

Utjecaj korona krize na poslovanje postojećih poduzeća i razvoj novih poslovnih ideja

Petošić, Eugen

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:211:357064>

Rights / Prava: [Attribution-NoDerivs 3.0 Unported/Imenovanje-Bez prerada 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-07-25**



Repository / Repozitorij:

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



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

Eugen Petošić

**UTJECAJ KORONA KRIZE NA
POSLOVANJE POSTOJEĆIH PODUZEĆA I
RAZVOJ NOVIH POSLOVNIH IDEJA**

ZAVRŠNI RAD

Varaždin, 2022.

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

Eugen Petošić

JMBAG: 0016135538

Studij: Poslovni sustavi

**UTJECAJ KORONA KRIZE NA POSLOVANJE POSTOJEĆIH
PODUZEĆA I RAZVOJ NOVIH POSLOVNIH IDEJA**

ZAVRŠNI RAD

Mentorica:

Doc. dr. sc. Kristina Detelj

Varaždin, rujan 2022.

Eugen Petošić

Izjava o izvornosti

Izjavljujem da je moj završni 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

Unutar ove teme opisao sam koji sektori poslovanja su najviše pogođeni korona krizom, koji su vidjeli značajan rast, a koji značajan pad. Korištenjem grafikona sam prikazao pronađene podatke za ovaj segment. Dalje se fokusiram na prilagodbe u poslovanju od strane poduzeća tokom novonastale situacije. Naveo sam i zadane smjernice od strane Vlade RH kojih se moraju pridržavati kako bi mogli nastaviti s radom. Nadalje navodim koje vrste poduzeća su zabilježile najveći rast tokom pandemije i koje vrste usluga su studenti najviše krenuli koristiti ili promijenili način korištenja tokom pandemije. Na kraju sam se dotaknuo povlastica koje vlada pruža pri financiranju poduzeća u ovo vrijeme odnosno koje sve olakšice su se nudile poduzećima tokom ove krize. Tokom obrade ove teme zaključio sam da adaptivnost i brzina promjena unutar poduzeća imaju najveću ulogu u opstanku tokom bilo kakve krize i nagle promjene tržišta, radnih uvjeta i ostalih promjena. Također je vidljiv velik utjecaj i pomak poduzeća prema tehnologiji s plasiranjem proizvoda u Internet trgovine, prijelaz na rad od kuće i ostali kreativni načini zadržavanja kupaca putem informacijsko komunikacijskih tehnologija.

Ključne riječi: korona kriza; korona virus; poslovanje; poduzeće; restrikcije; prilagodba; mjere;

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Utjecaji korona krize na poslovanje unutar različitih sektora djelatnosti	2
2.1. Uslužne djelatnosti	2
2.2. Proizvodne djelatnosti	5
2.3. Mišljenja poslodavaca	7
3. Prilagodba poslovanja kao odgovor na pandemiju	9
3.1. Vladine preporuke i regulative	9
3.2. Rad od kuće	10
3.3. Online prodaja	11
3.4. Mjere potpora za poslodavce	13
4. Nove poduzetničke prilike tokom pandemije	15
4.1. Nove aktivnosti unutar poduzeća	17
4.2. Primjeri uspješnih poduzeća tokom pandemije	18
4.2.1. Dostavne usluge	18
4.2.2. Streaming usluge	19
4.2.3. Oprema za vježbanje	21
5. Istraživanje o utjecaju COVID-19 na kupovne navike	23
6. Zaključak	27
Popis literature	28
Popis slika	30
Prilog 1	31

1.Uvod

Kroz ovaj završni rad cilj mi je opisati koji sektori djelatnosti su bili najviše pogođeni tokom korona krize, koji od njih su zabilježili značajan rast, a koji značajan pad po ekonomskim parametrima. Služeći se raznim grafikonima prikazati ću same podatke koje ću koristiti za prikaz rasta i pada unutar određenih sektora. Nakon prikaza ekonomskih pokazatelja opisati ću koje prilagodbe su poduzela poduzeća kako bi opstala, kako bi ostvarila maksimalan profit i zadržala što veće proizvodne i uslužne kapacitete. Također ću se pozabaviti i s postupcima koje je vlada poduzela kako bi olakšala poslovanje tvrtki tokom pandemije. Dotaknut ću se i usluga koje je studentska populacija krenula koristiti tokom pandemije kako bih probao povući paralelu s rastom i razvojem određenih sektora djelatnosti. Za kraj ću još navesti kako je vlada Republike Hrvatske pomogla novim poduzetnicima da otvore nove firme te koje su to poslovne ideje koje su bile najprofitabilnije tokom pandemije.

Covid-19 virus je unutar Hrvatske prvi put zabilježen 25.2.2020. godine (HZJZ, 2020) tada još nismo imali toliko aktivnih mjera suzbijanja širenja pandemije, svodilo se sve na javljanje doktoru u slučaju respiratornih problema ako smo bili u bliskom kontaktu s pozitivnom osobom ili ako smo došli iz žarišnih zemalja, ali nedugo nakon ovog sve više se virus širi te tako nastupaju i strože mjere koje imaju značajan utjecaj na mnogo aspekata u društvu pa tako i u poslovnom svijetu i na tome se bazira dobar dio rada u nastavku.

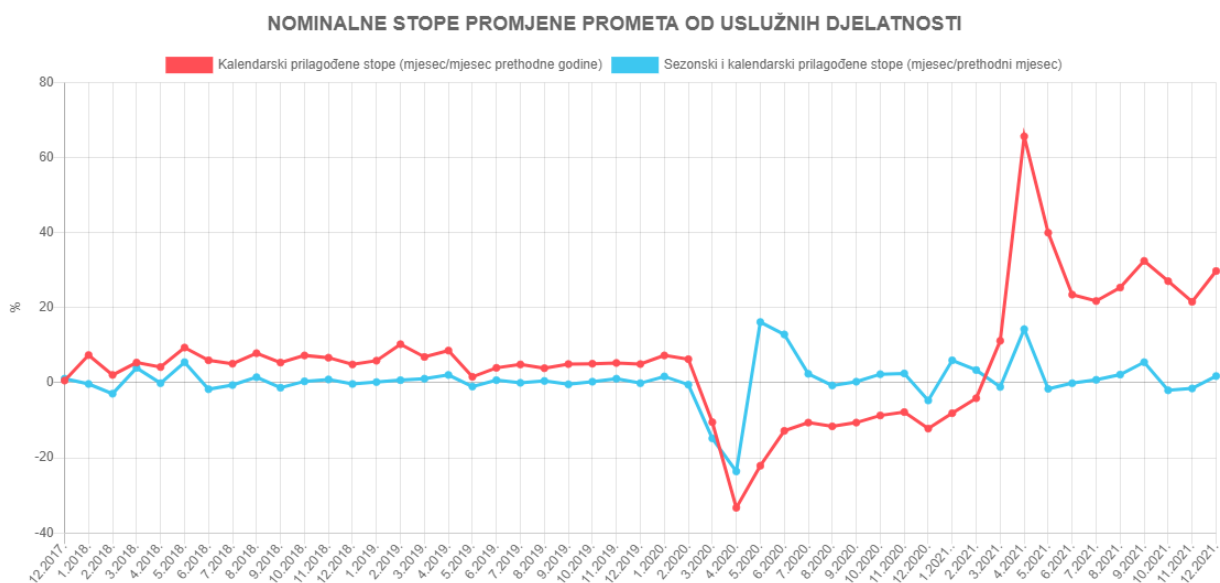
Pri razradi teme sam se koristio podacima iz državnog zavoda za statistiku RH i sudskog registra RH kako bih prikazao rast i pad po ekonomskim čimbenicima unutar sektora djelatnosti. Za prilagodbe poduzeća na pandemiju sam proveo intervju s voditeljima poslovanja dviju proizvodnih firmi i jednim voditeljem uslužne firme. Također sam proveo anketu uz pomoć Google Forms alata iz koje sam dobio podatke o navikama studentske populacije pri korištenju raznih servisa i usluga i kako su im se promijenile kupovne navike tokom pandemije ili zbog pandemije.

2. Utjecaji korona krize na poslovanje unutar različitih sektora djelatnosti

Unutar ovog poglavlja ću pomoću ekonomskih pokazatelja prikazati koja područja su zabilježila najveće promjene odnosno najveći rast ili pad. Primarno sam se bazirao na hrvatske firme i podatke koji su dostupni za iste odnosno podatci sa državnog zavoda za statistiku RH te podatci iz sudskog registra RH. Većina podataka će biti s krajem prosinca 2021. godine pošto ako bi se probao služiti trenutnim podacima iz 2022. godine, dio njih bi bio nedostupan a dio bi bio dostupan pa zbog toga ne bi mogao odraditi određene usporedbe, te zbog situacije s Rusko-ukrajinskim sukobima je došlo do novih promjena na tržištu zbog inflacije i nedostatka energenata i resursa.

2.1. Uslužne djelatnosti

Po početku pandemije i korona krize prve restrikcije koje su se uvodile su bile restrikcije na međunarodna putovanja, zadržavanja u zatvorenim prostorima s ostalim ljudima te restrikcije na putovanje unutar granica tj. uvođenje propusnica za prijelaz granica županije. Sve ove restrikcije značile su velike probleme za sektor uslužnih djelatnosti. U sektor uslužnih djelatnosti ubrajamo hotelijerstvo, putnički prijevoz, obrazovanje, aktivnosti vezane za rekreaciju, kulturu i sport, itd. Ukratko uslužne djelatnosti su one aktivnosti koje naplaćuju po pruženoj usluzi. Utjecaj restrikcija na ovaj sektor najbolje se vidi na grafu nominalne stope promjene prometa od uslužnih djelatnosti prikazanom na slici 1.



