

Utjecaj pandemije Covid-19 na trgovinske tijekove

Sečen, Patrik

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:631438>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-05-24**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Patrik Sečen

UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19 NA TRGOVINSKE TIJEKOVE

ZAVRŠNI RAD

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet - Zagreb

Mentor: izv. prof. dr. sc. Sanja Franc

JMBAG: 0067589183

Zagreb, lipanj 2023

SADRŽAJ

| | | |
|------|-------------------------------------------------------|----|
| 1. | UVOD | 1 |
| 1.1. | Svrha i cilj rada | 1 |
| 1.2. | Dispozicija rada | 1 |
| 1.3. | Izvori podataka i literatura | 2 |
| 2. | POVEZANOST PANDEMIJE COVID-19 I GOSPODARSTVA | 3 |
| 2.1. | Pojava virusa i globalne promjene | 3 |
| 2.2. | Utjecaj pandemije na gospodarske sektore | 5 |
| 2.3. | Programi ekonomskog oporavka | 6 |
| 3. | PROMJENA U POTROŠAČKIM NAVIKAMA UZROKOVANA PANDEMIJOM | 10 |
| 3.1. | Kupovne navike potrošača prije pojave pandemije | 10 |
| 3.2. | Kupovne navike potrošača nakon pojave pandemije | 11 |
| 3.3. | Digitalizacija i <i>online</i> kupovina | 12 |
| 3.4. | Uočene promjene u poslovanju poduzeća | 14 |
| 4. | GLOBALNA TRGOVINSKA RAZMJENA | 17 |
| 4.1. | Pregled trgovinske razmjene prije pandemije | 17 |
| 4.2. | Pregled trgovinske razmjene nakon pandemije | 21 |
| 4.3. | Budućnost i perspektive trgovinskih tijekova | 26 |
| 5. | ZAKLJUČAK | 29 |
| | LITERATURA | 31 |
| | POPIS SLIKA | 34 |
| | POPIS GRAFIKONA | 34 |

PATRIK SEČEN
Ime i prezime studenta/ice

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je ZAVRŠNI RAD
(vrsta rada)
isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student/ica:

U Zagrebu, 26.6.2023.

Sečen Patrik
(potpis)

1. UVOD

1.1. Svrha i cilj rada

Svrha i cilj ovog rada je analizirati utjecaj pandemije COVID-19 na poslovanje poduzeća i na trgovinsku razmjenu u svijetu. Pandemija je pospješila internetsko poslovanje te primjenu sve veće digitalizacije u poslovanju poduzeća. Svaki poduzetnik je trebao prihvatiti nastale promjene u okruženju te primijeniti novu tehnologiju i nov koncept poslovanja.

Pandemija COVID-19 imala je dalekosežne ekonomske posljedice izvan širenja same bolesti i karantene. Kako se virus proširio širom svijeta, zabrinutost se preusmjerila s proizvodnih problema na pitanje opskrbe i na smanjeno poslovanje u uslužnom sektoru.

Pandemija je prouzročila najveću globalnu recesiju u povijesti. Brza primjena tehnologije je rezultat digitalizacije. Na poslovnom planu došlo je do sve veće digitalizacije poslovanja poduzeća što je uzrokovalo brzu primjenu novih tehnoloških alata. Mnoge trgovine započele su s e-trgovinom što im je omogućilo preživljavanje. suočavale su se s jedinstvenim izazovima u borbi za opstanak, a vidjevši da fizički ne mogu prodavati svoje proizvode i usluge, okrenuli su se poslovanjem putem interneta.

1.2. Dispozicija rada

Rad se sastoji od 5 poglavlja. U uvodnom dijelu se daje podloga za daljnju izradu rada. Drugo poglavlje se bavi problematikom COVID-19, odnosno njegove pojave i utjecaja te programe oporavka.

Treće poglavlje definira promjene u potrošačkim navikama kod potrošača. Uspoređuje se prethodno razdoblje prije pojave i nakon pojave pandemije te trend sve veće digitalizacije u poslovanju.

Četvrto poglavlje obrađuje problematiku trgovinske razmjene u svijetu. Pregledava se stanje prije i nakon pandemije te se navode mjere oporavka kao i budućnost svjetske trgovine. Posljednje poglavlje je zaključak

1.3. Izvori podataka i literatura

U radu će se koristiti primarni i sekundarni izvori podataka, a prilikom izrade rada koristit će se sljedeće metode:

- Metoda sinteze
- Metoda komparacije
- Metoda dedukcije
- Metoda intervjuiranja
- Metoda kompilacije
- Metoda analize,
- Statistička metoda.

2. POVEZANOST PANDEMIJE COVID-19 I GOSPODARSTVA

2.1. Pojava virusa i globalne promjene

Globalna tržišta dionica pala su 24. veljače 2020. godine zbog rasta zaraze korona virusom izvan Kine. Do 28. veljače 2020. na svjetskim su burzama zabilježeni najveći jednotjedni padovi od financijske krize 2008. Globalna tržišta dionica srušila su se u ožujku 2020. godine, s padom od nekoliko posto u glavnim svjetskim indeksima.¹

Očekuje se da će nestašica opskrbe utjecati na brojne sektore zbog panične kupnje, povećane upotrebe robe za borbu protiv pandemije i poremećaja u tvornicama i logistici u kontinentalnoj Kini.

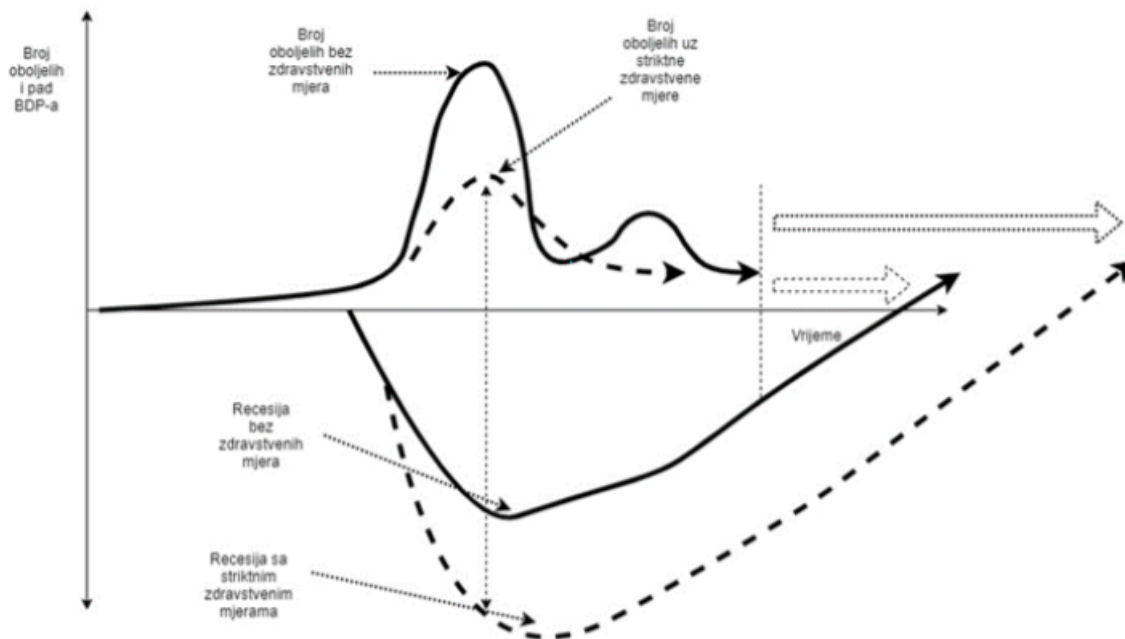
Ova kriza će predstavljati značajan test za ekonomsku znanost i struku zbog svoje jedinstvene prirode, uzroka i dubokih posljedica. Ekonomisti su često percipirani kao skloni čvrstim uvjerenjima i često se drže starih ideja, čak i kada empirijski dokazi jasno ukazuju na njihovu nevaljanost i neprikladnost.² U središtu trenutnog oporavka i usporavanja, globalni ekonomski sustav suočava se s visokom razinom neizvjesnosti. Kada je riječ o ekonomskim prognozama i stavovima stručnjaka s makroekonomskog stajališta, primjećuje se značajan nedostatak suglasnosti u pogledu ukupnog obujma oporavka, dugoročnih učinaka i projekcija budućeg oporavka. Stoga treba biti oprezan pri procjeni rizika i planiranju za nepredviđene okolnosti, budući da postoji znatno raslojavanje mišljenja i stavova među stručnjacima.

Prvi slučaj zaraze koronavirusom u Republici Hrvatskoj zabilježen je 25. veljače u Zagrebu, kada je pacijent koji je nedavno bio u Italiji testiran pozitivno. Istog dana je potvrđen još jedan slučaj zaraze. Tijekom ožujka 2020. godine, bilježen je porast broja slučajeva u različitim hrvatskim gradovima. Prvi oporavak je zabilježen 12. ožujka, dok je prva smrt od virusa potvrđena 18. ožujka.

¹ Dostupno na: <https://vlada.gov.hr/news/set-of-measures-adopted-to-prop-up-economy-during-covid-19-epidemic/290247>,

² Čavrak, V. (2020.) Makroekonomija krize COVID19 i kako pristupiti njenom rješavanju, Sveučilište u Zagrebu, znanstveni članak, str. 1

Slika 1. Prikaz teorijske krivulje recesije i pandemije



Izvor: Čavrak, V. (2020.) Makroekonomija krize COVID19 i kako pristupiti njenom rješavanju, Sveučilište u Zagrebu, znanstveni članak, str. 7.

Povećana zabrinutost zbog koronavirusa započela je nakon što se brzo širio u Kini, a njegovi učinci postali su vidljivi na globalnoj razini. U Hrvatskoj je izražena zabrinutost zbog mogućnosti širenja virusa, posebno zbog broja kineskih radnika koji su bili angažirani na izgradnji Pelješkog mosta. S obzirom na tu situaciju, neke institucije u Hrvatskoj su preventivno reagirale kako bi se nosile s potencijalnom prijetnjom.

