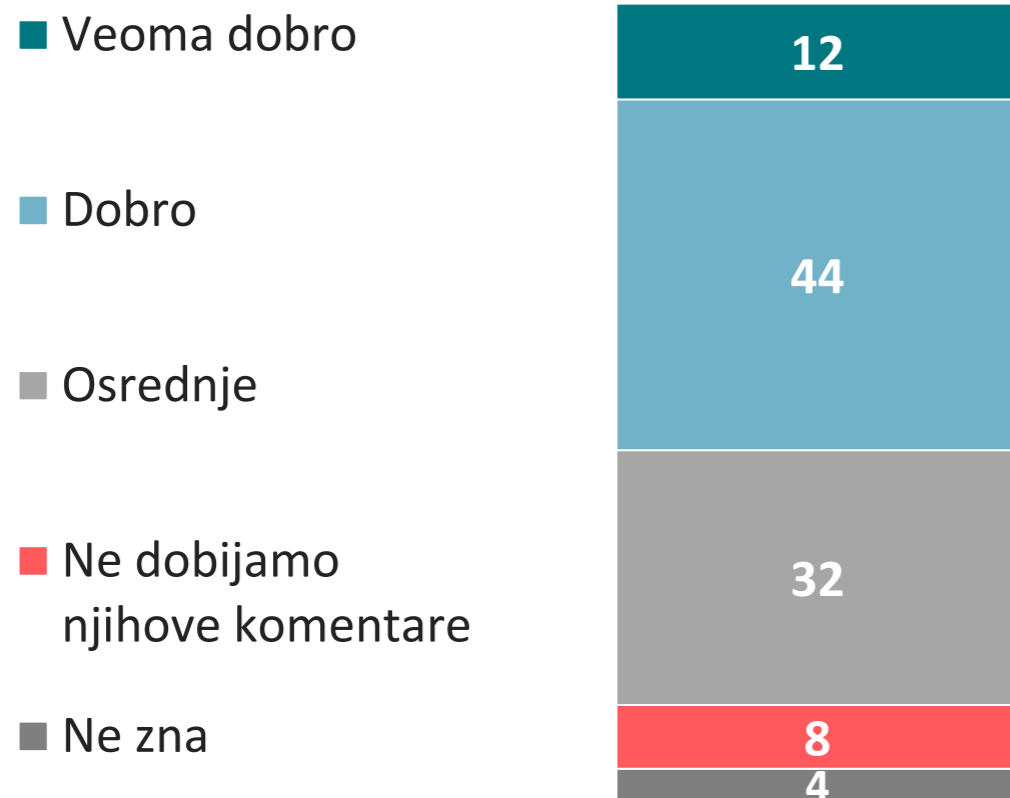


Baza: Ukupna ciljna populacija - Javni sektor

# Ocena kvaliteta komentara koje daje privreda

Kako biste ocenili kvalitet komentara koje dobijate od strane privrede? / U kojoj meri se slažete sa stavom da predstavnici privrednika daju jasne i kvalitetne predloge za unapređenje poslovnog okruženja

## Javni sektor



Baza: Ukupna ciljna populacija - Javni sektor

## Poslovna udruženja



Baza: Ukupna ciljna populacija - Poslovna udruženja

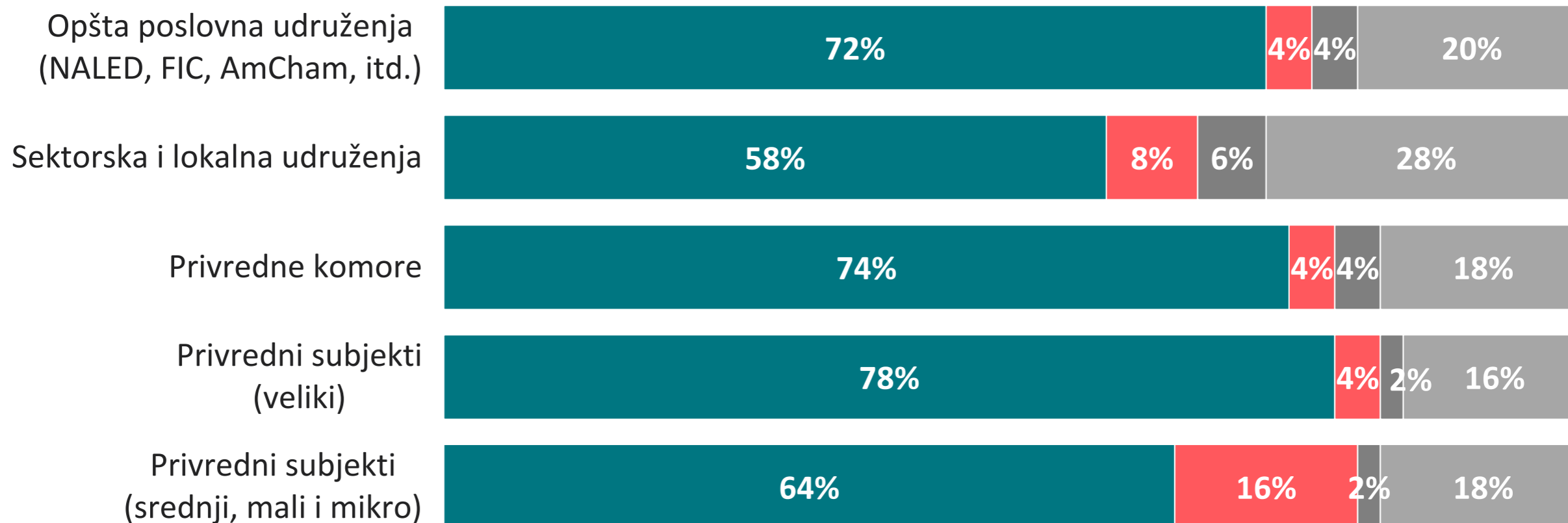


# Potrebna znanja za komentara i konstruktivni razgovor sa državnim institucijama

Da li smatrate da sledeće organizacije imaju potrebna znanja za davanje komentara i vođenje konstruktivnih razgovora sa državnim institucijama?

## Javni sektor

■ Poseduju ■ Ne poseduju ■ Nisu imali saradnju sa njima ■ Ne zna

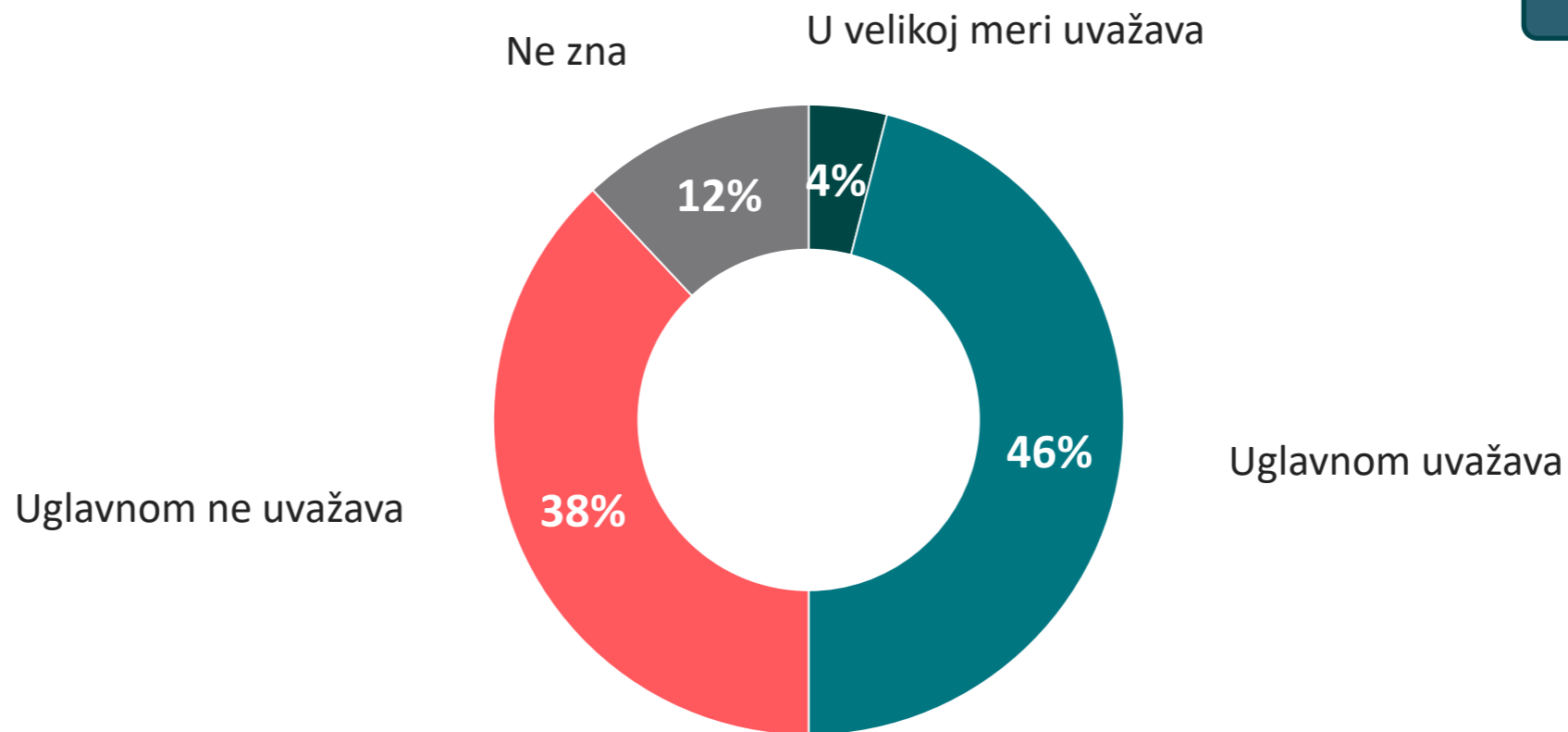


Baza: Ukupna ciljna populacija - Javni sektor

# U kojoj meri privreda uvažava realna ograničenja s kojima se suočavaju javne institucije

U kojoj meri prilikom komentarisanja predloga propisa ili davanja inicijativa izmene propisa, privreda uvažava realna ograničenja s kojima se suočavaju javne institucije?

