



Šolski center za pošto, ekonomijo in telekomunikacije

Celjska ulica 16, 1000 Ljubljana

RAZISKOVALNA NALOGA

**VPLIV IN POSLEDICE COVID-19 NA POSLOVANJE  
SLOVENSКИH PODJETIJ**

(PODROČJE: EKONOMIJA)

Mentor:

Srđan VUKOVIĆ, mag. posl. ved.

Avtorica:

Lara FRANTAR

LJUBLJANA, marec 2021

## Zahvala

Posebna zahvala gre mentorju Srđanu Vukoviću. mag. posl. ved. za vodenje, za podporo, usmerjanje in pomoč pri izdelavi raziskovalne naloge.

Zahvaljujem se tudi vsem, ki so sodelovali v moji raziskavi: Jelena Frantar (Lindstrom, d.o.o. - tekstilne storitve), Janja Videc (Janja Videc – samozaposlena v kulturi, oblikovalka in Izobraževalne storitve, Janja Videc s.p.), Tina Gorenc (Hansen B, poslovno svetovanje, d.o.o.), Saša Popivoda (CAFFE POP, gostinske storitve, Saša Popivoda s.p.), Anže Frantar (Dvainštirideset, umetniško ustvarjanje, Anže Frantar s.p.), Kim Šebjan (FedEx Express kurirske storitve d.o.o.) in Rok Jelenc (JELES, proizvodnja in trgovina z lesom, d.o.o.).

## **Povzetek**

Raziskovalna naloga obravnava vpliv gospodarske krize zaradi epidemije Covid-19 na poslovanje majhnih in srednjih podjetij. Ugotavlja se gospodarsko stanje Sloveniji v epidemiji in neposredne vplive spremenjenih razmer na trgu s pomočjo analize intervjujev, ki so bili opravljeni s podjetji. Pri tem se skuša ugotoviti, kako so se podjetja odzvala na nov sistem poslovanja. Na podlagi informacij iz sedmih intervjujev in pregleda različnih spletnih virov so se potrdile oziroma ovrgle v raziskovalni nalogi postavljene hipoteze. Ugotovitve so dodatno utemeljene z javno objavljenimi informacijami, ki jih je objavil Urad RS za makroekonomske analize in razvoj (UMAR), Finančni urad RS (FURS) in poslovni register Agencije Republike Slovenije za javnopravne evidence in storitve (AJPES).

### **Ključne besede:**

gospodarstvo, epidemija, Covid-19, poslovanje, kriza.

# Kazalo

Uvod.....	7
1 Oprelitev naloge.....	8
1.1 Namen.....	8
1.2 Cilj.....	8
1.3 Hipoteze.....	9
2 Analiza stanja.....	10
2.1 Koronavirus SARS-CoV-2 in obolenje Covid-19.....	10
2.2 Obvladovanje epidemije Covid-19 v Sloveniji.....	11
2.3 Vpliv epidemije Covid-19 na gospodarstvo v Sloveniji.....	14
3 Metodologija.....	17
4 Intervjuji z vodji podjetij.....	18
4.1 Lindström d.o.o.....	18
4.2 FedEx Express d.o.o.....	20
4.3 Jeles d.o.o.....	21
4.4 CAFFE POP, Saša Popivoda s.p.....	22
4.5 Hansen B d.o.o.....	23
4.6 Janja Videc s.p.....	24
4.7 Dvainštirideset, Anže Frantar s.p.....	25
5 Preverjanje hipotez.....	28
5.1 Hipoteza 1: Mednarodna podjetja so lažje prenesla Covid-19 krizo kot manjša zasebna podjetja.....	28
5.2 Hipoteza 2: Vlada je poskrbela za vsa podjetja enakovredno, ne glede na velikost, obliko, panogo in delovanje.....	29
5.3 Hipoteza 3: Podjetja, ki delujejo preko spletnega trgovanja, niso čutila vpliva epidemije in so povečala obseg prodaje.....	30
5.4 Hipoteza 4: Podjetja so utrpela enake posledice, ne glede na industrijo ali vrsto delovanja.....	32

5.5	Hipoteza 5: Epidemija je močno vplivala na spremembo načrtov za prihodnost. ....	33
6	Zaključek.....	35
7	Literatura in viri .....	37

Priloge: 7 pisnih intervjujev.

## Kazalo slik

Slika 1: Covid-19, število okuženih in smrti po svetu od 30. 12. 2019 .....	11
Slika 2: Strateški ukrepi Vlade RS za pomoč prebivalstvu in gospodarstvu .....	13
Slika 3: BDP, 2. četrletje 2020 .....	14
Slika 4: Gospodarska klima: odstotki zaupanja in aktivnosti v dejavnostih in pri potrošnikih .....	15
Slika 5: Zimska napoved gospodarskih gibanj.....	16
Slika 6: Vpliv epidemije na različne dejavnosti/panoge .....	29
Slika 7: Pogostost spletnega nakupovanja .....	31

## Uvod

Spomladi leta 2020 se je v Evropi in tudi Sloveniji prvič pojavil virus SARS-CoV-2, ki povzroča, nalezljivo bolezen imenovano Covid-19. Večina ljudi, ki zbolijo za boleznijo Covid-19, imajo simptome prehlada in oteženega dihanja, možni pa so zapleti v respiratornem sistemu, predvsem pri starejših osebah in rizičnih skupinah. Virus se širi s kapljicami okužene osebe, ki jih izloči preko dihal z govorjenjem, kašljem, kihanjem in dihanjem.

Širjenje Covid-19 je ohromilo celotno svetovno gospodarstvo, najprej v prvem valu, med februarjem in junijem 2020, ter nato ponovno v drugem valu, ki traja že od oktobra 2020 dalje.

V Sloveniji je bil viden negativen vpliv Covid-19 na gospodarstvo, še posebej na določene panoge, ki so bile tudi najbolj na udaru vladnih ukrepov za preprečevanje širjenja epidemije. Vlada je gospodarstvu in posameznikom želela pomagati s protikoronskimi zakoni, ki so omogočali pomoč v obliki subvencij, enkratnih izplačil in olajšav.

Vpliv epidemije na poslovanje se bo čutil še nekaj let, zato me je v moji raziskovalni nalogi zanimalo, kako so se slovenska podjetja odzvala na Covid-19 epidemijo, s katerimi načini in mehanizmi so si pomagala pri vzdrževanju poslovanja ter tudi, kako je to vplivalo na njihovo poslovanje in nadaljnji razvoj.

# **1 Opredelitev naloge**

Za to temo sem se odločila zaradi trenutne epidemije ob širjenju novo nastalega virusnega obolenja Covid-19 in vpliva, ki ga je imel na gospodarstvo v Sloveniji. V raziskovalni nalogi predstavim vplive in posledice vplivov na delovanje različnih tipov podjetij v Sloveniji v in po krizi, katera podjetja so obstala, kaj je bil njihov razlog in kako so se prebijali skozi preteklo leto. Na primerih družb z omejeno odgovornostjo in samostojnih podjetnikov bom raziskala, kako točno je na njih vplivala spremenjena gospodarska situacija, kakšni so bili njihovi prihodki ter kako so izkoriščali ponujene vladne pomoči. Odgovore sem dobila s pomočjo intervjujev, ki sem jih poslala na različna slovenska podjetja. Ugotovitve sem podkrepila tudi s pomočjo podatkov iz različnih virov na spletu.

## **1.1 Namen**

Namen naloge je raziskati obseg vpliva epidemije Covid-19 na poslovanje malih in srednje velikih podjetij.

## **1.2 Cilj**

Cilj raziskovalne naloge je prispevati k boljšemu razumevanju vpliva večje gospodarske krize na poslovanje podjetij in spoznati, s katerimi posledicami se soočajo mala in srednja podjetja v Sloveniji.



### 1.3 Hipoteze

**Hipoteza 1:** Mednarodna podjetja so lažje prenesla Covid-19 krizo kot manjša zasebna podjetja.

**Hipoteza 2:** Vlada je poskrbela za vsa podjetja enakovredno, ne glede na velikost, obliko, panogo in delovanje.

**Hipoteza 3:** Podjetja, ki delujejo preko spletnega trgovanja, niso čutila vpliva epidemije in so povečala obseg prodaje.

**Hipoteza 4:** Podjetja so utrpela enake posledice, ne glede na industrijo ali vrsto delovanja.

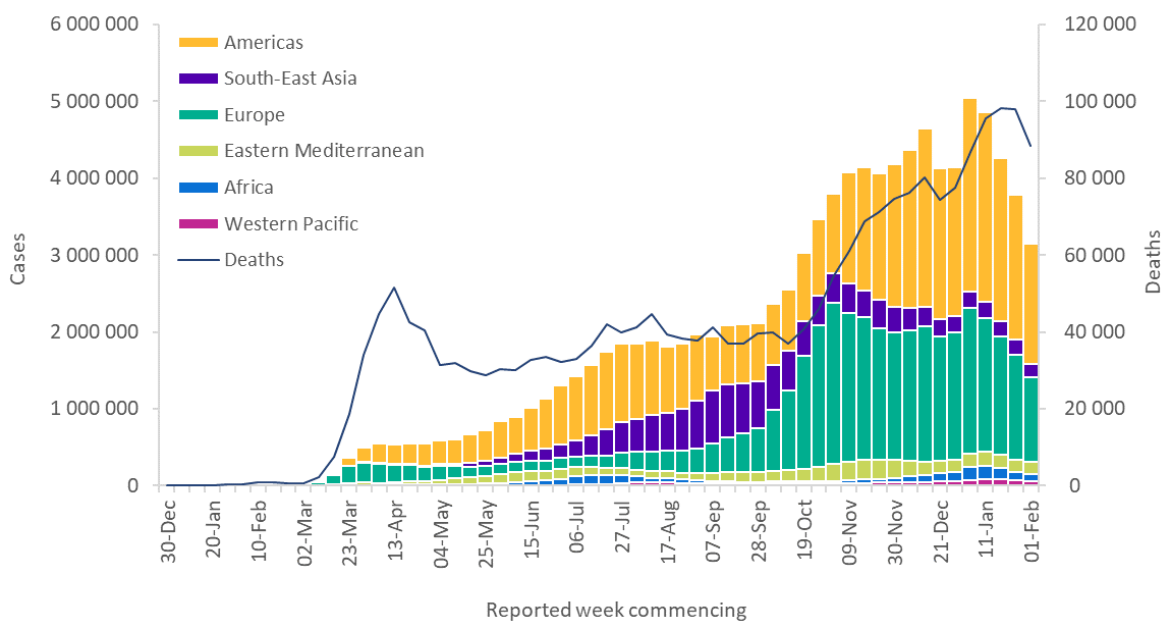
**Hipoteza 5:** Epidemija je močno vplivala na spremembo načrtov poslovanja za prihodnost.

## **2 Analiza stanja**

### **2.1 Koronavirus SARS-CoV-2 in obolenje Covid-19**

V decembru 2019 se je v Wuhanu, najbolj naseljenem kitajskem mestu, pojavila serija primerov obolelih ljudi s pljučnico neznanega vzroka. Nekaj tednov kasneje, 13. januarja 2020, so s poglobljeno analizo odkrili prvi primer novega virusa, ki prizadene akutni respiratorni sistem. Virus so poimenovali s SARS-CoV-2 in bolezen, ki jo povzroča, s Covid-19. Simptomi omenjene bolezni so vročina, kašelj in občutek pomanjkanja zraka. Na prvi pogled je bolezen podobna pljučnici, vendar je izbruhnila v mnogo hujši obliki, ki ima povečano smrtnost in je zato predvsem nevarna za starejše ljudi in vse s kroničnimi boleznimi ter šibkim imunskim sistemom. Leta 2020 je zajela ves svet, zaradi česar je svetovna zdravstvena organizacija World Health Organization (WHO) v mesecu marcu 2020 razglasila globalno pandemijo. Trenutni dokazi kažejo, da se Covid-19 med ljudmi širi preko neposrednega, posrednega ali tesnega stika z okuženimi ljudmi skozi izločke iz ust in nosu. Sem spadajo slina, izločki iz dihal ali kapljice izločanja. Te se sprostijo iz ust ali nosu, kadar okužena oseba na primer kašlja, kiha, govori ali poje. Ljudje, ki so v tesnem stiku (do 1 metra) z okuženo osebo, se lahko okužijo s Covidom-19, ko te nalezljive kapljice vstopijo v usta, nos ali oči (World Health Organization (WHO), 2021a.).

V svetovnem merilu je bilo do konca februarja 2021 poročano o 113 milijonih okužb in 2,5 milijonov smrtnih žrtev (Worldometer, 2021.). Po prvem valu širjenja virusa, ki se je v Evropi pričel marca 2020 in zaključil junija 2020, je septembra oziroma oktobra 2020 nastopil drugi val, ki je povzročil veliko več okužb in smrtnih žrtev kot v prvem valu. Drugi val še vedno traja, prihaja tudi do mutacij virusa (južnoafriški sev, angleški sev, idr.), ki so hitreje prenosljivi kot originalni sev.