Hrvatski sabor potaknut problemom oko COVID-19 virusa, 31. siječnja 2020. potvrdio je Vilija Beroša za novog ministra zdravlja. Ministarstvo je najavilo formiranje Nacionalnog kriznog stožera za pandemiju koronavirusa.³ Hrvatski zavod za javno zdravstvo uveo je posebne mjere zdravstvene inspekcije za osobe koje dolaze iz Kine ili su nedavno bile u Kini.

³ Tatić, I. (2020.), *What is Croatia Doing to Prevent the Spreading of the New Coronavirus?* Retrieved from Dostupno na: <https://www.total-croatia-news.com/lifestyle/41056-coronavirus-croatia>

Kako bi se suočila s posljedicama pandemije koronavirusa, Vlada je predložila kratkoročne ekonomske mjere s namjerom pomoći tvrtkama koje se bore s negativnim utjecajem. Te mjere uključuju odgodu plaćanja poreza i zajmova za tvrtke koje su u poteškoćama, a trajat će najmanje tri mjeseca. S druge strane, zbog ubrzanog rasta inflacije, Državni inspektorat najavio je provedbu inspekcija cijena, koje će započeti 17. ožujka, uz mogućnost izricanja novčanih kazni od 3.000 do 15.000 kuna.⁴

2.2. Utjecaj pandemije na gospodarske sektore

Pandemija Covid-19 donijela je najveći i najizraženiji pad gospodarske aktivnosti u mirnodopskom razdoblju moderne povijesti. Utjecaj pandemije nije bio jednak u svim sektorima gospodarstva. Sektori s visokom razinom fizičkog kontakta, poput turizma, pretrpjeli su izrazito negativne posljedice. S druge strane, sektori koji se bave nekontaktnim aktivnostima, kao što su informacijska i komunikacijska tehnologija (IKT) ili pružanje usluga, relativno su manje pogođeni i nisu doživjeli tako dramatičan pad.

Nacionalne politike i politike Europske unije i dalje će igrati ključnu ulogu u suzbijanju gospodarskih posljedica pandemije, poticanju oporavka i oblikovanju budućeg gospodarskog rasta. Dosadašnji politički odgovori pružili su važnu podršku tvrtkama i radnicima koji su se suočili s teškoćama. Međutim, sam obim i trajanje šoka uzrokovanog pandemijom vjerojatno će rezultirati propadanjem poslovanja i smanjenjem zaposlenosti u pogođenim sektorima u budućnosti, što će dovesti do redistribucije resursa unutar tih sektora, ali vjerojatno i između sektora.

Kriza je dodatno pojačala postojeće trendove poput digitalizacije, promjena u globalnim lancima vrijednosti i zelene tranzicije. Međutim, neki sektori su u boljem položaju da iskoriste ove trendove u odnosu na druge sektore. Za uspješno provođenje ovih procesa bit će potrebne odgovarajuće politike. Brža digitalna tranzicija može stvoriti nove izazove u politici, kao što je veća koncentracija tržišne moći u određenim sektorima ili nesklad na tržištu rada. Digitalne tehnologije, koje karakteriziraju niski troškovi reprodukcije i snažni mrežni učinci,

⁴ Vlada (online). Dostupno na: <https://vlada.gov.hr/>

mogu rezultirati situacijom u kojoj pobjednici preuzimaju većinu, što može utjecati na razinu konkurencije. Na primjer, u sektoru maloprodaje očekuje se da će sposobnost ulaganja u digitalne alate povećati tržišnu moć velikih maloprodajnih poduzeća.⁵

Istovremeno, sve veća prihvaćenost tehnologije, automatizacije i rada na daljinu može dalje iskriviti potražnju na tržištu rada u korist visoko kvalificiranih i visoko plaćenih poslova, što može rezultirati manjim brojem radnih mjesta u niže kvalificiranim sektorima i neujednačenijom raspodjelom plaća, posebno u sektoru usluga.

Pandemija koronavirusa koja je započela 2020. godine zahvatila je sve sektore gospodarstva, od kinodvorana i salona za nokte do skladišta i pogona za preradu mesa. Mnoge tvrtke su se suočile s prekidom lanaca opskrbe, padom potražnje za njihovim proizvodima i uslugama, nestašicom zaliha i ulaznih resursa te prisilnim zatvaranjem koje je naložila vlada. Kako je naveden, turizam je najviše oštećen od posljedica pandemije. Turizam je prije pandemije u svjetskoj ekonomiji predstavljao oko 10% globalnog BDP-a sa više od 320 milijuna poslova na globalnoj razini. U 1950. godini je 25 milijuna ljudi putovalo, a do 2019. je taj broj dosegnuo 1,5 milijardu. Za vrijeme globalne pandemije, 100 milijuna poslova je bio pod rizikom. Turizam se počeo oporavljati tek 2023. godine.⁶

Iako je sektor medicine imao financijske koristi od pandemije više nego bilo koji drugi sektor (uz IT koji omogućava komunikaciju na daljinu bez fizičkog kontakta), na području medicine je ipak najviše došlo do nedostatka određenih proizvoda na tržištu zbog velike potražnje tako da je COVID-19 pandemija značajno utjecala na dostupnost medicinskih proizvoda.

Pandemija COVID-19 izazvala je povećanu potrebu za intervencijom vlade, budući da građani i poduzeća traže pomoć, smjernice i informacije od svojih predstavnika. Kako bi vlade i javne institucije učinkovito djelovale u suzbijanju ekonomskih posljedica pandemije, moraju prvo procijeniti situaciju i razumjeti opseg poteškoća kako bi utvrdili područja koja zahtijevaju

⁵ Vlada (online). Dostupno na: <https://vlada.gov.hr/>

⁶ Finance&development (2023) *Tourism-dependent economies are among those harmed the most by the pandemic*. Dostupno na: <https://www.imf.org/en/Publications/fandd/issues/2020/12/impact-of-the-pandemic-on-tourism-behsudi>

podršku.

2.3. Programi ekonomskog oporavka

Pandemija COVID-19 izazvala je ekonomsku recesiju koja je pogodila svjetsko gospodarstvo tijekom 2020. godine. To je rezultiralo najvećim padom globalnih tržišta dionica od 1987. godine. U prvom tromjesečju 2020., gospodarstva zemalja članica G20 doživjela su pad od 3,4% u usporedbi s prethodnom godinom.⁷

Zemlje, gradovi i drugi kolektivi s mehanizmima upravljanja širom svijeta najavili su razvoj i provedbu programa gospodarskog oporavka. Mnoge su zemlje nastavile pružati potporu poduzećima usred novog vala virusa i obnovljenih ograničenja, dok su kalibrirali svoje odgovore na gospodarsku situaciju koja se razvija. Globalna fiskalna potpora dosegla je gotovo 14 milijardi dolara do kraja prosinca 2020., što je za oko 2,2 milijardi dolara više od listopada 2020. Sastoji se od 7,8 milijardi dolara dodatne potrošnje ili (u manjoj mjeri) mjera za odustajanje od prihoda i 6 milijardi dolara u jamstvima, zajmovima, i injekcije kapitala.⁸ Navedena je potpora varirala od zemlje do zemlje ovisno o učinku šokova povezanih s pandemijom i sposobnosti vlada da se zadužuju.⁹

Nasuprot tome, potpora na tržištima u nastajanju i zemljama u razvoju bila je unaprijed pretpostavljena, a veliki dio mjera je već istekao. Uz gospodarsku kontrakciju koja je rezultirala manjim приходima, takva potpora dovela je do porasta javnog duga i deficita. Prosječni javni dug diljem svijeta približio se 98 posto BDP-a na kraju 2020., u usporedbi s 84 posto predviđenih prije pandemije za isti datum.¹⁰

⁷ Izvor: COVID-19 coronavirus pandemic. consilium.europa.eu

⁸ Crowe (Online) What is the future for international trade. Dostupno na: <https://www.crowe.com/uk/insights/what-is-the-future-for-international-trade>

⁹ Crowe (Online) Ibidem

¹⁰ Crowe (Online) Ibidem.

Razvijena gospodarstva zabilježila su najveća povećanja fiskalnih deficita i duga, što odražava veću potrošnju i pad prihoda. Na tržištima u nastajanju rast deficita uvelike je proizašao iz smanjenih poreznih primitaka zbog gospodarske recesije. U zemljama s niskim dohotkom, odgovor fiskalne politike bio je ograničen zbog ograničenja financiranja i manje razvijenih socijalnih programa. Stoga pandemija može ostaviti trajne posljedice, uključujući veće siromaštvo i pothranjenost, u tim zemljama.¹¹

EU programi gospodarskog oporavka uključuju EU program „*Next generation*“. *Next generation* na razini EU su najveći paketi poticaja u povijesti. Dugoročni proračun EU-a i inicijativa *Next Generation* EU su privremeni instrument za poticanje oporavka, najveći paket ikada financiran u Europi. Za obnovu Europe nakon COVID-a 19 izdvojeno je 2,018 milijardi eura. Sredstva se koriste za svladavanje izazova s kojima se Europa suočava i za potporu onima kojima je to potrebno.¹²

Prema procjenama Svjetske banke od 9. travnja, očekivalo se da će hrvatski BDP smanjiti za 6,2% i da će stopa nezaposlenosti porasti za 9%. Međunarodni monetarni fond je bio još pesimističniji, predviđajući veliki pad BDP-a od 9% do kraja 2020. godine. Međutim, obje su institucije predviđale oporavak u 2021. godini. Svjetska banka je predviđala rast BDP-a od 6,2%, dok je Međunarodni monetarni fond predviđao rast od 4,6%.¹³ Kako bi ublažila ekonomske posljedice pandemije, Vlada Republike Hrvatske predložila je drugi set ekonomskih mjera. Neto minimalna plaća povećana je s 3.250 HRK na 4.000 HRK, a Vlada je preuzela plaćanje doprinosa za naknade na minimalnu plaću do iznosa od 1.460 HRK. Tvrtke koje su pretrpjele gubitke ili su bile ozbiljno pogođene pandemijom bile su oslobođene ili djelomično oslobođene plaćanja poreza na dobit, poreza na dohodak i doprinosa.