**Javni sektor**

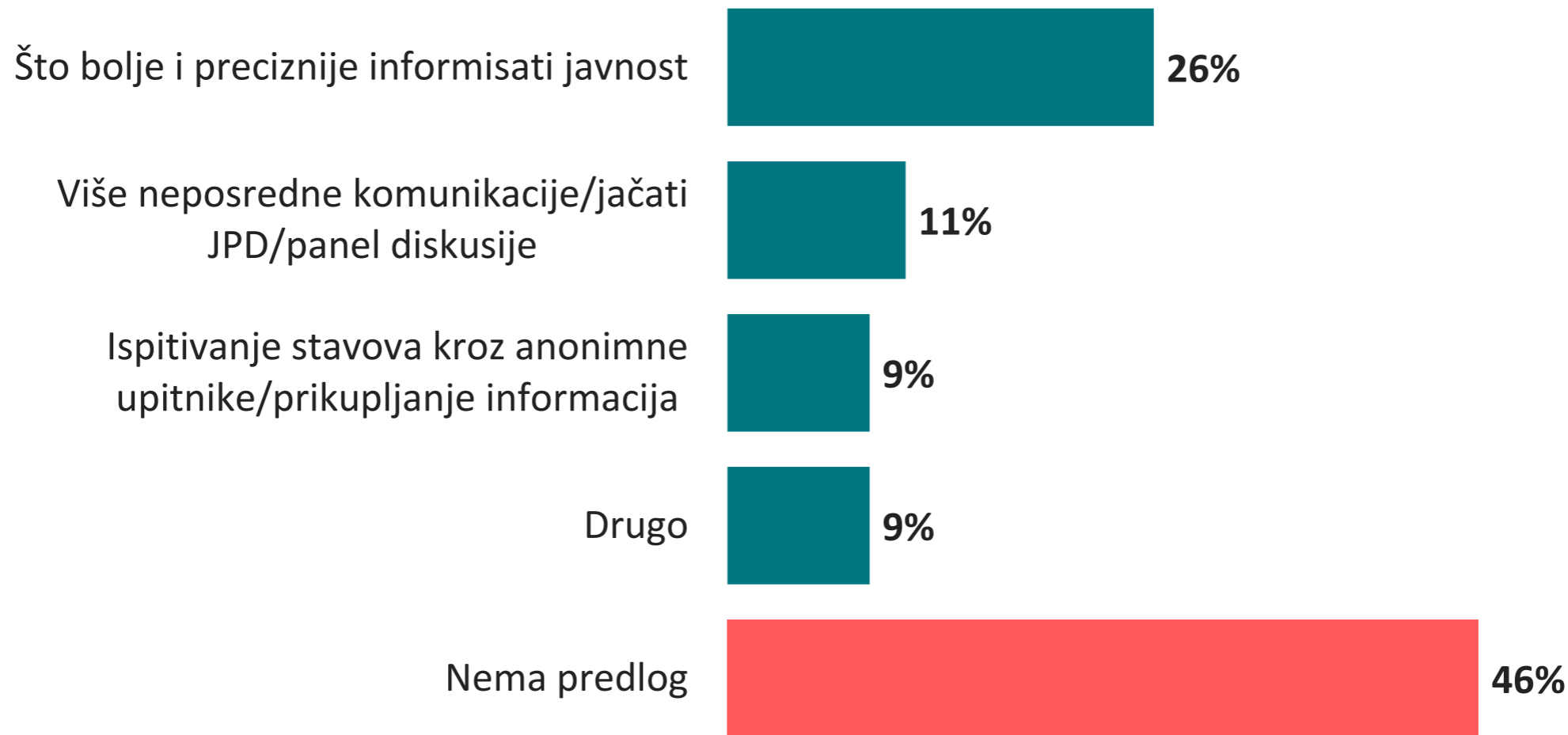


Baza: Javni sektor

## Predlozi za unapređenje relevantnosti komentara koje daje privreda

Javni sektor

Imate li neki predlog kako unaprediti relevantnost komentara koje dobijate od predstavnika privrede?



Višestruki odgovori; Baza: Javni sektor

# ANALIZA EFEKATA PROPISA



Ipsos Strategic Marketing

# Analiziranje očekivanih efekta predloženih izmena propisa na poslovanje

Da li ste u poslednjih 12 meseci analizirali očekivane efekte predloženih izmena propisa na poslovanje?

Privatni sektor

■ Sproveli su analizu u poslednjih 12 meseci

■ Nisu analizu u poslednjih 12 meseci

■ Ne zna

Preduzeća

21%

78%

1%

Poslovna  
udruženja

60%

40%

0%

Baza: Ukupna ciljna populacija - Preduzeća, Poslovna udruženja

# Analiza očekivanih efekta predloženih izmena propisa na poslovanje

Poslovna udruženja

■ Sproveli su analizu u poslednjih 12 meseci

■ Nisu analizu u poslednjih 12 meseci

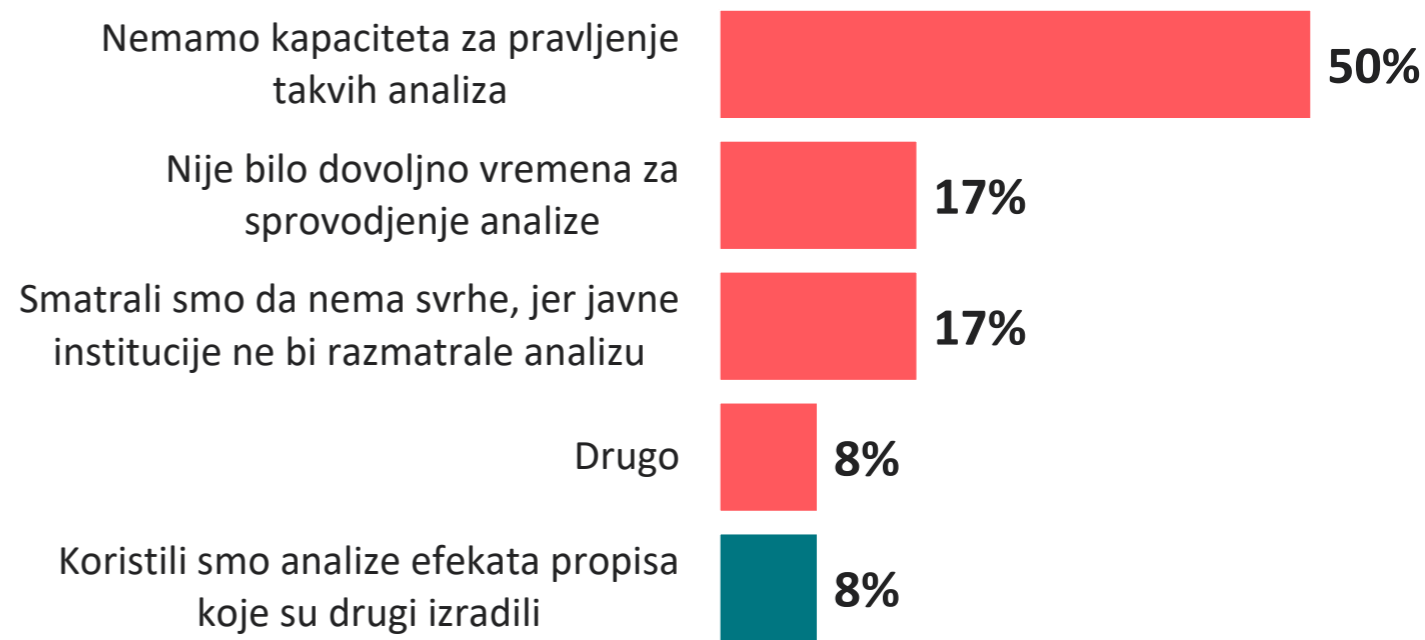


## Kakav je bio ishod analize?



Baza: 60% ciljne populacije; udruženja koja su sprovela analizu u poslednjih 12 meseci

## Zbog čega niste sproveli analizu?



Baza: 40% ciljne populacije; udruženja koja nisu sprovođila analize u poslednjih 12 meseci

# Analiza efekata propisa

## Privatni sektor

Da li ste nekada videli/čitali analizu efekata propisa koju je država izradila? / Da li biste voleli da ove analize budu javne? / Da li biste pomogli državnim institucijama pri izradi analize efekata propisa iz Vaše oblasti?

■ Da ■ Ne ■ Ne zna

**VIDELI/ČITALI ANALIZU  
EFEKATA PROPISA KOJU  
JE IZRADILA DRŽAVA**

Preduzeća

23

76

Udruženja

60

33

7

**VOLELI BI DA OVE  
ANALIZE BUDU JAVNE**

Preduzeća

89

7

3

Udruženja

97

3

**POMOGLI BI DRŽAVNIM  
INSTITUCIJAMA PRI IZRADI  
ANALIZE EFEKATA PROPISA IZ  
NJIHOVE OBLASTI**

Preduzeća

81

18

Udruženja

100

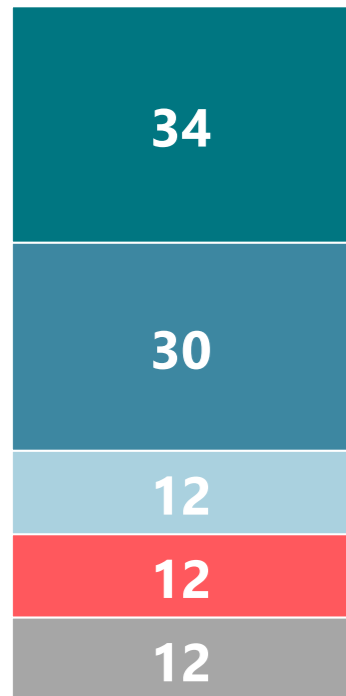
Baza: Ukupna ciljna populacija - Preduzeća, Poslovna udruženja

# Analiza efekata propisa

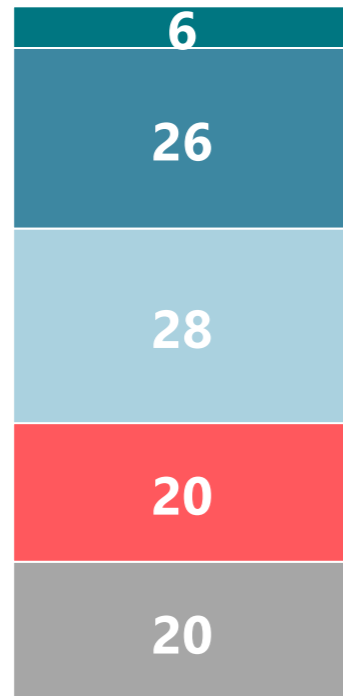
Javni sektor

Da li u procesu pripreme propisa sprovodite analizu efekata propisa? / Da li u procesu pripreme propisa koristite analize efekata propisa koje su izradili drugi državni organi i institucije, pojedinačni privredni subjekti, njihove asocijacije, stručne i naučne organizacije ili izveštaje iz medija?