Slika 1. Nominalne stope promjene prometa od uslužnih djelatnosti (DZS, 2022b)

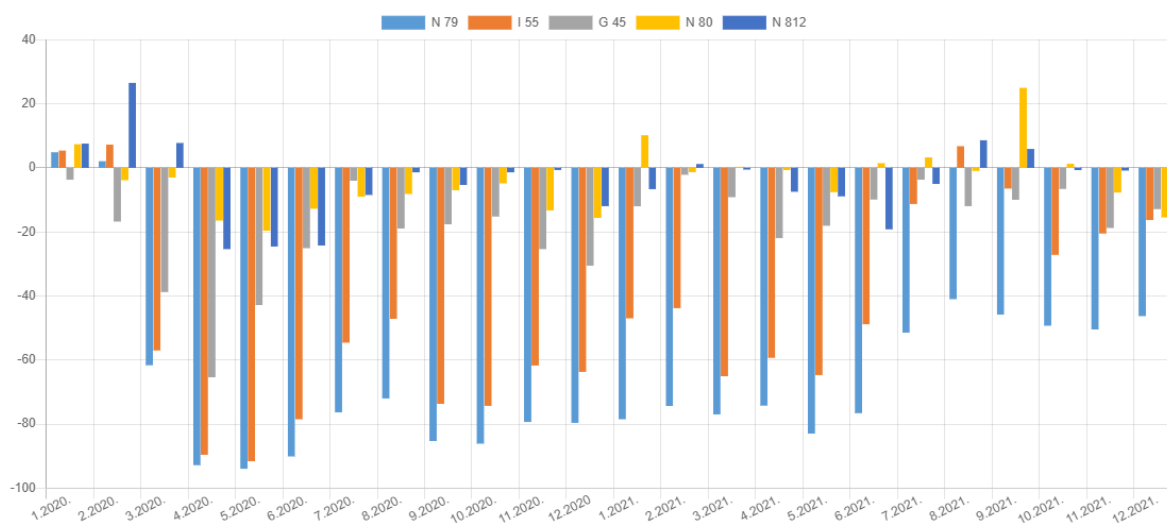
Na grafu možemo vidjeti da kako s početkom uvođenja restrikcija dolazi do drastičnog pada prometa unutar sektora uslužnih djelatnosti. Najznačajniji faktori koji su do toga doveli je drastično smanjenje putovanja, bilo kakve vrste turizma, ograničavanje kretanja građana, zatvaranje neesencijalnih uslužnih djelatnosti i slično. U mjesecima nakon početka pandemije uvode se dodatne restrikcije i pooštavaju trenutne što se odražava i na sam pad prometa ovog sektora. U ljetnom periodu 2021. godine dolazi do smanjenja broja zaraženih te isto tako i do popuštanja restrikcija te se može vidjeti lagani porast prometa unutar sektora i povratak u „normalno“ stanje. Krajem 2021. opet dolazi do porasta zaraženih, ali ne dolazi do uvođenja toliko oštrih mjera tako da to nema značajan utjecaj na daljnji promet.

U Republici Hrvatskoj u prosincu 2021., u usporedbi s prosincem 2019., promet je najviše pao u djelatnosti N79 Putničke agencije, organizatori putovanja (turoperatori) i ostale rezervacijske usluge te djelatnosti povezane s njima, za 46,2%. Slijedi djelatnost I55 Smještaj, s padom prometa za 16,2% te N80 Zaštitne i istražne djelatnosti, s padom prometa za 15,4%. Najveći porast prometa ostvaren je u sljedećim djelatnostima: J59 Proizvodnja filmova, videofilmova i televizijskog programa, djelatnosti snimanja zvučnih zapisa i izdavanja glazbenih zapisa, za 45,1%, N82 Uredske administrativne i pomoćne djelatnosti te ostale poslovne pomoćne djelatnosti, za 33,0%, te H50 Vodeni prijevoz, za 18,2%. (DZS, 2022b)

Kao što možemo vidjeti najveći porast je zabilježen u sektoru „kućne“ zabave zbog toga što zbog mjera su zatvoreni svi ostali oblici zabavnih sadržaja. Zbog ovakvog porasta također se otvorilo mnogo prilika za samostalne developere sadržaja koji olakšavaju rad od kuće i stacionarni način života za ulazak na tržište, ali više o tome u nastavku rada dok bude govora o razvoju novih poslovnih ideja.

Dodatno bih još raščlanio koje grupacije uslužnih djelatnosti su bile najznačajnije pogođene tokom pandemije na sljedećem grafu prikazanom na slici 2.

**NOMINALNE STOPE PROMJENA OD USLUŽNIH DJELATNOSTI S NAJVEĆIM PADOM PROMETA
KALENDARSKI PRILAGOĐENE, USPOREDBA S ISTIM MJESECOM 2019.**



N 79 Putničke agencije, organizatori putovanja (turoperator) i ostale rezervacijske usluge te djelatnosti povezane s njima

I 55 Smještaj

G 45 Trgovina na veliko i na malo motornim vozilima i motociklima; popravak motornih vozila i motocikla

N 80 Zaštitne i istražne djelatnosti

N 812 Djelatnosti čišćenja

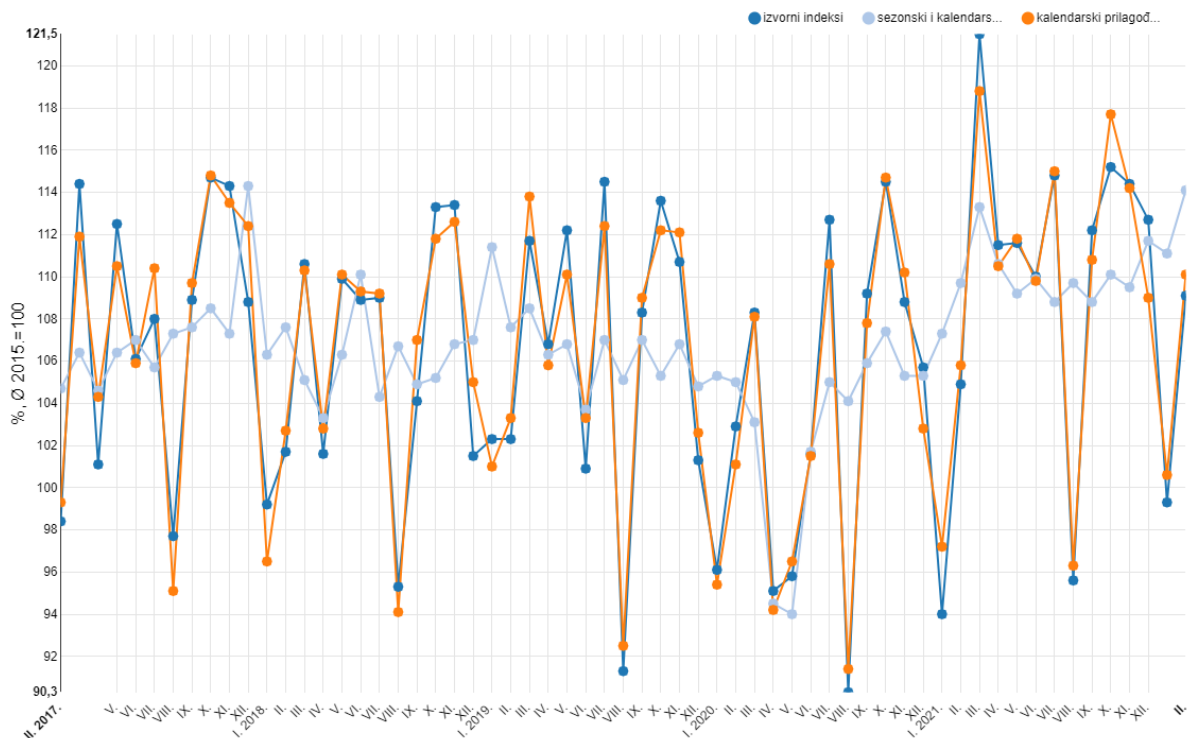
Slika 2. Nominalne stope promjena od uslužnih djelatnosti s najvećim padom prometa kalendarski prilagođene, usporedba s istim mjesecom 2019. (DZS, 2022b)

2.2. Proizvodne djelatnosti

Proizvodne djelatnosti su tokom pandemije također zabilježile značajne promjene na svome poslovanju, posebice početkom pandemije i s prvim restrikcijama koje su prouzročile otežanu dostavu resursa potrebnih za poslovanje, smanjenje broja radnika zbog velikog broja oboljelih. Djelatnosti na koje se fokusiramo su industrijska proizvodnja unutar RH i prerađivačka industrija unutar RH.

Prvo ćemo se fokusirati na industrijsku proizvodnju RH, primarno na sezonski i kalendarski prilagođene podatke (svijetlo plavo na priloženom grafu vidljivom na slici 3) zato što nam oni daju najbolji uvid u tijek događanja tokom pandemije.

G-1. INDEKSI OBUJMA INDUSTRIJSKE PROIZVODNJE REPUBLIKE HRVATSKE, VELJAČA 2017. - VELJAČA 2022.



Izvor: Državni zavod za statistiku

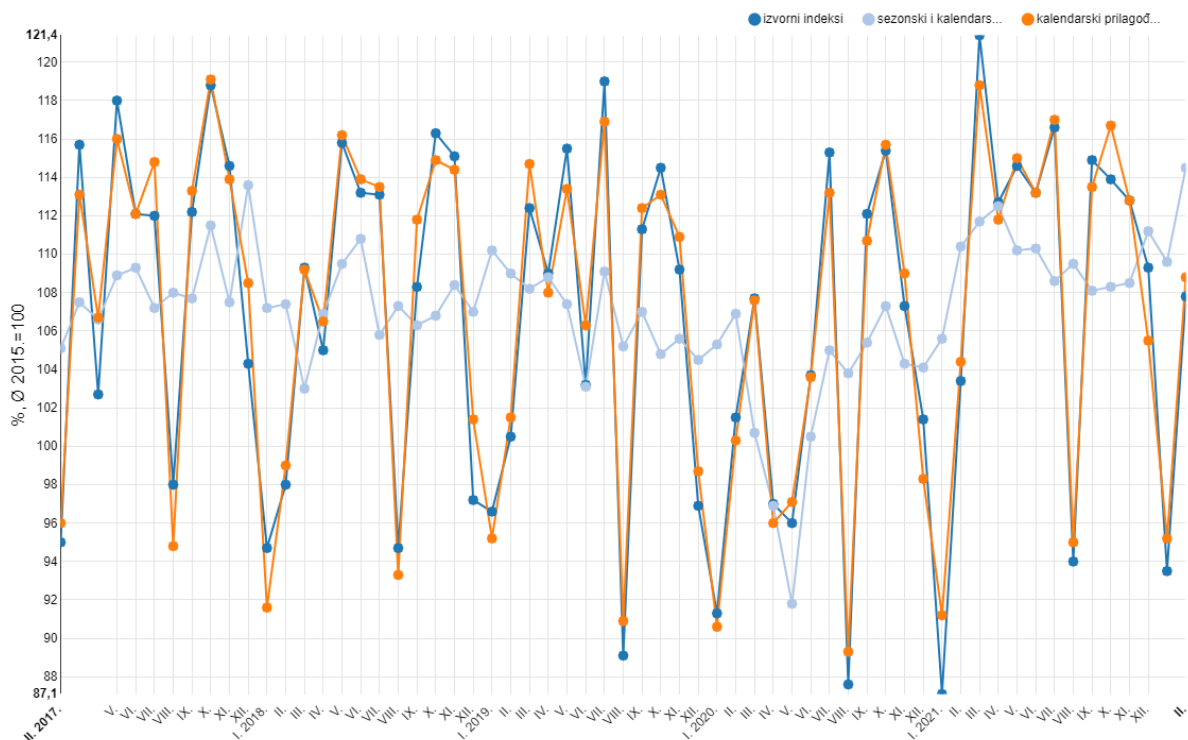
Slika 3. Indeksi obujma industrijske proizvodnje RH '17-'22 (DZS, 2022a)

Po prognozama HNB-a (Hrvatske narodne banke) Hrvatsko gospodarstvo je trebalo u 2020. godini zabilježiti porast od 3% (Makroekonomska Kretanja i Prognoze, Br. 7 - HNB, bez dat., str. 3) , ali na gore prikazanom grafu (slika 3.) možemo vidjeti da je došlo do značajnog

pada u 2020. godini zbog novonastale izazovne situacije. U prvom kvartalu 2020. godine je zabilježen rast od 0,4%, a drugi kvartal 2020. godine je zabilježio značajan pad proizvodnje koji je iznosio 15,1% (Rogić Dumancić i ostali, 2020).