Prema izjavi Ekonomskog instituta Republike Hrvatske od 19. travnja, očekivalo se da će javni dug Hrvatske porasti na 90% BDP-a u "najpovoljnijem" scenariju, pod uvjetom da kriza završi u

¹¹ Crowe (Online) Ibidem.

¹² Europa (online) Najveći paket poticaja u povijesti,. Dostupno na:https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/recovery-plan-europe_hr

¹³ Worldbank(Online). Dostupno na:www.worldbank.org

sljedeća tri mjeseca. Europska komisija je 6. svibnja predvidjela pad hrvatskog BDP-a do kraja godine od 9,1%, s daljnjim padom od 7,5% sljedeće godine. U srpnju su iznijeli još pesimističniju prognozu, predviđajući smanjenje od 10,8%, ali nisu mijenjali svoje procjene oporavka za sljedeću godinu.¹⁴

Prema podacima evisitor.hr, u prvih deset dana ožujka 2020. dolasci su se smanjili za 30%, što je nezabilježeni pad u novijoj hrvatskoj povijesti. Gradski muzej Split 14. ožujka ograničio je svoju djelatnost i zatvorio podrumne Dioklecijanove palače i galerije Emanuel Vidović za posjetitelje. U tjednu od 16. do 22. ožujka hoteli i restorani u zemlji zabilježili su pad prihoda od 78% u odnosu na prethodni tjedan. Grad Zagreb prijavio je u veljači 6% manje dolazaka nego u istom razdoblju prethodne godine. Učinak je bio vidljiv iz kontrasta sa siječnjem, koji je zabilježio rast od 10% u odnosu na isto razdoblje prethodne godine.¹⁵

Hrvatska turistička zajednica je 13. svibnja 2020. godine zabilježila pad turista za 99% u travnju u odnosu na isti mjesec prethodne godine. Hrvatska je općenito otvorila granice za turiste u svibnju 2020. godine, a ljetna turistička sezona zabilježila je otprilike dvije trećine boravka u odnosu na prethodnu godinu. |

Prvi set mjera je horizontalne prirode i odnosi se na ona poduzeća koja su već osjetila posljedice epidemije. Mjere se odnose na odgodu javnih doprinosa, posebno na odgodu plaćanja poreza na dohodak i dobit i doprinosa na plaće za razdoblje od tri mjeseca i eventualno dodatna tri mjeseca počeka ako je potrebno, a nakon toga te isplate mogu se izvršiti rate do 24 mjeseca.

Skup mjera za financijsku likvidnost uključuje tromjesečni moratorij na obveze prema Hrvatskoj banci za obnovu i razvoj i poslovnim bankama, kao i odobravanje zajmova za novčani tijek radi isplate plaća, dobavljača i reprograma ostale obveze. Vlada Republike Hrvatske je najavila beskamratne zajmove za općine, gradove i županije, Hrvatski zavod za zdravstveno osiguranje (HZZO) i Hrvatski zavod za mirovinsko osiguranje (HZMO), jednake

¹⁴ Vlada (online). Dostupno na: <https://vlada.gov.hr/>

¹⁵ Vlada (online). Dostupno na: <https://vlada.gov.hr/>

iznosu poreza na dohodak, prireza i doprinosa koji su odgođeni ili za koja su obročna plaćanja odobrena.

Hrvatska posjeduje vrlo visoke devizne rezerve i da je likvidnost sustava više nego dovoljna za osiguravanje novčanog tijeka za poduzeća.¹⁶ Uvodeći mjere središnje banke namijenjene ublažavanju ekonomskih posljedica krize izazvane izbijanjem COVID-19, očekuje se naglo, ali kratko smanjenje ekonomske aktivnosti, ponajprije kao rezultat napora da se suzbije širenje koronavirusa.

3. PROMJENA U POTROŠAČKIM NAVIKAMA UZROKOVANA PANDEMIJOM

3.1. Kupovne navike potrošača prije pojave pandemije

Ponašanje potrošača je predvidivo te postoje učinkoviti modeli predviđanja ponašanja kupaca, a baziraju se na ponašanju u prošlosti. Iako je potrošnja uobičajena, ona je također kontekstualna. Kontekst je bitan i postoje 4 konteksta za upravljanje potrošačkih navika. Prva promjena se odnosi na društveni kontekst, koji obuhvaća životne događaje poput braka, rađanja djece i selidbe iz jednog mjesta u drugo. Društveni kontekst uključuje radno mjesto, zajednicu, susjede i prijatelje. Druga promjena je tehnološki kontekst. S pojavom revolucionarnih tehnologija, dolazi do poremećaja starih navika. Nekoliko najznačajnijih tehnoloških otkrića u posljednjim godinama su pametni telefoni, internet i e-trgovina. Internet pretraživanje i online naručivanje imaju dramatičan utjecaj na način na koji kupujemo potrošačke proizvode i usluge.

Treći kontekst koji utječe na potrošačke navike su pravila i propisi koji se posebno odnose na javne i zajedničke prostore, kao i dekonsumaciju nezdravih proizvoda. Na primjer, konzumacija pušenja, alkohola i vatrenog oružja regulirana je potrošnja prema lokaciji. Naravno, javna politika također može potaknuti potrošnju društveno dobrih proizvoda i usluga

¹⁶ Vlada (online). Dostupno na: <https://vlada.gov.hr/>

kao što su solarna energija, električni automobili, te usluge obveznog auto i kućnog osiguranja i cjepiva za djecu.

Četvrti i manje predvidljivi kontekst su *ad hoc* prirodne katastrofe kao što su potresi, uragani i globalne pandemije, uključujući pandemiju Covid-19. Slično, postoje regionalni sukobi, građanski ratovi kao i globalni ratovi poput Drugog svjetskog rata, Hladnog rata i Velike depresije kasnih dvadesetih i Velike recesije 2008.-2009. Svi su oni značajno poremetili kako potrošnju, tako i proizvodnju i lanac opskrbe.¹⁷

Potrošači tokom pandemije bili zabrinuti zbog utjecaja COVID-19, kako iz zdravstvene, tako i iz ekonomske perspektive. Reagirali su na različite razne načine i imali različite stavove, ponašanja i kupovne navike. Ljudi širom svijeta su se bojali prilagoditi novoj stvarnosti. Strah je rastao kada su pojedinci razmišljali o tome što COVID-19 kriza znači za njih, ali što je još važnije, što znači za njihove obitelji i prijatelje i društvo u cjelini.¹⁸

Potrošači na krizu reagiraju na razne načine. Neki se osjećaju zabrinuto, što primjerice potiče paničnu kupnju higijenskih proizvoda. S druge krajnosti, neki potrošači ostaju ravnodušni prema pandemiji i nastavljaju svoje poslovanje kao i obično, usprkos preporukama vlade i zdravstvenih institucija. Tvrtke će morat razumjeti kako njihovi potrošači reagiraju i za svakoga razviti prilagođene i personalizirane marketinške strategije. Prošli su dani jednoznačnog marketinga.

3.2. Kupovne navike potrošača nakon pojave pandemije

Zašto, što i kako kupci kupuju promijenilo se zbog izbijanja COVID-19. Potrošački prioriteti usredotočeni su na najosnovnije potrebe, čime se potražnja za higijenom, sredstvima za čišćenje i spajalicama povećava, dok nevažne kategorije padaju. Čimbenici koji utječu na odluke o brendu također se mijenjaju kako trend "kupuj lokalno" dobiva sve važniji status na tržištu. Digitalna trgovina također je zabilježila poticaj jer novi potrošači migriraju putem

¹⁷ Peachey, K (2020) More than half of all payments made by card even before coronavirus., London, str. 9-12

¹⁸ Foust, F. (2020.), *World View delays plans and furloughs staff because of pandemic*. Dostupno na: <https://spacenews.com/world-view-delays-plans-and-furloughs-staff-because-of-pandemic/>

interneta radi kupovine namirnica - porast koji će se vjerojatno održati i nakon pandemije.¹⁹

Uz zatvaranje i socijalno distanciranje, potrošači imaju ograničen izbor mjesta za kupnju. To je rezultiralo ograničenjem lokacija i nedostatkom dostupnih lokacija. Rad, školovanje i kupovina lokalizirali kod kuće. Istodobno, postoji veća vremenska fleksibilnost jer potrošači ne moraju slijediti planirane rasporede za odlazak na posao ili u školu ili u kupovinu ili za konzumiranje.

Tijekom pandemije potrošači su se dramatično okrenuli prema mrežnim kanalima. Tokom COVID-19 krize su potrošači vrlo brzo prihvatili interakciju putem digitalnih kanala, a poduzeća su vrlo brzo ponudila digitalne kanale za prodaju. Stope prihvaćanja digitalnih kanala su bile mnogo brže nego ikada prije, a najviše u Aziji koja je poznata po digitalizaciji. Drugim riječima, puno brže su potrošači prihvatili digitalne kanale nego što je to bilo prije pandemije. Danas su ljudi tri puta otvoreniji prema digitalnim kanalima nego prije krize i te je danas iz perspektive poduzeća barem 80% interakcije s kupcima digitalne prirode.²⁰

Primjetan je sedmogodišnji porast u prosjeku stope kojom tvrtke razvijaju proizvode i usluge. Poduzeća su tijekom krize preusmjerile svoju ponudu putem online trgovine. Brzina kojom su njihove tvrtke reagirale na niz promjena povezanih s COVID-19, nevjerojatno velika, čak veća nego što je bilo uvođenje digitalnih rješenja tokom cijelog poslovanja. Promjene su se događale 20 do 25 puta brže nego što se očekivalo u to vrijeme. U slučaju rada na daljinu, poduzeća su usvajala nova rješenja čak 40 puta brže nego što su mislili da je moguće prije pandemije.²¹

Seth, J. (2020) je napravio istraživanje za oko 12 potencijalnih promjena u organizacijama i industrijama. Jedno od pitanja u anketi koju je proveo bilo je koliko je vremena trebalo poduzećima da ponude digitalna rješenja, i koliko je to bilo brzo prije krize? Za mnoge od ovih

¹⁹ Peachey, K (2020) More than half of all payments made by card even before coronavirus. London, str. 9-12

²⁰ Miele F., Tirabeni L. (2020) Digital technologies and power dynamics in the organization: A conceptual review of remote working and wearable technologies at work. *Sociology Compass*. str. 6-14

²¹ Sheth, J. (2020). *Impact of Covid-19 on Consumer Behavior: Will the Old Habits Return or Die?* *Journal of Business Research*, 117, pp. 280-283. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/341903732_Impact_of_Covid-19_on_Consumer_Behavior_Will_the_Old_Habits_Return_or_Die

promjena tvrtke su djelovale 20 do 25 puta brže nego što se očekivalo. U slučaju rada na daljinu, ispitanici zapravo kažu da su se njihove tvrtke kretale 40 puta brže nego što su mislile da je moguće prije pandemije. Prije toga, ispitanici kažu da bi trebalo više od godinu dana da se primijeni razina rada na daljinu koji se odvijao tijekom krize.²²

3.3. Digitalizacija i online kupovina

Kada je riječ o digitalizaciji poslovanja može se reći da je pandemija bila čimbenik ubrzanja postojećeg globalnog trenda prihvaćanja modernih tehnologija u nastajanju koje uvode transformacije u načinu života, obrascima rada i poslovnim strategijama. Stoga se COVID-19 razvio u svojevrsni „katalizator“ za usvajanje i sve veću upotrebu digitalizacije u organizaciji rada i ureda, uz predstavljanje predviđenih i nepredviđenih prilika, izazova i troškova.

