

Inovacije poduzetnika potaknute pandemijom Covid-19

Paulenka, Denis

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Organization and Informatics / Sveučilište u Zagrebu, Fakultet organizacije i informatike**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:211:733911>

Rights / Prava: [Attribution 3.0 Unported/Imenovanje 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-14**



Repository / Repozitorij:

[Faculty of Organization and Informatics - Digital Repository](#)



**SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
VARAŽDIN**

Denis Paulenka

**INOVACIJE PODUZETNIKA POTAKNUTE
PANDEMIJOM COVID-19**

ZAVRŠNIRAD

Varaždin, 2022.

SVEUČILIŠTE U ZAGREBU
FAKULTET ORGANIZACIJE I INFORMATIKE
V A R A Ž D I N

Denis Paulenka

JMBAG: 0016143979

Studij: Poslovni sustavi

INOVACIJE PODUZETNIKA POTAKNUTE PANDEMIJOM COVID-19
ZAVRŠNI RAD

Mentor/Mentorica:

Ivana Fojs, mag. oec.

Varaždin, rujan 2022.

Denis Paulenka

Izjava o izvornosti

Izjavljujem da je moj završni/diplomski rad izvorni rezultat mojeg rada te da se u izradi istoga nisam koristio drugim izvorima osim onima koji su u njemu navedeni. Za izradu rada su korištene etički prikladne i prihvatljive metode i tehnike rada.

Autor potvrdio prihvaćanjem odredbi u sustavu FOI-radovi

Sažetak

Pandemija COVID-19 ostavila je znatan utjecaj na trenutne načine poslovanja. Prilagodba je postala primarni cilj mnogim poduzećima kako bi se zadržao ili poboljšao njihov položaj na tržištu. Putem inovacija, nastale su nove prilike za poduzeća koje će biti detaljno objašnjena kroz ovaj završni rad. U radu je, osim teorije poduzeća, poduzetništva i poduzetnika, obuhvaćena i terminologija inovacija te novonastalog virusa SARS-CoV-2. U skladu s tim, prikazan je i ekonomski utjecaj pandemije na poduzetništvo.

Rad sadrži istraživački dio kojim se željelo istražiti kako je pandemija utjecala na poduzetnike u Hrvatskoj. Kao primjer prilagodbe, prikazana su dva velika projekta: Andrija – prvi digitalni asistent tvrtke Infobip i PhotoPay – nova razina bezkontaktnog plaćanja. Također, za primjer prilagodbe, istraženo je i prikazano u tablici preko nekoliko hrvatskih poduzeća koja su svoje poslovanje preusmjerila k inovacijama, zahvaljujući kojima su prebrodila gotovo sve izazove koje je pandemija donijela sa sobom te su tako opstala na tržištu.

Ključne riječi: poduzetništvo, inovacije, SARS-CoV-2, ekonomija, digitalne inovacije, Andrija – prvi digitalni asistent, PhotoPay

Sadržaj

Sadržaj.....	ii
1. Uvod.....	2
2. Metode i tehnike rada	3
3. Poduzetništvo	4
3.1. Pojam poduzetništva i poduzetnika.....	4
3.1.1. Vrste poduzetništva	5
3.1.2. Vrste poduzetnika.....	6
3.2. Struktura poduzetništva u Republici Hrvatskoj	7
4. Teorijski osvrt na inovacije	9
4.1. Inovacije u poslovnim procesima	9
4.2. Inovativnost u teškim vremenima.....	10
5. Pojava COVID-19 i utjecaj na poduzetništvo	12
5.1. Pojam pandemije i COVID-19 virusa	12
5.2. Razvoj i širenje novog virusa.....	13
5.3. Mjere za suzbijanje pandemije	13
5.4. Trenutno stanje u svijetu i HR	14
5.5. Noviteti u poslovanju tijekom SARS-COV-2 virusa.....	15
5.5.1. Obavezno nošenje maski za lice.....	15
5.5.2. Rad od kuće.....	16
5.5.3. Rad u smjenama	17
5.5.4. Digitalizacija sastanaka	17
5.5.5. Zatvaranje poduzeća.....	17
5.5.6. COVID dodatak na plaću.....	18
5.6. Ekonomski utjecaj pandemije na poduzetništvo	18
5.6.1. Ekonomski utjecaj u odnosu na veličinu poduzeća	19
5.6.2. Ekonomski utjecaj u odnosu na županije.....	19
6. COVID inovacije poduzetnika u Hrvatskoj	20
6.1. Utjecaj pandemije na poslovanje – inovativni projekti	20
6.1.1. Andrija – prvi digitalni asistent tvrtke Infobip.....	20
6.1.2. PhotoPay – nova razina bezkontaktnog plaćanja.....	22
6.2. Utjecaj pandemije COVID-19 na poslovanje – promjene u poslovanju.....	23
7. Zaključak.....	25
Popis literature.....	27
Popis tablica	29

1. Uvod

U radu je pobliže opisano značenje poduzetništva i poduzetnika, prikazane su njihove podjele te je dan pregled na strukturu poduzetništva u Republici Hrvatskoj. Iako su inovacije sastavni dio poslovanja poduzetnika, novonastala pandemija uzrokovana virusom COVID-19 dovela je poduzetnike pred teške i gotovo neizlazne situacije. Detaljno je objašnjeno poimanje i definiranje pojma inovacije te je dan prikaz na inovacije u poslovnim procesima i u teškim vremenima.

Čovječanstvo se do sada, u modernom svijetu, nije susrelo s ovakvom problematikom te su, kao izlazna rješenja, donesene mnoge preporuke za suzbijanje pandemije: od obaveznog nošenja zaštitnih maski i rada u smjenama, do rada od kuće pa čak i zatvaranje poduzeća. Kako bi se dobro razumjela problematika koja je nastala tijekom ove situacije, dan je detaljan pregled vezan za nastanak i širenje virusa COVID-19 te su opisane sve mjere za suzbijanje pandemije i načini na koje su se mjere provodile. Također, prikazano je i trenutno stanje zaraze virusom COVID-19, kako u svijetu, tako i u Republici Hrvatskoj.

Problemi u poslovanju za sobom vuku inovacije te je zbog toga istraživački dio ovoga rada bio istražiti kako su se poduzetnici u Hrvatskoj prilagodili novonastaloj situaciji. Iako teorijski dio govori o zatvaranju poduzeća kao mjeri za suzbijanje i širenje virusa, istraživački dio orijentiran je ka inovacijama i projektima koji su pozitivno utjecali na rad poduzeća.

Stoga je istraživački dio podijeljen u dva dijela: jedan prikazuje prilagodbu poduzetnika u vidu inovativnih projekata te su prikazana dva velika projekta: Andrija – digitalni asistent te PhotoPay – nova razina plaćanja. Drugi dio istraživačkog rada prikazuje promjene u poslovanju na koje su se poduzeća odlučila kako bi ostali konkurenti na tržištu rada i zadržali radna mjesta. U obliku tablice, prikazana su imena poduzeća, njihova sjedišta, primarno poslovanje te novo, inovativno poslovanje pomoću kojega su se prilagodili novoj situaciji uzrokovanoj virusom COVID-19.

2. Metode i tehnike rada

Za pisanje ovoga rada korištena je stručna literatura koja daje pregled na poduzetništvo i inovacije, dok je za teorijski dio vezan za novonastali virus COVID-19 korištena uglavnom online literatura. Za novonastale preporuke za suzbijanje širenja pandemije, korištene su službene knjižice objavljene od strane Civilne zaštite, a one su također u digitalnom obliku, dizajnirane za poduzetnike i poslodavce.

U radu je također prikazan istraživački dio koji daje uvid u utjecaj pandemije na poduzetništvo, a za taj istraživački dio, korištene su metode analize i metoda komparacije. Podaci koji su korišteni pronađeni su uglavnom na raznim internetskim izvorima, donosno, u online novinskim člancima koji su napisani nakon provedenog intervjua s poduzetnicima.

Za osnovne podatke o poduzećima koji se u radu spominju, korištena je internetska literatura dana na izvornim stranicama poduzeća koja su u radu opisana.

3. Poduzetništvo

Poduzetništvo pokreće gospodarstvo svake države. Ono je pokretač novih ideja i otvarač novih radnih mjesta. Kao takvo, poduzetništvo uvodi inovacije, privlači strane ulagače i širenje van postojećih tržišta, dovodi do razvoja tehnologija i korištenja novih proizvoda. Jača gospodarstvo, povećava produktivnost i stvara konkurenciju na tržištu.

Unatoč tome što je sam pojam poduzetništva dugo zastupljen na ekonomskom području i zauzima važan dio povijesti ekonomije, još uvijek nema jedinstvene definicije ovog pojma. Brojni ekonomisti iznijeli su svoje definicije, teorije i vizije po pitanju poduzetništva i poduzetnika, no ono što je svim definicijama zajedničko, jest implementiranje određenih elemenata koji podrazumijevaju stvaranje nečega novoga, originalnoga i inovativnoga.

Dakle, široka definicija poduzetništva obuhvaća nove vrijednosti, inovacijske i upravljačke sposobnosti, a iskorištava prilike i resurse koje ima na raspolaganju; najčešće s ciljem stvaranja i regeneriranja profita.