## SPROVODE ANALIZE



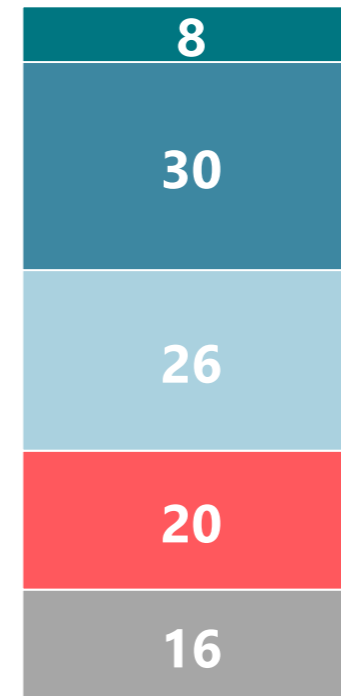
U procesu pripreme propisa



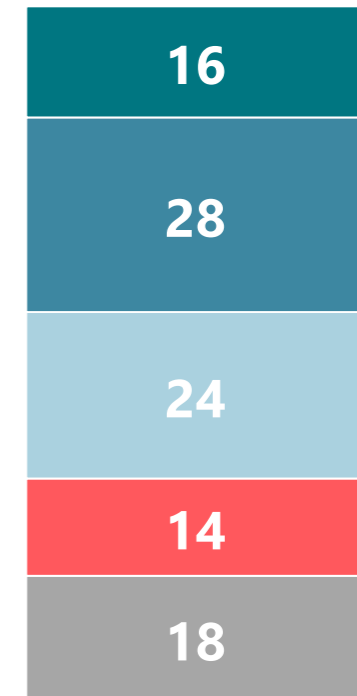
Nakon usvajanja propisa

- Da, kod svih propisa
- Da kod većine propisa
- Da, ali samo kod nekih propisa
- Ne
- Ne zna

## KORISTE ANALIZE KOJE SU SPROVELI DRUGI



U procesu pripreme propisa



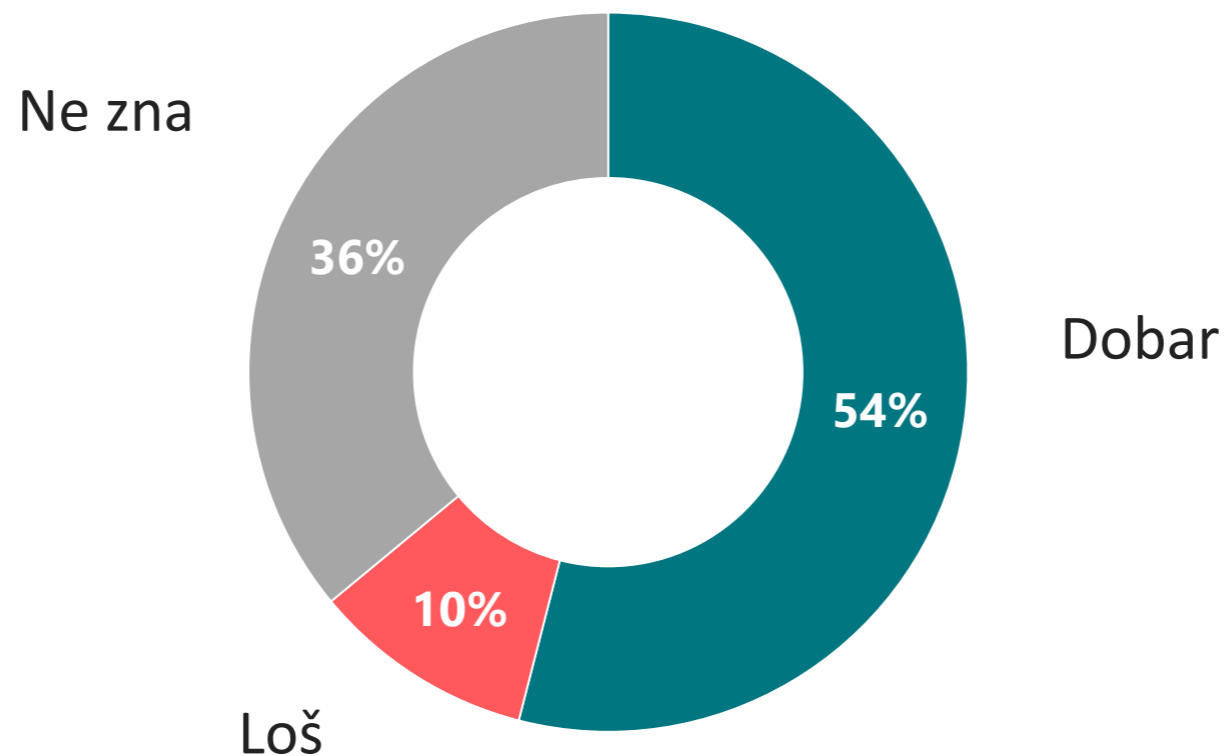
U cilju praćenja efekata usvojenih propisa



# Kvalitet analize efekata propisa koje javne institucije

Javni sektor

Kako biste ocenili kvalitet analize efekata propisa koje javne institucije sprovode u procesu pripreme propisa?



Baza: Javni sektor

# POSLOVNA UDRUŽENJA I NJIHOV DOPRINOS JAVNO-PRIVATNOM DIJALOGU



Ipsos Strategic Marketing

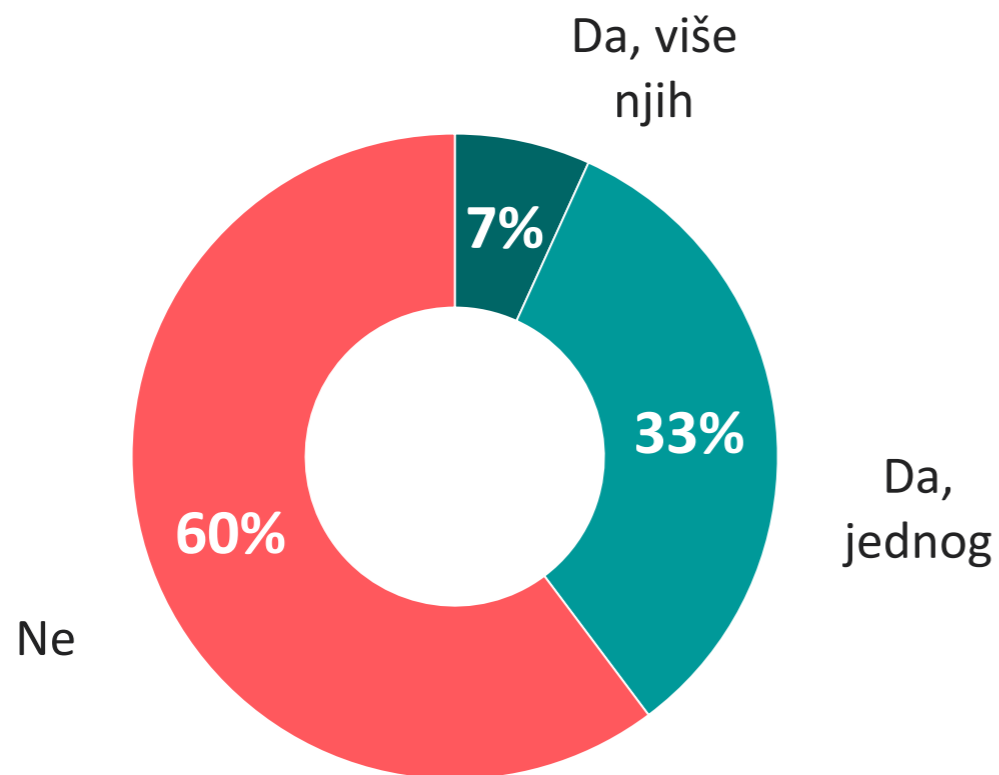


# Članstvo u nekom poslovnom udruženju

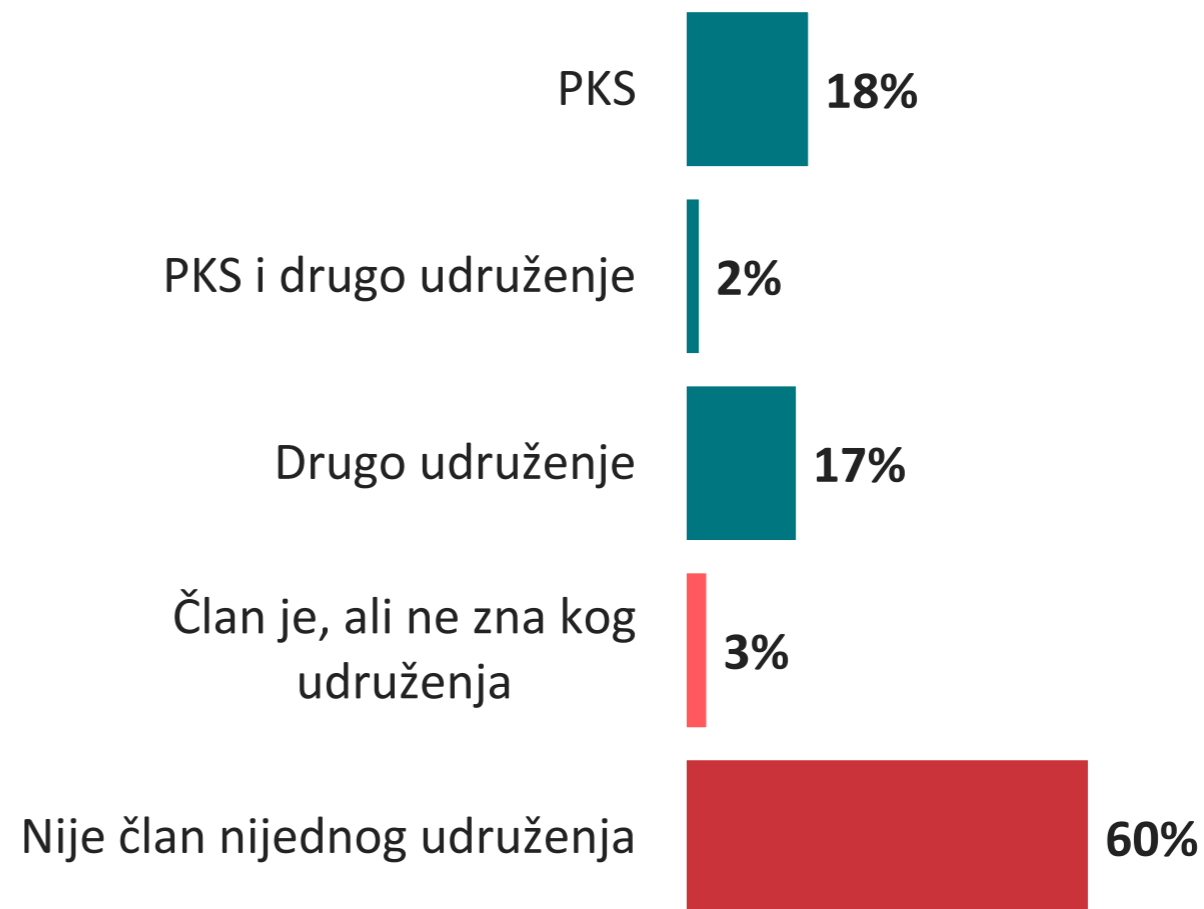
Privrednici

Da li ste trenutno član nekog poslovnog udruženja? / Član ste kog poslovnog udruženja?

