

ANALIZA UTJECAJA PANDEMIJE COVID 19 NA FINANCIJSKU EFIKASNOST PLATFORME ETSY

ANALYSIS OF THE IMPACT OF THE COVID 19 PANDEMIC ON THE FINANCIAL EFFICIENCY OF THE ETSY PLATFORM

Joško Lozić¹, Katerina Fotova Čiković¹, Maja Pauković²

¹Sveučilište Sjever, Koprivnica

²Tehničko veleučilište u Zagrebu, Vrbik 8, 10 000 Zagreb, Hrvatska

SAŽETAK

Cilj je ovog rada istražiti i analizirati utjecaj globalne pandemije Covid 19 na platformu Etsy.

Na platformi se okuplja zajednica proizvođača i kupaca ručno izrađenih proizvoda, koji su za vrijeme pandemije više vremena provodili kod kuće, što otvara nove mogućnosti istraživanja o utjecaju Covid 19 na financijsku efikasnost platforme. Rezultati istraživanja financijskih pokazatelja poslovanja ukazuje na pozitivne učinke pandemije odnosno financijski rezultati poslovanja su se popravili za vrijeme zatvaranja nacionalnih gospodarstava. Pozitivni financijski rezultati naglo su prekinuti u posljednjem analiziranom periodu što ukazuje na jaku i pozitivnu korelaciju između učinaka pandemije i financijske efikasnosti platforme. Iako se broj prodavača na platformi kontinuirano povećavao, a poseban rast je zabilježen u posljednjem analiziranom periodu, platforma je zabilježila gubitke iz operativnog poslovanja na kraju Covid 19 razdoblja. Troškovi održavanja infrastrukture platforme, te troškovi operativnog poslovanja, rasli su brže od prihoda.

Ključne riječi: ekonomija platformi, Etsy, nulti marginalni trošak, online maloprodaja, poduzetništvo.

ABSTRACT

The aim of this paper is to investigate and analyse the impact of the global Covid 19 pandemic on the Etsy platform. The platform gathers a community of producers and buyers of hand-made products, who spent more time at home during the pandemic, which opens up new opportunities for research on the impact of Covid 19 on the platform's financial efficiency. The results of the research on the financial indicators of operations indicate the positive effects of the pandemic, that is, the financial results of operations have improved during the closure of national economies. The positive financial results were abruptly interrupted in the last analysed period, which indicates a strong and positive correlation between the effects of the pandemic and the financial efficiency of the platform. Although the number of sellers on the platform increased continuously, and a special growth was recorded in the last analysed period, the platform recorded operational losses at the end of the Covid 19 period. The costs of maintaining the infrastructure of the platform, as well as the costs of operational business, grew faster than the income.

Keywords: platform economy, Etsy, zero marginal cost, online retail, entrepreneurship.

1. UVOD

1. INTRODUCTION

Etsy je globalna maloprodajna platforma utemeljena 2005. godine. Zamišljena je kao online maloprodajna platforma za prodaju ručno izrađenih proizvoda, ali se tijekom razvoja vrlo često čulo prigovore kako se na platformi prodaju proizvodi industrijske proizvodnje. Prodajni artikli podijeljeni su u sedam temeljnih kategorija proizvoda, a kao osma kategorija su vintage proizvodi koji moraju biti stariji od 20 godina. Godine 2022. na platformi je sudjelovalo 7,5 milijuna prodavača koji su prodavali više od 100 milijuna artikala, a ostvarili su promet od 13,3 milijarde dolara. Iste godine, platforma je ostvarila prihode veće od 2,5 milijarde dolara, te je zapošljavala 2790 djelatnika. Analizirano razdoblje, platforma je završila s 694 milijuna dolara gubitaka [1]. U radu se istražuje i analizira financijska efikasnost platforme u kontekstu utjecaja pandemije Covid 19 na financijske pokazatelje poslovanja. U analizi je obuhvaćeno razdoblje od sedam godina kako bi se prikazalo poslovanje prije i za vrijeme pandemije.