3.1. Pojam poduzetništva i poduzetnika

Poduzetništvo se može definirati kao „spremnost pojedinca ili više partnera da uz određeno ulaganje kapitala i preuzimanje rizika uz neizvjesnosti uđe u poslovni pothvat s ciljem stvaranja profita“ (Rajsman, 2013, str. 251) Slično tome, Kolaković definira poduzetništvo kao „sposobnost da se na osnovi kreativne čovjekove ekonomske djelatnosti i ograničenih proizvodnih čimbenika, formira određena efikasna gospodarska djelatnost“ (Kolaković, 2006., str. 2)

Definicije poduzetništva podrazumijevaju stvaranje, pokretanje i vođenje poslovnog pothvata, te se sukladno tome, poduzetnikom se smatra osoba koja posluje na vlastiti rizik, raspolaže određenim sposobnostima i sredstvima potrebnima za obavljanje gospodarskih djelatnosti te sukladno tome samostalno donosi odluke koje se odnose na tu djelatnost.

Sam termin poduzetnika u ekonomsku znanost uveo je irsko-francuski ekonomist Richard Cantillon. U svojoj Raspravi o naravi trgovine iz 1725. godine, poduzetnika opisuje kao trgovce, zastupnike zemljišta, graditelje, industrijalce, ali isto tako i liječnike, odvjetnike pa i slikare. Pri tome naglašava već spomenutu neizvjesnost i rizik u njihovom poslovanju, a dijeli ih na poduzetnike s kapitalom i poduzetnike s vlastitim radom (Kružić, 2007.)

Kao i kod određivanja pojma poduzetništva, pojam poduzetnika također nema jedinstvenu definiciju. Schumpeter definira poduzetnika kao nosioca inovacija, a razlikuje poduzetničku funkciju od rukovodeće funkcije. Pri tome poduzetničku funkciju opisuje kao

donošenje važnih odluka svojom stvaralačkom energijom, dok rukovodeću funkciju smatra rutinskim djelovanjem održavanja poduzeća.

Postoje razna mišljenja o tome tko se može nazvati poduzetnikom i koje su njegove zadaće. Ne smatrajući nužnim da poduzetnik bude ujedno i vlasnik poduzeća, Peter Drucker 1985. godine govori o tome kako je zadaća bankara kao poduzetnika mobilizirati novac drugih ljudi i uložiti ga u područje veće produktivnosti i dobiti. U tom smislu, bankar poduzetnik nije vlasnik banke u kojoj radi.

Samo dvije godine kasnije, John Samuel Dodds smatra da je poduzetnik onaj koji je ujedno i vlasnik i upravljač poduzeća, onaj koji pribavlja i određuje kapital, snosi rizik i kontrolira poduzeće. Nadalje, ekonomist Ernest Bohmer ide korak dalje, te razlikuje poduzetnika vlasnika od ovlaštenog poduzetnika.

Heilbroner i Galbraith 1987. godine definiraju poduzetnika kao čovjeka čija je ekonomska zadaća upravljanje određenim poduzećem. Pri tome je njegov temeljni zadatak utvrditi opseg proizvodnje, pronaći najbolju kombinaciju faktora i utvrditi optimalnu količinu učinaka. Po njima, poduzetnik može ali i ne mora biti vlasnik poduzeća. Ovisno o tome, razlikuju nekoliko poduzetničkih funkcija.

Moderna ekonomska teorija definira poduzetnika kao nosioca gospodarske aktivnosti, ekonomskog subjekta i pionira razvoja, koji angažira svoj kapital u gospodarsku djelatnost (Najdanović, 2012.). Na tržištu posluje na svoj rizik te ima autonomiju djelovanja i ostvarenja profita. On može biti i vlasnik i menadžer poduzeća, te su njegove funkcije pribavljanje kapitala, organizacija proizvodnje kupovinom i kombiniranjem ulaznih resursa, odlučivanje o količini izlaznih resursa u svjetlu očekivane potražnje, a isto tako i preuzimanje rizika s obzirom na okolnost da resursi moraju biti angažirani i plaćeni prije nego su učinci prodani.

3.1.1. Vrste poduzetništva

Hrvatski zavod za zapošljavanje poduzetništvo karakterizira u tri kategorije: tradicionalno, korporativno i socijalno poduzetništvo.

Tradicionalno poduzetništvo je poznato u literaturi kao poduzetništvo malih i srednjih poduzeća. Veliki dio tradicionalnog poduzetništva čine mala obiteljska poduzeća te su upravo ona ta koja u najrazvijenijim zemljama stvaraju gotovo 50% BDP-a i zapošljavaju oko 60% zaposlenih. Na taj način, tradicionalno poduzetništvo ima utjecaj na civilizaciju, u smislu da oblikuje život i rad ljudi u različitim društvenim okvirima u gotovo svim strukturama gospodarskog razvoja. Velika prednost ove vrste poduzetništva je fleksibilnost bez koje se danas, u doba globalizacije, gotovo ne može uspješno poslovati.

Korporativno poduzetništvo (još se naziva i intrapoduzetništvo) čine procesi u kojima se razvijaju inovativni sustavi i proizvodi te se na taj način kreira poduzetnička struktura u određenoj organizaciji. Obzirom na sve veću konkurenciju na tržištu, za poduzetništvo su važni poduzetnici koji znaju kreirati nove poslove i tako održati i prestići konkurenciju.

Socijalno poduzetništvo uključuje kreiranje socioekonomskih struktura, organizacija, veza i mjera koje za zadaću imaju održavanje društvene koristi i konstantan daljnji razvoj. Veći značaj stoga ima u društvenim, nego u profitabilnim sferama. Funkcija ovog poduzetništva je da generirani profit koristi za dobrobit određenih društvenih skupina.

3.1.2. Vrste poduzetnika

Poduzetnici se, prema prethodnom izvoru, dijele ovisno o njihovom pojavnom obliku u fazama razvoja, odnosno, životnog ciklusa određenom poduzeća. Svaka od tih faza traži određene sposobnosti kod menadžera na temelju kojih se javljaju specifične vrste poduzetnika, pa tako razlikujemo četiri kategorije poduzetnika: pioniri, maheri, stratezi i treneri.

Pioniri se javljaju u prvoj fazi izgradnje poduzeća te su oni kao takvi osnivači malog poduzeća. Karakterizira ih velika količina energije, ideja i odlučnost. Dobrog su karaktera te pod svaku cijenu nastoje ostvariti ideje koje ih zaokupljaju.

Maheri se javljaju u fazi rasta poduzeća. Ono su snažni, autoritativni, ambiciozni, dobro organizirani te uspješno vode svoje poduzeće prema uspjehu. Karakteriziraju ih određene mane, kao što su im nedostatak vizije, ideja i inovacija.

Stratezi djeluju u fazi definicije proizvoda, fazi kada dolazi do diferencije i decentralizacije. Oni su mislioci, vrlo su angažirani i željni uspjeha. Radi svjesnosti složenosti posla kojeg obavljaju, usredotočeni su na strateško odlučivanje. Svjesni su da ne mogu sami koordinirati poduzeće te organiziraju jedinice kao što su strategijske, poslovne, profitne i slične.

Treneri, osobe s liderskim osobinama, trebaju biti u središtu zbivanja te težiti ka postizanju unutarnje harmonije u poduzeću. Zbog toga je bitno da šire pozitivnu emocionalnu energiju, da komuniciraju sa zaposlenicima, motiviraju ih, oslušuju njihove savjete i primjedbe. Ovom tipu poduzetnika nažalost nedostaje kreativnost, odlučnost i hrabrost, ali je poželjan u četvrtoj fazi kada dolazi do konsolidacije poduzeća.

U ovom kontekstu bitan je i korporativni poduzetnik ili intrapoduzetnik. On je nositelj poduzetničkog djelovanja u velikom poduzeću, vrlo je motivirani vizionar s razvijenim osjećajem za strateške orijentacije poduzeća. Karakteriziraju ga vizija, motivacija, spremnost na preuzimanje rizika te povijest realizacije postavljenih ciljeva. On potiče udruživanje

talentiranih pojedinaca iz različitih područja organizacije, što dovodi do novih ideja i motivacija.

3.2. Struktura poduzetništva u Republici Hrvatskoj

Struktura poduzetništva u Republici Hrvatskoj definirana je Zakonom o računovodstvu (Narodne novine br. 78/15, 134/15, 120/16, 116/18, 42/20, 47/20), a između ostaloga, poduzeća prema veličini dijeli na mikro, mala, srednja i velika poduzeća.

Pri tome, mikro poduzetnici su oni koji ne prelaze tri uvjeta: ukupnu aktivu 2.600.000,00 kuna, prihod od 5.200.000,00 kuna te prosječno 10 radnika tijekom poslovne godine. Mali poduzetnici su oni koji ne prelaze granične pokazatelje u također tri uvjeta: ukupna aktiva 30.000.000,00 kuna, prihod od 60.000.000,00 te prosječno 50 radnika tijekom poslovne godine.