Digitalizacija barem dijela organizacijskog i poslovnog modela sve je sve prisutnija i tvrtke mogu ostvariti povećanje učinkovitosti. Rani napredak bili su osnovni automatizirani sustavi za upravljanje dokumentima, koji su mnogim organizacijama i pojedincima utrli put za traženje i pronalaženje dokumenata s većom brzinom i većom preciznošću, eliminirajući tako razne napore zadatke povezane s pronalaženjem dokumenata²³ Poduzeća su dobila nove mogućnosti za digitalizaciju jer su se smanjili troškovi komunikacije, pohrane informacija i računala ili uređaja, dok su se sposobnosti potonjih eksponencijalno povećale.

Osim uštede troškova, digitalizacija također ima potencijal smanjiti ljudske pogreške povezane s višestrukim administrativnim i ručnim rutinama i zadacima. Potaknute tehnološkim poboljšanjima, sada postoje prilike da organizacije imaju „urede bez papira“, ali i da postanu organizacije bez papira kao sredstvo za uštedu troškova i smanjenje glomaznih procesa koji često guše inovacijske aktivnosti.

²² Sheth, J. (2020). Ibidem.

²³ Björkdahl J. (2021) Strategies for digitalization in manufacturing firms. California Management Review. str. 17-36

Međutim, mogućnosti koje organizacijama nude digitalne tehnologije da ponovno osmisle svoje poslovne modele smanjene su otežavajućim silama kao što su organizacijska nefleksibilnost, digitalni jaz i neravnomjerni učinci na dobrobit zaposlenika.²⁴

Ključne sile koje vode ka digitalizaciji uključuju dostupnost digitalnih tehnologija prilagođenih korisniku, nižu cijenu pohrane digitalnih podataka i potencijalno povećanje učinkovitosti koje bi moglo doći s tim, kao i uštede i učinkovitije korištenje vremena i potencijalno fleksibilnost koje dolaze s domaćim radom; ove prednosti mogu se samo pojačati u petlji pozitivne povratne informacije.

3.4. Uočene promjene u poslovanju poduzeća

Nakon pojave pandemije i implementacije digitalnih rješenja kao odgovora, došlo je do promjena u ponašanju i navikama i potrošača i poduzeća. Poduzeća i škole podjednako su počele tražiti načine da nastave svoje poslovanje na daljinu, zahvaljujući internetu. Okrenuli su se raznim platformama za suradnju i kapacitetima za video konferencije kako bi ostali angažirani sa svojim kolegama, klijentima i studentima dok rade iz kućnih ureda.

Čak i prije pojave pandemije, tehnologija je postajala sve važniji aspekt radne snage. Poduzeća su prepoznavala tehnologiju kao korisno sredstvo za interakciju s kupcima te za ostvarivanje fleksibilnosti na radnom mjestu, uvođenje automatizacije i ubrzanje procesa. Međutim, širenje koronavirusa i mjere socijalnog distanciranja naglo su ubrzali ova usvajanja. To je prisililo poduzeća da traže kreativna digitalna rješenja kako bi mogla kontinuirano poslovati na daljinu i pružati usluge svojim klijentima.

Ova promjena prema digitalnom poslovanju također je utjecala na zaposlenike u poduzećima. Nedostatak mogućnosti fizičkog okupljanja prisilio je mnoge organizacije da pronađu nove načine komunikacije, suradnje i završavanja projekata dok su radili na udaljenim lokacijama. Istovremeno, korisnici su izrazili interes za uslugama koje zahtijevaju minimalni ili nimalo

²⁴ Miele F., Tirabeni L. (2020) Digital technologies and power dynamics in the organization: A conceptual review of remote working and wearable technologies at work. *Sociology Compass*. str. 6-14

fizički kontakt, potičući daljinske operacije ili barem smanjene interakcije sa strane usmjerene prema klijentima.

Navedeno pomaže u pokretanju transformacije koja ima pozitivan učinak na poduzeća u svim sektorima. Istraživanje kako su te promjene utjecale na poduzeća može pomoći ljudima da shvate kako organizacije mogu prihvatiti svoju digitalnu transformaciju i koji će dijelovi tih promjena vjerojatno trajati.

Brza digitalizacija se dogodila kao rezultat potrebe za društvenim distanciranjem izazvanim pandemijom COVID-19. Poduzeća su se morala prilagoditi novim uvjetima poslovanja i pronaći inovativna rješenja za pružanje usluga putem interneta. U vrlo kratkom vremenskom razdoblju, zaposlenici su morali organizirati svoje kućne urede i uspostaviti komunikaciju na daljinu.

Institucije su primijetile ubrzani prihvata digitalnih tehnologija, i to s napretkom od pet godina u odnosu na uobičajeni tempo. Pandemija je prisilila institucije da provedu digitalnu transformaciju svojih poslovnih praksi u roku od osam tjedana.²⁵ Na primjer, supermarketi su morali radikalno promijeniti svoj model poslovanja, prelazeći s prodaje u fizičkim trgovinama na internetske trgovine s uslugom dostave. To je dovelo do povećane popularnosti postojećih internetskih trgovina koje nude namirnice, posebno tijekom razdoblja karantene. Potrošači nisu mogli posjetiti trgovine zbog ograničenja zatvaranja zemlje ili straha od zaraze.²⁶

Brzi val digitalizacije nije se odnosio samo na privatne tvrtke. Gotovo svi sektori morali su se prebaciti na rad na daljinu kako bi mogli slijediti svoje rasporede prije pandemije. Škole su možda bile zatvorene, ali su učenici i dalje imali nastavu prema istom rasporedu putem interneta.

²⁵ Sheth, J. (2020). Impact of Covid-19 on Consumer Behavior: Will the Old Habits Return or Die? *Journal of Business Research*, 117, pp.280–283.

²⁶ Iivari, N., Sharma, S. and Ventä-Olkkonen, L. (2020). Digital transformation of everyday life – How COVID-19 pandemic transformed the basic education of the young generation and why information management research should care? *International Journal of Information Management*, str. 40

Prije pandemije, digitalizacija maloprodaje već je bila u tijeku. Potrošači sve više preferiraju maloprodajne trgovine s internetskom trgovinom radi lakšeg pristupa informacijama o proizvodima poput dostupnosti i cijena. Digitalna prisutnost omogućuje trgovinama da dosegnu širu publiku i ostvare prodaju putem interneta. Pandemija je ubrzala taj trend i istaknula važnost digitalnih rješenja za maloprodaju.²⁷

Pandemija COVID-19 donijela je promjene u onome što se kupuje, kako se kupuje i kako se to plaća. COVID-19 je najviše utjecala na: metode kupnje, plaćanja s odgodom, kupovnu aktivnost građana na području kupovine nekretnina i automobila, te na poslovanje fizičkih trgovina i pojačanu aktivnost e-trgovine. Prema istraživanju internetskog posrednika za nekretnine Redfin, oko 63% kupaca dalo je ponudu za stan koji nikada nisu posjetili. U studenom 2019. to je učinilo samo 32%.²⁸

Online trgovina naglo se povećala u pandemiji. Prema istraživanju Rakutena, aplikacije koja nudi povrat novca uz digitalne kupnje, 66% potrošača povećalo je svoju internetsku potrošnju tijekom pandemije, a prosječna vrijednost narudžbe porasla je 20% na 40%.²⁹

Mladi ljudi su počeli kupovati online iz praktičnih razloga, ali su nastavili to činiti zbog užitka. Prema istraživanju Raydiant's Izvješća o stanju ponašanja potrošača za 2021., samo 46% ispitanika izjavilo je da radije kupuje osobno umjesto putem interneta, što je smanjenje od 9% u odnosu na prethodno izvješće za 2020. godinu.³⁰

²⁷ Matić, T. (2008). Osnove prava elektroničke trgovine, Zagreb: M.E.P. Consult, str. 56

²⁸ Redfin News, 63% of Homebuyers Made an Offer Sight Unseen, Shattering Previous Record. Dostupno na: <https://www.redfin.com/news/remote-homebuying-surges-to-new-high/>

²⁹ Mediapost (online) 64% of all major streaming titles in 2022 were scripted, study finds. Dostupno na: <https://www.mediapost.com/>

³⁰ State of Consumer Behavior 2022. Dostupno na: <https://www.raydiant.com/blog/state-of-consumer-behavior-2022>

4. GLOBALNA TRGOVINSKA RAZMJENA

4.1. Pregled trgovinske razmjene prije pandemije

Međunarodna razmjena potiče brži ekonomski razvoj jer omogućuje bolje iskorištavanje domaćih resursa, primjenu napredne tehnologije i razvoj novih znanja i organizacijskih metoda. Ovaj proces povećava životni standard i produktivnost, što rezultira ekonomskim napretkom.³¹

Ključne stavke trgovinske razmjene:³²

- Vanjska trgovina je razmjena dobara i usluga između zemalja.
- Trgovanje na globalnoj razini daje potrošačima i zemljama mogućnost da budu izloženi robama i uslugama koje nisu dostupne u njihovim zemljama ili su skuplje u zemlji.
- Važnost međunarodne trgovine rano su prepoznali politički ekonomisti poput Adama Smitha i Davida Ricarda.
- Ipak, neki tvrde da vanjska trgovina zapravo može biti loša za manje nacije, dovodeći ih u veći nepovoljni položaj na svjetskoj sceni.
- Vanjska trgovina bila je ključna za uspon globalne ekonomije. U globalnoj ekonomiji, ponuda i potražnja - a time i cijene - utječu i na njih utječu globalni događaji.

