

UTJECAJ PANDEMIJE NA PODUZETNIŠTVO

Bilandžić, Valentina

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split / Sveučilište u Splitu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:228:228326>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-26**



Repository / Repozitorij:

[Repository of University Department of Professional Studies](#)



SVEUČILIŠTE U SPLITU
SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE

Preddiplomski stručni studij Trgovinsko poslovanje

VALENTINA BILANDŽIĆ

ZAVRŠNI RAD

UTJECAJ PANDEMIJE NA PODUZETNIŠTVO

Split, lipanj 2021.

SVEUČILIŠTE U SPLITU
SVEUČILIŠNI ODJEL ZA STRUČNE STUDIJE

Preddiplomski stručni studij Trgovinsko poslovanje

Predmet: Poduzetništvo

ZAVRŠNI RAD

Kandidat: Valentina Bilandžić

Naslov rada: Utjecaj pandemije na poduzetništvo

Mentor: Mr.sc. Ivona Jukić, viši predavač

Split, lipanj 2021.

SADRŽAJ

SAŽETAK.....	3
SUMMARY	4
1. UVOD	5
1.1. Predmet i cilj rada.....	5
1.2. Metodologija istraživanja i izvori podataka	5
1.3. Struktura rada	5
2. O PODUZETNIŠTVU.....	7
2.1. Poduzetnik i njegove osobine	8
2.2. Struktura poduzetništva u Hrvatskoj	8
2.3. Značaj malog i srednjeg poduzetništva	10
3. NEGATIVAN UTJECAJ PANDEMIJE NA PODUZETNIŠTVO.....	11
3.1. Pojam pandemije i koronavirusa	11
3.2. Trenutno stanje u svijetu.....	11
3.3. Zatvaranje poduzeća	13
3.4. Štednja i investiranje u novonastalim uvjetima	14
3.5. Pad potrošnje poduzeća	14
3.6. Pad prihoda	15
3.7. Problem nezaposlenosti	15
4. RAZVOJ ALTERNATIVNIH NAČINA POSLOVANJA TIJEKOM PANDEMIJE	17
4.1. Značaj digitalne kulture	17
4.2. Kupovina putem interneta	18
4.3. Rad od kuće	19
4.4. Poteškoće u novim uvjetima rada i moguće posljedice	21
5. INOVACIJE TIJEKOM PANDEMIJE	22
5.1. Pojam inovacije	22

5.2. Inovacija tijekom pandemije	22
6. UTJECAJ PANDEMIJE NA PODUZETNIŠTVO NA PRIMJERU PODUZEĆA.....	26
6.1. Opći podaci o poduzeću arhLP	26
6.2. Poduzete mjere tijekom pandemije.....	27
6.3. Uspješno poslovanje unatoč pandemiji	27
6.4. Štednja poduzeća i rad od kuće	28
6.5. Situacija sa zaposlenicima	28
6.6. Važnost informatičke infrastrukture	28
6.7. Poteškoće s terenskim obilascima	28
6.8. Profesionalan pristup i prognoze za budućnost	29
ZAKLJUČAK	30
LITERATURA	31
POPIS SLIKA	34
POPIS TABLICA.....	35

UTJECAJ PANDEMIJE NA PODUZETNIŠTVO

SAŽETAK

Početak 2020. godine u svijetu pojavio se koronavirus koji uzrokuje bolest Covid-19. Tijekom nekoliko mjeseci, pandemija je zahvatila veliki broj zemalja diljem svijeta i došlo je do pomutnje kako u životu svakog pojedinca tako i na razini svjetske ekonomije i gospodarstva. Poduzetnici su bili prisiljeni prilagoditi se novonastalom stanju kako bi opstali na tržištu.

Utjecaji na svjetsko gospodarstvo bili su velikih razmjera. Na globalnoj razini, poduzetnici su se susreli sa zatvaranjem poduzeća, padom prihoda i investicija, porastom štednje te problemom nezaposlenosti.

U ovome radu analizirat će se utjecaji pandemije na mala, srednja i velika poduzeća na svjetskoj razini. Uz pomoć raznih istraživanja, prikazat će se slika novog stanja u gospodarstvu. Također, prikazat će se alternativni načini poslovanja razvijeni tijekom pandemije te razvoj novih proizvoda čiju je proizvodnju nadahnula upravo novonastala kriza na tržištu.

Ključne riječi: poduzetništvo, pandemija, ekonomska kriza

THE EFFECTS OF THE PANDEMIC ON ENTREPRENEURSHIP

SUMMARY

In early 2020, the coronavirus that causes Covid-19 disease appeared in the world. In a few months, the pandemic affected a large number of countries around the world and disrupted the lives of each individual, as well as at the level of the world economy. Entrepreneurs were forced to adapt to the new situation in order to survive in the market.

The consequences for the world economy were large-scale. Globally, entrepreneurs have faced closures of businesses, a decline in revenues and investments, a rise in savings and the problem of unemployment.

This paper will analyze the impacts of the pandemic on small, medium and large enterprises worldwide. Through various researches, an overview of the new state of the economy will be presented. Also, alternative ways of managing business which were developed during the pandemic will be presented, as well as the way in which new products were developed because of the new market crisis.

Key words: entrepreneurship, pandemic, economic crisis

1. UVOD

U ovome radu analizirat će se utjecaji pandemije na poduzetništvo i u Hrvatskoj i na svjetskoj razini. Suvremeno poduzetništvo jedan je od bitnih pokretača gospodarstva svake zemlje, a njegov potencijalni krah utječe na gospodarstvo, politiku i društvo u cjelini. Stoga bi poduzetnici uvijek trebali biti spremni na promjene, poboljšanje svih aspekata svog poslovanja i inovaciju kako bi osigurali opstanak na tržištu.

Pojavom bolesti Covid-19 početkom 2020. godine, poduzetnici diljem svijeta trebali su se suočiti s negativnim posljedicama pandemije i što brže prilagoditi se tržištu. S druge strane, stvoreni su novi načini poslovanja kojima se postigao napredak na raznim područjima poslovanja i novi proizvodi koji su nastali upravo kao posljedica pojave pandemije.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet rada je istraživanje i analiziranje utjecaja pandemije na rad poduzetnika na nekoliko polja. U radu će se razmotriti rezultati istraživanja provedenih u Hrvatskoj i u svijetu, a koji će približiti novu sliku poduzetništva koja se razvila nakon pojave pandemije. Opisat će se utjecaj pandemije na poduzetništvo, prikazat će se alternativni načini poslovanja razvijeni tijekom pandemije, razvoj novih proizvoda te praktičan primjer poduzeća koje je opstalo na tržištu unatoč iznenadnoj gospodarskoj krizi.

1.2. Metodologija istraživanja i izvori podataka

Tijekom istraživanja za rad rabilo se i sekundarne podatke, najčešće s interneta. S obzirom na to da se cijela pojava pandemije dogodila nedavno, najrelevantniji izvor bio je upravo internet, odnosno proučavanje znanstvenih i stručnih članaka te ostalih objavljenih istraživanja na internetu. Također, bitan dio rada proizišao je iz savjetovanja s vlasnikom poduzeća Arhitektonski biro Luka Petričević koji je predočio način poslovanja u svom radu od pojave bolesti Covid 19.

1.3. Struktura rada

Ovaj rad podijeljen je u nekolicinu poglavlja. Nakon Uvoda i Sadržaja slijedi raščlanjivanje teme na sljedeća poglavlja: prvi dio tiče se samog pojma poduzetništva i njegove uloge u gospodarstvu, drugi dio prikazuje različite nepovoljne utjecaje pandemije na poslovanje, treći dio opisuje nove načine poslovanja, prvenstveno s osvrtom na ubrzani razvoj digitalne

kulture koji čini nezaobilazni segment kada se govori o odnosu pandemije i poslovanja, četvrti dio se odnosi na razvoj novih proizvoda tijekom razdoblja pandemije, a peti i posljednji dio praktičnim primjerom pokazuje kako se poduzeće abLP snašlo u novonastalim uvjetima te koje su mjere poduzeli kako bi opstali na tržištu.

2. O PODUZETNIŠTVU

Poduzetništvo je djelatnost koja je oduvijek bogatila gospodarstvo i povećavala blagostanje pojedinca i države, a to čini i danas. Počelo se razvijati već u drevnih civilizacija, od Feničana i Sumerana pa sve do grčke i rimske kulture.