Na grafu prikazanom na slici 3 možemo vidjeti povratak proizvodnje u relativno normalne uvjete u trećem kvartalu 2020. godine nakon uvođenja novih potpora za olakšanje poslovanja. Više o uvedenim potporama i olakšicama kasnije u radu.

G-2. INDEKSI OBJUJMA PRERAĐIVAČKE INDUSTRIJE REPUBLIKE HRVATSKE, VELJAČA 2017. - VELJAČA 2022.



Izvor: Državni zavod za statistiku

Slika 4. Indeksi obujma prerađivačke industrije RH '17-'22 (DZS, 2022a)

Na grafu prikazanom na slici 4. vezanom za prerađivačku industriju možemo vidjeti skoro identična kretanja kao i kod grafa s indeksima obujma industrijske proizvodnje. Kako možemo vidjeti na oba grafa pandemija je imala značajan utjecaj na trenutni pad proizvodnje u samim počecima pandemije, ali s uvođenjem raznih mjera za smanjenje utjecaja pandemije na proizvodnju unutar različitih sektora omogućena je daljnja proizvodnja i povratak u normalu te nastavak rasta po svim granama proizvodnih poduzeća.

2.3. Mišljenja poslodavaca

Pri provedbi intervjua s 2 poslodavca unutar jednog malog (proizvodnja ostalih proizvoda od drveta) i jednog srednjeg poduzeća (proizvodnja ostalih elektroničkih i električnih žica i kablova), došao sam do zaključka da su u oba poduzeća najveći problemi bili oko nabave resursa i manjka radnika te sam ih kao takve i naveo već pri opisivanju grafova. Primarno kod nabave materijala je bio problem s teretnim prijevozom zbog brojnih novih regulativa na graničnim prijevozima koje su otežavale kretanje vozača izvan matičnih država zbog potrebe za dvotjednom karantenom pri ulasku u državu te je zbog toga bio značajan manjak vozača u prvoj polovici 2020. godine. Problem su djelomično riješili tako da su smanjili obujam proizvodnje pošto su se smanjile količine ulaznih resursa i radnika, a isto tako i do smanjenja potražnje pošto se radilo o tvrtkama koje proizvode namještaj i kablove. Još jedan od načina na koja su se neka poduzeća snašla tokom pandemije je promjena poslovanja. Značajan primjer bi bio tekstilna industrija koja je vrlo brzo prešla s proizvodnje odjevnih predmeta na proizvodnju zaštitnih maski zbog iznimno povećane potražnje. Daljnji problemi koji su se javljali u poslovanju su bili primarno vezani uz nedostatak radne snage zbog potrebe za izolacijom u slučaju zaraze, posebice kad je zaražena osoba bila u kontaktu s ostalim radnicima iz određenog pogona unutar proizvodne firme je dolazilo do problema zbog nedostatka stručnih i specijaliziranih radnika za obavljanje određenog dijela proizvodnje. Pri daljnjem razvoju pandemije i promjeni regulative utjecaj ovog je smanjen skraćivanjem potrebnog vremena izolacije i uvođenjem različitih vrsta brzih testova te je tako smanjena i stopa zaraze. Finalno, na što ću se ovdje osvrnuti, su financijski troškovi koji su nastali zbog potrebe za dezinfekcijom opreme, radnika, provjetravanjem radnih pogona, uredskih zgrada, itd.

Kod uslužnih djelatnosti, primarno ću govoriti o poduzećima koja nisu u direktnom kontaktu sa svojim naručiteljima, konkretno IT sektor. Većina problema koji su se javljali u drugim sektorima unutar uslužnih djelatnosti ovdje je u potpunosti izbjegnuta zbog toga što nema potrebe za direktnim fizičkim kontaktom s kupcem, a isto tako nema potrebe za bliskim kontaktom s ostalim zaposlenicima. IT sektor je prelaskom na rad od kuće zabilježio minimalne gubitke u produktivnosti po pitanju manjka radne snage. Također je poraslo poslovanje firmi baziranih na IKT-u zbog ogromne potrebe za istima. Jedan od primjera je zasigurno „Zoom“ koji je u jeku pandemije skoro učetverostručio svoju vrijednost na tržištu dionica kao što se može i vidjeti u slici koja slijedi.



Slika 5. Kretanje vrijednosti dionica Zoom Video Communications Inc (Zoom Video Communications Inc | Google Finance, bez dat.)

3. Prilagodba poslovanja kao odgovor na pandemiju

Kako je novonastala situacija vezana uz korona krizu uzrokovala mnoge regulatorne promjene skoro svi aspekti proizvodnje i pružanja usluga su morali biti zaustavljeni, izmijenjeni ili nanovo osmišljeni. Navest ću sve uvedene preporuke i regulative tokom trajanja korona krize u nastavku.

3.1. Vladine preporuke i regulative

„Poslodavci su obvezni:

1. Postavljanje važnih obavijesti
2. Osiguranje osobne zaštitne opreme
3. Postavljanje fizičkih barijera
4. Osiguranje mjesta za dezinfekciju ruku
5. Osiguranje udaljenosti između osoba od najmanje 2m
6. Sprječavanje okupljanja većeg broja ljudi
7. Sastanci, konferencije i poslovna okupljanja (korištenje maski, izvođenje u online okruženju ako je moguće)
8. Vođenje evidencija zaposlenika i njihove prisutnosti
9. Održavanje čistoće i mjesta rada
10. Izbjegavanje putovanja koja nisu neophodna
11. Mjerenje tjelesne temperature
12. Čišćenje svih dodirnih površina najmanje dva puta dnevno
13. Provjetravanje radnih prostorija i prostora
14. Osiguranje posebne zaštite kroničnim i onkološkim bolesnicima
15. Osiguranje nesmetanog rada stručnjacima zaštite na radu i drugim osobama zaduženim za te poslove

Radnici:

1. Provoditi mjere zaštite osigurane od strane poslodavca
2. Koristiti osobnu zaštitnu opremu
3. Pri kašljanju i kihanju koristiti maramicu
4. Izbjegavanje dodirivanja lica, usta i očiju rukama

5. Izbjegavati rukovanje ili bilo kakve druge dodire
6. Ostvariti samo najnužnije socijalne kontakte
7. Mjerenje vlastite tjelesne temperature
8. U slučaju simptoma koronavirusa ne ići na posao“

(Ministarstvo rada, bez dat.)

3.2. Rad od kuće

Jedno od najefikasnijih rješenja za borbu s korona virusom je prelazak na rad od kuće, ujedno je ovo i jedan od glavnih razloga koji je doveo do povećanja prihoda u granama djelatnosti koje se bave IKT-om. Poduzeća koja su mogla prebaciti cijelo svoje poslovanje ili makar dio poslovanja su zabilježila znatno manji pad u svojim prihodima iz razloga što su mogla nastaviti poslovati na ovaj način.

“U skladu sa Zakonom o radu, jedan od bitnih sastojaka ugovora o radu je mjesto rada, a u radnom odnosu, poslodavac i radnik dužni su se pridržavati odredbi ugovora, te poštivati odredbe Zakona o radu i drugih propisa iz radnog odnosa. Pri tome napominjemo da su vrste ugovora o radu propisane Zakonom o radu te da se rad na izdvojenom mjestu rada uređuje odredbom članka 17. toga Zakona.

Međutim, u slučajevima bitno promijenjenih okolnosti, a koje se nisu mogle unaprijed predvidjeti niti spriječiti, a kakva se situacija ostvarila u uvjetima epidemijskog i pandemijskog širenja bolesti COVID – 19, poslodavac i radnik bi mogli na određeno vrijeme sporazumno izmijeniti odredbe ugovora o radu o mjestu rada...“(MSROP, 2022)

Unutar ovog zakona također je objašnjeno kako bio poslodavac u slučaju promjene mjesta rada trebao osigurati svu potrebnu opremu, pobrinuti se za korektno radno vrijeme i da nastavi voditi brigu o organizaciji posla. Jednako tako radnik je obvezan poštivati i izvršavati obveze iz opisa posla, te da se brine za sigurnost i zaštitu (kao i na ugovorno zadanom radnom mjestu). Upravo rad od kuće je doveo do razvoja mnogih poslovnih prilika kojih ću se dotaknuti u nastavku ovog rada.

Rad od kuće je također poslodavcima smanjio troškove režija, iznajmljivanja prostora, povećao je zadovoljstvo kod radnika zbog veće fleksibilnosti, uklonio potrebu za tranzitom do ureda. Sve ovo je dovelo do više slobodnog vremena koje zaposlenici imaju na raspolaganju. Neke od loših stvari kod rada od kuće su opremanje svakog zaposlenika za rad od kuće, manje direktne komunikacije između zaposlenika i poslodavaca koja može dovesti do nesporazuma i smanjenja produktivnosti. Manje mogućnosti za upoznavanje i suradnju s kolegama unutar poduzeća. Također se javljaju distrakcije kod kuće koje mogu dovesti do neusklađenih radnih