Proizvod koji se prodaje na svjetskom tržištu predstavlja izvoz, a proizvod koji se kupuje s globalnog tržišta je uvoz. Uvoz i izvoz evidentirani su u odjeljku tekućih računa u platnoj bilanci zemlje. To omogućava nekim zemljama da to isto proizvode učinkovitije - drugim riječima, brže i po nižim troškovima. Stoga, ako zemlja nije u mogućnosti učinkovito proizvesti određeni proizvod, može ga nabaviti putem međunarodne trgovine s drugom zemljom koja je specijalizirana za tu vrstu proizvoda. Specijalizacija u međunarodnoj trgovini omogućuje zemljama da prodaju svoje proizvode po nižoj cijeni od drugih zemalja.³³

³¹ Lazibat, T. i Kolaković, M. (2004.) Međunarodno poslovanje u uvjetima globalizacije: vanjska razmjena i međunarodno tržište. Zagreb., str. 3

³² Čečuk A. (2002.) Financijska globalizacija, Graf form, Split, str. 40-56

³³ Andrijanić I., Pavlović D. (2016) Međunarodno poslovanje, Libertas – Plejada, Zagreb, str. 45

Uz unutarnje čimbenike, na ekonomski razvoj zemlje snažno utječu i čimbenici iz međunarodnog gospodarskog okruženja. Vanjski čimbenici snažnije utječu na otvoreno gospodarstvo u smjeru strukturne prilagodbe općim trendovima svjetske ekonomije. Kao što su promjene u relativnim odnosima razvoja, u svjetskoj trgovini, stupnju zaduženosti i međunarodnim tokovima kapitala.³⁴

Vanjska trgovina povećava proizvodnju i životni standard. Međunarodni tokovi financija, inputa, outputa, ljudi itd. omogućiti izvozno-uvozne aktivnosti koje poboljšavaju svjetsku ekonomiju.³⁵ Vanjska tržišta podrazumijevaju određeni tečaj, a budući da sve države manje-više imaju vlastitu valutu, tada je protok robe, usluga i ostalog popraćen odgovarajućim tečajem. Inače nema međunarodne trgovine.

Gospodarstva koja sudjeluju u međunarodnim tokovima temeljenim na izvozu i uvozu i veličini BDP-a koja se povećava kroz međunarodnu trgovinu, postižu značajnu stopu gospodarskog rasta, dok ekonomije s manje otvorenom bilježe stagnaciju ili pad BDP-a, a time i životnog standarda. Uz to, vanjska trgovina kompenzira raznolikost proizvodnih uvjeta, opadanje proizvodnih troškova, sposobnost zadovoljavanja potreba na višoj razini, posebno kada se radi o različitim ukusima.³⁶

Međunarodna trgovina je općepriznata kao pokretač globalnog rasta od Drugog svjetskog rata. Trgovina robom i uslugama povećava konkurenciju, nudeći potrošačima veći izbor dobara i niže cijene. Za tvrtke povećava veličinu potencijalnih tržišta. Veća konkurencija zahtijeva od poduzeća ulaganja i inovacije kako bi poboljšala kvalitetu i učinkovitost svog proizvodnog procesa. U konačnici, to povećava produktivnost, dugoročni pokretač gospodarskog rasta. Povećana globalizacija dovela je do širenja dobiti od trgovine, što je dovelo do ubrzanja globalnog rasta.

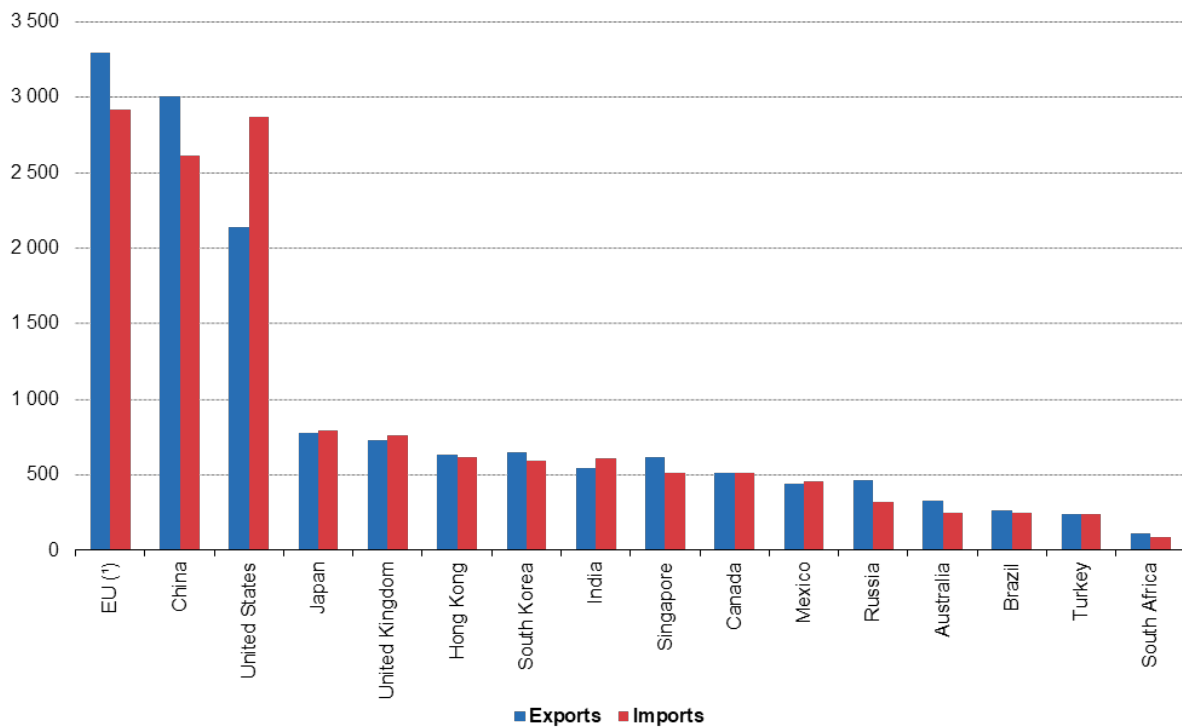
Sljedeći grafikon 1. prikazuje vrijednost izvoza u udjelu BDP-a u periodu 2021. godini.

³⁴ Čečuk A. (2002.) Ibidem.

³⁵ Jovančević, R. (2005.) Ekonomski učinci globalizacije i Europska unija. Zagreb., str. 45

³⁶ Čečuk A. (2002.) Ibidem.

Grafikon 1. Vrijednost uvoza i izvoza u 2021. godini



Izvor: Europa (2022) World trade in goods and services – an overview, Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=World_trade_in_goods_and_services_-_an_overview&oldid=553988

Na temelju grafikona 1. se vidi da u promatranom razdoblju Europska Unija, Kina i SAD imaju najveću vrijednost. EU i Kina imaju iste odnose uvoza i izvoza, odnosno izvoz im je podjednako veći od uvoza, iako EU izvozi odnosno uvozi robe i usluge većih vrijednosti. SAD ima uvoz gotovo jednak vrijednosti izvoza Kine. SAD za razliku od EU i Kine ima veći uvoz nego izvoz. Druge zemlje koje su na svjetskoj razini također jake u međunarodnoj trgovini, a koje imaju podjednake vrijednosti uvoza i izvoza su: Japan, UK, Hong Kong, Koreja, India, Singapur, Kanada, Meksiko, Rusija, Australija, Brazil, Turska, i Južna Afrika. Od navedenih Kanada ima identičnu vrijednost uvoza i izvoza.

Sljedeći grafikon 2. prikazuje kretanje BDP-a prije, tokom i nakon COVID-19 krize.

Grafikon 2. Svjetska trgovinska razmjena i rast BDP-a (2015.-2021.)



Izvor: World trade and economic growth (2023) Dostupno na: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/wtsr_2022_c3_e.pdf

Grafikon pokazuje kretanje razmjene i BDP-a prije pandemije, te potom od 2019. do 2021. period tokom i nakon pandemije. Teško se može odrediti trenutak prestanka COVID-19 krize jer njene posljedice još uvijek traju. Zanimljivo je primijetiti da je trgovinska razmjena u 2019. značajno pala, ali je BDP imao znatno manji pad. Pad robne razmjene u 2019., je za sobom povukao BDP u negativno područje u 2020. godini, a dodatno je pala i razmjena. Smatra se da je nagli porast u 2021. godini uslijedio zbog zadržavanja potrošnje krajem 2019. i 2020. godine što se naziva odgođenom potrošnjom.

U 2013. godini je Kina postala najveći svjetski izvoznik, sa uvozom i izvozom od 4,159 milijardi dolara. SAD je druga najveća zemlja, sa uvozom i izvozom od 3,909 milijardi u 2013, a Njemačka je na trećem mjestu. Japan je na četvrtom mjestu, sa 1,548 milijardi dolara u 2013. Od navedenih Kina i Njemačka ima višak, i to Kina višak od 259 milijardi dolara (2,8% BDP-a), a Njemačka 264 milijardi (7,3% BDP-a).