Poduzetništvo je proces stvaranja vrijednosti ujedinjavanjem jedinstvene kombinacije resursa u svrhu iskorištavanja prilike. Ono uključuje sve poduzetnikove djelatnosti usmjerene na ulaganja i kombinaciju potrebnih ulaznih dobara, širenja na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda, novih potrošača i novih tehnologija, a naglašeno je vezano za prijelomna vremena i uvjete, neizvjesnost, krize i promjene u okolini. Cilj suvremenog poduzetništva razviti je poduzetničku klimu koju prije svega obilježava orijentacija na pojedinačnu inicijativu, kreativnost i inovacije, kao i stvaralačku atmosferu usmjerenu na prevladavanje postojećega i stvaranje novoga, drugačijeg i humanijeg društva. ¹

Bitan doprinos poduzetništvu ekonomski je rast u državi koji se uobičajeno mjeri BDP-om (bruto domaći proizvod) i BDP-om po stanovniku. Osim BDP-a, ekonomski rast uključuje i povećanje društvenog standarda, ljudskog kapitala, bitne infrastrukture, regionalne konkurentnosti, društvene uključenosti, zdravstvenog stanja i pismenosti stanovništva. ²

Razvojem društva razvijalo se i poduzetništvo koje se stoljećima mijenjalo u skladu s onim što su ljudi tražili i čemu se težilo na tom području. Industrijske revolucije prije nekoliko stotina godina dovele su do značajnih promjena u proizvodnji, pa je tako danas ručni rad lako zamjenljiv. U 21. stoljeću dolazi do ubrzanog napretka tehnologije zbog čega raste konkurentnost na tržištu, potrošači postaju zahtjevniji, a poduzeća se bore za svoja odredipna tržišta više nego ikada.

Kroz navedeno, može se pobrojiti nekoliko osnovnih značajki suvremenog poduzetništva:

- pothvat orijentiran na dobit
- dinamičnost i inovativnost
- neizvjesnost

¹ Škrčić, M., Mikić, M., (2011) Poduzetništvo, Zagreb: Singerija nakladništvo, str. 36.

² Obadić, A., et al. (2016) Gospodarstvo Hrvatske, Zagreb, str. 10.

- rizik
- anticipiranje promjena
- prosuđivanje i odlučivanje
- uporaba resursa
- radost kreacije³

2.1. Poduzetnik i njegove osobine

„ Poduzetnik je osoba koja poduzima određene pothvate i pri tome preuzima neizvjesnost i rizik. Poduzetnik je osoba koja organizira i upravlja tvrtkom preuzimajući sav rizik s ciljem ostvarenja profita, to je osoba sa znanjima iz područja marketinga, financija, upravljanja, poslovnog odlučivanja, a sva ta znanja je stekao u školi. “⁴

Poduzetnik, kao osoba koja stvara nešto novo ili staro proizvodi na novi način, suočava se s određenim rizicima ako posluje sa željom ostvarivanja dobiti. Istinski poduzetnik onaj je koji je spreman na uspjeh i na neuspjeh te radi sve što može da smanji određene rizike koji su pod njegovom nadzorom. Fleksibilan je i prilagodljiv, prihvaća promjene i potiče napredak. Upravo zbog toga što stvara nešto novo, poduzetnik je smioni pojedinac koji uočava pruženu priliku i reagira svojom inovacijom. On je kreativan, inovativan i uporan u svom nastojanju da osvoji željenu publiku na tržištu. Također, bitne su mu značajke samostalnost i samouvjerenost na putu ostvarenja nakane.

2.2. Struktura poduzetništva u Hrvatskoj

Struktura poduzetništva u Hrvatskoj određena je Zakonom o računovodstvu. U nastavku će se opisati podjela poduzeća po veličini.

„Mikro poduzetnici su oni koji ne prelaze granične pokazatelje u dva od sljedeća tri uvjeta: ukupna aktiva 2.600.000,00 kuna, prihod 5.200.000,00 kuna, prosječan broj radnika tijekom poslovne godine – 10 radnika. Mali poduzetnici su oni koji nisu mikro poduzetnici i ne prelaze granične pokazatelje u dva od sljedeća tri uvjeta: ukupna aktiva 30.000.000,00 kuna, prihod 60.000.000,00 kuna, prosječan broj radnika tijekom poslovne godine – 50 radnika.

³ Buble, M., Kružić, D., (2006) Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, Zagreb, str. 10.

⁴ Hunjet, A., Kozina, G., Milković, M., (2012), Stjecanje znanja i vještina za budućnost u poduzetništvu, Učenje za poduzetništvo, 2 (2), str. 103 – 115.

Srednji poduzetnici su oni koji nisu ni mikro ni mali poduzetnici i ne prelaze granične pokazatelje u dva od sljedeća tri uvjeta: ukupna aktiva 150.000.000,00 kuna, prihod 300.000.000,00 kuna, prosječan broj radnika tijekom poslovne godine – 250 radnika. Veliki poduzetnici su banke, štedne banke, stambene štedionice, institucije za elektronički novac, društva za osiguranje, društva za reosiguranje, leasing-društva, društva za upravljanje UCITS fondovima, društva za upravljanje alternativnim investicijskim fondovima, itd. ⁵

U Hrvatskoj su zastupljena mikropoduzeća te mala, srednja i velika poduzeća s tim da ipak glavninu čine mikropoduzeća te mala i srednja s poduzeća. Prema posljednjim podacima navedeni subjekti čine 99,7% od ukupnog broja poduzeća registriranih u Hrvatskoj.⁶ U sljedećoj tablici podrobno je prikazana struktura navedenih vrsta poduzeća s obzirom na veličinu.

Tablica 1. : Struktura poduzeća u Hrvatskoj s obzirom na veličinu u razdoblju od 2015. do 2019. godine

	2015.		2016.		2017.		2018.		2019.	
	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%
Sektor malih i srednjih poduzeća	106.221		114.156		119.752		130.757		135.890	
Mikro i mala poduzeća	105.029	99,7	112.809	99,7	118.352	99,7	129.259	99,7	134.365	99,7
Srednja poduzeća	1.192		1.347		1.400		1.498		1.525	
Velika poduzeća	348	0,3	327	0,3	329	0,3	360	0,3	370	0,3
Ukupno	106.569	100	114.483	100	120.081	100	131.117	100	136.260	100

Izvor: CEPOR (2020) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020. godina: uključuje dio rezultata GEM – Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za Hrvatsku za 2019. godinu, br. ISSN 1848-3526, str. 7, <http://www.cepor.hr/wp-content/uploads/2021/01/Izvjescje-2020-HR-web.pdf> [12.5.2021.]

⁵ Zakon o računovodstvu, Narodne novine br. 78/15, 134/15, 120/16, 116/18, 42/20, 47/20, čl. 5.

⁶ CEPOR (2020) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020. godina: uključuje dio rezultata GEM – Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za Hrvatsku za 2019. godinu, Zagreb, ACT PRINTLAB Čakovec

2.3. Značaj malog i srednjeg poduzetništva

Kao i u većini zemalja, mali i srednji poduzetnici imaju ključnu ulogu u razvijanju i jačanju gospodarstva. Mali i srednji poduzetnici imaju sposobnost brze prilagodbe promjenama na tržištu, brzo uočavanje novih zahtjeva kupaca i odgovor na njih. Također, u takvim poduzećima često se stvaraju inovativni proizvodi, posebice u području tehnologije.

Također, mala i srednja poduzeća ta su koja stvaraju nova radna mjesta i potiču novost i kreativnost. Navedene značajke pokazuju da malo i srednje poduzetništvo ima bitno mjesto u gospodarstvu svake zemlje te je neizostavan sudionik u povećanju nacionalnog bogatstva.

„Mala i srednja poduzeća apostrofiraju se danas kao snaga koja u najvećoj mjeri može omogućiti kvalitetnu i brzu promjenu gospodarske strukture neke nacionalne ekonomije. Navedeno mišljenje ima svoje teoretsko i praktično uporište. Osnivanje malih i srednjih poduzeća zahtijeva manje početničkog kapitala, omogućuje produktivno zapošljavanje određenog broja djelatnika, daje mogućnost dokazivanja vlastitog znanja i umijeća, omogućuje ostvarivanje značajnih profitnih stopa, obogaćuje ponudu, doprinosi porastu društvenog standarda.“⁷

⁷ Škrtić, M., Mihić, M., (2006) Gospodarsko značenje hrvatskog poduzetništva – šanse i zamke, U: Pavković, A., Zbornik Ekomske fakulteta u Zagrebu, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, str. 191 – 204.

3. NEGATIVAN UTJECAJ PANDEMIJE NA PODUZETNIŠTVO

3.1. Pojam pandemije i koronavirusa

Pojam pandemija označava širenje bolesti, prvenstveno zarazne, u širokim zemljopisnim razmjerima, tj. na više kontinenata. Pojam dolazi od starogrčkih riječi pan (sve) i demos (narod). Kroz povijest čovječanstva pojavilo se nekoliko vrsta pandemija poput pandemije velikih boginja (1870.), španjolske gripe (1918.), virusa HIV-1 (1981.) te virusa H1N1, tzv. pandemije svinjske gripe (2009.).⁸Koronavirusi su virusi koji se pojavljuju među životinjama, ali neki od njih prelaze i na ljude. Prelaskom na ljude mogu se prenositi s čovjeka na čovjeka. Koronavirus dosada nije bio otkriven kod ljudi, a pojavio se u Kini krajem 2019. godine. Novi je soj virusa koji uzrokuje bolest COVID-19.