**Slika 1: Covid-19, število okuženih in smrti po svetu od 30. 12. 2019**

([https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/20210209\\_Weekly\\_Epi\\_Update\\_26.pdf](https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/20210209_Weekly_Epi_Update_26.pdf)).

V Evropski Uniji je od 21. 12. 2020 že na voljo cepivo. Najprej je bilo razvito v družbah BioNTech in Pfizer (Evropska komisija, Predstavništvo v Sloveniji, 2020.). Zdaj se število različnih cepiv povečuje in jih je vse več odobrenih za uporabo. S cepljenjem naj bi sčasoma zagotovili precepljenost in zaščito prebivalstva pred okužbo. Dokler se ne doseže zelena stopnja precepljenosti (ali imunosti), pa se bo epidemija Covid-19 nadaljevala in z njo tudi vpliv na celotno svetovno gospodarstvo.

## 2.2 Obvladovanje epidemije Covid-19 v Sloveniji

Dne 4. marca 2020 je bil uradno zabeležen prvi primer Covid-19 v Sloveniji, že 12. marca 2020 pa je Vlada RS z odlokom v Uradnem listu razglasila stanje epidemije (Odredba o razglasitvi epidemije nalezljive bolezni SARS-CoV-2 (COVID-19) na območju Republike Slovenije, 2020.).

Z razglasitvijo stanja epidemije je Vlada RS pričela uvajati ukrepe za obvladovanje epidemije, hkrati pa tudi možnosti pomoči za gospodarstvo in posameznike. V državi so se prekinila izvajanje vseh nenujnih zdravstvenih storitev. Prav tako je Vlada RS sprejela odlok o obveznem nošenju zaščitnih obraznih mask v vseh zaprtih javnih prostorih ter rednem razkuževanju rok, s katerim je poskušala zmanjšati širjenje virusa Covid-19. Poleg tega so bile z odloki uvedene omejitve števila ljudi v javnem zaprtem prostoru, omejitve gibanja na občine ali regije, omejitve ali prepoved druženja izven članov gospodinjstva, »policijsko uro« med 21:00 in 6:00, zaustavitev oziroma omejitev javnega prometa, omejitve izstopa in vstopa v državo, itd. Ob omenjenih odredbah in odlokih pa je razglašena epidemija za seboj prinesla tudi zaprtje vseh javno-izobraževalnih ustanov, nenujnih trgovin (odprte so bile lahko le npr. živilske trgovine, lekarne) in onemogočila poslovanje številnim podjetjem. Zaradi odločitve vlade o zaprtju določenih sektorjev, so nekatera podjetja morala zapreti svoja vrata. Vlada RS je z navedenimi ukrepi poskušala omiliti vpliv obveznih zaprtij in omejitev v določenih panogah. S posebnimi »protikoronskimi« paketi zakonov pa je ponudila različne finančne pomoči tistih podjetnikom in podjetjem, ki so jim ukrepi za omejevanje epidemije najbolj prizadeli in negativno vplivali na poslovanje (Vlada RS, 2021.).

Med najbolj ključne vrste pomoči, ki so bile na voljo, spadajo nadomestila za izpad prihodkov za samostojne podjetnike v času razglašene epidemije v Sloveniji, vendar ob izpolnjevanju določenih pogojev. V kolikor je v podjetju resnično prišlo do izpada prometa, je imelo preko navedene državne pomoči pokrite tudi vse socialne prispevke. Prav tako so bili samostojni podjetniki v času razglašene epidemije oproščeni prispevkov v pokojninsko in invalidsko zavarovanje, zdravstveno zavarovanje in so prejeli 200 Evrov za izplačilo dodatka delavcem za delo v izrednih razmerah. Za ohranitev delovnih mest, je Vlada RS podjetjem ponudila možnost kritja 80 odstotnega nadomestila za primer odreditve čakanja na delo in kritje 80 odstotnega nadomestila v primeru višje sile, kamor je sodilo varstvo otrok, saj so bile vzgojnovarstvene in javne izobraževalne ustanove zaprte (Vlada RS, 2021.).

- 1 Prvi paket ukrepov**

Ukrepi za ohranjanje delovnih mest, izboljšanje socialnega položaja ljudi, izredno pomoč samozaposlenim, ohranitev delovanja, izboljšanje likvidnosti podjetij in pomoč znanstveno-raziskovalnim projektom za boj z epidemijo, znižanje sejin, plač in oprostitev plačila storitev distribucije, pomoč kmetijstvu in ukrepi s področja javnih naročil.
- 2 Drugi paket ukrepov**

Vključuje ukrepe za zagotavljanje likvidnosti gospodarstva in popravke 1. paketa.
- 3 Tretji paket ukrepov**

Ukrepi na področju dela, javnih financ, gospodarstva, turizma (turistični boni), kmetijstva, gozdarstva in prehrane, štipendij, subvencije študentske prehrane, visokega šolstva, infrastrukture ter javnega naročanja.
- 4 Četrti paket ukrepov**

Podaljšanje ukrepa čakanja na delo, določitev in plačilo nadomestila za odrejeno karanteno, financiranje dodatnih kadrov v socialno varstvenih zavodih v javni mreži in uvedbo mobilne aplikacije za varovanje zdravja za obveščanje o stikih z okuženimi.
- 5 Peti paket ukrepov**

Ukrepi na področju zdravstva, dela, socialnega varstva, gospodarstva, vzgoje in izobraževanja, izvrševanja kazenskih sankcij in pravosodja, kmetijstva, gozdarstva in prehrane ter infrastrukture.
- 6 Šesti paket ukrepov**

Subvencioniranje čakanja na delo, podaljšanje moratorija na kredite, subvencioniranje skrajšanega delovnega časa, financiranje dodatkov za nevarnost in posebne obremenitve, delno nadomestitev fiksnih stroškov prizadetim gospodarskim subjektom, odlog plačila najemnine za najemnike poslovne stavbe ali poslovnega prostora, zagotavljanje zdravstvenih storitev in kapacitet.
- 7 Sedmi paket ukrepov**

Krizni dodatek za upokojujence, študente, novorojence, prejemnike otroškega dodatka, starše z več otroki, starejše kmete in zaposlene z nizkimi dohodki, mesečni temeljni dohodek za verske uslužbenke. Pomoč za izvedbo hitrih testov v gospodarstvu, pomoč za prevoznike in pomoč gasilskim društvom.
- 8 Osmi paket ukrepov**

Solidarnostni dodatek za dijake, starejše od 18 let in študente, ki študirajo v tujini ter invalide. Podaljšanje ukrepa za čakanje na delo ter subvencioniranje minimalne plače.

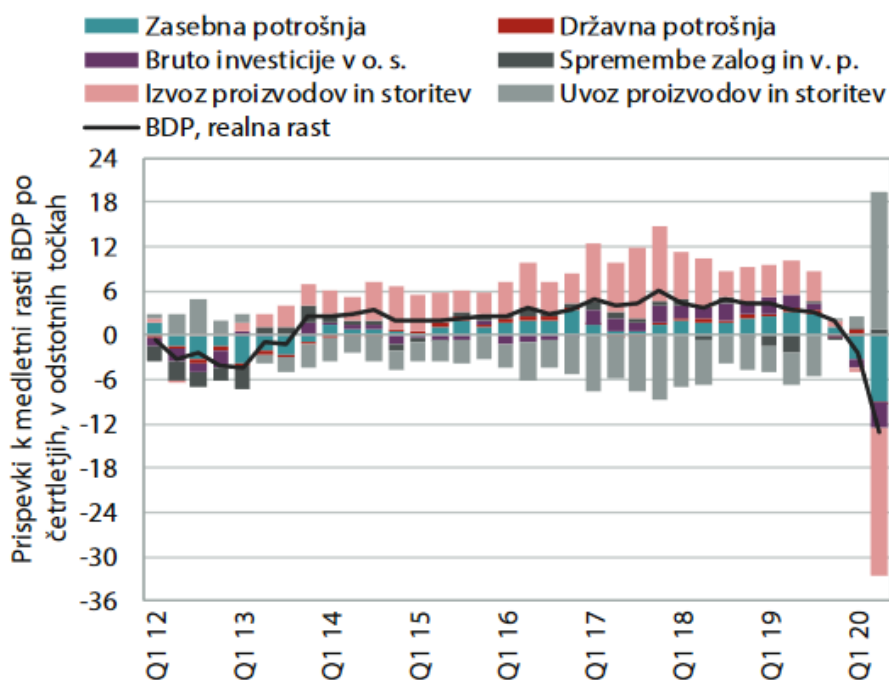
## Slika 2: Strateški ukrepi Vlade RS za pomoč prebivalstvu in gospodarstvu

(<https://www.gov.si/teme/koronavirus-sars-cov-2/odpravljanje-posledic-epidemije>)

Država je imela v letu 2020 zaradi epidemije za 2,4 milijarde Evrov izdatkov. Skupaj z danimi poroštvi in posojili ter odlogi plačil kreditnih obveznosti se ta znesek povzpne na 2,9 milijarde Evrov. Skupna vrednost doslej sprejetih ukrepov v osmih protikoronskih paketih pa je 6,9 milijarde Evrov (RTV Slovenija, 2021.).

## 2.3 Vpliv epidemije Covid-19 na gospodarstvo v Sloveniji

Ukrepi vlade za omejitev širjenja Covid-19 so imeli velik vpliv na gospodarstvo.

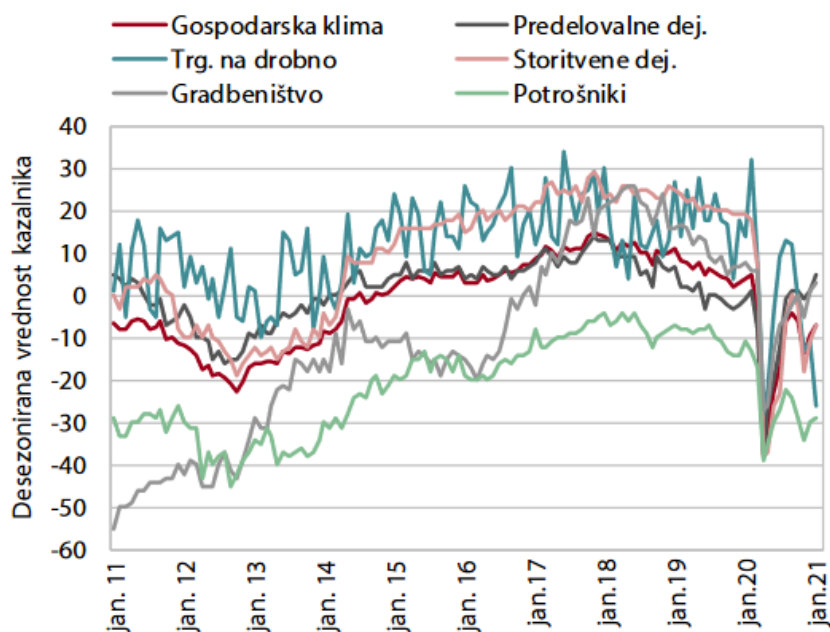


**Slika 3: BDP, 2. četrtno leto 2020**

([https://www.umar.gov.si/fileadmin/user\\_upload/publikacije/eo/2020/6\\_2020/EO\\_0620\\_s.pdf](https://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/eo/2020/6_2020/EO_0620_s.pdf))

Takojšnji učinek prvega vala epidemije se v gospodarstvu jasno kaže kot upad BDP, ki se je v 2. četrtno leto močno poglobil (-13,1 %, v prvem četrtno leto -2,4 %). K padcu so zaradi zaprtja vseh nenujnih storitvenih dejavnosti in neživilskih trgovin (v povezavi z ukrepi za zaježitev širjenja epidemije Covid-19) največ prispevale storitvene dejavnosti, še zlasti skupina dejavnosti trgovine, prometa in gostinstva. Padec je bil globok tudi v predelovalnih dejavnostih zaradi upadanja naročil ter prekinjenih ali oteženih nabavno-prodajnih poti. Zaradi omejitev gibanja je opazno upadla tudi potrošnja gospodinjstev. Visoka negotovost je vplivala na močan upad investicij v opremo in stroje, znižale pa so se tudi gradbene investicije. Zaradi padca

svetovne trgovine, mednarodnih omejitev in strogih omejitvenih ukrepov v državah Evropske unije, sta se zelo zmanjšala tudi izvoz in uvoz.