U drugom dijelu 20. stoljeća čimbenici kao što su tehnološki razvoj, smanjene trgovinske barijere i članstvo Kine u Svjetskoj trgovinskoj organizaciji potaknuli su stvaranje složenih lanaca opskrbe koji su doveli do višestrukog križanja granica po komponentama i brzog rasta globalne trgovine. Povećana fragmentacija proizvodnog procesa diljem svijeta išla je ruku pod ruku sa smanjenjem troškova prijevoza i ublažavanjem trgovinskih barijera. Čini se da su ti trendovi izgubili zamah ili su se čak preokrenuli od ranih 2000-ih. Od 2011. rast svjetske trgovine značajno se usporio na 3% dok je rast globalnog BDP-a neznatno usporen u odnosu na prije globalne financijske krize na 2,9%. Ključna strukturna prepreka svjetskoj trgovini bile su promjene u globalnoj mreži opskrbnog lanca i erozija multilateralnog trgovinskog sustava.³⁷

Najštetniji nedavni trgovinski spor bio je, naravno, između SAD-a i Kine. Čak i uz potpisan trgovinski sporazum "prve faze"; trgovinski rat je ostavio bilateralne carine vrlo visokim. Prosječna američka carina na kineski uvoz i dalje je 19,3% – preko sedam puta više od prosječne stope u 2017. Svaki krug povećanja nameta na kineski uvoz imao je izravan negativan utjecaj na potražnju za tom robom. Ukupno gledano na godišnjoj razini, ukupni američki uvoz iz Kine stalno se smanjuje od početka 2019. Izgledi daljnjeg oštrog povećanja carina i drugih ograničenja mogli su dodatno obeshrabriti bilateralnu trgovinu.³⁸ Povrh svega, nametanje trgovinskih carina od strane SAD-a Meksiku i Europi pridonijelo je usporavanju globalne trgovine robom sa rasta od 6,5% u 2017. na samo 0,3% u 2019. godini.

4.2. Pregled trgovinske razmjene nakon pandemije

Pandemija COVID-19 imala je razorne zdravstvene i ekonomske posljedice, uz neviđene poremećaje u životima ljudi, globalnom gospodarstvu i svjetskoj trgovini. Jedno od najučinkovitijih sredstava za rješavanje ove krize su pravovremene i točne informacije. Informirana javnost je u boljoj poziciji da donosi razumne odluke, uključujući pitanja vezana za trgovinu.

³⁷ Arriola, C., P. Kowalski i F. van Tongeren (2021) The impact of COVID-19 on directions and structure of international trade, OECD Trade Policy Papers, No. 252, OECD Publishing, Paris, str. 18

³⁸ Arriola, C., P. Kowalski i F. van Tongeren (2021) The impact of COVID-19 on directions and structure of international trade, OECD Trade Policy Papers, No. 252, OECD Publishing, Paris, str. 14

Godina 2020. obilježena je najvećim smanjenjem trgovine i obujma proizvodnje od Drugog svjetskog rata. Pad koji se dogodio u industrijskog proizvodnji i robnoj razmjeni u prvoj polovici 2020. godine, a koji je uzrokovan pandemijom je bio gotovo jednak kao i pad vezan uz svjetsku financijski krizu (GFC). Ipak, pad uzrokovan pandemijom se brzo oporavio, što je omogućilo oporavak u obliku slova V, 2020. Trgovina je nastavila snažno rasti u 2021. i nadoknadila je neke, ali ne sve, akumulirane gubitke od pada viđenog ranije.³⁹

Početna očekivanja iz doba pandemije o dvoznamenkastom padu svjetske trgovine robom u 2020. nisu se ostvarila. Opseg globalne trgovine oporavio se na razinu prije pandemije izuzetno brzim tempom od sredine 2020. Međutim, relativno pozitivna izvedba agregatne trgovine skriva značajne razlike među proizvodima, gospodarskim sektorima i trgovinskim odnosima. Trgovinski kolaps s početka 2020. nije pogodio sve proizvode u istoj mjeri, a ni rastuća plima nije jednako podigla sve dijelove globalnog trgovinskog sustava.

Trgovački učinci na određene proizvode, usluge i trgovinske partnere pokazuju raznoliku sliku koja stvara pritisak na određene sektore i opskrbe lance, s većim utjecajem nego za vrijeme globalne financijske krize (GFC). Tijekom 2020. godine, trgovina uslugama je doživjela veći pad i oporavak se odvija sporijim tempom u usporedbi s trgovinom robom. Očekivano je da je trgovina putovanjima i turističkim uslugama dramatično opala, dok je trgovina digitalno dostavljenim uslugama, kao što su telekomunikacijske usluge i informacijska tehnologija, procvjetala.

Ukupno gledano, vrijednost izvoza usluga u zemljama OECD-a pala je u 2020. za -16,7%, dvostruko više od vrijednosti izvoza robe, koji je pao za -8,2%.⁴⁰ To je također bio jedan od čimbenika koji podupiru razmjerno velike prilagodbe proizvodnje u odnosu na one u trgovini, budući da usluge imaju veći udio u gospodarstvu od njihove težine u međunarodnoj trgovini.⁴¹

³⁹ Hayakawa, K., Mukunoki, H. (2022) Impacts of COVID-19 on international trade: evidence from the first shock *Journal of the Japanese and International Economies*, 60, str. 20

⁴⁰ Hayakawa, K., Mukunoki, H. (2022) Impacts of COVID-19 on international trade: evidence from the first shock *Journal of the Japanese and International Economies*, 60, str. 23

⁴¹ Hayakawa, K., Mukunoki, H. (2022) Impacts of COVID-19 on international trade: evidence from the first shock *Journal of the Japanese and International Economies*, 60, str. 23

Trgovina različitim vrstama roba i usluga doživjela je značajne promjene, pri čemu je došlo do naglog pada u nekim sektorima, dok je u drugima zabilježen značajan rast. Struktura proizvoda u trgovini robom prošla je značajne promjene: opala je trgovina određenim proizvodima poput goriva, zrakoplova, automobila, mehaničkih strojeva i čelika, dok je porasla trgovina drugim proizvodima kao što su zaštitna oprema i farmaceutski proizvodi, hrana i proizvodi za "kućno gniježđenje" poput kućanskih aparata i elektronike.

Analiza podataka pokazuje da varijacije u trgovinskim utjecajima za različite kategorije proizvoda u 2020. nisu bile samo veće nego tijekom GFC-a, već i veće nego bilo koje druge godine u posljednja dva desetljeća. Promjene u strukturi trgovine uzrokovane pandemijom COVID-19 u jednoj godini bile su sličnog razmjera kao i promjene koje se inače obično vide tijekom 4-5 godina.⁴²

Neki međunarodni lanci opskrbe bili su pod pritiskom u prvim mjesecima pandemije zbog iznimne potražnje (npr. za osobnu zaštitnu opremu), ali podaci također pokazuju da su neki veliki opskrbeni lanci ostali otporni i bili ključni u oporavku gospodarstva krajem 2020. Trgovina dijelovima i komponentama koji se koriste za proizvodnju osobnih motornih automobila, na primjer, smanjivala se brže i brže se oporavila od trgovine gotovim osobnim motornim automobilima, što sugerira da je 2020. potražnja za motornim automobilima pala, dok je proizvodnja i ponuda planeri lanca stalno su nadopunjavali komponente nadajući se da će se potražnja uskoro vratiti.

U 2021. obujam i stope rasta svjetske trgovine (na godišnjoj razini) dosegnule su povijesne maksimume u svibnju i lipnju. To je djelomično odraz ozbiljno poremećene trgovine u prvoj polovici 2020. (što je dovelo do niske baze), u kombinaciji s učinkom oslobađanja nagomilane potražnje od 2020., kao i pomaka potražnje s usluga na robu, te opuštanja zaostataka u međunarodnim lancima opskrbe. Potražnja se ponovno povećala posebno za nekvarljivu robu, gdje proizvodnja i isporuka mogu kasniti u vremenu, kao što su poluvodiči, plastika, namještaj i bicikli.

⁴² Kiyota, K. (2022) The COVID-19 pandemic and the world trade network, Journal of Asian Economics Volume 78, str. 32

U mnogim zemljama, nakon razdoblja privremenog *lockdowna* krajem 2020., početak 2021. ponovno je obilježio val karantena i ograničenja, koji su utjecali na potražnju, ponudu i međunarodnu trgovinu. Oporavak tijekom prve polovice 2021. i dalje je bio neujednačen među zemljama i njegov se tempo nastavio razvijati tijekom vremena. Rast kineske trgovine, posebice izvoza, bio je znatno brži od rasta u drugim velikim gospodarstvima u drugoj polovici 2020. i početkom 2021.

Pomorska plovidba je središnja za trgovinu robom. Ilustrativno, više od 85% uvoza EU-a iz Kine, uključujući proizvode od željeza i čelika, namještaj i posteljinu, igračke, igre i sportsku opremu, putuje morem. Nadalje, čak i za robu poput elektroničkih i optičkih proizvoda, koja se ponekad šalje zračnim putem, udio pomorskog prometa prelazi 40%.⁴³

Globalni kontejnerski prijevoz, koji je u središtu globalnih lanaca opskrbe, nakon pada nastavio se oporavljati i krajem 2020. i 2021. Ipak, cijene rasutih tereta i kontejnerske vozarine rastu od sredine 2020., a do sredine 2021. dosegle su najviše razine od GFC-a. Rekordno visoke vozarine pridonijele su rekordnim prihodima i zaradama brodarskih tvrtki. Kontejnerske vozarine bile su u posebno velikom porastu tijekom 2021., ali krajem godine termenske cijene niže su od promptnih cijena, što ukazuje da pritisci popuštaju. Industrija povećava kapacitet plovila, a u srednjem roku očekuje se da će se blokade u važnim morskim lukama ublažiti.⁴⁴

Međunarodna trgovina u 2021. naglo se oporavila od pada u 2020. Unatoč impresivnim stopama rasta svjetskih trgovinskih tokova, akumulirani gubici još nisu nadoknađeni do kraja 2021. Trgovinski učinci na određene robe, usluge i trgovinske partnere vrlo su raznoliki i stvaraju pritiske na određene sektore i lance opskrbe. Značajne neravnoteže među trgovinskim partnerima i proizvodima ostale su na kraju 2021., ponajviše povećani suficit u trgovini robom u Aziji i rastući trgovinski deficit u Sjedinjenim Državama, kao i u Africi.⁴⁵

⁴³ Marc, E., Bacchetta, M., Bekkers, E., Piermartini R., Rubinova, S., Stolzenburg V., & Xu, A. (2021) COVID-19 and global value chains: a discussion of arguments on value chain organization and the role of the WTO, Staff Working Paper ERSD-2021-3, Economic Research and Statistics Division, World Trade Organization, str. 56

⁴⁴ Marc, E. i sur. (2021) Ibidem.