Za razliku od mikro i malih poduzetnika, srednji poduzetnici ispunjavaju dva od tri uvjeta: ukupna aktiva 150.000.000,00 kuna, prihod od 300.000.000,00 kuna te prosječan broj radnika tijekom poslovne godine – 250. U velike poduzetnike spadaju banke, stambene štedionice, institucije za elektronički novac, društva za osiguranje i reosiguranje, leasing društva, društva za upravljanje UCITS fondovima, društva za upravljanje alternativnim investicijskim fondovima i drugi (Narodne Novine).

Prema posljednjim podacima CEPOR-a iz 2020. godine, mikro, mala i srednja poduzeća čine čak 99,7% ukupno registriranih poduzeća u Hrvatskoj. U tablici 1 prikazana je struktura poduzeća s obzirom na veličinu, u razdoblju od 2015. do 2019. godine.

Tablica 1: Tablica 1. Struktura poduzeća u Republici Hrvatskoj

	2015.		2016.		2017.		2018.		2019.	
	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%	Broj subjekata	%
Sektor malih i srednjih poduzeća	106.221	99,7	114.156	99,7	19.752	99,7	130.757	99,7	135.890	99,7
Mikro i mala poduzeća	105.029		112.809		118.352		129.259		134.365	
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.)

Prethodna tablica pokazuje da se broj poduzeća u hrvatskoj konstantno povećava, te je tako poduzetništvo u Republici Hrvatskoj glavni pokretač ukupnog gospodarskog razvoja. Mali i srednji poduzetnici vrlo se brzo prilagođavaju tržištu i tako stvaraju inovacije, otvaraju nova radna mjesta, potiču inovativnost i kreativnost.

Osnivanje takvih poduzeća zahtjeva manje početnog kapitala, omogućuje zapošljavanje određenog broja djelatnika, omogućava dokazivanje znanja, umijeća i sposobnosti te omogućuje stvaranje profita, veće ponude i porast društvenog standarda. Kao takvo, ima pozitivan utjecaj na kompletno gospodarstvo Republike Hrvatske.

Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva objavilo je Izvješće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj – 2020. koje je pokazao kako je struktura gospodarstva u Hrvatskoj izrazito stabilna. Sektor malih i srednjih poduzeća ima najznačajniji udio u broju poduzeća u Hrvatskoj, a on iznosi 99,7% te time ne zaostaje za svjetskim trendovima. Broj poduzeća od 2015. godine konstantno se povećava.

4. Teorijski osvrt na inovacije

Budući da je riječ o složenom i širokom pojmu, ne postoji jednoznačna definicija za pojam inovacije. Ipak, svim definicijama zajednička je opisna riječ „novo“. Tako pod pojmom inovacije podrazumijevamo nešto što je novo, ali isto tako i profitabilno.

Teoriju inovacije opisao je Schumpeter u svom djelu Teorija gospodarskog razvoja 1912. godine, gdje inovaciju opisuje kao „dinamični proces u kojem nove tehnologije zamjenjuju stare“, odnosno proces kojeg naziva „kreativna destrukcija“ i koji postaje važan pokretač gospodarskog rasta i razvoja (Pavličić, 2016.).

Hrvatska enciklopedija Leksikografskog zavoda Miroslava Krležje pojam inovacije definira kao „novina, prinova, novotarija; obnova, promjena; uvođenje novih sustava i mjerila; razvoj i primjena novih rješenja, proizvoda, procesa, postupaka i sl.“ Tako inovaciju možemo opisati kao proces koji započinje kreativnom idejom i inicijativom koja potiče istraživanja, a rezultira novim proizvodom, novim načinom proizvodnje ili novom metodom upravljanja. Brown razlikuje četiri inovacijska smjera:

1. Inovacija proizvoda – predstavlja promjene u stvarima, odnosno proizvodima i uslugama koje pojedina firma nudi
2. Inovacija procesa – uključuje promjene u načinu na koji se kreira ili dostavlja proizvod ili usluga
3. Inovacija pozicije – predstavlja promjene u kontekstu u kojem su proizvodi i usluge prethodno predstavljene
4. Inovacija paradigme – označava promjene u osnovnim mentalnim modelima koji uokviruju što pojedina organizacija radi.

Obzirom da pojam inovacije predstavlja vrlo bitan ali isto tako i opširan pojam, u literaturi pronalazimo mnogobrojne podjele, svrhe i vrste inovacija. U svakom slučaju, bez obzira na podjele i literaturu, za inovacije možemo reći da su pokretač svijeta te kao takve utječu na poduzeća, bez obzira o kategorizaciji i teorijskoj literaturi.

4.1. Inovacije u poslovnim procesima

Inovacije u poslovnim procesima važan su faktor za opstanak poslovanja. Ukoliko poslovanje teži ka opstanku na tržištu, neophodno je konstantno raditi na inovacijama kako bi poduzeće ostalo konkurentno na tržištu. Budući da su time inovacije imperativ poslovnog procesa, vrlo je bitno ostati fokusiran na njih kako bi poslovanje konstanto napredovalo.

Po svojoj prirodi inovacija je vezana za poslovni rast poslovanja te stoga, vrlo je važno da su sva poduzeća svjesna dviju karakteristika inovacija:

1. Inovacija nije pojedinačan događaj; već proces kojim se mora upravljati
2. Upravljanje inovacijama predstavlja utjecaj na krajnji ishod; a ne samo upravljanje

U svojoj knjizi Poticanje inovacija – ključ razvoja u hrvatskom šumarstvu, Posavec je opisao bitne sastavnice inovacije i način na koje one mogu utjecati na poslovanje. Tako navodi da su za inovacije potrebne sljedeće opisne sastavnice:

1. Novo – inovacija mora biti nešto što prije nije postojalo ili je ostvareno kombiniranjem dostupnih sredstava na originalan i inovativan način
2. Bolje – uvođenje inovacija mora dovesti boljitet u poslovanje, bez da ih se uvodi samo iz razloga što je nešto novo. Ako ta novina nema smisla, često donosi više štete nego koristi
3. Potrebno – prije uvođenja inovacije, trebala bi postojati potreba za novim proizvodom, odnosno, uslugom
4. Ekonomski opravdano – poduzeće bi trebalo ostvariti izravnu ili neizravnu korist od proizvoda, odnosno, usluge, koju će uvesti kao inovaciju u svoje poslovanje

4.2. Inovativnost u teškim vremenima

Kada poslovanje nekog poduzeća ne ide u smjeru kako je očekivano ili zamišljeno, inovacije mogu biti ključne za uspješan nastavak poslovanja. Ipak, u takvim vremenima teško je zadržati fokus na novitetima i inovacijama, iako upravo one mogu biti ključ razvoja i preokreta poslovanja.

Pandemija uzrokovana Korona virusom donijela je tešku krizu za mnoga poslovanja. Stoga su poduzeća bila primorana uvesti inovacije u svoja poslovanja kako bi opstala na tržištu. Najčešća inovacija tijekom pandemije bila je užurbano okretanje ka digitalizaciji, kako bi korisnici i dalje mogli koristiti proizvode i usluge poduzeća. Ono što je bilo zajedničko gotovo svim poduzećima diljem svijeta jesu prilagodbe, odnosno, prisilne inovacije, kako bi se zadovoljile odluke, preporuke i propisi nadležnih institucija.

Kako bi inovativnost poslužila u teškim vremenima, vrlo je bitno za poduzeća stvoriti sposobnost za upravljanje inovacijom. Ta sposobnost može biti kvalitetna u određenom trenutku, no to ne znači da će ona ostati takva zauvijek. Iz toga proizlazi da sposobnost upravljanja inovacijama znači uvijek biti u korak s vremenom, što sa sobom donosi i praćenje trendova tržišta, korištenje novih tehnologija, uvođenje novih elemenata, poboljšanje postojećih te izbacivanje starih, zastarjelih i neprikladnih elemenata (Brwn, 2013.).

Brown u svojoj knjizi Strategije operacijskog menadžmenta opisuje tri ključna pitanja koja uvijek treba ponavljati kada je riječ o inovacijama:

1. Što trebamo činiti više kako bi ojačali?
2. Što moramo raditi manje ili prestati raditi?
3. Koje nove rutine moramo razviti?

Tako, dakle, postavljanje ovih pitanja postepeno vodi poduzeće ka inovacijama i izlasku iz krize. U nastavku seminara nalaze se inovacije koje su poduzeća bila primorana poduzeti kako bi se na najbolji mogući način prilagodili novonastaloj situaciji.

5. Pojava COVID-19 i utjecaj na poduzetništvo

Pandemija uzrokovana novim virusom donijela je mnoge novitete u svakodnevni život, ali ne pozitivne. Otkrila je slabosti i krhkosti zdravstvenog, socijalnog, ekonomskog i političkog područja djelovanja. Sa sobom je donijela razne prepreke koje je bilo gotovo nemoguće savladati. Osim velikih posljedica na javno zdravlje i zdravstvo, pandemija je izazvala veliki gospodarski šok na svjetskoj razini. Troškovi gospodarstva postaju veći nego zarada, poduzeća se nalaze pred apsolutno neprelazivim barijerama, svakodnevni rad odvija se u gotovo nemogućim uvjetima te budućnost postaje nepredvidiva.