## Da li ste trenutno član



## Član ste kog poslovnog udruženja



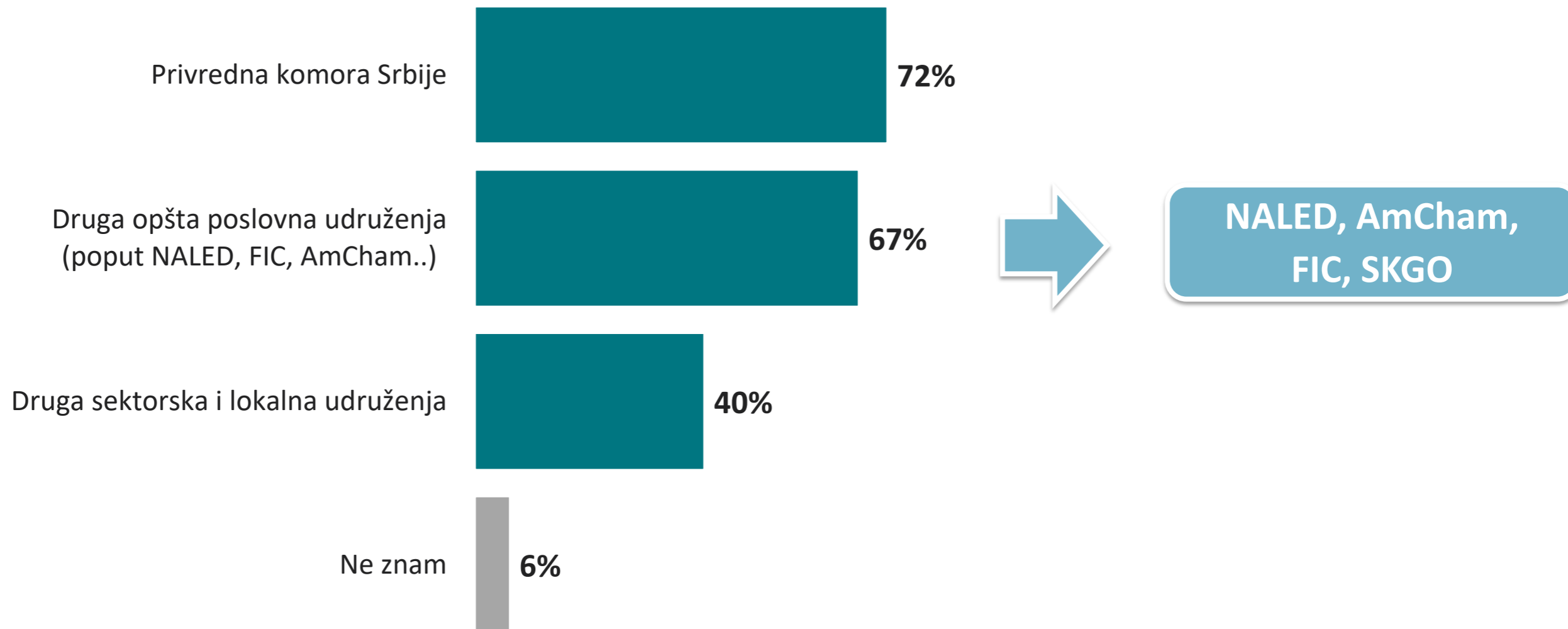
Baza: Ukupna ciljna populacija (257 privrednika)

Baza: 40% ukupne populacije privrednika

# Saradnja sa predstavnicima privrede

Javni sektor

Molimo Vas navedite sa kojim poslovnim udruženjima/predstavnicima privrede ste najviše sarađivali u dosadašnjoj pripremi/ donošenju/ izmeni propisa u poslednjih 12 meseci?



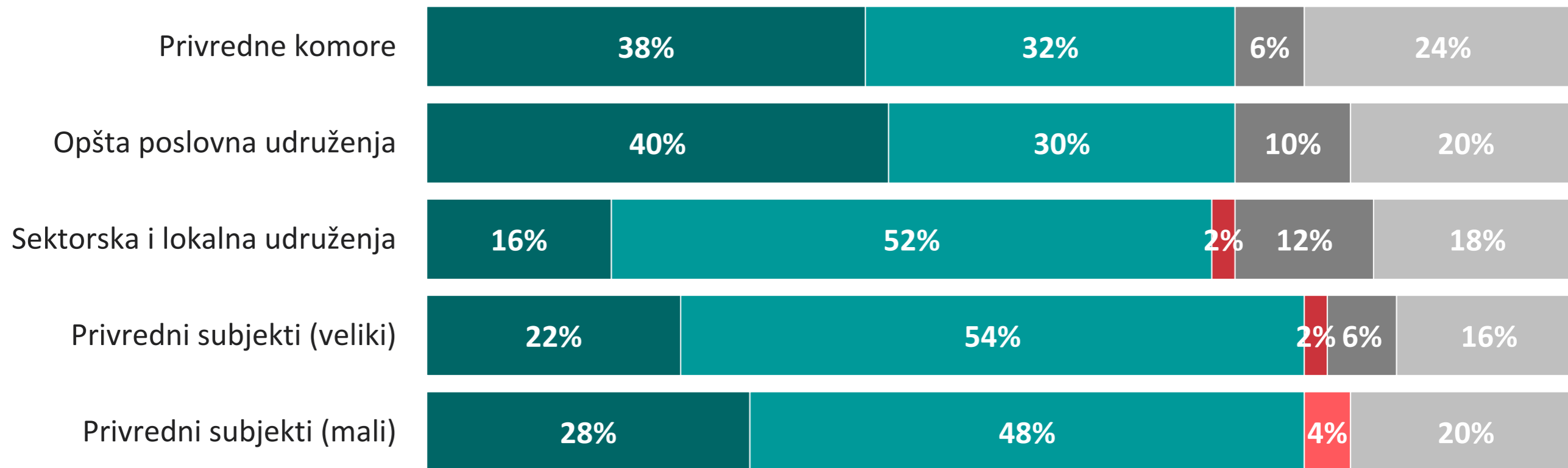
Baza: Ukupna ciljna populacija

# Ocena saradnje sa predstavnicima privrede

Javni sektor

Kako biste ocenili saradnju Vaše institucije sa sledećim akterima u poslednjih 12 meseci?

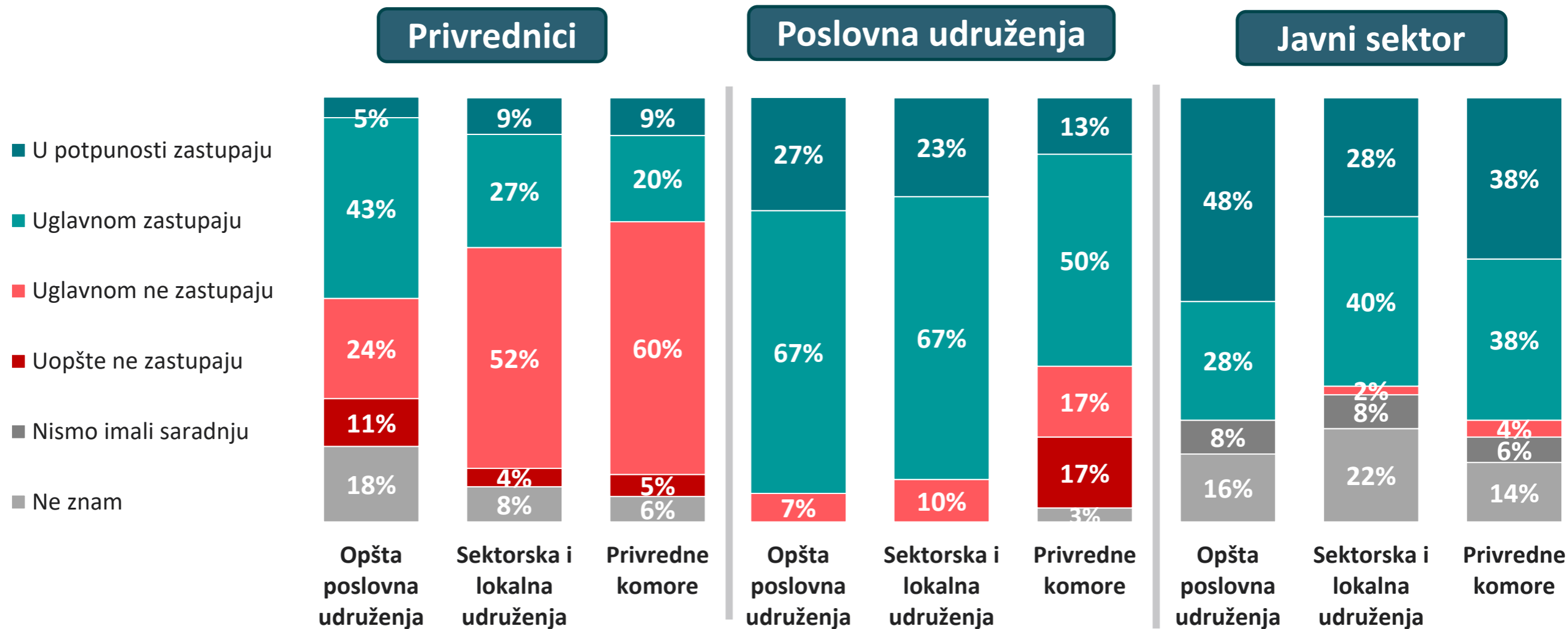
■ Veoma dobro ■ Uglavnom dobro ■ Uglavnom loše ■ Veoma loše ■ Nismo imali saradnju ■ Ne znam



Baza: Ukupna ciljna populacija

# Ocena zastupanja interesa privrede u JPD

U kojoj meri smatrate da sledeći akteri na adekvatan način zastupaju interese privrednika u procesu javno-privatnog dijaloga?