⁴⁵ Kiyota, K. (2022) The COVID-19 pandemic and the world trade network, Journal of Asian Economics Volume 78, str. 40

Iako je još uvijek nepoznato koje će strukturne promjene uočene 2020. i 2021. biti samo kratkotrajne, čini se da neke sugeriraju dugoročne pomake ili će rezultirati dugoročnim prilagodbama.

Može se očekivati da će veliki poticaj digitalizaciji koji se materijalizirao i u poslovnoj sferi i u osobnom životu imati trajne utjecaje na sastav potražnje za proizvodima i uslugama i način na koji se njima trguje na međunarodnoj razini.

Kineski izvoz u travnju i svibnju 2020. godine već se vratio blizu razinama prije nego što je virus pogodio, a južnokorejski izvoz u srpnju je 10% ispod razine prije pandemije i dosegnuo je najnižu razinu od -23% u odnosu na početak godine u svibnju. To ukazuje na nagli skok potražnje za finalnom robom široke potrošnje. U kombinaciji s prekidom prekida opskrbnog lanca, globalna trgovina u početku bi se trebala naglo oporaviti prije nego što se uspori sa širim globalnim gospodarstvom.⁴⁶

Dok se kao posljedica globalnih kriza može očekivati usporavanje robne razmjene, ograničenje u međunarodnom kretanju ljudi je jedinstveno, s tim da je pandemija uzrokovala najveći pad sektora putovanja i turizma usred od Drugog svjetskog rata. Jedna od ranih mjera suzbijanja korištenih za kontrolu izbijanja COVID-19 bila su ograničenja međunarodnih putovanja. One su imale značajan utjecaj na putovanja s dnevnim obujmom letova u travnju 80% manjim nego u siječnju 2020.⁴⁷

Obično se potražnja za putovanjima brzo oporavlja nakon pada, a unatoč ozbiljnosti ove trenutne krize, može se očekivati da će se u narednim godinama konačno oporaviti na razine prije pandemije. Dok će ekonomski čimbenici i ovaj put igrati ulogu u oporavku, bit će važniji drugi čimbenici poput brzine ukidanja ograničenja putovanja i brzine kojom su ljudi spremni nastaviti putovanja u inozemstvo.

⁴⁶ Arriola, C. (2020) Efficiency and risks in global value chains in the context of COVID-19, Research article, str. 8

⁴⁷ Arriola, C. (2020) Ibidem.

Trgovina uslugama je u doba COVID-19 pandemije pala daleko oštrije nego u normalnom globalnom recesijskom okruženju. Vjerojatno će ograničenja putovanja još neko vrijeme biti životna činjenica, opterećujući globalnu turističku aktivnost, dok bi preostalo socijalno distanciranje također moglo biti problem za neke sektore. Prije nego što je pandemija COVID-19 izazvala nagli i oštar pad globalne aktivnosti, svjetska trgovina već je bila u stalnom strukturnom usporavanju. Između 1992. i 2007. rast svjetske trgovine u prosjeku je iznosio 7,7% godišnje, što je otprilike dvostruko više od prosječnog rasta globalnog BDP-a od 3,4%.⁴⁸

4.3. Budućnost i perspektive trgovinskih tijekova

Pandemija COVID-19 dovela je globalno gospodarstvo u najdublju recesiju u posljednjih nekoliko desetljeća. U nastojanju da obuzdaju i spriječe širenje bolesti, vlade diljem svijeta uvele su ograničenja kretanja. Zatvaranje granica i djelomična ili potpuna zatvaranja fizičkih poslovnica i ureda postali su nova normala u mnogim dijelovima svijeta. Pandemija i povezana ograničenja izazvali su poremećaje u globalnoj trgovini, lancima opskrbe i tržišta rada; utjecalo je na potrošnju i investicije; i usporila se gospodarsku aktivnost u cijelom svijetu.

Od proljeća 2021. ukupni obujam globalne trgovine se vratio na razine prije pandemije, ali njegov sastav izgleda drugačije. Prema Konferenciji UN-a o trgovini i razvoju (UNCTAD), globalna trgovina počela se oporavljati u trećem tromjesečju 2020. i nastavila se do kraja godine. Trgovina robom je prednjačila, oporavljajući se mnogo brže od usluga. Roba poput kućnog ureda i komunikacijske opreme pokazala je izvanredno dobre rezultate u odnosu na prošlu godinu.⁴⁹

Trgovina uslugama, koja je bila ograničena zbog pandemije više od drugih oblika trgovine, te smanjenje putovanja potrošača, pokazali su dno u drugom tromjesečju 2020. i sporo se oporavljaju. Putovanja i turizam su razumljivo najugroženiji sektor usluga.

⁴⁸ Arriola, C. (2020) Ibidem.

⁴⁹ Kiyota, K. (2022) The COVID-19 pandemic and the world trade network, Journal of Asian Economics Volume 78, str. 45

Iz globalne perspektive, ova kriza će i dalje pokazivati svoje efekte dugo nakon što se virus obuzda. Svakim danom se sve više dobiva uvid u to kako je virus utjecao na globalnu ekonomiju. Iako je prerano za razumijevanje cjelovite slike, za sada se može vidjeti da rast ima dvostruku gornju granicu: suzbijanje virusa i pristup cjepivu.

Veliki problem koji je proizašao iz pandemije i koji ne pokazuje znakove popuštanja je neravnoteža u obujmu međunarodne trgovine. Neke prijevozne rute se također napuštaju jer prijevoznici žele koristiti rute koje omogućuju brže okretanje kontejnera, s naglaskom na dostavu u luke gdje se kopneni dio putovanja može brzo pokriti vlakom ili iskrcati u lukama umjesto da se moraju prevoziti na velike udaljenosti cestama. To, zajedno s troškovima određenih sirovina i smanjenom potražnjom, značajno povećava cijenu tereta i proizvoda, a cijene kontejnera se u nekim slučajevima utrostručuju.

Upravljanje obrtnim kapitalom i dalje je problem u svim poduzećima, posebno plaćanja od kupaca i upravljanje zalihama u međunarodnim lancima opskrbe. Tvrtke pokušavaju držati efikasnije upravljati nabavom proizvoda roba i usluga kako bi u budućnosti bili otporniji na krizu, te bolje upravljati financijskim sredstvima koja su vezana na zalihama, a potrebna su im za plaćanje dobavljačima i zaposlenicima.⁵⁰

Praktična pitanja vezana uz suočavanje s trgovinskim okruženjem nakon karantene u različitim zemljama, razumijevanje prekograničnih pravila, pritisak na marže, manjak kontejnera i vozača, sve su to problemi s kojima se suočavaju međunarodne tvrtke. Naravno, jedan od najvećih izazova za britanska poduzeća bilo je suočavanje s Brexitom, posebno iz perspektive PDV-a i carine. Ove su promjene značajne i uvode 'poslovni' rizik za organizacije početkom 2021., smanjujući utjecaj na marže i osiguravajući da mogu nastaviti trgovati s kupcima i dobavljačima.

⁵⁰ Marc, E., Bacchetta, M., Bekkers, E., Piermartini R., Rubinova, S., Stolzenburg V., & Xu, A. (2021) COVID-19 and global value chains: a discussion of arguments on value chain organization and the role of the WTO, Staff Working Paper ERSD-2021-3, Economic Research and Statistics Division, World Trade Organization, str. 59

Pitanja kao što su zapošljavanje iz inozemstva i rješavanje karantene također su pitanja koja i dalje koče određene industrije, uključujući proizvođače hrane. Utjecaj promjena carina, i što je još važnije, birokracija te ruska agresija na Ukrajinu, također teško međunarodna poduzeća. Kratkoročno do srednjoročno, postojat će kontinuirani poremećaji u pogledu lanaca opskrbe, a također i transportnih veza, a to je uzrokovano mjerama blokade, što bi moglo utjecati na opskrbu robom. Komponente koje se ne isporučuju iz Kine i Azije mogle bi rezultirati problemima u opskrbnim lancima i proizvodnim procesima povećavajući i troškove i vrijeme isporuke..⁵¹

Kako bi se riješili spomenuti problemi, tehnologija će se morati kontinuirano nadzirati i poboljšavati kako bi se osiguralo da tvrtke imaju 'najbolje u svojoj vrsti' kako bi im se omogućilo da iskoriste prilike kako se gospodarstvo počne oporavljati, a također će pružiti zaštitu ako se virus promijeni ili se pojave novi virusi. što rezultira budućim pandemijama. Različiti oblici komunikacije kao što su videokonferencije i dalje će dominirati, jer su mnogi vidjeli prednosti u odnosu na sastanke licem u lice, na primjer kroz vrijeme uštedeno neputovanjem.

Novca će biti sve manje u optjecaju kako se vladini paketi potpore povlače i počnu otplate kredita, a povećanje poreza će to vjerojatno pogoršati. Kako bi pokrenula rast, poduzećima su potrebne vlade širom svijeta kako bi promovirale globalnu trgovinu i poduzele korake za održavanje trgovine smanjenjem birokracije, posebno u vezi s carinama, carinama i graničnim kontrolama..⁵²

Poslovne sustave i procese je potrebno stalno poboljšavati i nadograđivati kako bi se nosili sa sve većom birokracijom, raznolikijim lancima opskrbe i moraju biti prilagodljiviji u kratkom roku kako bi se nosili s kratkoročnim i srednjoročnim poremećajima..⁵³

⁵¹ Kiyota, K. (2022) The COVID-19 pandemic and the world trade network, Journal of Asian Economics Volume 78, str. 49

⁵² Kiyota, K. (2022) Ibidem.