**Slika 4: Gospodarska klima: odstotki zaupanja in aktivnosti v dejavnostih in pri potrošnikih**

([https://www.umar.gov.si/fileadmin/user\\_upload/publikacije/eo/2021/2\\_2021/EO\\_2\\_2021.pdf](https://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/eo/2021/2_2021/EO_2_2021.pdf))

V drugem valu epidemije (od 16. oktobra 2020 dalje) se je v Sloveniji ob strogih zaježitvenih ukrepih sredi zadnjega četrletja 2020 prodaja v trgovini in nekaterih storitvenih dejavnostih ponovno zmanjšala. Kljub vsemu pa je vidno, da je bil učinek drugega vala epidemije na gospodarstvo manjši kot v prvem valu, še vedno pa so najbolj prizadete storitvene dejavnosti (npr. gostinstvo, turizem). Po prvem valu epidemije je bilo sicer v 3. četrletju 2020 vidno precej dobro okrevanje, še posebej pri trgovini na drobno, ki pa se je z drugim valom hitro ustavilo in skrčilo. Zaradi zaprtja nenujnih trgovin se je močno skrčila prodaja v trgovini z motornimi vozili in trgovini na drobno. V slednji je najbolj upadel prihodek v trgovini z oblačili, obutvijo, pohištvom in gospodinjsko opremo (UMAR, 2021.).

Kakšen bo končni vpliv pandemije na svetovno in slovensko gospodarstvo je težko predvideti, vendar celotna situacija vnaša dodatno tveganje v napovedi prihodnjega poslovanja podjetij in drugih dejavnosti.

	2019	Zimska napoved (december 2020)		
		2020	2021	2022
<b>BRUTO DOMAČI PROIZVOD</b>				
BDP, realna rast v %	3,2	-6,6	4,3	4,4
Izvoz proizvodov in storitev, realna rast v %	4,1	-12,1	7,6	8,6
Uvoz proizvodov in storitev, realna rast v %	4,4	-13,9	9,3	9,5
Zasebna potrošnja, realna rast v %	4,8	-9,6	4,1	4,6
<b>ZAPOSLENOST, PLAČE IN PRODUKTIVNOST</b>				
Zaposlenost, statistika nacionalnih računov, rast v %	2,5	-1,2	-0,1	1,0
Št. registriranih brezposelnih, povprečje leta, v tisoč	74,2	85,2	90,2	81,9
Stopnja registrirane brezposelnosti v %	7,7	8,7	9,2	8,4
<b>CENE IN EFEKTIVNI TEČAJ</b>				
Inflacija (dec./dec.), v %	1,8	-0,9	1,6	1,8

### Slika 5: Zimska napoved gospodarskih gibanj

([https://www.umar.gov.si/fileadmin/user\\_upload/napovedi/vmesna/zimska\\_2020/ZimskaNGG\\_2020\\_01.pdf](https://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/napovedi/vmesna/zimska_2020/ZimskaNGG_2020_01.pdf))

UMAR tako za leto 2020 predvidena skupni 6,6% upad BDP, velik upad tako izvoza kot uvoza in skoraj 10% padec osebne potrošnje. Navedeno ima direkten vpliv na različne gospodarske panoge in je seveda tudi rezultat omejitev poslovanja in gibanja ljudi. Kljub vladnim ukrepom za ohranjanje zaposlitev preko subvencij čakanja na delo in višje sile ter plačila prispevkov, se je stopnja nezaposlenosti dvignila in se bo v naslednjem letu še poviševala.

Kljub precejšnjemu negativnemu vplivu epidemije Covid-19 na celotno leto 2020, pa se napoveduje optimistična napoved za 2021, saj se predvideva, da se bo slovensko gospodarstvo že v letu 2022 povrnilo na predkoronsko obdobje.



### 3 Metodologija

Za izvedbo raziskave sem uporabila metodo pisnega intervjuja, pregledovanje gradiv, ki so na voljo na spletu in primerjavo pridobljenih podatkov, ki sem jih ovrednotila in prikazala v ugotovitvah. Z vsemi intervjuvanci sem se predhodno dogovorila za intervju preko elektronskega naslova, na katerega so mi bili tudi vrnjeni vsi intervjuji. Za izvedbo pisnih intervjujev sem se odločila zaradi zdravstvene varnosti in Covid-19 ukrepov v podjetjih. Cilj je bil, da pridobim vsaj 5 kvalitetnih intervjujev, zato sem se obrnila na 21 različnih podjetij. Pridobila sem 7 v celoti izpolnjenih intervjujev, ki so bili uporabni za nadaljnje delo.

Vprašanja uporabljena v intervjuju:

- Kako ste se spopadli s Covid - 19?
- Kako ste odreagirali na ukrepe, ki jih je zastavila vlada?
- Ali se vaš letošnji poslovni načrt zelo razlikuje od prejšnjih let?
- Za koliko so upadli/narasli vaši prihodki in prodaja/uspešnost skozi krizo?
- Kakšne posledice je pustila Covid kriza na vaše poslovanje?
- Kako so se spremenili vaši načrti za prihodnost (strategija, vodenje, razvoj poslovanja - poslovni model)?
- Kako je delovalo vaše podjetje? (V smislu delo od doma, polovica zaposlenih od doma polovica v podjetju). Je bil kdo od zaposlenih na čakanju, mogoče kdo odpuščen?
- Ker ste vedeli, da uspeh podjetja ne bo isti kakor je bil načrtovan, kako ste se soočili s tem?
- Ali ste zaprosili in prejeli kakršnokoli pomoč s strani vlade iz proračuna protikoronskega paketa pomoči?
- Kakšen je vaš cilj za leto 2021, kot vidimo Covid kriza še kar poteka boste še vseeno optimistični?

## 4 Intervjuji z vodji podjetij

### 4.1 Lindström d.o.o.

Prvi intervju je bil s podjetjem Lindström Slovenija, ki je hčerinsko podjetje finskega podjetja Lindstrom Oy. Začetki podjetja na globalnem nivoju segajo v leto 1848, ko je bilo ustanovljeno na Finskem. Podjetje je od ustanovitve v zasebni lasti. V Sloveniji je podjetje prisotno že skoraj 20 let. Lindström je eno izmed vodilnih evropskih in slovenskih podjetij na področju ponujanja najema in vzdrževanja delovnega, zaščitnega in proizvodnega tekstila (delovna oblačila, predpražniki, brisalci in čistilci, higienske rešitve). V Sloveniji ima podjetje lastno proizvodno enoto in zaposluje 74 ljudi.

#### **Ugotovitve:**

Prva največja skrb podjetja Lindstrom je bila varnost in zdravje zaposlenih in strank. Precej sredstev je bilo vloženi v nakup celotne zaščitne opreme (maske, rokavice, zaščitni kombinezoni), spremenili so določene interne procese in načine dela v podjetju, da se je ohranjala varnost (ločevanje ekip, delo od doma, omejitve gibanja po podjetju, ipd.). Hkrati je bila vzpostavljena tudi redna higienska komunikacija s strankami, saj od njih dobivajo v vzdrževanje uporabljena oblačila, zato je bilo potrebno spremljati njihovo epidemiološko stanje. Vsa režija je bila na zapovedanem delu od doma in v stikih preko virtualnih srečanj. Imeli so zagotovljeno vso tehnično podporo. Dostop v podjetju je bil za zunanje obiskovalce prepovedan. Dostop v pralnico, ki je v zvezi epidemijo najbolj občutljiv del podjetja, je bil poleg zaposlenih omejen na ozko število ljudi. Predvsem terensko ekipo (prodajnike in skrbnike strank) so imeli na čakanju na delo, saj je bil dostop v podjetja/do strank popolnoma onemogočen, virtualni sestanki niso bili zanimivi, predvsem pa je bil na trgu močan ekonomski krč, ki je onemogočal prodajanje storitve. Nekateri delavci pa so bili doma zaradi varstva otrok. Zelo hitro je bilo razvidno, da se plan prihodkov ne bo realiziral, zato so se osredotočili na doseganje

planirane profitabilnosti podjetja, ki bi omogočil preživetje in nadalje delovanje na trgu. Izvedli so velike stroškovne optimizacije in koristili tudi državne pomoči, kjer se je dalo. Koristili so subvencioniranje čakanja (za terensko ekipo) v višini 80 odstotkov stroška za plače, enako tudi subvencijo za varstvo otrok. Za zaščito poslovnega uspeha so sodelovali tudi s partnerji pri izvajanju njihove storitve, kjer so skupaj iskali najbolj optimalne stroškovne rešitve. Vsi vladni odloki so bili dosledno spoštovani – izplačani korona dodatki, dovolilnice za prihod na delo, zaščita zaposlenih. Za leto 2020 so poslovni načrt spreminjali in prilagajali vsak mesec, kot fleksibilen odziv na epidemiološko situacijo. Za razliko od običajnega poslovanja, kjer je bil fokus na rasti (prodaje, tržnega deleža), so v 2020 predvsem delali na ohranitvi obstoječih strank, kjer so jim pomagali tako finančno (popusti) kot operativno. Nova prodaja je bila minimalna. Ni pa se spremenil ključni letni cilj, ki je bil zagotavljanje profitabilnega poslovanja.

Prihodki so upadli za približno 20%, (nova) prodaja pa je bila minimalna. Predvsem je bilo leto 2020 brez kakršnihkoli investicij, saj se je intenzivno delalo na optimizaciji stroškov. Posledice epidemije pa so predvsem tudi bolj dolgoročne in že segajo tudi v 2021, saj epidemija še traja. Predvsem v gospodarstvu se pozna precej večja previdnost, odsotnost želje/potrebe po spremembah v poslovanju in zaprtje določenih ključnih industrij (HoReCa – Hotels, Restaurants, Caffes), ki vplivajo na poslovanje.

Za leto 2021 je za Lindstrom ključno, da se čimprej (vsaj v začetku Q2) sprosti ekonomski krč in pride do popolnega odprtja. Poslovni model ostaja nespremenjen, saj imajo jasno postavljeno strategijo 2020-2025, ki ni podvržena Covid-19 vplivu. Planirana BDP rast Slovenije za 2021 po napovedih znaša 4,3% in je pomaknjena v drugi kvartal in dalje, vendar je očitno prisoten optimizem za okrevanje gospodarstva. Skladno s tem, so optimistični tudi v Lindströmu. Predvsem računajo na večje premike od maja 2021 dalje, ko se bo predvidoma ponovno odprl tudi turizem in gostinstvo, ki za podjetje predstavlja približno 15% prodaje in približno 50% potencialne prodaje za 2021.

## 4.2 FedEx Express d.o.o.

FedEx Express d.o.o. je na slovenskem trgu prisoten od leta 2011. Kot del globalnega podjetja FedEx, s sedežem v ZDA in začetki v letu 1937, ponuja storitve hitrega transporta in dostave manjših in večjih pošilk, preko svojih cestnih in zračnih mrež. Podjetje Fedex je leta 2016 kupilo evropsko podjetje TNT, ki se ukvarja z enako storitvijo. Tako je tudi v Sloveniji prišlo do združitve obeh podjetij pod znamko FedEx. V Sloveniji FedEx (in TNT) zaposluje okoli 90 ljudi, hkrati pa še 34 kurirjev pogodbenikov. Glavni skladišči in distribucijski center ima na Letališču Jožeta Pučnika na Brniku, kjer vsakodnevno pristane tudi FedEx letalo, in v Mariboru.

### **Ugotovitve:**

Epidemija je vplivala tako na zaposlene kot na stranke. Kurirji so bili vsakodnevno v kontaktih z veliko strankami, zato so poskrbeli za njihovo zaščitno opremo, pri strankah pa poskušali čimbolj preiti na brezkontaktni prevzem in dobavo. Pri tistih zaposlenih, kjer je bilo to možno, so jih preusmerili na delo od doma. Trudili so se izpolnjevati vse obvezne vladne ukrepe, tako finančne kot varnostne. Oddelek za storitve strank se je razdelil na manjše ekipe, da bi ohranjali »mehurčke«. Dostop v podjetju je bil za zunanje obiskovalce prepovedan, osebni prevzem pošilk ni bil več mogoč. Kar nekaj zaposlenih je bilo tudi na čakanju (predvsem prodajni del), saj ni bilo možno izvajati terenske prodaje. Uporabili so subvencije za čakanje na delo in varstvo otrok. Matično podjetje je izdalo jasna navodila, kako spremeniti aktivnosti in procese za zagotavljanje varnosti in zahtevalo hkrati tudi optimiziranja procesov.

Prihodki so upadli za približno 22%. Manjka pa tudi rast, ki jo sicer podjetje dosega pridobivanjem novih strank. V letu 2020 se je zaradi epidemije začasno prenehalo poslovati kar nekaj njihovih strank, predvsem pa je večina močno omejila investicije, kar se je poznalo tudi pri potrebah po hitri dostavi. Ker storitve podjetja FedEx temeljijo na povezovanju Slovenije z Evropo in svetom, se je predvsem drastično zmanjšalo poslovanje z zahodno Evropo, kjer so zaradi različnih ukrepov

posameznih držav obstala marsikatera podjetja. Hkrati se je zelo otežilo poslovanje z ZDA.