3.2. Trenutno stanje u svijetu

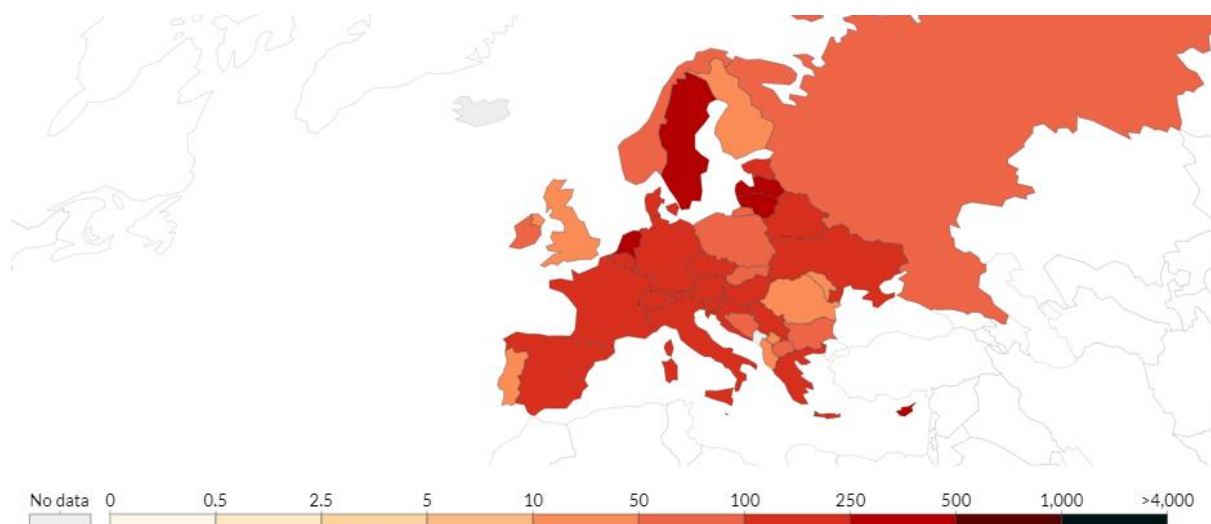
Koronavirus se od ožujka 2020. nastavlja širiti velikim prostorom i velikom brzinom. Sredinom 2020. godine znanstvenici diljem svijeta počeli su raditi na stvaranju cjepiva za ovu bolest, što je Svjetska zdravstvena organizacija odobrila krajem 2020. „, Od 31. prosinca 2019. godine, uključujući devetnaesti tjedan 2021. godine, prijavljeno je 163 738 674 slučaja COVID-19 (u skladu s primijenjenim definicijama slučajeva i strategijama ispitivanja u pogođenim zemljama, uključujući 3 384 750 smrtnih slučajeva. “, izvještava ECDC (Europski centar za prevenciju i kontrolu bolesti).⁹

Od pojave pandemije pa do danas, dogodilo se mnogo promjena i u svakodnevnom životu pojedinca i na poslovnom planu diljem svijeta. Nesumnjivo je da je ova vrsta krize loše utjecala na sve vrste poduzeća te i svjetsko gospodarstvo.

S jedne strane, poduzeća su se susrela s naglim padom prihoda što je dovelo do otpuštanja zaposlenika, smanjivanja plaća, a često i zatvaranja poduzeća. S druge strane, zbog mjera sprečavanja koje su se trebale uvesti, rast troškova u poslovanju bio je sve veći što je dodatno pogodovalo tome da se poduzeća zatvaraju, neka privremeno, neka trajno.

⁸ Wikipedija (2021) Pandemija, https://www.oss.unist.hr/sites/default/files/dokumenti/o-odjelu/propisi-i-dokumenti/strucni_studiji/Upute_za_izradu_zavrsnog_rada_drustveni_studiji.pdf[12.5.2021.]

⁹ Europski centar za kontrolu i prevenciju bolesti (2021) Ažurirane informacije vezane za COVID-19 bolest, situacija u svijetu u devetnaestom tjednu 2021. godine, ažurirano 20. svibnja 2021. godine, <https://www.ecdc.europa.eu/en/geographical-distribution-2019-ncov-cases>[20.5.2021.]



Slika 1: Zemljovid Europe s prikazom tjednog prosjeka broja potvrđenih slučajeva zaraze od Covid-19 na milijun stanovnika, 14. svibnja 2021. godine

Izvor: koronavirus.hr (2021) Koronavirus – statistički pokazatelji za Hrvatsku i EU, <https://www.koronavirus.hr/koronavirus-statisticki-pokazatelji-za-hrvatsku-i-eu/901> [14.5.2021.]

Pojava pandemije utjecala je na svaku sastavnicu poslovanja, od odnosa s dobavljačima, nabave sirovina, proizvodnje gotovog proizvoda, logistike pa do krajnjih potrošača i razine njihove potražnje za proizvodima i uslugama. U nastavku će se detaljnije prikazati različite posljedice kojima su poduzeća bila izložena u razdoblju pandemije. Kao glavne posljedice navode se sljedeće:

- zatvaranje poduzeća , pad prihoda i pad investicija¹⁰
- pad potrošnje i porast štednje¹¹
- porast nezaposlenosti¹²

¹⁰ Adian, I., et al. (2020) Small and medium enterprises in the pandemic: impact, responses and the role of development finance, Washington, World Bank Group <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/34552/Small-and-Medium-Enterprises-in-the-Pandemic-Impact-Responses-and-the-Role-of-Development-Finance.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [2.5.2021.]

¹¹ MIT Sloan School of Management (2021) How small business owners spent – and saved – early in Covid-19, <https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/how-small-business-owners-spent-and-saved-early-covid-19>[24.4.2021.]

¹² Organizacija za gospodarsku suradnju i razvoj (2020) Coronavirus (Covid-19): SME Policy responses,

3.3. Zatvaranje poduzeća

S jedne strane, mala i srednja poduzeća na svjetskoj razini, koja su glavni stupovi gospodarstva svake zemlje, bila su izrazito pogođena pandemijom već u prvih nekoliko mjeseci od pojave pandemije. S druge strane, to nije bio toliko čest slučaj kod velikih poduzeća. Velika poduzeća, uz raspodijeljenu odgovornost koja nerijetko vodi do smanjenja rizika u poslovanju, veću razinu stručnosti i znanja, slabu podložnost fluktuacijama na tržištu i veću likvidnost, pokazala su da su se brže i učinkovitije snašla u ovoj vrsti krize.

O boljem snalaženju većih poduzeća svjedoče i istraživanja o utjecaju pandemije na poduzetništvo u 2020. godini. Prema nedavnom istraživanju World Bank Groupa mala i srednja poduzeća, promatrana na svjetskoj razini, bila su podložnija utjecajima pandemije prvenstveno zbog toga što su mala i srednja poduzeća zastupljenija u državama i sektorima koji su bili najizloženiji negativnim učincima pandemije. Upravo zbog tih razloga, mala i srednja poduzeća su bila sklonija privremenom zatvaranju.¹³

Nadalje, prema istraživanju Međunarodnog trgovačkog centra, zajedničke agencije Svjetske trgovinske organizacije i Ujedinjenih naroda, pokazalo se da je pandemija već u prvih nekoliko mjeseci imala vrlo snažan utjecaj na više od 55% poduzeća na svjetskoj razini. Što je značajnije, provedena anketa je pokazala da je pandemija imala jako snažan utjecaj na dvije trećine mikropoduzeća i malih poduzeća, za razliku od velikih poduzeća koja su anketom potvrdila da je kriza imala jako snažan utjecaj na oko 40% spomenutih.

Iz istraživanja je vidljivo da su se velika poduzeća u određenoj mjeri većom brzinom prilagodila novonastaloj krizi.¹⁴ Vodstva velikih poduzeća čije su značajke navedene, omogućila su im sredstva koja su nedostajala malim i srednjim poduzećima za prilagodbu iznenadnoj tržišnoj krizi.

<https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses-04440101/>
[16.5.2021.]

¹³ Adian, I., et al. (2020) Small and medium enterprises in the pandemic: impact, responses and the role of development finance, Washington, World Bank Group, <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/34552/Small-and-Medium-Enterprises-in-the-Pandemic-Impact-Responses-and-the-Role-of-Development-Finance.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, [20.4.2021.]

¹⁴ Međunarodni trgovački centar (2020) Assessing the COVID-19 impact on SME and preparing for a new normal, <https://www.intracen.org/news/Assessing-the-COVID-19-impact-on-SMEs-and-preparing-for-a-new-normal/>[11.5.2021.]

3.4. Štednja i investiranje u novonastalim uvjetima

Pandemija je dovela do izrazite nesigurnosti u svijetu i kod pojedinaca i kod poduzeća. Nesigurnost i potpuna nepredvidljivost budućnosti dovela je do porasta štednje, kako u osobnoj potrošnji tako i u potrošnji poduzeća. Poduzeća se orijentiraju na povećanu štednju i promatraju svako područje gdje bi se moglo manje trošiti i na taj način malo usporiti razorne utjecaje koje je pandemija ostavljala.

Kako se situacija na tržištu sve manje da kontrolirati, poduzeća su sve manje sigurna u ulaganje u nove projekte. Ulaganje u nove resurse i sredstva pada u drugi plan upravo zbog nepredvidljivosti budućih prihoda i zbog toga što poduzeća nemaju jasnu predodžbu o tome hoće li im se ulaganja isplatiti u budućnosti.¹⁵

Zbog značajnog utjecaja pandemije na svaki vid poslovanja, događa se to da odnosi s partnerima i investitorima postaju klimaviji i svatko se počinje boriti za sebe kako bi opstao na nesigurnom tržištu. Jedino oni inicijativni i smioni opstaju u ovakvim krizama, posebice kada je riječ o globalnim krizama kao što je pojava bolesti Covid-19.