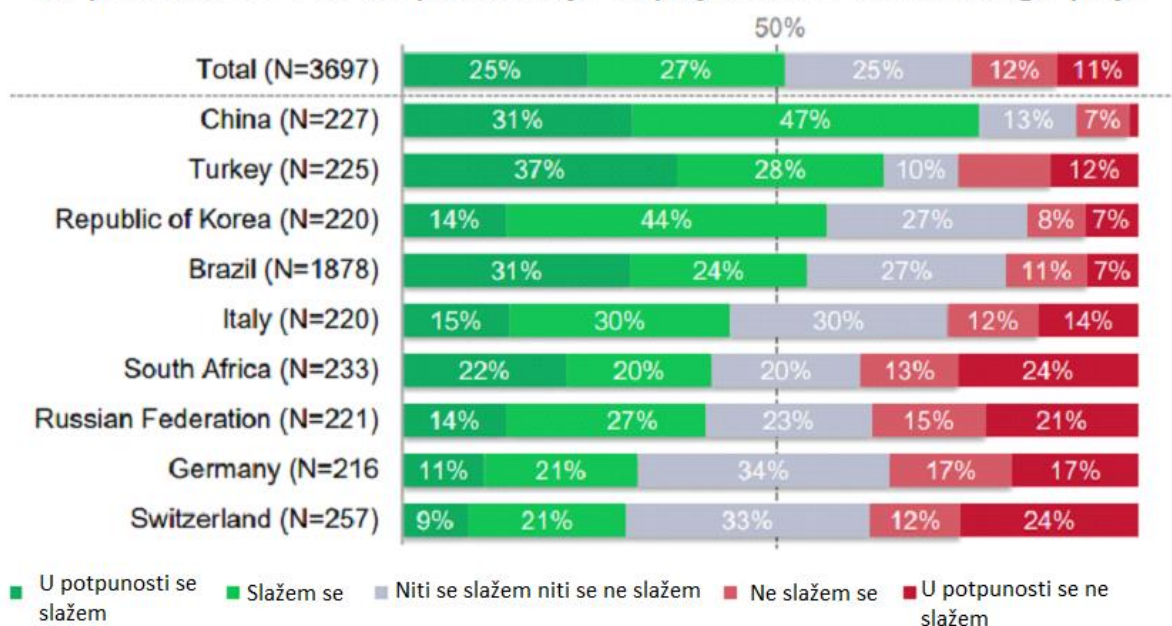
vremena unutar poduzeća. Možemo vidjeti da s financijske strane poduzećima prelazak na rad od kuće nije predstavljao toliki problem, osim kupnje nove informatičke opreme i programa, ali uz korištenje i preraspodjelu već postojećih sredstava nisu imali velika početna ulaganja pri prelasku na ovaj način rada.

3.3. Online prodaja

Sljedeća velika prilagodba je prelazak na online prodaju u poduzećima koja do prije nisu koristila ovaj model. Kako su navike prijašnjih kupaca bile znatno promijenjene poduzeća su morala reagirati te prilagoditi se novim mjerama i navikama. Online trgovanje je u ovom slučaju bilo rješenje za to. (United Nations, 2020)

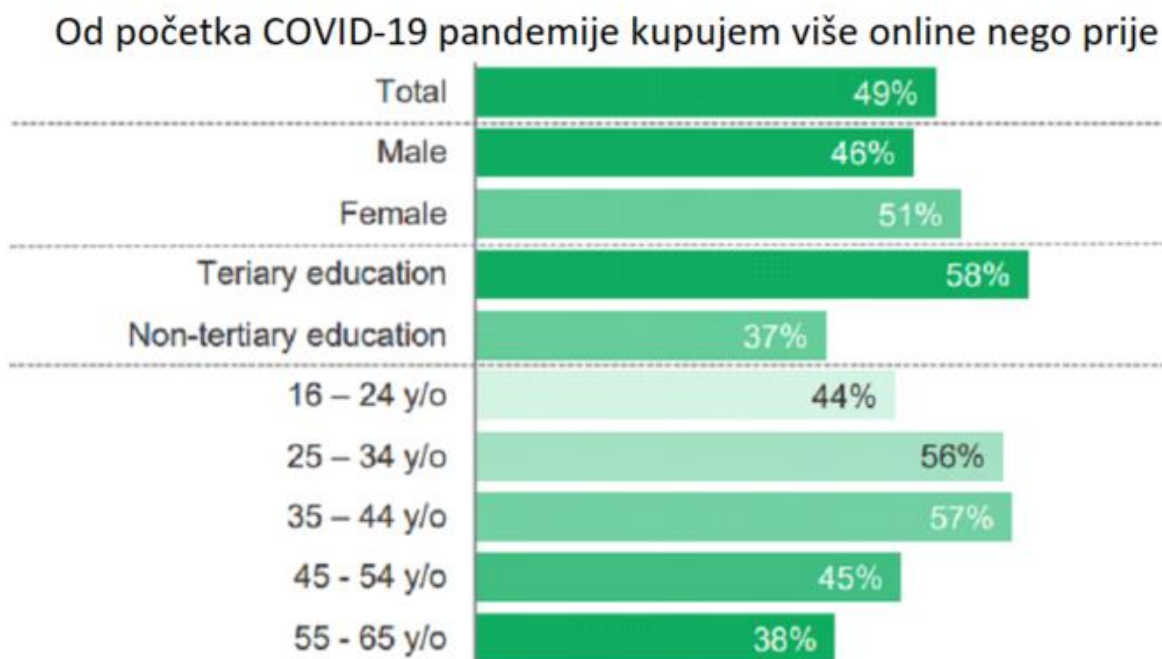
Istraživanje o online kupovini i digitalnoj tehnologiji koje je provedeno u 9 zemalja različitog stadija razvoja pokazuje da je za vrijeme pandemije uvelike povećan obujam online kupovine. Unutar istraživanja zamijećeno je da slabije razvijene zemlje su imale veći porast u korištenju online kupovine za razliku od razvijenijih zemalja (vidljivo na grafu slike 6.). Razlog tome je da su razvijenije zemlje imale veliki udio online kupovine i prije razvoja pandemije. Proizvodi koji su zabilježili najveći porast su vezani uz: IKT, elektroničke uređaje, uradi sam i vrtlarstvo te zdravstveni i kozmetički proizvodi.

Od početka COVID-19 pandemije kupujem više online nego prije



Slika 6. Grafički prikaz rezultata provedenog istraživanja po geografskoj lokaciji (United Nations, 2020)

Zabilježeno je da žene kupuju nešto više nego muškarci putem interneta te da osobe s višim stupnjem obrazovanja su sklonije kupovini preko interneta. Također na grafu (slika 7.) vidimo da mlađe osobe s kupovnom moći kupuju više nego starije osobe s kupovnom moći.



Slika 7. Graf s prikazom promjena po obrazovanju i starosti (United Nations, 2020)

Kako je bilo potrebe za prilagodljivošću u ostalim aspektima poslovanja, tako je postojala i potreba za promjenom onoga što se proizvodi u određenim djelatnostima. Primarne djelatnosti s ovakvom potrebom su bile one koje su se bazirale na kontaktnim aktivnostima poput radionica za timski rad (*team building*), raznih savjetovanja pa čak i sudskih postupaka. Rješenje za ovo je bilo naravno prelazak u online okruženje pa su tako radionice za timski rad prešle na zoom te određene tvrtke nude pakete koji se šalju poštom te zatim koriste tokom online radionice. Savjetovanja se odvijaju preko neke od platformi za pozive, kao i sudski sporovi na kojima se sada svi spajaju na zoom umjesto da se održavaju u sudnicama.

Teži prijelaz je bio kod proizvodnih poduzeća. Kako su poduzeća već imala specijalizirane strojeve za proizvodnju određenih proizvoda morali su unutar njihovih mogućnosti osmisliti nove proizvode koji bi bili korisni tokom pandemije. Primjeri za takve promjene kod proizvodnih poduzeća su: tekstilna industrija je počela proizvoditi maske za lice

od tkanine. Svečanja odjeća je zamijenjena trenirkama te se tako povećala i njihova proizvodnja. Destilerije pića su krenule proizvoditi alkohol koji se koristi za dezinfekciju ruku.

3.4. Mjere potpora za poslodavce

Vlada RH i HGK (Hrvatska gospodarska komora) su 17. ožujka 2020. donijele paket od 63 mjere za pomoć gospodarstvu unutar kojih Ministarstvo financija, Hrvatska banka za obnovu i razvitak (HBOR), poslovne banke, Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije, Ministarstvo rada i mirovinskog sustava, Ministarstvo gospodarstva, poduzetništva i obrta, Ministarstvo turizma, Ministarstvo poljoprivrede, Ministarstvo kulture i Ministarstvo mora, prometa i infrastrukture donose određenu regulativu koje služe kao olakšice za daljnje poslovanje i život fizičkih i pravnih osoba. Kako je tema ovog rada bazirana na poduzećima navest ću par mjera koje su bile značajne za njih.

Hrvatski zavod za zapošljavanje i Ministarstvo rada i mirovinskog sustava su donijeli paket potpora koji se sastoji od:

1. Potpora za očuvanje radnih mjesta u sektorima pogođenim koronavirusom;
2. Privremenih mjera suspenzije potpora za samozapošljavanje i zapošljavanje s ciljem osiguranja dodatnih sredstava za očuvanje radnih mjesta u sektorima pogođenim koronavirusom;
3. Odgode plaćanja kod kvota za zapošljavanje osoba s invaliditetom.
4. Osiguravanja minimalne plaće za osobe s invaliditetom.
5. Olakšice kod provedbe trenutno aktivnih EU potpora i projekata iz Operativnog programa Učinkoviti ljudski potencijal.

S 27.7.2022. kod programa zadržavanja radnih mjesta su još aktivni poticaji za poslove gradskog i prigradskog kopnenog prijevoza te administrativne i pomoćne uslužne djelatnosti - putničke agencije, organizatori, putovanja, rezervacijske usluge te djelatnosti povezane s njima. (Hrvatska Gospodarska Komora, bez dat.) Visina potpore je do 4000 kn po zaposlenom radniku, iznosi potpore ovise o postotku pada prihoda/primitaka za određeno poduzeće. U ožujku 2020. godine uz ovu mjeru je isplaćeno 1,55 milijardi kuna kojima je obuhvaćeno oko 485 tisuća zaposlenika. (HZZ, 2022a)

Olakšica koju je donio HBOR u suradnji s većinom banaka koje se nalaze na našim prostorima je kreditiranje Obrtnih sredstava, ova mjera je prestala primati zahtjeve zaključno s 13.5.2022. godine. Sama mjera je omogućila sufinanciranje kredita za: financiranje tekućeg poslovanja, podmirenje kratkoročnih obveza prema državi, podmirenje dospjelih kratkoročnih obveza prema kreditnim i drugim financijskim institucijama. Pogodnost kod ovog kredita je

kamatna stopa koja kreće od 0% za HBOR-ov udio u kreditu te mogućnost korištenja počeka otplate od jedne godine. Najniži iznos koji se može zatražiti od HBOR-a je 1 milijun kuna, dok se ostatak kredita odobrava iz izvora neke od poslovnih banaka. (*Obrtna Sredstva Mjera COVID-19 / HBOR, bez dat.*)

Kako bi olakšali preživljavanje postojećim poduzećima Porezna uprava donijela je olakšice za poslovanje. Neke od prvih uvedenih olakšica su: oslobođenje podmirivanja poreznih obaveza u cijelosti ili djelomično poreznim obveznicima kojima je zabranjen, onemogućen ili otežan rad, mogućnost odgode plaćanja dospjele obveze PDV-a, produženje prijave i plaćanja obveze poreza na dobit za 2019. godinu te su donesene promjene u vezi PDV-a pri uvozu i oslobođenje od PDV-a za donacije. Dodatna kasnije uvedena olakšica je i pravo na naknadu plaćanja svih ili dijela fiksnih troškova za određeni mjesec. Dodatno je još uvedena mogućnost obavljanja većine potrebnih radnji vezanih uz porez online putem kako bi se što više izbjegao kontakt između ljudi u svrhu suzbijanja širenja pandemije. (*COVID_arhiva, bez dat.*)

Jedna od posljedica ili "prilagodbi" je definitivno i otpuštanje dijela radnika, privremena obustava rada i zatvaranje poduzeća. Zbog nemogućnosti obavljanja svoje primarne djelatnosti i nemogućnosti prilagodbe, neka poduzeća su morala otpustiti značajan dio svojih zaposlenika kako bi opstala, a neka su se i zatvorila zbog utjecaja pandemije. Na dolje prikazanim tablicama se može vidjeti porast nezaposlenih u 2020. godini koji je povezan s posljedicama pandemije. Vladine mjere za očuvanje radnih mjesta su svakako ublažile projiciranja nezaposlenosti zbog korona krize.