5.1. Pojam pandemije i COVID-19 virusa

Bolest COVID-19 virusna je bolest uzrokovana novootkrivenim koronavirusom SARS-CoV-2, koja je otkrivena i službeno potvrđena u studenom 2019. godine u Kini. Bolest se neočekivano brzo proširila na ostale kontinente te je Svjetska zdravstvena organizacija (WHO) proglasila pandemiju.

Sama riječ pandemija dolazi od grčke riječi πανδημία, a označava sav narod. Kao pojam, prema Leksikografskom zavodu Miroslav Krleža, predstavlja širenje neke bolesti na velika prostranstva, na više država, cijeli kontinent ili cijeli svijet (Hrvatska enciklopedija, 2022.). Neke od najpoznatijih pandemija kroz povijest su pandemija kuge, kolere, gripe, ali zasigurno i pandemija uzrokovana novim koronarnim virusom.

Virus SARS-CoV-2, koji uzrokuje bolest COVID-19, širi se bliskim kontaktom kapljičnim putem kao posljedica kašljanja, kihanja ili razgovora te prenošenjem virusa dodirivanjem lica nakon dodira kontaminiranih površina. Najveći rizik za prijenos bolesti je prva tri dana od zaraze, nakon čega nastupaju prvi simptomi. Oni su u obliku vrućice, kašlja, umora, glavobolje, bolova u mišićima, otežanog disanja te gubitka okusa i mirisa. U težim slučajevima javljaju se upala pluća, sepsa i septički šok koji mogu dovesti do smrti zaražene osobe. Inkubacija virusa traje 2-14 dana, zbog čega je za oboljele obavezna karantena i distanciranje u roku od 14 dana (kasnije smanjena na 5 dana) (MROSP, 2020.).

Najugroženiji pacijenti su osobe starije životne dobi, mala djeca s kroničnim bolestima te osobe koje imaju predodređene bolesti kardiovaskularnog sustava, dijabetes i kronične bolesti pluća.

5.2. Razvoj i širenje novog virusa

Virus koji je uzrokovao pandemiju, identificiran je prvi puta u prosincu 2019. godine u Kini, u gradu Wuhanu te je prvotno nazvan 2019-nCoV. Pripada porodici kononavirusa koji su identificirani 1965. godine, a okarakterizirani kao virusi koji mogu zaraziti i ljude i životinje te uzrokuju prehladu. Najpoznatiji takav virus uzrokuje SARS (severe acute respiratory syndrome), a pojavio se također u Kini 2002. godine te se ubrzo proširio na 28 drugih zemalja. Nakon njega, pojavio se MERS (Middle East respiratory syndrome coronavirus) koji je 2012. godine otkriven u Saudijskoj Arabiji. Zatim, u studenom 2019. godine pojavljuje se novi virus iz porodice koronavirusa, a otkriven je u gradu Wuhanu u Kini te je nazvan SARS-CoV-2. Smatralo se da će virus uzrokovati blage respiratorne simptome, no ubrzo je sve ekonomske, socijalne i zdravstvene sfere života doveo do gotovo neizlazne situacije. Pojavio se u kontekstu atipične upale pluća bez jasnog uzroka i netipičnih simptoma, od koje je u početku bolovala 41 osoba.

Već u ožujku 2020. godine, od ove virusne bolesti oboljelo je oko 94.000 osoba, a pandemija se proširila većinom na Južnu Koreju, Italiju, Japan i Iran. Do kraja mjeseca ožujka zabilježeno je 153.517 slučajeva te je 11. ožujka WHO proglasio globalnu pandemiju koronavirusa. U skladu s time, Stožer za civilnu zaštitu Republike Hrvatske isti dan proglašava pandemiju u Hrvatskoj. U roku od samo mjesec dana, zabilježeno je 1.914.885 slučajeva zaraze diljem cijelog svijeta te postaje jasno vidljivo da će COVID-19 donijeti mnoge izazove i prepreke. Zabilježena su enormna širenja zaraze i česti smrtni slučajevi, zbog čega ljudi počinju živjeti u strahu. Države su stavljene pod karantenu, zatvaraju se granični prijelazi, uvodi se obavezno držanje razmaka, nošenje maski te restrikcije kontakata.

Prvi slučaj zaraze virusom SARS-CoV-2 u Hrvatskoj je potvrđen 25. veljače 2020., a zarazio se mlađi muškarac koji je nakon boravka u Italiji osjetio prve blage simptome.

5.3. Mjere za suzbijanje pandemije

Prve i osnovne mjere za suzbijanje novonastale pandemije su često i pravilno pranje i dezinficiranje ruku, izbjegavanje dodirivanja lica, naročito usta, nosa i očiju te držanje fizičke distance od drugih ljudi, uključujući izbjegavanje bliskih kontakata. Nakon proglašenja pandemije 19. ožujka 2020. godine, Stožer civilne zaštite donosi i prve restrikcije s ciljem suzbijanja pandemije. Tako donose odluke o zabrani javnih okupljanja i sportskih događaja, o obustavi rada u ugostiteljskim objektima, zatvaranju sportskih, rekreacijskih i vjerskih objekata. Polako postaje vidljivo da će utjecaj pandemije na poduzetništvo biti ogroman.

U travnju 2020. doneseni su prijedlozi i savjeti o radu od kuće, a u rujnu poslodavac postaje obavezan osigurati posebnu zaštitu kroničnim i onkološkim bolesnicima na način da im omogući rad od kuće. Isto se odnosi i na radnike koji ne mogu držati međusobnu udaljenost od dva metra, a također se uvode zaštitne pregrade u vidu stakla, pleksiglasa ili sličnog materijala, kako bi se smanjio kontakt radnika i stranke te samim time i rizik širenja zaraze.

U listopadu iste godine uvedeno je obavezno nošenje maski ili pokrivala za usta, a na društvenim okupljanjima dozvoljeno je samo 50 osoba. Dva mjeseca kasnije, 23. prosinca, uvedene su propusnice, odnosno, donesena je zabrana napuštanja županije mjesta prebivališta. Dozvoljen broj ljudi na društvenim okupljanjima smanjen je na 10 osoba. Zbog velikog broja mjera i restrikcija, sve više osoba svoje slobodno vrijeme počinje provoditi kod kuće, što ostavlja veliki utjecaj na gospodarstvo.

S vremena na vrijeme, mjere su popuštane i postrožavanje u ovisnosti o broju zaraženih i umrlih, a značajna mjera za suzbijanje pandemije uzrokovane SARS-CoV-2 virusom nastala je 27. prosinca kada je i službeno započelo cijepljenje protiv koronavirusa. Novonastalo cjepivo naišlo je na brojne kontroverze i nesuglasice, no s vremenom postaje jasno da je ono jedini spas i izlaz iz novonastale situacije uzrokovane novim virusom.

Inovacije koje su poduzetnici morali poduzeti ujedno su također koraci za suzbijanje pandemije, a o njima je pisano u daljnjem radu.

5.4. Trenutno stanje u svijetu i HR

Ovaj rad pisan je netom nakon popuštanja mjera i restrikcija te nakon ukidanja obaveznog nošenja zaštitnih maski za usta i nos, što je ujedno dovelo do ponovnog porasta zaraze koronavirusom. Prema dijagramima Svjetske zdravstvene organizacije, trenutno je u svijetu zabilježeno (WHO, 2022.) oko 516 milijuna slučajeva zaraze COVID-19, od čega 6.243.973 sa smrtnim ishodom. U Hrvatskoj je zabilježeno ukupno 1.121.184 slučajeva zaraze, od kojih je 15.864 sa smrtnim ishodom.

Kada je riječ o mjerama za suzbijanje pandemije, ukinuto je obavezno nošenje maski za usta i nos, obavezno testiranje djece u školama, rad od kuće, restrikcija kontakata, provjere na graničnim prijelazima te su ukinute gotovo sve mjere opreza. Na snazi je i dalje postojana obaveza nošenja zaštitnih maski za usta i nos u zdravstvenim institucijama, uključujući domove za stare i nemoćne. Sve ostale mjere, restrikcije i preporuke ukinute su, kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj.

U nastavku rada nalazi se tablica koja prikazuje trenutno stanje vezano za zarazu i smrtnost povezanu sa SARS-COV-2 virusom te trenutno stanje vezano za cijepljenje kako bi se što prije suzbila pandemija.

Tablica 2. Trenutno stanje u vezi sa SARS-COV-2 virusom na datum 04.05.2022.

Trenutno stanje	U svijetu	U Hrvatskoj
Ukupno zaraženih SARS-COV-2 virusom	516.169.511	1.125.723
Novoprijavljena zaraza u posljednjih 24 sata	+ 8.205.848	+ 961
Smrtni slučajevi od bolesti COVID-19	6.247.502	15.865
Smrtni slučajevi - novoprijavljeni u zadnjih 24 sata	+ 2.589	+ 9
Potpuno cijepljene osobe	4.671.435.134	2.242.249

(Izvor: WHO – Situation by Region, Country, Territory & Area)

Na žalost, novonastala pandemija imala je veliki utjecaj na poduzetništvo i poduzetnike. Dok je većina poduzetnika tražila spas od krize, tek je mali broj poduzetnika profitirao za vrijeme SARS-COV-2 virusa. Najviše promjena dogodilo se po pitanju digitalizacije, a situacija je bila najteža za poduzetnike koji su svojim klijentima nudili usluge putem izravnog kontakta (npr. frizeri, restorani, wellness centri i sl.)