3.5. Pad potrošnje poduzeća

Zbog smanjene potražnje za dobrima i uslugama koja je dovela do smanjenja prihoda, poduzeća sve više analiziraju svoju potrošnju i nastoje ju smanjiti koliko je to moguće. Pandemija je pomrsila tijekove poslovanja, smanjila prihode poduzetnicima, potakla na veću štednju, dovela do pada investiranja poduzetnika, no to nisu jedini razlozi zbog kojih su poduzeća i pojedinci trošili manje u odnosu na prethodnu godinu. Sama nepredvidljivost budućnosti također je utjecala na pad potrošnje. Neka poduzeća nisu bila značajno pogođena krizom kao druga, ali upravo zbog nepregledne budućnosti, nemogućnosti planiranja i procjene u poslovanju, odlučila su se za smanjenje potrošnje koliko je već bilo moguće.

Navedeno se može promotriti na primjeru Sjedinjenih Američkih Država. Prema dostupnim istraživanjima, utvrđeno je da je pojava bolesti Covid-19 snažno utjecala na poslovanje malih poduzeća u SAD-u. U ožujku 2020. godine, mala poduzeća smanjila su svoju potrošnju za oko 40% u odnosu na ožujak 2019. godine. Uz sama poduzeća, istraživanja su

¹⁵ Adian, I., et al. (2020) Small and medium enterprises in the pandemic: impact, responses and the role of development finance, Washington, World Bank Group, <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/34552/Small-and-Medium-Enterprises-in-the-Pandemic-Impact-Responses-and-the-Role-of-Development-Finance.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [22.4.2021.]

utvrdila da su i sami vlasnici značajno smanjili svoju osobnu potrošnju u odnosu na prethodnu godinu.¹⁶ Neizvjesnost i strah od loših prognoza za budućnost potakla je koliko poduzetnike, toliko i potrošače diljem svijeta da smanje svoju potrošnju, poslože si prioritete i da pomno odabiru proizvode i usluge koji im trebaju

3.6. Pad prihoda

Smanjena potražnja za dobrima i uslugama je značajno utjecala na poslovanje poduzeća i na pad njihovih prihoda. Prema Biz2Credit-ovoj anketi iz kolovoza 2020. godine, utvrđeno je da je pandemija imala vrlo negativan utjecaj na poslovanje malih poduzeća u Sjedinjenim Američkim Državama. Istraživanje je pokazalo da su se prihodi malih poduzeća u 2020. godini smanjili za 52% u odnosu na 2019. godinu.

Prema anketi, 60% ispitanih poduzetnika privremeno je prekinulo svoje poslovanje. Ispitani ističu pad u prihodima od 87% u odnosu na 2019. godinu. Za razliku od poduzeća koja su prekinula svoje poslovanje, poduzeća koja se nisu zatvorila ističu prosječni pad prihoda od 13%.¹⁷

Prema dostupnim istraživanjima, pokazalo se da su mala i srednja poduzeća pretrpjela značajnije gubitke za razliku od velikih poduzeća. Podatci iz istraživanja provedenog u Kanadi o utjecaju pandemije na pad prihoda u poduzećima, pokazuju kako su mala i srednja poduzeća imala veći pad prihoda u 2020. godini u odnosu na velika poduzeća koja su se pomoću svojih resursa brže prilagodila novonastalim uvjetima u razdoblju pandemije.¹⁸

3.7. Problem nezaposlenosti

Zatvaranje poduzeća i pad prihoda doveo je do poteškoća sa zaposlenošću. Naime, dogodilo se to da veliki broj poduzetnika više nije mogao isplaćivati plaće zaposlenicima zbog naglog pada prihoda i loših prognoza za budućnost poslovanja. Kao što se već navelo velika poduzeća imala su nešto manju sklonost tržišnim fluktuacijama i na ovom području se dogodilo predviđeno. Pokazalo se da su velika poduzeća bila manje izložena velikom riziku

¹⁶ MIT Sloan School of Management (2021) How small business owners spent – and saved – early in Covid-19, <https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/how-small-business-owners-spent-and-saved-early-covid-19>[11.5.2021.]

¹⁷ Forbes (2020), Study finds small business revenues dropped 52% and payrolls declined 54% due to Covid Pandemic, <https://www.forbes.com/sites/rohitara/2020/08/07/study-finds-small-business-revenues-dropped-52-and-payrolls-declined-54-due-to-covid-pandemic/?sh=4daf1cec56db>[15.5.2021.]

¹⁸ Statistics Canada (2020) Impact of Covid – 19 on small businesses in Canada, <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/45-28-0001/2020001/article/00018-eng.htm>[16.5.2021.]

u poslovanju pa tako i time velikom riziku otpuštanja zaposlenika ili smanjivanja plaća. S većim problemom susrela su se mikropoduzeća te mala i srednja poduzeća diljem svijeta.

Navedeno se može posvjedočiti istraživanjem koje je proveo OECD (Organizacija za ekonomsku suradnju i razvoj), a ono uspoređuje pojave na području zaposlenosti u razdoblju pandemije. Podrobnije, podaci iz SAD-a pokazuju da je u ožujku 2020. godine 20 milijuna ljudi izgubilo svoj posao, a od toga 11 milijuna poslova pripada malim i srednjim poduzećima. Novi Zeland je potvrdio pad u zaposlenosti od 4% u malim i srednjim poduzećima. Također, Kanada potvrđuje da su poduzeća u vlasništvu žena otpustila nerazmjerno veći udio svojih zaposlenika, tj. njih 62% otpustilo je više od 80% zaposlenika, dok su ostala mala poduzeća sveukupno otpustila oko 45%. Također, dio navedenog istraživanja koji promatra Europu utvrđuje da su najmanje dvije trećine ugroženih poslova poslovi malih i srednjih poduzeća te da više od 30% ugroženih poslova, općenito gledajući, spada među mikropoduzećima (9 ili manje zaposlenika).¹⁹

¹⁹ Organizacija za gospodarsku suradnju i razvoj (2020) Coronavirus (Covid-19): SME Policy responses, <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses-04440101/> [16.5.2021.]

4. RAZVOJ ALTERNATIVNIH NAČINA POSLOVANJA TIJEKOM PANDEMIJE

Od pojave pandemije pa do danas mnogo se toga promijenilo u svakodnevnom životu pojedinaca. S neočekivanom krizom koja je pogodila gospodarstvo i društvo u cjelini, mijenjaju se kupovne navike i stavovi potrošača. Pandemija je dovela do toga da potrošači preispituju svoju potrošnju mnogo više u odnosu na razdoblje prije pojave pandemije. Mnogo se više razmišlja o tome što kupovati, pri kojoj cijeni i na koji način. Osim preventivnih mjera koje su i danas na snazi i koje otežavaju da se troši u onolikoj mjeri kao i prije, prevladava određena razina straha koji dodatno sprečava potrošače da samo tako vrate svoju potrošnju na predpandemijsku razinu.

Pred poduzetnicima, kako velikim tako i srednjim i malim, stoji sljedeći izazov: ponovno približiti svoj proizvod kupcu i prodati ga u uvjetima novonastale krize gdje se fleksibilnost poduzetnika znatno smanjila zajedno sa sve većim propitivanjima potrošača gdje i kako kupiti.

Generalno gledajući, zadnje desetljeće obilježava veliki porast očekivanja i zahtjeva potrošača, raznolikost potreba i sve veća potreba za prilagođenošću proizvoda i usluga potrebama pojedinaca. Ovih dana, u razdoblju krize, ono najbitnije na što se pazi sigurnost je proizvoda s obzirom na okolnu situaciju koja se ne može kontrolirati. Zbog toga su poduzetnici primorani uvoditi alternativne načine poslovanja i iznad svega misliti na sigurnost potrošača, ne zanemarujući i ostale aspekte u prodaji proizvoda i usluga.

4.1. Značaj digitalne kulture

Nakon industrijskog doba koje je zahvatilo 18., 19. i 20. stoljeće, u 21. stoljeću javlja se informatičko doba, razdoblje novih naraštaja tehnologije koja služi pružanju informacija i njihovu slobodnom dijeljenju između pojedinaca na bilo kojem mjestu na svijetu. Pojedinac se okreće sve većoj uporabi interneta, a poduzeća sve većoj upotrebi informatičko-komunikacijskih tehnologija i različitih oruđa kojima bi se što brže prilagodila potrošačima i tržištu.

U razdoblju pandemije dogodio se značajan napredak glede razvijanja digitalne kulture. Zbog potrebe za održavanjem društvene udaljenosti, internetski svijet postaje i potrebniji i dostupniji. Sve vrste industrija u svom poslovanju rabe videokonferencije i različita oruđa

kojima bi njihovi zaposlenici mogli raditi od kuće ili s nekog drugog mjesta. Trgovine namirnicama uočavaju sve češću uporabu svojih aplikacija tijekom pandemije, a sve više fakulteta i obrazovnih ustanova diljem svijeta rabi virtualna pomagala kako bi se naobrazbene aktivnosti nastavile koliko je to moguće.²⁰ U nastavku će se pobliže prikazati kako je digitalna kultura zaživjela nakon pojave pandemije.