2. POSLOVNI MODEL

2. BUSINESS MODEL

Korporacija Etsy klasični je primjer poslovnog procesa u modelu ekonomije platformi. Poslovni se model temelji na izgradnji infrastrukture platforme koja omogućava interakciju kupaca i prodavača odnosno interakciju korisnika s obje strane platforme [2]. Povećanjem broja korisnika te rastom broja konverzija na platformi raste mrežni efekt koji je temeljeni čimbenik stabilnosti organizacija u modelu ekonomije platformi [3]. Platforma izgrađuje infrastrukturu ekosustava, dok korisnici investiraju u vlastiti posao, kao što je to i sa sličnim platformama poput AirBnb ili Uber. Korisnici plaćaju pretplatu za objavljene sadržaje, koji su fiksni trošak, a broj pregleda i druge usluge nisu povezane s varijabilnim troškovima što znači da prodavači koriste model nultog marginalnog troška [4], kao i efekte ekonomije dugog repa [5] [6]. Temeljeni prihodi platforme podrazumijevaju fiksnu naknadu za svaki postavljeni artikl u prodajni izlog, te postotak od prodajne cijene koja je oglašena na artiklu. U ostale prihode spada prihod od „Promocije prodaje“ koju korisnici mogu

platiti platformi za njene promotivne aktivnosti, te prihodi koje se ostvaruju od djelatnosti koje nisu izravno povezane s prodajom artikala [1]. Model poslovanja platforme vrlo je sličan platformama eBay i Shopify. Prema poslovnom modelu, najbližnja platforma je Shopify, ali je temeljna razlika u tome što se kod Shopify treba otvoriti obrt na platformi, dok se na platformi Etsy prodaju proizvodi fizičkih osoba.

3. PREGLED LITERATURE

3. LITERATURE REVIEW

Platforma je dobila ime prema, na prvi pogled, besmislenoj riječi koju je jedan osnivača čuo u Fellinijevom filmu, a preveo ju je kao „etsy“. Prava je istina da su glumci često izgovarali termin „eh, si“, što bi značilo „o, da“, a ostalo je upamćeno kao „etsy“ što je uzeto za naziv platforme [7]. Etsy je platforma koja slijedi strategiju i taktiku kontinuiranih unapređenja. Utjecaj ovih novijih metoda može se vidjeti u kontinuiranoj implementaciji na Etsy.com, brzorastućem online tržištu vrijednom milijarde dolara koje svaki dan implementira više od 30 softverskih poboljšanja [8]. Znanstveni interes istraživanja kontinuiranih unapređenja obuhvaća dvije temeljne kategorije, na kojima se temelji napredak cijelog ekosustava, a to je izrada predmeta koji se prodaju i proces trgovine tim predmetima, kao sveobuhvatna studija poslovnog procesa. U tom kontekstu, predmet istraživanja definira se kao pojam „društvene infrastrukture“ koja spaja proces izrade i trgovine predmetima na platformi [9]. Jednim dijelom, istraživanja su potaknuta kontinuiranim podcjenjivanjem ručnog rada koji se oglašava na platformama. Platforme Etsy i Big Cartel omogućuju oglašavanje i prodaju ručno izrađenih predmeta, kao podršku čvrsto ukorijenjenom etosu individualnosti, a koji počiva na temeljima neoliberalizma, osobne realizacije i poduzetništva u svojoj izvornoj formi. Ovakav oblik radu, vrlo često je drugi izvor prihoda jer je daleko ispod stope potrebne za osiguranje životnih potreba [10].