Godina	► 2017	► 2018	► 2019	► 2020	► 2021	► 2022
Broj	Broj nezaposlenih	Broj nezaposlenih	Broj nezaposlenih	Broj nezaposlenih	Broj nezaposlenih	Broj nezaposlenih
	193.967	153.542	128.650	150.824	136.816	120.268

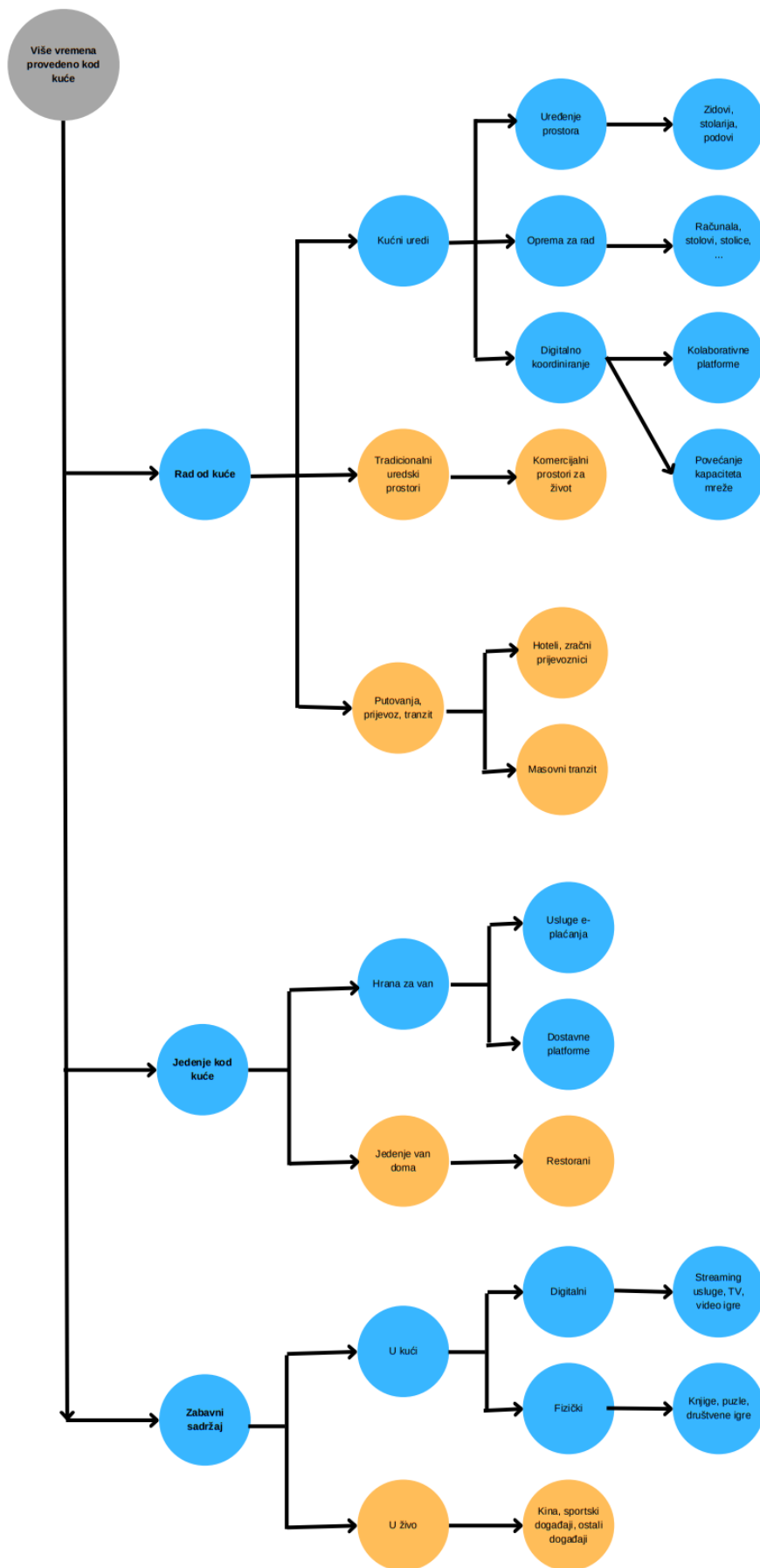
Slika 8. tablica broja nezaposlenih u RH po godinama (HZZ, 2022b)

Registrirana nezaposlenost: Zanimanje - rod, Godina - Mjesec (Filtrirano po članovima)						
Godina	► 2017	► 2018	► 2019	► 2020	► 2021	► 2022
Zanimanje - rod						
(0) Vojna zanimanja	11	8	4	8	9	8
(1) Zakonodavci/zakonodavke, dužnosnici/dužnosnice i direktori/direktorice	37	30	12	17	13	11
(2) Znanstvenici/znanstvenice, inženjeri/inženjerke i stručnjaci/stručnjakinje	21.048	17.333	14.945	17.779	16.728	13.429
(3) Tehničari/tehničarke i stručni suradnici/stručne suradnice	25.855	20.010	16.890	20.438	19.088	15.985
(4) Administrativni službenici/administrativne službenice	24.336	19.390	16.007	18.864	17.371	15.144
(5) Uslužna i trgovačka zanimanja	34.460	26.146	21.124	27.569	23.098	19.316
(6) Poljoprivrednici/poljoprivrednice, šumari/šumarke, ribari/ribarke, lovci/lovkinje	1.523	1.228	1.175	1.382	1.319	1.303
(7) Zanimanja u obrtu i pojedinačnoj proizvodnji	20.366	14.286	11.399	13.454	12.389	10.169
(8) Rukovatelji/rukovateljice postrojenjima i strojevima, industrijski proizvođači/industrijske proizvođačice i sastavljači/sastavljačice proizvoda	7.898	5.750	4.821	6.049	5.415	4.601
(9) Jednostavna zanimanja	58.434	49.361	42.273	45.264	41.387	40.302
Ukupno	193.967	153.542	128.650	150.824	136.816	120.268

Slika 9. tablica broja nezaposlenih po zanimanju u RH (HZZ, 2022b)

4. Nove poduzetničke prilike tokom pandemije

U promjenjivom vremenu poput korona krize samo jedno se ne mijenja, a to je da su prilagodbe potrebne kako bi poduzeće ostalo profitabilno, konkurentno te kako bi zadržalo korisnike i zadobilo nove. Znanstvenici su otkrili da u prosjeku za stvaranje nove navike osobi treba 66 dana (Lally i ostali, 2010). Kako pandemija korone za vrijeme pisanja ovog rada lagano prestaje biti tolika opasnost možemo vidjeti da je pandemija trajala skoro 3 godine, što je itekako dovoljno vremena da se životne, kupovne i socijalne navike ljudi promjene. Ljudi sve više i više vremena provode unutar svojih domova, značajno se smanjio kontakt s drugim osobama licem u lice, uvedene su obavezne karantene za oboljele, ljudi kreću strahovati za zdravlje sebe i svojih najmilijih. Upravo ove promijene navika kupaca su bile ključan uzrok za promjenu modela poslovanja mnogih poduzeća i razvoj novih poduzeća za vrijeme ove pandemije. Kako možemo zaključiti da je ova pandemija imala različite utjecaje (pozitivne i negativne) na različite sektore djelatnosti poduzetnici su se morali fokusirati na područja koja su očekivala i bilježila rast, a smanjiti fokus s područja koja su bilježila pad interesa. Grafikon s područjima rasta i pada koje je uzrokovalo provođenje više vremena kod kuće se nalazi na slici 10. koja je na sljedećoj stranici. Plavo su označena područja koja bilježe rast interesa i profita, a narančasto područja koja bilježe pad interesa i profita. Kao što je i očekivano sve što je povezano sa samim domom ima pozitivan trend rasta, kao i usluge koje omogućavaju različite dostave te zabavni sadržaj koji je namijenjen konzumaciji kod kuće. U nastavku ću detaljnije opisati neke od poslovnih modela koji su uspjeli u ovom pandemijskom okružju.



Slika 10. Promjene u navikama kupaca (Jacobides & Reeves Martin, 2020)