Način poslovanja v letu 2020 je ostal enak, povečal pa se je fokus na uvajanju digitalnih rešitev za poslovanje s prebivalstvom (B2C prodaja), saj se je razmahnila online prodaja. Kljub temu, da so napovedi za 2021 bolj optimistične, pa je kriza na poslovanje podjetja (globalno) pustila precejšnje posledice, predvsem, ker so bile v teku mnoge investicije, prestrukturiranje podjetja TNT in pa, ker fiksni del poslovanja predstavlja precejšen strošek. Zato se v letu 2021 pričakuje precejšnja stroškovna, zaposlitvena in geografska optimizacija. Večji fokus bo na določenih novih storitvah, kot odziv na spremembe na trgu (digitalizacija, online prodaja), predvsem pa na zmanjšanju stroškov, da se zagotovi čimprejšnjo zmanjšanje posledic epidemije.

### **4.3 Jeles d.o.o.**

Jeles d.o.o. se ukvarja s predelavo lesa, predvsem furnirja in ploščatih materialov (vezane plošče, mediapan, ipd). Fokusirajo se večinoma na B2B prodajo obrtnikom (mizarji, gradbeniki) in večjim predelovalnim podjetjem. Okoli 70% poslovanja je v Sloveniji, ostalo v tujini (EU in ZDA). Zastopajo več podjetij in blagovnih znamk, ki proizvajajo furnir in vezane plošče. V Komendi imajo svoj predelovalni obrat, kamor so se preselili leta 2018, sicer pa so od ustanovitve leta 1989 imeli obrate v Kamniku in Medvodah.

#### **Ugotovitve:**

Podjetje Jeles d.o.o. je večinoma poskrbel samo za zdravje in varnost zaposlenih, saj se vsaj v prvem valu vpliv epidemije ni pretirano poznal. Naročila oziroma način dela namreč deluje na principu vnaprejšnjih naročil za kar nekaj mesecev. Proces dela poteka tako, da skrbijo za varnost v predelovalnici in delijo zaposlene v skupine. Prodajni predstavniki so normalno delovali in so upoštevali varnostne

protokole. Ker imajo relativno majhen režijski del, ni bilo potrebe po delu od doma. Uspeh podjetja ni bil pretirano ogrožen, zato so le preverjali dodatne možnosti kot rezervno opcijo. Dodatno so pregledali možnosti za sodelovanja znotraj EU in odprli določene poti na območju Rusije, da so nadomestili manjši izpad poslovanja z ZDA, ki se je pojavil predvsem ob drugem valu. Denarno pomoč države niso koristili, ker niso izpolnjevali kriterije za dodelitev pomoči in tudi niso imeli potrebe po njej.

Poslovni rezultati so ostali na približno enakem nivoju, saj do drastičnih sprememb v poslovanju ni prišlo. Imeli so nekaj težav z izpolnjevanjem dobavnih rokov, ker so v podjetju, kljub zaščitnim ukrepom, imeli vdor virusa, vendar imajo poslovne partnerje, ki so bili razumevajoči. Sodelovanje z vsemi se tako nemoteno nadaljuje. Enako niso zaznali pretiranega vpliva epidemije pri svojih strankah, saj so se dela pri vseh nadaljevala (pohištvna industrija, gradbeništvo, mizarstvo).

Poslovni načrt se ne razlikuje od preteklih, saj lesna industrija ni bila pretirano prizadeta. Posebnih sprememb v načrtih za prihodnost ne bodo uvajali. Za leto 2021 so še naprej optimistični in upajo le na najboljše.

#### **4.4 CAFFE POP, Saša Popivoda s.p.**

Caffe Pop je bar v Ljubljani, ki obratuje že šest let. Trenutno zaposlujejo štiri ljudi. Njihova ponudba temelji na toplih in hladnih napitkih, osvežilnih pijačah in alkoholnih pijačah. Ponudbe prehrane ali prigrizkov nimajo. Imajo stalne goste iz naselja, obiskujejo pa jih tudi naključni kupci iz bližnjih trgovin.

##### **Ugotovitve:**

S Covid-19 so se spopadli zelo težko, ker niso bili pripravljeni na zapiranje lokala. To je bil velik udarec za vse lastnike lokalov, saj so posledično ostali brez vseh prihodkov medtem, ko so jim stroški (najemnine) ostali. Na ukrepe so odreagirali

jezno in zgroženo. Ukrep zapiranja lokalov se lastnici zdi zelo nesmiseln, saj bi ukrepe z določenimi omejitvami lahko še vseeno spoštovali (držanje razdalje, razkuževanje miz in prostora, ipd.). Poslovni izid se zelo razlikuje od predhodnih let oziroma od katerega koli leta. Prihodki v času epidemije so upadli za 100%, saj imajo lokal čisto zaprt. Največja negativna posledica bo v pomanjkanju prihodka, saj ni zaslužka že od sredine oktobra 2020. Načrti za naprej se niso spremenili. Ves čas so v upanju, da dobijo dovoljenje za ponovno odprtje. Zaradi zaprtja posledično nihče ne dela, štirje delavci so na čakanju, dva delavca pa sta bila odpuščena. S stroški se kljub zaprtju spopadajo, poskušajo jih zmanjšati. Država jim še ni dala nobene finančne podpore – razen plačila čakanja na delo, zato jim je še toliko težje. Lastnica je kljub vsemu za leto 2021 optimistična.

#### **4.5 Hansen B d.o.o.**

Podjetje Hansen B d.o.o. se ukvarja z organiziranjem in izvedbo vodstvenih delavnic, treningi za vodje in prodajnimi treningi pod licenco Hansen Beck, ki je prisotna v celotni Evropski Uniji. Podjetje je bilo ustanovljeno oziroma prestrukturirano leta 2020. Prav pred začetkom epidemije so pričeli aktivno poslovati.

##### **Ugotovitve:**

Podjetje se je na začetku drugega vala Covid-19 za nekaj časa ustavilo, nato pa so začeli investirati v razvoj dolgoročnejših projektov in drugačnih pristopov, za katere prej ni bilo časa. Poslovanje oziroma izvedba treningov, coaching in mentorstvo se je preselilo v virtualni svet. Vsi so delali od doma, v času epidemije so se tudi preselili na manjšo lokacijo, da optimizirajo stroške, saj za delo potrebujejo le manjšo pisarno, kjer je bil vedno prisoten samo eden. Odpustili so eno osebo – administrativno delavko, vendar to ni bilo povezano s Covid-19 temveč s

spremenjenim poslovnim modelom. Spremembam so se prilagodili precej hitro. spremenili so način dela, prilagodili tehnologijo, se naučili novih oblik dela.

Na začetku epidemije je podjetje zaprosilo za pomoč (subvencije) in jo tudi dobilo, vendar so pomoč vrnilo, saj so poslovno leto končali z 20% rastjo.

Poslovni načrt za leto 2021 se je zelo spremenil in sicer predvsem glede opcij izvajanja delavnic in treningov. Pospešeno se ukvarjajo z novimi virtualnimi pristopi izvajanja treningov. Menijo, da je to težje, saj izobraževanje posledično ne more biti tako učinkovito kot pa v živo. Za večji napredek poslovanja pa so pripravili več nove ponudbe, ki ne vključuje nobenega fizičnega stika z drugimi, da je izobraževanje lahko bolj varno in v skladu z Covid-19 ukrepi. Temu primerno so spremenili tudi cenovno politiko.

Ustanoviteljica podjetja pravi, da pričakuje zdaj še večjo rast kot v letu 2020, saj so se na Covid-19 situacijo dobro pripravili.

#### **4.6 Janja Videc s.p.**

Janja Videc je slovenska modna oblikovalka, ki stvari rada naredi malo drugače, ob epidemiji ali brez. Ne mara, da bi njeno delo škodilo naravi, spodbuja trajnostno in lokalno ter prisega na pristen osebni stik. Izdelke prodaja v združni trgovini Zofa in preko lastne spletne prodaje.

##### **Ugotovitve:**

Ko so v združni trgovini Zofa izvedeli, da je potrebno zapreti trgovino, v kateri Janja Videc prodaja njene kreacije skupaj z še nekaj oblikovalci, se je odločila, da bo večino njenih prodajnih aktivnosti prenesla v spletno okolje. Meni, da je Covid-19 pozitivno vplival na njeno poslovanje na dolgi rok, saj je že nekaj časa razmišljala o



širitvi spletne trgovine. Tudi, ko se bo fizična trgovina ponovno odprla, namerava še naprej spletno poslovati, kar pomeni, da bo imela dva enakovredna prodajna kanala. Vsa naročila so bila odposlana preko Pošte Slovenije z brezkontaktnim prevzemom. Glede na to, da ima oblikovalka majhno podjetje, si poslovnega načrta ne dela vnaprej, ampak se sprti prilagaja okoliščinam. Prihodki se niso spremenili, ostala je na približno istem. Njena panoga (modno oblikovanje) je zelo specifična in je morebitne spremembe težko napovedovati. V času krize se je precej govorilo o podpori lokalnemu, zato so se v tem času ljudje še dodatno ozavestili o prednostih domačih produktov in jih pričeli tudi pogosteje kupovati. V podjetju je samozaposlena, sodeluje pa z zunanjimi izvajalci. Že pred epidemijo je delala od doma, tako da se to ni spremenilo, sprememba je bila le zaprtje fizične trgovine.

V združni trgovini ima z drugimi združniki zaposleno eno delavko in je bila v tem času doma. Zanje so prejeli državno pomoč. Ko ponovno odprejo trgovino, bo normalno nadaljevala z delom. Šivilje, s katerimi Janja Videc sodeluje, so svojo dejavnost v lastnem podjetju nemoteno nadaljevale. Od države ni prejela nobene denarne pomoči, saj je tudi ni potrebovala.

Modna oblikovalka Janja Videc je optimistična za leto 2021, saj trdi, da ji nič drugega ne preostane. Cilj za leto 2021 je ponovno odprtje združne trgovine na novi, boljši lokaciji in povečevanje prodaje preko spleta.

#### **4.7 Dvainštirideset, Anže Frantar s.p.**

Podjetje se ukvarja z digitalnim marketingom, oglaševanjem, medijskim zakupom, svetovanjem in multimedijско (avdio, video in foto) produkcijo.

##### **Ugotovitve:**

S pandemijo so se spopadli na več nivojih. Prvi nivo je bil komunikacijski, kjer je bilo treba pomiriti naročnike, da bo vse v redu in da lahko brez skrbi nadaljujejo po

zastavljenem projektnem planu. Drugi nivo pa izvedbeni, kjer so s težavo sledili nepregledni množici vladnih ukrepov. Ker del posla predstavlja tudi video produkcija, ki se večinoma izvaja na terenu, so vladni ukrepi precej otežili delo. Predvsem priprava vse potrebne dokumentacije za logistiko snemalnih ekip, prehode občinskih, regijskih in državnih meja (poti v Avstrijo in na Hrvaško). Na ukrepe so zato odreagirali z dodatno previdnostjo in večkratnim preverjanjem vse dokumentacije in aktualnih ukrepov, da bi se le izognili morebitnim kršitvam ter posledično kaznim.

Na strani naročnikov so v prvem valu zaznali strah pred naročanjem novih projektov, zato so se odzvali z večjo intenziteto komunikacije, ustvarjanja občutka varnosti, da so zmanjšali umik oziroma zamik že dogovorjenih projektov. Ob prvem valu je bilo jasno, da se bo zaradi strahu pri naročnikih promet nekoliko zmanjšal. Edina možna rešitev je bila jasna in konstantna komunikacija za ohranitev čim večjega deleža že dogovorjenega posla in projektov. Covid-19 kriza je v prvem valu dajala občutek, da bodo potrebne drastične spremembe pri poslovnih načrtih in projektih, a se je po prvih dveh mesecih izkazalo, da se bo obseg posla obdržal in celo povečal. Poslovni načrt se je zato prilagajal v smeri optimizacije razpoložljivih ur in dviga cene storitev. S tem se je umirilo razmerje med povpraševanjem in razpoložljivimi kapacitetami.

V prvih treh mesecih od razglasitve epidemije so prihodki upadli za 18%, nakar so se tik pred jesenskim zaprtjem javnega življenja dvignili za približno 60%. Na tej točki so se ohranili vse do konca leta 2020 in v leto 2021.

Covid-19 kriza je pospešila digitalizacijo podjetij, naročnikov. Zaradi tega pa se je moralo prilagoditi tudi njihovo poslovanje. Predvsem v naboru storitev in komunikaciji z naročniki na trgu, ki so se znašli na področju, katerega ne poznajo. To je v smislu posla pomenilo predvsem več komunikacije in manj izvedbe. Povečalo se je število svetovalnih ur, svetovalnega dela in zmanjšalo število izvedbenega dela.

Kratkoročni načrti za prihodnost so se ob povečanem obsegu poslovanja spremenili predvsem z optimizacijo cen in prilagoditve glede na povpraševanje. Večje povpraševanje od zmožnosti in razpoložljivih kapacitet je zahtevalo dvig cen storitev. Cilj za prihodnost je te cene in hkrati kakovost obdržati ter razvijati med krizo pridobljene nove naročnike.