Kao rezultat individualnih napora i mogućnosti koje pruža infrastruktura i ekosustav platforme Etsy, potrošači uživaju u praktičnom i učinkovitom pristupu širokom nizu ručno izrađenih proizvoda kao i rabljenih proizvoda. Platforma korisnicima pruža sveobuhvatnu

pomoć u izgradnji poduzetničkih ambicija, a sve sa ciljem razvijanja konkurentnih prednosti u odnosu na korisnike drugih platformi. Osim na platformi Etsy, sličnu ponudu proizvoda još se može naći i na platformama eBay i Facebook [11]. Danas su „post mortem“ fotografije 19. i ranog 20. stoljeća pronašle novi život na Etsyju i drugim prodajnim platformama kao digitalno reproducirane zanimljivosti ili emocionalni relikti prošlosti. Fotografije ispituju na koji način prodavači „vintage post mortem“ fotografija pokušavaju ponovno napuniti fotografije emocijama kako bi stvorili afektivna iskustva žalosti [12]. U istraživanju stilova života i prodajnih strategija poljoprivrednika na malim farmama, Black (2020) istražuje karakteristike malih poduzeća koja izrađuje proizvode od životinjskih vlakana, a koja su kasnije temelj za proizvodnju rukotvorina koje se prodaju na Etsy. Istraživanje se provodi sa svrhom oživljavanja interesa za mala poduzeća u ruralnim sredinama, te stvaranje široke podrške za održivi rast poduzeća i zajednica kojima pripadaju [13]. Osim rukotvorina, fotografija i starih umjetničkih predmeta, na platformi se mogu pronaći i neki zaboravljeni časopisi ili posebna izdanja i brojevi časopisa koji su nestali iz javnog prostora [14].

Istraživanje povezanosti između korisnika na platformi, kao i korisnika s različitim platformi povezanih s Etsy dokazala su postojanje suradnje između korisnika usluga platforme te međusobno označavanje i praćenje kako bi se istaknula pojedina usluga na platformi. Posebna povezanost postoji između korisnika na platformama Tumblr i Etsy, a ovaka povezanost rezultira bogatom praksom označavanja koja dokazuje želju zajednica na platformama za iskrenu i snažnu suradnju. Međusobno označavanje korisnika na Etsy platformi više je tradicionalnog oblika što je razumljivo zbog strukture poslovne aktivnosti na platformi [15]. Ipak, granice između izrade rukotvorina te brze izrade prototipova i male serijske proizvodnje u pametnim tvornicama su zamagljene te je teško razlučiti na kojem stupnju izrade počinje serijska proizvodnja [16]. Pokret za umjetnost i obrt nije uspio implementirati cehovski socijalizam usmjeren na radioničku proizvodnju. Radionice poput Morris and Co. i Century Guild nisu mogle održati svoj ideal zadruga. Iako je Etsy strahovito narastao u proteklih devet godina, još uvijek je maleni dio svjetske ekonomije. Temeljni

je problem što većina zanatskih proizvoda koji se prodaju na Etsyju nisu artikli neophodni u svakodnevnom životu. Kao dobar primjer može se istaknuti nakit, s više od pet milijuna artikala za prodaju, najveća je kategorija prodanih rukotvorina [17].

4. METODOLOGIJA I ISTRAŽIVAČKA PITANJA

4. *METHODOLGY AND RESEARSH QUESTIONS*

U istraživanju i analizi utjecaja globalne pandemije na financijsku efikasnost poslovanja platforme Etsy koristit će se financijski parametri iz bilance i iz računa dobiti i gubitka korporacije. Financijska izvješća korporacije objavljena su u formi dokumenta „Form 10-K“ što bi u europskom zakonodavstvu bilo najbliže kombinaciji revizorskog izvješća i bilješki uprave. Obrazac odnosno dokument „Form 10-K“ službeno je izvješće za poslovanje na burzama, a odobreno je od nadležnih financijskih institucija. Uz službeno izvješće korporacije, u radu će se koristiti i druga znanstvena literatura relevantna za istraživanje teme rada. Istraživanje utjecaja pandemije na financijsku efikasnost korporacije temelji se na dva pitanja:

1. Na koji način i koliko značajno je pandemije Covid 19 utjecala na prihode i neto dobit platforme?
2. Na koji način i koliko je bio značajan utjecaj pandemije Covid 19 na imovinu platforme?

Istraživanje i analiza prikazani su u sljedećem poglavlju, a rezultati istraživanja prikazani su u poglavlju Zaključak.