4.2. Kupovina putem interneta

Ograničena sloboda kretanja u državama diljem svijeta potaknula je potrošače da se okrenu internetskoj kupovini koja im je pružala zadovoljenje potreba s većom razinom sigurnosti nego što bi bio slučaj u običnim trgovinama. Mrežna kupovina zabilježila je veliki skok u odnosu na razdoblje prije pandemije.

U nastavku će se promotriti stanje mrežne kupovine u razdoblju pandemije u svijetu i Hrvatskoj u odnosu na razdoblje prije pandemije.

O velikom skoku u kupovini putem interneta svjedoči sljedeće istraživanje provedeno u Sjedinjenim Američkim Državama. Pokazalo se da je mrežna kupovina u 2020. godini porasla za 44% u odnosu na 2019. godinu. Također, analize pokazuju da je udio mrežne kupovine u ukupnoj kupovini u 2020. godini iznosio 21,3%, za razliku od 2019. godine gdje je udio mrežne kupovine u ukupnoj iznosio 15.8%. Navedeno istraživanje također analizira Amazon, veliku svjetsku mrežnu trgovinu čije su stranice zabilježile veliki porast u posjećenosti tijekom listopada 2020. godine za 27% u odnosu na listopad 2019. godine.²¹

Analize SERSC-a (Društvo za podržavanje istraživanja u području znanosti i inženjerstva) pokazuju da „ koronavirus utječe na cijelu mrežnu kupovinu u svijetu te mijenja prirodu poslovanja. Prema istraživanju, 52% ispitanih izbjegavaju ići u fizičke trgovine i u gužve. Nadalje, 32% njih izbjegava fizičke trgovine sve dok ne prime cjepivo za Covid-19 bolest. Generalno gledajući, mrežna kupovina raste zbog pojave pandemije, ljudi izbjegavaju ići vani, održavaju društvenu udaljenost i kupuju putem interneta, rade od kuće te se to može

²⁰ Forbes (2020) How businesses use VR to survive the Covid-19 era, <https://www.forbes.com/sites/serenitygibbons/2020/05/02/how-businesses-are-using-vr-to-survive-the-covid-19-era/>, [6.6.2021.]

²¹ Digital Commerce 360 (2021) Charts: How the coronavirus is changing ecommerce, <https://www.digitalcommerce360.com/2021/02/15/ecommerce-during-coronavirus-pandemic-in-charts/> [1.6.2021.]

vidjeti na primjeru prodaje Walmartove mrežne trgovine namirnicama koja je porasla za 74%.²²

U Hrvatskoj se dogodila ista pojava kao i u svijetu, tj. povećala se prodaja putem interneta. Prema istraživanju Hrvatske udruge banaka, utvrđeno je da se kupovina na internetskim stranicama povećala za 15,5% u odnosu na ožujak 2020. godine, a 67% ispitanika izjavilo je da mrežnim putem kupuje češće u odnosu na 2020. godinu. Nadalje, istraživanje pokazuje da 53% ispitanika kupuju mrežnim putem svaki mjesec, a njih 16% najmanje jedanput tjedno te njih 3% svakodnevno.²³

Prednosti mrežne kupovine u razdoblju pandemije dolaze do izražaja i sve je više potrošača koji se okreću takvom načinu kupovine. Što se tiče razloga za povećanu mrežnu kupovinu, ispitanici u istraživanju provedenom u Hrvatskoj navode sljedeće:

- vladine mjere
- uštedu vremena
- strah od koronavirusa²⁴

Tijekom kupovine, postoji više čimbenika koji utječu na odabir određenog proizvoda, a ispitanici u potonjem istraživanju navode najpoželjnije osobine pri odabiru proizvoda:

- isporuka (38%)
- kvaliteta (28%)
- cijena (26%)²⁵

4.3. Rad od kuće

Ograničena sloboda kretanja izazvala je određene probleme u obavljanju posla u poduzeću. Zbog restriktivnih mjera za održavanje društvene udaljenosti, sve više poduzeća se odlučuje za alternativni način poslovanja od kuće. Iako je i prije pojave pandemije određen

²² Bhatti, A., et.al (2020) E-commerce trends during Covid-19 pandemic, SERSC, 13(2), str. 1449-1452.

²³ Hrvatska udruga banaka (2020) HUB istraživanje: Uslijed pandemije, online kupovina povećana za 15,5%, <https://www.hub.hr/hr/hub-istrazivanje-uslijed-pandemije-online-kupovina-povecana-za-155>[1.6.2021.]

²⁴ Topolko Herceg, K., (2021) Utjecaj pandemije Covid-19 na online ponašanje potrošača u Hrvatskoj, Pregledni rad, Zagreb, CroDiM, str 135.

²⁵ Ibidem

broj zaposlenika radio od kuće, tijekom ove krize ovaj način poslovanja je zacijelo dodatno zaživio.

U nastavku će se prikazati kako je pojava pandemije utjecala na porast broja zaposlenika koji rade od kuće u 2020. i 2021. godini.

Dostupna istraživanja provedena u SAD-u tijekom travnja 2020. godine pokazuju da 66% zaposlenih radi od kuće, a od toga 44% radi pet ili više dana u tjednu od kuće. U SAD-u navedeni podaci govore o porastu broja zaposlenika koji rade od kuće za 17% u odnosu na razdoblje prije pandemije. Također, istraživanje pokazuje da 39% zaposlenih više voli rad u uredu, a njih 40% radije odabire rad od kuće kao poželjniji.²⁶ Rad od kuće, koji je pokazao zadovoljavajuće ishode, sve je omiljeniji među zaposlenicima i samim poduzetnicima. Ovdje nailazimo na neke prednosti i nedostatke rada od kuće. Nailazi se na pitanje nemogućnosti postavljanja granice između privatnog i poslovnog života osobe. S druge strane, zaposlenici imaju fleksibilnije vrijeme rada i ne gube vrijeme na odlazak na posao.

Kako izjavljuje Nikola Dujmović, osnivač hrvatske IT tvrtke SPAN, zaposlenici ne gube vrijeme na odlazak na posao, produktivniji su, sami biraju vrijeme za obavljanje posla i cilj im je obaviti ga u što kraćem vremenskom roku. Također, ističe kako uvedeni rad od kuće u poslovanju svoje tvrtke namjerava nastaviti i nakon pandemije.²⁷

Prema istraživanjima Europske agencije za poboljšanje uvjeta života i rada (Eurofound), pokazalo se da je oko 40% zaposlenika koji rade u zemljama članicama Europske Unije u 2020. počelo raditi od kuće zbog pojave pandemije i nastale gospodarske krize.²⁸ Ako se promatraju zemlje članice Europske Unije, može se ustanoviti kako je i na ovom području rad od kuće bio ključan čimbenik kako bi se poslovanje nastavilo i osigurala sigurnost zaposlenika.

Kako u proljeće 2021. godine popuštaju mjere ograničenja i veliki broj zaposlenika može se vratiti na svoja radna mjesta, tako se mijenja i broj zaposlenika koji rade od kuće. Prema

²⁶ Small business trends (2020) 66% of employees now working from home due to coronavirus outbreak, <https://smallbiztrends.com/2020/04/work-from-home-during-coronavirus.html>[3.6.2021.]

²⁷ Jutarnji list (2020) Nova era biznisa: koji novi načini rada ostaju tijekom pandemije, kako se digitalizira poslovanje i zašto se od tvrtki očekuje da pomažu zajednici, <https://www.jutarnji.hr/naslovnica/nova-era-biznisa-koji-novi-nacini-rada-ostaju-i-nakon-pandemije-kako-se-digitalizira-poslovanje-i-zasto-se-od-tvrtki-ocekuje-da-pomazu-zajednici-10287328>[3.6.2021.]

²⁸ Eurofound (2021) Living, working and Covid-19: mental health and trust decline across EU as pandemic enters another year, Publications Office of the European Union

istraživanju Eurofounda, zemlja u kojoj se najviše radilo od kuće u proljeće 2021. godine bila je Irska, a zemlje s najmanje zaposlenika koji rade od kuće bile su Hrvatska i Bugarska.²⁹

S jedne strane, veliki pad u postotku zaposlenika koji rade od kuće u proljeće 2021. godine u odnosu na isto razdoblje 2020. godine bilježe Španjolska i Italija. S druge strane, Nizozemska bilježi veliki porast u udjelu zaposlenika koji rade od kuće iako su vladine mjere popuštene tijekom prvog i drugog tromjesečja 2021. godine. S prvotnim udjelom od 22% zaposlenika koji rade od kuće u ukupnom udjelu zaposlenika u proljeće 2020. godine, isti udio raste na 37% u proljeće 2021. godine. Također, rezultati potonjeg istraživanja pokazuju da je vrlo popularan način poslovanja bio spoj rada od kuće i rada u uredu, najviše u Austriji, Finskoj, Francuskoj, Luksemburgu, Malti i Nizozemskoj, s tim da se da uočiti da je ovaj uzorak bio prisutniji u zapadnim zemljama članicama Europske Unije.³⁰