4.1. Nove aktivnosti unutar poduzeća

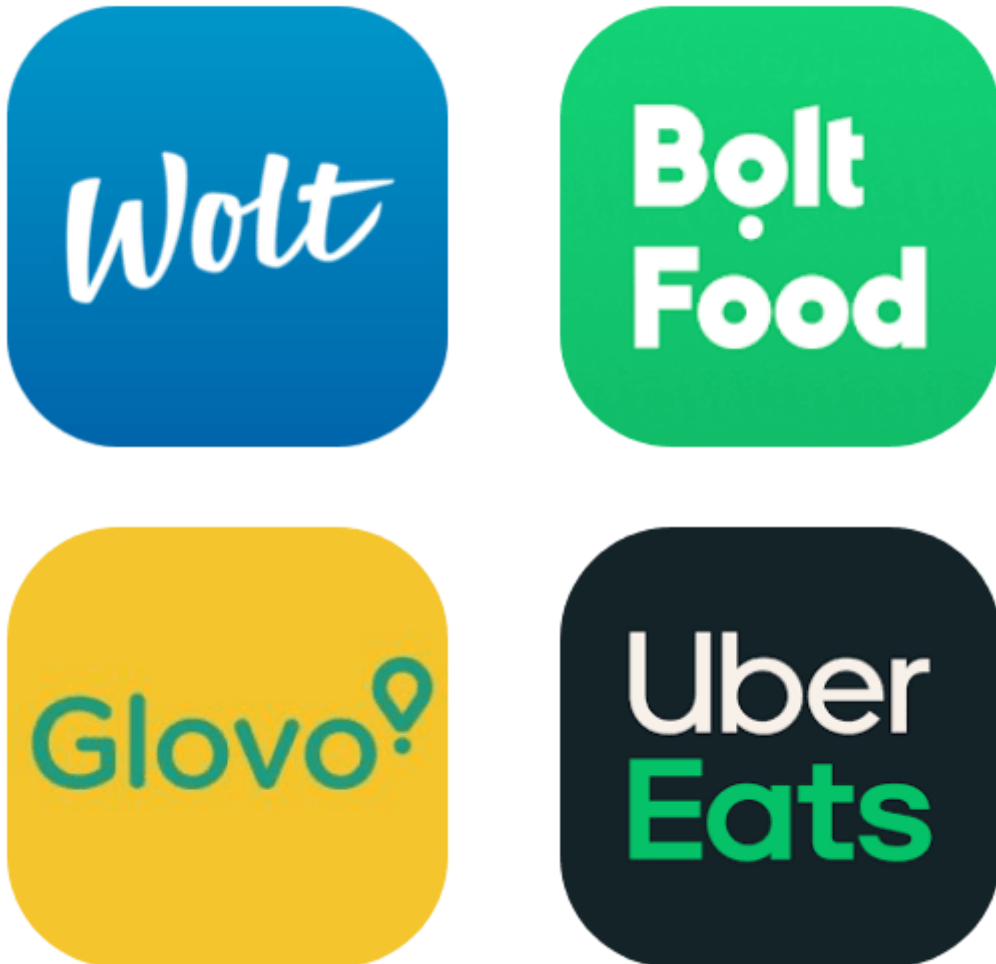
Kako bi se uspješno prilagodila pandemijskom razdoblju poduzeća su morala poduzeti razne korake kako bi opstala na tržištu. Jedan od trendova koji je postojao i prije pandemije, a koji je dobio značajno na važnosti tokom iste je poslovni analitičar, odnosno korištenje „Big data“ za otkrivanje promjena u navikama kupaca. Zapošljavanje poslovnih analitičara je zabilježilo porast u cijelom svijetu, a očekuje se da će se tako i nastaviti te da će do 2029. godine potražnja porasti za dodatnih 11% (Business Analyst Job Outlook: Salary and Job Description, bez dat.) Dodatno, poduzeća su se morala posvetiti željama kupaca kako bi zadržali što više istih.

Nakon što su poduzeća skupila potrebne informacije s tržišta morali su pristupiti modeliranju svoga poslovnog modela tako da zadovoljava potrebe novog tržišta. Zbog otežanog prijevoza materijala zbog raznih sankcija vladinih tijela različitih zemalja morali su se okrenuti lokalnim dobavljačima sirovina ili iz zemalja koje su imale manje restrikcije po tome pitanju. Proizvodna poduzeća su morala plasirati svoje proizvode na online tržište ako to već nisu do sada napravila, a uslužna poduzeća su morala probati preseliti svoj posao na raznovrsne internetske platforme.

Utjecaj internetskih platformi, trgovina, društvenih mreža i *influencera* se pokazao kao značajan za uspješno poslovanje poduzeća za vrijeme pandemije. Kako se većina trgovina zatvorila mnogi radnici su ostali bez posla, dok su neka poduzeća iskoristila znanje i vještine svojih prodavača te su omogućili da preko Internet trgovina komuniciraju s kupcima te tako zadrže posao, a i unaprijede poslovanje preko Internet trgovine. Pri prelasku na Internet trgovine poduzeća su se također morala pobrinuti za odabir pravih Internet trgovina za njihove potrebe i tržište. Na globalnom tržištu predvode Amazon, Google shopping i eBay. U Aziji prevladava Alibaba te ju prate GittiGidiyor i Rakuten. Sjeverno Američko tržište je okrenuto prema Walmartu i Searsu. (Kijko Pawel, 2019) Ovime možemo vidjeti da analizom podataka o prodaji prije pandemije možemo donekle uvidjeti i koja su nam ciljana geografska tržišta ako se poduzeća ne mogu više usmjeriti samo na svoje lokalno tržište te po tome odabiru prikladnu Internet trgovinu za plasiranje svojih proizvoda.

4.2. Primjeri uspješnih poduzeća tokom pandemije

4.2.1. Dostavne usluge



Slika 11. Logotipi dostavnih poduzeća (FDA.Png (568×582), bez dat.)

Jedna od glavnih svakodnevnih potreba je prehrana. Kako je pandemija prouzrokovala zatvaranje restorana, različite vrste dostave su postale popularne kako bi restorani mogli nastaviti raditi, a kako bi kupci ostali zadovoljni s uslugama. Poduzeća koja ću spomenuti su Glovo, Bolt, Wolt i Uber Eats (logotipi na slici 11.) koja omogućuju restoranima nezavisne dostavljače koji preuzimaju narudžbe iz različitih restorana i trgovina. Na slici 12. je vidljiv značajan porast u vrijednosti Glova tokom pandemije, a isti rast je vidljiv i kod ostalih spomenutih poduzeća. Poslovni model ovih poduzeća se bazira na zapošljavanju radnika koji imaju vlastito prijevozno sredstvo koje onda koriste u svrhu dostave. Mogućnosti rada su

otvorene za osobe s automobilima, biciklima i motorima te je i obujam posla po osobi određen po prijevoznom sredstvu. Vozači auta dobivaju najudaljenije narudžbe, zatim vozači motora i onda biciklisti. Također jedan od glavnih razloga zašto se ovo pokazao kao uspješan poslovni model je što omogućuje radnicima fleksibilno kreiranje svog radnog vremena odnosno rezerviranje sati kada će raditi po vlastitom rasporedu slobodnog vremena.



Slika 12. Kretanje vrijednosti dionica Glova (Glovo - Price - Share - Stock-Market, bez dat.)

4.2.2. Streaming usluge

Streaming usluge su također zabilježile značajan rast tokom pandemije. Uvođenjem novog sadržaja na svoje platforme, prebacivanjem fokusa na kreiranje sadržaja namijenjenog za online streaming. Također se pojavljuju ekstenzije koje omogućuju konzumiranje streaming sadržaja sa svojim prijateljima i obitelji putem interneta. Jedna od takvih ekstenzija je Teleparty, logotip na slici 13, koji je u prvotnom obliku bio izrađen samo za korištenje Netflix usluga (tada se zvao Netflix party) a kasnije se širi i na ostale streaming platforme.



Slika 13. Oglas za Teleparty(Teleparty ADD, bez dat.)

Sam Netflix je poduplao vrijednost svojih dionica tokom pandemije, ali kako se pandemiji bliži kraj ljudi ne koriste više toliko streaming usluge pa je tako sredinom 2022. godine vrijednost dionica krenula značajno padati, vidljivo na grafu u slici 14.

Netflix

226,11 \$ ↑28,17 % +49,69 5 god.

Poslije radnog vremena: 226,11 \$ (0,00 %) 0,00

Zatvoreno: 2. ruj, 19:57:32 UTC-4 · USD · NASDAQ · Odricanje od odgovornosti



Slika 14. Kretanje vrijednosti dionica Netflix (NFLX Netflix | Google Finance, bez dat.)

4.2.3. Oprema za vježbanje

Zadnje područje kojeg ću se dotaknuti u ovom radu koje je zabilježilo porast je područje kućne opreme za vježbanje. Tvrtke poput Pelotona (stacionarni bicikli) su također zabilježile značajan porast prodaje tokom pandemije zato što su ponudile kupcima alternativu za teretane i ostale forme treninga koje se nisu mogle odvijati zbog postavljenih restrikcija. Također tokom pandemije je došlo do velikog porasta u svijesti ljudi da se trebaju brinuti o svome zdravlju i poboljšati svoje fizičko, a i psihičko stanje. Vježbanje općenito pomaže u unaprjeđivanju psihofizičkog zdravlja te time ima direktan utjecaj na povećanje imuniteta i smanjenje simptoma u slučaju zaraze. Ponovnim otvaranjem teretana i vanjskih sadržaja za trening ovo tržište je također zabilježilo pad krajem pandemije, vidljivo na slici 15.

Peloton Interactive Inc

9,44 \$ ↓ 62,60 % -15,80 5 god.

Poslije radnog vremena: 9,50 \$ (↑ 0,64 %) +0,060

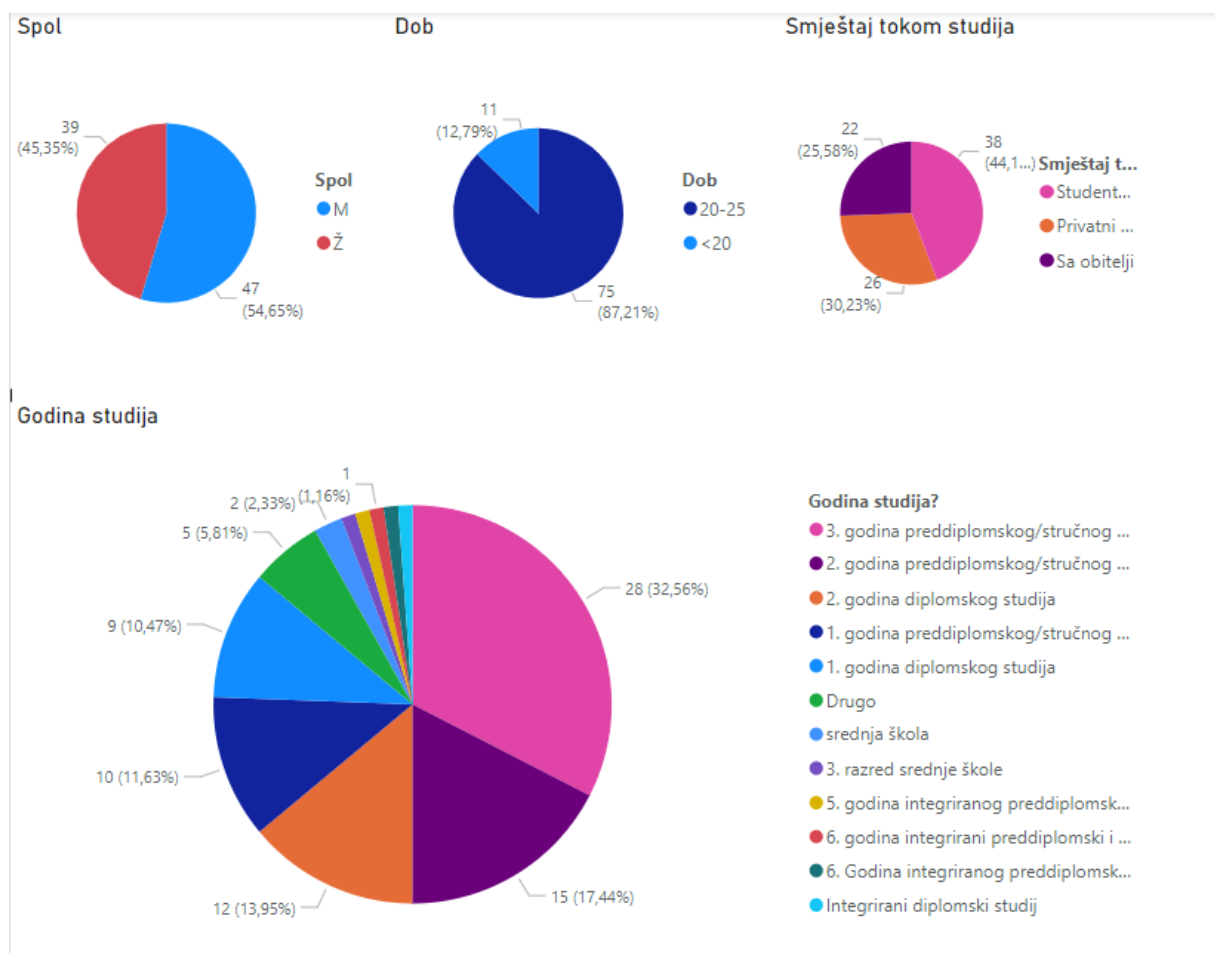
Zatvoreno: 2. ruj, 19:57:14 UTC-4 · USD · NASDAQ · Odricanje od odgovornosti



Slika 15. Kretanje vrijednosti dionica Peloton-a (PTON Peloton Interactive Inc | Google Finance, bez dat.)