5. ANALIZA FINANCIJSKE EFIKASNOSTI

5. *FINANCIAL EFFICIENSY ANALYSIS*

Istraživanje i analiza podijeljeno je u dvije tematske cjeline prema istraživačkim pitanjima. U prvom dijelu istraživanja analizirat će se prihodi i neto dobit platforme te promjene koje su nastale pod utjecajem promjene prihoda, a u kontekstu pandemije Covid 19. U drugom dijelu istraživanja analizirat će se promjene imovine platforme u kontekstu utjecaja pandemije na financijsku efikasnost platforme.

5.1. ANALIZA FINANCIJSKE EFIKASNOSTI PLATFORME

5.1. ANALYSIS OF THE FINANCIAL EFFICIENCY OF THE PLATFORM

U analizi financijske efikasnosti obuhvaćeno je razdoblje od sedam godina, odnosno razdoblje prije i za vrijeme pandemije. U analiziranom razdoblju od 2016. do 2022. godine prihodi su porasli za 603,1% odnosno s 365 milijuna dolara na 2,6 milijardi dolara. Izravni troškovi prodaje porasli su za 504% odnosno, u prosjeku, manje od porasta prihoda. Analiza posljednja dva obračunska razdoblja pokazuje kako su troškovi prodaje rasli brže od ukupnih prihoda što je rezultiralo padom bruto profita u oba obračunska razdoblja.

U posljednjem analiziranom periodu negativna je i operativna dobit, prvi put u analiziranom sedmogodišnjem razdoblju. Operativna dobit je bila pozitivna na početku razdoblja, kada je bruto dobit bila manja za 4,8 postotnih poena, pa se postavlja pitanja koliko je slabljenje pandemije stvarno utjecalo na rast operativnih troškova poslovanja i financijsku učinkovitost. Neto dobit korporacije bila je negativna u početnom analiziranom razdoblju, da bi se popravljala do 2021. godine, kada je korporacija ostvarila 493 milijuna neto dobiti. U posljednjem analiziranom periodu, korporacija je ostvarila gubitke od 694 milijuna dolara. Rezultati istraživanja prikazani su u tablici 1.

U analiziranom sedmogodišnjem razdoblju

ukupni su prihodi rasli po prosječnog godišnjoj stopi od 44,1% ($s=44,09$), protumačeno eksponencijalnom regresijskom jednadžbom, uz koeficijent protumačenosti od 96,4% ($R^2=0,9642$). Bruto profit korporacije rastao je prosječno godišnje po stopi od 46,4% ($s=46,44$), protumačeno eksponencijalnom regresijskom jednadžbom, uz koeficijent protumačenosti od 95,8% ($R^2=0,9577$). Kod obje krivulje trenda, u posljednjem analiziranom periodu točka infleksije nalazi se ispod krivulje regresije što ukazuje na negativno odstupanje od trenda. Prihodi i bruto dobit rastu, ali manje od prosječne stope za analizirano razdoblje.