Delo je potekalo od doma in še vedno poteka medtem, ko je bilo v tem obdobju manj dela na terenu (produkcija, snemanja) zaradi omejitev gibanja.

Državne pomoči niso koristili. Zanj niti niso zaprosili, saj je bila vladna pomoč zasnovana na način, ki je podjetja kaznoval za morebitni uspeh v drugi polovici leta 2020. Glede na poslovne rezultate bi morali v primeru pridobitve pomoči slednjo tudi vračati, zato so zadovoljni z odločitvijo, da vlog za pomoč države niso oddali.

Prvi cilj v letu 2021 je ohranitev na novo pridobljenega posla in razvoj podjetja iz izvedbenih v svetovalne storitve, ki ponujajo višjo dodano vrednost. Pospešena digitalizacija poslovanja kaže na to, da je ta cilj realen in da so iz tega naslova lahko optimistični.

## 5 Preverjanje hipotez

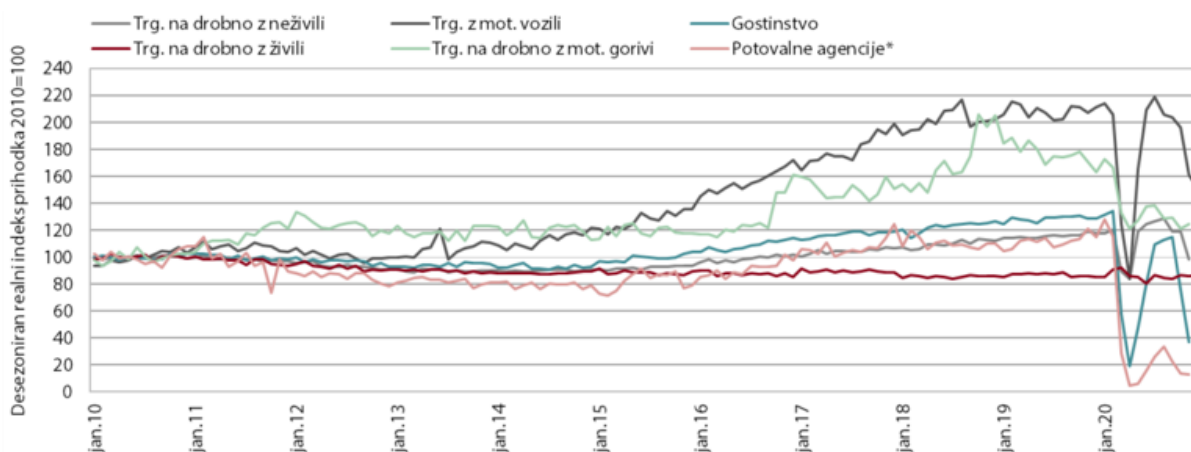
### 5.1 Hipoteza 1: Mednarodna podjetja so lažje prenesla Covid-19 krizo kot manjša zasebna podjetja.

Mednarodna podjetja (podjetja, ki so hčerinska podjetja mednarodnih podjetij), kamor sodijo Lindstrom, FedEx Express in Hansen B, so poročala o upadu prihodkov za 20% do 22%, po drugi strani pa tudi rast za 20%. Zanimivo je, da so to vse storitvena podjetja, ki pa se med seboj razlikujejo po višini osnovnih sredstev. Hkrati pa ta podjetja (z izjemo FedExa) poročajo o normalnih planih za leto 2021.

Domača podjetja (slovenski lastniški delež) pa so poročala o izjemno različnih vplivih epidemije, od popolnega zaprtja in upada prometa v času epidemije za 100% do celo rasti 24%. Od domačih podjetjih so o stabilnem poslovanju ali rasti poročala podjetja, ki imajo temelj poslovanja na internetu ali v industriji, ki ni bila podvržena vplivom Covid-19. Ukrepi vlade so v nekaterih panogah povzročile popoln padec prometa. Takšen primer je popoln padec prometa v gostinski industriji, saj so vladni ukrepi zahtevali zaprtje lokalov. Iz primerjave odgovorov na vprašanja o planih za 2021 je razvidno, da v nasprotju z mednarodnimi podjetji manjša zasebna podjetja nimajo tako dodelanih planov poslovanja za leto 2021 in predvsem čakajo na razplet epidemije (Jales, Caffè Pop, Janja Videc s.p.).

Na podlagi zbranih informacij **ne bi mogla ne potrditi ne zavreči hipoteze**, saj je razvidno, da je bila pri uspešnem spopadanju z epidemijo bolj pomembna industrija delovanja ter prilagodljivost na novo realnost (digitalizacija). Tudi mednarodna podjetja so morala zmanjšati stroške poslovanja in niso bila deležna finančne podpore lastnikov iz tujine. Je pa vsekakor razvidno, da mednarodne korporacije razmišljajo malce bolj v prihodnost in se pripravljajo z načrtovanjem.

Tudi spodnji graf prikazuje, da je bil vpliv Covid-19 različen glede na posamezno industrijo/panogo tako v prvem in drugem valu. Analiza pokaže, da je bil, tako v prvem kot v drugem valu, največji padec v gostinstvu (in potovalnih agencijah, za katere pa nimam lastnega primera), sledijo pa ostale storitve.



**Slika 6: Vpliv epidemije na različne dejavnosti/panoge**

([https://www.umar.gov.si/fileadmin/user\\_upload/publikacije/eo/2021/2\\_2021/EO\\_2\\_2021.pdf](https://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/eo/2021/2_2021/EO_2_2021.pdf))

## 5.2 Hipoteza 2: Vlada je poskrbela za vsa podjetja enakovredno, ne glede na velikost, obliko, panogo in delovanje.

Država je podjetjem, ki ne bi dosegali vsaj 80% prometa predhodnega leta omogočila pomoč v obliki subvencij. Hkrati pa je za lažjo zaježitev virusa država odredila ukrepe, katerih so se morala strogo držati tudi podjetja. Podjetja so dolžna spoštovati ukrepe tako, da s svojo dejavnostjo ne ogrožajo zdravja, zagrožene pa so bile tudi visoke kazni, če se podjetja in zaposleni ukrepov ne bi držali. Posledica ukrepov Vlade RS so bili dodatno slabši prihodki podjetij, zato je država ponudila denarno pomoč (Vlada RS, 2021.).

Pri podjetjih, ki sem jih intervjuvala, so ti ukrepi pomenili zaprtje lokalov in trgovin, omejevanje storitev in stikov, tudi med zaposlenimi ter med podjetji in strankami. Samostojni podjetniki, ki sem jih intervjuvala, so različno zaprosili za državna denarna sredstva. Za pomoč je zaprosilo le eno, ki posluje na področju gostinstva, medtem, ko so druga podjetja koristila pomoč, predvsem za nadomestila plač delavcem, ki jim je bilo določeno čakanje na delo ali za primer višje sile (varstvo). Eno izmed slednjih podjetji je imelo ob koncu leta pozitiven poslovni rezultat, kar je pomenilo, da so morali vrniti sredstva državne pomoči vrniti. To je bila tudi skrb ostalih podjetnikov, ki so zaradi tega dojemali to pomoč države kot nesmiselno in kontraproduktivno.

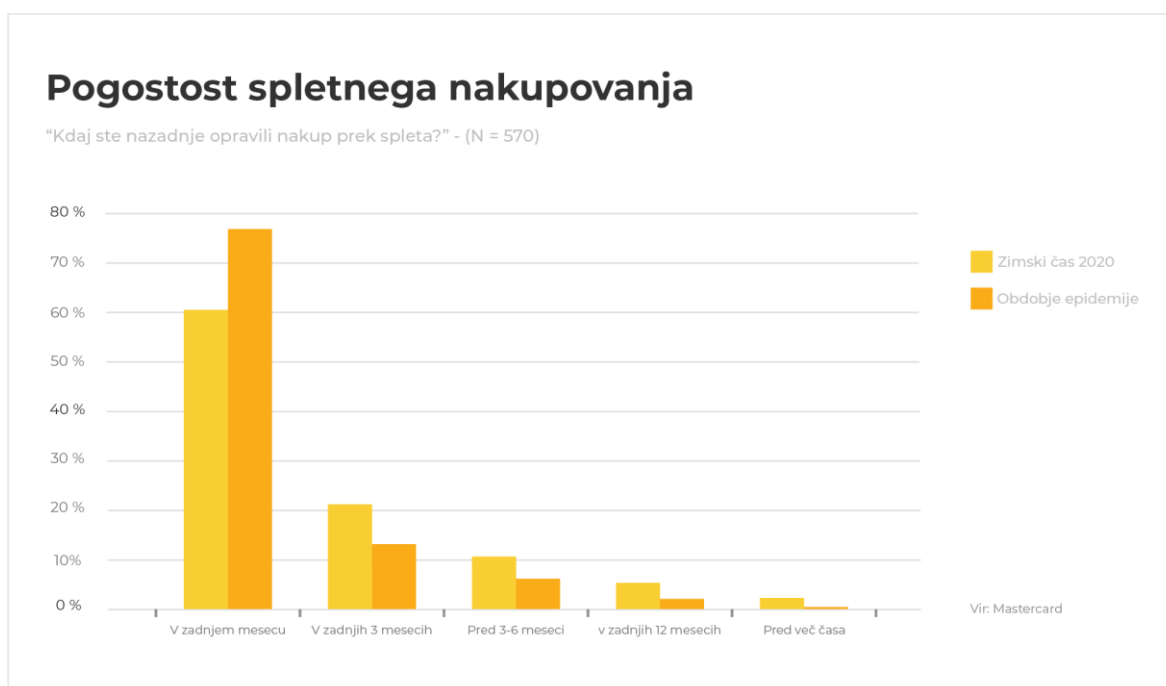
S pregledom vladnih ukrepov sem ugotovila, da je bila sicer vsem podjetjem ponudena enaka pomoč, vendar v dejavnostih, v katerih je bilo poslovanje popolnoma ustavljeno, z državno pomočjo niso mogli v celoti razbremeniti posledic vladnih ukrepov in so morala odpuščati (Caffe Pop) s tem ugotavljam, da so vsa podjetja dobila enako pomoč ne glede na prizadetost panoge, ampak ne enakovredno. Iz različnih člankov sem razbrala, da so se v najtežji situaciji znašli v gostinstvu, raznih storitvah (npr. frizerstvo, kozmetični saloni, avtomehaniki, fitnesi, vodene športne vadbe, ipd.) in turizmu. **Hipotezo, da je vlada poskrbela za vsa podjetja enakovredno, ne glede na velikost, obliko in delovanje, ne potrjujem.** Menim, da ukrepi Vlade RS niso bili ustrezni, saj so bolj ogrožene dejavnosti potrebovale precej večjo pomoč medtem, ko pa je država ravnala z njimi tako, kot z ostalimi ne tako prizadetimi dejavnostmi.

### **5.3 Hipoteza 3: Podjetja, ki delujejo preko spletnega trgovanja, niso čutila vpliva epidemije in so povečala obseg prodaje.**

Vse fizične trgovine niso imele možnosti obratovanja, saj so zaradi ukrepov Vlade RS za preprečevanja širjenja epidemije ves čas lahko obratovale le trgovine s

pretežno nujnimi artikli (neživilske artikle so morale umakniti iz prodaje tudi trgovine z živili).

V taki situaciji so vsekakor prednost že od začetka imele trgovine, ki so že imele vzpostavljeno spletno trgovanje ali podjetja, ki so se že posluževala digitalnih poti za prodajo. V obdobju epidemije se je zelo okrepilo spletno trgovanje, saj so bile tudi trgovine, ki sicer niso imele spletne prodaje, prisiljene preseliti svojo prodajo na splet.



**Slika 7: Pogostost spletnega nakupovanja**

(<https://smind.si/kaj-morate-vedeti-spletni-trgovci-o-spremenjenih-nakupnih-navadah-slovencev-pred-po-epidemiji-covid-19/>)

Raziskava podjetja Shopper's Mind kaže, da se je že na začetku epidemije pogostost nakupovanja po spletu dvignila za 18% v primerjavi s predhodnim zimskim obdobjem v letu 2020. Znan je primer spletnega trgovca mimovrste.com, ki je poročal celo o podvojeni spletni prodaji. Ta trend se je do konca trajanja prvega vala epidemije še pospešil (Polanec, 2020.).

Tudi izvedeni intervjuji potrjujejo, da se je veliko podjetij (Janja Videc s.p., Dvainštirideset, Anže Frantar s.p., Hansen B d.o.o.) odločilo začeti poslovati preko spleta. Ideja se jim je zelo obrestovala, saj jim je to prineslo večji prihodek. **Hipotezo potrdujem, saj se je podjetjem, ki so poslovala preko spleta, poslovanje povečalo.** Prav tako je vsako podjetje, ki je lahko svoje poslovanje preusmerilo na splet po začetku epidemije, pridobilo višji prihodek kot pa ga bi brez spletnega poslovanja. Navedeno sem zaznala tudi pri mojih nakupih na spletu, saj so se roki poštne dostave zelo podaljšali.