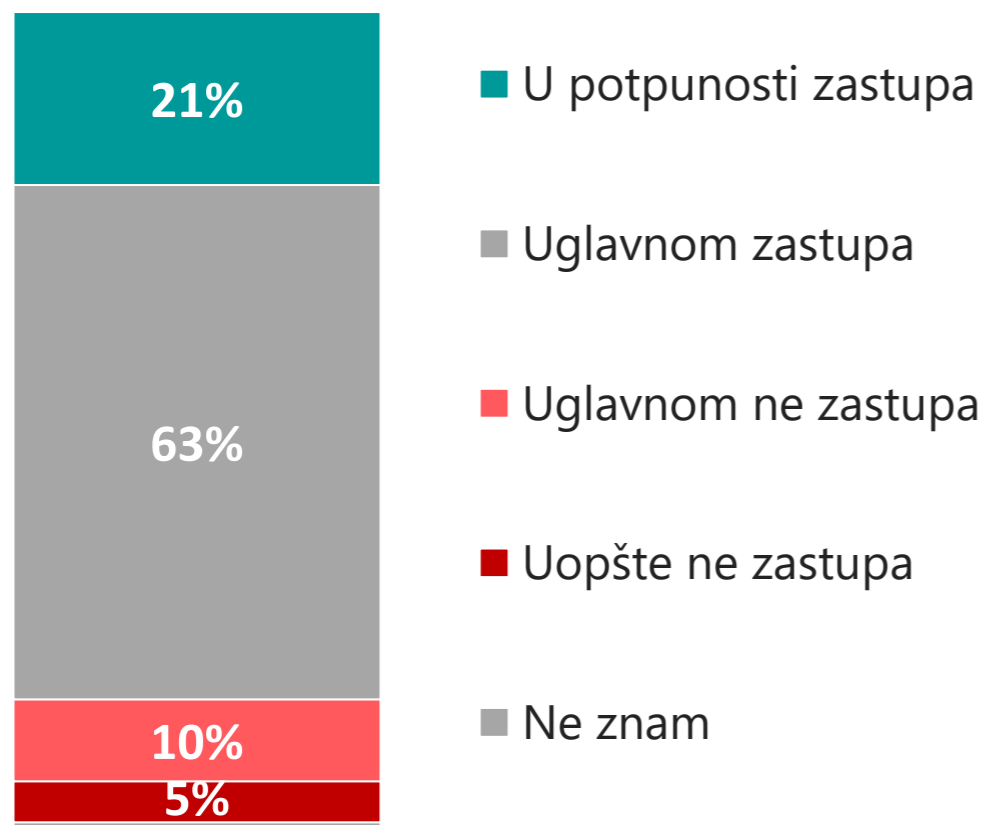
Baza: Ukupna ciljna populacija (30 udruženja, 257 privrednika, 50 predstavnika javnog sektora)

# Kapacitet poslovnih udruženja i zastupanje interesa članova

Privrednici

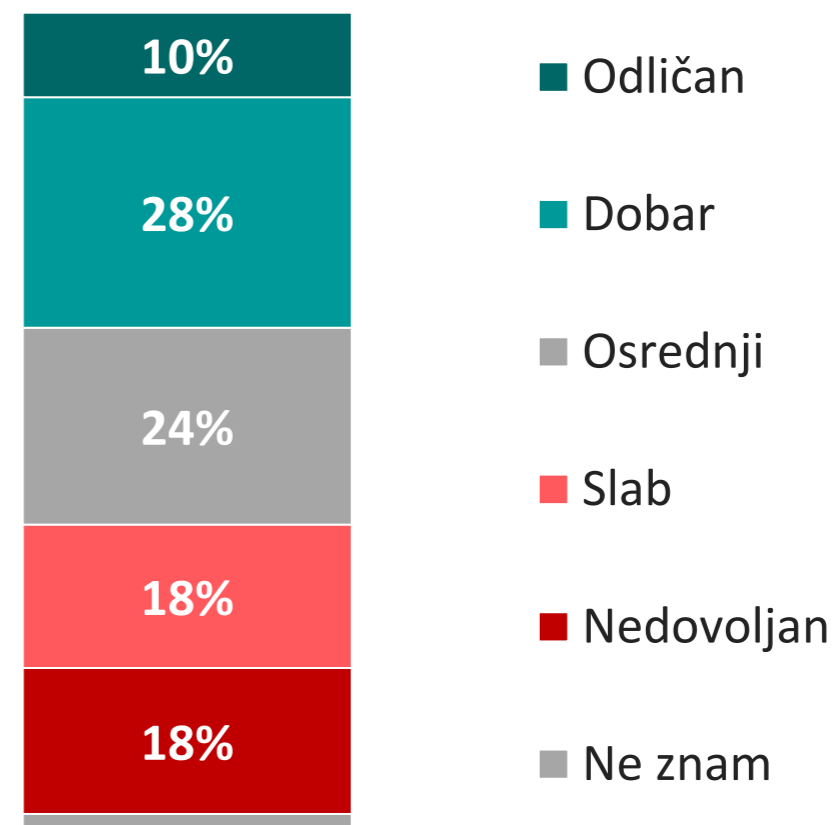
A kada govorimo o udruženju čiji ste Vi član, u kojoj meri smatrate da ono na adekvatan način zastupa interese svojih članova u procesu JPD? / Kako biste ocenili kapacitet Vašeg udruženja za učešće u javno privatnom dijalogu u ovom trenutku?

## Da li vaše udruženje zastupa interese svojih članova



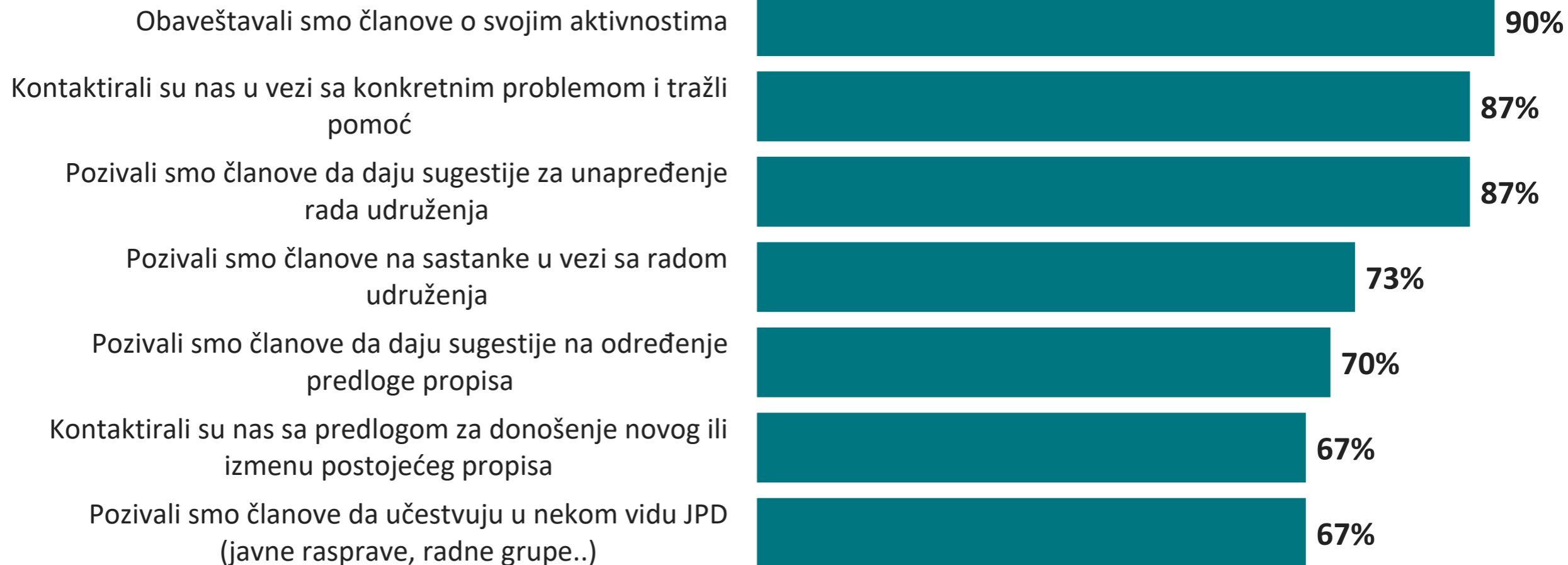
Baza: 40% populacije privrednika

## Kapacitet Vašeg udruženja za učešće u javno privatnom dijalogu



Baza: 40% populacije privrednika

Koje od sledećih vidova komunikacije ste imali sa Vašim članovima u poslednjih 12 meseci?



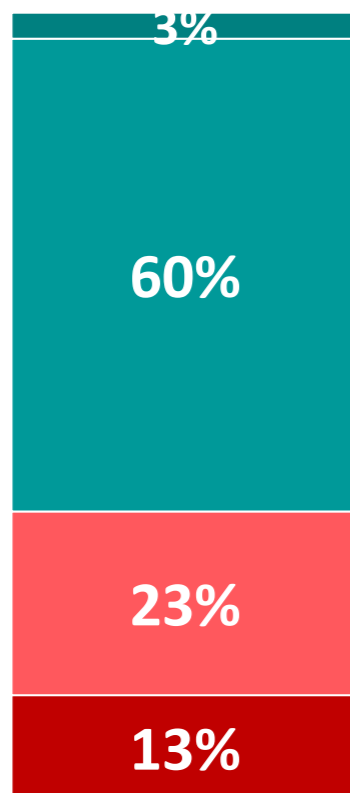
Baza: Ukupna ciljna populacija (30 udruženja)



Koje od sledećih vidova komunikacije ste imali sa Vašim udruženjem u poslednjih 12 meseci?



U kojoj meri različita poslovna udruženja iz iste oblasti nastupaju ujedinjeno, sa zajedničkim ciljem?