⁵³ Kiyota, K. (2022) Ibidem.

Sporazumi o slobodnoj trgovini igrat će ključnu ulogu u svakom oporavku i kako će taj razvoj imati veliki utjecaj na poslovni uspjeh. Došlo je do povećanog pritiska prema "zelenom gospodarstvu", koje bi trebalo potaknuti trgovinu. Prekogranične usluge također rastu, a WTO predviđa da će "izvoz" usluga nadmašiti tradicionalni izvoz u sljedećem desetljeću.

5. ZAKLJUČAK

Kroz ovaj rad se obrađuje problematika utjecaja COVID-19 pandemije na međunarodno poslovanje, odnosno na promjene u svjetskoj trgovini. COVID-19 virus te pandemija koju je prouzrokovao je uzrokovala globalnu recesiju. Kako bi spriječile širenje pandemije Covid-19, zemlje diljem svijeta poduzele su niz restriktivnih mjera koje su negativno utjecale na međunarodnu trgovinu robom.

Pandemija je utjecala na mnoga poduzeća koja su imala „fizičke“ trgovine kao kanale prodaje te je dovela do ubrzanja digitalizacije njihovog poslovanja, odnosno prelaska na *online* način. U ovom radu je fokus na promjenama kod potrošača, odnosno njihovim kupovnim navikama prije i nakon dolaska pandemije.

Međunarodna trgovina pala je 2020., ali se naglo oporavila 2021. Dok su ukupni trgovinski tokovi sada udobno iznad razina prije pandemije, trgovinski učinci na određenu robu, usluge i trgovinske partnere vrlo su raznoliki, stvarajući pritiske na određene sektore i lance opskrbe.

Promjene u strukturi trgovine uzrokovane pandemijom COVID-19 u jednoj godini bile su sličnog razmjera kao promjene koje se inače obično vide tijekom 4-5 godina. Značajne neravnoteže među trgovinskim partnerima i proizvodima ostale su na kraju 2021., a nisu nadoknađeni svi akumulirani gubici iz ranijih strmih padova. Heterogenost trgovinskih učinaka i promjena u trgovinskim tokovima po proizvodima, izvorima i odredištima označava visoku nesigurnost i troškove prilagodbe, te podrazumijeva dodatne poticaje za potrošače, tvrtke i vlade da usvoje nove ili da intenziviraju postojeće strategije za smanjenje rizika.

U veljači 2020. godine je zabilježen globalni pad tržišta dionica zbog porasta slučajeva COVID-a 19 izvan Kine, te je zbog porasta slučajeva uslijedio niz reakcija koje su potom utjecale na brojne sektore. U sklopu programa ekonomskog oporavka Europska unija je imala program *Next generation*, koji je najveći paket poticaja u povijesti. Izdvojeno je 2,018 milijardi eura za svladavanje najvećih izazova. Tokom kritičnog perioda je došlo i do promjena u potrošačkim

navikama te u navikama poduzeća. Potrošači su se dramatično pomaknuli prema mrežnim kanalima, a poduzeća su se okrenula interakciji s kupcima putem digitalnih kanala. Nakon završetka pandemije se vidjela šira slika koju je pandemija imala na globalnu trgovinsku razmjenu. Godina 2020. je zabilježena kao godina s najvećim smanjenjem trgovine i obujma proizvodnje od Drugog svjetskog rata. Nakon tog perioda se trgovina počela oporavljati, ali nije nadoknadila sve negativne posljedice odnosno gubitke koji su nastali uslijed pandemije. Ipak, 2021. je na globalnoj razini dosegnuta stopa rasta svjetske trgovine koja nije zabilježena ranije u povijesti.

LITERATURA

1. AA Economy (2021) *Global trade recovery to continue in 2021 in shadow of COVID-19*. Dostupno na: <https://www.aa.com.tr/en/economy/global-trade-recovery-to-continue-in-2021-in-shadow-of-covid-19/2232091>
2. Andrijanić I., Pavlović D. (2016) *Međunarodno poslovanje*, Libertas – Plejada, Zagreb,
3. Arriola, C. (2020) *Efficiency and risks in global value chains in the context of COVID-19*, Research article. Dostupno na: https://www.oecd-ilibrary.org/economics/efficiency-and-risks-in-global-value-chains-in-the-context-of-covid-19_3e4b7ecf-en ,
4. Arriola, C., P. Kowalski i F. van Tongeren (2021) *The impact of COVID-19 on directions and structure of international trade*, OECD Trade Policy Papers, No. 252, OECD Publishing, Paris. Dostupno na: https://www.oecd-ilibrary.org/trade/the-impact-of-covid-19-on-directions-and-structure-of-international-trade_0b8eaafe-en ,
5. Björkdahl J. (2021) *Strategies for digitalization in manufacturing firms*. California Management Review. str. 17–36. Dostupno na: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0008125620920349?journalCode=cmra>
6. Crowe (Online) *What is the future for international trade*. Dostupno na: <https://www.crowe.com/uk/insights/what-is-the-future-for-international-trade>
7. Čavrak, V. (2020.) *Makroekonomija krize COVID19 i kako pristupiti njenom rješavanju*, Sveučilište u Zagrebu, znanstveni članak. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/236781>
8. Čečuk A. (2002.) *Financijska globalizacija*, Graf form, Split, str. 40-56
9. Finance&development (2023) *Tourism-dependent economies are among those harmed the most by the pandemic*. Dostupno na: <https://www.imf.org/en/Publications/fandd/issues/2020/12/impact-of-the-pandemic-on-tourism-behsudi>
10. Europa (2022) *World trade in goods and services – an overview*. Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php?title=World_trade_in_goods_and_services_-_an_overview&oldid=553988
11. Europa (online) *Najveći paket poticaja u povijesti*. Dostupno na: https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/recovery-plan-europe_hr

12. Foust, F. (2020.), *World View delays plans and furloughs staff because of pandemic*. Dostupno na: <https://spacenews.com/world-view-delays-plans-and-furloughs-staff-because-of-pandemic/>
13. Hayakawa, K., Mukunoki, H. (2022) *Impacts of COVID-19 on international trade: evidence from the first shock* *Journal of the Japanese and International Economies*, 60. Dostupno na: https://econpapers.repec.org/article/eeejjieco/v_3a60_3ay_3a2021_3ai_3ac_3as0889158321000149.htm
14. Iivari, N., Sharma, S. and Ventä-Olkkonen, L. (2020). *Digital transformation of everyday life – How COVID-19 pandemic transformed the basic education of the young generation and why information management research should care?* *International Journal of Information Management* Dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401220310264>
15. Jovančević, R. (2005) *Ekonomski učinci globalizacije i Europska unija*. Zagreb,
16. Kiyota, K. (2022) *The COVID-19 pandemic and the world trade network*, *Journal of Asian Economics* Volume 78. Dostupno na: <https://ideas.repec.org/a/eee/asieco/v78y2022ics1049007821001470.html>
17. Lazibat, T. i Kolaković, M. (2004) *Međunarodno poslovanje u uvjetima globalizacije: vanjska razmjena i međunarodno tržište*. Zagreb.
18. Marc, E., Bacchetta, M., Bekkers, E., Piermartini R., Rubinova, S., Stolzenburg V., & Xu, A. (2021) *COVID-19 and global value chains: a discussion of arguments on value chain organization and the role of the WTO*, Staff Working Paper ERSD-2021-3, Economic Research and Statistics Division, World Trade Organization, Dostupno na: https://www.wto.org/english/res_e/reser_e/ersd202103_e.htm
19. Matić Šošić, M.; Vojvodić, K. (2018). *Internetsko kupovno ponašanje generacijskih skupina u Republici Hrvatskoj*, Dubrovnik: Sveučilište u Dubrovniku.
20. Matić, T. (2008). *Osnove prava elektroničke trgovine*, Zagreb: M.E.P. Consult,
21. Miele F., Tirabeni L. (2020) *Digital technologies and power dynamics in the organization: A conceptual review of remote working and wearable technologies at work*. *Sociology Compass*. str. 6-14. Dostupno na:

https://www.researchgate.net/publication/340624048_Digital_technologies_and_power_dynamics_in_the_organization_A_conceptual_review_of_remote_working_and_wearable_technologies_at_work

22. Peachey, K (2020) *More than half of all payments made by card even before coronavirus*. Dostupno na: <https://www.bbc.com/news/business-52905265>

23. Polacco, A., Backes, K. (2018) *The Amazon Go Concept: Implications, Applications, and Sustainability*. *Journal of Business and Management*, 24 (1). Dostupno na: <http://jbm.johogo.com/pdf/volume/2401/JBM-2401-04-full.pdf>

24. Sheth, J. (2020). *Impact of Covid-19 on Consumer Behavior: Will the Old Habits Return or Die?* *Journal of Business Research*, 117, pp. 280–283. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/341903732_Impact_of_Covid-19_on_Consumer_Behavior_Will_the_Old_Habits_Return_or_Die

25. Tatić, I. (2020.), *What is Croatia Doing to Prevent the Spreading of the New Coronavirus?* Dostupno na: <https://www.total-croatia-news.com/lifestyle/41056-coronavirus-croatia>

26. Vlada RH (online). Dostupno na: <https://vlada.gov.hr/>

27. World trade and economic growth (2023). Dostupno na: https://www.wto.org/english/res_e/booksp_e/wtsr_2022_c3_e.pdf

28. Raydiant, *State of Consumer Behavior 2022*. Dostupno na: <https://www.raydiant.com/blog/state-of-consumer-behavior-2022>

29. Redfin News, *63% of Homebuyers Made an Offer Sight Unseen, Shattering Previous Record*. Dostupno na: <https://www.redfin.com/news/remote-homebuying-surges-to-new-high/>

30. Worldbank (Online) Dostupno na: www.worldbank.org

POPIS SLIKA

Slika 1. Prikaz teorijske krivulje recesije i pandemije 4

POPIS GRAFIKONA

[Grafikon 1. Vrijednost uvoza i izvoza u 2021. godini](#) 19

[Grafikon 2. Svjetska trgovinska razmjena i rast BDP-a \(2015-2021.\)](#) 20