5. Istraživanje o utjecaju COVID-19 na kupovne navike

Istraživanje o utjecaju COVID-19 pandemije na kupovne navike primarno studenata sjeverne Hrvatske je provedeno početkom 9. mjeseca 2022. godine. Zabilježeno je 86 odgovora od kojih je 87,21% u dobi od 20 do 25 godina i 12,79% imaju manje od 20 godina. Podjela po spolu je 45,35% ženskih ispitanika i 54,65% muških ispitanika. Prve tri kategorije po godinama studija su: 30,2% treće godine preddiplomskog ili stručnog studija, 17,4% druge godine preddiplomskog ili stručnog studija, 14% 2. godine diplomskog studija. 44,19% ispitanika tokom studija je smješteno u studentskom domu, 30,23% je u privatnom smještaju i 25,58% ispitanika živi s obitelji. 67,4% ispitanika povremeno radi preko student servisa, 25,6% ih ne radi nikakve poslove, a 7% ispitanika su zaposlenici u radnom odnosu. Na slici 16 se mogu vidjeti svi grafovi s ovim vrijednostima.

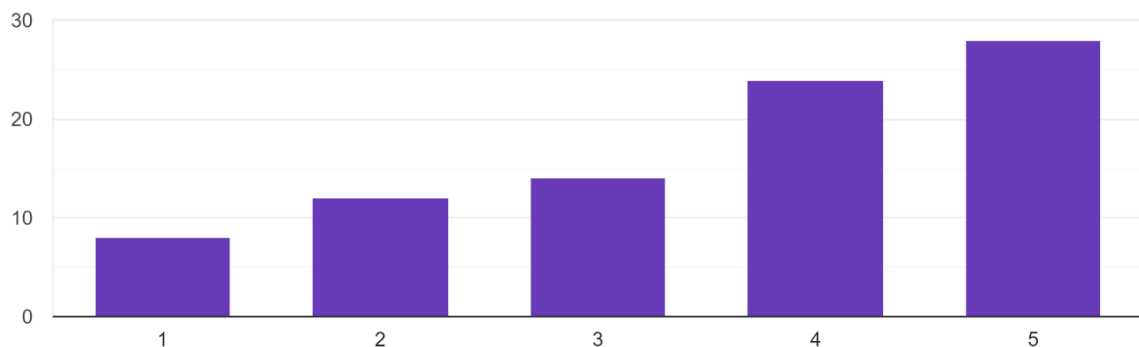


Slika 16. Grafički prikaz prvog dijela ankete (autorski rad)

Unutar drugog dijela ankete ispitivao sam povećanje kupovine putem internet trgovina tokom korona krize, povećanje trošenja putem Internet trgovina, koja grupa proizvoda se najviše kupuje i koji je preferirani način dostave kupljenih proizvoda. Podatci ukazuju na znatno povećanje kupovine putem Internet trgovina za vrijeme pandemije što je vidljivo na slici 17. Ocjenjivanje je išlo po skali od 1 do 5 gdje 5 predstavlja u potpunosti se slažem dok 1 predstavlja u potpunosti se ne slažem.

Tokom pandemije više kupujete online

86 odgovora

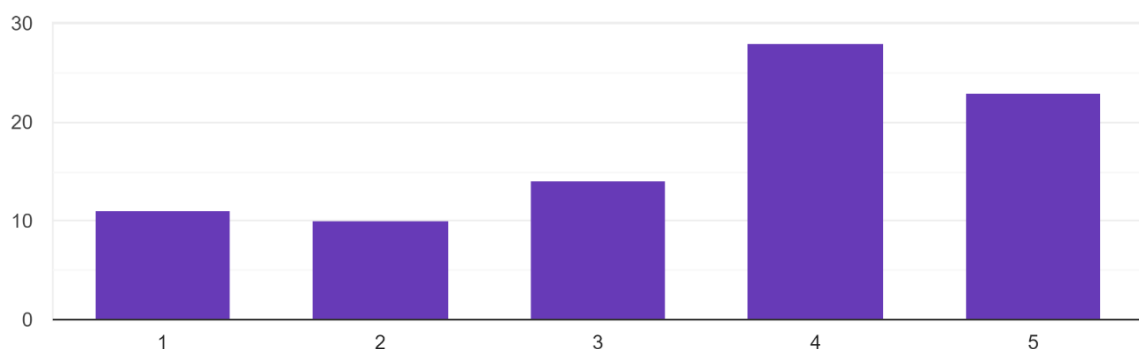


Slika 17. Prikaz promjene učestalosti internet kupovine tokom pandemije (autorski rad)

Sljedeća stavka istraživanja je ispitivala povećanje potrošnje tokom pandemije, odgovori i dalje ukazuju na to da je došlo do značajnog porasta pri potrošnji putem internet trgovina što je i vidljivo na slici 18. Sustav ocjenjivanja je isti kao i za prethodni graf, od 1 do 5 gdje 1 izražava potpuno neslaganje, a 5 izražava potpuno slaganje.

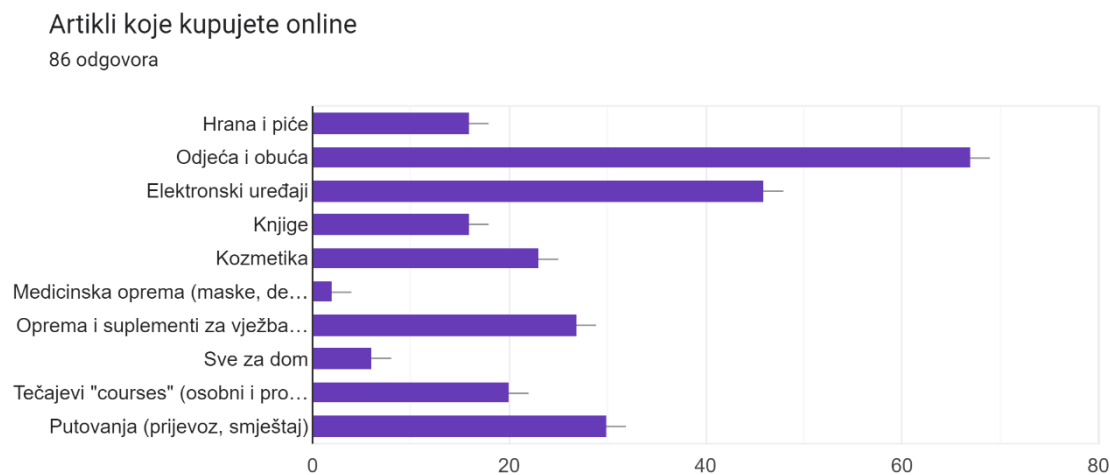
Tokom pandemije više trošite online

86 odgovora



Slika 18. Prikaz promjene potrošnje na internet trgovinama tokom pandemije (autorski rad)

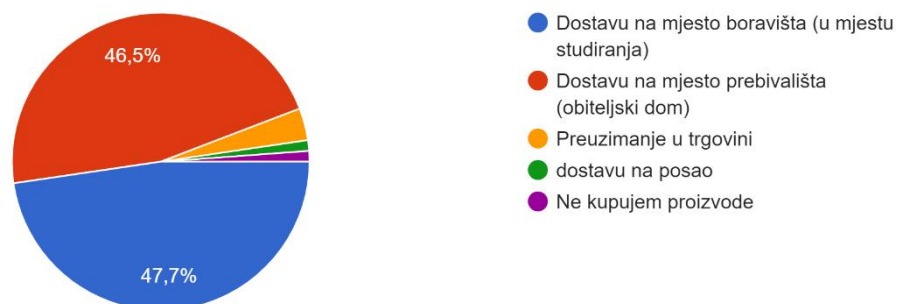
Po kategorijama proizvoda 77,9% ispitanika je kupovalo odjeću i obuću, s 53,5% slijede elektronski uređaji te nakon toga dolaze putovanja (prijevoz i smještaj). Najmanje se kupuje medicinska oprema i kućanske potrepštine. Slika 19. prikazuje podjelu s par dodatnih kategorija artikala.



Slika 19. Kategorije artikala koje se kupuju putem internet trgovina (autorski rad)

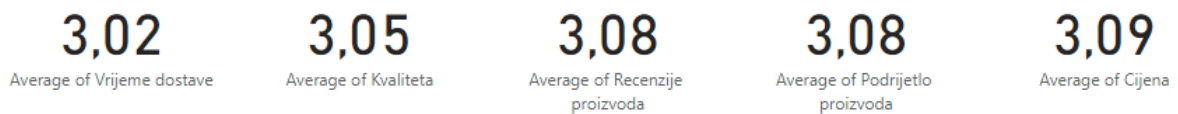
Za kraj drugog dijela ispitivanja provedeno je istraživanje o preferencijama dostave kupljenih artikala koje upućuje na to da nema velike razlike o lokaciji dostave proizvoda odnosno da su rezultati podjednaki za dostavu na mjesto boravišta i mjesto prebivališta. Jedino što se može zaključiti da mali broj ispitanika preferira preuzimanje u trgovini distributera. Grafički prikaz ovih rezultata je vidljiv na slici 20.

Pri online kupnji preferiram:
86 odgovora



Slika 20. Grafički prikaz preferencija dostave kupljenih proizvoda (autorski rad)

Treći i finalni dio ankete je posvećen onome što kupci smatraju važnim pri odabiru proizvoda koji će kupiti. Atributi koje sam ispitivao su: cijena, kvaliteta, potrebno vrijeme dostave, recenzije proizvoda i zemlja podrijetla proizvoda. Ocjenjivanje je išlo po principu rangiranja važnosti od 1 do 5 te po rezultatima, vidljivim na slici 21, se može uočiti da su svi atributi podjednako važni, ali ipak predvodi potrebno vrijeme dostave za naručene proizvode te zatim slijedi kvaliteta samih proizvoda (manja prosječna vrijednost označava veći prioritet tog atributa).