- Udruženja nastupaju ujedinjeno
- Cilj je isti svima, ali ne nastupaju potpuno ujedinjeno
- Nastupaju ujedinjeno samo kada im se interesi poklope
- Udruženja uopšte ne nastupaju ujedinjeno
- Ne znam

Baza: Ukupna ciljna populacija (30 udruženja)

# SARADNJA I ORGANIZACIJA RADA JAVNIH INSTITUCIJA



Ipsos Strategic Marketing

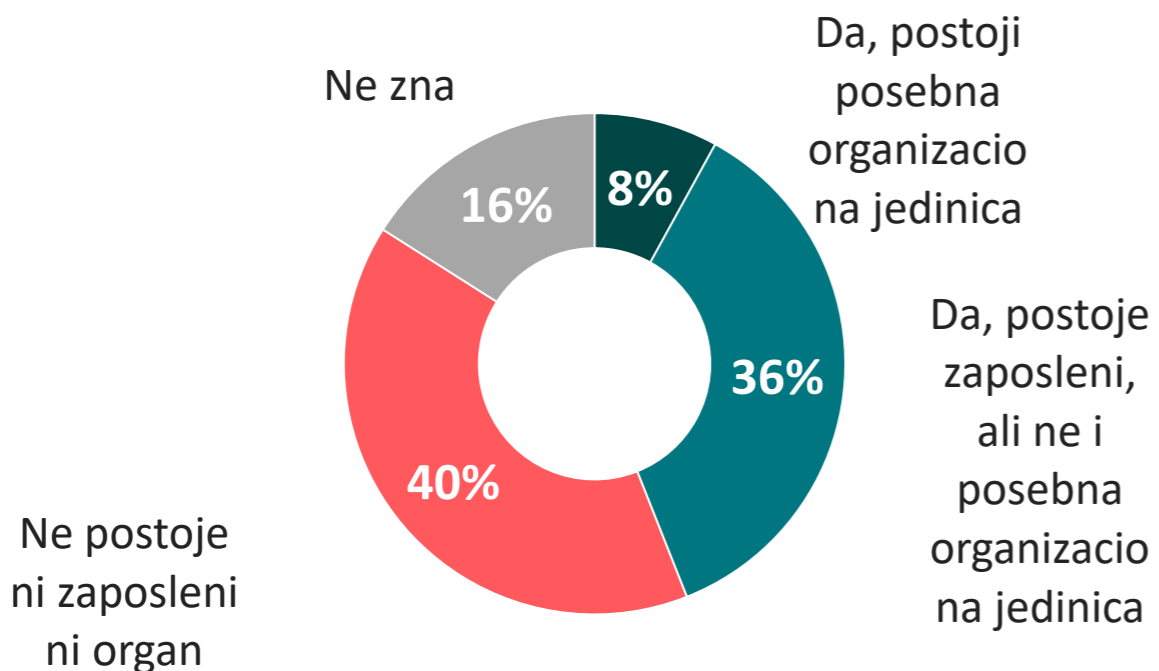


# Organizaciona struktura i kadrovski kapaciteti javnih institucija

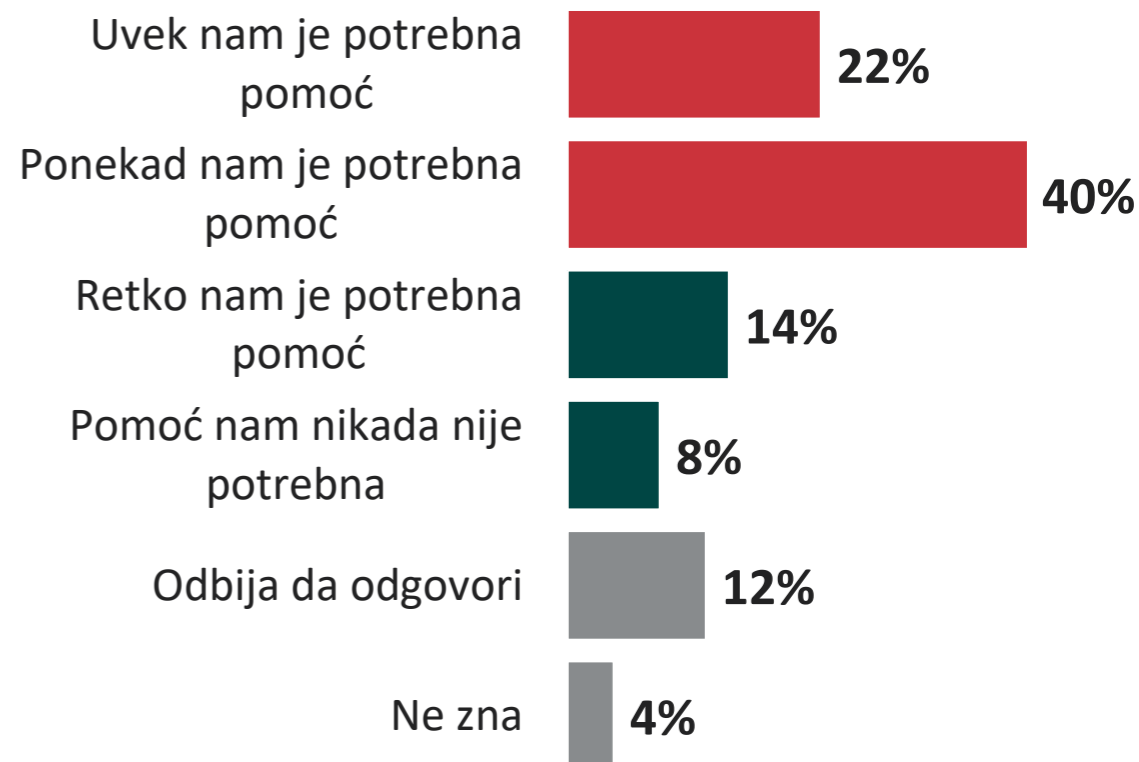
Javni sektor

Da li u okviru Vaše institucije postoji posebna organizaciona jedinica ili zaposleni koji su zaduženi za koordinaciju dijaloga sa privatnim sektorom? / Da li je Vašem sektoru u toku pripreme/promene propisa bilo potrebno konsultovanje sa stručnjacima za normativne i/ili pravne poslove?

Da li postoji posebna organizaciona jedinica ili zaposleni koji su zaduženi za koordinaciju dijaloga sa privatnim sektorom



Potreba za konsultovanjem sa stručnjacima za normativne i/ili pravne poslove?

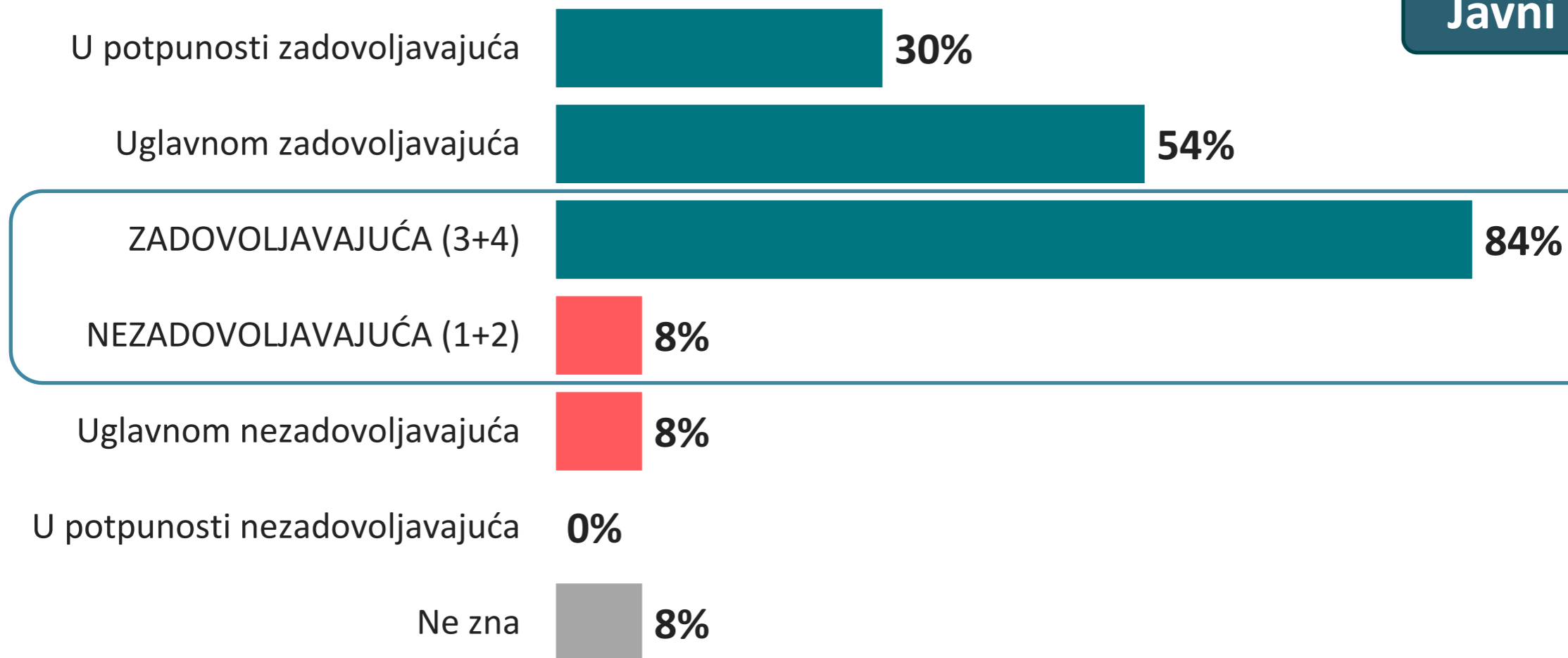


Baza: Javni sektor – ukupna ciljna populacija

# Saradnja i koordinacija sa drugim javnim institucijama u procesu rada na propisima

Kako biste ocenili Vašu saradnju i koordinaciju sa drugim javnim institucijama u procesu rada na propisima u poslednjih 12 meseci?

Javni sektor



Baza: Javni sektor

# Sa kojim javnim institucijama ste imali najbolju saradnju?

Sa kojim ministarstvima/ institucijama ste imali najbolju saradnju? / Sa kojom javnom institucijom ste najviše sarađivali prilikom rada na propisima?

## Javni sektor



Višestruki odgovori; Baza: Javni sektor

## Poslovna udruženja



Višestruki odgovori; Baza: Poslovna udruženja koja su u poslednjih 12 meseci učestvovala u nekom od oblika komunikacije sa javnim sektorom