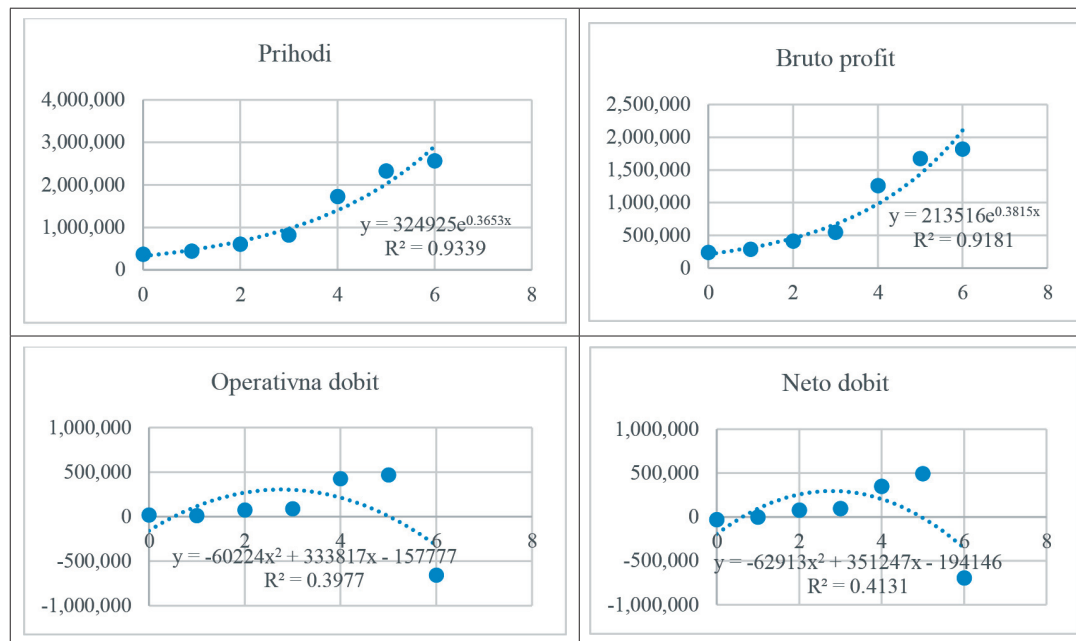
Krivulje regresije operativne i neto dobiti imaju negativan koeficijent smjera što ukazuje na gubitke iz redovitog poslovanja. U prvom analiziranom razdoblju, korporacije je poslovala s gubicima, da bi se oporavila do posljednjem analiziranog razdoblja. Nakon toga, u 2022. godini, korporacija je ostvarila gubitak od 694 milijuna dolara. Rezultati istraživanja prikazani su u tablici 2. Analizirajući kretanje prihoda, operativne dobiti i neto dobiti može se zaključiti kako postoji korelacija između nastanka i razvoja pandemije i financijske efikasnosti poslovnog rezultata platforme. Uspoređujući rezultate operativnog poslovanja platforme s platformama Lyft [18] i Uber [19], koje koriste isti poslovni model ekonomije platformi, ne može se naći sličnost jer su obje platforme za prijevoz putnika bilježile kontinuirane gubitke iz operativnog poslovanja prije i za vrijeme pandemije.

Tablica 1. Odabrane stavke računa dobiti i gubitka (000; \$)

Table 1 Selected items of the profit and loss account

	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.	2022.
Prihodi	364.967	441.231	603.693	818.379	1.726.625	2.329.114	2.566.111
Izravni troškovi prodaje	123.328	150.986	190.762	271.036	464.745	654.512	744.592
Bruto profit	241.639	290.245	412.931	547.343	1.261.880	1.674.602	1.821.519
%	66,2%	65,8%	68,4%	66,9%	73,1%	71,9%	71,0%
Operativna dobit	17.677	11.896	74.786	88.761	425.009	465.732	-658.560
Neto dobit	-29.901	82	77.491	95.894	349.246	493.507	-694.288

Izvor: Etsy revizorsko izvješće; osobna izrada
Source: Etsy Annual Report; Own illustration



Tablica 2. Regresijska analiza odabiranih financijskih parametara
Table 2 Regression analysis of selected financial parameters

Izvor: Etsy revizorsko izvješće; osobna izrada
 Source: Etsy Annual Report; Own illustration