4.4. Poteškoće u novim uvjetima rada i moguće posljedice

Značajan problem koji se javio s novim načinom poslovanja kod kuće bila je informatička infrastruktura. Naime, poduzeća koja su imala razvijeniji informatički sektor su bila ona koja su se uspješnije prilagodila novonastaloj krizi. S druge strane, poduzeća s nedovoljno razvijenom informatičkom infrastrukturom su bila ona koja su se na teži način prilagodila krizi.³¹

Također, pokazalo se da veliki broj zaposlenika koji je počeo raditi od kuće za vrijeme pandemije, prije pojave iste nije imao iskustva u takvim fleksibilnijem načinu rada. Istraživanje koje potvrđuje navedeno, upozorava na moguće posljedice nejednakosti. Naime, ako se nastale težnje nastave, lako može doći do nejednake sposobnosti zemalja da se okrenu fleksibilnijem načinu rada, što će izazvati veliku nejednakost i među zemljama, ali i među zaposlenicima i poduzećima.³²

²⁹ Ibidem

³⁰ Ibidem

³¹ Služba znanosti znanja Europske komisije (2020) Science for policy briefs: Teleworking in the EU before and after the Covid-19: where we were, where we had to, Joint Research Centre, str. 1

³² Ibidem

5. INOVACIJE TIJEKOM PANDEMIJE

5.1. Pojam inovacije

„Inovacija općenito označava uspješno uvođenje novosti.“³³

„Inovacija je proces koji započinje kreativnom idejom i inicijativom koja potiče osnovna, primijenjena i razvojna istraživanja, a konačan rezultat je novi proizvod, novi način proizvodnje i nove metode upravljanja.“³⁴

S jedne strane, inovacija predstavlja stvaranje novoga proizvoda ili usluge. Radi se o nečemu čega još nema na tržištu i do čega se došlo ljudskom kreativnošću. Također, to ne mora biti novi proizvod ili usluga, nego i neka novina na postojećem proizvodu ili novost u procesu pružanja usluga. S druge strane, inovacija može biti i poboljšani dio proizvodnog procesa. Proizvod načelno ostaje isti, ali se kreativnošću došlo do novijeg rješenja u samoj proizvodnji i sada se proizvodnja odvija na učinkovitiji ili brži način.

Iako postoji više odredbi inovacije, ipak će se reći da su za uspješnu inovaciju bitne sljedeće četiri sastavnice:

- novo – nešto što prije nije postojalo ili je ostvareno kombiniranjem dostupnih sredstava na originalan način
- bolje – uvođenje nečega novoga samo iz razloga što je novo, nema smisla i često donosi više štete nego koristi
- potrebno – trebala bi postojati potreba za novim proizvodom, odnosno, uslugom
- ekonomski opravdano – poduzeće bi trebalo ostvariti izravnu ili neizravnu korist od proizvoda, odnosno, usluge³⁵

5.2. Inovacija tijekom pandemije

³³ Posavec, S., et. al (2011) Poticanje inovacija – ključ razvoja u hrvatskom šumarstvu, Šumarski list, br. 5 -6, str. 243 – 256.

³⁴ Pavličić, P., (2016) Inovacije i gospodarski rast: koliko je jaka povezanost? Primjer njemačkog gospodarstva, Ekonomski pregled, 67 (5), str. 440 – 461.

³⁵ Posavec, S., et. al (2011) Poticanje inovacija – ključ razvoja u hrvatskom šumarstvu, Šumarski list, br. 5 -6, str. 243 – 256.

Unatoč nastaloj krizi u gospodarstvu, zatvaranju poduzeća, padu prihoda i strahu od ulaganja u nove projekte, u svijetu je tijekom pandemije došlo do razvoja poduzetništva na nekoj drugačijoj razini. Radi se o tome da su se navike kupaca promijenile, a poduzetnici se trebali prilagoditi tržištu, dok su neki drugi vidjeli svoju priliku za posao što je dovelo do inovacija.

Inovacije su neizostavan dio poslovanja jer se stvara novo, potiče napredak, rješavaju dotadašnji problemi, a sama inovacija na neki način predstavlja nadahnuće. U nastavku će biti prikazani primjeri inovacija nastalih tijekom 2020. godine kao posljedica pandemije.

- *Višekratne maske za lice*

Tvrtka Virustatic Shield jedan je od takvih primjera, tvrtka koja proizvodi maske za lice koje onemogućuju stranim tijelima da ulaze u čovjekov dišni sustav. S obzirom na izazove s kojima je medicina bila suočena, ovo je primjer uočavanja prilike na tržištu i nastanka inovacije koju je tržište prihvatilo. Radi se o višekratnim maskama za lice koje se mogu prati, pružaju dugotrajnu zaštitu od ulaska stranih mikroba u dišni sustav, omogućuju disanje bez naprezanja te prozračnošću omogućuju nesmetanu komunikaciju s drugom osobom.³⁶



Slika 2.: Maska za lice tvrtke Virustatic Shield

Izvor: Survitec – lifesaving solutions , <https://survitecgroup.com/survitecproducts/17041/VirustaticShield> , [31. svibnja 2021.]

³⁶ Virustatic Shield, <https://www.virustaticshield.com/>, [4.6.2021.]

- *Fitbit respirator za hitne slučajeve*

Tvrtka Fitbit može poslužiti kao još jedan primjer inovativnosti tijekom pandemije. Naime, kako je inovativnost i reakcija bila ključna na području medicine tijekom 2020. godine., znanstvenici i dizajneri iz Fitbita razvili su novu inačicu respiratora koji je bio ključan kod hitnih slučajeva Covida u kojih nije bilo vremena za čekanje na klasične respiratore da se pacijentu spasi život.

Radi se o visokokvalitetnom, cjenovno dostupnom respiratoru koji je ujedno i jednostavan za upotrebu. Ova vrsta respiratora smanjuje opterećenje za visoko osposobljeno osoblje koje je potrebno za rukovanje klasičnim respiratorima, a medicinskom osoblju daje mogućnost da stanje pacijenta prati s udaljenosti.³⁷

"Vidjeli smo priliku da objedinimo našu stručnost u naprednom razvoju senzora, proizvodnji i našem globalnom lancu opskrbe kako bismo udovoljili kritičnoj i stalnoj potrebi za respiratorima za nuždu i pomogli da se napravi razlika u borbi protiv ovog globalnog virusa.", prenosi James Park, izvršni direktor Fitbit-a.³⁸



Slika 3.: Flow ventilator

³⁷ Fitbit (2020) How small team of researchers, designers and engineers at Fitbit created an emergency ventilator to save lives, <https://blog.fitbit.com/fitbit-flow/>, [4.6.2021.]

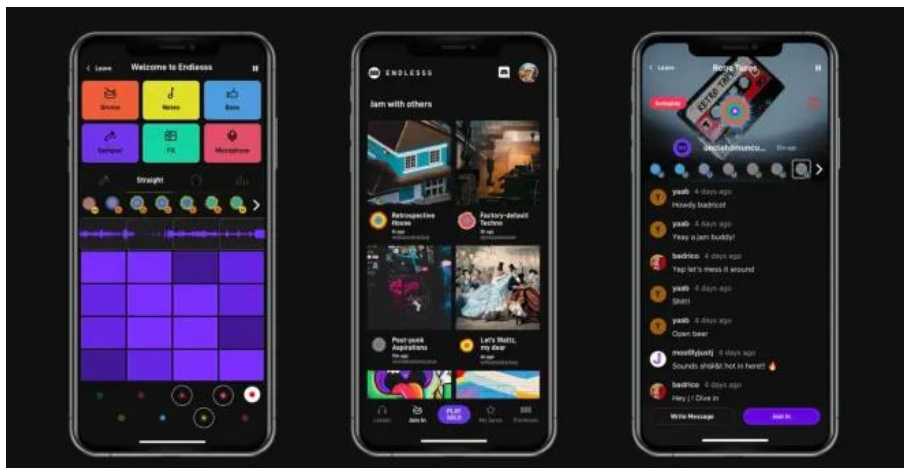
³⁸ Ibidem

Izvor: Fitbit, <https://blog.fitbit.com/fitbit-flow/>, [4.6.2021.]

Bitna značajka razdoblja tijekom pandemije bila je veća zastupljenost uporabe interneta. S obzirom da su se poduzeća zatvarala, veliki dio svog posla počela su obavljati mrežnim putem. Također, učenje i zabava postale su sve više dostupnima putem računala. Primjer je sljedeća aplikacija za mobilne telefone.

- *Endless aplikacija za proizvodnju glazbe*

Ova aplikacija još jedna je u nizu inovacija nastalih tijekom pandemije. Radi se o aplikaciji za proizvodnju glazbe. Aplikacija pruža različite mogućnosti poput odabira glazbala, uzoraka, efekata, podešavanja i prilagođavanja zvukova i sličnih mogućnosti. Aplikacija je namijenjena onima koji su već upoznati s osnovama glazbene proizvodnje, ali je istodobno jednostavna za uporabu tako da se svi mogu upoznati s glazbenom proizvodnjom.³⁹



Slika 4.: Aplikacija Endless

Izvor: Engadget, https://www.engadget.com/2020-03-31-endless-music-collaboration-app.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAH2UTE1or_DAUcxd5ny2n_oibUV7D57cpK5PytQ0kflpC8eTzPmwUP6okAJ5A15EjIT8VvLzR6f7a5YAjzldpAU9h6PvO8fHY1yqX8-zetUA8dd7I4OfjHfwEsKqI7lfGWUyaBlvsDRYqTxFLbFXAZr8qN0a2QMLgyx38tpdkM4, [4.6.2021.]