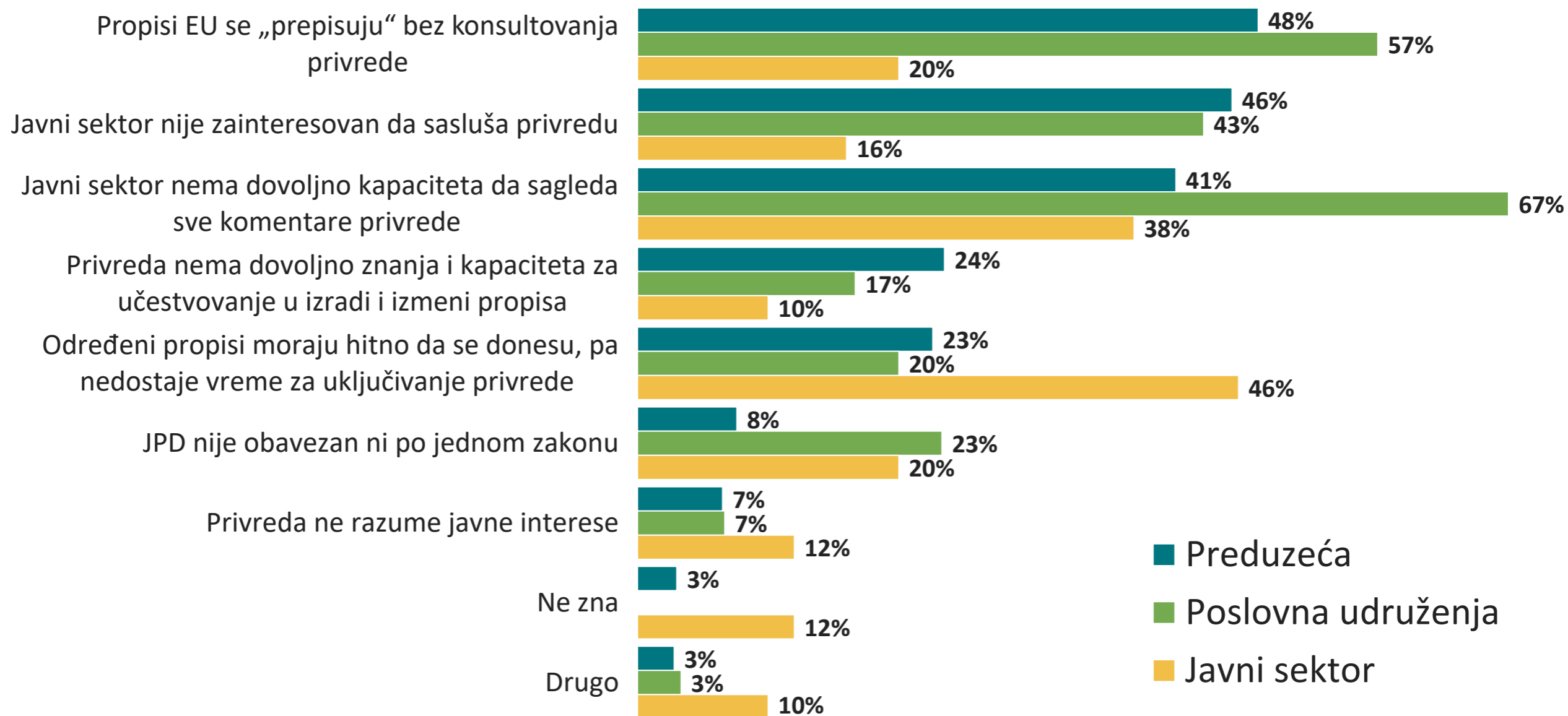
# KLJUČNE PREPREKE I PREDLOZI ZA UNAPREĐENJE



Ipsos Strategic Marketing



## Koje su trenutno najveće prepreke u sprovođenju efikasnog JPD?



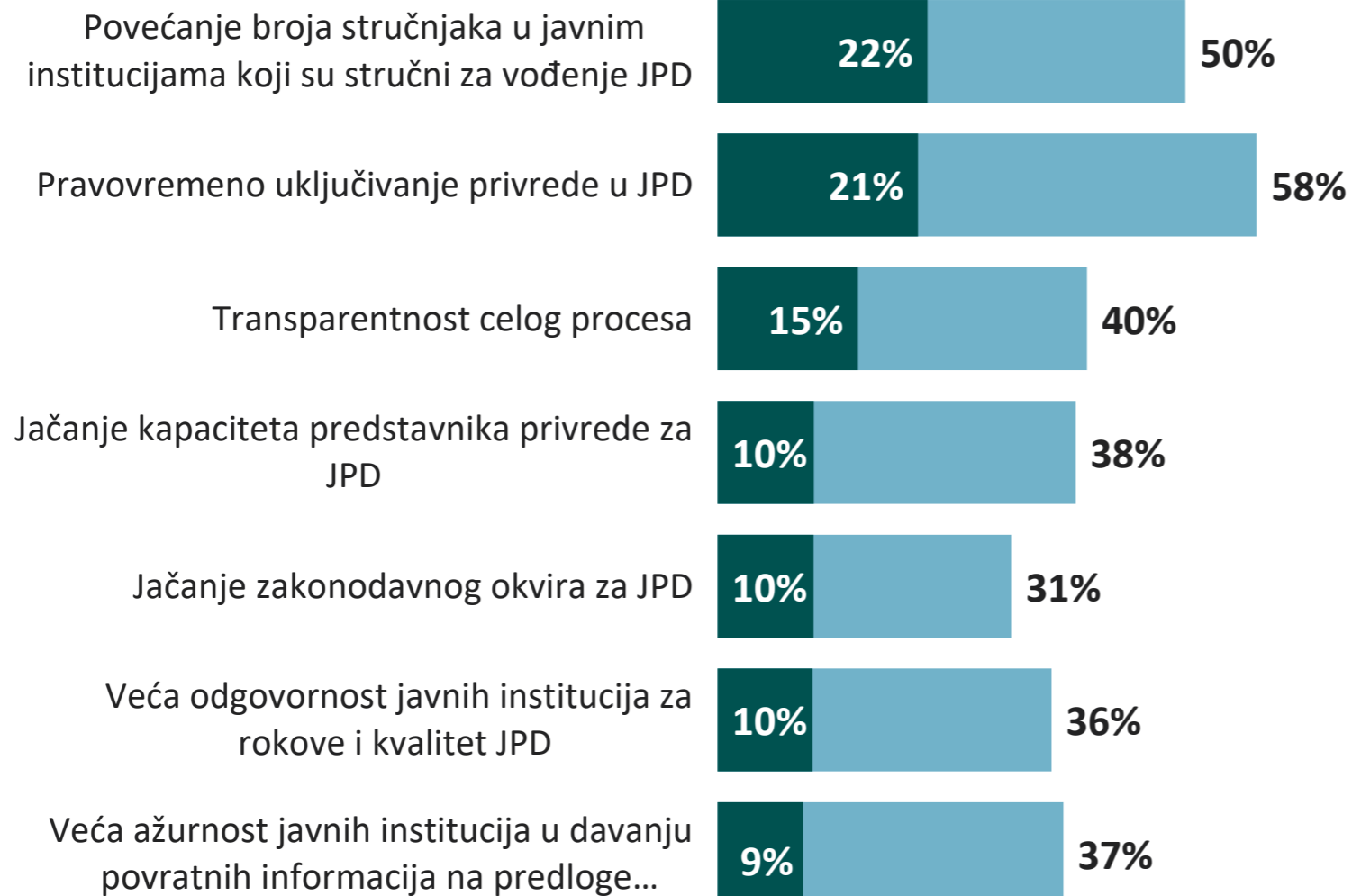
Baza: Višestruki odgovori; Ukupna ciljna populacija - Preduzeća, Poslovna udruženja, Javni sektor



# Ključni aspekti JPD koji moraju da se unaprede

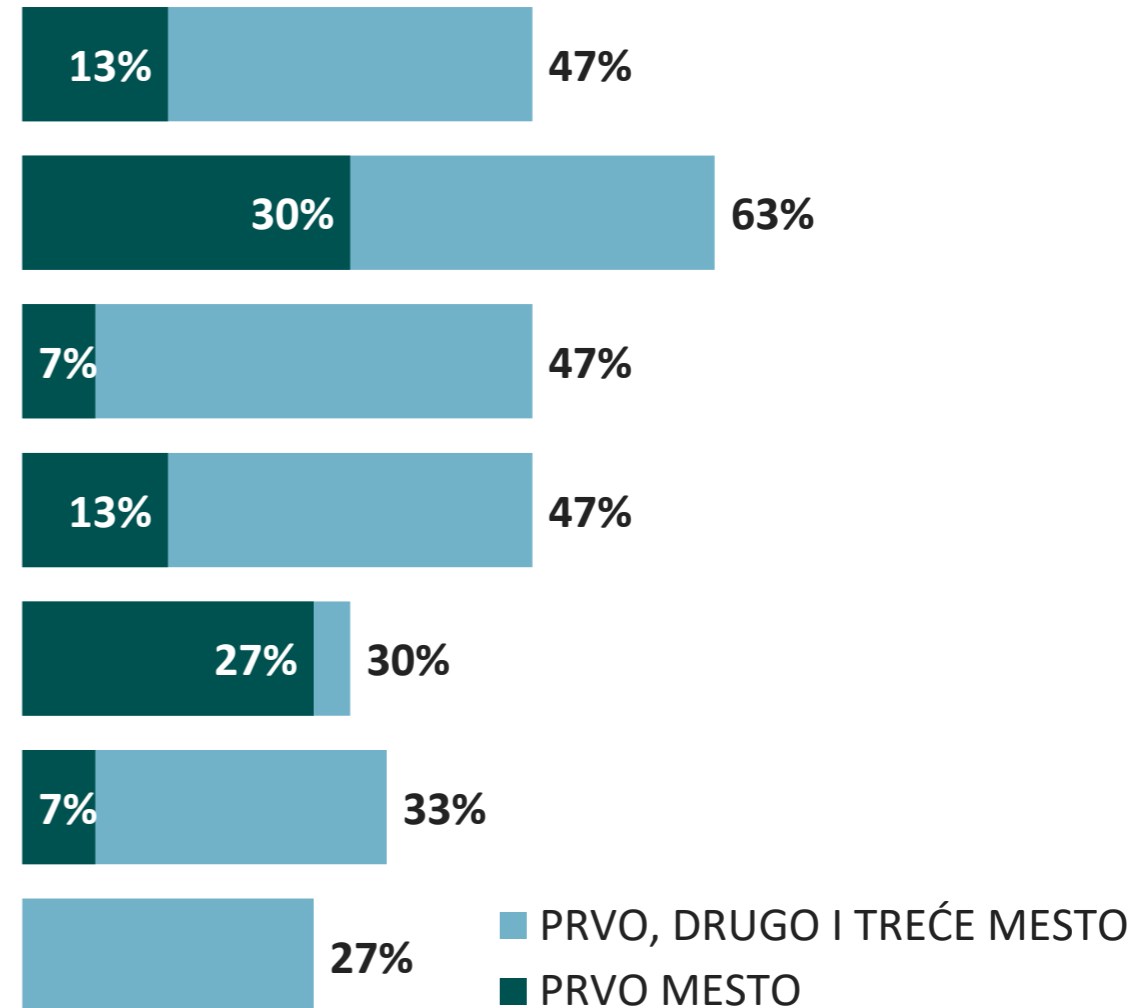
Koji je po Vašem mišljenju ključni aspekt JPD koji mora da se unapredi kako bi privreda u većoj meri bila uključena u rad na propisima?