Slika 21. Prosjeci rangiranja važnih atributa pri kupnji preko interneta (autorski rad)

6. Zaključak

Kroz cijeli rad se može zaključiti da je korona kriza imala i ostavila velik utjecaj na način poslovanja. Poduzeća su morala biti adaptivna kako bi preživjela te su morala biti dovoljno brza da se adaptiraju kako bi ostala kompetitivna na tržištu punom promjena. Sektori poslovanja koji su bili najviše pogođeni su oni sektori koje se oslanjaju na putovanja, ugostiteljske usluge na jednoj lokaciji, i ostali sektori kojima je primarna djelatnost direktno povezana s bliskim kontaktom s kupcima. Unutar proizvodnih poduzeća je došlo do velikih problema s opskrbom sirovina i radnicima koji bi završili u samoizolaciji. Potrebne promjene u poslovanju koje su nametnute vladinim regulativama su se također pokazale izazovne za neka poduzeća.

Kako bi se ipak nastavilo uspješno raditi vlada je donijela set mjera koje su pomogle poduzećima da zadrže radnike te da mogu nastaviti poslovati u otežanim uvjetima. Glavni načini „borbe“ poduzeća s korona krizom su prelazak na rad od kuće i otvaranje internet trgovina. Radom od kuće je uvelike smanjio rizik od zaraze s COVID-19 virusom, a produktivnost je ostala jednaka ili je i rasla. Plasiranjem proizvoda na internet tržište ostvaruju se dodatni prihodi te se također smanjuje rizik od zaraze kupaca i djelatnika u prodajnim centrima.

Tokom pandemije su najviše profitirala poduzeća poput Netflix, Pelotona i dostavne usluge poput Glova i Wolta zato što su brzom prilagodbom omogućile svojim korisnicama da nastave prakticirati svoje navike i nudili su zamjenski sadržaj onome koji je bio ograničen tokom pandemije. Povratkom u staru „normalu“ ove usluge gube dio korisnika zbog toga što se ljudi postepeno vraćaju na način života kakav je bio prije pandemije COVID-19 ali su svakako povećali svoje prihode za to vrijeme koji im omogućuju daljnje ulaganje u razvoj u post pandemijskom razdoblju.

Za kraj provedenim istraživanjem se može vidjeti da je teorijski dio o povećanju prometa u internet trgovinama vidljiv i kod nas. Studentska populacija sjeverne Hrvatske se tokom pandemije kao i u ostalim zemljama okrenula online kupovini te je više novca i potrošeno na Internet kupovinu.

Popis literature

- Business Analyst Job Outlook: Salary and Job Description.* (bez dat.). Preuzeto 03. rujan 2022., od <https://onlinebusiness.umd.edu/msba/careers/business-analyst-job-outlook/>
- COVID_arhiva.* (bez dat.). Preuzeto 31. kolovoz 2022., od https://www.porezna-uprava.hr/Stranice/COVID_arhiva.aspx
- DZS. (2022a). *IND-2022-3-1/2 Indeks obujma industrijske proizvodnje te indeksi zaliha, zaposlenih osoba i proizvodnosti rada u industriji u 2022.* | Državni zavod za statistiku. <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29284>
- DZS. (2022b, lipanj 30). *Državni zavod za statistiku - uslužne djelatnosti '19.* DZS. https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/usluzne_djelatnosti.html
- FDA.png (568×582).* (bez dat.). Preuzeto 04. rujan 2022., od <https://www.3e.pl/repository/2021/FDA.png>
- Glovo - price - share - stock-market.* (bez dat.). Preuzeto 04. rujan 2022., od <https://www.allbrands.markets/brand/price-share-stock-market-glovo-40000029165-de000a2e4k43/>
- Hrvatska gospodarska komora.* (bez dat.). Preuzeto 31. kolovoz 2022., od <https://www.hgk.hr/63-mjere-za-pomoc-gospodarstvu>
- HZJZ. (2020, veljača 25). *COVID-19 – Priopćenje prvog slučaja* | Hrvatski zavod za javno zdravstvo. HZJZ. <https://www.hzjz.hr/priopcenja-mediji/covid-19-priopcenje-prvog-slucaja/>
- HZZ. (2022a). *Ožujak 2020. - korisnici potpore Očuvanje radnih mjesta* | Hrvatski zavod za zapošljavanje. <https://mjera-zrm.hzz.hr/korisnici-potpore/ozujak-2020/>
- HZZ. (2022b, siječanj). *Hrvatski zavod za zapošljavanje - Statistika On-Line - Registrirana nezaposlenost.* A. <https://statistika.hzz.hr/Statistika.aspx?tipIzvjestaja=1>
- Jacobides, M. G., & Reeves Martin. (2020). *Adapt Your Business to the New Reality.* Harvard Business Review. <https://hbr.org/2020/09/adapt-your-business-to-the-new-reality>
- Kijko Pawel. (2019). *The Biggest Marketplaces for E-commerce by Country (or Region).* <https://heraldbee.com/the-biggest-marketplaces-for-e-commerce-by-country-or-region/>
- Lally, P., van Jaarsveld, C. H. M., Potts, H. W. W., & Wardle, J. (2010). How are habits formed: Modelling habit formation in the real world. *European Journal of Social Psychology*, 40(6), 998–1009. <https://doi.org/10.1002/EJSP.674>
- Makroekonomska kretanja i prognoze, br. 7 - HNB.* (bez dat.). Preuzeto 31. kolovoz 2022., od <https://www.hnb.hr/-/makroekonomska-kretanja-i-prognoze-br-7>
- Ministarstvo rada. (bez dat.). *Upute za poslodavce i radnike kod postupanja i provedbe mjera sigurnosti i zaštite zdravlja u okolnostima rizika od zarazne bolesti COVID-19.*
- MSROP. (2022). *Ministarstvo rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike - Koronavirus - važne informacije.* MSROP. <https://mrosp.gov.hr/pristup-informacijama-16/najcesca-pitanja-i-odgovori/rad-i-zaposljavanje/koronavirus-vazne-informacije-11648/11648>
- NFLX Netflix | Google Finance.* (bez dat.). Preuzeto 04. rujan 2022., od https://www.google.com/finance/quote/NFLX:NASDAQ?sa=X&ved=2ahUKEwi_uaD9n_v5AhXOhv0HHXF9DpQQ3ecFegQIKxAg&window=5Y
- Obrtna sredstva Mjera COVID-19 | HBOR.* (bez dat.). Preuzeto 31. kolovoz 2022., od https://www.hbor.hr/kreditni_program/obrtna-sredstva-covid-19-mjera/
- PTON Peloton Interactive Inc | Google Finance.* (bez dat.). Preuzeto 04. rujan 2022., od <https://www.google.com/finance/quote/PTON:NASDAQ?sa=X&ved=2ahUKEwiQ6qq9uvv5AhV2iv0HHYvvB-cQ3ecFegQILhAg&window=5Y>

Rogić Dumančić, L., Bogdan, Ž., & Raguž Krištić, I. (2020). *Utjecaj COVID-19 krize na Hrvatsko gospodarstvo*.

Teleparty ADD. (bez dat.). Preuzeto 04. rujan 2022., od

https://lh3.googleusercontent.com/UYeiAxcC16CqKzO33x15vXGNtF4VsfoQF7jbTK8-NzeLxwnnJ_J24rWccgCR7SRQhU55vY0DpZiCYGGZZ2Rc3xw07w=w640-h400-e365-rj-sc0x00ffffff

United Nations. (2020). *COVID-19 and E-commerce*.

Zoom Video Communications Inc | Google Finance. (bez dat.). Preuzeto 31. kolovoz 2022., od

https://www.google.com/finance/quote/ZM:NASDAQ?sa=X&ved=2ahUKEwig47vu9474AhVRk_0HHfmqDsAQ3ecFegQIGBAg

Popis slika

Slika 1. Nominalne stope promjene prometa od uslužnih djelatnosti.....	2
Slika 2. Nominalne stope promjena od uslužnih djelatnosti s najvećim padom prometa kalendarski prilagođene, usporedba s istim mjesecom 2019.	4
Slika 3. Indeksi obujma industrijske proizvodnje RH '17-'22	5
Slika 4. Indeksi obujma prerađivačke industrije RH '17-'22.....	6
Slika 5. Kretanje vrijednosti dionica Zoom Video Communications Inc	8
Slika 6. Grafički prikaz rezultata provedenog istraživanja po geografskoj lokaciji.....	11
Slika 7. Graf s prikazom promjena po obrazovanju i starosti	12
Slika 8. tablica broja nezaposlenih u RH po godinama	14
Slika 9. tablica broja nezaposlenih po zanimanju u RH	14
Slika 10. Promjene u navikama kupaca	16
Slika 11. Logotipi dostavnih poduzeća.....	18
Slika 12. Kretanje vrijednosti dionica Glova	19
Slika 13. Oglas za Teleparty.....	20
Slika 14. Kretanje vrijednosti dionica Netflix-a	21
Slika 15. Kretanje vrijednosti dionica Peloton-a	22
Slika 16. Grafički prikaz prvog dijela ankete	23
Slika 17. Prikaz promjene učestalosti internet kupovine tokom pandemije.....	24
Slika 18. Prikaz promjene potrošnje na internet trgovinama tokom pandemije	24
Slika 19. Kategorije artikala koje se kupuju putem internet trgovina.....	25
Slika 20. Grafički prikaz preferencija dostave kupljenih proizvoda	25
Slika 21. Prosjeci rangiranja važnih atributa pri kupnji preko interneta.....	26

Prilog 1

1. Pitanja postavljena na polustrukturiranom intervju:

1. Koji problem bi naveli kao najveći tokom korona krize
2. Kako ste se nosili s nametnutim regulativama
3. Koliki učinak na efektivnost je imao prelazak na rad od kuće dijela zaposlenika
4. Kako ste osigurali dovoljan broj radnika unutar pogona
5. Kako ste osigurali dovoljan broj sirovina

2. Pitanja postavljena unutar ankete:

1. Spol
2. Godina studija
3. Smještaj tokom studija
4. Radi li osoba povremeno
5. Promjene u učestalosti online kupovine tokom pandemije
6. Promjene u potrošnji na online kupovinu tokom pandemije
7. Skupine artikala koje kupuju u Internet trgovinama
8. Preferirani način dostave
9. Rangiranje atributa po važnosti (cijena, kvaliteta, recenzije, vrijeme dostave, zemlja podrijetla)