³⁹ Engadget (2020), Endless is simple, fun music collaboration app https://www.engadget.com/2020-03-31-endless-music-collaboration-app.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAH2UTE1or_DAUcxd5ny2n_oibUV7D57cpK5PytQ0kflpC8eTzPmwUP6okAJ5A15EjIT8VvLzR6f7a5YAjzldpAU9h6PvO8fHY1yqX8-zetUA8dd7I4OfjHfwEsKqI7lfGWUyaBlvsDRYqTxFLbFXAZr8qN0a2QMLgyx38tpdkM4, [4.6.2021.]

6. UTJECAJ PANDEMIJE NA PODUZETNIŠTVO NA PRIMJERU PODUZEĆA

U ovom poglavlju razmotrit će se praktičan primjer poduzeća koje se iznimno dobro snašlo u uvjetima pandemije. Gospodarska kriza na tržištu izazvala je mnoge nepredvidljive anomalije. Opstala su samo ona poduzeća koji su učinkovito i pravodobno reagirala na promjene. U nastavku će se razmotriti na koji način je poduzeće abLP djelovalo u razdoblju pandemije, što je bilo sa zaposlenicima poduzeća, je li pandemija značajno utjecala na prihode, koliko je poduzeće štedjelo i investiralo, koliko je bitna bila informatička struktura i ostalo.

6.1. Opći podaci o poduzeću arhLP

Radi se o društvu s ograničenom odgovornošću, arhLP koje je u Splitu osnovano 2017. godine. Vlasnik je ovlašten arhitekt, Luka Petričević. Po veličini, ovo poduzeće spada u mikropoduzeće s manje od 10 zaposlenika. U nastavku će se iznijeti osnovni podatci o poduzeću.

Registrirane djelatnosti poduzeća su sljedeće:

- projektiranje i građenje građevina te stručni nadzor građenja
- energetska certificiranje, energetski pregled zgrade i redoviti pregled sustava grijanja i sustava hlađenja ili klimatizacije u zgradi
- stručni poslovi prostornog uređenja
- djelatnost prostornog uređenja i gradnje
- djelatnost projektiranja i/ili stručnog nadzora građenja
- djelatnost upravljanja projektom gradnje
- poslovi upravljanja nekretninom i održavanje nekretnina
- djelatnost tehničkog ispitivanja i analize
- djelatnost ispitivanja
- djelatnost prethodnih istraživanja
- kupnja i prodaja robe
- pružanje usluga u trgovini
- obavljanje trgovačkog posredovanja na domaćem i inozemnom tržištu
- zastupanje inozemnih tvrtki

- usluge savjetovanja u vezi s poslovanjem i upravljanjem
- usluge grafičkog dizajna
- izrada i održavanje internetskih stranica, mrežnih aplikacija i sl.
- računalne i srodne djelatnosti
- proizvodnja, izdavanje, računalnih programa (softvera), pružanje savjeta o računalnoj i programskoj opremi, usluge obrade podataka, izrade i upravljanje bazama podataka
- održavanje računala i periferne opreme
- pružanje internetskih usluga
- projektiranje, uređenje i opremanje unutarnjeg prostora
- izrada i izvedba projekata, te savjetovanje iz područja hortikulture
- izrada nacrtu strojeva i industrijskih postrojenja ⁴⁰

6.2. Poduzete mjere tijekom pandemije

Poduzete mjere arhLP-a odnosile su se prvenstveno na epidemiološki prihvatljivu organizaciju rada od kuće. S obzirom na to da izravna komunikacija između zaposlenika i vanjskih suradnika koja je uobičajena u poslovima projektiranja i graditeljstva nije bila moguća, bilo je potrebno organizirati komunikaciju preko različitih platformi (MS Teams, Zoom, Skype i sl.) koje su se do zatvaranja rabili samo u komunikaciji sa stranim suradnicima.

6.3. Uspješno poslovanje unatoč pandemiji

Što se tiče same djelatnosti, poslovi arhitektonskog projektiranja i izrade projektne dokumentacije mogu trajati nekoliko mjeseci jer obuhvaćaju različite faze izrade projektne dokumentacije. Uobičajeno je da se fakturiranja računa, tj. naplata izvršava po završenoj fazi posla. S obzirom na to da su djelatnici u veljači 2020. godine započeli izradu projektne dokumentacije za projekt čiji je ugovorni rok 6 mjeseci tvrtka nije zabilježila pad prihoda, tj. u vrijeme zatvaranja radili su na projektu za koji su fakture izdane nakon odrađenih faza izrade projektne dokumentacije.

⁴⁰ Fininfo, Detaljno o poduzeću, <https://www.fininfo.hr/Poduzece/Pregled/arhitektonski-biro-luka-petricevic/Detaljno/702108>, [4.6.2021.]

Što se tiče investicija, arhLP provodio je EU projekt nabave informatičke opreme i programske podrške za potrebe unapređenja poslovnih procesa u razdoblju od listopada 2019. godine do listopada 2020. godine. . Provedba projekta bila je uglavljena potpisanim ugovorom bez mogućnosti promjene. Unatoč pandemiji, provedba projekta bila je uspješno završena u planiranom roku.

6.4. Štednja poduzeća i rad od kuće

Vlasnik poduzeća ističe kako je poduzeće od samoga početka razumno gospodarilo imovinom i sredstvima u svakom trenutku, tako da se isto nastavilo i u vrijeme pandemije. S druge strane, ograničenost kretanja i organizacija rada od kuće dovela je do smanjenja troškova potrošnog uredskog materijala i opreme, te smanjenih troškova zbog terenskih obilazaka.

6.5. Situacija sa zaposlenicima

Tijekom pandemije, u arhPL-u nije došlo do otpuštanja zaposlenika ni do skraćivanja radnoga vremena zaposlenika. Vlasnik naglašava kako mu je bila bitna sigurnost zaposlenika i siguran način rada gdje su zaposlenici radili od kuće na računalima poduzeća. Također, terenski obilasci svedeni su na minimum, odnosno obavljali su se samo kad je to bilo neophodno.

6.6. Važnost informatičke infrastrukture

Informatička infrastruktura bila je vrlo bitan činitelj u poslovanju arhLP tijekom pandemije. Vlasnik ističe kako je spomenuta infrastruktura od samog osnivanja poduzeća bila iznimno razvijena te da je poduzeće neprestano ulagalo u računala, programsku podršku, poslužitelje i sigurnosni sustav. Također, objašnjava kako je informatička infrastruktura u razdoblju pandemije bila ključna za neometano odvijanje poslovnih procesa u tom vremenu. Za to su bili od najveće bitnosti bili poslužitelji s arhivom poduzeća na kojima se moglo neometano raditi s udaljenim pristupom.

6.7. Poteškoće s terenskim obilascima

Petričević kao poteškoću koja se javila tijekom pandemije izdvaja terenske obilaske gradilišta. Naime, terenski rad i koordinacija velikog broja suradnika koji uobičajeno sudjeluju na projektima predstavljao je organizacijski tegobu što je za posljedicu imalo produljenje ugovornih rokova izrade projektne dokumentacije i građenja građevina.

6.8. Profesionalan pristup i prognoze za budućnost

Vlasnik također objašnjava kako je od samog početka njihov profesionalni pristup i korektan odnos prema suradnicima značajno djelovao na napredak i širenje poduzeća. Ističe kako se takav pristup pokazao još jednim ključnim činiteljem u razdoblju pandemije u kojem je poduzeće uspjelo zadržati sve svoje klijente.

ArhLP i u 2021. godini uredno posluje i ispunjava sve preuzete obveze, a vlasnik i u budućnosti predviđa uredno poslovanje poduzeća uz gospodarski rast i širenje tvrtke.

ZAKLJUČAK

Početak 2020. godine, u gospodarstvu je došlo do pomutnje koja je izazvala mnogobrojne posljedice diljem svijeta. Pandemija bolesti Covid-19 proširila se na sve kontinente i dovela do gospodarskog kolapsa. Mjere opreza koje su države poduzele kao što su potreba za držanjem razmaka, promjena navika potrošača i promjena stavova i prioriteta tijekom pandemije negativno je utjecala na poduzeća u svijetu.

Iz navedenih istraživanja može se zaključiti kako su mnoga poduzeća bila zatvarana, poduzetnici su se susreli s padom prihoda, pa tako i investiranja zbog straha i neizvjesnosti. Nadalje, poduzetnici su bili prisiljeni štedjeti i prilagoditi se tržištu na bilo koji način. Alternativni načini poslovanja poput prodaje putem interneta i korištenja digitalnih pomagala u poslovanju bila su ključna za prilagodbu. Iz analiza se može vidjeti koliko je tehnologija bila nezaobilazan činitelj kako bi poslovni svijet nastavio funkcionirati.