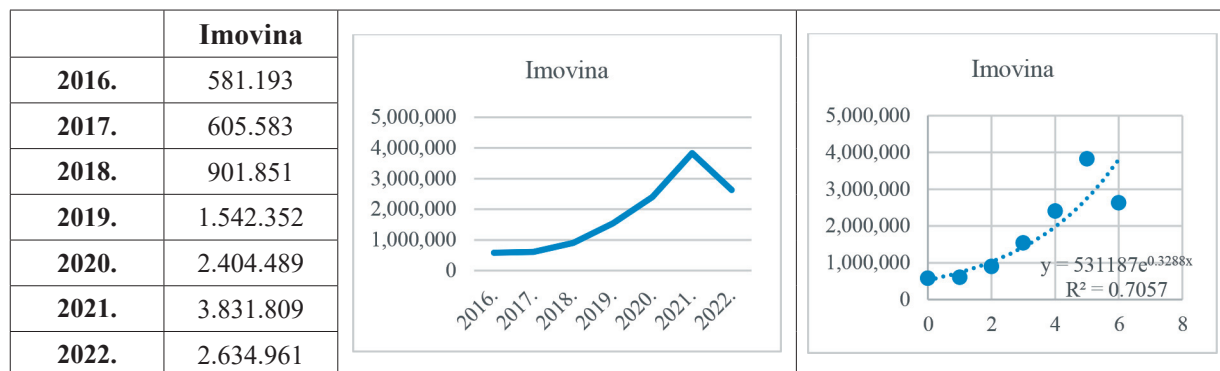
5.2. ANALIZA FINANIJSKE EFIKASNOSTI UPRAVLJANJA IMOVINOM PLATFORME
5.2. ANALYSIS OF FINANCIAL EFFICIENCY OF PLATFORM ASSET MANAGEMENT

Analiza trenda imovine platforme, posebno je zanimljiva iz razloga što platforme samo iznajmljuju svoju infrastrukturu te ne prodaju vlastite proizvode. Trend rasta ili pada prihoda korisnika platforme ne utječe izravno na trend kretanja prihoda platforme jer platforma ostvaruje prihode od pretplate, odnosno jedan dio prihoda je

kontinuirano stabilan. U analiziranom razdoblju, vrijednost imovine platforme povećala se za 353,4% odnosno s 581 milijun dolara na 2.6 milijardi dolara. Vrijednost imovine konstantno je rasla do posljednjih analiziranog perioda kada je pala za 31,2% u odnosu na 2021. godinu. Rezultati analize prikazani su u tablici 3.

Vrijednost imovine platforme kontinuirano je rasla do posljednjeg analiziranog perioda. Vrijednost imovine rasla je po prosječnoj godišnjoj stopi od 38,9% ($s=38,93$), protumačeno eksponencijalnom regresijskom jednadžbom, uz koeficijent protumačenosti od 89,5% ($R^2=0,8947$). U

Tablica 3. Analiza trenda imovine platforme
Table 3 Platform asset trend analysis



Izvor: Etsy revizorsko izvješće; osobna izrada
 Source: Etsy Annual Report; Own illustration

posljednjem analiziranom periodu točke infleksije su ispod krivulje regresijske jednadžbe što ukazuje na pad vrijednosti imovine. Pad vrijednosti imovine dogodio se usprkos porastu prihoda u istom periodu što ukazuje na snažan porast operativnih troškova u posljednjem analiziranom periodu. Rezultati analize dokazuju rast troškova operativnih aktivnosti iznad rasta prihoda, a jedan se dio tih troškova prenosi iz prethodnih razdoblja. Otvaranje gospodarstava i djelomični povratak u poslovanje od prije zatvaranja izazvao je porast troškova iznad prosjeka za razdoblje prije pandemije.

Etsy je, uz Shopify, jedna od platformi koju nazivaju „game changer“ odnosno ona koja mijenja odnose unutar industrije [20]. U razdoblju do 2015. godine, Etsy je izdavao izmjene koda svaka dva do tri tjedna, što je već bilo prilično brzo u usporedbi s tri izdanja Salesforce.com godišnje, ili nadogradnje Microsoft Officea koje se izdaju džentlmenskim tempom svakih nekoliko godina. Etsy je imao zasebnu "vojsku implementacije" koja je bila posvećena izazovu implementacije paketa promjena koje su sastavili programeri [8]. Organizacije u određenim djelatnostima, kao što je turizam ili ugostiteljstvo, bile su uništene pandemijom Covida i povezanim ograničenjima. Drugi koji su mogli zadovoljiti naše najosnovnije vrijednosti (poput Amazona), naše potrebe (poput Zooma) i naše želje (Etsy) stvorili su ogromne količine financijske vrijednosti – jer su stvorili ogromne količine vrijednosti za pojedinačne ljude. Cijena dionice Amazona porasla je 117% tijekom 2020 [21]. Etsy je, do pojave pandemije, imao prosječno oko 30 promjena povezanih s inovacijama na mrežnoj stranici svaki dan. Zbog toga su ga prozvali „inovacija na steroidima“. Bez obzira koliko su te promjene bile male, one su bile značajne za korisnike i vlasnike, a posebno za ulagače u korporaciju [8]. Ulaganje u kontinuirano inoviranje i razvoj „koda“ povećalo je troškove poslovanja iznad porasta očekivanih prihoda s završetkom pandemije. Vrijednost imovine ja pala za 31,2% u odnosu na prethodno razdoblje.