5.5. Noviteti u poslovanju tijekom SARS-COV-2 virusa

Kako bi se postigao što viši stupanj sigurnosti i zaštite na radu te na taj način zaštitilo radnike i spriječilo širenje virusa, potrebna je posebna angažiranost stručnjaka zaštite na radu. Njegova zadaća je provjeravati pridržavaju li se radnici propisanih mjera i na taj način provoditi unutarnje nadzore poduzeća. Ukoliko tijekom nadzora uoče nepravilnosti koje direktno ili indirektno ugrožavaju sigurnost i zaštitu radnika, dužni su o tome obavijestiti poslodavca te mu predložiti mjere kako bi se u što kraćem roku otklonile nepravilnosti.

U nastavku rada nalaze se neke od inovativnih preporuka za suzbijanje pandemije koje su stupile na snagu te tako primorale prilagodbu poduzetnika.

5.5.1. Obavezno nošenje maski za lice

Maske za lice predstavljaju pokrivala za usta i nos, odnosno, pokrivala koje se izrađuju od komercijalno dostupnih dvoslojnih pamučnih materijala gušćeg tkanja kako bi se

postigla barijera protiv prodiranja virusa direktno u dišni sustav. Fizička barijera koja nastaje pravilnim nošenjem maske za lice pruža zaštitu protiv većih kapljica u kojima se može nalaziti virus, ali isto tako, sprječava direktan dodir sluznice usta i nosa rukama. Također, maske usporavaju strujanje izdahnutog zraka te taj način pridonose smanjenju daljnjeg širenja virusa. Osim dvoslojnih pamučnih, preporučene su medicinske (kirurške) i filtrirajuće maske s ventilom ili bez njega (poznatije kao FFP2 i FFP3 maske).

Kada je riječ o zaštiti na radu, obavezno nošenje maski za lice propisano je zaposlenicima zdravstvenih ustanova, zaposlenicima javnog prometa i putnicima, zaposlenicima u trgovačkim, ugostiteljskim, uslužnim i vjerskim objektima, gledateljima sportskih natjecanja u zatvorenom prostoru, sudionicima društvenih i javnih okupljanja u zatvorenom prostoru te drugim osobama koje nisu u mogućnosti držati distancu od 2 metra.

Izuzeca od obaveznog nošenja maski su djeca u dobi do dvije godine, osobe s određenim invaliditetima, osobe s oštećenim sluhom i njihovim asistentima, osobama koje imaju poteškoća s disanjem te osobe kod kojih dolazi do gubitka svijesti uzrokovane nedostatkom kisika ispod maske.

Iako je ova stavka naišla na neposluh i nerazumijevanje društva, poduzetnici su bili obavezni prilagoditi se na način da je uvedeno obavezno nošenje maske među zaposlenicima koji su u kontaktu s drugim osobama, ali također i klijentima koji posjećuju određena poduzeća.

5.5.2. Rad od kuće

Nakon postavljanja aktualnih obavijesti, osiguranja osobne zaštitne opreme, postavljanja fizičkih barijera i mjesta za dezinficiranje ruku, poslodavci koji raspodjelom prostora nisu uspjeli smanjiti broj osoba koje istovremeno borave u određenom prostoru, dužni su omogućiti rad od kuće kako bi se spriječilo daljnje širenje pandemije.

U tom slučaju, poslodavac je dužan pobliže odrediti udaljeno mjesto za rad, pri čemu zaposlenik zadržava pravo na ugovorenu plaću. S obzirom na to da stan, kuća i drugi prostori u kojima zaposlenici obavljaju udaljeni rad ne mogu zadovoljiti sve zahtjeve mjesta rada, u smislu propisa zaštite na radu, odredbe propisa se primjenjuju u mjeri u kojoj je to moguće; a uz brigu da sigurnost i zdravlje zaposlenika ne budu ugroženi. Pri tome, poslodavac je dužan voditi evidenciju o radnom vremenu zaposlenika, od čega su izuzeti radnici gradilišta i građevinskih radnika.

5.5.3. Rad u smjenama

Za vrijeme rapidnog širenja bolesti uzrokovane koronavirusom, poslodavac je dužan organizirati preraspodjelu radnog vremena kako bi se osigurao rad u smjenama gdje god je to moguće. U uvjetima gdje nije moguće obavljati poslove iz udaljenog ureda ili od kuće, poslodavac je dužan omogućiti rad u smjenama kako bi se svi kontakt sveli na minimum.

Poslodavac je također obavezan voditi evidenciju zaposlenih i njihove prisutnosti na mjestu rada kako bi se lakše pratili kontakti u slučaju zaraze. Pri tome se prikupljaju osnovni podaci poput imena, prezimena i broja telefona. Također, rad u smjenama obavezan je za salone koji primaju veliki broj ljudi u terminima, pri čemu se u javnim prostorima vrijeme između dviju smjena koristi za čišćenje, dezinficiranje i provjetravanje prostorija.

5.5.4. Digitalizacija sastanaka

Radi zaštite svih zaposlenika u poduzeću i onih izvan njega, preporuka Ministarstva rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike je da se odgode sva poslovna putovanja te da se sastanci, kada god je to moguće, održavaju digitalno. Sastanci se trebaju održavati online, a komunikaciju na mjestu rada treba održavati i provoditi putem telefona ili e-pošte.

Digitalni sastanci odvijaju se pomoću određenih programa i platformi koje omogućavaju zajednički audio i video kontakt velikom broju ljudi u isto vrijeme. Za neke poslodavce, digitalizacija sastanaka i rad od kuće značilo je prikupljanje nove računalne opreme kako bi se zaposlenicima omogućio neometani udaljeni rad, a samim time i veće troškove.

5.5.5. Zatvaranje poduzeća

U određenim situacijama uzrokovanim širenjem zaraze koronavirusom, Stožer civilne zaštite Republike Hrvatske donosio je odluke o zatvaranju određenih poduzeća. U skladu s odlukom, zatvarani su ugostiteljski, kulturni i vjerski objekti, a za većinu ugostitelja to je značilo financijski kolaps. Kako su brojke novozaraženih opadale, tako je Stožer donosio odluke o dozvoljenom radnom vremenu koje je za vrijeme pandemije bilo skraćeno. Ta odluka također je bila financijski nepogodna za mnoge ugostitelje.

Radi ograničavanja rada mnogih objekata nakon Odluke o nužnim epidemiološkim mjerama, kojima se ograničavaju okupljanja i uvode stroge epidemiološke mjere i preporuke, pa čak i zatvaranje objekata, počinju brojni protesti i žalbe poduzetnika. Kako bi im izašlo u susret, Ministarstvo financija Republike Hrvatske slijedi trendove Europske unije te uvodi financijsku potporu za poduzetnike u obliku financijske ispomoći pri isplaćivanju plaća zaposlenicima, potpore u obliku jamstva na zajmove potpore i u obliku subvencioniranih

kamatnih stopa, kratkoročno osiguranje kredita, potpore u obliku odgoda plaćanja poreza i/ili doprinosa za socijalno osiguranje, mjere dokapitalizacije za nefinancijske poduzetnike te potporu ulaganjima u održiv oporavak gospodarstva.

5.5.6. COVID dodatak na plaću

Vlada je donijela odluku o posebnoj nagradi za zaposlenike koji rade s oboljelima od COVID-19 bolesti u iznosu od 10% plaće, koju su primili radnici u sustavu zdravstva i socijalne skrbi, službenici kaznenih tijela i pripadnici Oružanih snaga. Na žalost, zaposlenici u drugim sektorima osim navedenih nisu nagrađeni dodatkom na redovnu plaću.

5.6. Ekonomski utjecaj pandemije na poduzetništvo

Poslovanje za vrijeme pandemije definitivno nije lako. Nakon 18 mjeseci od pojave pandemije, Ekonomski institut u Zagrebu proveo je temeljno istraživanje (Upit.hr, bez dat.) o utjecaju pandemije COVID-19 na poslovanje mikropoduzeća te malih i srednjih poduzeća u Republici Hrvatskoj. Iako je teško procijeniti stvarne učinke pandemije na poslovanje poduzeća, brojevi ipak pokazuju oboje – i prihode i gubitke za vrijeme poslovanja u ovom turbulentnom razdoblju.

Uspoređujući ekonomske pokazatelje promatrane unutar tri godine, pandemijske 2020., te 2019. i 2018., dolazi do rasta malih i srednjih poduzeća. Zbog prisilne promjene svakodnevice, mnogo ljudi se odlučuje okušati u poduzetništvu te je u 2020. godini bilo za 3.317 privatnih MMS poduzeća više nego u 2019. godini. U privatnim MMS poduzećima plaće su rasle te je prosječna plaća iznosila 5.499kn, dok je u godini prije iznosila 5.118kn. Također, porasla je i dobit poduzeća ovog sektora koja je porasla s 31,41 milijarde (2019.) na 31,46 (2020.) Usprkos krizi, broj privatnih malih tvrtki rastao je za 2.5%.