## Privrednici



Baza: Višestruki odgovori; Preduzeća

## Poslovna udruženja

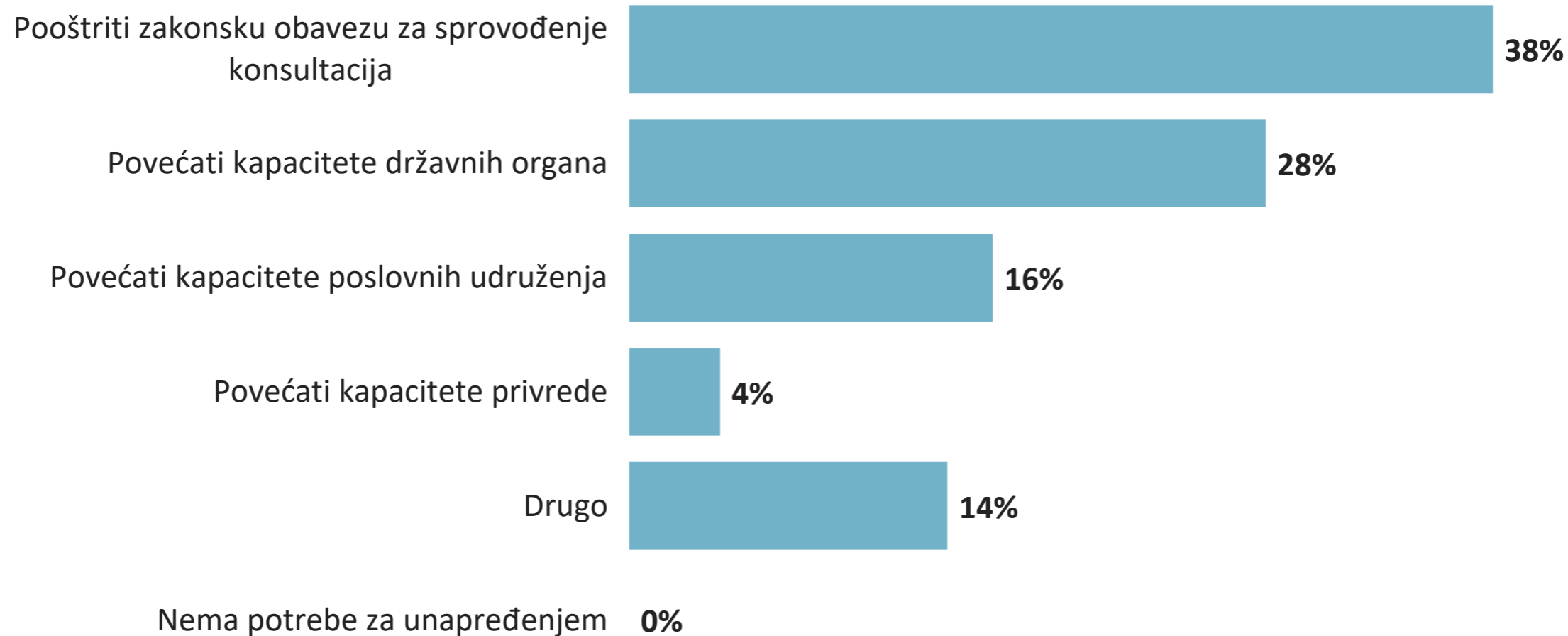


Baza: Višestruki odgovori; Poslovna udruženja

## Ključni aspekti JPD koji moraju da se unaprede

Javni sektor

Koji je po Vašem mišljenju ključni aspekt JPD koji mora da se unapredi kako bi privreda bila uključena u većoj meri prilikom pripreme, donošenja, izmene propisa?

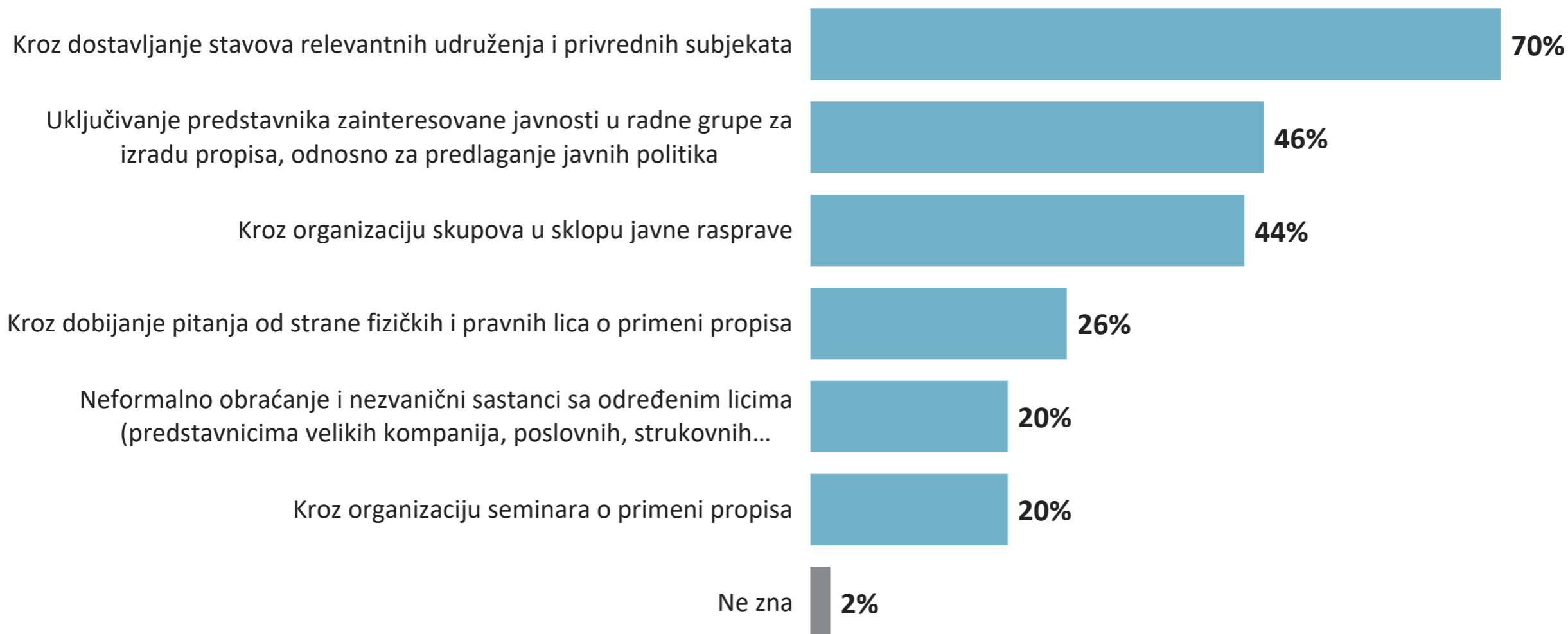


Baza: Ukupna ciljna populacija - Javni sektor

# Najkorisniji način upoznavanja sa stavovima zainteresovanih predstavnika privrede

Na koji način bi Vam bilo najkorisnije da se upoznate sa stavovima zainteresovanih predstavnika privrede?

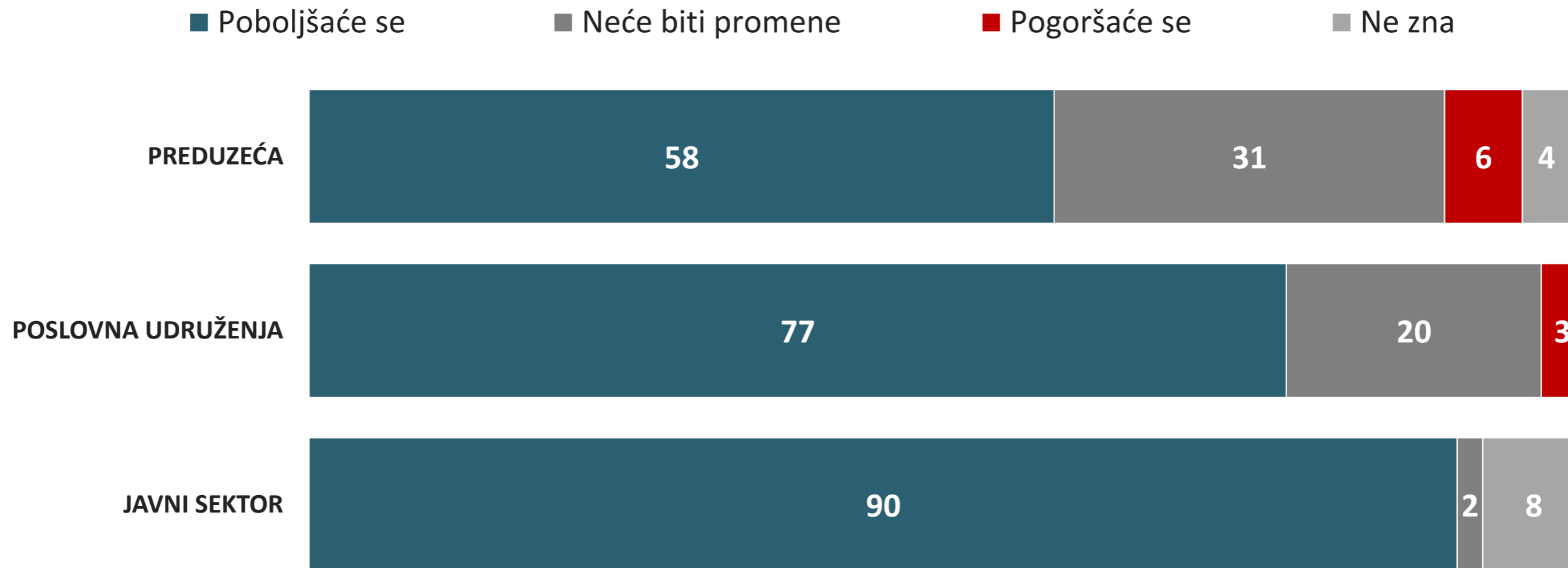
## Javni sektor



Baza: Višestruki odgovori; Ukupna ciljna populacija - Javni sektor

## Pravac razvijanja JPD u Srbiji

U kom pravcu smatrate da će se dalje razvijati JPD u Srbiji?



Baza: Ukupna ciljna populacija - Preduzeća, Poslovna udruženja, Javni sektor

# ABOUT IPSOS

Ipsos ranks third in the global research industry. With a strong presence in 87 countries, Ipsos employs more than 16,000 people and has the ability to conduct research programs in more than 100 countries. Founded in France in 1975, Ipsos is controlled and managed by research professionals. They have built a solid Group around a multi-specialist positioning – Media and advertising research; Marketing research; Client and employee relationship management; Opinion & social research; Mobile, Online, Offline data collection and delivery. Ipsos has been listed on the Paris Stock Exchange since 1999.

## GAME CHANGERS

“Game Changers” is the Ipsos signature.

At Ipsos we are passionately curious about people, markets, brands and society.

We make our changing world easier and faster to navigate and inspire clients to make smarter decisions.

We deliver with security, speed, simplicity and substance. We are Game Changers.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD).

**ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA,  
Bloomberg IPS:FP**

[www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)