6. ZAKLJUČAK

6. CONCLUSION

Utjecaj pandemije Covid 19 različito se odrazio na korporacije iz modela ekonomije platformi. Usprkos očekivanjima kako će pandemija Covid

19 negativno utjecati na cjelokupno gospodarstvo i sve gospodarske subjekte, rezultati istraživanja su pokazali kako je pandemija Covid 19 djelovala upravo suprotno na platformu Etsy. U kontekstu prvog istraživačkog pitanja, prihodi su kontinuirano rasli, odnosno pandemija nije imala nikakav utjecaj na trend prihoda. Uz to, prihodi su nastavili rasti i u posljednjem analiziranom periodu što je još jedan dokaz kako pandemija i situacija povezana s pandemijom nije imala utjecaja na trend prihoda. Međutim, rezultati istraživanja su dokazali jaku povezanosti između utjecaja pandemije i operativne i neto dobiti. Operativna i neto dobit su rasle za vrijeme pandemije, ali nisu zadržale taj trend u posljednjem analiziranom periodu. U kontekstu drugog istraživačkog pitanja, istraživanje je dokazalo jaku povezanost između pandemije, rasta troškova poslovanja i vrijednosti imovine. Vrijednost imovine platforme kontinuirano je rasla u razdoblju pandemije, da bi pala za više od 30% u posljednjem analiziranom periodu. Pad vrijednosti imovine povezan je s porastom operativnih troškova poslovanja, odnosno otvaranjem gospodarstava i povratkom jednog dijela poslovanja u model prije pandemije. Korporacija je povećala dio dugotrajnih obveza i otpisala dio dugotrajne imovine kako bi financirala nastavak poslovanja nakon završetka pandemije. Kontinuirana unapređenja i brzi rast u pandemiji, izazvali su negativne efekte u procesu otvaranja i povratka u uobičajeni model poslovanja. Za buduća istraživanja bilo bi zanimljivo istražiti kako su se kretale cijene dionica te tko su bili ulagači u tom periodu.

7. RERERENCE

7. REFERENCES

- [1.] Etsy Annual Report. <https://investors.etsy.com/financials/annual-reports-and-proxy/default.aspx>. [06.03.2023.]
- [2.] Parker, G.G.; Van Alstyne, M.W.; Choudary, S.P. (2016). Platform Revolution: How Networked Markets are Transforming the Economy and How to Make Them Work for You, W.W. Norton & Company Ltd. ISBN 978-0-393-24913-2.
- [3.] Moazed, A.; Johnson, N.L. (2016). Modern Monopolies – What it takes to Dominate the 21st Century Economy, Applico, LLC. ISBN 9781250091895.