Ipak, da nije sve tako neznačajno, pokazuje ukupan gubitak privatnih malih poduzetnika koji su ostvarili gubitke, a čiji su se gubitci povećali za čak 30.8%. Pandemija je također utjecala i na smanjenje prihoda malih poduzeća koji su u 2020. bilježili pad od 4.3%. Kako bi privatni MMS poduzetnici apsorbirali taj šok smanjen je broj zaposlenih za 3.6%, povećane su dugoročne i kratkoročne obaveze za 3.6% i 4%, smanjeni su ukupni rashodi poslovanja za 3.4% te je reducirana investicijska aktivnost za 12%.

Sve skupa, dovelo je do smanjena bruto dodane vrijednosti – nakon rasta od 10% zabilježenog u 2019. godini, u 2020. godini smanjena je za 2% - s 97.6 na 95.7 milijardi kuna.

5.6.1. Ekonomski utjecaj u odnosu na veličinu poduzeća

Ipak, rezultati prethodno spomenutog istraživanja pokazuju da su najmanje smetnji osjetila mikropoduzeća čiji se broj povećao za čak 3.2%. Istodobno, broj malih poduzeća smanjio se za 3.1%, a broj srednjih stagnirao je za čak 7.3%. Ovi rezultati nastaju kao posljedica osnivanja novih mikropoduzeća čiji su osnivači iskoristili pandemiju kako bi postigli nove poslovne uspjehe i rezultate.

U privatnim mikropoduzećima broj zaposlenih smanjen je za samo 0.5%, dok taj broj u malim poduzećima iznosi 3.7%. Najveći postotak nezaposlenosti zabilježen je u srednjim poduzećima, a iznosi čak 7.3%.

Pandemija je, čini se, na mikropoduzeća imala pozitivan utjecaj te ona bilježe povećanje imovine za čak 7.2%. Također, bilježe i najveće povećanje isplaćene neto plaćen koja također bilježi rast od 7.2%. Nadalje, mikropoduzeća bilježe i najveću stopu rasta kratkoročne zaduženosti od 9.7%, dok se ona kod malih i srednjih poduzeća pak smanjila.

5.6.2. Ekonomski utjecaj u odnosu na županije

Zbog novonastalih mjera i preporuke smanjenja kontakata, najsnažniji pad zaposlenih i ukupnih prihoda zabilježen je u privatnim malim poduzećima, čije su djelatnosti hoteli i restorani, te umjetnost, zabava i rekreacija. Hoteli i restorani bilježe pad prihoda od čak 34,5% te pad broja zaposlenih od 12%. Poduzeća na području umjetnosti, zabave i rekreacije bilježe pad prihoda od 29,1% te broj zaposlenih 11,1%.

Iako djelatnost administrativnih i uslužnih poduzeća bilježi pad zaposlenih od tek 7,2%, pad prihoda za ove djelatnosti iznosi čak 39,4%. Značajan pad bilježe i poduzeća koja posluju nekretninama (oko 8%) te trgovine na veliko i malo (oko 6%). S druge strane, građevina bilježi porast zaposlenih od 2,7% te rast prihoda od 6,2%. Također, u rudarstvu rast zaposlenih iznosi 5,2% te porast ukupnih prihoda 8,1%. Ova statistika pak objašnjava se velikim brojem potresa koji su pogodili Zagreb i okolice u ožujku 2020. godine.

Kada govorimo o županijama, najpogođenija je Dubrovačko neretvanska županija koja bilježi smanjenje broja zaposlenih od 14,6% te su ukupni prihodi MMS poduzeća smanjili za 36,9%, što u kunama iznosi gubitak od 488 milijuna kuna. Izvoz robe smanjen je za čak 64%. Ipak, da nije sve toliko loše, pokazuju podaci da su županije u kojima se ljudi bave pretežito poljoprivrednim djelatnostima zabilježile poraste u prihodima – Vukovarsko-srijemska županija bilježi rast prihoda od 17,8%, Brodsko-posavska 5,1% te Koprivničko-križevačka županija 10%. Kada je riječ o povećanju zaposlenika, Varaždinska i Sisačko-moslavačka županija broje porast od 2,5%.

6. COVID inovacije poduzetnika u Hrvatskoj

Pojava korona virusa i novonastala situacija dovele su do prisilnih promjena u poslovanju mnogih poduzetnika. Gotovo svi su bili primorani prilagoditi svoje poslovanje novonastalim mjerama i preporukama Stožera za civilnu zaštitu, dok su se pojedini poduzetnici odlučili za kompletnu promjenu poslovanja. Tako su, na primjer, neke tvornice počele proizvoditi potpuno nove proizvode od onih za koje su prvotno bile namijenjene, dok su drugi pak svoje poslovanje usmjerili na aktivnu borbu protiv korona virusa.

U nastavku rada istražen je utjecaj COVID-19 na poduzetnike s dvije točke gledišta: jedna daje pregled tvrtki koje su unaprijedile svoje poslovanje i napravile velike poslovne projekte i pomake za vrijeme pandemije, dok druga točka gledišta daje pregled tvrtki koje su u potpunosti promijenile svoje poslovanje, odnosno, proizvodnju prilagodile novonastaloj situaciji.

6.1. Utjecaj pandemije na poslovanje – inovativni projekti

Istraživanje koje je provelo DMEXCO 2020. godine govori o tome kako se čak 70% rukovoditelja iz Austrije, Njemačke i Švicarske izjasnilo da će pandemija je vjerojatno ubrzati tempo njihove digitalne transformacije [19]. To ubrzanje vidljivo je gotovo u svim sektorima, a najviše na području zdravstvenih usluga koje su brzo prešle na pružanje digitalnih usluga te na području trgovine gdje je došlo do procvata online kupovine i bezkontaktnog plaćanja.

6.1.1. Andrija – prvi digitalni asistent tvrtke Infobip

Jedan od velikih projekata na području zdravstva, nastao u Hrvatskoj, projekt je globalne IT telekomunikacijske tvrtke Infobip, koja ima čak tri sjedišta: u Londonu, Puli i Zagrebu. Infobip donosi profesionalna rješenja za obradu i dostavu SMS i glasovnih poruka, telefonskih poziva, push obavijesti, elektroničke pošte te poruka putem društvenih mreža i aplikacija. Osnovana 2006. godine, tvrtka danas broji preko tisuću zaposlenika u regionalnim uredima u Buenos Airesu, Sao Paulu, Istanbulu, Kuala Lumpuru, Bangkoku, Vancouveru, Dubaiju, Beogradu, Johannesburgu, Nairobiju, Lagosu, Moskvi i Mumbaiju, Latinskoj Americi i Dalekom istoku. Zapošljava više od 140 programera, a upravlja s više od 400 servisa u šest globalnih podatkovnih centara. U svom poslovanju broje mnoge nagrade, a posljednji veliki projekt zaživio je u čak 45 zemalja.

Kada je nastupila pandemija uzrokovana virusom COVID-19, međunarodna grupa bolnica Mediclinic željela je uspostaviti brz i siguran način pristupa klinikama za pacijente,

osoblje i posjetitelje. Kako bi razvili svoju ideju, obratili su se partnerskoj tehnološkoj tvrtki Infobip, globalnom predvodniku u višekanalnoj komunikaciji. Svoj doprinos u borbi protiv korona virusa, Infobip je dao osnivanjem besplatne usluge za javno zdravstvo i državne institucije, s ciljem pružanja kritičnih informacija i odgovaranja na sva važna pitanja vezana za korona virus, koja bi pomogla u zaštiti ljudi.

Početna ideja bila je razviti samoposlužni chatbot koji će pružati podršku preko određenih kanala, a koji će uvijek biti dostupan samo jednim klikom. Tako je, u suradnji s gigantom WhatsApp, omogućena transparentna i pravovremena komunikacija Ministarstva zdravstva s građanima, s ciljem sprječavanja širenja krivih i netočnih informacija vezanih uz korona virus. U Hrvatskoj je tako nastao Andrija - prvi digitalni asistent u borbi protiv korona virusa. Riječ je o digitalnom asistentu koji koristi umjetnu inteligenciju kako bi konstantno bio povezan s milijunima građana i pružio sve relevantne informacije za borbu i informiranost vezano za korona virus.

U kontaktu s građanima, Andrija je pružao informacije na slijedeći način: educira ljude pružanjem informacija o tome kako prepoznati prve simptome zaraze, kako pomoći oboljelima, te objašnjavanjem zašto je važno prakticirati samoizolaciju. Također, Andrija je pružao pravovaljane i pravovremene informacije o nadležnim institucijama, upućujući svakoga na pravu adresu, što je ujedno doprinijelo velikom rasterećenju zdravstvenog sustava. Komunikacija s Andrijom putem WhatsApp-a doprinio je i dojavljivanju relevantnih informacija iz kućanstva te na taj način pomagao epidemiolozima, da ovisnim o podacima u stvarnom vremenu, donesu odluku o uvođenju ili ukidanju zaštitnih mjera.



Slika 1: Andrija, digitalni asistent za borbu protiv korona virusa

Izvor: Netokracija

Sam projekt zaživio je u 45 zemalja, a u prvih nekoliko mjeseci razmijenjeno je preko 70 milijuna poruka s preko pet milijuna ljudi. Iako je digitalni asistent Andrija davao pravovaljane informacije o korova virusu, mjerama, brojkama, odlukama i daljnjim postupcima, u Hrvatskoj je projekt vrlo brzo propao te u vrijeme rapidnog širenja korona virusa, nažalost, asistent Andrija više nije bio dostupan putem WhatsApp-a.