S druge strane, uz sve negativne utjecaje koje je pandemija ostavila na poslovanje, mogu se uočiti i pozitivni utjecaji. Kako su poduzetnici bili prisiljeni biti fleksibilni i prilagoditi se tržištu i novim vrstama potražnje, tako je rastao i stupanj inovativnosti. Inovativnost za vrijeme pandemije pokazala se neizostavnom za opstanak poduzeća. Mnogi su primjeri inovacija pokazali da se i u teškim vremenima može opstati uz pomoć truda i kreativnosti. Dobar primjer za to poduzeće je čiji se poslovni rad opisao u prošlom poglavlju. Poduzeće abLP pokazalo je da se i uz teškoće poslovni procesi mogu nastaviti odvijati. Obilasci terena bili su svedeni na minimum, što je predstavljalo jedan od najbitnijih elemenata ovog tipa djelatnosti, a uredski način poslovanja od kuće, odlična organiziranost, prilagodba novonastaloj situaciji i obilazak gradilišta kada je to bilo neizbježno, omogućili su abLP-u da opstane na tržištu i nastavi poslovati kao i u razdoblju prije pandemije.

Pandemija je svakako ostavila značajne posljedice na globalno poduzetništvo. Koliko god da ovakva vremena zahtijevaju trud i snalažljivost te izazivaju strah i neizvjesnost, ona su očito također poslužila kao nadahnuće mnogim ljudima, poduzetnicima, ali i ostalima. Dugotrajne posljedice nastale krize još uvijek se analiziraju i na njima se zasnivaju predviđanja, ali ljudskom hrabrošću, snalažljivošću i kreativnošću možemo vjerovati u svijetlu budućnost svjetskog poduzetništva i ljudskog društva.

LITERATURA

1. Adian, I., et al. (2020) Small and medium enterprises in the pandemic: impact, responses and the role of development finance, Washington, World Bank Group, <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/34552/Small-and-Medium-Enterprises-in-the-Pandemic-Impact-Responses-and-the-Role-of-Development-Finance.pdf?sequence=1&isAllowed=y> [2.5.2021.]
2. Bhatti, A., et.al (2020) E-commerce trends during Covid-19 pandemic, SERSC, 13(2), str. 1449-1452.
3. Buble, M., Kružić, D., (2006) Poduzetništvo: realnost sadašnjosti i izazov budućnosti, Zagreb, str. 10.
4. CEPOR (2020) Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020. godina: uključuje dio rezultata GEM – Global Entrepreneurship Monitor istraživanja za Hrvatsku za 2019. godinu, Zagreb, ACT PRINTLAB Čakovec
5. Digital Commerce 360 (2021) Charts: How the coronavirus is changing ecommerce, <https://www.digitalcommerce360.com/2021/02/15/ecommerce-during-coronavirus-pandemic-in-charts/> [1.6.2021.]
6. Engadget (2020), Endless is simple, fun music collaboration app https://www.engadget.com/2020-03-31-endless-music-collaboration-app.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAH2UTE1or_DAucxd5ny2n_oibUV7D57cpK5PytQ0kflpC8eTzPmwUP6okAJ5A15EjIT8VvLzR6f7a5YAjzldpAU9h6PvO8fHY1yqX8-zetUA8dd7I4OfjHfwEsKqI7lfGWUyaBIvsDRYqTxFLbFXAZr8qN0a2QMLgyx38tpdkam4, [4.6.2021.]
7. Eurofound (2021) Living, working and Covid-19: mental health and trust decline across EU as pandemic enters another year, Publications Office of the European Union
8. Europski centar za kontrolu i prevenciju bolesti (2021) Ažurirane informacije vezane za COVID-19 bolest, situacija u svijetu u devetnaestom tjednu 2021. godine, ažurirano 20. svibnja 2021. godine, <https://www.ecdc.europa.eu/en/geographical-distribution-2019-ncov-cases> [20.5.2021.]
9. Fininfo, Detaljno o poduzeću, <https://www.fininfo.hr/Poduzece/Pregled/arhitektonski-biro-luka-petricevic/Detaljno/702108>, [4.6.2021.]

10. Fitbit (2020) How small team of researchers, designers and engineers at Fitbit created an emergency ventilator to save lives, <https://blog.fitbit.com/fitbit-flow/>, [4.6.2021.]
11. Forbes (2020) How businesses use VR to survive the Covid-19 era, <https://www.forbes.com/sites/serenitygibbons/2020/05/02/how-businesses-are-using-vr-to-survive-the-covid-19-era/>, [6.6.2021.]
12. Forbes (2020), Study finds small business revenues dropped 52% and payrolls declined 54% due to Covid Pandemic, <https://www.forbes.com/sites/rohitarora/2020/08/07/study-finds-small-business-revenues-dropped-52-and-payrolls-declined-54-due-to-covid-pandemic/?sh=4daf1cec56db> [15.5.2021.]
13. Hrvatska udruga banaka (2020) HUB istraživanje: Uslijed pandemije, online kupovina povećana za 15,5%, <https://www.hub.hr/hr/hub-istrazivanje-uslijed-pandemije-online-kupovina-povecana-za-155> [1.6.2021.]
14. Hunjet, A., Kozina, G., Milković, M., (2012), Stjecanje znanja i vještina za budućnost u poduzetništvu, Učenje za poduzetništvo, 2 (2), str. 103 – 115.
15. Jutarnji list (2020) Nova era biznisa: koji novi načini rada ostaju tijekom pandemije, kako se digitalizira poslovanje i zašto se od tvrtki očekuje da pomažu zajednici, <https://www.jutarnji.hr/naslovnica/nova-era-biznisa-koji-novi-nacini-rada-ostaju-i-nakon-pandemije-kako-se-digitalizira-poslovanje-i-zasto-se-od-tvrtki-ocekuje-da-pomazu-zajednici-10287328> [3.6.2021.]
16. Međunarodni trgovački centar (2020) Assessing the COVID-19 impact on SME and preparing for a new normal, <https://www.intracen.org/news/Assessing-the-COVID-19-impact-on-SMEs-and-preparing-for-a-new-normal/> [11.5.2021.]
17. MIT Sloan School of Management (2021) How small business owners spent – and saved – early in Covid-19, <https://mitsloan.mit.edu/ideas-made-to-matter/how-small-business-owners-spent-and-saved-early-covid-19> [24.4.2021.]
18. Obadić, A., et al. (2016) Gospodarstvo Hrvatske, Zagreb, str. 10.
19. Organizacija za gospodarsku suradnju i razvoj (2020) Coronavirus (Covid-19): SME Policy responses, <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/coronavirus-covid-19-sme-policy-responses-04440101/> [16.5.2021.]
20. Pavličić, P., (2016) Inovacije i gospodarski rast: koliko je jaka povezanost? Primjer njemačkog gospodarstva, Ekonomski pregled, 67 (5), str. 440 – 461., [file:///C:/Users/korisnik/Downloads/KB_004%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/korisnik/Downloads/KB_004%20(1).pdf)

21. Posavec, S., et. al (2011) Poticanje inovacija – ključ razvoja u hrvatskom šumarstvu, Šumarski list, br. 5 -6, str. 243 – 256.
22. Služba znanosti znanja Europske komisije (2020) Science for policy briefs: Teleworking in the EU before and after the Covid-19: where we were, where we haed to, Joint Research Centre, str. 1
23. Small business trends (2020) 66% of employees now working from home due to coronavirus outbreak,
<https://smallbiztrends.com/2020/04/work-from-home-during-coronavirus.html>
[3.6.2021.]
24. Statistics Canada (2020) Impact of Covid – 19 on small businesses in Canada,
<https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/45-28-0001/2020001/article/00018-eng.htm>
[16.5.2021.]
25. Topolko Herceg, K., (2021) Utjecaj pandemije Covid-19 na online ponašanje potrošača u Hrvatskoj, Pregledni rad, Zagreb, CroDiM, str 135.
26. Škrtić, M., Mihić, M., (2006) Gospodarsko značenje hrvatskog poduzetništva – šanse i zamke, U: Pavković, A., Zbornik Ekomskog fakulteta u Zagrebu, Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, str. 191 – 204.
27. Škrtić, M., Mikić, M., (2011) Poduzetništvo, Zagreb: Singerija nakladništvo, str. 36.
28. Virustatic Shield, <https://www.virustaticshield.com/>, [4.6.2021.]
29. Zakon o računovodstvu, Narodne novine br. 78/15, 134/15, 120/16, 116/18, 42/20, 47/20, čl. 5.
30. Wikipedija (2021) Pandemija,
https://www.oss.unist.hr/sites/default/files/dokumenti/o-odjelu/propisi-i-dokumenti/strucni_studiji/Upute_za_izradu_zavrsnog_rada_drustveni_studiji.pdf
[12.5.2021.]

POPIS SLIKA

Slika 1: Zemljovid Europe s prikazom tjednog prosjeka broja potvrđenih slučajeva zaraze od Covid-19 na milijun stanovnika, 14. svibnja 2021. godine	10
Slika 2. : Maska za lice tvrtke Virustatic Shield	21
Slika 3. : Flow ventilator	22
Slika 4. : Endless aplikacija	23

POPIS TABLICA

Tablica 1. : Struktura poduzeća u Hrvatskoj s obzirom na veličinu u razdoblju od 2015. do 2019. godine

7