- [4.] Rifkin, J. (2015). The zero marginal cost society: The Internet of things, the collaborative commons, and the eclipse of capitalism, Palgrave Macmillan, St. Martin's Press LLC. ISBN 978-1-137-28011-4.
- [5.] Anderson, C. (2006). The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More, Hachette Books. ISBN 978-1-4013-0966-4.
- [6.] Lozić, J.; Milković, M & Fotova Čiković, K. (2022). The impact of The Long Tail Economy on The Business Result of the Digital Platform: The Case of Spotify and Match Group. UTMS Journal of economics, 13:1, 43-55. ISSN 1857-6974.
- [7.] Dalenberg, A. (2014). Etsy means whatsy? 35 iconic brand names explained. The business journal. <https://www.bizjournals.com/bizjournals/news/2014/12/02/etsy-means-whatsy-35-iconic-brand-names-explained.html>. [06.03.2023.]
- [8.] Denning, S. (2015). New lessons for leaders about continuous innovation. Strategy & Leadership, Vol. 43., No. 1. ISSN 1087-8572.
- [9.] Aspers, P. & Darr, A. (2021). The social infrastructure of online marketplaces: Trade, work and the interplay of decided and emergent orders. The British Journal of Sociology; 73:822–838. DOI: 10.1111/1468-4446.12965.
- [10.] Robertson, K. & Lisa Vinebaum (2016) Crafting Community, TEXTILE, 14:1, 2-13, DOI: 10.1080/14759756.2016.1084794.
- [11.] Yrjölä, M.; Hokkanen, H. & Hannu Saarijärvi, H. (2021) A typology of second-hand business models, Journal of Marketing Management, 37:7-8, 761-791. DOI: 10.1080/0267257X.2021.1880465
- [12.] Stylianou-Lambert, T. & Widmaier, L. (2023) Everyday photography and mourning in the 21st century. Photographies, 16:1, 3-18, DOI: 10.1080/17540763.2022.2158917.
- [13.] Black, S. (2020). Fashion in a Time of Crisis, Fashion Practice, 12:3, 327-330, DOI: 10.1080/17569370.2020.1823624.
- [14.] Berthoud, H. (2017). Going to New Sources: Zines at the Vassar College Library, The Serials Librarian, 72:1-4, 49-56, DOI: 10.1080/0361526X.2017.1320867.
- [15.] Price, L. & Robinson, L. (2020). Tag analysis as a tool for investigating information behaviour: comparing fan-tagging on Tumblr, Archive of Our Own and Etsy. Journal of Documentation, Vol. 77 No. 2, 2021., pp. 320-358. DOI 10.1108/JD-05-2020-0089.
- [16.] Unterfrauner, E. & Voigt, C. (2017). Makers' ambitions to do socially valuable things, The Design Journal, 20:sup1, S3317-S3325, DOI: 10.1080/14606925.2017.1352835.
- [17.] Krugh, M. (2014). Joy in Labour: The Politicization of Craft from the Arts and Crafts Movement to Etsy. Canadian Review of American Studies 44. <https://doi.org/10.3138/CRAS.2014.S06>.
- [18.] Lozić, J.; Fotova Čiković, K. & Pauković, M. (2022). Analiza poslovnog rezultata platforme Lyft. Polytechnic & Design, Vol. 10, No. 4, str. 284.-291. DOI: 10.19279/TVZ.PD.2022-10-4-08.
- [19.] Lozić, J.; Fotova Čiković, K. & Lozić, I. (2022). Utjecaj pandemije Covid 19 na poslovanje platforme UBER. Zbornik sveučilište Libertas, Vol. 7, No 8., str. 103.-117. <https://doi.org/10.46672/zsl.7.8.7>.
- [20.] Walsh, M. (2023). Shopify Statistics – The Key Facts and Figures in 2023. Style Factory. <https://www.stylefactoryproductions.com/blog/shopify-statistics>. [28.08.2023.]
- [21.] Bolton, B. & Park, J. (2022). Social impact as corporate strategy: responsibility and opportunity, Cogent Business & Management, 9:1, 2111035. DOI: 10.1080/23311975.2022.2111035.

AUTORI · AUTHORS

• **Joško Lozić** - nepromijenjena biografija nalazi se u časopisu Polytechnic & Design Vol. 10, No. 2, 2022.

Korespondencija · Correspondence

jlozic@unin.hr

• **Katerina Fotova Čiković** - nepromijenjena biografija nalazi se u časopisu Polytechnic & Design Vol. 10, No. 2, 2022.

Korespondencija · Correspondence

kcikovic@unin.hr

• **Maja Pauković** - nepromijenjena biografija nalazi se u časopisu Polytechnic & Design Vol. 11, No. 1, 2023.

Korespondencija · Correspondence

mpaukovic@tvz.hr