#### **5.4 Hipoteza 4: Podjetja so utrpela enake posledice, ne glede na industrijo ali vrsto delovanja.**

Kot se je izkazalo že v Hipotezi 1 je gospodarska panoga, v kateri deluje podjetje, najbolj vplivala na to, kako uspešno je podjetje upravljalo z epidemijo Covid-19. Pri nekaterih podjetjih se je poznal upad prihodkov, pri nekaterih pa je epidemija celo povzročila rast prihodkov. Po največjem negativnem vplivu, ki so ga bile deležne storitvene dejavnosti v prvem valu epidemije, so bile v drugem valu izraziteje prizadete le še dejavnosti, ki se zaradi narave poslovanja ne morejo v zadostni meri prilagoditi omejevalnim zdravstvenim ukrepom. V gostinstvu je bil medletni padec obsega prodaje v lanskem zadnjem četrtletju še nekoliko večji kot v prvem valu. Precejšnja izguba je utrpela tudi trgovina, ki se je zaradi delnega zaprtja soočila z 8,1 odstotnim zmanjšanjem prometa. Boljši pogoji poslovanja so v industriji, ki okreva z rastjo tujega povpraševanja in gradbeništvu, ki se krepi predvsem zaradi izvajanja infrastrukturnih projektov (Banka Slovenije, 2020.)

**Hipoteze tako ne potrdujem.** Tudi moja analiza intervjujev s podjetji je pokazala, da je daleč najbolj prizadet gostinski sektor, nato pa storitvene dejavnosti, ki niso digitalizirane. Samo ta podjetja so poročala o upadu prometa od 100% do 20% medtem, ko so ostala poročala o stabilnem poslovanju ali celo rasti.



## **5.5 Hipoteza 5: Epidemija je močno vplivala na spremembo načrtov za prihodnost.**

Zagotovo, saj poslovni načrt podjetij ni bil pripravljen na tako situacijo in so se morala hitro prilagoditi spremenjenim razmeram na trgu. V podjetjih, v katerih je bilo mogoče poslovanje digitalizirati, npr. s preходом na spletno prodajo, vzdrževanje osebnih fizičnih kontaktov prenesti v spletno komunikacijo (videokonference, elektronska pošta), telefonske klice, ipd., se je pospešil razvoj prodajnih in komunikacijskih kanalov. Sprva je bilo poslovanje preko spleta osredotočeno na jasno in konstanto komunikacijo za ohranitev čim večjega deleža že dogovorjenega posla in projektov. Nato pa je bilo več poudarka na razvoju spletne trgovine in tovrstni komunikaciji ob tem, da so podjetja pripravila tudi več nove ponudbe. Ker so podjetja ocenjevala, da se plan prihodkov ne bo realiziral, so se osredotočila na doseganje planirane profitabilnosti podjetja, ki bi omogočila preživetje in nadalje delovanje na trgu tako, da so optimizirali stroške. V času drugega vala epidemije pa je vložek že prinašal še boljše rezultate kot prej in večjo poslovno uspešnost.

V bistveno težjem položaju pa so se znašla podjetja, ki so pri poslovanje popolnoma odvisna od osebnih storitev (npr. frizerstvo, kozmetični saloni, avtopralnice, fitness in športna vadba, idr.) in poslovanja niso mogla izvajati preko drugih kanalov. Gostinska (Caffe Pop) in turistična podjetja v času epidemije niso poslovala medtem, ko so jim fiksni stroški ostali (npr. najemni stroški, stroški zaposlenih), zato so bila kljub državni pomoči prisiljena odpuščati ali celo zapirati podjetja.

Po javno objavljenih podatkih poslovnega registra AJ PES je bil v marcu 2020 zelo povečan izbris poslovnih subjektov in v aprilu 2020 bistveno manjši vpis novih registriranih poslovnih subjektov. Prav tako se je povečal izbris poslovnih subjektov iz poslovnega registra AJ PES ponovil v oktobru 2020 (AJ PES, 2021.).

Podatki Statističnega urada Republike Slovenije kažejo, da je bilo v Sloveniji v 4. četrtletju 2020 zasedenih nekaj več kot 770.400 delovnih mest. Primerjava podatkov na letni ravni, torej s podatki 4. četrtletja 2019, pa pokaže, da se je število zasedenih delovnih mest na ravni Slovenije zmanjšalo za skoraj 8.600 (Statistični urad RS, 2021.).

Zaključujem, da **hipoteza, da je epidemija močno vplivala na spremembo načrtov za prihodnost, drži le delno**. Epidemija je močno vplivala le na poslovanje podjetij, ki svojega poslovanja v času epidemije ne morejo digitalizirati.

## 6 Zaključek

Širjenje okužb s Covid-19 se še vedno nadaljuje in širi po celem svetu. Nekaj več optimizma je mogoče začutiti v zadnjem obdobju, zaradi množičnega cepljenja, vse večje prekuženosti in ocene, da se bo epidemija postopno le obvladala. Menim, da je še prezgodaj za zaključke, kakšen je dejanski vpliv pandemije na svetovno in slovensko gospodarstvo. O tem bomo lahko zanesljiveje govorili, ko bo pandemija obvladana. V tem trenutku je težko predvideti kako bo v prihodnje, saj celotna situacija vnaša dodatna tveganja v napovedi prihodnjega poslovanja podjetij. Če pandemija ne bo obvladana v letošnjem letu, država verjetno ne bo več sposobna nuditi finančne pomoči najbolj ogroženim podjetjem in bodo posledice epidemije v Sloveniji po mojem mnenju hujše.

Pri raziskovanju in pregledovanju gradiva, ki sem ga uporabila pri raziskovalni nalogi me je presenetila informacija, da je bila finančna pomoč države pogojena s poslovno uspešnostjo podjetij. Če je podjetje v letu 2020 doseglo več kot 80 odstotkov poslovanja iz leta 2019, je moralo podjetje finančna sredstva vrniti državi. Zdi se mi, da je vlada podjetja kaznovala, če so bila kljub kriznim razmeram uspešna. Mnenja sem, da takšna odločitev Vlade v tej situaciji ni bila dobra in ni bila spodbudna za razvoj podjetij. Podjetja so največjo škodo utrpela prav zaradi odločitev Vlade RS, da uvede določene prepovedi in omejitve, zato so tudi upravičena do večje pomoči. Podariti pa je tudi treba, uspešnejša podjetja lahko zaposlijo več delavcev in plačajo več prispevkov ter dajatev, zato se bi državi vložena finančna sredstva vrnila.

Zelo zanimivo je, kako so se podjetja hitro prilagodila digitalnemu poslovanju in dvignila rast prodaje za povprečno 20%. To trditev potrjuje raziskava podjetja Ceneje d.o.o., Shopper's Mind, katera prikazuje, da se je že na začetku epidemije pogostost nakupovanja po spletu dvignila za 18% v primerjavi z enakim obdobjem lani (Polanec, 2020.). Sposobnost tako hitrim prilagajanjem podjetij drugačnim

razmeram na trgu me je zelo presenetila, saj nisem pričakovala, da se bodo tudi zaposleni tako hitro prilagodili na nov sistem poslovanja.

Sklepala sem tudi, da se bodo poslovni načrti za večino podjetij še bolj spremenila, saj so bile razmere take, da se spremembam niso morali izogniti.

Všeč mi je, da so se podjetja med krizo povezovala in ohranjala komunikacijo s strankami ter dogovarjala za sodelovanje. Popolnoma jasno je, da ko se enkrat izgubi stik z osebo ali stranko, ga je težko ponovno vzpostaviti. Če se izgubi dogovorjen posel, se izgubi tudi zaslužek.

## 7 Literatura in viri

- AJPES. 2021. Poslovni subjekti v Poslovnem registru Slovenije [online]. [Datum zadnjega popraviljanja 13. januar 2021], [Povzeto 25. feb. 2021]. Dostopno na spletnem naslovu: <[https://www.ajpes.si/Registri/Poslovni\\_register/Porocila#b524](https://www.ajpes.si/Registri/Poslovni_register/Porocila#b524)>.
- Banka Slovenije. 2020. Analiza strokovnih služb Banke Slovenije, Analiza učinkov COVID-19 na slovensko gospodarstvo, marec 2020 [online]. [Povzeto 27. feb. 2021]. Dostopno na spletnem naslovu: <<https://bankaslovenije.blob.core.windows.net/publication-files/analiza-vpliv-koronavirusa-na-slovensko-gospodarstvo-arc-slo.pdf>>.
- Evropska komisija, Predstavništvo v Sloveniji. 2020. Evropska komisija odobrila prvo varno in učinkovito cepivo proti COVID-19 [online]. [Datum zadnjega popraviljanja 21. dec. 2020], [Povzeto 25. feb. 2021]. Dostopno na spletnem naslovu: <[https://ec.europa.eu/slovenia/news/biontech-pfizer-vaccine-approved\\_sl](https://ec.europa.eu/slovenia/news/biontech-pfizer-vaccine-approved_sl)>.
- Odredba o razglasitvi epidemije nalezljive bolezni SARS-CoV-2 (COVID-19) na območju Republike Slovenije. 2020. Uradni list, 12. marec, let. XXX, št. 19, str. 1455. ISSN 318-0576. Dostopno na spletnem naslovu: <[https://www.uradni-list.si/\\_pdf/2020/Ur/u2020019.pdf](https://www.uradni-list.si/_pdf/2020/Ur/u2020019.pdf)>.
- POLANEC, Monika, 2020. Shopper's Mind. Kaj morate vedeti spletni trgovci o spremenjenih nakupnih navadah Slovencev pred in po epidemiji Covid-19? [online]. [Datum zadnjega popraviljanja 21. avgusta 2020], [Povzeto 26. feb. 2021]. Dostopno na spletnem naslovu: <<https://smind.si/kaj-morate-vedeti>>.

spletni-trgovci-o-spremenjenih-nakupnih-navadah-slovencev-pred-po-epidemiji-covid-19/>.

- RTV Slovenija. 2021. [Datum zadnjega popraviljanja 27. jan. 2021; 12:05], [Povzeto 26. feb. 2021]. Dostopno na spletnem naslovu: <<https://www.rtv slo.si/slovenija/doslej-zaradi-epidemije-za-skoraj-tri-milijarde-evrov-stroskov-pol-manj-od-predvidenega/549250>>.
- Statistični urad RS. 2021. Leto 2020 je bilo v znamenju epidemije covid-19, kar se opazi v gibanju števila prostih in zasedenih delovnih mest [online]. [Datum zadnjega popraviljanja 11. feb. 2021; 10:30], [Povzeto 25. feb. 2021]. Dostopno na spletnem naslovu: <<https://www.stat.si/StatWeb/News/Index/9383>>.
- UMAR. 2020a. Ekonomsko ogledalo št. 6, letnik XXVI, 2020 [online]. [Povzeto 27. feb. 2021]. Dostopno na spletnem naslovu: <[https://www.umar.gov.si/fileadmin/user\\_upload/publikacije/eo/2020/6\\_2020/EO\\_0620\\_s.pdf](https://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/eo/2020/6_2020/EO_0620_s.pdf)>.
- UMAR. 2020b. Zimska napoved gospodarskih gibanj 2020 [online]. [Povzeto 27. feb. 2021]. Dostopno na spletnem naslovu: <[https://www.umar.gov.si/fileadmin/user\\_upload/napovedi/vmesna/zimska\\_2020/ZimskaNGG\\_2020\\_01.pdf](https://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/napovedi/vmesna/zimska_2020/ZimskaNGG_2020_01.pdf)>.
- UMAR. 2021. Ekonomsko ogledalo št. 2, letnik XXVII, 2021 [online]. [Povzeto 27. feb. 2021]. Dostopno na spletnem naslovu: <[https://www.umar.gov.si/fileadmin/user\\_upload/publikacije/eo/2021/2\\_2021/EO\\_2\\_2021.pdf](https://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/publikacije/eo/2021/2_2021/EO_2_2021.pdf)>.
- Vlada RS, 2021. Odpravljanje posledic epidemije [online]. [Povzeto 25. feb. 2021]. Dostopno na spletnem naslovu: <<https://www.gov.si teme/koronavirus-sars-cov-2/odpravljanje-posledic-epidemije/>>.

- World Health Organization (WHO). 2021a. Coronavirus [online]. [Povzeto 25. feb. 2021]. Dostopno na spletnem naslovu: <[https://www.who.int/healthtopics/coronavirus#tab=tab\\_1](https://www.who.int/healthtopics/coronavirus#tab=tab_1)>.
- World Health Organization (WHO). 2021b. COVID-19 Weekly Epidemiological Update [online]. [Datum zadnjega popraviljanja 7. februar 2021; 10:00 CET], [citirano 25. feb. 2021]. Dostopno na spletnem naslovu: <[https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/20210209\\_Weekly\\_Epi\\_Update\\_26.pdf](https://reliefweb.int/sites/reliefweb.int/files/resources/20210209_Weekly_Epi_Update_26.pdf)>.
- Worldometer. 2021. Coronavirus Updates [online]. [Povzeto 27. feb. 2021]. Dostopno na spletnem naslovu: <<https://www.worldometers.info/coronavirus/>>.