Tako je već 1. lipnja 2021. godine asistent prestao s radom, nažalost bez ikakvog objašnjenja. Unatoč tome, projekt i dalje drži prvo mjesto u nacionalnoj uspješnosti borbe protiv korona virusa, dok je na regionalnom području također na visokom 32. mjestu. Projekt je međunarodno prepoznat te je hrvatski Infobip osvojio globalnu nagradu za najbolje mobilno rješenje u kategoriji COVID-19 Mobile Response.

6.1.2. PhotoPay – nova razina bezkontaktnog plaćanja

PhotoPay projekt je tvrtke Microblink, a predstavlja inovativni način za plaćanje računa pomoću mobilnog uređaja. Omogućuje plaćanje računa iz udobnosti doma, na način da pomoću kamere mobilnog aparata skenira podatke te na taj način zamjenjuje ručni unos podataka. Tako nadalje omogućuje automatsko učitavanje podataka što dovodi do brzog, jednostavnog i efikasnog plaćanja. Ono što ovaj projekt čini specifičnim je činjenica da je zaživio tek desetak godina nakon lansiranja – upravo za vrijeme pandemije.

Projekt je predstavljen 2011. godine u suradnji s Erste bankom, a kasnije je nadograđen BlinkID-jem, aplikacijom za skeniranje dokumenata koji je također zaživio za vrijeme pandemije. Već u prve četiri godine ukupno je 14 banaka prihvatilo korištenje ove tehnologije za svoje online poslovanje, a prilagođena je za iPhone, Windows i Android uređaje. Ukupna vrijednost projekta bila je 7.907.073,56 kuna, a iznos dodijeljenih bespovratnih sredstava iznosio je čak 4.777.929,79 kuna. Provedba projekta PhotoPay trajala je od 1. studenog 2017. godine do 30. travnja 2020. godine. Nakon toga, aplikacija je zamijenjena novim projektom Erste banke – aplikacijom George.

Iz PhotoPay projekta, osim nove aplikacije George, razvila se i aplikacija KEKS Pay, koja isto kao i njezin prethodnik, omogućuje jednostavno beskontaktno plaćanje skeniranjem QR kodova s računa. Iako je KEKS Pay također nastao u suradnji s Erste bankom, ona se odrekla svake naknade za slanje i plaćanje – čak i kada je riječ o inozemnim uplatama. Dodatne usluge ove aplikacije su komunikacija s drugim korisnicima, mogućnost plaćanja parkinga diljem Hrvatske uz pomoć GPS-a, nadoplata ENC-a, te mogućnost sudjelovanja u mnogim humanitarnim akcijama putem novčanih donacija.

U vrlo kratkom periodu od lansiranja na tržište, u samo prvih par mjeseci, aplikacija je doživjela enormni rast te se Microblink još bolje pozicirao na globalnom tržištu. Osim zbog kvalitetnih i jednostavnih rješenja, popularnosti projekta su pridonijele i mjere i preporuke Stožera za civilnu zaštitu, jer se poticalo bezkontaktno plaćanje i zadržavanje unutar vlastitog doma. U tom periodu, aplikacija je u Republici Hrvatskoj zauzela visoku drugu poziciju u inovacijama koje su zaživjele za vrijeme pandemije. Na žalost, jednako kao i prethodno spomenuti virtualni asistent Andrija, projekt je prebrzo zamijenjen novim. No, unatoč tome, aplikacija KEKS Pay i dalje je u opticaju te danas broji preko 275.000 korisnika.

6.2. Utjecaj pandemije – promjene u poslovanju

Vrijeme korona virusa donijelo je mnoge izazove za poduzetnike, a ono što je ključno za njihov opstanak u teškim vremenima, jesu prilagodba tržištu i inovacije. Dok je prehrambena industrija u vrijeme pandemije povećala svoje doprinose, mnoge druge industrije u potpunosti su promijenile svoje poslovanje kako bi zadržale prihode. Tako su se, na primjer, mnoge tekstilne i odjevne industrije okrenule ka proizvodnji zaštitne odjeće za medicinsko osoblje, a kako su se sve hrvatske tvrtke prilagodile novonastaloj situaciji, prikazano je u slijedećoj tablici.

Tablica 3. prikazuje naziv i sjedište tvrtke, njenu osnovnu djelatnost te način na koji se prilagodila pandemiji, odnosno, inovacije koje su uvedene u poslovanje:

Tablica 3: Prilagodba hrvatskih poduzetnika – promjene u poslovanju

Naziv i sjedište firme	Osnovna djelatnost	Prilagodba
Vulplast, Međimurje	Proizvodnja uredskih materijala od plastike	Topljive vreće za pranje kontaminirane odjeće
Neda, Senj	Proizvodnja ženskog donjeg rublja	Zaštitne maske i zaštitna odijela za medicinsko osoblje
Labud, Đakovo	Proizvodnja proizvoda za čišćenje kućanstva i rublja	Dezinfekcijski proizvodi
Naftalina, Zagreb	Proizvodnja i obrada tekstila	Šivanje pamučnih i kirurških maski, medicinskih nazuvki i jednokratne posteljine za bolnice
Elda, Nova Gradiška	Proizvodnja e-tekućine za elektroničke cigarete	Proizvodnja antiseptika

Mativo, Zagreb	Proizvodnja kućnog tekstila i obrada tkanine	Proizvodnja zaštitnih maski
MMU, Bjelovar	Proizvodnja instrumenata i aparata za mjerenje, ispitivanje i navigaciju	Proizvodnja zaštitnih vizira i maski
3D printer Filipa Križanca, Požega	Izrada raznih oblika putem 3D printera	Izrada zaštitnih vizira za medicinsko osoblje
Gideon Brothers, Osijek	Robotika i umjetna inteligencija	Mobilni roboti za dezinfekciju prostora
Tehnix, Donji Kraljevc	Proizvodnja strojeva i opreme za zaštitu okoliša i zbrinjavanje otpada	Mobilne kabine za osobe u samoizolaciji
Sladorana, Županja	Prehrambena industrija s naglaskom na šećer	Proizvodnja medicinskog alkohola za kemijsku industriju

(Izvor: Šajn i sur., 2020.)

7. Zaključak

Poduzetništvo se, između ostaloga, može definirati kao spremnost pojedinca da, uz određena ulaganja kapitala i preuzimanje rizika, uđe u poslovni pothvat s ciljem stvaranja profita. Kao i u većini zemalja, u Hrvatskoj mala i srednja poduzeća čine najveći udio u broju poduzeća. Broju poduzeća, odnosno, otvaranju novih malih i srednjih poduzeća, pridonijela je i pandemija uzrokovana virusom SARS-CoV-2. Virus je to koji je uočen u prosincu 2019. godine u Kini, a zbog brzog širenja po cijelom svijetu i velikog broja oboljelih, Svjetska Zdravstvena Organizacija proglasila je izvanredno stanje pandemije u ožujku 2020. godine.

U Hrvatskoj je virus potvrđen već u veljači 2020. godine te je pred poduzetnike donio mnoge izazove i prepreke. Kako bi se suzbilo širenje virusa, donesene su mnoge mjere od strane zdravstvenih organizacija, kako svjetskih, tako i hrvatskih. Tako je Stožer civilne zaštite iznio prve restrikcije koje su se odnosile na javno okupljanje i sportske događaje, a u potpunosti su zabranjena okupljanja u vjerskim, sportskim i rekreacijskim objektima. Zbog odluke o obaveznom nošenju zaštitnih maski za lice i kažnjavanja zbog nenošenja istih, građani polako gube volju za socijalnim i društvenim događajima te sve više vremena provode kod kuće.

Zbog daljnjeg, kontinuiranog širenja pandemije, uvedeni su noviteti po pitanju radnih navika. Uveden je rad od kuće, rad u smjenama, digitalizacija sastanaka, a u najtežim slučajevima, došlo je i do otpuštanja radnika i zatvaranja poduzeća radi uštede kapitala. Dolazak pandemije najnepogodnije je utjecao na velika poduzeća, dok se, s druge strane, broj mikropoduzeća povećao za čak 3.2%.

Ovakve situacije, poput nastanka pandemije, zahtijevaju prilagodbu poduzetnika. Iako su inovacije važan faktor u poslovnim procesima, često nisu lake za provođenje u praksi jer ne predstavljaju samo pojedinačno, kratkoročno rješenje, nego proces kojim je potrebno upravljati. Obzirom da je pandemija koronavirusa donijela tešku krizu za mnoga poslovanja, većina poduzeća bila je primorana prilagoditi svoje poslovanje novonastaloj situaciji. Među prvim planovima bilo je digitaliziranje poduzeća, a nakon toga prilagodba proizvodnje i pružanja usluga. U Hrvatskoj su tako nastala dva velika projekta: Andrija – prvi digitalni asistent tvrtke Infobip i aplikacija PhotoPay, iz koje se razvila danas vrlo popularna aplikacija KEKS Pay.