# Priloge

Janja Videc, s.p.

Odgovori:

## 1. Kako ste se spopadli s Covid - 19?

Tako, da sem večina svojim prodajnih aktivnosti prenesla v spletno okolje.

## 2. Kako ste odreagirali na ukrepe ki jih je zastavila vlada?

Potrebno je bilo zapreti fizično trgovino, ki si jo delim še z 8 drugimi oblikovalci. Vsa naročila sem odpošiljala preko pošte Slovenije, vse se je preselilo na splet.

## 3. Ali se vaš letošnji poslovni načrt zelo razlikuje od prejšnjih let?

Glede na to, da sem majhno podjetje, si poslovnega načrta ne delam naprej, ampak se sproti prilagajam okoliščinam.

## 4. Za koliko so upadli/narasli vaši prihodki in prodaja/uspešnost skozi krizo?

Nisem še naredila pregleda, a rekla bi, da ostajam približno na istem.

## 5. Kakšne posledice je pustila covid kriza na vaše poslovanje?

Dolgoročno mislim da pozitivne, saj sem že nekaj časa razmišljala o širitvi spletne trgovine. Tudi ko se bo fizična trgovina ponovno odprla, nameravam še naprej spletno poslovati, kar pomeni, a bom imela dva enakovredna prodajna kanala. Je pa moja panoga zelo speciična, k temu, da se pri meni večja kriza ni pojavila botruje tudi to, da se je v času krize precej govorilo o podpori lokalnemu, mislim da so se v



tem času ljudje še dodatno ozavestili o prednostih domačih produktov in jih pričeli tudi pogosteje kupovati.

**6. Kako so se spremenili vaši načrti za prihodnost - (strategija, vodenje, razvoj poslovanja - poslovni model)?**

Kot že zgoraj omenjeno, večji povdarek bo na spletni trgovini.

**7. Kako je delovalo vaše podjetje? (V smislu delo od doma, polovica zaposlenih od doma polovica v podjetju). Je bil kdo od zaposlenih na čakanju, mogoče kdo odpuščen?**

Ker sem majhno podjetje sem zaposlena le jaz, sodelujem pa z zunanjimi izvajalci. Sama sem že prej delala od doma, tako da se to ni spremenilo, sprememba je bila le zaprtje fizične trgovine. Naša zaposlena je bila v tem času doma in je prejemale državno pomoč, ko ponovno odpremo, bo normalno nadaljevala z delom. Moje šivilje so svojo dejavnost v lastnem podjetju nemoteno nadaljevale.

**9. Ali ste zaprosili in prejeli kakršnokoli pomoč s strani vlade iz proračuna protikoronskega paketa pomoči?**

Ne

**10. Kakšen je vaš cilj za leto 2021, kot vidimo covid kriza še kar poteka**

boste še vseeno optimistični? Seveda, drugega mi ne preostane. Moj cilj je ponovno odprtje trgovine na novi, boljši lokaciji (upajmo da ne pride še kakšen val korone ki bi nam to preprečil!), cilj je tudi povečana prodaja preko spleta.

## **Dvainštirideset, Anže Frantar s.p**

### **Odgovori:**

Podjetje se ukvarja z digitalnim marketingom, oglaševanjem, medijskim zakupom, svetovanjem in multimedijško (avdio, video in foto) produkcijo.

### **1. Kako ste se spopadli s Covid - 19?**

S pandemijo smo se spopadli na več nivojih. Prvi nivo je bil komunikacijski, kjer je bilo treba pomiriti naročnike, da bo vse v redu in da lahko brez skrbi nadaljujemo po zastavljenem projektnem planu. Drugi nivo pa izvedbeni, kjer smo s težavo sledili nepregledni množici vladnih ukrepov in jim poskušali slediti.

### **2. Kako ste odreagirali na ukrepe ki jih je zastavila vlada?**

Ker del mojega posla predstavlja tudi video produkcija, ki se večinoma izvaja na terenu, so vladni ukrepi precej otežili delo. Predvsem priprava vse potrebne dokumentacije za logistiko snemalnih ekip, prehode občinskih, regijskih in državnih meja (poti v Avstrijo in na Hrvaško). Na ukrepe smo zato odreagirali z dodatno previdnostjo in večkratnim preverjanjem vse dokumentacije in aktualnih ukrepov, da bi se le izognili morebitnim kršitvam ter posledično kaznim. Na strani naročnikov smo v prvem valu zaznali strah pred naročanjem novih projektov, zato smo se odzvali z večjo intenziteto komunikacije, ustvarjanja občutka varnosti, da smo zmanjšali umik oziroma zamik že dogovorjenih projektov.

### **3. Ali se vaš letošnji poslovni načrt zelo razlikuje od prejšnjih let?**

Covid kriza je v prvem valu dajala občutek, da bodo potrebne drastične spremembe pri poslovnih načrtih in projektih, a se je po prvih dveh mesecih izkazalo, da se bo obseg posla obdržal in celo povečal. Poslovni načrt se je zato prilagajal v smeri

optimizacije razpoložljivih ur in dviga cene storitev s čimer se je umerilo razmerje med povpraševanjem in razpoložljivimi kapacitetami.

#### **4. Za koliko so upadli/narasli vaši prihodki in prodaja/uspešnost skozi krizo?**

V prvih treh mesecih od razglasitve epidemije so prihodki upadli za 18 %, nakar so se tik pred jesenskim zaprtjem javnega življenja dvignili za približno 60 %. Na tej točki so se ohranili vse do konca leta in v prihodnje leto.

#### **5. Kakšne posledice je pustila covid kriza na vaše poslovanje?**

Covid kriza je pospešila digitalizacijo podjetij, naročnikov. Zaradi tega pa se je moralo prilagoditi tudi naše poslovanje. Predvsem v naboru storitev in komunikaciji z naročniki na trgu, ki so se znašli na področju, ki ga ne poznajo. To je v smislu posla pomenilo predvsem več komunikacije in manj izvedbe. Povečalo se je število svetovalnih ur, svetovalnega dela in zmanjšalo število izvedbenega dela.

#### **6. Kako so se spremenili vaši načrti za prihodnost - (strategija, vodenje, razvoj poslovanja - poslovni model)?**

Kratkoročni načrti za prihodnost so se ob povečanem obsegu poslovanja spremenili predvsem z optimizacijo cen in prilagoditve glede na povpraševanje. Večje povpraševanje od zmožnosti, razpoložljivih kapacitet je zahtevalo dvig cen storitev. Cilj za prihodnost je te cene in hkrati kakovost obdržati ter razvijati, med krizo pridobljene nove naročnike.

**7. Kako je delovalo vaše podjetje? (V smislu delo od doma, polovica zaposlenih od doma polovica v podjetju). Je bil kdo od zaposlenih na čakanju, mogoče kdo odpuščen?**

Delo je potekalo od doma in še vedno poteka, medtem ko je bilo v tem obdobju manj dela na terenu (produkcija, snemanja) zaradi omejitev.

**8. Ker ste vedeli, da uspeh podjetja ne bo isti kakor je bil načrtovan, kako ste se soočili s tem?**

Ob prvem valu je bilo jasno, da se bo zaradi strahu pri naročnikih promet nekoliko zmanjšal. Edina možna rešitev je bila jasna in konstantna komunikacija za ohranitev čim večjega deleža že dogovorjenega posla, projektov.

**9. Ali ste zaprosili in prejeli kakršnokoli pomoč s strani vlade iz proračuna protikoronskega paketa pomoči?**

S strani vlade nismo prejeli nobene pomoči. Zanj niti nismo zaprosili, saj je bila vladna pomoč zasnovana na način, ki je podjetja kaznoval za morebitni uspeh v drugi polovici leta. Glede na poslovne rezultate bi morali v primeru pridobitve pomoči slednjo tudi vračati zato smo zadovoljni z odločitvijo, da vlog nismo oddali.

**10. Kakšen je vaš cilj za leto 2021, kot vidimo covid kriza še kar poteka boste še vseeno optimistični?**

Cilj v letu 2021 je ohranitev na novo pridobljenega posla in razvoj podjetja iz izvedbenih v svetovalne storitve, ki ponujajo višjo dodano vrednost. Pospušena digitalizacija poslovanja kaže na to, da je ta cilj realen in da smo iz tega naslova lahko optimistični.

**Caffe Pop, Saša Popivoda s.p.**

**Odgovori:**

**1. Kako ste se spopadli s Covid - 19?**

Teško, ker nismo bili pripravljeni na zapiranje lokalov in tako so vsi, ki imamo gostinski lokal ostali brez prihodkov.

**2. Kako ste odreagirali na ukrepe ki jih je zastavila vlada?**

Na ukrepe smo odreagirali jezno, saj se nam zdijo zelo ne smiselni, vlada pa nam nič ne pomaga.

**3. Ali se vaš letošnji poslovni načrt zelo razlikuje od prejšnjih let?**

Zelo.

**4. Za koliko so upadli/narasli vaši prihodki in prodaja/uspešnost skozi krizo?**

Upadli so za 100%, saj imamo lokal cisto zaprt.

**5. Kakšne posledice je pustila covid kriza na vaše poslovanje?**

To bomo videli v naslednjih letih upajmo, da cim manjše

**6. Kako so se spremenili vaši načrti za prihodnost - (strategija, vodenje, razvoj poslovanja - poslovni model)?**

Niso se spremenili, a upamo da nam čimprej dajo dovoljenje da odpremo, da bomo lahko delali normalno.

**7. Kako je delovalo vaše podjetje? (V smislu delo od doma, polovica zaposlenih od doma polovica v podjetju). Je bil kdo od zaposlenih na čakanju, mogoče kdo odpuščen**

Nihče ni delal, 4 zaposleni so še vedno na čakanju, dva sta bila odpuščena.

**8. Ker ste vedeli, da uspeh podjetja ne bo isti kakor je bil načrtovan, kako ste se soočili s tem?**

Poskušamo cim bolj zmanjšati stroške.

## **LINDSTROM SLOVENIJA D.O.O. – Jelena Frantar**

### **Odgovori:**

Podjetje Lindstrom Slovenija je hčerinsko podjetje (podružnica) finskega podjetja Lindstrom Oy. Začetki podjetja na globalnem nivoju segajo v letu 1848 od ustanovitve na Finskem. Podjetje je od ustanovitve v zasebni lasti. V Sloveniji je podjetje prisotno že skoraj 20 let.

Lindström je eno izmed vodilnih evropskih in slovenskih podjetij na področju ponujanja najema in vzdrževanja delovnega, zaščitnega in proizvodnega tekstila (delovna oblačila, predpražniki, brisalci in čistilci, higienske rešitve).

V Sloveniji ima podjetje lastno proizvodno enoto in zaposluje 74 ljudi.

### **1. Kako ste se spopadli s Covid19?**

Prva in največja skrb je bila varnost in zdravje zaposlenih in strank. Precej sredstev je bilo vloženi v nakup celotne zaščitne opreme (maske, rokavice, zaščitni kombinezoni), spremenili smo določene interne procese in načine dela v podjetju, da smo ohranjali varnost (ločevanje ekip, delo od doma, omejitve gibanja po podjetju, ipd), hkrati pa vzpostavili redno higiensko komunikacijo s strankami, saj od njih dobivamo v vzdrževanje uporabljena oblačila in je bilo potrebno spremljati njihovo epidemiološko stanje. Za zaščito poslovnega uspeha smo sodelovali tudi s partnerji pri izvajanju naše storitve, kjer smo skupaj iskali najbolj optimalne stroškovne rešitve.

### **2. Kako ste reagirali na ukrepe, ki jih je zastavila vlada?**

Vse vladne odloke smo dosledno spoštovali – izplačani korona dodatki, dovolilnice za gibanje, zaščita zaposlenih.

### **3. Ali se vaš letošnji poslovni načrt zelo razlikuje od prejšnjih let?**

Za leto 2020 smo poslovni načrt spreminjali in prilagajali vsak mesec, kot fleksibilen odziv na epidemiološko situacijo. Za razliko od siceršnjih let, kjer je bil fokus na rasti (prodaje, tržnega deleža), smo v 2020 predvsem delali na ohranitvi obstoječih strank, kjer smo jim pomagali tako finančno kot operativno. Nova prodaja je bila minimalna. Ni pa se spremenil ključni letni cilj, ki je bil zagotavljanje profitabilnega poslovanja.

### **4. Za koliko so upadli/narasi vaši prihodki in prodaja/uspešnost skozi krizo?**

Prihodki so upadli za približno 20%, (nova) prodaja pa je bila minimalna.