Andrija je zamišljen i programiran kao samoposlužni chatbot koji će davati informacije o aktualnim brojevima zaraze, trenutnim mjerama vezano za suzbijanje pandemije te koji će pravovremeno uputiti zaražene osobe na zdravstvena mjesta. Također je educirao ljude o simptomima koji upućuju na akutnu zarazu te davao savjete kako postupiti u slučaju bolesti.

Komunikacija je bila besplatna i odvijala se putem aplikacije WhatsApp. Iako je projekt bio vrlo uspješan i zaživio je u više od 45 zemalja, u Hrvatskoj je ugašen puno prije nego što je pandemija potpuno uzela maha.

PhotoPay također je veliki projekt koji je omogućio društvu da poštuje mjere donesene od strane Civilne zaštite, u smislu da je omogućila plaćanje računa iz udobnosti doma te su time rasterećeni uobičajeni punktovi za plaćanje, gužve i okupljanja ljudi. Projekt je nastao u suradnji s Erste bankom, a paralelno s tim, razvila se aplikacija KEKS Pay koja i dan danas omogućuje plaćanje računa jednostavnim skeniranjem uplatnice ili QR koda s računa. Projekt PhotoPay također više nije u funkciji.

S druge strane, pojedina poduzeća prilagodila su se novonastaloj situaciji tako da su u potpunosti promijenili svoje poslovanje. Tako su, na primjer, tvrtke koje su prije proizvodile odjeću, svoje poslovanje usmjerile na proizvodnju zaštitnih maski; dok su tvrtke koje su proizvodile proizvode za čišćenje i tekućine za električne cigarete, preusmjerile svoje poslovanje na proizvodnju dezinficijensa i sredstava za čišćenje.

Slijedom navedenoga, proizlazi zaključak da je novonastala pandemija uzrokovana korona virusom ozbiljno poremetila dotadašnje poslovanje i rad poduzeća. Unatoč tome, poduzeća koja su odlučila prihvatiti izazove i prilagoditi svoje poslovanje novonastalom tržištu, ne samo da su uspješno nastavila svoja poslovanja, nego su ujedno i doprinijela borbi protiv širenja zaraze. Poduzeća koja su pogođena novim mjerama i preporukama, opstala su na tržištu zahvaljujući inovacijama koje su uveli u svoje poslovanje. Iz priloženog istraživanja vidljivo je da poduzetnici u Hrvatskoj imaju tendencije i hrabrosti prilagoditi se novim situacijama i ne strepe pred uvođenjem inovacija. Često je upravo to ključno za održavanje konkurentnosti i opstanak na tržištu.

Popis literature

Alpeza, M., Delić, A. Has, M. i sur., „Izvešće o malim i srednjim poduzećima u Hrvatskoj - 2020.“, Zagreb: CEPOR - Centar za politiku razvoja malih i srednjih poduzeća i poduzetništva, Zagreb, 2020., (monografija)

Biberović, M., „Hrvatski PhotoPay, rješenje za jednostavnije plaćanje računa, dostupan u cijelom svijetu!“, veljača 2015., <https://www.netokracija.com/photopay-microblink-cijeli-svijet-97941>. Posjećeno 1. kolovoza 2022.

Brkan, B.I. „Ekskluzivni detalji o Andriji, chatbotu za samodijagnozu, kojeg su državi donirali Infobip, Neos, Mindsmiths i Oracle“, <https://www.netokracija.com/andrija-digitalni-asistent-166058>. Posjećeno 1. kolovoza 2022.

Brown, S. i sur., „Strategic Operations Management“, Third edition, Routledge, Taylor & Francis Group, 2013.

Hina, „Infobip dobitnik globalne nagrade za COVID-19 chatbot rješenje: Koristilo ga pet milijuna ljudi“, <https://www.vecernji.hr/biznis/infobip-dobitnik-globalne-nagrade-za-covid-19-chatbot-rjesenje-koristilo-ga-pet-milijuna-ljudi-1471826>, veljača 2021. Posjećeno 29. srpnja 2022.

Hui, S. D. i sur., “The Continuing 2019-NCov Epidemic Threat of Novel Coronaviruses to Global Health — The Latest 2019 Novel Coronavirus Outbreak in Wuhan, China”, International Journal of Infectious Diseases, vol. 91, veljača 2020, pp. 264–66.

Kolaković, M., „Poduzetništvo u ekonomiji znanja“, Zagreb: Sinergija, 2006. (monografija)

Koronavirus – najnovije preporuke, dostupno na <https://www.hzjz.hr/sluzba-epidemiologija-zarazne-bolesti/koronavirus-najnovije-preporuke/>. Posjećeno 25. srpnja 2022.

Kružić, D., “PODUZETNIŠTVO I EKONOMSKI RAST: REAKTUALIZIRANJE ULOGE PODUZETNIŠTVA U GLOBALNOJ EKONOMIJI”, Ekonomska misao i praksa, vol. 16, no. 2, Mar. 2007, pp. 167–91.

Malev, M. „Is the coronavirus pandemic an engine for the digital transformation?“, <https://dmexco.com/stories/is-the-coronavirus-pandemic-an-engine-for-the-digital-transformation/>. Posjećeno 1. koloviza 2022.

Microsoft.com, „Infobip-azure-hr-croatia“, <https://customers.microsoft.com/en-us/story/1431577892132893308-infobip-azure-hr-croatia>. Posjećeno 29. srpnja 2022.

MROSP - Unapređivanje zaštite na radu, „UPUTA ZA POSLODAVCE I RADNIKE – COVID 19“, 2020., dostupno na <https://uznr.mrms.hr/uputa-za-poslodavce-i-radnike-covid-19/>.

Najdanović, Z., Šipić N., „Osnove poduzetništva – skripta“, 2012., <https://www.bib.irb.hr/718361>. Posjećeno 15. srpnja 2022.

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

Oršić, E., „[Microblink] Uspješna realizacija SecureVision projekta“, lipanj 2020., <https://www.cisex.org/hr/blog/microblink-uspjesna-realizacija-securevision-projekta>. Posjećeno 1. kolovoza 2022.

Pandemija | Hrvatska Enciklopedija, <https://enciklopedija.hr/natuknica.aspx?ID=46397>.
Posjećeno 19. srpnja 2022.

Pavličić, P., "INOVACIJE I GOSPODARSKI RAST: KOLIKO JE JAKA POVEZANOST? PRIMJER NJEMAČKOG GOSPODARSTVA", *Ekonomski pregled*, vol. 67, no. 5, Dec. 2016, pp. 440–61, dostupno na <https://hrcak.srce.hr/170981>

Polsakpalatinus, V., „Gdje je nestao Andrija? Nestala i aplikacija Stop covid, 'ulovila' je samo 80 kontakata zaraženih“, prosinac 2021., <https://www.tportal.hr/vijesti/clanak/gdje-je-nestao-andrija-nestala-i-aplikacija-stop-covid-ulovila-je-samo-80-kontakata-zarazenih-20211213>.
Posjećeno 29. srpnja 2022.

Posavec, S. i sur., "Poticanje inovacija – ključ razvoja u hrvatskom šumarstvu", *Šumarski list*, vol. 135, no. 5–6, lipanj 2011, pp. 243–55.

Rajsman, M. i sur., "Razvoj malog gospodarstva u Republici Hrvatskoj", *Ekonomski vjesnik: Review of Contemporary Entrepreneurship, Business, and Economic Issues*, vol. XXVI, no. 1, srpanj 2013., pp. 250–62.

Službena stranica Vlade za pravodobne i točne informacije o koronavirusu, dostupno na <https://www.koronavirus.hr/>. Posjećeno 23. srpnja 2022.

Službene stranice aplikacije KEKSPay, <https://www.kekspay.hr/>, posjećeno 1. kolovoza 2022.

Šajn, J. R. i sur., „Zapošljavamo, proizvodimo i izvozimo u doba korone“, travanj 2020., <https://www.vecernji.hr/biznis/zaposljavamo-proizvodimo-i-izvozimo-u-doba-korone-1395646>.
Posjećeno 1. kolovoza 2022.

"Timeline of the COVID-19 Pandemic", 23. srpnja 2022., Wikipedia, dostupno na https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=Timeline_of_the_COVID-19_pandemic&oldid=1099877176. Posjećeno 23. srpnja 2022.

Uplit.hr, „Kako je pandemija utjecala na poslovanje malih poduzetnika u Hrvatskoj? Prva službena studija samo za Uplift.hr!“, dostupno na <https://uplift.hr/inspiracija/kako-je-pandemija-utjecala-na-poslovanje-malih-poduzetnika-u-hrvatskoj-prvo-sluzbena-studija-samo-za-uplift-hr>

WHO – Svjetska zdravstvena organizacija, „Situation by Region, Country, Territory & Area“ dostupno na <https://covid19.who.int/table>. Posjećeno 04. svibnja 2022.

World Health Organization, WHO Coronavirus WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard, dostupno na <https://covid19.who.int/table>. Posjećeno 4. svibnja 2022.

Popis tablica

Tablica 1: Tablica 1. Struktura poduzeća u Republici Hrvatskoj.....	7
Tablica 2. Trenutno stanje u vezi sa SARS-COV-2 virusom na datum 04.05.2022.	15
Tablica 3: Prilagodba hrvatskih poduzetnika – promjene u poslovanju	23