### **5. Kakšne posledice je pustila covid kriza na vaše poslovanje?**

Predvsem je bilo leto 2020 brez kakršnihkoli investicij, saj se je intenzivno delalo na optimizaciji stroškov. Hkrati ni bilo novih strank. Posledice pa so predvsem tudi bolj dolgoročne in že segajo tudi v 2021, saj epidemija še traja, predvsem v gospodarstvu se pozna izjemno večja previdnost, odsotnost želje/potrebe po spremembah v poslovanju, zaprtje določenih naših ključnih industrij (HoReCa – Hotels, Restaurants, Caffes). Za leto 2021 je ključno, da se čimprej (vsaj v začetku Q2) sprosti ekonomski krč in pride do popolnega odprtja.

### **6. Kako so se spremenili vaši načrti za prihodnost?**

Poslovni model ostaja nespremenjen. Imamo jasno postavljeno strategijo 2020-2025, ki ni podvržena covid vplivu, zato nadaljujemo z izvajanjem le-te.



## **7. Kako je delovalo vaše podjetje?**

Vsa režija je bila na zapovedanem delu od doma in virtualnih srečanjih, imeli so zagotovljeno vso tehnično podporo. Dostop v podjetju je bil za zunanje obiskovalce prepovedan. Dostop v pralnico, ki je ključni del podjetja, je bil poleg zaposlenih tam, omejen na ozko število ljudi. Predvsem terensko ekipo (prodajnike in skrbnike strank) smo imeli bodisi na čakanju ali na koriščenju varstva, saj je bil dostop v podjetja/do strank popolnoma onemogočen, virtualni sestanki niso bili zanimivi, predvsem pa je bil na trgu močan ekonomski krč, ki je onemogočal prodajanje storitve.

## **8. Ker ste vedeli, da uspeh podjetja ne bo isti kakor je bil načrtovan, kako ste se soočili s tem?**

Predvsem je bilo hitro razvidno, da se plan prihodkov ne bo realiziral, zato so se osredotočili na doseganje planirane profitabilnosti podjetja, ki bi nam omogočila preživetje in nadalje delovanje na trgu. Izvedli smo velike stroškovne optimizacije in koristili tudi državne pomoči, kjer se je dalo.

## **9. Ali ste zaprosili in prejeli kakršnokoli pomoč s strani vlade iz proračuna protikoronskih paketov pomoči?**

Koristili smo subvencioniranje čakanja (za terensko ekipo) v višini 80%, enako tudi subvencijo za varstvo.

## **10. Kakšen je vas cilj za leto 2021, kot vidimo covid kriza še kar poteka. Boste še vseeno optimistični?**

Planirana BDP rast za letos trenutno po napovedih znaša 4,3%, sicer je pomaknjena v drugi kvartal in dalje, vendar je očitno prisoten optimizem za okrevanje gospodarstva. Skladno s tem, smo optimistični tudi v Lindstromu, predvsem

računamo na večje premike od maja dalje, ko se bo (upamo) odprl ponovno tudi turizem in gostinstvo, ki za nas predstavlja cca 15% naše prodaje in približno 50% potencialne prodaje za 2021.

## **FedEx Express d.o.o. – Kim Šebjan**

### **Odgovori:**

Fedex Slovenija je na slovenskem trgu prisotno od leta 2011. Kot del globalnega podjetja Fedex, s sedežem v ZDA in začetki v letu 1937, ponuja storitve hitrega transporta in dostave manjših in večjih pošilk, preko svojih cestnih in zračnih mrež. Podjetje Fedex je leta 2016 kupilo evropsko podjetje TNT, ki se ukvarja z enako storitvijo, tako je tudi v Sloveniji prišlo do združitve obeh podjetij pod znamko Fedex.

V Sloveniji Fedex (in TNT) zaposluje okoli 90 ljudi, hkrati pa še 34 kurirjev pogodbenikov. Glavno skladišče in distribucijski center ima na Brniku, kjer vsakodnevno pristane tudi Fedex letalo, in v Mariboru.

### **1. Kako ste se spopadli s Covid19?**

Epidemija je vplivala tako na zaposlene kot na stranke. Ker so naši kurirji vsakodnevno v kontaktih z veliko strankami, smo poskrbeli za njihovo zaščitno opremo, pri strankah pa poskušali čimbolj preiti na brezkontaktni prevzem in dobavo. Tiste zaposlene, kjer je bilo to možno, smo preusmerili na delo od doma.

### **2. Kako ste reagirali na ukrepe, ki jih je zastavila vlada?**

Trudili smo, da smo dosledno izpolnjevali vse obvezne vladne ukrepe, tako finančne kot varnostne.

### **3. Ali se vaš letošnji poslovni načrt zelo razlikuje od prejšnjih let?**

Le deloma. Večji fokus bo na določenih novih storitvah, kot odziv na spremembe na trgu (digitalizacija, online prodaja), predvsem pa na zmanjšanju stroškov, da se zagotovi čimprejšnjo sanacijo.

#### **4. Za koliko so upadli/narasi vaši prihodki in prodaja/uspešnost skozi krizo?**

Prihodki so upadli za približno 22%, manjkala pa je tudi rast, ki jo sicer dobimo preko novih strank.

#### **5. Kakšne posledice je pustila covid kriza na vaše poslovanje?**

V letu 2020 se je sicer zaradi epidemije zaprlo kar nekaj naših strank, predvsem pa je večina močno omejila investicije, kar se poznalo tudi na potrebah po hitri dostavi. Ker naše storitve temeljijo na povezovanju Slovenije z Evropo in svetom, se je predvsem drastično zmanjšalo poslovanje z zahodno Evropo, kjer so zaradi njihovih ukrepov obstala marsikatera podjetja. Hkrati pa se je zelo otežilo poslovanje z ZDA, glede na njihovo politično in epidemiološko stanje.

#### **6. Kako so se spremenili vaši načrti za prihodnost?**

Sam način poslovanja sicer ostaja enak, se pa povečuje fokus na uvajanju digitalnih rešitev za poslovanje s prebivalstvom (B2C prodaja), saj s je razmahnila online prodaja.

#### **7. Kako je delovalo vaše podjetje?**

Celotno prodajo in finance smo preusmerili na delo od doma. Oddelek za storitve strank smo razdelili na manjše ekipe, da bi ohranjali »mehurčke«. Dostop v podjetju je bil za zunanje obiskovalce prepovedan, osebni prevzem pošilk ni bil več mogoč. Kar nekaj zaposlenih je bilo tudi na čakanju (predvsem prodajni del), saj ni bilo možno izvajati terenske prodaje.

**8. Ker ste vedeli, da uspeh podjetja ne bo isti kakor je bil načrtovan, kako ste se soočili s tem?**

Matično podjetje je izdalo jasno navodila, kako spremeniti aktivnosti in procese za zagotavljanje varnosti in hkrati optimiziranja procesov.

**9. Ali ste zaprosili in prejeli kakršnokoli pomoč s strani vlade iz proračuna protikoronskih paketov pomoči?**

Uporabili smo subvencije za čakanje in varstvo.

**10. Kakšen je vas cilj za leto 2021, kot vidimo covid kriza še kar poteka. Boste še vseeno optimistični?**

Kljub temu, da so napovedi za 2021 bolj optimistične, pa je kriza na podjetju (globalno) pustila precejšnje posledice, predvsem, ker so bile v teku mnoge investicije, prestrukturiranje podjetja TNT in pa, ker fiksni del poslovanja predstavlja precejšen strošek. Zato se v letošnjem letu pričakuje precejšnja stroškovna, zaposlitvena in geografska optimizacija.

## **Jeles d.o.o. - Rok Jelenc**

### **Odgovori:**

Jeles d.o.o. se ukvarja s predelavo lesa, predvsem furnirja in ploščatih materialov (vezane plošče, mediapan, ipd), kjer se fokusiramo večinoma na B2B prodajo obrtnikom (mizarji, gradbeniki) in večjim predelovalnim podjetjem. 70% poslovanja je v Sloveniji, ostalo v tujini (EU in ZDA). Smo tudi zastopniki za kar nekaj podjetij in blagovnih znamk furnirja in vezanih plošč.

V Komendi imamo svoj predelovalni obrat, kamor smo se preselili leta 2018, sicer pa smo od ustanovitve leta 1989 imeli obrate v Kamniku in Medvodah,

### **1. Kako ste se spopadli s Covid19?**

Večinoma smo poskrbeli samo za zdravje in varnost zaposlenih, saj se vsaj v prvem valu vpliv epidemije ni pretirano poznal. Naša naročila oz način dela namreč deluje na principu vnaprejšnjih naročil za kar nekaj mesecev.

### **2. Kako ste reagirali na ukrepe, ki jih je zastavila vlada?**

Vse ukrepe za zdravje in varnost smo spoštovali v celoti.

### **3. Ali se vaš letošnji poslovni načrt zelo razlikuje od prejšnjih let?**

Niti ne. Kot že rečeno, lesna industrija ni bila pretirano prizadeta. Pregledali smo le možnosti, za dodatna sodelovanja znotraj EU, odprli določene poti z Rusijo, vse to pa zaradi tega, da smo nadomestili manjši izpad poslovanja z ZDA, ki se je pojavil predvsem v drugem valu.

#### **4. Za koliko so upadli/narasli vaši prihodki in prodaja/uspešnost skozi krizo?**

Poslovni rezultati so ostali na približno enakem nivoju.

#### **5. Kakšne posledice je pustila covid kriza na vaše poslovanje?**

Imeli smo nekaj težav z izpolnjevanjem dobavnih rokov, ker smo v podjetju, kljub zaščitnim ukrepom, imeli vdor virusa, vendar imamo poslovne partnerje, ki so bili razumevajoči. Sodelovanje z vsemi se tako nemoteno nadaljuje. Enako nismo zaznali pretiranega vpliva epidemije pri naših strankah, saj so se dela pri vseh nadaljevala (pohištvena industrija, gradbeništvo, mizarstvo).

#### **6. Kako so se spremenili vaši načrti za prihodnost?**

Posebnih sprememb ne bomo uvajali.

#### **7. Kako je delovalo vaše podjetje?**

Skrbeli smo za varnost v predelovalnici tako da smo delili skupine zaposlenih. Naši prodajni predstavniki so normalno delovali, ob upoštevanju varnostnih protokolov. Ker imamo relativno majhen režijski del, ni bilo potrebe po delu od doma.

#### **8. Ker ste vedeli, da uspeh podjetja ne bo isti kakor je bil načrtovan, kako ste se soočili s tem?**

Uspeh podjetja ni bil pretirano ogrožen, zato smo le preverjali dodatne možnosti kot rezervno opcijo.

**9. Ali ste zaprosili in prejeli kakršnokoli pomoč s strani vlade iz proračuna protikoronskih paketov pomoči?**

Ne. Nismo jih koristili, ker nismo zadostovali kriterijem.

**10. Kakšen je vas cilj za leto 2021, kot vidimo covid kriza še kar poteka. Boste še vseeno optimistični?**

Seveda, za nas je poslovanje normalno. Malce smo onemogočeni s potovanji do novih/obstojećih poslovnih partnerjev v tujini, vendar se tudi to že ureja.



**Hansen B d.o.o. – Tina Gorenc**

**Odgovori:**

**1. Kako ste se spopadli s Covid - 19?**

Najprej smo vse ustavili nato smo začeli čas investirati v razvoj dolgoročnejših projektov za katere prej ni bilo časa.

**2. Kako ste odreagirali na ukrepe ki jih je zastavila vlada?**

Naša dejavnost je postala povsem virtualna.

**3. Ali se vaš letošnji poslovni načrt zelo razlikuje od prejšnjih let?**

Da.

**4. Za koliko so upadli/narasli vaši prihodki in prodaja/uspešnost skozi krizo?**

Prihodki so zrasli za 20%

**5. Kakšne posledice je pustila covid kriza na vaše poslovanje?**

Boljši smo.

**6. Kako so se spremenili vaši načrti za prihodnost - (strategija, vodenje, razvoj poslovanja - poslovni model)?**

Pripravili smo več nove ponudbe, ki ne vključuje potovanja in omogoča virtualne izvedbe izobraževanj. Temu primerno smo spremenili tudi cenovno politiko.

**7. Kako je delovalo vaše podjetje? (V smislu delo od doma, polovica zaposlenih od doma polovica v podjetju). Je bil kdo od zaposlenih na čakanju, mogoče kdo odpuščen.**

Vsi smo delali od doma oz. smo lahko koristili pisarno, kjer je bil vedno samo eden. Odpustili smo eno osebo – administrativno delo, vendar ni bilo povezano s Covidom temveč s spremenjenim poslovnim modelom.

**8. Ker ste vedeli, da uspeh podjetja ne bo isti kakor je bil načrtovan, kako ste se soočili s tem?**

Spremenili način dela, prilagodili tehnologijo, se naučili novih oblik dela.

**9. Ali ste zaprosili in prejeli kakršnokoli pomoč s strani vlade iz proračuna protikoronskega paketa pomoči?**

Na začetku, vendar smo pomoč vrnilo, ker nam je šlo dobro.